

آمایش سرزمین مبنایی برای توسعه صنعت گردشگری پایدار

دکتر فرزاد پوراصغر^۱

رضا ویسی^۲

چکیده:

آمایش سرزمین، یک امر علمی با رویکردی فضایی و منطقه‌ای در شناخت توانمندی‌های توسعه با توجه به قابلیت‌های مکانی می‌باشد. توسعه نیز در عصر پسامدرن مبنای چند بعدی یافته و از حالت تک‌نگری و بخشی بودن گذار نموده است. تعامل آمایش سرزمین و توسعه فضایی هدفی چون عدالت جغرافیایی را دنبال می‌نماید که از طریق ایجاد رفاه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی فراهم می‌آید. در این میان گردشگری یکی از ابعاد چند بعدی توسعه فضایی یک منطقه می‌باشد. از این رو در آمایش سرزمین یکی از قابلیت‌های فضایی مورد بررسی قابلیت گردشگری هر منطقه است تا با شناسایی آن و در چارچوب پایداری بستری برای توسعه فضایی فراهم آید. آمایش سرزمین در زمینه گردشگری در هر منطقه از طریق امکان‌سنجی توسعه گردشگری صورت می‌گیرد تا از این طریق قابلیت‌های توسعه گردشگری، باز شناخته شود. مقاله حاضر در چارچوب آمایش سرزمین، قابلیت‌های گردشگری در زمینه توسعه فضایی را، تبیین و تحلیل نموده و بر مبنای آمایش سرزمین در زمینه گردشگری به مطالعه موردی استان خراسان رضوی پرداخته است.

واژگان کلیدی: آمایش سرزمین، برنامه‌ریزی فضایی، صنعت گردشگری.

طبقه بندی JEL: C33, Z11

۱. دکتری محیط زیست دانشگاه تهران و رییس گروه دفتر تلفیق برنامه، آمایش سرزمین و توسعه منطقه‌ای،

E.Mail: farzam_1344@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد توسعه روستایی و کارشناس دفتر تلفیق برنامه، آمایش سرزمین و توسعه منطقه‌ای،

E.Mail: r_veicy@yahoo.com

مقدمه:

آمایش سرزمین، یک امر علمی با رویکردی فضایی و منطقه‌ای در شناخت توانمندی‌های توسعه با توجه به قابلیت‌های مکانی می‌باشد. توسعه نیز در عصر پسامدرن، مبنای چندبعدی یافته و از حالت تک‌نگری و بخشی بودن، گذار نموده است. تعامل آمایش سرزمین و توسعه فضایی، هدفی چون عدالت جغرافیایی را دنبال می‌نماید که از طریق ایجاد رفاه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی فراهم می‌آید. در این میان، گردشگری یکی از ابعاد چندبعدی توسعه فضایی یک منطقه می‌باشد. از این رو در آمایش سرزمین یکی از قابلیت‌های فضایی مورد بررسی، قابلیت گردشگری هر منطقه است تا با شناسایی آن و در چارچوب پایدار؛ بستری برای توسعه فضایی فراهم آید. آمایش سرزمین در زمینه گردشگری در هر منطقه از طریق امکان‌سنجی توسعه گردشگری صورت می‌گیرد تا از این طریق قابلیت‌های توسعه گردشگری، باز شناخته شود (Pearce, 2000: 36).

از این رو توسعه صنعت گردشگری به عنوان یک راهبرد و استراتژی به منظور کاستن از عدم توازن‌های منطقه‌ای و سرزمینی و در جهت تعدیل نابرابری میان روستا و شهر از حیث فرصت‌ها، منابع و منافع، ضرورتی اساسی و اجتناب‌ناپذیر به‌شمار می‌رود و بایستی به عنوان یکی از محورهای اساسی آمایش سرزمین مطرح و به طور همه جانبه مورد بررسی و اجرا قرار گیرد (Mills, 2002: 42).

بنابراین، تدوینچنین چشم‌اندازی نوین در زمینه توسعه صنعت گردشگری در آمایش سرزمین، نیازمند در نظر گرفتن مسایل و مقولات بسیار مختلفی است که در نظر نگرفتن هر یک از آنها و توجه بیش از حد به وضعیت موجود، نتیجه مطلوب را دربرنخواهد داشت. به‌خصوص هنگامی که موضوع جوامع شهری و روستاییو تعامل بین انسان و طبیعت پیش می‌آید، بر اهمیت و پیچیدگی رابطه آمایش سرزمین و گردشگری افزوده خواهد شد (Getz, 2001: 56).

برآورد این راهبردها تا زمانی امکان‌پذیر است که یک نگرش منطقه‌ای در زمینه آمایش سرزمین در تجمیع فعالیت‌های گردشگری وجود داشته باشد؛ تا با شناسایی مناطق مستعد و گونه‌های مختلف گردشگری، راهکارهای لازم در تبیین منطقه‌ای توسعه گردشگری اخذ گردد. در این بین، امکان‌سنجی گردشگری می‌تواند با توجه به شاخص‌های مناسب از جمله جاذبه‌های گردشگری و پیرامون آن؛ راههای ارتباطی و سهولت دسترسی؛ ظرفیت-پذیری گردشگر در واحد سطح؛ تاسیسات زیربنایی- اقتصادی؛ امکانات سکونتگاهی؛ پتانسیل‌های فرهنگی و تمایل ساکنان محلی در جذب گردشگری؛ پیامدهای گردشگری در اشتغال، سطوح درآمد و افزایش سطح رفاه خانوارها و بالاخره دستیابی به یک گردشگری پایدار، صورت گیرد (WILLIAMS, 2000: 77).

