



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۳، دوره ۶، شماره ۴، ۱۱۳۲-۱۱۲۱

برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری در کلانشهرها با رویکرد درآمدزایی

مصطفی عبدالله زاده رودپشتی*

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر، تهران، ایران

Abdollahi.2000@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۵

چکیده

در جوامع پیچیده امروزی گردشگری شهری، جهت نیل به تعادلی پایدار میان نیازهای جوامع محلی، حفظ محیط زیست و ارتقاء سطح کیفیت زندگی، نیازمند شکل گیری یک نظام مدیریتی قوی شهری با نگرش سیستمی و با تأکید بر توسعه پایدار شهری می باشد. اگر برنامه گردشگری به گونه ای مناسب بررسی، برنامه ریزی و مدیریت شود و در آن محیط طبیعی و فرهنگی در نظر گرفته شده باشد می تواند شرایط را برای توسعه اقتصاد محلی و ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان هموار سازد. برنامه ریزی گردشگری برای پایداری، ضروری است و می بایست موجب حفاظت از منابعی که گردشگری به آن‌ها وابسته است گردد. برنامه ریزی و توسعه گردشگری به عنوان عامل مهمی در روند اقتصادی شدن امور اجتماعی، فرهنگی، و نگرش ابزاری و کاربردی و کالایی به طبیعت و فرهنگ، توجه به دیدگاه های مختلف درباره گردشگری را ضروری می سازد. هدف اصلی پژوهش حاضر برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری در کلانشهرها با رویکرد درآمدزایی با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی می باشد. برای رسیدن به این هدف با شناسایی نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصتها و تهدیدات مناطق مختلف گردشگری شهری به رتبه بندی و امتیاز بندی بر اساس مدل Swot پرداخته شد. و در انتها با توجه به مهم بودن به تدوین راهبردهای اساسی توسعه گردشگری شهری در راستای درآمدزایی برای کلانشهرها شناسایی و پرداخته شد. نتایج نشان می دهد گردشگری به عنوان متنوع ترین و بزرگترین فعالیت خدماتی درجهان، مهمترین منبع درآمد و ایجاد فرصت های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیا است. از گردشگری به عنوان موتور توسعه نام برده می شود، و به علت اهمیتی که از نظر اقتصادی، اجتماعی دارد روز به روز بیشتر مورد توجه قرار گرفته و دولت ها به آن اهمیت می دهند و امروزه یکی از پایه های اصلی و استوار اقتصاد جهان است که با ایجاد بالاترین میزان ارزش افزوده به صورت مستقیم و غیرمستقیم می تواند سایر فعالیت های اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار دهد.

واژه های کلیدی: برنامه ریزی، توسعه پایدار گردشگری، درآمدزایی

مقدمه

امروزه مقوله گردشگری به طور عام و گردشگری فرهنگی به صورت خاص میزان قابل توجهی از تولید ناخالص ملی و داخلی کشورهای جهان را خود به اختصاص می دهد. گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزودن بر این بسیاری از برنامه نویسان و سیاست گذاران، از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی پایدار یاد می کنند. توسعه پایدار گردشگری، فرآیندی است که باکیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت حفاظت منابع طبیعی و انسانی در ارتباط است. گردشگری پایدار شیوه ای مثبت برای کاهش هیجانات و تنش هایی است که به وسیله تأثیرگذاری هایی متقابل میان صنعت گردشگری و بازدیدکنندگان، محیط زیست و جوامع میزبان به وجود آمده است. در واقع گردشگری، یکی از بزرگترین صنایع جهان شمول است کشورهای بسیاری روی این صنعت سرمایه گذاری کرده اند زیرا مطمئن به سود آوری بلند مدت آن هستند و گردشگری را طلای سیال نامیده اند. به گزارش شورای سفر و گردشگری، ده درصد درآمد اقتصادی جهان، از راه گردشگری به دست می آید و ۲۴۰ میلیون نفر در این صنعت اشتغال دارند بررسی های کمیسیون آمریکایی پژوهش و بررسی اقتصادی جهان نشان می دهد که بر اساس اطلاعات سال ۱۹۸۹ از هر ۱۶ شغل موجود در جهان یک مورد به صنعت گردشگری اختصاص یافته است، گردشگری یکی از ابزارهای مهم توسعه در جهان شناخته شده است و در قرن گذشته پیش بینی می گردید که بزرگترین صنعت جهان در قرن بیست و یکم میلادی باشد. با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده و رقابت های شدیدی میان کشورهای جهان برای جذب گردشگران به چشم می خورد. صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و اختصاصی شناخته می شود، از آنجایی که توسعه و دستیابی موفقیت آمیز در زمینه های اقتصادی، برخورداری از دانش فنی، برقراری تعادل مکانی - فضایی در سطوح محلی، منطقه ای و ملی، تعادل فرهنگی افراد و گروه ها، رفاه اجتماعی، تکاپو در جهت مدرن سازی مستمر جامعه و بهبود روابط اجتماعی - اقتصادی است (سعیدی، ۱۳۷۷: ۱۵۵). توسعه پایدار به عنوان یکی از مهمترین راهبردهای توسعه منسوب می شود در این راهبرد ضرورت های مطرح شده به منظور جذب توریسم و افزایش درآمد، لزوم شناخت و استفاده های عملی از جاذبه های توریستی و اکوتوریستی موثر در گردشگری را ایجاد کرده است. بنابراین از آنجا که توسعه پایدار فرایندی است به سوی پایداری در نتیجه نمی توان با یک گام به آن رسید و برای تحقق آن می بایست توجه به گام های بینابینی توسعه پایدار معطوف گردد زیرا توسعه پایدار اولاً فرایندی چند بعدی است در جستجوی یکپارچگی اهداف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی به روش پایدار و دوماً فرایندی است مداوم و پایدار برای تغییرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی است که برای افزایش رفاه طولانی مدت کل اجتماع طراحی شده است (بوسل، ۱۳۸۶: ۶۳۶) و پایداری جمعیت شهری و روستایی در جهان در حال توسعه به عنوان کلیدی ترین چالش قرن بیست و یکم شناخته شده است (LYNCH, K, 2000, P 211). بر همین اساس هدف اصلی پژوهش حاضر برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری در کلانشهرها با رویکرد درآمدزایی با روش توصیفی - تحلیلی می باشد.

