

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۹، زمستان ۱۳۹۲

وصول مقاله: ۱۳۹۲/۱/۲۸

تأیید نهایی: ۱۳۹۲/۷/۲۹

صفحات: ۲۸ - ۱۵

تدوین حوزه‌های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از تطبیق تئوریک و کاربردی مدل‌های چرخه حیات مقصد^۱ و شاخص رنجش داکسی^۲ مورد شناسی: مصر، فرحزاد، محمدآباد کوره گز؛ ابوزیدآباد، بند ریگ و عشین، ریگ جن، جندق

دکتر محمود ضیایی^۳، محمود حسن پور^۴

چکیده

مدل چرخه حیات مقصد گردشگری باتلر، مراحل مختلفی را برای سیر تحول مقاصد قائل است. مقاصد گردشگری بر اساس جایگاهی که در چرخه حیات خود دارند واجد ویژگی‌هایی هستند که باید در فرایند برنامه‌ریزی راهبردی مورد توجه قرار گیرند. در کنار مدل باتلر، مدل شاخص رنجش داکسی نیز با ارائه مراحل مختلف، عکس‌العمل‌های رفتاری و نگرشی خاصی را برای مقاصد تعریف نموده است. نگارندگان این مقاله با ارائه ماتریسی ترکیبی و یکپارچه، امکان بررسی کیفی محیط فیزیکی، اجتماعی و فرهنگی مقاصد را فراهم ساخته و از سوی دیگر، با ترکیب این ابزارها، زمینه پیش‌بینی رفتارها و برخوردهای جامعه محلی را در مقابل تغییرات احتمالی و روند رشد گردشگری و همچنین امکان تدوین حوزه‌های راهبردی توسعه گردشگری مقاصد گردشگری را میسر نموده‌اند. برای دستیابی به این مهم، چهار گام مشخص طی شده است: ۱- شناخت وضع موجود ۲- تجزیه و تحلیل ۳- سنتز و تلفیق ۴- ارائه حوزه‌های راهبردی و اولویت‌بندی آنها. نتایج بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که اولویت و ترکیب حوزه‌های راهبردی در مراحل مختلف متفاوت است، به طوری که نمونه‌های مورد مطالعه مصر- فرحزاد- محمدآباد کوره گز، عشین- ریگ جن- جندق و ابوزیدآباد- بند ریگ با توجه به ویژگی‌ها و تطابق آن با ویژگی‌های مدل‌ها به ترتیب در ابتدای مرحله رشد، اکتشاف و مشارکت (طبق مدل چرخه حیات مقصد) و مرحله بی‌تفاوتی و علاقه‌مندی (طبق مدل شاخص رنجش داکسی) قرار دارد که متناسب با شرایط آنها، حوزه‌های راهبردی مورد نیاز تعریف شده است.

کلید واژگان: مدل چرخه حیات ناحیه مقصد باتلر، مدل شاخص رنجش داکسی، راهبرد توسعه مقصد.

^۱ . Product Area life cycle (PALC)

^۲ . Doxey's Irridex Model

mahmodziaeo@yahoo.com

m.hasanpour@umz.ac.ir

^۳ - جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، عضو هیات علمی گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی

^۴ - عضو هیات علمی گروه مدیریت جهانگردی دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران (نویسنده مسؤل)

مقدمه

امروزه حاکمیت تفکر راهبردی بر طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری به منظور رعایت پایداری منابع و سرمایه‌های منطقه، تخصیص بهینه منابع و توان مقصد، اولویت‌بندی نیازهای توسعه و همچنین کنترل بهینه برنامه‌ها امری پذیرفته شده است. آنچه نظام و ابعاد برنامه‌ریزی راهبردی را در مقاصد گردشگری تعریف می‌نماید، ویژگی‌های منطقه از نظر منابع، جاذبه‌ها، زیرساخت‌ها و تسهیلات و خدمات، عوامل سازمانی (عناصر عرضه) و همچنین شرایط و ویژگی‌های بازارهای موجود و بالقوه است. با بررسی مطالعات صورت گرفته می‌توان گفت که رابطه دو سویه‌ای میان عرضه و تقاضای گردشگری وجود دارد یا به عبارتی دیگر، تقاضای موجود مناطق و نرخ رشد آن بر منابع عرضه و میزان به کارگیری آنها تاثیر می‌گذارد و سطح توسعه در منابع عرضه و همچنین رقابت‌پذیری مقاصد نیز بر بازارهای آتی مؤثر است. در این میان تدوین و ترکیب راهبردهایی پویا، جامع و اثربخش و اولویت‌بندی آنها، به دلیل محدودیت منابع و ضرورت توجه به مسائل مختلف - در مقاطع زمانی مختلف - مدیریت مقاصد را بهینه‌تر خواهد ساخت که این مهم با توجه به ویژگی‌های منطقه از نظر منابع گردشگری، حجم و نوع گردشگران، نگرش جامعه محلی و امکانات و خدمات موجود، به عنوان عوامل تعیین‌کننده راهبردهای توسعه مقاصد صورت خواهد پذیرفت.

در این خصوص مدل‌های مختلفی برای بررسی ویژگی‌های مقاصد از نظر عرضه و تقاضا و نگرش جامعه محلی ارائه شده است که از آن جمله می‌توان به مدل چرخه حیات مقصد باتلر و مدل شاخص رنجش داکسی اشاره نمود که از نظر تئوریک و عملی بسیار مورد توجه می‌باشند. تطبیق این دو مدل و شناسایی ویژگی‌های آنها در مقاصد گردشگری، راهی در جهت تدوین، ترکیب و اولویت‌بندی حوزه‌های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری خواهد بود، اما عموماً استفاده از این مدل‌ها در قالب روش‌های کمی و استفاده از

داده‌های آماری، سری‌های زمانی و اعداد و ارقام پیچیده صورت می‌گیرد؛ در حالی که در این مقاله تلاش شده است تا با شناسایی ویژگی‌های کیفی (متغیرها) هر مرحله، جایگاه مقاصد را در مدل‌های مذکور مشخص و متناسب با آنها، حوزه‌های راهبردی کلان توسعه گردشگری را تعیین و اولویت بندی نماید.

تکامل تاریخی و تبیین مدل چرخه حیات مقصد باتلر و مدل شاخص رنجش داکسی

چهارچوب مفهومی چرخه حیات مدتهاست که به عنوان مدلی مفهومی و کاربردی مورد توجه محققان مختلف قرار گرفته است. مفهوم چرخه حیات مقصد گردشگری در تئوری و عمل در حوزه برنامه‌ریزی گردشگری، بالاخص به عنوان یک چهارچوب مفهومی برای پیش‌بینی تغییرات در یک دوره بلند مدت و تدوین راهبردهای کاربردی زمین، توسعه اقتصادی و بازاریابی، پتانسیل‌های بالایی دارد (Getz, 1992: 759). در این زمینه مطالعات مختلفی (Gilbert, 1939: 24; Stansfield, 1978: 239; Young, 1983: 39) در دوره‌های مختلف به منظور بررسی و نمایش مراحل مختلف رشد مقاصد در قالب مفهوم چرخه حیات مقصد گردشگری صورت گرفته است. این مطالعات تا زمان ارائه مدل باتلر و نظر او مبنی بر این که «مقاصد به واسطه افزایش تعداد بازدیدکنندگان و حضور بیش از حد آنها (بیش از ظرفیت تحمل)، به سوی عدم جذابیت و کاهش توان رقابتی پیش می‌روند» و مطالعات بعدی در تکمیل مدل باتلر، ادامه یافته است (Smith, 1991: 192)، به طوری که لاجیوسکی^۱ ۴۶ تحقیق معتبر را که از مدل چرخه حیات مقصد استفاده نموده‌اند، مورد بررسی قرار داده است (Lagiewski, 2006: 29). این مطالعات به بررسی و تجزیه و تحلیل مدل بر اساس معیارها و روش‌های مختلف در مقاصد مختلف با دیدگاه‌های متنوع پرداخته‌اند. اما اولین بار مفهوم چرخه حیات