این گونه امکان‌سنجی در چارچوب آمایش سرزمین می‌تواند زمینه‌های مناسبی را در تلفیق و ترکیب شرایط مناسب شاخص‌های فوق‌الذکر فراهم آورد. بطور کلی دسته‌بندی جاذبه‌های گردشگری در چارچوب امکان‌سنجی و آمایش سرزمین موجب جذب گردشگران بیشتری به منطقه شده و آنها را به اقامت طولانی‌تر ترغیب می‌کند. همچنین تجمع جاذبه‌ها نوعاً به کاهش هزینه‌های لازم برای ایجاد زیرساخت‌های مناسب در منطقه می‌انجامد و هم‌چنین برای سازماندهی برنامه‌های گردشگری، بستر مناسبی را فراهم می‌آورد (Murphy, 2004: 85).

با عنایت به این موضوع، مطالعه حاضر سعی دارد به تبیین توسعه صنعت گردشگری با توجه به تأثیرات برنامه‌ها و ملاحظات آمایش سرزمین از ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و اکولوژیکی؛ پرداخته و راهکارهایی را در راستای نیل به توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر آمایش سرزمین در قالب "گزینه مطلوب توسعه صنعت گردشگری" ارائه نماید.

۱. اهداف تحقیق

- هدف کلی

هدف کلی یا اصلی این مطالعه، عبارت است از: آسیب‌شناسی صنعت توسعه گردشگری با توجه به ملاحظات آمایش سرزمین.

- اهداف اختصاصی طرح

- ۱- تبیین ابعاد مفهومی آمایش سرزمین و صنعت گردشگری؛
- ۲- تشریح و تبیین تعامل آمایش سرزمین و صنعت گردشگری؛
- ۳- تبیین توسعه صنعت گردشگری با توجه به ملاحظات آمایش سرزمین در قالب مطالعه موردی استان خراسان رضوی؛
- ۴- ارائه پیشنهادها و راهکارهایی به منظور نیل به توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر آمایش سرزمین.

۲. روش‌شناسی تحقیق

در مطالعه حاضر، از روش تحلیلی و پیمایشی، برای انجام پژوهش حاضر استفاده شده است. بدین ترتیب که علاوه بر تبیین و تحلیل تئوریک تعامل صنعت گردشگری و آمایش سرزمین، به مطالعه موردی موضوع گردشگری با توجه به ملاحظات آمایش سرزمین در استان خراسان رضوی به طور موردی، پرداخته شده است.

– تبیین و تحلیل ابعاد مفهومی و کارکردی آمایش سرزمین

در بررسی ریشه لغت‌آمایش، روشن است که با توجه به مفهوم علمی آمایش و در جهت سازماندهی فضا فعالیتهایی صورت خواهد گرفت که به نوعی در معانی مختلف مصدر «آمودن» مستتر است چراکه آمودن به معنای آمیختن، در نشانیدن، مستعد کردن، آراسته کردن و در کنار هم چیدن و ... می‌باشد و آمایش اسم مصدر «آمودن» و «آمائیدن» می‌باشد. «آمایش سرزمین علم و دانش سازماندهی منطقی و عقلانی جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی حفاظت و توسعه محیط زیست را شامل می‌شود». هدف اساسی آن، توسعه مناطق و روابط متقابل درونی و برونی آنها، استفاده معقول از منابع، ارزشمندسازی میراث انسان ساخت (محیط زیست انسانی) و غیرساخته (محیط زیست طبیعی)، ترمیم و تقویت محیط زیست، هماهنگی‌های افقی و عمودی در سطوح مختلف و ... را شامل می‌شود. به عبارت دیگر سیمای موجود و آتی توسعه یافتگی منطقه را از لحاظ محورهای توسعه و قطب‌های توسعه ترسیم می‌نماید (مطالعات آمایش سرزمین، ۱۳۸۳: ۴۲).

برنامه‌ریزی فضایی یا به عبارتی آمایش به تشخیص، تشریح و تصویرگری ساختارهای فضایی، به عنوان بخشی از سیستم‌هایی متشکل از روابط دارای معنی، می‌پردازد (مخدوم، ۱۳۸۱: ۲۲).

به عبارتی دیگر، برنامه‌ریزی فضایی، مجموعه‌ی مفاهیم، دیدگاهها و روشهایی است که در جهت ایجاد سازمانو ساختار فضایی مطلوب و دلخواه مورد استفاده قرار می‌گیرد. برنامه‌ریزی فضایی در واقع نام دیگری برای برنامه‌ریزی منطقه‌ای است، با این تفاوت که مفهوم فضا کلی‌تر از مفهوم منطقه است و مرزهای منطقه را قطع می‌کند و این یک فرایند مداوم است که بصورت حالت عمودی و افقی نمایان می‌شود و در سطوح گوناگون به کار می‌رود. هدف برنامه‌ریزی فضایی از اهداف برنامه‌ریزی منطقه‌ای جدانیست و می‌تواند دورنمای کاملی از سازمان موجود فعالیتهای، قطبها، محورهای توسعه، چگونگی استقرار جمعیت، نحوه ارتباط شهری و روستایی و ... ارائه نماید (عندلیب، ۱۳۸۰: ۳۶).

