



انجمن جغرافیا و نقشه‌نگاری ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه‌ریزی مناطق مرزی ایران «توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان - زاهدان - آبان ۱۳۹۵

نقش کلیدی آموزش در توسعه گردشگری جنوب شرق کشور

فرزانه تومانی^{۱*}، محسن جان پرور^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد

farzanehtoomani@yahoo.com

۲- استادیار جغرافیای سیاسی دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

با توجه به حجم بالای مسافران، گردشگری و جهانگردی توانسته است خود را به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع در دنیا معرفی نماید. افزایش شمار گردشگران موجب رشد و توسعه مناطق می‌شود. آموزش مهم‌ترین رکن برنامه‌ریزی جامعه است و نوعی سرمایه‌گذاری مفید و یک عامل کلیدی در توسعه گردشگری محسوب می‌شود. منطقه جنوب شرق کشور به علت قاجاق کالا، کمبود زیرساخت‌های توسعه و غیره از نامی برخوردار است و این منطقه به علت جذابیت‌های گردشگری دارای اهمیت است. بر این مبنا، مقاله حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای در پی آن است که به بررسی نقش آموزش در توسعه صنعت گردشگری جنوب شرق کشور بپردازد. نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان‌دهنده آن است که آموزش می‌تواند موجب رشد و توسعه صنعت گردشگری شود. با توجه به رشد و توسعه صنعت گردشگری، آموزش نیروی انسانی در این صنعت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برای ایجاد امنیت، توسعه زیرساخت‌ها، توسعه برنامه‌های آموزشی برای کارکنان شاغل در گردشگری، اطلاع‌رسانی بومی در مورد اهمیت گردشگری و انجام تبلیغات در خارج از کشور می‌توان از آموزش‌های رسمی و غیررسمی برای رسیدن به این اهداف استفاده نمود و صنعت گردشگری را رونق و توسعه بخشید. همچنین، از طریق آموزش و تبلیغات می‌توان نگرش گردشگران خارجی را نسبت به مناطقی که جذابیت‌های گردشگری دارند، تغییر داد.

واژه‌های کلیدی: آموزش، توسعه، گردشگری (توریسم)، جنوب شرق کشور.

۱- مقدمه

گردشگری، نظامی مرکب از گردشگران و خدمات مرتبط با آنان است به نحوی که در تحرک و جابه‌جایی آنان تسهیل شود. پیش‌نیازهای گردشگری جذابیت‌های گردشگری، تسهیلات، دسترسی، انگیزش و توانایی سفر است. با توجه به حجم بالای مسافران در سال‌های اخیر، گردشگری و جهانگردی توانسته است خود را به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع در دنیا معرفی نماید. افزایش شمار گردشگران موجب رونق گرفتن کسب‌وکار و افزایش درآمد شرکت‌ها و مؤسسات می‌شود که در این عرصه فعالیت می‌کنند. توسعه گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری برای مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و اجتماعی می‌شود. به طوری که درآمد حاصل از جهانگردی و گردشگری به همراه حمل‌ونقل و مسافران در حدود ۱۷ درصد کل صادرات دنیا را تشکیل می‌دهد. صنعت



انجمن جغرافیا و مناطق مرزی ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران «توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

گردشگری پس از اتمام جنگ جهانی دوم، با گسترش شهرنشینی، کاهش ساعات کار، توسعه روزافزون راه‌ها و شبکه‌های حمل‌ونقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحولی شگرف یافت، به طوری که امروزه گردشگری به یک پدیده و از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است. به علت ویژگی‌های منحصر به فرد گردشگری، این صنعت از سوی دانشمندان و صاحب‌نظران به صادرات پنهان شهرت یافته است. کشور ایران با پیشینه تمدنی کهن و جاذبه‌های متنوع تاریخی، فرهنگی و زیست‌محیطی هنوز از مزایای این صنعت در جایگاه و سهم متناسب با خود استفاده نکرده است و با وجود اینکه در تمامی برنامه‌های توسعه سال‌های اخیر، به رهایی از اقتصاد تک‌محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده، ولی در مقام عمل موفقیتی در این زمینه به دست نیاورده است. رشد و توسعه صنعت گردشگری در ایران به‌عنوان یکی از راهکارهای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی و متنوع‌سازی منابع درآمد کشور، باید بیش از پیش مورد توجه برنامه ریزان و سیاست‌گذاران کشور قرار گیرد.

آموزش نوعی سرمایه‌گذاری مفید و یک عامل کلیدی در توسعه محسوب می‌شود و چنانچه به درستی و شایستگی برنامه‌ریزی و اجرا شود می‌تواند بازده اقتصادی قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. با رشد صنعت گردشگری، نیاز به جذب و آموزش نیروی انسانی در این صنعت انسان‌محور، اهمیت ویژه‌ای یافته است. واضح است که تنها فراوانی نیروی انسانی نمی‌تواند ضامن عملکرد خوب برای دستیابی به اهداف این بخش باشد؛ بلکه علاوه بر تعداد، میزان دانش نظری و آشنایی خدمات‌دهندگان با مهارت‌های حرفه‌ای نیز تعیین‌کننده است. بنابراین تدوین و اجرای استراتژی منابع انسانی صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش مهم‌ترین نقش را در این راستا ایفا می‌کند. در این راستا و با توجه به این مطالب، هدف مقاله حاضر بررسی نقش آموزش در توسعه گردشگری در منطقه جنوب شرق کشور است.