^۱. Lagiewski

جمله این مدل‌ها، شاخص رنجش داکسی است. Doxei (۱۹۷۵) در طی مطالعات خود به مدلی دست یافت که در آن به رفتارها و واکنش‌های جامعه محلی نسبت به گردشگران پرداخته است. طبق نظر داکسی جوامع چهار مرحله را در طی مواجهه با پدیده گردشگری طی می‌نمایند که به ترتیب عبارت‌اند از: خشنودی^۶، بی‌علاقگی^۷، رنجش^۸ و مخالفت^۹. در هر یک از مراحل مذکور، جوامع محلی بر اساس ویژگی‌ها و اثرات گردشگری عکس‌العمل‌های متفاوتی از خود بروز می‌دهند. مطالعات مختلف نشان می‌دهند که اثرات گردشگری با حرکت به سوی مراحل بالاتر از مدل چرخه حیات باتلر و شاخص رنجش داکسی افزایش می‌یابد (Courtney, 1999: 509; Lawson et al., 1998: 248; Ryan et al., 1998: 118). همچنین بر طبق یافته‌ها، رابطه مثبتی میان توسعه گردشگری و نگرش منفی جامعه محلی نسبت به گردشگران و گردشگری وجود دارد؛ نگرش منفی جامعه محلی در اثر افزایش اثرات منفی توسعه گردشگری، با حرکت به سمت مراحل بالای مدل افزایش می‌یابد (Smith, 1998: 786). در نتیجه می‌توان گفت که مدل‌های مذکور در نمایش تغییرات موجود و آتی جوامع در مقابل شرایط و ویژگی‌های محیط داخلی و خارجی منطقه بسیار مؤثر هستند. اغلب مقاصد بدون استفاده از داده‌های ناقص و پیچیده از نظر کمی (عددی) و صرفاً به شیوه‌ای کیفی از جایگاه خود در چرخه عمر مقصد گردشگری آگاه‌اند. Knowles (۱۹۹۶) با استفاده از هشت متغیر کیفی نرخ رشد بازار، رشد بالقوه، تنوع محصول، تعداد رقبای سهم بازار، وفاداری مشتریان، موانع ورود به بازار و سطح تکنولوژی جایگاه مقصد را در مدل چرخه عمر مقصد باتلر تعیین نمود. Cooper (۱۹۹۲) نیز با این هدف متغیرهایی کیفی مانند نرخ رشد، نسبت تکرار

گردشگری توسط Gilbert (۱۹۳۹) و Christaller (۱۹۶۴) مطرح گردید. آنها معتقد بودند مقاصد گردشگری در طی فرایند توسعه بقای خود، مراحل سه‌گانه اکتشاف، رشد و افول را با ویژگی‌ها و سطوح مختلف تجربه می‌کنند. Crompton و Hensarling (۱۹۷۸) مراحل چرخه حیات را به گونه‌ای متفاوت از محققان قبلی ارائه نمودند. آنها معتقد بودند مقاصد ابتدا وارد مرحله معرفی شده، سپس مراحل شتاب و بلوغ را طی می‌نمایند و در نهایت دچار افول می‌شوند. Butler (۱۹۸۰) این دیدگاه‌ها را تکامل بخشید و پنج مرحله اصلی را برای فرایند رشد مقاصد ارائه نمود که به ترتیب عبارتند از: اکتشاف^۱، مشارکت^۲، رشد (توسعه)^۳، بلوغ (تثبیت)^۴ و رکود^۵. بر اساس عکس-العملی که مدیران مقاصد گردشگری نسبت به شروع مرحله رکود یا کساد نشان می‌دهند، سناریوهای مختلفی قابل تصور است؛ این سناریوها شامل ادامه رکود، جوان شدن مجدد و افول می‌باشد (اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۵). مدل باتلر، هر مرحله از توسعه را با توجه به تعداد بازدیدکنندگان، تغییراتی که در فعالیت‌های گردشگری رخ داده و روابط آن با جامعه محلی، مشخص نموده است. این مدل بسیار مورد استفاده قرار گرفته و غالباً برای مطالعه مکان‌های گردشگری از منظر وضعیت فیزیکی، زیست محیطی و اجتماعی - فرهنگی (رفتار و عکس‌العمل‌های جامعه میزبان) به کار برده شده است. به نظر می‌رسد اهمیت این مدل به علت مطرح ساختن تغییراتی است که احتمالاً در آینده در مکان‌های گردشگری که به مرحله رکود می‌رسند، به وجود می‌آید (آرمانشهر، ۱۳۸۹: ۸). در کنار مدل باتلر، مدل‌هایی نیز وجود دارد که به بررسی رفتارهای جامعه محلی در برخورد با گردشگران در مقاطع و مراحل مختلف حیات مقاصد می‌پردازند. از

1. Exploration

2. Involvement

3. Growth (Development)

4. Maturity (Consolidation)

5. Stagnation

6. euphoria

7. apathy

8. irritation

9. antagonism

که برخی از محققان نظیر آگیولو و آرگوال نوآوری و احیای زیرساخت‌ها و تأسیسات و خدمات و یا اتخاذ تدابیر بازاریابی و مشتری مداری را در احیای مجدد مقاصد در حال رکود، مؤثر می‌دانند (Aguiló, 2005: 226; Argawal, 1997: 70).

راهبردها به عنوان ابزاری که سازمان‌ها با استفاده از آنها به اهداف بلندمدت خود دست می‌یابند (منوریان، ۱۳۸۱؛ قاسمی، ۱۳۸۲: ۲۳؛ پارسائیان، ۱۳۸۴: ۳۸) بر اساس ویژگی‌ها، توان و اهداف مقاصد در انتخاب، اولویت‌دهی و ترکیب، با یکدیگر تفاوت دارند. راهبردها را می‌توان در یک دسته‌بندی مدیریتی به راهبردهایی مانند تمایز، تمرکز، رقابت قیمتی، نفوذ در بازار و ... تفکیک نمود (پارسائیان، ۱۳۸۴: ۱۰۲). همچنین مقاصد می‌توانند به عنوان مجموعه‌های کالبدی-فضایی و کلان به مانند دولت‌ها، راهبردهای خود را در مسیر اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی، سرمایه‌گذاری، توسعه زیرساخت‌ها، بازاریابی و توسعه محصول و ... تدوین نمایند. Brownlie (۱۹۹۴) برنامه‌ریزی راهبردی را مجموعه‌ای از تصمیمات متنوع و پی در پی به منظور آرایش منابع در جهت اقدامات آتی می‌داند. در این فرایند با بررسی منابع و شرایط مقاصد، برنامه‌ریزی کلان و اولویت‌دار برای مدیریت و کنترل اثرات صورت می‌گیرد. بر این اساس مقاصد با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی تلاش می‌کنند تا شرایط تطابق سریع با تغییرات محیط و ایجاد اطلاعات، کنترل و ارزیابی برنامه‌ها را فراهم سازند (Kotler, et al, 1993: 142). به عبارتی برنامه‌ریزی راهبردی دیدگاهی است که به دلایلی مانند تطابق با تغییرات بلند مدت آینده، اتخاذ دیدگاهی کل نگرانه و کنترل فرایندها از طریق تدوین اهداف خرد و کلان و تدوین فرایند تصمیم‌سازی با استفاده از آرایش منابع به صورتی بهینه در قالب برنامه‌های اجرایی کاربرد دارد. (Brownlie, 1994: 166; Weitz and Wensley, 1984: 152)

بازدید گردشگران، طول مدت اقامت، ویژگی‌های گردشگران، مخارج سرانه و نوع بازدید (گروهی، انفرادی، همراه با تور یا برنامه ریزی نشده) را مورد استفاده قرار داده است.

