



## بررسی مروری بر مفاهیم و مکاتب اکولوژی در صنعت گردشگری

شهرام رفیعی نائینی<sup>۱</sup>، آتنا حرفه گر<sup>۲</sup>، میترا حسین پور شرف شاد<sup>۳</sup>، محبوبه جرجانی<sup>۴</sup>

### چکیده

امروزه صنعت گردشگری و هتلداری به عنوان یکی از مهم ترین محرک های ثروت و اشتغال زایی در جهان شناخته شده و موتور رشد و پیشرفت اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در صحنه جهانی به شمار می رود. اکوتوریسم به عنوان یک گونه از گردشگری قادر است که در استفاده از توان های محیطی سبب افزایش همکاری و تأثیرات اقتصادی آن و همچنین حفاظت از محیط زیست و توسعه پایدار شده و تحرک و پویایی را در اقتصاد محلی و منطقه ای به وجود آورد. هدف از پژوهش حاضر بررسی مفاهیم و مکاتب گردشگری اکولوژیک می باشد. روش تحقیق توصیفی تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه ای می باشد. رابطه بین گردشگری و محیط زیست نه تنها اساسی است بلکه بسیاری پیچیده است. بین این دو وابستگی متقابل وجود دارد که به آن همزیستی می گویند. به زبان ساده، این همزیستی به این معناست که گردشگری توسعه خود را مدیون محیط با کیفیت بالا است. ابعاد زیست محیطی گردشگری یکی از رشته های مورد علاقه جغرافیدانان به دلیل ماهیت جغرافیا است که رویکردی قوی به حوزه روابط انسان و محیط زیست دارد. در واقع، تأثیر زیست محیطی گردشگری و تفریح و تجزیه و تحلیل منابع، حوزه ای است که علوم انسانی و جغرافیدانان طبیعی در مطالعه موضوعات مرتبط با گردشگری با یکدیگر همپوشانی دارند. دلیل دیگر اما اهمیت محیط طبیعی برای گردشگری و تفریح است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری اکولوژیک، گردشگری پایدار، مکتب جغرافیای اکولوژیک، زیست بوم گردشگری

۱- شهرام رفیعی نائینی (نویسنده مسئول)، کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات تهران، (shahramrafieenaini2006@gmail.com).

۲- آتنا حرفه گر، کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات تهران، (atena.herfegar1376@gmail.com).

۳- میترا حسین پور شرف شاد، کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات تهران، (Mitra.sharafshad1370@gmail.com).

۴- محبوبه جرجانی، کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات تهران، (Jorianimahbobeh.jorjani@gmail.com).

## ۱- مقدمه

هرچند مطالعات و تحقیقات انجام شده در زمینه‌ی گردشگری و مسافرت و شیوه و قوانین مربوط به آن در ایران باستان و حتی در ایران پس از اسلام بسیار اندک است، ولی آنچه مسلم است اینکه در ایران قبل از ورود اسلام و آریایی‌ها به این سرزمین، زائران و مسافران در حکومت‌های مختلف از حقوق و امتیازات ویژه‌ای برخوردار بودند. شکل‌های مدنی هر دوره حدود و میزان آن یکسان و مشابه نبوده است، بلکه با توجه به انگیزه و هدف مسافر یا جهانگرد، آن حقوق و حدود آن تعیین و اجرا می‌شده است (Khataei et al. ۲۰۱۷).

علاوه بر این ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص و وجود فرهنگ و آداب و رسوم، آثار تاریخی، هنری و میراث فرهنگی خود به‌طور قطع برای جهانگردان و گردشگران عهد قدیم بهترین مقصد محسوب می‌شده است (Khursheed & Ranjbar, ۲۰۱۹). در ایران پس از اسلام، با توجه به سابقه زندگی مدنی و تجربیات حاصل از حسن خلق و رفتارهای موجود نزد ایرانیان که از گذشته‌های کهن باقی‌مانده و همچنین فرهنگ خاص ایرانیان که بامیهمان‌نوازی‌های خاص شرقیان همراه بوده و به‌ویژه در پرتوی اجرای آیات قرآن و احکام اسلامی، گردشگری رونق بیشتری یافته و با ایجاد تأسیسات جدید رفاهی و درمانی، ایجاد مهمانسراها و محله‌ای پذیرایی از میهمان به طریق وقف باعث شد تا گردشگری در ایران به مرحله‌ی تازه‌ای برسد که در سفرنامه‌ها و یادداشت‌های سیاحان متعدد و مشهور اعم از ایرانی و خارجی به نیکی شناخته شده است (Drum & Moore, ۲۰۱۷).

امروزه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های شکوفایی و اشتغال‌زایی در جهان شناخته می‌شود و به‌عنوان موتور رشد و پیشرفت اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در صحنه جهانی تلقی می‌شود. در این راستا با رشد روزافزون آگاهی‌ها و فناوری‌های نوین علوم طبیعی و دانش زیست‌محیطی در سراسر جهان، طبیعت‌گردی (اکوتوریسم) که زیرمجموعه‌ای از بخش گردشگری پایدار است، یکی از جذاب‌ترین صنایع به شمار می‌رود. صنعت گردشگری جایگاه ویژه‌ای در بین جوامع پیدا کرده است، علاوه بر این، با توجه به تعریف این نوع گردشگری، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه فرهنگی و ملاقات فرهنگ‌ها و تمدن‌ها با یکدیگر شناخته می‌شود. بدون شک سرزمینی که بر اساس گفته‌های گئورگ گستر، خالق مستند زیبایی‌های ایران زمین، «بهشت گمشده» ایران نامیده شده است که دارای جاذبه‌های گوناگونی در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و طبیعی است. زمینه‌های. رشته‌هایی که می‌تواند محل مناسبی برای جذب گردشگر خارجی باشد و داخلی است که تا به امروز به دلایلی متأسفانه در این حوزه مهم توسعه ضعیف و ناموفقی داشته است.

