



شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان

یحیی کمالی^۱

DOI:10.22034/jtd.2021.273098.2270

چکیده

هدف از پژوهش پیش‌رو شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان است. در این پژوهش، با روش تحلیل مضمون، از طریق مصاحبه نیمه‌سازمان‌دهی شده با متخصصان دانشگاهی و فعالان بخش خصوصی و مصاحبه‌های منتشرشده مدیران اجرایی در رسانه‌ها، تلاش شده است تا چالش‌های توسعه این صنعت شناسایی شود. نتیجه مرحله کدگذاری باز شناسایی ۸۵ چالش توسعه گردشگری پایدار استان کرمان است. در مرحله بعد، مفاهیم به دست آمده از مرحله کدگذاری بار در هشت مضمون دسته‌بندی شده است: ۱. چالش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، ۲. چالش‌های مدیریتی و اداری، ۳. چالش‌های حمل‌ونقل و ارتباطات، ۴. چالش‌های هتلداری و اقامت، ۵. چالش‌های تبلیغات و اطلاع‌رسانی، ۶. چالش‌های زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی، ۷. چالش‌های آموزش و راهنمای گردشگران، ۸. چالش‌های زیست‌محیطی. هریک از مضامین دربرگیرنده چالش‌هایی است که با یکدیگر قرابت مفهومی دارند و بعد خاصی از گردشگری پایدار استان کرمان را تبیین می‌کنند.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۱۴

واژه‌های کلیدی:

گردشگر، گردشگری، گردشگری پایدار، توسعه، استان کرمان

مقدمه

بر بخش گردشگری جالب توجه است. فعالیت‌های گردشگری منافع طبیعی و انسانی جامعه را ارتقا می‌دهد» (CSD, 1999: 3). پیش‌بینی می‌شود این صنعت در ۶/۵ تریلیون دلار از اقتصاد جهانی مشارکتی غیرمستقیم داشته باشد و تقریباً ۲۶۰ میلیون شغل مرتبط با این صنعت وجود دارد که حدود یک شغل از هر دوازده شغل موجود است. این آمار برابر است با ۹ درصد تولید ناخالص جهانی، یک‌دوازدهم اشتغال، ۵ درصد از سرمایه‌گذاری و ۵ درصد از صادرات جهانی (UNWTO, 2012: 33).

گردشگری صنعتی بین‌بخشی است که نیازمند ارتباط و تعامل گسترده با دیگر بخش‌ها است. «توسعه گردشگری متضمن توجه به توسعه در همه سطوح فردی، سازمانی، ملی و بین‌المللی است و پایداری آن مستلزم استفاده از منابع، مدیریت، سرمایه‌گذاری، پیشرفت فناوری و تغییر ساختاری و نهادی است که با نیازهای

گردشگری به‌منزله پدیده‌ای اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است و در دهه‌های اخیر، رشد مداوم و روزافزونی داشته است. گردشگری مدرن با فرایند توسعه مرتبط است و اهداف گوناگونی را دنبال می‌کند. در این فرایند، گردشگری به یکی از اهداف و جنبه‌های اصلی پیشرفت اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است. گسترش جهانی گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته و صنعتی موجب رشد فواید اقتصادی و اشتغال در بخش‌های مرتبط، از میراث فرهنگی تا کشاورزی و ارتباطات، شده است (UNWTO, 2012: 32). صنعت گردشگری نقش گسترده‌ای در توسعه اقتصادی، افزایش درآمد ملی، ارزآوری، افزایش اشتغال و ارتباط و تعامل فرهنگی کشورها دارد. «فعالیت‌های گردشگری، به‌عنوان یک صنعت جهانی، آثار گوناگونی بر روند توسعه محلی نیز دارد. آثار محلی این صنعت

۱. دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و الهیات، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. yahyakamali@uk.ac.ir



حال و آینده بشر سازگار باشد. به اعتقاد صاحب‌نظران گردشگری، مسیر دستیابی به توسعه گردشگری از طریق توجه به دو دسته عوامل میسر خواهد بود: الف) عوامل اولیه سیاست‌گذاری، صرف‌نظر از موضوع سیاست‌گذاری و ب) عوامل تخصصی گردشگری.» (نوری، ۱۳۸۴: ۵)

در مطالعات سیاست‌گذاری گردشگری باید به دو مفهوم و زمینه توجه کرد و بین آن دو تمایز قائل شد: ۱) ساختار و محتوای سیاست که پاسخ به سؤال چه چیز است، ۲) فرایند و فرمول سیاست‌گذاری که به سؤال چگونه پاسخ می‌دهد (McIntosh & Goeldner, 2011).

عوامل اولیه سیاست‌گذاری از دیدگاه نوری (۱۳۸۴) نزدیک به فرایند و فرمول سیاست‌گذاری از دیدگاه مکینتاش و گلدنر (2011) است. این عوامل نقش مهمی در طراحی فرایند توسعه گردشگری دارد و پس از طراحی این فرایند باید به عوامل تخصصی صنعت گردشگری توجه و مسائل آن را حل و فصل کرد.

در نتیجه، برای شناسایی چالش‌ها و ارائه راهکارهای توسعه گردشگری پایدار در سطح ملی و استانی باید از منظر سیاست‌گذاری عمومی به تبیین عوامل توسعه گردشگری پایدار در دو سطح ملی و استانی پرداخت. دربارهٔ عوامل توسعه گردشگری در سطح ملی مطالعات فراوانی انجام شده است که در بخش پیشینه پژوهش نمونه‌هایی از آن معرفی شده است؛ اما به توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان به‌ویژه از دیدگاه سیاست‌گذاری کمتر توجه شده است. استان کرمان پهناورترین استان ایران است که در منطقه جنوب شرقی ایران، با داشتن ۲۳ شهرستان، از مزیت‌های بسیار زیادی در حوزه گردشگری برخوردار است. این استان با داشتن جغرافیا و اقلیم متنوع در بخش‌های شمالی و جنوبی و محصولات گوناگون، یکی از مناطق مهم و درآمدزای کشور در حوزه گردشگری به‌شمار می‌آید. از این‌رو، در این پژوهش، با مصاحبه نیمه‌سازمان‌دهی شده با متخصصان دانشگاهی و فعالان بخش خصوصی و بررسی مصاحبه‌های منتشرشده مدیران اجرایی در رسانه‌ها، چالش‌های پیش‌روی توسعه گردشگری پایدار استان کرمان شناسایی و بررسی شده است.

پیشینه پژوهش

در زمینه گردشگری، که در متون علمی «جهانگردی» و «توریسم» نیز عنوان شده است،

کتاب‌ها و مقاله‌ها و پایان‌نامه‌های متعددی منتشر شده است. پژوهشگران رشته‌های اقتصاد، مدیریت، علوم اجتماعی، جغرافیا، علوم اداری، مهندسی محیط‌زیست، معماری، شهرسازی و باستان‌شناسی هر یک از منظر رشته خود به جنبه‌های مختلف صنعت گردشگری پرداخته‌اند. در این بخش به مرتبط‌ترین پژوهش‌های انجام‌شده اشاره می‌شود.

سعیدی و همکاران (۱۳۹۱) موانع اساسی سیاست‌گذاری گردشگری را از نظر نخبگان بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که فارغ از کمبودها و موانع فیزیکی موجود، عوامل و موانع بسیار مهم‌تری در این زمینه وجود دارد. برخی نخبگان علت اصلی عدم توسعه گردشگری را در موانعی همچون نبود زیرساخت‌های فیزیکی و سرمایه‌گذاری لازم می‌دانند؛ درحالی‌که برخی دیگر از موانع فرهنگی و فکری نام می‌برند.

نوری (۱۳۸۴) سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری را بررسی و الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور را طراحی کرده است. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که سیاست‌های گردشگری در هریک از برنامه‌های پنج‌ساله، از جمله برنامه سوم توسعه، خلأ الگوی سیاست‌گذاری معین و به‌خصوص فقدان توجه به شاخص‌های بنیادین سیاست‌گذاری همچون تمرکز و انسجام در اهداف، دیدگاه نظام‌مند و یک‌پارچه در میان سیاست‌گذاران، میزان عمل‌پذیری سیاست‌ها و نظام پاسخ‌گویی و ارزیابی عملکرد مؤثر وجود داشته است.

نحف‌پور (۱۳۸۶) علل ناکامی در توسعه گردشگری ایران در برنامه‌های مذکور را در سه سطح مدیریتی، عدم انسجام در سیاست‌گذاری‌ها و موازی‌کاری‌ها و اطلاعات نامناسب بیان کرده و متناسب با هر سطح از موانع، پیشنهادهایی داده است. حیدری چپانه (۱۳۸۳) نشان می‌دهد که سیاست‌های گردشگری در ایران به‌ندرت برخاسته از الگوهای رایج آن بوده و بیشتر تحت تأثیر مؤلفه‌های سیاسی قرار داشته است. وی به ترتیب بهبود سیاست‌های بین‌المللی، مشارکت و فعالیت در سازمان‌های بین‌المللی، توسعه سیاسی، و بهبود نظام اداری را مهم‌ترین اولویت‌های سیاست‌گذاری برای توسعه گردشگری در ایران شناخته و پیشنهاد داده است. در سطح استانی نیز پژوهش‌های گوناگونی انجام شده است؛ از جمله صالحی (۱۳۹۲) توسعه پایدار گردشگری اصفهان را بر اساس مدل «کو-کو» مورد



ایرانمنش و جهان‌بین (۱۳۹۵) در پژوهشی نقش گردشگری را در توسعه پایدار شهری با تمرکز بر منطقه چهار شهر کرمان بررسی کردند و راهکارهای تقویت نقش گردشگری پایدار در منطقه را در قالب شاخص‌های چهارگانه عملکردی، کالبدی، اجتماعی-فرهنگی و زیبایی‌شناختی پیشنهاد دادند.

کریم‌پور ریحان و شریف جاهد (۱۳۹۶) در صدد تدوین راهبردهای اجرایی و مؤثر به‌منظور توسعه پایدار صنعت گردشگری منطقه شهداد برآمدند. نتایج نمایانگر آن است که این منطقه در بخش گردشگری در محیط خارجی با فرصت‌ها و در محیط داخلی با قدرت روبه‌رو است. این پژوهشگران نتیجه گرفته‌اند که منطقه شهداد قابلیت بسیار زیادی برای توسعه و ارتقای ظرفیت‌های گردشگری و تبدیل شدن به مقصد گردشگری توسعه‌یافته دارد.

در پژوهش‌های خارجی نیز نمونه‌هایی وجود دارد که توسعه گردشگری در منطقه‌ای خاص را بررسی کرده‌اند. گی‌یو و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «چالش‌های گردشگری پایدار در جزایر گو میراث طبیعی جهان در غرب چین» با دو چالش روبه‌رویند: از طرفی، طرفداران محیط‌زیست به این مسئله معترض‌اند و از سوی دیگر، بخش اقتصادی خواهان رونق این منطقه در جهت جذب گردشگران بیشتر است. این پژوهش در دو بخش انجام شده است: برشمردن تغییرات محیطی در پی افزایش حجم گردشگری و ارائه راهکارهایی برای ایجاد و توسعه گردشگری پایدار در این پهنه. این پژوهشگران محدود کردن تعداد گردشگران و آموزش ساکنان و گردشگران برای مدیریت گردشگری پایدار را پیشنهاد کرده‌اند.

استیفنسون و علی نایت (۲۰۱۰)، در اثری با عنوان «صنعت گردشگری دویی و آثار اجتماعی آن: مفاهیم اجتماعی و چالش‌های پایدار»، با توجه به این که بیش از ۷۰ درصد از جمعیت دویی غیربومی است، نتیجه گرفتند که این جامعه در آینده احتمالاً با چالش‌های فرهنگی روبه‌رو خواهد شد. با این وضعیت و بی‌میلی مردم به پذیرش فرهنگ غرب، این کشور باید دست به اقدامات فوری بزند؛ از آن جمله، گسترش پژوهش‌های تجربی پیرامون تأثیرات گردشگری در فرهنگ و اجتماع جامعه.

حکیم و همکاران (۲۰۱۲) چالش‌های حفظ تنوع زیستی و توسعه گردشگری پایدار در جزیره سولاویه شمالی اندونزی را بررسی کردند. آنان دریافتند که محیط طبیعی این منطقه، به‌علت تعداد زیاد گردشگر

سنخس و ارزیابی قرار داده است. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد که سطح پایداری سیستم انسانی از طبیعی بالاتر است. به‌علاوه، مشخص شد که پایدارترین شاخص در کل مقصد، اختلال و آشفته‌گی در حیات وحش است که مربوط به سیستم طبیعی است.

یافته‌های پژوهش موحد و کهزادی (۱۳۸۹) نشان می‌دهد که کمبود زیرساخت‌های کافی، ضعف فعالیت‌های بازاریابی، و ضعف مدیریت گردشگری مهم‌ترین موانع اساسی توسعه گردشگری کردستان است. همچنین عواملی چون وجود جاذبه‌های طبیعی و بازارچه‌های مرزی، نقاط قوت و افزایش تمایل به گردشگری خرید و پیوندهای فرهنگی نزدیک کردهای اقلیم خودمختار کردستان عراق با کردهای کردستان ایران و تمایل آنان به بازدید از کردستان ایران، فرصت و افزایش تمایل به سفرهای خارجی و از بین رفتن فرهنگ سنتی و... مهم‌ترین تهدیدهای پیش روی گردشگری کردستان شناخته شده است.

«بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SWOT» (سرابی و شمشیری، ۱۳۹۲)، «نقد و بررسی توسعه گردشگری شهر تهران با رویکرد توسعه پایدار» (قاسم‌خانی و فقیهی، ۱۳۹۲) از دیگر پژوهش‌هایی است که با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری در سطح استانی انجام شده است.

در زمینه توسعه گردشگری استان کرمان نیز پژوهش‌های متعددی انجام شده است. ایلاقی و جهان‌بین (۱۳۹۵) عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در ناحیه سرآسیاب را با رویکرد اکوتوریسم پایدار تحلیل و ارزیابی کرده و راهکارهایی برای توسعه این صنعت در شهر کرمان ارائه داده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که ناحیه سرآسیاب کرمان، با وجود برخورداری از ظرفیت‌های بالای گردشگری در بخش طبیعی، با کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی، ضعف تبلیغات، تعدد تصمیم‌گیران و مشکلات مدیریتی روبه‌رو است.

یافته‌های پژوهش شرفی و همکاران (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که در بین دهستان‌های شهرستان کرمان، باغین و محی‌آباد بیشترین زیرساخت گردشگری روستایی و دهستان‌های گروه و ده‌میرزا و هوتک کمترین زیرساخت گردشگری را دارند. در مجموع، از نظر داشتن زیرساخت‌های گردشگری روستایی، میان دهستان‌های شهرستان کرمان توازن برقرار نیست و شکافی ملموس به چشم می‌خورد.



و آلودگی‌های شیمیایی و بیولوژی، آسیب دیده و تنوع زیستی منطقه دچار خسارات فراوانی شده است. بدین منظور، راه‌های متنوعی ارائه کرده‌اند، از جمله نشان دادن تنوع زیستی روی نقشه، طراحی مناطقی برای حفاظت از تنوع زیستی، حفاظت از مناظر دریایی و طبیعی ضعیف، تهیه نرم‌افزارهایی برای شناخت زیست‌بوم‌های طبیعی و همچنین آموزش آکادمیک مرتبط و قانونگذاری برای حفاظت از برخی نقاطی که تنوع زیستی شایان توجهی دارند.

جارویس و همکاران (۲۰۱۰) در مقاله‌ای با عنوان «دستاوردها و چالش‌های گواهی گردشگری پایدار: مطالعه موردی عضویت در طرح تجاری گردشگری سبز (GTBS) در غرب انگلستان» با استفاده از روش مصاحبه با مؤسسات گردشگری و مهمان‌پذیرها به نتایج متعددی دست یافتند، از جمله تأثیرات محیطی، ملاحظات مالی، فرصت‌های بازاریابی، به رسمیت شناختن برند، ارتباطات عمومی، مسئولیت‌های اخلاقی فردی و ملاحظات سیاسی و این‌که چه عوامل داخلی و خارجی از عضویت در طرح تجاری گردشگری سبز جلوگیری می‌کند. پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که اعضای این سازمان به هزینه و بوروکراسی پیچیده معترض‌اند و خواهان پشتیبانی برای افزایش بازاریابی و دریافت توصیه در زمینه تجاری از سوی این مؤسسه‌اند. بررسی پیشینه پژوهش بیانگر افزایش مطالعات در زمینه مسائل راهبردی توسعه گردشگری در داخل و خارج از ایران است. در این مطالعات، به‌ویژه مطالعات خارجی، گردشگری پایدار بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته و پژوهش‌های متعددی درباره آثار و راهکارهای پایداری گردشگری انجام شده است که عمده این پژوهش‌ها مربوط به جغرافیایی مشخص و محدود است، زیرا هر منطقه جغرافیایی ویژگی‌های زیست‌محیطی خاصی دارد. درباره استان کرمان نیز در سال‌های اخیر پژوهش‌هایی انجام شده است که یا به یک شهرستان یا منطقه خاص پرداخته‌اند یا ویژگی‌های عمومی گردشگری استان کرمان. آنچه این پژوهش را از پژوهش‌های مزبور متمایز می‌سازد، نقطه تمرکز آن است که به‌جای تأکید بر سطح ملی، بر سطح استانی به‌ویژه استان کرمان متمرکز شده است. همچنین، در تجزیه و تحلیل داده‌ها بر راهبرد کیفی تأکید شده و از داده‌های گوناگون از جمله گزارش‌های موجود و مصاحبه با ذی‌نفعان و سیاست‌گذاران حوزه گردشگری استان استفاده شده است. نوآوری پژوهش در این است که با روش کیفی و مصاحبه با فعالان صنعت

گردشگری و متخصصان دانشگاهی توسعه گردشگری پایدار به بررسی چالش‌های توسعه پایدار گردشگری استان پرداخته است. استفاده از این روش کمک می‌کند تا چالش‌های شناسایی شده و پیشنهادها ارائه شده نزدیک و منطبق با زمینه جامعه هدف (استان کرمان) باشد. این ویژگی باعث می‌شود که چالش‌ها، بیش از آن‌که بیرونی و ناشی از مدل‌های نظری ارائه شده باشد، متکی و برآمده از واقعیت‌ها و ویژگی‌های استان کرمان باشد. تفاوت این پژوهش رویکردش به پدیده گردشگری در استان است که مبتنی بر الگوی توسعه پایدار گردشگری است. همچنین، با تأکید بر رویکردی آسیب‌شناسانه، بر شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان متمرکز شده است.

مبانی نظری

توسعه پایدار گردشگری عبارت است از گسترش صنعت گردشگری و جذب گردشگران به کشور با استفاده از منابع موجود، به‌گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامع و انتظارات گردشگران، وحدت و یکپارچگی و هویت فرهنگی و سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردمان کشور و میهمانان آن‌ها را به‌طور متوازن و پیوسته در حد بهینه تأمین کند (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۱۳۱-۱۳۲). در تعریف گردشگری پایدار بر سه مسئله مهم تأکید می‌شود: (۱) کیفیت: گردشگری پایدار تجربه‌ای باکیفیت برای گردشگر فراهم می‌کند. همچنین باعث می‌شود کیفیت زندگی جامعه میزبان بهبود یابد و کیفیت محیط نیز حفظ شود. (۲) حفظ و دوام: گردشگری پایدار سبب دوام منابع طبیعی می‌شود که اساس و پایه وجود آن است. همچنین، حفظ و دوام فرهنگ جامعه میزبان را که منشأ تجارب ارزنده آن می‌شود تضمین می‌کند. (۳) تعادل: گردشگری پایدار بین نیازهای صنعت گردشگری و حمایت از محیط زیست جامعه محلی نوعی تعادل و توازن برقرار می‌کند. در جهانگردی پایدار، بین هدف‌های متقابل مشترک گردشگران، جامعه میزبان و مقصد یا محلی که پذیرای افراد است نوعی همکاری و اشتراک مساعی به‌وجود می‌آید؛ درحالی‌که در گذشته این عوامل هدف‌های متفاوت و گاهی متضاد داشتند (لی، ۱۳۸۷: ۲۷-۲۸).

دسته‌بندی‌های گوناگونی از دیدگاه‌های نظری درباره گردشگری وجود دارد. در یک دسته‌بندی، چهار



مصالح و منافع کشور هماهنگ سازند. در این دیدگاه، توسعه پایدار گردشگری راهنمای عمل مدیران است و سیاست‌های دولت نیز بر همین مبنا طراحی و اجرا می‌شود.

۴. دیدگاه دانش‌مدار: در این دیدگاه که از دهه ۱۹۸۰ به بعد شکل گرفت رویکردهای علمی به گردشگری جایگزین دیدگاه‌های صرفاً اقتصادی و سیاسی شد. در این دیدگاه، تصمیم‌های سیاسی درباره توسعه گردشگری بر مبنای پژوهش‌های علمی اتخاذ می‌شود و سیاست‌گذاری منطقی با توجه به ارزیابی علمی نتایج توسعه گردشگری صورت می‌گیرد. در این دیدگاه دانش‌مدار، بر تأسیس دانشکده‌ها و پژوهشکده‌های گردشگری و توسعه پژوهش‌های گردشگری تأکید می‌شود. بر اساس همین دیدگاه بود که رشته گردشگری به‌عنوان رشته مستقل علمی در جهان مطرح شد.

گردشگری پایدار مفهومی چندبعدی است که ابعاد بوم‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نهادی را دربر می‌گیرد. در این چارچوب، چالش‌های توسعه گردشگری پایدار عبارت است از: چالش‌های محیطی به شکل مقاومت در برابر از بین رفتن منابع طبیعی و محیطی؛ چالش اقتصادی به شکل افزایش درآمد جامعه کنونی در حالی که درآمد نسل‌های آینده را تضمین کند؛ چالش اجتماعی به شکل ارتقای عدالت اجتماعی، امنیت، برابری؛ چالش فرهنگی به صورت محافظت و ارتقای فرهنگ‌ها و ارزش‌های زیباشناختی؛ چالش نهادی به شکل ارتقای مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری راهبردی (Fokiali et al., 2006: 27). در گردشگری پایدار تلاش بر این است که ضمن برآوردن نیازهای نسل کنونی و آینده، بین سود کوتاه‌مدت و محافظت از محیط، پاسداری از هویت فرهنگی و ارتقای مزایای اقتصادی در بین جوامع توسعه‌یافته و در حال توسعه توازن برقرار شود (Sinclair & Jayawardena, 2003: 404).

به‌گفته دبیرکل سازمان جهانی گردشگری، تعیین سال ۲۰۱۷ به نام «سال جهانی گردشگری پایدار: ابزار توسعه» فرصتی است بی‌نظیر برای کمک بیشتر گردشگری به تحقق مفهوم پایداری (از هر سه جنبه اقتصادی و اجتماعی و زیست‌محیطی) و موجب می‌شود آگاهی عمومی درباره ابعاد صنعتی که ارزش حقیقی آن اغلب دست‌کم گرفته می‌شود افزایش یابد. ۱۱ درصد از آمار اشتغال (مستقیم یا غیرمستقیم) در جهان متأثر از صنعت گردشگری است. تبلیغات فراوان

دیدگاه‌های نظری درباره توسعه گردشگری ارائه شده است (الوانی و پیروزیخت، ۱۳۸۵: ۸۰-۸۱):

۱. دیدگاه حمایتی مثبت: در این دیدگاه، گردشگری صنعتی مولد در نظر گرفته می‌شود که یاری‌دهنده اقتصاد و توسعه کشورها است. در دورانی که برای اغلب کشورها مسائل اقتصادی دارای اهمیت است و گردشگری عاملی در جذب منافع خارجی و افزایش قدرت ارزی به‌شمار می‌آید، این دیدگاه طرفداران بسیاری دارد. در این نگرش، جنبه‌های اقتصادی گردشگری بسیار با اهمیت تلقی می‌شود و سیاست‌گذاران به نقش مهم آن در رفع مشکلات اقتصادی کشورها توجه می‌کنند. دیدگاه حمایتی به توسعه هرچه بیشتر تأسیسات و امکانات جلب گردشگر اهمیت می‌دهد و از این طریق می‌کوشد مشکلات اقتصادی جامعه را به حداقل برساند. در دیدگاه حمایتی مثبت، دولت نباید در امور اجرایی توسعه جهانگردی دخالت کند، بلکه نقش آن تصویب و اتخاذ سیاست‌ها و قانون‌هایی است که از توسعه گردشگری حمایت کند. این دیدگاه در دهه ۱۹۶۰ طرفداران بسیاری داشت.

۲. دیدگاه نظارتی: در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ نظریات سیاست‌مداران چپ‌گرا در تقابل با اندیشه توسعه آزاد گردشگری مطرح شد. آشکارشدن برخی ضایعات گسترش گردشگری به این دیدگاه قوت بخشید که باید از توسعه مهارگسیخته گردشگری با اهداف صرفاً اقتصادی جلوگیری شود. از این رو نقش نظارتی دولت بسیار اهمیت یافت. طرفداران این دیدگاه معتقد بودند که اگر توسعه گردشگری با نظارت‌های دولت همراه نباشد، با مبانی توسعه پایدار و حفظ منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی و انسانی کشورها مغایرت دارد. در برخی از کشورها، توسعه ناپایدار گردشگری به منظور مقاصد اقتصادی زودبازده به تخریب منابع طبیعی و نزول ارزش‌های اضافی منجر شده بود. این مشکلات ایجاب می‌کرد که دولت‌ها برای حفظ منافع بلندمدت کشورهاشان و پاسداری از منابع آن برای نسل‌های آتی و جلوگیری از سقوط اخلاقیات در جامعه بر صنعت گردشگری نظارت کنند.

۳. دیدگاه سازگاری: در این دیدگاه که در دهه ۱۹۸۰ مطرح شد دخالت دولت در فعالیت‌های گردشگری به‌طور ضمنی پذیرفته شده بود. بر اساس این نظریه، دولت‌ها می‌کوشند تا با اتخاذ سیاست‌های مناسب گردشگری برای کشور خود نوعی سازگاری میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری ایجاد کنند و به‌جای محدود ساختن گردشگری، توسعه آن را با



و آمارهای جذاب از میزان کسب درآمد و اشتغالزایی ناشی از گردشگری کشورها و مناطق دورافتاده و کمتر توسعه یافته را هرچه بیشتر به فکر سرمایه‌گذاری در این زمینه می‌اندازد. اما برخی از خبرها و آسیب‌های زیست‌محیطی و منابع در جهان نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران کشورها در حفظ و حراست از منابع گردشگری موفق نبوده‌اند. از این رو، شکی نیست که متولیان و سیاست‌گذاران با همکاری ویژه کارشناسان، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و دولتی در استحکام و توجه به منابع گردشگری می‌کوشند، چرا که در آینده‌ای نه‌چندان دور ابزاری برای توسعه در دست نخواهند داشت، مگر با بهره‌گرفتن از شعار «گردشگری پایدار؛ ابزاری برای توسعه هرچه بیشتر اقتصاد» (صرامی فروشانی، ۱۳۹۷: ۲۹۵-۲۹۶).

