

کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت

تحمل پذیری در توسعه گردشگری

سعید سعید/ اردکانی

عضو هیأت علمی دانشگاه یزد

چکیده

در جهان معاصر جهانگردی به عنوان عاملی جهت بهبود کیفیت زندگی جوامع در حال توسعه تلقی می‌شود. رشد و توسعه جهانگردی همواره با تغییراتی شگرف در اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسانها همراه است و موجب تحولاتی بنیادی در شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم مردم است.

در کتب جهانگردی آثار مثبت و منفی ناشی از توسعه جهانگردی در زمینه‌های اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی مورد اشاره محققین قرار گرفته است. فواید اقتصادی مستقیم گردشگری شامل افزایش اشتغال، درآمد و مبادلات خارجی است که به بهبود استانداردهای زندگی افراد و توسعه اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی منجر می‌گردد.

مقدمه

توسعه گردشگری به عنوان "کانالیزور" توسعه سایر بخشهای اقتصادی همچون کشاورزی، ماهیگیری، ساخت و ساز و... می باشد. نقش گردشگری در زمینه تثبیت و حفاظت از محیط زیست، طبیعت و آثار باستانی در زمره سایر آثار مثبت توسعه آنست.

از دیدگاه مسائل اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری، می توان به آثار و پیامدهای مثبت آن از قبیل بهبود خدمات و امکانات اجتماعی، موجه ساختن توجه و حفظ الگوهای فرهنگی در زمینه های موسیقی، تئاتر، لباس، هنر و صنایع دستی، ایجاد غرور و مباهات نسبت به فرهنگ محلی، ایجاد امکان مبادلات فرهنگی میان جوامع مختلف، افزایش سرزندگی و طراوت در جوامع، ممانعت از مهاجرت روستاییان با ایجاد مشاغل در مناطق روستائی و تقویت فرهنگها و سنتها اشاره داشت (رنجبران، بهرام، ۱۳۷۹).

ایجاد آلودگی های صوتی و بصری، آلودگی های آب و هوا، مشکلات دفع زباله، نابودی اکولوژی، فرسایش خاک، ریزش کوه، جاری شدن سیل، بروز خسارت به آثار باستانی و تاریخی، مشکلات استفاده از زمین، تخریب سواحل و... در زمره آثار منفی گردشگری می باشند (اینسکیپ، ۱۹۹۱).

توسعه گردشگری ممکن است نشأت درآمدهای ارزی، تحمیل مالیاتهای جدید به جامعه جهت توسعه زیر ساختها، افزایش قیمت کالاهای اساسی، خدمات، زمین و ساختمان، وابستگی اقتصادی و... را در پی داشته باشد (اینسکیپ ۱۹۹۱).

از بین رفتن آرامش مردم محلی، رنجش ساکنین محل، افت فرهنگی، از دست رفتن هویت فرهنگی و بروز ناهنجاری های اجتماعی در زمره آثار

منفی توسعه گردشگری است (رنجبران، بهرام، ۱۳۷۹). آثار و پیامدهای منفی مذکور در زمره عوامل نارضایتی گردشگران و همچنین ساکنین مناطق گردشگری از توسعه جهانگردی می باشد.

ظرفیت تحمل مقاصد گردشگری

مفهوم ظرفیت تحمل یک مقصد گردشگری مبتنی بر این فرض است که دیر یا زود یک مقصد گردشگری به نقطه‌ای خواهد رسید که از آن پس افول در شرایط مطلوب مشاهده خواهد شد. کوک^(۱) (۱۹۸۲) و گتس^(۲) (۱۹۸۳) بیان می کنند که تعداد زیاد گردشگران باعث می شود تا آنها به ناپودی چیزهایی که برای دیدنشان آمده اند، بپردازند.

هوونین^(۳) (۱۹۸۲) ظرفیت تحمل را به عنوان حداکثر تعداد گردشگرانی که می توانند در محلی حضور یابند، بدون آنکه موجب تخریب بیش از اندازه محیط شوند و یا کاهش خشنودی گردشگران را ایجاد کنند، تعریف نموده است. اربلی^(۴) (۱۹۸۶) ظرفیت تحمل را ظرفیت جذب جهانگرد در یک مقصد گردشگری، قبل از محسوس شدن آثار منفی توسط جمعیت محلی می داند. این تعریف به سطحی از فعالیت اشاره دارد که جامعه میزبان دیگر حضور گردشگران بیشتری را نمی پذیرد.