به بیان ساده، گردشگری پایدار، بر اساس مفهوم توسعه پایدار، مستلزم آن است که صنعت گردشگری از نظر اقتصادی با کمترین تأثیر بر جوامع میزبان و محیط‌زیست سودآور باشد. طبق تعریف مجمع بین‌المللی اکوتوریسم، اکوتوریسم سفر به مناطق طبیعی است که طبیعت را حفظ کرده و کیفیت زندگی مردم محلی را بهبود می‌بخشد. در تفسیر دیگری از کنوانسیون تنوع زیستی، گردشگری مبتنی بر حفاظت و مراقبت از تنوع زیستی و اکوسیستم محلی و همچنین نیازهای توسعه‌ی آن‌ها است و نتیجه آن مشارکت جامعه محلی و ایجاد درآمد قابل‌اعتماد است. برای این جوامع محلی. به‌طور کلی باید گفت که اکوتوریسم از حیات وحش و منابع طبیعی بدون مصرف استفاده می‌کند و به‌طور غیرمستقیم به حفاظت از منطقه و بهبود وضعیت اقتصادی مردم محلی کمک می‌کند.

اکوتوریسم به‌عنوان یک گونه از گردشگری قادر است که در استفاده از توان‌های محیطی سبب افزایش همکاری و تأثیرات اقتصادی آن و همچنین حفاظت از محیط‌زیست و توسعه پایدار شده و تحرک و پویایی را در اقتصاد محلی و منطقه‌ای و نیاز به بازاریابی قوی در جاذبه‌های اکوتوریسم وجود دارد. بر این اساس، ترویج اشیاء طبیعی داخلی و خارجی ضروری است. مدیریت صنعت گردشگری کشور باید سعی کند روندهای بین‌المللی را دنبال کند و دسترسی آسان به این جاذبه‌ها و ایجاد امکانات تفریحی را نیز تضمین کند. بر این اساس هدف از پژوهش حاضر بررسی مفاهیم و مکاتب گردشگری اکولوژیک می‌باشد.

## ۲- صنعت گردشگری

پدیده «گردشگری» ریشه در حرکت و جابه‌جایی دارد و تحرک بخش لاینفک زندگی انسان‌هاست. از این رو می‌توان گفت که تاریخ صنعت گردشگری شاید به قدمت فعالیت‌های نوع بشر است و فقط اشکال و اهداف آن متفاوت بوده است (Darvishzadeh, ۱۹۹۲). گردشگری پدیده‌ای است که از دیرزمان در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف، به موضع

فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی خود رسیده است (Dehdashti et al. ۲۰۱۳). گردشگری بر بنیاد عامل اساسی سفر و جابجایی قرار دارد. در نتیجه دگرگونی‌های آن تابع تغییرات مختلفی از قبیل دگرگونی‌های ناشی از انگیزه سفر و وسیله حمل‌ونقل می‌باشد. انسان از دیرباز برای رهایی از تنهایی و سختی و نیز وابستگی‌های محلی و عادات و آداب‌ورسوم یکنواخت و مکرر زندگی خود دست به سفر می‌زده است.

مردم تمدن‌های ماقبل تاریخ بانگیزه به دست آوردن غذا، دوری از خطر و نقل مکان به آب‌وهوای مساعد مسافرت می‌کردند. با افزایش مهارت و کسب فنون نیاز انسان به زندگی بدوی و خانه بدوشی کاهش یافت و دیگر بانگیزه تجارت و معامله کالا مسافرت می‌کرد. از آنجاکه امپراتوری‌های عهد باستان در قاره‌های آفریقا، آسیا و خاورمیانه ایجاد شدند زیربنای اقتصادی به وجود آمد که باعث ایجاد جاده‌ها و راه‌های آبی و همچنین وسایل نقلیه‌ای برای سهولت راه شد (Zahedi, ۲۰۱۶).

قدیمی‌ترین شکل‌های گردشگری که در اروپا بسیار رایج بوده، مسافرت‌های اشراف و شاهزاده‌های جوان بوده است که به منظور آشنایی با شیوه‌های مختلف حکومت و زندگی مردم به نقاط مختلف صورت می‌گرفته است. گردشگری و سفر از جمله عادات قدیم طبقه حاکم و ثروتمند بوده است، هاردین امپراطور رم در فاصله سال‌های ۱۱۷ تا ۱۳۸ میلادی به قصد سیاحت و نظاره لحظه طلوع آفتاب از ستیغ قله آتنا رنج سفر را بر خود هموار کرد تا به خواسته‌هایش دست یابد و رومیان صاحب‌مال و جاه و مقام نیز همواره به منظور اقامت و کسب درآمد و گذران اوقات فراغت، خانه‌هایی را در روستاهای پیرامونی شهر محل سکونت خود خریداری کرده و مورد استفاده قرار می‌دادند (Zahedi, ۲۰۱۶).

تا آنجا که اطلاعات تاریخی نشان می‌دهد، قرن‌های پیش از میلاد مسیح، فینیقی‌ها که مردمی تجار پیشه بودند، از طریق دریا و زمین برای عرضه و فروش محصولات خود و خرید اجناس و محصولات دیگران سفر می‌کردند و این شجاعت و استقبال آن‌ها از خطر، راه را برای نشر تمدن و گسترش فرهنگ اقوام مختلف و آشنا ساختن آن‌ها با یکدیگر هموار می‌ساخت (Zamardian, ۲۰۰۵).

یکی دیگر از انواع گردشگری در دنیای باستان، سفر دراویش، قلندری، جاسوسان و ماجراجویان بود که برای کسب اطلاعات و ارضای حس ماجراجویی خود این کار را انجام می‌دادند. آن‌ها سفرهای خشکی و دریایی جسورانه‌ای انجام دادند و با کشف سرزمین‌ها یا مسیرهای جدید، از طریق خشکی یا دریا، نام آن‌ها به‌عنوان کاشف در تاریخ ثبت شد، مانند کریستف کلمب، ماژلان، واسکودوگاما و دیگران. ناشناخته. برای ما آن‌ها ناشناخته هستند. (Aganbati, ۲۰۱۲)

سفرهای زیارتی به اماکن و یا شهرهای مذهبی از گذشته‌های دور وجود داشته و در بین پیروان تمام ادیان روزبه‌روز رونق گرفته و با استفاده و به‌کارگیری تسهیلات جدید، گسترش خارق‌العاده‌ای یافته است. حج یکی از عوامل اصلی در ترغیب مسلمانان به صنعت گردشگری بوده است. مردمان بسیاری از کلیه نقاط جهان آن روز، به کعبه مشرف می‌شدند. برخی چون ابن فضلان، ابن جبیر، ابن بطوطه و ادیسی آثار را بر جای گذاشته‌اند که بیانگر عظمت تمدن اسلام و پیش تازی علمای مسلمان در این رشته است. اما آنچه مهم است این‌که بسیاری از سرزمین‌ها برای اولین بار توسط مسلمانان کشف شده است، مثلاً نخستین توصیفی که از سرزمین چین به‌عمل آمده از سلیمان تاجر است و نخستین گزارش مکتوب درباره روسیه از ابن فضلان است.