۵. اصول و شاخص‌های گردشگری پایدار

در سال ۱۹۹۶، گروهی از متخصصان به مجموعه اصولی برای اندازه‌گیری پیشرفت در جهت توسعه پایدار دست یافتند که به «اصول بلاجیو» شناخته شده است:

- توسعه پایدار باید در زمینه خاص خود به‌طور روشن تعریف شود.

- پایداری باید در معنای کلی آن دیده شود، شامل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی.

- مفهوم برابری باید در هر رویکردی به توسعه پایدار دیده شود.

- افق زمانی باید با توجه به مقیاس زمانی بوم‌سازگان (اکوسیستم) و انسانی باشد و مقیاس فضایی باید شامل تأثیرات محلی و دوربرد در افراد و بوم‌سازگان باشد.

- پیشرفت در جهت توسعه پایدار باید بر اساس سنجش تعداد محدودی از شاخص‌های مبتنی بر اندازه‌گیری استاندارد باشد.

- روش‌ها و داده‌های به‌دست‌آمده برای ارزیابی پیشرفت باید در دسترس همه باشد.

- پیشرفت باید به اطلاع همه برسد.

- مشارکت گسترده لازم است.

- سنجش چندباره به‌منظور تعریف روندها باید امکان‌پذیر باشد.

- از ظرفیت رسمی به‌منظور نظارت بر پیشرفت توسعه پایدار اطمینان حاصل شود.

در دسته‌بندی دیگری، اصول گردشگری پایدار به شرح زیر تبیین شده است:

● استفاده پایدار از منابع: حفظ منابع (طبیعی اجتماعی فرهنگی) و استفاده پایدار از آن بسیار مهم و به معنای تجارت در بلندمدت است.

● جلوگیری از مصرف بیش‌ازحد و اتلاف: جلوگیری از هزینه‌های بازسازی و زیان‌های واردشده بر محیط را می‌گیرد و کیفیت گردشگری را ارتقا می‌دهد.

● حفظ تنوع: حفظ و ارتقای تنوع طبیعی و اجتماعی و فرهنگی برای پایداری بلندمدت گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد و پایگاهی انعطاف‌پذیر را برای صنعت گردشگری به‌وجود می‌آورد.

● برنامه‌ریزی: گسترش و توسعه گردشگری در چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی محلی و ملی قرار می‌گیرد، تأثیرات محیط‌زیستی را نیز مدنظر قرار می‌دهد و بر پایایی بلندمدت گردشگری می‌افزاید.

● حمایت از نظام اقتصاد محلی: گردشگری که فعالیت‌های اقتصادی محلی بسیاری را حمایت می‌کند و پوشش می‌دهد و ارزش‌ها و هزینه‌های محیط‌زیست را دربر می‌گیرد، علاوه‌بر حمایت از نظام‌های اقتصادی جلوگیری از تخریب محیط‌زیست را می‌گیرد.

● مشارکت جوامع محلی: مشارکت کلی جوامع محلی در بخش گردشگری نه‌تنها به نفع خود آن‌ها و محیط است، تنوع تجربه گردشگری را نیز افزایش می‌دهد.

● مشاوره با ذی‌نفعان و عامه مردم: مشاوره بین صنعت گردشگری و مجامع و سازمان‌های محلی مهم است، البته در صورتی که دوشادوش هم کار کنند و اختلافات منافع را کنار بگذارند.

● آموزش خدمه: آموزش خدمه که گردشگری پایدار را وارد روش‌های انتقال می‌کند و در کنار آن، استخدام خدمه محلی در تمامی مقاطع سبب بهبود کیفیت صنعت گردشگری می‌شود.

۱ مسئولیت بازاریابی صنعت گردشگری: از آنجاکه بازاریابی اطلاعات کاملی را در اختیار گردشگران قرار می‌دهد، نه‌تنها سبب افزایش احترام به محیط فرهنگی، اجتماعی و طبیعی نواحی دیدنی می‌شود، رضایت مشتری را نیز افزایش می‌دهد.

● پژوهش: پژوهش در حال پیشرفت و نظارت بر آن از طریق صنعت، با استفاده از جمع‌آوری مؤثر اطلاعات و تجزیه و تحلیل آن نه‌تنها به حل و فصل مشکلات کمک می‌کند، مزایایی را نیز برای مقاصد و صنعت و مشتریان دربر خواهد داشت (لوسمدن، ۱۳۸۰: ۳۷۸).

دسته‌بندی‌های گوناگونی از شاخص‌های گردشگری پایدار ارائه شده است. در یک دسته‌بندی،



مدیران گردشگری نیست بلکه راهنمایی برای انتخاب مرتبط‌ترین مسائل به مقصد و داشتن دیدگاه روشن از کاربرد شاخص‌ها و روش‌های اندازه‌گیری آن‌ها است.

۶. زیرساخت‌ها و عوامل مؤثر در صنعت گردشگری

زیرساخت‌های گردشگری عواملی هستند که به قصد توسعه خدمات و بهره‌مندی گردشگران و مسافران یا میهمانان از آن، طبق ضوابط، ایجاد می‌شوند. مهم‌ترین زیرساخت‌های گردشگری تأسیسات اقامتی (هتل‌ها و مسافرخانه‌ها و...)، اماکن پذیرایی بین‌راهی و رستوران، دفاتر خدمات مسافرتی، نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری، پارک‌های عمومی، خدمات حوزه حمل‌ونقل و ارتباطات مانند تعداد وسایل نقلیه درون‌شهری عمومی، وسایل ارتباطی مانند تلفن و اینترنت، فرصت‌های سرمایه‌گذاری و مناطق نمونه گردشگری است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰).

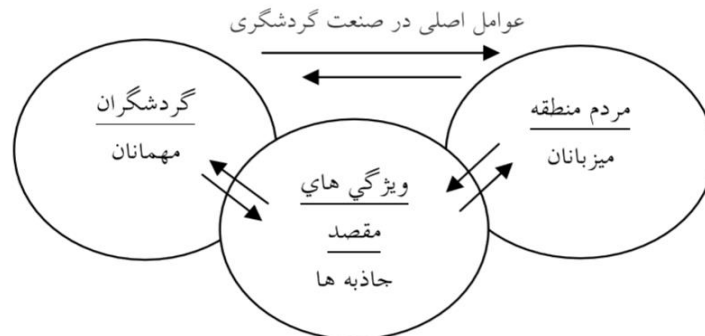
گردشگری، مانند هر موضوع چندبعدی دیگر، یک سیستم است. از آنجاکه هر سیستم از اجزایی تشکیل می‌شود، گردشگری نیز عناصر و اجزایی دارد که پس از ترکیب با یکدیگر یک کلیت را به وجود می‌آورند (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۷: ۵۳). درک درست هر سیستم به شناخت اجزا و کلیت آن نیازمند است. بر این اساس، نظام گردشگری مشکل از این عناصر است: جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری، مراکز اقامتی، تسهیلات و خدمات حمل‌ونقل، مؤسسات، تأسیسات زیربنایی، تسهیلات گردشگری (Inskeep, 1991: 29). این دیدگاه صنعت گردشگری را به مثابه یک سیستم در نظر می‌گیرد. صنعت گردشگری ساختاری بین‌رشته‌ای دارد و زنجیره‌ای از مشاغل خدماتی و تولیدی را دربر می‌گیرد. این زنجیره خدمات تحت تأثیر عوامل مختلفی است. در واقع هر یک از عوامل مؤثر در صنعت گردشگری خود دربرگیرنده بخشی از آن زنجیره خدماتی است. شکل ۱ عوامل اصلی مؤثر در صنعت گردشگری را نشان می‌دهد.

اسماعیل‌زاده و همکاران (۱۳۹۰: ۴۲) شاخص‌های توسعه گردشگری پایدار را به صورت زیر تقسیم‌بندی کرده‌اند:

- شاخص‌های بوم‌شناختی: تنوع زیستی، مصرف منابع، بوم‌سازگان‌ها، آلودگی‌های محیطی، دفع ضایعات، پوشش گیاهی و ایمنی.

- شاخص‌های اقتصادی: اشتغال، رفاه اقتصادی، کارایی اقتصادی، مصرف انرژی و حمل‌ونقل.
- شاخص‌های اجتماعی: مشارکت، آموزش، سلامت، عدالت، امنیت، جمعیت و میزان رضایت گردشگران.
- شاخص‌های نهادی: دسترسی به اطلاعات و ارتباطات، نهادهای محلی، علم و فناوری.
- شاخص‌های فرهنگی: میزان وفاداری به آداب و رسوم راستین محلی، میزان حفظ هویت محلی، سطح انتظارات.

مرجع اصلی شاخص‌های گردشگری^۱ فهرست شاخص‌های گردشگری پایدار است که سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۴ تعریف کرده و شامل یک مجموعه شاخص‌های گزینش‌شده، طبقه‌بندی و مطالعات موردی درباره مسائل پایداری است. فهرست جدید سازمان جهانی گردشگری دربردارنده توصیف حدود پنجاه مسئله اصلی پایداری و پیشنهادهایی برای شاخص‌ها به منظور اندازه‌گیری مسائل است. نمونه‌های کاربردی ملموس برای هر مسئله وجود دارد و حدود بیست مطالعه موردی برای چارچوب کاربردی کامل از شاخص‌ها در مقصدهای مختلف فراهم شده است. مسائل پایداری در ابعاد اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، محیطی، مدیریتی و جهانی گروه‌بندی شده‌اند و دامنه وسیعی از موضوعات از رضایت جامعه محلی تا مدیریت منابع طبیعی، فصلی‌بودن، اشتغال، امنیت و بهداشت، فرایند برنامه‌ریزی و... را دربر می‌گیرد. این فهرست مسائل و شاخص‌های آن‌ها نسخه‌ای برای



شکل ۱: عوامل مؤثر در سیستم گردشگری



علاوه بر دسته‌بندی گفته شده که بر اساس سه عنصر گردشگر، جاذبه‌های گردشگری و جامعه میزبان شکل گرفته است، ترایب نیز عوامل مؤثر در ساختار گردشگری و چرخه آن را به شرح زیر بیان می‌کند:

۱. سرمایه و عوامل اقتصادی، ۲. عوامل ایدئولوژیک و سیاسی و روابط بین‌المللی، ۳. عوامل اجتماعی، فرهنگی و دینی، ۴. زیرساخت‌های امنیتی و نظامی، ۵. عوامل طبیعی، ۶. مجموعه میراث فرهنگی، ۷. پیشینه تاریخی، ۸. زیرساخت‌های توسعه‌ای، ۹. آموزش و ۱۰. فناوری (Tribe, 1997:32).

این دسته‌بندی سه‌گانه از عوامل و زیرساخت‌های مؤثر در صنعت گردشگری از این رو ارائه شده است که نشان دهد ادبیات علمی حوزه گردشگری همواره دیدگاه‌هایی را برای دستیابی به توسعه در این صنعت مطرح کرده است. پژوهشگران در پژوهش پیش‌رو، در کدگذاری و شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان، در کنار استناد به متن مصاحبه‌ها و سایر داده‌های گردآوری شده، به نظریه‌ها و عوامل مؤثر بر این صنعت نیز رجوع کرده‌اند و در نام‌گذاری چالش‌ها و دسته‌بندی آن‌ها از این ادبیات نظری بهره گرفته‌اند.

روش پژوهش

در این پژوهش چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان بررسی شده و راهکارهای عملیاتی در این زمینه ارائه شده است. روش به‌کاررفته در این پژوهش تحلیل مضمون بوده است. «تحلیل مضمون روشی است که هم برای بیان واقعیت و هم برای تبیین آن به‌کار می‌رود. تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای موجود در درون داده‌ها است. این روش فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند» (Braun & Clark, 2006: 78). مراحل تحلیل مضمون به شرح زیر است:

مرحله اول، آشنایی با داده‌ها: برای این‌که پژوهشگر با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود لازم است خود را در آن‌ها غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها به صورت فعال (یعنی جست‌وجوی معانی و الگوها) است.

مرحله دوم، ایجاد کدهای اولیه: این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌ها است. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل (مضمون‌ها)

متفاوت‌اند. کدها اجزای اصلی تحلیل مضمون‌اند و در واقع «نام» یا «برچسب‌هایی» هستند که توسط پژوهشگر به قسمتی (یک جمله یا پاراگراف) از داده‌ها اطلاق می‌شوند و با سؤال‌های پژوهش ارتباط زیادی دارند.

مرحله سوم، جست‌وجوی مضامین: این مرحله پس از کدگذاری کل متن داده‌ها آغاز می‌شود و شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضمون‌های بالقوه و مرتب‌کردن همه خلاصه‌های کدگذاری شده در قالب مضمون مشخص است. در واقع، پژوهشگر تحلیل کدهای خود را شروع می‌کند و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف برای ایجاد یک مضمون کلی ترکیب می‌شوند.

مرحله چهارم، بازبینی مضمون‌ها: این مرحله زمانی شروع می‌شود که پژوهشگر مجموعه‌ای از مضمون‌ها را ایجاد کرده است و اکنون آن‌ها را بازبینی می‌کند. این مرحله شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه مضمون‌ها است. مرحله اول بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار مضمون‌ها در ارتباط با مجموعه داده‌ها بررسی می‌شود.

