



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۲

گردشگری شهری و توسعه پایدار شهری: تحلیل و بررسی جایگاه، نقش و پیامدهای

توسعه گردشگری شهری

احمد عربشاهی کریزی*^۱، مهرنوش تقدیسی^۲

۱- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲- کارشناس مدیریت جهانگردی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

ahmad.arabshahi@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۱۲

چکیده

در جهت دستیابی به توسعه می‌توان از ابزارهای مختلفی بهره گرفت که حوزه گردشگری یکی از این ابزارهاست که خود دارای سطوح مختلف است. گردشگری شهری که یکی از زیر مجموعه‌های بخش گردشگری است می‌تواند نقش مهمی را در مدیریت شهری و دستیابی به توسعه ایفا نماید که در این مقاله موضوع بحث ما واقع شده است. ابتدا سعی بر آن داریم تا با مفهوم و ماهیت گردشگری شهری بیشتر آشنا شده و با تذکر اهمیت آن، اهداف و راهبردهای کلان توسعه گردشگری شهری را یادآور شویم. در ادامه به بررسی تاثیرات گردشگری بر توسعه شهری در چند بخش خواهیم پرداخت (شامل: اثرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی، زیست - محیطی گردشگری در توسعه شهری) و به آثار منفی توسعه توریسم در شهر و در فرایند توسعه پایدار شهری اشاره‌ای خواهیم داشت. سپس به بررسی منابع و جاذبه‌های گردشگری شهری در ایران شامل: منابع و جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و یادمانی، زیارتی و اعتقادی و اجتماعی و فرهنگی می‌پردازیم و محدودیت‌ها و موانع توسعه گردشگری شهری در ایران را از نظر خواهیم گذرانند. در نهایت راجع به تقویت و توسعه گردشگری شهری، نقش شهرداری‌ها، مدیریت شهری و شبکه هماهنگ گردشگری شهری را مورد توجه قرار داده و با نتیجه‌گیری بحث را به پایان می‌بریم.

واژه‌های کلیدی:

گردشگری، مدیریت، توسعه، مدیریت شهری، گردشگری شهری.

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از متنوع‌ترین صناعت‌ها می‌باشد و می‌تواند به طرق مختلف نقش مهمی را در جهت دستیابی به رشد و توسعه ایفا نماید. یکی از عوامل پیشرفت و توسعه در کشورهای توسعه یافته توجه بجا و موثر آنان به حوزه گردشگری می‌باشد. گردشگری دارای ابعاد و سطوح مختلف است و کشورهایی که قصد دارند قدم در راه توسعه بگذارند باید این سطوح مختلف را مورد توجه قرار دهند. یکی از ابعاد و سطوح گردشگری، گردشگری شهری است که در فرایند مدیریت و توسعه شهری می‌تواند نقشی بسزا ایفا نماید. در این مقاله قصد داریم تا در این زمینه به بحث بنشینیم و ضمن آشنایی با ماهیت و فرایند گردشگری شهری، به بررسی توانمندیهای ایران در این زمینه پرداخته و نحوه دستیابی و تحقق گردشگری پایدار شهری را مورد تحلیل قرار دهیم.

گردشگری شهری

توریسم شهری ترکیب پیچیده‌ای از فعالیت‌های مختلف است که از به هم پیوستن در محیط ویژه و قادر ساختن شهر در جذب بازدیدکنندگان است. شناخت عناصر بنیادی توریسم، ما را در شناخت توریسم شهری کمک می‌کند. عناصر اولیه توریسم، اولاً، شامل فعالیت‌هایی مانند: تئاتر، سینما، برپایی نمایشگاه‌ها و... ثانیاً، مکان‌های قابل بازدید، مانند: پارک‌ها، مکان‌های تاریخی، موزه‌ها، آبشار و غیره.

عناصر ثانویه شامل هتل‌ها، بازارها و مغازه‌ها و رستوران‌هاست. عوامل دیگر چون اطلاعات، خدمات موجود در پارک‌ها، نقشه و راهنما و اداره اطلاعات برای راهنمایی گردشگران از دیگر عناصر بنیادی توریسم است.

با توجه به عناصر یاد شده و تعاریفی که از توریسم وجود دارد، توریسم شهری را می‌توان چنین تعریف کرد: توریسم شهری عبارت است از مسافرت به شهر با انگیزه‌های مختلف بر اساس جذابیت‌های متفاوت و امکانات و تسهیلاتی که شهر دارای آن بوده و در شخص ایجاد جذابیت می‌کند.

گردشگران شهری از ویژگی‌های مختلفی برخوردارند. بطور عمده و کلی گردشگری شهری با دو انگیزه و هدف اصلی پنداشته می‌شود که عبارت است از:

تجارت و فرهنگ؛ که در واقع این دو بسیار متفاوت از هم دیگر هستند. گونه‌شناسی گردشگر شهری بر اساس مطالعه بلانک و پتکوویچ (Blank and Petkovitch, 1980) بر پایه انگیزه دیدار و سفر به مناطق شهری موارد زیر را طبقه‌بندی می‌کند:

دیدار دوستان و آشنایان، دیدارهای کاری مربوط به گردهمایی‌ها، فعالیت‌های تفریحی خارج از خانه، فعالیت‌های سرگرم‌کننده و تماشای مکان‌های دیدنی، دلایل شخصی، خرید و سایر عوامل. (Hall and Page, 2001).

167)

همچنین پیچ، انگیزه‌های فراوان دیگری برای دیدار از شهر یاد می‌کند. این انگیزه‌ها عبارتند از: دیدار دوستان و اقوام، سفرهای کاری (تجاری)، شرکت در کنفرانس و نمایشگاه، دلایل تحصیلی، توریسم فرهنگی و تاریخی، سفرهای مذهبی و زیارتی، شرکت در رویدادهایی که نشان‌دهنده علامت مخصوص هستند، خرید به عنوان تفریح و فراغت و سفرهای روزانه (Page, 1995:48).

تعریف گردشگری شهری با وجود انگیزه‌های مختلف و تعریف مشخصی که همه بر آن اتفاق نظر داشته باشند کاری مشکل است. اما می‌توان براساس تعاریفی که از توریست انجام گرفته و مورد قبول همه است (سازمان جهانی گردشگری ۱۹۹۱، آرتور بورمن ۱۳۹۱، ماتیسون و وال، ۱۹۸۲)، توریست شهری را چنین تعریف کرد:

توریست (گردشگر) شهری فردی است که به قصد مسافرت به شهری به غیر از شهر یا مکان سکونت و محیط عادی خود با انگیزه گردش و تفریح، تجارت، دیدن دوستان و اقوام یا فعالیت‌های دیگر برای بهره‌برداری و استفاده از فضای شهر و امکانات و تسهیلات و جاذبه‌های شهری مسافرت می‌کند، این مسافرت کم‌تر از ۲۴ ساعت و بیش از یک سال طول نمی‌کشد. (موحد، ۱۳۸۴)

گردشگری شهری به خوبی درک نشده و از همه انواع گردشگری بیشتر دست کم گرفته شده است. اینسکیپ (1991) اظهار می‌دارد ادبیات شگفت آور کمی در برنامه ریزی برای گردشگری در مناطق شهری وجود دارد - ویژگی‌های گردشگری شهری و برنامه ریزی اش کمتر از توسعه تفریح در فضای باز مورد مطالعه قرار گرفته است. موضوع گردشگری شهری تنها به تدریج در حال به رسمیت شناخته شدن است (Evans, 2000).

اهداف و راهبردهای کلان توسعه گردشگری شهری

گردشگری دارای ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست-محیطی و کالبدی است و به همین دلیل دارای مجموعه‌ای از آثار «مثبت» و «منفی» است. از این نظر، توسعه گردشگری، به‌طور عام و گردشگری شهری، به‌طور خاص می‌باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی و مدیریت شود که کم‌ترین آثار منفی و بیش‌ترین آثار مثبت را در پی داشته باشد. بر این اساس، امروزه تقریباً تمام سازمان‌های بین‌المللی و نهادهای ملی و محلی مسئول توسعه و مدیریت گردشگری، رویکرد خود را بر پایه مفهوم توسعه گردشگری پایدار استوار کرده‌اند.

