

نقش جوامع محلی در گردشگری پایدار با تاکید بر حفاظت منابع طبیعی

کمیسیون گردشگری و صنایع دستی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی



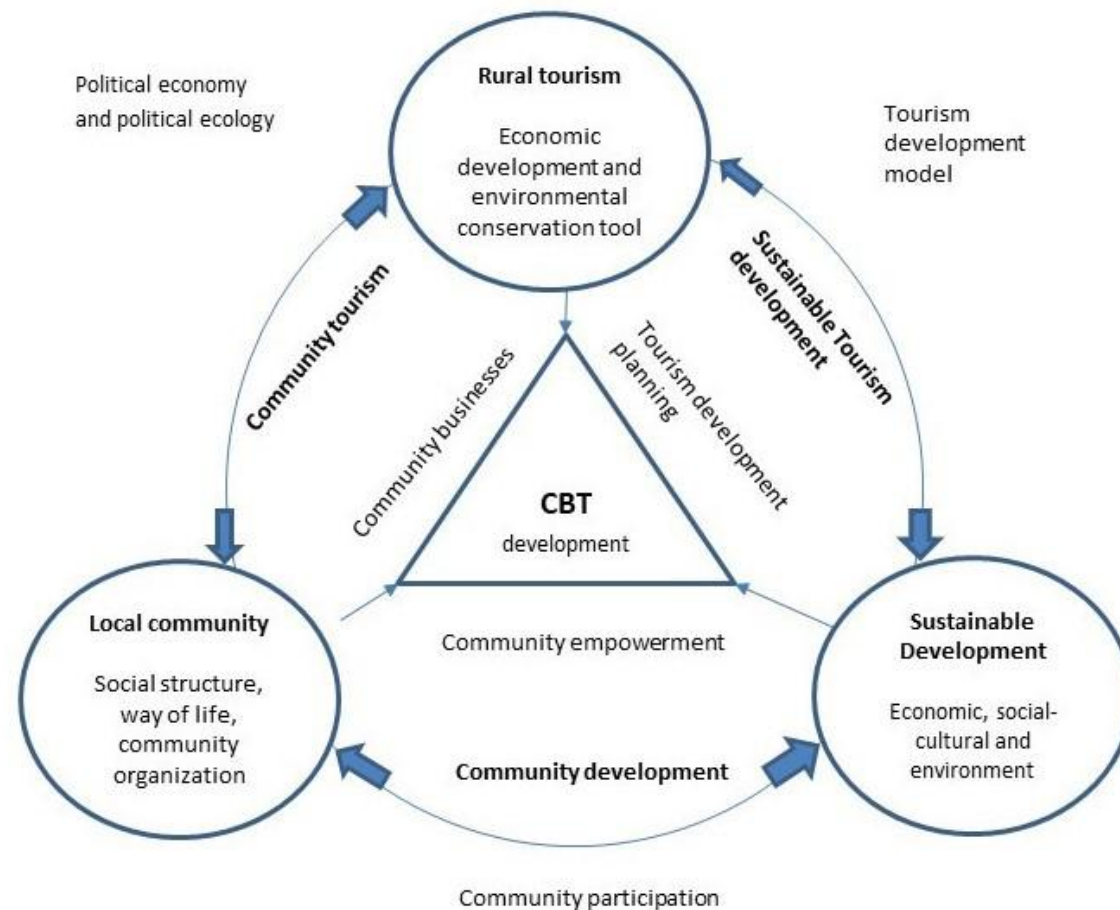
منشاء گردشگری جامعه محور (CBT)

• طرح گردشگری جامعه محور برای اولین بار در سال ۲۰۰۰ در مجمع وزیران گردشگری کشورهای مختلف در کره اتفاق افتاد.

• دلایل اهمیت CBT برای کشورها:

- ✓ مولد مهم فرصت های تجاری برای شرکت های کوچک و متوسط؛
- ✓ وسیله ای موثر برای پراکندگی منافع اقتصادی در داخل و بین اقتصادها، به ویژه در سطح استانی؛
- ✓ یک کاتالیزور برای مشارکت بین دولتی و بخش خصوصی صنعت گردشگری.

ارتباط گردشگری جامعه محور و توسعه پایدار



گردشگری جامعه محور چیست؟

- گردشگری مبتنی بر جامعه (CBT) یک ابزار توسعه اجتماعی است که توانایی جوامع روستایی را برای مدیریت منابع گردشگری تقویت می‌کند و در عین حال مشارکت جامعه محلی را تضمین می‌کند. CBT می‌تواند به جامعه محلی در ایجاد درآمد، تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی، حفظ فرهنگ، حفظ محیط زیست و ارائه فرصت های آموزشی کمک کند. از آنجایی که CBT ممکن است درآمدهای جایگزین را برای جامعه محلی فراهم کند، به ابزاری برای کاهش فقر تبدیل می‌شود. CBT نیاز به یک رویکرد بلند مدت دارد و هدف آن به حداکثر رساندن منافع مثبت جامعه محلی و محدود کردن اثرات منفی گردشگری بر جامعه و منابع زیست محیطی آنها.

- گردشگری مبتنی بر جامعه باید به شیوه ای سیستماتیک مورد بررسی قرار گیرد. از مطالعه مناسب بودن جامعه برای مشارکت در گردشگری گرفته تا اطمینان از اینکه آیا به اعضای جامعه فرصت مشارکت در پروژه‌های مرتبط داده می‌شود؟ و یا اینکه آیا جامعه محلی در نظارت و کنترل تأثیرات منفی مشارکت دارند؟

برخی از ویژگی‌های کلی CBT که توسط UNEP و UNWTO برجسته شده است به شرح زیر است:

- قدردانی از طبیعت و فرهنگ‌های بومی حاکم در مناطق طبیعی، به عنوان بخشی از تجربه بازدیدکنندگان؛
- شامل آموزش و تفسیر به عنوان بخشی از پیشنهاد گردشگری.
- به طور کلی، اما نه به طور انحصاری، برای گروه‌های کوچک توسط مشاغل کوچک، تخصصی و محلی سازماندهی شده است.
- به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط طبیعی و اجتماعی-فرهنگی.
- حمایت از حفاظت از مناطق طبیعی و فرهنگی از طریق ایجاد منافع اقتصادی از آن.
- ایجاد درآمد و اشتغال جایگزین برای جوامع محلی.
- افزایش آگاهی محلی و بازدیدکنندگان از حفاظت.

