

توسعه گردشگری نظریه‌ها، رویکردها و مدل‌ها

تألیف و ترجمه:

دکتر احمد رومیانی

مدرس گروه جغرافیای دانشگاه فردوسی مشهد

دکتر آرش قهرمان

پژوهشگر پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

سرشناسه:

رومیانی، احمد، ۱۳۶۳-

عنوان و نام پدیدآور:

توسعه گردشگری (نظریه‌ها، رویکردها و مدل‌ها)/تالیف و ترجمه احمد رومیانی، آرش قهرمان.

مشخصات نشر:

مشهد: جهاد دانشگاهی، واحد مشهد، انتشارات، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری:

۲۹۶ص.

فروست:

انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد؛ ۵۹۲. علوم انسانی؛ ۹۸.

شابک:

978-964-324-508-5: ۱۹۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی:

فیبا

یادداشت:

کتابنامه: ص. [۲۷۷] - ۲۹۵.

موضوع:

گردشگری

Tourism

گردشگری پایدار

Sustainable tourism

قهرمان، آرش، ۱۳۵۳-

شناسه افزوده:

جهاد دانشگاهی. واحد مشهد. انتشارات

شناسه افزوده:

G155

رده بندی کنگره:

۳۳۸/۴۷۹۱

رده بندی دیویی:

۹۱۳۵۷۹۶

شماره کتابشناسی ملی:

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا



انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد

مشهد، میدان آزادی، پردیس دانشگاه، سازمان مرکزی جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

ص.پ. ۹۱۷۷۵-۱۳۷۶ تلفن: ۳۸۸۳۲۳۶۷ دفتر پخش: ۳۸۸۴۲۲۳۰

فروشگاه یک: ۳۸۴۱۸۰۷۰ فروشگاه دو: ۳۸۸۲۹۵۸۹ فروشگاه سه: ۳۸۴۰۳۴۶۳

www.jdmpress.com

info@jdmpress.com

توسعه گردشگری؛ نظریه‌ها، رویکردها و مدل‌ها

تألیف و ترجمه: دکتر احمد رومیانی و دکتر آرش قهرمان

آماده‌سازی، ویراستاری و صفحه‌آرایی: واحد فنی دفتر نشر / چاپ و صحافی: من چاپ

چاپ اول/ ۱۴۰۲ / ۵۰ نسخه / شماره نشر ۵۹۲

ISBN: 978-964-324-508-5

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۲۴-۵۰۸-۵

کلیه حقوق نشر برای ناشر محفوظ است

قیمت: ۱/۹۵۰/۰۰۰ ریال

به نام خداوند جان و خرد

انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد بر این باور است که نخستین گام در راه بهبود ساختارهای اقتصادی- اجتماعی و توسعه کشور، دستیابی به تازه‌های دانش و نشر یافته‌های پژوهشگران است. کتاب حاضر پانصد و نود و دومین اثری است که با همین رویکرد منتشر می‌شود. رهنمودهای خوانندگان فرهیخته می‌تواند ما را در ارتقای سطح کیفی و کمی این آثار یاری نماید.

انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد

فهرست مطالب

| | |
|--|----|
| پیشگفتار..... | ۸ |
| ۱. کلیات..... | ۱۰ |
| ۱-۱ مقدمه..... | ۱۰ |
| ۲-۱ نظریه..... | ۱۰ |
| ۳-۱ مکتب..... | ۱۲ |
| ۴-۱ پارادایم..... | ۱۳ |
| ۵-۱ رویکرد..... | ۱۴ |
| ۶-۱ الگو..... | ۱۴ |
| ۷-۱ مدل..... | ۱۶ |
| ۸-۱ نتیجه گیری..... | ۱۷ |
| ۲. توسعه گردشگری..... | ۱۸ |
| ۱-۲ مقدمه..... | ۱۸ |
| ۲-۲ مفاهیم توسعه..... | ۱۸ |
| ۱-۲-۲ معنای لغوی توسعه..... | ۱۹ |
| ۲-۲-۲ توسعه از دیدگاه سیاسی-ایدئولوژیک..... | ۱۹ |
| ۳-۲-۲ توسعه از دیدگاه اندیشمندان..... | ۱۹ |
| ۴-۲-۲ توسعه از دیدگاه کلان و خرد..... | ۲۱ |
| ۵-۲-۲ ماهیت توسعه..... | ۲۲ |
| ۶-۲-۲ الگوهای توسعه..... | ۲۴ |
| ۷-۲-۲ ابعاد توسعه..... | ۲۶ |
| ۳-۲ گردشگری..... | ۳۱ |
| ۱-۳-۲ توسعه گردشگری..... | ۳۲ |
| ۲-۳-۲ جایگاه توسعه گردشگری در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی..... | ۳۳ |
| ۳-۳-۲ اثرات و پیامدهای توسعه گردشگری..... | ۴۶ |
| ۴-۲-۲ نتیجه گیری..... | ۶۰ |