دی آسور^(۵) (۱۹۹۸) ظرفیت تحمل را سطحی از رشد گردشگری می داند که مردم محلی عدم تعادل در سطح هزینه‌های غیرقابل قبول اجتماعی توسعه گردشگری را ملاحظه نمایند.

1 Cooke

2-Gies

3 Hovinen

4 O'Reilly

5 D. Amore

مفهوم ظرفیت تحمل دو کارکرد ویژه برای برنامه‌ریزی گردشگری دارد. اول اینکه هر مقصد گردشگری منابع محدود و فناپذیری را برای عرضه دارد. ظرفیت تحمل کمک می‌کند تا سطح قابل قبول عرضه مشخص شود. دوم اینکه چهارچوبی به دست می‌دهد که با کمک آن بتوان آثار اجتماعی توسعه گردشگری را به دست آورد.

باید خاطر نشان نمود که همه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری مقدار مشخصی فشار به مقصد گردشگری وارد می‌سازد. نکته اساسی این نیست که آیا می‌توان از این فشار اجتناب نمود، بلکه مهم این است که آیا فشارهای ناشی از گردشگری مورد قبول مردم محل است یا خیر و آیا می‌توان آنها را با استراتژی‌های مناسب به سطح قابل قبول جامعه کاهش داد. قابلیت قبول فشارهای وارده نیز تحت تأثیر آگاهی مردم از منافع توسعه گردشگری است. فشار وارده به مقاصد گردشگری نیز با ظرفیت تحمل‌پذیری مرتبط است و از یک مقصد به مقصد دیگر متفاوت خواهد بود و می‌توان آن را با اداره صحیح کنترل کرد. مثلاً "حضور تعداد ۵۰۰ نفر گردشگر در یک شهر بزرگ نمی‌تواند آثار سوئی بر چشم اندازه‌ها داشته باشد، اما همین تعداد ممکن است موجب تخریب یک پارک جنگلی شود.

مشخص ساختن ظرفیت تحمل‌پذیری غالباً دشوار است. چرا که فشارها و آثار ناشی از آن همواره نمایان نیستند و غالباً در بلندمدت آشکار می‌شوند.

هر مقصد گردشگری برای تعداد بازدیدکنندگان ظرفیت مشخصی دارد. حد این ظرفیت از پنج عنصر تشکیل می‌شود:

● تعداد دیدارکنندگانی که، بازدید آنها آسیب قابل اندازه‌گیری به محیط زیست وارد نسازد.

- تعداد دیدارکنندگانی که، بازدید آنها موجب تأخیرهای غیرقابل تحمل در استفاده و لذت بردن از جاذبه‌ها نمی‌شود.
 - تعداد بازدیدکنندگانی که موجب ایجاد ازدحام بیش از حد نمی‌شوند.
 - تعداد دیدارکنندگانی که موجب تغییر در سیمای عمومی محل نمی‌شوند.
 - تعداد بازدیدکنندگانی که بازدید آنها موجب واکنش مردم محل در پاسخ به فشارهای آنها نمی‌گردد.
- ظرفیت پذیرش را می‌توان با مدیریت و برنامه ریزی دقیق افزایش داد. با افزایش و تجهیز تسهیلات موجود و سازماندهی گردشگران می‌توان تعداد بیشتری بازدیدکننده را به شیوه‌ای قابل قبول پذیرفت (داس ویل - راجر، ۱۹۹۷).
- "ظرفیت تحمل فیزیکی" یک منطقه زمانی تکمیل می‌گردد که تخریب محیط زیست آغاز شود و نستوان گردشگران اضافی را به دلیل محدودیت‌های فیزیکی پذیرفت. گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- "ظرفیت تحمل روانی" یک منطقه زمانی تکمیل می‌گردد که به دلیل ازدحام یا تخریب فیزیکی محیط زیست، ساکنین و گردشگران احساس راحتی ننمایند.
- "ظرفیت تحمل اجتماعی" زمانی تکمیل می‌گردد که ساکنین محل دیگر گردشگران بیشتری را نپذیرند، چرا که آنان را عامل ازدحام و تأثیرگذار بر فرهنگ و سبک زندگی خود می‌پندارند.
- گرچه مفهوم ظرفیت تحمل، با توجه به اندیشه نهانی در آن آسان است، اما دشواری اندازه‌گیری تغییرات، مانع از سهولت به کارگیری آن می‌باشد.