اصول گردشگری جامعه محور پایدار:



۱. به رسمیت شناختن، حمایت و ترویج مالکیت جامعه گردشگری؛
۲. اعضای جامعه را از ابتدا در هر جنبه‌ای درگیر کنید.
۳. ترویج غرور جامعه محلی.
۴. بهبود کیفیت زندگی.
۵. تضمین پایداری زیست محیطی.
۶. حفظ شخصیت و فرهنگ منحصر به فرد منطقه محلی.
۷. تقویت یادگیری میان فرهنگی.
۸. احترام به تفاوت های فرهنگی و کرامت انسانی.
۹. توزیع منصفانه منافع بین اعضای جامعه.
۱۰. مشارکت درصد ثابتی از درآمد در پروژه های اجتماعی.



چالش گردشگری جامعه محور

- مطالعات موردی مختلف نشان می‌دهد که پروژه‌های CBT از یک چرخه عمر محصول عبور می‌کنند. در ابتدا پروژه‌های CBT در مقیاس کوچک، تراکم پایین هستند و توسط جامعه با کمک افراد خارجی خوب مانند سازمان‌های غیردولتی اداره می‌شوند. در ابتدا، جوامع از در دسترس بودن مشاغل ناشی از پروژه‌های CBT راضی هستند. با بلوغ پروژه CBT، چالش‌ها برای جامعه نیز افزایش می‌یابد. به ناچار، اپراتورهای تور شروع به نشان دادن علاقه خواهند کرد و شرکت خود را برای ایجاد مشارکت با جامعه محلی گسترش خواهند داد. در نتیجه جامعه محلی بدون مهارت و تخصص لازم برای رویارویی با تعداد فزاینده ورود گردشگران و تغییر تقاضای گردشگران، تمایل دارند بیش از حد به مجریان تور متکی شوند. در عین حال، پروژه‌های CBT باید در زنجیره ارزش حرکت کنند و دوام بلندمدت آن‌ها بستگی به این دارد که ذینفعان کلیدی چقدر با انتظارات جدید کنار می‌آیند؟

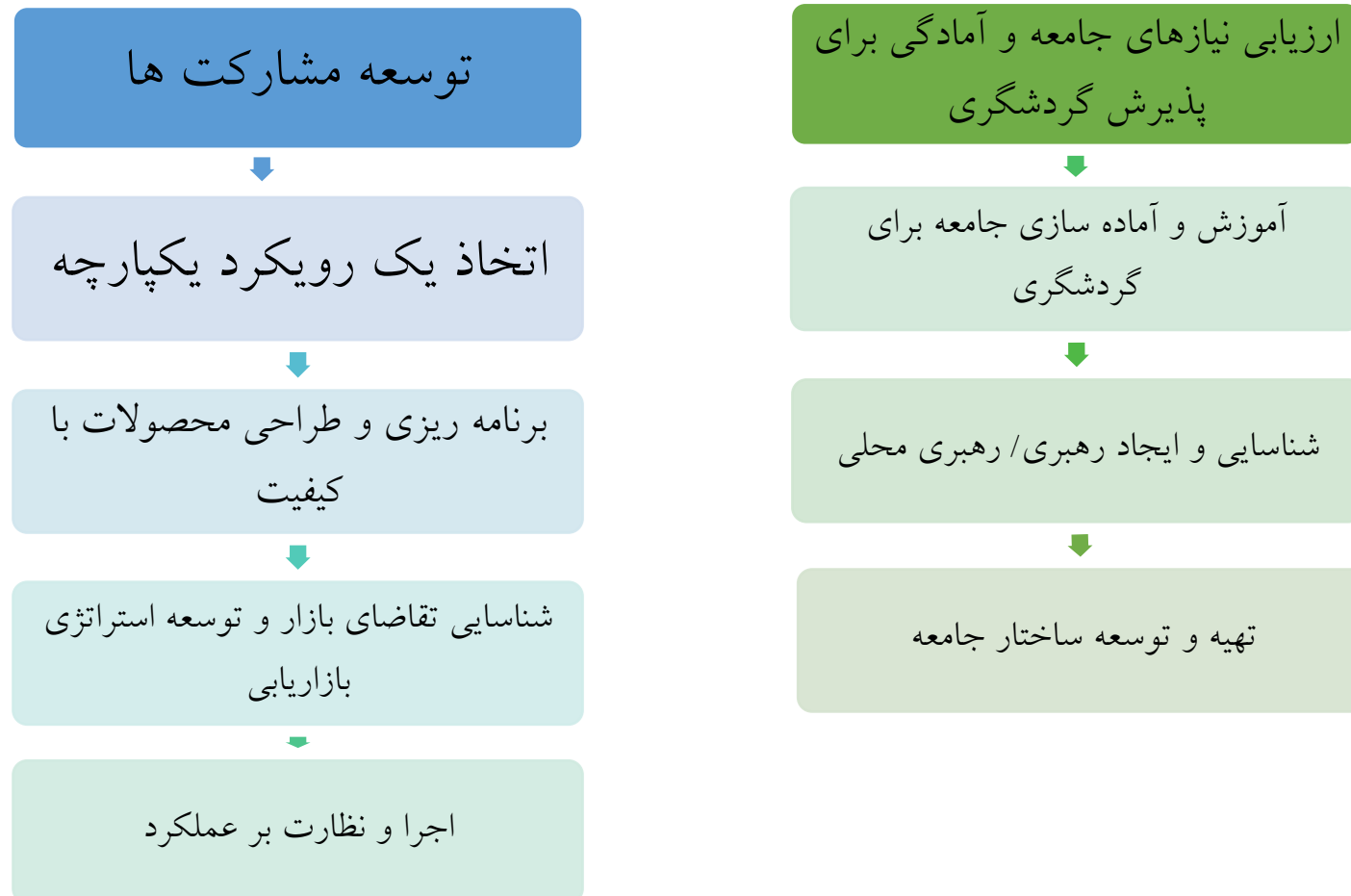
مراحل نه گانه اجرای گردشگری جامعه محور

- ۴ مرحله اول در بخش A مربوط به شروع و توسعه ابتکارات CBT است که برای پروژه ها و سایت هایی که CBT را آغاز می کنند مفید است. ۵ مرحله بعدی در بخش B هستند به منظور رسیدگی به پایداری پروژه های CBT، که بیشتر هستند مناسب برای پروژه های CBT بالغ که به تدریج در حال حرکت به سمت بالا هستند زنجیره ارزش نه مرحله به صورت مفصل و پشتیبانی شده توسط مدل های توسعه یافته از مطالعات موردی ارائه شده است. برای هر مرحله، فهرستی از اقداماتی، کاربرگها و چک لیستها برای هدایت توسعه CBT توصیه می شود که در جهت اجرایی شدن فرایند گردشگری جامعه محور می تواند موثر واقع شود.