مرحله پنجم، تعریف و نام‌گذاری مضمون‌ها: مرحله پنجم زمانی شروع می‌شود که یک نقش رضایت‌بخش از مضمون‌ها وجود داشته باشد. پژوهشگر، در این مرحله، مضمون‌هایی را که برای تحلیل ارائه کرده است تعریف و بازبینی مجدد می‌کند.

مرحله ششم، تهیه گزارش: نگارش پژوهش‌های تحلیل مضمون از مرحله اول آغاز می‌شود و در طی فرایند تحقیق ادامه می‌یابد. این کار باعث می‌شود تحلیل داده‌ها و نگارش گزارش پژوهش هم‌زمان انجام شود و پژوهشگر همواره در حال رفت‌و برگشت داده‌ها و گزارش‌دهی باشد.

داده‌های این پژوهش با استفاده از روش‌های مختلفی گردآوری شده است:

۱. روش اسنادی و استفاده از پژوهش‌ها، گزارش‌ها و مصاحبه‌های مقامات سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط با توسعه گردشگری استان کرمان.

۲. مصاحبه نیمه‌سازمان‌دهی شده با متخصصان دانشگاهی و فعالان صنعت گردشگری استان کرمان.

سؤالات مصاحبه‌ها بر اساس بررسی پیشینه پژوهش و نظریه‌های مرتبط با توسعه گردشگری تدوین شده است. سؤالات اولیه سیزده سؤال بود که به تدریج



شدند. در این فرایند هشت مضمون برای چالش‌های توسعه پایدار گردشگری استان کرمان ایجاد شد. این تقسیم‌بندی موجب کشف روابط و تنظیم یافته‌های پژوهش شد.

کرسول برای اعتبار یا روایی پژوهش کیفی هشت راهبرد پیشنهاد می‌کند که رعایت دست‌کم دو مورد برای پژوهش اعتباری پذیرفتنی ایجاد می‌کند. در این پژوهش دو راهبرد به‌کار گرفته شده است: (۱) درگیری طولانی‌مدت پژوهشگر با فضای پژوهشی و مشاهدات مداوم با افراد موضوع پژوهش، فراگیری فرهنگ آن محیط و کنترل بدفهمی‌های ناشی از مداخله‌های پژوهشگر یا مطلعان؛ (۲) مثلث‌سازی از طریق گردآوری شواهد از منابع مختلف شامل تئوری‌های گوناگون، پژوهشگرهای متعدد، منابع اطلاعاتی متنوع و شیوه‌های گوناگون. مثلث‌سازی به استفاده از منابع متعدد داده‌ها برای ترسیم نتایج درباره آنچه حقیقت را تشکیل می‌دهد اشاره دارد (طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۶۶). در این پژوهش از مثلث‌سازی منابع داده‌ها و مثلث‌سازی محقق برای کدگذاری داده‌ها، نام‌گذاری مفاهیم و دسته‌بندی مفاهیم در مضامین پنج‌گانه استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

استان کرمان، با دربرگرفتن بیش از ۱۱ درصد از وسعت ایران با حدود ۱۸۳۲۸۵ کیلومتر مربع، پهناورترین استان ایران است که در منطقه جنوب شرقی کشور، با داشتن ۲۳ شهرستان، از مزیت‌های بسیار زیادی در حوزه گردشگری برخوردار است. جمعیت این استان، طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، سه میلیون و ۱۶۴ هزار و ۷۱۸ نفر گزارش شده است. این استان، با دارابودن جغرافیا و اقلیم متنوع در بخش‌های شمالی و جنوبی و محصولات گوناگون، یکی از مناطق مهم و درآمدزای کشور در حوزه گردشگری به‌شمار می‌آید.

استان کرمان همچنین بیش از ۶۶۰ اثر ملی ثبت‌شده دارد و از استان‌های تاریخی ایران است. استان کرمان هفت اثر ثبت‌شده در میراث جهانی یونسکو دارد که رتبه نخست در ایران است. مرکز استان کرمان کلان‌شهر کرمان است که مهم‌ترین شهر جنوب شرقی کشور و از شهرهای بزرگ ایران به‌شمار می‌رود.

«استان کرمان دارای ۳۶ هتل و هتل آپارتمان، ۳۱ مهمان‌پذیر، ۱۴۳ دفتر خدمات مسافرتی، ۱۳۵ واحد بین‌راهی، ۴۰ مجتمع گردشگری، ۶ اقامتگاه سنتی، ۳ پانسیون و ۳۹۸ راهنمای تور است» (فرخی، ۱۳۹۸).

و پس از انجام پنج مصاحبه تعداد سؤالات به ده کاهش یافت. دو سؤال جدید اضافه شد و پنج سؤال به‌علت ارتباط مفهومی در هم ادغام شد.

مصاحبه‌ها به‌صورت حضوری و مکاتبه‌ای انجام شد و از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد بر اساس تخصص و تجربه خود چالش‌های توسعه پایدار گردشگری استان کرمان را تبیین و راهکارهای متناظر با آن‌ها را معرفی کنند.

در جدول ۱، تعداد منابع داده‌هایی که در این پژوهش کدگذاری شده به تفکیک ذکر شده است.

جدول ۱: تعداد داده‌های پژوهش

| ردیف | داده‌ها | تعداد منابع |
|------|---|-------------|
| ۱ | پژوهش‌های مرتبط با صنعت گردشگری استان کرمان | ۱۴ |
| ۲ | گزارش‌های خبری و مصاحبه‌های مسئولان گردشگری استان در رسانه‌ها | ۱۰ |
| ۳ | مصاحبه نیمه‌سازمان‌دهی شده با متخصصان دانشگاهی استان کرمان | ۱۸ |
| ۴ | مصاحبه نیمه‌سازمان‌دهی شده با فعالان صنعت گردشگری استان کرمان | ۱۱ |

نمونه‌گیری پژوهش از نوع هدفمند است. نمونه‌گیری هدفمند که نمونه‌گیری غیراحتمالی، هدفدار یا کیفی نیز نامیده می‌شود به معنای انتخاب هدفدار واحدهای پژوهش برای کسب اطلاعات یا دانش است (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۳۸). فرایند کدگذاری باز و محوری به پیدایش مجموعه‌ای از مضامین می‌انجامد که الگوی ارتباط خاصی میان هر مضمون و مفاهیم آن مشخص شده است. مثلاً در این پژوهش، در تعدادی از مصاحبه‌ها به ضعف و کمبود مراکز اقامتی مناسب گردشگری در استان کرمان اشاره شده است. هر یک از مصاحبه‌شوندگان این مسئله را با عبارات‌های مختلفی تبیین کرده‌اند. پژوهشگر این عبارات را در قالب ضعف و کمبود مراکز اقامتی کدگذاری کرده است؛ به‌عبارتی، یک مفهوم از داده‌ها استخراج کرده است. این فرایند مستلزم بررسی دقیق و جمله‌به‌جمله داده‌ها بود که ریزترین نوع تجزیه و تحلیل محسوب می‌شود. هم‌زمان با انجام کدگذاری، اسناد مقایسه‌شد و موضوعات جدیدی به‌دست آمد. این مسائل یادداشت‌برداری شد و برای تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش به‌کار رفت. در ادامه، کدهایی که با هم ارتباط مفهومی داشتند تحت عنوان مضمون دسته‌بندی



آثار و ظرفیت‌های حوزه گردشگری استان کرمان را می‌شود در یک دسته‌بندی کلی به چند حوزه تقسیم کرد:

۱) گردشگری تاریخی که شامل ابنیه و مکان‌های متعدد تاریخی و باستانی از دوره‌های کهن تا دوره معاصر است (مانند بقایای تمدن جیرفت، ارگ بم و راین، روستای تاریخی میمند، گنبد جلیله، باغ شاهزاده، باغ فتح‌آباد، مقبره خواجه اتابک، بناهای تاریخی شهر کرمان).

۲) گردشگری در حوزه طبیعت (اکوتوریسم) که در این زمینه استان کرمان دارای وسعت زیاد و تنوع آب‌وهوایی است و در همه فصول سال می‌تواند میزبان گردشگران باشد. چاله لوت، جازموریان، دره راگه، پارک ملی خیر و مناطق نمونه گردشگری از جاذبه‌های مهم گردشگری طبیعی در استان کرمان است. وجود کوه‌ها، آبشارها و روستاهای نمونه گردشگری کرمان را به یکی از جاذبه‌های متنوع گردشگری طبیعی کشور تبدیل کرده است. گردشگری نجوم، به‌علت شرایط جغرافیایی و آسمان کرمان نیز از ظرفیت‌های گردشگری استان کرمان است که حالتی بین‌بخشی دارد و در حوزه گردشگری علمی نیز قرار می‌گیرد.

۳) گردشگری فرهنگی که به‌علت وجود فرهنگ‌ها و اقوام گوناگون و شیوه‌های زندگی روستایی و عشایری جذابیت زیادی برای علاقه‌مندان به گردشگری فرهنگی دارد.

۴) گردشگری مذهبی نیز به‌علت وجود مساجد متعدد از دوره‌های تاریخی گوناگون و امامزاده‌ها و زیارتگاه‌ها یکی از جذاب‌ترین حوزه‌های گردشگری در استان کرمان است. علاوه بر این، وجود مقبره عارفان نام‌دار از جمله مقبره شاه نعمت‌الله ولی زمینه توسعه گردشگری عرفانی را نیز فراهم می‌کند.

۵) استان کرمان ظرفیت فراوانی در جذب گردشگری حوزه سلامت دارد و وجود پزشکان متخصص و چند دانشگاه علوم پزشکی ظرفیت لازم برای این حوزه را فراهم می‌کند.

در این بخش، مفاهیم و مضامین پژوهش (هر مفهوم بیانگر یک چالش توسعه پایدار گردشگری استان کرمان است) در قالب جدول نشان داده می‌شود؛ به این ترتیب که در کنار هر مفهوم نمونه داده‌هایی (نقل قول از مصاحبه‌ها و دیگر منابع استفاده‌شده) که هر مفهوم بر اساس آن شکل گرفته است ارائه می‌شود. پس از هر جدول، توضیح و تفسیر مربوط به هر مفهوم ارائه شده و به نمونه‌های بیشتری از داده‌های پژوهش اشاره شده است. ترسیم جداول بر اساس مقولات پژوهش انجام شده است (هریک از مقولات پژوهش شامل دسته‌ای از چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان است). به‌عبارتی، آن دسته از چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان که با یکدیگر ارتباط و همخوانی دارند در یک مضمون و در کنار هم قرار گرفته‌اند.

چالش‌های مربوط به مضمون سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی

برخی از چالش‌های استخراج‌شده از داده‌های پژوهش در مضمون سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دسته‌بندی شده است. منظور از چالش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی چالش‌هایی است که مربوط به روش‌ها و محتوای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در زمینه توسعه گردشگری پایدار استان کرمان است. مفاهیم و نمونه داده‌های مربوط به هر یک در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|---------------------------------------|--|
| فقدان برنامه جامع و راهبردی | برنامه جامع و راهبردی در قالب طرح‌های اجرایی در زمینه توسعه گردشگری استان کرمان وجود ندارد (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| فقدان برنامه راهبردی و عملیاتی | نبود برنامه راهبردی و عملیاتی در زمینه توسعه گردشگری و فقدان چشم‌انداز توسعه گردشگری استان کرمان یکی از مشکلات مهم این حوزه است (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |
| قوانین و مصوبات مشکل‌ساز | قوانین و مصوبات مشکل‌ساز برای کسانی که در زمینه صنعت گردشگری فعالیت می‌کنند یکی از چالش‌های این حوزه است (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| مغفول ماندن آیین‌نامه‌های بخش گردشگری | بسیاری از آیین‌نامه‌های بخش گردشگری از جمله تدوین سند گردشگری استان تاکنون مغفول مانده است. علاوه بر این حوزه و با توجه به ظرفیت‌های موجود در استان، پیشنهاد تدوین همه آیین‌نامه‌های مربوط به فضای کسب‌وکار را مطرح کرده‌ایم (طیب‌زاده، ۱۳۹۶). |
| تغییر دولت‌ها و تغییر سیاست‌ها | تغییر دولت‌ها به تغییر سیاست‌ها منجر می‌شود و این چالشی مهم است. تحولات سیاسی به کاهش و افزایش گردشگر منجر می‌شود (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |



| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|--|---|
| بی‌توجهی به ابعاد مختلف گردشگری | مدیران ارشد ما هنوز به تعریفی جامع از گردشگر، صنعت گردشگری و حوزه‌های مختلف این صنعت دست نیافته‌اند. به عبارتی برای مدیران ارشد گردشگری هنوز این سؤالات اساسی پاسخ روشنی ندارد (مصاحبه ۶، ۱۳۸۹). |
| بی‌استفاده ماندن مزیت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری | تنوع کشاورزی، تنوع آب‌وهوا، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، دمای بی‌سابقه ۷۶ درجه در کویر کرمان و برداشت پسته از جمله مزیت‌های استان کرمان برای جذب گردشگر است که بی‌استفاده مانده و در بسیاری از نقاط دنیا معیاری برای جذب توریسم است. تنوع شیرینی و غذای کرمان شگفت‌انگیز است و باید شیرینی و غذای سنتی شهر مشخص، نهادینه و معرفی شود (کرمانی، ۱۳۹۸). |
| اولویت‌نبودن گردشگری | مدیران گردشگری ما باید تکلیف این سؤال اساسی را مشخص کنند که آیا رونق صنعت گردشگری جزو اولویت‌های توسعه در استان کرمان قرار دارد یا نه. پس از این‌که پاسخ به این سؤال کلان و اساسی مشخص شد، باید به سراغ سایر چالش‌ها رفت. مثلاً اگر پاسخ سؤال اول مثبت بود باید مشخص شود که آیا تمامی حوزه‌های صنعت گردشگری مدنظر است یا فقط حوزه‌های خاصی... (مصاحبه ۶، ۱۳۸۹). |
| ضعف رقابت در گردشگری | یکی از چالش‌های مهم توسعه گردشگری این است که در این زمینه نتوانسته‌ایم رقابت ایجاد کنیم (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |
| فصلی‌بودن گردشگری | زنگ گردشگری در کشور ما ایام عید نواخته می‌شود و دیگر کم‌رنگ می‌شود. لازم است در سایر فصول سال هم از آن حمایت شود (مصاحبه ۹، ۱۳۹۸). |
| بی‌توجهی به کسب‌وکار گردشگری روستاییان | نبود تخصیص یا کمبود بودجه در برخی بخش‌ها مثلاً آموزش‌های کسب‌وکار برای افرادی که تازه وارد گردشگری شده‌اند، مثل روستاییان (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| نبود اطلاعات کافی درباره زیرساخت‌های گردشگری | نبود اطلاعات کافی و درست درباره زیرساخت‌های گردشگری به منظور برنامه‌ریزی برای آینده یکی از چالش‌های مهم توسعه گردشگری استان است (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| کلی‌گرایی در تصمیم‌گیری‌ها | کلی‌گرایی در تصمیم‌گیری‌ها یکی از چالش‌های مهم توسعه گردشگری استان است. در بسیاری موارد نمی‌توان نتایج را تعمیم داد. چالش‌های سایت‌های تاریخی و هتل با سایت‌های طبیعی متفاوت است (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| کمبود ایده‌های توسعه گردشگری | نبود مدیران کارآمد و متخصص و وجود مدیرانی که ایده و خلاقیت ندارند و نگاهشان همیشه به برنامه‌ها و بودجه‌های مرکز است (مصاحبه تور ۲، ۱۳۹۸). |

