گردشگری؛ صنعتی که زخم خورده است

صنعت توریسم جانشینی برای صنعت نفت

شاهین یاسمی | روزنامه‌نگار

عکس: علی خدایی

سرزمین ایران با قدمت چندهزار ساله و دارا بودن آثار تاریخی بی‌شمار یکی از ۱۰ کشور نخست دنیا در زمینه وجود آثار تاریخی و باستانی است. ایران با داشتن تمدن چندهزار ساله و آب و هوا و مناظر طبیعی و باستانی و فرهنگ و رسوم غنی، ممتاز و بی‌نظیر است. ایران سرزمینی است که در آن شرق و غرب همسایه شده‌اند و همین تنوع باعث می‌شود گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند بتوانند جذابیت‌هایی را که در کشورهای مختلف می‌جویند در یک کشور ببینند و همزمان از این تنوع بهره ببرند. صنعت گردشگری امروزه در ردیف صنعت‌های پردرآمد و کم‌هزینه دنیا قرار دارد و طبق پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار درآمد کشورهای دنیا از این بخش تأمین می‌شود و در همان سال از هر ۱۵ شاغل در دنیا یک نفر در این بخش فعال است. طی سال‌های اخیر گردشگری تبدیل به صنعتی رقابتی شده و کشورها برای کسب درآمد تمایل به نوآوری در این صنعت دارند. کشورهایی که تا ده‌های پیش جزو کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه بودند (مانند جنوب‌شرق آسیا یا کشورهای آمریکای لاتین) با استفاده از این صنعت جایگاه‌شان را ارتقا داده‌اند. در دنیا بودجه‌ای که به مسافرت و تفریح اختصاص دارد ۳ برابر بودجه‌ای است که به امور دفاعی اختصاص می‌یابد.

ایران فقط از ۱۱درصد پتانسیل گردشگری خود استفاده می‌کند و درآمدی که از این راه به دست می‌آورد کمتر از ۵درصد درآمد ارزی کشور را در برمی‌گیرد. اما در جایی مثل مصر مهم‌ترین منابع تأمین ارزی کشور از صنعت گردشگری به دست می‌آید. طبق پیش‌بینی کارشناسان تا سال ۲۰۱۵ میلادی ۱۶ میلیون گردشگر به مصر سفر می‌کنند. ترکیه نیز با انجام تمهیداتی از جمله کاهش نرخ عوارض خارجی، همکاری و مشارکت فعالانه با کشورهای عضو اکو، رونق زیرساخت‌های گردشگری و سرمایه‌گذاری در ساخت هتل به درآمد ۱۳ میلیارد و ۷۰۰میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ دست یافت البته ترکیه در رده‌بندی سازمان جهانی گردشگری به لحاظ جاذبه‌های گردشگری از ایران ۱۷ پله ضعیف‌تر است اما با این وجود تعداد گردشگران این کشور به صورت میانگین سالیانه ۲۰میلیون نفر و برای ایران ۲۰۰هزار نفر محاسبه شده است. گستره مشارکت دولت‌ها در امور جهانگردی براساس شرایط خاص هر کشور (نظام اقتصادی، سیاسی و حقوقی) متفاوت است. امروزه توسعه جهانگردی در سطح منطقه‌ای (اگر نگوییم در سطح ملی) برای ایران باید در دستور کار قرار گیرد. بانک جهانی در گزارش اقتصادی ۲۰۰۷ ایران را جزو کشورهای نفت‌خیز خاورمیانه می‌داند که افزایش قیمت نفت تنها عامل افزایش رشد اقتصادی آن است بنابراین با افزایش قیمت جهانی نفت و رشد درآمدهای نفتی تمایل برای انجام اصلاحات در صنعت گردشگری به‌طور چشمگیری کاهش می‌یابد. درآمدهای نفتی ایران عامل عمده و مهم میزان تأثیرپذیری اقتصاد ایران از اقتصاد جهانی است. از طرف دیگر به علت دلاری بودن درآمدهای نفتی ایران هرگونه کاهش ارزش دلار به معنای کاهش ارزش واقعی درآمدهای نفتی خواهد بود. ریمون مارتینز فربل، دبیر کل گردشگری اسپانیا در بازدیدی که از ایران داشت گردشگری را یک علم و دانش جهانی دانست و تولید محصولات گردشگری را راهکاری برای جذب توریست قلمداد کرد و افزود: کشور شما متاسفانه فاقد چنین محصولاتی است.

