

بررسی راه‌های توسعه‌ی مشارکت مردم در صنعت جهانگردی (مورد مطالعه: استان خوزستان)

دکتر حسین مظفر*

مینا اصفهانی**

علی پاداش***

چکیده

این مقاله در راستای تبیین راه‌های توسعه مشارکت مردم در بهبود صنعت گردشگری در استان خوزستان، نخست به بیان اهمیت صنعت جهانگردی پرداخته و سهم این صنعت را در درآمد ملی کشور متذکر شده است. سپس جایگاه ایران با پیشینه‌ی تمدنی کهن و جاذبه‌های متنوع و موقعیت برجسته اقلیمی را تعریف کرده است. در این مقاله که به بررسی راه‌های توسعه مشارکت مردم در ارتقای صنعت گردشگری پرداخته شده است با توجه به داده‌های حاصل از پژوهش، متغیرهای چندی شامل اعتماد مردم به ارگانهای امنیتی و قضائی، اعتماد مردم به نظام جمهوری اسلامی ایران و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها مورد بررسی قرار گرفته که بر مشارکت مردم در توسعه صنعت گردشگری تأثیرگذار می‌باشد.

واژگان کلیدی

صنعت گردشگری، مشارکت، امنیت، اعتماد به نظام، رسانه‌ها

* عضو هیئت علمی دانشگاه شهید رجایی و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام .

** دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی امور فرهنگی.

*** کارشناس ارشد مدیریت فرهنگی از واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

دارد. صنعت گردشگری، فرهنگی‌ترین حوزه اقتصاد است. کارشناسان اقتصادی معتقدند که گردشگری تنها بخشی از مجموعه عظیم اقتصاد است که در حد بسیار زیادی با رگه‌های فرهنگی گره خورده است چون از یک سو تا حد مطلوبی موجبات آشنایی فرهنگها، تمدنها، نژادها، سرزمینها، اقوام و گویش‌های مختلف را با یکدیگر فراهم می‌سازد و از سوی دیگر نیز می‌تواند یکی از منابع کسب درآمد برای کشورهای مختلف باشد این که گفته می‌شود «اقتصاد توریسم بهترین محرک برای کشورهایی است که به دلیل تک محصولی بودن یا محدود بودن منابع درآمد، دارای اقتصاد خموده هستند» به سمتی می‌رود تا توسط بسیاری از کشورهای در حال توسعه به یکی از بزرگ‌ترین واقعیت‌های اقتصادی تبدیل شود.

برای درک اهمیت گردشگری خوب است به اظهار نظر سازمان جهانی گردشگری در این مورد توجه داشته باشیم. سازمان جهانی گردشگری اعتقاد دارد: «صنعت گردشگری تا سال ۲۰۰۵ یکی از فعال‌ترین و پردرآمدترین صنایع جهان خواهد شد و درآمدی بالغ بر ۹۷۰۰ میلیارد دلار را به خود اختصاص خواهد داد، در صورتی که اگر افزایش نرخ خدماتی همچون حمل و نقل در همین سطح باقی بماند از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۵ هر سال ۷۵۰ میلیون نفر به سیاحت خواهند پرداخت و به تبع از آن سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵ حدود ۴۰ میلیون شغل ایجاد می‌شود و تعداد افراد شاغل در این صنعت بالغ بر ۱۵۷ میلیون نفر خواهد شد. (WTO, ۲۰۰۴)

بی‌تردید این صنعت در قرن حاضر اولین شاخص اقتصادی هر کشوری خواهد بود و این بدان معنا است که صنعت گردشگری از نظر میزان سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی نقش موثری را در تأمین منافع ملی کشورها و نیز در بخش اقتصاد، فرهنگ و ... خواهد داشت.

جایگاه ایران در صنعت گردشگری

ایران با برخورداری از سوابق افتخارآور، آثار مهم و برجسته تاریخی و فرهنگی، طبیعت جذاب و تنوع

انسان پیشرفته امروزی به دلیل انگیزه‌ها و دلایل متعدالی تری چون آشنایی با فرهنگ و تمدن‌های دیگر، ملاقات دوستان و اقوام و ... اقدام به سفر و مسافرت می‌نماید.

اقدام و اشتیاق انسان به مسافرت در دنیای کنونی صنعت بزرگی به نام «صنعت گردشگری» را به وجود آورده است که منبع درآمد بسیاری از کشورها محسوب می‌شود. گردشگری در بسیاری از کشورهای بزرگ و کوچک جهان یکی از بزرگ‌ترین و سودآورترین صنایع است. شاید بتوان به جرأت گفت که گردشگری و اقتصاد توریسم امروز به یکی از اصلی‌ترین ارکان اقتصاد تجاری جهان تبدیل شده است به نحوی که بسیاری از توسعه سازان از این صنعت با عنوان توسعه پایدار یاد می‌کنند که در تاریخ اقتصاد جهان، قرن بیست و یکم را به نام خود فتح خواهد کرد.

در جهان حاضر توسعه و پیشرفت، رمز ماندگاری و حیات پویا و مقتدرانه ملتها، جوامع، فرهنگها و تمدنها به شمار می‌رود. بدون توسعه و حرکت در مسیر تعالی و ترقی نمی‌توان فقط به افتخارات گذشته متکی بود بلکه همراه سابقه و تجربه ذی‌قیمت، گذشته را باید مبنایی برای دستیابی به رسالتها و مقاصد دور برد مد نظر قرار داد.

