

United Arab Emirates  
Dubai

21  
February  
2016  
۲ اسفند  
۱۳۹۴

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در  
مهندسی، علوم و تکنولوژی  
2nd International Conference  
on Research in  
Engineering, Science and Technology



## بررسی عوامل موثر در تقویت گردشگری بندرتیاب

اسحق شیرین کام

دانشجوی دکتری تخصصی برنامه ریزی دانشگاه خوارزمی کرج  
e.shirinkam61@gmail.com

کریم صادقی

کارشناس آموزش و مدیردیستان شهیدجهانگیرامینی میناب  
[Karimsadeghi@gmail.com](mailto:Karimsadeghi@gmail.com)

غلام کشتکار

کارشناس آموزش و مدیردیستان شهیدجهانگیرامینی میناب

### چکیده

مقاله حاضر به بررسی عوامل موثر در تقویت گردشگری بندرتیاب پرداخته است. نوع پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است. روش ارزیابی از طریق ماتریس دستیابی به اهداف میباشد. نتایج حاصل از مطالعه نشان داد که، عوامل تأثیرگذار جانب تقاضا شامل انگیزه، خصوصیات روانشناختی، تجارب و خصوصیات فرهنگی اجتماعی گردشگر می باشند و مولفه های فرهنگی اجتماعی شامل شاخصهای آثار فرهنگی و تاریخی، فرهنگ پذیرش گردشگر، امنیت و آداب و رسوم و سنتها، مولفه اقتصادی، شامل شاخصهای امکانات رفاهی، زیرساختها، مناسب بودن هزینه ها، بازاریابی، صنایع دستی، مراکز خرید و حمل و نقل، و مولفه طبیعی شامل شاخصهای ویژگیهای اقلیمی، کاهش آلودگی و افزایش توجه به منابع میباشد. همچنین در بررسی شاخصها، امکانات رفاهی و حمل و نقل، به طور مشترک در رتبه اول از نظر اهمیت و پس از آنها زیرساختها، و فرهنگ پذیرش گردشگر در توسعه گردشگری در رتبه های بعدی قرار گرفته اند.

واژگان کلیدی: گردشگری، تیاب، جنگل حرا، دریا



## مقدمه

گردشگری عبارتست از مجموعه فعالیتهای افرادی که به مکانهایی خارج از محل سکونت خود بطور موقت به قصد تفریح و استراحت و انجام دیگر امور مسافرت میکنند تا نیازهای حیاتی، فرهنگی و شخصی خود را بشکل مصرف کننده و کالاها و خدمات اقتصادی و فرهنگی برآورده سازند (شیرین کام، ۱۳۹۲). اینک نقش صنعت گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه منطقه‌ای غیرقابل انکار می‌نماید. با وجود درآمد گسترده‌ای که این صنعت برای بسیاری از کشورهای جهان داشته، کشور ما سهم ناچیزی از این سفره گسترده داشته است. کشور ما با توجه به شرایط اقلیمی، جاذبه‌های تاریخی و تنوع فرهنگی آن می‌تواند مقصد گردشگری مساعدی برای جذب گردشگران تاریخی-فرهنگی باشد. گونه گردشگری تاریخی-فرهنگی، به دلیل این که محصولات عرضه شده در آن منحصر به فرد باقی می‌ماند و قابل تقلید نیستند، کمتر مورد تهدیدهای رقابتی واقع می‌شود. برآوردهای سازمان بین‌المللی گردشگری نشان می‌دهد که حدود ۳۷ درصد کل سفرهای انجام شده به گردشگری فرهنگی اختصاص می‌یابد و این بخش بازار سالانه ۱۵ درصد رشد خواهد داشت. (ریچارد، ۱۹۹۶).

منطقه حفاظت شده حرای تیاب و میناب در استان هرمزگان واقع است. در فاصله ۷۰ کیلومتری شرق بندرعباس در ساحل شمالی خورهای هرمز. مساحت: ۴۵۰۰۰ هکتار ارتفاع: همتراز با سطح دریا از دسته تالابهای ساحلی - دریایی بوده که شامل پهنه وسیعی از کفه‌های گلی جزرومدی، جنگلهای حرا و سواحل شنی می‌باشد و در میان شش رودخانه شور، جلابی، حسن لنگی، تیاب، میناب و زرانی قرار گرفته است.

