

درآمدی بر گردشگری شهری و تأثیرات این پدیده بر اقتصاد کلان شهرها

(مطالعه موردی کلان‌شهرهای ایران)

چکیده

در هزاره سوم، صنعت گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن، یکی از مهمترین مؤلفه‌ها در توسعه اقتصادی و فرهنگی جوامع بشری می‌باشد. این صنعت به لحاظ آماری، از جهت ایجاد اشتغال در رتبه نخست (اشتغال مستقیم، غیرمستقیم، القایی) و از جنبه گردش مالی در مرتبه دوم قرار می‌گیرد. بررسی همه جانبه این صنعت در توسعه اقتصادی کلان‌شهرها، به خصوص پدیده گردشگری شهری، مطالعات گسترده‌ای را در این زمینه می‌طلبد. به ویژه اگر این نوع گردشگری با نوعی دیگر از شاخه توریسم به عنوان مثال اکوتوریسم همگام گردد.

سیاوش آزادواری *



مقدمه:

گردشگری، امروزه یکی از ارکان توسعه اقتصادی کشورها و بستری موثر جهت نمایاندن فرهنگ اصیل بومی به شمار می‌رود؛ به واقع راهبرد گردشگری در بحث مبنایی خود شاخه‌هایی از راهکارهای اقتصادی - فرهنگی را دارد که اگر محقق شود پویایی و قدرت نظام اقتصادی را به دنبال خواهد داشت؛ از این منظر می‌توان پیکره اندامی مؤلفه گردشگری را در قالبی استراتژیک همچون یک علم در نظر گرفت که زیر شاخه‌هایی چون خلاقیت، مهارت و ممارست را در درون خود دارد و این علم اقتصادمحور و فرهنگ‌گرا که در پندل تحقیقاتی خود بارزه‌هایی همچون بومی‌سازی مدل‌های موفق توسعه گردشگری و نیز فرآیندهای تعریف گردشگری اسلامی و محقق‌سازی زمینه‌های مؤثر بر پویایی این مدل اجرایی بومی را مستقر نموده است، امروزه به‌عنوان یکی از پایه‌های اصلی در توسعه و پیشرفت ملی مطرح می‌گردد و البته در شاخه و بنیان الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت نیز می‌تواند هیمنه و سیطره تفکر علمی‌گرا در حوزه اقتصاد و فرهنگ گردشگری را به‌عنوان اصلی بدیهی در نظر گرفت؛ با این تفاسیر به نظر می‌رسد علم گردشگری در ایران، همچنان مهجور است و تلاش چندانی جهت توسعه این صنعت درآمدها صورت نگرفته و به همین علت امروزه، ایران اسلامی از بازآوری ارزی حاصل از چرخش مالی این صنعت، درآمدی ۰/۵ درصدی را به خود اختصاص داده است.

به واقع، علاوه بر سفرهای کاری که به کلان‌شهرها می‌شود و در بطن این سفرها نوعی از گردشگری تحت عنوان شغلی نمود می‌یابد، اما خود کلان‌شهرها می‌توانند به دلیل نقش و اهمیت نمادین، تاریخی و فرهنگی جاذب گردشگر باشند.^(۱)

البته باید به این نکته توجه داشت که در کلان‌شهرها، بهینه‌سازی و احیای امکانات موجود و ایجاد زیرساخت‌های مناسب در نقطه ضعف‌ها می‌تواند برای ساکنان در وجهی خرد مؤثر باشد و از بُعد کلان بر اقتصاد کلان‌شهرها اثربخش بوده و آن را متحول سازد.

به استناد آمار ارایه شده توسط سازمان بین‌المللی گردشگری (WTO)، حدود ۱۳٪ مشاغل در دنیا به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با گردشگری در ارتباط هستند. این رقم، جایگاه اولین صنعت را در زمینه اشتغال به خود اختصاص داده و این صنعت را به سان پل ارتباطی

بسیاری از مشاغل کوچک و بزرگ درآورده است؛ به‌واقع با نظری به آمار (WTO)، در می‌یابیم که ورود هر گردشگر بین‌المللی، شش فرصت شغلی ایجاد می‌کند. شاید این رقم به نظر بسیار باورنکردنی و دور از ذهن بیاید، اما اگر بدانیم که به نقل از وزیر گردشگری مالزی، هر ایرانی به طور متوسط دو میلیون و پانصد هزار تومان^(۲) در مالزی هزینه می‌کند، اعداد و ارقام ذکر شده قبلی، دیگر دور از ذهن و باور نکردنی نخواهند بود.^(۳)

سهم صنعت توریسم در ایجاد شغل (مستقیم و غیرمستقیم)^(۴)

مؤلفه‌های گردشگری

• گردشگری همان‌گونه که از نامش برمی‌آید بر دو پایه کلی گردشگر و جاذبه گردشگری استوار می‌باشد، از این‌رو در بررسی نقش گردشگری در اقتصاد کلان‌شهرها، مهم‌ترین گام، شناخت نوع گردشگران ورودی به هر کلان‌شهر و تعیین گروه‌های هدف در این زمینه می‌باشد. در مسیر این بررسی، هدف‌ها و انگیزه‌های ورود گردشگران در هر کلان‌شهر، بایستی مورد توجه قرار گیرند.

