



## برنامه ریزی گردشگری شهر لاهیجان به عنوان منطقه توریستی استان گیلان

فرداد جنابی قدس

کارشناسی مهندسی تکنولوژی معماری

### چکیده

هدف برنامه ریزی گردشگری شهر لاهیجان به عنوان منطقه توریستی استان گیلان است. روش توصیفی- تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه ای است، ابتدا با جستجو در پایگاه ها و سایت های اینترنتی و بانک های اطلاعاتی و استنادی مانند پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، SID، مگ ایران می باشد در بین منابع مختلف با توجه به موضوع انتخابی و تحقیقات انجام شده است. در این تحقیق از روش کتابخانه ای استفاده شده، نوع داده ها و نحوه اجراء هم به روش کتابخانه ای است. روش در تحقیقاتی که ماهیت کتابخانه ای دارند تقریباً تمام تلاش محقق در کتابخانه ها صورت می پذیرد. حتی در تالیفات و تصنیفات نیز از این روش استفاده می شود. گام اول در مهارت تحقیق کتابخانه ای آشنایی با نحوه استفاده از کتابخانه است برای اینکار محقق باید از روش های کتابداری نحوه استفاده از برگه دان و ثبت مشخصات کتاب، نحوه جستجوی کتاب در کتابخانه و رایانه و ... اطلاع حاصل نماید. اسناد عمده در مطالعات کتابخانه ای عبارتند از: کتاب؛ مقاله ها و مجله ها؛ سایت ها، دیسک های رایانه؛ اسناد اصل؛ اسناد دولتی؛ نشریه های رسمی دولتی-اسناد شخصی و خصوصی؛ مطبوعات؛ آمار نامه ها. ابزار گردآوری اطلاعات از طریق فیش برداری از منابع بود. بدین صورت که بعد از مأخذشناسی و گردآوری منابع مطالب موردنیاز استخراج و در فیش ثبت شد. روش تجربه و تحلیل و بررسی اطلاعات به صورت توصیفی- تحلیلی می باشد.

واژگان کلیدی: برنامه ریزی گردشگری، شهر لاهیجان، منطقه توریستی، استان گیلان



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

-مقدمه

توسعه اقتصادی در هر کشور نیازمند سرمایه گذاری در بخش ها و فعالیتهای مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه گذاری در طرح های زیربنایی و روبنایی، نمی توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی داشت. برای تحقق این مهم، امروزه بسیاری از کشورهای جهان تمایل شدیدی به جذب سرمایه های خارجی پیدا کرده اند. در این زمینه، سرمایه گذاری در زیرساخت های گردشگری و استفاده از توان های بالقوه منطقه ای به منظور جذب گردشگر یکی از راه های مناسب است (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۸)؛ زیرا مسافرت و صنعت گردشگری، یکی از بزرگترین صنایع جهان است؛ به طوری که در چند دهه گذشته، سیر صعودی صنعت گردشگری در بین صنایع بزرگ دنیا سریع تر بوده است و در عرصه رقابت جهانی با شتاب بیشتری همچنان ادامه دارد (هیا لئو و دیگران، ۲۰۱۲: ۴۱۳).

بخش بزرگی از اقتصاد جهانی را تشکیل می دهد (اسکات و مک بویل، ۲۰۰۴: ۱۰۵). امروزه حتی از گردشگری به عنوان ساز و کاری مهم برای پیشرفت کشورهای در حال رشد یاد می شود؛ به طوری که دکارت (۱۹۷۹) آن را گذرنامه توسعه بر می شمارد (زمردیان، ۱۳۸۴: ۶۲) و در سراسر دنیا، گردشگری یکی از راههای شناخته شده برای ایجاد سودهای اقتصادی در کشورها و مناطق ویژه محسوب می شود. به این دلیل، بسیاری از کشورها در پی افزایش منافع و عواید خود از این صنعت هستند؛ بنابراین، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه و با برنامه ریزی درست در راستای گسترش آن تلاش کرد (محلای، ۱۳۸۰: ۶). گردشگری در چهارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می کند. یکی از این الگوهای فضایی گردشگری شهری است. نواحی شهری به علت آن که جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها معمولاً جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهرسازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می کند. (تیموتی، ۱۹۹۵: ۶۳). گردشگری شهری ترکیب پیچیده ای از فعالیت های مختلف است که از به هم پیوستن ویژگی های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب بازدید کنندگان و ارائه خدمات است. نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت های مناسب شهری، یکپارچگی همه سازمان های ذیربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی است. از طرف دیگر آمایش جاذبه های شهر، استفاده پایدار از منابع گردشگری، ایجاد امکانات و تسهیلاتی که دسترسی به جاذبه ها را تسهیل کند، رضایت خاطر بازدید کنندگان و کنترل محلی، شروط لازم در توسعه گردشگری است. (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۵) در راستای تحقق توسعه گردشگری، مدیریت و برنامه ریزی شهری مهم ترین ابزار است. بدین ترتیب این امر از سازماندهی عوامل نیروها و منابع برای اداره امور و پاسخگویی نیازهای ساکنان شهر شکل گرفته و شامل کارکردهای برنامه ریزی، اجرا، نظارت و کنترل است (رضویان، ۱۳۸۱: ۵۰). از سوی دیگر، صنعت گردشگری بخش های وسیعی را دربر می گیرد. خدمات و ویژگی های این بخش ها، بسیار متفاوت و مختلف است. در نتیجه، برنامه ریزی ها و رویکردهای متفاوتی را طلب می کند (وانگ و ریتچی، ۲۰۱۲: ۱۰۵۷).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## گردشگری