۲- روش تحقیق

روش اصلی تحقیق حاضر، با توجه به ماهیت نظری آن توصیفی-تحلیلی است. بر این اساس در این تحقیق سعی شده است علاوه بر تصویرسازی درست از آموزش و توسعه گردشگری به تشریح و تبیین جایگاه آموزش بر توسعه گردشگری در جنوب شرق کشور بپردازد. در این تحقیق برای گردآوری و فیش‌برداری از اطلاعات کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شده است.

۳- مباحث نظری

۳-۱- آموزش

آموزش کلیه‌ی مساعی و کوشش‌هایی است که جهت ارتقاء سطح دانش و آگاهی، مهارت‌های فنی و حرفه‌ای و شغلی و همچنین ایجاد رفتار مطلوب در کارکنان یک سازمان جهت آماده کردن آنان برای انجام وظایف و مسئولیت‌های شغلی صورت می‌گیرد. بی‌تردید، آموزش در زندگی بشر از اهمیت ویژه برخوردار است چرا که آموزش، سازندگی، بهبود و تعالی انسان را به همراه دارد. مقام شامخ انسان در پرتو آموزش صحیح، متجلی می‌شود و در مقابله با آفات عظیم اجتماعی از قبیل خرافات و نیز وابستگی در ابعاد مختلف فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مصونیت می‌یابد و استعدادهای او از این طریق شکوفا می‌گردد. با وجود این، آموزش یکی از پیچیده‌ترین وظایف در اداره‌ی امور هر سازمان است (بهروزی، ۱۳۸۴: ۱).

۳-۱-۱- انواع آموزش



انجمن پژوهش‌ها و مطالعات آموزشی ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن خرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

«آموزش‌های رسمی»، با اهداف و محتوای مشخص از قبل تدوین شده، آموزش کودکان، نوجوانان و جوانان را به عهده دارند. این آموزش‌ها در قالب فعالیت نهادها و سازمان‌های رسمی آموزشی همچون مدرسه و دانشگاه قابل شناسایی است. در این راستا، وجود کتاب‌های درسی مصوب و برنامه‌های درسی مشخص و از قبل تدوین شده و نیز وجود معلم و متعلم در فضاهای آموزشی، از جمله مهم‌ترین شاخص‌ها و ملاک‌های شناسایی آموزش رسمی تلقی می‌شود.

«آموزش‌های غیررسمی» بر خلاف آموزش‌های رسمی، الزاماً با کتاب‌های درسی مصوب و سرفصل‌ها و برنامه‌های درسی مشخص و معین همراه نیستند و در این آموزش‌ها، کار انتقال پیام‌های آموزشی و تربیتی، از طریق رسانه‌های ارتباطی و مراکز غیررسمی در امر آموزش به انجام می‌رسد. آموزش غیررسمی در سطح بسیار وسیعی در ایران ارائه می‌شود و از عمده‌ترین آن‌ها می‌توان به برنامه‌ها و فعالیت‌های هنری صداوسیما جمهوری اسلامی، مساجد کشور، شهرداری‌ها، نهضت سوادآموزی و... اشاره کرد (باقری، ۱۳۸۷: ۳).

۳-۲- توسعه

صاحب‌نظران علوم اقتصادی به‌عنوان نخستین گروه‌هایی که به امر توسعه پرداخته‌اند توسعه را عبارت از رشد اقتصادی می‌دانند و سعی دارند کل مفهوم توسعه را در مفهوم توسعه اقتصادی خلاصه کنند. اندیشمندان علوم سیاسی، توسعه را از دیدگاه خود به‌عنوان توسعه سیاسی موردنظر دارند و برخی دیگر از اندیشمندان علوم اجتماعی، توسعه را توسعه‌ی اجتماعی و فرهنگی تفسیر کرده‌اند و به توسعه فرهنگی توجه خاصی کرده‌اند. تعدادی دیگر از اندیشمندان نیز، توسعه را پدیده‌ای چند بعدی، پیچیده و شامل جنبه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی یا سیاسی جامعه می‌دانند و تقدم تأخیری برای هیچ‌یک از این جنبه‌ها قائل نمی‌شوند و تأکید بر یکی از آن‌ها را مردود می‌شمارند (عندلیب، ۱۳۸۰: ۹-۸). اگر چه توسعه و نوسازی یک پدیده عینی اقتصادی- سیاسی است لکن در ارزیابی آن‌ها تنها نمی‌توان به شاخص‌های کمی بسنده کرد بلکه باید تغییرات کیفی اساسی در ساخت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز مدنظر قرار گیرد؛ بنابراین، هدف توسعه نمی‌تواند صرفاً جنبه اقتصادی آن و بالا بردن رشد تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه باشد، بلکه توسعه فرآیندی از تغییر و دگرگونی است که نه تنها در زمینه‌ی اقتصادی بلکه در زمینه‌ی سیستم اجتماعی، سازمان سیاسی و سرانجام ضوابطی که رفتارهای انسانی را در جامعه رهبری می‌کند، نیز اثر می‌گذارد؛ به عبارت دیگر، توسعه به معنای ارتقاء مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به‌سوی زندگی بهتر و یا انسانی‌تر است. اساساً توسعه دارای مفهوم گسترده‌تری می‌باشد. رشد متضمن معنای بسیط زیرساخت اقتصادی است ولی توسعه علاوه بر آن، مستلزم شکوفایی همه ابعاد حیای انسانی است. توسعه در معنای زیستی به معنای گسترش و شکوفایی می‌باشد و از دیدگاه اجتماعی، رشدی هماهنگ و موزون در همه ابعاد مادی، روانی و معنوی را می‌رساند. توسعه یک فرآیند بسیار پیچیده است که لازمه آن جامع‌نگری در طراحی و بهینگی نهادها در جهت‌دهی فرآیند است. اتخاذ سیاست‌ها در فرآیند توسعه حساس است زیرا یک تصمیم می‌تواند متضمن نتایج مختلف در بخش‌های متفاوت جامعه باشد؛ از این رو نگرش سیستمی در این مورد کاربرد دارد (نظاق‌پور، صوری: ۶-۵).