## خصوصیات اکولوژیکی:

**گیاهان:** توده‌های انبوه درختان حرا جنگلهای تنکی از آکاسیا، کهور، کنار و گز تعدادی درخت نخل نیز در منطقه یافت می‌شود

**جانوران:** از مهمترین سایتهای زمستان گذرانی پرندگان در استان بوده، همچنین از زیستگاههای جوجه آوری گونه‌هایی از تیره حواصیلها نظیر حواصیل بزرگ و حواصیل هندی نیز محسوب می‌گردد. وجود درختان حرا و سواحل کم عمق در منطقه، زیستگاه مناسبی را جهت تخم ریزی و پرورش مراحل نوزادی آبزیانی از گونه‌های سخت پوستان و ماهیان فراهم آورده است. تاکنون ۱۴ گونه از پرندگان در این تالاب شناسایی شده اند که در این میان تنها یک گونه با نام ماهی خورک سینه سفید بومی منطقه و بقیه پرندگان مهاجر و عموماً زمستان گذران می‌باشند

زمینهای غرقابی بهترین و مناسب ترین شرایط را برای استقرار و رشد مانگرو دارا می‌باشند. زیرا همیشه مقدار زیادی آب در آنها جریان دارد. اصولاً درختان حرا در محل‌هایی می‌رویند که در مواقع مد به زیر آب می‌روند و در نقاط مرتفع کمتر اثری از این گیاهان مشاهده می‌شود. عمق آب معمولاً از ۳ متر تجاوز نکرده و جنس خاک بسیار شور و دارای بافت سنگین و نسبتاً قلیایی است.



از عوامل اصلی مرگ ومیر در این درختان میتوان به موارد زیر اشاره نمود: مرگ ومیر طبیعی : زمانی که رسوبات ته نشین شده از انباشته شود، سطح آب بالا آمده و درختان حرا به دلیل کمبود اکسیژن دچار خفگی می شوند. مرگ ومیر غیر طبیعی عوامل مرگ ومیر مانگرو در کشورهای در حال توسعه یافته: بهره برداری غلط از جنگلها گسترش کشتهای آبی در کشورهای صنعتی: شهرسازی مهاجرت روستائیان و توسعه شهری مناطق ساحلی توسعه بخش صنعتی در مناطق ساحلی آلودگی محیط زیست اکوسیستم مانگرو استفاده های چند جانبه ای برای مردم حواشی سواحل داشته که از آن جمله می توان به تهیه دارو، صمغ، تهیه عسل ،روغن گیاهی، سوخت خانگی، علوفه جهت دام ،تهیه چوب نیز جهت مصارف خانه سازی ،قایق و لنج سازی ، پرورش ماهیان و استفاده تفرجگاهی و.... اشاره نمود

### موقعیت خور های منطقه

این منطقه در حوزه بندر عباس در کرانه و خور های دهستان های ایسین، تخت، شمیل از بخش مرکزی این شهرستان ( رویشگاه حوزه کولقان در خور های جلابی، حسن لنگی و مصب رودخانه شور) و در شهرستان میناب در سواحل و خور های دهستان های تیاب و سندرک از بخش مرکزی ( جنگل های حوزه تیاب و کلاهی در خور های مشدر، بهینه، کرگان) واقع شده است.

از خورها و رودخانه های مهم این منطقه از شرق به غرب می توان به خور کرگل، خور چاخا، خور بندزرک، خور نوبر، خور کلاهی، خور مازغ، خور تیاب، رودخانه حسن لنگی، رودخانه جلابی، رودخانه شور دوم و رودخانه شور اول اشاره نمود

### پوشش گیاهی

پوشش گیاهی منطقه شامل اجتماعات خالص از گیاهان حرامی باشد که در دهانه رودخانه ها وحاشیه آبراهه های جذرومدی قرار گرفته اند