گردشگری به عنوان فعالیتی پیچیده دارای ابعاد مختلفی است. گردشگری علمی میان رشته‌ای است و اندیشمندان علوم مختلف مانند اقتصاد، جامعه شناسی، معماری، شهرسازی، روان شناسی، جغرافیا و ... هریک از زاویه‌ای خاص بدان پرداخته‌اند که موفقیت آن در گرو مشارکت واقع بینانه این تخصص هاست. در این مشارکت هر تخصص جایگاه خاص خود را داشته که بعد توسعه و برنامه ریزی گردشگری در حیطه فعالیت برنامه ریزان شهری و منطقه‌ای می‌باشد (معصومی، ۱۳۸۵: ۱۳) و بدین ترتیب دانش شهرسازی می‌کوشد که طرح‌های شهری را به صورتی انجام دهد که جذابیت‌های شهری در زمره جاذبه‌های سیاحتی قرار گیرد (رهنمایی، ۱۳۷۷: ۱۳-۱۲). واژه "توریسم" از دو بخش ترکیب یافته است: "تور" به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و "ایسم"، پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و ... دارد. بنابراین، توریسم به معنای مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است می‌باشد (آکسفورد، ۱۹۸۹: ۱۳۵۶). ریشه یونانی این واژه "تورینست" است که از یونان به اسپانیا، سپس به فرانسه و از آنجا به انگلیس وارد شده است (همان). در قرن ۱۴ میلادی، کلمه تور به معنای "نوبت" یا "دوره خدمت"، در قرن ۱۵ به معنای "حرکت دورانی" و در قرن ۱۷ به معنای "مسافرت کردن به اطراف" بکار رفت و در قرون ۱۸ و ۱۹ کلمات "توریسم" و "توریست" از آن گرفته شد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵). در فرهنگ لغات فارسی، گردشگری را چنین تعریف کرده‌اند: در اقطار عالم سفر کردن و شناخت، مسافرت برای تفریح و سرگرمی و سفری که در آن مسافر به مقصدی می‌رود و سپس به محل سکونت خود باز می‌گردد. (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۱۸). بر اساس تعریف سازمان جهانی جهانگردی (WTO، ۱۹۹۹): گردشگری به مجموعه فعالیت‌های فردی در مکانی خارج از محل زندگی معمولش، برای کمتر از یک دوره زمانی مشخص و با هدفی غیر از کسب درآمد از محل مورد بازدید گفته می‌شود.

آرتور بورمن (۱۹۳۱) جهانگردی را چنین تعریف کرده است: «جهانگردی مجموعه مسافرت‌هایی را در بر می‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت با دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و غیبت شخص جهانگرد از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت موقتی و گذرا می‌باشد. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌باشند». هنزیکرو کرایف در سال ۱۹۶۲ جهانگردی را این چنین تعریف کرده: جهانگردی عبارت از ظهور مجموعه روابطی است که از مسافرت و اقامت یک نفر غیر بومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجود می‌آید.

## اهمیت گردشگری

گردشگری را می‌توان «صنعت سفید» نامید زیرا بر خلاف اغلب صنایع تولیدی بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی، زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و صفا را برای مردمان به ارمغان می‌آورد. کشور ما از جنبه‌های گردشگری، دارای انواع اقلیم‌ها، فضاها و فصل‌هاست و از جنبه آثار باستانی، مناطق تفریحی و زیبایی‌های طبیعی با کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری برابری می‌کند؛ به همین سبب جای دریغ است اگر از این نعمت‌ها و موهبت‌های الهی در جهت توسعه و رشد کشور بهره مناسب نبریم و کشورمان را به جهانیان نشناسانیم (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

بسیاری از نویسندگان، گردشگری را یک فرصت منحصر به فرد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی برای شهرها می‌دانند. در سالهای اخیر، گردشگری منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداختهای بسیاری از کشورها شده است. در عصر حاضر، گردشگری بعنوان صنعت بدون دود، رشد قابل توجه و چشمگیری داشته است. برابر برآورد سازمان جهانی گردشگری (W.T.O) طی سال ۱۹۵۰ میلادی حدود ۲۵ میلیون نفر به گردشگری پرداخته‌اند که این تعداد در سال ۲۰۰۰ به ۷۰۰ میلیون نفر رسید (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۱: ۲۰). پیش بینی می‌شود آمار گردشگران مذکور در سال ۲۰۲۰ به حدود یک میلیارد و ششصد میلیون نفر برسد. بر همین اساس درآمد حاصل از این صنعت در سال ۱۹۸۰ بالغ بر ۱۰۵ میلیارد دلار بوده که در سال ۲۰۰۰ این درآمد به ۴۷۶ میلیارد دلار افزایش یافته است. بر همین منوال پیش بینی درآمد گردشگری در سال ۲۰۲۰ حدود به یک میلیارد و پانصد و نود میلیون دلار بالغ می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۱: ۲۰).

در نیم قرن اخیر، صنعت گردشگری از یک فعالیت محلی و درون مرزی، به پدیده‌ای تأثیر گذار و جهانی تبدیل شده است. در سال ۱۹۹۹ م، صنعت گردشگری ۶ درصد از اقتصاد جهانی، یعنی تقریباً ۸ تریلیون دلار درآمد کسب کرده است. به همین سبب، صنعت گردشگری اهمیتی هم ارز کشاورزی یا استخراج معدن پیدا کرده است. بر اساس شورای جهانی گردشگری، بزرگ‌ترین سازمان در صنعت گردشگری جهانی، اکنون بخش صنعت گردشگری، به طور مستقیم یا غیر مستقیم، بیش از ۲۰۰ میلیون فرصت شغلی تمام وقت، پاره وقت و فصلی به وجود آورده است. در سال ۱۹۹۸ م، نزدیک به ۶۲۵ میلیون گردشگر در سراسر دنیا از کشوری به کشور دیگر سفر کرده‌اند و سفر آنان، دست کم یک شب طول کشیده است. پیش بینی می‌شود که در آینده، مجموع سفرهای محلی (درون کشوری) به ۱۰ برابر یا نزدیک به ۶ میلیارد سفر در سال برسد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۸۱-۸۲). افزایش شمار گردشگران موجب رونق یافتن کسب و کار، افزایش درآمد و توسعه شهری می‌گردد و توسعه شهری، بویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (همان: ۱۹).

## تاریخچه گردشگری

مسافرت موقت، با مقیاس وسیعی که امروزه متداول است، پدیده‌ای نسبتاً جدید است. در گذشته، افراد معدودی از اوقات فراغت خود لذت می‌بردند و وقت آزاد مردم عادی عموماً به امور مذهبی اختصاص می‌یافت. به همین دلیل در زبان انگلیسی کلمه "ایام تعطیل" از ترکیب "ایام مقدس" گرفته شده است. بیشتر مسافران هم زائران مکانهای مذهبی بودند. بعدها با افزایش اضطراب و فشارهای جسمی و روانی زندگی، مردم برای حفظ سلامت خود سفر کردند و با شروع "عصر خردورزی" به سفرهای فرهنگی روی آوردند (داسول، ۱۹۹۷: ۳-۴). اطلاعات تاریخی نشان می‌دهد که قرن‌ها پیش از میلاد مسیح، فنیقی‌ها که مردمی تجارت پیشه بودند از طریق دریا و زمین برای عرضه و فروش محصولات خود و خرید اجناس و محصولات دیگران سفر می‌کردند. در قرون وسطی، سفرهای دور و دراز در انحصار بازرگانان و دریانوردان بود و همچنین پیروان ادیان مختلف که غالباً پیاده و گاه سواره به مراکز زیارتی خود سفر می‌کردند و این سفر معمولاً ماهها به طول می‌کشید.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