برنامه‌ریزی فضایی پیوسته به محدودیت‌های طبیعی، اقتصادی، انسانی توجه می‌کند و به بررسی آنها می‌پردازد. برنامه‌ریزی فضایی به هدف‌های تعیین شده توسط مسئولان منتخب مردم توجه می‌نماید و سرانجام برنامه‌های ارایه شده، مورد تصویب برگزیدگان مردم قرار می‌گیرند تا قانونیت و ضمانت اجرایی لازم را بیابند. برنامه‌های فضایی یا آمایش سرزمین به آن دسته از برنامه‌ریزی‌ها گفته می‌شود که به نحوی ناظر بر عمران و یا حفاظت فضا یا سرزمین (سرزمین یک کشور، یک منطقه، ... یا حتی اخیراً یک قاره) هستند. آمایش سرزمین طبق

ضوابطی با نگرش بازده پایدار و درخور، بر حسب توان و استعداد کیفی و کمی سرزمین برای استفاده‌های مختلف انسان در سرزمین، به تعیین نوع کاربری از سرزمین می‌پردازد (Goodwin, 2000:101).

مرکز ملی آمایش سرزمین نیز آمایش سرزمین را به شرح زیر توصیف نموده است (مطالعات آمایش سرزمین، ۱۳۸۳: ۴۶):

تنظیم کنش متقابل بین عوامل انسانی و عوامل محیطی به منظور ایجاد سازمان سرزمینی مبتنی بر بهره‌گیری بهینه از استعدادهای انسانی و محیطی، آمایش سرزمین نامیده می‌شود. آمایش سرزمین در چارچوب اصول مصوب، از طریق افزایش کارایی و بازدهی اقتصادی، گسترش عدالت اجتماعی، رفع فقر و محرومیت و برقراری تعادل و توازن در برخورداری از سطح معقول توسعه و رفاه در نقاط و مناطق جغرافیایی، ایجاد نظام کاربری اراضی متناسب با اهداف توسعه متعادل و حفظ محیط زیست، ایجاد و تحکیم پیوندهای اقتصادی درون و برون منطقه‌ای و هماهنگ‌سازی تاثیرات فضایی- مکانی سیاستهای بخشی و سیاستهای توسعه مناطق و محورهای خاص به گونه‌ای عمل می‌کند که بتواند اهداف چشم‌انداز بلندمدت توسعه کشور و مدیریت یکپارچه سرزمینی را محقق سازد.

در مجموع، آمایش سرزمین، نتیجه و بازتاب اندیشه و عملکرد گروههای انسانی است که در مقیاسهای متفاوت محلی (شهر و روستا)، ناحیه‌ای (آمایشهای بزرگ ناحیه‌ای مانند ایجاد یک بزرگراه یا تأمین آب مورد نیاز یک ناحیه) و ملی پیاده می‌شود تا توزیع بهینه انسانها را فراهم سازد و توزیع هماهنگ فعالیت‌های اقتصادی را در رابطه با منابع طبیعی ناحیه به گونه بایسته، تضمین کند. آمایش سرزمین در ایران برای تنظیم رابطه بین انسان، فضا و فعالیت‌های انسان در فضا انجام می‌شود. هدف از تنظیم این رابطه، بهره‌برداری منطقی از تمامی امکانات به منظور بهبود وضعیت مادی و معنوی اجتماع براساس ارزشهای اعتقادی و توجه به سوابق فرهنگی با ابزار علم و تجربه در طول زمان است. آمایش سرزمین بر دیدگاه فضایی (مکانی و جغرافیایی) در برنامه‌ریزی توسعه تأکید خاصی دارد و آرمان این دیدگاه، توزیع و تقسیم جمعیت و فعالیت‌های عمرانی در پهنه سرزمین، اجرای راهبرد بهزیستی برای فرد و جامعه، استفاده مطلوب از منابع محیطی و نیروی انسانی در جهت کفایت اقتصادی و اجتماعی است. مطالعات آمایش سرزمین، نظم نوینی از سازماندهی منابع طبیعی و فعالیت‌های انسانی بر پهنه سرزمین را مهیا می‌سازد و به سازماندهی منطقی و معتدل فضای موجود، برای هر گونه تجمع انسانی می‌پردازد. آمایش سرزمین به معنای تنظیم رابطه انسان و فعالیت‌های انسان در فضا (Management Territorial) رویکردی کلان- نگر، جامع‌نگر و بلندمدت در برنامه‌ریزی محسوب می‌شود.

– تبیین و تحلیل ابعاد مفهومی صنعت گردشگری

گردشگری، نظام (سیستم) پیچیده‌ای است که ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها اعم از اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، زیست محیطی و کالبدی (هم فضاهای شهری و هم فضاهای روستایی) را تحت تأثیر خود قرار داده است. در واقع گردشگری، صنعت تولید و مصرف است که توسعه آن، همواره به افزایش میزان اشتغال و درآمد ملی کمک کرده و موجب ایجاد تقاضا برای بسیاری از کالاها و خدمات گردیده است و در مبادلات فرهنگی، رشد اجتماعی و تفاهم ملی، سهم عمده‌ای دارد و در سال‌های اخیر به عنوان یک صنعت سودده با درآمد سرشار ارز، مورد توجه تمامی کشورهای جهان قرار گرفته است (الیوت، ۱۳۷۹: ۲۱).