صنعت گردشگری و اهمیت آن

امروزه گردشگری و صنعت گردشگری منبع درآمد بسیاری از کشورها محسوب می‌شود و بسیاری از آنها از این منبع درآمد برای ایجاد اشتغال، رشد بخش خصوصی و حرکت در مسیر توسعه اقتصادی استفاده می‌کنند. جهانگردی و گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع محسوب می‌شود و درآمد آن در سال ۲۰۰۱ بالغ بر ۴۳ میلیارد دلار بوده است. گردشگری به عنوان صنعت درآمد زا و رونق دهنده چرخهای اقتصادی کشور در ارتباط بین ملل و اقوام در جهان نقش مهمی

رتبه دوم را در گردشگری کسب نموده‌اند. سهم توریسم منطقه خاورمیانه در کل جهان ۳/۱ درصد با ۲۷ میلیون و ۶۰۰ هزار مسافر است که از این تعداد تنها یک میلیون و ۵۸۴ هزار نفر یعنی ۵/۷ درصد به ایران تعلق دارد. (WTO, ۲۰۰۴)

کشور ایران یکی از ده کشور عمده جهان به لحاظ جاذبه‌های گردشگری می‌باشد که این امر به لحاظ جلوه‌های طبیعت، آثار باستانی و اماکن مذهبی است. با این وجود از لحاظ کسب درآمد ارزی از صنعت گردشگری تقریباً هیچ موقعیتی در بعد بین‌المللی ندارد. با این وصف شناسایی علل و یافتن راهکارهای مناسب جهت جلب گردشگران و انجام برنامه‌ریزی مناسب (سرمایه‌گذاری و ...) جهت تقویت مشارکت مردم در زمینه رشد صنعت گردشگری از اهمیت بسزایی برخوردار است.

به گفته برخی کارشناسان، صنعت گردشگری در سالهای آینده توسعه سریعی خواهد یافت و درآمد حاصل از آن به ۲۰۰۰ میلیارد دلار در سال خواهد رسید، چنانچه بتوان سهم ایران را در این صنعت به یک درصد ارتقاء داد، سالانه درآمدی معادل ۲۰ میلیارد دلار کسب خواهد شد که به آسانی با درآمد نفتی کشور برابری می‌کند. در توسعه صنعت گردشگری، بهره‌برداری از فرصت‌ها جهت به سود رساندن سرمایه‌گذاری‌های انجام شده حایز اهمیت است. مجمع عمومی سازمان گردشگری در اکتبر ۱۹۹۹ «صلح و گفتگوی تمدنها» را به عنوان شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۱ برگزید.

این انتخاب از یک سو توجه عموم را به تأثیر انکارناپذیر گردشگری در برقراری و تحکیم صلح در میان ملت‌ها و تقویت ارتباطات فرهنگی و تجربی میان ملل جهان جلب کرد و از سوی دیگر بحث گفت و گوی تمدنها که ایران آغازگر آن بوده است را بار دیگر در جهان مطرح ساخت. برای ایران که چنین بحث جدی را در سطح بین‌المللی آغاز کرده است، مشارکت فعال در تمام عرصه‌های مربوطه به ویژه گردشگری یک فرصت ارزشمند است.

شرایط اقلیمی یکی از ده قطب اصلی گردشگری در جهان است. با وجود این نتایج آمارهای مربوط به سهم ایران از درآمدهای جهانی گردشگری نوید کننده است.

کشور ایران با وجود داشتن جاذبه‌های قابل توجه، از جایگاه مناسبی در بازارهای جهانی گردشگری برخوردار نیست و این در حالی است که در طول دهه اخیر تمام تلاش مدیران اجرایی کشور بر این بوده که کشور را از وابستگی به درآمدهای نفتی نجات دهند. مطمئناً گسترش فعالیت های گردشگری یکی از مهم ترین راه‌ها برای وصول پیش گفته است. تاریخ سیاسی کشور ایران در طول دو سده گذشته و نقش منفی دولت های استعمارگر موجب شده است که در حال حاضر اغلب مردم ایران نسبت به کل غربی ها ذهنیتی منفی و مشکوک داشته باشند. این بیگانه ستیزی به گردشگران نیز سرایت کرده است. گردشگری با تأمین یک دهم تولید ناخالص داخلی و اشتغال، این عناصر اقتصادی در جهان است. کارشناسان اقتصاد داخلی و اشتغال، بزرگترین منبع ایجاد این عناصر اقتصادی در جهان است. کارشناسان اقتصاد جهانی پیش بینی می‌کنند که این تأثیرات و تبعات اقتصادی به طور مستمر رشد یابد و در قرن بیست و یکم، گردشگری به موتور حرکت اقتصاد جهانی تبدیل شود.

براساس آمارهای رسمی ارائه شده از سوی سازمان جهانی گردشگری (WTO) در سال ۱۹۹۸ شمار گردشگرانی که از مرز کشور گذشته‌اند بالغ بر ۶۲۵ میلیون و ۲۳۶ هزار تن بوده که از رشدی برابر ۲/۳ درصد نسبت به سال های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۶ برخوردار است.