ایران فقط از ۱۱درصد پتانسیل گردشگری خود استفاده می‌کند و درآمدی که از این راه به دست می‌آورد کمتر از ۵درصد درآمد ارزی کشور را در برمی‌گیرد. اما در جایی مثل مصر مهم‌ترین منابع تأمین ارزی کشور از صنعت گردشگری به دست می‌آید

بدون شک مشکلاتی چون مشخص نشدن سهم بخش خصوصی، کمبود فضاهای اقامتی، ضعف سیستم حمل‌ونقل و ضعف گردشگری داخلی از کمبودهای موجود برای جذب توریست است. اما عمده‌ترین مشکل، نگاه گردشگران جهانی به ایران است. آنها به غلط بر این باورند که در این جا عدم ثبات سیاسی و امنیتی و احساس مخاطره برای گردشگران جهانی وجود دارد که البته رسانه‌های غربی در تعمیم چنین نگاه غیرواقعی نقش بسیار بسزایی دارند. تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب از یک طرف و بهبود وضع امکانات توریستی کشور به همراه بهبود عملکرد دفاتر خدمات مسافرتی از طرف دیگر می‌تواند زمینه مساعد برای جذب توریست کشور را فراهم کند. این در حالی است که آماری که از توریست ایران می‌دهند شامل توریست کار، توریست ایرانی مقیم خارج و توریست زیارتی است که نه‌تنها برای خرج کردن به ایران نیامده‌اند بلکه در ازای کاری که انجام می‌دهند پول بیشتری از مملکت خارج می‌کنند. در ایران نیاز به وجود سازمانی نظارت‌کننده حس می‌شود تا چنین مرکزی بتواند برای قیمت هتل‌ها، تورها و ترانسفرها قیمت حداقل و حداکثری تعیین کند. درواقع ما خود را از ثروت و سرمایه اقتصادی بسیار بزرگی به نام صنعت توریسم محروم کرده‌ایم چون «نفت داریم»، درحالی که امارات با وجود برخوردار بودن از منابع عظیم نفت به صنعت توریسم و گردشگری هم پرداخته و دوبی ترافیک گردشگری دارد و میزان اشغال هتل‌ها و میهمان‌پذیرها در دوبی ۸۴درصد است که هتل‌های نیویورک و سنگاپور در رده‌های بعدی قرار دارند. به تازگی مدیرکل دفتر آمار اطلاعات و برنامه‌ریزی سازمان میراث فرهنگی اعلام کرد: ۳میلیون گردشگر ایرانی در سال به خارج سفر می‌کنند و ۷۰۰هزار نفر گردشگر خارجی وارد کشور می‌شوند، به عبارتی سالیانه حدود ۱/۵میلیارد دلار از کشور خارج و فقط ۳۵۰میلیون دلار ارز از گردشگران دریافت می‌شود. این ارقام نشان می‌دهد که تراز اقتصادی گردشگری کشور منفی است. آمار گردشگری اتریش در سال ۲۰۰۴ تعداد ۲۸میلیون گردشگر و آلمان ۱۱۶میلیون گردشگر را نشان می‌دهد. در برنامه سوم توسعه قرار بود بیش از ۴میلیون گردشگر وارد کشور شود که البته چنین نشد. گردشگران داخلی ۶۰۰درصد از بودجه گردشگری جنوب‌غربی انگلستان را تأمین می‌کنند و امارات قطب ۴ گردشگری دنیا می‌شود ولی چرا ایران نمی‌تواند یا نمی‌خواهد حق خود را از ۷۰۰میلیارد دلار سرگردان در سبد جهانی توریسم بگیرد؟ چرا سهم ایران با توجه به رتبه ممتاز در جاذبه‌ها و داشتن رتبه بهتر از آلمان، انگلیس و ترکیه به یک‌درصد هم نمی‌رسد؟