آرتور بورمن (۱۹۳۱) گردشگری را چنین تعریف کرده است «گردشگری، مجموعه مسافرت‌هایی را در بر می‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به منظور شرکت در مراسم خاص، انجام می‌گیرد و غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت، موقتی و گذرا می‌باشد. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌شوند» (Inskip, 2002:45).

کشور ایران نیز، از نظر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری در ردیف ده کشور اول جهان قرار دارد و دارای جاذبه‌های متنوع و منحصر به فرد تاریخی، مذهبی، فرهنگی، طبیعی و ... است که می‌تواند برای گردشگران داخلی و خارجی، دیدنی باشد و عده زیادی را برای بازدید از این آثار، روانه کشور کند. در این میان، توجه به امکانات و قابلیت‌های مناطق مستعد گردشگری از جنبه اکوگردشگری، تاریخی و معماری جهت فقرزدایی، کاهش مهاجرت، ایجاد فرصت‌های اشتغال، ایجاد رفاه اجتماعی، حفظ ویژگی‌های فرهنگ سنتی، حفظ بافت سنتی، ارتباطات فرهنگی، حفظ منابع طبیعی و تقویت غرور ملی در کنار دیگر فعالیت‌ها، عنصری اساسی و ضروری محسوب شده و یکی از مهم‌ترین راهکارهای رهایی این مناطق از مسائل و مشکلات اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. توسعه فعالیت‌های گردشگری، همواره با آسیب‌هایی به لحاظ ساخت‌های اجتماعی، اقتصادی، نهادی و به ویژه ساخت‌های کالبدی نظیر شبکه راه‌های مناسب، آب، برق، شبکه ارتباطی (تلفن، مخابرات، اینترنت و...)، واحدهای کوچک اقامتی (مهمانسرا، مسافرخانه و...)، رستوران‌ها و اماکن غذاخوری سنتی و مدرن، استراحتگاه‌های بین راهی، فروشگاه‌های صنایع دستی، مراکز هنری، موزه‌ها، آژانس‌های کرایه اتومبیل و ... روبرو می‌باشد. بررسی وضعیت موجود فضاهای مستعد گردشگری از نظر ساخت‌های کالبدی نشان می‌دهد که این نقاط، دچار نارسایی‌های عدیده می‌باشند. به طوریکه در بعضی از نقاط، امکان ارائه حداقل امکانات رفاهی برای گردشگران وجود ندارد؛ از

این رو ظرفیت‌های موجود (قابلیت‌های گردشگری) منجر به شکل‌گیری فعالیت‌های جدید و متعاقب آن پویایی اقتصادی مناطق مستعد گردشگری، نگردیده است (پاپلی یزدی، ۱۳۸۲: ۴۲).

– تبیین توسعه صنعت گردشگری با توجه به ملاحظات آمایش سرزمین

امروزه گردشگری با توجه به دامنه تقاضا و نیازهای فضایی رو به توسعه داشته و از اهمیت و جاذبه خاصی برخوردار است (Fleischer, 2000: 44).

این در حالی است که گردشگری برای به نتیجه رسیدن اهداف مورد نظر خود به پایداری و حفاظت محیط، احیاء و ثبات اقتصادی جوامع و توسعه تجارت گردشگری در مقیاس کوچک به عنوان یک شیوه عمل وابسته است (Getz, 2001: 74). برآورد این راهبردها تا زمانی امکان‌پذیر است که یک نگرش منطقه‌ای در زمینه آمایش سرزمین در تجمیع فعالیت‌های گردشگری وجود داشته باشد، تا با شناسایی مناطق مستعد و گونه‌های مختلف گردشگری، راهکارهای لازم در تبیین منطقه‌ای توسعه گردشگری اخذ گردد. در این راستا می‌توان امکان‌سنجی گردشگری را در یک منطقه جغرافیایی که شامل تعداد زیادی از عوامل اصلی و حیاتی برای توسعه می‌باشند در نظر گرفت که در آن جاذبه‌های بی‌ظنیری که می‌تواند تعداد مناسبی از بازدیدکنندگان غیرمحلی را جذب کند وجود دارد (Holland, 2003: 102).

این گونه امکان‌سنجی در چارچوب آمایش سرزمین، می‌تواند زمینه‌های مناسبی را در تلفیق و ترکیب شرایط مناسب شاخص‌های فوق‌الذکر، فراهم آورد. بطور کلی دسته‌بندی جاذبه‌های گردشگری در چارچوب امکان‌سنجی و آمایش سرزمین، موجب جذب گردشگران بیشتری به منطقه شده و آنها را به اقامت طولانی‌تر ترغیب می‌کند. نواحی در فرآیند آمایش سرزمین به عنوان ابزاری برای ترویج اشتغال محلی و بهبود کیفیت عمومی زندگی و بالا بردن سطح رفاه اقتصادی منطقه محسوب می‌گردند. آمایش سرزمین با راهبرد گسترش گردشگری، کوششی برای رسیدن به بهترین الگوی فضایی در جهت توسعه منطقه‌ای می‌باشد که دستیابی به اهدافی را با توجه به یک سیستم کلی از توسعه ملی مدنظر دارد (Lea, 2002: 23).