ضرورت اتخاذ دیدگاه راهبردی و توجه به مدل-

های ترکیبی

اتخاذ نگاهی راهبردی به تغییرات پویای توسعه مقاصد، اهمیت ویژه‌ای در برنامه‌ریزی توسعه مقاصد دارد (Cooper, 2002: 8). تدوین راهبردهای توسعه، امکان توسعه پایدار و کنترل برنامه‌ها و اثرات گردشگری را میسر می‌سازد (Butler, 1992: 43; Bramwell and Lane, 1993: 2). با تلفیق دیدگاه‌های بلندمدت مدل چرخه حیات مقصد و مفاهیم مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی، امکان مدیریت اثربخش و کارآمد مقاصد در مقاطع مختلف زمانی وجود دارد. به عبارت دیگر با مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی صحیح، امکان دستیابی به پایداری در هر مرحله از چرخه حیات مقصد، بالاخص در مراحل اولیه وجود دارد (Cooper, 2002: 9). به اعتقاد برنامه‌ریزان محیطی، با بررسی ویژگی‌های مقاصد در هر مرحله از چرخه حیات آنها می‌توان راهبردهای مناسبی را برای مقاصد تعیین نمود (Farrell, 1992: 118). از طرف دیگر پایداری از دیدگاه برنامه‌ریزی راهبردی به لحاظ نمودن متغیرهای مقاصد، نیازمند است. در بسیاری از طرح‌های راهبردی، آگاهی و درک تغییرات و توسعه مقاصد، اهمیت بسیاری دارد. Brownlie (1994) برنامه‌ریزی راهبردی را به عنوان بخشی از فرایند تصمیم‌سازی، انتخاب و آرایش منابع مقاصد به منظور اقدامات مورد نیاز برنامه‌ریزی و توسعه می‌داند، لذا اتخاذ سیاست‌ها و تصمیمات مدیریتی در سطح مناطق می‌تواند جایگاه مقاصد را در چرخه حیات آنها تغییر دهد؛ به عنوان مثال باتلر (۱۹۸۰) اشاره می‌کند که ایجاد جاذبه‌های جدید یا آزادسازی استفاده از منابع طبیعی می‌تواند منجر به احیای مقصد شود. حال آن

تبیین مقاصد مورد مطالعه

در این مقاله به منظور مقایسه تطبیقی متغیرهای مورد مطالعه، سه نمونه از مقاصد طبیعت‌گردی در مناطق کویری و بیابانی ایران به عنوان نمونه‌های مورد مطالعه انتخاب شده‌اند. در نگاه اولیه می‌توان گفت این مقاصد از نظر تعداد گردشگران و سطح زیرساخت‌ها تفاوت‌های قابل‌لمسی با یکدیگر دارند که بررسی بیشتر و عمیق‌تر در این مناطق، وضعیت آنها را بر اساس مدل‌های مورد مطالعه و همچنین در مقایسه با یکدیگر نشان می‌دهد.

منطقه مصر-فرحزاد-محمدآباد کوره‌گز، در منتهی‌الیه شمال شرقی استان اصفهان و در محدوده شهرستان جندق، واحه‌ای در دل کویر و عوارض بیابانی واقع شده است که قابلیت‌های طبیعت‌گردی آن بازدیدکنندگان بسیاری را به منطقه جذب نموده است. واحه مصر در کنار روستاهای امیرآباد، فرحزاد و روستای محمدآباد کوره‌گز به همراه عوارض کویری و بیابانی منحصر به فرد، محدوده‌ای مستعد برای انجام فعالیت‌های طبیعت‌گردی را فراهم ساخته‌اند.

پتانسیل‌های گردشگری این منطقه با وجود امکانات و تسهیلات بومی گردشگری، بازار بالفعل و بالقوه رو به رشد (به طوری که طبق آمار در سال ۱۳۸۸ حدود ۲۸۰۰۰ نفر با رشد ۵ تا ۶ درصد، از منطقه بازدید نموده‌اند)، موقعیت جغرافیایی مناسب، تنوع جاذبه‌ها و مشارکت بالای جامعه محلی، آن را به یکی از مقاصد کویرنوردی ایران تبدیل نموده است (آرمانشهر، ۱۳۸۹).

طبق سه نوبت بازدید و بررسی میدانی و مصاحبه با فعالان و ساکنان منطقه، اغلب زیرساخت‌های موجود پس از رشد گردشگری ایجاد شده‌اند، ولی در دوره‌هایی خاص این ظرفیت پاسخگوی تقاضای موجود نمی‌باشد. در حال حاضر در حدود ۱۰ خانوار به صورت رسمی منازل خود را بازسازی و یا برای ارائه به گردشگران مناسب‌سازی نموده‌اند و برخی نیز به پرورش و آموزش بچه شتر، در حال ارائه خدمات شترسواری به گردشگران می‌باشند. در طی سال‌های اخیر

و به دلیل توسعه گردشگری، امکانات و زیرساخت‌های لازم از جمله سرویس‌های بهداشتی سیار، نیروی انسانی آموزش دیده، برق و مخابرات در روستا ایجاد شده است. فعالیت‌های غالب در روستا، تفرج در تپه‌های ماسه‌ای روستا، شترسواری، اتومبیل‌رانی، رصد آسمان، پیاده‌روی و گردشگری ماجراجویانه در مسیرهای بکر می‌باشد. مدیریت کلان گردشگری نیز با تدوین برنامه‌هایی در مشارکت و مدیریت توسعه گردشگری منطقه سهیم شده است. روابط جامعه میزبان و میهمان تجاری شده و منافع اقتصادی و مناسبات تجاری به عنوان اصل و سایر مسائل از جمله حفظ منابع منطقه در فرع قرار گرفته‌اند. در دوره‌هایی خاص، منازل روستایی بدون بهسازی و آماده‌سازی به گردشگران اجاره داده می‌شوند و در این ایام خیل عظیمی از گردشگران بدون توجه به پیامدهای اجتماعی-فرهنگی و زیست محیطی، وارد روستا می‌شوند و حتی شب‌ها در داخل روستا به چادر زدن و پرسه زدن در روستاها می‌پردازند^۱. به طور کلی می‌توان گفت در اغلب ایام گردشگری پذیرایی این روستاها با عدم تطابق عرضه و تقاضا مواجه است و برنامه‌ای برای آگاه‌سازی گردشگران و ساکنان در خصوص نحوه تعامل و توجه متقابل به یکدیگر تعریف نشده است. در مجموع این منطقه ظرفیت پذیرش اجتماعی این تعداد گردشگر را با این سیستم بازدید و مدیریت ندارد و در صورت عدم برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح در کوتاه‌مدت و میان‌مدت صدمات جبران‌ناپذیری به آن وارد خواهد شد.

بیابان بندریگ در شمال شرقی کاشان و شمال و شرق ابوزید آباد در استان اصفهان و در جنوب کویر مرنجاب-دریاچه نمک واقع شده است. محدوده مورد مطالعه به دلیل غنای جاذبه‌های تاریخی (قلعه تاریخی کرشاهی، کاروانسرای حسین‌آباد و شاه عباسی، سایت باستانی ویگل و نوش‌آباد)، جاذبه‌های طبیعی، نزدیکی

^۱ بررسی میدانی محقق و مصاحبه با ساکنین و تامین کنندگان

خدمات گردشگری روستا، آذر ماه ۱۳۸۸

نخلک با قدمت ۴۰۰۰ سال، چشمه آبگرم عروسان از جمله جاذبه‌های این منطقه می‌باشند. با توجه به ویژگی‌های محیطی، این منطقه یکی از صعب‌العبورترین مناطق کره خاکی (کویر ریگ جن) است که تعدادی روستا با جاذبه‌های کویری و معماری خاص نظیر چوپانان، عشین، باباخالد و علم حاج باقر را در بر گرفته است. تا چندی پیش کویرنوردانی نظیر سون هدین و گابریل موفق به عبور از این منطقه شده بودند، اما امروزه به کمک برداشت‌های هوایی و شناخت شرایط منطقه فرصتی مناسب جهت برگزاری تورهای ماجراجویی در ایام خاصی از سال برای طبیعت‌گردان ماجراجو و پژوهشگران برای عبور از بخش‌هایی از منطقه فراهم شده است.

در حال حاضر به جز شهر جندق، در این منطقه امکانات خاصی برای ارائه به گردشگران وجود ندارد. مجموعه معدن نخلک نیز طبق توافق‌های صورت گرفته به عنوان موزه معدن و منطقه نمونه گردشگری معرفی شده است که در آینده مورد بهره‌برداری قرار خواهد گرفت. اما با وجود این موضوع، این منطقه مورد توجه گروه‌های پیش‌رو و ماجراجوی گردشگری قرار گرفته است.

