



## ظرفیت‌های اقتصاد گردشگری در بیابان لوت



### ♦ دکتر محسن پورخسروانی

دانشیار ژئومورفولوژی گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید  
باهنر کرمان

ارتباط انسان با محیط طبیعی سابقه‌ای به درازای عمر بشر و دانش جغرافیا دارد، به طوری که این تأثیر و تأثر منجر به خلق فضاهای جغرافیایی متفاوتی شده است. واضح است که تکوین و تحول این فضاها ارتباط مستقیم با تکامل و پیشرفت دانش بشری و به تبع آن دستیابی انسان به ابزار و تکنولوژی دارد؛ به عبارت دیگر فضاهای جغرافیایی به عنوان عرصه عملکرد گروه‌های مختلف انسانی، عینیتی حاصل از نقش‌پذیری و اثرگذاری افراد و گروه‌های انسانی در مکان و با به سخن دیگر، پیامد عملکردهای متعامل دو محیط طبیعی و اجتماعی هستند و می‌توان آن‌ها را نوعی تولید اجتماعی در مکان به شمار آورد که تغییرات فضایی را به دنبال دارد. امروزه رشد شتابان تکنولوژی موجب تأثیر این پدیده بر فضای جغرافیایی شده که توسط تکنولوژی و رسانه تعیین یافته و دیالکتیک اجتماعی- فضایی متفاوتی را آغاز می‌کند، به طوری که تأثیرات واقعی بر فضای جغرافیایی گذاشته و ساختار و کارکردهای آن را متحول می‌کند. لذا همان‌گونه که هایدگر بیان می‌کند، گفتمان عقلانیت ابزاری از رهگذر گشتل تکنولوژی، بازتولید

است محیط به شدت رقابتی صنعت، بنگاه‌های فعال در زمینه گردشگری را وادار می‌کند تا به دنبال روش‌های جدیدی برای بهبود مزیت‌های رقابتی خود باشند.

زنجیره تأمین گردشگری (TSCM)، یکی از استراتژی‌هایی است که بنگاه‌های فعال در زمینه گردشگری می‌توانند برای افزایش مزیت رقابتی خود مورد استفاده قرار دهند. مدیریت زنجیره تأمین گردشگری یکی از استراتژی‌های افزایش مزیت رقابتی است که شامل تمامی تأمین‌کنندگان محصولات مانند تور اپراتورها، عوامل خرد مانند کنترل‌کنندگان محصولات و یا تأمین‌کنندگانی مانند ارائه‌دهندگان محل اقامت که به‌طور مستقیم با گردشگران در ارتباط هستند می‌شود. به عبارتی زنجیره تأمین صنعت گردشگری شامل بسیاری از عوامل گردشگری مانند، هتل‌ها، حمل و نقل، رستوران‌ها، صنایع دستی، دفع زباله، زیرساخت‌های مقصد و تمامی کسب‌وکارهای مقصد مورد نظر به‌منظور ارائه خدمات و بهبود عملکرد پایدار در کنار بهبود عملیات‌های مالی مقصد می‌شود. به‌طور کلی عملکرد زنجیره تأمین در صنعت گردشگری با در نظر گرفتن چهار عامل مالی (هزینه‌ها، سهم بازار و ...)، غیرمالی (شاخص‌های عملکرد از جمله رضایت مشتری، درجه نوآوری، رضایت کارکنان و جنبش‌های گردشگری و ...)، عوامل زیست محیطی (توسعه پایدار) و مدیریت ریسک زنجیره تأمین بررسی می‌شود. از سوی دیگر زنجیره تأمین خدمات گردشگری شامل هفت فرآیند اصلی کسب‌وکار، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت خدمات به مشتریان، مدیریت تقاضا، انجام و تحقق سفارش، مدیریت جریان تولید، تهیه - توسعه محصول و بازار است. مجموعه این عوامل همچون پلی بین پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری مناطق مختلف و جامعه هدف گردشگری، نقش انکارناپذیری در رشد و توسعه صنعت گردشگری در مناطق مختلف خواهند داشت.

