

ظرفیت‌سازی جوامع محلی برای توسعه‌ی گردشگری

گردآوری و ویرایش
جیاناماسنادارد

ترجمه:

دکتر حمید ضرغام بروجنی

دانشگاه علامه طباطبائی

تقی اکبرپور

دانشجوی دکتری - دانشگاه تهران

۱۳۹۷

سرشناسه	موسکاردو، جیانا، ۱۹۶۲-م. Moscardo, Gianna
عنوان و نام پدیدآور	ظرفیت‌سازی جوامع محلی برای توسعه‌ی گردشگری/ جیانا ماسکاردو؛ مترجم تقی اکبرپور
مشخصات نشر	تهران، مهکامه، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۳۰۴ ص.
شابک	978-600-7831-40-5
وضعیت فهرست‌نویسی	فیبیا
یادداشت	عنوان اصلی: Building Community Capacity for Tourism Development.
موضوع	گردشگری Tourism
موضوع	توسعه اجتماعی Community development
شناسه افزوده	اکبرپور، تقی، ۱۳۶۲-، ضرغام بروجنی، حمید، ۱۳۲۹-، مترجمان
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۷ ۱۳۸۵۲/۱م G1۵۵
رده‌بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کنش‌ناسی ملی	۵۱۷۸۷۵۸

نام کتاب: ظرفیت‌سازی جوامع محلی برای توسعه‌ی گردشگری
گردآوری و ویرایش: جیانا ماسکاردو
مترجم: دکتر حمید ضرغام بروجنی - تقی اکبرپور
ویراستار: مرضیه قنبریان
ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فرامنی
لیتوگرافی: باختر
نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷
تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۷۵۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۴۰-۵

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به پل افشار، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۴۸۸۲۰۳

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب‌فروشی مهکامه

تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳ - ۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

- ۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳- ۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱۳)
- ۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)
- ۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)
- ۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)
- ۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نبش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)
- ۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

درآمدی بر موضوع کتاب.....	۱۵
مقدمه.....	۲۳

بخش اول: ظرفیت‌سازی برای توسعه گردشگری..... ۲۹

فصل ۱: ظرفیت‌سازی - جوامع محلی: چالشی نوظهور در توسعه گردشگری.....	۳۱
گردشگری: ابزاری برای توسعه.....	۳۱
اثرات منفی گردشگری.....	۳۳
بوم‌گردی و گردشگری جامعه‌محور.....	۳۷
موانع موجود بر سر راه توسعه گردشگری.....	۴۱
مفهوم ظرفیت اجتماعی.....	۴۵
ظرفیت‌سازی در جوامع محلی برای توسعه گردشگری.....	۴۸
نتیجه‌گیری.....	۵۰

فصل ۲: تقویت منافع اقتصادی گردشگری در سطح محلی.....	۵۱
مقدمه.....	۵۱
بازدیدکنندگان.....	۵۳
راهکارها و موانع.....	۵۶
کسب‌وکارهای گردشگری.....	۵۸
راهکارها و موانع.....	۶۱
نتیجه‌گیری.....	۶۷

فصل ۳: نقش گردشگری در ایجاد منافع اجتماعی - فرهنگی در جوامع مقصد.....	۶۹
مقدمه.....	۶۹
مروری بر مزایای اجتماعی - فرهنگی گردشگری.....	۷۰
مزایای اجتماعی - فرهنگی: مدل مبتنی بر کسب‌وکار.....	۷۷
بحث و بررسی.....	۸۰
صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌ها.....	۸۰

