

افزایش سرمایه های اجتماعی بواسطه توسعه شهری حاصل از رونق گردشگری شهری

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۱۳

کد مقاله: ۵۲۷۳۳

فاطمه شادالوئی^۱

چکیده

امروزه توسعه به عنوان هدفی متعالی در مدیریت شهری جهت هدف گذاری طرح ها، برنامه ها و پروژه های مدیریت شهری تعریف می گردد. مدیران شهری نیز هدف اصلی اجرای برنامه های خود را امر توسعه و توسعه شهری می دانند. یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی مفهومی چندبعدی و چند لایه است که در سال های اخیر در حوزه های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و علوم سیاسی مطرح شده است. با توجه به اینکه سرمایه های اجتماعی از الزامات توسعه (اجتماعی و سیاسی) می باشد، ایجاد و ارتقای سرمایه اجتماعی نیز مستلزم، اعتماد و آگاهی و مشارکت اجتماعی می باشد. با عنایت به آنچه گفته شد، مبنی بر اینکه؛ توسعه شهری مستلزم توسعه در بخش های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و کالبدی می باشد. این تحقیق سعی بر این دارد که با تشریح ایجاد و تقویت صنعت گردشگری و توجه به الزامات آن از قبیل؛ بهبود منظر و نما، مبلمان و معماری شهری، ارتقاء فرهنگ شهروندی، توسعه و استانداردسازی موضوع حمل و نقل در شهر می باشد. می تواند باعث رشد و توسعه شهری گردیده که نتیجه آن افزایش سرمایه های اجتماعی شهری خواهد بود.

واژگان کلیدی: توسعه شهری، مدیریت شهری، گردشگری شهری، سرمایه اجتماعی

۱- مقدمه

شهرها کامل‌ترین اشکال ممکن آبادی انسانی می‌باشد. آن‌ها همچون مشعلی فروزان انوار خود را فرا راه انسانیت و تمدن پاشیده‌اند. آن‌ها همچون موج‌شکن بر پهنه گیتی ایستاده، امواج تعدی را درهم شکسته و بدین ترتیب به حیطة امنیت بدل گردیده‌اند. آن‌ها آدمی را در وصول به نقطه اعلای فرهنگ یاری رسانیده‌اند. آن‌ها در پناه دیوارهای خود محیطی مناسب را برای پرورش اصلی‌ترین دستاوردهای علمی و هنری فراهم آورده‌اند (باراحمدی، ۱۳۷۸) چهار مشخصه عمومی پذیرفته شده برای شهرها: تراکم های فیزیکی بالا، ساختارها، مردم، کارکردها و عدم تجانس های اجتماعی و فرهنگی، اقتصاد چند کارکردی، مرکزیت فیزیکی در درون شبکه های منطقه ای و درون شهری است. وقتی که شهرها به عنوان چنین مکانی مطرح شود، گردشگری توسعه پیدا می کند، این پیچیدگی به طرز تفکیک ناپذیری ماهیت و ساختار گردشگری شهری را تشکیل داده و به آن خصوصیتی می دهد که آن را از انواع گردشگری متمایز می سازد "نواحی شهری که به علت آن جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالبا مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. علاوه بر این حتی در صورتی که جاذبه های گردشگری در مناطق غیر شهری واقع باشند، از آنجایی که شهرها به پیرامون خود خدمات می دهند، در رابطه با گردشگری قرار می گیرند. لذا حجم زیادی از امکانات گردشگری در شهرها متمرکز می شوند. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳)