طی سده چهارده تا هفده میلادی، بیشتر مسافرت ها با هدف کسب دانش و تجربه صورت می گرفت. در انگلستان، ملکه الیزابت اول برای تربیت و پرورش نمایندگان خارجی با شکل خاصی از مسافرت موافقت کرد و دانشگاه هایی چون آکسفورد و کمبریج در انگلیس و سالامانکا در اسپانیا مخارج مسافرت دانشجویان را به صورت کمک هزینه تحصیلی می پرداختند (کازمی، ۱۳۸۵: ۹). انقلاب صنعتی (۱۸۵۰ - ۱۷۵۰ م) پایه گردش های دسته جمعی را به گونه امروزی بوجود آورد. در این دوره کارگران با به وجود آمدن ماشینها، قطار و کشتیها که با نیروی بخار کار می کردند رهسپار شهرها و کارخانه های تولیدی شدند و در این خلال طبقه میانی اجتماع توان آن را یافت تا به بیشترین تفریح و مسافرت بپردازد. از حوادث مهم دیگر که بر رشد و توسعه گردشگری اثر گذارد، فناوری های نوین بانکی از جمله چک مسافرتی بود که امریکائیها مبدع آن بودند. از اواخر قرن نوزدهم، گردشگران امریکایی به اروپا سرازیر شدند. رشد اقتصادی، افزایش درآمدها، افزایش اوقات فراغت و توسعه شبکه های حمل و نقل سریع و ارزان، همگی شرایطی را بوجود آوردند که باعث رشد بازاریابی در بخش گردشگری شد (داسول، ۱۹۹۷: ۴۰۳). ایران نیز با توجه به تمدن کهن خود از کشورهای صاحب تجربه و سابقه در گردشگری محسوب می شود که از دو نگاه قابل بررسی است. یکی موقعیت جغرافیایی، سیاسی و جذابیت های متنوع و فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی و دیگری ویژگی های اخلاقی و فرهنگی و علاقه ای که ایرانیان به سیر و سفر و مهمان نوازی دارند (شالچیان، ۱۳۷۲: ۱۲). سیر و سیاحت ایرانیان و میل آنان به گردشگری در اروپا از عصر مشروطیت رو به فزونی نهاد. در دوران حکومت رضا شاه با اعزام دانشجویان ایرانی به غرب و گسترده شدن ارتباطات سیاسی و تجاری، همچنین احداث هتل هایی به سبک اروپایی در نقاط مختلف کشور، ایران در آستانه تبدیل شدن به یکی از نقاط جذب گردشگر قرار گرفت (سازمان ایرانگردی و گردشگری، ۱۳۷۹: ۱۲).

## سازمان جهانی جهانگردی (WTO)

### تاریخچه

این سازمان در سال ۱۹۵۲ به کوشش "سازمان جهانگردی هلند" تحت عنوان اتحادیه بین المللی سازمان های مسافرتی "UOTO" کار خود را آغاز کرد. در سال ۱۹۷۵ بعنوان سازمانی بین المللی و عامل اصلی سازمان ملل متحد در زمینه جهانگردی با نام سازمان جهانگردی (WTO) کار خود را ادامه داد. مقر دائمی سازمان در شهر مادرید است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۱: ۶۵).

### اهداف

سازمان جهانی جهانگردی تنها سازمانی است که فعالیتهای آن تمام جنبه های جهانگردی در سطح جهانی را در بر می گیرد و اهداف آن عبارتست از گسترش و توسعه جهانگردی با در نظر گرفتن کمک به توسعه اقتصادی، تفاهم بین المللی، صلح، احترام جهانی بدون هیچگونه تمایز از نظر نژاد، جنسیت، زنان و مذهب. سازمان جهانی جهانگردی با آگاهی از تغییرات شرایط اقتصادی و اجتماعی جهان بر روی جهانگردی و تغییرات بازار، روش های توسعه جهانگردی را تحت بررسی دائم قرار داده، ضوابط و استانداردهای جهانگردی را تعیین می کند (همان: ۴۷).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

## تشکیلات

تشکیلات سازمان جهانی جهانگردی به شرح زیر است:

الف) مجمع عمومی: بالاترین رکن سازمان است که جلسات آن دو سال یکبار تشکیل می‌گردد.

ب) شورای اجرایی: دارای ۲۲ عضو است که از بین اعضا سازمان انتخاب می‌شوند. شورا سالی دوبار تشکیل جلسه می‌دهد.

ج) کمیسیون‌های منطقه‌ای: هر یک از کشورهای عضو با توجه به موقعیت جغرافیایی خود در یکی از کمیسیون‌های منطقه‌ای قرار می‌گیرد. کمیسیون‌های ششگانه سازمان عبارتند از: کمیسیون‌های آمریکا، اروپا، شرق آسیا و اقیانوسیه، جنوب آسیا، خاورمیانه و آفریقا.

کشور جمهوری اسلامی ایران از اعضاء کمیسیون جنوب آسیا می‌باشد. کمیسیون‌های منطقه‌ای معمولاً سالی یک بار به منظور بررسی مسائل جهانگردی منطقه تشکیل جلسه می‌دهند (همان: ۴۷).

## فعالیت‌های سازمان

همکاری‌های فنی: سازمان به منظور ارائه کمک‌های فنی لازم به دولت‌ها برای توسعه جهانگردی از سال ۱۹۸۰ بیش از ۶۰۰ پروژه را به اتمام رسانده است (همان: ۴۷).

## فعالیت‌های آموزشی

گردشگری برنامه‌های مختلفی از قبیل برگزاری دوره‌های مکتباتی، ایجاد شبکه آموزشی WTO و تهیه راهنمای مؤسسات آموزشی را در دست اجرا دارد تا از این طریق بتواند آموزش لازم را در زمینه جهانگردی را در اختیار اعضاء قرار دهد (همان: ۶۸).

## محیط زیست و برنامه ریزی

فعالیت‌های سازمان در این زمینه عمدتاً شرکت در اجلاس مهمی مانند اجلاس کره زمین (ریو) و سیمینارهای جهانی (کانادا) بوده است. WTO همچنین برنامه‌ای جهانی برای پاکسازی سواحل دریا در دست اجرا دارد. نشریات سازمان نیز حاوی رهنمودهایی در زمینه برنامه ریزی جهانگردی در مناطق توریستی، جوامع مختلف و پارک‌های ملی است (همان: ۵۳).

