



توصیه های سازمان جهانی گردشگری برای گردشگری و توسعه روستایی راهنمایی برای تبدیل گردشگری به ابراری مؤثر برای توسعه روستایی

حوزه وزارتی و امور بین الملل

ترجمه: نسرين عظیمی پناه

آبان ماه ۱۳۹۹





این توصیه‌ها توسط سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با مشارکت کمیته گردشگری و رقابت پذیری UNWTO، اعضای وابسته UNWTO، سازمان غذا و کشاورزی (FAO)، گروه بانک جهانی، مرکز تجارت بین‌المللی (ITC)، سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD)، کمیته مناطق اتحادیه اروپا، بانک اروپایی برای بازسازی و توسعه (EBRD)، شبکه مناطق اروپایی برای یک گردشگری پایدار و رقابتی (NECSTOUR)، فدراسیون گردشگری روستایی اروپا، انجمن سفر آسیا و اقیانوسیه (PATA)، انجمن ملل آسیای جنوب شرقی (ASEAN)، سازمان گردشگری جنوب اقیانوسیه (SPTO)، آژانس همکاری بین‌المللی ژاپن (JICA) و Escapadarural.com (اسپانیا) تهیه شده است.

مادرید، ۲۷ سپتامبر ۲۰۲۰

**WORLD
TOURISM
DAY 2020** | **TOURISM
& RURAL
DEVELOPMENT**

مقدمه



گردشگری یکی از منعطف‌ترین و پرشتاب‌ترین بخش‌های اقتصادی - اجتماعی دوران ماست. هفت درصد تجارت جهانی را تشکیل می‌دهد و از رشد اقتصادی دهه‌ی گذشته پیشی گرفته است. یک کارفرمای پیشرو، که میلیون‌ها شغل به طور مستقیم و غیرمستقیم ایجاد می‌کند.

با این حال، در بسیاری از نقاط، مزایای گردشگری، از جمله افزایش اشتغال و فرصت‌های جنسیتی، در مناطق شهری و ساحلی متمرکز شده است، که به توزیع نابرابر سرزمینی ثروت و فرصت‌های اقتصادی کمک می‌کند. به علاوه، فشار بر مکان‌های پربازدید با خطراتی از جمله ازدحام بیش از حد، تقاضای ناپایدار برای منابع طبیعی و فرهنگی و اختلالات احتمالی در بافت اجتماعی و زندگی جامعه همراه است. ارتقاء گردشگری در مناطق روستایی مزایای این بخش را به طور گسترده‌تری در مناطق و جامعه گسترش می‌دهد، در عین حال خطرات مرتبط با تمرکز گردشگری

در مکان‌های خاص را کاهش می‌دهد. گردشگری می‌تواند ابزاری مؤثر در تأمین فرصت‌های اقتصادی - اجتماعی برای جوامع روستایی باشد. همچنین می‌تواند به افزایش جذابیت و نشاط مناطق روستایی، کاهش چالش‌های جمعیت‌شناختی، کاهش مهاجرت و ارتقاء طیف وسیعی از منابع و سنت‌های محلی، ضمن حفظ ماهیت زندگی روستایی، کمک کند. همچنین می‌تواند ارزش‌های یک سرزمین، که اغلب ماهیت تجربه‌ی سفر محسوب می‌شود، را به روشی فعال پاس داشته تا بتواند میراث ملموس و ناملموس را حفظ کند و فعالیت‌های اقتصادی موجود در این سرزمین‌ها را تکمیل کند.

با توجه به همه‌گیری کووید-۱۹، نقش گردشگری در توسعه روستایی بیش از هر زمان دیگری مطرح است. گردشگری در مناطق روستایی فرصت‌های مهمی را برای بازایی فراهم می‌کند زیرا گردشگران به دنبال مقاصد

کم‌جمعیت و تجارب و فعالیت‌های فضای باز هستند. در عین حال، جوامع مناطق روستایی به طور کلی آمادگی کمتری برای مقابله با تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم بحران‌ها دارند. بنابراین حمایت از آنها در مواجهه با اثرات اقتصادی و اجتماعی همه‌گیری از اهمیت حیاتی برخوردار است.

همان‌طور که دبیرکل سازمان ملل متحد، آنتونیو گوترش در خلاصه سیاست‌های اخیر خود با عنوان "[کووید-۱۹ و گردشگری در حال تحول](#)"^۱ تأکید کرد، این بحران همچنین "فرصتی برای بازنگری در نحوه‌ی تعامل گردشگری با جوامع، سایر بخش‌های اقتصادی و اکوسیستم‌ها و منابع طبیعی ما، به منظور ارزیابی و مدیریت بهتر در جهت اطمینان از توزیع عادلانه‌ی مزایای آن و چرخش به سمت اقتصاد گردشگری بدون کربن و تاب‌آورتر است."

۱. United Nations, Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism, UN, August 2020



افزون بر این، ارتباط رو به رشد، ذاتی و اجتناب‌ناپذیر بین توسعه شهری و روستایی با بحران فعلی تسریع شده است. تغییر در جمعیت جهان به سمت مناطق شهری محرک‌های جدیدی ایجاد می‌کند که فرصت‌هایی برای یک نگاه تازه و تفکر مجدد در مورد چگونگی بهتر نمودن این پیوندهای شهری-روستایی را فراهم می‌نماید.

سال ۲۰۲۰ "سال گردشگری و توسعه روستایی" است، موضوعی که امسال با روز جهانی گردشگری به اشتراک گذاشته شده است. پایداری گردشگری در مناطق روستایی تنها در صورتی موفقیت‌آمیز خواهد بود که یک استراتژی برنامه‌ریزی جامع و فراگیر مبتنی بر رویکرد مشارکتی چند-اقدامی و چند-ذینفعی^۱، اتخاذ و اجرا شود.

توصیه‌های UNWTO برای گردشگری و توسعه روستایی، حمایت از دولت‌ها در سطوح مختلف و همچنین بخش

خصوصی و جامعه جهانی در توسعه گردشگری در مناطق روستایی را به گونه‌ای که به توسعه‌ی فراگیر، پایدار و تاب‌آور کمک کند، مورد هدف قرار داده است.