۸۱	درآمد: مزایای ملموس
۸۲	کاهش ریسک
۸۳	شهرت: مزایای ناملموس
۸۴	نتیجه‌گیری

فصل ۴: ارتباط حس مکانی و حس مراقبت: غلبه بر چالش‌های بایرداری پیش روی جوامع دور

۸۷	افتاده‌ی جزیره‌ای
۸۷	مقدمه
۹۱	بوم‌گردی و جوامع دورافتاده: ارتباط میان حس مکانی و حس مراقبت
۹۷	دو مطالعه‌ی موردی: بررسی انجام‌شده از جوامع دورافتاده‌ای که «سفرهای دریایی اکتشافی» از آنها بازدید می‌کنند
۱۰۲	نتایج و بحث
۱۰۲	مطالعه‌ی موردی جزایر استنلی
۱۰۴	مطالعه‌ی موردی جزایر پیر
۱۱۰	برنامه‌ی عملیاتی: اعتبار بخشی به گردشگری

بخش دوم: ارتقای سطح دانش جامعه: توسعه‌ی گردشگری

۱۱۹	فصل ۵: گردشگری جامعه‌محور در آسیا
۱۱۹	مقدمه
۱۲۱	اهمیت مشارکت جامعه‌ی محلی
۱۲۵	گردشگری جامعه‌محور در آسیا
۱۲۹	معیارهای موفقیت توسعه‌ی گردشگری جامعه‌محور
۱۳۲	گام‌هایی به سوی توسعه‌ی گردشگری جامعه‌محور
۱۳۵	درک چشم اندازهای جامعه‌ی محلی
۱۳۹	نتیجه‌گیری

فصل ۶: نمونه‌هایی از تکنیک‌های مؤثر برای تقویت درک جوامع محلی از گردشگری

۱۴۱	مقدمه
۱۴۴	نمایش: «یفای نقش»
۱۴۸	سفر میدانی
۱۵۴	طراحی: «گردشگر کیست؟»
۱۵۷	نتیجه‌گیری