### ژئوسیستم لوت و اهمیت آن در توسعه صنعت گردشگری کشور

کشور ایران با دارا بودن مجموعه‌های متنوعی از پدیده‌های طبیعی، جاذبه‌های باستانی و تاریخی، موقعیت جغرافیایی و بسیاری موارد دیگر، ظرفیت بالایی برای جذب گردشگر و توسعه صنعت گردشگری دارد و استفاده مطلوب و مناسب از این ظرفیت‌ها می‌تواند به توسعه و رشد جامعه کمک شایانی نماید. در سند چشم‌انداز کشور نیز سهم ایران از برنامه جهانی گردشگری جذب ۱,۵ درصد گردشگران بین‌المللی یعنی حدود ۲۰ میلیون نفر و با درآمدی حدود ۲۵ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است که روند کنونی توسعه فعالیت‌های گردشگری با این پیش‌بینی فاصله زیادی دارد. رشد جمعیت کشور، طی چند دهه اخیر و افزایش جمعیت جوان آن لزوم توجه به راهکارهای جدید برای ایجاد اشتغال در کشور را نمایان می‌سازد. وجود توان‌های مختلف گردشگری در سطح کشور و استفاده از این توان‌ها در جهت ایجاد

می‌شود و فضای جغرافیایی را منبعی برای به دست آوردن سود فزاینده اقتصادی قرار می‌دهد؛ به‌طوری که کارکردهای اقتصادی و درآمد حاصل از آن منوط به کشف پتانسیل‌ها و فرصت‌های اقتصادی نهفته در آن فضا از یک طرف و ارائه آن به افراد و گروه‌های انسانی به نحو مطلوب از طرف دیگر می‌باشد. در همین راستا تحولات جمعیتی، تغییر الگوهای سکونتی و عملکردهای متفاوت گروه‌های انسانی، گردشگری را به‌عنوان رویکردی نوین در معادلات تجاری و اقتصادی بعد از انقلاب صنعتی مطرح نمود که هر روز نیز به اهمیت آن افزوده شده است؛ به‌طوری که امروزه گردشگری به‌عنوان یک صنعت، جایگاه و نقش تأثیرگذاری در اقتصاد کشورهای پیشرو ایفا می‌کند.

### گردشگری سومین صنعت اقتصادی در جهان

از نیمه قرن بیستم به بعد عواملی چون جهانی‌سازی، توسعه سرمایه‌داری، پیشرفت ابزارهای حمل و نقل و توسعه ارتباطات تکنولوژیکی منجر به توسعه صنعت گردشگری شده است؛ به‌طوری که این حوزه امروزه به‌عنوان سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود. به گزارش بانک جهانی در اواخر سال ۲۰۰۵ این صنعت با ایجاد حدود ۲۱۴ میلیون شغل در سطح جهانی نقش عمده‌ای ایفا کرده است. از سوی دیگر مطابق با جدیدترین گزارش سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۸ با رشد ۶ درصدی همراه بوده و به تعداد ۱,۴ میلیارد نفر رسیده است. این رقم در حالی ثبت می‌شود که در سال ۲۰۱۷ مجموع ۱ میلیارد و ۳۲۳ میلیون سفر گردشگری انجام شده بود و نسبت به سال قبل از آن رشد ۸۴ میلیونی سفرها را نشان می‌داد. در عین حال پیش‌بینی می‌شود تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ میلادی با رشدی بین ۳ تا ۴ درصد همراه شود؛ بنابراین می‌توان گفت که این حوزه چه تأثیری در درآمد ناخالص داخلی کشورهای پیشرو در این زمینه دارد. به‌طور کلی درآمد حاصل از گردشگری در سطح بین‌المللی سرعتی بیش از تجارت جهانی داشته و در حال حاضر از نظر ارزش صادراتی درصد بسیار بالایی را تشکیل می‌دهد. ۱۰,۹ درصد از کل تولید ناخالص جهانی متعلق به صنعت گردشگری است و ۱۱,۴ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌های جهانی تقریباً معادل ۷۰۰ میلیارد دلار به صنعت گردشگری تعلق دارد. گردشگری با رقمی نزدیک ۳,۴ تریلیون دلار، سالانه به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت مطرح است و ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی را دربر دارد. علاوه بر این، این صنعت یکی از بزرگ‌ترین شاخه‌های ارزیابی پویایی یک ملت در سطح کلان و با یک مکان در سطح خرد به شمار می‌رود. چرا که هم‌زمان می‌تواند بهترین داشته‌ها و میراث یک ملت را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، محیطی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیکی به معرض نمایش بگذارد. لازم به ذکر