چنین توسعه‌ای توزیع عادلانه‌ی مزایای گردشگری، افزایش ایجاد اشتغال، محافظت از منابع طبیعی و میراث فرهنگی، ترویج گسترش اجتماعی و توانمندسازی جوامع محلی و گروه‌های محروم سنتی، به ویژه زنان، جوانان و افراد بومی را تضمین خواهد نمود. گردشگری فراگیر همچنین در راستای دسترسی بیشتر مناطق روستایی برای هر دو گروه افراد محلی و بازدیدکنندگان از نسل‌های مختلف و با نیازهای دسترسی مختلف کمک نموده و بنابراین کیفیت زندگی بهتری را برای همگان فراهم می‌کند.

همچنین سال ۲۰۲۰، هفتاد و پنج سال از عمر سازمان

ملل متحد (سازمان ملل) می‌گذرد. استفاده از قدرت گردشگری برای پیشبرد توسعه روستایی، سهم این بخش را در دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs) و اجرای کد جهانی اخلاق گردشگری افزایش می‌دهد.

از آنجا که جهان با یکی از چالش برانگیزترین بحران‌ها در همه‌ی زمان‌ها روبرو است، در اینجا یک فرصت جمعی برای تجدید تلاش‌های ما و توسعه‌ی رویکردهای نوآورانه وجود دارد که توانایی گردشگری را برای توسعه تقویت می‌کند، از جمله، توانایی منحصر به فرد آن در ایجاد توسعه برای جوامع روستایی به عنوان یکی از فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی درگیر در سراسر جوامع است که هیچ کس را نادیده نمی‌گیرد.



پایه و اساس



شهرنشینی یک روند رایج در سراسر جهان است. طبق اعلام سازمان ملل، تا سال ۲۰۵۰، ۶۸٪ از جمعیت جهان در مناطق شهری زندگی می‌کنند^۲ و شهرها ۸۵٪ از تولید اقتصادی جهان را فراهم کرده و اثر شدید انسانی و زیست محیطی سرسام‌آوری را از خود به جای گذاشته و هزینه زیادی را به مناطق روستایی اطراف تحمیل می‌کنند^۳. این روند در تضاد با این واقعیت است که، ۸۰٪ از کل افرادی که در "فقر شدید" به سر می‌برند، در جوامع روستایی زندگی می‌کنند^۴.

مناطق روستایی با چالش‌های جمعیتی فزاینده‌ای به ویژه: کاهش جمعیت، سطح درآمد پایین‌تر، شکاف دیجیتالی، کاهش فعالیت‌های اقتصادی سنتی و عدم تنوع اقتصادی و همچنین کمبود زیرساخت، خدمات و ارتباطات حمل و نقل روبرو هستند. جوانان روستایی یکی از آسیب‌پذیرترین گروه‌ها هستند که به دلیل کمبود فرصت‌های شغلی و کارآفرینی سودمند در کشاورزی و فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با روستا، می‌باشد^۵. در عین حال، آنها مهم‌ترین افراد در هنگام پرداختن به توسعه روستایی هستند^۶. تقریباً ۱ میلیارد نفر از ۱۰۲ میلیارد جوانان جهان، در رده سنی ۱۵ تا ۲۴ سال در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند و ۸۸ درصد جوانان در کشورهای در حال توسعه در مناطق روستایی زندگی می‌کنند که ۵ میلیون نفر آنها بیکار هستند.

سیستم‌های سنتی اقتصادی و فرهنگی در معرض تهدید تغییرات اقلیمی قرار دارند. این امر خصوصاً بر مردم بومی متکی به کشاورزی و منابع طبیعی محلی تأثیر می‌گذارد. در جاهای دورافتاده، زمین‌هایی که به دلیل مهاجرت رها شده‌اند، می‌توانند تحت تأثیر فرسایش قرار بگیرند و باعث

تغییر منظر فرهنگی و از بین رفتن احتمالی حس مکان شوند. چنین مکان‌هایی همچنین در معرض خطر بالاتری از بلایای طبیعی قرار دارند.

ثابت شده است که گردشگری ابزاری برای متنوع‌سازی اقتصادی و موتور اصلی اشتغال با تأثیر چند برابری بر سایر بخش‌هایی است که به توسعه روستایی کمک می‌کنند. گردشگری در مناطق روستایی به ویژه می‌تواند به نفع گروه‌های محروم سنتی مانند زنان - که ۵۴٪ از نیروی کار در بخش گردشگری را در مقایسه با ۳۹٪ برای کل اقتصاد تشکیل می‌دهند - جوانان و مردم بومی باشد. گردشگری همچنین یک بخش دسترسی آسان برای بنگاه‌های خرد و کوچک و افراد خوداشتغالی است که بخش قابل توجهی از بخش گردشگری و به طور کلی کارآفرینی در سطح جامعه را تشکیل می‌دهند.

۲. United Nations Department of Economic and Social Affairs (UN DESA).

۳. TWI2050 - The World in 2050 (2020). Innovations for Sustainability. Pathways to an efficient and post-pandemic future. Report prepared by The World in 2050 initiative.

International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA), Laxenburg, Austria. www.twi2050.org

۴. De La O Campos, A.P., Villani, C., Davis, B., Takagi, M. 2018. Ending extreme poverty in rural areas – Sustaining livelihoods to leave no one behind. Rome, FAO. 84 pp. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

۵. Food and Agriculture Organization, Addressing rural youth migration at its root causes: A conceptual framework (2016)

۶. FAO. 2020. Rural youth and the COVID-19 pandemic. Rome. <https://doi.org/10.4060/ca9531en>

افزون بر این، بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ باعث افزایش علاقه گردشگرانی شده است که به دنبال تجربیات جدید مبتنی بر مناطق طبیعی و روستایی اطراف در هوای آزاد و دور از محیط متراکم هستند.

این روند، با تقاضای در حال افزایش برای تجربیات قابل اعتمادتر که تعامل قوی‌تری با جوامع محلی، فرهنگ و محصولات آنها را فراهم می‌کند و همچنین تقاضا برای رویکردی سبزتر در تمام مراحل تجربه‌ی سفر، همراه شده و گشایشی برای فرصت‌های عظیم اقتصادی، اجتماعی و احیای محیط زیست مناطق روستایی، از طریق گردشگری ایجاد می‌کند.