در برخی نقاط جنگل حرا با گونه های هالوفیت همراه است از مهمترین هالوفیت های منطقه می توان به باتلاقی شور سیاه شور سیاه شور ناجور برگ، سیاه شور تک جنسی و

و شور چوبی، شور پنجاب

اشاره کرد. این گونه های گیاهی در قسمت های مختلف رویشگاه در سمت خشکی و جاهایی که زمین حالت گلی نداشته و در آن گز، کنارودرختان خرما اغلب خشک است دیده می شوند. دشت ساحلی مجاور شامل جنگلی است که گیاهان ، کهور ،پراکنده اند. و پهنه های شنی وسیع هم عاری از پوشش گیاهی می باشند

### حیات وحش

مصب رودخانه های شور وشیرین میناب ناحیه زمستان گذرانی مهمی برای پرندگان آبی و کنار آبی از جمله صدف خور ، گیلانشاه بزرگ وپلیکان پا خاکستری وچندین گونه دیگر محسوب می شود. این مکان احتمالاً زیستگاه جوجه آوری گونه هایی (از تیره حواصلیها همانند حواصلیل بزرگ و حواصلیل هندی می باشد. ) نوزادی آبیان از گونه های سخت پوسان همچنین درختان حرا وسواحل کم عمق زیستگاه مناسبی رابرای تخم ریزی وپرورش



• و ماهیان ایجاد کرده است که برخی از آبریان از نظر شیلاتی حائز اهمیت فراوان می باشند  
از پستانداران منطقه می توان به خدنگ کوچک

و انواع جوندگان اشاره کرد، که به صورت پراکنده در منطقه حضور دارند شغال

### جاذبه های اکوتوریستی

جنگلهای حرا دارای ارزشهای مهمی جهت تفرج و گردشگری هستند از مهمترین فعالیتهای گردشگری جنگلهای مانگرو تفرج  
از طریق فعالیت های قایقرانی می باشد. یکی دیگر از فعالیت های گردشگری منطقه فعالیت پرنده نگری برای علاقمندان به  
طبیعت است وجود این جنگل ها و طبیعت زیبای آن عامل مهمی در جهت جذب علاقمندان به طبیعت بوده است

### وضعیت عمومی اقتصادی اجتماعی

شهر بندر عباس دارای ۱۰۳۵۴۰ خانوار با . دو شهر بندر عباس و میناب بزرگترین کانون های زیستی اطراف منطقه می باشد  
و شهر میناب نیز ۵۰۴۷۸ خانوار و ۲۵۴۳۰۴ نفر جمعیت دارد. در حاشیه منطقه . جمعیتی بالغ بر ۴۲۹۰۹۳ نفر می باشد  
حفاظت شده تیاب و میناب روستاهای متعددی وجود دارد که می توان به کهنه شهر، رضائی، سر چاهان، کمیل، بندر کرگان،  
از نظر اقتصادی و اجتماعی صید ماهیان و سخت پوستان در منطقه . کلاهی، ماغ پایین، تیاب، کولغ کاشی، بندزرک اشاره نمود  
برای مردم محلی حائز اهمیت می باشد. حوضچه های پرورش میگو در مقیاس وسیعی در این منطقه احداث شده است و این  
منطقههاز پتانسیل بالای طبیعت گردی برخوردار می باشد

### تعارضات مهم منطقه

قطع درختان حرا برای سوخت یا تعلیف دام ، آلودگیهای نفتی و تاحدودی هم آلودگی ناشی از فاضلاب شهر بندر عباس و همچنین  
توسعه فزاینده صنعت پرورش میگو از عوامل تهدید کننده این تالاب محسوب می شود

### تجهیزات و امکانات

این منطقه توسط اداره حفاظت محیط زیست میناب تحت حفاظت قرار دارد

### سایر ملاحظات

منطقه حفاظت شده و تالاب مذکور یکی از مهمترین اکوسیستم های جنگل حرا را دارا می باشد . علاوه بر این درختان حرا  
این منطقه این منطقه زیستگاه زمستانگذرانی مهمی برای گونه های از پرندگان مهاجر آبی و کنار آبی می باشد. همچنین  
زیستگاه مناسب تخم ریزی و پرورش نوزادان ماهیان تجاری ، سخت پوستان ، میگوها ، صدفها ، دو کفه ای ها و سایر آبریان  
بوده و از نظر شیلاتی دارای اهمیت بسزایی می باشد