فصل ۷: ابزارهایی برای تقویت ظرفیت جوامع محلی، به منظور ارزیابی انتقادی فعالیتهای

گردشگری..... ۱۵۹

..... ۱۵۹ مقدمه

درک جامعه‌ی محلی از گردشگر در فرایند گردشگری پایدار..... ۱۶۶

نقش تفسیر و بوم‌گردی در گردشگری پایدار..... ۱۷۰

ارزش‌های جامعه‌ی محلی، تفسیر و ظرفیت‌سازی جامعه‌ی محلی..... ۱۷۲

چارچوب و ابزارهای گردشگری پایدار: پیوند جامعه‌ی محلی به گردشگر..... ۱۷۴

بخش سوم: تقویت مشارکت جامعه‌ی محلی در توسعه‌ی گردشگری..... ۱۸۱

فصل ۸: همکاری برای توسعه‌ی گردشگری..... ۱۸۳

..... ۱۸۳ مقدمه

توجه جهانی به جوامع محلی..... ۱۸۴

پروژه‌ی "پرک آمازونیکو"..... ۱۸۷

روش‌ها..... ۱۹۰

سه طرح همکاری درزمینه‌ی بوم‌گردی..... ۱۹۱

جامعه‌ی محلی - سازمان مردم‌نهاد..... ۱۹۱

جامعه‌ی محلی - شرکت خصوصی..... ۱۹۲

فدراسیون - شرکت خصوصی..... ۱۹۳

گردهم آوردن رهبران محلی..... ۱۹۵

درس‌های آموخته‌شده..... ۱۹۷

چگونه ظرفیت‌سازی را تعریف می‌کنیم؟..... ۱۹۷

چه فرایندهایی را برای ظرفیت‌سازی جامعه‌ی محلی طی می‌کنیم؟..... ۱۹۹

با چه فرصت‌ها و مشکلاتی مواجه شده‌ایم؟..... ۲۰۱

اثرات اقتصادی..... ۲۰۴

اثرات فرهنگی..... ۲۰۴

اثرات زیست محیطی..... ۲۰۵

نتیجه‌گیری..... ۲۰۶

فصل ۹: تقویت مشارکت زنان در گردشگری..... ۲۰۹

..... ۲۰۹ مقدمه

زنان در مشاغل رسمی..... ۲۱۰

۲۱۱.....	چالش‌های پیش روی زنان در بخش رسمی.....
۲۱۱.....	نتایج مثبت اشتغال در بخش رسمی.....
۲۱۲.....	بخش غیررسمی.....
۲۱۳.....	سبدهایی در دلتای آکوانگو.....
۲۱۳.....	پروژه‌ی صنایع دستی وولاملو.....
۲۱۴.....	پروژه‌ی طراحی روی پارچه در جامبی، سوماترا، اندونزی.....
۲۱۵.....	عوامل کلیدی موفقیت پروژه‌ی طراحی روی پارچه.....
۲۱۶.....	چالش‌های پیش روی زنان در بخش غیررسمی.....
۲۱۶.....	نتیجه‌گیری.....
۲۱۹.....	فصل ۱۰. کارآفرینی و گردشگری روستایی: نقطه‌ی شروع.....
۲۱۹.....	مقدمه.....
۲۲۱.....	تعریف کارآفرینی.....
۲۲۲.....	ویژگی‌ها و انگیزه‌های کارآفرین.....
۲۲۳.....	تفکیک کارآفرینان گردشگری: تفاوت‌های مشروع یا تفکیک‌های نادرست؟.....
۲۲۴.....	گونه‌شناسی کارآفرینان گردشگری.....
۲۲۷.....	سنجش عرضه‌ی کارآفرینان گردشگری.....
۲۳۲.....	حمایت از کارآفرینان گردشگری.....
۲۳۴.....	فضای کارآفرینانه.....
۲۳۹.....	سنجش فضای کارآفرینی.....
۲۴۱.....	بهبود فضای کارآفرینی.....
۲۴۵.....	پیشنهادهایی برای برنامه‌های پژوهشی در زمینه‌ی کارآفرینی گردشگری.....
۲۴۹.....	فصل ۱۱: چشم‌اندازی از نحوه‌ی رهبری و مدیریت برای مدیران و کارآفرینان گردشگری منطقه‌ای.....
۲۴۹.....	مقدمه.....
۲۵۰.....	ابزارهای توسعه‌ی رهبری.....
۲۵۳.....	رهبری و مربیگری در بخش گردشگری.....
۲۵۵.....	وضعیت مقصد.....
۲۵۵.....	روش‌شناسی.....
۲۵۶.....	نمونه‌ی آماری.....
۲۵۶.....	کارگاه.....
۲۵۸.....	نتایج به‌دست‌آمده از ارزیابی کارگاه.....

نتایج به‌دست آمده از جلسات هدایت رودررو.....	۲۶۲
توصیه‌های کاربردی برای استفاده از تکنیک‌های مربیگری در گردشگری.....	۲۶۶
فصل ۱۲: ظرفیت‌سازی از طریق همکاری.....	۲۶۹
مقدمه.....	۲۶۹
موضوعات کلیدی برگرفته‌شده از پیشینه‌ی توسعه‌ی منطقه‌ای.....	۲۷۲
تفکر سیستمی.....	۲۷۴
خوشه‌سازی صنعتی.....	۲۷۵
مبنایی برای رفتار.....	۲۷۶
افزایش مهارت‌های تسهیل، پروژه.....	۲۷۶
ترکیب سرمایه‌ی اجتماعی و اقتصادی.....	۲۷۷
حفظ مزیت رقابتی.....	۲۷۹
حاکمیت خوب، نه دولت خوب.....	۲۸۰
همکاری.....	۲۸۱
توصیه‌های عملی برای ظرفیت‌سازی محلی.....	۲۸۲
درک روابط موجود میان افراد در یک گروه کوچک.....	۲۸۴
توجه به حفاظت از گروه.....	۲۸۴
حفظ شبکه‌ی ارتباطی (داخلی).....	۲۸۵
مدیریت شبکه‌ی ارتباطات خارجی.....	۲۸۵
استفاده از آنچه از قبل در محل موجود است.....	۲۸۶
یادگیری از طریق انجام دادن.....	۲۸۶
تفکر.....	۲۸۷
ارتباط با توسعه‌ی گردشگری محلی.....	۲۸۷
گام بعدی؟.....	۲۸۸
نتیجه‌گیری: ظرفیت‌سازی برای توسعه‌ی گردشگری.....	۲۹۱
مقدمه.....	۲۹۱
موضوعات کلیدی در درک ظرفیت اجتماعی برای توسعه‌ی گردشگری.....	۲۹۳
رویکردهای جدید در برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری.....	۲۹۸
به‌سوی پنجمین بستر برای مدیریت گردشگری.....	۳۰۲