اهداف پژوهش

با توجه به اینکه گردشگری پایدار یک هدف دست نیافتنی در آینده قابل پیش بینی است، بهترین رویکردی که در این زمینه می توان اتخاذ کرد، تمرکز بر بهبود عملکرد گردشگری از نظر پایداری است. شناسایی توان های گردشگری در شهرهای توریستی کشور و شناخت مشکلات و تنگناهای توسعه گردشگری در این شهرها و در نتیجه ارائه راهبردهای کاربردی و برنامه ریزی شده در جهت

رفع مشکلات و تنگناهای گردشگری از اهداف اصلی این پژوهش می باشد. براین اساس باتوجه به قابلیت های طبیعی و ذاتی ناحیه و با بهره گیری از مشارکت اهالی شهرهای دارای مناطق گردشگری، چشم انداز توسعه گردشگری نواحی مبنی بر استفاده مطلوب از این منابع در مسیر اهداف توسعه پایدار گردشگری تبیین گردید و تلاش شد با بهره گیری از ابزار و روش های جدید به نحو مطلوب از این امکانات استفاده شود. با نظر گرفتن موارد فوق و درک این مطلب که شناخت پتانسیل ها و محدودیت های پژوهش می تواند تاثیر سازنده ای بر برنامه ریزی مناسب در سطح این شهرها و مناطق روستایی اطراف آن و رفع مشکلات و مسائل آنها داشته باشد سعی شده است ضمن پاسخگویی به این سوال که پتانسیل ها و محدودیت های توسعه پایدار گردشگری در این شهرها کدام است؟ و چه راهبردها و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری پایدار این شهرها وجود دارد؟ به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها از دیدگاه مشارکت کنندگان و افراد ذینفع در جهت توسعه یکپارچه گردشگری در این مناطق پرداخته و در نهایت باتوجه به این نظرات و دیدگاه ها، راهبردها و راهکارهای مناسب به روش سوات به منظور بهره گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصت ها و تقویت یا از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها در جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری ارئه شود.

مبانی نظری پژوهش

توسعه پایدار گردشگری: عبارت است از گسترش صنعت گردشگری و جذب گردشگران به یک ناحیه با استفاده از منابع موجود، به گونه ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، فرهنگی و قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت، هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی مقصد و مهمانان آن را به طور متوازن و در حد بهینه تامین کرد (استعلاجی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۹).

برنامه ریزی: جریانی است دائمی که انسان و جامعه را در این تلاش برای تعالی و توسعه یاری می دهد (مطیعی لنگرودی، ۱۳۸۵: ۱). برنامه ریزی فرایندی است که طی آن به هدف و اهداف معینی رسیده می شود یعنی مجموعه مدونی از تصمیمات آگاهانه (صیادی، ۱۳۸۸: ۲) برنامه ریزی به عنوان فرایندی دارای مراحل مشخص و بهم پیوسته برای تولید مجموعه ای از تصمیمات هماهنگ و همچنین به عنوان ابزار پشتیبان مدیریت در سازمانهای گوناگون به کار گرفته می شود. هدف برنامه ریزی تبدیل وضعیت موجود به وضعیت مطلوب پیشرفت و آبادانی است. چنین شناختی تنها از طریق علم جغرافیا آن هم به صورت دینامیک و براساس نگرش سیستمی امکان پذیر خواهد بود، بدیهی است برای رسیدن به وضع مطلوب در گام نخست باید شناخت دقیق و همه جانبه ای از وضع موجود داشت.

راهبرد و استراتژی: چارچوبی است که مجموعه حرکات و اقدامات اصلی را برای دستیابی به اهداف ترسیم کرده و چگونگی تخصیص کلی منابع را برای بدست آوردن موقعیت های مطلوب، خنثی کردن تهدیدها در حال و آینده بیان می دارد (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۹). همچنین راهبرد به عنوان طرح و نقشه الگو موضع و دیدگاه به کار می رود. بدین ترتیب راهبرد تدابیری است که در جامعه برای کاربرد کلیه منابع موجود و قابل حصول به منظور حفظ ارزش های متعلق به خود اتخاذ می شود (رضوانی، ۱۳۸۹: ۱۷۶).

روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و روش تحقیق آن توصیفی- تحلیلی است، برای جمع آوری اطلاعات و داده ها مورد نیاز، از بررسی های اسنادی و مطالعات میدانی از قبیل مصاحبه، مشاهده، استفاده شده و باتوجه به اطلاعات بدست آمده به بررسی جاذبه ها، امکانات و وضعیت کلی گردشگری در ناحیه اقدام شده است. در مرحله بعد جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه راهبردهای توسعه گردشگری در این شهرها از ماتریس تحلیلی سوات بهره گرفته شده است. باتوجه به بررسی های صورت گرفته بر روی محیط

داخلی و خارجی ناحیه فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گرفت و با برخورد دو به دو فرصت ها و تهدیدها با نقاط قوت و ضعف استراتژیهای تهاجمی، محافظه کارانه، رقابتی و تدافعی استخراج شد. سپس برای مشارکتی کردن برنامه ریزی های آتی، به نظر خواهی از جامعه آماری موجود در ناحیه مورد مطالعه جمع آوری و ارزیابی شد. و باتوجه به اطلاعات به وزن دهی به تک تک عوامل تاثیر گذار صورت گرفت. در نهایت با تنظیم و عوامل داخلی و خارجی به تدوین راهبردهای اساسی به منظور توسعه گردشگری پایدار پرداخته شد. هدف کلی راهبرد سوات که می توان آن را راهبرد بقا نیز نامید کاهش ضعف های سیستم به منظور کاستن و خنثی سازی تهدیدات است (یاسوری، ۱۳۸۶: ۲۳۵).