United Arab Emirates  
Dubai

21  
February  
2016  
۲ اسفند  
۱۳۹۴

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در  
مهندسی، علوم و تکنولوژی  
2nd International Conference  
on Research in  
Engineering, Science and Technology



هر مکان گردشگری مشتمل بر بخشها، اجزاء و عناصر متعدد و پیچیده همانند جاذبه ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی و...)، تأسیسات زیر بنایی، خدمات، اطلاعات، تبلیغات، بازارهای داخلی و بین المللی و... می باشند که در ارتباط متقابل با همدیگر و برخورداری از شبکه، سلسله مراتب، ساختار، کارکرد و... جایگاه خود را در بازار رقابتی در سطوح مختلف محلی، منطقه ای، ملی و بین المللی) بدست می آورد؛ به عبارتی دیگر گردشگری از جاذبه ها، هتل ها و خطوط هوایی و دیگر عناصر به صورت مجزا تشکیل نشده است که هر بخش بدون ارتباط و تعامل با سایر بخش های تشکیل دهنده سیستم گردشگری، بتواند به موفقیت دستیابی پیدا کند؛ بلکه کلیدی است (همانند یک سیستم) که پویایی آن (گردشگری) در سایه ارتباط متقابل و سازمند اجزای و عناصر تشکیل دهنده آن در بازار رقابتی بدست می آید. دو بخش اصلی سیستم گردشگری که چرخه، حرکت و پیشرفت گردشگری را در یک مکان شکل می دهد، عرضه و تقاضا<sup>۱</sup> است؛ تقاضا شامل تمامی گردشگران متقاضی گردشگری از مبداء های مختلف ملی و بین المللی به مقصد مورد نظر می باشند که بازارهای هدف گردشگری آن مکانرا تشکیل می دهند (والا/ بیچریل، ۱۳۸۴: ۶۲)؛ و عرضه مشتمل بر جاذبه ها، واحدهای اقامتی، حمل و نقل، خدمات، تسهیلات و تأسیسات گردشگری و... یک مکان / منطقه و... می باشند که موجب جذب گردشگران از سطوح فوق الذکر می گردند. ارتباط سازمند این دو بخش اصلی گردشگری در سایه برنامه ریزی و سازماندهی ایجاد می گردد (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۴-۱۶). به عبارتی دیگر درون این شاخه ها و زیر سیستم کلی، جزئیات و عناصری است که برنامه ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند و به گونه ای خدمات، تسهیلات و امکانات گردشگری را فراهم نمایند که گردشگران به راحتی بتوانند، نیاز و خواسته خود را برآورده سازند (داس ویل، ۱۳۷۹: ۲۳۱-۲۶۷).

عوامل تأثیرگذار جانب تقاضا شامل انگیزه، خصوصیات روانشناختی، تجارب و خصوصیات فرهنگی اجتماعی گردشگر می باشند، اما عوامل جانب عرضه؛ آوازه مقصد، برنامه های بازاریابی مقصد و اخبار و گزارشات منتشر شده در باره آن هستند. در مدل بیرلی ومارتین عوامل موثر در شکل گیری وجهه یک مقصد گردشگری به دو گروه دسته بندی شده اند: منابع اطلاعاتی و خصوصیات فردی گردشگر منابع اطلاعاتی از جمله عوامل انگیزاننده یا شکل دهنده وجهه مقصد به شمار می روند، آنها عواملی هستند که بر شکل گیری تصورات و ارزیابی ها گردشگر موثرند. منظور از منابع اطلاعاتی، کلیه منابع مختلف در دسترس گردشگران شامل اطلاعات حاصل از بازدید از محل می باشند. منابع اطلاعات فوق را می توان به دو دسته اطلاعات اولیه و ثانویه تقسیم کرد منابع دسته اول منابعی هستند که از تجربه بازدید مستقیم گردشگر از مقصد به دست آمده اند. منابع ثانویه یا دسته دوم شامل چهار مورد منابع ترغیبی آشکار و پنهان، مستقل و ارگانیک هستند که قبل از تجربه بازدید از مقصد گردشگری به دست آمده و بر وجهه تاثیر می گذارند. منابع ترغیب کننده آشکار<sup>۲</sup>، همان تبلیغات معمول و مرسوم رسانه ها ست و بیشتر از طریق موسسات مرتبط گردشگری در مقصد یا گردانندگان تورهایی سفر ارایه می شود. اما گزارشها از مقصد و یا مقالات مطروحه در دسته منابع ترغیب کننده پنهان<sup>۳</sup> قرار می گیرند که می توانند به صورتی غیر رسمی و بطور ناآشکار از