گردشگری فعالیتی است با آثار اقتصادی بی شمار که تبعات زیست محیطی و اجتماعی فراوانی به همراه دارد و توجه کامل به هرکدام از اجزاء این پدیده حیاتی است. گردشگری از جریانهای جهانی و بیانگر ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی است و می تواند به کشور های در حال توسعه در حل مشکلات بیکاری و فقر کمک کند. ایجاد درآمد و اشتغال برای ساکنان محلی در عرضه فضا برای استفاده گردشگران یکی از این آثار است. (فنی، عزیززاده طولی، زحمتکش، ۱۳۹۲) گردشگری یکی از مهمترین بخش های اقتصادی نه فقط در مورد کشورهای صنعتی، بلکه برای کشورهای در حال توسعه و نیز کشورهای عقب مانده است. (شارپلی و همکار، ۱۳۹۱) با توجه به رشد و اهمیت اقتصادی گردشگری در عصر جهانی شدن می توان این صنعت را ابزاری مناسب برای توسعه اجتماعی و اقتصادی در مقصدها برشمرد. رایج ترین دلیل توسعه گردشگری به ویژه در میان کشورهای در حال توسعه نیز همین است و به عنوان راهبرد توسعه محسوب میگردد. توریسم با نزدیک کردن مردم و فرهنگهای مختلف به یکدیگر، نقش مهمی در اقتصاد جهانی ایفا میکند. با افزایش دسترسی و سهولت حرکت در کشورها و آشنا شدن با فرهنگها، بازار توریسم برای برآورده کردن درخواست فزاینده پذیرش انواع مختلف مسافران توسعه یافته است. (کریمیان بستانی، لطیفی پور، ۱۳۹۷) گردشگری می تواند با ایجاد و رشد توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و ثبات بخشیدن به کارکردهای شهری و نظم بخشیدن به کارکرد آنها، موجب فراهم آمدن فضای اعتماد و مشارکت کلیه شهروندان در امور شهر را بهر همراه داشته باشد و که نتیجه آن افزایش و ارتقاء سرمایه های اجتماعی شهری خواهد بود.

۲- پیشینه تحقیق

صیدایی و همکار (۱۳۹۱) در پژوهشی پیامدها و اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حاصل از توسعه گردشگری را در شهر کرمانشاه مورد بررسی قرار داده اند. ضرابی و همکار (۱۳۹۰)، در پژوهش خود با عنوان: سنجش تاثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری از دیدگاه ساکنان، به بررسی گردشگری بر توسعه شهری شهرستان مشکین شهر پرداخته اند. شهاییان (۱۳۹۰)، در پژوهش خود تحت عنوان: بررسی نقش و اثرات گردشگری در توسعه پایدار شهر؛ با تاکید بر ادراک ساکنان به بررسی نقش و اثرات گردشگری در توسعه پایدار شهری را مورد بررسی قرار داده اند. زهره فنی، محمد عزیززاده طولی و زینب زحمتکش (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان: تاثیرات گردشگری بر توسعه پایدار شهری از نظر ساکنان (مورد مطالعه: جزیره قشم) به بررسی و تحقیق در خصوص بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی گردشگری بر توسعه شهر قشم از منظر ساکنان آن اقدام نموده اند. مریم کریمیان بستانی و محمد لطیفی پور (۱۳۹۷) در مقاله ای با موضوع: واکاوی اثرات جهانی شدن بر توسعه اقتصاد شهری با تاکید بر توریسم (مطالعه موردی: شهر شیراز) به بررسی و واکاوی اثرات جهانی شدن بر توسعه اقتصاد شهر شیراز با تاکید بر توریسم پرداخته اند.

۳- روش تحقیق

روش تحقیق به کار رفته در این پژوهش تحلیلی-توصیفی با تمرکز بر داده ها و اطلاعات و منابع کتابخانه ای و سایت ها و منابع اینترنتی معتبر در دسترس است که از طریق مطالعه و فیش برداری و اخذ مستندات و تدوین که اطلاعات جامع آنها به تفصیل در بخش منابع و ماخذ نگاشته شده صورت پذیرفته است.

۴- مبانی نظری و عملیاتی

۴-۱- شهر

در حال حاضر، تعاریف مختلفی از مکان شهری شده است که هیچ کدام به تنهایی رضایت بخش نیست. گاهی اوقات، شهر بر اساس فرهنگ شهری (تعریف فرهنگی)، گاهی بر اساس کارکرد اداری (تعریف سیاسی - اداری)، گاهی بر اساس افراد شاغل در بخش غیر کشاورزی (شاخص اقتصادی) و گاهی بر اساس تعداد جمعیت (شاخص جمعیت شناختی) تعریف میشود. شهر در حیات مدنی از سه رکن اصلی شهروند، کالبد شهر و مدیریت شهری تشکیل میشود. (شارع پور، ۱۳۹۱)

ساختار هر شهری تحت تأثیر نوع و میزان روابطی قرار می گیرد که با محیط طبیعی یا مصنوعی پیرامونی یا خارج از پهنه شهری دارد. در واقع شهر در شبکه یا سلسله مراتبی از روابط کالبدی، عملکردی با محیط پیرامونی قرار گرفته است.

۱- بعد کارکردی یا نقش و فعالیت شهر: به عنوان مثال شهر زیارتگاهی، شهر فرهنگی یا شهر سیاسی یا پایتخت و...