یافته های پژوهش

به منظور تدوین راهبردهای و برنامه ریزی توسعه اقتصادی در مناطق گردشگری شهری از الگوی جامع برنامه ریزی راهبردی استفاده شده است: مرحله نخست این تکنیک تعیین چشم انداز و تدوین هدف می باشد سپس با ورود داده ها به بررسی عوامل داخلی و تشکیل ماتریس (IFE) با ضرایب و رتبه بندی، به بررسی عوامل خارجی و تشکیل ماتریس (EFE) پرداخته می شود بعد از این مرحله زمان مقایسه کردن می باشد که به مقایسه ماتریس تهدیدها، فرصتها، نقاط قوت و ضعف (SWOT) و تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (LE) پرداخته شده است و در نتیجه تصمیم گیری و اولویت بندی راهبردهای استخراج شده خواهد بود (هزار جریبی، ۱۳۹۰: ۴۳).

تعیین ضریب اهمیت و رتبه بندی:

در این مرحله تمامی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و تمامی عوامل خارجی (فرصتها و تهدیدها) در جداول مربوطه تنظیم شده و باتوجه به نتایج پرسشنامه های مربوط به نقطه نظرات مردم، گردشگران و مسئولین که در چند مرحله تجزیه و تحلیل گردیده است به هر عامل ضریب اهمیت نسبت به سایر عوامل و رتبه اختصاص داده می شود.

- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (LEE)

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی در نواحی مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت یعنی جنبه هایی که راه های دستیابی به اهداف برنامه ریزی و اجرای تکالیف آن زمینه های مساعد یا بازدارنده دارند مدنظر می باشد که در جدول نقاط قوت و ضعف تنظیم شده است.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (ELE)

هدف این مرحله کنکاو آثار محیط خارجی در نواحی مورد مطالعه جهت شناسایی فرصتها و تهدیدهایی است که ناحیه مورد مطالعه در ارتباط با توسعه گردشگری با آن مواجه است که در جدول آمده است:

جدول (۱): ماتریس عوامل داخلی موثر بر توسعه گردشگری شهری

نقاط قوت	نقاط ضعف	
<p>S1- معروف بودن این شهر ستان به جاذبه‌های تاریخی آن در زمینه گردشگری</p> <p>S2- مهمان نوازی و برخورد دو ستانه ساکنین مناطق گردشگری با مهمانان</p> <p>S3- قدمت زیاد بناهای تاریخی این شهرستانها</p> <p>S4- شکل گیری ارگانیک معماری در بافتهای درون گرای</p> <p>S5- وجود آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنتی در مناطق مختلف گردشگری</p> <p>S6- وجود آب در مانی تاریخی در برخی مناطق</p>	<p>W1- کمبود و توزیع نامنا سب ر ستوران‌ها در سطح این شهرها و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط</p> <p>W2- نبود تبلیغات منا سب برای معرفی پتانسیل گردشگری شهری</p> <p>W3- نامنا سب و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی</p>	اجتماعی - فرهنگی
<p>S7- اهمیت به حفاظت از آثار کهن تاریخی و جاذبه های فرهنگی در گذر زمان</p> <p>S8- وجود زمین بایر در اطراف شهر و نبود عارضه توپوگرافی خاص برای احداث هرگونه تسهیلات و خدمات</p>	<p>W4- عدم رعایت سلسله مراتب شبکه های دسترسی</p> <p>W5- نداشتن ورودی جذاب و دلپذیر برای هدایت گردشگران</p> <p>W6- اجتماع و تمرکز اکثر مناطق اقامتی و رفاهی در مرکز شهرها که باعث ترافیک و شلوغی شده است</p> <p>W7- کمبود تجهیزات اولیه گردشگری جهت استفاده بازدید کنندگان</p> <p>W8- نامناسب بودن زیرساختهای کالبدی</p>	کالبدی - فضایی
<p>S9- اعتقاد مسئولان به گسترش گردشگری و کسب درآمد بیشتر</p>	<p>W9- نبود برنامه ریزی کارآمد و مدیریتی صحیح برای توسعه گردشگری پایدار</p> <p>W10- پایین بودن باور ملی و سطح آگاهی مردم از مواهب گردشگری</p> <p>W11- کمبود نیروی انسانی آموزش دیده و متخصص در بخش گردشگری</p> <p>W12- نبود آمار قابل اعتماد در محور گردشگری</p>	ساختار مدیریتی نیروی انسانی
<p>S10- اشتغال بخشی از شاغلین شهرها در فعالیتهای مرتبط با گردشگری</p> <p>S11- شناسایی ویژگی مناطق گردشگری در جهت سرمایه گذاری</p> <p>S12- وجود انواع صنایع دستی برای گردشگران</p>	<p>W13- کمبود برنامه ریزی و سرمایه گذاری گردشگری در بخش دولتی</p> <p>W14- عدم رونق فعالیت صنایع دستی در روستاها و شهرها</p>	اقتصادی - مالی