1. Taylor
2. Overt induced
3. Covert induced



United Arab Emirates  
Dubai

۲۱  
February  
2016  
۲ اسفند  
۱۳۹۴

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در

مهندسی، علوم و تکنولوژی

2nd International Conference  
on Research in  
Engineering, Science and Technology



مقصد تبلیغ کنند. منابع آزاد یا مستقل<sup>۴</sup>، شامل پخش اخبار، اسناد، فیلم ها، برنامه های تلویزیونی و ... از رسانه های مختلف می باشند. منابع ارگانیک<sup>۵</sup> نیز افرادی همچون دوستان و نزدیکان گردشگر و نیز اطلاعات حاصل از مقصدهای گردشگری می باشند که بر اساس دانش یا تجربه خود فرد بطور داوطلبانه حاصل شده باشد، این دسته از اطلاعات بطور عوامل شخصی یا عوامل درونی نیز بر شکل گیری وجهه تاثیر می گذارند. بنابراین تدریجی در طول عمر جمع آوری می شوند و وجهه استنباط شده همچون برداشتی برنامه ریزی شده از مقصد گردشگری است و با توجه به نیازهای خود فرد و انگیزه ها،

دانش قبلی، ترجیحات و دیگر خصوصیات فرد گردشگر شکل می گیرد

(Beerli & Martin, 2004)

روش تحقیق

نوع پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است. اطلاعات مورد نیاز پژوهش نیز به شیوه های کتابخانه ای، پیمایشی بوده که ابزار جمع آوری اطلاعات بوسیله مصاحبه با مسئولین و استفاده از منابع مدون و تهیه پرسشنامه است. سه مولفه شناسایی شده است که شاخصهای آنها به روش تکنیک ماتریس دستیابی به اهداف ارزیابی شده است و در نهایت با این روش، اولویت بندی میشود.

### شاخص های موثر بر تقویت گردشگری

سازمان گردشگری جهانی (WTO) سیستم گردشگری را به دو بخش اصلی تقسیم می کند؛ یکی عوامل تقاضا، شامل بازارهای گردشگری بین المللی، داخلی (ملی و منطقه ای) و ساکنان محلی و دیگر عوامل عرضه، مشتمل بر فعالیت ها و جاذبه ها (جاذبه های طبیعی، فرهنگی، تاریخی، پارکهای تفریحی، باغ وحش ها، باغ های گیاه شناسی، آکواریوم ها و...)، محل اقامت (هتل ها، متل ها، هتل آپارتمان ها، مهمانپذیرها و...)، خدمات و تسهیلات گردشگری (دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری، رستوران ها، خرید، امور بانکی، مبادله ارز، خدمات و امکانات پستی و پزشکی و...)، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی)، امکانات و تأسیسات زیربنایی (شامل آب رسانی، برق رسانی، بهداشت، فاضلاب، دفع زباله و مخابرات) و عناصر سازمانی است (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۶-۱۴).

صنعت گردشگری امروزه نسبت به گذشته متنوع تر و پیچیده تر شده است. امروزه گردشگران به جای اقامت های طولانی، اقامت کوتاه مدت تری در مقاصد گردشگری داشته، اما بر تعداد سفرهای خود افزوده اند. آنها تاکید بیشتری بر محیط زیست مقاصد دارند. برای موفقیت در زمینه گردشگری یک منطقه باید از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، پایداری داشته و به منظور داشتن پایداری، باید به دقت برنامه ریزی و مدیریت شود و عوامل مختلف را در ملاحظات خود مورد توجه قرار دهد. (Sharpley, 2002, 12).