چالش‌های مربوط به مضمون مدیریتی و اداری می‌شود که به ویژگی‌های مدیران و ساختار مدیریتی و اداری حوزه گردشگری استان کرمان مرتبط است. مفاهیم و نمونه داده‌های مربوط به هر مفهوم در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون مدیریتی و اداری

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|--------------------------------|--|
| ناهماهنگی بین سازمان‌های دولتی | یکی از چالش‌های مهم توسعه گردشگری استان کرمان ناهماهنگی در همکاری بین سازمان‌های دولتی ذی‌ربط در صنعت گردشگری است و تصمیم‌گیری‌های منفک این سازمان‌ها مانع توسعه گردشگری است (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| بی‌تجربگی نیروی انسانی | در مؤسسات گردشگری استان کرمان، کادر اداری در مواردی بی‌تجربه و کم‌اطلاع‌اند (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| سیاسی‌بودن مدیران گردشگری | مدیران باید نگرش مثبت به گردشگری داشته باشند و از وابستگی‌های سیاسی به دور باشند (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |
| مرکزگرایی مدیران گردشگری | نبود مدیران کارآمد و متخصص و وجود مدیرانی که ایده و خلاقیت ندارند و نگاهشان همیشه به برنامه‌ها و بودجه‌های مرکز است (مصاحبه تور ۲، ۱۳۹۸). |
| ضعف تخصص‌گرایی در گردشگری | نکته و چالش دوم تخصص‌گرایی در صنعت گردشگری و به خصوص در بخش مدیریت گردشگری است که باید تجدیدنظر کلی درباره آن صورت گیرد (مصاحبه ۶، ۱۳۸۹). |
| اعمال سلیقه مدیران | علاوه بر بخش‌نامه‌هایی که در این زمینه وجود دارد، اعمال سلیقه از سوی مسئولان و کارشناسان زیاد است (مصاحبه ۱۰، ۱۳۹۸). |



| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|---|---|
| ضعف نظارت بر قیمت‌ها | نظارتی بر قیمت‌های فروشگاه‌ها در پارک‌ها وجود ندارد. مثلاً قیمت‌ها در جنگل قائم و بوستان مادر که از پارک‌های شلوغ کرمان است در برخی روزها افزایش زیادی پیدا می‌کند. گاهی قیمت‌ها بیش از ۱۰۰ درصد افزایش می‌یابد (مصاحبه ۱۳۹۸، ۷). |
| نبود نظارت و خلاقیت | برخی از چالش‌های گردشگری ریشه در مدیریت و نظارت و نبود خلاقیت دارد که بدون بودجه هم قابل حل است (مصاحبه ۱۳۹۸، ۷). |
| کمبود نقدینگی فعالان گردشگری | از سویی افرادی که به فعالیت در حوزه گردشگری علاقه‌مندند معمولاً با مشکل کمبود نقدینگی روبرو می‌شوند و مشکلات عدیده‌ای که در دریافت وام از نظام بانکی با آن مواجه‌اند سبب انصراف علاقه‌مندان فعالیت در این حوزه می‌شود (مصاحبه ۱۳۹۸، ۸). |
| پیچیدگی دریافت تسهیلات گردشگری | پیچیدگی مسیر دریافت تسهیلات برای توسعه خدمات و اماکن لازم در گردشگری برای سرمایه‌گذاران یکی از مشکلات مهم این صنعت است. برای دریافت تسهیلات در استان کرمان پس از ارائه طرح و تأیید آن باید به تهران مراجعه شود (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| کمبود بودجه آموزش کسب‌وکار گردشگری | عدم تخصیص بودجه یا کمبود آن در برخی بخش‌ها، مثلاً آموزش‌های کسب‌وکار برای افرادی که تازه وارد گردشگری شده‌اند، مثل روستاییان (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| ضعف دانشگاه علمی کاربردی میراث فرهنگی | دانشگاه علمی کاربردی میراث فرهنگی از غنای کافی برخوردار نیست، به نیروی انسانی و توانمندی آن توجه کافی نمی‌شود و پست‌های مدیریتی را غیرکرمانی‌ها اداره می‌کنند (مصاحبه ۱۰، ۱۳۹۸). |
| وضعیت متزلزل حفاظت از آثار و محوطه‌های تاریخی | استان کرمان، در مقایسه با استان‌هایی مانند یزد، اصفهان و حتی خراسان جنوبی، در حفاظت از آثار و محوطه‌ها و ابنیه تاریخی وضعیتی بسیار متزلزل دارد (مصاحبه ۱۱، ۱۳۹۸). |
| رابطه یک‌سویه سازمان‌های مردم‌نهاد با سازمان میراث فرهنگی | سوءمدیریت‌هایی وجود داشته است و تاکنون ارتباطی که با سازمان میراث فرهنگی داشته‌ایم یک‌طرفه بوده است؛ به این معنی که اگر آنان ۳۰ درصد از ما حمایت کرده‌اند ما ۷۰ درصد از میراث فرهنگی کرمان حمایت کرده‌ایم (پورشعبان، ۱۳۹۷). |
| نبود حمایت مالی سازمان میراث فرهنگی از سازمان‌های مردم‌نهاد | متأسفانه از سوی سازمان باز خورد نداشته‌ایم؛ اما تاکنون کوتاه نیامده‌ایم. با وجود وضعیت و شرایط نامناسب اقتصادی از جیب هزینه کرده‌ایم، چرا که سازمان میراث فرهنگی حتی یک ریال کمک نکرده است (پورشعبان، ۱۳۹۷). |

چالش‌های مربوط به مضمون حمل و نقل و ارتباطات
 پژوهش در مضمون حمل و نقل و ارتباطات دسته‌بندی شده است. این مفاهیم و نمونه داده‌های مربوط به هر مفهومی در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون حمل و نقل و ارتباطات

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|--|---|
| ضعف ایمنی حمل و نقل | از جمله مشکلات مهم توسعه گردشگری کرمان ایمن نبودن وسایل نقلیه و جاده‌ها است. در مواردی این وسایل حمل و نقل راحت و زیبا نیستند (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| فقدان پارکینگ مناسب | برخی از جاذبه‌های گردشگری استان کرمان فاقد راه ارتباطی مناسب است یا پارکینگ مناسبی در اطراف آن‌ها وجود ندارد (مصاحبه ۴، ۱۳۹۸). |
| فقدان سامانه اطلاعات جغرافیایی | سامانه اطلاعات جغرافیایی برای اطلاع از محل پارکینگ‌ها و سایر امکانات گردشگری به صورت آنلاین در دسترس گردشگران نیست (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |
| پراکندگی جاذبه‌های گردشگری | با توجه به این که ظرفیت‌های گردشگری استان در سطح منطقه پراکنده است. ارائه خدمات مطلوب در حوزه حمل و نقل و ارتباط جمعی ضروری است (مصاحبه ۱۲، ۱۳۸۹). |
| آسیب‌پذیری راه‌ها در برابر حوادث غیرمترقبه | آسیب‌پذیری بسیاری از راه‌های زمینی در مخاطرات مثل سیل و زلزله و ریزش کوه، نبود راه ارتباطی تلفن و اینترنت در برخی مناطق دورافتاده گردشگری مثل روستاهای اطراف شهداد (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| قرارداشتن کرمان در انتهای مسیر گردشگری | قرارداشتن کرمان در انتهای مسیر گردشگری نیز از دیگر مشکلات محسوب می‌شود؛ یعنی وقتی گردشگری به کرمان آمد، چون بعد از آن مقصدی برای گردشگری تعریف نشده است، باز هم باید مسیری را که آمده است برگردد و این کار دشواری است. بنابراین برای رفع این مشکل باید پروازهای مناسبی پیش‌بینی شود (سیاوشی، ۱۳۹۴). |



| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|---|---|
| نبود پرواز خارجی مستقیم | نبود پرواز خارجی مستقیم به استان کرمان یکی از مهم‌ترین مشکلات پیش‌روی توسعه گردشگری پایدار استان کرمان است (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| نوسان قیمت بلیت‌های پرواز | نوسانات بیش‌ازحد قیمت بلیت‌های پرواز به استان کرمان چالش بزرگ دیگری برای صنعت گردشگری استان کرمان است (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| قرارداد با آژانس‌های مسافرتی غیرکرمانی | متأسفانه امکان رقابت آژانس‌های کرمان با آژانس‌های مسافرتی تهران وجود ندارد و بیشتر با آژانس‌های تهران قرارداد بسته می‌شود و کرمانی‌ها کمتر مورد توجه قرار می‌گیرند (مصاحبه ۱۰، ۱۳۹۸). |
| ضعف اینترنت مراکز اقامتی | زیرساخت‌ها در حوزه اینترنت هتل‌ها و بوم‌گردی به‌خوبی فراهم نشده است (مصاحبه ۱۰، ۱۳۹۸). |
| ضعف ارتباطات در مناطق دورافتاده گردشگری | نبود راه ارتباطی تلفن و اینترنت در برخی مناطق دورافتاده گردشگری مثل روستاهای اطراف شهداد (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |

چالش‌های مربوط به مضمون هتل داری و اقامت است. این مفاهیم و نمونه داده‌های مربوط به هر مفهوم در جدول ۵ نشان داده شده است. برخی از چالش‌های استخراج‌شده از داده‌های پژوهش در مضمون هتل داری و اقامت دسته‌بندی شده

جدول ۵: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون هتل داری و اقامت

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|---|--|
| فقدان هتل‌های بومی | هتل‌های متناسب با زیست‌بوم و هتل‌های سنتی متفاوت از جوامع صنعتی و مدرن در استان کرمان وجود ندارد. خود این نوع هتل‌ها جذابیت گردشگری دارند (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| ضعف کمپ‌های کوه‌نوردی و طبیعت‌گردی | مراکز اقامتی و هتل‌های کرمان وضعیت مناسبی دارند اما در مجاورت برخی مقاصد گردشگری مثل کلوت‌های شهداد یا کمپ‌های کوه‌نوردی و طبیعت‌گردی وضعیت مطلوب نیست و لازم است تسهیلاتی در اختیار هتل‌داران و علاقه‌مندان قرار گیرد تا این مراکز اقامتی توسعه یابند (مصاحبه ۴، ۱۳۹۸). |
| کمبود ظرفیت اقامت | در حوزه هتل داری در سال‌های اخیر تعداد گردشگران بیش از ظرفیت مکان‌های اقامتی بوده است و این حوزه توسعه پیدا نکرده است (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |
| کمبود اقامتگاه‌های مناسب | نبود اقامتگاه‌ها و هتل‌های مناسب در استان برای پذیرش ظرفیت زیاد گردشگری. گفتنی است، استان کرمان فقط یک هتل پنج‌ستاره دارد (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| تضمین امنیت استراحتگاه‌ها | نیاز اساسی این نوع گردشگری تضمین امنیت و استراحتگاه‌های بین‌راهی مطمئن است (مصاحبه ۶، ۱۳۸۹). |
| ضعف نیروی انسانی هتل داری | نیروی انسانی در هتل داری به‌خوبی آموزش داده نشده است (مصاحبه ۱۰، ۱۳۹۸). |
| نبود سامانه یک‌پارچه معرفی امکانات اقامتی استان | نبود سامانه یک‌پارچه معرفی امکانات اقامتی استان یکی از مشکلات اصلی گردشگرانی است که وارد استان کرمان می‌شوند (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| زیادبودن هزینه اقامت | زیادبودن هزینه اقامتگاه‌ها نسبت به کیفیت با توجه به کمبود خدمات از چالش‌های مهم توسعه گردشگری است (مصاحبه تور ۲، ۱۳۹۸). |
| بعد مسافت اقامتگاه و جاذبه‌های گردشگری | فاصله بیش‌ازحد هتل‌ها و اقامتگاه‌های مناسب با سایت‌های گردشگری برای استفاده گردشگران از مشکلات گردشگری استان کرمان است (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |

در زمینه هتل داری و مسئله اقامت، چالش‌های متعددی در مصاحبه‌ها بیان شده است. برخی از این چالش‌ها مربوط به کمیت و برخی مربوط به کیفیت مراکز اقامت گردشگران در استان کرمان است.