تحولات جمعیتی،  
تغییر الگوهای  
سکونتی و  
عملکردهای  
متفاوت گروه‌های  
انسانی،  
گردشگری  
را به‌عنوان  
رویکردی نوین در  
معادلات تجاری  
و اقتصادی بعد  
از انقلاب صنعتی  
مطرح نمود که  
هر روز نیز به  
اهمیت آن افزوده  
شده است؛  
به‌طوری که  
امروزه گردشگری  
به‌عنوان یک  
صنعت، جایگاه و  
نقش تأثیرگذاری  
در اقتصاد  
کشورهای پیشرو  
ایفا می‌کند.

بالایی درزمینه‌ی خلق مدل‌های طبیعی میکرو در علوم مختلف مثل زمین‌شناسی، ژئومورفولوژی، تکتونیک، اقلیم‌شناسی، باستان‌شناسی، تاریخ، هنر و ... ایجاد نموده؛ به‌طوری که در جهان از آن به‌عنوان آزمایشگاهی طبیعی جهت آموزش و پژوهش در رشته‌های مذکور یاد می‌شود. همچنین گرم‌ترین نقطه کره زمین در چاله لوت در کنار کشف آثار باستانی تمدن باشکوه خبیص و شهر کوتوله‌ها جایگاه منحصر به فردی را به شهادت و لوت بخشیده است.

### برگزاری سومین کنفرانس گردشگری بیابان لوت در کرمان

در همین راستا و با توجه به پتانسیل‌ها و قابلیت‌های بی‌ظنیر بیابان لوت درزمینه‌ی گردشگری از یک‌طرف و سهم ناچیز ایران و استان کرمان درزمینه‌ی اقتصاد گردشگری از طرف دیگر، بخش جغرافیای دانشگاه شهید باهنر کرمان سعی دارد با برگزاری سومین کنفرانس گردشگری بیابان لوت در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۲، ضمن معرفی قابلیت‌ها و توانمندی‌های بیابان لوت درزمینه‌ی گردشگری و انرژی‌های تجدیدپذیر، نقش مهمی در رونق اقتصادی و توانمندسازی جوامع محلی در این منطقه ایفا نماید. در همین رابطه دبیرخانه کنفرانس، ضمن دعوت از سازمان‌ها و ارگان‌های دست‌اندرکار جهت برگزاری هرچه بهتر این کنفرانس، آماده دریافت مقالات ارزشمند پژوهشگران گرامی می‌باشد. ♦♦

- آدرس سایت سومین کنفرانس بین‌المللی گردشگری بیابان لوت: [lut3conf.uk.ac.ir](http://lut3conf.uk.ac.ir)

- آدرس ایمیل سومین کنفرانس بین‌المللی گردشگری بیابان لوت: [conf.uk.ac.ir@lut3](mailto:conf.uk.ac.ir@lut3)

#### منابع

- اطلس ملی گردشگری ایران، (۱۳۸۱)، انتشارات سازمان نقشه‌برداری کشور.
- Akadiri, S.S., Alola, A.A., Akadiri, A. Ch. (2019) The role of globalization, real income, tourism in environmental sustainability target. Evidence from Turkey. Science of The Total Environment, Volume 687, Pages 423-432.
- Hervani, A. A., Helms, M. M., & Sarkis, J. (2005). Performance measurement for green supply chain management. Benchmarking: An International Journal, 12(4), 330-353.
- Khadat al-Rasoul, Zahra and Reza Ghazavi and Seyed Hojat Mousavi (2016), Feasibility of Sustainable Desert Ecotourism Development in Shiraz Desert. Iranian Rangeland and Desert Research: 2016, Volume 23, Number 1, pp: 70-79.
- Yazdan Panah Shahabadi, Mohammad Reza and Hassan Sajjadzadeh, and Mojtaba Rafeian (2019), Explaining the Conceptual Model of Location Branding: A Review of Theoretical Literature. Bagh Nazar Journal, No. 16, pp: 13-33.