بحران کنونی همچنین بر اهمیت ایجاد تاب‌آوری در میان جوامع مناطق روستایی که متکی به گردشگری هستند، تأکید کرده است. این امر به معنای حمایت اجتماعی بهتر

و تقسیم منافع در بین جوامع و همچنین ایجاد تنوع اقتصادی و گسترش محصولات و بازارهای گردشگری از طریق تجارب ارزش افزوده است. برای دستیابی به این هدف، سرمایه‌گذاری، توسعه‌ی مهارت‌ها، دسترسی به منابع مالی، توسعه‌ی زیرساخت‌ها، تحول دیجیتال، توسعه‌ی پایدار، ارزیابی اثرات، حاکمیت بهبود یافته و توانمندسازی زنان باید در مرکز برنامه‌های بازیابی گردشگری در جوامع روستایی قرار گیرد. این امر کمک می‌کند تا هنگام عبور از بحران و ظهور قوی‌تر، از آنها حمایت شود.

در نهایت، ایجاد فرصت‌های جدید برای مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی از طریق گردشگری نیاز به یک رویکرد جامع دارد که همه‌ی بخش‌ها و فعالیت‌های دیگر را در زنجیره‌ی ارزش

گردشگری درگیر می‌کند و مشارکت‌های عمومی-خصوصی-جامعه محور (PPC)^۱ را ارتقا می‌بخشد. استفاده از قدرت گردشگری برای پیشبرد توسعه روستایی سهم این بخش را در دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs)، به ویژه اهداف ۱ (عدم فقر)، ۵ (برابری جنسیتی)، ۸ (کار مناسب و رشد اقتصادی)، ۱۰ (کاهش نابرابری‌ها) ۱۱ (شهرها و جوامع پایدار)، ۱۲ (مصرف و تولید مسئولانه)، ۱۵ (زندگی بر روی زمین) و ۱۷ (مشارکت برای اهداف) و همچنین اجرای کد جهانی اخلاق گردشگری، افزایش می‌دهد.

با این حال، تحقق این فرصت‌ها نیاز به یک رویکرد استراتژیک یکپارچه و متوالی برای گردشگری در جهت توسعه‌ی روستایی با چشم‌اندازی بلندمدت به سوی سال ۲۰۳۰ و بعد از آن دارد.



توصیه ها



**۱. لحاظ نمودن
گردشگری به عنوان یک
رکن استراتژیک در
سیاست‌های توسعه‌ی
روستایی**

**۱۱. گردشگری در راستای
منفعت و رفاه جوامع
روستایی: ایجاد بخشی
عادلانه، فراگیر، تاب‌آور
و پایدار**

**۱۱۱. فرصت‌های جدید
برای گردشگری و
توسعه‌ی روستایی:
نوآوری، فناوری و
دیجیتالی شدن**

**۱۷. توسعه‌ی محصول و
یکپارچگی زنجیره‌ی
ارزش برای یک تجربه‌ی
سفر پایدار و بهبودیافته**

**۷. تقویت سیاست‌ها و
عملکردهای پایدار در
مقاصد روستایی**



۱. لحاظ نمودن گردشگری به عنوان یک رکن استراتژیک در سیاست‌های توسعه‌ی روستایی

۱. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید گردشگری را به عنوان یکی از ارکان استراتژیک سیاست‌های توسعه‌ی روستایی لحاظ نمایند تا نقشی را که این حوزه می‌تواند به عنوان بخشی از اقتصاد متنوع روستایی ایفا نموده و سیاست‌های فعالی را برای ترویج آن اعمال کند، درک نمایند. این مهم مستلزم ارائه‌ی یک چارچوب اصولی و نظارتی کارا، سرمایه‌گذاری کافی، راهنمایی و مشوق‌هایی برای توسعه و مدیریت گردشگری در مناطق روستایی به طور مؤثرتر و پایدارتر می‌باشد. این امر به ویژه مرتبط با اقدامات حمایتی کووید-۱۹ است زیرا گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند سهم مهمی در بهبود این بخش و افزایش تاب‌آوری اجتماعی-اقتصادی جوامع روستایی داشته باشد. حتی اگر دولت‌ها به شدت با چالش‌های بودجه‌ای مواجه هستند، ضروری است که سهم مؤثری از منابع ملی و منطقه‌ای به ویژه در زمان بحران کووید-۱۹ برای ترویج سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت‌های عمومی در مناطق روستایی، به ویژه به دلیل فرصت کنونی در روند تمایل ترجیحی مشتری برای سفر به مناطق کم‌تراکم و با فاصله‌گذاری اجتماعی آسان‌تر، در دستور کار قرار دهند.
۲. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید گردشگری را به طور کامل در برنامه‌های توسعه‌ی خود ادغام کنند. عواملی که باید در نظر گرفته شود شامل هویت سرزمینی و ویژگی‌های خاص مقاصد روستایی و همچنین سیاست‌های توزیع مزایای گردشگری در سراسر سرزمین و تبدیل گردشگری به ابزاری مؤثر در جهت توسعه‌ی فراگیر، تاب‌آور و پایدار برای مناطق روستایی می‌باشد. تأکید ویژه باید بر طراحی دستورالعمل‌های برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای و/یا قوانین باشد. این موارد باید بهره‌وری بیشتر از زمین (در کاربردهای مختلف آن) را در توسعه‌ی گردشگری (و سایر موارد) امکان‌پذیر سازد و امکان برنامه‌ریزی و اجرای سریع‌تر و کارآمدتر برنامه‌های توسعه را فراهم کند. این امر همچنین باید امکان استفاده‌ی بهینه از زمین (و تخصیص زمین)، از جمله حفظ مداوم ذخایر طبیعی و سایر منابع طبیعی، ملموس و ناملموس جامعه‌ی ملی، منطقه‌ای و محلی را فراهم کند تا بازدیدکنندگان و گردشگران را به خود جلب کند.
۳. دولت‌ها باید یک رویکرد کلی دولتی را از طریق افزایش هماهنگی بین گردشگری و سایر حوزه‌های سیاستی مربوطه به ویژه توسعه‌ی روستایی و همچنین در میان سطوح مختلف دولتی (ملی، منطقه‌ای و محلی) به منظور به حداکثر رساندن ظرفیت گردشگری برای توسعه‌ی روستایی و دستیابی به اهداف آن ترویج نمایند.