به شهر تهران و استان اصفهان و وجود راه‌های دسترسی از اهمیت خاصی در زمینه گردشگری برخوردار است. به علاوه در سال ۸۹ مرمت کاروانسرای شهر ابوزیدآباد با کاربری اقامتی-پذیرایی به اتمام رسیده است و مدیریت منطقه به منظور توسعه فعالیت‌های گردشگری، ۵۰ هکتار از اراضی اطراف شهر، واقع در مجاورت ریگ‌های منطقه را برای انجام فعالیت‌های گردشگری اختصاص داده است.

این منطقه به دلیل وجود عوارض کویری و بیابانی بکر و موقعیت جغرافیایی مناسب از نظر جلب گردشگر وضع مناسبی دارد اما به لحاظ آن که فاقد تسهیلات و امکانات لازم می‌باشد، تاکنون نتوانسته است در جلب گردشگران داخلی و خارجی موفقیت زیادی به دست آورد. طبق برداشت‌های میدانی محقق و پرسش از بومیان و فعالان این منطقه سالانه (۱۳۸۹) حدود ۲۰۰۰ نفر از این منطقه بازدید کرده‌اند که بخشی از آنها در منطقه اقامت شبانه داشته‌اند. نرخ رشد جمعیت‌پذیری گردشگری منطقه نیز نسبت به سال گذشته حدود ۲۰ درصد بوده است. در حال حاضر امکانات اقامتی موجود تا حد زیادی با میزان تقاضای موجود هماهنگی دارد، اما با ورود گردشگران بیشتر و ادامه رشد تقاضای موجود مشکل امکانات اقامتی-پذیرایی قابل پیش‌بینی است. در حال حاضر در مجاورت این منطقه، مقصد طبیعت‌گردی مرنجاب با توان رقابتی بالا قرار دارد. مقصد ابوزیدآباد-بند ریگ می‌تواند با همکاری مرنجاب مسیر طبیعت‌گردی بیابان در منطقه بند ریگ را طراحی کنند و از این طریق طول مدت اقامت و کیفیت تجربه گردشگری را ارتقا بخشند. سومین منطقه مورد مطالعه در برگیرنده کویر ریگ جن با محدوده وسیعی از تپه‌های شنی و باتلاقی نمکی است که در حاشیه جنوب غربی کویر بزرگ، در غرب شهر جندق در محدوده استان‌های سمنان و اصفهان واقع شده است. توده‌های عظیمی از تپه‌های ماسه‌ای، مناطق فاقد پوشش گیاهی و جانوری، زمین‌های رسی و پف‌کرده کویر، آثار شدادی منطقه، معدن

جدول ۱: ویژگی‌های کلی نمونه‌های مورد مطالعه

نمونه موردی	موقعیت	جمعیت ۱۳۸۵ (نفر)	تعداد گردشگر (۱۳۸۸)	امکانات، خدمات و زیرساخت	ظرفیت امکانات اقامتی
فرحزاد-مصر- محمدآباد کوره گز	روستای فرحزاد	۱۲	۲۸۰۰۰	اقامتگاه‌های سنتی، کمپ سایت، راه، مرکز بهداشت، مخابرات، برق، آب روستایی، حمل و نقل، سرویس بهداشتی عمومی، راهنما، فعالیت‌های گردشگری	۸۰ نفر روزانه
	روستای مصر	۱۸۳			۱۲۰ نفر روزانه
	روستای محمدآباد کوره گز	۲			-
ابوزیدآباد-بند ریگ	ابوزید آباد	۵۱۶۰	۲۰۰۰	مجموعه اقامتی-پذیرایی کاروانسرای شاه عباسی، راه، مرکز بهداشت، مخابرات، برق، آب شهری، حمل و نقل، سرویس بهداشتی عمومی، راهنما، دفتر خدمات مسافرتی	۵۴ نفر روزانه
	نوش آباد	۱۰۴۷۶			
	ابو زید آباد				
عشین-ریگ جن- جندق	شهر جندق	۴۰۰۰	بدون احتساب شهر جندق به عنوان مرکز خدمات رسانی حدود ۵۰۰ نفر سالانه	یک میهمانسرای سنتی در جندق، اقامتگاه معدن نخلک، سایر امکانات و خدمات و زیرساخت‌ها صرفاً در شهر جندق و چوپانان قابل دستیابی است.	۵۰ نفر روزانه
	عشین	۲			-
	روستای چوپانان	۱۴۸۵			-
	معدن نخلک	۵۵			۳۰ نفر روزانه

* منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶؛ آرمانشهر، ۱۳۸۹

روش شناسی و یافته‌های تحقیق

شناسایی جایگاه مقاصد بر اساس مدل چرخه عمر مقاصد گردشگری باتلر به وجود آمار و داده‌های مختلف در یک دوره چند ساله از عمر توسعه گردشگری در مقاصد نیازمند است. اما با توجه به فقدان داده‌های آماری مؤثق و رسمی و همچنین وجود شاخص‌هایی برای شناسایی جایگاه مقاصد در هر مرحله از عمر مقاصد (طبق دو مدل مذکور)، در این تحقیق تلاش شده است تا به شیوه‌ای کیفی به شناسایی جایگاه مقاصد در مدل‌های مذکور پرداخته شود.

به عبارتی، تحقیق مذکور با استفاده از روش مطالعه تطبیقی میان دو مفهوم رایج در برنامه‌ریزی گردشگری (چرخه عمر مقاصد گردشگری و شاخص رنجش داکسی) انجام شده و به منظور بررسی و آزمون آنها در سه مقصد گردشگری مصر-فرحزاد-محمدآباد کوره

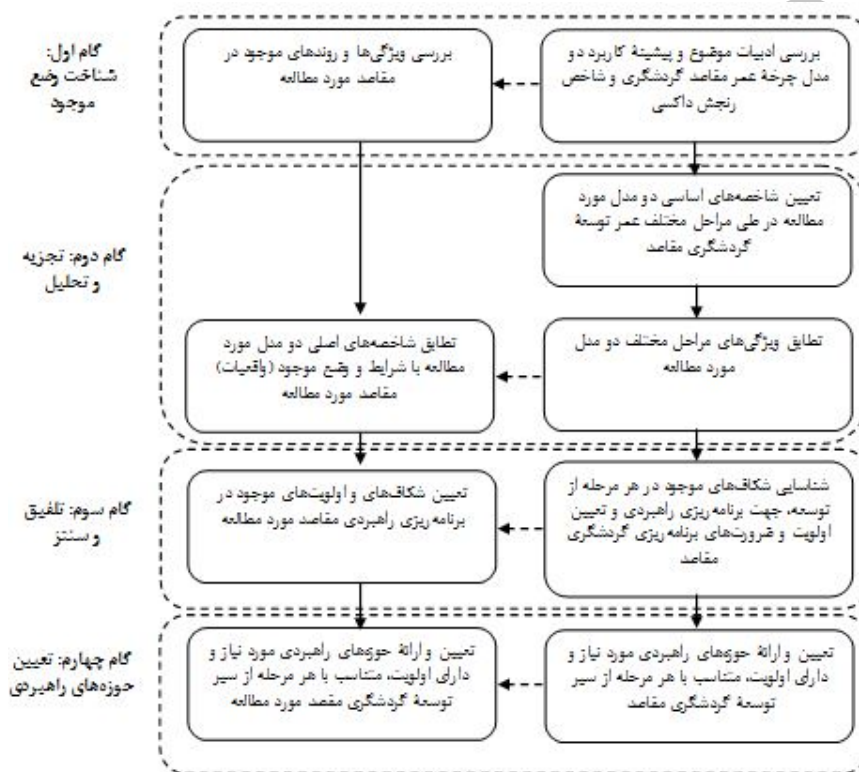
گز، ابوزیدآباد-بند ریگ و عشین، ریگ جن- جندق پیاده سازی شده است. داده‌های این تحقیق نیز با استفاده از روش مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی ادبیات موضوع، مشاهده و مصاحبه سازمان نیافته با ساکنان فعال و غیر فعال منطقه در دو مقطع زمانی آذر ماه ۱۳۸۶، آبان ماه ۱۳۸۷ و آذر ماه ۱۳۸۸ گردآوری شده است.^۱ در مصاحبه‌های صورت گرفته تلاش شده است تا گروه‌های ذی‌نفع و غیر ذی‌نفع متأثر از گردشگری مورد مصاحبه قرار گیرند. بر این اساس مصاحبه‌ای عمیق سازمان نیافته با ۵ نفر از ارائه دهندگان خدمات صورت گرفت که ویژگی عمده آنها پیشرو بودن، شناخته شده بودن در بازار گردشگری کویر و بیابان و قدرت بالای تأثیرگذاری بر گردشگری منطقه از نظر تصمیم سازی و تصمیم گیری می‌باشد. در کنار ارائه-

۱. مهندسین مشاور آرمانشهر «طرح جامع توسعه طبیعت‌گردی در

مناطق کویری و بیابانی ایران»، ۱۳۸۶-۱۳۸۹

مرحله از حیات مقاصد و در نهایت تلفیق آنها (نمودار ۲)، جایگاه مقاصد در روند توسعه گردشگری و همچنین رؤوس و حوزه‌های اقدامات راهبردی پیشنهادی و مورد نیاز مقاصد ارائه شود. بر این اساس، فرایند زیر جهت دستیابی به این مهم طراحی شده است.