امروز حتی عربستان نفت‌خیز با هدف رونق صنعت گردشگری و جذب توریست بیشتر از ۳ طرح در سواحل دریای سرخ اجرا می‌کند. این پروژه‌ها با هزینه ۴۰میلیون دلار به تصویب رسیده زیرا بازگشت ۲ برابر این سرمایه در کمتر از زمان استخراج یک بشکه نفت بدیهی است.

شاید برای ایران، توریسم صنعتی پرجاذبه و پشتیبان خوبی برای اقتصاد کشور باشد و ما اگر به جای آن که درآمد نفت و صنعت گردشگری را رودر روی هم قرار دهیم، آنها را در هم ادغام کنیم بهتر و سازنده‌تر باشد زیرا پیشینه صنعت نفت در ایران فرصتی برای سرمایه‌گذاری در عرصه صنعت نفت توریسم می‌شود. زیرا دنیا ایران را با منابع نفت و گاز می‌شناسد. ابزار و ادوات صنعتی تا دانشگاه‌ها و قدیمی‌ترین تأسیسات نفتی در این حوزه است که متاسفانه چاه شماره یک نفت خاورمیانه که در مرکز شهرستان مسجدسلیمان قرار دارد امروز دیوار به دیوار منازل مسکونی منطقه است!

حرکت از اقتصاد نفت به اقتصاد گردشگری رابطه مستقیمی با توسعه بخش خصوصی دارد. خصوصی‌سازی دفاتر و شرکت‌های جهانگردی به معنای آن است که صنعت جهانگردی برای انجام عملیات پیشبرد داخل کشور به جای اتکا به کمک‌های نفتی دولت به توان مالی خود اعتماد و اتکا کند. اگر ما نیز به اندازه ترکیه می‌توانستیم میزبان خوبی برای تمدن و فرهنگمان باشیم و مدیرانی از جنس مسئولیت‌پذیر و آینده‌نگر برای سیاستگذاری‌هایمان داشتیم امروز نفت درصد ناچیزی از درآمد سالیانه کشور را تشکیل می‌داد و بهتر آن است که خود را از حضور در سبد جهانی توریسم رها سازیم، تنها به گردشگری در سطح خاورمیانه روی آوریم و به صنعت گردشگری در این حد اکتفا کنیم.

حاشیه‌نگار

لزوم توجه به توریسم سلامت

علی فرحبخش | کارشناس گردشگری

درحالی که تا سال‌های اخیر هدف هر سفر را سیاحت یا زیارت می‌دانستند، اکنون هدف دیگری هم به سفرهای توریستی اضافه شده و این نیت جدید در مسافرت به نام توریسم سلامت خوانده می‌شود. بسیاری از کشورهای جهان به دلیل آب‌وهوای خاص یا آب‌های معدنی ویژه مورد توجه گسترده بیماران برای گذراندن دوران نقاهت یا دوری از عوامل تشدیدکننده بیماری به‌شمار می‌روند. علاوه بر امکانات طبیعی گاه تکنولوژی‌های برتر، وجود پزشکان زبده یا هزینه‌های درمان پایین پزشکی عامل مهمی در جذب گردشگران درمانی محسوب می‌شوند.

