

نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان شهرها

چکیده

این مقاله، فرآیند گردشگری شهری، جاذبه‌های گردشگری شهری و انواع آن را مورد بررسی قرار داده و در ادامه به تأثیر اقتصادی گردشگری شهری به خصوص در کلان شهرها پرداخته است. امروزه صنعت گردشگری به ویژه شاخه شهری آن، جایگاه خاصی را در اقتصاد کشورها دارد و نقش فعال و موثر در ارتقاء ساختار اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی کشورها به خصوص در کشورهای رو به توسعه بازی می‌کند. شهرها دارای جاذبه‌های گردشگری فراوان می‌باشند و همواره گردشگران زیادی را به سوی خود جذب می‌نمایند، لذا توسعه گردشگری شهری پایدار و مدیریت خردمندانه آن، نیازمند برنامه‌ریزی می‌باشد. هدف اصلی در این مقاله ارایه رابطه بین گردشگری شهری به خصوص در کلان شهرها با توسعه اقتصاد شهری می‌باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد در حال حاضر و با توجه به گستردگی مدیریت شهری در کلان شهرها بهره‌گیری از جاذبه‌های توریستی می‌تواند نقش مهمی در معرفی شهرها به عنوان یک جاذبه گردشگری جهانی در ارتباط با اقتصاد کلان شهرها، داشته باشد.

کلمات کلیدی: گردشگری شهری، جاذبه‌های گردشگری، اثرات اقتصادی، توسعه

دکتر سیدمرتضی نوربخش*

محمد اکبر پور سر اسکانرود*



مقدمه:

کشورهای توسعه یافته که تجربه ای کم یا ناچیز در توسعه این بخش از اقتصاد دارند. در زمینه رشد فوق العاده گردشگری در دهه های اخیر و پیش بینی اینکه گردشگری بزرگترین صنعت صادراتی در مورد سال ۲۰۲۰ خواهد شد کشورها مجبور شده اند، اهمیت زیادی به توسعه گردشگری بدهند. اما از آنجایی که این کار، هنوز فعالیت نسبتاً جدیدی است مثال های کمی وجود دارد که نشان بدهد چگونه رشد گردشگری بی نظم و بدون برنامه ریزی می تواند نتایج منفی اغلب همراه با صدمه های جبران ناپذیر به محیط زیست و همچنین نتایج منفی برای ارزش های فرهنگی - اجتماعی یک جامعه به وجود بیاورد بنابراین برنامه ریزی گردشگری منسجم اهمیت زیادی به تأکید بر رهیافت طولانی و جامع دارد تا به توسعه پایدار هماهنگ با اهداف توسعه ای کلی کشور دست یابد. گردشگری یکی از فعالیت های اقتصادی پیشرو در جهان است. طبق آمار در سال ۲۰۰۵ حدود ۸۰۸ میلیون گردشگر در جهان جابه جا شده اند که این خود باعث ایجاد درآمدی بالغ بر ۲۸۲ میلیارد دلار بوده است. روندها نشان می دهد که تا سال ۲۰۲۰ تعداد این گردشگران در سرتاسر جهان به حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهند رسید (نمودار شماره ۱).

بر اساس این پیش بینی، گردشگری در تمام مناطق دنیا در حال رشد می باشد و این رشد در کشورهای در حال توسعه بیشتر خواهد بود. اروپا، آمریکای شمالی، آمریکای جنوبی، آسیای شرقی و اقیانوسیه حدود ۸۰٪ از گردشگران را خواهند داشت، بنابراین آنها تسلط خود را بر حجم گردشگران حفظ خواهند کرد. گردشگران بین المللی ورودی به آفریقا باید به رشدی حدود ۵/۵٪ درآمد در سال، طی این دوره برسد و گردشگران ورودی به آسیای جنوبی نیز بیشتر از ۶٪ رشد خواهند کرد. گردشگری یکی از منابع اصلی اشتغال در سراسر دنیا نیز می باشد که طبق تخمین

امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد، سرانه و کمبود درآمد ارزی را پوشش دهند.

به دلیل اثرات چشمگیری که فعالیت های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگران بر جای می گذارد، توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت معطوف می گردد. پیچیدگی و تراکم موجود در زندگی شهری، عده زیادی از مردم را متوجه طبیعت می کند و در این میان، مناطقی که دارای توان های طبیعی با ارزش تری باشند بیشتر مورد توجه قرار می گیرند. به این ترتیب جریانات گردشگری به منظور بهره برداری از آرامش و زیبایی طبیعت بدان سمت شکل می گیرد (علیزاده، ۱۳۸۲: ۵۵).

با توجه به این که توسعه پایدار به عنوان جریانی متداوم در تغییرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی برای افزایش و ترقی رفاه و خوشبختی طولانی مدت کل اجتماع تعریف می شود و پوششی چند بعدی است که به گونه ای پایدار در صدد وحدت اهداف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی است.

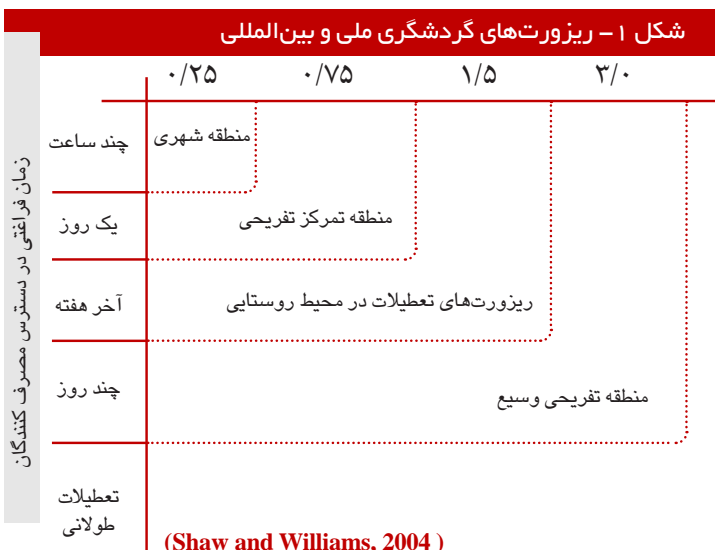
بنابراین باید توسعه گردشگری را، زمانی پایدار بنامیم که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنیتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد. در واقع توریسم پایدار، توریسمی است که بتواند در یک محیط، در زمانی نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت ها و فرآیندهای اجتماعی لطمه ای وارد نسازد (Butler, 2000, 29).

گردشگری هنوز فعالیت جدیدی برای بسیاری از

نمودار ۱: روند تعداد گردشگران جهان از سال ۱۹۵۰ تا کنون و پیش بینی آن تا سال ۲۰۲۰



شکل ۱ - ریزورت‌های گردشگری ملی و بین‌المللی



(Shaw and Williams, 2004)

امروزه، مردم با وجود ناامنی شغلی، نسبت به گذشته سخت‌تر کار می‌کنند. اوقات فراغت فشرده‌تر شده و مردم چندین مسافرت کوتاه را، به یک تعطیلات طولانی ترجیح می‌دهند. بنابراین، مردم مقاصد گردشگری را می‌خواهند که به راحتی و به سرعت قابل دسترسی باشند. این شرایط، برای مقاصد نزدیک و قابل دسترسی، بسیار سودمند بوده و باعث توسعه گردشگری شهری شده است. این مقاصد، برای بازار گردشگرانی که دارای زمان محدود هستند، جذاب بوده و شرایط سفر را در تمامی سال برای آنها فراهم می‌کند. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده است، مناطق شهری در دسته مقاصد قرار

زمان فراغت در دسترس مصرف‌کنندگان

می‌گیرند که، کمترین زمان مورد نیاز برای سفر را در بین سایر مقاصد گردشگری به خود اختصاص دهند.

شهرها به عنوان مقصد

گردشگری، دارای عملکرد

چندمنظوره هستند؛ آنها

به عنوان دروازه ورودی

به کشور، مراکز

اقامت و مبدأ سفر

به روستاها و مقاصد

مجاور خود هستند.