توسعه گردشگری پایدار، مبتنی بر اهداف و اصولی است که در نهایت به اعتلای کیفیت زندگی و پایداری منابع (طبیعی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی) نظر دارد. با توجه به روند پرشتاب گسترش شهرنشینی و حاد شدن مسائل زیست-محیطی و اجتماعی در شهرها، موضوع چگونگی تحقق توسعه پایدار شهری و توسعه گردشگری پایدار به یک مشغله مهم برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت شهری تبدیل شده است. (مهدی زاده، ۱۳۸۳)

جدول ۱. ابعاد اهداف گردشگری پایدار شهری (Timur and Getz, 2009)

اقتصادی	محیطی	فرهنگی اجتماعی (مسائل جامعه)	تجربی
فراهم آوردن سودآوری طولانی مدت کسب و کار	حفظ و توجه به استفاده مجدد از ساختمان‌های قدیمی در مرکز شهر	ارائه فرصت‌های شغلی دراز مدت و با پرداخت مناسب	حصول اطمینان از اینکه تجارب بازدید کنندگان به یاد ماندنی هستند
ادامه رشد صنعت گردشگری شهر	حفظ تمام مناطق باقی مانده طبیعی شهر	حصول اطمینان از کنترل ساکنان بر گردشگری	توسعه تصمیم‌گیری تامین سلامتی و تندرستی بازدید کنندگان
حصول اطمینان از اینکه بودجه بازاریابی گردشگری شهر پایدار و در حال افزایش است	محدود کردن حرکات ماشین شخصی توسط گردشگران برای کنترل آلودگی هوا و ازدحام در شهر	توسعه یک صنعت پایدار که در آن همه کسب و کارها عملیات سبز را تمرین می‌کنند	فراهم آوردن محرکها قوی برای بازدید از شهر

مدیریت شهری

مفهوم مدیریت شهری در تعاریف گل نگر از مفهوم صرف اداره امور شهر فراتر است و با ساختارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مرتبط و نقش فعالی در توسعه ی شهر پیدا می‌کند. در این نگرش، مدیریت شهری، مسئولیتی استراتژی است که نتایج و پیامدهای عملیاتی نیز به همراه دارد و به این علت، تعامل آن با حوزه‌های قدرت، سیاست، اجتماع و اقتصاد شهری اجتناب ناپذیر است. (Mc Gill, 1998) مدیریت شهری عبارت است از سازماندهی عوامل و منابع برای پاسخگویی به نیازهای ساکنان شهر، هدف کلان مدیریت شهری ایجاد محیطی قابل زندگی برای همه همراه با عدالت اجتماعی، کارایی اقتصادی و پایداری زیست محیطی است (صرافی و همکاران، ۱۳۷۹: ۸۱) مدیریت فرایند به کار گیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات و هدایت و کنترل است (ستاری و همکار، ۱۳۸۸: ۱۱۱). مدیریت شهری به همه نهادها، سازمان‌ها و افرادی گفته می‌شود که به صورت رسمی و غیررسمی در فرایند مدیریت شهری اثرگذار هستند.

مدیریت شهر فقط شهرداری یا شورای شهر نیست بلکه هر عنصری که در فرایند مدیریتی شهر، اثرگذار است، در این حیطه قرار دارد (لطفی، ۱۳۸۸: ۱۰۵). در تدوین برنامه‌های مدیریت توسعه‌ای و برنامه‌های منطقه‌ای و کشوری جایگاه شهر و مدیریت شهری باید به روشنی تبیین و مشخص شود که برنامه‌های مختلف اجرا شده در سطح شهر، تاثیرگذار هستند یا خیر، و برنامه‌ها را چگونه باید تدوین کرد که طرح‌های توسعه شهری و منطقه‌ای بدون وقفه اجرا شوند (شیعه، ۱۳۸۲: ۴۰). مدیریت، عامل اصلی و حیات بخش هر سازمان و نهادی است. مقوله مدیریت بخش لاینفک هر نوع برنامه ریزی است و شاید رکن اصلی آن باشد. از این رو، می‌توان گفت که برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت، هماهنگی، کنترل و اصلاح برنامه‌ها، عناصر اصلی چرخه مدیریت گردشگری محسوب می‌شوند. در واقع مدیریت سنجش عملی برنامه ریزی گردشگری را شامل می‌شود که طی آن باید با استفاده از ابزارهای مناسب به اهداف از پیش تعیین شده خود دست یابد (Elliott, 1977: 116).

مهم ترین هدف مدیریت شهری ارتقای شرایط کار و زندگی جمعیت ساکن، در قالب اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی و حفاظت از حقوق شهروندان، تشویق به توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار و حفاظت از محیط کالبدی است. بنابراین هنگامی که شهر دارای مشکلات و نارسایی‌هایی در چرخه امور است و از مشکلات بهداشت شهری و آلودگی‌های محیطی برخوردار است و در عین حال از اقسام آسیب‌های اجتماعی، و بحران‌هایی هم چون مسکن، نقص در ظرفیت کافی تاسیسات عمومی، بیکاری، کمی درآمد، زاغه نشینی، مشقات اجتماعی، رشد خودروی شهری و بی هویتی در شکل‌گیری بافت‌ها و ساختمان‌ها و ... در عذاب است، می‌توان به این نتیجه رسید که مدیریت شهری آن در تنگنا و نارسایی به سر می‌برد. در این باره مدیریت شهری باید ضمن دارا بودن برنامه برای وضع موجود شهر و فایق آمدن بر مشکلات آن، برنامه‌های آینده شهر را تدوین کرده و براساس آن‌ها به ترسیم آینده ایده آل که بر مبنای واقعیت‌ها و شرایط زمان و مکان قرار دارد بپردازد و مدیریت شهری باید حافظ شهرها و منافع مردم شهرها باشد (شیعه، ۱۳۸۲: ۳۹) یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در هر منطقه، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است. مدیریت دربرگیرنده نگرش نظام مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد. در این راستا مدیریت گردشگری پایدار در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است. (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰)

مدیریت شهری و گردشگری شهری

امروزه یکی از مهم‌ترین کاربری شهرها ارایه خدمات گردشگری نوین است چرا که شکل‌گیری عصر پسا مدرنیته با گزاره اصلی آن یعنی جهانی شدن، فراوری اطلاعات و گردشگری همراه شده و دوره جدیدی در تعاملات اجتماعی و فرهنگی انسان‌ها خصوصا در قالب ساخت‌های شهری رقم زده است. با این اوصاف مراکز شهری به

علت تجمع نهادهای مدنی و زیرساخت‌های اجتماعی می‌توانند محل مناسبی برای جذب و جلب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شوند. اهمیت این نوع از صنعت گردشگری خود زمانی که با تاریخ تمدن یا شرایط ویژه طبیعی آن ناحیه همراه شود، دو چندان شده و با برنامه‌ریزی‌های مناسب و بجا به آسانی توانایی تبدیل شدن به قطب بزرگ گردشگری کشور را خواهد داشت. به این ترتیب است که شهرهایی مانند ونیز، رم، میلان، پاریس، لندن، نیویورک، شانگهای، توکیو، بمبئی یا نمونه خاورمیانه‌ای آن دویی قادر به جذب سالانه چندین میلیون گردشگر در سال خواهند بود. از سوی دیگر در بحث هویت‌بخشی به شهر به ویژه در کشورهایی با سابقه تمدن و تاریخ چند هزار ساله چون ایران، میراث فرهنگی یکی از بهترین منابع برای روشن شدن فرهنگ و هویت کشورها مورد بررسی قرار می‌گیرد زیرا فرهنگ، پایه و اساس تمدن هر کشوری است که نسل‌های انسانی در زمان حیات خود از آن بهره می‌جویند و با اتکا به آن به زندگی و فعالیت‌های روزمره خود در کنار یکدیگر شکل می‌دهند. سوال مهم این است که میراث فرهنگی چگونه می‌تواند هویت هر جامعه‌ای را در جامعه جهانی جدید نشان دهد؟ به عبارت دیگر، میراث فرهنگی با وجود جریان شتابان و فراگیر جهانی شدن چگونه می‌تواند از یک طرف هویت اصیل یک جامعه را حفظ و از طرف دیگر آن را جهانی کند؟ مسلماً بناهای تاریخی یا بخشی از میراث فرهنگی، مکان یا زیستگاه انسان در منطقه است، یعنی بناهای تاریخی می‌توانند بخشی از سرمایه اصلی شهرها و روستاهای کشور را تشکیل دهند.