دهندگان خدمات، در هر مقطع ۲۰ نفر از ساکنان بومی منطقه نیز مورد مصاحبه قرار گرفتند. این افراد از اقشار مختلف جامعه شامل کشاورز، خرده فروش، جوانان و زنان و با سطح تأثیرپذیری مختلف، انتخاب شدند. به طور خلاصه در این مقاله تلاش شده است تا با استفاده از دو مدل چرخه حیات مقصد گردشگری باتلر و شاخص رنجش داکسی و ویژگی‌های آنها در هر



شکل ۱: فرایند تحقیق

گام دوم: تجزیه و تحلیل: نتیجه گام اول استخراج ویژگی‌ها و مراحل نسبتاً مشابه در مقاصد مختلف است. در این گام مشخصه‌های مراحل مختلف از نگاه دو مدل مذکور (شاخص رنجش داکسی و چرخه عمر مقاصد گردشگری باتلر) شناسایی شدند و به بررسی صحت آنها از طریق مطالعه مقاصد مختلف از نظر متغیرهایی مانند گردشگر (تعداد، انگیزه، سازماندهی)، نسبت جمعیت گردشگران به جامعه محلی، مشارکت

گام اول: شناخت وضع موجود: در ابتدا شناسایی دقیق مدل‌های مورد مطالعه، ابعاد و ویژگی‌های آنها و در کنار آن شناسایی ویژگی‌های مقصد مورد مطالعه به عنوان گام آغازین و ضروری مورد توجه قرار گرفته است. مطالعه ادبیات تحقیق و نمونه‌های مشابه از جمله مهم‌ترین اقدامات در این مرحله بوده است.

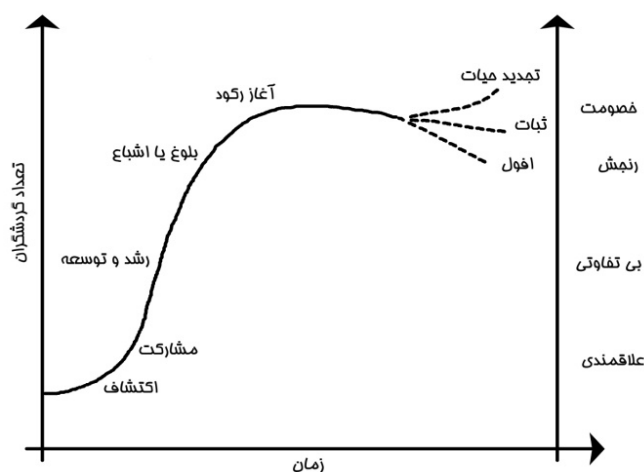
حوزه راهبردی شامل زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، مشارکت‌پذیری، سرمایه‌گذاری، منابع انسانی- آموزش، زیرساخت و بازاریابی- محصول و اولویت هر یک از آنها بر اساس مراحل مختلف توسعه مقاصد تعریف و در ادامه در مقصد مورد مطالعه پیاده سازی شده‌اند. این حوزه‌های راهبردی در برگیرنده تمام ابعاد توسعه گردشگری است و با توجه به آنها خلاءهای موجود و بالقوه توسعه گردشگری بر اساس اولویت، برطرف خواهد شد.

در این فرایند ویژگی‌های مقاصد مختلف که در تحقیقات قبلی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، بررسی و با استفاده از روش خوشه‌ای، تقسیم‌بندی شده‌اند، سپس به منظور هدایت برنامه‌ریزی منطقه در مسیر توسعه پایدار، تخصیص بهینه منابع و اولویت‌بندی اقدامات آتی، حوزه‌های راهبردی مورد نیاز ارائه شده است. لازم به ذکر است که انتخاب حوزه‌های راهبردی، تخصیص و ترکیب آنها بر اساس نظر کارشناسان خبره صورت گرفته و مقاصد بر اساس توان خود می‌توانند تا حد قابل توجهی در تخصیص و ترکیب حوزه‌های راهبردی تغییرات لازم را اعمال نمایند (جدول ۱). در ادامه مقاصد مورد مطالعه بر اساس شاخص‌های استخراج شده، تطبیق و جایگاه‌یابی شده است (جداول ۲ و ۳).

جامعه محلی (مشارکت‌پذیری)، سطح توسعه زیرساخت‌ها و امکانات، رفتارهای جامعه محلی، مدیریت و اثرات گردشگری مورد بررسی و تطابق قرار گرفتند. نتیجه استخراج مجموعه‌ای از داده‌ها در خصوص مقاصد گردشگری در مراحل مختلف توسعه گردشگری در حوزه‌های عرضه و تقاضای گردشگری و همچنین رفتارهای جامعه میزبان و روند تغییرات آنها در مواجهه با توسعه گردشگری و تقابل منافع در طی این مراحل می‌باشد.

گام سوم: تلفیق و سنتز: در مراحل مختلف توسعه مقاصد خلاءها و محدودیت‌هایی در کنار الزامات توسعه مقاصد قرار می‌گیرند که عدم توجه به آنها سیر تحول مقاصد را در مسیر توسعه پایدار با مشکل مواجه می‌سازد. بر این اساس به فراخور قابلیت‌ها و محدودیت‌های هر مرحله، شکاف‌های توسعه هر مرحله و اولویت‌های آنها به منظور تعیین سیاست‌ها و راهبردهای مورد نیاز برای بر طرف نمودن این شکاف‌ها شناسایی شده‌اند.

گام چهارم: تعیین حوزه‌های راهبردی: حرکت به سوی توسعه پایدار گردشگری مقاصد میسر نخواهد شد مگر با تدوین راهبردها و سیاست‌های توسعه مقاصد متناسب با شرایط و ویژگی‌های هر مرحله و همچنین اولویت‌بندی آنها به دلیل محدودیت منابع (مالی، انسانی و محیطی) و زمان. بر این اساس هشت



شکل ۲: تطبیق مراحل چرخه حیات مقاصد گردشگری و شاخص رنجش داکی

جدول ۲: ویژگی‌ها و متغیرهای مقاصد طبق مدل چرخه حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی، استراتژی‌های مناسب، ترکیب و اولویت آنها