### مولفه اجتماعی - فرهنگی

گردشگری پدیده ای است که باعث افزایش تعاملات اجتماعی میشود و افزایش تعاملات اجتماعی، میتواند نگرش و رفتار افراد را تحت تاثیر قرار دهد و گسترش این امر امکان تغییرات فرهنگی را فراهم میکند. چرا که موجب افزایش آگاهی جوامع از شیوه های زندگی یکدیگر و در نتیجه اتحاد و پیوند بیشتر اقوام، مذاهب و فرهنگهای مختلف میشود (کروبی و بذرافشان، ۱۳۹۴ به نقل از پیام وفاطمی ۱۳۹۴)

اثرات مثبت فرهنگی:

4. Autonomous  
5. Organic



- ۱- افزایش میزان تلکم بازدیدکنندگان زبان محلی
- ۲- تمایل جامعه میزبان برای یادگرفتن زبان های دیگر بمنظور برقراری ارتباط با بازدیدکنندگان (عربی درمشهد-فارسی در مکه و مدینه)
- ۳- ایجاد و تقویت حس خویشتن شناسی بین ساکنان
- ۴- کمک به ساکنان بومی در شناخت هرچه بیشتر فرهنگ بومی
- ۵- افزایش غرور ملی و فرهنگی
- ۶- ایجاد شرایط مناسب برای مشارکت فعال ساکنان بومی در معرفی فرهنگ و آثار فرهنگی منطقه به مهمانان.
- ۷- احیاء و حفظ افسانه های محلی که ممکن است فراموش شوند.
- ۸- احیای هنرها و سنت های بومی

#### ب- تاثیرات مثبت اجتماعی:

- ۱- بهبود کیفیت زندگی ۲- افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی ۳- بهبود خدمات شهری ۴- بهبود خدمات عمومی (بهداشت، پلیس و..)

#### ج- تاثیرات منفی اجتماعی و فرهنگی:

- ۱- افزایش فحشاء ۲- رشد الکلیسم ۳- رشد جرم و جنایت ۴- شکل گیری فرهنگ غلط محلی

#### مولفه اقتصادی

بررسی ها نشان میدهد که کشورهایی که شرایط اقتصادی بهتری دارند، سهم بیشتری از گردشگری جهان را به خود اختصاص داده اند (اکبری، ابونوری، ۱۳۹۳).

#### - ابعاد منفی اقتصادی و تجاری:

- ۱- ایجاد تورم در سطح محلی، ۲- احتکار املاک ۳- ناتوانی در جذب گردشگر ۴- انتقال سرمایه ها از بخش بهداشت، آموزش به گردشگری ۵- افزایش قیمت ها ۶- آثار منفی برای سایر سازمانها در جذب نیروی انسانی.

درآمد حاصل از گردشگری در کل اقتصاد توزیع می شود و گروهی از مردم و عرضه کنندگان خدمات و کالا در خط مقدم قرار داشته و از آثار آن بهره مند میشوند و سایرین از آثار غیر مستقیم آن صنعت می برند ولی فصلی بودن اغلب مشاغل صنعت گردشگری و تامین نیروی انسانی از مناطق دیگر و ضعف مالی ساکنان محلی باعث شده است که آثار منفی اقتصادی گردشگری نیز مدنظر قرار گیرد زیرا ساکنان غیر بومی در ساخت هتل ها و فروشگاههای بزرگ با توان مالی وارد عمل شده و عدم بکارگیری ساکنان محلی در مشاغل مهم و بالای سازمان در محل از پیامدهای منفی بشمار میرود همچنین وابستگی افراد به درآمدهای این صنعت کسانی را که این راه کسب درآمد دارند خشنود و دیگران را ناراضی و نگران نموده است. بنابراین هرگونه استفاده ابزاری از صنعت گردشگری تائثر معکوس در رفاه اجتماعی و رفع اقتصادی مردم دارد که خود باعث تشدید بدبینی مردم محل به توسعه این صنعت میشود.

