

بنام خداوند جان و خرد

مبانی، مفاهیم و روش‌های اجرایی
برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی

کتابخانه

تورگت

دکتر حمید ضرغام بروجنی

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

شابک : 978-600-7127-73-5 : ۳۰۰۰۰۰ ریال

شابک

شماره کتابشناسی ملی : ۴۲۵۳۲۶۲

عنوان و نام پدیدآور : میانی، مفاهیم و روش‌های اجرایی برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی/ کلر گان، تورگت ورا؛ [مترجم]

حمید زرغام بروجنی؛ ویراستار زهره جوادی سبستانی.

تهران: مهکامه، ۱۳۹۵.

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری : ۵۲۰ ص.

یادداشت : عنوان اصلی : Tourism planning: basics concepts cases, 4th. ed, 2002.

یادداشت : چاپ قبلی: صحرا دریا، ۱۳۹۲.

یادداشت : کتابنامه.

موضوع : گردشگری

موضوع : Tourism

رده‌بندی دیویی : ۳۳۸/۴۷۹۱

رده‌بندی کنگره : G1۵۵/۱۱۳۳۳ ۱۳۹۸

سرشناسه : گان، کلر؛ Gunn, Clare A

شناسه افزوده : وار، تورگت؛ Var, Turgut

شناسه افزوده : زرغام، حمید، ۱۳۲۹-، مترجم

وضعیت فهرست‌نویسی : بیا

نام کتاب: میانی، مفاهیم و روش‌های اجرایی برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی

نویسندگان: کلر گان - تورگت ورا

ترجمه: دکتر حمید زرغام بروجنی

ویراستار تخصصی: زهره جوادی سبستانی

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

لیتوگرافی: نقش

چاپ و صحافی: گوهر اندیشه

نوبت چاپ: اول / آبان ۱۳۹۵

تیراژ: ۵۰۰

قیمت: ۳۱۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۷۳-۵

مراکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و

پخش مهکامه

فکس: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰

en_mahkame@yahoo.com

پست الکترونیکی:

www.mahkame.com

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، اهواز تلفن: ۳-۲۲۱۷۰۰۰

۲- مشهد: بلوار نبوت، پخش کتاب دانشگاهی رئوف، تلفن: ۳۸۴۰۵۸۴۶

۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، همراه: ۰۹۱۳۱۶۶۰۹۴۵

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵

۵- کرمان: خیابان استقلال، کوچه ۱۰ غربی ۷، پلاک ۱۰، مؤسسه هفتواد کویر، تلفن: ۰۳۴-۳۲۵۱۳۶۶۶

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار مترجم
۱۱	پیشگفتار نویسنده
۱۳	بخش اول: مبانی
۱۵	فصل ۱: هدف برنامه‌ریزی گردشگری
۵۱	فصل ۲: گردشگری در قالب یک سامانه
۱۰۳	فصل ۳: رشد، پایداری، بوم‌گردی
۱۴۱	فصل ۴: سیاست‌گذاری
۱۶۱	بخش دوم: مفاهیم و نمونه‌هایی از برنامه‌ریزی گردشگری
۱۶۳	فصل ۵: مفاهیم برنامه‌ریزی منطقه‌ای
۲۱۳	فصل ۶: نمونه‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای
۲۷۷	فصل ۷: مفاهیم برنامه‌ریزی مقصد
۳۳۵	فصل ۸: نمونه‌های برنامه‌ریزی مقصد
۴۰۳	فصل ۹: مفاهیم برنامه‌ریزی سایت
۴۵۹	فصل ۱۰: نمونه‌های برنامه‌ریزی سایت
۵۱۹	پس‌گفتار

پیشگفتار مترجم

گردشگری قادر است به صورت جزئی حیاتی در ساختار توسعه‌ی اقتصاد ملی ج.ا. ایران نقشی مؤثر ایفا کند. این دیدگاه بر سند چشم‌انداز توسعه‌ی کشور نیز تأیید شده است. دستیابی به شناخت و کاربست این اثر «ارزش‌آفرین» فعالیت فرهنگی-اقتصادی مستلزم آموزش و تربیت نیروی انسانی آگاه و توانمند است. تدوین و نشر کتاب‌های آموزشی مناسب، یکی از ابزارهای پاسخ‌گویی به این الزام است.

