

# الگوی دیده بانی توسعه پایدار استانی

## گزاره برگ گفتمان سیاستی سوم: گردشگری و توسعه پایدار استان

سازمان برنامه و بودجه استان قزوین و موسسه ملی تحقیقات سلامت جمهوری اسلامی ایران، ایستگاه تحقیقات سلامت قزوین

### این گزاره برگ به چه سوالاتی جواب می دهد؟

• گردشگری با توسعه پایدار چه ارتباطی دارند؟

• چالش ها و راهکارهای توسعه گردشگری استان قزوین چیست؟



سازمان جهانی گردشگری با توجه به تمامی تعاریف گردشگری که تا قبل از سال ۱۹۹۴ ارائه شده بودند در سال ۱۹۹۵ یک تعریف نهایی منتشر کرد: مجموعه فعالیتهای فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذرانیدن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی شود. براین اساس کسانی که شامل این تعریف می شوند نیز گردشگر نامیده می شوند.

واژه توریسم از کلمه تور (tour) به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین turns به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد که از طریق زبان های فرانسه و انگلیسی به فارسی

راه یافته است. معادل فارسی آن گردشگری است. اصطلاحات «توریسم» و «توریست» اولین بار در سال ۱۹۳۷ توسط جامعه ملل مورد استفاده قرار گرفتند. گردشگری به سفر به خارج از کشور و با مدت زمان بیش از ۲۴ ساعت اطلاق می شود.

**در ایران** با دقت در سفرنامه هایی که به جای مانده به این نتیجه می رسیم که آنچه از قرن نهم تا قرن چهاردهم میلادی وجود دارد، گردشگری توسط مردمانی است که از منطقه ی جغرافیایی ایران پیش از دوره ی اسلامی است به کشورهای خاورمیانه و خاور دور، مانند: ژاپن و اروپا سفر می کردند. از قرن پانزدهم به بعد، به ویژه در قرن هفدهم می بینیم که جریان گردشگری به طور دقیق به عکس جریان یافته است. جهانگردان مهم را غربیان تشکیل می دهند که به سرزمینهای شرق روی آورده و گزارشهای گوناگونی از آداب، میراث فرهنگی، شیوه های حکومتی، اجناس و محصولات شهرهای اسلامی داده اند و خبری از جهانگردان مسلمان نیست یا اگر رحله هائی وجود دارد، در محدوده سفر حج و از منطقه های اسلامی به منطقه های دیگر است.

ایرانی ها پس از آلمانی ها و گرجی ها، سومین کشور «صادرکننده گردشگر» به آسیای صغیر شمرده می شوند. پس از ترکیه، کشورهای حاشیه خلیج فارس قرار دارند که به دلیل نزدیکی و ارزان بودن مسافرت، مورد توجه گردشگران ایرانی قرار می گیرند. این کشورهای کم وسعت توانسته اند به حدی در صنعت گردشگری موفق شوند که رقم حضور ایرانیان در این کشورها، سالانه بیش از ۷۰۰ هزار نفر، برآورد می شود.

سازمان جهانی جهانگردی **گردشگری پایدار** را اینگونه تعریف می کند «گردشگری ای پایدار است که همزمان با حفظ و افزایش فرصتها برای آینده نیازهای مناطق میزبان و گردشگران حاضر در آن منطقه را فراهم کند. در واقع مدیریت منابع و توسعه گردشگری باید بصورتی انجام گیرد که در کنار تأمین نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیباشناختی تمامیت فرهنگی، فرایندهای ضروری زیست محیطی، تنوع زیستی و سیستمهای بقا حفظ گردند.» با توجه به این بیانیه و تعریف، اصول و مبانی زیر برای توسعه گردشگری مطرح می گردد:

■ طبیعت، تاریخ، فرهنگ و منابع دیگر جهت استفاده دائم در آینده برای گردشگری حفظ شده اند که منافی را نیز برای جامعه امروز به همراه دارند.