۲- بعد اندازه: در این مورد عامل جمعیت در اندازه شهر نقش مهمی دارد. (یاراحمدی، ۱۳۷۸)

۴-۲- گردشگری

واژه گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در مجله انگلیسی به نام اسپورتینگ ماگازین آمد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعت برای کسب لذت به کار می رفت. (محلانی، ۱۳۸۱)، لغت توریسم از کلمه تور به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش که از یونانی به اسپانیا، فرانسه و نهایتاً به انگلیس راه یافت. (فنی، علیزاده طولی، زحمتکش، ۱۳۹۲) سازمان جهانگردی WTO گردشگری را مجموعه کارهایی می داند که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود انجام می دهد، این سفر بیش از یک سال طول نمی کشد و هدف سرگرمی و تفریح، استراحت، و فعالیت هایی از این قبیل است. (فنی، علیزاده طولی، زحمتکش، ۱۳۹۲) و به سفرهایی گفته می شود که توسط گردشگر بین مبدأ و مقصد به شرط عدم اشتغال و اقامت بیشتر از شش ماه و کمتر از یک روز نباشد (رضوانی، ۱۳۸۶)

توریسم جمعی از پدیده ها و روابط ناشی شده از روابط متقابل گردشگران، تامین کنندگان تجاری، حکومت ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و میزبانی گردشگران و توریست است. امروزه، افزایش جمعیت، افزایش رفاه عمومی، پیشرفت علوم و فنون، افزایش زمان آزاد و فراغت، تفکیک مقوله کار و فراغت و ... همه و همه باعث رشد روزافزون سفر و جهانگردی شده است و کشورهای جهان به این واقعیت دست یافته اند که توجه ویژه به صنعت جهانگردی و تلاش در جهت توسعه این صنعت باعث کسب درآمدهای هنگفت و منافع های اضافی برای جوامع بومی و اقتصاد محلی به همراه داشته باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳)

۴-۳- گردشگری شهری

مهمترین فضاهایی که مورد بازدید و اقامت گردشگران قرار می گیرند فضاهای شهری هستند که از دیرباز جذاب ترین فضاها را تشکیل می داده اند، زیرا پیشرفته ترین و کامل ترین قرارگاه های انسانی را تشکیل می دهند (کازس، ۱۳۸۲) یکی از مهمترین مقاصد که روندهای گردشگری جهان را در دهه های گذشته تحت تأثیر قرار داده، مراکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه مدت این مقاصد را به یکی از اصلی ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده که تا حدودی تغییر سبک زندگی را در سال های اخیر نشان می دهد. 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 (رهنمایی، ۱۳۸۷)

توریسم در قالب الگوهای خاص فضایی بوجود می آید و یکی از این الگوها گردشگری شهری است که "دسته ای از فعالیت های اقتصادی با نتایج مهم اجتماعی، اقتصادی و محیطی در شهرهای ویژه است" و صرفاً مختص فعالیت های گردشگران که در شهرها بوجود می آید نیست. بلکه نوع خاصی از گردشگری و بخش جدایی ناپذیر سنتی و صحیح زندگی شهری است که گروه های مختلف گردشگر را براساس تنوع و گوناگونی مسافرت ها و انگیزه های گردشگری به سوی خود جذب می کند (رنجبر و جرفی، ۱۳۹۰)

گردشگری شهری در کشورهای پیشرفته پردرآمد ترین نوع گردشگری است و در زمینه های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی و غیره تأثیرات انکارناپذیری دارد.

گردشگری شهری صنعتی است که روز به روز بر اهمیت آن افزون می شود، و آن بنا به دلایلی چون:

- پرسودترین فعالیت است؛

- در شرایط صحیح نه تنها فاقد عواقب اکولوژیک است، بلکه به احیای محیط منجر می شود؛

- اشتغال زا است و باعث افزایش درآمد می شود. (مؤذنی، ۱۳۸۶)