رویکرد گام به گام توسعه گردشگری جامعه محور پایدار

چطور گردشگری جامعه محور را توسعه دهیم؟ چطور توسعه گردشگری جامعه محور پایدار بماند؟



گام ۱: ارزیابی نیازها و آمادگی جامعه

مراحل گام اول:

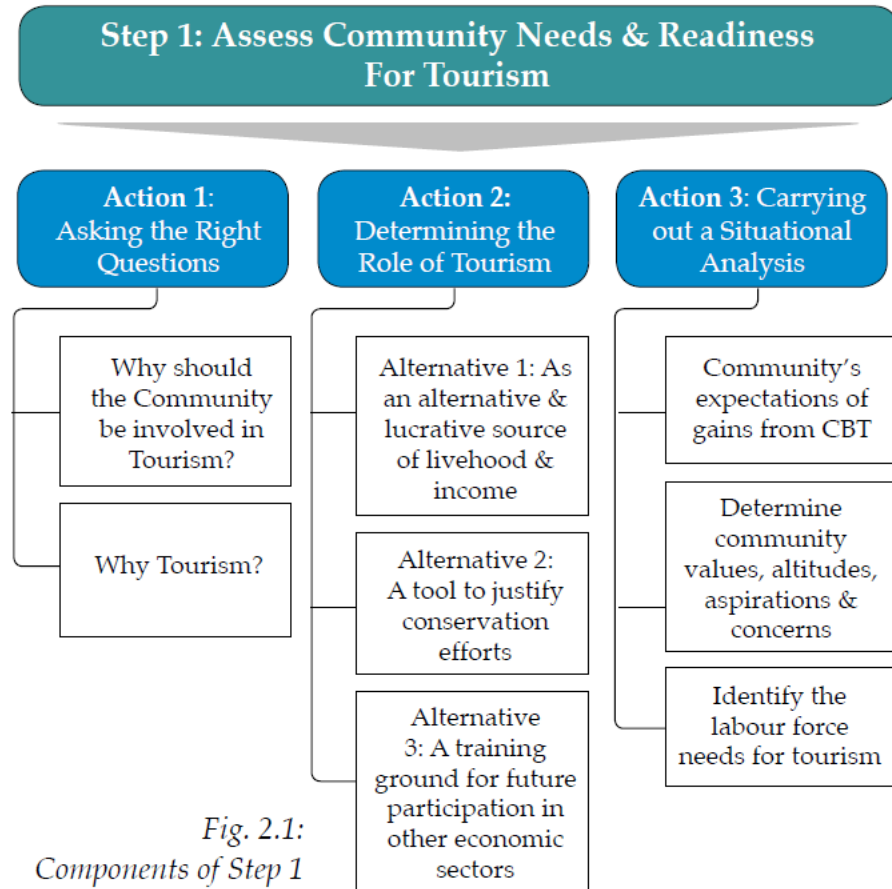


Fig. 2.1:
Components of Step 1

✓ سوال‌های صحیح از جامعه محلی پرسیده شود؟
✓ نقش گردشگری برای جامعه محلی تبیین شود.
✓ تحلیل موقعیت انجام شود.

✓ نکته مهم! گردشگری نباید به عنوان نوش‌دارویی تلقی شود بلکه مستلزم برنامه ریزی دقیق و اجرای سیستماتیک است تا تأثیر مثبت مطلوب را به همراه داشته باشد.

اقدام سوم گام اول: تحلیل موقعیت

- با فرض اینکه جامعه می‌خواهد گردشگری را بپذیرد، تحلیل موقعیت باید موارد زیر را پوشش دهد:

- ✓انتظار جامعه از CBT چیست؟

- ✓ارزش ها، نگرش ها، آرزوها و نگرانی های جامعه را مشخص کنید.

- ✓شناسایی نیروی کار مورد نیاز برای گردشگری.

Summary of Step 1:

ACTION 1: ASKING THE RIGHT QUESTIONS

Why should the community be involved in tourism?
Why tourism?

ACTION 2: DETERMINING THE ROLE OF TOURISM

TICK

- a. Tourism as an alternative and lucrative source of livelihood and income ☐
- b. Tourism as a tool to justify the conservation efforts ☐
- c. Tourism as a "training ground" for future participation in other economic sectors ☐

ACTION 3: CARRYING OUT A SITUATIONAL ANALYSIS

1. What does the community expect to gain from CBT?

- a. Increase income ☐
- b. Employment opportunity ☐
- c. Upgrade the quality of life style ☐
- d. Complement the current physical development ☐

2. Determine Community Values, Attitudes, Aspiration and Concerns

- a. Pride in community ☐
- b. Conserve local culture ☐
- c. Sense of ownership ☐

3. Identify the Labour Force Needs For Tourism

- a. Level of education ☐
- b. Previous occupation ☐
- c. Current occupation ☐
- d. Special skills ☐

OUTPUT: THE COMMUNITY'S LEVEL OF READINESS FOR TOURISM

TICK

- a. Resources (culture/heritage/nature/coastal) ☐
- b. Community attitude ☐
- c. Special skills ☐
- d. Available capital ☐
- e. Indigenous ☐

نمونه کار برگ مرحله اول:



گام ۱: آموزش و آمادہ سازی جامعہ برای گردشگری

مراحل گام دوم:

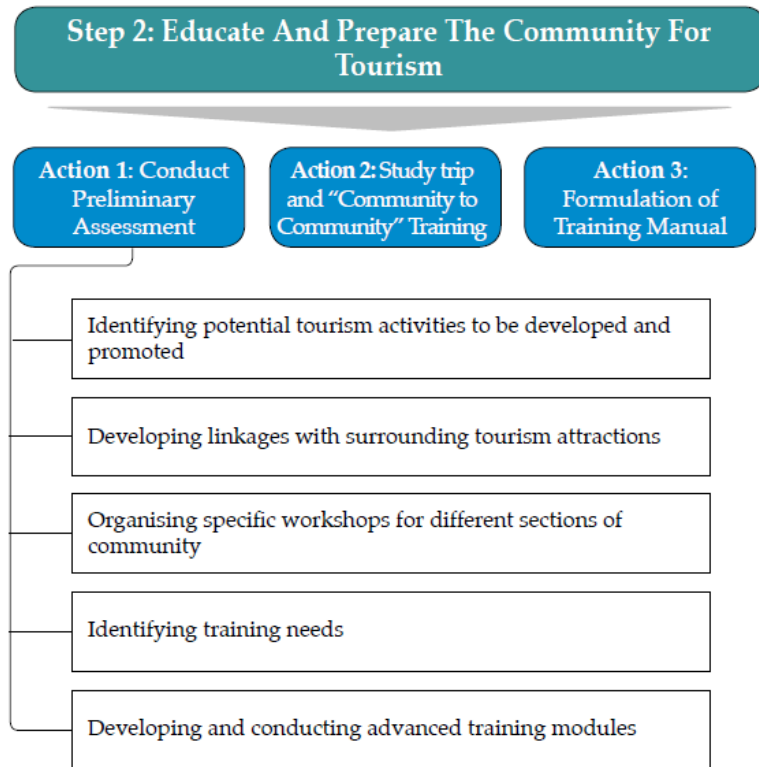


Fig. 3.1: Components of Step 2

✓انجام ارزیابی اولیه.

✓تدارک سفرهای آموزشی و آموزش "جامعه به جامعه".

✓تدوین کتابچه راهنمای.

نکته مهم! تدارک سفر آموزشی برای جوامع محلی موجب ارتقاء سطح پذیرش فرهنگی جوامع می شود.

اقدام اول گام دوم: انجام ارزیابی اولیه.

• کارگاه‌هایی با اهداف ذیل برای این مرحله از اقدام لازم است:

✓ شناسایی فعالیت‌های گردشگری بالقوه برای توسعه و ترویج.

✓ ایجاد ارتباط با جاذبه‌های گردشگری اطراف.

✓ برگزاری کارگاه آموزشی در مورد مشارکت بخش‌های مختلف جامعه.

✓ نیازهای آموزشی را شناسایی کنید.

✓ توسعه و اجرای مازول‌های آموزشی پیشرفته.

✓ و..

اقدام سوم گام دوم: تدوین کتابچه راهنمای آموزشی.

- برای اطمینان از اینکه آموزش به شیوه ای سیستماتیک و منسجم انجام می‌شود، یک دستورالعمل آموزشی باید تدوین شود. این امر برای اطمینان از پایداری پروژه های CBT از منظر توسعه منابع انسانی ضروری است، همانطور که در مطالعه موردی Misowalai منعکس شده است. کتابچه آموزش باید همراه با مستندات مازول های آموزشی، دستورالعمل ها و غیره باشد، اگرچه ممکن است کمیته مدیریت و مربیان در آینده تغییر کنند، اما ساختار و سیستم آموزشی دست نخورده باقی خواهد ماند.

نمونه کار برگ مرحله دوم: ارزیابی اولیه مقصد

Worksheet 2.1: Inventory of tourism resources

The following is an example of a resource inventory from:

Types of Resource		Name of Resource	Location
Natural Areas	Park/ Natural Areas		
	Lake		
	River		
	Waterfalls		
	Shorelines		
	Forests		
	Topography		
	Vegetation		
	View		
	Unique Landscape		
Cultural Resources	Museum		
	Galleries		
	Theatres		
	Festivals/ Traditional Events		
	Artisan		
	Local Food		
	Traditional Lifestyle		
	Other entertainers: singer, musician, storytellers etc.		
Visitor facilities/ services	Lodging/ Accommodation		
	Restaurant/ Food Stall		
	Souvenir Shops		
	Tourist Information Centre		
	Public Toilet		
	Cultural Centre		
	Signboard/ Signage		



خلاصه مرحله دوم

Summary of Step 2:

ACTION 1: CONDUCT PRELIMINARY WORKSHOPS		TICK
WORKSHOP 1 : Identifying potential tourism activities to be developed and promoted		
a. Discuss and identify the available resources and activities	<input type="checkbox"/>	
b. Evaluate the existing resources and rank them	<input type="checkbox"/>	
c. Select the top 5 – 10 attractions/ activities to develop	<input type="checkbox"/>	
WORKSHOP 2 : Developing linkages with surrounding tourism attractions		
a. Identify the surrounding resources	<input type="checkbox"/>	
b. Carry out an inventory of surrounding resources (location/ distance/ uniqueness/ physical and etc.)	<input type="checkbox"/>	
c. Develop corridors and packages	<input type="checkbox"/>	
WORKSHOP 3 : Organising workshop on involvement of different sectors of community		
a. Identify the types of contribution (e.g. services/ entrepreneurship and etc.)	<input type="checkbox"/>	
b. Develop specific bureaus	<input type="checkbox"/>	
WORKSHOP 4 : Identify training needs		
a. Identify the gaps in term of the knowledge and skills	<input type="checkbox"/>	
b. Determine the training needs for each section of community (e.g. women/ youth/ guides and etc.)	<input type="checkbox"/>	



WORKSHOP 5 : Developing and conducting training modules	
c. Determine the training method (theory / hands on)	<input type="checkbox"/>
d. Determine the content of modules	<input type="checkbox"/>
ACTION 2: STUDY TRIPS AND “COMMUNITY TO COMMUNITY” TRAINING	
a. To expose community to real life situation	<input type="checkbox"/>
b. To enhance the production, tourist experience and service quality	<input type="checkbox"/>
ACTION 3: FORMULATION OF TRAINING MANUAL	
a. To ensure trainings carried out in a systematic and consistent manner	<input type="checkbox"/>
b. Documentation of the training modules and instructions	<input type="checkbox"/>
c. Formulate the training manual	<input type="checkbox"/>

گام ۳: شناسایی و ایجاد رهبری محلی



I am a Local Champion

Summary of Step 3:

ACTION 1: IDENTIFY LOCAL CHAMPION	TICK
a. Visionary	<input type="checkbox"/>
b. Good Communication	<input type="checkbox"/>
c. Disciplined	<input type="checkbox"/>
d. Proactive	<input type="checkbox"/>
e. Innovative	<input type="checkbox"/>
f. Sensible	<input type="checkbox"/>
g. Patient	<input type="checkbox"/>
h. Trustworthy	<input type="checkbox"/>
i. Courageous	<input type="checkbox"/>
j. Never say die attitude	<input type="checkbox"/>
k. Dedication	<input type="checkbox"/>
l. Commitment	<input type="checkbox"/>

گام چهارم: تهیه و توسعه ساختار جامعه

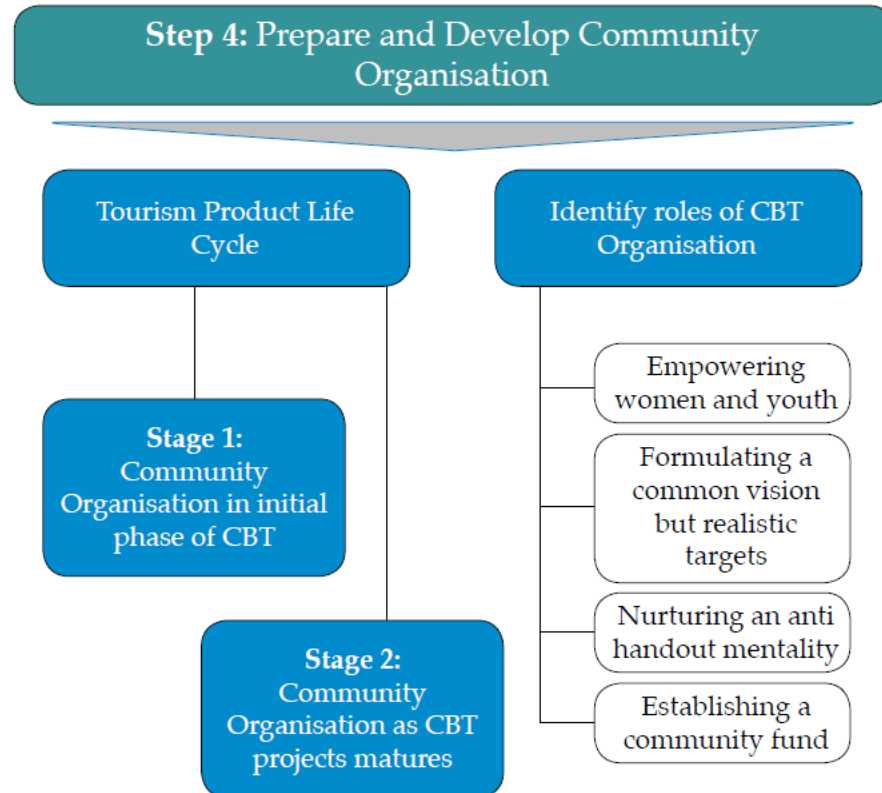


Fig. 4.1: The components of Step 4

- چرخه عمر محصولات گردشگری مقصد بررسی شود.

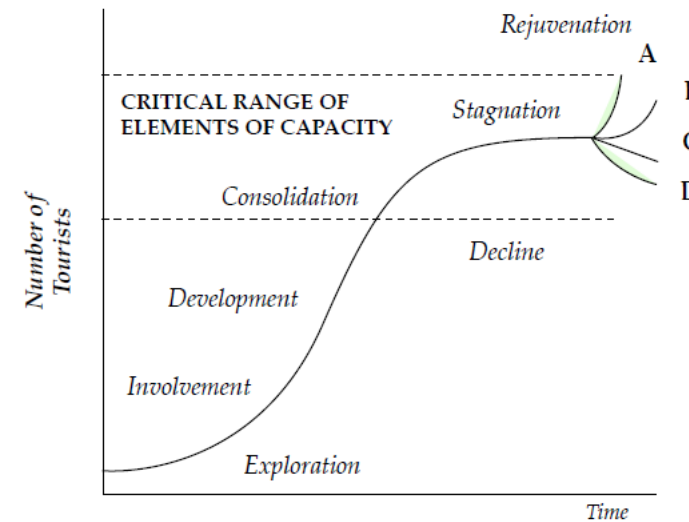


Fig. 4.2: The Tourist Area Life Cycle Concept (Butler, 1980)

- شناسایی نقش‌های سازمان گردشگری جامعه محور.

مرحله دوم گام اول: شناسایی نقش‌های ساختار گردشگری

- استخدام زنان و جوانان.
- تدوین یک چشم انداز مشترک اما با اهداف واقعی.
- پرورش ذهن‌های خلاق.
- تاسیس صندوق جامعه.



خلاصه گام چهارم: تهیه و توسعه ساختار جامعه محلی

Summary of Step 4:

TOURISM PRODUCT CYCLE	TICK
STAGE 1 : Community Organisation in Initial Phase of CBT	
a. Drawing solely from the talents within the local community	<input type="checkbox"/>
STAGE 2 : Community Organisation As CBT Project Matures	
a. Seeking professional help without sacrificing community structure	<input type="checkbox"/>
IDENTITY ROLES OF CBT ORGANISATION	
1. Empowering women and youth	
a. Creating specific bureau / association	<input type="checkbox"/>
b. Appointment of office bearers	<input type="checkbox"/>
c. Designation of roles and type of activities of each bureau	<input type="checkbox"/>
2. Formulating a common vision but realistic targets	
a. Provide the direction to guide the community	<input type="checkbox"/>
b. Inform the locals about the impact of tourism	<input type="checkbox"/>
c. Formulated the common vision	<input type="checkbox"/>
Example of common vision	
<i>"to preserve the unique cultural heritage of the village by implementing the adaptive reuse of traditional buildings for the enjoyment of visitors without sacrificing the community structure, values and local way of life".</i>	
d. Set realistic targets (consider factors such as level of education, skills and training gaps)	<input type="checkbox"/>
3. Nurturing an anti handout mentality	
a. Encourage self help sense of ownership	<input type="checkbox"/>
4. Establishing a community fund	
a. Setup the community fund (to manage the income & expenditure)	<input type="checkbox"/>
b. Create revolving fund for community	<input type="checkbox"/>
c. Create microcredit facilities	<input type="checkbox"/>



گام پنجم: توسعه مشارکت‌ها

• اشکال مختلف مشارکت در توسعه گردشگری جامعه محور:

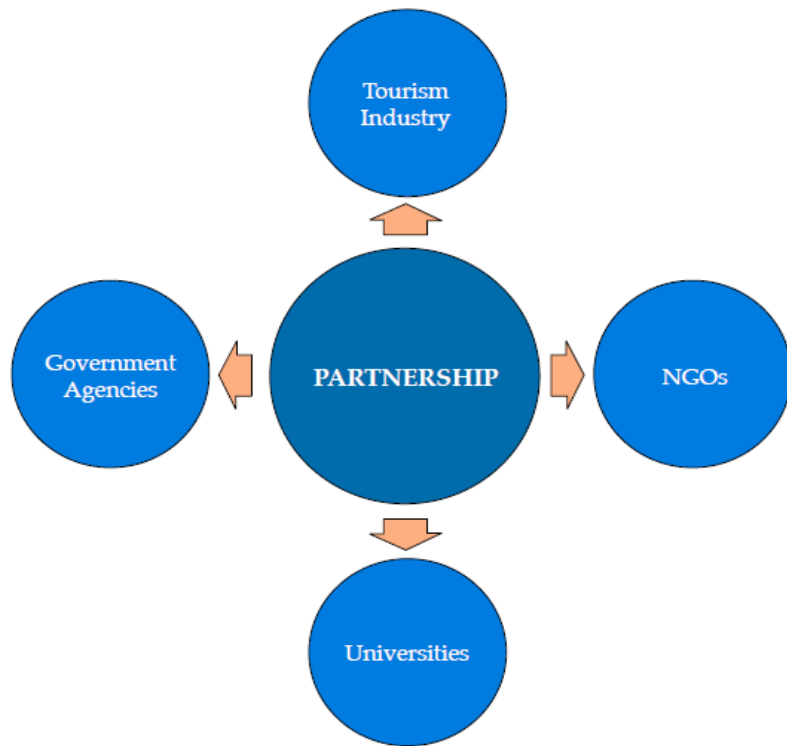


Fig. 5.1: The forms of partnership

Summary of Step 5:

1. Partnership with NGOs	TICK
a. To increase the community's capacity in undertaking of conservation project	<input type="checkbox"/>
2. Partnership with Universities	
a. Educate the local community on the appropriate framework to develop CBT projects.	<input type="checkbox"/>
b. Equip the organisation with the tools and approaches to improve the quality of the tourist experience	<input type="checkbox"/>
c. Bring research expertise	<input type="checkbox"/>
3. Partnership with Government Agencies	
a. Field officers stationed on site	<input type="checkbox"/>
b. Monitoring the project	<input type="checkbox"/>
4. Partnership with Tourism Industry	
a. Focus on marketing and promotion	<input type="checkbox"/>
b. Establish network with specialist tour operators at the international level such as Intrepid Travel	<input type="checkbox"/>

گام ششم: اتخاذ یک رویکرد یکپارچه

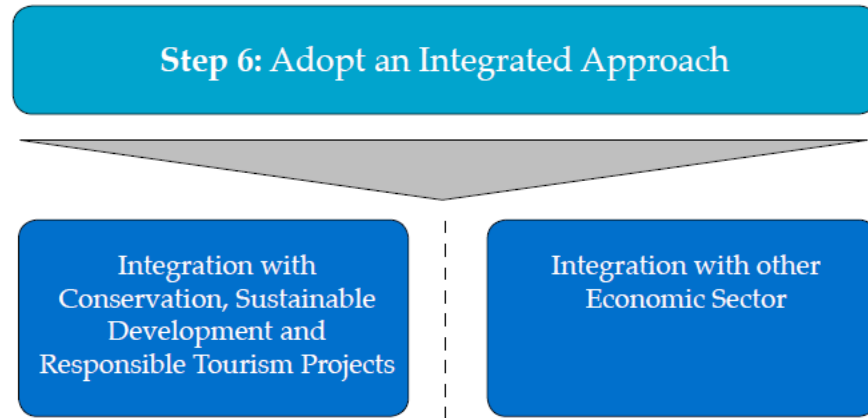


Fig. 6.1: The components of Step 6

Summary of Step 6:

1. Integration with conservation, sustainable development and responsible tourism projects	TICK
a. Spin offs in the form of conservation, sustainable development and responsible tourism	<input type="checkbox"/>
b. Provide employment opportunities for locals	<input type="checkbox"/>
2. Integration with other economic sectors	
a. a "training ground" for the local community	<input type="checkbox"/>
b. prepare local community to undertake non-tourism projects	<input type="checkbox"/>
c. provide stable and better paying jobs for locals	<input type="checkbox"/>

گام هفتم: برنامه ریزی و طراحی محصولات با کیفیت

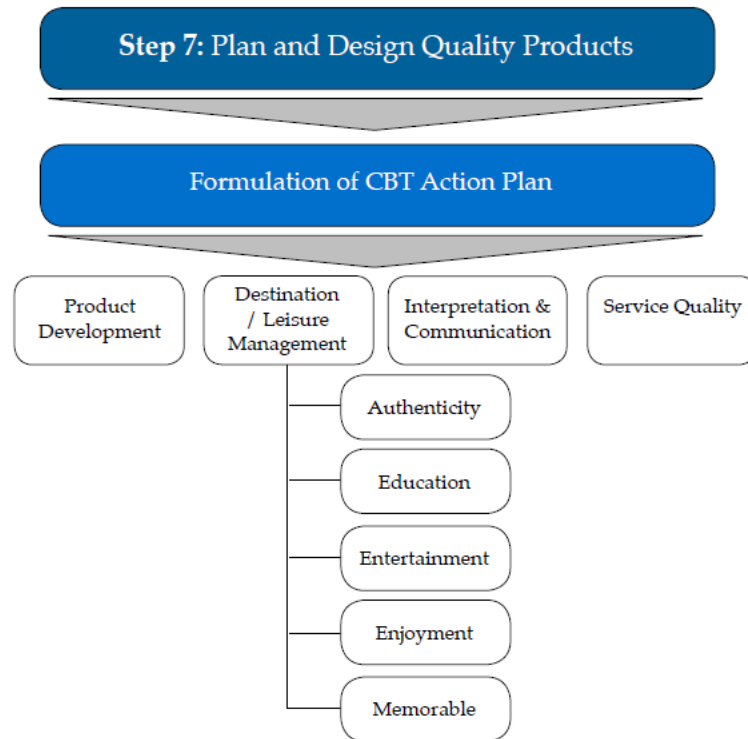


Fig. 7.1: The components of Step 7

Components	Sub Components	1	2	3	4	5
Uniqueness	Iconic Popularity					
Activities	Variety Quality					
Accessibility & connectivity	Road access Public transport Signboard					
Basic facilities	Parking Visitor Information Centre Toilet Food outlet Souvenir outlet Internal signage					
Interpretation facilities	Interpretation centre Exhibition Materials Specific site brochure					
Accommodation facilities	Chalet Camping site					
Maintenance	Physical structure Cleanliness Landscaping					
Service Quality	Front desk Guiding Security					
Marketing & Promotion	Brochure Guide book Website					
Total Audit Rate RANKING						

Note:

5: Excellent

4: Good

3: Moderate

2: Poor

1: Very Poor

Example of Product Inventory Matrix

خلاصه گام هفتم:

Summary of Step 7:

ACTION 1: FORMULATING OF CBT MASTER PLAN		TICK
a. Detail inventory of tourism resources		<input type="checkbox"/>
b. Apply techniques (e.g. Product Inventory Matrix/ Product Competitiveness Index)		<input type="checkbox"/>
c. Evaluate tourism products		<input type="checkbox"/>
d. Proposal (presented using plans, maps and illustrations)		<input type="checkbox"/>
e. Approach expertise from universities or volunteers in preparing the Master Plan		<input type="checkbox"/>
CONTENTS OF CBT MATER PLAN		TICK
1. Product Development		
a. Develop and showcase core product		<input type="checkbox"/>
b. Linkages with other attractions in the surrounding areas		<input type="checkbox"/>
2. Destination/Leisure Management		
a. Adequate tourist infrastructure, facilities, good interpretation and high level service quality		<input type="checkbox"/>
b. Provide authentic experience		<input type="checkbox"/>
c. Provide educational experience		<input type="checkbox"/>
d. Provide entertaining experience		<input type="checkbox"/>
e. Enjoyable experience		<input type="checkbox"/>
f. Provide memorable experience		<input type="checkbox"/>
3. Interpretation and Communication		
a. Visual presentation – interpretive trails / centre		<input type="checkbox"/>
b. Oral presentation – well-trained guides		<input type="checkbox"/>
c. Interactive relationship between host and tourists		<input type="checkbox"/>



4. Service Quality

- a. Training for front liner to enhance operational and
communication skills

☐

گام هشتم: شناسایی تقاضای بازار و توسعه استراتژی بازاریابی

• مراحل گام هشتم:

✓ تطبیق محصول با بخش بالقوه بازار.

✓ آشنایی با کانال های توزیع.

✓ پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یک ابزار تبلیغاتی.

✓ سواری گرفتن از تور اپراتورها و سایر سامان دهندگان سفر.

✓ سازمان CBT برای راه اندازی آژانس مسافرتی بومی.

✓ استفاده از گواهینامه جوایز برای شکل دادن به برند.

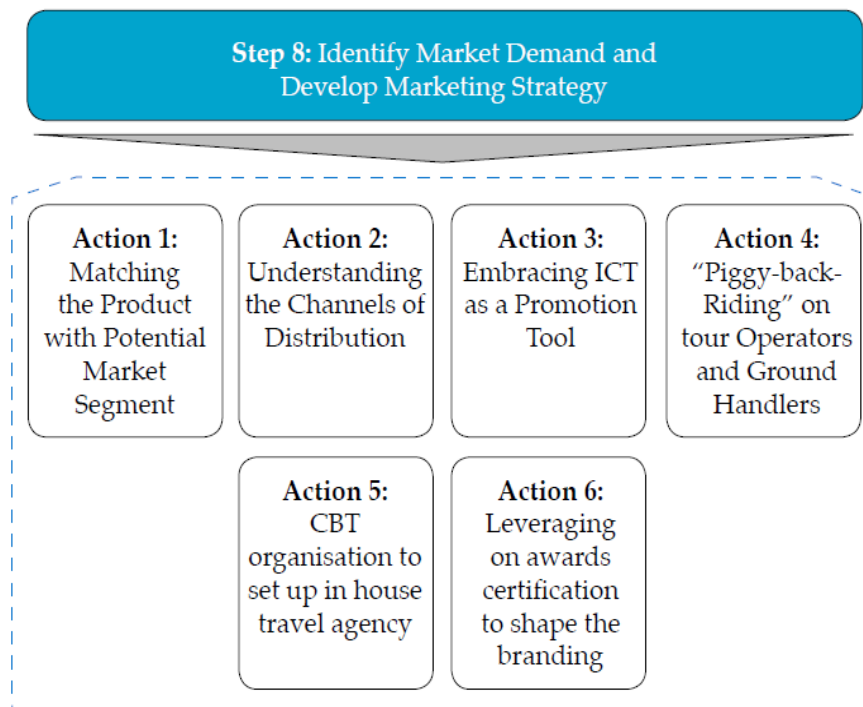


Fig. 8.1: The components of Step 8

خلاصه گام هشتم

Summary of Step 8:

ACTION 1: MATCHING THE PRODUCT WITH THE POTENTIAL MARKET SEGMENTS		TICK
a. Determine the potential market segments	<input type="checkbox"/>	
b. Match product and market segments	<input type="checkbox"/>	
ACTION 2: UNDERSTANDING THE CHANNELS OF DISTRIBUTION		TICK
a. Identify the channel of distribution	<input type="checkbox"/>	
b. Network within "green tourism" and "responsible tourism operators	<input type="checkbox"/>	
ACTION 3: EMBRACING ICT AS A PROMOTION TOOL		TICK
a. Carry out e-booking /online reservation	<input type="checkbox"/>	
b. Carry out e-promotion	<input type="checkbox"/>	
c. Build own website, blog, forum etc.	<input type="checkbox"/>	
d. Invest in setting up hardware (computer and internet connection)	<input type="checkbox"/>	
e. Invest in setting up software (training local youths)	<input type="checkbox"/>	



ACTION 4: "PIGGY-BACK- RIDING" ON TOUR OPERATORS AND GROUND HANDLERS		TICK
a. Identify potential tour operators and ground handlers	<input type="checkbox"/>	
b. Network with international counterparts such as Intrepid Travel	<input type="checkbox"/>	
ACTION 5: SETTING UP AN IN HOUSE TRAVEL AGENCY		TICK
a. Set up in house travel agency	<input type="checkbox"/>	
b. Nurture the spirit of entrepreneurship among youths	<input type="checkbox"/>	
ACTION 6: LEVERAGING ON AWARDS CERTIFICATION TO SHAPE THE BRANDING		TICK
a. Improve quality of product to win awards	<input type="checkbox"/>	

گام نهم: اجرا و نظارت بر عملکرد

• مراحل گام نهم:

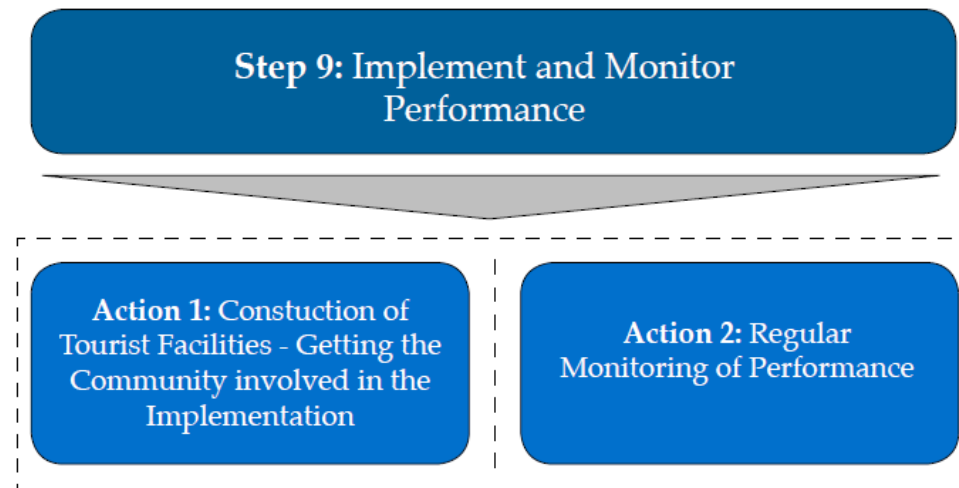


Fig. 9.1: The components of Step 9

Summary of Step 9:

ACTION 1: CONSTRUCTION OF TOURIST FACILITIES GETTING THE COMMUNITY INVOLVED IN THE IMPLEMENTATION		TICK
a. Secured the funds to construct tourist facilities		<input type="checkbox"/>
b. Involved or empowered community in the construction of tourist facilities		<input type="checkbox"/>
c. Local community will enhance the existing skills and acquire the new skills		<input type="checkbox"/>
ACTION 2: REGULAR MONITORING OF PERFORMANCE		TICK
a. Create indicator to monitor the performance of CBT		<input type="checkbox"/>

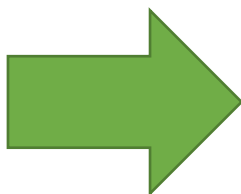
گام نهم: شاخص‌های ارزیابی عملکرد

Worksheet 9.1:

Monitoring Indicators to Measure CBT Performance

The following are some monitoring indicators for community based tourism:-

Effects of tourism on community	% of locals who believe that tourism has increased their: <ul style="list-style-type: none"> Pride in local community Sense of ownership Self esteem Social cohesion Confidence level Communication skills Relationship with outsiders General knowledge Specialised skills
	% of locals who believe that tourism has positively changed their lifestyle / surrounding
Local community participation	% of goods and services supplied by local community
	Employment of local community in tourism operations (numbers / income level)
Product Quality	% of tourists who are satisfied with the environmental / cultural experiences



Achieving equitable distribution of tourism funds/ benefits across the community	The amount of funding acquired by the community for: <ul style="list-style-type: none"> General Signage Marketing Infrastructure
	Number and type of development
	programmes given to the local community (education, training, health, natural resource management, conservation, etc.)
Professional and personal development	% of locals who are happy with their career path in tourism
	Frequency of training programmes and level of participation
Operation and support of community based enterprises	Number of participants making use of incentives or programmes for SMEs
	Number of participants involved in tourism related businesses (e.g. accommodation providers, catering, tour guiding, transportation, tour operation and etc.)
Environmental management systems and environment initiatives	Training of participants on environmental issues
	Application of environmentally friendly technologies and techniques (% of participants) <ul style="list-style-type: none"> Water saving techniques or devices Energy Recycling: glass, paper and plastic Green purchasing

گام نهم: توسعه برنامه کنترل و نظارت

Worksheet 9.2: Developing a Monitoring Plan

The following are the steps in developing a monitoring plan for CBT organisation:-

1. Develop Monitoring Objectives <ul style="list-style-type: none"> - To identify specific goals to be achieved through the monitoring programme and can also help achieve the goals outlined in a tourism plan. - Below is the list of some examples monitoring objectives that could be used at the community level: <ul style="list-style-type: none"> • Involve as many local people as possible in making decisions regarding monitoring. • Develop a monitoring programme that looks at the community holistically to include the socio-cultural, economic, ecological and physical aspects of the community. • Develop a monitoring programme that can be managed by local people. • Monitor the selected impacts on a regular basis.
2. Determine Boundaries of the Area to be Monitored <ul style="list-style-type: none"> - After deciding what is to be achieved through the monitoring programme, the limits of the area to be monitored must be established. - These limits will include the physical boundaries of the community, any ecosystems or special areas contained within it, community administrative limits and any other factors that determine these boundaries.
3. Identify Community Attributes <ul style="list-style-type: none"> - After the boundaries have been identified the next step is to consider the attributes or assets within the community which the community make it special or which conserve or protect. - This is a potentially large list as there are probably many things that a community wants to protect. - It is necessary to identify features in the community that tourists will view as attractions and consider conserving or protecting them. - This list could also include such things as special festivals,

<ul style="list-style-type: none"> religious ceremonies or unique local customs that are valuable to both tourists and community members. - While the list of valuable attributes or features is being made, any forces which could affect them should be noted.
4. Identify Potential Impacts <ul style="list-style-type: none"> - Generally the impacts of tourism fall into three categories: socio-cultural, economic and ecological or physical. - Each community should determine which ones are likely to apply, given the community's area, population and the type of tourism it offers. - The following are some positive impacts (benefits) that tourism may cause:- <ul style="list-style-type: none"> • Conservation of important natural areas. • Conservation and/or protection of valued historic sites or artefacts. • Improvement to environment quality. • Infrastructure improvement. • Conservation of cultural heritage • Increased employment opportunities. • Increased personal and family incomes • Improvement in the local standard of living. - There can be numerous negative impacts of tourism if the community experiences rapid or long term change.
5. Prioritize Impacts <ul style="list-style-type: none"> - A set of criteria can be used to decide which impacts need to be monitored first. - Three examples of potential criteria that could apply at the community level are explained below:- <ol style="list-style-type: none"> a. Chance of occurring – The possibility that an impact will result from tourism. b. Potential degree or frequency of impact – If there is a possibility of an impact, its seriousness should also be determined. c. Ease of monitoring - Each impact should be analyzed in terms of these or other specific

<ul style="list-style-type: none"> criteria. - The impacts can then be prioritized according to which ones seem the most important based on the combination of criteria.
6. Identify Potential Indicators <ul style="list-style-type: none"> - The next step is to decide which indicators can best measure these impacts. - Indicators have to be selected so that they are credible, efficient and useful to decision makers. - Consider the following when deciding which indicators to monitor:- <ul style="list-style-type: none"> • Availability of existing data • Easy to train local person in data collection methods • Reliability • Relates to community tourism vision/ plans • Ease of data collection • Ease of analysis • Easy to understand the results • Cost
7. Collect Data <ul style="list-style-type: none"> - Once the indicators have been selected, the next step is to decide on the most appropriate methods of collecting the data. - First find any existing data. - However, if no data is available, it is best to consult a professional on how to monitor the indicator. - Data gathered over a long time is essential for evaluating certain impacts. - How often data will need to be collected depends on the indicator – it may be seasonal, annual or more often.
8. Evaluate the Monitoring Data <ul style="list-style-type: none"> - Evaluation of the monitoring data should help to assess if a community's tourism goals and objectives are being accomplished, and assess the impacts of tourism activities on the destination's resources. - An evaluation needs to be done within the overall economic, environmental, political, social and cultural context of the community.

کیفیت تجربه گردشگر در مقصد جامعه محور

- دادن امکان تجربه فعالیت به گردشگر توسط افراد بومی.
- ارائه محصولات با کیفیت و استانداردهای مشخص شده.
- احترام به فرهنگ جامعه میهمان (گردشگر).



بآرزوی توفیق روز افزون