نخستین مسافرت کاروانی (دسته‌جمعی) مربوط به کاروانی است که در سده پانزدهم از ونیز به بیت‌المقدس می‌رفت. نخستین نمونه (تاریخچه) غذاهای فوری امروزی را می‌توان در مسیر این مسافرت‌های پرجمعیت مشاهده کرد. فروشندگانی که انواع غذاها، میوه‌ها، گوشت، ماهی، نان و شیرینی‌جات را به زوار می‌فروختند، بدین منظور چادرهایی در مسیر کاروان‌ها زده بودند (Ahmadi, ۲۰۰۷).

تا آنجا که اطلاعات تاریخی نشان می‌دهد، سیر و سیاحت برای استراحت و تفریح از اوایل قرن شانزدهم شروع شده و مردم برای بازدید از شهرهای بزرگ و معروف دنیا اقدام به مسافرت نموده‌اند. در قرن هفدهم هجوم مسافران به فرانسه، به‌جایی رسید که موجب شد شخصی به نام سن موریس در سال ۱۶۷۲ نشریه‌ای به نام راهنمای سفر به فرانسه منتشر نماید. مسافران غالباً از کشورهای آلمان، لهستان، دانمارک، سوئد، هلند و انگلیس به فرانسه سفر می‌کردند. گراند تور یک راهنمای سفر داشت که در سال ۱۷۷۸ توسط توماس نوگنت تهیه شد و پرفروش‌ترین کتاب معرفی گردید در مجموع می‌توان گفت، توسعه گردشگری مرهون پیشرفت‌های حاصل در وسایل حمل‌ونقل بوده است، زیرا تحول حمل‌ونقل که همراه با افزایش سرعت وسایل مسافرت، ارزانی و آسایش نسبی آن بود انقلاب بزرگی در صنعت گردشگری

به وجود آورد و باعث گردید تأسیسات پذیرایی گردشگری به سرعت توسعه یابد. هتل‌هایی با استانداردهای مختلف ساخته شد. متل‌ها و اردوگاه‌ها به جای مسافرخانه‌های قدیم مورد استفاده توریست‌ها قرار گرفت (Heydari, ۲۰۱۱).

همچنین لازم به ذکر است که پیدایش گردشگری با مفهوم امروزی آن ناشی از تحولات قرن نوزدهم است که انقلاب صنعتی موجب اختراع وسایل رفاهی بسیار گشت و در نتیجه زندگی در شهرها طاقت‌فرسا شد از این رو نیاز مردم به استراحت و مرخصی و پیدایش وسایل مسافرتی راحت و سریع مانند هواپیما، کشتی، قطار، اتومبیل موجبات توسعه گردشگری را بیش از پیش فراهم آورد. انقلاب صنعتی که از سال ۱۷۵۰ تا ۱۸۵۰ ادامه یافت، پایه و اساس گردش انبوه را به شکلی که امروز می‌شناسیم، ایجاد کرد. در این دوره تغییرات اجتماعی باعث تغییر حرفه و گسترش طبقه متوسط جامعه شد و این طبقه توانست از تفریح و مسافرت بیشتری برخوردار شود که در نتیجه افزایش تقاضای سفر، سفرهای ویژه‌ای انجام شد. طبقه نخبگان شکل جدیدی از دایث فاور در دست گرفتن و تبدیل شدن به جریان اصلی سفرهای اوقات فراغت.

برخی از مکان‌هایی که تا آن زمان محل تفریح و گردش خانواده‌های ثروتمند و مرفه بود، گسترش یافت و تأسیسات جدیدی به وجود آمد تا بتواند فضای لازم را برای طبقه متوسط جامعه به عنوان بازار بزرگی به وجود آورد (البته در مقایسه با تعداد اندکی از این مکان‌ها که در گذشته برای اشراف و ثروتمندان تهیه شده بود). اگرچه این مسافران جدید هزینه‌های زیادی نمی‌پرداختند، ولی تعداد روزافزون آن‌ها این کمبود را جبران می‌کرد.

مهاجرت‌های روستایی‌ها به شهر، پدید آمدن ماشین‌ها، قطار، کشتی‌ها نیز در توسعه گردشگری تأثیر گذاشتند. حادثه مهم دیگری که بر صنعت گردشگری اثر گذاشت، فناوری‌های نوین بانکی از جمله چک مسافرتی بود که آمریکایی‌ها ابداع کردند. از اواخر قرن نوزدهم، گردشگران آمریکایی به اروپا سرازیر شدند. اثر اقتصادی، افزایش درآمدها، افزایش اوقات فراغت و توسعه شبکه‌های حمل و نقل سریع و ارزان، همگی شرایطی را به وجود آوردند که باعث رشد بازاریابی در بخش گردشگری شد.

### ۳- گردشگری پایدار

گردشگری در مفهوم پایداری شامل فرآیند مدیریت امور است. تولد این مفهوم در ادبیات گردشگری حاصل راهبرد دستیابی به توسعه پایدار در تمامی عرصه‌های توسعه است. به‌ویژه پس از کنفرانس جهانی در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو، که دولتی ایجاد کرد که منجر به توسعه‌ای می‌شود که به م محیط‌زیست آسیب وارد می‌کند. توافقات حاصله در دستور کار جلسه ۲۱ (یعنی برنامه‌های مربوط به قرن بیست و یکم) قرار گرفت. این دستور جلسه در واقع شامل مجموعه‌ای از طرح‌ها عملی مفصل بود که نقش هر کشور در رسیدن به توسعه پایدار بیان می‌نمود. از این رو بر مبنای دستور جلسه ۲۱، از سوی سازمان‌های بین‌المللی گردشگری در سطح جهان «دستور جلسه ۲۱ برای گردشگری» منتشر شد. که در آن نیاز به رسمیت شناختن نقش گردشگری را در فرایند توسعه مناسب گوشزد می‌کرد و ضرورت طرح عملی برای سازمان‌های گردشگری را در راستای به فعلیت درآوردن اصول گردشگری پایدار را پیش می‌کشید. به دنبال این روند اولین کنفرانس جهانی گردشگری پایدار در سال ۱۹۹۵ در مادرید برگزار شد. از جمله نکاتی که در این جلسه در مورد گردشگری پایدار ذکر شد عبارتند از: توسعه گردشگری باید بر اساس استانداردهای پایدار باشد. این بدان معناست که مسائل زیست‌محیطی بلندمدت، مسائل اقتصادی و مسئولیت اجتماعی و اخلاقی رعایت می‌شود. ماهیت گردشگری پایدار نیازمند منابع محیطی، فرهنگی و انسانی است. گردشگری باید جنبه‌های فرهنگی، ارزشی و عناصر سنتی جوامع محلی را مدنظر داشت باشد.

