

برنامه ریزی سواحل مروری بر تجربه‌های جهانی

جایی که خشکی با دریا برخورد می‌کند، فضای ارزشمندی است که از یک سو دارای ارزش اکولوژیک و از سوی دیگر در صورت مدیریت صحیح، می‌تواند در رفاه و آسایش، اقتصاد، سرگرمی و رشد و نمو یک جامعه مؤثر باشد. گردشگری از بزرگترین صنایع جهان است که یکی از شاخه‌های آن، گردشگری ساحلی است که بر اساس ترکیب و برخورد دو منبع اصلی دریا (منبع طبیعی) و خشکی (منبع فرهنگی) به وجود آمده و امکاناتی را از جمله آب، ساحل، مناظر زیبا، زمین حاصلخیز، تنوع زیستی دریا و خشکی، میراث تاریخی و فرهنگی، غذای سالم و ... فراهم می‌کند. الزامات به‌کارگیری این ظرفیت‌ها نیازمند تسهیلاتی از قبیل هتل‌ها، پناهگاه‌ها، ویلاها، رستوران‌ها و زیرساخت‌های لازم از جمله اسکله‌ها، لنگرگاه‌ها، فروشگاه‌های ماهیگیری، غواصی و سایر امکانات است. مدیران شهری با معرفی جاذبه‌های ساحلی و به نوعی ممتاز نمودن ویژگی‌های فضایی و عملکردی آن، در رقابت با شهرهای غیر ساحلی، به جذب سرمایه می‌پردازند. در این مقاله، تصویری از عوامل مؤثر در یک گردش ساحلی موفق

وژگان کلیدی: دریا، گردشگری ساحلی، برنامه ریزی یکپارچه.

انتظارات مردم از یک تفرجگاه ساحلی مطلوب

در سال ۲۰۰۲، از ۷۸۷۲ نفر شهروند ۱۴ سال به بالای آلمانی به نمایندگی از ۶۰ میلیون نفر جمعیت کشور، آمارگیری به عمل آمد. سؤال اصلی این بود که: زمانی که در مورد تعطیلی آینده خود می‌اندیشید، کدام یک از ویژگی‌های محیطی برای شما اهمیت بیشتری دارد؟ پاسخ‌ها به شرح ذیل بود:

- ۶۴/۵ درصد، سواحل و آب تمیز
- ۵۹/۱ درصد، نبود زباله در پناهگاه‌ها و محیط‌های اطراف
- ۵۰ درصد، نبود شهری‌سازی و ماندگاری محیط‌های محلی
- ۴۵/۸ درصد، محافظت خوب از طبیعت
- ۵۱ درصد، نبود آلودگی صوتی ترافیک و صنعتی
- ۳۵/۱ درصد، نبود ترافیک و دسترسی مناسب
- ۲۹ درصد، قابلیت دسترسی با اتوبوس و قطار
- ۴۱/۸ درصد، تسهیلات اقامتی سازگار با طبیعت (ECOTRANS / F.U.R. Reiseanalyse, 2002).

بنابر این تحقیق، مهم‌ترین مسئله در سواحل، تمیزی آن است؛ چرا که در صورت آلودگی محیط زیست و دریا، امراضی قابل انتقال به انسان خواهد بود و ماهیت طبیعی و دست‌نخورده ساحل را نیز از بین خواهد برد. امسال نیز طی گزارشی، نشت نفت در خلیج مکزیک به عنوان بحرانی‌ترین خطر محیط زیست آمریکا شناخته شد و تعداد زیادی از گردشگران را از سفر به سواحل آمریکا منصرف کرد (Yahoo News, visited on 5/2010).

اطلاع‌رسانی رسانه‌ای

آگاهی مردم از جاذبه‌های ساحلی و پتانسیل‌ها و امتیازهای متفاوت آنها برای بهترین انتخاب، از اولین اقدامات برنامه‌ریزی گردشگری موفق در جهت جذب توریست داخلی و خارجی است.

سالانه حجم زیادی از اطلاعات لازم برای سفرهای کوتاه و بلند مدت به نواحی ساحلی در دنیا از طریق رسانه‌ها به مردم منتقل می‌شود. از جمله این رسانه‌ها، مجلات چاپی و اینترنتی یا امکان دسترسی به آنها است. چرا که این مجلات به صورت رایگان در بسیاری از نقاط جهان در دسترس مردم قرار دارد و از خصوصیات آن می‌توان به جلوه‌های زیبا، حرف‌های کلیدی و محرک، توضیح و طبقه‌بندی دقیق و اینکه چرا این مکان را باید برای سفر انتخاب کرد، اشاره دارد. این مجلات معمولاً به صورت منطقه‌ای (سواحل ترکیه، دریای کارائیب، مدیترانه و...) به چاپ می‌رسند، ولی به صورت فرا منطقه‌ای توزیع می‌شود (CARIBBEAN TRAVEL MAGAZINE, 2010).