در این میان مدیریت شهری به خصوص در حوزه ساماندهی بناها و حریم آثار تاریخی نقش غیرقابل انکاری را ایفا می‌کند، نقشی که می‌توان از آن به عنوان هویت بخشی به حریم آثار تاریخی یاد کرد. پیرامون همین امر مدیریت شهری برای توسعه پایدار میراث فرهنگی شهری به سه گام اساسی نیاز دارد:

الف) مفهوم سازی و تدوین یک نگرش راهبردی در زمینه میراث فرهنگی و گردشگری.

ب) نهاد سازی در زمینه ایجاد تشکیلات و قوانین مناسب با نیازهای جدید.

ج) ترویج و آموزش همگانی و تقویت مشارکت عمومی و تشکل‌های مردمی به منظور توسعه پایدار و ارزش‌های تاریخی و فرهنگی و گردشگری.

با توجه به سه گام و نیاز اساسی یادشده، گردشگری شهری زمانی ایده اجرایی به خود می‌گیرد که در عمل تفاهم کاملی میان شهرداری‌ها و سازمان گردشگری برقرار شده باشد به عبارت بهتر با توجه به منابع محدود تشکیلات گردشگری می‌توان مدعی شد که مدیریت گردشگری شهری و بافت‌های تاریخی باید به شهرداری‌ها سپرده شود تا احساس مسئولیت بیشتری در میان مدیران شهری برای صیانت از بناهای تاریخی و سرمایه‌گذاری در صنایع گردشگری به وجود آید. (هاشمی نژاد، ۱۳۸۷)

¹ - Globalization

آشورث (1989) اذعان می‌دارد که غفلتی دوگانه رخ داده است نه تنها مطالعات گردشگری از بافت شهری غفلت کرده‌اند بلکه مطالعات شهری نیز از اذعان به اهمیت فعالیت‌های گردشگری در زندگی غفلت ورزیده‌اند. (Rogerson, 2002)

در حالی که توزیع فضایی زمین یکی از جنبه‌های ضروری برنامه‌ریزی گردشگری شهری است، اما گردشگری در میان افراد و روابط پیچیده استفاده کنندگان فقط یک استفاده کننده جزئی به شمار می‌رود. گردشگری شهری نیاز به یک محیط دلپذیر دارد و این بخشی از طرح گردشگری شهری است. با این حال، تغییر در محیط ناشی از ساخت و ساز، که شامل تقریباً هر جنبه‌ای از یک شهر است، خارج از کنترل برنامه‌ریزان گردشگری است و در طرح کلی شهری مشخص شده است. علاوه بر این، در حالی که گردشگری از بخش‌های بسیار دیگری متاثر است، یک طرح گردشگری شهری تنها می‌تواند سیاست‌ها و مقررات موجود در زمینه خود را پوشش دهد. (Xiao and Wall, 2009)

برخی از جنبه‌های فضایی پدیده گردشگری شهری در تحقیقات در حال حاضر به خوبی مستند شده‌اند، به طور عمده تمرکز برنامه‌ریزان و مدیران بر موارد زیر است: الف- مسائل مربوط به برنامه ریزی شهری مانند طبقه بندی انواع محصولات گردشگری از شهرها به عناصر اصلی، عناصر پشتیبانی و غیره، الگوهای خوشه‌بندی فضایی فعالیت‌های گردشگری شهری، الگوهای حرکت گردشگران در فضای شهری، اثرات توسعه گردشگری شهری در بازسازی و توسعه مجدد شهری (هسته‌های شهری تاریخی، آبنماهای شهری و غیره) و ب- مسائل مدیریت شهری از قبیل مدیریت محصولات گردشگری شهر، مدیریت رفتار گردشگران و غیره. (Gospodini, 2001)

ون بورگ (1992) گردشگری شهری پایدار را به عنوان یک استراتژی برای توسعه صنعت گردشگری شهر می‌بیند. توسعه گردشگری شهری به رفاه مردم محلی و کسانی که به طور مستقیم علاقه مندند (صنعت گردشگری محلی و گردشگران) کمک می‌کند. او معتقد است که توسعه گردشگری شهری باید بخشی جدایی ناپذیر از استراتژی توسعه شهر باشد. به گفته وی، سیاست گردشگری شهری با توسعه گردشگری پایدار مربوط است و برای توسعه پایدار گردشگری شهری سیاست‌هایی مربوط به محصول، قیمت، توزیع و ترویج را نشان می‌دهد. در این راه، او بر یک رویکرد چشم‌انداز- استراتژیک برای بازاریابی مقاصد شهری تأکید می‌کند. با این حال، پیرس اشاره می‌کند که گردشگری به جای آنکه یک استراتژی بخشی جداگانه و مجزا باشد، یک بخش از برنامه‌ها و سیاستهای گسترده شهری است. (Timur and Getz, 2009)

اثرات اقتصادی گردشگری در توسعه شهری

چنانچه بیشتر نیز بدان اشاره شد، در قالب یک نگرش سیستمی و بر اساس رابطه‌ای علی، نه تنها گردشگر، به واسطه عملکرد خود زمینه ساز توسعه و رشد اقتصادی شهر می‌گردد، بلکه یک شهر سالم و توسعه یافته نیز با فراهم

سازی ساختارهای مورد نیاز می‌تواند زمینه جذب بهتر و بیشتر گردشگر و بهره‌مندی از مزایای اقتصادی آنرا فراهم نماید. بطورکلی برنامه ریزی شهری جهت تامین جنبه‌های کیفی و کمی چیززی که به نام اوقات آزاد خوانده می‌شود، نه تنها جهات توسعه اجتماعی- اقتصادی جامعه را مشخص می‌سازد، بلکه به باور بسیاری در آینده اوقات فراغت (و برنامه ریزی برای آن است) که معیار توانگری و ثرتمند محسوب می‌گردد و نه زمان وقت کار. (آدکامی علوم اتحاد جماهیر شوروی، ۱۳۷۲:۲۴۳)

بر این اساس گردشگری و اهتمام به نحوه پرکردن اوقات فراغت شهروندان، به صورت مستقیم یا غیر مستقیم می‌تواند، حلال بسیاری از مسائل و معضلات گریبان گیر شهرهای امروزی همچون، فقر و عدم تساوی، تنزل اقتصادی و بیکاری، اتکا و وابستگی اقتصادی و ... باشد. در مجموع اثرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم گردشگری در توسعه پایدار شهری را در موارد زیر می‌توان خلاصه نمود:

۱) رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، دائمی و فصلی در طیف متنوعی از مشاغل خدماتی و غیرخدماتی در شهر و پسرکانه آن چنانچه صنعت مذکور در مقایسه با سایر صنایع می‌تواند زمینه جذب نیروی کار ساده و نیمه ماهر را در مقیاس وسیعی فراهم آورد و پاسخگوی معضل بیکاری جمع کثیری از جمعیت فعال جویای کار باشد.

۲) افزایش درآمد سرانه و بالا رفتن سطح رفاه عمومی شهروندان به واسطه انتشار متعادل و متوازن درآمد حاصل از این بخش در بین اقشار مختلف جامعه و ضریب تکاثر بسیار بالای آن در مقایسه با سایر فعالیتهای اقتصادی. (ریان، ۱۹۹۵:۷۲)

۳) افزایش درآمد مراکز و واحدهای خدماتی- بازرگانی و صنعتی (بوژه صنایع دستی) شهر و در نتیجه ایجاد زمینه مناسب جهت افزایش مالیات و درآمدهای شهری (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۷:۳۱۰)

۴) افزایش درآمدهای مالیاتی مستقیم و غیرمستقیم از سوی بنگاههای ایجاد شده در امر گردشگری (هتلها، متلها، رستورانها، دفاتر خدمات گردشگری و ...) و نیز گردشگران داخلی و خارجی (جانیش و پیترسون، ۱۹۶۳:۶)

۵) انتشار بخشی از درآمدهای گردشگری مازاد بر نیاز شهر به منطقه فرادست و در نتیجه ایجاد بستر مالی مناسب جهت توسعه و عمران روستایی به طور عام و توسعه گردشگری روستایی در مفهوم خاص.