علاوه بر این، شهرها

فقط مقاصدی که

در آنها جمعیتی با

فعالیت‌های اقتصادی،

زندگی فرهنگی و

تحت کنترل نیروهای

سیاسی کنار هم

جمع می‌شوند

نمی‌باشند، بلکه

نقش مهمی را به

سازمان جهانی جهانگردی حدود ۷۶/۷ میلیون نفر در دنیا در این صنعت به صورت مستقیم اشتغال دارند. و چنانچه مشاغل غیر مستقیم اقتصادی نیز به آنها اضافه گردد این مقدار به حدود ۲۳۴ میلیون (۸/۷٪ از کل مشاغل دنیا) خواهد رسید (سازمان جهانگردی، ۱۳۸۴).

بسیاری از اقتصاددانان به گردشگری از زاویه اندازه‌گیری آثار آن نظر می‌کنند. و گردشگری را باید در وهله اول در آینده برنامه‌ریزی و سیاست کلی اقتصادی نگریست. باید از دیدگاه اقتصاد کلان به مسأله گردشگری نگریست (داس ویل، ۱۳۷۸: ۱۴۲).

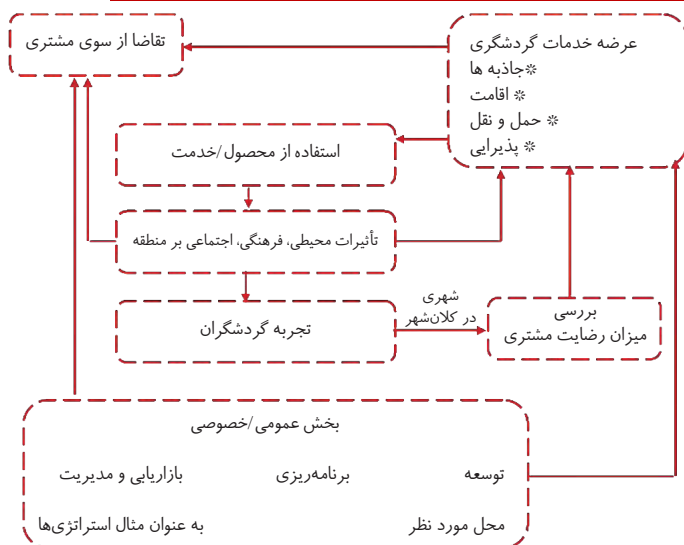
هدف اصلی این نوشتار بر جنبه گردشگری شهری بخصوص در کلان شهرها تاکید دارد و به دنبال پاسخ این سوالات است: ۱- منظور از گردشگری شهری و جاذبه‌های شهری چیست؟ ۲- اثرات اقتصادی توسعه گردشگری چه عواملی هستند و اهمیت آن بر کلان شهرها چیست؟

گردشگری شهری

یکی از مهم‌ترین مقاصدی که روندهای گردشگری جهان را در دهه‌های گذشته تحت تأثیر قرار داده، مرکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه‌مدت، این مقاصد را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده است. این مسأله، خود را در کاهش میانگین مدت سفر گردشگران در بیشتر مقاصد دنیا نشان داده است. این مسأله را تا حدودی می‌توان، با تغییر سبک زندگی در سال‌های اخیر توضیح داد. زمان، به ارزشمندترین مسئله در زندگی انسان‌ها تبدیل شده است.



شکل ۲- چارچوب گردشگری شهری در کلان‌شهرها



کاری و کاهش اوقات فراغت، جستجوی پادزهری برای کاهش استرس بیشتر شده است. خرید، خوردن، نوشیدن و سرگرمی، خواسته‌های اساسی اغلب گردشگران بوده و بیشتر این خواسته‌ها، در محیط شهری پاسخ داده می‌شوند. شکل ۲ چارچوب تجزیه تحلیل گردشگری شهری، در کلان‌شهرها را نشان می‌دهد. این چارچوب عوامل، فرآیندها و مسایلی را نشان می‌دهد، که گردشگری شهری را در زمینه‌های مختلف، تحت تأثیر قرار می‌دهد. هدف این سیستم، تجربه گردشگران را در گردشگری شهری در بر می‌گیرد. در رویکرد سیستمی به گردشگری شهری، عوامل کلیدی سیستم شامل موارد زیر می‌باشد:

- ورودی به سیستم (عرضه محصولات و تقاضای گردشگری)
- خروجی سیستم (تجربه گردشگران از گردشگری شهری)
- عوامل خارجی (محیط تجارت، اولویت‌های مصرف‌کنندگان، عوامل سیاسی و مسایل اقتصادی)

نظریه‌های مربوط به گردشگری

یکی از ابعاد مهم در ارتباط با موضوع و رابطه گردشگری و امنیت ملی، اقتصاد پویا و توسعه یافته می‌باشد که از جوجه بسیار مهم این اقتصاد، اشتغال‌زایی برای شهروندان است. لذا در رابطه با موضوع و این وجه از تحقیق، به بررسی نظریه‌های مربوط به اشتغال و گردشگری می‌پردازیم. از جمله نظریه‌های مهم در باب مکاتب اقتصادی، می‌توان به

عنوان مراکز فعالیت گردشگری برعهده دارند. بنابراین، باید به جای گردشگری در شهرها، مفهوم «گردشگری شهری» مورد بررسی قرار گیرد (رهنمایی، ۱۳۸۷).

در حال حاضر گردشگری شهری به تعداد نسبتاً کمی از شهرها محدود شده و بسیار رقابتی است. پاریس و آمستردام، از مهمترین این کلان‌شهرها در اروپا هستند. کلان‌شهرهای دیگری چون رم، مادرید، ونیز، پراگ و لندن نیز به رقابت برخاسته اند. مقاصد دور نیز، تعداد زیادی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌نمایند. نیویورک، مهمترین مقصدی است، که در فاصله دورتر قرار دارد. در بریتانیا، لندن مهمترین مقصد گردشگری شهری می‌باشد. بازار گردشگری شهری، به صورت ناگهانی، از اواسط دهه ۱۹۸۰ رشد کرد. این رشد بازار، در سایر بخش‌های گردشگری نیز

اتفاق افتاده است. مهمترین روند، مربوط به سفرهای داخلی کوتاه مدت بوده که جایگزین تعطیلات خارج از کشور شده است. کلان‌شهرهایی مثل نیویورک، آمستردام و پاریس که بیشتر مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرند، کم کم با مشکل محدودیت ظرفیت روبرو شده و متصدیان گردشگری مقاصد جدیدی را تبلیغ می‌کنند. با توجه به این که تمایل گردشگران شهری به مسافت‌های کوتاه می‌باشد، نگرانی‌های کمتری در سفر به آنها وجود داشته و کمتر به جریان‌های اقتصادی جهانی وابسته است. با افزایش فشارهای



نظریه مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک

در ارتباط با گردشگری

با توجه به یکی بودن اصول و پایه‌های مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک، و باور هر دو مبتنی بر عدم دخالت دولت، مواضع این مکاتب در خصوص صنعت گردشگری و ساز و کارهای آن، مواضع واحدی خواهد بود. در واقع، نظر پیروان این مکاتب در مورد این صنعت، با توجه به اصول کلی آنان، مبتنی بر عدم دخالت دولت، خصوصی‌سازی، پیروی از اصل بازار آزاد و رقابت کامل می‌باشد، چرا که نیروهای بازار آزاد و رقابتی، خود به شکلی عمل می‌کنند که تعادل به صورت خودکار برقرار می‌گردد. آنها بر هماهنگی منافع تأکید داشته و معتقدند با این که هر کس در جستجوی نفع شخصی خود می‌باشد، ولی در نهایت مجموع این منافع، بهترین منافع را برای جامعه به‌دنبال خواهد داشت، بنابراین نیازی به دخالت دولت و هدایت امور به دست آن نمی‌باشد. براساس اصول این مکاتب، این نتیجه حاصل می‌شود که، دولت مجاز به دخالت در صنعت گردشگری و امور مربوط به آن نخواهد بود، البته باید اذعان داشت که، این مکاتب با نقش نظارتی دولت مخالفتی نیز نداشته، و بخش‌های خصوصی مجازند با توجه به اصل جستجوی حداکثر سود مطلوب، رفتار عقلانی، تصمیم‌گیری بهینه و آزادی نامحدود نظام عرضه و تقاضا این صنعت را، به حالت تعادل درآورند.