## ایجاد تسهیلات و رفع موانع

WTO در جهت حذف موانع گردشگری گام بر می‌دارد. توسعه و بهبود امکانات برای جهانگردان معمول، تحقیق در مورد سیستم‌های رزرواسیون کامپیوتری، همکاری در زمینه موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت گات (GAAT) و همچنین همکاری با سازمان جهانی بهداشت در زمینه جهانگردان از جمله مسائلی است که مورد توجه خاص سازمان می‌باشد (همان: ۵۴).



## بازاریابی و تبلیغات

WTO بطور مستمر جمع آوری و تحلیل آمار جهانگردان در بیش از ۱۶۵ کشور جهان را به عهده دارد و هر ساله نشریات آماری متعددی را به چاپ می‌رساند (همان: ۵۴).

## شورای اجرائی

شورای اجرائی WTO دارای ۲۲ عضو است که از بین اعضا سازمان انتخاب می‌شوند. شورا معمولاً برای بررسی برنامه‌های فعالیتها و بودجه سازمان سایر موضوعات مهم سازمانی سالی دو بار تشکیل جلسه می‌دهد. اعضای شورای اجرائی در حال حاضر عبارتند از: الجزایر، آرژانتین، کامرون، کانادا، چین، کلمبیا، مصر، فنلاند، گابن، یونان، هند، ایتالیا، اردن، سوتو، مراکش، نیجریه، لهستان، جمهوری کره، اسپانیا، ترکیه، جمهوری تانزانیا و اروگوئه. نیمی از اعضای شورای اجرائی هر چهار سال یکبار و نیمی دیگر هر دو سال یکبار توسط مجمع عمومی سازمان انتخاب می‌شوند. کشور هند تا پایان سال ۱۹۹۳ نماینده منطقه جنوب آسیا در شورای اجرائی بوده است. لازم به ذکر است که این سازمان ۱۰۲ عضو دارد که ایران در سال ۱۳۴۲ به عضویت آن در آمده است (همان: ۵۶).

## نظریات مختلف توسعه گردشگری طی سالهای ۱۹۹۰-۱۹۵۰ میلادی

### مدافعین توسعه گردشگری

این دسته با توجه به جنبه‌های مثبت اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و ... که توسعه گردشگری از خود به جای می‌گذارد سعی در قوت بخشیدن به آن را داشتند (برنز، ۱۹۹۹: ۲۹-۳۰).

### مخالفین توسعه گردشگری

با گذشت زمان و تحقیق بیشتر در مورد پیامدهای توسعه گردشگری، مخالفتها با این فعالیت آغاز شده و در دهه ۱۹۷۰ به اوج خود رسید (همان). این گروه به اثرات منفی اقتصادی، اجتماعی از جمله: توزیع نابرابر درآمدها در میان اقشار جامعه و پهنه‌های جغرافیایی، نابودی و تخریب محیط، از هم گسیختگی ساختار جامعه میزبان، بی احترامی به سنن و فرهنگ و ... اشاره دارند و بدین منظور توسعه احتیاط آمیز گردشگری را پیشنهاد می‌کنند (همان).

### توسعه تطبیقی گردشگری

پس از مناظرات دو گروه اخیر، این دسته پدید می‌آید که با تلفیق بیانیه‌های موافق و مخالف، نوعی گردشگری را که پاسخگوی ارزشهای اجتماعی اقتصادی مردم، منابع مصنوعی و طبیعی آن باشد توصیه می‌کنند که در آن بر استفاده از منابع محلی، سهولت مدیریت، نداشتن نقش تخریبی، تعامل میهمان و میزبان تاکید می‌نماید (همان).



## بررسی‌های علمی

نظریات این گروه بصورت پلی بین سه گروه فوق عمل کرده و نگرشی از زاویه رشته‌های مختلف به گردشگری دارند. این دسته آثار فردی، گروهی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و کالبدی گردشگری را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و در دهه ۱۹۹۰ به رونق علمی رسیدند (همان).

## نظریات و دیدگاه‌های توسعه گردشگری

مهمترین و مطرح‌ترین ایده یا نظریه در زمینه توسعه گردشگری در جهان "توسعه پایدار گردشگری" است. امروزه اغلب سازمانهای بین‌المللی و نهادهای مسئول توسعه گردشگری، اساس دیدگاه‌ها، نظرات، اهداف و روشهای عملی خود را بر اساس مفهوم توسعه پایدار گردشگری استوار ساخته‌اند (همان). این نظریات عمدتاً بر دو گرایش بسیار قوی در عرصه گردشگری مبتنی می‌باشد. رویکرد نخست: حرکتی است در راه پذیرفتن مسئولیت بیشتر در برابر فرهنگ کشور یا جامعه میزبان و گذاردن احترام به آن فرهنگ به منظور جلوگیری از اثرات منفی. رویکرد دوم: پذیرفتن مسئولیت بیشتر از جانب کسانی که به مسافرت می‌روند و این منعکس کننده اهداف و انگیزه‌های جدیدی است که میل به آموزش، شناخت و پیشرفت دارد. عناصر اصلی توسعه پایدار گردشگری عبارتند از:

الف - حفظ کیفیت گردشگری: گردشگری پایدار می‌تواند تجربه‌ای با کیفیت بالاتر به گردشگر بدهد و همچنین باعث می‌شود که کیفیت جامعه میزبان بهبود یابد و کیفیت محیط نیز حفظ شود.

ب- حفاظت از منابع محیطی: بکارگیری اصول گردشگری پایدار، دوام منابع طبیعی که اساس و پایه وجود آن بوده است و همچنین حفظ و دوام فرهنگ جامعه میزبان را که منشاء تجربیات ارزنده آن می‌شود، تضمین می‌کند.

ج - ایجاد تعادل و توسعه: گردشگری پایدار بین نیازهای صنعت گردشگری، حمایت از محیط زیست و جامعه محلی نوعی تعادل و توازن برقرار می‌سازد و از بروز تعارض در اهداف و منافع مختلف، مثل دوران گذشته جلوگیری می‌کند (همان).

## شهر و گردشگری

شهرها به عنوان:

- دروازه ورود به کشور
- مرکزی برای احساس راحتی
- اساسی برای گردش در نواحی روستایی
- دارا بودن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی





# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند.

"حتی در صورتی که جاذبه‌های گردشگری در مناطق غیر شهری واقع باشند، از آنجایی که شهرها به پیرامون خود خدمات ارائه می‌دهند، در رابطه با گردشگری قرار می‌گیرند. لذا حجم زیادی از امکانات گردشگری در شهرها متمرکز می‌شوند" (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۸۸).