طی سال ۲۰۰۲ میلادی سهم ایران از تعداد گردشگران منطقه خاورمیانه فقط ۵/۷ درصد بوده است. براساس آخرین آمار ارائه شده از سوی سازمان جهانی مناطق مختلف جهان کشورهای اروپای غربی با بیش از ۱۴۱ میلیون نفر مسافر، رتبه اول را در صنعت توریسم به خود اختصاص داده‌اند. براساس همین گزارش، کشورهای اروپای جنوبی نیز با ۱۳۱ میلیون جهانگرد

تاریخچه گردشگری

با بررسی تاریخ گذشته، مردم در تمدنهای ما قبل تاریخ فقط برای به دست آوردن غذا و دوری از خطر و یا نقل مکان به مناطقی که دارای آب و هوایی بهتر بود اقدام به سفر می‌کردند. در دوره‌های بعد، انگیزه تجارت و تبادل کالا به علل فوق اضافه شد. با گسترش امپراطوریهای باستان، مسافرت‌های رسمی دولتی که حاصل آن اعزام نمایندگان حکام به مکانهای دوردست، جهت جنگها و یا دریافت مالیات و خراج بود نیز شروع گردید. در دوره حکومت خانواده‌های سلطنتی در مصر مسافرت با قصد تجارت و تفریح انجام می‌شد و ...

با مطالعه تاریخ گذشته به خاطرات و سرگذشت کسانی بر می‌خوریم که به نقاط مختلف جهان سفر کرده و مدت زمان کوتاه یا بلندی را بین اقوام مختلف به سر برده و نحوه زندگی، آثار هنری، صنایع و دیگر خصوصیات آنها را دیده یا شنیده‌اند و پس از مراجعه به وطن آنها را به رشته تحریر در آورده و یا برای دیگران بیان نموده‌اند که سینه به سینه به نسل‌های بعدی منتقل گردیده است.

این مطالب حاکی از آن است که گردشگری با انگیزه‌های مختلف از دیر باز بین انسانها رواج داشته و آثار مکتوب و به جا مانده از این گردش‌ها، به نسل‌های مختلف بشری در شناختن تاریخ و جغرافیای مکانی و شرایط زندگی و حکومتی گذشتگان کمک کرده است. علاوه بر این گاهی فعالیت برخی از جهانگردان در سرنوشت جوامع و اقوام مختلف و حتی جهان، کم و بیش تأثیر داشته است، از جمله سفرهای دریایی «کریستف کلمب» که این ماجراجوی شجاع و بی‌باک به منظور رسیدن به کشور هند از طرف مغرب دست به سفرهای متعدد دریایی زد و پس از تلاش و تحمل سختی و مرارت‌های فراوان، پا به سرزمینی نهاد که بعدها نام آمریکا به خود گرفت و موجب به وجود آمدن تحول بزرگی در تاریخ معاصر جهان شد.

ایران در ردیف کهن‌ترین تمدنهای جهان قرار دارد و به همین دلیل و نیز به خاطر وجود آب و هوای متنوع و جاذبه‌های طبیعی زیبا و متعدد از مهمترین مراکز گردشگری دنیا به حساب می‌آید و از میان ۱۲ مکانی که یونسکو در جهان آنها را به عنوان «میراث تمدن جهانی» به رسمیت شناخته و ثبت کرده است سه مکان در ایران قرار دارد. کشور ایران از گذشته‌های دور به جهت موقعیت سوق الجیشی و تأثیری که حکومت‌های حاکم آن بر منطقه و جهان معاصر خود داشته‌اند، مورد بازدید جهانگردان قرار گرفته که از مشهورترین آنها می‌توان «هردوت و گزنفون» از مورخین یونان باستان، «مارکوپولوی ونیزی»، «ابن بطوطه بغدادی» را نام برد.

از منابع کلاسیک در زمینه امور سیاحت می‌توان به آثار متعددی مانند سفرنامه «ژان شارون» فرانسوی که در حدود سالهای سلطنت شاه سلیمان صفوی به ایران آمده در پنج جمله کلیه امور و روابط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، جامعه ایران را در آن زمان تدوین و ترسیم نموده است و همچنین «یاکوب ادوارد پولاک» که سفرنامه پولاک، درباره ایرانیان و ایران در سال ۱۸۶۵ میلادی به بررسی پرداخته اشاره کرد. «ژان باتیس تاوارینه» از دیگر سیاحان فرانسوی است که سفرهای متعددی به ایران زمین نموده و در حدود سالهای سلطنت لئوی چهارم و سیزدهم با شاهان کشور فرانسه مأموریت‌های گوناگونی در ایران داشته در زمینه‌های مختلف مانند امور سیاسی، اقتصادی، ارتباطات و غیره در ایران آن روزگار مطالعاتی انجام داده است. حاصل این بررسی‌ها در سفرنامه یک جلدی او که در کتابخانه‌های معتبر دنیا موجود است درج گردیده است و خاطرات آنان بیانگر بخشی از تاریخ اقوام و گذشتگان ایرانی می‌باشد. در مقابل، بزرگانی از ایران هم وجود داشته‌اند که با سفرهای خود به سایر نقاط جهان مجموعه‌ای از دیده‌ها و شنیده‌ها را جمع و منتشر کرده‌اند که از جمله می‌توان به دو کتاب گلستان و بوستان که نتیجه سالها گردشگری سعدی بوده اشاره کرد و یا سفرنامه ناصر

امکانات ارتباطی، مساله گردشگری را به صنعتی با قابلیت بهره‌دهی بالا تبدیل کرد و ظرفیت پذیرش سرمایه‌گذاری در آن افزایش یافت. امروزه این صنعت نه تنها به منبع مهمی برای کسب درآمدهای ارزی و ناخالص ملی برخی کشورها تبدیل شده، بلکه در زمره‌ی عوامل توسعه کشورها قرار دارد و اکنون با توجه به عواملی مانند گسترش ارتباطات، افزایش اطلاعات ملتها از یکدیگر، توسعه صنعت حمل و نقل، علاقمندی عموم جوامع بشری به آشنایی با آثار سایر ملل و پی بردن دولتها به بازدهی اقتصادی صنعت توریسم، این صنعت از نظر اهمیت اقتصادی پایگاه سوم را در دنیا دارد.