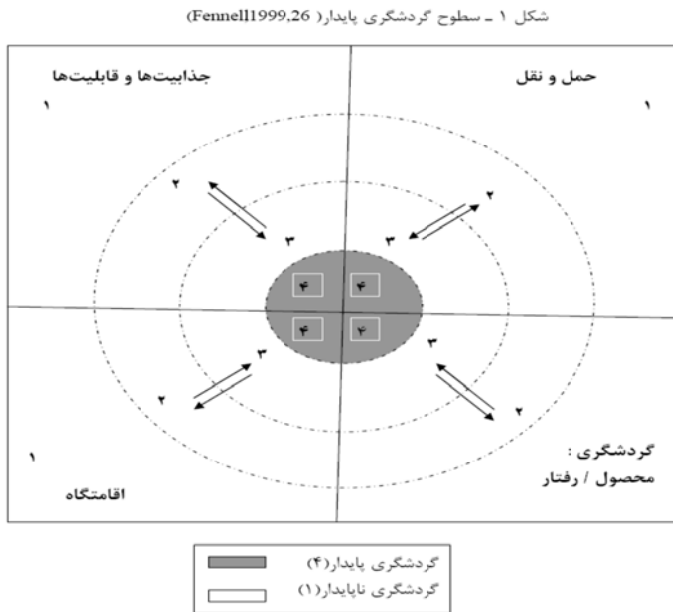
راهکارهای اقتصادی در زمینه آمایش سرزمین در رابطه با گردشگری وابسته به آن است که به مقاصد گردشگری به عنوان مکانی برای یک تجارت کوچک، نگریسته شود (Fleischer, 2000: 36). این نگرش کمک می‌کند تا در یک سیستم منطقه‌ای هر مقصد [مکان] گردشگری به عنوان یک زیربخش برنامه‌ریزی منطقه‌ای محسوب

آمایش سرزمین مبنایی برای توسعه صنعت گردشگری پایدار.....۱۹۳

گردیده تا بتواند تخصیص‌های عمودی را در زمینه توسعه گردشگری به فعالیت‌های افقی تبدیل نماید (زیاری، ۱۳۷۸: ۶۲).

در آمایش سرزمین، گردشگری به عنوان یک بخش ارزشمند و رشد یابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح بوده و دارای خطرات و هزینه‌های کمتری در زمینه سرمایه‌گذاری با توجه به در دسترس بودن منابع و پائین بودن قیمت‌ها در مقایسه با دیگر پروژه‌های می‌باشد. آمایش سرزمین برای توسعه گردشگری بومی، شامل دسترسی به منطقه با ایجاد شبکه حمل و نقل مناسب، افزایش کیفیت و کمیت خدمات گردشگری، آموزش و تعلیم ساکنان محل در رابطه با گردشگری در منطقه؛ بازاریابی و برنامه‌های تشویقی برای جذب گردشگر، مدیریت و اجرای بهینه طرح توسعه گردشگری می‌باشد (Gunn, 2002: 55).

شکل ذیل نشان دهنده سطوح گردشگری پایدار می‌باشد که باید در آمایش سرزمین مدنظر قرار گرفته‌اند:

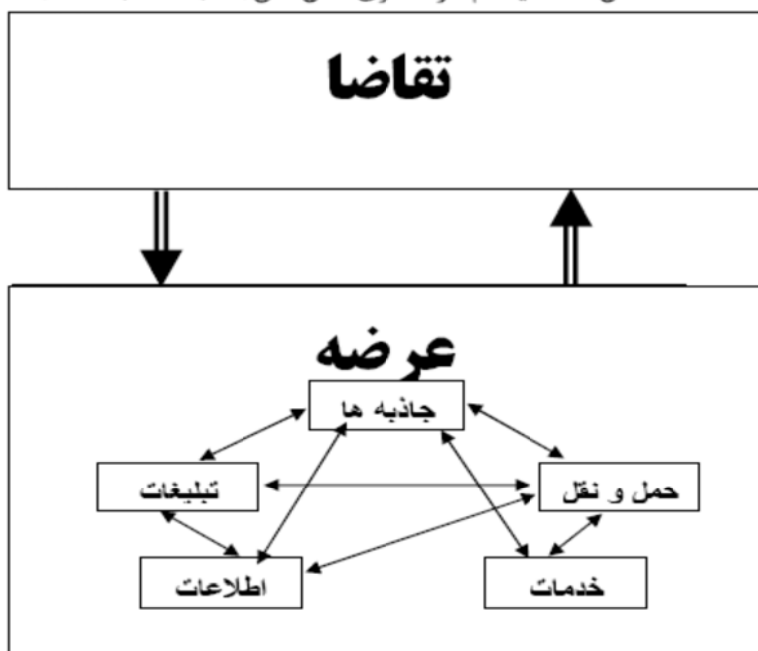


آمایش سرزمین در رابطه با گردشگری، باید با نگاهی سیستمی به این پدیده همراه باشد که در چارچوب عرضه و تقاضا شکل می‌گیرد. بر مبنای سیستم گردشگری ارائه شده توسط گان در شکل ۲ عرضه گردشگری در ارتباط متقابل با تقاضا قرار می‌گیرد. عرضه گردشگری را ترکیبی از ۵ عنصر می‌دانند که عبارتند از: حمل و نقل، جاذبه‌ها، خدمات، اطلاعات و تبلیغات. حمل و نقل را می‌توان در دو سطح ملاحظه نمود: اولی پیوند بین مکان‌های مبدأ و مقصد گردشگران است و دومی بررسی شبکه حمل و نقل در منطقه مقصد را در بر می‌گیرد.