۱. لحاظ نمودن گردشگری به عنوان یک رکن استراتژیک در سیاست‌های توسعه‌ی روستایی

۴. حاکمیت گردشگری برای توسعه‌ی روستایی باید مبتنی بر مشارکت عمومی - خصوصی - جامعه (PPC) باشد و یک رویکرد جامع و سیستمی را اتخاذ کند که از طریق آن همه‌ی ذینفعان - بخش دولتی در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی، جامعه مدنی و جوامع محلی - به طور کامل در طراحی، اجرا، ارزیابی و هماهنگی سیاست‌ها و استراتژی‌های گردشگری برای توسعه‌ی مناطق روستایی مشارکت داشته باشند.
۵. سیاست‌ها و حاکمیت در گردشگری برای توسعه‌ی روستایی باید ملاحظات جنسیتی را در کل فرآیند متمرکز کند تا نتایج و فرصت‌های برابر را برای مردان و زنان تضمین نماید.
۶. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید محیطی کارا را در مناطق روستایی ایجاد کنند تا بتوانند ظرفیت‌های گردشگری را برای تقویت سرمایه‌گذاری‌ها، نوآوری، کارآفرینی، شرایط کار مناسب و عادلانه، دیجیتالی‌سازی و مهارت‌ها تحقق بخشند. این مهم می‌تواند از طریق توسعه‌ی زیرساخت‌ها و خدمات ضروری، سیاست‌های مالی، مشوق‌های پولی و آموزش و پرورش، تقویت حاکمیت قانون و یک محیط نظارتی که از بخش خصوصی حمایت می‌کند، حاصل شود. نقش و مشارکت بخش خصوصی در گردشگری و کلیه بخش‌های مرتبط برای اطمینان از پایداری مقاصد گردشگری روستایی ضروری است.
۷. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید از طریق ترویج گردشگری در شهرها همراه با سفر به مناطق روستایی اطراف و معرفی مناطق روستایی نزدیک به مراکز شهری، ارتباط بین بافت‌های شهری و روستایی را ارتقا دهند. ترویج گردشگری در مناطق روستایی نه تنها مزایای این بخش را گسترش می‌دهد بلکه به کاهش فشار بر مکان‌های پر بازدید در شهرها نیز کمک می‌کند.
۸. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع باید سرمایه‌گذاری را به عنوان شرطی برای بهره‌وری، سرمایه‌گذاری و تحولات جدید گردشگری در مناطق روستایی افزایش دهند. سرمایه‌گذاری بخش دولتی به ویژه برای جذب سرمایه‌گذاری از بخش خصوصی، مؤسسات مالی بین‌المللی (IFIs) و شرکای توسعه بسیار مهم است. زیرساخت‌ها، به ویژه زیرساخت‌های حمل و نقل و دیجیتال، برای رقابت‌پذیری و پایداری مقاصد روستایی کلیدی است. دولت‌ها باید از سطوح کافی سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها به منظور بهبود رفاه جوامع روستایی و تجربه‌ی بازدیدکنندگان اطمینان حاصل نمایند. این موارد شامل جاده‌ها و خطوط ریلی برای بهبود دسترسی و ارتباطات، اتصالات حمل و نقل عمومی و امکانات دوچرخه‌سواری و پیاده‌روی، اتصال درون-جزیره‌ای، برق معتبر، فضای پارکینگ، زیرساخت‌های بهداشتی و آموزشی، منابع فرهنگی و همچنین خدمات تلفنی، اتصال اینترنت/ با پهنای باند بالا، تأمین آب آشامیدنی، مدیریت و بازیافت زباله، ایمنی و امنیت، تسهیلات بانکی، خدمات بهداشتی و مراقبت از کودکان است.



۱. لحاظ نمودن گردشگری به عنوان یک رکن استراتژیک در سیاست‌های توسعه‌ی روستایی

۹. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی و سازمان‌های چندجانبه باید همکاری بین مرزها را گسترش دهند و استراتژی‌ها و ابتکارات مشترک برای گردشگری روستایی را به منظور اطمینان از یک رویکرد پایدارتر و با تأثیرات بیشتر برای مناطق درگیر، توسعه دهند.
۱۰. نهادهای و شرکای توسعه باید حمایت خود از گردشگری را تقویت کنند و سطوح کمک توسعه‌ی رسمی^۱ (ODA) را برای گردشگری، در راستای سهم این بخش برای مشاغل و رشد اقتصادی به عنوان ابزاری در جهت ترویج کاهش فقر و توسعه‌ی فراگیر، به ویژه برای گروه‌های آسیب‌پذیر از جمله مردم بومی در مناطق روستایی، افزایش دهند.
۱۱. جامعه‌ی بین‌الملل باید سیاست‌ها و ابتکاراتی را ترویج نماید که رابطه‌ی نزدیک بین سیستم‌های غذایی پایدار و گردشگری را پیش ببرد. این ابتکارات می‌توانند راهی برای حفاظت و استفاده از تنوع زیستی، تنوع زراعی، میراث فرهنگی و خوراک محلی در مناطق روستایی باشند و ضمن حفظ هویت، اقتصاد محلی را ارتقا دهند. ابتکاراتی برای آگاهی بیشتر گردشگران از اثر کربن در هنگام سفر به مناطق روستایی و تأثیر آنها بر سیستم‌های غذایی محلی باید توسعه یابد تا رفتارهایی را که به ایجاد تأثیرات مثبت برای جوامع و اکوسیستم‌ها کمک می‌کند، تشویق نماید.
۱۲. جامعه‌ی بین‌الملل باید برنامه‌ریزی مؤثر و تناسب مساعدت و تلاش‌های میان سازمان‌های بین‌المللی، اهداکنندگان، بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی (NGO) را در جهت دستیابی به اهداف توسعه‌ی مشخص، اطمینان از تأثیرات حداکثری و جلوگیری از موازی‌کاری و مداخلات موقت، افزایش دهد. یک رویکرد زنجیره‌ی ارزش برای کمک بین‌المللی، مبتنی بر استراتژی‌های توافق شده با دولت‌های محلی و ملی مورد نیاز است.