۶) ایجاد و افزایش انگیزه سرمایه گذاری داخلی و خارجی در شهر و پسرکانه آن، به دلیل افزایش جمعیت شهری (شهروندان مقیم در شهر و گردشگران وارده)، گستردگی بازار (افزایش تقاضا)، تنوع در نیازها و وفور نیروی کار.

۷) افزایش منابع مالی به منظور حفظ میراث‌های فرهنگی و طبیعی شهر و پسرکانه آن.

۸) احیا و توسعه صنایع دستی، بومی و محلی از طریق رابطه متقابل گردشگر با تولید کننده، بدون واسطه و مانع اقتصادی خاص.

- ۹) افزایش ارزش افزوده زمین، مسکن و ... در شهر و پسرکرانه آن. (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۷: ۳۱)
- ۱۰) توسعه بازار (سرمایه خیابانی) و بازارچه‌های صنایع دستی به عنوان تحولی ساختاری در پاسخ به نیاز اقتصادی گردشگر.
- ۱۱) ایجاد انگیزه جهت توسعه و تجهیز مراکز اقامتی، پذیرایی و خدماتی توسط بخشهای خصوصی و عمومی با عنایت به منافع سرشار اقتصادی حاصل از عرضه خدمات مذکور به گردشگران. (غفاری، ۱۳۸۳)

اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری در توسعه شهری

از تعامل افکار، اندیشه‌ها، سلاقی و باورها در بستر مکان و در عرصه زمان است که بعد ملی فرهنگی، تمدن، متبلور می‌شود و مدنیت و شهرنشینی زاده می‌شود. ازدیرباز شهرهای تاریخی واقع در مسیر جهانگردان، تجار و بازرگانان، مبلغان مذهبی و ... از رشد و رونق به سزایی در مقایسه با دیگر بلاد و مدائن معاصر خود برخوردار بوده‌اند، که از آن جمله است شهرهای واقع در مسیر جاده ابریشم. (رضوانی، ۱۳۷۴: ۴۸) شهرهای مدرن و فرامردن امروزی نیز در ابعاد و عناصر فرهنگی متفاوت و گاه متضاد می‌باشند. که این مهم نه تنها نقشی مهم در حصول توسعه اجتماعی - اقتصادی و سیاسی آنها ایفای نماید، بلکه الزاماتی مکانی فضایی جهت توسعه ساختها و زیرساختهای مناسب را ایجاد می‌کند. در واقع گردشگران داخلی و خارجی سفیران صلح و دوستی و عاملان و ناشران گفتگوی فرهنگی بین ملل محسوب می‌گردند که در تعامل با جامعه بشری میزبان می‌تواند به اشکال و نمودهای متفاوتی به شرح آتی موجبات رشد و توسعه اجتماعی - فرهنگی شهر را فراهم آوردند.

هرچند که شهر و مدیریت شهری نیز در این تعامل دوجانبه ناگزیر است در راستای تامین نیازهای اجتماعی - فرهنگی گردشگر گام بردارد. امری مهم که پاسخگوی نیاز فراغتی شهروندان ساکن در شهر نیز می‌باشد. در مجموع اثرات و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری در توسعه شهری را به ذیل می‌توان برشمرد:

- ۱) آشنایی گردشگر با فرهنگ و پدیده‌های معنوی، هنری و علمی و طبیعی موجود در شهر و ایجاد انگیزه جهت احیا حفظ و نگهداری چنین پدیده‌هایی (رضوانی، ۱۳۷۴: ۵۰)
- ۲) معرفی و مطرح شدن جامعه شهری میزبان و در نتیجه ایجاد فرصتهای بیشتر برای توسعه و پیشرفت.
- ۳) ایجاد ارتباط فرهنگی و قومی بیشتر، بین شهروندان یک کشور و بالطبع تامین وحدت ملی در سطح کشور و نهایتاً بسترسازی مناسب جهت توسعه و عمران شهر و منطقه (دیباچی، ۱۳۷۱: ۱۸)
- ۴) توسعه اجتماعی - فرهنگی شهر به واسطه تقویت و تکامل فرهنگ انفرادی و جمعی شهروندان از طریق تعامل با گردشگر وارده از جوامع پیشرو و متمدن.
- ۵) افزایش حمایت از فرهنگ سنتی حاکم در شهر و حوزه پیرامون آن به نمایش گذراندن هویت قومی، تجدید حیات هنرهای سنتی، جشنها، گویشها و ...

- ۶) از بین بردن نمودهای منفی، افزایش فرصتهای اجتماعی و کاهش نابرابریهای اجتماعی به واسطه تغییر در مشاغل و ساختار اقتصادی و نیز تغییر در نقشهای اجتماعی.
- ۷) استقبال مردم ساکن شهر یا کشور میزبان برای پذیرفتن و یادگیری زبانهای دیگر به منظور برقراری ارتباط بیشتر با جهانگردان و بالطبع افزایش ارتباط با جهان خارج.
- ۸) صدور و عرضه مظاهری قدرتمند از فرهنگ و تمدن بومی و اصیل به دیگر مناطق و ممالک واقع در مرزهای جغرافیایی کشور و یا فراتر از آن در عرصه بین المللی، بعنوان مکانیزمی موثر در ورود به دهکده جهانی و پیشگیری از مسخ و از خود بیگانگی فرهنگی.
- ۹) احیا تقویت و حفظ سنتهای مثبت کهن و آداب و رسوم دیرینه جهت پیشگیری از رنگ باختن آنها در برابر فرهنگ جدید.
- ۱۰) تقویت باورها و اعتقادات مردم شهر نسبت به فرهنگ خود از طریق اجرای برنامه‌های فرهنگی و ... (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۷: ۳۳۱)

اثرات کالبدی گردشگری در توسعه شهری

به واسطه مجموعه پیامدهای مثبت اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی حاصل از ورود گردشگر به شهر، که از آن جمله می‌توان به افزایش منابع مالی و درآمدهای شهرداری و ارتقاء فرهنگ فردی، عمومی و زیست محیطی اشاره نمود، بهترین فرصت جهت عمران و توسعه کالبدی شهر و پسرانه آن فراهم می‌گردد. ضمن اینکه افزایش توان مالی و قدرت اقتصادی هریک از شهروندان نیز در بهبود ساختار کالبدی شهر، از پایین‌ترین سطوح فضایی تا بالاترین سطح آن نقش بسزایی دارد.

به طور کلی لزوم پاسخگویی شهر (مدیریت شهری و شهروندان) به نیازگردشگران و تامین زیرساختها و فضاهای کالبدی مورد نیاز جهت گذراندن اوقات فراغت، پیامدهای زیر را در توسعه شهری برجای خواهد گذاشت.

۱) توسعه ساختارهای زیربنایی شهر، شامل شبکه راههای ارتباطی (سواره و پیاده)، میدین و گروههای ارتباط (اصلی و فرعی)، پایانه‌ها و ایسگاههای مسافربری، فرودگاهها، تاسیسات مناسب جهت تامین آب شرب، توسعه شبکه برق (روشنایی)، مخابرات و ...

۲) ایجاد، توسعه یا بازسازی و بهسازی اماکن و فضاهای تفریحی، گردشگاهی، توسعه سطوح سبز، پارکها، زمینهای بازی و ... در شهر.

۳) ایجاد، احیا و بازسازی اماکن و ابنیه تاریخی، مذهبی، فرهنگی و هنری (همچون نمایشگاهها، موزهها، سینماها، فرهنگ سراها و ...) در شهر و حوزه نفوذ آن.