در دوره رنسانس مسافرت به قصد تحصیل و فراگیری علوم مختلف شکل گرفت. اما انقلاب صنعتی در غرب را باید نقطه آغاز مسافرت و گردشگری به مفهوم امروزی آن دانست. گردشگری در کشورهای توسعه یافته و صنعتی، پس از جنگ جهانی دوم رشد چشمگیری یافت. بهبود وضعیت اقتصادی، توسعه شبکه حمل و نقل سریع و ارزان و وجود وقت آزاد بیشتر برای مردم، همگی عواملی موثر بر این رشد بودند. بسیاری از صاحب نظران، پیشرفت خارق‌العاده از تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات در عصر حاضر را عاملی برای گسترش بیش از پیش صنعت گردشگری در سالهای آتی می‌دانند.

در سطح جهانی کشورهای توسعه یافته و صنعتی، توریست مزیت محسوب می‌شود که شامل کشورهای اروپایی، آمریکایی، شرق آسیا و پاسفیک می‌باشند. تقریباً بیش از نیمی از توریستهای جهان از کشورهای اروپایی و از هر ۵ نفر توریست، یک نفر دارای ملیت آمریکایی بوده است.

اهداف توسعه گردشگری

- فراهم نمودن چارچوبی به منظور افزایش استاندارد زندگی مردم از طریق سود اقتصادی حاصل از گردشگری.

خسرو که حاوی نکات مفیدی از گشت و گذار وی در کشورهای مختلف می‌باشد. (شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، ۱۳۸۱)

گردشگری در دنیای حاضر

گردشگری با شکل جدید از اوایل قرن ۱۶ میلادی، یعنی زمانی که انقلاب صنعتی، اروپا را فرا گرفت نمود پیدا کرد. بروز مسائل گوناگون شغلی و فرهنگی موجب شد تا استفاده از اوقات فراغت و توجه به سیر و سفر به منظور دور شدن از مسائل و مشکلات گروهی و جسمی ناشی از اشتغالات فکری و فیزیکی، افزایش پیدا کند.

از اوایل قرن ۱۷ میلادی اصطلاح توریست در جامعه فرانسه رایج گردیده و در مورد جوانانی به کار برده می‌شد که برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه‌های لازم زندگی مسافرت می‌کردند و کم کم به سایر جوامع اروپایی نیز وارد شد و به مسافرینی اطلاق می‌شد که هدف آنها از مسافرت، گردش، استراحت و آشنایی با فرهنگ مردم سایر کشورها بود.

طبق آخرین داده‌ها در سال ۱۹۹۹ فرانسه در صدر کشورهای توریست پذیر جهان قرار داشته است و بعد از آن به ترتیب کشورهای اسپانیا، آمریکا، استرالیا، چین، انگلیس، مکزیک، کانادا، لهستان، اتریش، آلمان، فدراسیون روسیه، چکسواکی، مجارستان، پرتغال و ... قرار داشته‌اند. (زاهدی، شمس‌السادات، ۱۳۷۶: ۳۸)

توجه به ارزش و بعد اقتصادی گردشگری پس از جنگ جهانی دوم آغاز گردید زیرا ساختار اقتصادی و صنعتی اکثر کشورهای اروپایی تقریباً نابود شده بود و نیاز مالی زیادی برای بازسازی آنها وجود داشت. مساله گردشگری به عنوان یک عامل مهم درآمد مورد توجه قرار گرفت و دولتها در جهت گسترش همه جانبه آن اقدام به سرمایه‌گذاری مالی و انسانی مناسب کردند. این کار با توجه به پیشرفت وسایل محل تحول بزرگی را در سیر و سفر به وجود آورد. تغییر و تحولات سریع

ب. فضای نامساعد تبلیغاتی برای مخدوش کردن چهره ایران و انزوای ایران در سطح بین‌المللی.
 ج. عدم تطبیق و هماهنگی گردشگران برخی از کشورهای خارجی با فرهنگ اسلامی در روابط و برخوردهای اجتماعی.
 د. فقدان نیروی انسانی کارآموده و متخصص امور جهانگردی در دفاتر ایرانگردی و جهانگردی و بی‌اطلاعی و بی‌تجربگی کادر شاغل در موسسات گردشگری (کارکنان آژانس‌ها- راهنمایان جهانگردی)
 ه. عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش به علت عدم سودآوری.

و. حمایت ناکافی دولت در مورد امنیت جهانگردان، اقدامات سلیقه‌ای و محدود کننده از سوی برخی مقامات غیر مسئول و ... ناهماهنگی در همکاری بین سازمانها و ارگان‌های دولتی که در بهبود وضع جهانگردی موثرند. (اوجی ۱۳۸۳)
 بررسی نظریات گردشگران خارجی که تا کنون به ایران سفر کرده‌اند حکایت از تأثیر فرهنگ غنی کشور بر آنها دارد و این امر در گزارش‌های به چاپ رسیده توسط جهانگردان در نشریات کشور کاملاً مشهود است، حال این که چرا متولیان امر گردشگری در کشورمان نتوانسته‌اند از ظرفیت‌های بالقوه این صنعت بهره لازم را ببرند ناشی از ناهماهنگی بین سازمان‌های مختلفی مرتبط با صنعت گردشگری است.