مفهوم اساسی آن این است که هر محیطی توانائی تحمل فعالیتها تا سطح معینی را داراست. گذر از سطح مذکور موجب تخریب محیط و فعالیتهاست. این مفهوم به دو طریق مختلف به کار گرفته می شود. اول به منظور تشریح توانائی فیزیکی - بیولوژیکی محیط برای تحمل کردن فعالیتهای تفریحی. دوم به منظور تشریح مقدار توانائی محیط بکار گرفته شده در تجربه تفریحی (هندی^(۱)، ۱۹۷۰) همچنانکه برخام^(۲) (۱۹۷۳) گفته است مفهوم ظرفیت تحمل در شرایط مختلف و نزد افراد مختلف متفاوت می باشد.

معرفی مفهوم ظرفیت تحمل موجب فراهم شدن اشکال صحیحی از توسعه در شرایط مختلف نمی گردد. اما چهارچوبی را برای تجزیه و تحلیل و اظهار نظرهایی که می تواند برای اخذ تصمیمات سنجیده تر مفید باشد، به دست می دهد (استانکی^(۳)، ۱۹۸۱).

از آنجایی که چگونگی ارزیابی و عکس العمل گردشگران نسبت به علائم فشارهای وارده بر محیط، با توجه به سوابق گردشگران و علائق آنان، متفاوت است، تعیین استانداردهای ظرفیت تحمل برای مقاصد مدیریت گردشگری دشوار است (هندی^(۴) و هاریس^(۵)، ۱۹۷۰).

توسعه گردشگری موفق، شامل برآورده ساختن انتظارات گردشگران و جذب آنان به مقاصد گردشگری است. بنابراین برای تعیین ظرفیت تحمل می بایست فعالیتهای تفریحی گردشگران، و نیازهای آنان علاوه بر پارامترهای بیولوژیکی مقصد، مورد توجه قرار گیرد.

1-Hendee

2-Barkham

3-Stankey

4-Hendee

5-Harris

برنامه ریزی بلند مدت گردشگری نیاز به درجه‌ای از سازگاری بین منابع طبیعی مقاصد گردشگری و تقاضای گروه‌های متفاوت گردشگران دارد. برای دستیابی به این سازگاری می‌بایست الگوی فعالیت‌ها و نیازهای گردشگران مورد رسیدگی واقع شده، اطلاعات مرتبط با ظرفیت تحمل فیزیکی و بیولوژیکی مقصد گردآوری و با ترکیب آنها سازش بین نیازها و علائق گردشگران و محیط طبیعی را ایجاد نمود (مورفی، ئی، پیتر^(۱)، ۱۹۸۵).

چرخه عمر گردشگری

مفهوم چرخه عمر گردشگری برای اولین بار توسط کریستالر^(۲) (۱۹۶۴) مطرح گردید. او عنوان کرد که مناطق گردشگری فرایند رشد تدریجی یکسانی را دنبال می‌کنند. این فرایند شامل کشف، رشد، بلوغ و افول است. باتلر^(۳) (۱۹۸۰) بحث نمود که مقاصد گردشگری پنج مرحله رشد را تجربه می‌کنند.

- شناسایی^(۴) (کشف)
- درگیر شدن^(۵)
- توسعه^(۶)
- تثبیت^(۷)

1-Murphy, E.Peter

2- Christaller

3-Butler

4-Exploration

5-Involment

6-Development

7-Consollatou

● رکود^(۱) (کساد)

براساس عکس‌العملی که مدیران مقاصد گردشگری نسبت به شروع مرحله رکود یا کساد نشان می‌دهند، سناریوهای متفاوتی می‌تواند وجود داشته باشد، این سناریوها شامل ادامه رکود، جوان شدن^(۲) مجدد و افول می‌باشد.

مدل باتلر، مدل ساده‌ای است که مبتنی بر مفهوم - چرخه عمر محصول - می‌باشد، مفهومی که برای مدتی طولانی توسط اقتصاددانان و بازاریابان به منظور تشریح رفتار بازار در خصوص خرید کالاهای مصرفی به کار گرفته شده است.