۴) توسعه متوازن، متناسب و پایدار ساختن ساختار فیزیکی و مورفولوژی شهری جهت پاسخگویی و ارضا حس زیاجوی انسان (گردشگر وارده به شهر و شهروندان)
 ۵) ضرورت بهسازی مسکن شهری و احیا بافتهای فرسوده، متناسب با تحولات ساختاری و کارکردی معاصر، ضمن حفظ هویت و معماری اصیل هم به لحاظ تیپ و الگو و هم به جهت پایداری و مقاومت، در نتیجه افزایش تماس با گردشگران. (غفاری، ۱۳۸۳)

اثرات گردشگری بر محیط زیست و توسعه شهری

گردشگر و محیط زیست، جلوه‌ای ناگسستنی و پایدار از ارتباط تاریخی بین انسان و طبیعت را متبلور می‌سازند، چنانچه شاخه‌ای از این صنعت یعنی طبیعت گردی خود گواهی بر این مدعاست. بنابراین گردشگری، حتی به منظور بقای خود ناگزیر و نیازمند به حفظ محیط زیست و منابع طبیعی و اکولوژیکی آن می‌باشد. همانگونه که افراط در برخورد با منابع طبیعی موجود در محیط محسوب می‌گردد. با این مقدمه و علی‌رغم پندار برخی از هواداران افراط محیط زیست، به اعتقاد نگارنده با عنایت به اثرات ذیل، توریست و صنعت مربوطه نه تنها می‌تواند عاملی در پایداری محیط زیست و برقراری تعادل زیست محیطی در شهر و منطقه گردد، بلکه نوید بخش توسعه پایدار شهری خواهد بود.

۱) شناخت قابلیت‌های طبیعی - اکولوژیکی شهر و پسرکرانه آن به واسطه ورود و توجه گردشگر به قابلیت‌های مذکور و سرانجام ایجاد زمینه و انگیزه‌ای مناسب جهت حفظ، توسعه و بهره‌برداری مطلوب و معقول از منابع و توانهای زیست محیطی موجود.

۲) گردشگری و به ویژه طبیعت گردی عاملی جهت حفظ چشم اندازها و ذخایر طبیعی شهر و حوزه پیرامون آن می‌باشد، چرا که با گسترش این شاخه از صنعت، امکان ایجاد کاربری اقتصادی برای منابع مذکور و در نتیجه تامین منابع مالی لازم جهت حفظ آنها فراهم می‌گردد. (کرمی، ۱۳۷۸:۲)

۳) توسعه فضای سبز شهری، ایجاد کمربند سبز پیرامون شهرها، ایجاد یا توسعه استخرهای آب و آبشارهای مصنوعی در حاشیه شهرها، توسعه پارکها و ... به منظور پاسخگویی به نیاز شهروندان و گردشگران شهری خود عامل دیگری است که به صورت غیرمستقیم و به واسطه بازخوردهایی مثبت چون تلطیف و پاکیزگی هوا، تامین بهداشت روان (براث‌ایجاد و گسترش سیمای سبز شهری)، حفظ آب و خاک و پیشگیری از فرسایش، کاهش آلودگی، گرد و غبار و ... منجر به حفظ محیط زیست و توسعه پایدار شهری می‌گردد. (غفاری، ۱۳۸۳)

آثار منفی توسعه توریسم در شهر و در فرایند توسعه پایدار شهری

توسعه توریسم علی‌رغم تمامی مزایایی که برای جامعه میزبان به همراه دارد، در صورتی که مدیریت مطلوبی بر آن اعمال نشود ممکن است تبعات سوئی نیز بر آن مترتب گردد. از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- یک مشکل رایج، انبوه شدن بیش از حد جمعیت توریست و از دست رفتن آسایش ساکنان محلی است که منجر به ایجاد نارضایتی و حس دشمنی نسبت به آنها می‌شود.

۲- ممکن است دیدار بیش از حد توریست‌ها از مکانهای تاریخی و باستانی مهم و مناظر طبیعی خاص موجب ویرانی تدریجی آنها شود. این ویرانی می‌تواند ناشی از بی‌توجهی به ظرفیت محل مزبور یا حاصل فعالیت‌های سودجویانه توریست‌های نافرهیخته باشد.

۳- با توجه به شکنندگی خاص میراث فرهنگی، ممکن است توسعه توریسم موجب صدمه دیدن اصالت الگوهای فرهنگی بومی شود. مردم بومی که به شیوه‌ای خاص زندگی می‌کنند، ممکن است در تماس با توریست‌ها دچار استحاله فرهنگی شوند.

۴- ممکن است توریسم موجب تشدید آسیب‌های اجتماعی همچون اعتیاد، میگساری، بزهکاری و ... شود. هرچند پژوهش صورت گرفته نشان می‌دهد که به ندرت توریسم علت اساسی چنین پدیده‌های است، ولی می‌تواند فرصت و زمینه گسترش آنها را فراهم سازد

برای کاستن از عواقب منفی جریانهای توریستی در نواحی حساس و آسیب‌پذیر، کارس و پوتر چهار روش عمده برای مدیریت جریانهای توریستی در مناطق شهری مطرح می‌کنند که عبارتند از: تنظیم معیارهای فضایی - کالبدی (منطقه‌بندی و سیاستهای تمرکز و پراکندگی)؛ مدیریت زمان (تنظیم جریانها در روز، هفته و سال)؛ محدودیت ورود (قیمت، ظرفیت، تأسیسات و ...) و آرایه اطلاعات و آگاهی لازم برای توریست‌ها به منظور استفاده از بهینه از فضا. (قربانی، ۱۳۸۲)

منابع و جاذبه‌های گردشگری شهری در ایران

کشور ایران، هم از نظر وسعت و تنوع جغرافیایی و قومی، و هم از نظر سابقه تاریخی و قدم شهرنشینی، از کشورهای کم نظیر جهان محسوب می‌شود که دارای منابع و جاذبه‌های گردشگری بسیار غنی است. طبق نظر برخی از مسئولان و کارشناسان، کشور ایران از لحاظ داشتن منابع گردشگری در ردیف کشورهای غنی جهان قرار دارد، ولی متأسفانه از نظر میزان و نحوه بهره برداری از آنها در مراتب بسیار پایینی قرار می‌گیرد. به طور کلی می‌توان منابع و جاذبه‌های گردشگری ایران را، که اغلب با گردشگری شهری رابطه مستقیم دارد، به چهار گروه اصلی، یعنی منابع و جاذبه‌های طبیعی، منابع و جاذبه‌های تاریخی و یادماندنی، منابع و جاذبه‌های زیارتی و اعتقادی و منابع و جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی تقسیم کرد. البته این طبقه بندی بیشتر با توجه به شرایط ایران و آسان سازی تهیه طرحهای کاربردی گردشگری شهری و منطقه‌ای تدوین شده است.

منابع و جاذبه‌های طبیعی

بیشتر سکونت گاه‌های مهم ایران در مجاورت منابع ارزشمند طبیعی مثل رودخانه‌ها، دره‌ها، جلگه‌ها، چشمه‌ها، کوهپایه‌ها، جنگل‌ها و مراتع شکل گرفته‌اند. به همین دلیل تقریباً تمام شهرهای ایران، به ویژه شهرهای قدیمی، به نحوی از منابع و جاذبه‌های طبیعی برخوردارند یا به آنها نزدیک هستند. با توجه به وضعیت متنوع اقلیمی و موقعیت کلان جغرافیایی ایران، تقریباً در تمام فصول سال، ساکنان شهرها می‌توانند به مواهب طبیعی تابستانی و زمستانی دسترسی داشته باشند. این وضعیت، یکی از ویژگی‌های با ارزش محیط طبیعی ایران محسوب می‌شود که کشورهای معدودی در جهان از آن بهره‌مند هستند.

منابع و جاذبه‌های تاریخی و یادمانی

کشور ایران مهد یکی از نخستین خاستگاه‌های تمدن بشری است که برخلاف بسیاری از تمدن‌های باستانی دیگر، تداوم و پیوستگی حیات تاریخی خود را حفظ کرده است. این تاریخ طولانی به دو دوران بزرگ باستانی و اسلامی تقسیم می‌شود که هر کدام به نوبه خود شامل دوره‌ها و لایه‌های تمدنی، فرهنگی و تاریخی متعدد هستند. آثار به جا مانده از دوران پیش از اسلام (از جمله تمدن‌های ایلامی، سومری، آشوری، مادی، هخامنشی، اشکانی، ساسانی و ...) و دوره‌های اسلامی (از جمله سامانی، غزنوی، سلجوقی، مغولی، تیموری، صفوی، زندیه، قاجاری و ...) مجموعه‌ای عظیم و رنگارنگ را تشکیل می‌دهند که اغلب آنها در شهرهای مختلف کشور و نواحی اطراف آنها پراکنده‌اند. این آثار از مهمترین جاذبه‌های گردشگری ایران هستند که نه تنها اساس هویت و فرهنگ ملی و دینی ما را تشکیل می‌دهند، بلکه به منزله بخش مهمی از تمدن و فرهنگ جامعه بشری، مورد توجه و علاقه مردمان مختلف جهان هستند.