| | |
|-----|---|
| ۶۲ | ۳. نظریه‌های توسعه گردشگری |
| ۶۲ | ۱-۳ مقدمه |
| ۶۳ | ۲-۳ مکاتب سیاسی و توسعه گردشگری |
| ۶۷ | ۱-۲-۳ کارکرد مکاتب سیاسی گردشگری در کشورهای جهان |
| ۷۵ | ۲-۲-۳ اثرات پیشرفت‌های آینده ایدئولوژی‌های سیاسی بر توسعه گردشگری |
| ۷۹ | ۳-۳ پارادایم‌های توسعه گردشگری |
| ۷۹ | ۱-۳-۳ پدیدارشناسی و توسعه گردشگری |
| ۸۲ | ۲-۳-۳ پارادایم ایده‌آلیسم و توسعه گردشگری |
| ۸۵ | ۳-۳-۳ پارادایم پراگماتیسم و توسعه گردشگری |
| ۸۸ | ۴-۳-۳ پارادایم هرمنوتیک و توسعه گردشگری |
| ۹۱ | ۴-۳ نظریه‌های توسعه گردشگری |
| ۹۲ | ۱-۴-۳ نظریه توسعه درون‌زا و توسعه گردشگری |
| ۹۳ | ۲-۴-۳ نظریه قطب رشد و توسعه گردشگری |
| ۹۵ | ۳-۴-۳ نظریه پخش فضایی و توسعه گردشگری |
| ۹۹ | ۴-۴-۳ نظریه نوسازی و توسعه گردشگری |
| ۱۰۳ | ۵-۴-۳ نظریه فورديسم و توسعه گردشگری |
| ۱۰۵ | ۶-۴-۳ نظریه پست‌مدرنیسم و توسعه گردشگری |
| ۱۰۸ | ۷-۴-۳ نظریه وابستگی و توسعه گردشگری |
| ۱۱۱ | ۸-۴-۳ نظریه نئولیبرالیسم و توسعه گردشگری |
| ۱۱۶ | ۹-۴-۳ نظریه توسعه جایگزین و توسعه گردشگری |
| ۱۱۸ | ۱۰-۴-۳ نظریه ساختارگرایی و توسعه گردشگری |
| ۱۲۰ | ۱۱-۴-۳ نظریه پس‌ساختارگرایی و توسعه گردشگری |
| ۱۲۲ | ۱۲-۴-۳ نظریه کارکردگرایی و توسعه گردشگری |
| ۱۲۴ | ۱۳-۴-۳ نظریه رانش و کشش و توسعه گردشگری |
| ۱۲۵ | ۱۴-۴-۳ نظریه شبکه‌ای و توسعه گردشگری |
| ۱۲۸ | ۱۵-۴-۳ نظریه پایه اقتصادی و توسعه گردشگری |
| ۱۳۰ | ۱۶-۴-۳ نظریه جهانی‌شدن و توسعه گردشگری |
| ۱۳۲ | ۱۷-۴-۳ نظریه‌های بین‌رشته‌ای و توسعه گردشگری |
| ۱۳۶ | ۱۸-۴-۳ نظریه سیستم‌ها و توسعه گردشگری |
| ۱۴۵ | ۱۹-۴-۳ نظریه تغییر چرخه عمر و توسعه گردشگری |