مسئله اقامت یکی از مهم‌ترین مسائل موردتوجه گردشگران است. معمولاً گردشگران، پیش از آغاز سفر، حمل‌ونقل و اقامت را پیش‌بینی می‌کنند و برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام می‌دهند؛ در نتیجه چگونه چالشی در این زمینه‌ها باعث انصراف گردشگران می‌شود.



چالش‌های مربوط به مضمون تبلیغات و اطلاع‌رسانی

برخی از چالش‌های استخراج‌شده از داده‌های

پژوهش در مضمون تبلیغات و اطلاع‌رسانی دسته‌بندی شده است. این مفاهیم و نمونه‌داده‌های مربوط به هر مفهوم در جدول ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون تبلیغات و اطلاع‌رسانی

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|---|---|
| ناشناخته‌بودن کرمان | استان کرمان هنوز ناشناخته است. این استان از شرق تا غرب و از شمال تا جنوب، تمدن‌ها و ظرفیت‌های فراوانی در خود نهفته است که با برنامه‌ریزی و تبلیغات اصولی می‌شود استان کرمان را به مقصد نهایی برای گردشگران تبدیل کرد (مصاحبه ۱۲، ۱۳۸۹). |
| تصویر غیر واقعی از استان کرمان | متأسفانه بسیاری از جاذبه‌های گردشگری استان کرمان ناشناخته مانده است و تصویری که از استان کرمان در ذهن گردشگران داخلی و خارجی وجود دارد خیلی منطبق با واقع نیست. شخصاً شاهد تعجب و شگفتی بسیاری از مسافران پس از ورود به استان کرمان بوده‌ام. در نتیجه لازم است جاذبه‌های گردشگری کرمان به شکل مطلوب‌تری تبلیغ شود (مصاحبه ۴، ۱۳۹۸). |
| ضعف تبلیغات گردشگری | برنامه‌های تبلیغاتی متنوعی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری نداریم یا محدودیت در این زمینه وجود دارد. سیستم واحدی برای تبلیغات و بازاریابی گردشگری برای استان کرمان وجود ندارد (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| فقدان فرهنگ فضای مجازی در تبلیغات گردشگری | فرهنگ فضای مجازی برای استفاده در تبلیغات گردشگری شکل نگرفته است (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |
| ضعف تبلیغات بومگردی‌ها | مراکز بوم‌گردی در استان در حال شکل‌گیری است اما هیچ تبلیغی انجام نمی‌شود تا مردم با آن آشنا شوند. من که تقریباً پیگیر این مسائل هستم تازه دو هفته پیش متوجه شدم که مثلاً در رفسنجان دو سه مرکز بوم‌گردی وجود دارد. بومگردی‌ها که از نظر محیط راحت و دنج و از نظر خدمات و هزینه‌ها مزیت‌های خوبی نسبت به هتل‌ها و مسافرخانه‌ها و رستوران‌ها دارند ناشناخته مانده‌اند (مصاحبه ۷، ۱۳۹۸). |
| ضعف تبلیغات جهانی گردشگری کرمان | متأسفانه درباره کرمان و آثار گردشگری آن تبلیغات کمی در جهان شده است (مصاحبه ۱۰، ۱۳۹۸). |
| جامع‌نبودن تبلیغات گردشگری | تبلیغ جاذبه‌های گردشگری استان به‌صورت کامل و جامع صورت نمی‌گیرد، حال آن‌که تبلیغات چه به‌صورت چاپ در روزنامه‌ها و مجلات و چه به‌صورت پخش تلویزیونی در افزایش سطح آگاهی افراد و شناخت آنان تأثیر بسزایی دارد و در جذب گردشگر مؤثر خواهد بود. این مورد نیز نیازمند توجه بیشتری از سوی مسئولان ذی‌ربط است (مصاحبه تور ۱، ۱۳۹۸). |

نشده‌اند. در مواردی حتی مردم بومی استان از وجود برخی جاذبه‌ها در استان کرمان اطلاع ندارند و در مجموع گردشگران ورودی به استان کرمان عمدتاً از وجود این جاذبه‌های متنوع دچار حیرت می‌شوند.

چالش‌های مربوط به مضمون زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی

برخی از چالش‌های استخراج‌شده از داده‌های پژوهش در مضمون زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی دسته‌بندی شده است. این مفاهیم و نمونه‌داده‌های مربوط به هر مفهوم در جدول ۷ نشان داده شده است.

یکی از عوامل مؤثر بر جذب گردشگر، تبلیغ جاذبه‌ها و زیرساخت‌های گردشگری است. در صورت فراهم‌بودن زیرساخت‌ها، اگر تبلیغات و اطلاع‌رسانی گردشگری به‌خوبی انجام نشود و گردشگران تصویر روشنی از وضعیت گردشگری منطقه نداشته باشند دستیابی به اهداف توسعه گردشگری میسر نمی‌شود. یکی از چالش‌های مهم توسعه گردشگری استان کرمان، که در مصاحبه‌های پژوهش و گفته‌های گردشگران و فعالان صنعت گردشگری کرمان مورد توجه و تأکید جدی قرار گرفته است، «منطبق‌نبودن تصور گردشگران با واقعیت جاذبه‌های گردشگری استان کرمان» است. این دیدگاه مؤید این است که جاذبه‌های گردشگری استان کرمان به‌خوبی معرفی

جدول ۷: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|--|---|
| فقدان رستوران استاندارد برای گردشگران خارجی | رستوران استاندارد برای گردشگران خارجی نداریم و با استانداردهای جهانی فاصله داریم (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |
| فقدان رستوران مناسب در مجاورت جاذبه‌ها | وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهرستان‌های استان خوب نیست. یعنی شما یک غذاخوری نسبتاً خوب پیدا نمی‌کنید. این معضل در روزهای تعطیل بیشتر می‌شود. بر اساس تجربه‌های شخصی، من در شهرهای بم، شهداد و راین که از مراکز مهم گردشگری استان هستند با این معضل مواجه بوده‌ام (مصاحبه ۷، ۱۳۹۸). |
| ارائه‌ندادن خدمات در قبال هزینه بلیت | پول بلیت و ورودی برای برخی از مراکز دریافت می‌کنند ولی کوچک‌ترین خدماتی ارائه نمی‌شود. |
| ضعف روشنایی و امکانات بهداشتی پارک‌ها | برخی از پارک‌های موجود حتی لامپ برای روشنایی ندارند، برای نمونه، پارک شهرک نیکزاد، گردشگر حق دارد در پارکی استراحت کند که روشنایی داشته باشد، سرویس بهداشتی‌هایش شیر سالم و لامپ داشته باشد و تمیز باشد (مصاحبه ۷، ۱۳۹۸). |
| ضعف دسترسی به خودپرداز | دسترسی به منابع مالی و دستگاه خودپرداز بسیار کم است. برای مثال، روستای شفیق‌آباد شهداد (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| کمبود بخش درمانی فعال | کمبود بخش درمانی فعال در حوزه گردشگری مانند محور گردشگری هفت‌باغ از مشکلات مهم این حوزه است (مصاحبه تور ۲، ۱۳۹۸). |
| مشکلات تجهیز خانه‌های قدیمی به عنوان زیرساخت گردشگری | خانه‌های قدیمی زیادی در شهر کرمان وجود دارد که خیلی‌ها ترجیح می‌شوند این مکان‌ها را تعمیر، تجهیز و برای رستوران و اقامتگاه استفاده کنند اما این خانه‌ها در تملک میراث فرهنگی است و میراث فقط یک‌سال اجازه واگذاری می‌دهد که برای سرمایه‌گذاران به صرفه نیست (سپاوشی، ۱۳۹۴). |
| نبود باغ‌وحش استاندارد | در استان کرمان زیرساخت‌های گردشگری در بعد تفریحی، مثل باغ‌وحش استاندارد، وجود ندارد (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| ضعف امکانات تفریحی جاذبه‌های برون‌شهری | امکانات تفریحی در مجاورت جاذبه‌های گردشگری شهری وضعیت خوبی دارد اما درباره جاذبه‌های روستایی و دور از مراکز شهری وضعیت مطلوب نیست (مصاحبه تور ۷، ۱۳۹۸). |
| کمبود تابلوهای راهنمای گردشگری | نبود تابلوهای راهنمای مناطق تفریحی، سیاحتی، باستانی، تاریخی و گردشگری برای هدایت گردشگران به مناطق گردشگری از مشکلات این استان است. گفتنی است حتی خود مردم استان کرمان از وجود بیشتر سایت‌های گردشگری موجود در استان کرمان بی‌خبرند (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| ضعف امکانات گردشگری مجاور جاذبه‌ها | بیشتر سایت‌های گردشگری استان کرمان فاقد همه یا بیشتر امکانات و تأسیسات و زیرساخت‌های لازم گردشگری استان است. مثلاً سایت مهم شهداد فاقد همه زیرساخت‌ها و تأسیسات گردشگری است (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| نبود امکانات در زمینه جاذبه گردشگری نجوم | آسمان کرمان خود یک جاذبه است، اما برای دیدن ستاره‌ها تلسکوپ در این شهر وجود ندارد، درحالی‌که می‌توان یک روز را برای دیدن ستاره‌های کویر به جهان معرفی کرد اما در کرمان و ایران به این مباحث پرداخته نشده است (کرمانی، ۱۳۹۸). |

چالش‌های مربوط به مضمون آموزش

و راهنمای گردشگران

برخی از چالش‌های استخراج‌شده از داده‌های پژوهش در مضمون آموزش و راهنمای گردشگران دسته‌بندی شده است. این مفاهیم و نمونه داده‌های مربوط به هر مفهوم در جدول ۸ نشان داده شده است.

صرف وجود جاذبه‌های گردشگری موجب رونق گردشگری نمی‌شود. برخورداری جاذبه‌های گردشگری از امکانات رفاهی و تفریحی قابلیت جذب گردشگران را افزایش می‌دهد، باعث رونق اقتصاد محلی می‌شود، اشتغال ایجاد می‌کند و زمینه توسعه گردشگری را فراهم می‌کند. از این رو توجه به زیرساخت‌های رفاهی و تفریحی محل جاذبه‌های گردشگری هر منطقه باید مورد توجه سازمان‌های ذی‌ربط قرار گیرد.

جدول ۸: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون آموزش و راهنمای گردشگران

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|---|---|
| ضعف زبان انگلیسی راهنمایان | بسیاری از لیدرها و هتل‌داران و کارشناسان فعال در زمینه گردشگری به زبان انگلیسی تسلط ندارد (مصاحبه ۱، ۱۳۹۸). |
| ضعف اطلاعات راهنمایان گردشگری | عدم حضور کارشناسان زبده در اماکن تاریخی به شدت احساس می‌شود. کارشناسان حاضر نمی‌توانند به سؤالات تاریخی و باستان‌شناسی مردم پاسخ دهند و این مسئله را از نزدیک شاهد بودم (مصاحبه ۹، ۱۳۹۸). |
| استفاده نکردن از راهنمایان محلی | فرهنگ گردشگری استان هنوز در استفاده از راهنمایان محلی گردشگری توسعه نیافته است (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |
| محدودیت زمان بازدید راهنمایان گردشگری | راهنمای گردشگران در بسیاری موارد وجود ندارد یا ساعت‌های بازدید و زمان حضور راهنمایان محدود است (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |
| کمبود راهنما در مراکز تاریخی | بر اساس تجربه شخصی، مراکز تاریخی که از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری استان کرمان هستند، فاقد راهنما که درباره آن مراکز به گردشگران توضیح دهد تا با آگاهی این بناها را نگاه کنند. نصب یک تابلو معرفی با فونت ۱۰ در ورودی‌ها کافی نیست. مردم حوصله ایستادن و خواندن آنها را ندارند (مصاحبه ۷، ۱۳۹۸). |
| ضعف آموزش سازمان میراث فرهنگی در مدارس | اولین چالش در این زمینه گردشگری مدارس است. میراث فرهنگی در مدارس حضوری کم‌رنگ دارد و در سرفصل‌های درسی مدارس این مسئله کم‌رنگ است (مصاحبه ۹، ۱۳۹۸). |
| ضعف موسسات آموزش راهنمایان گردشگری | استادان و مدرسانی که در حوزه‌های تاریخ و تمدن آگاهی و معرفت لازم را داشته باشند به اندازه کافی نیستند و این موضوع در وضعیت آموزشی مؤسساتی که در حال حاضر عهده‌دار برگزاری دوره‌های آموزشی تورلیدری هستند کاملاً مشهود است (مصاحبه ۱۱، ۱۳۹۸). |
| کاربرد نبودن آموزش و فقدان آموزش‌های پیوسته | فقدان آموزش‌های پیوسته از بلندمدت برای دست‌اندرکاران گردشگری، کاربردی نبودن برخی آموزش‌ها، فقدان نیازسنجی بر اساس کاستی‌ها از مشکلات مهم در این زمینه است (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| مشکل اشتغال راهنمایان گردشگری | نبود اشتغال پویا برای راهنمایان گردشگری به منظور ایجاد اشتیاق به ادامه فعالیت در این زمینه از چالش‌های مهم است (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |



گردشگران که درباره گردشگران خارجی نمود می‌یابد، تسلط راهنمایان به زبان خارجی است تا بتوانند اطلاعات لازم را درباره آثار و جاذبه‌های گردشگری به‌خوبی منتقل کنند. در این زمینه، در یکی از مصاحبه‌ها آمده است: «بسیاری از تورلیدرها و هتل‌داران و کارشناسان فعال در زمینه گردشگری به زبان انگلیسی تسلط ندارند (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸).