فرآیند کامل برنامه‌ریزی گردشگری را باید در تهیه و تدارک تمامی جنبه‌های زیربنای فیزیکی شامل حمل و نقل، آب، برق، ارتباطات و خدمات تجاری دانست که اجزای ساختاری گردشگری، محسوب می‌گردند (Gunn, 2002: 56).

در این بین، اولویت اساسی در آمایش سرزمین در رابطه با عرضه گردشگری، بررسی جاذبه‌های گردشگری موجود در یک منطقه می‌باشد که در قالب امکان‌سنجی توسعه گردشگری، این بررسی‌ها انجام می‌گیرد. امکان‌سنجی محصول گردشگری به عنوان عرضه وابستگی کامل به وجود جاذبه گردشگری و سنجش قابلیت آن برای جذب گردشگر، دارد. از این رو در آمایش سرزمین در رابطه با گردشگری، گام اول بررسی جاذبه‌های گردشگری به عنوان اصل بنیادین شکل‌گیری جریان گردشگری مطرح می‌باشد. دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در مقاصد گردشگری است (Urry, 2000: 92). در ابعاد اجتماعی، گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار برای تولید اشتغال و توسعه اقتصادی در سطوح منطقه، امیدهایی را برای کاهش فقر و افزایش اشتغال به خصوص در نواحی که سوددهی ندارند، فراهم آورد (کلی، ۱۳۸۱: ۱۱۰).

شکل ۲ - سیستم گردشگری مدل گان (Gunn, 2002, 34)



– آمایش
سرزمین و
صنعت

گردشگری (مطالعه موردی استان خراسان رضوی)

دستیابی به اهداف توسعه گردشگری در واقع زمانی امکان پذیر است که در گام اول شناخت وضع موجود پیرامون گردشگری به خصوص جاذبه‌های گردشگری با رویکردی به آمایش سرزمین حاصل شود. آنچه در این شناخت ارزشمند می‌باشد درک فضا‌مندی جریان گردشگری در استان خراسان رضوی می‌باشد که در دوسویه زائر و گردشگر شکل گرفته و بازخوردهای مربوط به خود را، به وجود می‌آورد.

بر این مبنا در قالب امکان‌سنجی توسعه گردشگری در استان خراسان رضوی، قابلیت‌های گردشگری در دیگر مناطق این استان، مورد بررسی قرار گرفته است. در واقع، امکان‌سنجی توسعه گردشگری در استان خراسان رضوی با یک رویکرد سیستمی با در نظر گرفتن چالشها و راهکارهای جذبرمایه‌گذاری، رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و پایداری گردشگری، انجام گرفته است. برای دستیابی به اهداف امکان‌سنجی توسعه گردشگری، توجه به دو رویکرد اساسی لازم به نظر می‌رسد؛ یکی توسعه گردشگری برپایه قابلیت‌های فضایی جاذبه‌ها (اعم از انسانی و طبیعی) و در نظر گرفتن پتانسیل‌های محیطی و نیز عناصر عرضه در سیستم گردشگری (خدمات، تسهیلات، امکانات زیربنایی، حمل و نقل، اطلاعات، تبلیغات، بازاریابی و...); و دیگر توسعه گردشگری بر پایه جامعه میزبان، است.

برای بررسی جاذبه‌های گردشگری با دیدگاه ارزشیابی در خصوص مولفه‌های گردشگری و همچنین جاذبه‌های گردشگری با توجه به استراتژی و یکپارچگی آنها معیارهایی (Gartner, 2002, 357 – 361) برای بررسی جاذبه‌های گردشگری در استان خراسان رضوی برگزیده شد و این جاذبه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. که عبارتند از:

الف) فهرست برداری و طبقه‌بندی جاذبه‌های استان

ب) **ارزیابی** (برای ارزیابی جاذبه‌ها پنج معیار: ۱- کیفیت ۲- اصالت ۳- منحصر به فرد بودن ۴- گسترش فعالیت و ۵- قدرت جذب؛ بکار گرفته شده است).

بر مبنای این بررسی‌ها تعداد ۲۷۳ جاذبه با قابلیت گردشگری در این استان، مشخص گردید. بانک اطلاعات توصیفی ایجاد شده، ماحصل شاخص‌های استخراج شده از پرسشنامه‌های پر شده برای ۲۷۳ جاذبه استان می‌باشد. ضمن اینکه موقعیت مکانی جاذبه‌ها توسط دستگاه GPS برداشت گردیده و تبدیل به داده‌های رقمی گردید و با در نظر گرفتن موقعیت نسبی عوارض دیگر همچون راهها، روستاها و... این موقعیت پردازش گردید و سپس داده‌های توصیفی به نقاط GIS لینک گردیده؛ پس از این مرحله جاذبه‌ها به صورت رقمی و براساس نوع جاذبه، طبقه‌بندی گردیده و نمادهای مختص به هر نوع جاذبه، طراحی شده است.