- ۳-۴-۲۰ نظریه‌های جایگزین فرآیندهای تغییر در توسعه گردشگری..... ۱۵۲
- ۳-۴-۲۱ نظریه آشوب و توسعه گردشگری..... ۱۵۷
- ۳-۵ نتیجه‌گیری..... ۱۷۰
- ۴. دیدگاه‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری..... ۱۷۸**
- ۴-۱ مقدمه..... ۱۷۸
- ۴-۲ دیدگاه‌های توسعه گردشگری..... ۱۷۸
- ۴-۲-۱ دیدگاه فرآیندهای تغییر و توسعه گردشگری..... ۱۷۹
- ۴-۳ رویکردهای توسعه گردشگری..... ۱۸۶
- ۴-۳-۱ رویکرد انبوه‌گرایی و توسعه گردشگری..... ۱۸۷
- ۴-۳-۲ رویکرد اقتصادی و توسعه گردشگری..... ۱۸۷
- ۴-۳-۳ رویکرد فضایی - جغرافیایی و توسعه گردشگری..... ۱۸۹
- ۴-۳-۴ رویکرد اجتماع - محور و توسعه گردشگری..... ۱۹۰
- ۴-۳-۵ رویکرد توسعه پایدار گردشگری..... ۱۹۳
- ۴-۳-۶ رویکرد بازساخت و توسعه گردشگری..... ۱۹۵
- ۴-۳-۷ رویکرد زیست‌ناحیه‌ای و توسعه گردشگری..... ۱۹۷
- ۴-۳-۸ رویکرد مشارکتی و توسعه گردشگری..... ۱۹۹
- ۴-۳-۹ رویکرد ظرفیتی و توسعه گردشگری..... ۲۰۲
- ۴-۳-۱۰ رویکرد توانمندسازی و توسعه گردشگری..... ۲۰۷
- ۴-۳-۱۱ رویکرد بومی‌سازی و توسعه گردشگری..... ۲۱۲
- ۴-۳-۱۲ رویکرد حکمروایی و توسعه گردشگری..... ۲۱۵
- ۴-۳-۱۳ رویکرد تاب‌آوری و توسعه گردشگری..... ۲۱۸
- ۴-۴ نتیجه‌گیری..... ۲۲۴
- ۵. مدل‌های توسعه گردشگری..... ۲۲۶**
- ۵-۱ مقدمه..... ۲۲۶
- ۵-۲ مدل فضایی گردشگری بورتون..... ۲۲۶
- ۵-۳ مدل الماسی گردشگری پورتو..... ۲۳۱
- ۵-۵ مدل فضای گردشگری بولان..... ۲۳۴
- ۵-۶ مدل جریان‌های گردشگری ماریوت..... ۲۴۱
- ۵-۷ مدل سفر تفریحی و تعطیلاتی کمپبل..... ۲۴۱
- ۵-۸ مدل‌های الگوی سفر چند مقصدی..... ۲۴۳

| | | |
|-----|---|------|
| ۲۴۶ | مدل روان‌شناختی پلاگک | ۹-۵ |
| ۲۵۱ | مدل نگاه گردشگری اوری | ۱۰-۵ |
| ۲۵۴ | مدل انتخاب مصرف‌کننده گردشگری اشمل | ۱۱-۵ |
| ۲۵۴ | مدل انتخاب مقصد کرامپتون | ۱۲-۵ |
| ۲۵۹ | مدل خوشه‌ای گردشگری | ۱۳-۵ |
| ۲۶۵ | نتیجه‌گیری | ۱۴-۵ |
| ۲۶۶ | ۱-۱۴-۵ تطبیق تئوری‌ها، رویکردها و نظریات بر یک نمونه میدانی | |
| ۲۷۰ | ۲-۱۴-۵ طرح اولیه چند راهبرد برای برون‌رفت از شرایط موجود | |
| ۲۷۳ | ۳-۱۴-۵ محورهای توسعه نایافتگی گردشگری ایران (با تأکید بر استان خراسان رضوی) | |
| ۲۷۷ | منابع | |

پیشگفتار

در چند دهه اخیر، از توسعه گردشگری به عنوان راهبردی کلیدی در صنعت دنیا نام برده شده است که نه تنها گامی برای تقویت فرهنگ‌هاست، بلکه حرکتی به سوی پیشرفت و تحول اقتصادی و اجتماعی است. این صنعت پس از نفت و صنایع خودروسازی، سومین صنعت برتر جهان است که با ویژگی‌های منحصر به فرد و پویای خود، توجه بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود جلب کرده است. از این رو مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران (در مقیاس بزرگ) و نواحی جغرافیایی (در مقیاس کوچک‌تر) قرار گرفته است. نقش عمده آن بهبود توسعه بین بخش‌ها و ارتقای سیستم‌های ملی، منطقه‌ای و محلی و همچنین در نظر گرفتن ملاحظات زیست‌محیطی است.