۳-۳- گردشگری یا توریسم

گردشگری پدیده‌ای است کهن که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج با طی مراحل تاریخی مختلف به موضوع فنی، اقتصادی و اجتماعی خود رسیده است. امروزه صنعت گردشگری در دنیا به یکی از منابع مهم درآمدی و یک فعالیت عظیم اقتصادی تبدیل گشته است. به نحوی که بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه از صنعت گردشگری به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. گردشگری می‌تواند باعث تحولاتی از لحاظ اقتصادی، اجتماعی در یک جامعه شود (زردان، منصوربهمنی، ۱۳۹۴: ۶).



انجمن جغرافیا و مناطق مرزی ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان - زاهدان - آبان ۱۳۹۵

توریسم واژه‌های فرانسوی از ریشه «تورگو» گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای زیر آمده است: حرکت دور این (چرخش)، عمل پیمودن، سیرکردن و گردش نمودن. واژه‌ی توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله‌های انگلیسی به کار برده شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلای، ۱۳۸۰: ۲۰). از آن زمان تاکنون معانی و تعاریف متعددی از طریق صاحب‌نظران ارائه شده است که در اینجا به ارائه تعریف گردشگری می‌پردازیم:

«گردشگر کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزش یا زیارت، به جایی غیر از مکانی که در آن اقامت دارد سفر می‌کند، مشروط بر این که حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد». گردشگری عبارت است از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره‌برداری از لذت‌های گردشگری (صیدایی، هدایتی مقدم، ۱۳۸۹: ۱۰۰-۹۹).

فعالیت‌هایی که یک شخص در مکانی خارج از محیط معمول زندگی خود برای کمتر از یک دوره زمانی مسافرت نموده و هدف مهم و اصلی‌اش از مسافرت چیزی غیر از انجام فعالیت‌هایی برای به دست آوردن سود و درآمد از منطقه بازدید شده می‌باشند. در فرهنگ لغات فارسی، گردشگری را چنین تعریف کرده‌اند: در سفر کردن و شناخت؛ مسافرت برای تفریح و سرگرمی؛ و سفری که در آن مسافر به مقصدی می‌رود و سپس به محل سکونت خود بازمی‌گردد.

۳-۴- محیط‌شناسی تحقیق: جنوب شرق کشور

استان سیستان و بلوچستان در جنوب شرق ایران واقع شده است. این استان از شمال به خراسان و از جنوب به دریای عمان، از خاور به کشور افغانستان و پاکستان و از باختر به استان کرمان و هرمزگان محدود می‌شود. وسعت آن حدود ۱۸۱۷۸۵ کیلومترمربع است که ۸۱۱۷ کیلومترمربع آن مربوط به سیستان و ۱۷۳۴۷۸ کیلومتر متعلق به بلوچستان است که ۱۹٪ وسعت کل کشور را در برمی‌گیرد و از جمله خشک‌ترین استان‌های کشور بشمار می‌رود (حافظ‌نیا و کاویانی، ۱۳۸۵: ۲۷). دارای حدود ۱۲۰۰ کیلومتر مرز با دو کشور افغانستان و پاکستان و ۳۰۰ کیلومتر نوار ساحلی با دریای عمان دارد و پهناورترین استان کشور است. نقطه مرزی مشترک ایران با دو کشور افغانستان و پاکستان، خط الراس ملک سیاه کوه در دهستان حرمک شهرستان زاهدان است. بیشتر بخش‌های استان را کوهستان‌ها تشکیل داده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: کون تفتان، کوه خواجه، کوه بزمان، کوه بیرگ و... بر اساس جدیدترین تقسیمات کشوری تا اوایل ۱۳۹۲ استان سیستان و بلوچستان دارای ۱۸ شهرستان، ۳۷ شهر، ۴۷ بخش، ۱۱۱ دهستان و حدود ۹۲۸۵ روستا است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ استان سیستان و بلوچستان دارای ۲۵۳۴۳۲۷ نفر جمعیت بوده است. در دهه‌ی ۸۵-۱۳۷۵ تغییر نرخ رشد جمعیت استان در اوایل دهه، ۳/۳۹ درصد بوده که بالاترین نرخ رشد جمعیت کشور را داشته است. علت رشد سریع جمعیت استان در مقایسه با جمعیت کشور، علاوه بر بالا بودن مولید، ورود مهاجران خارجی از کشورهای مجاور است.