هدف افراد از گردشگری شهری معمولاً عبارت است از:

۱- سیاحت

۲- خرید

۳- گردشگری

۴- درمان

۵- اهداف کاری

۶- فعالیت‌های تخصصی

۱-۶- جشنواره‌های هنری

۲-۶- مسابقات ورزشی

۳-۶- همایش‌ها و سمینارهای منطقه‌ای، محلی و

بین‌المللی

۷- سایر فعالیت‌ها

• دومین گامی که در مقوله گردشگری و نقش آن در اقتصاد شهری مورد بررسی قرار می‌گیرد، توان اقتصادی گروه‌های هدف می‌باشد. این امر در ایجاد امکانات برای گروه‌های مختلف از اهمیت زیادی برخوردار است، از این‌رو می‌توان گردشگران را به‌لحاظ توان اقتصادی در سه گروه کلی قرار داد:

۱- گروه اقتصادی^(۵)

۲- گروه متوسط^(۶)

| خدمات مرتبط | گروه هزینه‌ها |
|--|---|
| خدمات اقامت هتل‌ها و اقامتگاه‌ها | ۱- اقامت |
| خدمات حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی، هوایی، آبی | ۲- حمل‌ونقل |
| خدمات غذایی شامل رستوران‌ها و مراکز تهیه غذای آماده و مواد اولیه | ۳- غذا و خوراک |
| خدمات امور سیاحتی و تفریحی | ۴- سیاحت |
| خدمات مربوط به خرید شامل مراکز خرید | ۵- خرید |
| خدمات مربوط به درمان شامل مراکز پزشکی، بیمارستان‌ها و کلینیک‌ها | ۶- درمان |
| خدمات سایر امور مانند مراکز فرهنگی، ورزشی | ۷- سایر هزینه‌ها |
| | ۸- ورودیه‌ها |
| | ۹- آموزش و راهنما و اطلاعات تکمیلی (کتاب) |

گذشته میلادی ۹/۲ درصد از کل تولید ناخالص داخلی بوده که نسبت به ۱۰ سال گذشته، رشد نیم‌درصدی داشته و این رقم معادل ۵۷۵۱ میلیارد دلار بوده است. طبق پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۲۰ میلادی، تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری به مبلغی معادل ۱۱۱۵۱ میلیارد دلار می‌رسد، که نسبت به سال ۲۰۱۰ رشد ۴/۴ درصدی خواهد داشت و نسبت اقتصاد گردشگری به ۹/۶ درصد کل تولید ناخالص جهان افزایش می‌یابد.

براساس آخرین آمار این سازمان، در حال حاضر، از هر ۱۲/۳ شغل در سراسر دنیا، یک شغل با صنعت جهانگردی ارتباط دارد. در سال ۲۰۱۰، صنعت گردشگری ۸/۱ درصد از کل مشاغل جهان را به خود اختصاص داده است. پیش‌بینی‌های این سازمان در ۱۰ سال آینده نشان می‌دهد که ۹/۲ درصد از کل مشاغل دنیا مرتبط با صنعت گردشگری خواهد بود و ۳۰۳ میلیون و ۱۹ هزار شغل مرتبط با گردشگری به وجود می‌آید. مطالعات نشان می‌دهد با توجه به اینکه گردشگری در ده سال آینده در تمامی نقاط جهان، رشد خوبی خواهد داشت، اما ایران در این صنعت با یک درصد تنزل روبه‌رو می‌شود. اگرچه گردشگری ایران توانسته در اقتصاد ملی سهم قابل توجهی را به دست بیاورد و در رتبه‌بندی میان

۳- گروه متمول^(۷)
 • سومین گامی که در این میان واجد اهمیت است؛ شناسایی گروه‌های گردشگران در کلان‌شهرهای مقصد می‌باشد که در نمودار شماره ۱ شرح داده شده است. برای دستیابی به اهداف اقتصادی از طریق رونق گردشگری می‌بایست بیش از هر چیز مدیریت شهری متمرکز ایجاد کرد. سیستمی که در آن، یک مدیریت متمرکز، پاسخگوی نیازهای اصلی هر گردشگری باشد.