ایران در هر ۳ بخش قضیه دارای مزیت‌های نسبی فراوان است. آب‌وهوای متنوع و ۴ فصل در نقاط مختلف کشور امکان دستیابی به محدوده گسترده‌ای از مناطق گرم و سرد را فراهم می‌کند. به لحاظ آب‌های درمانی طبیعی نیز در نقاط مختلف کشور امکانات گسترده فراوانی موجود است. از نظر توریسم پزشکی نیز با توجه به متخصصان زبده در کشور و هزینه‌های نسبتا پایین خدمات پزشکی امکان جذب مسافران بیمار زیادی از کشورهای منطقه وجود دارد. حال سوال اساسی آن است که با تمام پتانسیل‌های موجود هنوز خبر زیادی از توریست‌های خارجی برای استفاده از امکانات فوق‌الذکر نیست و توریست‌ها بیشتر با منشأ داخلی برای استفاده از آب‌های معدنی طبی همچون سرعین یا مراجعه به بیمارستان‌های بزرگ تهران برای اعمال جراحی یا تشخیص تخصصی مسافرت می‌کنند.

سوابق کشورهایی که در زمینه توریسم سلامت موفق بوده‌اند، حکایت از آن دارد که این کشورها در زمینه ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم برای جذب توریست از موفقیت‌های شایان توجهی برخوردار بوده‌اند. اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب، ایجاد خدمات لازم برای سهولت در اخذ ویزا، فرهنگ‌سازی لازم برای پذیرش توریست سلامت و همچنین تدوین قوانین و مقررات لازم در این خصوص از مهم‌ترین پیش‌فرض‌های نرم‌افزاری لازم برای جذب توریست محسوب می‌شود. در بخش سخت‌افزاری ایجاد هتل‌ها، آسایشگاه‌ها و بیمارستان‌های خاص برای جذب بیماران خارجی و همچنین تعیین حوزه‌های تخصصی دارای مزیت به‌منظور توسعه زیرساخت‌های فیزیکی برای جذب توریست از مهم‌ترین عوامل موفقیت در این عرصه محسوب می‌شوند. براساس عوامل محرک این صنعت، ازجمله پایین بودن هرینه‌های درمان و امکان ارایه خدمات درمانی پیشرفته، حوزه‌های تخصصی قلب و عروق، پیوند اعضا به‌ویژه پیوند کلیه، حلزون گوش، قرنیه و کبد، درمان بیماری‌های چشم، درمان‌های نازایی و جراحی‌های زیبایی به‌ویژه رینوپلاستی، پتانسیل گسترده‌ای را برای جذب این گروه از گردشگران ایجاد کرده است.

افزایش درآمد ارزی کشور، ایجاد اشتغال، تنوع انتخاب مصرف‌کنندگان، بهبود استانداردها، ارتقای کیفیت خدمات درمانی، توانمندسازی کادر تخصصی پزشکی، افزایش مراکز درمانی و کاهش خروج بیماران از کشور ازجمله مهم‌ترین منافع حاصل از ورود گردشگران سلامت به کشور محسوب می‌شوند.

بین کشورهای مختلف جهان اکنون ترکیه در چک‌آپ چشم و لیزر، هند در زمینه جراحی قلب و ارتوپدی، مکزیک در خدمات دندانپزشکی، کره‌جنوبی در درمان با گیاهان سنتی، تایلند در جراحی‌های زیبایی و تغییر جنسیت به شدت مورد توجه بیماران در نقاط مختلف جهان قرار دارند. در آمریکا ۱/۶ میلیون نفر گردشگر درمانی در سال ۲۰۱۲ از این کشور خارج شده‌اند که مکزیک، سنگاپور، برزیل، ترکیه و مجارستان مهم‌ترین مقصد توریست‌های آمریکایی بوده‌اند.