به‌طور کلی این تلاش‌ها نشان از آن دارد که گردشگری بتواند در پردازش توسعه پایدار راهکاری عملی را شکل دهد. از این رو هدف اصلی در بسط معنایی گردشگری پایدار پیرامون ارائه روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به‌کارگیری غیرعلمی این منابع می‌باشد. توسعه پایدار گردشگری دارای دو جنبه حفاظت از محیط‌زیست و منابع و میراث فرهنگی جوامع است. بنابراین، گردشگری پایدار باید با سیاست‌های مشخص و مشخص اجرا شود تا حرکت امیدوارکننده به سوی توسعه همه‌جانبه بخش گردشگری تضمین شود. برای بهره‌وری بالا در این زمینه، گردشگری پایدار سیاست‌هایی دارد که اهداف و راه‌حل‌های عملی را هماهنگ می‌کند اصول گردشگری پایدار را می‌توان به صورت زیر تعریف کرد:

۱. **استفاده پایدار از منابع طبیعت:** حفاظت و استفاده از منابع (طبیعی، اجتماعی و فرهنگی) یک تجارت بسیار مهم و بلندمدت است.
۲. **کاهش مصرف بی‌رویه و ضایعات:** که از هزینه‌های بازسازی خسارت طولانی‌مدت جلوگیری می‌کند و کیفیت گردشگری را بهبود می‌بخشد.
۳. **حفاظت از تنوع:** حفاظت و ارتقای تنوع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی برای پایداری طولانی‌مدت گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد و پایه‌ای مقاوم برای گردشگری ایجاد می‌کند.
۴. **برنامه‌ریزی:** گسترش و توسعه گردشگری که در چارچوب‌های برنامه‌ریزی استراتژیک محلی و ملی گنجانده شده و با در نظر گرفتن اثرات زیست‌محیطی، قابلیت حیات گردشگری را در درازمدت افزایش می‌دهد.
۵. **حمایت از نظام اقتصاد محلی:** گردشگری که تعداد زیادی از فعالیت‌های اقتصادی محلی را مورد حمایت و تحت پوشش خود قرار می‌دهد و ارزش‌ها و هزینه‌های محیط‌زیست را مدنظر قرار می‌دهد، جدا از حمایت از این سیستم‌های اقتصادی، از تخریب محیط‌زیست جلوگیری می‌کند.
۶. **مشارکت جامعه محلی:** به‌طور کلی، مشارکت جامعه محلی در بخش گردشگری نه تنها برای جوامع محلی و محیط‌زیست مفید است، بلکه کیفیت تجربه گردشگری را نیز افزایش می‌دهد.
۷. **مشورت با ذی‌نفعان و به‌طور کلی جامعه:** مشورت بین صنعت گردشگری و جامعه، انجمن‌ها و نهادهای محلی ضروری است، البته اگر قرار باشد باهم کار کنند و از اختلاف منافع جلوگیری کنند.
۸. **آموزش کارکنان:** آموزش کارکنان که گردشگری پایدار را وارد روش‌های اشتغال می‌کند و با به‌کارگیری خدمات محلی در تمامی مراحل، کیفیت گردشگری را بهبود می‌بخشد.
۹. **مسئولیت بازاریابی صنعت گردشگری:** از آنجایی که بازاریابی اطلاعات کاملی را در اختیار گردشگران قرار می‌دهد، نه تنها احترام به م محیط فرهنگی، اجتماعی و طبیعی مکان‌های بازدید شده را افزایش می‌دهد، بلکه باعث افزایش رضایت مشتری می‌شود.
۱۰. **انجام تحقیق:** پژوهش در حال پیشرفت و نظارت بر آن از طریق صنعت با استفاده از تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری مؤثر اطلاعات نه تنها ما را در حل و فصل مشکلات گردشگری یاری می‌کند اما برای اهداف، صنعت و مشتریان مفید است.

#### ۴-اکوتوریسم

دومین نوع اصلی گردشگری که بر اساس تغییرات تقاضای بازار برای مقاصد گردشگری می‌تواند گردشگران بیشتری را جذب کند، اکوتوریسم است که توسط سازمان جهانی گردشگری (WTO) (به‌عنوان «سفر به مناطق طبیعی بامسئولیت‌پذیری و بهبود زندگی تعریف شده است. جمعیت محلی و حفاظت از م محیط‌زیست. " اکوتوریسم اختصار واژه (Eco Tourism) است که در ادبیات فارسی به جهانگردی زیست‌محیطی یا طبیعت‌گردی (بوم گردی) مشهور شده است. هرچند که در زبان فارسی بین جهانگردی زیست‌محیطی و جهانگردی طبیعت گرد تفاوتی قایل نشده‌اند اما اصولاً دانشمندان این عرصه تفاوت‌هایی بین این دو واژه قایل هستند و اکوتوریسم را زیرمجموعه طبیعت‌گردی می‌دانند، اما به دلیل وارد نشدن به مباحث فلسفی بحث این دو واژه را با کمی اغماض یکسان تلقی می‌نماییم. به‌طور کلی طبیعت‌گردی عبارت است از «انواع گردشگری که در بستر طبیعت صورت می‌پذیرد که هدف آن داد و ستادهایی بین جهانگرد و محیط‌زیست است که در آن به محیط‌زیست آسیب وارد نشود».

تاریخچه اکوتوریسم به سال ۱۹۶۵ میلادی بازمی‌گردد، آن هنگام که واژه اکوتوریسم از تلخیص دو واژه Tourism, Ecological ابداع گردید و در مفهوم عام این‌گونه تعریف شده است: اکوتوریسم سفر به مناطق تخریب نشده یا غیر آلوده طبیعی باهدف مطالعه، مشاهده و لذت از زیبایی‌ها و گیاهان و جانوران بومی، یا نشانه‌های فرهنگی این مکان‌ها می‌باشد. " اکوتوریسم " عبارت است از سفر و سفر مسئولانه زیست‌محیطی به مناطق طبیعی نسبتاً بکر که هدف آن لذت بردن و استفاده از طبیعت (و هرگونه پدیده‌های فرهنگی همراه)

گذشته یا حال، به حداکثر رساندن منابع و به حداقل رساندن اثرات منفی در عین حفظ حیات محلی است. " فعال شد. جمعیت، که از دیدگاه اجتماعی-اقتصادی به نفع آنهاست. اکوتوریسم یکی از زیرشاخه‌های گردشگری پایدار است.