درآمد و اشتغال می‌تواند یکی از این راهکارهای اشتغال‌زایی باشد. واحد لوت از جمله ژئوسیستم‌های منحصر به فرد ایران و حتی جهان می‌باشد که سیر تکامل و تحول آن موجبات شکل‌گیری تنوع ذاتی آن را در کنار انحصار در خصوصیات محیطی فراهم نموده است. این دو ویژگی، یعنی تنوع و منحصر به فرد بودن، موجبات توانمندی‌های ذاتی این واحد در راستای توسعه گردشگری را فراهم نموده است. واحد لوت با وسعتی در حدود ۵۴ هزار کیلومتر مربع از گرم‌ترین و خشک‌ترین بیابان‌های ایران و بلکه جهان است. شکل آن تقریباً به‌صورت گودی بیضی شکل با امتداد شمالی-جنوبی می‌باشد. طول آن در حوالی نصف‌النهار ۵۹ درجه شرقی، بین شورگرز در جنوب تا کوه رحیمی در شمال حدود ۹۰۰ کیلومتر و بیشترین پهناي آن در امتداد مدار ۳۰ درجه و ۳۰ دقیقه شمالی بین کوه سور در مغرب و کوه ملک در مشرق حدود ۲۴۰ کیلومتر است. ارتفاعات کرمان با روند تقریباً جنوبی-شمالی از بم تا نای بند، از طرف مغرب دشت لوت را احاطه کرده‌اند. مشرق آن را کوه‌های کم ارتفاع‌تری با جهت شمالی-جنوبی، از نهبندان در شمال تا پیش کوه‌های آذرین بزمان در جنوب محدود کرده‌اند. در شمال نیز ناهمواری‌های کم ارتفاع آتشفشانی و رشته‌های چین خورده قوسی شکل با تحدب شمالی مانند کوه رحیمی و کوه سیاه دشت لوت را محدود ساخته‌اند. در سمت جنوب حد طبیعی دشت لوت به ظاهر مشخص است، ولی رشته‌کوه مهمی وجود ندارد. در اینجا جاده بم-زاهدان را می‌توان به‌عنوان مرز جنوبی دشت لوت در نظر گرفت، اما کمی به‌طرف جنوب، سد کوهستانی متشکل از رسوب‌های آذر-آواری و آتشفشانی از بارز تا بزمان، چاله توپوگرافی لوت را از چاله جازموریان جدا می‌کنند. به این ترتیب رشته‌کوه‌هایی که از همه طرف چاله لوت را احاطه کرده، انزوای محلی و محیطی متضاد و متفاوت را برای آن فراهم نموده‌اند. بطور مثال تضاد ارتفاعی، بالای ۳۵۰۰ متر (ارتفاعات سیرج) تا ارتفاعی حدود ۱۵۰ متر، شکل‌گیری نگره‌های طبیعی متنوع و متضادی را موجب شده است. از جمله:

- ارتفاعات پوشیده از برف، شهر بیلاقی سیرج و آبگرم سیرج در دل این ارتفاعات در مجاورت گرم‌ترین نقطه کره زمین در چاله لوت.
  - موقعیت ساختاری چاله لوت و خلق فلات آتشفشانی گندم بریان، در کنار تنوع بی‌ظنیر لندفرم‌های بادی همچون کلوت‌ها، برخان‌های متحرک، دشت ریگی منحصر بفرد، پهنه‌های ماسه‌ای گسترده، هرم‌های ماسه‌ای بی‌ظنیر و ...
  - تنوع جاذبه‌های گردشگری در حوضه لوت از جمله، توریسم باستانی و تاریخی، توریسم درمانی، اکوتوریسم، توریسم فرهنگی و ...
  - تنوع پتانسیل‌های توریسم درمانی در حوضه لوت از جمله، شن درمانی، چشمه‌های آب گرم، نمک درمانی (هالوتراپی)، لجن درمانی، گیاهان دارویی و ...
- از طرفی تنوع فرآیندهای عمل‌کننده در حوضه لوت، پتانسیل

بخش جغرافیای  
دانشگاه شهید  
باهنر کرمان سعی  
دارد با برگزاری  
سومین کنفرانس  
گردشگری  
بیابان لوت در  
اردیبهشت‌ماه  
۱۴۰۲، ضمن  
معرفی قابلیت‌ها  
و توانمندی‌های  
بیابان لوت  
درزمینه‌ی  
گردشگری و  
انرژی‌های  
تجدیدپذیر،  
نقش مهمی در  
رونق اقتصادی  
و توانمندسازی  
جوامع محلی در  
این منطقه ایفا  
نماید.