۱. Official Development Assistance: توسط کمیته کمک توسعه (DAC) سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) به عنوان کمک دولتی تعریف شده است که توسعه اقتصادی و رفاه کشورهای در حال توسعه را به طور خاص هدف قرار می‌دهد. [م]



۱. لحاظ نمودن گردشگری به عنوان یک رکن استراتژیک در سیاست‌های توسعه‌ی روستایی

۱۳. جامعه‌ی بین الملل باید دسترسی به توسعه و تأمین مالی پروژه را برای کشورهای در حال توسعه با درآمد بالاتر، به ویژه برای حمایت از تاب‌آوری پیشرفته و توسعه‌ی شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط (MSMEs) افزایش یافته در مناطق روستایی، بهبود بخشد. تعدادی از کشورها و ایالت‌های کوچک جزیره‌ای در حال توسعه (SIDS) در این گروه، که از شمول کمک توسعه‌ی رسمی (ODA) و صندوق بین‌المللی پول خارج شده‌اند، برای پروژه‌های سرمایه‌ای بخش دولتی به [سیاست] کسری بودجه^۱ و برای پرداختن به مسائلی مانند کاهش اثرات اقلیمی و ایجاد تاب‌آوری اقتصادی به تأمین مالی از طریق انتشار اوراق بدهی^۲ متکی هستند. با توجه به اینکه SIDS به طور نامتناسبی در برابر حوادث شدید آب و هوایی آسیب‌پذیر هستند و این تغییرات در اثر تغییرات اقلیمی تشدید می‌شوند، جوامع جزیره‌ای روستایی اغلب سختی‌های شدید و هزینه‌های بالای زندگی را تجربه می‌کنند. روی هم رفته، این امر سرمایه‌گذاری افراد محلی در زمینه گردشگری را بسیار دشوار می‌نماید.

۱۴. سیاست‌های ملی، منطقه‌ای و محلی برای گردشگری و توسعه‌ی روستایی باید رفاه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی جوامع روستایی را در هسته‌ی اصلی خود قرار دهند و توجه ویژه‌ای به روش‌های بومی ارتباط با مردم و محیط زیست داشته باشند. با توجه به این امر، باید رهبری و مدیریت محلی تقویت شود تا از حمایت گسترده و مؤثر از سوی جامعه‌ی مناطق روستایی اطمینان حاصل شود. همچنین پایداری گردشگری روستایی باید منجر به محترم شمردن فرهنگ جوامع روستایی شده و اشتراک متعادل منافع اقتصادی حاصل از گردشگری با جوامع روستایی را ارتقا دهد. باید یک مکانیسم جامع تقسیم منافع، با مشارکت کامل اعضای جامعه که در زنجیره‌ی ارزش گردشگری شرکت می‌کنند، در سطح محلی ایجاد شود.

- ۱. Deficit spending
- ۲. Debt financing



۱۱. گردشگری در راستای منفعت و رفاه جوامع روستایی: ایجاد بخشی عادلانه، فراگیر، تاب آور و پایدار

۱۵. جوامع روستایی باید به طور کامل درگیر هدایت فرآیندهای مشاوره مشارکتی و تصمیم‌گیری برای برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری در مقاصد روستایی باشند. این امر باید آنها را قادر سازد که هم در مالکیت و رهبری در برنامه‌ریزی مقصد و هم در مدیریت آن نقش داشته باشند. از این نظر، ایجاد فرآیندهای مباحثه‌ای از پایین به بالا که در آن تصمیم‌گیری توافقی باشد اما به مدیران محلی (دولتی و خصوصی) اختیار کافی برای انجام اقدامات مشخصی را بدهد که در قبال آن پاسخگو نیز باشند، ضروری است. به همین ترتیب، ایجاد سازوکارهایی برای کنترل، ارزیابی و پیشنهادهای بهبود نیز ضروری است. ضمن اینکه، این مورد نیز باید مورد توافق گسترده‌تر باشد. چنین ساختارهای تصمیم‌گیری باید مشارکت فعال و برابر زنان را تشویق کند.

۱۶. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید با اطمینان از یک چارچوب نظارتی تنظیمی، محیط مناسبی را برای شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط (MSMEs) و کارآفرینی فراهم کنند. آنها همچنین باید دسترسی آسان و ساده به کمک مالی را برای تقویت جوامع روستایی و ایجاد مشاغل گردشگری در مناطق روستایی تضمین کنند. این امر شامل ارائه اطلاعات در مورد بودجه موجود در بخش خصوصی و دولتی (خطوط اعتباری، وجوه اعطایی، نرخ سود یارانه‌ای و غیره)، ساده‌سازی فرآیندهای دسترسی به منابع مالی و توسعه محصولات و فروش آنها، به ویژه از طریق بسترهای دیجیتال و کانال‌های فروش کارآمدتر می‌باشد. پشتیبانی از MSMEهای محلی از طریق امکانات مشترک، خدمات مشاوره‌ای تجاری، پشتیبانی فناوری، بازاریابی و جذب سرمایه‌گذاری برای کمک به پیشرفت، کاهش شکست کارآفرینی و تسريع در ادغام آنها در زنجیره‌ی ارزش گردشگری بسیار حیاتی است. دولت‌ها باید سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری را با استفاده از برنامه‌های توسعه‌ای مراکز رشد و / یا شتاب‌دهنده‌ها برای مشاغل کوچک، یا حتی "کارآفرینان احتمالی" که می‌خواهند ریسک سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی مشاغل گردشگری را بپذیرند، تشویق کنند. این امر می‌تواند به عنوان مثال به شکل وام و اعتبار مورد حمایت دولت (شامل تضمین‌های جزئی، یا نرخ بهره‌ی بهتر و غیره) تحقق یابد.



۱۱. گردشگری در راستای منفعت و رفاه جوامع روستایی: ایجاد بخشی عادلانه، فراگیر، تاب آور و پایدار

۱۷. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید به طور مداوم آموزش و جذب شاغلان و کارآفرینان گردشگری در مناطق روستایی را ترویج و تسهیل کنند. آموزش و توسعه‌ی مهارت‌ها برای جامعه‌ی محلی مهم است. بدون "سرمایه انسانی"، توسعه‌ی روستایی غیرممکن است. انقلاب دیجیتال در حال شکل‌دهی مهارت‌های توسعه است. سیاست‌های مرتبط با گردشگری و برنامه‌های توسعه‌ی استعداد باید ظرفیت‌هایی را در جوامع روستایی با تمرکز بر اقتصاد دیجیتال و همچنین مهارت‌های اجتماعی و سبز ایجاد کنند که ضمن رعایت تنوع چشم‌اندازهای توسعه و ذهنیت‌های فرهنگی موجود، رشد و توسعه در مناطق روستایی را در یک مسیر اخلاقی، سبزتر و سودمند اجتماعی هدایت کنند. بخشی از تلاش‌های سیاستی در زمینه آموزش و توسعه‌ی مهارت‌ها باید شامل تشویق سرمایه و نیروی انسانی با مهارت بالاتر برای انتقال به مناطق روستایی از طریق یارانه‌های دولتی، برنامه‌های با مالیات پایین‌تر و غیره باشد.

