

بیت ازینج

بر مامورین و طراحان پیدار اکوتوریسم

ترجمه و تألیف

ابتهال زندگی

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد واحد تهران غرب

سرشناسه	: زندگی، ابتهال، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: برنامه‌ریزی و طراحی پایدار اکوتوریسم/ ترجمه و تألیف ابتهال زندگی.
مشخصات نشر	: تهران: مهکامه، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۰ص: جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-7127-56-8
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه:ص.۱۱۹.
موضوع	: گردشگری زیست محیطی
موضوع	: گردشگری زیست محیطی -- مدیریت
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۴ ۹/۵/۱۵۶ G
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱ :
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۱۲۷۵۰۴ :

نام کتاب: برنامه‌ریزی و طراحی پایدار اکوتوریسم

مترجم: ابتهال زندگی

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

طرح جلد: حسین مبینی‌پور

حروف‌چینی: الوهاب

لیتوگرافی: باختر

چاپ و صحافی: اصلانی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۴

تیراژ: ۷۰۰

قیمت: ۷۵۰۰۰ ریال

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۵۶-۸

مرکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه

دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰ فکس: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

en_mahkame@Yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- مشهد: کتابفروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۲- شیراز: کتابفروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱۳)

۳- اصفهان: کتابفروشی چهارباغ، تلفن: ۳۲۳۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- یزد: کتابفروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)

۵- رشت: کتابفروشی مزده، تلفن: ۳۳۲۲۳۴۳۷ (۰۱۳)

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار
۷	فصل اول / مقدمه‌ای بر اکوتوریسم
۹	مقدمه
۹	مفاهیم، تعاریف، مصطلحات اکوتوریسم
۱۰	الف) علمی
۱۰	ب) اجتماعی
۱۱	ج) اقتصادی
۱۵	اهمیت اکوتوریسم
۱۶	اهداف اساسی اکوتوریسم و ویژگی‌های آن
۱۷	پیشینه اکوتوریسم
۱۸	اصول اکوتوریسم
۱۹	حیطه‌های اکوتوریسم
۲۱	ویژگی اکوتوریست‌ها و انواع آن
۲۳	اکوتوریسم و توسعه منطقه‌ای
۲۴	زمینه‌های اقتصادی توسعه اکوتوریسم
۲۵	زمینه‌های اجتماعی توسعه اکوتوریسم
۲۶	اکوتوریسم و محیط زیست
۲۶	اکوتوریسم پایدار
۲۸	برنامه‌های محوری برای توسعه پایدار اکوتوریسم
۲۸	الگوی اکوتوریسم پایدار
۳۱	فصل دوم / برنامه‌ریزی و مدیریت اکوتوریسم
۳۳	مقدمه
۳۳	برنامه‌ریزی اکوتوریسم
۳۶	شکاف برنامه‌ای و اکوتوریسم
۳۶	قلمرو تنوع اطلاعات اکوتوریسم

۳۷	 فعالان در صنعت اکوتوریسم
۴۱	 مشارکت و اکوتوریسم
۴۲	 فواید مشارکت گروه‌های ذینفع
۴۲	 متغیرهای برنامه اکوتوریسم
۴۳	 پرسش‌های اساسی در برنامه‌ریزی اکوتوریسم
۴۴	 برنامه مدیریتی اکوتوریسم چیست؟
۴۶	 پیش‌نیازهای اساسی طرح مدیریتی اکوتوریسم
۴۸	 فراهم کردن سرمایه اولیه طرح‌ها
۴۹	 الف) مشارکت‌های بین‌المللی
۴۹	 ب) منابع ملی
۵۰	 ج) دولت‌ها و جوامع محلی
۵۱	 د) صنعت گردشگری
۵۱	 چه کسانی برنامه مدیریتی اکوتوریسم را آماده می‌کنند؟

فصل سوم / طراحی برنامه بازاریابی اکوتوریسم ۵۵

۵۷	 مقدمه
۵۷	 ضرورت تدوین استراتژی بازاریابی اکوتوریسم
۵۸	 اهداف اصلی تدوین استراتژی بازاریابی اکوتوریسم
۵۸	 بررسی چالش‌ها و دستاوردهای اتخاذ استراتژی بازاریابی اکوتوریسم
۶۱	 ضرورت ایجاد مزیت رقابتی برای بازار اکوتوریسم ایران
۶۵	 اهمیت توجه به کیفیت خدمات در اکوتوریسم ایران