البته به نظر می‌رسد در حال حاضر، پیروی از مکاتب فوق در خصوص صنعت گردشگری ایران، کارگر و قابل اجرا نخواهد بود. صنعت گردشگری، مقوله‌ای فرهنگی - سیاسی و اقتصادی است که با توجه به اهمیت مبحث ارزش‌ها و حفظ آنها در ساختار سیاسی نظام جمهوری اسلامی ایران، جنبه فرهنگی و سیاسی آن، شکل ویژه‌ای به خود گیرد، لذا دولت به منظور تعریف فرهنگ، ارایه معیارها و به طور کلی امور سیاسی و فرهنگی در این صنعت، وارد عرصه عمل می‌شود. شاید در نگاه صرف اقتصادی به مسئله گردشگری، با توجه به اصل حداکثر سود، مسئله را توجیه نمود، ولی با اهمیت یافتن سیاست و فرهنگ، بحث ارزش‌های نظام و لزوم دخالت دولت، مسئله متفاوت می‌گردد.

مکتب نئولیبرال و اقتصاد بازار آزاد

و گردشگری

این مکتب نیز با پر رنگ کردن نقش دولت به شکل انحصاری، صدمات زیادی را به آزادی‌های اقتصادی وارد نموده و کلاسیک‌ها یا همان لیبرال‌های سنتی، با شعار آزادی

کلاسیک‌ها، نئوکلاسیک‌ها و کینزی‌ها در تحقیق حاضر اشاره نمود. دوره کلاسیک‌ها، از سال ۱۷۹۰ تا ۱۸۷۰، یعنی از آدام اسمیت تا جان استوارت میل طول کشیده و در این دوره، تأکید کلاسیک‌ها، بر مسأله تخصیص و نظریه به مکانیزم قیمت، مسأله مازاد و توزیع آن بین طبقات اجتماع بود. توجه خاص آنان، بیشتر به سرمایه‌گذاری، که موجب انباشت سرمایه می‌شد، معطوف می‌گردید. پس از آن، با ظهور مارژینالیست‌ها یا همان نئوکلاسیک‌ها، از سال ۱۸۹۰ که توجه اصلی خود را به رفتار فرد و تصمیم‌گیری بهینه متوجه می‌ساختند، مکتب نئوکلاسیک، کار خود را آغاز نمود. کلاسیک‌ها و نئوکلاسیک‌ها، بازار کار را بازار رقابتی دانسته و معتقد بودند، که پارامترهای این بازار در تعادل قرار داشته و هر عدم تعادلی زودگذر و موقتی است. بنابراین، از آن جا که همه چیز خود به خود به تعادل می‌رسد، نیازی به دخالت دولت نخواهد بود. پیروان این مکاتب معتقدند، که منحنی‌های عرضه و تقاضای نیروی کار، در نقطه تعادل اشتغال کامل یکدیگر را قطع می‌کنند و بیکاری موجود از نوع بیکاری ارادی است. تفاوت کلاسیک‌ها و نئوکلاسیک‌ها، در این مسئله بود که کلاسیک‌ها به رفتار طبقات اجتماعی توجه می‌کردند، ولی نئوکلاسیک‌ها به رفتار فرد توجه می‌نمودند.

پس از بحران بزرگ در سال‌های ۱۹۳۲-۱۹۲۹، افزایش بیش از حد بیکاری ناخواسته و عدم توانایی در پاسخگویی مکتب کلاسیک‌ها به وضعیت پیش آمده، مکتب کینزی روی کار آمد. پیروان این مکتب عقیده داشتند، که عدم انعطاف‌پذیری دستمزدها و قیمت‌ها برخلاف آن چه در مکتب کلاسیک‌ها بیان شده بود، سبب می‌شود بازار به تعادل همراه با اشتغال کامل، دست پیدا نکند. کینزی‌ها اعتقاد داشتند، سیستم اقتصادی به‌خودی خود به تعادل نخواهد رسید و برای رسیدن به تعادل، دخالت دولت به عنوان عاملی مهم و اساسی، ضروری می‌باشد.



نظارتی خود را، در حد ایجاد تسهیلات لازم و مناسب برای فعالیت‌های بخش خصوصی، ایفا نماید. به‌دنبال فشار مضاعفی که طی دهه‌های اخیر، توسط گردشگران بر بسیاری از کلان‌شهرهای اروپایی و امریکایی، از جمله لندن، پاریس، نیویورک و فلورانس وارد شده است، بخش معناداری از مراکز تحقیقاتی خصوصی و دولتی، به مدیریت گردشگری شهری به‌طور ویژه توجه نموده‌اند. گردشگری کلان‌شهری، نیازمند مجموعه‌ای از نظریه‌ها، روش‌ها و فنون، برای تجزیه و تحلیل مطالعات تطبیقی و توسعه آنها جهت درک نقش خاص کلان‌شهرها در درون گردشگری و یا جایگاه گردشگری در فرم و عملکرد کلان‌شهرهاست.

جاذبه‌های گردشگری شهری و انواع آن

جاذبه‌های گردشگری را می‌توان به شیوه‌های مختلف تقسیم‌بندی کرد. این تقسیم‌بندی‌ها، حاصل دیدگاه‌های افراد مختلفی است که، هر کدام با توجه به دیدگاه و رویکرد خاص خود، به طبقه‌بندی جاذبه‌های گردشگری پرداخته‌اند. گان معتقد است که، تمام عناصر و اجزای نظام گردشگری، به دو گروه عرضه و تقاضا تقسیم می‌شود که تقاضا، شامل بازارهای داخلی و بازارهای بین‌المللی و ساکنین محلی که از

نامحدود، در بسیاری از موارد شرایط رقابت کامل را از بین بردند. به علت نبود نظارت دولت، آنها زمینه رواج ثروت‌های خصوصی، و توزیع نابرابر درآمد را فراهم کردند. در حال حاضر، اقتصاد جهان براساس اصول مکتب نئولیبرال استوار است و بحث خصوصی‌سازی و رقابت آزاد را مد نظر دارد. در این اقتصاد، برخلاف اقتصاد کلاسیک، آزادی اقتصادی از نوع نامحدود نیست، بلکه آزادی نسبی بوده و از طریق نظارت دولت قانونمند می‌گردد. در واقع می‌توان گفت، مکتب نئولیبرال کامل‌ترین مکتب اقتصادی است، زیرا علاوه بر آن که بر روی آزادی نسبی، رفاه اقتصادی و سود که انگیزه‌های اصلی انسان می‌باشند، تأکید دارد، به مسئله لزوم دخالت و نظارت دولت، به‌منظور برقراری و تنظیم رقابت‌های اقتصادی و کنترل و ضابطه‌پذیری آنها نیز توجه دارد. اما درخصوص بحث توسعه صنعت گردشگری برای اشتغال‌زایی، و به تبع بالا رفتن ثبات سیاسی و امنیت ملی با توجه به اصل اقتصاد بازار آزاد و اصول مکتب نئولیبرال، می‌توان براساس ارزش‌های غالب موجود در کشور، نوع خاصی از گردشگران فرهنگی و زیارتی را جذب نمود. استفاده از اصل بازار آزاد، رقابت کامل و خصوصی‌سازی، شرایطی مهیا کرد تا بخش خصوصی در زمینه توسعه این صنعت و شکوفایی آن، فعالیت نموده و دولت نیز نقش

جدول ۱: نظام عرضه و تقاضای گردشگری از دیدگاه گان

عوامل عرضه	عوامل تقاضا
جاذبه‌ها و فعالیت‌ها	بازارهای بین‌المللی گردشگری
اقامتگاه‌ها	بازارهای داخلی گردشگری
سایر امکانات و خدمات گردشگری	بازارهای داخلی گردشگری
حمل‌ونقل دیگر زیرساخت‌ها عناصر سازمانی	استفاده ساکنان محلی از جاذبه‌ها، امکانات و خدمات گردشگری

ماخذ: (ضرغام، ۱۳۸۱)

اقتصاد و گردشگری

ارزیابی آثار اقتصادی صنعت گردشگری، سبب فراهم نمودن اطلاعات لازم، جهت شکل‌گیری سیاست‌های توسعه گردشگری می‌گردد. گردشگری، مفیدترین بخش صنعتی جهان است و بر چند فعالیت اقتصادی از جمله: اشتغال، منابع انسانی، توسعه، تجارت بین‌المللی و تراز پرداخت‌ها تأثیرگذار است.