۱۸. با توجه به اصول کد جهانی اخلاق گردشگری، بخش دولتی و خصوصی باید اطمینان حاصل کند که فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی ضمن ترویج برابری جنسیتی، مشاغل مناسب و منصفانه و فرصت‌های کارآفرینی را برای جوامع محلی، به ویژه برای گروه‌های سنتی به حاشیه رانده شده (زنان، جوانان و مردم بومی) فراهم می‌کند.

۱۹. در راستای توصیه‌های UNWTO در مورد گردشگری در دسترس برای همه، بخش دولتی و خصوصی باید قابلیت دسترسی را در کل زنجیره‌ی ارزش گردشگری در مقاصد روستایی، با هدف توانمندسازی افراد با نیازهای دسترسی خاص، از جمله سالمندان بهبود بخشند تا ضمن ایجاد فرصت‌های کسب و کار نوین، مقاصد را برای جوامع محلی و بازدیدکنندگان فراگیرتر نمایند. دسترسی در هر سطح باید برای مردم محلی ارتقا یابد. در صورت تحقق این امر، در عوض بازدیدکنندگان و گردشگران نیز از مقاصد روستایی در دسترس لذت خواهند برد.

۲۰. بخش دولتی و خصوصی باید توصیه‌های UNWTO در مورد توسعه‌ی پایدار گردشگری بومی را مورد توجه قرار داده و توسعه‌ی گردشگری در مناطق روستایی را بر مبنای اصول احترام متقابل، مشاوره، توانمندسازی و مشارکت‌های عادلانه در گردشگری که می‌تواند فقر را کاهش داده و رفاه و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای جوامع بومی را بهبود بخشد، قرار دهند.



۱۱۱. فرصت‌های جدید برای گردشگری و توسعه‌ی روستایی: نوآوری، فناوری و دیجیتالی شدن

۲۱. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید سیاست‌هایی را ترویج نمایند که راه‌حل‌های نوآورانه، فناوری و دیجیتالی شدن را برانگیزاند. این امر می‌تواند به تسریع دسترسی مشاغل گردشگری محلی، که بسیاری از آنها خانوادگی هستند، به بازار کمک نموده و فراگیری و رقابت‌پذیری همه‌ی انواع ارائه‌دهندگان در زنجیره‌ی ارزش گردشگری را افزایش دهد. همچنین می‌تواند به پیشرفت پویایی و محصولات سبز کمک کند. نوآوری و تحول دیجیتالی باید توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری، تجارب و پویایی را هدایت نماید؛ به ویژه مواردی که ضمن تقویت پایداری و ترویج ارتباط با خوراک، کشاورزی، تولید، رفاه، ورزش و طبیعت، خواسته‌ی بازدیدکنندگان برای اعتبار و سندیت را به حداکثر برسانند.

۲۲. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی و بخش خصوصی باید اطمینان حاصل کنند که مقاصد روستایی از اتصال و دسترسی به فناوری مشابه با مناطق شهری برخوردار هستند و "عقب‌نمانده‌اند". این امر برای اطمینان از دسترسی به بازار برای کسب و کارهای گردشگری کلیدی بوده و یک تجربه مثبت برای مسافران در چرخه‌ی سفر دیجیتالی است که بواسطه [بحران] کووید-۱۹ تسریع می‌شود. این امر شامل اتوماسیون فرآیندها در تمام مراحل تجربه سفر (ورود/خروج بدون تماس، پرداخت بدون پول، دسترسی به اینترنت بی‌سیم سریع و قابل اعتماد، خرید الکترونیکی محصولات و خدمات محلی، منوهای دیجیتالی و غیره) بدون شخصی‌سازی خدمات است. این موضوع همچنین می‌تواند به پیشرفت در کیفیت و ایمنی تجربه‌ی گردشگر (علائم دیجیتالی، مدیریت دسترسی، کنترل ظرفیت در مناطق مشترک، بسترهای دیجیتالی تعاملی، چت بات‌ها^۱ و غیره) کمک کند. توجه ویژه‌ای باید به پر کردن شکاف دیجیتالی جنسیتی در مقاصد روستایی داده شود.

۱. Chatbot یک نرم افزار هوش مصنوعی (AI) است که می‌تواند مکالمه (یا چت) با کاربر را به زبان طبیعی از طریق برنامه‌های پیام‌رسان، وبسایت‌ها، برنامه‌های تلفن همراه یا از طریق تلفن شبیه‌سازی کند. [م]



۱۱۱. فرصت‌های جدید برای گردشگری و توسعه‌ی روستایی: نوآوری، فناوری و دیجیتالی شدن

۲۳. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی باید با همکاری بخش خصوصی و ارائه دهندگان فناوری، استفاده از کلان‌داده‌ها و فناوری را برای برنامه‌ریزی، سنجش و مدیریت بهتر گردشگری و ترویج سیاست‌های مبتنی بر شواهد، برای گردشگری در مناطق روستایی به حداکثر برسانند. این سیستم‌ها باید نظارت بر شاخص‌های زیرساخت‌ها، ظرفیت برد، سلامت و ایمنی، مسکن، تأثیرات اجتماعی، حمل و نقل و تحرک، مدیریت منابع طبیعی و فرهنگی و مشارکت جامعه را در نظر بگیرند. از کلان‌داده‌ها باید برای درک بهتر بازدیدکنندگان از مناطق روستایی، رفتارها و الگوهای سفر آنها، استفاده راهبردی شود. این اطلاعات می‌تواند برای تهیه‌ی تجارب قابل فروش و شخصی‌سازی شده، نظارت بر اثرات و تقویت رقابت‌پذیری و پایداری مناطق روستایی مورد استفاده قرار گیرد. فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی و اتوماسیون همچنین می‌توانند به مسافران روستایی با نیازهای دسترسی خاص کمک کنند، در عین حال واقعیت مجازی و تقویت شده می‌تواند توسط مقاصد روستایی مورد استفاده قرار گیرد تا به افراد دارای تحرک محدود، اختلالات شنوایی و بینایی، برای سفر به سراسر جهان کمک کند. به دنبال توافق اولیه و آگاهانه با چنین داده‌هایی، باید حاکمیت عمومی و دسترسی آزاد به کلان‌داده‌ها فراهم شده تا اطمینان حاصل گردد که این فناوری و داده‌ها هم به نفع جوامع و هم به نفع مصرف‌کنندگان است. جوامع محلی و ذینفعان فردی باید آموزش کافی را ببینند که به آنها امکان دسترسی، ارزیابی و اجرای تصمیمات فردی با استفاده از کلان‌داده‌ها را بدهد.