تصمیم‌گیری‌های منفک این سازمان‌ها موجب رکود و کندی پیشرفت فعالیت‌های صورت گرفته در زمینه توسعه گردشگری در کشور شده است. افزایش قیمت بلیط هواپیما- تشریفات گمرکی و نارضایتی گردشگران در سندهای کشور، نبود سرویس‌های بهداشتی (بین راهی) مناسب، کمبود امکانات حمل و نقل ریلی و همچنین اطلاع‌رسانی نامناسب از جاذبه‌های گردشگری کشور و ... همه نشان‌دهنده آن است که این صنعت نوپا نیاز به هماهنگی به بخش‌های مرتبط خود دارد. یکی دیگر از مشکلات توریسم در ایران تعدد مراکز تبلیغاتی و

• توسعه زیر ساختها و فراهم نمودن تسهیلات تفریحی برای گردشگری و ساکنین محلی.
 • حصول اطمینان از تناسب نوع تسهیلات با اهداف منطقه.
 • توسعه برنامه‌ای که با فرهنگ، جامعه و اهداف اقتصادی دولت و مردم کشور مهمان‌پذیر هماهنگ باشد.
 فراهم سازی رضایت گردشگری (زاهدی، شمس‌السادات ۱۳۷۷)

مزایای عمده گردشگری

- فرصت اشتغال را برای کارکنان ماهر و غیر ماهر فراهم خواهد نمود زیرا صنعتی کاربر است.
 - ارز خارجی مورد نیاز را تأمین خواهد کرد.
 - درآمدها را به طور کلی افزایش می‌دهد.
 - توسعه زیر ساختها را ضروری خواهد کرد که تحقق این امر به گسترش بازرگانی و صنعت محلی کمک خواهد کرد.
 - حفاظت و بهبود محیط زیست را ضروری می‌سازد.
 - موجب تنوع فعالیت‌های بخش اقتصادی در جامعه می‌گردد.
 - موجب مطرح شدن منطقه در جهان شده و تصویر جالبی از آن به دست می‌دهد.
 - فرآیند نوگرایی را تسهیل می‌نماید.
 - تسهیلات گردشگری و تفریحی را برای مردم محلی نیز فراهم می‌آورد.
- به خارجیان شانس آشنا شدن با مناطق یا کشورهای کمتر شناخته شده را می‌دهد. (یعقوب‌زاده رحیم، ۱۳۸۳)
- برخی از مشکلات و موانع گردشگری در ایران عبارتند از:
 الف. فقدان یک برنامه جامع و استراتژیک و همچنین مشخص نبودن هدفها و سیاست‌های ایرانگردی و جهانگردی در قالب یک برنامه اجرایی.

شدت تنزل یافته و به حداقل ممکن خود رسیده پس از پایان جنگ با توجه به ایجاد ثبات و امنیت و همچنین اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روند مذکور سیر صعودی به خود گرفته و از سال ۶۷ تا سال ۷۹ به طور متوسط ۵۰ درصد رشد داشته است.

ادامه سیر صعودی ورود جهانگردان خارجی به کشور منوط به ایجاد زیرساخت‌های مناسب و همچنین حفظ و تقویت امنیت و ثبات اجتماعی در داخل کشور می‌باشد و این تلاش باید در قالب تدابیر اتخاذ شده در برنامه‌های توسعه و نیز چشم‌انداز بیست‌ساله کشور صورت گیرد و به خصوص در این میان به توریسم‌های داخلی توجه ویژه‌ای شود.

ب) مشارکت

مشارکت به معنی مداخله و سهم شدن افراد در موقعیت‌های لازم به منظور حفظ، تأمین و گسترش امنیت در جامعه می‌باشد که از طریق بررسی نظرات افراد جامعه به صورت موافقت یا مخالفت با گویه‌هایی که وی را در موقعیت‌های خاص و مورد نظر قرار می‌دهند، سنجیده می‌شود. (غفاری، ۱۳۸۰: ۷۸)

• شرایط عمده اجرای مشارکت

مشارکت را نمی‌توان به نحوی موثر به کار بست مگر آنکه علاوه بر وجود اراده سیاسی در دولت، قوانین لازم و نهادها و سازمانهای اجتماعی متناسب برای ترویج آن و برخی شرایط دیگر که به خود شرکت‌کنندگان ارتباط دارد، موجود باشد. علل مشارکت نکردن به اندازه کافی روشن است.

طبق ماده ۱۳ اعلامیه جهانی حقوق بشر «هر فردی حق زندگی، آزادی و امنیت شخصی دارد» و براساس ماده ۲۲ «هر شخصی به عنوان عضو جامعه حق امنیت اجتماعی دارد» (مودن جامی، ۱۳۷۸: ۵)

مشارکت فعال و دارای انگیزه مردم یکی از شروط مقدم برای حفظ امنیت و جامعه است.