جیانا ماسکاردو^۱

دانشکده‌ی کسب‌وکار، دانشگاه جیمز کوک، استرالیا^۲

چگونه می‌توانیم فرایند توسعه‌ی گردشگری را بهبود بخشیم و فواید آن را برای مقصدهای گردشگری در مناطق مختلف در حال توسعه، روستایی و یا حاشیه‌نشین افزایش دهیم؟ این پرسشی است که کتاب در دستجوی پاسخی برای آن است. تمامی مقالات موجود در این کتاب در تلاش برای بهبود درک ما از رویدادهای درون جوامع محلی (زمانی که به گردشگری به‌عنوان یک راهبرد توسعه روی می‌آورند و یا در معرض آن قرار می‌گیرند) سامان یافته‌اند. به نظر می‌رسد تمامی مقالات این کتاب سعی دارند تا از این درک برای بهسازی فرایند برنامه‌ریزی و توسعه استفاده کنند. نمونه‌ای که منجر به نتایج بهتری برای ساکنان این مناطق شود. در ایده‌آل‌ترین شرایط ممکن، محو ضللی کتاب این موضوع است که در یک جامعه، پیش از آن‌که برنامه‌ای در راستای توسعه‌ی گردشگری در آن منطقه آغاز شود چه اتفاقی می‌افتد، یا باید بیفتد. چندین بخش از این کتاب به ارائه‌ی توصیه‌ها و مثال‌هایی برای جوامعی می‌پردازد که در آن‌ها گردشگری به‌صورت محدودی توسعه یافته و یا منطقه اساساً فاقد گردشگری است. درواقع، انگیزه‌ی اتخاذ بسیاری از تصمیمات در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری، افزایش حضور گردشگران در یک جامعه و یا افزایش آگاهی از اثرات گردشگری موجود در منطقه است. در نتیجه، بیشتر موضوعاتی که در این کتاب به آن‌ها پرداخته شده بر اساس مطالعات صورت گرفته بر روی جوامعی است که تا حدودی گردشگری در آنان توسعه یافته است، هرچند که در بیشتر موارد این میزان توسعه ناچیز برآورد شده است.

بدون در نظر گرفتن میزان توسعه‌ی گردشگری، موضوعی که در میان تمام مقالات این کتاب مشترک است چالش‌های پیش روی مناطق روستایی، دورافتاده و یا حاشیه‌نشینی است

که گزینه‌های توسعه در آنها اندک و ظرفیت آنها نیز غالباً محدود است. این کتاب شامل موارد و مثال‌هایی از مناطق، از جمله جوامع بومی در استرالیا (فصل‌های ۲ و ۴)، مقصدهای منطقه‌ای در آسیا (فصل ۵)، مقصدهای نوظهور در آفریقا (فصل‌های ۶ و ۹)، مناطق دورافتاده در آمریکای جنوبی (فصل ۸)، کشورهای جنوب اقیانوس آرام (فصل ۴) و مقصدها و دیگر بخش‌های گردشگری کمتر توسعه‌یافته در ایالات متحده‌ی آمریکا و استرالیا (فصل‌های ۱۰ و ۱۱) می‌شود. اگرچه بیشتر شواهد ارائه‌شده در این کتاب از مناطق حاشیه‌نشین و روستایی هستند، با این حال بسیاری از درس‌های آموخته‌شده در این باره را می‌توان به هر مقصد نوظهور یا قدیمی که توسعه‌ی گردشگری در آن با مشکلاتی، درزمینه‌ی اثرگذاری بر ساکنان جوامع محلی، مواجه شده است به کار گرفت.