استقبال علاقه‌مندان توسعه‌ی گردشگری از کتاب «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، رویکردی هم‌پیوند و پایدار» که بر اساس کتاب ادوآل کیپ و با نگاهی فرهنگی-مدیریتی تهیه شده بود؛ نیاز واقعاً موجود ادبیات تشریح‌کننده مفاهیم بنیادی برنامه‌ریزی گردشگری را بیش از پیش محرز ساخت. این آگاهی ضرورت تهیه ترجمه‌ای از کتاب «برنامه‌ریزی گردشگری: مبانی مفاهیم، روش‌های اجرایی» (نوشته کلر گان و تورگت وِر) را مسجل کرد. اکنون انجام این مهم را به دیگر همکاران علاقه‌مند واگذار کردم. تا این که تلاش‌های خانم سحر روزی، (در آن زمان دانشجوی کارشناسی مدیریت جهانگردی) در تهیه ترجمه‌ای از این کتاب و استیاق ایشان به درک کارشناسانه مفاهیم گردشگری، انگیزه تهیه یک ترجمه رسا از آخرین چاپ این کتاب را تقویت کرد. هرچند خیلی بطنی اما ترجمه کامل مطالب آموزشی کتاب، سرانجام به پایان رسید.

برای اطمینان از روشنی مفاهیم تخصصی و روانی ترجمه، از دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، خانم زهره جوادی سبدانی، بازخوانی آن را خواستار شدم و ایشان هم با حوصله، دقت و صرف وقتی بیش از حد انتظار آن را بازنگری و در موارد بسیاری بازنویسی کردند، که همواره منت‌دار این ابراز محبت ایشان هستم. اما حاصل کار علی‌رغم خواست و تلاش ما بدون عیب و ایراد نیست. از این رو تقاضای ما از خوانندگان فهیم و اندیشمند این کتاب آن است که خطاها را گوشرد کنند تا انشاءالله به طریق مقتضی برای اصلاح آن‌ها اقدام شود.

این کتاب برای پژوهشگران، دانشجویان، برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و علاقه‌مندان بخش

گردشگری، منبعی منحصر به فرد است. همه کسانی که به هر صورتی با کسب‌وکارهای گردشگری سروکار دارند به مطالب این کتاب نیاز دارند و لازم است برای مراجعات مکرر نسخه‌ای از آن را در کتابخانه خود داشته باشند. این کتاب، با نگاه عرضه و تقاضا، برای متعادل‌سازی گردشگری و منابع وابسته به آن نوشته شده است. شرح زیر توضیحی مجمل بر مطالب کتاب است:

بخش اول - مبانی

پیش از مشارکت در برنامه‌ریزی گردشگری (در هر مقیاسی که باشد)، مبانی خاصی باید توضیح داده شود. هدف این بخش از کتاب ارائه‌ی خلاصه‌ای از مهم‌ترین اصول است. به این دلیل که توسعه‌دهندگان، برنامه‌ریزان و طراحان بخش خصوصی و دولتی، شناخت و تجربه‌های متفاوتی دارند این بحث می‌تواند دانش کنونی آن‌ها را تقویت کرده، بینشی جدید نسبت به برنامه‌ریزی و طراحی بهتر به آنان اعطا کند. این بخش متشکل از چهار فصل است.

فصل اول، "هدف برنامه ریزی گردشگری" تلاش می‌کند تا لزوم برنامه‌ریزی را روشن کرده، سوءتفاهم‌ها و ترس‌های بین برنامه‌ریزان را از میان بردارد. اگر قرار است گردشگری اثر اقتصادی بهتری از خود بر جای بگذارد، بدین ترتیب آن را به گونه‌ای برنامه‌ریزی کرد که همگام با حرکت به سوی کسب رضایت بازدیدکننده، با کمک تطبیق یافته، حفاظت بیش‌تر از منابع را به دنبال داشته باشد. امروزه گردشگری دیدگاه جدیدی را از دیدگاه گذشته و همه‌ی بخش‌های درگیر در توسعه باید به آن توجه نمایند.

فصل دوم، "گردشگری در قالب یک سامانه" نیاز هم‌ی توسعه‌دهندگان، برنامه‌ریزان و مدیران به درک روابط متقابل و پویای میان بخش‌های فعال در گردشگری را مطرح و بیان می‌کند. حتی با وجود تغییرات دائمی علائق بازار، درک نیاز به برقراری تورن بین توسعه و تقاضا بسیار ضروری است. تنها با مشارکت بخش‌های مختلف در برنامه‌ریزی برای ادامه‌ی بخش‌های قسمت‌ها با هم، گردشگری با مشکل روبه‌رو نشده، به اهداف مطلوب خود دست خواهد یافت.