در ایران اگرچه هنوز تعداد گردشگران درمانی ورودی به کشور بسیار ناچیز و حدود ۱۲هزار نفر تخمین زده می‌شود، ولی بسیاری از ایرانیان خارج از کشور هر ساله برای انجام خدمات پیوند کلیه، جراحی‌های زیبایی و خدمات دندانپزشکی به کشور سفر می‌کنند که آمار دقیقی از آنان منتشر نشده است. در کشورهای آسیای‌میانه و خاورمیانه خبری از کشوری با تکنولوژی پیشرفته و در سطح بالا در حوزه درمان وجود ندارد و طبقه ثروتمند این کشورها برای درمان خود به کشورهای اروپایی و آمریکا مسافرت می‌کنند. با توجه به بالابودن هزینه‌های درمانی در کشورهای پیشرفته و ظرفیت‌سازی‌های اخیر و ارتقای استانداردهای بین‌المللی درمان در برخی کشورهای خاورمیانه ازجمله ایران و ترکیه می‌توان با برنامه‌ریزی و تبلیغات مناسب بیمارانی را که اکنون برای درمان به کشورهای اروپایی مراجعه می‌کنند، به سوی کشورمان جلب کرد.

پرگار

گردشگری فرهنگی و توسعه پایدار

خدیجه افسونگرها | کارشناس ارشد جغرافیای گردشگری

امروزه با توجه به بیانیه هزاره‌سوم سازمان ملل متحد و اجلاس‌های متعدد در سراسر دنیا پایداری به‌عنوان بخش اساسی نظم جهانی شناخته می‌شود و توسعه‌پایدار از اصولی است که اندیشمندان و صاحبنظران مورد توجه قرار می‌دهند. این بدان معنی است که حفظ استانداردهای سطح زندگی آینده بشریت اهمیت بسیار زیادی دارد، به‌طوری که دیگر نمی‌توان از محیط زندگی انسان‌ها همانند گذشته بهره‌برداری و استفاده کرد. بنابراین باید آثار گردشگری را از ابعاد مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار داد تا بتوانیم از تهدیدات آن بکاهیم، از فرصت‌های آن نهایت بهره‌برداری را بکنیم، نقاط ضعف را به حداقل برسانیم و نقاط قوت را توسعه دهیم و این برنامه بدون مشارکت کشورها امکان‌پذیر نیست.

خوشبختانه سازمان‌های بین‌المللی از جمله سازمان جهانی جهانگردی اصول قابل‌قبولی را ارایه کرده‌اند. از نظر این سازمان توسعه پایدار گردشگری به مفهوم مدیریت تمامی منابع است، به‌طوری که ضمن رعایت تمام شئونات فرهنگی کشورها سیاست‌های حمایتی و فرآیندهای زیست محیطی و تنوع عوامل محیطی در آن حفظ شود تا نیاز گردشگران فعلی و جامعه میزبان را تأمین کرده و در عین حال باعث تقویت نیازها و انتظارات آینده آنها شود.

برای رسیدن به تعامل گردشگری فرهنگی توسعه‌پایدار باید همه اقشار یک جامعه با برنامه‌ریزی مبتنی بر اصول توسعه‌پایدار تلاش کنند تا این امر به یک فرهنگ عمومی تبدیل شود و این تلاش‌ها صرفا به عهده صاحب‌نظران و فرهیختگان یک جامعه نیست، چون برای ارتقای سطح زندگی آینده این مقوله در اختیار بخش یا صنعت یا یک قشر خاص نیست و مربوط به تمام زمان‌ها و مکان‌هاست.

بدین منظور ضروری به نظر می‌رسد که ضمن بررسی اصول توسعه‌پایدار صنعت گردشگری به صورت اجمالی و همچنین آثار و مبانی گردشگری فرهنگی به صورت منفرد برای رسیدن به یک مدل مورد قبول تاثیرات این دو مقوله را نسبت به یکدیگر و سپس آثار اقتصادی و اجتماعی را نسبت به این دو مقوله تحلیل و بررسی کنیم.

گردشگری در بخش اقتصاد، شامل خدماتی است که تأثیر زیادی بر فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی دارد و شناخت این ارتباطات کمک بسیار زیادی به تعامل بین توسعه‌پایدار و گردشگری فرهنگی می‌کند چون اصل وابستگی متقابل این امر را ایجاب کرده. از دیگر موارد مهم در ارتباط با توسعه‌پایدار و گردشگری، نوآوری و خلاقیت برای استفاده از تمام پتانسیل لازم است و این امر زمانی محقق می‌شود که از انواع تخصص‌ها و آموزش‌ها در این خصوص استفاده شود و این امر حاکی از چند وجهی بودن در بعد انواع تخصص‌هاست.