نداشتن سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی است و ایران هنوز نتوانسته است در داخل کشور از یک مکانیسم خوب در بازاریابی جذب گردشگران بهره‌مند شده و در مقابل موج تبلیغات منفی کشورهای غربی عکس‌العمل نشان دهد و متأسفانه با در اختیار داشتن بهترین اکوتوریسم‌های جهان از جهت تاریخی و طبیعی بسیار ضعیف عمل کرده است.

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور در تحقیقی که درباره معضلات و راهکارهای صنعت توریسم انجام داده است، اصلی‌ترین مشکلات ساماندهی فعالیت‌های توریستی در کشور را این‌گونه تحلیل کرده است: «مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های ایرانگردی، وجود مشکلات دیپلماتیک در سطح جهان برای به انزوا کشیدن ایران، عدم تطبیق فرهنگ برخی از جهانگردان خارجی با فرهنگ اجتماعی ایران، فقدان نیروی انسانی کارآموده در شرکت‌های ایرانگردی، عدم حمایت دولت و عدم تمایل بخش خصوصی برای حضور جدی و بزرگ در این بخش، نبود مراکز آموزشی جهانگردی، فقدان تسهیلات لازم برای واردات تجهیزات مورد نیاز و حقوق گمرکی بالای آنها، فقدان تسهیلات لازم برای اعطای وام با شرایط مناسب به بخش خصوصی و ناهماهنگی بین مراکز مسئول در زمینه گردشگری از مهمترین مؤلفه‌هایی هستند که شاخص صنعت توریسم ایران را در حال حاضر با شوک شدیدی مواجه ساخته‌اند» (قاری، زاهد، ۱۳۸۱)

عوامل تأثیرگذار در توسعه صنعت گردشگری

الف) امنیت

امنیت و نظم، رابطه‌ای متقابل در یک نظام سیاسی دارند، لذا انسجام اجتماعی را از کار ویژه‌های امنیت و امنیت را از اثرات نظم اجتماعی می‌توان به حساب آورد.

پس از انقلاب اسلامی و وقوع جنگ تحمیلی، آهنگ ورود جهانگردان خارجی به کشور با نوسانات فراوان روبرو بوده است به طوری که از سال ۵۷ تا ۶۷ به

هر کدام در مرحله‌ای از برنامه‌های گردشگری تأثیر خاص دارد.

ج) اعتماد به نظام جمهوری اسلامی

یکی از موارد تأثیرگذار در جذب جهانگرد و همچنین از عوامل موثر در توسعه مشارکت مردم افزایش اعتماد به نظام جمهوری اسلامی می‌باشد روند رو به افزایش اعتماد به نظام جمهوری اسلامی موجبات افزایش مشارکت آنها در تمامی ابعاد به ویژه مشارکت با حافظان امنیت در تأمین امنیت عمومی جهت جذب جهانگردان و رونق صنعت گردشگری می‌باشد.

از سوی دیگر پیگیری دلسوزانه مسئولین عالی نظام در حل مشکلات اجتماعی و ایجاد ثبات اجتماعی باعث می‌شود که بستری مناسب برای هموطنان داخلی و گردشگران خارجی فراهم شود و از این طریق با ایجاد اشتغال و همچنین بهبود خدمات رسانی، زمینه جلب توریسم فراهم گردد و زمینه تبادل فرهنگی بین کشورها فراهم می‌شود. (غفاری، ۱۳۸۰: ۸۷)

د) جهانگردی و رسانه‌ها

دستگاه دولتی متولی امور جهانگردی، باید در امر اطلاع‌رسانی همگانی در سطح ملی پیشگام باشد. این سازمان باید روابطی گسترده با مطبوعات ایجاد کند و آن را ادامه دهد و مطبوعات را به طور مداوم از جریان عملکرد بخش گردشگری، آمار گردشگری، توسعه و گسترش عرضه و دیگر روندها و طرحهای توسعه مهم آگاه سازد. همچنین رسانه‌ها می‌توانند با تبیین اهداف صنعت گردشگری با ذکر مزایا و پیامدهای مثبت آن را برای عموم روشن سازند. از سوی دیگر حفظ روابط حسنه با مطبوعات حائز اهمیت و ضروری است. ارتباط سازمان میراث فرهنگی و جهانگردی با رسانه‌ها می‌تواند بسیار موثر باشد، در این فرآیند، تبلیغ عنصر لازم برای ایجاد شناخت در مخاطبان نسبت به فرم و محتوای موضوعات گردشگری است. بحث تبلیغات و پیامدهای آن در گردشگری در قالب نوشتاری، دیداری و شنیداری

اهداف تحقیق

با توجه به این که گردشگری و صنعت گردشگری یکی از بهترین منابع کسب درآمد برای کشورها می‌باشد و باعث اشتغال‌زایی، رونق اقتصادی، تحصیل ارز، تبادل فرهنگها و نزدیکی ملل به یکدیگر می‌شود، از این رو شاهدیم که طی سالیان گذشته بسیاری از کشورهای جهان با درک موقعیت برتر صنعت توریسم در الگوهای مختلف توسعه اقتصادی، در پی آن هستند تا امکانات گردشگری خود را گسترش دهند.

* هدف کلی این پژوهش شناسایی راههای تقویت مشارکت مردم در راستای توسعه صنعت گردشگری در استان خوزستان است.

اهداف فرعی تحقیق حاضر به قرار زیر است:

الف) بررسی میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به ارگانهای امنیتی و قضایی؛

ب) بررسی میزان اعتماد مردم به نظام جمهوری اسلامی و مشارکت آنها در توسعه صنعت گردشگری؛

ج) بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد مشارکت مردم در توسعه صنعت گردشگری.