علاوه بر نوع منطقه جغرافیایی، این کتاب از نویسندگان مختلفی نیز بهره برده است. مقالاتی در این کتاب وجود دارد که محققان دانشگاهی آنها را نوشته‌اند؛ این مقالات بر مرور ادبیات و ارزیابی سیاست‌ها و تعدادی از مطالعات موردی تمرکز دارد (به عنوان مثال، فصل‌های ۲، ۳، ۹ و ۱۰). علاوه بر این، مقالاتی هم فعالان دانشگاهی ارائه کرده‌اند که مثال‌ها و ارزیابی‌هایی از برنامه‌هایی که در آن مشارکت داشته‌اند در آنها آورده شده است (مثلاً فصل‌های ۶، ۷، ۸ و ۱۱) و نیز در برخی از فصل‌ها، صفاً به تجربیات کسب‌شده از کارهای عملی در این مناطق پرداخته شده است (مانند فصل ۳). شایان ذکر است ۱۱ نفر از ۱۳ نویسنده‌ی این کتاب، زن هستند، امری که عموماً در پژوهش‌های دانشگاهی غیرمعمول است و در عین حال، اهمیت تنوع دیدگاه‌ها در هر فعالیتی، درزمینه‌ی سیاست‌یابی به توسعه‌ی پایدار، را نشان می‌دهد.

این کتاب درباره‌ی جوامع مقصد (که به آنها جوامع میزبان و یا ساکنان مقصد نیز گفته می‌شود) نوشته شده است. به رغم استفاده از نام‌های گوناگون، به نظر می‌رسد تمامی محققان در این کتاب از تعریفی واحد در مورد جامعه‌ی مقصد استفاده می‌کنند. این تعریف عبارت است از: تمامی افراد و نهادهای عمومی و خصوصی که به‌طور بالقوه تحت تأثیر پی‌آمدهای مثبت یا منفی توسعه‌ی گردشگری در چارچوب مرزهای یک مقصد قرار می‌گیرند (سینگ و همکاران، ۲۰۰۳؛ ۹).

در تمامی فصل‌های این کتاب، ترکیبی از پژوهش و مطالعات موردی ارائه می‌شود که به بررسی شکاف‌های موجود در دانش و سایر جنبه‌های ظرفیت‌سازی درخصوص مدیریت بهتر توسعه‌ی گردشگری و کسب منفعت از آن می‌پردازند. هدف از گردآوری مقالات این کتاب جمع‌آوری شواهد و مثال‌هایی درزمینه‌ی چگونگی ایجاد و تقویت ظرفیت گردشگری در جوامع است. این مطالعات همچنین ابزارهایی برای اجرای روش‌ها نیز فراهم می‌کند. از جمله‌ی این ابزارها، مراحل پیمانه‌ای برای ظرفیت‌سازی در سطح محلی و همچنین ارائه‌ی مدل، چارچوب و درس‌هایی است که افراد فعال در موقعیت‌های حقیقی در توسعه‌ی گردشگری گرفته شده است. فصل ۱ نیاز به وجود مدلی مانند کتاب حاضر را، که به بررسی انتقادی استفاده از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای توسعه می‌پردازد، نشان می‌دهد. با مروری بر ادبیات موضوع و همچنین بررسی نمونه‌های موجود در مطالعات موردی درزمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری در سراسر دنیا، شواهد نشان می‌دهد مانع شده بر سر راه استفاده‌ی مؤثر از گردشگری، به‌عنوان یک راهبرد توسعه، توجه ناکافی به ظرفیت‌سازی یا آماده‌سازی جامعه برای توسعه است. این بخش از فرایند توسعه‌ی گردشگری توسط تعداد اندکی از صاحب‌نظران مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (بورک و لالوف، ۱۹۹۶؛ رید و همکاران، ۲۰۰۴) و نتایج همان مطالعات اندک نیز همسو با نتایجی است که در پژوهش‌های پیشین در زمینه‌ی آمادگی یا ایجاد ظرفیت در جامعه برای توسعه در سایر حوزه‌ها، مانند بهداشت (اسلیتر و همکاران، ۲۰۰۵) و کشاورزی (بکر، ۲۰۰۱)، مطرح شده است.

پیشینه‌ی گسترده‌ی موجود درزمینه‌ی آماده‌سازی جامعه برای مشارکت در توسعه، برخی از جنبه‌های کلیدی ظرفیت اجتماعی را که لازمه‌ی موفقیت در توسعه‌ی دیگر بخش‌ها نیز هست برجسته می‌سازد. برخی از این جنبه‌ها عبارت‌اند از: برنامه‌ها و فعالیت‌های کنونی توسعه، میزان دانش جامعه از این فعالیت‌ها، وجود رهبری، دانش انباشته یک جامعه از یک بخش توسعه و وجود منابع یا سرمایه‌ها (اسلیتر و همکاران، ۲۰۰۵). موضوعات رهبری، منابع و درک جامعه از گردشگری به‌طور خاص برای توسعه‌ی گردشگری حائز اهمیت تشخیص داده شده‌اند (بورک و لالوف، ۱۹۹۶؛ رید و همکاران، ۲۰۰۴). تحلیل مطالعات موردی در فصل ۱ همه‌ی این موارد و همچنین مجموعه‌ای از شکاف‌ها در دانش کنونی را، که مختص توسعه‌ی

گردشگری هستند، دربرمی‌گیرد. برخی از شکاف‌های موجود در دانش و ادبیات در این حوزه عبارت‌اند از: درک محدود از فرایندهایی که به اثرات مختلف گردشگری منتج می‌شوند، مطالعات ناکافی درباره‌ی کارآمدی رویکردهای مختلف برای افزایش دانش و آگاهی جامعه از گردشگری و کمبود شواهد کافی که از سازوکارهای موجود برای افزایش مشارکت اجتماعی حمایت می‌کنند. فصل‌های بعدی این کتاب به سه بخش تقسیم شده است که با این سه شکاف مطابقت دارند: افزایش دانش درزمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری و اثرات آن؛ افزایش دانش جامعه در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری؛ بهبود و افزایش مشارکت اجتماعی در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری.

افزایش دانش در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری و اثرات آن

در بیشتر موارد دولت‌ها و سایر نهادهای فعال در توسعه، گردشگری را، به دلیل اثرات مثبت بالقوه‌ی آن، انتخاب حمایت می‌کنند. سیاست‌ها و راهبردهای گوناگونی برای حمایت از این اثرات مثبت و کنترل باخلاف پیامدهای منفی احتمالی به کار گرفته می‌شود. چنین سیاست‌هایی بر فرضیاتی استوارند که اثرات مثبت گردشگری را افزایش می‌دهند. در مقالات موجود در قسمت اول، به بررسی انتقادی آنچه درباره‌ی این فرضیات و فرایندها می‌دانیم پرداخته می‌شود. در فصل ۲، تمرکز بر درک فرایندهای مربوط به اثرات اقتصادی است و برخی از راهبردهای بالقوه برای تقویت اثرات مثبت مالی گردشگری برای جوامع مورد بحث قرار گرفته است. در فصل ۳، رونق مشابه صورت گرفته و چارچوبی برای درک و کسب منفعت از اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری فراهم شده است. فصل ۴ دیدگاهی متفاوت را درپیش می‌گیرد و بر این موضوع متمرکز می‌شود که چگونه فعالان گردشگری می‌توانند با جوامع، برای بهبود و افزایش آگاهی و درک ساکنان یک منطقه از اثرات گردشگری، همکاری کنند. در این فصل همچنین پیشنهادهایی برای گنجاندن این فعالیت‌ها در شاخص‌های توسعه‌ی پایدار و طرح‌های اعتباربخشی مطرح شده و در نتیجه، آگاهی جامعه از اثرات گردشگری، به عنوان عنصری اساسی در رویکردهای توسعه‌ی پایدار، مطرح می‌شود.

افزایش دانش جامعه در زمینه توسعه گردشگری

اهمیت آگاهی و درک جامعه از گردشگری و پیامدهای بالقوه‌ی آن موضوعی است که بارها در این کتاب به آن پرداخته شده است. در فصل ۱، مشکل فقدان تجربه و درک کافی از گردشگری، به عنوان پایه و اساس موانع دیگر در زمینه توسعه پایدار گردشگری، مطرح می‌شود. همچنین ارتباط مستقیم بین درک محدود از گردشگری و موانع موجود بر سر راه مشارکت اجتماعی در گردشگری نیز تشریح می‌شود. این موضوع، محور اصلی بخش ۲ و فصل ۱۵ است، فصلی که در آن مفهوم گردشگری جامعه محور در چند بستر در آسیا مورد بررسی قرار می‌گیرد. در فصل‌های ۶ و ۷ این موضوع بیشتر مورد بررسی قرار می‌گیرد و نگرش‌های متفاوت در زمینه راه‌های عملی برای همکاری با ساکنان مقصد، ارائه می‌شود.

ارتقای مشارکت اجتماعی در توسعه گردشگری

در حالی که ممکن است استدلال شود افزایش دانش اجتماعی در زمینه گردشگری پیش شرط اصلی برای تقویت مشارکت اجتماعی در توسعه گردشگری است، با این حال می‌توان این عامل را به عنوان شرط لازم و نه کافی برای ارتقای ظرفیت جامعه برای توسعه گردشگری معرفی کرد. عوامل مهم دیگری نیز وجود دارد که عبارتند از: استفاده از همکاری‌های مؤثر، به منظور ارتقای شکل‌های مختلف سرمایه‌ی موجود برای توسعه (فصل ۸)، نیاز به کار و تعامل با زنان به عنوان یک گروه خاص، به منظور ارتقای استانداردهای زندگی ساکنان در بسیاری از مناطق (فصل ۹)، شناسایی کارآفرینان و همکاری با آنها و حمایت از آنان (فصل ۱۰) و نیاز به یافتن راه‌هایی برای تربیت اثربخش رهبران گردشگری (فصل ۱۱). فصل آخر در بخش ۳ دیدگاهی کاملاً متفاوت درباره‌ی ظرفیت اجتماعی ارائه می‌دهد و مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و مراحل پیشنهادی را، که از پژوهش‌ها و کارهای عملی در حوزه‌ی وسیع‌تر توسعه منطقه‌ای استخراج شده‌اند، پیشنهاد می‌دهد.

سرانجام فصل ۱۲ به شناسایی و توضیح پنج موضوع مهم می‌پردازد که در تمام بخش‌ها و فصل‌ها مطرح شده است. این پنج موضوع عبارتند از:

■ ظرفیت اجتماعی برای توسعه‌ی گردشگری همان ظرفیت اجتماعی برای توسعه‌ی

کلی است؛

■ نیاز به درک بهتر فرایندهای ایجادکننده‌ی اثرات گردشگری احساس می‌شود؛

■ درحالی‌که گردشگری و طبیعت‌گردی مبتنی بر جامعه عموماً به آن میزان که

پیش‌تر وعده داده شده اثربخش یا پایدار نبوده‌اند، اما هنوز هم دارای بیشترین

ظرفیت در بسیاری از مناطق هستند؛

■ تولید دانش و مدیریت توسعه‌ی گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار است؛

■ سرمایه‌ی اجتماعی نقشی اساسی در ظرفیت اجتماعی و توسعه‌ی پایدار دارد.