۱۷. توسعه‌ی

محصول و

یکپارچگی

زنجیره‌ی ارزش

برای یک تجربه‌ی

سفر پایدار و

بهبود یافته

۲۴. توسعه‌ی محصولات و تجربیات گردشگری در مناطق روستایی باید با ارزیابی قبلی از نقاط قوت و فرصت‌های مقاصد روستایی برای تعیین ظرفیت آنها و همچنین ایجاد یک محیط کارآمد مناسب (زیرساخت‌ها، مدیریت منابع، سرمایه‌گذاری‌ها، سرمایه انسانی) و یک برنامه و استراتژی توسعه‌ی بلندمدت که می‌تواند پایدار و از نظر اقتصادی امکان‌پذیر باشد، هدایت گردد. برای این منظور، اجرای ابتکارات هوشمند بازار که بینش مناسبی در مورد روندها و نیازهای مسافران روستایی برای تطبیق محصولات و بازاریابی مطابق با بازار هدف با حفظ هویت محلی دارند، ضروری است.

۲۵. توسعه‌ی محصولات و تجارب گردشگری در مناطق روستایی باید از یک چشم‌انداز جامع و کاملاً یکپارچه پیروی کند و سایر بخش‌ها، ذینفعان و فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی در زنجیره‌ی ارزش روستایی و گردشگری را درگیر کند. جوامع روستایی باید به طور ذاتی در ایجاد مشترک محصولات گردشگری اجتماعی و زیست محیطی و اقتصادی مناسب مشارکت داشته باشند. همکاری در جامعه ضروری است و انگیزش یا ایجاد شبکه‌هایی از تولیدکنندگان و تعاونی‌ها برای همکاری در زمینه‌ی طراحی و توسعه‌ی محصولات گردشگری، محصولات کشاورزی و صنعتگری قویاً توصیه می‌شود. جامعه روستایی باید به آنچه که هستند، آنچه انجام می‌دهند و شیوه‌ی زندگی خود افتخار کند. آنها باید بتوانند مالکیت قلمرو، منابع و سبک زندگی خود را درک کنند و در این صورت قادر به استقبال از بازدیدکنندگان و ایجاد تجربیات ارزشمند می‌باشند.

۲۶. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی و همچنین بخش خصوصی باید مسیرهای موضوعی، سفرهای جاده‌ای، ارتباطات جزیره‌ای و مسیرهای ملی را که مقاصد مختلف روستایی را به هم پیوند می‌دهند، ترویج نمایند. همکاری بین مقاصد مختلف روستایی در جهت توسعه‌ی تجارب و ارتباطات مشترک گردشگری برای رویکرد مؤثرتر توسعه‌ی گردشگری و ایجاد ارزش افزوده برای بازدیدکنندگان تشویق می‌شود.



۱۷. توسعه‌ی محصول و یکپارچگی زنجیره‌ی ارزش برای یک تجربه‌ی سفر پایدار و بهبود یافته

۲۷. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع باید تجارب جدید و قابل اعتمادی را که منحصر به مناطق روستایی است، ترویج داده، ارتباط با طبیعت و فرهنگ را در محیط‌های خلوت، مطابق با گرایش‌های فعلی مصرف‌کننده ارتقا دهند. تنوع کامل منابع روستایی باید در نظر گرفته شود. این موارد شامل فعالیت‌های گردشگری مرتبط با فرهنگ، خوراک و نوشیدنی، سلامتی و تندرستی، ماجراجویی و ورزش، گردشگری کشاورزی و اکوتوریسم، کوهستان، ساحل، دریا و مناطق حفاظت شده طبیعی و همچنین ترویج پیگیری‌های پس از بازدید و دسترسی به محصولات روستایی است. تمرکز بر توسعه‌ی محصول با تأکید بر تفسیری که برای بازدیدکنندگان، تجاری را از نظر یادگیری فرهنگی و حفاظت از محیط زیست در مناطق روستایی فراهم می‌کند، باید در اولویت قرار گیرد.

۲۸. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش‌های خصوصی و جوامع باید بازاریابی و ترویج گردشگری در مناطق روستایی را تقویت کنند. با توجه به شرایط فعلی کووید-۱۹، فرصتی برای جذب و حفظ مسافران جدید فراهم شده است زیرا بسیاری از بازدیدکنندگان به دنبال مناظر فضای باز و با تراکم کمتر هستند. علاوه بر این، بازاریابی و تبلیغات نقش مهمی در رشد حس مکان و غرور جوامع و نیز آموزش بازدیدکنندگان در مورد اهمیت سهم آنها برای منفعت جوامع محلی دارد. تبلیغات موفقیت‌آمیز باید افزایش تقاضا و هزینه‌کرد و همچنین اطمینان از احترام به مقصد، رضایت بازدیدکننده و سرمایه‌گذاری را مورد هدف قرار دهد.

۲۹. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع باید آگاهی‌بخشی در مورد اهمیت جوامع روستایی و سهم آنها در اقتصاد ملی و حفظ منابع فرهنگی و طبیعی برای ارتقا بازار داخلی را افزایش دهند. این امر می‌تواند شامل برنامه‌های آموزشی باشد که کودکان و جوانان را به یادگیری در مورد قلمرو و فرهنگ کشورشان ترغیب نموده، آنها را درگیر آداب و رسوم و فعالیت‌های سنتی کرده و آگاهی از میراث فرهنگی و طبیعی منتقل شده توسط جوامع روستایی و همچنین ارتباط آنها با طبیعت را افزایش می‌دهد.



۱۷. توسعه‌ی محصول و یکپارچگی زنجیره‌ی ارزش برای یک تجربه‌ی سفر پایدار و بهبودیافته

۳۰. دولت‌ها و بخش خصوصی باید اطلاعات دقیق و به‌طور منظم به‌روز شده در مورد محصولات، خدمات و امکانات در دسترس را در فرمت‌های قابل وصول، جمع‌آوری و در دسترس قرار دهند تا بازدیدکنندگان با شرایط دسترسی خاص، امکان رزرو و خرید کل برنامه‌ی سفر و ارتقاء تجربه‌ی خود، قبل، حین و بعد [از سفر] را داشته باشند.