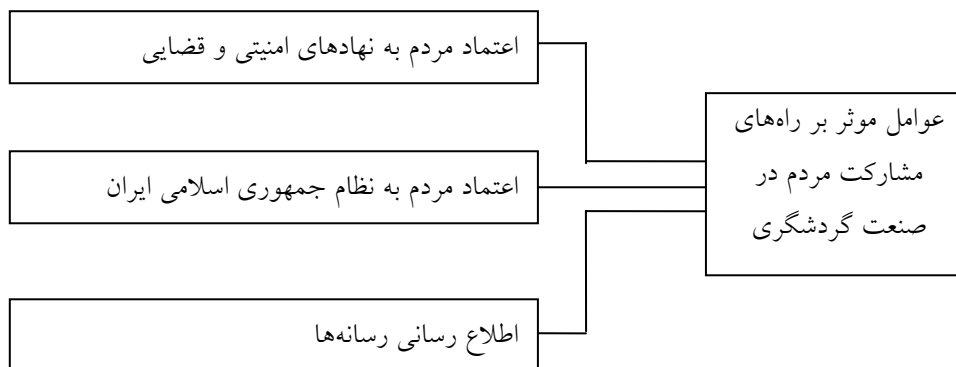
روش تحقیق

این پژوهش یک روش توصیفی - پیمایشی است. زیرا بر اساس نظرخواهی از افراد، نتایج به دست آمده از متغیرها را بر اساس آن سنجیده و همبستگی آنها را محاسبه می‌نماییم.

روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه

ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه‌ی خود ساخته‌ای است که با استفاده از فرمول کوکران ۲۰۰ نفر از کل استان خوزستان به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد پرسش گرفتند.

مدل مفهومی پژوهش



فرضیه تحقیق

نظریه نتایج آماری کسب شده در فرضیه اول که

عامل اعتماد به نظام را بر توسعه مشارکت مردم در صنعت گردشگری ایران موثر می‌داند تأیید گردید، لذا با توجه به نتایج این پژوهش به نظر می‌رسد که با ایجاد جو اعتماد و اعتقاد به نظام جمهوری اسلامی، مردم می‌توانند با طیب خاطر و اطمینان کامل، سرمایه‌هایشان را در زمینه توسعه صنعت گردشگری به کار اندازند.

فرضیه دوم: اعتماد مردم به دستگاه قضایی و امنیتی بر توسعه مشارکت آنان در صنعت گردشگری موثر است تحقیق حاضر نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه معتقدند که افزایش امنیت داخلی و اجرای عدالت و انصاف و قانون‌گرایی باعث تقویت مشارکت مردم در این صنعت می‌شود.

امنیت در معنای عینی آن یعنی فقدان تهدید نسبت به ارزش‌های کسب شده و در معنای ذهنی یعنی فقدان هراس از این که ارزش‌های مزبور مورد حمله قرار گیرد. با توجه به نتایج کسب شده که فرضیه دوم تأیید کرد یکی از مهمترین عواملی که باعث کاهش مشارکت مردم و در نتیجه افول صنعت توریسم در کشور می‌شود فقدان امنیت است که یکی از کارکردهای دستگاه قضایی و امنیتی، ایجاد امنیت در ابعاد مختلف می‌باشد.

فرضیه سوم: اطلاع‌رسانی رسانه‌ها بر توسعه مشارکت مردم در صنعت گردشگری موثر است با توجه به نتایج آماری کسب شده این فرضیه نیز تأیید گردیده

(۱) به نظر می‌رسد از طریق افزایش ضریب اعتماد

مردم به نهادهای امنیتی و قضایی می‌توان بر میزان مشارکت مردم در توسعه صنعت گردشگری تأثیر گذاشت.

(۲) به نظر می‌رسد اعتماد مردم به نظام جمهوری

اسلامی ایران بر مشارکت مردم در توسعه صنعت گردشگری موثر است.

(۳) بین اطلاع‌رسانی توسط رسانه و مشارکت

مردم در توسعه صنعت گردشگری رابطه وجود دارد.

متغیرهای تحقیق

در این تحقیق راه‌های تقویت مشارکت مردم به

عنوان میزان مستقل شناخته شد و توسعه صنعت گردشگری در استان خوزستان به عنوان متغیر وابسته تعریف شده است.

قلمرو مکانی و زمانی تحقیق

این پژوهش در محدوده زمانی حدوداً ۱۲ ماه در

سال ۸۵ در استان خوزستان اجرا شده است.

نتیجه‌گیری

با توجه به بررسی‌های به عمل آمده و یافته‌های

حاصل از پژوهش نتایج به شرح ذیل ارائه می‌گردد.

۵) تبلیغ در بین افراد خیر استان در جهت کمک در مرمت و بازسازی آثار تاریخی، ایجاد صندوق و شماره حساب مربوطه زیر نظر ارگانهای ذیصلاح و تبلیغات مداوم از طریق مختلف و سعی در کشاندن گردشگران داخلی و خارجی به استان.

۶) تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی یا اعطای تسهیلات مالی در ایجاد مهمانپذیر در مرکز شهرستان در تبلیغ برای تداوم فعالیت آن.

۷) بالا بردن ضریب امنیت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری.