فصل سوم، "توسعه، پایداری، بوم‌گردی". توجه را به نیاز امروز به شناسایی آگاهی‌های زیست‌محیطی و اهمیت برنامه‌ریزی در توسعه‌ی گردشگری جلب می‌کند. برنامه‌ریزی مناسب گردشگری نه‌تنها محدودیتی بر فرصت‌های فراهم شده اعمال نمی‌کند، بلکه می‌تواند هم اهداف مثبت را تقویت کند و هم حفاظت از منابع را تداوم بخشد. تقاضای بازار جدید برای سفر به مقصدها و جاذبه‌هایی با منابع فرهنگی و طبیعی بی‌نظیر، لزوم حساسیت بیش‌تر زیست‌محیطی را به تصویر می‌کشد.

فصل چهارم، "سیاست‌گذاری". به بررسی نقش مهم سیاست‌گذاری و اجرا می‌پردازد. سیاست‌های توسعه‌ی بخش خصوصی و نهادهای دولتی را شامل می‌شود و بر آن است که همه‌ی مقیاس‌ها از منطقه‌ای تا محلی در تدوین و اجرای سیاست‌های گردشگری مشارکت می‌کنند.

این چهار فصل زیربنای بخش دوم- مفاهیم و نمونه‌های برنامه‌ریزی گردشگری در سه مقیاس (منطقه‌ای، مقصد، سایت) و مفاهیم و اصول ارزشمند برای توسعه‌ی آتی گردشگری- را تشکیل می‌دهند.

بخش دوم- مفاهیم و نمونه‌هایی از برنامه‌ریزی گردشگری

این بخش بر اساس اصول زیربنایی توضیح داده شده در بخش اول و با انتخاب مجموعه‌ای از نمونه‌های کاربردی به توضیح مفاهیم و اصول برنامه‌ریزی می‌پردازد. از آن جا که بین برنامه‌ریزی خرد و کلان تفاوت وجود دارد مطالب این بخش در سه مقیاس منطقه‌ای، مقصد و سایت ارائه شده است.

مفاهیم و اصول برنامه‌ریزی گردشگری در مقیاس منطقه‌ای در فصل پنجم و نمونه‌های عملیاتی آن در فصل ششم کتاب آورده شده‌است.

فصل هفتم، مفاهیم و اصول برنامه‌ریزی گردشگری در سطح مقصد را توضیح می‌دهد و در ادامه‌ی آن نمونه‌هایی از کاربردها، این اصول، در فصل هشتم ارائه شده‌است.

توسعه‌ی گردشگری عمدتاً در سطح سایت به اجرا درمی‌آید. مفاهیم و اصول طراحی سایت در فصل نهم و نمونه‌های اجرایی آن در فصل دهم ارائه شده‌است.

امیدوارم انتشارات مهکامه نیز از رفیقان دست‌آبی اهدافی این تجربه بی‌نصیب نمانند و در راهی که برای نشر کتاب‌های تخصصی و کاربردی گردشگری برگزیده‌اند، همچنان راسخ و سرفراز گام بردارند.

حمید ضرغام بروجنی

پیشگفتار نویسنده

رشد چشم‌گیر گردشگری در سراسر جهان موفقیت اقتصادی و اجتماعی غیرمنتظره‌ای به وجود آورده و به موضوع لاینفک و با اهمیت برای کشورها و جوامع دنیا تبدیل شده است. اثرات مثبت اقتصادی گردشگری، مواردی را برای توجیه توسعه‌ی آن مورد استناد قرار می‌گیرد. اما درک و شناخت جدید از چندین اثر منفی هوشمندانه در پهنه‌ی محیط‌زیست، تقاضای روزافزون برای فرایندها و ایده‌های تازه‌ای - نیاز به برنامه‌ریزی دقیق‌تر، بهتر - را گوشزد می‌کند تا بتواند حرکت به‌سوی رشدی بدون چنین واکنش‌هایی را رقم بزند.

امروزه در سراسر جهان بسیاری از رهبران و سیاستمداران برای ترویج سفر از سیاستی غالب تبعیت می‌کنند که بر اساس قانون ساده‌ی گردشگران بیش‌تر اقتصاد شکوفاتر بنا نهاده شده است. میلیاردها دلار از سوی ذی‌نفعان بخش خصوصی و دولتی برای تبلیغات و آگهی‌های تجاری هزینه می‌شود تا به ترغیب بیش‌تر سفر کمک کنند. گردشگری بجهت پدیده‌ای بی‌نظیر تبدیل شده است. مزایای شخصی و پشتوانه‌های اقتصادی جدید همه‌ی این اثرات را در هم نوردیده است.