بین گردشگری و محیط‌زیست رابطه تنگاتنگی وجود دارد. بسیاری از مناظر طبیعی و سازه‌های حفاظتی گردشگران را جذب می‌کنند و از این طریق می‌توانند در حفاظت از م محیط‌زیست نقش داشته باشند. توسعه گردشگری و استفاده توریستی از م محیط می‌تواند اثرات متفاوتی بر محیط‌زیست داشته باشد. اگر گردشگری به‌خوبی برنامه‌ریزی، مدیریت و توسعه یابد نتایج خوبی را به همراه خواهد داشت (همایون، ۱۳۸۰، ۳).

اکوتوریسم به سازمان‌ها و مقاصد گردشگری فرصتی برای سرمایه‌گذاری برای کسب مزیت نسبی ارائه می‌دهد. در این میان، پناهگاه‌های بکر حیات‌وحش جذابیت قابل‌توجهی برای اکوتوریسم دارند که اعتبار آنها در مقایسه با نرخ رشد به‌دست‌آمده در دهه اخیر بیش از ده برابر شده است. این نتایج نشان‌دهنده اهمیت آن در تولید ناخالص ملی است (کیتز، ارلت، اکوتوریسم در جهان سوم، ترجمه آناهیتا همایون، ۱). اکثر کشورهای جهان سوم مشکلات زیادی از نظر پرداخت بدهی دارند. بنابراین اکوتوریسم فرصت مناسبی را برای سرمایه‌گذاری در بسیاری از جاذبه‌های طبیعی فراهم می‌کند. به‌عنوان یکی از گزینه‌های گردشگری، توسعه اکوتوریسم باید در مقیاس کوچک و در محدوده فعالیت مالکان محلی انجام شود.

## ۵- گردشگری پایدار

تاکنون تعاریف زیادی از پایداری و توسعه پایدار در گردشگری ارائه شده است که برگرفته از مفهوم «توسعه پایدار» است. رایج‌ترین تعریف گردشگری پایدار، تعریف سازمان جهانی گردشگری است. وجود تعاریف متعدد از توسعه پایدار در گردشگری بیانگر اهمیت این موضوع و ابهاماتی است که نیاز به بررسی دارد. همزمان با توسعه مبانی نظری در حوزه گردشگری، ایده‌ها و نظرات فلسفی مختلفی برای توسعه پایدار گردشگری مطرح شده است که در این پژوهش برخی از آنها مورد آزمون قرار خواهند گرفت. همچنین به‌موازات پیشرفت و توسعه علم گردشگری که آغاز شده، به نظر می‌رسد زمان آن فرارسیده‌است که از دیدگاه پوزیتیویستی مشترک در بحث این علم به سمت اصول اساسی و مبانی فلسفی گردشگری حرکت کنیم. نگاهی به بالاترین سطح دانش از دیدگاه متفکران دانش. ترویج مطالعات گردشگری در مرحله جدیدی. از این حیث و برای انتخاب صحیح با توجه به نیازها و مقتضیات جامعه، باید نظریات ارائه‌شده در مکاتب فلسفی قدیم و جدید را در نظر گرفت و آنها را با یکدیگر مقایسه کرد. آرمان‌گرایی به‌عنوان قدیمی‌ترین مکتب فلسفی از یک‌سو و عمل‌گرایی به‌عنوان یکی از مکاتب فلسفی قرن بیستم از سوی دیگر ممکن است مبنای مناسبی برای مقایسه باشد. در مورد توسعه پایدار گردشگری چطور و چه شباهت‌هایی باهم دارند؟ و تفاوت این دو نظر در زمینه توسعه پایدار گردشگری چیست؟ به همین دلیل ابتدا به عناصر و اصول مکاتب پراگماتیسم و آرمان‌گرایی می‌پردازیم و سپس فرآیندهای به‌کارگیری این مفهوم از دیدگاه هر یک از مکاتب مذکور مورد بررسی قرار می‌گیرد.

طرفداران پراگماتیسم بر روانشناسی در زمینه تجربیات انسانی تمرکز می‌کنند. آنها روش علمی را در زمینه‌های آموزشی و علوم اجتماعی گسترش دادند. ملاک اعتبار و استفاده از این روش، عملی بودن است؛ رضایت واضح است که همه این‌ها با توجه به کارایی و عملی بودن، فواید علمی هستند. ایدئولوژی به ایده‌هایی اطلاق می‌شود که بر نقش مرکزی تفسیر ایده آلیستی یا معنوی از تجربه انسانی تأکید می‌کنند. از نظر آرمان‌گرایی، دانش انسان حاصل تفکر و خرد اوست. از این منظر راه کسب علم شفاهی است.

با توجه به مشکلات مرتبط با گردشگری انبوه، بسیاری از متفکران حوزه گردشگری انواع دیگری از گردشگری خوب (مانند گردشگری مسئولانه، بوم‌گردی و...) را به‌عنوان راهی برای دستیابی به توسعه پایدار در توسعه گردشگری مطرح کرده‌اند. با این حال، بیشتر مطالعات در این زمینه تنها به بحث در مورد اصول و مفاهیم توسعه پایدار می‌پردازند (لیو، ۴۵۹: ۲۰۰۳) و دیدگاه مناسبی در این زمینه ندارند. این امر عمدتاً به دلیل جنبه‌های مثبت توسعه پایدار است، به همین دلیل است که مفهوم گردشگری پایدار به‌طور گسترده مورد انتقاد قرار می‌گیرد.

رویکرد پراگماتیسم روشن، عملی و تعاملی است. پراگماتیسم به‌عنوان یک چارچوب فلسفی به ما امکان می‌دهد شفاف عمل کنیم. رویکرد عمل‌گرایانه ضرورت حرکت در مسیر پایداری را آشکار کرد و نیاز به استدلال‌های پیچیده ندارد. جنبه اخلاقی تصمیم‌گیری عمل‌گرایانه است (Eftekhari & Mahdavi, ۲۰۱۲).