زبان مردم در استان سیستان و بلوچستان فارسی دری است که به صورت شکسته تلفظ می‌شود. لهجه‌ی سیستانی به زابلی (زاولی) معروف است که ریشه‌ی زبان فارسی و یادگار هخامنشیان و اوستا است. زبان و لهجه‌ی بلوچی از جمله گویش‌های مهم ایران است که در اثر دشواری رفت‌وآمد در قرن‌های گذشته و ناآمیختگی با دیگر لهجه‌ها، صورت اصلی کلمات و لغات اصیل این گویش محفوظ مانده است. زبان بلوچی در میان لهجه‌های مختلف پارسی، قدیمی‌ترین شکل و ترکیب را داراست. امروزه اکثریت مردم این منطقه مسلمان‌اند که به دو مذهب شیعه‌ی دوازده امامی و سنی حنفی تقسیم می‌شوند (میر و میرشکاری، ۱۳۹۲: ۵۹-۲).

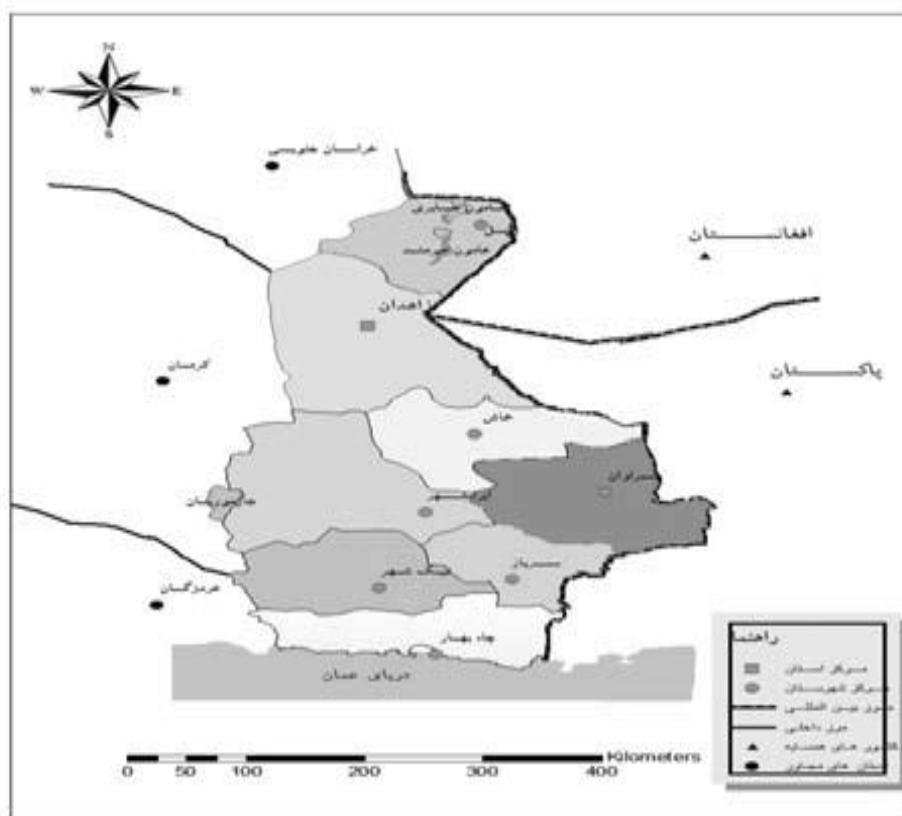


نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران «توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

بخشی از این استان شامل چاله کویری لوت می باشد. در مجموع اقلیم این استان از نوع آب و هوای بیابانی است. حداکثر نزولات جوی مربوط به شهرستان خاش و زاهدان با میانگین سالیانه ۱۲۰ میلی متر و کمترین مقدار آن مربوط به شهرستان زابل با متوسط سالیانه ۵۱ میلی متر است (حافظنیا و کاویانی، ۱۳۸۵: ۲۷).



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی سیستان و بلوچستان

احمدی پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۳

۴- یافته های تحقیق

۴-۱- نقش آموزش در توسعه امنیت و گردشگری

موفقیت و رشد پایدار گردشگری در گرو عملکرد مناسب چرخه گردشگری و عناصر متعددی است که روی هم رفته سیستم گردشگری را تشکیل می دهند. این مؤلفه ها هر یک در سیستم مذکور اهمیت خاصی داشته و با سایر مؤلفه ها ارتباط تنگاتنگی دارند. یکی از مهم ترین این فاکتورها که رونق و توسعه گردشگری در گرو آن است، «امنیت گردشگران و مقصدهای گردشگری» است. اصولاً تا امنیت برقرار نباشد، سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از گردشگری، بیهوده خواهد بود. هرگاه در سطح جامعه جهانی بستری مناسبی فراهم باشد، افراد سفر می کنند و اگر گردشگری نسبت به مقصدی احساس ناامنی داشته باشد، هرگز به آنجا سفر نمی کنند.



نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند؛ بنابراین گام اول در بهبود صنعت توریسم در ایران برقراری و تضمین امنیت فراگیر، هم در بعد داخلی و ملی آن است. اکنون کارشناسان گردشگری براین باورند که رابطه امنیت و گردشگری باید مورد توجه قرار گیرد؛ به طوری که تعریف جدید از امنیت ملی در سایه حضور گردشگری خارجی و شناخت واقعیت‌های داخلی و انتقال آن‌ها به خارج یک ابزار ضروری و لازم است. به این ترتیب امنیت داخلی و ملی شاخص‌ترین عامل گسترش در هر کشوری است که می‌خواهد خود را مشخصات کشورهای پیشرو در امر توریسم تطبیق دهد. با سیاست تنش‌زدایی در روابط خارجی می‌توان زمینه مساعدی برای جلب گردشگری کمک کرد؛ بنابراین ضرورت دارد که جاذبه‌های گردشگری در خارج از مرزها به نحو مطلوب تبلیغ گردد و زمینه‌های لازم برای سهولت رفت و آمد گردشگری خارجی فراهم آید (لطفی‌فر، یغفوری، ۱۳۹۱: ۴-۳).

منطقه جنوب شرق کشور به علت وجود بافت قومی یکسان در دو طرف مرز ایران و پاکستان، مشکلات کشور همسایه، وجود پدیده قاچاق، کمبود زیرساخت‌های اقتصادی در مناطق مرزی، شاهد بروز ناامنی بوده است و با توجه به اینکه آموزش مهم‌ترین رکن برنامه‌ریزی جامعه است، می‌تواند به برقراری نظم و امنیت در جامعه کمک کند و با تحت آموزش قرار دادن افراد و سپردن برخی مسئولیت‌ها به آن‌ها و آگاه کردن آنان نسبت به قوانین و مقررات جاری، رسیدن به جامعه ایمن را پایه‌گذاری کند. آموزش نقش پایدار و اثربخشی در ایجاد امنیت اجتماعی جامعه و رهیافت‌های مربوط به آن ایفا می‌کند و از طریق آموزش می‌توان بسیاری از خطرات اجتماعی را کاهش داد و به این ترتیب اشکال مختلف امنیت اجتماعی به صورت استانداردهای اجتماعی در جامعه متجلی می‌گردد. یکی از مهم‌ترین عواملی که باعث افول توریسم در هر کشور می‌شود، فقدان امنیت در آن کشور است؛ به عبارت دیگر با گسترش ناامنی در ابعاد جانی و مالی، میزان تمایل جهانگردان، کاهش خواهد یافت. به منظور تحقق این هدف لازم است ضمن ارتقای امنیت در کشور با استفاده از وسایل ارتباطی و رسانه‌های بین‌المللی، وجود امنیت در کشور را به سمع و نظر مردم و جهانگردان همه کشورهای جهان رساند تا تصویر نادرست فقدان امنیت در کشور، مانع از رشد و توسعه صنعت توریسم نشود و بتوان با توجه به امنیت در کشور به توسعه صنعت گردشگری پرداخت که موجب رشد و گسترش اقتصاد کشور می‌شود به همین دلیل به صنعت گردشگری صادرات پنهان هم می‌گویند.

۴-۲- نقش آموزش در توسعه زیرساخت‌ها

نواحی مرزی به دلایل دوری از مرکز، انزوای جغرافیایی، توسعه‌نیافتگی و ... تفاوت فاحشی از نظر برخورداری از رفاه و توسعه با مراکز مرکزی دارند و از گذشته‌های دور مناطق مرزنشین به دلیل ناتوانی‌های بالقوه، جزء مناطق منزوی و محروم به حساب می‌رفته است. بنابراین شهرهای واقع در این مناطق بسیار محدود و از توسعه‌ی پایینی برخوردارند. با توجه به جذابیت‌های گردشگری این مناطق، می‌توان از طریق آموزش به توسعه زیرساخت‌ها پرداخت. یکی از دلایل مهم افزایش گردشگری وجود پیشرفت‌های شگرف فناوری صورت گرفته در عرصه حمل و نقل است. مسلم است که آسان بودن ورود به یک کشور یا یک منطقه بسیار حائز اهمیت است؛ بنابراین گسترش زیرساخت‌های حمل و نقل یکی از مهم‌ترین اقدامات دولت‌ها برای گسترش گردشگری است.

ظرفیت و کارایی پایین و بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با بخش گردشگری کشورمان، از جمله شبکه حمل و نقل شهری، زمینی، دریایی، هوایی و راه‌آهن، تأسیسات اقامتی و پذیرایی و مشکلات ناشی از نبود امکانات مناسب در مبادی ورودی گردشگران، کمبود تجهیزات ارتباطی، تجهیزات پزشکی و درمانی، هتل‌ها، رستوران‌ها، تسهیلات ورزشی و تفریحی و ... از جمله موانع و مشکلات بزرگ در راه توسعه گردشگری به شمار می‌روند (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۰).