منابع و جاذبه‌های زیارتی و اعتقادی

یکی از ویژگی‌های بارز تاریخ و فرهنگ ایران پیشینه غنی آن در پرورش و حفظ باورها و آیین‌های دینی از دوران باستان تا امروز است. در ایران علاوه بر مذهب رسمی و اکثریت شیعه، گروه‌های مختلفی از پیروان سایر مذاهب اسلامی (اهل تسنن) و سایر ادیان (مسیحی، زردشتی، یهودی و ...) زندگی می‌کنند که دارای مکانهای مقدس و آیین‌های خاص خود هستند و تقریباً در سراسر شهرها و روستاهای کشور پراکنده‌اند. علاوه بر اینها، مقابر و آرامگاه‌های زیادی در ایران وجود دارد که متعلق به بزرگان دینی، عرفا و صوفیان، شاعران، دانشمندان، سرداران ملی،

هنرمندان و غیره اند. مجموعه این مکانها و نمادهای مقدس، یکی از منابع کم نظیر و پرجاذبه برای گردشگری زیارتی و فرهنگی محسوب می شود که با اقبال فزاینده روبه روست.

منابع و جاذبه های اجتماعی و فرهنگی

ایران سرزمینی پهناور است که مردم آن از گروه های مختلف نژادی و قومی تشکیل شده اند و فرهنگ ملی آن دربرگیرنده انواع خرده فرهنگ های محلی است که در مقایسه با بسیاری از کشورهای دیگر جهان از تنوع بسیار بالایی برخوردار است. ترکیب مردم ایران از گروه های مختلف قومی فارس، کرد، ترک، لر، بلوچ، ارمنی، آشوری، گیلک، مازندرانی، عرب، و ...، مجموعه ای متنوع و رنگارنگ از شیوه های مختلف زندگی، آداب و رسوم، زبان ها و ادبیات محلی، موسیقی بومی، پوشاک و غذا، صنایع دستی، فرهنگ عامه و مانند آن را پدید آورده است که برای گردشگران داخلی و خارجی جاذبه ای کم نظیر محسوب می شود. (مهدیزاده، ۱۳۸۳)

محدودیت ها و موانع توسعه گردشگری شهری در ایران

در حال حاضر، وظایف برنامه ریزی و مدیریت توسعه گردشگری در سطوح مختلف محلی، ملی و بین المللی به عهده نهادها و موسسات مختلفی است که معمولاً اهداف بخشی و منافع سازمانی جداگانه را تعقیب می کنند و بنابراین، معافیت ها و اقدامات آن ها با همکاری و هماهنگی کمتری همراه است و حتی در برخی موارد با نوعی تعارض و تداخل رو به روست. به طور کلی، نهادهای موثر در توسعه و مدیریت گردشگری را می توان به چند گروه تقسیم کرد: نهادهای دولتی، نهادهای شهری، نهادهای غیرانتفاعی، و بخش خصوصی. با توجه به تعدد و ناهماهنگی قوانین و عملکرد سازمانهای مسئول و نبود برنامه ریزی و مدیریت یکپارچه در سیاست های کلان توسعه گردشگری شهری در کشور، می توان گفت که جایگاه برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری در نظام برنامه ریزی فضایی کشور، هنوز به درستی تعریف و تبیین نشده است. به طور خلاصه می توان اهم محدودیت ها و تنگناهای گردشگری شهری را به صورت زیر برشمرد:

نبود طرح های کلان آمایش سرزمین (ملی و منطقه ای).

نبود طرح های جامع گردشگری مصوب در مقیاس ملی و منطقه ای.

ضعف طرح های توسعه شهری در زمینه گردشگری (جامع، ناحیه ای، هادی و ...).

جدایی برنامه ریزی شهری از برنامه های ایرانگردی و جهانگردی نارسایی مقررات میراث فرهنگی در زمینه توسعه گردشگری شهری.

نارسایی مقررات محیطی در زمینه توسعه گردشگری شهری.

نارسایی مقررات و تشکیلات شهرداری ها در زمینه توسعه گردشگری شهری.

اگرچه در سالهای اخیر، اقدامات پراکنده‌ای در جهت بهسازی و نوسازی بافت‌های شهری، حفاظت از بافت‌های قدیمی و تاسیس شرکت عمران و بهسازی شهری صورت گرفته است، تحلیل اجمالی این اقدامات نشان می‌دهد که اولاً نحوه رویکرد به میراث فرهنگی و بافت‌های تاریخی هنوز مبتنی بر دیدگاه‌های سنتی است. ثانیاً اقدامات انجام شده فاقد یک راهبرد اساسی و جامع‌نگر است و ثالثاً این اقدامات باهدف توسعه پایدار گردشگری و تامین نیازهای اجتماعی و فرهنگی شهروندان کم ترانطباق دارد. (مهدیزاده، ۱۳۸۳)

تقویت و توسعه گردشگری شهری

با توجه به نظرسنجی‌های انجام شده در میان جهانگردان، ایران هجدهمین کشور ایده‌آل جهانگردان است با این حال به لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های موثر در این بخش، کشورمان هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده تا بسیاری از معضلات اقتصادی-اجتماعی که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع شود همچنان پا برجا بماند. شاید اشاره‌ای گذرا به جایگاه گردشگری در نظام توسعه اقتصادی دیگر کشورها بتواند چشم‌انداز مناسبی را از این حوزه فراروی برنامه ریزان ارشد کشوری و اقتصادی قرار دهد. در برهه کنونی، گردشگری بخش عمده‌ای از درآمد اقتصادی کشورها و ۱۰ درصد از تولید ناخالص ملی آنها را شامل می‌شود. در حداقل یک سوم از کشورهای در حال توسعه، جهانگردی منبع اصلی درآمدهای ملی بوده و در واقع مولد درآمد اقتصادی کشورها به شمار می‌آید. برای بیشتر کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای حداقل توسعه یافته (*LDCS*)، گردشگری ستون اصلی توسعه اقتصادی به شمار می‌آید. افزون بر این گردشگری، دولت هر کشور را به توسعه زیرساخت‌های خود تشویق می‌کند و در توازن پرداخت‌های کشوری (*BOP*) نیز نقش دارد. به عبارتی گردشگری موتور قدرتمند پیشرفت در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید. در این میان نکته اصلی باید این باشد که به گردشگری و حوزه‌های مختلف آن باید به دید علمی و کارشناسی نگریسته شود. نکته‌ای که اگر در سالهای گذشته به آن پرداخته می‌شد، اکنون حوزه‌های وابسته توریسم در ایران از رشد قابل اعتنایی برخوردار شده بودند. در این میان مسافرت‌های شهری پله اول توسعه گردشگری است. شواهد نشان می‌دهد شهر تهران روزانه بیش از ۱۰ میلیون سفر درون شهری را تجربه می‌کند و در این اقیانوس جا به جایی شهروندان مسافرت سیاحتی-تفریحی بجز خیابان گردی جایش خالی است. این در حالی است که تهران و سایر شهرها امکاناتی را در خود جای داده‌اند که می‌تواند پتانسیلی برای توره‌های گردشگری شهری باشد. بر همین اساس عده‌ای از کارشناسان توریسم معتقدند که توریسم شهری زیربنای توسعه گردشگری محسوب می‌شود. به عبارت دیگر اگر به جای سرگردانی مردم در خیابانهای شهر به ویژه تهران بتوان سفرهای هدفمندی را طراحی کرد که هم تهرانی‌ها را با فرهنگ تهران آشنا کند و هم سفر را نهادینه کند، پس از مدتی می‌توان به توسعه سفرها از درون شهرها به درون کشور امیدوار بود و این حرکت گام به گام می‌تواند به نهادینه کردن توریسم و توجه به