سناریوی افول ناشی از ترکیب عوامل زیر است:

● مشتریان دائمی (تکراری) دیگر از محصول گردشگری یک مقصد، لذت نمی‌برند، برخی از آنها مرده‌اند و یا اینکه دیگر قادر به سفر نیستند. اقدامات برای جذب سایر گردشگران با شکست روبرو می‌شود.

● رقبای جدید و فرصت‌های ایجاد شده، مشتریان را به مناطق دیگری جذب می‌کنند.

● با کاهش تعداد گردشگران هتلها و تسهیلات گردشگری تبدیل به آپارتمانهای مسکونی، مراکز پزشکی یا استراحتگاه می‌گردند. در عین حال ممکن است به دلیل رکود و کاهش قیمت‌ها مردم محلی برای استفاده از تسهیلات گردشگری تشویق شوند.

سناریوی جوانی مجدد می‌تواند با معرفی فرآورده‌های جدید گردشگری پس از یک دوران رکود همراه باشد. احیای گردشگری و توفیق

در این امر در زمان بروز رکود بر تواناییها بخش عمومی و خصوصی مبتنی است. بخش عمومی بازاریابی را به انجام می‌رساند، جاذبه‌ها را مدیریت می‌نماید و خدمات لازم را ارائه می‌دهد. بخش خصوصی نیز نقش محوری در صنعت ایفا کرده و ارائه اسکان غذا و نوشیدنی و خدمات توری حمل و نقل و برخی جاذبه‌ها، ایفا می‌کند. کرمیتون^(۱) و هنسارلینگ^(۲) (۱۹۷۸) با یک ادراک متفاوت از مراحل چرخه عمر گردشگری، این مراحل را شامل:

... معرفی^(۳)

- شتاب^(۴)

- بلوغ^(۵)

- افول^(۶)

نام می‌برند. مرحله افول قابل استمرار تلقی می‌شود و چنانچه این مرحله قابل تداوم نباشد، مرحله مرگ یا نابودی فرا می‌رسد.

تجسم پلاک^(۷) (۱۹۷۴) از چرخه عمر گردشگری، بدین شرح است: "حرکت یک مقصد گردشگری بر روی یک طیف صورت می‌پذیرد، تدریجی یا به آهستگی اما مقاصد گردشگری غالب اوقات به طور بی‌رحمانه‌ای به سمت مرگ حرکت می‌کنند و با خود بذرهاي بالقوه نابودی را به همراه دارند و کیفیت هائی را که در ابتدا موجب جذب گردشگران است، از دست می‌دهند."

1-Crompton

2 Hensarling

3-Introduction

4-Take-off

5-Maturity

6-Decline

7-Plag

دکسی^(۱) (۱۹۷۵) شاخصی از مراحل درجه خشنودی یا ناخشنودی ساکنین مقاصد گردشگری را - به منظور تشریح چگونگی تغییر نگرش مردم محل نسبت به مراحل رشد گردشگری - ارائه نموده است. این مراحل عبارتند از:

- مرحله خشنودی^(۲)
- مرحله خونسردی و بی علافگی^(۳)
- مرحله آزدگی و رنجش
- مرحله خصومت و مخالفت^(۴)
- مرحله کناره گیری و تسلیم^(۵)

در مراحل اولیه رشد گردشگری، بازدید کنندگان مورد استقبال ساکنین قرار می گیرند. چرا که آنها از نوع گردشگران کاشف هستند و اشتغال و درآمد را برای ساکنین به ارمغان می آورند و به سنت ها و سبک زندگی مردم محل احترام می گذارند. با افزایش تعداد گردشگران تماس بین ساکنین و مردم محل رسمی تر و تاجرمانانه می گردد و بازدید کنندگان ارائه تسهیلات بیشتری را - که به خاطر آنها ایجاد شده است - طلب می کنند و مردم محل نسبت به گردشگران خونسرد می شوند. با ادامه توسعه گردشگری، افزایش تراکم بالا رفتن قیمت ها و تهدید سبک زندگی سنتی مردم محل، مخالفت با توسعه مشاهده می گردد. در اینجا مردم محل احساس می کنند که جامعه آنها در حال تغییر است و هزینه های توسعه گردشگری بر منافع آن پیشی می گیرد. بنابراین رنجش و آزدگی از توسعه گردشگری، نمایان می شود.