فصل چهارم / گام‌هایی به سوی اکوتوریسم پایدار ۶۹

۷۱	 مقدمه
۷۲	 ده گام به سوی توسعه اکوتوریسم پایدار
۷۲	 گام اول: چه کاری می‌خواهیم انجام دهیم؟
۷۴	 گام دوم: چه کسی باید و یا لازم است مشارکت داده شود؟
۸۱	 گام سوم: چه چیزی شناسایی شده است؟
۸۳	 گام چهارم: چه چیزی این منطقه، مکان یا محصول را خاص می‌سازد؟
۸۶	 گام پنجم: مسایل کدامند؟
۹۸	 گام ششم: تجزیه و تحلیل مسایل
۱۰۳	 گام هفتم: اصول و اهداف به منظور راهنمایی اقدامات
۱۰۶	 گام هشتم: ایده‌ها و گزینه‌های شما کدامند؟
۱۱۱	 گام نهم: چگونه آن را انجام دهیم؟
۱۱۴	 گام دهم: بیانی‌های دستورالعمل‌ها

پیشگفتار

افزایش رور افزون جاست جهان به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، فقر اقتصادی و پایین بودن سطح درآمد ملی کشورهای مذکور، باعث شده تا جمعیت این کشورها در فشار و تنگنای اقتصادی قرار گیرد. این کشورها، علی‌رغم داشتن منابع طبیعی مناسب و دارا بودن منابع بالقوه درآمدی، فقر و توسعه را پذیرفته و پایین بودن سطح دانش و فناوری و آگاهی نداشتن از نحوه بهره‌برداری از پتانسیل‌های موجود نیز مزید بر علت شده و همچون تازیانه‌ای بر پیکره بی‌جان این کشورها کوبیده می‌شود. یکی از راه‌هایی که به صورت عمده در عصر کنونی می‌تواند درآمدهای قابل توجهی را رقم زده و با بردن تولید ناخالص ملی، در نهایت درآمد ملی را در صحنه بین‌المللی افزایش دهد، صنعت گردشگری، به‌خصوص اکوتوریسم است. در واقع اکوتوریسم یا گردشگری در طبیعت، از گونه‌های مهم گردشگری است که بیشترین سازگاری را با توسعه دارد. در حال حاضر اغلب کشورهای جهان در رتبه‌بندی تنگاتنگ و نزدیک، در پی بهره‌گیری از توانمندی‌های کشور خود هستند تا بتوانند سهم بیشتری از درآمد ناشی از صنعت گردشگری را به خود اختصاص دهند و با ساده‌ترین شکل ممکن به اشتغال‌زایی بپردازند. کشور ما با برخورداری از انواع مختلف جاذبه‌های گردشگری، تاکنون سوانسته از این مزیت به خوبی استفاده کند. با وجودی که مناطق طبیعی کشور می‌تواند یکی از جاذبه‌های ارزشمند برای جذب گردشگران داخلی و خارجی به شمار آید، اما برنامه‌ریزی برای استفاده از این شرایط هنوز در ابتدای راه است و کار مهم و اساسی برای بهره‌برداری از جاذبه‌های طبیعی صورت نگرفته است. پس از چاپ موفقیت‌آمیز کتاب اکوتوریسم در سال ۱۳۸۹ که هم‌اکنون به چاپ سوم خود رسیده است نویسنده برآن شد تا مباحث مدیریت و بازاریابی این نوع از گردشگری را در کتابی مجزا به چاپ برساند و موضوعات و ابعاد مختلف برنامه‌ریزی و بازاریابی آن را به صورتی موشکافانه مورد بررسی قرار دهد. در واقع هدف از تدوین این مجموعه، فراهم

آوردن زمینه‌ای جهت آشنایی کلی با این نوع گردشگری و شیوه‌های مدیریت آن به گونه‌ای پایدار است. امید است تا با شناخت این مواهب طبیعی و با همکاری متولیان امر، سرمایه‌گذاری در این بخش و توسعه زیرساخت‌ها و رو ساخت‌های لازم به همراه برنامه‌ریزی و بازاریابی مناسب موجبات رونق این منابع ارزشمند محقق گردد و با رعایت کامل ملاحظات زیست محیطی و توجه به مقوله پایداری، زمینه‌ای برای تبدیل این منابع، به جاذبه‌های منحصر به فرد گردشگری فراهم آید.

ابتهال زندی

دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری

دانشگاه علامه طباطبائی و

موسسه‌های علمی دانشگاه آزاد واحد تهران غرب

تابستان ۱۳۹۴