انجمن جغرافیا و مناطق مرزی ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

همچنین برای توسعه زیرساخت‌ها می‌توان از طریق آموزش افراد به تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در مناطقی که دارای جاذبه‌های گردشگری می‌باشد، ایجاد پایانه‌های حمل‌ونقل مسافرتی و جاده‌ها، تسهیلات اقامتی، پزشکی، ورزشی و تفریحی، ساخت و مرمت شهرک‌های تاریخی و باستانی و ... پرداخت و موجب رشد و توسعه پدیده گردشگری شد و با توجه به توسعه زیرساخت‌ها تعداد گردشگران طی زمان افزایش پیدا خواهد کرد.

۳-۴- توسعه برنامه‌های آموزشی برای کارکنان شاغل در صنعت گردشگری

از آنجا که جهانگردی یک فعالیت خدماتی است که کارکنان آن را ارائه می‌کنند، بنابراین توجه به آموزش و ارتقا دانش آنان یکی از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به شمار می‌رود. با توجه به این که گردشگری بسیار متأثر از ارتباط دو سویه میان میزبان و مهمان بوده و بدون شک محصول این ارتباط تجربه‌ای فراموش‌نشدنی است و منجر به تصمیم‌گیری در مورد تجربه مجدد و یا عدم تکرار آن است نقش سطح فرهنگ و نحوه برخورد مردم با گردشگران در این زمینه می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد. این امر در مورد کارکنان از اهمیت بیشتری برخوردار است. کارمند هتل، فروشنده آژانس مسافرتی، مدیر یک مهمان‌سرای جهانگردی و غیره، همه در این وجه از کار که ارائه نوعی خدمت است، با هم مشترک هستند و بر چگونگی ارتباط با گردشگران خارجی به شدت تأثیرگذار خواهند بود. با توجه به رقابت شدید کشورها در جلب گردشگران نه تنها در برآورده ساختن نیازها، بلکه کیفیت به گردشگران مهم است. از سوی دیگر، سطح عمومی آموزش و فرهنگ مردم جامعه بر جلب گردشگران بسیار تأثیرگذار خواهد بود. به همین منظور از شاخص هزینه‌های دولت در زمینه آموزش عمومی استفاده شده است (شاه‌آبادی، سیاح، ۱۳۹۲: ۳۶-۳۵).

مفهوم توسعه منابع انسانی دربرگیرنده دامنه گسترده‌ای از فعالیت‌هایی است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: گزینش و استخدام نیروی انسانی به معنای انتخاب افراد مناسب برای مشاغل مناسب، تدوین سیاست‌های ترقی و توازن توسعه منابع انسانی که در آن‌ها حقوق و تکالیف کارفرما و کارمند تعریف شده باشد، فراهم آوردن امکانات تحصیل و آموزش برای کارکنان بدان معنی که به کارمندانی که علاقه دارند تحصیلات رسمی خود را ادامه داده و مدرک دانشگاهی دریافت کنند فرصت لازم برای این منظور داده شود، ارزشیابی کارفرمایان به وسیله کارکنان و بالعکس و اعطای حق تشکیل انجمن یا اتحادیه به کارکنان. این عوامل موفقیت در دستیابی به توسعه منابع انسانی کارا در بخش گردشگری می‌باشند. افزایش ظرفیت مؤسسات تحصیلی و آموزشی، تأکید بر گسترش رشته مدیریت جهانگردی در دانشگاه‌ها به منظور تقویت علمی این صنعت، ایجاد انگیزش در بخش خصوصی جهت ایجاد دانشکده و مؤسسات حرفه‌ای آموزش گردشگری در زمینه‌های هتل داری، تور گردانی و حتی اعطای بورس جهت آموزش مدیران این بخش در دانشگاه‌های خارج از کشور، راهکارهای پیشنهادی جهت توسعه منابع انسانی در این بخش می‌باشد (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۳-۱۱۲).

همچنین بخش خصوصی باید ضمن اجرای دوره‌های کوتاه‌مدت آموزشی به صورت دوره‌ای مطابق با مطالعات نیازسنجی انجام‌شده در راستای تحقق اهداف کلان آموزشی گام بردارد. بنگاه‌های بخش گردشگری باید استراتژی منابع انسانی را در تدوین برنامه‌های اجرایی خود مدنظر قرار دهند و ضمن الزام طی کردن دوره‌های آموزشی برای افراد جدیدالورود، آموزش ضمن خدمت برای کارکنان شاغل را در دستور کار خود قرار دهند تا بدین طریق از جابه‌جایی و خروج کارکنان از صنعت گردشگری بکاهند. نیروهای کار جهانگردی به صورت دائم در معرض تغییرات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هستند. هر کدام از این تغییرات به شکلی در تدوین برنامه‌های آموزشی برای ارتقاء مهارت‌های شغلی این کارکنان حائز اهمیت است تا بتوانند



انجمن جغرافیا و مناطق مرزی ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

جوابگوی نیازهای در حال تغییر و رو به گسترش این صنعت باشد و به سرمایه، نیروی کار لازم و آموزش‌های متناسب نیاز است و باید مورد توجه قرار گیرد.