برخی از دولت‌ها بخش گردشگری را به عنوان یک منبع درآمد مالیاتی، مورد استفاده قرار می‌دهند. این درآمد، گاهی مخارج دولت در این بخش را تأمین کرده و گاهی به درآمد عمومی اضافه می‌شود. این مالیات‌ها به سه گروه مالیات بر محصولات گردشگری - مالیات بر گردشگران - اخذ هزینه از استفاده‌کننده قابل تقسیم‌بندی هستند. از جنبه‌های مختلفی، می‌توان به تأثیر فراوان گردشگری در توسعه اقتصادی اشاره کرد، گردشگری، ضمن ایجاد فعالیت‌های متنوع در جامعه، موجب

جاذبه‌ها، تسهیلات و خدمات گردشگری استفاده می‌نمایند و عرضه، شامل جاذبه‌ها و فعالیت‌ها، تأسیسات اقامتی و دیگر امکانات و خدمات گردشگری می‌شود (Gun, 2002, 15).

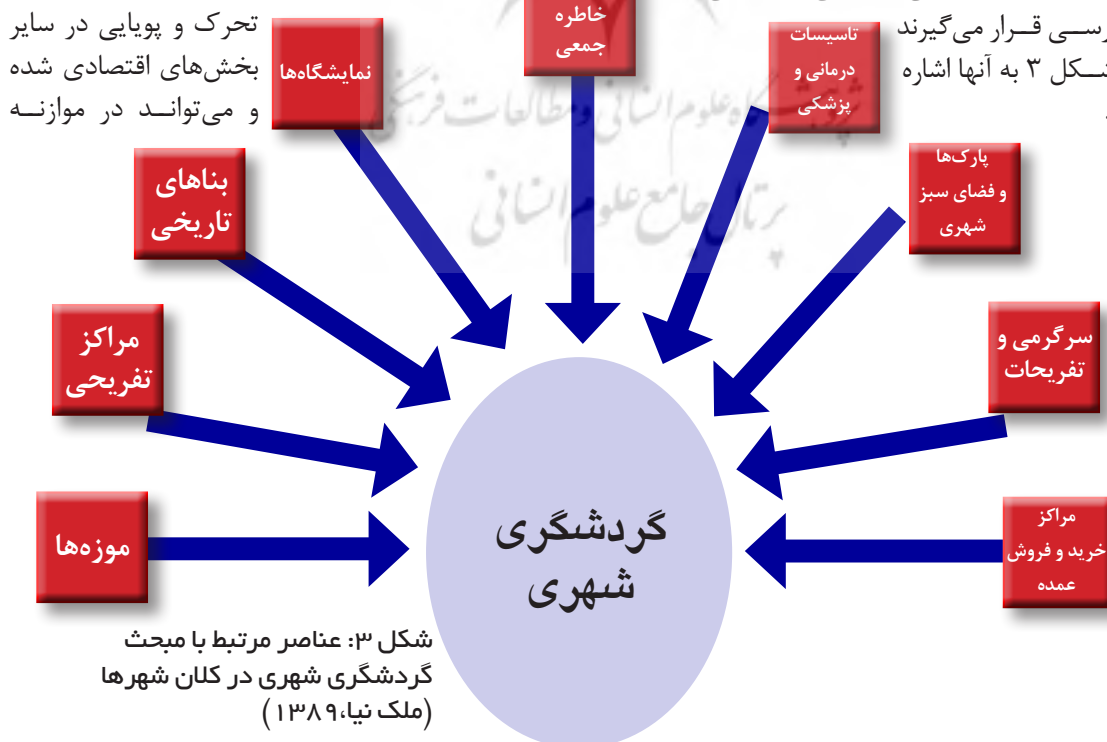
با علم بر این نکته که، هر گاه منابع گردشگری (طبیعی، فرهنگی - اجتماعی و دیگر منابع)، با امکانات گردشگری همراه گردند به جاذبه تبدیل می‌گردند (ضرغام، ۱۳۸۱، ۱۵)، جاذبه‌های گردشگری از سوی سازمان جهانی جهانگردی^(۱) به سه دسته عمده تقسیم می‌گردند:

۱- جاذبه‌های طبیعی

۲- جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی

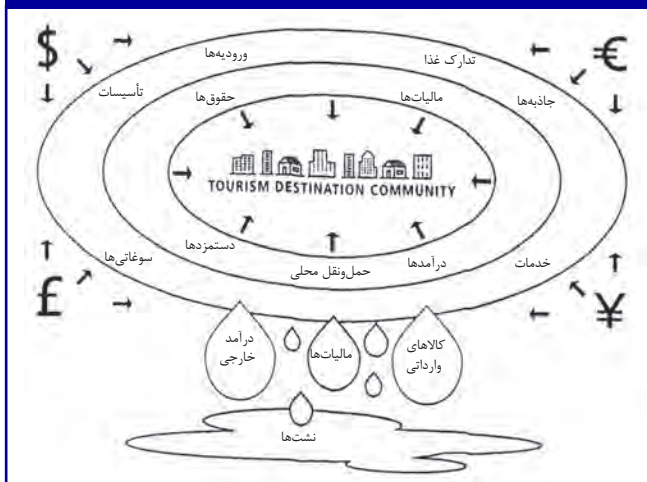
۳- جاذبه‌های ویژه (Inskip, 1991, pp31-1).

با توجه به ماهیت شهرها، جاذبه‌های طبیعی کمتری در درون شهرها مشاهده می‌گردد. معمولاً در مورد مناطق شهری به‌ویژه کلان‌شهرها تنها جاذبه‌های انسان‌ساخت که شامل جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و ویژه می‌شود، مورد بررسی قرار می‌گیرند که در شکل ۳ به آنها اشاره می‌شود.



شکل ۳: عناصر مرتبط با مبحث گردشگری شهری در کلان‌شهرها (ملک‌نیا، ۱۳۸۹)

شکل ۴: تأثیر گردشگری در جوامع میزبان



ارزی نیز تأثیرات سازنده‌ای داشته باشد. همچنین بخش‌های حمل و نقل، مواد غذایی، سوخت و انرژی، صنایع دستی، بخش ساختمانی و به تبع آن فعالیت‌های گردشگری، رونق می‌یابد. از اثرات سازنده اقتصادی گردشگری می‌توان به: ایجاد اشتغال، درآمدزایی، اخذ مالیات از فعالیت‌های متنوع گردشگری و توسعه امکانات عمومی، حفظ آثار باستانی و جاذبه‌های طبیعی به عنوان منابع درآمدزای اقتصادی، توسعه صنایع دستی و جلوگیری از فراموشی آنها و... اشاره کرد. از طرف دیگر، توجه به جنبه‌های منفی اقتصاد گردشگری، از قبیل توجه به هزینه‌های گردشگری و تراز پرداخت‌ها، ایجاد اشتغال کاذب و فصلی در جامعه،

اهمیت این موج‌ها، به یک سری عوامل بستگی دارد که به یکدیگر مرتبط هستند. عوامل مؤثر بر درآمدهای حاصل از توسعه گردشگری، ساختار اقتصادی منطقه مقصد، ماهیت تسهیلات گردشگری، مالکیت، سطح سرمایه‌گذاری و نوع تقاضای گردشگری هستند.

با این وجود، سود اقتصادی حاصل از گردشگری، با تغییرات اجتماعی و محیطی همراه بوده و به ندرت منحصر از آنها می‌باشد. در ابتدا با پدیدار شدن گردشگری انبوه^(۲)، بازده اقتصادی کوتاه‌مدت جامعه مقصد، حاصل گردید. اما رشد غیر برنامه‌ریزی شده گردشگری مسائلی را به وجود آورد که باعث گردید این صنعت، کم‌کم رو به انحطاط برود، از جمله این مسائل: آلودگی شدید محیط‌زیست، پیدایش اختلاف و مسائل اجتماعی، فرسایش فیزیکی، مسائل بهداشتی و ایمنی نیز است. استعمار فرهنگی می‌باشد.