۴-۴- سرمایه اجتماعی

در هر جامعه ای حداقل چهار خرده نظام؛ اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی وجود دارد که در هر یک از این حوزه ها کنشگران فردی و اجتماعی می توانند با رعایت اصول و قواعد عمل جمعی مورد قبول در آن حوزه ها به چهار نوع سرمایه یعنی سرمایه اجتماعی، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه سیاسی مورد نیاز هر جامعه دست یابند. (بدیعیان، نجفی، عاشوری رودپشتی، ۱۳۹۱) سرمایه اجتماعی واژه ای است که در سالهای اخیر وارد حوزه علوم اجتماعی و اقتصادی شده و از این منظر دریچه ای تازه را در تحلیل و علت یابی مسائل اجتماعی و اقتصادی گشوده است. سرمایه در معنای عام خود دلالت بر مجموعه دارایی ها، امکانات و منابع در اختیار دارد که در قالب و اشکال مختلف نمود پیدا میکند. (محمودی، غفاری، ۱۳۹۴)

در حال حاضر اصطلاح سرمایه اجتماعی به یکی از مهمترین و پرکاربردترین مفاهیم در حوزه مطالعات اجتماعی مبدل گشته است. سرمایه اجتماعی دارای مؤلفه ها و ابعاد فراوانی است که از میان آن ها سه بعد «اعتماد، مشارکت و آگاهی» از ابعاد اصلی آن بشمار می روند. مطالعات نشان می دهند که تقویت سرمایه اجتماعی باعث مشارکت و ارتباط فرد با افراد دیگر می شود و این به نوبه خود، نقش مهمی در بهبود کیفیت زندگی دارد. (قاسمی خوزانی، ۱۳۹۴)

۴-۵- توسعه شهری

توسعه شهری را می توان مبنای تجدید ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حقوقی شهری تلقی کرد که هدف آن در درجه اول بهبود فرآیند شهرنشینی و روند شهرگرایی، ترمیم محیط زیست شهری، سامان مند کردن شهری و تقویت جنبه های سیاسی اجتماعی و فرهنگی زندگی شهری دانست (صیدبیگی، سرور و فرجی راد، ۱۳۹۸) پرداختن به نظریات توسعه شهری هر چند در حوزه گسترش شهر تعمیم و توصیف می یابد، یادآور تفاوت ماهوی بین واژگان گسترش، توسعه و پیشرفت است، که هر کدام معانی متفاوتی به ذهن متبادر می کنند. در مسایل شهری، رشد شهری و توسعه شهری عمدتاً با هم یکی فرض می شوند و در منابع شهرسازی به کلمات و اصطلاحات متعددی بر می خوریم که عبارتند از: گسترش فیزیکی، گسترش کالبدی، گسترش مکان های شهری و... (بمانیان و محمودی نژاد، ۱۳۸۷) توسعه شهری را به عنوان یک مفهوم فضایی می توان به معنی تغییرات در کاربری زمین و سطح تراکم، رفع نیازهای ساکنان شهر در زمینه مسکن، حمل و نقل، اوقات فراغت و غیره تعریف کرد. (مختاریور، منطقی فسایی، ۱۳۹۷) بسته به نوع توسعه، توسعه شهری شامل گسترش ابعاد فیزیکی و تغییرات در عملکردها می شود. سابقاً در مورد توسعه شهری به تغییر در فضا (تحول فضاها ساخته نشده به فضای شهری)، همچون افزایش ابعاد فیزیکی محیط ساخته شده اشاره می شد. رشد شهر به طور گسترده به نیروهای متخصص متکی است، برای اینکه ناحیه شهری همواره مرکز فعالیت های تخصصی است و بنابراین اندازه شهر به مقدار محصول و کالاها و خدمات تهیه شده بستگی دارد. (زیاری، ۱۳۸۹)

۴-۶- گردشگری عامل توسعه شهری

توریسم جمعی از پدیده ها و روابط ناشی شده از روابط متقابل گردشگران، تامین کنندگان تجاری، حکومت ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و میزبانی گردشگران و توریست است. امروزه، افزایش جمعیت، افزایش رفاه عمومی، پیشرفت علوم و فنون، افزایش زمان آزاد و فراغت، تفکیک مقوله کار و فراغت و ... همه و همه باعث رشد روزافزون سفر و جهانگردی شده است و کشورهای جهان به این واقعیت دست یافته اند که توجه ویژه به صنعت جهانگردی و تلاش در جهت توسعه این صنعت باعث کسب درآمدهای هنگفت و منفعت های اضافی برای جوامع بومی و اقتصاد محلی به همراه داشته باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳)