۴-۴- اطلاع‌رسانی بومی در مورد اهمیت گردشگری در اقتصاد کشور

تبلیغات و اطلاع‌رسانی داخلی بیشتر جنبه آموزشی دارد و در واقع ایجاد نوعی نگرش در خصوص سیاحت گردشگران در کشور است. در اینجا مقصود راهنمایی مردم در مورد چگونگی رفتار با سیاحان خارجی و لزوم توجه مردم به اهمیت ابعاد اقتصادی و فرهنگی گردشگری و فوایدی است که از جذب گردشگران خارجی عاید کشور می‌شود. کمک و راهنمایی میهمانان خارجی و میهمان‌نوازی در حد شرع و عرف از سنن ایرانیان است و با استفاده از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، نشر کتابچه و بروشور و رسانه‌های همگانی دیگر، این موارد را می‌توان به صورت مستقیم و غیرمستقیم به مردم و کسانی که به نحوی با گردشگران در ارتباط می‌باشند، تفهیم کرد. آگاه‌سازی جامعه در مورد مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استراتژی‌های گردشگری پایدار کشور و ایجاد تصور عمومی مطلوب در آن‌ها با استفاده از برنامه‌های علمی و مناسب از طریق رسانه‌ها در واقع نوعی کار فرهنگی است، به خصوص برای گروهی از مردم که از سطح سواد پایین‌تری برخوردارند (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۲).

اطلاع‌رسانی به مردم و تبلیغات صحیح به منظور آشنا نمودن آنان با صنعت توریسم در توسعه این صنعت مؤثر است و بالا بردن سطح آگاهی مردم از طریق تبلیغات و اطلاع‌رسانی صحیح، مهم‌ترین عامل رشد و توسعه صنعت توریسم می‌باشد. اطلاع‌رسانی و تبلیغات صحیح از طریق صداوسیما و مطبوعات به جهت نقش آن‌ها در شناسایی مناطق و مراکز توریستی انسان و معرفی این مراکز به مردم، در بالا بردن سطح آگاهی‌های مردم مؤثر است. اطلاع‌رسانی خوب نیز جهت شناساندن جاذبه‌ها و فرهنگ جوامع به افراد نقش اساسی دارد، اما این که اطلاع‌رسانی به چه نحوی صورت می‌گیرد مهم است زیرا بیشتر مکان‌ها در داخل کشور حتی برای افراد بومی ناشناخته است.

۴-۵- انجام تبلیغات در خارج از کشور

تبلیغات هر گونه عملیات غیرمستقیم ایده‌ها و پیام‌ها که با هدف فروش کالاها یا خدمات صورت می‌گیرد و بابت این عملیات هزینه‌های پرداخت می‌گردد. در دنیای امروز تبلیغات هزینه نیست، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری بنیادی برای پیشبرد اهداف سازمانی و ملی است و اگر به خوبی اجرا شود، دستاوردهای ارزشمندی به همراه خواهد داشت و در غیر این صورت باعث عقب ماندن از رقابت‌های گردشگری بین‌المللی خواهد بود.

هدف تبلیغات تأثیر نهادن و تغییر در نگرش، بینش، دانش و رفتار مخاطبان است که دستیابی به آن، نیازمند نواندیشی، نوآوری و مهارت‌های حرفه‌ای است. لذا اولین گام در تهیه یک برنامه تبلیغاتی، مشخص کردن اهداف آن است. در تنظیم برنامه تبلیغاتی باید اهداف را بر مبنای تصمیمات قبلی درباره بازار هدف، موضوع بازار و عناصر بازاریابی مشخص کرد. عامل اصلی موفقیت در فعالیتهای تبلیغاتی محتوای پیام و گیرا بودن آن است. پیام باید اطلاعات موردنیاز را به خوبی منتقل و افراد را تشویق به مسافرت کند. میزان تأثیرگذاری پیام‌ها باید قبل از این که سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی در این زمینه به عمل آید مورد آزمایش قرار گیرد. این نکته حائز اهمیت است که اطلاعات به طور صحیح و دقیق ارائه شوند. اطلاعات نادرست، اغراق آمیز یا گمراه‌کننده موجب نارضایتی گردشگران شده و حتی ممکن است مشکلات حقوقی ایجاد کند (صمدیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱-۱۱۰).



نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

ارائه تبلیغات داخلی و خارجی جهت به تصویر کشاندن امکانات و استعدادهای طبیعی و جاذبه‌های متنوع توریستی و شناخت عمقی آن فرهنگ و خرده فرهنگ‌ها، تاریخ و حیات اجتماعی، اقتصادی در توسعه صنعت توریسم بسیار مؤثر خواهد بود. استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند تلویزیون، رادیو، برگزاری کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌هایی در داخل یا خارج از کشور و استفاده از نشریات در جشنواره‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی و داخلی بسیار مهم می‌باشند. اگر وسایل ارتباطی یک محل فرهنگی مطلوب نباشد شاید تبلیغ و بازاریابی حساب شده بتواند تا حدی آن زیان را جبران کند. استفاده از وسایلی مانند رادیو، تلویزیون، آژانس‌های تبلیغاتی معروف گردشگری در کشور جهت آشنایی با تسهیلات و امکانات بالقوه صنعت گردشگری و استفاده از پوشش تبلیغاتی مربوط در رسانه‌های گروهی در سطح جهان می‌تواند در تغییر نگرش گردشگران خارجی مؤثر باشد و موجب گسترش صنعت گردشگری شود.