■ توسعه گردشگری، برنامه ریزی و مدیریت شود تا مشکلات فرهنگی، اجتماعی یا زیست محیطی جدی در منطقه ایجاد نکند.

■ در صورت نیاز، کیفیت کلی زیست محیطی منطقه گردشگری حفظ و وضع آن بهبود یابد.

### حداقل سودمندی های گردشگری افزایش درآمد و ایجاد اشتغال است:

وقتی گردشگران به کشوری وارد می شوند الزاماً باید هزینه هایی را در آن کشور بپردازند مثل هزینه خوراک و محل اقامت، هتل، مهمانخانه، هزینه تفریحات، هزینه های حمل و نقل، هزینه گشتها، تورها، و همچنین پولی که بابت خرید سوغاتی و کالای بومی کشور میزبان می پردازند و هزینه ورود به موزه یا مکان دیدنی این هزینه ها از طریق ارزی که وارد کشور میزبان می کنند باعث رونق اقتصادی کشور میزبان می شوند به **گردشگران صادرات نامرئی** هم می گویند.

با توسعه فعالیتهای گردشگری زمینه برای ایجاد اشتغال فراهم می شود و این امر برای کشورهایی که با جمعیت جوان و متقاضی روبه رو هستند بسیار مفید است از هر **ده نفر گردشگر که وارد کشور میزبان می شود یک فرصت شغلی** ایجاد می گردد.

سازمان گردشگری جهانی (UNWTO) پیش بینی می کند که گردشگری بین المللی با نرخ رشد ۴٪ به کار خود ادامه دهد و اروپا تا سال ۲۰۲۰ همچنان جزء پرجاذبه ترین مناطق گردشگری جهان خواهد ماند ولی سهم این قاره از ۶۰ درصد در سال ۱۹۹۵ به ۴۶ درصد کاهش خواهد یافت. این در حالی است که روند مسافرت های دور اندکی بیشتر از مسافرت های داخلی خواهد بود و از ۱۸ درصد در سال ۱۹۹۵ به ۲۴ درصد در سال ۲۰۲۰ افزایش خواهد یافت. از زمانی که تجارت الکترونیکی در اینترنت رونق گرفته، محصولات گردشگری از جمله پر معامله ترین اقلام مورد تجارت بوده اند. این محصولات یا سرویس ها با نرخ مناسب در شبکه عرضه می شوند. عرضه کنندگان خدمات گردشگری (سفرها، هتل ها، خطوط هواپیمایی و غیره) فروش اینترنتی را در دستور کار خود قرار داده اند و بدین ترتیب تا حد زیادی دست واسطه ها کوتاه شده است. انتظار می رود در زمینه سفرهای فضایی طی ربع اول قرن بیست و یکم پیشرفت چشمگیری حاصل شود اگر چه در مقایسه با مراکز سنتی، آمار گردشگران این بخش قابل توجه نخواهد بود مگر این که تکنولوژی هایی چون سیستم های حمل به فضا پیشرفت کنند و ارزان تمام شوند. پیشرفت های تکنولوژیکی

می‌تواند هتل‌های فضایی را ممکن نمایند و مثلاً هواپیماهای خورشیدی یا فضاپیماهای بزرگ را عرضه کنند. هتل‌های زیر آبی مثل هیدروپلیس هم که انتظار می‌رود در سال ۲۰۰۶ در دبی ساخته شود به این مجموعه اضافه خواهند شد. در اقیانوس نیز گردشگران مورد استقبال کشتی‌های گشتی بسیار بزرگ و بی‌نظیر و شاید هم شهرهای شناور قرار خواهند گرفت. برخی آینده‌گراها انتظار دارند هتل‌های سیار و پایه‌داری ساخته شوند که بتوانند به طور موقت در هر جای کره زمین نصب شوند و هر جا که ساخت هتل‌ها از نظر سیاسی اقتصادی یا بنا به ملاحظات زیست‌محیطی قابل قبول نباشد از آن‌ها استفاده کنند.