شکل ۱. الگوهای مختلف گردشگری کارکردی در شهرها (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۳۷)

- در شهرهای سنتی، گردشگری خودش را در ساختار اقتصادی محکمی پایه گذاری می‌کند.
- در شهرهای گردشگر پذیر، گردشگری ترقی دهنده‌ی رشد و توسعه‌های شهری است.
- در شهرهای غیر گردشگر پذیر، این صنعت به عنوان یک فرصت مطرح است و برنامه ریزان و مدیران شهری به ایجاد تصاویری جدید از شهرها و افزایش جاذبه‌های مقاصد نیازمند هستند. یکی از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری، توسعه شهر نشینی است (همان).



## تأثیرات گردشگری در شهرها

به عقیده هال و پاک (۲۰۰۱ م) اثرات گردشگری بر روی محیط فیزیکی شهر را می‌توان به صورت زیر ملاحظه نمود:

### محیط فیزیکی شهر

• از بین رفتن اراضی به واسطه توسعه گردشگری که برای اهداف گوناگون مورد استفاده قرار می‌گیرد.

• تغییرات هیدرولوژی شهری

### اثرات بصری

• توسعه مناطق گردشگری

• ایجاد سبکهای جدید معماری

• تقویت اشکال معماری محلی

• همکاری و مشارکت شهروندان

### زیرساختها

• فشار بر زیرساختهای شهری با امکانات و توسعه‌های راهها، راه آهن، پارکینگ ماشین، الکتریسیته و گاز، فاضلاب و منابع آب.

• ایجاد زیرساختهای جدید

• پیش بینی مدیریت محیطی برای وسایل راحتی گردشگران و سازگاری نواحی برای استفاده گردشگر.

### شکل گیری

• تغییرات کاربری زمین (نواحی مسکونی به وسیله توسعه و ایجاد وسایل تفریحی از بین می‌رود)

• تغییر و دگرگونی کالبد شهر (با برنامه‌های مربوط به مدیریت ترافیک و عابران پیاده و اسکان بازدید کنندگان دچار دگرگونی می‌شود).

### باز زنده سازی و ترمیم

• باز زنده سازی و نگهداری مکانها و ساختمانهای تاریخی

• استفاده مجدد نماهای خارجی ساختمانهای میراث (Hall and Page, 2001: 154).



## نقش گردشگری در توسعه شهرها

امروزه توسعه شهرها، گسترش شهرنشینی، توسعه ارتباطات و سهولت دسترسی و ... به شکل گیری و گسترش گردشگری کمک نموده است. رونق گردشگری و گسترش فرهنگ استفاده از اوقات فراغت باعث روی آوردن گردشگران به نقاطی مستعد از نظر توریستی شده است که این نقاط دارای جاذبه‌های متعدد طبیعی، تاریخی، فرهنگی و ورزشی است. مکان گردشگر پذیر دارای یک سری امکانات زیر بنایی می‌باشد که با روی آوردن گردشگران زیاد به این مناطق، نیاز به تاسیسات و امکانات بیشتر احساس می‌شود. سرمایه گذاری دولتها در ایجاد اماکن فراغتی برای کارمندان و همچنین در بخش خصوصی با ایجاد مجتمع‌های توریستی سبب توسعه فضای ساخته شده شهر می‌گردد. مهاجرت اقشار بیکار به مراکز گردشگر پذیر به منظور مشارکت در احداث امکانات و تاسیسات خدماتی، موجب توسعه شهرنشینی و گسترش فضاهای شهری و همچنین رونق اقتصاد شهری خواهد شد (همان)

## مدیریت گردشگری شهری

توسعه گردشگری در هر شهر و منطقه‌ای ایجاب می‌کند که "همه نهادهای متولی گردشگری، علاوه بر تمایل به همکاری فی ما بین که معمولاً بیانیه همه آنهاست، به صورت علمی و اجرایی نیز با همدیگر همکاری همه جانبه داشته باشند" (۹۳۹: ۱۹۹۱, Selin and Beason). یکی از مهمترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در هر منطقه چگونگی مدیریت این فعالیتهاست. مدیریت در بر گیرنده یک نگرش نظام مند است که در آن پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مد نظر قرار می‌گیرد. در این راستا مدیریت گردشگری شهری، در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن، نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری در شهر است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۹۹).

در روندی از چشم انداز گردشگری، مدیریت گردشگری می‌تواند با افزایش تعداد گردشگران، جذب سرمایه را افزایش دهد و بر قابلیت توسعه گردشگری و بهبود و بازسازی محیط شهری بیفزاید. استمرار گردشگری در شهر، پایداری بازار گردشگری را سبب می‌شود و افزایش سطح اشتغال و درآمد را فراهم می‌سازد. این امر خود بستری را برای رفاه شهروندان شکل می‌دهد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۹۹-۱۹۷)/

## اثرات مثبت مدیریت مناسب گردشگری شهری

- افزایش امکانات و تسهیلات
- ایجاد فخر و مباهات برای جامعه
- بالا بردن احساس هویت
- تقویت اقتصادی
- ایجاد فرصتهای جدید شغلی و نگهداری پایداری جوامع



• بسط افق های جامعه

اثرات منفی مدیریت نا مناسب گردشگری شهری

• ناسازگاری استفاده های مکانی (محیطی، فرهنگی، اقتصادی و بصری)

• عدم توازن شهری و منطقه ای

• هزینه های بیشتر زندگی

• تغییر زندگی سنتی

• افزایش جرائم

• تحلیل روشهای محلی و شیوه های زندگی

• آلودگی

• فشار بر روی تسهیلات و خدمات (۵: ۲۰۰۲, Jamieson and Sonalai).

بدین ترتیب برای اینکه گردشگری بتواند به تعادلی پایدار میان نیازهای جوامع محلی، حفظ محیط زیست و ارتقای سطح کیفیت زندگی و تجربه گردشگری دست یابد و فعالیتهای گردشگری پایدار را شکل دهد به یک نظام مدیریتی قوی نیازمند است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۱۳).