شبکه‌های زیادی نیز در جهان تمام‌وقت به تبلیغات نقاط گردشگری دنیا می‌پردازد و با به تصویر کشیدن لحظات خاصی از روز و شب، ویژگی‌های منحصر به فرد مکان را به مردم سراسر جهان معرفی می‌کنند. به تازگی نوعی از تبلیغات تلویزیونی را شاهد هستیم که در میان آگهی‌های بازرگانی محصولات غذایی، پوشاک و امثال مشابه آن، ناگهان بیننده را مستقیماً به بازدید از کشوری خاص دعوت می‌کند. این مسئله حاکی از اهمیت گردشگری ساحلی نزد مدیران و مسئولین است که به عواید آن و نوعی شهرت‌طلبی جهانی، توجه ویژه‌ای دارند.

جاذبه‌های عملکردی

فعالیت‌هایی که معمولاً در سواحل انجام می‌شود را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد:

- ۱- ورزشی - تفریحی - هیجانی - سرگرمی - آرامشی
- گروه یک، اختصاص به فعالیت‌هایی دارد که در عین جنبه تفریحی، تندرستی و سلامت جسمانی، بیشتر مورد توجه است. از جمله والیبال ساحلی و فوتبال ساحلی که معمولاً به صورت مسابقه دوره‌ای برگزار می‌شود. دویدن و قدم‌زدن در امتداد ساحل نیز معمولاً در هنگام غروب و طلوع آفتاب بیشترین استقبال‌کننده را دارد و سواحل با فرم هلالی شکل و امتداد ساحلی بیشتر از این امتیاز فراهم‌نمودن دیدهای متفاوت و متنوعی برخوردار هستند.
- گروه دو، اختصاص به فعالیت‌هایی دارد که در کنار تفریحی بودن، حس کنجکاوی و خطر را نیز تحریک می‌کند؛ مانند غواصی در اعماق آب که هدف آن آشنایی با غواصی در آب‌های عمیق و مشاهده اکوسیستم متنوع آن، حیوانات غیرخطرناک دریایی، گیاهان، مرجان‌ها، ماهی‌ها و ... است (CARIBBEAN TRAVEL MAGAZINE, 2010): غواصی روی سطح آب دریا با لباس مخصوص، ماسک و لوله تنفسی، جهت دیدن سطح وسیعی از اتفاقات کم‌عمق زیرسطح دریا از دیگر تفریحات هیجان‌برانگیز است. امکان پرواز با هواپیمای کوچک چند سرنشینه، دیدن بخش وسیع‌تری از سطح دریا، محیط سرسبز، کوهپایه‌ها و جاذبه‌های طبیعی اطراف و در نهایت فرود و گذران ساعاتی از روز روی سطح دریا، خاطره‌دل‌انگیز و یکتایی خواهد بود که در یک زمان می‌توان دو جنس سخت و نرم طبیعت را تجربه کرد. قدم‌زدن در طبیعت زیبا، آشنایی با گونه‌های مختلف گیاهان، حیوانات بومی، مناظر طبیعی و رنگ‌های منحصر به آن نیز، از جمله فعالیت‌های کاوشی و کنجکاوانه است که می‌توان با وجود آنها به آرامش یکنواخت دریا تنوع بخشید. موج‌سواری با تخته و قایق‌های بادی از جمله ورزش‌هایی است که در کشور ما کمتر به آن پرداخته می‌شود.



شهاب نظری عدلی

کارشناس ارشد
معماری منظر

جمع‌آوری صدف و بسیاری دیگر از تولیدات صنعتی علاوه بر تأمین گوشه‌های از عواید توریسم ساحلی، به هر چه لذت‌بخش‌تر شدن این تفریحات کمک ویژه‌ای می‌کند.

مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی

مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی (ICZM) فرایندی برای توجه به مسایل جاری و بلندمدت مدیریت سواحل مانند از دست‌رفتن گونه‌های جانوری و گیاهی، از بین‌رفتن کیفیت آب، تغییر اکوسیستم طبیعی، از بین‌رفتن منابع ساحلی و... است. هدف اصلی طرح مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی، یکپارچه و هماهنگ کردن عوامل انسانی و طبیعی تأثیرگذار بر منابع طبیعی است و وظیفه آن تبیین بستری مناسب برای حداکثر بهره‌برداری از منابع ساحلی است که گوشه‌ای از ذی‌نفعان آن می‌تواند گردشگری ساحلی باشد (www.iczm.pmo.ir, visited on 18/6/2010). ولی گردشگری ساحلی، خود نیازمند یک طرح جامع برای بهره‌برداری حداکثری از بستر فراهم‌شده است، به نحوی که بتوان مناطق ساحلی را از لحاظ جاذبه گردشگری داخلی و خارجی ارزیابی و طبقه‌بندی کرد. آنگاه با در نظر گرفتن سرمایه‌گذاری خصوصی و دولتی تحت یک مدیریت اختصاصی می‌توان از این منبع طبیعی استفاده لازم را برد. در این زمان است که رسانه با اطلاعات طبقه‌بندی‌شده، می‌تواند در خصوص استفاده از سواحل، تبلیغات لازم را انجام دهد، به طوری که این طبقه‌بندی و تبلیغات مدیریت‌شده، مراکز گردشگری را به حداکثر برداشت اقتصادی عادلانه در فصول مناسب سوق دهد. به این نحو درآمدی با استفاده حداکثر از ظرفیت‌های ساحلی میسر خواهد شد و متعاقباً تولیدگران صنعتی با اطمینان از وجود زیر ساخت‌ها و برنامه‌ریزی مناسب برای جذب گردشگر و منافع اقتصادی آن، سرمایه‌گذاری خواهند کرد.