زیرساخت‌های آن توجه کند. گردشگری شهری یا تفریح شهری بخشی از گذراندن اوقات فراغت شهروندان است که حد فاصل گذران فراغت در خانه و خارج از شهر و آبادی است. گردشگری شهری آن قسمت از گذران فراغت است که در محدوده سکونت شهروندان در فضاهای باز درون شهری محقق می‌شود و به عنوان بخشی از نیازها و فعالیت‌های فراغتی مستمر عموم شهروندان به صورت روزانه یا هفتگی محسوب می‌شود. از این نظر گردشگری شهری از گذران فراغت در خانه و فضاهای سر بسته با گردشگری در مقیاس ملی و بین‌المللی متمایز است. امروزه گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی به ویژه فضاهای گردشگری به یکی از اهداف برنامه‌ریزی فراغت تبدیل شده که علاوه بر تامین اهداف اقتصادی و زیست محیطی، نقش موثری در تعادل بخشی به گذران فراغت و تامین سلامت جسمی و روانی جوامع دارد گردشگری در میان فعالیت‌های فراغتی از بیشترین تنوع و تحرک از یک سو و وسیع ترین پهنه مکانی و فضایی از سوی دیگر برخوردار است شاید بتوان گفت که گردشگری به خصوص گردشگری شهری به گونه‌ای تمام فعالیت‌های فراغتی دیگر را با خود همراه دارد و بدین سبب برنامه ریزی و مدیریت گردشگری از امور حساس و پیچیده و چند وجهی است که توجه ویژه مدیران شهری را می‌طلبد. پرسش اصلی اینجاست که چه شاخص‌هایی سبب می‌شود شهر واجد خصوصیات لازم برای پذیرش گردشگر شود. همان‌گونه که بیان شد گردشگری شهری بخشی از گذران فراغت شهروندان است که موجب ارضای نیازهای فراغتی مستمر آنان در فضاهای باز درون شهر و محیط پیرامون شهر می‌شود. (هاشمی نژاد، ۱۳۸۷)

توجه به گردشگری شهری و پیامدهای حاصل از آن

گسترش گردشگری بنا به اهمیت پیچیده و چند بعدی خود با اثرات گوناگون مثبت و منفی و نتایج متعارض همراه است بنابراین به مطالعه و ارزیابی همه جانبه نیاز دارد. مهم‌ترین ابعاد و اثرات توسعه گردشگری را می‌توان در سه میدان زیست محیطی اثرات اقتصادی و اثرات اجتماعی و فرهنگی آن جست. در حال حاضر وظایف برنامه ریزی و مدیریت توسعه گردشگری در کشور در سطح‌های گوناگون محلی ملی و فرا ملی بر عهده نهادهای مختلفی است که هر یک دارای ساختار بخشی‌اند و از این نظر اقدامات آن فاقد هماهنگی و همکاری لازم است. با توجه به نبود یک رویکرد جامع و مدیریت یکپارچه در سیاست‌های کلان توسعه گردشگری در کشور می‌توان گفت که هنوز جایگاه گردشگری شهری در نظام برنامه ریزی توسعه و عمران به درستی تعریف و و تبیین نشده است. به طور کلی می‌توان مشکلات بنیادی در توسعه گردشگری را فقدان رویکردی جامع و هماهنگ در توسعه گردشگری محلی و بین‌المللی ناهماهنگی میان نهادهای شهری زیست محیطی ایرانگردی و میراث فرهنگی نقش کم‌رنگ دولت و شهرداری‌ها در توسعه گردشگری شهری نقش ضعیف برنامه ریزی شهری و منطقه‌ای در تامین زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری نارسایی و ناهماهنگی در قانون‌ها و تشکیلات اجرایی توسعه گردشگری حضور کم رنگ

بخش خصوصی و ضعف مشارکت در زمینه گردشگری و نیز کافی نبودن آموزش تبلیغ و اطلاع رسانی برشمرد. (اکبرزاده ابراهیمی، ۱۳۸۶)

با توجه به سه پیامد اجتماعی و فرهنگی اقتصادی و زیست محیطی در امر گردشگری می‌توان از راه گردشگری شهری هویت قومی و بومی را معرفی و هنرهای سنتی و بومی و نیز ادبیات عمومی را تقویت کرد. ایجاد اشتغال و معرفی مشاغل جدید از دستاوردهای مهم پرداختن به امر گردشگری است افزایش اشتغال سبب کاهش نابرابری‌های اجتماعی می‌شود و تعادل اقتصادی را فراهم می‌سازد. در حوزه زیست محیطی نیز با افزایش گردشگری می‌توان بهسازی شرایط زیست محیطی تقویت نهادهای مربوط به این حوزه جلب مشارکت‌های عمومی را که موجب حفظ اراضی کشاورزی و اراضی تحت حفاظت است را فراهم کرد. (اکبرزاده ابراهیمی، ۱۳۸۶)

ارتباط متقابل گردشگری شهری و شهرداری‌ها

شهرداری‌ها، به منزله مسئول اصلی امور شهر و مظهر مدیریت محلی، نقش تعیین‌کننده‌ای در تأمین زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهری به عهده دارند و بدون همکاری فعال شهرداری‌ها، سایر نهادهای وابسته نمی‌توانند وظایف خود را به درستی انجام دهند. برخی از مهم‌ترین وظایف ویژه شهرداری‌ها که زمینه‌ساز توسعه گردشگری شهری هستند عبارتند از:

بهسازی سیما و منظر شهر.

ساماندهی فضاهای باز و فرهنگی شهری.

تأمین بهداشت و نظافت شهر.

تأمین ایمنی و جلوگیری از سوانح.

گسترش امکانات دسترسی و اطلاع رسانی.

گردشگری شهری، علاوه بر اهداف فراغتی، اجتماعی و فرهنگی دارای اهداف اقتصادی نیز هست. براساس تجارب موجود جهانی، دخالت و فعالیت شهرداری‌ها در عرصه توسعه گردشگری، یکی از مناسب‌ترین ابزارهایی است که علاوه بر تأمین اهداف کلان مدیریت شهری باعث افزایش رونق اقتصادی شهر و ایجاد منابع جدید درآمدی برای شهرداری‌ها می‌شود. آثار گوناگون توسعه گردشگری به قرار زیر است:

ایجاد منابع مستقیم درآمد برای شهرداری‌ها.

کمک به گردش اقتصادی در بخشهای مختلف.

ایجاد اشتغال و درآمد جدید برای شهروندان.

کمک به گسترش صنایع دستی، هنرها و تولیدات محلی و بومی.

گسترش زمینه مشارکت اقتصادی و اجتماعی شهروندان.

امروزه در بیشتر کشورهای جهان، شهرداری‌ها با سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد انواع فضاهای فرهنگی و هنری، نمایشگاه‌ها، موزه‌ها، مجتمع‌های ورزشی، پارک‌های تفریحی و برگزاری انواع نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، بازارهای مکاره و ... درآمدرشاری برای شهر و شهرداری جذب می‌کنند. در شهرهای ایران، بنا به علل مختلف از این گونه امکانات و فرصت‌ها هنوز به درستی استفاده نمی‌شود. تغییر این وضعیت نیازمند بازنگری در ساختار شهرداری‌ها و افزایش استقلال مدیریتی و مالی آنهاست. (مهدیزاده، ۱۳۸۳)

گردشگری شهری نیاز به توسعه یک بدنه منسجم از نظریه‌ها، مفاهیم، تکنیک‌ها و روش‌های تجزیه و تحلیل دارد که اجازه می‌دهد مطالعات در جهت برخی از اهداف مشترک درک درستی هم از نقش خاص شهرها در گردشگری و هم جایگاه گردشگری در شکل و عملکرد شهرها به وجود آورد. (Evans, 2000).