چالش‌های مربوط به مضمون محیط زیست

برخی از چالش‌ها استخراج‌شده از داده‌های پژوهش در مضمون محیط‌زیست دسته‌بندی شده است. این مفاهیم و نمونه‌های داده‌های مربوط به هر مفهوم در جدول ۹ نشان داده شده است.

یکی از مهم‌ترین اهداف گردشگران، افزایش اطلاعات و دانش درباره مکان‌ها و جاذبه‌هایی است که از آن بازدید می‌کنند. دستیابی به این اطلاعات مستلزم این است که در محل جاذبه‌های گردشگری امکانات لازم وجود داشته باشد و افرادی حضور داشته باشند که این اطلاعات را با شیوه مناسب در اختیار گردشگران قرار دهند. این کار بر عهده مفسران سازمان میراث فرهنگی و راهنمایان گردشگری است که معمولاً در محل جاذبه‌های گردشگری یا در کل مسیر گردشگری اطلاعات لازم را در اختیار گردشگران قرار می‌دهند. در مصاحبه‌های پژوهش برخی از چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان به این مضمون ارتباط داشت. یکی از نکات مرتبط با بحث راهنمای



جدول ۹: داده‌ها و مفاهیم مربوط به مضمون محیط زیست

| مفهوم | نمونه داده‌ها |
|----------------------------------|---|
| وجود گردوغبار | وجود گردوغبارهای فصلی یکی از معضلات محیط‌زیستی استان کرمان است که باعث کاهش جذب گردشگر در برخی فصول سال می‌شود (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |
| طوفان‌های شن و ماسه | طوفان‌های شن و ماسه در برخی مناطق استان کرمان که سایت‌های گردشگری تاریخی و طبیعی بسیاری دارند از چالش‌های محیط‌زیستی گردشگری استان کرمان است (مصاحبه تور ۵، ۱۳۹۸). |
| تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی | یکی دیگر از چالش‌های گردشگری کرمان، تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی و روستایی است که گردشگری این حوزه را تهدید می‌کند (مصاحبه ۲، ۱۳۹۸). |
| گسترده‌گی استان کرمان | گسترده‌گی استان کرمان باعث می‌شود گردشگران برخی مقاصد گردشگری را در سفر خود از دست بدهند (مصاحبه ۴، ۱۳۹۸). |
| آسیب‌های زیست‌محیطی کلوت‌ها | در کلوت‌ها آسیب‌های جدی زیست‌محیطی وجود دارد (مصاحبه ۵، ۱۳۸۹). |
| اسکان نامناسب و تخریب محیط‌زیست | نبود زیرساخت‌های مناسب در حوزه‌های گردشگری، اماکن خدماتی در محل‌ها و حضور گردشگران باعث استفاده ناصحیح از محیط‌زیست شده و اسکان نادرست گردشگران باعث ایجاد آسیب به محیط‌زیست شده است (مصاحبه ۱۲، ۱۳۸۹). |
| گردشگری انبوه و نابودی محیط‌زیست | نابودی گونه‌های نادر گیاهی و جانوری بخاطر گردشگری انبوه از چالش‌های برخی سایت‌های گردشگری استان است (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |
| آلودگی مقاصد گردشگری | آلودگی و انباشت زباله در مقاصد گردشگری، از بین رفتن خاک، جداسازی اکولوژیکی و مهاجرت از چالش‌های دیگر است (مصاحبه ۱۳، ۱۳۸۹). |

برای دستیابی به اهداف پژوهش، ابتدا توسعه گردشگری پایدار استان کرمان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. سپس چالش‌های توسعه پایدار گردشگری در قالب مضامین هشت‌گانه شناسایی شده است: ۱. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، ۲. مدیریتی و اداری، ۳. حمل‌ونقل و ارتباطات، ۴. هتل‌داری و اقامت، ۵. تبلیغات و اطلاع‌رسانی، ۶. زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی، ۷. آموزش و راهنمای گردشگران، ۸. زیست‌محیطی. این چالش‌ها، به‌عنوان متغیرهای مستقل و مؤثر، توسعه گردشگری پایدار استان کرمان را تبیین می‌کنند. در جدول ۱۰ مضامین پژوهش و مفاهیم تشکیل‌دهنده هریک از آن‌ها نشان داده شده است.

جدول ۱۰: مضامین پژوهش و مفاهیم تشکیل‌دهنده آن

| مضمین | مفاهیم (چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان) |
|---------------------------|---|
| سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی | (۱) فقدان برنامه جامع و راهبردی؛ (۲) فقدان برنامه راهبردی و عملیاتی؛ (۳) قوانین و مصوبات مشکل‌ساز؛ (۴) مغفول ماندن آیین‌نامه‌های بخش گردشگری؛ (۵) تغییر دولت‌ها و تغییر سیاست‌ها؛ (۶) بی‌توجهی به ابعاد مختلف گردشگری؛ (۷) بی‌استفاده ماندن مزیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری؛ (۸) اولویت نبودن گردشگری؛ (۹) ضعف رقابت در گردشگری؛ (۱۰) فصلی بودن گردشگری؛ (۱۱) بی‌توجهی به کسب‌وکار گردشگری روستاییان؛ (۱۲) نبود اطلاعات کافی درباره زیرساخت‌های گردشگری؛ (۱۳) کلی‌گرایی در تصمیم‌گیری‌ها؛ (۱۴) کمبود ایده‌های توسعه گردشگری |
| مدیریتی و اداری | (۱) ناهماهنگی بین سازمان‌های دولتی؛ (۲) بی‌تجربگی نیروی انسانی؛ (۳) سیاسی بودن مدیران گردشگری؛ (۴) مرکزگرایی مدیران گردشگری؛ (۵) ضعف تخصص‌گرایی در گردشگری؛ (۶) اعمال سلیقه مدیران؛ (۷) ضعف نظارت بر قیمت‌ها؛ (۸) نبود نظارت و خلاقیت؛ (۹) کمبود نقدینگی فعالان گردشگری؛ (۱۰) پیچیدگی دریافت تسهیلات گردشگری؛ (۱۱) کمبود بودجه آموزش کسب‌وکار گردشگری؛ (۱۲) ضعف دانشگاه علمی کاربردی سازمان میراث فرهنگی؛ (۱۳) وضعیت متزلزل حفاظت از آثار و محوطه‌های تاریخی؛ (۱۴) رابطه یک‌سویه سازمان‌های مردم‌نهاد با سازمان میراث فرهنگی؛ (۱۵) فقدان حمایت مالی سازمان میراث فرهنگی از سازمان‌های مردم‌نهاد |
| حمل‌ونقل و ارتباطات | (۱) ضعف ایمنی حمل‌ونقل؛ (۲) فقدان پارکینگ مناسب؛ (۳) فقدان سامانه اطلاعات جغرافیایی؛ (۴) پراکندگی جاذبه‌های گردشگری؛ (۵) آسیب‌پذیری راه‌ها در برابر حوادث غیرمترقبه؛ (۶) قراردادن کرمان در انتهای مسیر گردشگری؛ (۷) نبود پرواز خارجی مستقیم؛ (۸) نوسان قیمت بلیت‌های پرواز؛ (۹) قرارداد با آژانس‌های مسافرتی غیرکرمانی؛ (۱۰) ضعف اینترنت مراکز اقامتی؛ (۱۱) ضعف ارتباطات در مناطق دورافتاده گردشگری |



| مضامین | مفاهیم (چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان) |
|-------------------------------------|--|
| هتل‌داری و اقامت | (۱) فقدان هتل‌های بومی؛ (۲) ضعف کمپ‌های کوهنوردی و طبیعت‌گردی؛ (۳) کمبود ظرفیت اقامت؛ (۴) کمبود اقامتگاه‌های مناسب؛ (۵) امنیت استراحتگاه‌ها؛ (۶) ضعف نیروی انسانی هتل‌داری؛ (۷) نبود سامانه یک‌پارچه معرفی امکانات اقامتی استان؛ (۸) زیاده‌بودن هزینه اقامت؛ (۹) بعد مسافت اقامتگاه‌ها و جاذبه‌های گردشگری |
| تبلیغات و اطلاع‌رسانی | (۱) ناشناخته‌بودن کرمان؛ (۲) تصویر غیرواقعی از استان کرمان؛ (۳) ضعف تبلیغات گردشگری؛ (۴) فقدان فرهنگ فضای مجازی در تبلیغات گردشگری؛ (۵) ضعف تبلیغات بوم‌گردی‌ها؛ (۶) ضعف تبلیغات جهانی درباره گردشگری کرمان؛ (۷) جامع‌نبودن تبلیغات گردشگری |
| زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی | (۱) فقدان رستوران استاندارد برای گردشگران خارجی؛ (۲) فقدان رستوران مناسب در مجاورت جاذبه‌ها؛ (۳) ارائه‌نکردن خدمات در قبال هزینه بلیت؛ (۴) ضعف روشنایی و امکانات بهداشتی پارک‌ها؛ (۵) ضعف دسترسی به خودپرداز؛ (۶) کمبود بخش درمانی فعال؛ (۷) مشکلات تجهیز خانه‌های قدیمی به‌عنوان زیرساخت گردشگری؛ (۸) نبود باغ‌وحش استاندارد؛ (۹) ضعف امکانات تفریحی جاذبه‌های برون‌شهری؛ (۱۰) کمبود تابلوهای راهنمای گردشگری؛ (۱۱) ضعف امکانات گردشگری مجاور جاذبه‌ها؛ (۱۲) نبود امکانات در زمینه جاذبه گردشگری نجوم |
| آموزش و راهنمای گردشگران | (۱) ضعف زبان انگلیسی راهنمایان؛ (۲) ضعف اطلاعات راهنمایان گردشگری؛ (۳) استفاده‌نکردن از راهنمایان محلی؛ (۴) محدودیت زمان بازدید راهنمایان گردشگری؛ (۵) کمبود راهنما در مراکز تاریخی؛ (۶) ضعف آموزش میراث گردشگری در مدارس؛ (۷) ضعف مؤسسات آموزش راهنمایان گردشگری؛ (۸) کاربردی‌نبودن آموزش و فقدان آموزش‌های پیوسته؛ (۹) مشکل اشتغال راهنمایان گردشگری |
| زیست‌محیطی | (۱) وجود گرد و غبار؛ (۲) طوفان‌های شن و ماسه؛ (۳) تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی؛ (۴) گسترده‌گی استان کرمان؛ (۵) آسیب‌های زیست‌محیطی کلوته‌ها؛ (۶) اسکان نامناسب و تخریب محیط‌زیست؛ (۷) گردشگری انبوه و نابودی محیط‌زیست؛ (۸) آلودگی مقاصد گردشگری |

تلاش شده است داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌سازمان‌دهی شده با متخصصان دانشگاهی و فعالان بخش گردشگری گردآوری شود. علاوه بر این، نوشته‌ها و مصاحبه‌های فعالان بخش گردشگری و مدیران دولتی حوزه گردشگری که در رسانه‌ها منتشر شده است مورد بررسی قرار گرفته است. این داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شده است. نتیجه مرحله کدگذاری باز، که حاصل بررسی جزء به جزء داده‌های پژوهش است، شناسایی ۸۵ چالش توسعه گردشگری پایدار استان کرمان است. هر یک از این چالش‌ها یک مفهوم شناخته می‌شوند. این مفاهیم برآمده از متن داده‌های مورداستفاده در پژوهش‌اند. نقش پژوهشگر مفهوم‌سازی بر اساس داده‌ها است و البته نظر خود را بر داده‌ها تحمیل نمی‌کند. به عبارتی، مفاهیم پژوهش در فرایند تفکر استقرائی و از پایین به بالا کشف و شناسایی می‌شوند. در مرحله بعد، مفاهیم به دست آمده از مرحله کدگذاری بار در هشت مضمون دسته‌بندی شده‌اند که در واقع هشت دسته چالشی هستند که بر دست‌یابی به توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان تأثیر می‌گذارند: (۱) چالش‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، (۲) چالش‌های مدیریتی

چالش‌های دسته‌بندی شده توسعه گردشگری پایدار استان کرمان بر اساس قلمرو موضوعی به هشت مضمون عمده تقسیم شده است. دسته‌بندی چالش‌ها در این هشت مضمون بر اساس مطالعه پیشینه پژوهش، سؤال‌های ذکر شده در مصاحبه‌های پژوهش و استنباط و تفسیر پژوهشگر صورت گرفته است. این سه عامل در فرایند پژوهش ساخته و پرداخته شده‌اند و به سازمان‌دهی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان در این هشت مضمون انجامیده‌اند. این هشت مضمون هشت موضوع و متغیر عمده توسعه گردشگری پایدار استان کرمان است. دست‌یابی به توسعه گردشگری پایدار استان کرمان مستلزم شناخت این چالش‌ها و چاره‌اندیشی برای رفع آن‌ها است.