اما جهش رو به عقب بزرگی برای این دوران خوش‌رشد گردشگری رقم زده شده است. آگاهی زیست‌محیطی زمان ما دیگر به افراطیون احساسی محدود نمی‌شود. بیش‌تر از سوی سیاست‌گذاران گردشگری و توسعه‌دهندگان آن حمایت می‌شود. این موضوع خود باعث ایجاد زبان فنی جدیدی برای گردشگری (پایداری، بوم‌گردی، گردشگری در دامان طبیعت، گردشگری سبزی، گردشگری فرهنگی) شده است. بحث‌ها و نوشته‌های بیش‌تری بر موضوع ظرفیت‌ها و اشباع بیش از حد و حتی بازاریابی تدافعی متمرکز شده است. مسافران خودشان نسبت به شلوغی، هوای آلوده، آب‌های آلوده، انقراض حیات‌وحش، جنگل‌زدایی و مغایرت با ساکنین آگاه‌تر و حساس‌تر شده‌اند. رشد افسار گسیخته‌ی گردشگری در حال گرفتن تلفات است. گردشگری برای نسل بشر به قدری مهم است که نمی‌توان به آن اجازه‌ی انحراف و سرگردانی داد.

در زمینه‌های دیگری مثل آموزش، بهداشت، و حتی دفاع، زمانی که چنین سرگردانی‌ای به

بی‌نظمی منجر شود نیاز مبرم به چاره‌جویی نمایان می‌شود. برنامه‌های آموزشی جدید، برنامه‌های بهداشتی جدید، و برنامه‌های دفاعی جدید پا به عرصه وجود می‌گذارند. اگر قرار است گردشگری اثرات منفی خود را بهبود بخشد و همچنان به تولید ارزش‌های به اثبات رسیده‌اش ادامه دهد، باید برنامه‌های جدیدی از سوی مسؤولان توسعه‌ی آن طراحی و به اجرا گذاشته شود.

هدف این کتاب مانند ویرایش‌های قبلی آن ارائه‌ی برنامه‌ها و مثال‌هایی است که توازن بین توسعه و حفاظت زیست‌محیطی را به تصویر می‌کشد. علاوه بر این مشکلات موجود بر سر راه فرایندهای برنامه‌ریزی را نیز توضیح می‌دهد. سازمان‌دهی و شیوه‌ی نگارش کتاب، راهنمایی است برای توسعه‌یندگان و برنامه‌ریزان بخش‌های خصوصی و دولتی و هم‌چنین محققانی که در پی درک موضوع برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری هستند.

به‌منظور سهولت درک موضوع، مطالب کتاب در دو بخش ارائه شده است. بخش اول که شامل ۴ فصل بوده و مباحث لازم برای برنامه‌ریزی - هدف برنامه‌ریزی؛ گردشگری در قالب یک سامانه؛ توسعه، پایداری و بوم‌گردی؛ سیاست‌گذاری - را در خود جای داده است.

تجربه نشان داده است که مباحث و روش‌های برنامه‌ریزی باید با توجه به مقیاس جغرافیایی تغییر کنند. بنابراین بخش دوم به سه بخش تقسیم می‌شود: منطقه‌ای (ملی، استانی، ایالتی)، مقصد (جامعه و محیط اطراف آن)، و سایت (ناحیه‌های مختص تسهیلات و خدمات). برای هر مقیاس فصلی از مثال ارائه شده است که هم مشکلات و هم موفقیت‌های برنامه‌ریزی گردشگری را توضیح می‌دهد.

برای کمک به دانشجویان، مدرسان و پیشگامان این رشته، در ادامه‌ی هر فصل چندین پرسش و موضوع بحث، مطرح شده است. این قسمت برای تشویق به تفکر و فراتر رفتن بحث از اطلاعات ارائه شده در متن کتاب به ویرایش جدید آن اضافه شده است.

هدف نهایی کتاب حاضر، ترغیب خوانندگان به فراتر رفتن از اطلاعات ارائه شده و جستجوی رویکردهای جدید برای بخش‌های پیچیده‌ی برنامه‌ریزی گردشگری است. درگیری به دلیل ماهیت پویا و پیچیده‌اش نیازمند کامل‌ترین مطالعات، قضاوت‌ها و تفکرات مفهومی برای توسعه‌ی آتی است. محققان، سهامداران، توسعه‌دهندگان، ساکنین، و مجامع سیاست‌گذاری در صورتی که بخواهند آینده‌ی گردشگری اثری مثبت و سازنده بر نوع بشر داشته باشد باید به مشکلات توسعه‌ی گردشگری اولویت دهند.