مدیریت شهری و شبکه هماهنگ گردشگری شهری

برنامه ریزی و مدیریت توسعه گردشگری با توجه به اهداف و اصول توسعه پایدار گردشگری، دانشی میان رشته ای به شمار می‌آید که به همکاری رشته‌های گوناگون علمی و همکاری بخش‌ها و نهادهای گوناگون مسئول در توسعه و عمران شهری نیازمند است. جوهر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری شناسایی منابع و عوامل موثر در توسعه گردشگری و استفاده بهینه و پایدار از آنهاست که در راستای تامین نیازهای فراغتی عامه شهروندان و بازدید کنندگان در مقیاس محلی ملی و فراملی به کار می‌رود. بنابراین محورهای اصل برنامه ریزی و مدیریت گردشگری به تعیین سلسله مراتب برنامه ریزی و گردشگری تعیین مقیاس برنامه ریزی شناسایی عوامل اصلی موثر در توسعه گردشگری و تدوین سیاست‌ها و روش‌های نگهداری ظرفیت منابع گردشگری مربوط می‌شود که در این میان مدیریت شهری نقش بسیار مهم و موثری را در ایجاد هماهنگی و تعامل در این نهاد موثر برعهده خواهد داشت. می‌توان جاذبه‌های گردشگری ایران را به گروه‌های طبیعی تاریخی، زیارتی، اجتماعی و فرهنگی تقسیم کرد. این گروه‌ها از جمله: منابع و جاذبه‌های طبیعی، شامل منابع آبی مانند: رودخانه‌ها دریاچه‌ها چشمه‌ها آبشارهای طبیعی منابع جنگل جلگه‌ها کوهستان و کویر و اقلیم‌های سردسیر گرمسیر و معتدل هستند. منابع تاریخی و یادمانی سکونت گاههای باستانی بناهای تاریخی و یادمان‌های هنری را از این دست می‌توان بر شمرد. در باره منابع اعتقادی و زیارتی می‌توان زیارتگاه‌ها و مکان‌های مقدس مسلمان و سایر ادیان و نیز آرامگاه پیشوایان دینی، علمی و هنری را به گردشگر معرفی کرد و نیز به دلیل گوناگونی اقوام و فرهنگ‌های محلی فرهنگ عشایری هنرها و آئین‌های محلی و بومی و نیز صنایع متنوع دستی و محلی می‌توان جاذبه‌های فراوانی را برای گردشگران در نظر گرفت. اگر به تجربه‌های دیگر کشورها دقت شود در شهرهایی که ویژگی‌های یاد شده را ندارند، مدیران شهری به ایجاد و توسعه پارک‌های چند منظوره ایجاد مجموعه‌های فرهنگی- ورزشی و فرهنگ سراها ایجاد انواع موزه‌های طبیعی تاریخی و هنری و تبدیل بناهای با ارزش قدیمی به مراکز فرهنگی و هنری ایجاد و ساماندهی مسیرهای

پیاده و دوچرخه سواری، راسته‌های تفریحی بهسازی و نوسازی بافت‌های تاریخی ساماندهی و طراحی دره-ها سواحل دریاها و رودخانه و نیز به ایجاد بناهای یادمانی اقدام می‌کند. (اکبرزاده ابراهیمی، ۱۳۸۶)

نتیجه گیری

دستیابی به رشد و توسعه در سطوح مختلف، هدف همه جوامع بشری به شمار می‌رود و همواره بشر به دنبال یافتن ابزارها و راهکارهای مختلفی جهت دستیابی کمال و توسعه بوده و می‌باشد. در سالهای اخیر گردشگری به عنوان یکی از عوامل مهم فرایند توسعه جلوه گر شده است. گردشگری حوزه‌ای متنوع و دارای ابعاد و سطوح مختلفی است، سعی ما در این مقاله براین بود تا یکی از ابعاد مهم آن تحت عنوان گردشگری شهری را مورد تحلیل و بررسی قرار دهیم و نقش آن را در دستیابی به رشد و توسعه تبیین نماییم. در فرایند توسعه و مدیریت شهری گردشگری شهری می‌تواند نقشی بسزا ایفا نماید که لزوم و اهمیت آن باید برای مسولان و مدیران شهری تبیین گردد و فرهنگ متناسب در این زمینه ایجاد شود. در مدیریت شهری باید نقاط ضعف و قوت گردشگری شهری مشخص شود و با هدفگذاری موثر، برنامه مدون و یکپارچه‌ای با مشارکت ارگانهای مختلف به اجرا درآید تا بتوان با رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت، به جایگاه مناسبی در گردشگری شهری دست یافت و توسعه پایدار را به ارمغان آورد.

منابع و مأخذ :

- ۱- اکبرزاده ابراهیمی، محمد حسن (۱۳۸۶). «رشد گردشگری محلی توسعه گردشگری شهری». ماهنامه شهرداری-ها. شماره ۷۸.
- ۲- بونی فیس، پریسلا (۱۳۸۰). مدیریت گردشگری فرهنگی. ترجمه محمود عبدالله زاده. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ۳- پارسائیان، علی و محمد اعرابی (۱۳۷۷). جهانگردی در چشم اندازی جامع. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ۴- تقوایی، مسعود و اعظم صفراآبادی (۱۳۹۰). «نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی- شهر کرمانشاه)». مطالعات جغرافیایی مناطق خشک. سال اول، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۰.
- ۵- تقوایی، مسعود و محمود اکبری (۱۳۵۸). مقدمه‌ای بر برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری. اصفهان: پیام علوی.
- ۶- رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۴). شناخت گردشگری. اصفهان: چهارباغ.
- ۷- غفاری، سید رامین (۱۳۸۳). «گردشگری و توسعه پایدار شهری». فصلنامه سپهر. سال شانزدهم. شماره ۶۳.

- ۸- فرجی راد، عبدالرضا و سیده ژاله سید نصیری (۱۳۸۹). «رویکرهای تحلیلی در توسعه پایدار گردشگری شهری». فصلنامه جغرافیایی سرزمین. سال هفتم. شماره ۲۵. بهار ۱۳۸۹.
- ۹- قربانی، رسول (۱۳۸۲). «توریسم و پویایی فضای شهری». مجله علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز. پاییز ۱۳۸۲. شماره ۱۳.
- ۱۰- مورتی، کریشنا؛ لاندبرگ، دانلد و مینک استاونگا (۱۳۸۳). اقتصادگردشگری. مترجم: محمدرضا فرزین. شرکت چاپ و نشر بازرگانی. چاپ اول.
- ۱۱- محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۱). «جهانگردی پایدار شهری». ماهنامه شهرداریها، سال چهارم، شماره ۴۶.
- ۱۲- مهدی زاده، جواد (۱۳۸۳). «مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری شهری در ایران». مجلس و پژوهش. پاییز ۱۳۸۳. شماره ۴۴.
- ۱۳- مهدی زاده، جواد (۱۳۷۹). «توسعه گردشگری از دیدگاه برنامه ریزی شهری و منطقه‌ای». ماهنامه شهرداری‌ها. سال دوم. شماره ۱۵.
- ۱۴- موحد، علی (۱۳۸۴). «توریسم شهری». مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی (دانشگاه شهید چمران اهواز). بهار ۱۳۸۴. شماره ۱.
- ۱۵- هاشمی نژاد، علی (۱۳۸۶). تأملی بر فرآیندهای توسعه گردشگری شهری. روزنامه جهان صنعت. ۸۶/۰۲/۰۳.
- 16- Edwards, Deborah; Griffin, Tony and Bruce Hayllar (2008). *URBAN TOURISM RESEARCH Developing an Agenda*". *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 4, pp. 1032-1052.
- 17- Evans, Graeme (2000). *Planning for Urban Tourism: A Critique of Borough Development Plans and Tourism Policy in London*". *International Journal Of Tourism Research. Int. J. Tourism Res.* 2, 307-326.
- 18- Gospodini, Aspa (2001). *Urban Design, Urban Space Morphology, Urban Tourism: An Emerging New Paradigm Concerning Their Relationship*". *European Planning Studies*, Vol. 9, No. 7.
- 19- Rogerson, Christian M (2002). *Urban tourism in the developing world: the case of Johannesburg*". *Development Southern Africa Vol 19, No 1*.
- 20- Timur, Seldjan and Donald Getz (2009). *Sustainable Tourism Development: How Do Destination Stakeholders Perceive Sustainable Urban Tourism?*". *Sustainable Development. Sust. Dev.* 17, 220-232.
- 21- Xiao, Guirong and Geoffrey Wall (2009). *Urban Tourism in Dalian, China*". *natolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research. Vol 20, No 1, pp. 178-195.*