#### - آثار مثبت آن شامل:



افزایش هزینه ها ۲- ایجاد اشتغال ۳- افزایش عرضه نیروی کار ۴- افزایش استانداردهای زندگی ۵- افزایش سرمایه گذاری و درصد تجارت موزی منطقه بعنوان قطب تجاری، احداث تاسیسات جدید و جاذبه ها ، افزایش میزان دسترسی به امکانات و تسهیلات

### مولفه زیست محیطی

امروزه بر این امر تاکید می شود که مقاصد گردشگری، به همان اندازه که بر عملکرد و دارایی های خود نظارت دارند، باید به مسوولیت های زیست محیطی خود نیز توجه داشته باشند. این رویکرد جدید می تواند نحوه مدیریت مقاصد بر توریسم را تغییر دهد. امروزه، مقاصد در فعالیت های خود و تخصیص منابع باید از رویکرد جدید پیروی کنند. مقاصدی که به این شیوه عمل نکنند، محکوم به شکست خواهند بود (www.donya e eqtesad.com). (به نقل از پیام وفاپی، ۱۳۹۴)

صنعت گردشگری میتواند سبب انواع زیادی از آلودگی ها باشد مشکلات ناشی از آلودگی ساحل خورتیاب تخریب جنگل های حرا، آلودگی های ناشی از مصرف مواد نفتی و....

### آثار مثبت:

از جمله آثار مثبت گردشگری برای محیط حفظ منابع محیطی در برابر آسیب های احتمالی ناشی از توسعه سایر فعالیت ها مانند شیمیایی و معدنی ۲- کیفیت محیط سالم جهت رفع نیازهای گردشگران زمینه ساز مسائل اقتصادی بلند مدت است، ایجاد تاسیسات زیربنایی از قبیل شبکه های فاضلاب، تصفیه آب ، هتلها ، رستوران ها ، فضای سبز در فضای مناسب میتواند نمای دیدنی و جذابی برای محیط پیرامون ایجاد کند

### نتایج

در پژوهش انجام شده، سه مولفه اقتصادی، طبیعی و فرهنگی-اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت و برای هر کدام، شاخص هایی در نظر گرفته شد. نحوه سنجش معیارها، به روش ماتریس دستیابی به اهداف انجام شد. ده عدد پرسشنامه تهیه شده و در اختیار متخصصین قرار داده شد که از بین اعداد یک تا سه به مولفه ها و یک تا سیزده به شاخصها، به ترتیب اولویت ، امتیاز داده شد. که نتایج بدست آمده به شرح زیر است:

در بین مولفه ها، مولفه فرهنگی اجتماعی ، مولفه اقتصادی و مولفه زیست محیطی به ترتیب با وزنهای ۰٫۹ ، ۰٫۷ و ۰٫۵ در رتبه اول تا سوم قرار گرفتند. در میان شاخصها، امنیت و حمل و نقل با وزن ۶٫۲ در رتبه اول و بازاریابی با وزن ۰٫۷ در آخرین رتبه قرار گرفت.

جدول شماره ۱

شاخص	وزن
حمل و نقل	۶٫۲
امکانات رفاهی	۶٫۲





21  
February  
2016

۲  
اسفند  
۱۳۹۴

۵,۳	زیرساختها
۵	فرهنگ پذیرش گردشگر
۴,۶	آثار فرهنگی و تاریخی امنیت
۴,۱	کاهش آلودگی و افزایش توجه به منابع
۳,۳	صنایع دستی
۳	آداب و رسوم و سنتها
۲,۶	ویژگیهای اقلیمی
۲	بازاریابی
۱,۳	مرکز خرید
۱	مناسب بودن هزینه ها
۰,۷	