هدف اصلی از توسعه گردشگری، برآورده ساختن نیازهای محلی و ملی است، به همین دلیل این الگو با شناسایی این نیازها آغاز می‌شود. به عبارت دیگر، در مرحله اول بیانیه‌ای مأموریت مقصد تدوین می‌شود. در این الگو مقصد یک سازمان فرض شده است که خدمات و تسهیلات، جاذبه‌ها و سایر عرضه‌کنندگان محصولات گردشگری واحدهای مختلف این سازمان هستند. همان‌طور که سازمان‌ها برای تدوین استراتژی‌های خود با بررسی محیط داخلی، به منابع، توانایی‌ها، دانش و شایستگی‌های خود پی برده و با بررسی محیط خارجی، از فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی آگاه می‌شوند، مقصدها نیز در این الگو برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری چنین فرآیندی را طی می‌کنند.

## ۶- مکتب جغرافیای اکولوژیک

اکولوژی یک واژه ترکیبی یونانی است شامل: اکو (مسکن، خانه، بستر زیست) و لوژی (شناخت علم و دانش) است و معنای تحت‌اللفظی آن عبارتست از: بررسی یا مطالعه موجودات زنده در بستر زیستشان (Badri & Nemati, ۲۰۱۸). ارنست هاگل اکولوژی را به‌عنوان روابط کلی حیوانات و م محیط زنده و غیرزنده تعریف کرد (Badri & Nemati, ۲۰۱۸). به‌طور کلی دانش اکولوژی مجموعه شناخت‌هایی است که انسان درباره تأثیر محیط بر روی موجودات زنده، تأثیر موجودات زنده بر روی محیط و ارتباط متقابل بین موجودات زنده به دست می‌آورد. به‌عبارتی دیگر اکولوژی درباره تأثیر متقابل موجودات زنده با یکدیگر و با محیط بحث می‌کند.

## ۷- اکوتوریسم و اکولوژی

اکوتوریسم سفر مسئولانه به مناطق طبیعی است که محیط‌زیست را حفظ کرده و رفاه مردم محلی را تضمین می‌کند (زاهدی، ۱۳۹۵). حقیقت نشان می‌دهد که منابع طبیعی محدود است و خواسته‌ها و نیازهای انسان محدود نیست. دانستن قوانین بوم‌شناسی، آگاهی از سلسله‌مراتب اکولوژیکی و نحوه تعامل آن از الزامات برنامه ریزان صنعت گردشگری است (زاهدی، ۱۳۹۵). طیف وسیعی از مطالعاتی که به بررسی گردشگری و محیط‌زیست در مناطق ساحلی می‌پردازد، شامل مطالعاتی در مورد سه دسته کلی از اثرات زیست‌محیطی، روندهای زیست‌محیطی و اقدام جمعی و تضاد است. توجه کمتری به حیات‌وحش و پوشش گیاهی و اثرات آن‌ها بر خاک، آب و اقلیم شده است. همچنین تمرکز این مطالعات بیشتر بر عناصر محیطی و کمتر بر محیط‌زیست به‌طور کلی است. بنابراین، با توجه به ماهیت رابطه گردشگری ساحلی و محیط‌زیست، شناسایی و شناخت این تعاملات و عوامل مرتبط با آن، آسیب‌های ناشی از گردشگری و تهدیدات زیست‌محیطی در مناطق ساحلی را به میزان قابل‌توجهی کاهش می‌دهد. همان‌طور که متیسون و وال اشاره کردند، هیچ گردشگری بدون محیطی جذاب وجود ندارد. از جاذبه‌های اساسی مانند خورشید، دریا و ساحل گرفته تا جذابیت غیرقابل‌انکار مکان‌ها و بناهای تاریخی، محیط‌زیست اساسی فعالیت‌های گردشگری است.

برخی از محیط‌های طبیعی مانند سواحل و کوه‌ها از مقاصد جذاب گردشگری محسوب می‌شوند. تأسیسات زیرساختی گردشگری بخشی از محیط ساخته‌شده است. توسعه گردشگری و استفاده از گردشگران در یک منطقه خاص تأثیرات زیست‌محیطی دارد. در نهایت می‌توان اثرات منفی توسعه گردشگری را به شرح زیر برشمرد (عربی، ۱۳۹۳). امروزه مسائل زیست‌محیطی در دستور کار برنامه‌ریزی قرار دارد، اما بسیاری از پروژه‌ها بدون توجه به اثرات زیست‌محیطی آن‌ها اجرا می‌شوند در سطح جهانی، کیفیت محیط‌زیست مهم‌ترین موضوع است و موضوع بسیار مهمی است، به‌خصوص که گردشگری بسیار به آن وابسته است. بسیاری از آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از برنامه‌ریزی، موقعیت یا مقیاس ضعیف پروژه‌ها بود و توسعه گردشگری تنها عامل نبود. اگر توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری با دقت انجام نشود، آثار منفی و ناخواسته آن شامل موارد زیر می‌شود:

- **آلودگی آب:** اگر سیستم فاضلاب مناسبی برای هتل‌ها و مناطق توریستی اندیشیده نشود، آلودگی آب ناشی از فاضلاب نزدیک رودخانه، دریاچه یا ساحل را نیز شامل می‌شود و این وضعیت در ساحل یعنی جایی که هتل‌ها و گردشگران هستند. اونها هم میره شنا، چیز جدیدی نیست. البته آب باران، دریاچه‌ها و دریا نه‌تنها از این طریق آلوده می‌شوند، بلکه خود فعالیت‌های گردشگری مانند حمل قایق‌های توریستی و ریختن نفت به دریا یا تمیز کردن قایق و دفع آب‌های آلوده آن را نیز آلوده می‌کنند.

رورد به دریا به‌خصوص در بنادر بسته که جریان آب به‌کندی انجام می‌شود باعث آلودگی می‌شود.