۸) اجرای تبلیغات گسترده و پر دامنه در زمینه تشویق مردم به مشارکت در زمینه فعالیت‌های گردشگری و معرفی برنامه‌های ارگانهای اجرائی شهرستان و موسسات و افراد دخیل در این صنعت.

۹) تهیه و چاپ بروشور، نشریاتی در زمینه توسعه راههای مشارکت مردم در امر گردشگری و همچنین معرفی زمینه‌های سرمایه‌گذاری در این صنعت و معرفی تسهیلات اعطایی به سرمایه‌گذاران در این بخش.

۱۰) اجرای برنامه‌های آموزشی و ابتکارات آموزشی در زمینه‌های فرهنگی و زیست محیطی.

۱۱) تأمین حقوق و مزایا برای پرسنل بومی بخش گردشگری در مناطق هدف. توصیه می‌شود که مسئولین صنعت گردشگری به مردم محلی دستمزد کافی پرداخت نمایند، چرا که این عامل به افزایش مداوم اطمینان بین آنها و بهبود کیفیت عملکرد، انجامیده و می‌تواند سر مشق برای دیگران باشد.

۱۲) آموزش مردم بومی باعث می‌شود که نیروی انسانی ماهر تربیت گردد چرا که یکی از موانع پیشرفت صنعت گردشگری، فقدان نیروی انسانی ماهر است. اگر جامعه میزبان احساس کند که بر روند توسعه و گسترش این صنعت و افزایش جهانگرد کنترل دارد، احساس راحتی بیشتری می‌نماید و از آن حمایت می‌کند. سطح دانش، توزیع عادلانه درآمدهای حاصل از گردشگری و

است. به طور کلی رسانه‌ها در زمره عوامل تأثیر گذار بر مشارکت مردم در رشد صنعت گردشگری می‌باشد، تبلیغات موثر در زمینه معرفی راههای سرمایه‌گذاری مردم و بخش خصوصی، همچنین تهیه برنامه‌ها و گزارشات تخصصی در زمینه معرفی و اعلام حمایت دولت از بخش خصوصی و همچنین معرفی جاذبه‌های هر استان در زمینه گردشگری از عوامل موثر می‌باشد که می‌تواند باعث تقویت مشارکت و سرمایه‌گذاری مردم در این صنعت باشد.

پیشنهادات

۱) بالا بردن جو اعتماد و اطمینان نسبت به نظام حاکم از طریق هماهنگی و همکاری در سازمانها و نهادهای درگیر در بخش گردشگری. وجود هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط اعم از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان محیط زیست، نیروی انتظامی و... و همچنین لزوم سیاست‌گذاری‌های مشترک باعث اعتماد مردم به نظام شده و مردم را در جهت سرمایه‌گذاری در این صنعت ترغیب می‌کند.

۲) تأمین امنیت افراد از لحاظ اجتماعی و فرهنگی توسط نیروی انتظامی، تأمین سلامت و بهداشت تن و روان توسط بخش بهداشت و درمان، تأمین امنیت سر پناه توسط بخش نظارت بر ساخت و ساز اماکن (سازمان نظام مهندسی ساختمان)

۳) ایجاد آگاهی عمومی در بین مردم در زمینه میراث گذشتگان به طوری که مردم بر این امر وقوف کامل یابند که ابنیه و اشیای تاریخی، تنها عامل عینی و پل ارتباطی نسل‌های گذشته و نسل حاضر و آینده است از طریق آنها می‌توان به ابعاد اقتصادی، فرهنگی، آموزشی، سیاسی و هنری گذشتگان پی برد.

۴) حمایت قانونی با توجه به قوانین مصوب و استفاده از نیروی انتظامی و نیروی بسیج دستگاه قضائی در برخورد با افراد خاطی.

احساس داشتن کنترل بر روی صنعت پایدار گردشگری نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند. از سوی دیگر رسانه‌های گروهی می‌توانند بر درک و فهم پایدار گردشگری نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کنند. از سوی دیگر رسانه‌های گروهی می‌توانند بر درک و فهم افراد جامعه اثر بگذارند و در مورد گردشگری اطلاعات بیشتری بدهند و در این راه بر میزان دانش و آگاهی بیفزایند و ذهن آنها را در مورد تعارض بین گروهها آماده و آگاه کنند. اگر جامعه میزبان درباره گردشگری آگاهی کامل داشته باشند از دیدگاهی مثبت به میهمانان نگاه خواهد کرد.

در تماس‌های متقابل فرهنگی تجربه‌های ارزشمند به دست می‌آورد و بر این باور است که گسترش و توسعه صنعت گردشگری به نفع دو جامعه است که در این صورت دیدگاهی مثبت نسبت به گردشگری پیدا می‌کنند.

از سوی دیگر گسترش صنعت گردشگری اثرات مثبت فرهنگی بر مردم بومی منطقه نیز دارد، وقتی مردم محلی تمجید و ارج گذاری توریست‌ها را نسبت به فرهنگ خود ملاحظه می‌کنند احساس غرورشان در مورد فرهنگ تقویت یا احیاء می‌گردد و اعتماد به نفس اجتماعی - فرهنگی خود را باز می‌یابند. توریسم باعث رشد اجتماعی مردم در ابعاد گسترده می‌شود و متعاقباً سعی می‌کنند مردم در مورد جامعه و آداب و فرهنگ انسانی و مطالعات فرهنگی خود بیشتر بیاموزند و نسبت به آن احترام قائل خواهند شد.