نتیجه‌گیری

هدف از این پژوهش شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان و ارائه توصیه‌های سیاستی در این زمینه بوده است. برای دست‌یابی به این هدف، به جای تکیه بر نظریه‌هایی که ممکن است با جامعه مطالعه شده قابل انطباق نباشند و توضیح روشنی برای پدیده مطالعه شده نداشته باشند،



دارای سه جنبه حفاظت از محیط زیست، حفظ منابع و میراث فرهنگی، و احترام به جوامع است. این رویکرد از دهه ۱۹۹۰ حرکت خود را از گردشگری انبوه به سوی گردشگری پایدار آغاز کرد و مفهوم توسعه پایدار وارد ادبیات گردشگری شد (عظیمی آملی و قنبری، ۱۳۹۵: ۱۶۴).

بنابراین، این پژوهش از چند بعد از پژوهش‌های پیشین در قلمرو گردشگری استان کرمان متمایز می‌شود: نخست، فراتر رفتن از رویکرد بخشی و ناحیه‌ای و پرداختن به پدیده گردشگری و شناسایی چالش‌ها و همچنین ارائه راهکارهایی برای توسعه حوزه گردشگری در استان. دومین تمایز اتخاذ رویکرد مبتنی بر توسعه پایدار گردشگری در شناسایی چالش‌ها و ارائه راهکارها است. سومین موضوعی که این پژوهش را از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌سازد حوزه موضوعی است که بر آن متمرکز شده است. در حالی که تمامی آثار پیشین بر حوزه موضوعی خرد و محدود به یک ناحیه یا مقصد گردشگری خاص متمرکز شده‌اند، در این پژوهش چالش‌ها و موانعی که بر سر راه توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان وجود دارد از منظر حوزه سیاست‌گذاری شناسایی شده است. روش به‌کاررفته در این پژوهش آن را از دیگر آثار اشاره‌شده متمایز می‌سازد. در این پژوهش، از تحلیل مضمون به‌عنوان یک راهبرد پژوهش کیفی در تحلیل داده‌ها استفاده شده است. این روش، به‌جای پیش‌فرض‌های نظری، به داده‌ها و میدان اولویت می‌دهد. همچنین رویکرد تازه‌ای برای نگرش به موضوع مورد مطالعه فراهم می‌آورد و پژوهشگر را به مرحله‌ای از شناخت داده می‌رساند که می‌تواند به داده‌های گردآوری شده معنا و مفهوم بخشد. استفاده از این روش کمک کرده است که تصویر ارائه‌شده از چالش‌های توسعه گردشگری پایدار استان کرمان برآمده از متن و زمینه جامعه مورد مطالعه باشد تا نظریه‌های از پیش طراحی شده. علاوه بر این، کاربرد این روش باعث می‌شود تصویر ارائه‌شده بیشتر حالت نوآورانه داشته باشد تا بهره‌گیری از نظریه‌های آزمون‌شده پیشین. در نتیجه، چالش‌های شناسایی شده و توصیه‌های ارائه‌شده که در هشت مضمون دسته‌بندی شده تاکنون به این شکل در پژوهشی منتشر نشده است و برآمده از رأی و نظر متخصصان و فعالان حوزه گردشگری بوده است و قابلیت آن را دارد که در فرایند سیاست‌گذاری توسعه گردشگری پایدار استان کرمان مورد توجه قرار گیرد. در مجموع، این پژوهش از نظر روش مطالعه، رویکرد سیاست‌گذارانه به مسئله، توجه

(اداری، ۳) (چالش‌های حمل و نقل و ارتباطات، ۴) چالش‌های هتل‌داری و اقامت، ۵) چالش‌های تبلیغات و اطلاع‌رسانی، ۶) چالش‌های زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و تفریحی، ۷) چالش‌های آموزش و راهنمای گردشگران و ۸) چالش‌های زیست‌محیطی.

هریک از این دسته‌ها تحت عنوان یک مضمون معرفی شده است و هر یک از مضامین دربرگیرنده چالش‌هایی است که با یکدیگر قرابت مفهومی دارند و بعد خاصی از صنعت گردشگری را تبیین می‌کنند. پس از شناسایی چالش‌ها، دسته‌بندی و تبیین رابطه آن‌ها، تصویر منسجمی از متن و زمینه گردشگری پایدار استان کرمان به دست آمده است.

مقایسه نتایج با پیشینه موجود و بررسی میزان تفاوت‌ها و شباهت‌های آن با پیشینه پژوهش‌های درونی و قابلیت اطمینان پژوهش موردی را افزایش می‌دهد. همان‌طور که پیشینه پژوهش نشان می‌دهد، تقریباً تمامی پژوهش‌هایی که درباره توسعه گردشگری در استان کرمان انجام پذیرفته‌اند از نظر قلمرو مکانی پژوهش یا منطقه مورد مطالعه گردشگری رویکرد بخشی، ناحیه‌ای و استانی دارند؛ یعنی یا بخش خاصی از گردشگری یا منطقه جغرافیایی خاصی از استان را بررسی کرده‌اند. همچنین، اغلب رویکرد رشدگرا/ اقتصادمحور، یا رویکرد فیزیکی - فضایی یا اجتماعی محور را اتخاذ کرده‌اند و کمتر رویکرد توسعه پایدار گردشگری را اتخاذ کرده‌اند. علاوه بر این، در پژوهش‌های پیشین، دیدگاه کلان راهبردی و سیاست‌گذارانه به توسعه گردشگری استان کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

از نگاه دانشوران حوزه پژوهش گردشگری، چهار رویکرد به گردشگری وجود دارد: ۱) رویکرد رشدگرا که در آن گردشگری به‌مثابه اهرم و ابزار بهبود شاخص‌های اقتصادی جامعه تلقی می‌شود؛ ۲) رویکرد فیزیکی - فضایی که در آن گردشگری به‌عنوان پدیده فضایی و منبع مورد استفاده در سامان‌دهی فضاها مطالعه می‌شود؛ ۳) رویکرد اجتماعی مدار که در آن گردشگری پدیده‌ای برای شکوفایی و بهبود شرایط زیستی جوامع شناخته می‌شود؛ ۴) رویکرد توسعه پایدار گردشگری که در آن گردشگری به‌مثابه ابزاری توانمند در اجرای سیاست‌های پایدار بررسی و تحلیل می‌شود. در این رویکرد، گردشگری باید مبتنی بر روش‌های پایدار، پیوسته و اجرایشدن در سطوح ملی و منطقه‌ای باشد و به‌منزله بخشی از سیاست‌های کلان اقتصادی و اجتماعی کشور مؤثر واقع شود (ایرانمنش و جهان‌بین، ۱۳۹۵: ۳). همچنین در این رویکرد، توسعه پایدار گردشگری



به ابعاد محیط‌زیستی و توسعه پایدار و توجه به مسائل گردشگری در سطح کلان استان کرمان یافته‌هایی جدید را پیش‌رو قرار داده است.

منابع

- اسماعیل‌زاده، حسن، صرافی، مظفر و توکلی‌نیا، جمیله (۱۳۹۰). تحلیلی بر رویکرد گردشگری در اجتماعات محلی. علوم محیطی، ۹(۲)، ۱۱۹-۱۴۲.
- الوانی، سیدمهدی و پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی. ایران‌منش، فرحناز و جهان‌بین، نیما (۱۳۹۵). بررسی نقش و اثرات توسعه پایدار در گردشگری شهری. کنفرانس بین‌المللی مهندسی معماری و شهرسازی، تهران. <https://civilica.com/doc/484381>
- ایلاقی حسینی، محسن و جهان‌بین، نیما (۱۳۹۵). ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اکوتوریسم پایدار مطالعه موردی: ناحیه سرآسیاب-کرمان. مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری، ۲(۲)، ۳۸-۴۹.
- پورشعبان (۱۳۹۷). توسعه گردشگری کرمان با دنده سنگین میراثی‌ها و سرعت‌بخش خصوصی. شبکه اطلاع‌رسانی راه‌دانا، <http://www.dana.ir/news/1433048.html>
- تقوایی، مسعود و اکبری، محمود (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات پیام علوی.
- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۳). ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران. رساله دکتری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- رنجبر، هادی، حق‌دوست، علی‌اکبر، صلصالی، مهوش، خوشدل، علیرضا، سلیمانی، محمدعلی و بهرامی، نسیم (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع. مجله دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، ۱۰(۳)، ۲۳۸-۲۵۰.
- سرای، محمدحسین و شمشیری، مسلم (۱۳۹۲). بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SWOT. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۴(۱)، ۶۹-۸۸.
- سعیدی، علی‌اصغر، بهشتی، سیدمحمد و رضوانی، رضا (۱۳۹۱). موانع اساسی سیاست‌گذاری گردشگری از نظر نخبگان. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۲)، ۳۳-۵۶.
- سیاوشی، مهدی (۱۳۹۴). از راه‌اندازی انجمن اکوتوریسم تا مشکلات سد راه توسعه گردشگری استان کرمان. خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، <https://www.isna.ir/news/94071912486>
- شرفی، حجت‌اله، جعفری، مرضیه و قاسمی، مسلم (۱۳۹۶). ماهیت سطح‌بندی زیرساخت‌های گردشگری روستایی با استفاده از رویکرد رافت (مطالعه موردی: دهستان‌های شهرستان کرمان). جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۱۵(۲۸)، ۱۰۱-۱۲۱.
- شماعی، علی و موسی‌وند، جعفر (۱۳۹۰). سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل AHP و topsis. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۱۰، ۲۳-۴۰.
- صالحی، راضیه (۱۳۹۲). ارزیابی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- صرامی فروشانی، شهرزاد (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری و توسعه اقتصادی پایدار. پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، ۱۹، ۲۹۳-۳۰۸.
- طباطبایی، امیر، حسینی، پرخیده، مرتضوی، حامد و طباطبایی چهر، محبوبه (۱۳۹۲). راهبردهایی برای ارتقای علمی در تحقیقات کیفی. مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، ۵(۳)، ۶۶۳-۶۷۰.
- طیب‌زاده، سیدمهدی (۱۳۹۶). سند گردشگری کرمان تدوین می‌شود. پایگاه خبری اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی ایران (اتاق ایران آنلاین). <http://otaghiranonline.ir/news/10654>
- عظیمی‌آملی، جلال و قنبری، پروین (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی توسعه گردشگری با رویکرد آمایش سرزمین (نمونه مورد مطالعه: شهر ساحلی سرخورد). فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۶(۲)، ۱۸۳-۱۶۱.
- فرخی، غلامرضا (۱۳۹۸). اشتغال‌زایی برای ۵۵۰ نفر در حوزه گردشگری کرمان. اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کرمان. <https://miras.kr.ir>



- Development Strategies in Rhodes: The awareness of the local societies. *Ege Academic Review*, 6(2), 25-46.
- Gu, Y., Du, J., Tang, Y., Qiao, X., Bossard, C., & Deng, G. (2013, May). Challenges for sustainable tourism at the Jiuzhaigou World Natural Heritage site in western China. *In Natural Resources Forum* (Vol. 37, No. 2, pp. 103-112)..
- Hakim, L., Soemarno, M., & Hong, S. K. (2012). Challenges for conserving biodiversity and developing sustainable island tourism in North Sulawesi Province, Indonesia. *Journal of Ecology and Environment*, 35(2), 61-71.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.
- Jarvis, N., Weeden, C., & Simcock, N. (2010). The benefits and challenges of sustainable tourism certification: A case study of the Green Tourism Business Scheme in the West of England. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 83-93.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (2011). *Tourism: principles, practices, philosophies* (12th edition). John Wiley & Sons.
- Sinclair, D., & Jayawardena, C. (2003). The development of sustainable tourism in the Guianas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(7), 402-407
- Stephenson, M. L., & Ali-Knight, J. (2010). Dubai's tourism industry and its societal impact: social implications and sustainable challenges. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 8(4), 278-292.
- Tribe, J. (1997). *Corporate strategy for tourism*. International Thomson Business Press.
- UNWTO (2012). *Yearbook of Tourism Statistics*. UNWTO publication. Available on: www.unwto.org.
- قاسم‌خانی، امید و فقیهی، الناز (۱۳۹۲). نقد و بررسی توسعه گردشگری شهر تهران با رویکرد توسعه پایدار. اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار، تهران. <https://civilica.com/doc/266685>
- کرمانی، محمدحسن (۱۳۹۸). بازدید مدیران دفاتر گردشگری کشور از کرمان. خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا). <https://www.irna.ir/news/82580844>
- کریم‌پور ریحان، مجید و شریف‌جاهد، شهرزاد (۱۳۹۶). مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار گردشگری استان کرمان با تأکید بر گردشگری کویر شهداد. جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۷(۴)، ۷-۱۸.
- لی، جان (۱۳۸۷). گردشگری و توسعه در جهان سوم. عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی (مترجمان). تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول.
- لومسدن، لس (۱۳۸۰). بازاریابی گردشگری. محمدابراهیم گوهریان (مترجم). دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- موحد، علی و کهزادی، سالار (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT. پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱(۲)، ۸۵-۱۰۲.
- نجف‌پور، شعبان (۱۳۸۶). بررسی سیاست‌گذاری گردشگری در جمهوری اسلامی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته سیاست‌گذاری عمومی، دانشگاه تهران.
- نوری، نورالدین (۱۳۸۴). بررسی سیاست‌های دولت در توسعه صنعت گردشگری و ارائه الگوی پایدار در توسعه گردشگری. رساله دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <http://eprints.uwe.ac.uk/112-735>.
- Commission on Sustainable Development (CSD) (1999). *Tourism and sustainable development: a local authority perspective*. Seventh Session. 19-30. New York.
- Fokiali, P., Xanthakou, Y., Tatlidil, R., Tatlidil, E., & Kaila, M. (2006). *Tourism and Sustainable*