تغییر اقتصادی^(۳)

عناصر کلیدی تغییر اقتصادی در ارتباط با گردشگری در مقصد شامل: اشتغال، درآمدزایی، تنوع اقتصادی و بازسازی و احیای اقتصاد می‌باشد. اگرچه توسعه گردشگری، اشتغال

اثرات فعالیت‌های گردشگری بر بهای زمین، تورم و... نیز در حیطه این علم می‌گنجد. تحقیقات زیادی در زمینه اثرات مثبت اقتصادی گردشگری صورت گرفته است، که این تحقیقات نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری، رشد اقتصادی پایداری را به دنبال دارد. در زمینه توسعه گردشگری، افراد نباید تنها به جوانب منفی آن توجه کنند. دو دلیل عمده برای تشویق و حمایت از توسعه گردشگری را می‌توان، مزایای ایجاد اشتغال و درآمدزایی حاصل از هزینه‌های بازدیدکنندگان برای جامعه میزبان ذکر کرد، که این اثرات در اکثر مقاصد، به‌عنوان آثار مثبت تلقی می‌گردند.

هزینه‌های بازدیدکنندگان، دارای نقشی مستقیم در سودآوری، ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و ایجاد درآمد مالیاتی برای بخش عمومی است. مخارجی که بازدیدکنندگان برای تأسیسات اقامتی، غذا، پذیرایی و خرید سوغاتی به‌طور مستقیم پرداخت می‌کنند به‌صورت دستمزد به کارکنان پرداخت می‌شود و در نتیجه باعث تقویت اشتغال و افزایش فعالیت اقتصادی و چرخش مالی بالا در سایر بخش‌ها می‌شود که در شکل شماره ۴ به‌صورت نمایی کلی آورده می‌شود.

از ترکیب مخارج مستقیم (به‌وسیله گردشگران)، غیرمستقیم (مانند عرضه مجدد) و مخارج القایی (مانند استفاده از دستمزد) گردشگران، به‌عنوان اثر تکاثری در اقتصاد یاد می‌شود که ویژگی آن، مانند شاخصه‌های سنگی است که به داخل حوضی پرتاب شود و اثر اولیه آن، تولید بزرگترین موج و به دنبال آن موج‌های کوچکتر است، به طوری که بعد از آن در سطح کل منطقه پخش می‌شوند!

■ نیروی کار خارجی در کشورهای کمتر توسعه یافته باعث خروج ارز می‌گردد.
در واقع، به سختی می‌توان گفت که تمامی شغل‌های گردشگری، بازار کل مشاغل را تقویت کرده و افراد کم‌تجربه را وادار به کار می‌کنند. ویژگی‌های گردشگری و نوع اشتغال آن، موجب شده است گردشگری در اقتصاد محلی، نقش حمایت‌کننده داشته باشد، تا نقش عمده و اصلی را در اقتصاد محلی بازی کند.

درآمدزایی^(۵)

مخارج بازدیدکنندگان، نه تنها بر فرصت‌های شغلی و دستمزدها اثر می‌گذارد بلکه درآمدی را نیز برای بخش عمومی و خصوصی ایجاد می‌نماید که این درآمدها از طریق زیر حاصل می‌شوند: (که همان ویژگی‌های مثبت گردشگری و درآمدزایی نیز می‌باشند)

■ به دلیل اینکه شرکت‌های گردشگری مانند سایر تجارت‌های محلی، مالیاتی را به دولت پرداخت می‌کنند، بنابراین با توسعه گردشگری، درآمد حاصل از مالیات نیز افزایش می‌یابد.

■ دریافت هزینه، بابت استفاده از تسهیلات عمومی (توالیت، پارکینگ)، باعث افزایش درآمد کل حاصل از گردشگری می‌شود.

■ دریافت مالیات داخلی و یا دیگر اشکال مالیات گردشگری، باعث افزایش درآمد گردشگری در مقصد می‌شود. (اثر = ضریب تکاثری)

این بودجه‌های اضافی، در اغلب موارد، می‌تواند برای حفظ بناهای تاریخی و ایجاد تسهیلات استفاده شود و همچنین به فعالیت‌های توسعه و تبلیغات می‌تواند کمک نماید. با این وجود، اندازه و تنوع اقتصاد محلی یک منطقه، تعیین‌کننده ارزش واقعی گردشگری برای آن منطقه است.

احیا و تنوع اقتصادی^(۶)

در بسیاری از جوامع، تکیه کردن صرف به یک صنعت، بسیار مشکل‌ساز بوده است، به خصوص زمانی که آن صنعت، سیر نزولی داشته باشد. اما صنعت گردشگری، صنعتی است که می‌تواند بر مسائل مربوط به رکود اقتصادی غلبه نماید.

گردشگری، به دلایل مثبت زیر صنعتی است، که می‌تواند بر مسائل مربوط به رکود اقتصادی غلبه کند:

را حمایت کرده و درآمدزایی باشد و در تنوع اقتصادی مقصد نقش مهمی دارد، اما لزوماً تمامی اثرات اقتصادی آن مثبت نیست. در واقع، هر جامعه‌ای با روش‌های متفاوتی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. ممکن است یک جامعه در گردشگری بسیار موفق باشد و از اثرات مثبت آن بهره‌بردار، ولی جامعه‌ای دیگر، از کمترین مزایای گردشگری بهره‌بردار.

اشتغال^(۴)

اکثر مشاغل در زمینه گردشگری، شغل‌های خدماتی مستقیم در بخش تسهیلات گردشگری و جاذبه‌ها هستند، که به طور عمده این مشاغل در هتل‌ها، جاذبه‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و شرکت‌های مسافرتی دیده می‌شوند و همچنین در بخش‌های اقتصادی، فرصت‌های شغلی بیشتری در زمینه گردشگری در بخش‌هایی مانند: کشاورزی، ماهیگیری، تولید و ساخت سرویس‌های حمل‌ونقل و جابه‌جایی دیده می‌شود. اکثر مشاغل مستقیم در بخش گردشگری، دارای ویژگی‌های مثبت زیر هستند:

- اکثر این مشاغل به نسبت آسان هستند.
- این مشاغل به مهارت و آموزش زیادی نیاز ندارند.
- بیش از سرمایه، نیازمند نیروی انسانی هستند.
- این بدین معنی است که شغل‌های وابسته به گردشگری، سریع‌تر ایجاد می‌شوند و نیاز به سرمایه اولیه کمتری در مقایسه با بخش‌های دیگر اقتصاد دارند. این منافع، خاص مواقعی هستند که فرصت‌های شغلی جدیدی را برای افراد جوان، افراد بدون مهارت و کسانی که به دنبال افزایش درآمد خانواده هستند، فراهم می‌کند. اگرچه مخارج گردشگر از شغل‌های محلی حمایت می‌کند، ولی این شغل‌ها دارای ابعاد و ویژگی‌هایی از قبیل:
- دستمزد کم، فصلی بودن و پاره‌وقت بودن هستند.
- همچنین این شغل‌ها، دارای دوره حیات محدود بوده و چشم‌انداز روشنی ندارند، به جز در بخش‌های مشخص مثل تأسیسات (امکان ارتقا در آنها کم است).



شده‌اند، مشهودتر است. همچنین، اگر این فعالیت‌ها در فصول خاصی^(۷) تعطیل و بسته شوند، وضعیت نامطلوبی در اقتصاد محلی شکل خواهد گرفت. اگرچه بدون شک هزینه‌های گردشگری، می‌تواند کالاها و خدماتی را مورد حمایت قرار دهد که، ساکنین محلی (جامعه میزبان) کمتر از آنها استفاده می‌کنند، اما لازم است میان آنها نوعی تناسب و تعادل، برقرار گردد. در نهایت اینکه، توسعه گردشگری موضوعی فراتر از جذب گردشگران می‌باشد. اگرچه تنوع و احیای اقتصادی خوب است، اما برای جلوگیری از اثرات منفی آن، نیاز به یک برنامه‌ریزی و مدیریت دقیق است، که بدون صرف هزینه میسر نمی‌گردد. علاوه بر این، در توسعه گردشگری، برای احیا و تنوع اقتصادی، نیازمند اداره رسمی و بررسی پیمایشی (که اساس و پایه فعالیت‌های بازاریابی را تشکیل می‌دهد) هستیم. تنوع و احیای اقتصادی، برای جلوگیری از اثرات منفی خود به برنامه‌ریزی و مدیریت نیاز دارد، که این خود هزینه‌های زیاد را در برمی‌گیرد (هزینه‌های عملیاتی، هزینه‌هایی جهت مشاوره). این هزینه‌ها را باید زمانی که گردشگران از منطقه‌ای بازدید کرده و پول‌های خود را در مغازه‌ها، جاذبه‌ها و سایر خدمات مصرف می‌کنند،

■ هر کدام از جوامع به خودی خود جاذبه محسوب می‌شوند.