- **آلودگی هوا:** گردشگری به طور کلی یک صنعت پاک در نظر گرفته می‌شود. اما آلودگی هوای ناشی از توسعه گردشگری ناشی از استفاده مکرر از وسایل نقلیه احتراقی (خودرو، اتوبوس و موتور) مورد استفاده گردشگران در برخی نقاط به ویژه مناطق گردشگری و تنها راه است. البته آلودگی هوا شامل گردوغبار کشورهای نا آماده نیز می‌شود.
- **آلودگی صوتی:** صدای موتورها، اتومبیل‌ها، هواپیماها، جاذبه‌های گردشگری (جلسات و غیره) ماسه یا ماشین‌های برفی مانند سورت‌های موتور و قایق‌های موتوری می‌تواند به گوش آسیب برساند و باعث ناراحتی جسمی شود.
- **آلودگی بصری:** این آلودگی از منابع بسیاری ناشی می‌شود، هتل‌هایی با ساختمان‌های ضعیف و نقض قوانین ساختمانی محلی. استفاده از مصالح ساختمانی نامناسب در خارج از کشور، پروژه‌های تأسیسات گردشگری که به خوبی برنامه‌ریزی نشده‌اند. نامناسب به نظر برسد
- **مسائل مربوط به زباله گردی:** زباله‌ها در مناطق توریستی یک مشکل رایج است که به دلیل تعداد زیاد استفاده‌کنندگان از منطقه و فعالیت‌های مختلف مانند پیک‌نیک و همچنین زباله گردی توسط هتل‌ها و مولدهای زباله ایجاد می‌شود. مرد مسائل بهداشت محیطی مرتبط با بیماری‌ها و آلودگی هوا و ایجاد مناظر ناخوشایند (افلاتونیان، ۲۰۰۶).

#### ۸- زیست‌بوم گردشگری (انسان‌شناسی گردشگری)

تغییرات اجتماعی و فرهنگی شامل فرآیند فرهنگ پذیری است. انسان‌شناسان دهه‌ها فرهنگ پذیری را مورد مطالعه قرار داده‌اند و کشف کرده‌اند که گردشگری تنها یکی از عوامل متعددی است که باعث تغییر دائمی فرهنگ‌ها می‌شود. این یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر است که تغییرات فرهنگی عمدتاً در سنت‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های جامعه محلی رخ می‌دهد و نه جامعه توریستی. این امر به ویژه در گردشگری قبیله‌ای یا بومی مشهود است. خطر اصلی جذب فرهنگ و هویت جامعه میزبان در غالب‌ترین فرهنگ، یعنی فرهنگ توریستی است. هنگامی که ساکنان محلی الگوهای رفتاری گردشگران را تقلید می‌کنند، فرآیند همگن‌سازی فرهنگی اغلب تشدید می‌شود. اگرچه در برخی از مقاصد گردشگری دوره‌ای و فصلی است، اما بازدید منظم گردشگران در طول زمان می‌تواند تأثیر بسزایی بر بافت اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان داشته باشد. تغییر ژنوتیپی در رفتار پدیده دائمی‌تری است که طی آن تغییرات فرهنگی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. این پدیده بیشتر در مقاصد رخ می‌دهد که صنعت گردشگری آن‌ها غیر فصلی است و تأثیرات زیادی بر مقصد می‌گذارد یا ساکنان محلی تمایل زیادی به توسعه گردشگری نشان می‌دهند. نشانه‌شناسی گردشگری نشانه‌ها و نمادها را مطالعه می‌کند. دین مک کانل اولین کسی بود که نشانه‌شناسی را در مطالعات گردشگری به کاربرد. نشانگرها، اگرچه تنها نمایانگر سایت هستند، اما اولین تماس گردشگر با سایت هستند. این نشانگرها عبارتند از: رسانه‌های سفر، کتاب‌های راهنما و سایر منابع سفر. بخش مهمی از این نشانه‌شناسی نیز ایجاد افکار، روایاها و خیال‌پردازی‌های کلیشه‌ای است. افکار و تخیلات تکوینی همواره نقشی محوری در تجربه گردشگری داشته‌اند (اردکانی و همکاران، ۲۰۱۸).

#### ۹- نتیجه‌گیری

اکوتوریسم از دیدگاه بازار کار به عنوان نوعی گردشگری طبیعت‌گرا تعریف می‌شود، اما از سال ۱۹۹۰ توسط سازمان‌های مردم‌نهاد، متخصصان و دانشگاهیان به عنوان ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار مطرح و مورد مطالعه قرار گرفت. بنابراین اصطلاح اکوتوریسم از یک سو به مفهومی مشمول یک سری اصول و قوانین و از سوی دیگر به بخش خاصی از بازار کار اطلاق می‌شود. در سال ۱۹۹۱، موسسه بین‌المللی اکوتوریسم یکی از اولین تعاریف اکوتوریسم را ارائه کرد: «اکوتوریسم سفری است که از مناطق طبیعی مراقبت می‌کند که محیط‌زیست را حفظ می‌کند و زندگی راحت مردم محلی را تثبیت می‌کند.

فعالیت‌های بوم گردی شامل پیاده‌روی برنامه‌ریزی شده ایستگاهی و همچنین کوه‌نوردی، عبور از رودخانه و قایق‌های بادی، سفر به مناطق یالایی و مهمان‌نوازی و مردم محلی این مناطق، سفر به روستاها و مزارع اطراف روستاها برای لذت بردن از طبیعت و آموزش فرهنگ‌ها،



کوهنوردی، سفر به مناطق صعب‌العبور طبیعی، بازدید از غارهای طبیعی، مطالعه طبیعی گیاهان و جانوران، تماشای حیوانات و پرندگان، شناخت محیط طبیعی به شکل دیگری به نام سافاری و استفاده از وسایل نقلیه باز برای حیوانات و دیدن. پرنده‌ها. برخی از فعالیت‌ها از جمله شکار، اسکی و تورهای ماجراجویی که اثرات مخرب زیادی بر محیط طبیعی دارند، اکوتوریسم محسوب نمی‌شوند.

از جمله فعالیت‌های بوم گردی می‌توان به پیاده‌روی و تپه نوردی برنامه‌ریزی شده، عبور از رودخانه‌های تندرو با قایق‌های بادی، سفر به مناطق گردشگری و بازدید از عشایر و مردم محلی این مناطق، بازدید از روستاها و مزارع اطراف روستاها اشاره کرد. برای لذت بردن از طبیعت و آشنایی با فرهنگ‌ها، کوهنوردی، سفر به مناطق غیرقابل دسترس طبیعی، بازدید از غارهای طبیعی، مطالعه گیاهان و جانوران طبیعی، تماشای حیوانات و پرندگان، آشنایی با محیط طبیعی به شکل دیگری به نام سافاری و استفاده از ماشین‌های باز برای مشاهده حیوانات و پرندگان.