1-Dexoy

2-Euphoria

3-Apathy

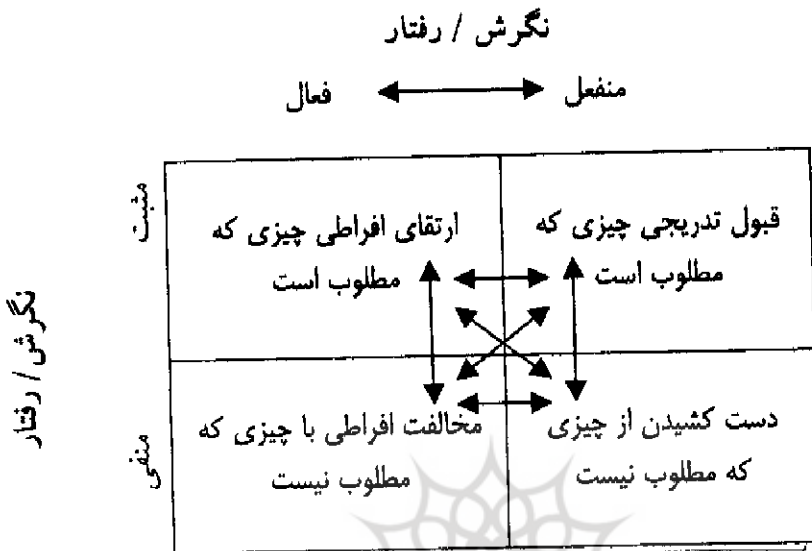
4-Antagonism

5-Resignation

رشد بیشتر گردشگری موجب بروز خصومت و مخالفت ساکنین با گردشگران و تسهیلات گردشگری است. چراکه مردم، گردشگران را به عنوان عامل مشکلات اجتماعی و اقتصادی خود می‌پندارند. در نهایت نیز مردم در می‌یابند که چاره‌ای جز کنار آمدن و تسلیم در برابر آثار توسعه گردشگری ندارند.

باتلر خاطر نشان می‌سازد که نگرش مردم محلی نسبت به گردشگری بسیار پیچیده است و تحت تأثیر میزان تعامل با گردشگران و درجه درگیر بودن ساکنین با صنعت گردشگری می‌باشد. او از دو گروه عواملی که می‌توانند ارتباط ساکنین و گردشگران را تحت تأثیر قرار دهند، نام می‌برد. اول مشخصه گردشگران شامل سلوک، منش، تعداد، مدت اقامت، نژاد و ویژگیهای اقتصادی آنان و دوم مشخصات جامعه میزبان شامل سطح توسعه اقتصادی، فرهنگ قوی و نگرش سیاسی آنان که به تشخیص توانایی جذب گردشگران کمک می‌کند.

باتلر خاطر نشان می‌سازد که رفتار ساکنین را می‌توان براساس رفتار فعال یا منفعل و نگرش ساکنین را براساس نگرش مثبت یا منفی مشابه با شکل (۱) تشریح نمود:



شکل (۱): مدل نگرشی / رفتاری باتلر (منبع مورفی: ۱۹۸۵)

باتلر معتقد است که عکس العمل ساکنین نسبت به توسعه گردشگری بسیار پیچیده تر از مواردی است که در مدل "رگسی" تشریح گردیده است. او اعتقاد دارد که ترکیب واکنش های مندرج در شکل (۱) می تواند به چهار نوع واکنش منجر گردد و احتمال زیادی وجود دارد هر چهار نوع واکنش در یک مقصد گردشگری - توسط جوامع مختلف ساکنین - به طور همزمان، بروز نماید (مورفی، ۱۹۸۵).

نتیجه گیری

ظرفیت تحمل گردشگری مبنی بر این فرض است که دیر یا زود یک مقصد گردشگری به نقطه ای خواهد رسید که از آن پس افول در شرایط

مطلوب مشاهده خواهد شد. فرض مشابهی با مفهوم چرخه عمر گردشگری نیز همراه است. چرخه عمر گردشگری از تغییر در محیط فیزیکی در طول زمان خبر می‌دهد. تغییر در نگرش جامعه میزبان نیز با افزایش تعداد گردشگران بروز می‌کند، با به کارگیری مفهوم چرخه عمر گردشگری، مفهوم ظرفیت تحمل می‌بایست به عنوان - تعداد گردشگرانی که یک مقصد گردشگری می‌تواند بپذیرد، قبل از آنکه آثار منفی در محیط فیزیکی و نگرش روانی منفی در گردشگران و یا میزبانان بروز نماید - تعریف مجدد نمود.