<p>W15- پایین بودن سطح درآمد و زندگی مردم در مناطق گردشگری</p> <p>W16- کمبود سرانه نگهداری مراکز فرهنگی</p> <p>W17- اقامت کوتاه گرد شگران در مناطق گردشگری</p> <p>W18- عدم جذب قابلیت‌های حوزه نفوذ برای توسعه گردشگری</p>	<p>S13- وجود محصولات کشاورزی متنوع</p> <p>S14- رفت و آمد گرد شگران و ایجاد م شاغل جدید ساختمانی و عمرانی</p> <p>S15- درآمد زدایی از ورود گردشگران و اسکان در شهرها</p>	
<p>W19- نبود اقامتگاه در روستاهای مجاور شهرها در جهت درآمدزایی</p> <p>W20- آلودگی منابع آب و خاک در منطقه با افزایش مقوله گرد شگری همچنین ف صلی کردن گردشگری</p>	<p>S16- وجود جاذبه های گردشگری متنوع</p> <p>S17- قرارگیری در مسیر راهها مهم</p> <p>S18- وجود جاذبه های ورزشی تفریحی</p> <p>S19- وجود آب کافی برای توسعه گرد شگری شهری</p> <p>S20- تنوع آب و هوایی، جاذبه های محیطی و چهار فصلی بودن گردشگری در اکثر مناطق</p>	<p>جغرافیایی - طبیعی</p>

ادامه جدول (۱) ماتریس عوامل خارجی موثر بر گردشگری شهری

تهدیدها	فرصتها	
<p>T1- تخریب زمین های کشاورزی برای ساخت و ساز مراکز اقامتی و ساخت هتل</p> <p>T2- آ شنایی کم گرد شگران با فرهنگ مختلف مردم شهرها</p> <p>T3- کمبود برخی از امکانات فرهنگی همچون سینما و تئاتر در شهرها</p> <p>T4- از بین رفتن فرهنگ بومی و محلی با افزایش گردشگران</p>	<p>O1- نزدیکی به مرکز استان</p> <p>O2- امکان برگزاری جشنواره برای شنا ساندن مناطق دارای گردشگری و جذب گردشگر</p> <p>O3- افزایش انگیزه مردم برای مسافرت</p> <p>O4- امکان مشارکت مردمی و بخش خصوصی در طرحها و پروژه ها</p> <p>O5- عبور گرد شگران داخلی از م سیرها و اطراف منطقه</p> <p>O6- رفت و آمد گرد شگران باعث تبلیغات بیشتر به شناساندن مناطق گردشگری می شود.</p>	<p>اجتماعی - فرهنگی</p>
<p>T5- امکان تاثیر نامطلوب بر بافت شهرها از طریق ورود گردشگران</p> <p>T6- تغییر کلی سیمای شهرها با ادامه استفاده از مصالح</p> <p>T7- کمبود ف ضاهای خدماتی و عمومی همچون پارکینگ و مکانهای تفریحی</p>	<p>O7- امکان اقامت بلند مدت گردشگران با ایجاد مراکز اقامتی و تفریحی</p> <p>O8- امکان ا ستفاده بهینه از تمام جاذبه های متنوع</p> <p>O9- امکان توسعه و پید شرفت و سایل حمل و نقل عمومی</p>	<p>کالبدی - فضایی</p>

T8- تغییر کاربریهای کشاورزی به مسکونی		
<p>T9- ناتوانی و ناکارآمدی سازمانهای متولی امر گردشگری در بالا دست</p> <p>T10- وجود بروکراسی اداری و محدودیت در دادن مجوز دولت جهت توسعه گردشگری</p> <p>T11- عدم برنامه ریزی و مدیریت گردشگری پایدار</p> <p>T12- ضعف در بازاریابی و نامعلوم بودن برگشت مجدد گردشگران</p> <p>T13- عدم استفاده از سیستم الکترونیکی در معرفی، مدیریت و راهنمای گردشگران</p>	<p>O10- امکان مدیریت و برنامه ریزی راهبردی برای گردشگری پایدار</p> <p>O11- امکان جذب نیروهای متخصص و فارغ التحصیل دانشگاهها</p> <p>O12- امکان کاهش تصدی گری دولت در طرح های گردشگری</p> <p>O13- حمایت مسئولان از توسعه گردشگری</p>	<p>ساختار مدیریتی نیروی انسانی</p>
<p>T14- نبود نگرش اقتصادی به بخش گردشگری در مناطق جذب گردشگر</p> <p>T15- افزایش قیمت زمین و بورس بازی زمین و افزایش بار مالی در ایجاد تجهیزات گردشگری</p>	<p>O14- جذب بخش خصوصی با ایجاد انگیزه</p> <p>O15- استقبال از کار در بخش های مختلف مرتبط با گردشگری روستایی و شهری</p> <p>O16- امکان جذب بیشتر سرمایه و کسب درآمد از گردشگری</p> <p>O17- امکان ایجاد اشتغال در مقوله های مرتبط با گردشگری شهری</p>	<p>اقتصادی - مالی</p>
<p>T16- تخریب اراضی زراعی و باغی ناشی از تغییر کاربری اراضی</p> <p>T17- جاده های بعوضاً نامناسب و دوطرفه دسترسی به جاذبه های گردشگری</p> <p>T18- وجود مخاطرات طبیعی و زیست محیطی</p> <p>T19- نابودی برخی از گونه های گیاهی</p> <p>T20- نگرانی مردم از آسیب رسانی گردشگران به باغات و اراضی کشاورزی</p>	<p>O18- حوزه کشش مناسب در جذب گردشگر در سطح مناطق گردشگری شهری</p> <p>O19- خلق چشم انداز کم نظیر</p> <p>O20- ایجاد فرصت مناسب برای مردم منطقه جهت حفظ محیط طبیعی</p>	<p>جغرافیایی - طبیعی</p>