گردشگری دانشی است چند رشته ای که اگر بدون انجام تجزیه و تحلیل های امنیتی و سیاسی دقیق توسعه و تکامل یابد، قطعاً کامل نخواهد بود. یکی از مواردی که در مولفه اجتماعی-فرهنگی در منطقه گردشگری تباب باید قویاً مورد تأکید قرار گیرد امنیت می باشد، آسایش، راحتی و امنیت از مسائل بسیار مهمی است که گردشگران را به نقاط مختلف دنیا جلب می کند. یکی دیگر از ارکان اصلی صنعت جهانگردی در مولفه اقتصادی، صنعت حمل و نقل می باشد. فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب، مطمئن، راحت و سریع و ارزان پیش شرط توسعه گردشگری جمعی است. بنابر این توجه به ارتقاء کیفیت حمل و نقل و بسترسازی در این حوزه از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در مولفه طبیعی، به حداقل رساندن تهدیدهای زیست محیطی و فرهنگی ناشی از توسعه اکوتوریسم از دیگر اقدامات است که در این زمینه می توان انجام داد. از یک طرف محیط زیست فیزیکی (طبیعی و دست ساز انسانی) بسیاری از جاذبه ها و منابع طبیعی توریستی را فراهم می سازد و از طرف دیگر توسعه گردشگری می تواند آثار مثبت و منفی بر محیط زیست داشته باشد. بنابراین به منظور برنامه ریزی گردشگری به لحاظ زیست محیطی، درک و شناخت تأثیرات گردشگری بر محیط زیست نخستین مسأله واجد اهمیت است. در کل میتوان گفت سه مولفه اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی و اقتصادی بر گردشگری طبیعی موثر بوده و توجه به شاخصهای امنیت، حمل و نقل و کاهش آلودگی و توجه به منابع، از مهمترین عوامل تأثیر گذار، میباشد. اما لازم به ذکر است، تغییر نگرش مسئولان و شهروندان نسبت به جذب گردشگران، ارائه رفتارهای مناسب با این میهمانان، کنترل معضلات و مشکلات گردشگران، توجه به پروسه فرایند ارائه اطلاعات مورد نیاز به گردشگر، می تواند جزءمهمترین عوامل توسعه گردشگری در ایران از جمله کلانشهرهای گردش پذیر طبیعی ایران باشد.

اکبری، زهرا. ابونوری، عباسعلی. ۱۳۹۳. طبقه بندی عوامل موثر بر شاخصهای اقتصادی - گردشگری خارجی

United Arab Emirates  
Dubai

21  
February  
2016  
۲ اسفند  
۱۳۹۴

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در

مهندسی، علوم و تکنولوژی

2nd International Conference  
on Research in  
Engineering, Science and Technology



والا، فرانسوا/ بیچریل، یونل(۱۳۸۴)، گردشگری بین المللی، تجارت در هزاره سوم، ترجمه محمد مهدی کتاچی، انتشارات امیرکبیر  
داس ویل، راجر(۱۳۷۹)، مدیریت جهانگردی، ترجمه دکتر سید محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ دوم، تهران  
سازمان جهانی جهانگردی(۱۳۷۹)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهشهای فرهنگی

۱- پیام، هانیه وفاطمی نرجس السادات(۱۳۹۴) تحلیلی بر عوامل موثر در تقویت گردشگری پهنه های اکتوریستی  
اولین کنفرانس بین المللی شهرسازی مدیریت و توسعه شهری ۱۳۹۴ شیراز

کروبی، مهدی، ۱۳۸۷، جهانگردی طبیعت و ضرورت حمایت از آن در ایران، محیط شناسی، شماره چهارم، ۲۶-۱۵  
کروبی، مهدی. بذر افشان، شیماء، ۱۳۹۴، توسعه گردشگری و تغییر الگوهای فرهنگی در نواحی روستایی

*Chon, K.S., The role of destination image in tourism: an extension, The Tourist Review, 2, 2-7, 1992*

Archive of SID



*Camisón, César. And Villar-López, Ana. (2011). Non-technical innovation: Organizational memory and learning capabilities as antecedent factors with effects on sustained competitive advantage. Industrial Marketing Management. 40 (2011). 1294–1304*

*Hazen, Benjamin and Terry Anthony. (2012). Toward creating competitive advantage with logistics information technology. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management. Vol. 42, No. 1. 8-35*

*Richards G., The scope and significance of Cultural tourism. In Cultural Tourism in Europe, Richards G (ed.). CAB International: Wallingford; 19-46 ,1996*

Archive of SID