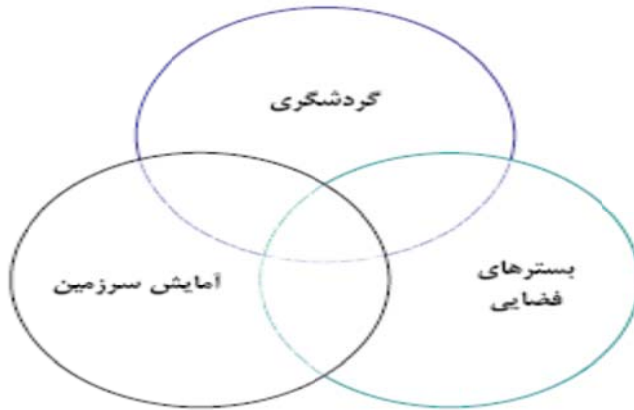
در روندی از طبقه‌بندی جاذبه‌های انتخاب شده در استان خراسان رضوی، جاذبه‌های گردشگری انتخاب شده (جاذبه‌های هدف) در استان خراسان رضوی در ۱۵ دسته، طبقه‌بندی شده‌اند. بر اساس نتایج حاصل از این مطالعه، بالاترین درصد گونه‌های گردشگری با ۳۵/۹ درصد متعلق به جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی می‌باشد. بعد از این گونه گردشگری جاذبه‌های طبیعی - تفریحی با ۲۸/۲۱ درصد، قرار می‌گیرد. جاذبه‌های مذهبی با ۸/۷۹ درصد جایگاه سوم را در زمینه طبقه‌بندی جاذبه‌های گردشگری به خود اختصاص داده است. بعد از این گونه‌ها، جاذبه‌های مذهبی - تاریخی، تفریحی، مذهبی - طبیعی، درمانی، تاریخی - طبیعی، تاریخی - تفریحی، تجاری و تاریخی - تجاری به ترتیب با ۵/۴۹، ۵/۱۳، ۴/۴، ۳/۶۶، ۳/۳۰، ۱/۴۷ و ۰/۷۳ درصد، قرار گرفته‌اند. پایین‌ترین درصد طبقات جاذبه‌های گردشگری متعلق به جاذبه‌های درمانی - طبیعی - مذهبی، طبیعی - ورزشی - تاریخی و مذهبی - تاریخی - درمانی می‌باشد؛ که هر یک ۰/۳۷ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

بالا بودن درصد جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی در این طبقه‌بندی نشان دهنده قابلیت بسیار بالای این استان در زمینه گردشگری فرهنگی دارد که در کنار جاذبه‌های طبیعی - تفریحی و جاذبه‌های مذهبی، گونه‌شناسی متفاوتی را در ابعاد منطقه‌ای در بر می‌گیرد.

در استان خراسان رضوی، تنوع جاذبه‌های گردشگری، قابل توجه می‌باشد. به طوری که در تعدادی از شهرستان‌ها تناسبی بین نسبت کل جاذبه‌ها و تنوع آن وجود ندارد؛ به عنوان مثال شهرستان مشهد با ۱۵/۳۹ درصد کل جاذبه‌ها نسبت به شهرستان نیشابور با ۱۴/۶۵ درصد از تنوع جاذبه‌های کمتری بهره می‌گیرد. باید توجه داشت که تنوع جاذبه‌ها می‌تواند تعداد گردشگر بیشتری را با سلیقه‌های مختلف به خود جذب کند؛ از این رو داشتن تعداد زیاد جاذبه‌ها، هر یک به نوبه خود حائز اهمیت بوده و راهکارهای خاص برنامه‌ریزی گردشگری را طلب می‌کند.

بنابراین، بر مبنای مباحث و بررسی‌های مطرح شده در این مقاله، آمایش سرزمین در رابطه با گردشگری در استان خراسان رضوی در چارچوب امکان‌سنجی قابلیت‌های جاذبه‌های گردشگری در این استان انجام گرفته و بر این مبنای شناسایی جاذبه‌های گردشگری در یک بستر فضایی و انتخاب جاذبه‌های هدف براساس شاخص‌های مدنظر، انجام گرفته است. انجام این بررسی‌ها ضروری می‌سازد که مطالعات بعدی آمایش سرزمین در پیرامون گردشگری در این استان با اخذ رویکردهای منسجم، سعی بر آن داشته باشد که تمامی عوامل و اجزاء مرتبط با آمایش سرزمین را در رابطه با گردشگری، مورد توجه قرار دهند. این روند می‌تواند با در نظر گرفتن الگوی کلی زیر (شکل ۳) انجام گیرد.

شکل ۳: نحوه ارتباط گردشگری و آمایش سرزمین



نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

همچنان که اشاره شد وجود تنوع در روش‌های برنامه‌ریزی برای صنعت گردشگری در واقع از پیچیدگی‌های مربوط به چندسطحی بودن صنعت گردشگری (از لحاظ فراگیری مکانی) و انواع ماهیت آن (از لحاظ انگیزه‌های جابجایی) ناشی می‌گردد. افرادی نظیر برادون (Braddon 1982)، اِکرنا (Acerenza 1985)، بدوی (BaudBovy 1985)، گتز (Getz 1986) و مورفی (Murphy) در نوشتارهای خود به این مطلب اشاره نموده‌اند که صنعت گردشگری از حالت محض و تک‌بعدی خارج شده و دیدگاه‌های جدید آن را در رابطه با دیگر مسائل اجتماعی و طبیعی قرار داده است. در واقع اگر صنعت گردشگری با دیگر مصالح اجتماعی و مقدرات اکولوژیکی، همسویی نداشته باشد؛ برنامه‌ریزی تنظیمی نهایتاً منجر به شکست خواهد شد. گتز (Getz) برنامه‌ریزی صنعت گردشگری را بدین‌گونه تعریف نموده است (FALUDI, 2002):

«صنعت گردشگری، فرآیندی است براساس تحقیق و ارزیابی و مبتنی بر جستجوی شرایط بهینه در ایجاد روابط بین صنعت گردشگری، رفاه و حفظ محیط زیست». براساس نظریه مورفی (Murphy) برنامه‌ریزی برای صنعت گردشگری با توجه به آمایش سرزمین، عبارت است از: «آینده‌نگری و تغییرات منظم در یک سیستم برای حصول به گسترش و رشد مرتب توسعه به گونه‌ای که باعث افزایش منافع اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی و نهایتاً توسعه پایدار یک منطقه گردد.