استراتژی‌های مناسب، ترکیب و اولویت آنها	متغیرها							باتلر	داکسی
	اثرات گردشگری	مدیریت	رفتارهای جامعه محلی	سطح توسعه زیرساخت‌ها و امکانات	مشارکت جامعه محلی (مشارکت‌پذیری)	رقابت، سهم و رشد بازار	نسبت جمعیت گردشگران به جامعه محلی		
منابع انسانی - آموزش، اجتماعی - فرهنگی، بازاریابی - محصول	اثرات منفی وجود ندارد.	وجود ندارد.	روابط غیر تجاری، میهمان و میزبان، ابراز تمایل شدید برای ایجاد ارتباط	اندک و یا وجود ندارد.	مشارکت برنامه‌ریزی شده نیست، بیشتر اهداف معنوی و غیرتجاری دنبال می‌شود.	رقابت و سهم رشد سهم بازار زیاد	بسیار کم	تعداد کم، انگیزه کسب تجارب جدید، گردشگران آگاه و فرهیخته، ماجراجو، علاقه‌مند به آمیزش با جامعه محلی و طبیعت، آگاه به مسائل توسعه پایدار	علاقه‌مندی
مشارکت‌پذیری، منابع انسانی - آموزش، اجتماعی - فرهنگی، زیست‌ساخت	اثرات منفی جزئی و قابل اغماض	هنوز کاملاً درگیر نشده است	روابط در حال تجاری شدن، میهمان و میزبان، تمایل برای تحکیم ارتباط	تأسیسات خاصی وجود ندارد، اما تمهیداتی برای توسعه حداقل زیرساخت‌ها در نظر گرفته شده است.	سرمایه‌گذاری محلی، آغاز مشارکت، عمدتاً گروه‌های پیشرو درگیر می‌شوند، اهداف معنوی و غیر تجاری.	رقابت پائین و افزایش تدریجی سهم بازار	کم	تعداد کم، انگیزه‌های زیبایی شناختی، حضور در فصول گردشگری، آغاز حرکت تورهای تخصصی و بدون انگیزه‌های تجاری	مشارکت
بازاریابی - محصول، زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، منابع انسانی - آموزش	افزایش اثرات مثبت و منفی و عدم رضایت افرادی که در گردشگری درگیر نیستند، اثرات قابل رصد و مشاهده	مدیریت وارد مقاصد شده و به آن توجه می‌نماید	روابط تجاری، روابط گردشگر و جامعه میزبان، علاقه به جلب ارتباط تجاری	زیرساخت‌ها توسعه می‌یابد و سرمایه‌گذاران غیر بومی وارد می‌شوند.	مشارکت افزایش می‌یابد، تغییر کاربری در این مرحله آغاز می‌شود، ایجاد جاذبه‌های مصنوعی	افزایش کمی و کیفیت رقابت و سهم بازار	بسیار بالا	تعداد بالا، رشد تورهای تجاری، گردشگری انبوه، توجه کمتر به توسعه پایدار	بني تفاوتی
بازاریابی - محصول، زیست محیطی، اجتماعی - فرهنگی، سرمایه‌گذاری	اثرات بالا و در تمام ابعاد قابل مشاهده، رقابت برای استفاده از تسهیلات بین جامعه میزبان و میهمان	نقش بسیار پررنگی در مقصد ایفا می‌نماید.	روابط تجاری، روابط گردشگر و مقصد، کاهش علاقه به ایجاد ارتباط در برخی گروه‌ها	تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد	مشارکت به حداکثر خود می‌رسد	رقابت شدید و عدم رشد یا رشد بسیار اندک سهم بازار	بسیار بالا	تعداد در حداکثر ممکن، کاهش نرخ رشد، بازار تثبیت شده، گردشگری تجاری و سازماندهی شده، تصویر مقصد در حال افول، حضور بالای گردشگران محافظه کار	رنجش
بازاریابی - محصول، مشارکت‌پذیری، اقتصادی	بر اثر بروز اثرات و مشکلات، جامعه میزبان گردشگران را مسبب دانسته، با آنها به تقابل رفتاری و حتی فیزیکی می‌نماید - پردازد، رسیدن به آستانه ظرفیت تحمل	نقش بسیار پررنگ در مقصد و تکاپو برای بهبود شرایط موجود	روابط تجاری، روابط خارجی و بومی، عدم علاقه به ارتباط بیشتر در اغلب گروه‌ها	اضمحلال زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری‌های ایجاد شده در گردشگری به سمت سایر کاربری‌ها تغییر جهت می‌دهند.	سطح مشارکت جامعه به واسطه مسائل آن کاهش می‌یابد.	رقابت شدید، کاهش سهم بازار و رشد بازار منفی	رو به کاهش	تعداد رو به کاهش، افول تصویر مقصد، کاهش سهم بازار	خصوصیت
بازاریابی - محصول، زیست محیطی، زیست‌ساخت	بهره‌برداری مناسب از منابع طبیعی، توجه به ظرفیت تحمل منطقه	شدیداً حاکم می‌شود	ایجاد اشتیاقی مجدد	افزایش نمودن جاذبه‌های مصنوعی جدید، احیای جاذبه‌های مقصد.	مشارکت محلی مجدداً آغاز می‌شود	رقابت شدید، افزایش تدریجی سهم بازار و رشد بازار	نسبتاً بالا	رشد تدریجی گردشگری، حفظ سهم بازار، آغاز جذب بازارهای جدید	اجزاء مجدد
زیرساختی، بازاریابی - محصول، سرمایه‌گذاری	تضعیف جامعه محلی از نظر اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی	ناامید شده	برخوردهای انفعالی و بعضاً منفی	خروج منابع از مقصد	عدم مشارکت	عدم رقابت پذیری در بازار و کاهش شدید سهم بازار	رو به کاهش	عدم رشد گردشگری، کاهش مداوم سهم بازار، از دست رفتن بازارهای موجود	افول

منبع: یافته‌های نویسندگان مقاله، برگرفته از: Dong, E. et al (2003); Lagiewski, R. M. (2006); Doxey, G. V. (1975); ;Butler, R. W. (1980); Murphy, (1983); Joshi, R (2009)

Knowles (1996), Cooper (1992), Reisinger, (2000)

جدول ۳: تطبیق ویژگی‌ها و متغیرهای مقاصد گردشگری مورد مطالعه بر طبق مدل باتلر و داکیسی

متغیر منطقه	گردشگر (تعداد، انگیزه، سازماندهی)	نسبت جمعیت گردشگران به جامعه محلی	رقابت، سهم و رشد بازار	مشارکت جامعه محلی	سطح زیرساخت‌ها و امکانات	مدیریت	اثرات گردشگری	تطابق		تحلیل
								بازاریابی	داکیسی	
مصر - فو حراد - محمد آباد کوره گز	تعداد گردشگران بالا، رشد بالای گردشگری، عموماً علاقه‌مندان به طبیعت بیابانی و گردشگری تاریخی و فرهنگی و روستایی و همچنین گردشگران محافظه کار به منطقه وارد می‌شوند.	بالا	در حال حاضر رقابتی این مقصد منطقه مرنجاب و شهداد می‌باشند. سهم بازار این مقصد در کنار رشد آن در حال افزایش است.	سرمایه‌گذاری توسط نیروهای بومی آغاز شده و سرمایه‌گذاران غیر بومی علاقه نشان می‌دهند.	منطقه دارای امکانات و خدمات و زیرساخت‌های اولیه برای توسعه فعالیت‌های گردشگری می‌باشد.	مدیریت منطقه در حوزه میراث فرهنگی و صنایع دستی وارد شده، اما هنوز سازماندهی‌های اساسی صورت نگرفته است.	منطقه به لحاظ اجتماعی در حال گذر از مرحله علاقه-مندی می‌باشد. در حال حاضر روابط، تجاری شده و جامعه محلی به علت حضور گردشگران دچار رنجش‌هایی از جمله ازدحام شده است. اثرات زیست محیطی در حال افزایش و غیرقابل اغماض می‌باشد.	تفاوت	تفاوت	این منطقه به لحاظ تراکم بالای روستاها و سکونت‌گاه‌های انسانی از حساسیت‌های بالایی در خصوص مسائل اجتماعی برخوردار است. با توجه به ویژگی‌های خاص منطقه از نظر ارتباطی، پراکنش جاذبه‌ها و تنوع فعالیت‌ها، امکان توزیع جمعیت گردشگران در آن وجود دارد. در حال حاضر ظرفیت پذیرش اجتماعی منطقه در حال کاهش می‌باشد و نیازمند اتخاذ راهبردهای زیست محیطی، آموزش، توسعه مدیریت و مشارکت است. مسائل زیست محیطی نیز در این پهنه باید مورد توجه قرار گیرد.
ابو زید آباد - بند ریگ	تعداد گردشگران نسبتاً بالا، تورهای شخصی و پس از آن برنامه‌ریزی شده، بازار غیر متنوع، انگیزه‌ها عمدتاً زیبایی شناختی و فرهنگی است.	کم	رقیب این مقصد منطقه مجاور آن مرنجاب است که از دیدگاه نگاه جامع و تئوری بازی می‌تواند به عنوان یک همکار عمل نماید. سهم و رشد بازار در حال افزایش است.	دولت سرمایه‌گذار عمده است و جامعه محلی نیز در بخش‌هایی مشارکت دارد. سرمایه‌گذاران غیر بومی نیز در حال ورود می‌باشند.	در حال توسعه، زیرساخت‌های اساسی در نزدیکی محل فعالیت‌های وجود ندارد اما برای توسعه آنها در قالب برنامه‌هایی مانند برنامه‌ریزی شده است.	مدیریت منطقه عمدتاً در اختیار بخش عمومی است و به نوعی مدیریت در برنامه‌ریزی منطقه وارد شده است.	اثرات گردشگری در منطقه هنوز بروز نکرده است و قابل رصد نمی‌باشد.	مفاد	علاقه‌مندی	در حال حاضر منطقه از نظر میزان تقاضا نسبت به عرضه در تعادل است. زیر ساخت‌های لازم در منطقه وجود ندارد. سکونتگاه‌های منطقه عامل مهمی در توجه به آثار اجتماعی و فرهنگی می‌باشد. در مجموع اثرات اجتماعی پایین است و به نوعی ظرفیت‌پذیرش اجتماعی آن هنوز اشباع نشده است. در مجموع توجه به راهبردهای مشارکت‌پذیری، منابع انسانی - آموزش، اجتماعی - فرهنگی، زیست محیطی، زیرساخت ضروری است.
عشیرین - ریگ جن - جندق	تعداد گردشگران کم، عموماً علاقه‌مندان به طبیعت و گردشگران علمی و فعالیت‌های ماجراجویانه و خاص به منطقه وارد می‌شوند.	بسیار کم	به دلیل بکر و منحصر به فرد بودن، در این منطقه رقابت وجود ندارد. سهم بازار و رشد اندکی نیز در بازار این منطقه قابل مشاهده است.	عمدتاً سرمایه‌گذاری خاصی صورت نگرفته است	منطقه از نظر زیرساخت‌ها و امکانات و خدمات گردشگری هیچگونه توسعه‌ای نداشته است.	مدیریت گردشگری منطقه هنوز وارد نشده است. سایر مسئولین ذی ربط نیز توجه اساسی به مسائل منطقه ندارند.	اثرات گردشگری منطقه بسیار جزئی و غیر قابل رصد می‌باشد.	تطابق	علاقه‌مندی	این منطقه یکی از بکرترین عرصه‌های موجود در محدوده دشت کویر می‌باشد. اثرات اجتماعی و فرهنگی خاصی در محدوده رخ نداده است. این منطقه به دلیل شرایط موجود طبیعی و زیرساختی بسیار مناسب گردشگری گسترده می‌باشد. با توجه به شرایط منطقه افزایش ظرفیت‌پذیری زیست محیطی و پس از آن اجتماعی و فرهنگی در اولویت می‌باشد. راهبردهای مناسب و دارای اولویت برای توسعه گردشگری این منطقه عبارت‌اند از منابع انسانی - آموزش، اجتماعی - فرهنگی، بازاریابی - محصول