۳۱. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع باید از طریق برپایی کمپین‌هایی در بازار داخلی به موضوع فصلی بودن بپردازند. این امر می‌تواند شامل مشوق‌های ویژه برای مصرف‌کنندگان و توسعه‌ی متناسب محصول با توجه به افزایش علاقه به تجربه‌های گردشگری مسئولانه، سبزتر و اخلاقی و فعالیت‌های تجاری باشد. همچنین تنوع بازار باید فراتر از بازارهای داخلی سنتی برای گردشگری روستایی و با یک تمرکز ویژه بر جمعیت‌شناسی (جمعیتی مسن اما سالم، دارای تجربه‌ی سفر و پایدار به لحاظ اقتصادی که می‌تواند خارج از فصل سفر کند و همچنین جمعیت جوانی که به دنبال طبیعت و رفاه هستند) در نظر گرفته شود.



۷. تقویت سیاست‌ها و عملکردهای پایدار در مقاصد روستایی

۳۲. گردشگری باید به عنوان ابزاری مؤثر برای دستیابی به توسعه‌ی روستایی در چارچوب برنامه ۲۰۳۰ و اهداف توسعه پایدار (SDGs)، به ویژه اهداف ۱ (بدون فقر)، ۵ (برابری جنسیتی)، ۸ (کار مناسب و رشد اقتصادی)، ۹ (صنعت، نوآوری و زیرساخت‌ها)، ۱۰ (کاهش نابرابری‌ها) ۱۱ (شهرها و جوامع پایدار)، ۱۲ (مصرف و تولید مسئولانه)، ۱۴ (زندگی در زیر آب)، ۱۵ (زندگی در خشکی) و ۱۷ (مشارکت برای اهداف) و اجرای کد جهانی اخلاق گردشگری (ماده ۴: گردشگری، استفاده کننده از میراث فرهنگی بشریت و کمک کننده به پیشرفت آن و ماده ۵: گردشگری، فعالیت مفید برای کشورها و جوامع میزبان) در نظر گرفته شود. برای این منظور، دولت‌ها باید آگاهی همه‌ی ذینفعان در بخش‌های دولتی و خصوصی و همچنین در جوامع را نسبت به اهداف توسعه‌ی پایدار افزایش دهند و یک فرآیند جامع مشارکت برای اجرا و نظارت آنها ایجاد کنند که همه‌ی ذینفعان مربوطه را دربرگیرد.
۳۳. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، با همکاری بخش خصوصی و جوامع، باید مفهوم "مقاصد هوشمند" را در مناطق روستایی بر اساس پنج رکن زیر اجرا کنند: (۱) حاکمیت، (۲) نوآوری، (۳) فناوری، (۴) دسترس پذیری و (۵) پایداری.
۳۴. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع باید اقدامات پایدار را برای استفاده کارآمدتر از منابع محلی و کاهش انتشارات و ضایعات، در چارچوب اقتصاد سبز ترویج کنند. این موارد شامل استفاده از انرژی پاک مانند انرژی خورشیدی، انرژی باد و سوخت‌های زیستی در فعالیت‌های گردشگری، افزایش بهره‌وری انرژی، ممنوعیت استفاده از پلاستیک‌های یکبار مصرف و مواد مضر و اجرای برنامه‌های مدیریت و بازیافت زباله‌های غذایی است. برنامه‌های عمومی مدیریت پسماند باید در منطقه‌بندی و برنامه ریزی لحاظ شده و توجه به ایجاد سایه‌بان و سایر فن‌آوری‌های ضد گرما نیز باید به عنوان بخشی از فرآیند توسعه تشویق و اجرا شوند.
۳۵. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع، باید از ادغام منابع طبیعی و فرهنگی مانند ذخایر طبیعی، سایت‌های میراث جهانی و اماکن طبیعی و تاریخی در توسعه‌ی مناطق روستایی با تأکید ویژه بر احترام به تنوع زیستی محلی و فرهنگ (اماکن مذهبی، تعطیلات و غیره) اطمینان حاصل نمایند.

۷. تقویت سیاست‌ها و عملکردهای پایدار در مقاصد روستایی

۳۶. دولت‌های ملی، منطقه‌ای و محلی، بخش خصوصی و جوامع، باید از طریق ادغام داده‌های قابل اعتماد و ابزار نظارتی که اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی گردشگری در مناطق روستایی را اندازه‌گیری نموده و به ردیابی و بهینه‌سازی منابع می‌پردازد، توسعه‌ی گردشگری مبتنی بر شواهد را ترویج نمایند. به منظور ایجاد توانایی بهتر در تدوین، برنامه‌ریزی، ارزیابی و مدیریت برنامه‌های توسعه، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات آماری، پردازش و ارزیابی توسط مقامات ملی / منطقه‌ای، ترجیحاً با فراهم نمودن سطح بالاتری از دیجیتالی شدن در مناطق روستایی، باید کارآمدتر گردد.

۳۷. دولت‌ها باید به طرح ابتکاری "سنجش پایداری گردشگری" (MST) که توسط کمیسیون آمار سازمان ملل متحد به عنوان چارچوب آماری برای اندازه‌گیری و نظارت بر اثرات زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی گردشگری در سطح ملی و فراملی شناخته شده است، ملحق شوند. از دولت‌ها دعوت شده است تا از روند توسعه‌ی چارچوب، پشتیبانی کرده و از طریق مطالعات مقدماتی در جهت اجرای آن گام بردارند. علاوه بر این، شبکه بین‌المللی ناظران گردشگری پایدار UNWTO^۱ چارچوبی را برای یک نظارت سیستماتیک، به موقع و منظم برای استفاده از منابع و درک بهتر تأثیر گردشگری در سطح محلی در ۹ حوزه: فصلی بودن؛ استخدام؛ منافع اقتصادی؛ حاکمیت؛ رضایت محلی؛ مدیریت انرژی؛ مدیریت آب؛ مدیریت فاضلاب (پساب) و مدیریت و دسترسی به مواد زائد جامد، فراهم می‌کنند. در این زمینه، نظارت منظم بر تأثیر گردشگری بر جوامع روستایی (به عنوان مثال کیفیت زندگی و رضایتمندی) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۱. UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories





توصیه های سازمان جهانی گردشگری برای گردشگری و توسعه روستایی
راهنمایی برای تبدیل گردشگری به ابزاری مؤثر برای توسعه روستایی

منتشره شده توسط: سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)

مادرید-اسپانیا

۲۷ سپتامبر ۲۰۲۰

DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422173>.