برخی از فعالیت‌ها اکوتوریسم محسوب نمی‌شوند، از جمله شکار، اسکی و تورهای ماجراجویی که اثرات مخرب زیادی بر محیط طبیعی دارند. اکوتوریست‌ها بیشتر از کشورهای توسعه‌یافته هستند. در نتیجه طول سفر و اقامت باید با کشورهایی که به آن سفر می‌کنند همکاری کنند.

در غیاب سرمایه‌گذاری قابل توجه در اقتصاد جهان سوم، می‌توان انتظار داشت که گردشگری از هر نوعی شکوفا شود. با توسعه سریع صنعت گردشگری، اکوتوریسم به عنوان یک پروژه سرمایه‌گذاری مورد توجه قرار گرفته و به عنوان یک تجارت بزرگ به حساب می‌آید. انجمن اطلاعات اقتصادی تخمین می‌زند که بازار اکوتوریسم جنگلی ۱۰ میلیون دلار درآمد در سال ۱۹۸۹ ایجاد کرد. اکوتوریسم مهم‌ترین بازار گردشگری برای بسیاری از مناطق جهان سوم است. بررسی رشد ورود گردشگر در مناطق منتخب بوم گردی نشان می‌دهد که تعداد ورود گردشگران در ده سال گذشته تقریباً دو برابر شده است. گاهی اوقات یک رویکرد گام‌به‌گام به سمت برنامه‌ریزی گردشگری دیده می‌شود. این مهم در مقابل توسعه مشکلات در حوزه مدیریت بود.

### تقدیر و تشکر

در انتها؛ از استاد با کمالات و شایسته، جناب آقای دکتر عبدالرضا فرجی راد که زحمت راهنمایی این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد آقای شهرام رفیعی نائینی (به عنوان ایده پرداز اصلی) را بر عهده داشتند و همچنین همکاران ارزشمند علمی (فارغ‌التحصیل)؛ سرکار خانم آتنا حرفه گر، سرکار خانم میترا حسین پور شرف شاد، سرکار خانم محبوبه جرجانی که زحمت مطالعات و مشاوره مقاله فوق را بر عهده داشتند، تشکر و قدردانی می‌نمایم.

### تعارض در منافع

تعارض منافی بین نویسندگان وجود دارد.

### منابع مالی

منابع مالی این پژوهش از طریق مشارکت نویسنده مسئول تأمین شده است.

## References

- Aflatonian. (۲۰۰۶). *Geometrical and kinematic investigation of folds and thrust faults and the structure of Sultan anticline, University*. (Vol. ۱۳).
- Aganbati, A. (۲۰۱۲). *Geology of Iran*. Publications of Geology and Mineral Exploration Organization of Iran.
- Ahmadi, M. (۲۰۰۷). *the needs of the tourism industry the first international conference on health and hospitality*,
- Arabi, M. (۲۰۱۴). *Strategic Strategy Management*. Tehran University Press.
- Ardakani, e. a. (۲۰۱۸). *Anthropology and Tourism*. Retrieved [Persian] from <http://tourism.blogfa.com/post/۴/>
- Badri, S. A. & Nemati, M. (۲۰۱۸). strategic planning of economic development with a participatory approach. *human geography researches*(۶۸), [Persian].
- Darvishzadeh, A. (۱۹۹۲). *Geology of Iran*. Neda Publications.
- Dehdashti, S. Salehi Sadaghiani, Z. & Harandi Azin, J. (۲۰۱۳). The effect of brand value from the consumer's point of view on brand satisfaction and loyalty in the hotel industry. *Tourism Management Studies Quarterly*, [Persian].
- Drum, A. & Moore, A. (۲۰۱۷). *Development of Ecotourism* (M. K. a. Q. Shokrollahzadeh, Trans.). Danesh Publications.
- Eftekhari, R. & Mahdavi, A. (۲۰۱۲). Rural tourism development strategies using SOWT model. *Modares magazine, Tarbiat Modares University Publications*(۴),5 [Persian.]
- Heydari. (۲۰۱۱). *Management of transportation systems and challenges of the tourism industry*. Publications of Qom Handicrafts Scientific-Applied Center - History of tourism in the world.
- Khataei, M. Farzin, M. R. & Mousavi, A. (۲۰۱۷). Measuring the efficiency of hotels in Tehran using data coverage analysis method. *Economic Research Quarterly*, [Persian].
- Khursheed, S. & Ranjbar, R. (۲۰۱۹). *strategic analysis, compilation and selection of strategy based on SWOT matrix and fuzzy multi-branch decision making techniques, Industrial Management Quarterly*. Faculty of Human Sciences, Islamic Azad University, Sanandaj Branch.
- Zahedi, S. S. (۲۰۱۶). *Sustainable Development*. Samit Publications.
- Zamardian, M. J. (۲۰۰۵). Geotourism of the southern shores of the Caspian, challenges and threatening factors. *Journal of Geography and Regional Development*, [Persian].
- Zahedi, S.S. (2015). *Basics of Sustainable Tourism and Ecotourism*. Allameh Tabatabai College Publications. [Persian]
- Liu, Z. (۲۰۰۳). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, ۱۱(۶), ۴۵۹-۵۷۴
- Erlett, K. (۲۰۰۱). *Ecotourism in the third world*. translated by Humayun, Anahita, Ni publication. <http://nomadictourism.blogfa.com/post/۱۱>

## A review of the concepts and schools of ecology in the tourism industry

### Abstract

Today, the tourism and hospitality industry are known as one of the most important factors of wealth and job creation in the world, and it is considered as the driving engine of economic growth and progress in developed and developing countries in the world arena. The river Ecotourism as a type of tourism is capable of increasing cooperation and its economic effects in the use of environmental resources, as well as environmental protection and sustainable development, and mobility and dynamism in the local and regional economy. The purpose of this research is to investigate the concepts and schools of ecological tourism. The research method is descriptive and analytical using library resources. The relationship between tourism and the environment is not only fundamental, but also very complex. Between these two, there is mutual dependence, which is called symbiosis. This coexistence in simple language means that tourism owes its development to high quality environments. The environmental dimensions of tourism are one of geographers' favorite fields, the reason for this lies in the nature of geography, which has a strong approach in the field of human-environment relations. In fact, the effects of tourism and recreation on the environment and resource analysis is an area in which human and natural geographers have common ground in studying the problems related to tourism. However, another reason is the importance of the natural environment for tourism and recreation.

**Keywords:** Ecological tourism, sustainable tourism, school of ecological geography, tourism ecosystem