نتیجه‌گیری

بررسی ویژگی‌های مناطق مختلف و همچنین نمونه‌های مورد مطالعه از جمله تحقیقات Hovinen (۱۹۸۱) در خصوص منطقه لنکستر کانتی^۱، Oglethorpe (۱۹۸۴) در مالت، Meyer-Arendt (۱۹۸۵) در گرند آیلند لویزیانا^۲، Wilkinson (۱۹۸۷) در جزایر کارائیب، Cooper & Jackson (۱۹۸۹) در جزیره ایل او من^۳، Weaver (۱۹۸۸) و ۱۹۹۰ و Prosser (۱۹۹۲) در گرند کیمین^۴، Cooper (۱۹۹۴)، Russel & Russel (۱۹۹۵) در کولانگاتا^۵، Faulkner (۱۹۹۸) در کولانگاتا و Hovinen (۲۰۰۲) در لنکستر نشان می‌دهد که معمولاً مقاصد در مواجهه با گردشگری عکس‌العمل‌های تقریباً یکسانی از خود نشان می‌دهند. هر چند ویژگی‌های مقاصد، شدت و ترکیب عوامل خارجی و بازار گردشگران، امکان تغییر در پیش فرض‌ها و انتظارات را ممکن می‌سازد، اما آنچه مسلم می‌باشد این است که ترکیب ویژگی‌های درونی مقاصد و نوع و میزان اثرات ناشی از گردشگری (که خود تابعی از بازار و تقاضای گردشگری می‌باشند)، عوامل اصلی در تغییر مقاصد در حرکت بر روی مراحل مختلف در دو مدل شاخص رنجش داکسی و چرخه حیات مقاصد گردشگری هستند. از طرف دیگر اثرات گردشگری را می‌توان با مدیریت و برنامه‌ریزی منابع و به کارگیری صحیح آنها از طریق اعمال راهبردهای مناسب در حوزه‌های مختلف و در ادامه برنامه‌های عملیاتی متناسب با حوزه‌های راهبردی، مدیریت نمود. رفتار عاقلانه و مدیریت بهینه منابع نیز در کنار محدودیت منابع، لزوم اولویت‌بندی و ترکیب حوزه‌های راهبردی و در ادامه برنامه‌های اجرایی را ایجاب می‌نماید Cooper & Jackson (۱۹۹۸)؛ Agarval (۱۹۹۸)؛ Keller (۱۹۸۷)؛ Hovinen (۲۰۰۲).

با توجه به نکات پیش‌گفته و بررسی‌های صورت گرفته، مقاصد مذکور بر اساس متغیرهای تحقیق (جداول شماره ۲ و ۳) با یکدیگر متفاوت می‌باشند. این تفاوت‌ها، به تفاوت جایگاه مقاصد در مدل چرخه عمر مقصد مربوط است و به تبع آن واکنش‌های متفاوت جامعه محلی را به همراه داشته است. به نظر می‌رسد عمده عوامل مؤثر بر این جایگاه‌ها و عکس‌العمل‌ها عبارت از تعداد گردشگران، اثرات ناشی از گردشگری و میزان تمرکز فعالیت‌های گردشگری (متمرکز یا غیر متمرکز) می‌باشد. به طوری که در منطقه مصر-فرحزاد-محمد آباد کوره‌گز، به دلیل تمرکز بیش از حد فعالیت‌ها در روستای مصر و فرحزاد، جایگاه مقصد و علاقه جامعه محلی، به سمت بی‌تفاوتی و آغاز مرحله رشد، حرکت نموده است. بررسی مقاصد مختلف خارجی (منابع جدول شماره ۲) نیز حاکی از آن است که این رفتار مقاصد تقریباً یکسان بوده، مقاصدی که از ویژگی‌های یکسان و روندهای توسعه یکسانی برخوردارند، پاسخ‌های تقریباً مشابهی به توسعه گردشگری می‌دهند. لذا می‌توان گفت منطقه گردشگری مصر- فرحزاد- محمدآباد کوره‌گز، به عنوان پهنه‌ای که در مرحله ابتدایی رشد طبق مدل چرخه حیات مقاصد و بی- تفاوتی طبق مدل شاخص رنجش داکسی قرار گرفته، با استقبال گردشگران داخلی و خارجی مواجه می‌باشد، باید با توجه به ویژگی‌ها و نیازهای این منطقه، اتخاذ و ترکیب حوزه‌های راهبردی مناسب در بازاریابی- محصول، زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و منابع انسانی- آموزش را در اولویت خود قرار دهد. این حوزه‌های راهبردی مقصد مورد مطالعه را که از ویژگی‌هایی مانند عدم تعادل عرضه و تقاضای گردشگری، عدم برنامه‌ریزی مدون، عدم آموزش ساکنان و گردشگران، حساسیت‌های اجتماعی و فرهنگی، تورم قیمت زمین و تعارضات میان ساکنان برخوردار است، به سوی مدیریت پایدار مقصد هدایت خواهد نمود.