از دیگر موارد مهم در اصول پایدار گردشگری برتر بودن هر چیز در حالت طبیعی است، البته فرضیات متعددی در این خصوص ارایه شده ولی نهایتا می‌توان اذعان کرد که توازن طبیعت بر حالات ساختگی آن ترجیح دارد و از طرفی از دیگر اصول توسعه‌پایدار گردشگری اصل استفاده از تجارب قبلی است.

نهایتا یکی از ارکان اصلی در توسعه‌پایدار گردشگری، اصل قدرت و سیاست است به طوری که همان گونه که در جهان امروزه مشاهده می‌کنیم، وضع جهانی در حال تغییر بوده و هست و موجب نابرابری‌های بیشماری بین کشورهای فقیر و غنی شده است، به‌طوری که بسیاری از کشورها با داشتن جمعیت کم بخش قابل توجهی از منابع را در اختیار دارند و بسیاری از کشورها با داشتن جمعیت زیاد فقیرند و این تازه فقط دخالت دادن متغیر جمعیت در بررسی است در صورتی که متغیرهای زیادی از جمله درآمد سرانه، تکنولوژی، منابع طبیعی و ... می‌تواند این نبود تعادل را به خوبی شفاف سازد.

بنابراین مدیریت منابع در جهان امروز بسیار پیچیده است و تنها همکاری و همدلی کشورها می‌تواند آینده زندگی در کره‌زمین را در جهت پایداری، امکان‌پذیر سازد. پس کشورها باید به دنبال منشور و تبیین یک دستورکار مناسب باشند تا تقسیم مسئولیت‌ها و تصمیم‌گیری را تسهیل کند، بدین منظور برنامه‌ریزی مدون را می‌توان پیشنهاد کرد.

ویژه

تعامل گردشگری فرهنگی و توسعه پایدار

سیاره حیدری والا | کارشناس ارشد جغرافیای گردشگری و برنامه‌ریزی توریسم

بررسی گردشگری فرهنگی که دارای مفهومی عام است و به دست آوردن چارچوب مناسب برای تعریف کامل این مقوله فرهنگی مطابق نظر اندیشمندان، کمی پیچیده است؛ چون دارای متغیرهای غیرملموس متعددی است که در مقوله فرهنگی قابل توجیه است، اما در رویکردهای اجتماعی توجیه آن کمی دشوار به نظر می‌رسد و تحقیقات متعددی هم از طرف دست‌اندرکاران در این خصوص ارایه شده است که هر کدام به نوبه خود گوشه‌ای از این مقوله را روشن می‌سازد ولی چارچوب اصولی را که همه نسبت به آن اجماع داشته باشند در بر نمی‌گیرد. برای روشن شدن موضوع بهتر است نگاهی اجمالی به این نوع گردشگری از زوایای مختلفی داشته باشیم.

در بحث گردشگری فرهنگی عموما دو محور مورد بررسی قرار می‌گیرد، محور اول گردشگری مرتبط با میراث فرهنگی یک مقصد است و بیشتر در این دیدگاه بعد تاریخی یک جامعه مورد نظر است و محور دوم گردشگری فرهنگی موضوع زمان حال و فرهنگ جاری یک مقصد را مدنظر قرار می‌دهد.

در حقیقت گردشگری فرهنگی نوعی از گردشگری است که گردشگر را به فراگیری، آموزش، کنکاش و کسب تجربه درباره فرهنگ حال و گذشته جامعه مقصد و مقایسه آن با داشته‌ها و انگیزه‌های جامعه خود و دیگران وامی‌دارد و درواقع تجربه کیفی میان گردشگر و محیط مورد بازدید قرار می‌گیرد.