■ گردشگری به‌عنوان مرکز خدماتی، مکمل دیگر فعالیت‌ها است.

■ نیروی کار لازم برای گردشگری، در جوامع موجود است.

■ گردشگری یک صنعت به‌نسبت پاک و بدون دود بوده و نسبت به سایر صنایع، اثرات زیان بخش کمتری دارد.

■ اثرات منفی گردشگری بر احیای اقتصادی و تنوع اقتصادی را می‌توان در موارد زیر دانست:

■ افزایش قیمت زمین

■ رشد تقاضای دستمزد

■ فزونی رقابت برای فضاهای مورد استفاده در فعالیت‌های گردشگری

■ تغییر ماهیت مغازه‌های عرضه‌کننده کالاهای لازم و مورد نیاز ساکنان به مغازه‌هایی برای گردشگران.

این فرآیند، در مراکز کوچکتر که در آن فروشندگان عتیقه، گالری‌های هنر، فروشگاه‌های لباس و قهوه‌خانه‌ها، جایگزین مکان‌های عرضه کالاهای موردنیاز ساکنین

باز پس گرفت. اثرات اقتصادی گردشگری، دارای عوامل متفاوتی است که هر کدام در سطوح متفاوتی از فعالیت‌ها، دارای اهمیت می‌باشند، که باید در هر مقصد این عوامل شناسایی گردند.

اثرات اقتصادی توسعه گردشگری

در بسیاری از کشورهای جهان، گردشگری به‌عنوان یکی از بخش‌های کلیدی و اصلی، برای توسعه و پیشرفت اقتصادی عمل کرده است. البته میزان تأثیر گردشگری در توسعه، با نظام حکومتی و جهت‌گیری آنها، ارتباط مستقیم دارد. آثار اقتصادی گردشگری، چندگانه است. مهمترین اثر آن، ایجاد اشتغال و درآمد است. نتایج تحقیقات متعدد، مؤید این است، که گردشگری به کاهش بیکاری و درآمد منتهی می‌گردد (زاهدی، ۱۳۸۵:۴۰). کشورها و جوامع به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند، که برای بهبود وضع اقتصادی خود، باید ابتکار عمل به خرج داده و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. اگر چه در نقاط مختلف دنیا شرایط متفاوت است، اما همواره گردشگری، عاملی برای پیشرفت اقتصادی بوده است. این صنعت، می‌تواند موجب تغییرات اقتصادی و اجتماعی شود. گردشگری از طریق تأثیر بر درآمد ملی، اشتغال، تغییر قیمت‌ها و تراز بازرگانی ملی، اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد (زاهدی، ۱۳۸۵:۶۶). میزان این تأثیر، بستگی به نوع سرمایه‌گذاری و جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی دارد. به عنوان مثال در صورتی که توسعه آن از طریق سرمایه خارجی صورت گیرد، سود حاصل از این سرمایه‌گذاری و پرداخت حق‌الزحمه کارکنان خارجی مبالغ قابل توجهی ارزش غیرماندگار در کشور را شامل می‌شود، که به کشورهای دیگر انتقال می‌یابد. (جدول شماره ۲)

فرآیند رشد کلان‌شهرهای کشورهای توسعه‌یافته (شمال)

روند رشد و توسعه کلان‌شهرهای کشورهای پیشرفته، بدین گونه تداوم یافت که تولید انبوه و متمرکز با اتکا به لیبرالیسم اقتصادی، به همراه سهولت ارتباط بین شهر، منطقه و جهان، سازمان فضایی جدیدی ایجاد کرد که آشکارترین شکل آن گسترش کمی شهرها بود (صرافی ۱۳۷۵، ۳۴). از طرفی دیگر، شهرها به‌عنوان مرکز جوش و خروش و افزایش سریع تولیدات صنعتی و خدمات گسترده، با مدیریت متمرکز شناخته شدند. مطالعات پیتر هال، به عنوان جهانی شدن برخی شهرها و کارکردهای بین‌المللی کلان‌شهرها، که در کتاب شهرهای فردا به خوبی تبیین شده، مؤید این ادعا است. از آنجا که مناطق شهری و کلان‌شهری کشورهای شمال، مولد بوده‌اند، در تکامل و توسعه شهری خود، نسبت به شهرنشینی و توسعه آن در کشورهای جنوب، کمتر با چالش توسعه شهری بحران‌زا روبه‌رو بوده‌اند، اما در ناپایداری توسعه شهری جهانی (به‌طور عمده در کلان‌شهرها) سهم قابل توجهی داشته‌اند. به‌طور مثال، حدود ۹۸٪ تولید گاز کربنیک جهان به کشورهای شمال مربوط می‌شود. در این زمینه می‌توان به موارد دیگر اشاره کرد؛ لیکن این تنها یک نمونه از نقش کشورهای شمال در ناپایداری محیط و به‌ویژه محیط اتمسفری (تخریب لایه ازن) در روند توسعه آنها است.

کلان‌شهرهای کشورهای در حال توسعه (جنوب)
توسعه کلان‌شهری در کشورهای در حال توسعه به شکل دیگری پیکربندی شد. ابتدا نفوذ نظام سرمایه‌داری،

جدول شماره ۲: اثرات اقتصادی گردشگری

جنبه‌های مثبت	جنبه‌های منفی
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش درآمدزایی ارزی - ایجاد فرصت‌های شغلی - تحرک سرمایه‌های مالی - جلب سرمایه‌های خارجی - بهسازی و توسعه تأسیسات زیربنایی - موازنه پرداخت‌های بین‌المللی - توسعه صادرات غیر نفتی - به کارگیری توانایی‌های موجود محلی - توسعه منطقه‌ای 	<ul style="list-style-type: none"> - تورم، افزایش عمومی قیمت‌ها - مشاغل فصلی و بیکاری - افزایش قیمت زمین - توسعه بخش خدمات و تحلیل تولید کالایی - کاهش خدمات عمومی همگانی - توسعه نامتعادل منطقه - وابستگی به کشورهای بیگانه

ماخذ: (ضرغام، ۱۳۸۱)

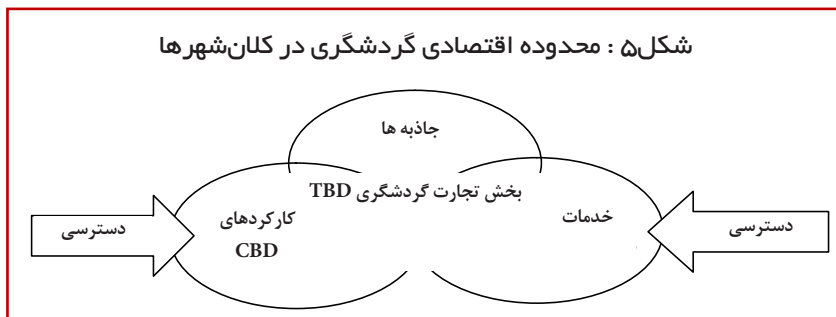
یک نوع جهان‌بینی ارزشی، در قالب رشد و توسعه در باورها به وجود آورد. از طرف دیگر، استقلال برخی کشورها و تلاش در رشد و توسعه ملی به همراه خوش‌بینی نسبت به رشد شهرها، بعد از جنگ جهانی دوم (به پیروی از روند رشد کشورهای شمال)، تمرکزگرایی و قطب‌گرایی در مناطق مستعد (به‌طور عمده شهری) می‌توان موتور توسعه به‌شمار آورد. بنابراین، با رویکرد سیاسی-اقتصادی، بیشتر سیاست‌گذاری‌ها و اتخاذ استراتژی‌های توسعه، به نفع بخش صنعت و خدمات در مناطق مستعد (به‌طور عمده شهری) و در قالب برنامه‌ریزی‌های کلان ملی انجام شد. پژوهش‌های مرکز اسکان بشر سازمان ملل به‌خوبی به رویکردهای فوق در کشورهای در حال توسعه اشاره کرده است. این روند، به‌طور عمده بر مبنای فقر و ازدیاد جمعیت، و پیروی از روند توسعه کشورهای شمال صورت گرفته و موجب پیدایش ناپایداری توسعه این کشورها شد. (صرافی ۱۳۷۵، ۴۱). پیروی از طرح نوسازی (بعد از جنگ جهانی دوم)، به وابستگی شهرها (به‌ویژه کلان‌شهرها) به پیرامون و تقویت نظریه مرکزپیرامون منتهی شد که در این نظریه به‌زعم فریدمن (واضع نظریه مرکز پیرامون) مرکز (به فرض کلان‌شهرها) نقش توسعه‌آفرینی داشته و تراوش اثرات توسعه به پیرامون، ملموس خواهد بود (نظریه‌ای که مورد استقبال برخی از کشورهای آمریکای لاتین قرار گرفت). بنابراین توجه به مراکز رشد، نتوانست به پیرامون کمک نماید و این روند، باعث پیدایش دوگانگی اقتصادی (سنتی و مدرن)، اجتماعی (فقیر و غنی) و حتی فرهنگی، تنش‌های سیاسی و اجتماعی در فضای ملی شده و فقر و بیکاری، نارسایی‌های زیربنایی، ناهنجاری‌های اجتماعی، تهدید محیط‌زیست، افزایش سکونت‌گاه‌های غیررسمی و... در کشورهای در حال توسعه، پیش فرض ناپایداری توسعه کلان‌شهری، به‌شمار آمد. در سالیان گذشته، شهرها به‌طور عام، به‌عنوان نواحی مبدأ صدور گردشگر و مکان‌های غیرشهری به‌عنوان مقصد گردشگران، معرفی شده‌اند (Stansfield, 1964). شهرها همواره در طول اعصار و قرون متمادی، با توجه به اینکه کانون قدرت و تصمیم‌گیری بوده‌اند، در درون خود آستان حوادث و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار شده‌اند، که امروزه در کانون توجه گردشگران قرار گرفته است. نظر کریستالر، تا اواسط دهه ۱۹۸۰، مورد اجماع اکثر محققان بوده است. از طرف دیگر امروزه، به‌طور فزاینده‌ای، به‌دلیل پذیرش حجم وسیعی از گردشگران، توسط کلان‌شهرها و شهرهای بزرگ، گردشگری شهری، جایگاه قابل توجهی در