جمع بندی

طبق تجارت جهانی برنامه ریزی صرفاً کالبدی و تصمیم گیری از بالا به هیچ وجه کارساز موفق نبوده است. به همین دلیل بنیاد و نقطه شروع اقدامات مربوط به توسعه گردشگری باید از طریق طرحهای محلی، شهری و روستایی آغاز شود. این توسعه که به نیازهای اساسی و روزمره مردم پاسخ می دهد. موجب ساماندهی امکانات کوچک و محلی، بهسازی نواحی شهری و روستایی، جلب انگیزه ها و مشارکت مردم می شود که می تواند زیرساخت های توسعه گردشگری در مقیاس بالاتر را فراهم کند. از این رو لازم است میان برنامه ریزی برای توسعه گردشگری با برنامه ریزی شهری و منطقه ای پیوندی استوار و متقابل به وجود آید. برنامه ریزی گردشگری به دو سطح کلان و سطح محلی نیاز دارد. در برنامه ریزی کلان یا راهبردی، اهداف، راهبردها و سیاست های توسعه تعیین می شود و در سطح محلی، طرح های جامع توسعه گردشگری در مقیاس کوچکتر به اجرا در می آید. بنابراین با در نظر گرفتن مفهوم وسیع گردشگری و ابعاد مختلف فضایی آن می توان حوزه برنامه ریزی گردشگری را به سه سطح عمده تقسیم کرد: سطح محلی، سطح منطقه ای و سطح ملی.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

بدیهی است که برنامه ریزی و مدیریت گردشگری در سه سطح یاد شده به همکاری و هماهنگی نهادهای برنامه ریز در سطوح و بخش‌های مختلف نیاز دارد. در این میان، نقش برنامه ریزی شهری و منطقه‌ای از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۲). برنامه ریزی یکی از اصول اساسی در امر گردشگری و صنعت گردشگری است. گردشگری باید در سطوح منطقه‌ای و ملی برنامه ریزی شود که در این سطوح برنامه ریزی به سیاست‌های توسعه‌ی گردشگری، طرح‌های ساختاری، استانداردهای تسهیلات، عوامل سازمانی و تمام عناصر دیگر لازم برای توسعه و مدیریت گردشگری مربوط می‌شود. برنامه ریزی برای رشد گردشگری در سیاست‌های توسعه‌ی کلان، طرح‌ها و الگوهای کشور یا منطقه حائز اهمیت است. سیاست‌های توسعه می‌تواند در ارتباط با سیاست‌های توسعه‌ی گردشگری باشد، به طوری که تدوین و اتخاذ طرح‌ها و سیاست‌های توسعه‌ی گردشگری برای یک ناحیه به منظور هدایت تصمیم‌گیری در خصوص سیاست‌های توسعه، تأکید می‌شود. برنامه ریزی گردشگری روندی دائمی و انعطاف‌پذیر است و در چارچوب سیاست‌های توسعه باید با انعطاف عمل نماید تا بتواند با تغییر شرایط به اهداف اساسی دست یابد. سیاست‌ها و برنامه‌هایی که برای گردشگری در نظر گرفته می‌شود باید با توجه به شرایط و فرهنگ و اصول و آداب خاص هر کشور و حتی هر منطقه اتخاذ شود و نیز راهبردها و سیاست‌هایی را که منطقه اتخاذ می‌کند باید با اهداف ملی و محلی، انطباق و هماهنگی داشته باشد (حامد، ۱۳۸۹: ۱۳۱ و ۱۳۲). صنعت گردشگری در توسعه منطقه‌ای نقش مهم دارد. به عبارتی توسعه خدمات گردشگری علاوه بر اینکه اصالت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌سازد از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالت‌ها و نیز به وجود آوردن توازن بهینه منبع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ، نگهداری، رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی نیز بهره می‌جویند و همزمان با آن از مزایای اقتصادی مربوط به آن هم برخوردار می‌شود. همچنین دولت‌ها به منظور جذب بیشتر گردشگران به مکانهای گردش پذیر، اقدام به برنامه ریزی‌هایی برای مهیا ساختن این گونه مناطق به منظور کسب درآمدهای بالاتر هستند. بنابراین گردشگری توانسته است به عاملی تأثیر گذار در تغییر شکل فضایی مکان‌های مورد بازدید بدل شود و چهره این مکان‌ها را نیز تغییر دهد (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۹۲). در حقیقت گردشگری و توسعه منطقه‌ای بسیار به هم مرتبط می‌باشند. توسعه منطقه‌ای به برنامه ریزی نه به مفهوم توسعه ملی بلکه در سطح ملی که شامل برنامه‌های توسعه پنج ساله و یا چند ساله برای تمام یک سرزمین و نه به مفهوم برنامه ریزی بخشی و محلی که فقط به مسائل و پتانسیل‌های یک روستا یا بخش و یا شهرستان و استان بدون توجه با سایر نواحی انجام می‌شود، نیست بلکه به این مفهوم است که چگونه می‌توان برای یک منطقه که ممکن است شامل چند شهر بزرگ در یک منطقه و یا چند استان و یا ایالت، برنامه ریزی داشت تا در سطح ملی و جهانی به برتری‌های نسبی مورد نظر مسئولین و سیاستمداران آن منطقه نائل شد و در این میان از توازن در پیشرفت و رشد آن منطقه بصورت همگن بهره مند شد. تئوری‌های توسعه منطقه‌ای عمدتاً ریشه در سه شاخه علمی علوم منطقه‌ای، اقتصاد منطقه‌ای و جغرافیای تئوریک دارند. آنچه گردشگری را به عاملی در روند توسعه مبدل کرده است، جریان‌های سرمایه، فرهنگ و اطلاعات در یک همپوشی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت بیشتر و بهبود ارتباطات است. گردشگری در جهان کنونی، صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پررونق و رو به توسعه است که پس از صنایع نفت و خودروسازی قرار دارد. بر اساس برآورد سازمان جهانی گردشگری، ارزش وجوه حاصل از گردشگری در دهه آتی با سرعتی افزون‌تر از تجارت جهانی به سطحی بالاتر از اقلام صادراتی در دیگر بخشهای اقتصادی خواهد رسید (۱۲: world tourism organization, ۱۹۹۲).



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

تاکنون صنعت گردشگری بیش از صد میلیون فرصت شغلی مستقیم ایجاد کرده و مبنای تحولات شگرف اقتصادی اجتماعی در سراسر جهان قرار گرفته است (غفاری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۲۲). بخش گردشگری نه تنها باعث ایجاد اشتغال در داخل خودش بلکه در بخش‌های غیر مستقیم از جمله خدمات اقتصادی، خرده فروشی و مخابرات می‌شود. گردشگری تأثیر مثبتی بر اشتغال و درآمد منطقه‌ای دارد ولی وسعت این تغییرات منطقه‌ای به ویژگی‌های خاص خود هر منطقه باز می‌گردد. از آنجا که گردشگری و توسعه منطقه‌ای بسیار به هم مرتبط می‌باشند، مسئولین منطقه‌ای و محلی نقشی اساسی در ایجاد سیاست، ساماندهی و توسعه گردشگری بازی می‌کنند که در نتیجه همکاری بین مسئولین محلی باعث افزایش منافع سیاست‌هایی چون پروژه‌های تأسیسات زیربنایی در مقیاس بزرگ می‌شود. پتانسیل بخش اقتصادی برای توسعه اقتصادی به طور گسترده‌ای وابسته به بهبود تأسیسات حمل و نقل می‌باشد.

اگرچه سرمایه گذاری در بخش حمل و نقل ضرورتی مهم تلقی می‌شود ولی نه شرط لازم برای توسعه اقتصادی. شرایط حمل و نقل ناکارآمد از توسعه اقتصادی حمایت نمی‌کنند. تأسیسات حمل و نقلی نیازمند بهبود و پیشرفت است تا بتواند باعث ارتباط داخلی در سیستم‌های منطقه‌ای شود. با وجود آغاز مجموعه‌ای از پیشرفت‌های حمل و نقلی از پیش تعیین شده و تخمین منافع اقتصادی حاصل، برنامه ریزی با بررسی منطقه از نظر استراتژی توسعه اقتصادی شروع می‌شود و سپس سرمایه گذاری‌های اقتصادی لازم برای پشتیبانی این استراتژی تعریف می‌شوند. سیاست‌های جمعی مبتنی بر خصوصی سازی، تعدیل و اصلاح، حذف نظارت دولت و تمرکززدایی و غیره، انگیزه و محرک‌های لازم برای کارآمدی و رشد را مهیا می‌کنند. انتظار می‌رود که رشد اقتصادی پیش بینی شده فشار بیشتری را در جهت پشتیبانی امکانات تأسیساتی اعمال کند. بخش خصوصی باید از لحاظ تأسیسات حمل و نقلی نقش بیشتری را در توسعه حمل و نقل ایفا کند. دولت محلی نیز باید اقدامات بیشتری را در زمینه رسیدگی، تحقق بخشیدن و گسترش امکانات تأسیساتی به عمل آورد. (۲-۳، ۲۰۰۲، Akgingir, Guilcan, Kugtepelii). از آنجا که صنعت گردشگری، صنعت کاربر است، با وجود پیشرفت تکنولوژی و بهره گیری از ماشین در فرآیند گردشگری هنوز در این صنعت انسان حرف اول را می‌زند و دست‌های پر توان انسان‌هاست که چرخ گردشگری را می‌چرخاند (تقوی و قلی پور سلیمانی، ۱۳۸۸: ۲). هنگامی که جهانگرد وارد هر منطقه‌ای از کشور می‌شود، در مقابل خدماتی که به وی ارائه می‌شود، باید هزینه پرداخت کند و این پرداخت ارزی خواهد بود. لذا این صنعت می‌تواند جایگزین اقتصاد تک محصولی یعنی درآمد نفتی گردد (پور محمدی، ۱۳۹۰: ۵). لازم به ذکر است گردشگری بین المللی با اهمیت‌تر از گردشگری داخلی است زیرا توریست ایرانی با سفر بین منطقه‌ای پول جابجا می‌کند و این به اشتغال و توزیع ثروت کمک می‌کند، ولی پول تولید نمی‌کند. ولی گردشگر خارجی علاوه بر جابه جایی، پول هم تولید می‌کند. مثل اینکه در صنعت گردشگری صادرات انجام می‌دهید. صادرات صنایع دستی، فرهنگ، خدمات و غیره. به هر حال در ازای تمام این‌ها پول وارد می‌کنند و این کمک به تولید ثروت می‌کند (نه فقط توزیع آن) (هنرپرور، ۱۳۸۹: ۲). توسعه گردشگری در مناطق به ویژه مناطق روستایی عنصری اساسی است و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌رود.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

در اکثر نواحی روستایی به دلیل غالب بودن اقتصاد کشاورزی و آسیب پذیر بودن آن توجه به دیگر فعالیت‌های توسعه‌ای نظیر گردشگری به عنوان مکمل این بخش می‌تواند از جنبه‌های مختلف، تضمینی در بهبود شرایط زندگی روستاییان باشد. گردشگری می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی، حل معضل بیکاری، ارتقای استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی و پر کردن شکاف بین نواحی شهری و روستایی در زمینه‌های مختلف، و کاهش مهاجرت روستایی به کلان شهرها نقش عمده‌ای داشته باشد (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۱ و ۴۰). از لحاظ زیست محیطی، با توجه به ارتباط مستقیم گردشگران روستایی با محیط طبیعی، در صورت عدم مدیریت این فرایند، در بسیاری از موارد، گردشگری می‌تواند به تخریب محیط زیست منجر شود. بنابراین، گردشگری موجب برانگیخته شدن حساسیت‌های زیست محیطی شده است و برای پایداری گردشگری، حفظ محیط زیست و ارتقای آن، از جمله اولین ضرورت به حساب می‌آید (همان منبع، ۴۵). اثرات و نتایج طرح‌های راهبردی گردشگری در زمینه توسعه و عمران شهری و منطقه‌ای و پاسخگویی به نیازهای اساسی شهروندان بسیار متنوع است. از جمله می‌توان به محورهای زیر اشاره کرد: تأمین توسعه پایدار و حفاظت محیط و ایمن سازی، توسعه رفاه اجتماعی و اعتلای کیفیت زندگی شهری و روستایی، توسعه اقتصادی و افزایش اشتغال و درآمد، کمک به توسعه نواحی روستایی و نزدیکی شهر و روستا، کمک به طراحی و زیباسازی محیط زندگی و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای توسعه گردشگری ملی و بین‌المللی (مهدیزاده، ۱۳۸۷: ۱۲). صنعت گردشگری از ابعاد مختلف در منطقه تاثیرگذار است که البته باید گفت که تاثیرات گردشگری صرفاً تاثیرات مثبتی نیستند بلکه عدم نظارت بر چگونگی استفاده از محیط‌های گردشگر پذیر می‌تواند آنها را تخریب کند و یا باعث رکود در بعضی از بخشهای اقتصادی شود که می‌بایستی در فرآیند برنامه ریزی تمامی جوانب آن مورد توجه قرار گیرد تا از اثرات منفی جلوگیری شود. در سالهای اخیر، عامل گردشگری به منبع درآمد سرشاری در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها مبدل گردیده است. در بعضی از کشورها درآمدهای ناشی از سیاحت، رشدی سریع‌تر از درآمدهای حاصل از صادرات کالاها و خدمات داشته است.

عامل گردشگری سبب رونق و گسترش خدمات و اشتغال نیروی انسانی در بسیاری از مناطق، شهرها، روستاها و کشورها شده که جهانگردان زیادی را جلب می‌نمایند. صنعت گردشگری پدید آورنده‌ی درآمد، کار و اشتغال است. گردشگری، منبع اصلی درآمد برای مردم مناطقی است که از نظر منابع طبیعی فقیرند ولی مناظر، آب و هوا و جاذبه‌هایی دارند که فاقد ارزش اقتصادی هستند و یا بالفعل اقتصادی نیستند که از طریق توسعه صنعت گردشگری، اقتصادی می‌شوند. توضیح اینکه صنعت گردشگری، منابعی را به کار می‌گیرد که معمولاً قابل استفاده نبوده و از طریق توسعه صنعت گردشگری اقتصادی می‌شوند. مثلاً از نیروی انسانی غیر شاغل استفاده می‌کند، از سواحل و بیشه‌ها و جنگل‌ها، از کوه‌ها و شن زارهای کویری بهره می‌برد، آفتاب و دیگر مظاهر مشابه را به کار می‌گیرد و آنها را اقتصادی می‌نماید که در غیر این صورت، هرگز ممکن نبود نقشی چنین با اهمیت در بهبود اقتصادی مردم شهر، منطقه و کشور مربوطه داشته باشند. علاوه بر آن، گردشگری منبع مهم درآمد برای دیگر بخش‌های اقتصادی و دست اندرکاران امور دیگر است. مثلاً گردشگری درآمد بخش حمل و نقل، صاحبان اماکن اقامتی، دست اندرکاران امور سرگرمی و فراغتی، صاحبان و تهیه کنندگان صنایع دستی، فروشندگان و تولید کنندگان صنایع ظریفه و غیره را افزایش می‌دهد.



# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

گردشگری به رونق و گسترش امور فراغتی و تفریحی در یک ناحیه کمک می‌کند که در غیر این صورت شاید هرگز این امور در آن ناحیه و منطقه متظاهر نمی‌گردد. گردشگری یک فعالیت انسانی است که می‌بایستی به جنبه‌های گوناگون آن اهمیت داده شود: اهمیت اقتصادی، اهمیت اجتماعی، اهمیت سیاسی، اهمیت فرهنگی و محیطی، که هر یک از موارد فوق الذکر در جای خود می‌بایستی مورد بررسی و پژوهش دقیق قرار گیرد و آثار مثبت و منفی آن معلوم گردد. طبیعت و خصوصیات پیچیده گردشگری نشان می‌دهد که نظم و انضباط ویژه می‌بایستی در حوزه مطالعاتی و بررسی این موضوع منظور شود و این انضباط و نظم به خصوص در زمینه مسائل اقتصاد گردشگری، توسعه یا عدم توسعه گردشگری، جغرافیایی گردشگری، روانشناسی و جامعه‌شناسی گردشگری، مدیریت و بازاریابی گردشگری طرح ریزی و آمار و بررسی و سایر روابط و علوم مرتبط با گردشگری اعمال گردد.

استراتژی برنامه ریزی گردشگری شهری نیل به سه هدف اساسی راهبردی را دنبال می‌کند:

- حفاظت از جاذبه‌های گردشگری شهری.

- افزایش تجربیات گردشگران که متقابلاً در جاذبه‌های گردشگری اثر می‌گذارند.

- به حد اکثر رسانیدن بازدهی اقتصادی، اجتماعی و محیطی سهامداران در جوامع میزبان (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۱۲۸).

## منابع

- ابراهیم زاده، ع و آقاسی زاده، ع (۱۳۸۸). تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SOWT، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره ۱، صص ۱۰۷-۱۲۸.
- ارمان، سعید (۱۳۸۹). توریسم و نقش آن در جغرافیا، اسلام شهر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی اسلام شهر.
- امامی، سید محسن (۱۳۹۰). جغرافیای گردشگری، تهران: انتشارات فرهیختگان دانش.
- پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت.
- پورمحمدی، د (۱۳۹۰). صنعت گردشگری در خدمت توسعه اقتصاد کشور، قابل دسترسی در [www.lostring.ir](http://www.lostring.ir).
- تقوایی، م (۱۳۸۸). نقش و جایگاه برنامه ریزی چند بعدی در توسعه توریسم و اکوتوریسم، منطقه خرو طبس، جغرافیا و پایداری محیط، سال ۲۰، شماره ۲۵.
- تقوایی، م و اکبری، م (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری، اصفهان: انتظارات پیام علوی.
- تقوی، مهدی و قلی پور سلیمانی، علی (۱۳۸۸). عوامل موثر در رشد صنعت گردشگری در ایران، پژوهشنامه اقتصادی.
- حاجی نژاد، علی و پور طاهری، مهدی و احمدی، علی (۱۳۸۸). تاثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی - فضایی مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر بانه)، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۰.
- حامد، محبوبه (۱۳۸۹). گردشگری و برنامه ریزی منطقه‌ای، مجله کتاب ماه علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۳۲.





# ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

- خاکی ، غلامرضا (۱۳۹۱). روش تحقیق با رویکردی بر پایان نامه نویسی، چاپ نهم، تهران: انتشارات بازتاب.
- دهستانی، ب (۱۳۸۳). برنامه ریزی کالبدی گردشگری، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس.
- دیناری، ا (۱۳۸۴). گردشگری شهری در جهان و ایران، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
- رضائیه آزادی، مریم (۱۳۹۱). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با رویکرد اقتصادی در تفرجگاه بند ارومیه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.
- رضوانی، محمد رضا (۱۳۹۰). توسعه گردشگری روستایی با رویکردی پایدار، دانشگاه تهران، موسسه انتشارات.
- رضوی فر، جعفر و خیاط مقدم، سعید (۱۳۸۰). مدیریت و صنعت گردشگری، چاپ اول؛ مشهد: انتشارات محقق.
- رضویان، م (۱۳۸۱)، «مدیریت عمران شهری»، تهران: پیوند نو.
- رنجبریان، ب و زاهدی، م (۱۳۸۹). بازاریابی گردشگری، انتظارات چهارباغ.
- رهنمایی، محمدتقی (۱۳۷۷). فرآیند برنامه ریزی شهری ایران، تهران: انتشارات سمت.
- زمردیان، م (۱۳۸۴). ژئوگردشگری سواحل جنوبی خزر، چالش ها و عوامل تهدید کننده، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، سال سوم، شماره ۸، صص ۶۱-۸۶.
- سازمانی جهانی گردشگری (۲۰۰۱). برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.
- سکاران، اوما (۱۳۸۸). روش های تحقیق در مدیریت، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، انتشارات موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- ضیاعی، م و داغستانی، س (۱۳۸۹). تحلیل سلسله مراتبی جاذبه های تاریخی - فرهنگی شهرستان نیشابور، فصلنامه جغرافیا و توسعه، سال هشتم، شماره ۱۷ صص ۱۱۳-۱۳۸.