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده

تجزیه و تحلیل

شاخص های پایداری به چند دلیل پرطرفدارترین و پرکاربردترین ابزار ارزیابی پایداری مقصدهای گردشگری است؛ از مهمترین دلایل، فرآیند نسبتاً روشن و واضح تهیه آنها نسبت به دیگر ابزارهای ارزیابی است. تهیه مجموعه شاخص های پایداری در انتخاب، انعطاف پذیرند، بنابراین بهبود پایگاه داده از طریق افزودن شاخص های بیشتر یا جایگزین کردن آنها امکان پذیر است. در این مرحله پس از شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدهای مطرح شده در زمینه گردشگری شهرها، ماتریس راهبردهای گردشگری

پایدار براساس اهداف تعریف شده استخراج شد. ماتریس سوات با مقایسه نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصتها چهار نوع راهبرد ارائه می کند که عبارتند از، راهبردهای 'SO', 'ST', 'WO', 'WT'. استخراج راهبردهای ممکن از طریق ماتریسی که از تقابل و تعامل عوامل درونی و بیرونی شکل می یابد صورت می گیرد. استنتاج نهایی از ارزیابی ماتریس عوامل داخلی بیانگر آن است که نقاط قوت این شهرها از نقاط ضعف آن به نسبت بیشتر است در نتیجه راهبردهای معطوف به نقاط قوت باید به گونه ای تدوین شود که بتوان از پتانسیل های محیطی آن به نحو مطلوب استفاده نمود و استنتاج نهایی از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی بیانگر این است که فرصتهای پیش روی توسعه گردشگری در این شهرها بیشتر از تهدیدات پیرامون آن بوده و راهبردهای کلان باید به گونه ای تدوین شود که بتوان بر تهدیدات موجود غلبه کرد. به منظور ارائه راهکارها و سیاستهای توسعه گردشگری پایدار در مناطق گردشگری از طریق گسترش صنعت گردشگری، شناخت عوامل چهار گانه (SWOT) در جهت رفع ضعفها، تهدیدها و بهبود قوتها و فرصتها اجتناب ناپذیر تلقی می گردد. بر این مبنا راهکار توسعه این این مناطق گردشگری با فهرست نمودن مهمترین نقاط قوت و فرصتها به منظور طرح راهبردهای تهاجمی مبتنی بر بهره گیری برتریهای رقابتی و تبیین مهمترین فرصتهای پیش رو به منظور رفع نقاط قوت و ضعف درون ناحیه ای از طریق ارائه راهبردهای بازنگری به منظور تخصیص مجدد منابع و طرح مهمترین قوتهای درون ناحیه ای به منظور رفع تهدیدهای بیرون ناحیه ای با تاکید بر راهبردهای تنوع بخشی در جهت رفع نیازمندیهای این شهرها و نیز طرح راهبردهای تدافعی به منظور رفع آسیب پذیری به مرحله اجرا گذاشته شد که نتایج تحقیق بیانگر آن است که در ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی (IE) راهبردهای محافظه کارانه به عنوان راهبردهای اجرا شدنی مطرح اند.

نتیجه گیری و پیشنهادات

افزایش روز افزون و گسترش گردشگری در مناطق مختلف دنیا سبب شده گردشگری به منزله بزرگ ترین صنعت جهان معرفی شود و توجه برنامه ریزان را به خود جلب کند. این صنعت به یکی از فعالیتهای اقتصادی که پتانسیل بالایی دارد تبدیل شده است که با نیروی قدرت مند خود سبب تغییرات در اقتصاد کشورهای توسعه یافته و کم تر توسعه یافته می شود. با رونق جهانی صنعت گردشگری، تعداد فزاینده ای از مناطق در کشورهای در حال توسعه اهمیت گردشگری را به منزله عامل مهم در توسعه اقتصاد منطقه ای درک کرده اند. سازمان جهانی گردشگری از کشورهای آسیا و اقیانوس آرام به منزله پتانسیلی بزرگ برای ورود به بازار صنعت گردشگری جهانی نام برده و با توسعه مدیریت یکپارچه گردشگری تا سال ۲۰۲۰ سالانه ۱۶ میلیارد دلار درآمد عاید این مناطق خواهد شد. بدین ترتیب، این صنعت یکی از ارکان مهم اقتصاد جهان کنونی را در بر می گیرد و سرمایه گذاری در این صنعت، پربازده ترین سرمایه گذاری ها محسوب می شود. این صنعت نوپا در سال های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، به سازی محیط، کمک به به سازی زیست گاه های حیات وحش، توسعه نواحی دارای جاذبه های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است. در شرایطی دهه اولیه قرن بیست و یکم به پایان رسیده است که هنوز توسعه منطقه ای در کشورهای در حال توسعه با چالش های متعددی مواجه است، زیرا راهبردهای گذشته در زمینه توسعه منطقه ای موفقیت آمیز نبوده و نتوانسته اند مسایلی هم چون فقر، اشتغال، بهداشت و پایداری محیط زیست را تأمین کنند. این راهبردها در