ریشه مطالعات توسعه گردشگری به اوایل قرن ۱۹ در کشورهای اروپایی (آلمان) برمی‌گردد. در نیمه اول قرن بیستم، این دانش به تدریج شروع به شکل‌گیری کرد و با آغاز جنگ جهانی دوم دچار وقفه شد و بعد از آن در دهه ۱۹۵۰ با قدرت بیشتری در جامعه علمی انگلیس پدیدار شد. در این دهه صنعت گردشگری به وسیله سازمان ملل متحد و بانک جهانی مورد حمایت واقع شد و دچار تحول عظیمی گردید که آن را انقلاب گردشگری نامیدند. در قرن بیست و یکم، توسعه گردشگری رقابت‌پذیری کشورها را به وجود آورد، زیرا در این قرن تعامل دوطرفه بین جهانی شدن و توسعه گردشگری به وجود آمد. اولاً مباحث جهانی شدن (بازبودن تجارت، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، دسترسی به اینترنت) به توسعه گردشگری منجر شد. ثانیاً، این رابطه برای سیاست‌گذاران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا یکی از الزامات اصلی ارتباط سیاسی و اجتماعی با سایر نقاط جهان رونق گردشگری است. این عوامل باعث شد که در سطح جهانی توجه زیادی به مطالعات توسعه گردشگری از نظر آموزشی و پژوهشی در قالب

مکاتب، نظریه‌ها و رویکرد انجام شود زیرا بررسی و تحقیق در عرصه توسعه گردشگری بدون آگاهی از بنیان‌های نظری آن راه به جایی نخواهد برد.

کتاب حاضر با هدف توسعه گردشگری و گسترش عملی و عملیاتی نظریه‌ها، رویکردها و مدل‌های مورد استفاده از آنها عرضه شده است. افزون بر این، هدف آن افزایش آگاهی و اهمیت این نظریه‌ها و رویکرد برای محققین و خوانندگان است که در عملیاتی شدن توسعه گردشگری نقش موثری دارند. این اثر همچنین به دلیل کمبود منابع علمی لازم بر آموزش و پژوهش در این زمینه، تدوین شده است و نگرشی بین‌رشته‌ای به توسعه گردشگری دارد و در آن مفاهیم، نظریه‌ها، رویکردها و مدل‌ها در قالب پنج فصل به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته است.

در فصل اول به کلیات اشاره شده است. در فصل دوم به بررسی توسعه، ابعاد توسعه، گردشگری و جایگاه آن در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی پرداخته شده است. در فصل سوم مکاتب، پارادایم‌ها و نظریه‌های توسعه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل چهارم به تشریح دیدگاه‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پرداخته شده است و در فصل پنجم، مدل‌های توسعه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است.

اگرچه این کتاب، به طور خاص به نقش مکاتب سیاسی، نظریه‌ها و رویکردها پرداخته است، اما می‌تواند مرجع مهمی برای دانشگاه‌های کشور باشد. دانشگاه‌ها و سازمان‌های دولتی که مسئول تدوین چارچوب‌های علمی و عملیاتی میان سطوح مختلف اجرایی هستند، مخاطبان اصلی به حساب می‌آیند. بنابراین با توجه به ماهیت بین‌رشته‌ای گردشگری، این کتاب برای مطالعه و پژوهش در زمینه توسعه گردشگری می‌تواند بخشی از نیازهای دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رشته‌های جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری (شهری و روستایی)، برنامه‌ریزی فضایی گردشگری و مدیریت جهانگردی را تأمین کند.

امید است کتاب حاضر از طریق حمایت اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی، پژوهشگران و دانش‌پژوهان در راستای بهبود توسعه گردشگری برای کشور مفید واقع شود و دانشجویان و مخاطبان از درس‌های حاصل از تجارب دیگران بهره لازم را ببرند. همچنین از صاحب‌نظران تقاضا داریم نقایص و کمبودها را به دید اغماض بنگرند و در صورت تمایل به نگارندگان متذکر شوند تا در ویرایش‌های بعدی اصلاح شوند.

دکتر احمد رومیانی

(مدرس گروه جغرافیای دانشگاه فردوسی مشهد)

دکتر آرش قهرمان

(پژوهشگر پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد)