



اصالت سنجی

خلاصه انگلیسی این مقاله با عنوان:  
Investigating the Impact of Urban  
Tourism Facilities on Multiple and  
Connected Development: An  
Experimental Assessment  
در همین شماره به چاپ رسیده است.

شهرسازی ایران، دوره ۳، شماره ۵، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، صفحه ۱۴۳ - ۱۵۳  
تاریخ دریافت: ۹۹/۴/۱۲، تاریخ بررسی اولیه: ۹۹/۴/۱۹، تاریخ پذیرش: ۹۹/۷/۸، تاریخ انتشار:  
۹۹/۹/۲۲

## واکاوی تاثیر امکانات گردشگری شهری در توسعه چندگانه و متصل: سنجش آزمایشی

کارشناسی ارشد، برنامه ریزی منطقه ای، گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

شقایق ورعی\*

چکیده: توسعه گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد. صنعت گردشگری در عصر جدید، به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان تبدیل شده است و امروزه از آن به عنوان صنعت نامرئی در روند جهانی شدن یاد می‌شود. نقش گردشگری به عنوان منبع جدید برای کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است. به طوری که امروزه توسعه و ارتقا گردشگری به طور وسیعی در کشورهای در حال توسعه پذیرفته شده است. هدف از تحقیق حاضر عبارت از؛ تحلیل اثرات توسعه زیر ساخت‌های مرتبط با گردشگری بر وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه میزبان و با توجه به بیان مساله و هدف تحقق می‌توان سوال پژوهش را اینگونه بیان کرد: آثار توسعه زیر ساخت‌های مرتبط با گردشگری بر جامعه میزبان (محلی) به چه صورت می‌باشد؟ در رتبه‌بندی معیارهای بالقوه، بالفعل و نوظهور نیز عامل بالقوه با وزن نسبی ۰،۶۱۴ بیشترین اهمیت را دارد. عامل نوظهور با وزن نسبی ۰،۲۶۸ در اولویت بعدی قرار دارد و در نهایت وضعیت‌های بالفعل با وزن نسبی ۰،۱۱۷ در اولویت آخر قرار دارد. همچنین اولویت‌بندی نوع ظرفیت (اکولوژیکی، نهادی، ساختاری، فرهنگی- اجتماعی و اقتصادی) نیز حاکی از آن است که عامل فرهنگی-اجتماعی با وزن نسبی ۰،۴۱۵ بیشترین اهمیت را دارد. عامل اقتصادی با وزن نسبی ۰،۳۲۱ در اولویت بعدی عامل اکولوژیکی قرار دارد، با وزن ۰،۱۴۱ در رتبه سوم قرار داشته و در نهایت عامل نهادی با وزن نسبی ۰،۱۲۴ در اولویت آخر قرار دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری شهری، توسعه چندگانه، گردشگری.

\*مسئول مکاتبات: she.varaee@gmail.com

### ۱- مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در جهان در حال حاضر در اقتصاد بسیاری از کشورها از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. در دهه های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری

در جهت جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا جهت افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه نمایند: اول افزایش رضایت گردشگران و ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری دوم تلاش در جهت حفظ منافع جوامع میزبان. هدف این کشورها بهره‌گیری از درآمد و سایر

بی‌برنامه گردشگری در این نقاط رخ خواهد داد که باعث تخریب محیط طبیعی و انسانی این شهرها می‌گردد. گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از فعال‌ترین، پردرآمدترین و نیز اشتغال‌زا ترین صنعت جهان باشد زیرا قادر است در کوتاه‌ترین زمان، نیروی کار ساده را با آموزش‌های کوتاه و میان‌مدت وارد بازار کار نماید (منشی زاده، ۱۳۸۴) به عقیده سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup> WTO و انجمن جهانگردی و گردشگری جهانی (WTTC) گردشگری نقش حیاتی را در اقتصاد جهانی دارد و بزرگترین صنعت محسوب می‌شود (Sinclair, Sugiyarto and Blake 2003). ارزیابی پراکنش پدیده‌ها در شهر یکی از موضوعات مهم به شمار می‌آید. بنابراین جانمایی زیرساخت‌های گردشگری در شهرها، محصول تصمیم‌گیری‌های انسانی است و کارکردها انسانی متاثر از ساختار جامعه و نیازهای آنهاست، از این رو شناسایی توزیع فضایی عناصر گردشگری در شهر، فرهنگ جامعه شهری را مشخص و نقش سازمان‌های دولتی و خصوصی موثر در شکل‌گیری این الگوها را نشان می‌دهد. گردشگری شامل تمام پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و پذیرایی از گردشگران است، در این میان مراکز تاریخی و فرهنگی شهرها، از کانون‌های جذب گردشگران به شمار می‌آیند.

۱-۱- بیان مسئله: توسعه گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد. صنعت گردشگری در عصر جدید، به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان تبدیل شده است و امروزه از آن به عنوان صنعت نامرئی در روند جهانی شدن یاد می‌شود. نقش گردشگری به عنوان منبع جدید برای کسب درآمد،

مزایای این صنعت تا حد امکان می‌باشد. اهمیت صنعت گردشگری سبب شده است که در ایران نیز مباحث گوناگونی در مورد صنعت گردشگری و راه‌های توسعه و گسترش آن مطرح شود. علی‌رغم اینکه کشور ایران در زمینه توسعه صنعت گردشگری هنوز در ابتدای راه می‌باشد ولی این امیدواری وجود دارد که در صورت برنامه‌ریزی، مدیریت و استفاده از متخصصین امر و با توجه به قابلیت‌های توسعه گردشگری در بسیاری از مناطق ایران شاهد توسعه این صنعت باشیم و به عبارتی شاهد این امر که گردشگری نقش بیشتری در اقتصاد ایفا کند باشیم. علی‌رغم مزایای صنعت گردشگری، غفلت از آثار سوء این صنعت می‌تواند پیامدهای منفی اجتماعی، فرهنگی و محیطی را همراه خود داشته باشد. امروزه یکی از مقاصد مهمی که در گردشگری مورد توجه قرار گرفته‌اند شهرهایی هستند که شکلی از توسعه گردشگری در ابعاد مختلف گردشگری طبیعت‌گردی، فرهنگی و گردشگری ویژه در این نقاط در حال رخ دادن است و این مقاصد برخلاف سایر مقاصد گردشگری طبیعی از جمعیت انسانی برخوردار بوده و همین موضوع اهمیت امکان‌سنجی گردشگری و محاسبه آن را طرح‌های مطالعاتی و همچنین طرح‌های فرادست این نقاط دوچندان می‌نماید. اما نکته‌ای که در اینجا قابل ذکر است بی‌توجهی طرح‌های فرادست و کلان‌از قبیل طرح‌های جامع، هادی و تفصیلی این‌گونه نقاط به مواردی از قبیل اهمیت درون‌دادها و پیش‌بینی برون‌دادهای گردشگری و تأثیرات فعالیت‌های گردشگران بر محیط این‌گونه مقاصد، نحوه افزایش میزان رضایت گردشگران از تجربه گردشگری، افزایش حداکثر کارایی گردشگری منطبق با خواسته‌های اهالی و ساکنان بومی بوده و توجه صرف این‌گونه طرح‌ها به توسعه کالبدی این شهرها است. بایستی توجه داشت که در این نقاط نیز اگر گردشگری در راستای اهداف و برنامه‌های توسعه پایدار حرکت ننماید شکلی از توسعه

میزبان بخصوص جوامع شهری شده و میزان رضایت از زندگی مردم بومی را افزایش می دهد، در واقع، کاربردهای چند منظوره زیرساخت ها در گردشگری می تواند به پرداخته هزینه زیرساخت ها که منافع اقتصادی- اجتماعی گردشگری را در بر می گیرد یاری رساند. تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر به شهر نیست اما به عنوان یکی از زیرساخت های مهم گردشگری مطرح می شود و نقش مهمی در افزایش ماندگاری و رضایت گردشگران دارد. امروزه این زیرساخت ها نقش متمایزی در گردشگری دنیا ایفا می - کند. مهمترین این تسهیلات، مراکز اقامتی- پذیرایی، حمل و نقل و وسایل ارتباطی، تبلیغات و فرهنگ می - باشد که به همراه جاذبه ها می توانند باعث رونق گردشگری منطقه شوند.

ایران جزء ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه گردشگری، جزء پنج کشور جهان از لحاظ تنوع گردشگری و جزء سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی است و قابلیت آن را دارد که به عنوان یکی از مقاصد مهم گردشگری مطرح شود. ضرورت شناخت این جاذبه ها و معرفی آنها به جهانیان، یکی از مهمترین ارکان راه اندازی موتور گردشگری است.

#### ۱-۲- هدف و سوال تحقیق: هدف از تحقیق

حاضر عبارت از تحلیل اثرات توسعه زیرساخت های مرتبط با گردشگری بر وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه میزبان و با توجه به بیان مساله و هدف تحقق میتوان سوال پژوهش را اینگونه بیان کرد: آثار توسعه زیرساخت های مرتبط با گردشگری بر جامعه میزبان (محلی) به چه صورت می باشد؟

#### ۲- پیشینه پژوهش

گردشگری شهری دارای ماهیت دوگانه است به این معنا که از یک سو شهر به معنای اصلی ترین مبدا گردشگران به شمار می آید و دوم این که می تواند به عنوان مقصد گردشگری مد نظر قرار گیرد. شهرهای بزرگ یک ظرفیت بسیار عظیم و متنوع در

دریافت های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت های اجتماعی که موجب رشد و توسعه صنایع می شود، در مطالعات متعدد مورد تایید قرار گرفته است. به طوری که امروزه توسعه و ارتقا گردشگری به طور وسیعی در کشورهای در حال توسعه پذیرفته شده است. امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه ها مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت های خصوصی قرار گرفته است. توسعه این صنعت در کشورهای صنعتی، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می گردد و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال به شمار می آید. مطابق برآورد سازمان جهانی گردشگری، کل گردشگران دنیا در سال ۱۹۵۰ تقریباً ۲۵ میلیون نفر و در سال ۲۰۰۰ حدود ۷۰۰ میلیون نفر بوده است که این رقم در سال ۲۰۲۰ به حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید. این ارقام، نشانگر رشد ۷ درصدی در یک دوره ۵۰ ساله ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۰ است؛ بنابراین، با استناد به آمار و گزارش های ارائه شده می توان گفت صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است؛ به طوری که ۱۱ درصد از تولید ناخالص، ۱۰ درصد از اشتغال، ۵ درصد از صادرات و ۵ درصد از سرمایه گذاری جهانی را به خود اختصاص داده است. در این راستا کارشناسان پیش بینی می کنند که در سال ۲۰۲۰، این صنعت به عنوان سودآورترین صنعت جهان خواهد بود. بنابراین، امروزه گردشگری یکی از امید بخش ترین فعالیتهایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می کنند.

گردشگری مجموعه و نظامی از عناصر به هم پیوسته است که در تمامی مراحل با هم در تعاملند. از جمله این عناصر، زیرساخت ها می باشند که از نقشی حیاتی در فرآیند گردشگری و توسعه آن برخوردارند. آنچه که در توسعه زیرساخت ها قابل توجه است، استفاده جامعه میزبان از این تسهیلات است. بدین گونه توسعه گردشگری منجر به توسعه فزاینده در جامعه

بخش محصولات گردشگری می باشند. در حقیقت الگوی بازدید گردشگران از جاذبه های شهری تابع متغیرهای گوناگونی می باشد، که البته این متغیرها با توجه به نقش و وسعت شهرهای گردشگری، الگوهای متفاوتی منتهی می شود.

حبیب و نازور اسلام در سال ۲۰۰۹ در تحقیقی با عنوان «مطالعه ای درباره رضایت مندی مهمانان از مهمانسراهای متفاوت در بنگلادش» با استفاده از تحلیل چند متغیری مانند تحلیل عاملی به سنجش عوامل رضایت مندی گردشگران و تحلیل رگرسیون برای تعیین رابطه میان رضایت مندی کلی و عوامل رضایت مندی و از تحلیل همبستگی برای شناخت ارتباط میان عامل ها پرداخته اند و در نهایت به این نتیجه رسیده اند که به ترتیب خدمات و هزینه مهمانسرا، دکور، رستوران و کارکنان، نحوه پذیرش و خوش برخوردی از عوامل بسیار مهم رضایت مندی گردشگرانی است که در مهمانسراهای بنگلادش اقامت دارند.

مارین و توبرنر (۲۰۰۸) در مقاله ای تحت عنوان «رضایت مندی و ناراضیتی از ویژگی های مقاصد گردشگری، تأثیر آن در رضایت مندی کلی و تمایل به بازگشت دوباره» با نظر سنجی از ۱۲۱۸ گردشگر ساحلی به این نتیجه دست یافته اند که تجربیات ناراضیتی باعث کاهش رضایت مندی کلی شده و احساسات منفی ناشی از تجاری شدن، شلوغ شدن و تخریب محیطی به طور چشمگیری باعث کاهش تمایل گردشگران در بازگشت به مقصد می شود.

شمس الدینی، جمینی، جمشیدی و حسام پور در سال ۱۳۹۵ در پژوهشی با عنوان تحلیلی بر سطوح توسعه یافتگی زیرساخت های گردشگری در استان کرمانشاه با استفاده از مدل های ترکیبی، از ۱۸ شاخص مرتبط با زیرساخت های گردشگری استفاده می کنند. جهت وزن دهی به شاخص های پژوهش از پرسشنامه کارشناسان (۳۰ کارشناس متخصص در زمینه

گردشگری) استفاده کردند. جهت اولویت بندی شهرستان های استان از تکنیک ترکیبی (TOPSIS و AHP)، جهت تعیین توسعه یافتگی شهرستان ها از تحلیل خوشه ای و برای نمایش سطوح توسعه یافتگی از نرم افزار Arc GIS بهره بردند. یافته های پژوهش این نویسندگان نشان داد سه شهرستان قصر شیرین، پاوه و کرمانشاه به ترتیب با ضریب اولویت ۰،۵۸۳، ۰،۵۶۹ و ۰،۵۱۲ رتبه های اول تا سوم و سه شهرستان ثلاث باباجانی، دالاهو و هرسین با ضریب اولویت ۰،۱۹۸، ۰،۲۷۸ و ۰،۲۷۹ در پایین ترین رتبه های به لحاظ برخورداری از زیرساخت های گردشگری واقع شده اند. در مجموع به لحاظ توسعه یافتگی در زیرساخت های گردشگری حدود ۲۱ درصد شهرستان های استان در سطوح بسیار برخوردار و برخوردار، ۳۶ درصد در سطح نسبتا برخوردار، ۴۳ درصد در سطوح محروم و بسیار محروم واقع شده اند.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به رتبه بندی زیرساخت های گردشگری شهری با استفاده از تکنیک کوپراس در شهر زنجان پرداخته اند. نتایج تحقیق نویسندگان نشان می دهد در استان زنجان، شهرستان های زنجان به ترتیب با ارزش نهایی ۰/۰۶۱ و خرمدره با ارزش نهایی ۰/۱۵۵، از نظر زیرساخت های گردشگری وضعیت مطلوب و مساعدی دارند. شهرستانهای ایجرود با ارزش نهایی ۰/۴۱۷ و خدابنده با ارزش ۰/۳۲۶ از حداقل زیرساخت های لازم برای گردشگری برخوردارند و بقیه شهرستانها از نظر رتبه بندی وضعیت بینابین دارند.

یعقوب زاده، عمویی و بابانژاد (۱۳۹۴) در مقاله به ارزیابی مناطق آزاد ایران به لحاظ جذب گردشگر و توسعه زیرساخت های گردشگری؛ مطالعه موردی: منطقه آزاد قشم پرداختند. نتایج نشان داد که در برنامه ریزی توسعه مناطق آزاد ایران باید به نقش مراکز اقامتی و هتل ها به عنوان زیرساخت های جذب گردشگر توجه کافی داشت. در چند سال اخیر جزیره قشم با افزایش

توسعه شهری و گردشگری و همچنین پیامدها و آثار مثبت و منفی این نوع گردشگری پرداختند. آنها اظهار می‌کنند. فضاهای شهری کامل ترین قرارگاههای انسان را تشکیل می دهند و دربردارنده مراکز مهم اقتصادی، علمی، تفریحی، پزشکی می باشند و همچنین از جاذبه های فرهنگی، تاریخی و طبیعی برخوردارند. مهمترین فضاهایی که در میان مقصدهای گوناگون مورد توجه و بازدید گردشگران قرار می گیرند شهرها هستند، به همین جهت می توان گفت شهرها مهمترین کانون جذب جهانگردان می باشند. در این تحقیق از روش توصیفی و تحلیلی استفاده شده است و با شناسایی عناصر گردشگری شهری و بررسی الگوهای تعیین کننده توسعه پایدار گردشگری شهری و مطالعه قابلیت و توانهای بالفعل و بالقوه شهرها در توسعه گردشگری و همچنین مراحل و فرآیندهای توسعه پایدار گردشگری در شهرها پرداخته شده است.

قلی پور سلیمانی، و رشیدی (۱۳۸۷) در مقاله با عنوان «عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران در ایران» تأثیر عوامل مختلف امنیت، هماهنگی بین سازمان های مرتبط، تبلیغات گردشگری، زیرساخت و کیفیت خدمات گردشگری بر رضایت گردشگران در ایران را مورد بررسی قرار داده اند. در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات از پژوهش و برای آزمون فرضیه ها از تحلیل واریانس ANOVA و آزمون دنباله دار دانکن برای تعیین اختلاف سطوح استفاده شده است. محققان در نهایت به این نتیجه رسیده اند که بین سطوح پنجگانه فوق در ایجاد رضایت گردشگران اختلاف معناداری وجود دارد.

رنجبریان و زاهدی (۱۳۸۶) در مقاله ای تحت عنوان «بررسی اثرات تکرار سفر به اصفهان بر میزان رضایت گردشگران خارجی» در یک مطالعه میدانی و با استفاده از پرسشنامه از ۱۶۰ گردشگر خارجی در سال ۱۳۸۲ نظر سنجی نوده و به این نتیجه دست یافته اند که سطح رضایت خاطر گردشگرانی که سفر به اصفهان

تعداد گردشگران روبرو بوده و در بخش زیرساخت های ملموس از جمله واحدهای اقامتی، پذیرایی و غیره رشد خوبی داشته است. ولی به فاکتورهای مهمی از جمله افزایش ماندگاری گردشگران در جزیره، ارتفاع جامعه محلی و تنوع بخشی به محصولات گردشگری پرداخته نشده است. در بخش زیرساخت های ناملموس، باید به سه مقولات آموزش، امنیت، مهمان نوازی تاکید شود. باید تفکر حاکم بر بسیاری از واحدهای اقامتی جزیره از حالت مشتری مداری تغییر و وارد مرحله مشتری محوری شود. مسوولان جزیره قشم باید به برندسازی جزیره از طریق حضور در همه رویدادهای بزرگ و عمده گردشگری توجه داشته باشند.

تقوایی، وارثی و صفراآبادی (۱۳۹۱) در مقاله ای با عنوان «عوامل موثر در توسعه گردشگری شهری کرمانشاه» بیان می کنند که ضرورت پرداختن به مساله گردشگری شهری، نیازهای پیش روی شهرنشینان؛ از جمله: زندگی آپارتمانی، شلوغی شهرها، یکنواختی محیط های شهری، استفاده از اوقات فراغت، گسترش خانه های دوم، آمایش مناطق اطراف شهرها و غیره است. یافته ها، نشان دهنده آن است که؛ شهر کرمانشاه به رغم برخوردار بودن از ظرفیت های بالای گردشگری در بخش های تاریخی، فرهنگی و طبیعی، با کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی، ضعف تبلیغات، تعدد تصمیم گیران و مسایل مدیریتی، مواجه است، از سویی، وجود زمینه های اشتغال زایی، درآمدزایی ارزی و سرمایه گذاری محلی، قابلیت های توسعه گردشگری این شهر، هستند. شایان ذکر است؛ اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل بیشتر بین مسوولان و سازمان های مرتبط با گردشگری و مردم، راهکارهای مهم توسعه پایدار گردشگری شهری در کرمانشاه است.

فرجی راد و سیدنصیری (۱۳۸۹) به شناسایی جایگاه و اهمیت گردشگری شهری، بررسی مفاهیم و روند تکاملی آن، و فرآیندهای مربوط به راهبردهای توسعه پایدار گردشگری شهری و ارزیابی ارتباط بین

را تکرار نموده اند، پایین تر از آنهایی است که برای نخستین بار چنین سفری را تجربه می نمایند.

### ۳- مبانی نظری

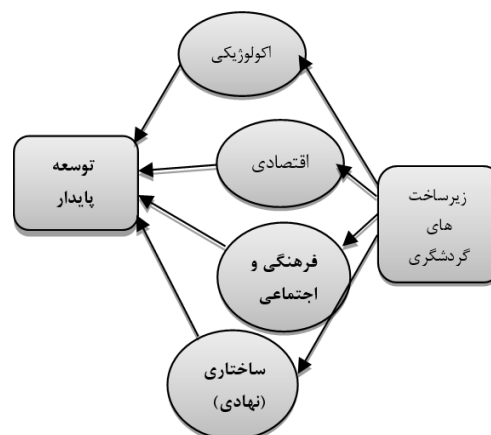
توسعه جهانگردی از زمانی آغاز شد که از یک سو قوانین و مقرراتی زمینه اجازه استفاده از مرخصی برای کارمندان و کارگران به مرحله اجرا در آمد و از سوی دیگر بالا رفتن سطح زندگی مردم در کشورهای صنعتی، امکان مسافرت را ایجاد کرد. در مجموعه می توان گفت توسعه جهانگردی مرهون پیشرفت های حاصل در صنعت حمل و نقل بوده است، زیرا تحول حمل و نقل که همراه با افزایش سرعت وسایل مسافرت، و همچنین ارزانی و آسانی نسبی آن ها بود، انقلاب بزرگی در صنعت جهانگردی به وجود آورد (رضوانی، ۱۳۷۷). از نظر شاو و ویلیامز، گردشگران کسانی اند که به سفرهای دور از خانه می روند و در این مسیر مبالغی هزینه می کنند که منشا کسب این درآمدها، محل اقامتشان است، نه مقصد سفرشان. در این تعریف، گردشگران در ردیف سایر مسافران قرار گرفته اند و مهم تر اینکه مصرف کننده تلقی شده اند. چادویک نیز می گوید گردشگر کسی است که برای یک دوره ۲۴ ساعته یا بیشتر به کشوری غیر از محل اقامت خود مسافرت می کند. سازمان جهانی گردشگری در تعریفی کامل تر، گردشگر را چنین توصیف کرده است: کسی که برای مدت زمانی، دست کم یک شب، کمتر از یک سال، به کشوری غیر از وطن یا محل سکونت معمولی خود مسافرت می کند و هدف او کار کردن و کسب درآمد نیست. این عقیده که جاذبه ها را از خدمات و تسهیلات گردشگری مثل هتل ها، رستوران ها و سیستم حمل و نقل مجزا هستند به دو دلیل ساده انگاری است. اول اینکه، بسیاری از جاذبه ها برای افزایش درآمدی خدماتی مثل غذا و اقامت را در سایت توسعه می دهند. دوم اینکه، بعضی از خدمات و تسهیلات گردشگری خود نوعی جاذبه به شمار می روند. بسیاری از رستوران های

مشهور مردم را صدها مایل مسافرت به سوی خود جذب می نمایند. تعدادی از هتل ها به عنوان جاذبه گردشگری می باشند (Horner and Swarbrooke، ۲۰۱۶). بنابراین وجود جاذبه های گردشگری در یک منطقه شرط لازم برای فعالیت های مربوط به آن می باشد، اما کافی نیست. شرط کافی آن وجود تأسیسات و خدمات رفاهی و همچنین وجود سیستم حمل و نقل و شبکه راه های استاندارد است که بتواند نیازهای مسافران را در حد مطلوب برآورده سازد. جاذبه های تجاری مثل نمایشگاه های ملی و یا بین المللی صنایع مختلف، نمایشگاه های فروش هدیه، صنایع دستی، انواع سوغاتی از جمله جاذبه های گردشگری محسوب می شوند. به ویژه برگزاری گونه های تخصصی از نمایشگاه ها در فصول و زمان های معین، در جذب گردشگر بیشتر تاثیر گذار است (پاپلی یزدی و همکاران، ۱۳۸۶). زیرساخت های گردشگری از جمله عوامل موثری هستند که می توانند مستقیماً منجر به ارائه خدمات شوند و برخورداری از آن ها می تواند توان توسعه کشور را افزایش دهد این موارد عبارتند از: دسترسی فیزیکی به جاذبه توریستی، دسترسی به آب لوله کشی، برخورداری از شبکه برق، برخورداری از گاز یا سایر فرآورده های نفتی، وجود سیستم دفع زباله و فاضلاب، فضا های سبز و شبکه ارتباطی. تأسیسات آب و فاضلاب شامل مطالعات و طراحی شبکه جمع آوری فاضلاب، برآورد مقادیر کیفی فاضلاب، طراحی شبکه جمع آوری فاضلاب، برآورد نیاز آبی مورد نیاز جاذبه توریستی، طراحی و محاسبات هیدرولیکی یعنی سرعت جریان آب و حداقل قطر لوله ها، تجهیزات و تأسیسات شبکه، طراحی و محاسبه شبکه توزیع آب و ارائه نقشه های اجرایی می باشد. تصفیه آب شامل تجزیه و تحلیل مطالعات و بررسی های لازم از نظر جمعیت انسانی مخاطب، خصوصیات هیدرولوژیکی منطقه گردشگری، ارائه گزینه برتر تصفیه فاضلاب بر اساس توجیه فنی و اقتصادی همچنین

وارد سازد. گردشگری پایدار نیز جزء توافقات حاصل در دستور کار اجلاس ۲۱ (یعنی برنامه‌های مربوط به قرن بیست و یکم) قرار گرفت. این تصمیمات به رسمیت شناختن نقش گردشگری را در فرایند توسعه مناسب گوشزد می‌کند و ضرورت طرح عملی برای سازمان‌های گردشگری را در راستای به فعلیت درآوردن اصول گردشگری پایدار پیش می‌کشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۸). در قانون شهرداری‌ها (مصوب ۱۳۴۴ و اصلاحیه‌های بعدی) وظایف عمومی شهرداری‌ها در ماده ۵۵ در ۲۸ بند یا محور تعیین شده است که می‌توان آن‌ها را به چهار گروه عمرانی، خدماتی، نظارتی و رفاه اجتماعی تقسیم کرد. در میان این وظایف، موضوع خدمات فراغتی، تفریحی و فرهنگی، بنا به اوضاع و دیدگاه‌های آن زمان به صورتی فرعی و کم‌رنگ مطرح شده است. با توجه به تحولات شهرنشینی و نیازها و مشکلات جدید شهری می‌توان دریافت که در چارچوب وظایف یاد شده نمی‌توان به انبوه نیازهای شهروندان در زمینه گذران فراغت و گردشگری پاسخ گفت. به همین دلیل در طول دو سه دهه گذشته شهرداری‌ها به قبول وظایف و انجام اقدامات جدیدی مجبور بوده‌اند که فراتر از اختیارات و امکانات قانونی آن‌ها محسوب می‌شده است. چنان‌که تجارب جهانی نشان می‌دهد، نقش شهرداری‌ها روز به روز در حال افزایش است. از جمله وظایف جدید شهرداری‌ها می‌توان به موضوعاتی هم چون تأمین خدمات آموزشی، مبارزه با فقر، افزایش رفاه و عدالت اجتماعی، حفاظت از منابع محیطی، تقویت اقتصاد شهر، تقویت زیرساخت‌ها و ساماندهی گذران فراغت و تفریح شهروندان اشاره کرد. گفتنی است که تحقق این وظایف جدید به بازنگری در قوانین و تشکیلات شهرداری‌ها و تغییر دیدگاه‌ها در نحوه مدیریت شهری و ایجاد نهادهای نوین نیاز دارد.

مرحله اجرایی تصفیه خانه را در بر می‌گیرد. به طور کلی مقوله توسعه پایدار در دو بعد کلی اقتصادی - اجتماعی و زیست محیطی مورد بحث قرار می‌گیرد. اکنون دیگر غلبه بر طبیعت هدف انسان نیست، بلکه وی دریافته است که اگر روابط خود را با طبیعت اصلاح نکند، احتمال اضمحلال زمین و انسان با هم می‌رود. اکنون او تلاشی را آغاز کرده که زندگی با طبیعت را مطرح سازد، تا به توسعه‌ای دست یابد که مخرب بستر زندگی نباشد، توسعه‌ای که قابلیت بقاء و تداوم داشته باشد. پیش زمینه توسعه پایدار یعنی «توسعه زیست بوم» از اوایل سال ۱۹۷۰ توسط ساچس، اتحادیه جهانی حفاظت، برنامه محیطی سازمان ملل و برخی دیگر مطرح شد. این مفهوم در اوایل دهه ۷۰ در زمان «اعلامیه کوکویک» درباره محیط و توسعه به کار گرفته شد این مفهوم کلی با «استراتژی حفاظت جهانی» به طور گسترده‌ای مطرح شد تا حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست را در جهت ایفای بهکرد رفاه انسانی به نحو مطلوب مدیریت نماید. مفهوم گردشگری پایدار عبارت است از مشاهده نیازهای گردشگران کنونی و جامعه میزبان در حالی که فرصت‌ها را برای نسل‌های آینده حفظ کرده و افزایش می‌دهد. این مفهوم مرتبط است با حفظ منابع طبیعی با برنامه‌ریزی بلندمدت برای این منابع و سهم کردن نسل آینده در منابع حاضر و موجود. وقتی این مفهوم با گردشگری همراه شود طرحی که از منابع موجود حفاظت کند و با برنامه‌ریزی حفظ این منابع و درآمد اقتصادی هم برای نسل آینده ایجاد کند، فراهم می‌شود. در واقع گردشگری پایدار یک نوع از گردشگری نیست بلکه فرایندی است که باید کلیه انواع گردشگری را بهبود بخشد و افراد را نسبت به محیط زیست مسئولیت‌پذیر سازد (غنیان، ۱۳۸۹). گردشگری پایدار حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار در تمامی زمینه‌هاست. اجلاس زمین در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو دولت‌ها را به سمت توسعه‌ای سوق داد که حداقل زیان و لطمه را به محیط زیست

استراتژی‌های توسعه گردشگری شهری رونق گرفت. گردشگری شهری خود یکی از عوامل کاهش فقر در شهرها به ویژه شهرهای کشورهای کمتر توسعه یافته می‌باشد. شهرها، مرکز تجمع و تراکم قدرت سیاسی و اقتصادی هستند که غالباً گستره وسیعی از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، خرید، رستوران‌ها و جنب و جوش شهری را شامل می‌شوند. بسیاری از جاذبه‌ها و تسهیلات رفاهی اساساً برای خدمت به شهروندان توسعه یافته‌اند، ولی استفاده گردشگران از این تسهیلات می‌تواند به تداوم آن‌ها کمک کند. همچنین شهرها می‌توانند محل تولید کالاهای مختلفی باشند که خود عاملی در جهت جذب مسافران و گردشگران می‌باشد.



تصویر ۱. مدل پژوهشی

#### ۴- روش تحقیق

بخشی از مطالعات به صورت کتابخانه‌ای است که طی آن انواع مقالات فارسی و لاتین مرتبط با گردشگری شهری و تاثیر زیرساخت‌ها بر توسعه شهری، طرح‌های فرادست، اطلاعات آماری گردشگری، اطلاعات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و کتابخانه‌های مختلف دانشگاهی و کتابخانه‌های مراکز تحقیقاتی و پژوهشی مورد بررسی قرار می‌گیرد. ابزار مورد پژوهش شامل پرسشنامه جامعه مهمان و میزبان، مصاحبه با خبرگان دانشگاهی و کار میدانی شامل مشاهدات میدانی در ارتباط با موضوع است.

#### ۵- یافته‌های پژوهش

امروزه، گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بر مشکلات اقتصادی خویش، از قبیل پایین بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فائق آیند، به طوری که در حال حاضر درآمد حاصل از صنعت گردشگری حدود ۶ درصد از صادرات جهان را تشکیل می‌دهد. شهرها از دهه ۱۹۷۰ در فعالیت اقتصادی خود با کاهش رو به رو شدند. همین مسئله باعث شد که برنامه ریزان به فکر راه و روش‌های جدید برای درآمد و اشتغال باشند. از دهه ۱۹۸۰



جدول ۱. عوامل داخلی و خارجی تاثیر گذار بر گردشگری و توسعه (یک نمونه برای اجرا در تمامی شهرهای ایران)

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	عوامل داخلی  عوامل خارجی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- کمبود نیروی آموزش دیده در زمینه گردشگری در شهر</li> <li>- عدم وجود طرح های کوتاه، میان و بلندمدت گردشگری</li> <li>- عدم تمایل مردم در فروش زمینهای کشاورزی به سرمایه گذاران بخش خصوصی</li> <li>- عدم توجه و رسیدگی به سایت های گردشگری شهر</li> <li>- عدم وجود تاسیسات و تجهیزات ورزشی مناسب</li> <li>- عدم برگزاری تورهای گردشگری در شهر</li> <li>- عدم وجود زیرساخت مناسب محیطی و کالبدی</li> <li>- نامناسب بودن امکانات پذیرایی مانند رستوران</li> <li>- عدم تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد منطقه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود جاذبه های تاریخی شهر همچون کاروانسراها</li> <li>- توجه برخی از مسئولان شهر به اشتغال زایی و افزایش درآمد به وسیله گسترش گردشگری در این شهر</li> <li>- وجود جاذبه های فرهنگی در شهر</li> <li>- وجود جاذبه های مذهبی در شهر همچون مساجد و امامزاده ها</li> <li>- توجه مسئولین به بهسازی و آسفالت کردن خیابان های سطح شهر</li> <li>- وجود پتانسیل های لازم برای توسعه فعالیت های خدماتی در زمینه گردشگری در شهر</li> <li>- وجود اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری</li> <li>- وجود زمین های بایر فراوان در محدوده شهری و امکان تبدیل این زمین ها به مراکز تفریحی و گردشگری</li> <li>- هوای پاک و تمیز شهر</li> <li>- وجود آثار ثبت ملی شده در شهر همچون تپه باستانی پرندک یک</li> </ul>	
<p>استراتژی های (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱ - بهبود و بازنگری به نوع و نحوه استفاده از مشارکتهای مردمی به منظور توسعه گردشگری</li> <li>۲ - کاهش مشکلات مشارکتی موجود در بین شهروندان با کمک نهادها و سازمان های متولی</li> <li>۳ - بهبود زیرساخت های تاسیسات و تجهیزات شهر با استفاده از پتانسیل های موجود</li> <li>۴ - تقویت امکانات موجود در شهر جهت جذب بالای گردشگر در همه فصول</li> <li>۵ - جلوگیری از فعالیت ساکنان در شغل های کاذب و ایجاد زمینه های اشتغال برای آنان در زمینه گردشگری</li> </ol>	<p>استراتژی های (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱ - توجه دولت به گردشگری در جهت افزایش جذب گردشگر در شهر</li> <li>۲ - استفاده از جمعیت مناسب شهر در جهت توسعه نهادها و سازمان های مربوطه</li> <li>۳ - استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ایجاد تشکلهای مردمی با توجه به جوانی جمعیت شهر</li> <li>۴ - تقویت عناصر هویت بخش شهر با توجه به وجود اماکن تاریخی و مذهبی</li> </ol>	<p>فرصت ها (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری</li> <li>- افزایش توجه و حمایت برخی از مسئولان کشوری و استانی از گردشگری با رویکرد اشتغال زایی و کسب درآمد</li> <li>- افزایش انگیزه بیشتر مسافرت و تفریح در بین مردم شهرهای حومه</li> <li>- کاشت نهال در پیاده رو های و نقاط مختلف سطح شهر</li> <li>- نظافت جاذبه های گردشگری این شهر نسبت به سایت های گردشگری اطراف این شهر</li> <li>- وجود نهادها و سازمانهای مختلف دولتی و غیر دولتی و ارائه خدمات توسط آنها</li> </ul>
<p>استراتژی های (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱ - <u>احداث راههای ارتباطی جدید متناسب با رشد جمعیت منطقه و گردشگران</u></li> <li>۲ - <u>احداث اماکن تفریحی و اقامتی و توریستی</u></li> <li>۳ - <u>فرهنگ سازی جهت پذیرش توسعه گردشگری</u></li> <li>۴ - <u>اجرای طرح های ارزیابی تاثیر اجتماعی (اتا) برای هر اقدام عمرانی</u></li> </ol>	<p>استراتژی های (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱ - ایجاد کاربری های مورد نیاز گردشگران با توجه جاذبه های گردشگری شهر</li> <li>۲ - ارائه تاسیسات و خدمات ورزشی شهر</li> <li>۳ - اختصاص محیطی برای فضای عمومی برای افزایش مشارکت شهروندان</li> <li>۴ - برگزاری دوره های آموزشی جهت بالا بردن توان ساکنین</li> </ol>	<p>تهدیدها (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ناکارآمدی سازمان های متولی گردشگری در بالادست</li> <li>- ناشناخته بودن پتانسیل های گردشگری شهر برای مردم سایر استان ها</li> <li>- ناپایداری زیست محیطی و از بین رفتن برخی گونه ها در سالهای اخیر</li> <li>- عدم توجه آژانس های گردشگری استان به جاذبه های گردشگری شهر</li> <li>- جذاب نبودن سرمایه گذاری در زمینه گردشگری شهر برای سرمایه گذاران استان و خارج از استان</li> <li>- افزایش جمعیت و شلوغ شدن منطقه</li> </ul>

## ۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

امروزه رشد روزافزون گردشگری و رقابتی شدن آن، لزوم توسعه و ارتقاء کمی و کیفی کارکردها و زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگران را انکار ناپذیر نموده است. از این رو، شناسایی سطح واقعی کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران، نخستین گام برای افزایش رضایت آن‌ها و در نتیجه توسعه پایدار اقتصاد گردشگری خواهد بود. در صنعت گردشگری بخش‌های دولتی و خصوصی مکمل یکدیگر هستند و عدم وجود یکی از آنها باعث بروز ناکارآمدی دیگری می‌شود، لذا باید بخش دولتی و بخش خصوصی هر یک در جایگاه خود قرار بگیرند تا شاهد رشد و شکوفایی این صنعت باشیم. در این میان برنامه ریزی بلند مدت و کوتاه مدت به همراه برنامه ریزی راهبردی می‌تواند زمینه‌های لازم جهت توسعه و گسترش این صنعت و نیز توسعه زیرساخت‌های گردشگری را فراهم بیاورد. در کشور ما فرصت‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که تاکنون به آنها پرداخته نشده است. مدیریت کلان و متخصص در صنعت گردشگری حرف اول را می‌زند و باید فرصت‌ها را در کشور شناسایی کرده و آنها را در طرح جامع گردشگری بگنجانند و زمینه سرمایه‌گذاری خصوصی را در زیرساخت‌های سخت مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌ها مهیا کرد و دولت نیز زمینه توسعه زیرساخت‌های نرم مانند آموزش، فرهنگ و ایجاد امنیت را در کشور گسترش دهد.

نتایج عوامل درونی و بیرونی، نشان از اهمیت تقریباً برابر عوامل دارد و موقعیت راهبردی گردشگری نیز نشانگر توازن بین عوامل مختلف است و نمی‌توان نوعی از راهبرد را بر راهبرد دیگر ترجیح داد. بنابراین می‌توان گفت در کنار راهبرد استفاده از فرصت‌ها به منظور برطرف کردن ضعف‌ها، باید از تهدیدها نیز جلوگیری کرد. شرط جلوگیری از تهدیدها، استفاده از نقاط قوت است. نقاط قوت می‌توانند در پرهیز از خطرات و ریسک‌های گردشگری مؤثر باشند و موجب

پایداری منطقه شوند. با رعایت نکات لازم و پایداری محیط، می‌توان از راهبردهای تهاجمی به منظور پیشبرد اهداف عالی گردشگری استفاده نمود. لازمه چنین امری، هماهنگی و توازن همه عوامل و راهبردها با یکدیگر می‌باشد.

در ادامه با استفاده از ماتریس QSPM، راهبردهایی که از بیشترین جذابیت برای برنامه‌ریزی در جهت توسعه گردشگری برخوردار هستند با توجه به امتیاز نهایی به دست آمده از آن‌ها اولویت‌بندی شدند. راهبردهایی که از بیشترین اولویت برای برنامه‌ریزی گردشگری شهر برخوردار می‌باشند عبارت‌اند از:

۱. احداث راههای ارتباطی جدید متناسب با رشد جمعیت منطقه و گردشگران؛
۲. احداث اماکن تفریحی و اقامتی و توریستی؛
۳. فرهنگ سازی جهت پذیرش توسعه گردشگری؛ و
۴. اجرای طرح‌های ارزیابی تاثیر اجتماعی (اتا) برای هر اقدام عمرانی.

در این پژوهش همچنین ظرفیت‌های گردشگری شهر در سه سطح محلی، ملی و بین‌المللی و چهار گروه اکولوژیکی، نهادی، ساختاری، فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی با سه معیار بالقوه، بالفعل و نوظهور مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر اساس مطالعات انجام شده در این برآوردها ظرفیت‌های در سطح محلی با وزن نسبی ۰,۵۲۸، بیشترین اهمیت را دارد. ظرفیت‌های در سطح ملی با وزن نسبی ۰,۳۳۳ در اولویت بعدی قرار دارد و در نهایت ظرفیت‌های در سطح بین‌المللی با وزن نسبی ۰,۱۴۰ در اولویت آخر قرار دارد. در رتبه‌بندی معیارهای بالقوه، بالفعل و نوظهور نیز عامل بالقوه با وزن نسبی ۰,۶۱۴، بیشترین اهمیت را دارد. عامل نوظهور با وزن نسبی ۰,۲۶۸ در اولویت بعدی قرار دارد و در نهایت وضعیت‌های بالفعل با وزن نسبی ۰,۱۱۷ در اولویت آخر قرار دارد. همچنین اولویت‌بندی نوع ظرفیت (اکولوژیکی، نهادی، ساختاری،

فرهنگی- اجتماعی و اقتصادی) نیز حاکی از آن است که عامل فرهنگی-اجتماعی با وزن نسبی ۰,۴۱۵ بیشترین اهمیت را دارد. عامل اقتصادی با وزن نسبی ۰,۳۲۱ در اولویت بعدی عامل اکولوژیکی قرار دارد، با وزن ۰,۱۴۱ در رتبه سوم قرار داشته و در نهایت عامل نهادی با وزن نسبی ۰,۱۲۴ در اولویت آخر قرار دارد.

#### ۶- منابع

۱. پاپلی یزدی، محمد حسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت
۲. رضوانی، علی اصغر (۱۳۷۷). جغرافیا و صنعت گردشگری، انتشارات پیام نور.
۳. غنیان، منصور (۱۳۸۹). پایان نامه تبیین راهبردهای توسعه گردشگری کارآفرین روستایی، مطالعه منطقه اورامان، استاد راهنما: فضیله خانی و مجتبی قدیری، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا.
۴. منشی زاده، رحمت الله (۱۳۸۴). مقوله گردشگری، انتشارات منشی، تهران.
5. Horner, S., & Swarbrooke, J. (2016). Consumer behaviour in tourism. Routledge.
6. Sugiyarto, G., Blake, A., & Sinclair, M. T. (2003). Tourism and globalization: Economic impact in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 683-701



**نحوه ارجاع به این مقاله:**

ورعی، شقایق. (۱۳۹۹). واکاوی تاثیر امکانات گردشگری شهری در توسعه چندگانه و متصل: سنجش آزمایشی، شهرسازی ایران، ۳ (۵)، ۱۴۳-۱۵۳.

**COPYRIGHTS**  
Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Iranian Urbanism Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**URL:** <https://www.shahrsaziiran.com/1399-3-5-article11/>