1 - Strengths opportunities

2 - Weakness opportunities

3 - Strengths threats

4 - Weakness strengths

بهره جستن از نقاط قوت، برای استفاده از فرصتها

بهره جستن از فرصتها، برای از بین بردن نقاط ضعف

احتراز از تهدیدها برای استفاده از نقاط قوت

کاهش نقاط ضعف برای پرهیز از تهدیدها

توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و سبب ایجاد مشکلات متعددی در این کشورها شده است. این مساله باعث شده است در سال های اخیر توسعه گردشگری به منزله یکی از راهبردهای توسعه منطقه ای مورد توجه قرار گیرد. جاذبه های منحصر به فرد گردشگری نقش تعیین کننده ای در موقعیت بالقوه گردشگری در هر منطقه بازی می کنند. جاذبه های طبیعی، جاذبه های فرهنگی، تاریخی و زیرساخت های مناسب حمل و نقل از عواملی اند که گردشگران به منزله مقصد توریستی انتخاب می کنند و برنامه ریزی برای شناسایی ویژگی های مقصد گردشگری باعث تنوع منطقه و رشد گردشگری و عامل محرکه ای حیاتی اقتصادی در هر منطقه می شود. کشور ما نیز با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره گیری از پشتوانه تاریخی تمدنی و فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت ویژه ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است، اما به لحاظ شکوفایی این کارکرد نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب کند. مقایسه کشورهایی که مهم ترین منابع اقتصادی خود را از گردشگری کسب می کنند، با ایران که بیش تر به درآمدهای ارزی حاصل از نفت متکی است، اهمیت اقتصادی توسعه گردشگری را در ایران نشان می دهد. اولویت بندی راهبردهای برنامه ریزی گردشگری پایدار شهرها از طریق تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی موثر بر گردشگری با استفاده از ماتریس سوات تعیین و مشخص گردید. باتوجه به موقعیت گردشگری مناطق گردشگری شهرها مطابق ماتریس داخلی و خارجی، استفاده از راهبردهای محافظه کارانه در اولویت اصلی تعیین گردیده است. دستیابی به الگوها و راهکارهای توسعه پایدار مستلزم شناخت علمی قابلیتها و تنگناها با دیدگاه ناحیه ای یکپارچه و بازساخت نواحی با نگرش سیستمی است. امروزه توسعه گردشگری در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به عنوان یک کاتولیزور موثر برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنها محسوب می گردد و به ویژه شاخه شهری آن جایگاه خاصی را در اقتصاد کشورها دارد و نقش فعال و موثری را در ارتقاء ساختار اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی کشورها بخصوص کشورهای در حال توسعه بازی می کند. ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای به ظاهر متروک و مرده به قصد زنده کردن جنبه های کهن جامعه از جمله آثار توسعه گردشگری شهری است. بنابراین ایجاد فضاهای جدید براساس فعالیتهای جدید و تاکید بر توسعه فعالیتهای گردشگری پایدار و ایجاد جاذبه های بیشتر برای ماندگاری گردشگران و گسترش امکانات و خدمات زیربنایی لازم و ضروری می باشد. در این پژوهش علاوه بر راهبردهای استخراج شده از ماتریس سوات در جدول فوق در ادامه به راهبردهای و استراتژیهای اساسی و آنچه که در اکثر مناطق و شهرهای توریستی و گردشگری کشور کارساز و مفید می باشد به صورت جدول ارائه شده است که در صورت مدیریت صحیح منجر به گردشگری پایدار خواهد شد:

همانطور که مشاهده می شود ضعفها و تهدیدهای مناطق گردشگری ناشی از عوامل انسانی است و نشان می دهد که سطح آسیب پذیری این مناطق از نظر توسعه و گسترش اکوتوریسم بالا است که با مدیریت مناسب می توان آنها را برطرف نمود. از این رو، در جهت توسعه گردشگری در همه مناطق گردشگری و کاستن میزان و شدت موانع پیش رو پیشنهادهایی ارائه می شود:

۱. در اولین گام، ضرورت دارد استراتژی توسعه گردشگری با مشارکت همه بازیگران و عوامل تأثیرگذار بر فرآیند توسعه گردشگری تعیین و مشخص شود.
۲. با توجه به پتانسیل های بالای گردشگری مناطق گردشگری لازم است به امر تربیت نیروهای متخصص در زمینه گردشگری در منطقه اهتمام بیش تر شود. به نظر می رسد وجود نیروهای متخصص می تواند بسیاری از ضعف های موجود را پوشش دهد. در این زمینه، پیشنهاد می شود در دانشگاه های آزاد و سراسری مستقر در سطح این مناطق گروه گردشگری تشکیل شود و به جذب دانشجو اقدام کند.
۳. فرآیند گردشگری، به ویژه در مراحل آغازین، نیاز دارد به شدت از طرف مسوولان دولتی مورد حمایت قرار گیرد، بر این اساس، اعطای وام های کم بهره، معافیت های مالیاتی، برگزاری کارگاه های آموزشی برای کارآفرینان ... می تواند برای سرمایه گذاران در عرصه گردشگری بسیار مفید و راهگشا باشد.

۴. امروزه جهان با ظهور فضای مجازی و فراگیر شدن وسایل ارتباط جمعی ویژگی خاص و منحصر به فردی یافته است، به طوری که دسترسی به این بسترها پیش شرط هر اقدامی برای توسعه می‌باشد. از این رو، پیشنهاد می‌شود شبکه ارتباطات با محوریت اینترنت و فراگیر شدن پوشش تلفن های همراه مورد توجه اکید سازمان های ذیربط قرار گیرد.
۵. مشارکت شهروندان و جامعه محلی در فرآیند برنامه ریزی و توسعه گردشگری باید یک رکن اساسی تلقی شود و بی شک فرآیند توسعه گردشگری بدون حضور و مشارکت فعالانه گردشگران به درستی محقق نمی‌شود. در این زمینه، لازم است نحوه تعامل صحیح با گردشگران به شهروندان آموزش داده شود. پیشنهاد می‌شود این آموزش ها از سطوح پایه، مانند پیش دبستانی و دبستان صورت گیرد.
۶. مسوولان محلی باید امکانات زیربنایی توسعه گردشگری را مطابق میل و رضایت گردشگران تقویت و فراهم کنند.
۷. با توجه به آن که دسترسی به بانک ها و مؤسسات مالی به منزله یک ضرورت در جوامع امروزی مطرح است، لازم است تنوع بانک ها و خدمات آن ها در این مناطق افزایش یابد. هم چنین، در اماکن و سایت های گردشگری پرتردد نصب و راه اندازی دستگاه های خودپرداز یک اقدام مفید و ضروری در راستای خدمات دهی به گردشگران و خدمات دهندگان است.
۸. تبلیغات و برندسازی در زمینه پتانسیل ها و جاذبه های گردشگری باید به منزله یک هدف اساسی مورد توجه همه مدیران و شهروندان باشد.