درآمدهای جهانی گردشگری

کشورهایی که توانسته‌اند در صنعت گردشگری کارنامه موفقی از خود به جا بگذارند، علاوه بر معرفی کشور خود به گردشگران، درآمد سرشاری از این صنعت کسب می‌کنند. سال گذشته میلادی در جهان، ۱۲۴۱ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در بخش توریسم انجام شد، که این رقم معادل ۹/۰۲ درصد از کل سرمایه‌گذاری جهان است. این رقم تا سال ۲۰۲۰ به ۲۷۵۷ میلیارد دلار خواهد رسید، که ۹/۰۴ درصد از کل سرمایه‌گذاری در جهان را تشکیل می‌دهد. تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری، در سال

- کشورها، چهار پله صعود کند اما رقبای این کشور آنچنان عمل کرده‌اند که توانسته‌اند درآمد مناسبی را از این راه به دست آورده و گردشگران بسیاری را به کشور خود جذب کنند (<http://oruji.blogfa.com>).
- بدیهی است که به لحاظ اهمیت صنعت گردشگری در مقیاس جهانی این صنعت می‌تواند در سال ۲۰۲۰ به عنوان یک امر مهم در توسعه کشورها محسوب شده و امکان گسترش کسب و پیشه را به تناسب جذب گردشگر در بطن خود به همراه آورد.
- بر این مبنا برای بهبود وضعیت گردشگری شهری باید به موارد زیر اشاره کرد:
- ۱- برقراری سیستم مدیریت شهری یکپارچه و متمرکز
 - ۲- بالابردن ضریب امنیت شهری^(۸)
 - ۳- اصلاح و ارتقای سطح کیفی و کمی اقامتگاه‌ها و به‌طور کلی تمامی نیازهای گردشگری شامل: مراکز خرید
- با استانداردهای روز دنیا، مراکز پزشکی، مراکز علمی و هنری، مراکز ورزشی و سایر فعالیت‌های مشابه
- ۴- اصلاح و ارتقای سیستم حمل‌ونقل شهری و برون‌شهری
- ۵- اصلاح و ارتقای سیستم آتش‌نشانی و اورژانس پزشکی و اجتماعی
- ۶- ایجاد آژانس‌ها و مراکز توسعه‌ای و اطلاع‌رسانی همان‌گونه که مشاهده می‌شود، پایه‌ها و بسترهای مناسب جهت توسعه صنعت گردشگری به‌عنوان یک انقلاب مهم اقتصادی در ایران، در حال فراهم شدن است و ساختارهای قدیمی، نمی‌تواند به تنهایی جوابگوی گردشگران باشد. در این میان به نظر می‌رسد بهتر است شورای راهبردی گردشگری را با مدیریت واحد شهری فعال نمود.
- * مدیر کل تشخیص و وصول درآمد شهرداری تهران

پینوشت:

- ۱- ارزش توریسم برای اسپانیا معادل ارزش نفت برای عربستان می‌باشد. به نقل از «اقتصادگردشگری؛ اقتصادی استخوان‌دار و مستمر»، www.coo.ir/cat
- ۲ - «هزینه سفرهای تفریحی ایرانی‌ها در مالزی» www.econews.ir
- 3-2nd T.20 Ministers Meeting ,Republic of Korea «Positioning Tourism in Economic Policy: Evidence and Some Proposals, UNWTO Statistics and Tourism Satellite Account(TSA) Program «11-13 October 2010
- 4-P.P :7
- 5-Economy Class
- 6-Buisness Class
- 7-First Class
- ۸- بالابردن سطح امنیت اجتماعی عامل بسیار مهمی در جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی می‌باشد.

توسعه اقتصاد شهر با صنایع دستی و توریسم

چکیده

بی تردید در دنیای امروز توسعه گردشگری بدون مشارکت مدیریت شهری میسر نیست. در صنعت توریسم نقش شهرداری‌ها در ساماندهی گردشگران آنچنان برجسته است که برخی کشورها حکومت محلی را به عنوان مسئول و نماینده خود در این امور انتصاب می‌کنند. به طوری که شهرداری ضمن هماهنگی با بخش‌های دیگر، در مدیریت توریسم نقش محوری دارد. بدین ترتیب شاخص ورود گردشگران توسعه یافته و اقتصاد شهرها با یک مدیریت منسجم و برنامه ریزی شده شکوفا می‌شود. در ایران نیز همانند سایر کشورهای دنیا عمده وظایف در ارائه خدمات به توریسم شهری به عهده شهرداری‌هاست و این در حالی است که در قانون فعلی شفافیت لازم جهت هماهنگی و تعاملات امور گردشگری بین مدیریت شهری و سایر بخش‌ها وجود ندارد. خلأ قانونی مذکور سبب شده تا هر نهادی که حتی نقش ملموسی در امور گردشگری ندارد به شکل سلیقه‌ای با توریسم شهری برخورد کند و مدیریت این امور انسجام لازم را نداشته باشد. در این دیدگاه نگارنده سعی دارد، ضمن بررسی موانع و مشکلات مختلف در گردشگری شهری نقش برجسته شهرداری‌ها را در اداره این امور نمایان کند. به طوری که در گام نخست اهمیت این موضوع بررسی و تحلیل شده و سپس با اشاره به جاذبه و پتانسیل قطب‌های گردشگری ایران به توانمندی‌های کشور در ۲ حوزه توریسم و صنایع دستی اشاره می‌شود. در ادامه گردشگری و کاهش میزان فقر، شناسایی سلیقه گردشگران در خرید و در نهایت صنعت توریسم و تبلیغ فرهنگی از محورهای دیگر این دیدگاه است.

کلید واژه: گردشگری، مدیریت شهری، صنایع دستی

علی یزدانی*