بدیهی است که با توجه به تنوع مقوله گردشگری فرهنگی و همچنین تنوع گردشگران فرهنگی در میزان انگیزه و نیازها، انتظارات، سلیقه و علایق آنها در بازدید از یک مقصد تفاوت‌های بسیاری وجود داشته باشد و این تفاوت‌ها باعث برداشت‌های گوناگونی می‌شود، بنابراین میزان رضایت و بهره‌مندی هم متغیر است و جمع‌آوری و به روز کردن این رضایتمندی می‌تواند راهگشای سیاست‌گذاران صنعت گردشگری در بخش گردشگری فرهنگی با توجه به درجه حساسیت آن باشد که این به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین راهکارهای توسعه پایدار در بخش گردشگری فرهنگی پیشنهاد می‌شود.

بررسی عوامل ذیل برای به دست آوردن مدل گردشگری فرهنگی موفق در توسعه پایدار گردشگری ضروری به نظر می‌رسد:

۱- ثبت انگیزه‌های گردشگران در گردشگری فرهنگی و میزان رضایتمندی

۲- ایجاد عوامل موثر در تعدیل شناخت گردشگران نسبت به فرهنگ مقصد گردشگری

۳- اندازه‌گیری تاثیرات فرهنگی گردشگری بر مقصد

۴- مشخص کردن توانمندی فرهنگی جامعه مقصد

۵- آموزش و ایجاد یکپارچگی فرهنگی در جامعه مقصد

۶- ایجاد انگیزه‌های حمایتی در جوامع محلی و فرهنگ میزبان متناسب و منطبق با ضوابط اخلاقی

۷- تبیین منشور گردشگری فرهنگی و ایجاد زمینه توسعه پایدار در این بخش

۸- اندازه‌گیری تاثیرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری فرهنگی در جامعه مقصد

۹- استفاده از ابزارهای آموزشی و کمک آموزشی برای برنامه‌ریزی مدون

۱۰- بررسی مداوم عملکرد براساس یک نظام آماری مدون برای به حداقل رساندن تهدیدات و رفع موانع

مهم‌ترین عاملی که مطالعات گردشگری و استخراج نتایج علمی در بیشتر کشورها به دست آمده است و سازمان‌های جهانی به آن اتفاق نظر دارند این است که هر سیاست و تصمیمی که در زمینه گردشگری در هر جامعه‌ای اتخاذ می‌شود باید مورد حمایت تمام اقشار عناصر آن جامعه واقع شود. به‌طوری که همه افراد آن جامعه که از این فعالیت و تصمیم و سیاست مورد تأثیر واقع می‌شوند باید با توجه به منابع و هزینه‌ها آن را تأیید کنند و بر این اساس است که می‌توان سهم هر قشر و عنصری را در آن مشخص و براساس آن تقسیم کرد تا مسئولیت‌پذیری برای افراد و سایر دست‌اندرکاران آن جامعه صورت پذیرد.

بالطبع در تعامل بین گردشگری فرهنگی و توسعه پایدار موضوعات ذیل که بسیار دارای اهمیت است باید در برنامه‌ریزی‌ها مورد توجه قرار گیرند و این مستلزم آن است که هر کدام از آنها بارها مورد مطالعه و تحقیق واقع شوند:

۱- تعیین ابعاد پایداری در زمینه گردشگری فرهنگی به‌طوری که دقیقا مشخص کنیم چه چیزهایی باید پایدار شود و این پایداری در کدام ابعاد باید اولویت‌بندی شود، به‌طور مثال جامعه مورد مطالعه، در چه حدی باید استاندارد شود و به‌طور کلی مدیریت مقصد گردشگری باید بر چه اساس و با چه مکانیزمی هماهنگی فعالیت‌ها را برای اجرای برنامه توسعه پایدار با رویکرد گردشگری فرهنگی مدنظر قرار دهد و اصولا تشکیلات مطلوب برای این منظور چگونه است.