۶- نتیجه‌گیری

امروزه صنعت گردشگری پس از صنایع انرژی و وسایل نقلیه موتوری، بزرگ‌ترین صنعت جهان محسوب می‌شود. توسعه صنعت گردشگری در هر کشور نشان از ثبات امنیت ملی در آن کشور است. با در نظر گرفتن همه مباحث مشخص می‌شود که بدون عنصر امنیت، سرمایه‌گذاری در هیچ بخش اقتصادی به خصوص صنعت توریسم به عمل نمی‌آید؛ و گردشگر در جایی حضور پیدا می‌کند امنیت جانی و مالی او تأمین گردد. همچنین برای رشد و توسعه صنعت گردشگری باید به امنیت گردشگران داخلی و خارجی در منطقه جنوب شرق کشور توجه نمود و برای رفاه گردشگران به توسعه زیرساخت‌ها پرداخت و تمامی امکانات و تسهیلات تفریحی و گردشگری را در اختیار گردشگران قرار داد؛ همچنین برای کارکنان شاغل در صنعت گردشگری برنامه‌های آموزشی را ترتیب داد، زیرا با توجه به تغییرات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کارکنان نیازمند ارتقای دانش و مهارت‌های شغلی هستند. اطلاع‌رسانی بومی موجب توسعه صنعت گردشگری می‌شود؛ زیرا آموزش و تبلیغات بیشتر جنبه آموزشی دارد و در واقع ایجاد نوعی نگرش در خصوص سیاحت گردشگران در کشور است. از طریق اطلاع‌رسانی بومی می‌توان اطلاعاتی درباره چگونگی رفتار با سیاحان خارجی و لزوم توجه مردم به اهمیت ابعاد اقتصادی و فرهنگی گردشگری و فوایدی که از جذب گردشگران خارجی عاید کشور می‌شود را در اختیار مردم قرار داد. با انجام تبلیغات در خارج از کشور با استفاده از وسایل ارتباط جمعی، برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها و غیره می‌توان موجب تغییر نگرش گردشگران خارجی نسبت به این منطقه و آشنایی گردشگران با امکانات و تسهیلات صنعت گردشگری شد.

منابع

۱. احمدی‌پور، زهرا و همکاران (۱۳۹۰)، «تبیین عوامل ناامنی در جنوب شرق ایران»، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی.
۲. باقری، شهلا (۱۳۸۷)، «نظام آموزش رسمی و غیررسمی»، مجله رشد علوم اجتماعی، شماره ۱.
۳. بهروزی، محمد (۱۳۸۴)، «ارزشیابی دوره ضمن خدمت آموزش خانواده».
۴. زردان، میثم و مسلم منصوربهمنی (۱۳۹۴)، «گردشگری روستایی و اصول توسعه پایدار گردشگری»، همایش ملی عمران و معماری با رویکرد بر توسعه پایدار.
۵. شاه‌آبادی، ابوالفضل و علی سیاح (۱۳۹۲)، «تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا (مقایسه‌ی تطبیقی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته)»، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۷.
۶. حافظ‌نیا، محمدرضا و مراد کاویانی (۱۳۸۵)، «نقش هویت قومی در همبستگی ملی (مطالعه موردی قوم بلوچ)»، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، شماره ۱.



نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران

«توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران»



دانشگاه سیستان و بلوچستان زاهدان - آبان ۱۳۹۵

۷. صیدایی، سید اسکندر و زهرا هدایتی مقدم (۱۳۸۹)، «نقش امنیت در توسعه گردشگری»، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، شماره هشتم.
۸. صمدیان، ابوالفضل و همکاران (۱۳۸۸)، «نقش آموزش بر توسعه زیرساخت‌ها در صنعت توریسم ایران»، فصلنامه علمی پژوهشی علوم انسانی، شماره ۴.
۹. عندلیب، علیرضا (۱۳۸۰)، «نظریه پایه و اصول آمایش مناطق مرزی جمهوری اسلامی ایران»، تهران: دانشکده ستاد و فرماندهی.
۱۰. لطفی‌فر، مجتبی و حسین یغفوری (۱۳۹۱)، «نقش امنیت در توسعه گردشگری (موردشناسی: چابهار)».
۱۱. نطاق‌پور، مهدی و بهزاد صوری، «نقش اقتصاد در توسعه و امنیت استان‌های مرزی با تأکید بر خوزستان».
۱۲. محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰)، «درآمدی بر جهانگردی»، نشر دانشگاه شهید بهشتی.
۱۳. میر، علیرضا و لیلا میرشکاری (۱۳۹۲)، «استان‌شناسی سیستان و بلوچستان»، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.





انجمن جغرافیا و مناطق مرزی ایران

نهمین گنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران و اولین همایش انجمن جغرافیا و برنامه ریزی مناطق مرزی ایران « توسعه ناحیه ژئوپلیتیک جنوب شرق ایران »



انجمن ژئوپلیتیک ایران

دانشگاه سیستان و بلوچستان - زاهدان - آبان ۱۳۹۵