¹ Lancaster county

² Grand Island, Louisiana

³ Isle of Man

⁴ Grand cayman

⁵ Coolangatta

- Argawal, S. (1997) "The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity". *Tourism Management* 18:65-73.
- Agarwal, S. (1998) "What is new with the resort cycle?". *Tourism Management* 19 (2), 181_/182.
- Bramwell, W and Lane, B (1993) "Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach?" *Journal of Sustainable Tourism* 1 (1) 1-5
- Brownlie, D T (1994) "Strategy Planning and Management" pp 159-169
- Brunt, P., and Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*, 26 (3): 493-515.
- Butler, R. W. (1980). "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". *Canadian Geographer*, 24 (1): 5-12.
- Butler, R (1992) "Alternative Tourism: the Thin End of the Wedge". pp 31-46 in Smith, V L and Eadington W R (eds) *Tourism Alternatives* University of Pennsylvania Press, Philadelphia
- Christaller, W (1964), "Some considerations of tourism location in Europe" *Papers and Proceedings of Regional Science Association*. 98-105
- Cooper, Chris (1992) "The Life Cycle Concept and Strategic Planning for Coastal Resorts". *Built Environment* 18 (1) 57-66
- Cooper, Chris (2002). "Sustainability and tourism visions" VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lisboa, Portugal, 8-11 Oct. 2002
- Cooper, C.P. (1994) The destination life cycle: An update. In A.V. Seaton, C.L. Jenkins, R.C. Wood, Dieke, P.U.C., M.M. Bennett, L.R. MacLellan and R. Smith (eds) *Tourism: The State of the Art* (pp. 340_/346). Brisbane: Wiley.
- Cooper, C. and Jackson, S. (1989) "Destination life cycle: The Isle of Man case study". *Annals of Tourism Research* 16 (3), 377_/398.
- Crompton, J. I. and Hensarling, D. M. (1978). "Some suggested implications of the product life Cycle for public recreation and park agency managers". *Leisure Sciences*. 1, 295-307.
- Dong, E; Morais, D & Dowler, L (2003). "ETHNIC TOURISM DEVELOPMENT IN YUNNAN, CHINA: REVISITING BUTLER'S TOURIST AREA LIFECYCLE" *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium*
- Doxey, G. V. (1975). "A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and

مقصد گردشگری عشین-ریگ جن-جندق نیز به عنوان مقصدی که در مرحله اکتشاف و علاقه‌مندی قرار دارد، می‌باید تمرکز بیشتری بر حوزه‌های راهبردی منابع انسانی-آموزش، اجتماعی-فرهنگی و زیست محیطی، بازاریابی-محصول داشته باشد. این مسأله به دلیل عدم تناسب جمعیت جامعه میزبان و میهمان در آینده نزدیک (مرحله بعدی توسعه)، اولویت دغدغه‌های اجتماعی و فرهنگی مقصد و پیشگیری از بروز مشکلات اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی، ایجاد دسترسی به بازارهای مختلف و شناساندن محصول مقصد قابل تأمل می‌باشد.

مقصد گردشگری ابوزید آباد-بند ریگ نیز به عنوان منطقه‌ای با پتانسیل بالا که در مرحله مشارکت و علاقه‌مندی قرار دارد، می‌باید در حوزه‌های راهبردی مشارکت‌پذیری، منابع انسانی-آموزش، اجتماعی-فرهنگی، زیرساخت تمرکز و تأکید بیشتری داشته باشند.

منابع و مآخذ

- اردکانی، سعید (۱۳۸۲). «کاربرد مفاهیم چرخه حیات گردشگری و ظرفیت تحمل‌پذیری در توسعه گردشگری» مطالعات جهانگردی؛ شماره ۲.
- برایسون، جان. ام «برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان‌های دولتی و غیردولتی» عباس منوریان. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۱.
- دیوید، فرد آر «مدیریت استراتژیک» ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، فرهنگ و مدیریت، ۱۳۸۴.
- هریسون، جفری؛ جان، کارون «مدیریت استراتژیک» ترجمه بهروز قاسمی. انتشارات هیات، ۱۳۸۲.
- مهندسین مشاور آرمانشهر، «طرح جامع توسعه طبیعت‌گردی در مناطق کویری و بیابانی ایران» مرحله سوم، جلد ظرفیت‌پذیری، ۱۳۸۹.
- Aguiló, E., J. Alegre, and M. Sard (2005) "The persistence of the sun and sand tourism model". *Tourism Management* 26:219- 231.

- Prosser, G. (1995) "Tourism destination life cycles: Progress, problems and prospects". Paper to National Tourism Research Conference, Melbourne.
- Reisinger, H. 2000. "Examining the Interaction of Marketing and Finance Decisions in an Interactive Environment." 22(1):157-71.
- Russell, R. (1995) "Tourism development in Coolangatta: An historical perspective". Honors thesis, Griffith University, Gold Coast.
- Russell, R. and Faulkner, B. (1998) "Reliving the destination life cycle in Coolangatta. An historical perspective on the rise, decline and rejuvenation of an Australian seaside resort". International Case Studies (pp. 95_/115). London: Routledge.
- Ryan, C., Scotland, A., and Montgomery, D. (1998). "Residents Attitudes to Tourism Development- A Comparative Study Between the Rangitikei, New Zealand"
- Smith, M. D., and Krannich, R. S. (1998). "Tourism Dependency and Resident Attitudes". Annals of Tourism Research, 25(4): 783-802.
- Smith, R.A. (1991). "Beach resorts: A model of development evolution". Landscape and Urban Planning 21: 189-210.
- Stansfield, C.A. (1978). "Atlantic city and the resort cycle. Background to the legalization of gambling". Annals of Tourism Research. 5(2), pp.238-251.
- Weaver, D.B. (1988) "The evolution of a 'plantation' tourism landscape on the Caribbean Island of Antigua". En Soc Geografie 69,319_/331.
- Weaver, D.B. (1990) "Grand Cayman Island and the resort cycle concept". The Journal of Travel Research 29 (2), 9_/15.
- Weaver, D.B. (1992) "Tourism and the functional transformation of the Antiguan landscape". In A.M. Conny (ed.) Spatial Implications of Tourism (pp. 161_/175). Groningen: Geo Perss.
- Weitz, B A and Wensley, R (1984) "Strategic Marketing" Kent, Boston, Mass
- Wilkinson, P.F. (1987) "Tourism in small island nations: A fragile dependence". Leisure Studies 26 (2), 127_/146.
- Young, B. (1983). "Touristisation of traditional Maltese fishing-farming villages". Tourism Management. 4(1).
- Research Inferences". In Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings (pp. 195-198). San Diego: September
- Farrell, B (1992) "Tourism as an Element in Sustainable Development: Hana, Maui" pp 115-132 in Smith, V L and Eadington W R (eds) Tourism Alternatives University of Pennsylvania Press, Philadelphia
- Getz, Donald(1992); "Tourism Planning and Destination LifeCycle", Annals of Tourism; Vol 19.
- Gilbert, E.(1939) "The Growth of Island and Seaside Health Resorts In England". Scottish Geographical Magazine, 55, 16-35
- Hovinen, G.R. (1981) "A tourist cycle in Lancaster County, Pennsylvania". The Canadian Geographer 25 (3), 283_/286.
- Hovinen, G.R. (2002) "Revisiting the destination lifecycle model". Annals of Tourism Research 29 (1), 209_/230.
- Joshi. R and Dhyani P. P(2009) "Environmental sustainability and tourism implications of trend synergies of tourism in Sikkim Himalaya" CURRENT SCIENCE, VOL. 97, NO. 1, 10 .
- Keller, C.P. (1987) "Stages of peripheral tourism development / Canada's Northwest Territories". Tourism Management 8, 2_/32.
- Knowles, T (1996) "Corporate Strategy for Hospitality Longman", Harlow
- Kotler, P Haider, D H and Rein, I (1993) "Marketing Places" Free Press, New York
- Lagiewski, R. M. (2006). "The application of the TALC model: A literature survey". In R. W. Butler (Vol. Ed.), The Tourism Area Life Cycle: Vol. 1. Applications and modifications (pp. 27-50). Clevedon, UK: Channel View Publications.
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T., and Cossens, J. (1998). "A Comparison of Residents' Attitudes towards Tourism in 10 New Zealand Destinations". Tourism Management, 19(3): 247-256.
- Meyer-Arendt, K.L. (1985) "The Grand Isle, Louisiana resort cycle". Annals of Tourism Research 12 (3), 449_/465.
- Ogletope, M. (1984) "Tourism in Malta / A crisis of dependence". Leisure Studies 12, 449_/465.