درک مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ارتباط آن با ظرفیت تحمل برای مدیران و مسئولین تدوین‌کننده برنامه‌های توسعه دارای اهمیت است. با تعیین وضعیت یا مرحله عمر گردشگری و به کارگیری اطلاعات مرتبط با مرحله مذکور می‌توان به توسعه ظرفیت تحمل مطلوب یک مقصد گردشگری دست یافت.

سیاستهای توسعه گردشگری در مراحل اول عمر گردشگری منجر به افول در گردشگری نمی‌گردند. سیاستهای توسعه گردشگری می‌تواند حمایت لازم را برای اقدامات مدیریتی مورد نیاز، به منظور ایجاد یک تجربه کیفی سفر برای گردشگران و تضمین کیفیت زندگی شهروندان، فراهم سازد. اقدامات متفاوتی، که از حمایت سیاستهای قوی توسعه گردشگری برخوردار هستند، می‌توانند برای مراحل مختلف عمر گردشگری مناسب باشند.

- در مرحله کشف مورد معرفی باتلر، سیاستگذاران می‌بایست نوع گردشگران مطلوب و سطح توسعه مورد نظر را تعیین کنند. در این مرحله که

پیش درآمد توسعه گردشگری است، به کارگیری ارزیابی آثار محیطی^(۱) (هولدر^(۲)، ۱۹۹۸) و تجزیه و تحلیل دقیق بازار (ریم^(۳) و هاکینز^(۴)، ۱۹۷۹) ضرورت دارد.

- در مرحله رشد، به برنامه‌های آموزش حرفه‌ای برای کسانی که در صنعت گردشگری اشتغال دارند، نیاز است. در این مرحله نگرش عمومی مردم به گردشگری مثبت می‌باشد و بنابراین تشویق آموزش افراد و بالا بردن آگاهی آنان در ارتباط با صنعت گردشگری و همچنین دستیابی مردم به مهارت‌های لازم برای پیشبرد این صنعت مناسب می‌باشد. منطقه‌بندی و به کارگیری قوانین ساخت و ساز متناسب که رشد را کنترل و از بروز آثار منفی ممانعت به عمل می‌آورند، مفید خواهد بود. به کارگیری سرمایه‌گذاران و کارآفرینان محلی و درگیر ساختن آنان در فرایند رشد گردشگری، تضمین‌کننده کسب حداکثر منافع اقتصادی توسعه مردم محلی خواهد بود.

- در مرحله بلوغ حصول اطمینان از اینکه ساکنین محل از ارزش و تأثیر گردشگری آگاه هستند، ضرورت دارد. در این مرحله می‌بایست برنامه‌های خاصی را برای ارزیابی آثار منفی فیزیکی و زیست محیطی تدوین و به مورد اجرا گذاشت. به کارگیری برنامه‌های نگهداری منابع زیست محیطی و زیرساختها که وضعیت فعلی آنها را حفظ می‌نمایند، الزامی است.

- در مرحله افول، مشخص ساختن وضعیت فعلی و اخذ تصمیمات دقیق به منظور جذاب ساختن مقصد، برای گردشگران جدید مورد نیاز

خواهد بود. ممکن است نتیجه بررسی‌های مذکور به انتخاب صنعت دیگری، به عنوان جایگزین صنعت گردشگری بیانجامد. چنانچه اصلاح مقصد برای جذب گردشگران جدید، مفید تشخیص داده شود، به کارگیری سیاستهای مناسب اصلاحی ضرورت می‌یابد.

نهایتاً اینکه برای بالا بردن کیفیت زندگی مردم محلی و گردشگران می‌بایست پیوستگی و ارتباط چرخه عمر گردشگری با ظرفیت تحمل مورد توجه برنامه‌ریزان هماهنگ باشد. همچنانکه کرامپتون و هنسارلینگ (۱۹۸۷) خاطر نشان کرده‌اند "مسئولیت مدیریت تغییرات به عهده همه مدیران است".