جدول (۳): راهبردهای و استراتژیهای اساسی توسعه پایدار برای اکثر مناطق توریستی و گردشگری

استراتژی محافظه کارانه	<p>- بهره گیری از روحیه تعاون و همکاری مردم محلی جهت حفظ و بهبود محیط زیست</p> <p>- بهره گیری از کمک های سرمایه گذاران و فعالان صنعتی در راستای افزایش تبلیغات گردشگری</p> <p>- بهره برداری بهینه از تمایل مسافران استان های مجاور برای سفر به این شهرها و در صورت امکان جذب سرمایه های خارجی جهت برنامه ریزی و ایجاد تاسیسات توریستی در منطقه</p> <p>- ایجاد تسهیلات و امکانات رفاهی برای مسافران بین راهی و تشویق آن ها برای بازدید از این شهرها</p> <p>- توسعه تاسیسات و امکانات مناسب مثل هتل، رستوران در نزدیکی جاذبه های طبیعی و ایجاد مشاغل جدید</p> <p>- استفاده از قابلیت های منطقه برای جذب توریسم ورزشی در زمینه کویر نوردی، سنگ نوردی، کوه نوردی و....</p> <p>- استفاده از آثار تاریخی و چشم انداز زیبا در جهت هر چه بیش تر شناخته شدن در کشور و جهان</p> <p>- گسترش اقسام مختلف گردشگری در این شهرها از قبیل گردشگری تاریخی و فرهنگی، گردشگری مذهبی، و گردشگری سلامت و اکوتوریسم</p> <p>- تاکید بر توسعه گردشگری طبیعی (اکوتوریسم) و فرهنگی به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری</p>
استراتژی رقابتی	<p>- برگزاری سلسله جلساتی در راستای توجیه مسوولان و مردم در زمینه گردشگری و فواید و اثرات مثبت آینده آن برای جامعه</p> <p>- جلوگیری از تخریب بافت تاریخی غنی شهر با تعریف مسیرهای پیاده گردشگری و جلوگیری از ورود وسایل نقلیه گردشگران افزایش دادن سرمایه در گردش و خروج از رکود سرمایه در شهر از طریق تصویب قوانین تضمین سود سرمایه و در نتیجه کاهش تورم</p> <p>- استفاده از روحیه تعاون و همکاری مردم و ترغیب آن ها جهت ایجاد NGOهایی در راستای حفاظت محیط زیست</p> <p>- توسعه دفاتر خدمات مسافرتی و تورهای مسافرتی توسط بخش خصوصی با تاکید بر مشارکت افراد بومی جهت توسعه گردشگری</p> <p>- شناسایی و جلوگیری آن دسته از اقدامات نامطلوب که بر محیط زیست و اکوسیستم منطقه تأثیر منفی می تواند داشته باشد</p> <p>- تنوع بخشی و افزایش برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی و فرهنگی، ویژگی های معماری و آداب و رسوم منطقه و شرکت فعالانه در سمینارها، جشنواره ها و نمایش گاه های مختلف در سطح ملی و بین المللی</p> <p>- آموزش به مردم منطقه و گردشگران برای حفاظت از محیط طبیعی و آثار تاریخی با ارزش</p>

<p>- استفاده از توانایی های منطقه برای جذب سرمایه گذاری در منطقه و کاهش محرومیت منطقه</p> <p>- معرفی توانایی های اکوتوریسم و ژئوتوریسم منطقه و اهمیت آن به مسوولان و سرمایه گذاران برای توجه بیشتر مسوولان و سرمایه گذاری بیش تر</p> <p>- ظرفیت پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان های مختلف توریستی منطقه در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد با این مکان ها و جاذبه ها و جلوگیری از تخریب آن ها</p>	
<p>- توسعه گردشگری و توجیه مسوولان در راستای توسعه موجب برچیده شدن برخی از صنایع مضر و آلاینده خواهد شد و نیروی کار آزادشده حاصل از آن را می توان در بخش گردشگری استفاده کرد.</p> <p>- بازننگری به توان مندی های بخش خصوصی در ساخت و تجهیز اقامت گاه ها و مراکز پذیرایی در جهت ارتقاء سطح کیفی گردشگری در شهر</p> <p>- از آن جا که توسعه گردشگری و بودجه های حاصل از آن موجب افزایش سطح سواد و تسلط مردم محلی برای زبان های خارجی می شود و پیرو آن توسعه در سایر زمینه ها را نیز فراهم خواهد آورد، پس باید از این فرصت استفاده و مردم محلی را به فراگیری علم و زبان های خارجی ترغیب کرد.</p> <p>- استفاده از نیروی متخصص در جهت برنامه ریزی و توسعه اکوتوریسم و راهنمایی گردشگران</p> <p>- گردشگری می تواند به منزله عاملی در راستای توسعه روابط خارجی باشد و به عنوان یک عامل برای خروج از تشنج کنونی در روابط خارجی استفاده شود.</p> <p>- بازننگری در نوع مشارکت دهی به جوانان در فعالیت های گردشگری و افزایش نقش و سازماندهی این جمعیت منطقه به صورت هدف مند و سازمان دهی شده در احیای گردشگری شهر</p> <p>- آموزش و فرهنگ سازی مناسب در زمینه اکوتوریسم و ژئوتوریسم و هدف و مزایای آن برای مردم و مسوولان</p> <p>- بازننگری در نوع نگرش به گروه و سازمان های محلی (NGO) با هدف آموزش همگانی به منظور ترویج آموزش های مربوط به فعالیت های گردشگری</p> <p>- جذب سرمایه گذاران جهت سرمایه گذاری و ایجاد مکان های اقامتی و خدماتی</p>	استراتژی های نهایی
<p>- تعریف مسیرهای گردشگری و جلوگیری از پراکندگی جاذبه های گردشگری، زیرا پراکندگی جاذبه های گردشگری سبب هدر رفتن انرژی و افزایش هزینه های گردشگران خواهد شد.</p> <p>تخصیص بودجه و جلب مشارکت مردم جهت کنترل و کاهش آلودگی های محیط زیستی و آسیب رساندن به محیط طبیعی به دلیل ورود زیاد گردشگران</p> <p>- از آن جا که استفاده از هر نوع فناوری نیازمند فرهنگ خاص خود است و عدم توجه به این مورد موجب اثرات منفی بلندمدتی در آینده خواهد شد، باید توجه کرد که تمرکز صرف بر روی گردشگری و عدم توجه به سایر بخش ها موجب آثار و عوارض کنونی خواهد شد و به نوعی مجددا وارد اقتصاد تک محصولی خواهد شد.</p> <p>- جلب مشارکت های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی و فرهنگی گردشگری و جلوگیری از تخریب به عرصه های طبیعی و محیط زیستی</p> <p>- استفاده از نیروهای متخصص جهت معرفی و تبلیغ قابلیت ها و توان مندی های اکوتوریسمی و ژئوتوریستی منطقه از طریق تلویزیون، اینترنت و ...</p> <p>- برگزاری کنفرانس ها و سمینارهایی در جهت شناساندن زمینه های سرمایه گذاری و نحوه و میزان بازگشت سرمایه و چگونگی حمایت های دولتی از بخش خصوصی در پروژه های گردشگری در شهر</p> <p>- حفاظت از جاذبه های طبیعی و بازسازی آثار و ابنیه تاریخی</p> <p>- آموزش اهمیت اکوتوریسم و ژئوتوریسم به مردم و مسوولان جهت سرمایه گذاری و بهره برداری</p> <p>- ایجاد زمینه لازم جهت گسترش مشارکت قشر جوان و تحصیل کرده در ایجاد و توسعه فعالیت های مربوط به گردشگری</p>	استراتژی تدافعی