همچنین تغییراتی در سبک زندگی ایجاد شده که تعاریف فعلی توریسم رازیر سؤال برده‌اند. برخی مردم (به‌ویژه افرادی بالای سن ۴۵ سالگی و بازنشستگان) به سراغ توریسم رفته و بعضاً تمام سال را با این تورها می‌گذرانند. هفته‌ای چند بار در خارج از منزل غذا می‌خورند به تئاتر می‌روند، به گشت و گذارهای روزانه می‌پردازند و در سال نیز چند بار مسافرت می‌کنند. توریسم پایدار با وقوف مردم نسبت به اثرات چشمگیر این صنعت بر جوامع شهرت بیشتری پیدا می‌کند. توریسم در حال حاضر در کشورهای در حال توسعه روبه رشد نهاده و به‌ویژه در فعالیت‌های اقتصادی آنها اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد و از عناصر اصلی درآمد ناخالص ملی محسوب می‌شود. انواعی از مهمترین گردشگری‌ها به شرح زیر است:

**گردشگری تاریخی:** به نوعی از گردشگری برای بازدید از مناطق باستانی مانند موزه‌ها و سایت موزه اطلاق می‌شود. این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می‌شود و به بازدید از موزه‌ها، مکان‌ها و ابنیه تاریخی می‌پردازد، امروزه بخش عمده‌ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران ابنیه با ارزش تاریخی (یک میلیون و دویست) در این زمینه می‌تواند بسیار موفق باشد.

**گردشگری مجازی:** گردشگری مجازی (e-tourism) مقوله جالبی است که حداکثر دو دهه از پدید آمدن آن نمی‌گذرد. گردشگری مجازی، حضور در سرزمین دیجیتال وب و مشاهده داده‌های صوتی، متنی و تصویری از دنیای فیزیکی پیرامون ما است. دور دنیا با یک کلیک، آرزویی بود که امروزه از مرحله واقعیت به حقیقتی غیرقابل انکار مبدل شده است

**گردشگری درمانی:** گردشگر درمانی هم همیشه وجود داشته ولی تا قبل از قرن هجدهم اهمیت چندانی برای آن قائل نبودند. امروزه برخی کشورهای پیشرفته در زمینه بهداشت و درمان، اقدام به توسعه شهرک‌های گردشگری درمانی در کشورهای خود نموده‌اند تا بیمارانی که نیاز به عمل‌های جراحی دارند که هزینه این اقدامات در آن کشورها بسیار بالا بوده یا تحت بیمه‌های درمانی قرار ندارند، تصمیم به درمان خود در کشورهای میزبان گردشگران درمانی نمایند که این کشورها به دلیل حضور بلندمدت بیماران در مراکز درمانی به علت طولانی شدن مدت بهبودی، درآمد قابل توجهی از این طریق کسب می‌کنند. کشور کره جنوبی، با جذب ۱۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ (میلادی) از این طریق، در جهان، رکورددار است.

**گردشگری تفریحی:** سفر تفریحی از ابداعات انگلستان بود و ریشه در عوامل جامعه شناختی داشت. بریتانیا نخستین کشور اروپایی بود که انقلاب صنعتی را آغاز نمود و جامعه صنعتی نخستین جامعه‌ای بود که فرصت تفریح را برای تعداد روزافزونی از مردم فراهم می‌آورد. در شروع کار این تفریحات برای طبقه کارگری ممکن نبود بلکه صاحبان ماشین تولید مالکین کارخانجات و تجار و اقتصادمدارها از این فرصت بهره‌مند بودند.

**گردشگری زمستانی:** ورزش‌های زمستانی در بدو امر در روستاهای زرمات، والایس و سنت موریتس سوئیس در سال ۱۸۶۴ مطرح و معرفی شده‌اند. ورزش‌های زمستانی پاسخ طبیعی به نیاز کلاس خاصی به تفریح در سردترین فصل سال بود. برخی معتقدند، مناطقی زیادی در ایران مانند لرستان ظرفیت مناسبی برای توسعه گردشگری زمستانی دارند.

**بحث گروهی گفتمان سیاستی با حضور مسئولان اداره کل سازمان گردشگری استان قزوین، دبیرخانه دیده بان توسعه پایدار استان، سمن های فعال در حوزه گردشگری استان و ایستگاه تحقیقات سلامت قزوین نتایج زیر را در بر داشت:**

«گردشگری صنعتی خصوصی است که در سطح ملی و استانی راهبرد ندارد. مطابق گزارش سازمان تجارت جهانی میزان سرمایه‌گذاری ایران کمتر از یک و نیم درصد است. متأسفانه تدبیری برای گردشگری نداریم، بانک‌ها چه سرمایه‌گذاری کرده‌اند؟ مطابق فرمایشات مقام معظم رهبری تا ۱۴۰۴ باید به ۲۰ میلیون نفر گردشگر در سال برسیم. آموزش در زمینه گردشگری برای دانش‌آموزان ضروری است اما قبل از آموزش مردم باید به مدیران آموزش بدهیم. فرمانداران و بخشداران لازم است در این زمینه آموزش داده شوند. پسماندهای موجود در مکان‌های اکوتوریسم را باید سامان داد. مسئولان در فشارهای اجتماعی به محیط زیست آسیب می‌زنند. در استان فاقد یک حاکمیت قوی برای توسعه گردشگری هستیم. از دو بازوی همکاری بین بخشی و مشارکت مردم باید برای حوزه گردشگری استفاده کنیم.

گردشگری زیر ساخت تردد می‌خواهد. شهر را باید ببریم به سمت گردشگری که پذیرای مهمان باشد در حال حاضر قزوین مقصد نیست. تابلوها باید خوانا و انگلیسی باشد. محدوده گردشگری باید مشخص باشد استان قزوین یا قزوین؟ باغستان سنتی محل ورود گردشگران باشد. میزان تاب‌آوری سرزمین مهم است باید تحلیل ضعف و قوت و فرصت و تهدید برای کل قزوین داشته باشیم. آثار ثبت شده در قزوین کمتر از بقیه هست. بسته معرفی قزوین به مهمانان اداری تهیه شده است اما اکوتوریسم را باید گسترش داد البته میزان تاب‌آوری سرزمین مهم است. اصالت و کیفیت منحصر به فرد بودن مکان‌ها تعیین‌شود. در استان قزوین شکننده بودن محیط‌الموت و دریاچه‌اوان به خاطر افراد بومی است نه خود گردشگری. اگر گردشگری را در الموت جایگزین سایر فعالیت‌ها کنیم بهتر است. در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری باید حضور پیدا کنیم. در حوزه توریسم نیازمند مطالعات جامع هستیم و لازم است قوانین توریسم در سطح ملی مورد بازنگری قرار گیرد، فراموش نکنیم که سرمایه اجتماعی استان قزوین کم است و در چنین شرایطی توسعه گردشگری مشکل است اما می‌تواند بر افزایش سرمایه اجتماعی استان تأثیر مثبت بگذارد.

### نتیجه‌گیری: گردشگری در عمل روی هر سه ضلع توسعه پایدار اثر می‌گذارد:

- ضلع اجتماعی: گردشگری توسعه مهارت‌های اجتماعی را سبب شده و در ارتقای سلامت اجتماعی موثر است که نیاز روزافزون کشور ایران است
- ضلع اقتصادی: گردشگری تولید ثروت می‌کند که در حال حاضر از اولویت‌های اصلی دولت‌های ایران در دهه اخیر بوده است.
- ضلع محیط زیست: با توجه به تخریب محیط زیست ایران در دو دهه اخیر و سقوط شاخص‌های پایداری زیست محیطی گردشگری رویکردی در جهت توجه و محافظت از محیط زیست است.

استان قزوین از نظر توسعه گردشگری ظرفیت‌های مهمی را دارا می‌باشد و می‌تواند با تدوین و اجرای «برنامه توسعه گردشگری استان» از طریق آموزش مدیران، توسعه همکاری بین بخشی و مشارکت مردم در این زمینه‌الگویی برای سایر استان‌ها باشد.