• گروه سه، اختصاص به فعالیت گروه‌های سنی خاص دارد؛ از جمله جمع‌کردن صدف‌های دریایی در سواحل کم‌عمق و درست‌کردن اشکال حجیم شنی، به آسمان فرستادن بادبادک‌ها توسط کودکان و نوجوانان، تفریحات شبانه، موسیقی و لنگرانداختن شبانه در فواصل نزدیک ساحل برای لذت‌بردن از فضای شب دریا. آشنایی با فرهنگ مردم محلی، بازدید از اکوموزه‌ها و خوردن غذاهای محلی از دیگر سرگرمی‌های رایج در این فضاها است.

• در گروه چهار، افراد در محیطی دور از هیاهوی شهری به انجام حرکات آرامش‌بخش مشغول می‌شوند. محیطی ساکت برای آرامش، تفکر و به اشتراک‌گذشتن خاطرات تلخ و شیرین گذشته از جمله اهداف این گونه محیط‌ها است که با نشست روی صندلی‌های ساحلی زیر آلاچیک‌ها و چترهای آفتابی، ماساژ و دیدهای وسیع و زیبا از نظرها و تراس‌ها و ... فراهم می‌شود.

تجهیزات یک گردش ساحلی موفق

تجهیزات، عاملی مؤثر در میزان رضایت و لذت مسافران از یک سفر ساحلی است، در حالی که در کشور ما، مجهز به سفر رفتن، مقوله‌ای است که به آن کمتر توجه می‌شود. طراحی و تولیدات صنعتی مخصوص گردش‌های ساحلی جزء لاینفک این گونه سفرها است. مسافرتین مقاصد ساحلی، زمانی که به مجتمع ساحلی یا سواحل آزاد بروند، بعد از تمیزی، به امنیت، آرامش، آفتاب زیبا و طبیعت زیبا توجه می‌کنند. صندلی راحتی برای لذت‌بردن از آفتاب ساحلی، تور ماهیگیری برای تجربه‌ای خاص از شکار، اتاقک پارچه‌ای برای پوشیدن لباس‌های شنا، کلاه سبک و خنک برای جلوگیری از تابش خورشید و گرم‌زدگی احتمالی، گوشه‌ای از تجهیزاتی است که حمل آنها آسان و فایده آنها بسیار زیاد است (EEA, 2001). چترهای آفتابی و سطل‌های مخصوص

جمع‌بندی

با در نظر گرفتن موارد مطرح‌شده و مقایسه آن با آنچه که در کشور در اختیار داریم، این سؤال مطرح می‌شود که چرا در کشور ما با وجود پتانسیل فراوان توریسم ساحلی، شاهد فقدان همبستگی طرحی جامع و افقی مشترک برای توریسم ساحلی هستیم؟ شروع مدیریت و برنامه‌ریزی یکپارچه مناطق ساحلی در ایران از سال ۱۳۸۲ شروع شد و در سال ۱۳۸۸ مطالعات نه‌گانه آن به پایان رسیده است. در حالی‌که سابقه آن در جهان به سال ۱۹۶۵ میلادی بر می‌گردد و از اواسط دهه ۸۰ میلادی مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی تبدیل به یک اقدام مشترک جهانی شده است. باید گفت که ایران با داشتن حدود ۵۷۷۳ کیلومتر خط ساحلی در دریای خزر، خلیج فارس و دریای عمان، استفاده ناچیزی را در برداشت از این میراث گرانبها کرده است.

منابع

- Blue Plan (2005) *A Sustainable Future for the Mediterranean: The Blue Plan's Environment and Development Outlook*, Earthscan.
- Bridges, T. (ed) (1997) *Travel Industry World Yearbook - The Big Picture*, Vol. 40, Travel Industry Publishing Inc. Spencertown, NY.
- ECOTRANS/ F.U.R. Reisanalyse (2002) quoted in CoastLearn (accessed in June 2007), Sustainable Tourism, Available at: www.coastlearn.org.
- EEA (2005) *The European environment- State and outlook*, European Environment Agency, Chagen.
- Fenell, D. (1999) *Ecotourism*, Second edition, Routledge, London.
- The Economist (1991) *Travel and tourism: the pleasure principle*, The Economist, March, pp. 3-22.
- Wilson, P. and Wheeler, D. P. (1997) *California's Ocean Resources: An Agenda for the Future*, The Resource Agency of California, Ocean Resources Management Program, Sacramento, CA.
- CARIBBEAN TRAVEL MAGAZINE, 2010.
- country homes magazine –coastal special, 2010.
- Maharashtra coastal leaflet, 2009.
- mediterranean coastal zones e book available at www.ebook-free-download.net
- www.iczm.pmo.ir, visited on 2010/6/18.