ارزش مفهوم چرخه عمر گردشگری در آنست که بصیرت لازم را در مورد جهتی که ممکن است تغییرات دنبال کنند، را به دست می‌دهد. مفهوم ظرفیت تحمل پذیری نیز نشان می‌دهد که هر منطقه گردشگری با توجه به منابع و فرآورده‌های گردشگری خود، قادر به جوابگویی به تعداد مشخصی از گردشگران است. چنانچه این تعداد از سطح معینی بالاتر رود، نگرشهای منفی و عکس‌العمل ساکنین را در پی دارد. بنابراین چرخه عمر گردشگری جهت تغییرات را به ما می‌آموزد و ظرفیت تحمل پذیری، ما را از پیامدهای منفی، فزونی تعداد گردشگران بازدیدکننده از یک مقصد از تعداد مطلوب، آگاه می‌سازد. در این صورت است که تغییرات مورد پیش‌بینی واقع و برنامه لازم برای کنترل آثار منفی و تقویت آثار مثبت تدوین و اجراء می‌گردد و با اجرای برنامه‌ها نیز کیفیت زندگی گردشگران و مردم محلی ارتقاء خواهد یافت.

منابع فارسی :

۱. داس ویل، راجر، مدیریت جهانگردی، مبانی، راهبردها و آثار (سید محمد اعرابی و داوود ایزدی: مترجمان) تهران: دفتر نشر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۷۹. صفحات ۱۶۰ و ۱۶۱.
۲. رنجبران، بهرام. محمد زاهدی. برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، سازمان جهانی جهانگردی، اصفهان: جتد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ اول ۱۳۷۹، صفحات ۷۸ الی ۸۰.

منابع لاتین:

3. Barkhm, I.P.(1973). "Recreational Carrying Capacity a problem of perception" Area, 5,218-22.
4. Butler, R.W.(1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution : Implications for Management of Resource. "La Geographic Canadian. 24, (19), 5-12.
- 5.Christaller , W. (1964). "Some considerations of tourism location in Europe" Papers and Proceedings of Regional Science Association. 12,95-105.
6. Cooke,k.(1982). "Guidelines for Socially Appropriate Tourism Development in British columbia." Journal for Travel Research. 21, (1), 22-28.
7. Crompton, J.I. and Hensarling , D.M. (1978). "Some Suggested Implications of the product Life- Cycle for public Recreation and Park Agency Managers". Leisure Sciences. 1(3), 295-307. ,

8. Crompton, J.I.Reid,I.S. and Uysal , M. (1987). Empirical Identification of Product Life. Cycle Patterns in the Delivery of Municipal Park and Recreation Service." Journal of Park and Recreation Administration. 5 (1) , 17-34.
9. D. Amore , Laouis & Jafari, Jafar (Eds.). (1988). Tourism- A Vital Force for Peace. Montreal : First Global Conference.
10. Doxey , G.V. (1975). "A Causation theory of visitor - resident irritants, methodology , and research inferences ." The Impact of Tourism,. Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association . San Diego, 195-8.
11. Getz. D.(1983). "Capacity to Absorb Tourism Concepts and Implications for Strategic Planning". Annals of Tourism Research, 7,21,32.
12. Hendee , J.C. and Harris , R.W. (1970). "Foresters perception of wilderness - user attitudes and preferences." Journal of Forestry. 68,12,759-62.
13. Holder , J.S.(1988). "Pattern and Impact of Tourism on the Environment of the Caribbean." Tourism Management, 16(4), 119-127.
14. Hovinen, G.R.(1982). "Visitor Cycles. Outlook for Tourism in Lancaster County, Annals of Tourism Research, 9 (2), 119-127.
15. Inskip,Edward. (1991)."Tourism palnning: An Intergrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand

Reinhold.

16. Meyer. Arendt, K.J.(1985). "The Grand Isle, Louisiana Resort Cycle . Annals of Tourism Research, 12,449-465.
17. Murphy, Peter.(1985). "Tourism: A Community Approach. New York; Methun.
18. O'Reilly, A.M. (1986). "Tourism Carrying Capacity Concept and Issues" .Tourism Management,7 ,4 , 254-258.
19. Plog, S.C. (1974). "Why Destianation Area Rise and fall in popularity," Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 14, 4; 55-58.
20. Reime, M.and Hawkins, C.(1979). "Tourism Development: A Model for Growth" (May 1979), 67-74.
21. Stankey, G.H. (1981) "Integrating Wildlife recreation research into decision making : Pitfalls and promises." Recreation Research Review, 9,31-7.