میان حوزه‌های مختلف گردشگری یافته است. امروزه، بخش وسیعی از ادبیات گردشگری، به نتایج اقتصادی و نقش مثبت آن در ایجاد اشتغال و فرصت‌های جدید متمرکز شده و از سایر ابعاد، مورد بی‌مهری و غفلت واقع شده، که دو مورد از مهمترین آنها را می‌توان به‌شرح زیر برشمرد: اول اینکه اکثر کسانی که در حوزه گردشگری تحقیق می‌کنند، ماهیت شهری چنین فعالیتی را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند و دوم آن که به‌علت ماهیت فضایی گردشگری، مظاهر فیزیکی آن بدون توجه به اثرات فرهنگی و زیست‌محیطی آن مطالعه می‌گردد (Ashworth, 1989). این موضوع، نشان‌دهنده این است که، گردشگری در حوزه شهرها بررسی می‌شود و گردشگری شهری در این نگاه، معناشناسی صحیحی نمی‌یابد.

محدوده اقتصادی گردشگری در کلان‌شهرها

خدمات و تسهیلات گردشگری، شکل‌گیری بخش یا محدوده اقتصادی گردشگری (TBD)، فعالیت‌های بخش عمومی و خصوصی، از جمله عوامل شکل‌دهنده فضا مندی گردشگری در کلان‌شهرهاست. در پیکره گردشگری کلان‌شهری، فضا به صورت کالای بسته‌بندی شده و قابل فروش، به گردشگران در می‌آید. محدوده اقتصادی گردشگری (TBD) را، گنز در پی تحقیقات خود مطرح کرد. این اصطلاح، برای توصیف بخشی از کلان‌شهر به‌کار می‌رود که در آن جاذبه‌های مورد علاقه بازدیدکنندگان و خدمات مورد نیاز، به همراه کارکردها (CBD) در یک جا قرار می‌گیرند. شکل‌گیری (TBD)، خود ناشی از خواست گردشگران است، زیرا آنها خواستار آن هستند که هتل‌ها در مکانی نزدیک جاذبه‌های شهری مکان‌یابی شده و به همراه آن، خدمات مورد نیازی همچون وسایل حمل‌ونقل و مراکز تجاری، برای دسترسی و آسایش آنها در یک مکان فراهم آید. این در حالی است که، شکل‌گیری CBD نیز با تجمیع این خدمات و تسهیلات، شکل‌گیری دیگر خدمات جنبی و

همه خدمات و ویژگی‌هایی است که در کنار هم قرار می‌گیرند تا آنچه مسافر می‌خواهد، فراهم آورند، ولی سرآمدترین نوع گردشگری، مدل شهری آن است، به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر، به ویژه کلان‌شهرها، در بسیاری از کشورهای موفق



در این صنعت، شهر، پایه و اساس توسعه گردشگری است. ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای به ظاهر متروک و مرده به قصد زنده کردن جنبه‌های کهن جامعه، از جمله آثار توسعه گردشگری شهری است. بدین منظور، بسیاری از کلان‌شهرها درصددند تا از ویژگی‌ها و امکانات خاص شهر خود سود برده و از مزایای جلب توریست شهری بهره‌گیرند. ایجاد فضاهای شهری، بر اساس فعالیت‌های جدید و تأکید بر توسعه فعالیت‌های گردشگری و ایجاد جاذبه‌های بیشتر برای ماندگاری مسافران، همراه با توسعه هسته‌های کار و فعالیت، با هدف توسعه موزون شهر و پیوند کار و سکونت در تمام منطقه شهری و نیز ایجاد یک نظام چند هسته‌ای، انعکاس تجربه‌ها و درس‌های نظری و عملی است که از کلان‌شهرها و شهرهای جهان می‌توان آموخت و به کار گرفت.

ایجاد و توسعه انواع مراکز اقامتی مدرن، فضاهای تفریحی و سرگرمی، فضاهای خرید بزرگ شهری، موزه‌ها و مراکز فرهنگی و هنری به‌ویژه فرهنگ و هنر بومی با هدف توسعه گردشگری، موجب بهره‌مند شدن ساکنین شهر و گردشگران شهری، از این خدمات خواهد بود. بنابراین، در حال حاضر با توجه به گستردگی مدیریت شهری در کلان‌شهرهای کشورها، بهره‌گیری از جاذبه‌های توریستی، می‌تواند نقش مؤثری در معرفی شهرها، به‌عنوان یک جاذبه گردشگری جهانی داشته باشد و تأثیر فراوانی در اقتصاد این شهرها داشته باشد.

راهکارها

- توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری موجود در کلان‌شهرها در تهیه طرح‌های توسعه شهری؛
- گسترش خدمات و امکانات زیربنایی لازم جهت توسعه گردشگری متناسب با اصول توسعه پایدار شهری؛
- ایجاد بانک اطلاعاتی و تهیه بروشورهایی که ضمن معرفی جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهرها اطلاعاتی را در زمینه حفظ محیط زیست به گردشگران ارایه دهد؛

زمینه‌های لازم برای توسعه آن را فراهم می‌آورد. در این فضای گردشگری، امور اداری، خدماتی، تجاری، مالی و بانکی، بیمه و مؤسسات مسافرتی، در رابطه با خدمات‌دهی به گردشگران، متمرکز شده‌اند. شکل ۵ بیانگر شمایی از (TBD) است (محللاتی، ۱۳۸۰).