در مجموع، به منظور نیل به توسعه گردشگری با توجه به ملاحظات آمایش سرزمین، می‌بایستی موارد و نکات پیشنهادی ذیل در دو سطح کلان و خرد، مورد توجه قرار گیرد:

▪ سطح کلان

- استفاده حداکثر از ظرفیت محیط‌های شهری و روستایی برای حفظ و نگهداشت جمعیت متناسب با اقتصاد منطقه‌ای و توان‌های اکولوژیک و بهره‌گیری مؤثر و متوازن از منابع پایه پراکنده کشور در فضاهای روستایی و شهری؛
- ارتقای بهره‌وری سرزمین با گسترش آموزش فنی و استفاده از شیوه‌ها و تکنولوژی نوین تولید اقتصادی و به کارگیری صحیح نهاده‌ها و علمی کردن مراحل مختلف تولید؛
- تهیه طرح جامع گردشگری در مناطق شهری و روستایی با توجه به توان اکولوژیکی بالای مناطق، به منظور توسعه پایدار صنعت گردشگری و نیز تعیین ظرفیت برد گردشگری از لحاظ اکولوژیکی در راستای پیشگیری از تخریب‌های محیطی از توسعه صنعت گردشگری؛
- انجام مطالعات تعیین میزان تقاضای بازدیدکنندگان در استفاده از مناظر تاریخی- طبیعی و ترویج گردشگری روستایی و شهری همراه با ظرفیت‌سازی پذیرش اجتماعی اهالی برای کاربری موجود در محدوده مورد مطالعه از نظر حفظ میراث فرهنگی محلی و بومی؛
- جلب مشارکتهای مردمی به منظور پیاده‌سازی برنامه‌های پایدار توسعه خصوصاً جلب مشارکت و حمایت افراد محلی و بومی؛
- انجام مطالعات دقیق در مقیاسهای مشخص به منظور ظرفیت‌سازی اجرای طرحهای توسعه زیرساختها و عوامل زیربنایی، خصوصاً در مناطق واجد توان اما فاقد تأسیسات و تجهیزات مناسب.

▪ سطح خرد

- توسعه گردشگری پایدار با تأمین فضاها و تجهیزات مناسب پس از آمایش سرزمین؛
- برنامه‌ریزی و اجرای کارگاهها، گسترش صنعت گردشگری و توسعه فعالیت‌های صنایع دستی و سایر طرحهای مشارکتی در مناطق روستایی و شهری به منظور فقرزدایی و جلوگیری از مهاجرت.

منابع:

۱. لیوت، جیمز، ۱۳۷۹، مدیریت توریسم (مدیریت جهانگردی)، مترجم: جمشیدیان، مهدی و ایزدی، داوود، تهران: انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
۲. پاپلی یزدی، ۱۳۸۲، محمدحسین و مهدی سقایی: گردشگری و تبارشناسی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۸.
۳. زیاری، کرامت الله، ۱۳۷۸، اصول و روش‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای، انتشارات دانشگاه یزد، اول.
۴. کلی، مایکل، ۱۳۸۱، برنامه‌ریزی توریسم، ترجمه بهزاد انتظاری، مجله رشد آموزش جغرافیا، شماره ۶۲.
۵. مطالعات آمایش سرزمین، ۱۳۸۳، دفتر آمایش و توسعه پایدار سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
۶. مخدوم. مجید، شالوده آمایش سرزمین، ۱۳۸۱، چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه تهران.
۷. عندلیب، علیرضا، ۱۳۸۰، نظریه پایه و اصول آمایش مناطق مرزی جمهوری اسلامی ایران، نشر دوره عالی جنگ، تهران.
8. Fleischer. Aliza: 2000 Support for Rural Tourism; Annals of Tourism Research, Vol. 27, No. 4.
9. Gartner, William: 2002, Tourism Development, VNB.
10. Getz, Donald (2001) Festivals, Special Events and Tourism. New York: Ven Nostrand Reinhold.
11. Goodwin.J and Lambert.R, 2000, Landscape principles and issues to be considered when developing district plan, Newzealand: ministry for the environment.
12. Gunn, Clare. 2002 A: Tourism planning, Routledge.
13. Hollnad.J & Michael.B, 2003, Tourism in poor rural areas:Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda, Uganda:ppt working paper.
14. Inskeep, E. (2002). National and regional tourism planning: Methodologies and case studies. London: World Tourism Organization.

15. Lea John (2002) *Tourism and Development in the Third World*. London Routledge.
16. Mills, R. C. (2002). *Tourism the international business*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
17. Murphy, Peter E. (2004) *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen.
18. Pearce, P.L. (2000). Fundamentals of tourist motivation. In D.G. Pearce & R. W Sutter (Eds.) *Tourism research: Critiques and challenges* (pp. 113-124). London: Rutledge.
19. Urry, J. (2000). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage Publications.
20. -WILLIAMS, R. H. (2000), 'Constructing the European Spatial Development Perspective: for whom?' *European Planning Studies*,

Archive of SID