منابع

۱. استعلاجی، علیرضا و اللهقلی نژاد، مهناز. برنامه ریزی توسعه پایدار با تأکید بر گردشگری مطالعه موردی سرعین و روستاهای اطراف، فصلنامه جغرافیا، سال نهم، شماره ۳۰، پائیز ۱۳۹۰.
۲. بوسله، معرفهای توسعه پایدار: نظریه ها روشها و تجربیات (۱۳۸۶) ترجمه علی بدری و عبدالرضا رکن الدین افتخاری تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۳. رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۹)، فرهنگ مفاهیم و اصطلاحات برنامه ریزی و توسعه روستایی، چاپ اول، انتشارات جهاد دانشگاهی، واحد تهران.
۴. سعیدی، عباس (۱۳۷۷) مبانی جغرافیای روستایی، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
۵. صیدائی، سیداسکندر، (۱۳۸۸)، برنامه ریزی روستایی در ایران، چاپ اول، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان.
۶. مطیعی لنگرودی، حسن (۱۳۸۶). برنامه ریزی روستایی با تأکید بر؟؟؟، چاپ سوم، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد.
۷. هزار جریبی ج و کرمی م، (۱۳۹۰)، برنامه ریزی راهبردی گردشگری در نواحی البرز مرکزی (مطالعه موردی: روستای افجه استان تهران) فصلنامه مسکن محیط روستا، شماره ۱۳۶، سال ۳۰.
۸. مدهوشی، مهرداد و همکاران (۱۳۸۶)، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصل نامه علمی پژوهشی بازرگانی، شماره ۲۸.
۹. یاسوری، مجید (۱۳۸۶) مقدمه ای بر اقتصاد روستایی با تأکید بر بخش کشاورزی، چاپ اول، انتشارات آستان قدس رضوی، مشهد.
۱۰. کارگر، بهمن، ۱۳۹۳، راهبردهای برنامه ریزی، جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی: روستای ابیانه)، مجله اطلاعات جغرافیایی سپهر، دوره ۲۳، شماره ۹۰: ۸۱-۷۳.
۱۱. قرخلو، مهدی، رمضانزاده لسبویی، مهدی و گلین شریف دینی، جواد. ۱۳۸۸. اثرات زیست محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر، مجله نگرش های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، شماره ۳. 1-12:
۱۲. میرزائی، روزبه و ترابیان، پونه، ۱۳۹۰، گردشگری: اثرات، برنامه ریزی و مدیریت (ترجمه، نوشته میسون، پیترو). انتشارات ترمه، ۳۲۰ صفحه
۱۳. ضیایی، محمود و ترابیان، پونه. ۱۳۸۹. سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران مورد مطالعه سکونتگاه های روستایی حوزه تالاب پریشان، نشریه جغرافیا، شماره ۲۷: ۲۲۵-۲۰۵.
۱۴. علیزاده، کتایون. ۱۳۸۲. اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست محیطی بخش طرقله در شهرستان مشهد، پژوهش های جغرافیایی، دوره ۳۵، شماره ۱: ۵۵-۷۰.
۱۵. ضرابی، اصغر و اسلامی پری خانی، صدف. 1390. سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیط زیستی توسعه گردشگری (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر)، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره 37-52:
16. Lynch, Kenneth (2000) Rural. Urban interaction in the developing world. Kingston University, London UN WTO, Tourism Highlights 2007 Edition (www. Unwto, com), 2007.
17. Hall, C. M., Page, S. J. (1999). The Geography of Tourism and Recreation. London: Routledge.
18. Hall, C.M., Page, S. J. (2001). Tourism and Recreation. London: Rout ledge.
19. Hansen, M. (2002). Environmental Regulations of Transnational Corporations: Needs and Prospects. In P. Utting
20. (ed.), People, Power and the Environment, (pp 32-41). New York: UN Researcher Institute for Social Development.