۲- تعیین ارزش‌هایی که توسعه پایدار در زمینه گردشگری فرهنگی باید براساس آن برنامه‌ریزی شود. از آنجایی که مراکز سیاست‌گذاری و قدرت، شکل و سطح این ارزش‌ها را در قالب قوانین و مقررات در بیشتر کشورها مشخص می‌کنند و از طرفی تصمیم‌گیرندگان در زمینه‌های فرهنگی و گردشگری ممکن است ابزارهای لازم برای تاثیرگذاری و اعمال مستقیم سیاست را نداشته باشند، چگونه می‌توان این ارزش‌ها را به صورت یک فرآیند مورد قبول گردشگران در جهت حفظ آنها و ارتقا این ارزش‌ها در برنامه‌ریزی‌ها اعمال کرد.

۳- تعیین افق زمانی در گردشگری فرهنگی هم برای رسیدن به پایداری اهمیت ویژه‌ای دارد به طوری که در مفهوم پایداری و گردشگری فرهنگی معمولا زمان نامحدود و به نظر می‌رسد ولی در برنامه‌ریزی اصلا اینطور نیست. همان‌طور که در مباحث قبلی مطرح شد با توجه به تنوع، تغییرات، رویدادها و عوامل غیرملموس و اصولا علایق گردشگران پرداختن به یک دوره نامحدود امکان‌پذیر نیست و بهترین راه این است که برنامه زمانبندی مشخصی را ارایه کنیم که خودبخشی از یک برنامه بلندمدت باشد تا بتوانیم ارزیابی دوره‌ای را برای ارتقا اهداف و نتایج به صورت منسجم داشته باشیم.

۴- تعیین جامعه مورد نظر در گردشگری فرهنگی به منظور پایداری از اصول برنامه‌ریزی است و این بدان معناست که با توجه به مقتضیات جغرافیایی، طبیعی، مردمی، مذهبی، نژادی و نوع گویش و سایر داشته‌ها، هر مقصد مختصات خود را دارد که با استفاده از آنها می‌توان جامعه یا منطقه‌ای را برای مطالعه انتخاب و امکانات را در آن گسترش داد و از نتایج آن در سایر مناطق و جوامع مورد نظر از لحاظ قدرت و اختیارات لازم جهت تغییر استفاده کرد. این اصل مخصوصا برای جلب پشتیبانی‌های لازم برای اعمال استانداردها و صدور مجوزهای لازم جهت انواع فعالیت‌های گردشگری بااهمیت است.

بررسی نتایج و پیشنهادات

در خاتمه با توجه به بررسی‌های انجام پذیرفته و اصل وابستگی متقابل بررسی اجمالی گردشگری فرهنگی و ابعاد آن در توسعه پایدار بدون در نظر گرفتن اثرات اقتصادی، اثرات اجتماعی و نقش دولت‌ها در برنامه‌ریزی علمی و عملی خالی از اشکال نیست، بنابراین پیشنهاد می‌شود:

برای رسیدن به مدلی ایده‌آل تاثیرات متقابل هر کدام از مقوله‌ها در این فرآیند مورد توجه واقع گیرند به‌طور مثال می‌توان موارد ذیل را به صورت اختصار یادآوری کرد:

۱- نقش گردشگری فرهنگی و جایگاه آن در اقتصاد کلان کشورها

۲- میزان مشارکت دولت در تدارک زیرساخت‌های گردشگری فرهنگی در توسعه پایدار

۳- مقدار مخارج گردشگران فرهنگی اعم از داخلی و خارجی در کشورها

۴- میزان اشتغال حاصل از درآمدهای گردشگران فرهنگی به‌طور مشخص در کشورها

۵- اندازه اقتصادی و اجتماعی هر مقصد در گردشگری فرهنگی هر کشور

۶- میزان تأثیر جاذبه‌های فرهنگی و امکانات هر مقصد در ورود گردشگران فرهنگی

۷- تعیین میزان مسئولیت و نقش بنگاه‌های اقتصادی در گردشگری فرهنگی