اثرات گردشگری بر اقتصاد کلان‌شهری

گردشگری، به تمام بخش‌های اقتصادی یک کشور مربوط شده و اثرات اقتصادی خود را، بر همه این حوزه‌ها برجای می‌گذارد. منظور از اثرات اقتصادی گردشگری، کلیه آثاری است که بر پیکره اقتصادی تأثیر می‌گذارد. گردشگری، از طریق تأثیر بر مؤلفه‌های عمده اقتصادی مانند درآمد، اشتغال، سطح قیمت‌ها، عرضه و تقاضا، ترازهای مالی و مالیاتی جامعه را، تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این راستا «گردشگری، بزرگترین تولیدکننده تولید ناخالص داخلی و اشتغال بوده و باعث رونق بسیاری از کشورهای مناطق می‌باشد» (Jeffries, 2001: 22). به عبارت دیگر، تقویت گردشگری، متضمن منافع اقتصادی بوده و گسترش اقتصادی مربوط به فعالیت‌های گردشگری به‌ویژه در کشورهای جهان سوم، حدود ۱/۵ درصد به تولید ناخالص این کشورها کمک می‌کند (اکبرپور و نوربخش، ۱۳۸۹: ۵۴). گردشگری، باعث افزایش درآمد و ارز آوری برای شهر یا منطقه می‌شود. این عمل با هزینه‌هایی که یک گردشگر، در طول دوره اقامت خود در کشور میزبان صرف می‌کند، محقق می‌شود. به این جریان اقتصادی، «صادرات نامرئی»^(۸) می‌گویند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

گسترش روز افزون جمعیت در کلان‌شهرهای جهان، زمینه‌ساز پیچیدگی مسائل شهری شده است، به گونه‌ای که اکنون مدیریت شهرها، نیازمند آشنایی، تحلیل و بررسی مسائل روز شهری می‌باشند. مسافرت‌های شهری، گام اول توسعه گردشگری و صنعت توریسم است. گردشگری، شامل

پتانسیل‌های موجود، یک بخش مجزا به مطالعات زیست محیطی و پیامدهای حاصل از آن اختصاص یابد. به هر حال اگر بررسی‌های زیست محیطی و آرایه راهکارهای عملی در اثر گسترش پدیده گردشگری صورت نگیرد چشم انداز مطلوبی برای آینده کلان شهرها و آیندگان وابسته به این شهرها متصور نیست.

*دکتری جامعه‌شناسی، عضو هیأت علمی سازمان سنجش و

آموزش کشور

**دانشجوی دکتری جغرافیا، دانشگاه تهران

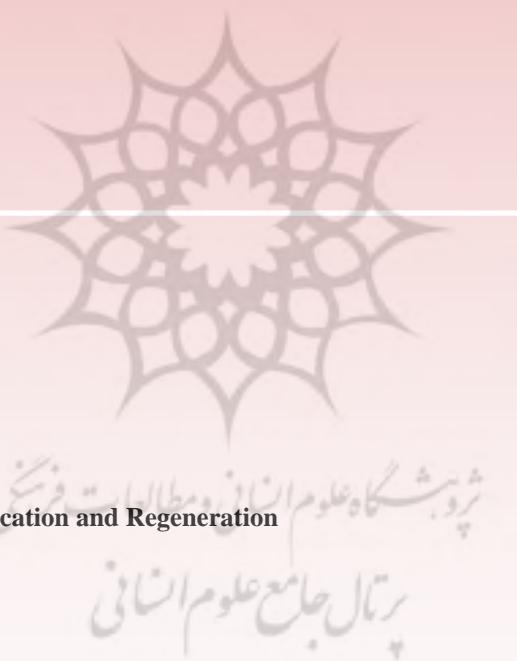
- ایجاد کمپ‌های فصلی جهت استقرار گردشگران در نقاط جذاب گردشگری به منظور جلوگیری از استقرار پراکنده گردشگران در سطح طبیعت مانند تاسیس پارک‌های توریستی در کلان شهرها؛

- ساماندهی بازارهای محلی و منطقه ای کلان شهرها به منظور فروش محصولات ساکنان منطقه کلان شهری به عنوان یک فرصت اقتصادی و فرهنگی مناسب جهت معرفی به گردشگران؛

در پایان پیشنهاد می شود برای ارزیابی هرگونه برنامه‌ریزی جهت گسترش گردشگری با توجه به

پینوشت:

- 1-UN WTO
- 2-Mass Tourism
- 3-Economic Change
- 4-Employment
- 5-Income
- 6-Economic Diversification and Regeneration
- 7-Off-season
- 8-Invisible Exports



منابع و مآخذ:

- ۱- اکبرپورسراسکانرود، محمد و نوربخش، سید فاطمه، ۱۳۸۹، نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار شهری و روستایی نمونه موردی (جزیره قشم)، فصلنامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۲.
- ۲- داس ویل، راجر ۱۳۷۸، "مدیریت جهانگردی" ترجمه سیدمحمد اعرابی، داوود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۳- رهنمایی، محمدتقی - فرهودی، رحمت ا...- دیتمان، آندریاس - قدمی، مصطفی، ۱۳۸۷، مقاله "بررسی ظرفیت حوزه مقصد گردشگری با تاکید بر جامعه میزبان (نمونه موردی: مطالعه شهر کلاردشت)" پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶.
- ۴- زاهدی، شمس السادات، ۱۳۸۵، « مبانی گردشگری و اکوتوریسم پایدار » انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.
- ۵- سازمان جهانگردی، ۱۳۸۴، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده.
- ۶- صرافی، مظفر، ۱۳۷۵، «توسعه پایدار و مسئولیت برنامه ریزان شهری». مجله معماری و شهرسازی، شماره ۳۵.
- ۷- زرغام، حمید، ۱۳۸۱، «مدل برنامه ریزی استراتژیک جهانگردی ایران» مرکز آموزش بنیاد مستضعفان و جانبازان.
- ۸- مایکل هال، کالین و جنکینز جان، ام، ۱۳۷۸: سیاستگذاری جهانگردی، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۹- محلاتی، صلاح الدین، ۱۳۸۰، درآمدی بر گردشگری، نشر دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.
- ۱۰- ملک نیا، محبوبه، ۱۳۸۹، نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- 11-Ashworth, G. J. (1989) Urban Tourism: A balance in Attention , in C.P. Cooper (Ed) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, London: Belhaven Press
- 12-Butler, R. W, (2000): Ecotourism-Has it Achieved Maturity or Has the Bubble Burst, Keynote Adress, Pacific Rim Tourism, Rotorua, Zealand
- 13-Hall, c. M. and s. J. page (1999): The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space, Routledge, London
- 14-Gunn, Clare A. and Turgut Var (2002), "Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases ", Fourth Edition, Routledge, New York
- 15-Inskeep, E (1991): Tourism planning. An Integrated and Sustainable Development Approach. Van Nostrand Reinhold, New York
- 16-Jeffries, David (2001), Governments & Tourism. Butterworth Heinemann Publications, London
- 17-Papageorgio, K, and Brotherton, I. (1999): A Management Planning Framework Based on Ecological, Perceptual and Economic Carrying Capacity: the Case Study of Vicos-Aoos National Park. Greece journal of Environmental Management, 271-284
- 18-Shaw,Gareth & Williams,M.Allan (2004), Tourism & Tourism Spaces. SAGE Publication, London & New Delh

نقطه چین‌های خاکستری گردشگری در کلان‌شهرهای ایران (راهکاری نوین در جذب گردشگر شهری)

چکیده

امروزه شهرها را می‌توان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی قلمداد کرد. شهرها به‌واسطه داشتن توانمندی بالا در جذب گردشگر از جمله محل اقامت، غذا، تفریح و حمل‌ونقل، تسهیلات تجاری، شرایط بهینه‌ای را برای گردشگری فراهم می‌کنند. از سوی دیگر گردشگری می‌تواند منافع قابل توجهی را برای جوامع شهری به ارمغان آورد، مواردی از قبیل معرفی کالاها و خدمات محلی، کارآفرینی، افزایش درآمد و بهبود استانداردهای زندگی، بهبود زیرساخت‌های اصلی، نوسازی مراکز تاریخی و غیره. در این پژوهش، گردشگری شهری به‌عنوان یکی از پویاترین انواع گردشگری، و یکی از عوامل مؤثر بر عملکرد اقتصادی شهر مورد بررسی قرار گرفته است. ابتدا با تأکید بر منابع، کارکردها، جاذبه‌ها و عوامل عملکردی گردشگری شهری استخراج شده و سپس این موارد براساس نظر خبرگان مورد پایش قرار گرفته‌اند. بر این اساس، عوامل عملکردی مستقیم و غیرمستقیمی که بر اقتصاد شهر تأثیر می‌گذارند، راهکارهای جذب گردشگر در کلان‌شهرهای ایران و نیز زیرساخت‌های مورد نیاز برای بهبود وضعیت گردشگری در کلان‌شهرهای کشور شناسایی و معرفی شد.

کلیدواژه: گردشگری، گردشگری شهری، توسعه اقتصادی

علی عبدالعلی‌زاده *

حسام زنده‌سامی (نویسنده مسئول) **

زینب مولایی ***