کسب و کار اقتصاد شهری و تعیین راه کارهای لازم جهت بهبود آن، از جمله گام های اولیه برای دستیابی به راهبرد های عملیاتی در بهبود فعالیت های اقتصادی به شمار می آید. از جمله بخش هایی که در عرصه اقتصادی جهان طی سال های اخیر از رشد چشمگیر و خیره کننده ای برخوردار بوده و تا دو دهه آینده به پردرآمدترین و تأثیرگذارترین بخش اقتصادی کشورها تبدیل خواهد شد صنعت گردشگری است. (صالحی، خوشفر، ۱۳۷۹)

در شهرهای توریستی، گردشگری خود را در ساختار اقتصادی محکمی پایه گذاری می کند. در شهرهای گردشگری پذیر، گردشگری ترقی دهنده رشد و توسعه های شهری است و در شهرهای غیر توریستی، این صنعت به عنوان یک فرصت مطرح است و برنامه ریزان و مدیران شهری به ایجاد تصویرهای جدید از شهرها و افزایش جاذبه های مقاصد نیازمند هستند. در ادبیات مربوط به گردشگری، رشد و توسعه شهرنشینی به عنوان یکی از عوامل مهم و موثر در پیدایش گردشگری محسوب می شود. به عبارتی دیگر "یکی از عوامل موثر در توسعه گردشگری، توسعه شهرنشینی است. بسط تاریخی گردشگری و تحقق آن از نقطه نظر اجتماعی و اقتصادی بدون توجه به توسعه شهرنشینی امکان پذیر نیست. (رنجبر و جرفی، ۱۳۹۰)

گردشگری جدیدترین صنعت دنیاست که با ویژگی خاص خود صنعتی پویا با آینده ای روشن تلقی می شود. بنابراین سرمایه گذاری در این صنعت در تمام کشورهای دارای جاذبه های جهانگردی رو به افزایش است. امروزه جذب گردشگران به رقابتی فزاینده در بین نهادهای درگیر در صنعت گردشگری تبدیل شده است زیرا این صنعت نه تنها در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد بلکه صنعتی است پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجاد کننده مشاغل جدید است و برای کشورهای

دارای پتانسیل در این زمینه، می تواند به مهمترین منبع کسب درآمد ارزی تبدیل شود مشروط بر اینکه برنامه ریزی صحیح و همه جانبه توأم با آینده نگری برای آن تنظیم و اجرا شود.

صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که برای اغلب کشورها، گردشگری منبع مهمی برای فعالیت های تجاری، کسب درآمد، اشتغال زایی و مبادلات خارجی محسوب می شود از این رو بسیاری از کشورها درآمد اصلی خود را از این صنعت بدست می آورند. (ویسی، ۱۳۹۳)

اصولاً اشتغال در صنعت گردشگری دارای اشکال مختلفی است که عبارتند از:

الف) اشتغال مستقیم: همانند اشتغال در هتل ها، رستوران ها، و...

ب) اشتغال غیرمستقیم: که در بخش های عرضه کننده کالا همانند تولیدات کشاورزی، شیلات و صنایع دستی میباشد.

ج) اشتغال القایی: شامل کسانی است که از درآمد افرادی که به طور مستقیم و غیرمستقیم در صنعت گردشگری فعالیت میکنند پشتیبانی میشوند.

د) اشتغال در بخش ساختمان: شامل افرادی است که در بخش احداث تاسیسات و زیر ساخت های گردشگری فعالیت می کنند.

در مجموع اثرات اقتصادی مستقیم و غیرمستقیم گردشگری در توسعه شهری را می توان در موارد زیر خلاصه کرد:

- ایجاد اشتغال و افزایش درآمد عمومی در سطح جامعه

- ورود سرمایه ها و سرمایه گذاری های خارجی به شهرها

- معرفی شهر به عنوان یک قطب گردشگری

- افزایش تعداد شاغل در امور مرتبط با گردشگری

- رشد ساخت و ساز و نوسازی در سطح شهرها

- به کارگیری توانایی های موجود محلی (نوربخش و همکار، ۱۳۸۹)

از آنجا که هدف مدیریت شهری، تقویت فرایند توسعه شهری است به نحوی که در سطح متعارف جامعه زمینه و محیط مناسبی برای زندگی راحت و کارآمد شهروندان، به تناسب ویژگی های اجتماعی و اقتصادی فراهم شود. در قالب این هدف کلان می توان سه هدف خرد فراگیر برای تمام سیستم های مدیریت شهری به شرح زیر تعیین کرد:

حفاظت از محیط فیزیکی شهر، تشویق توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار، ارتقاء شرایط کار و زندگی کلیه شهروندان باتوجه ویژه به افراد و گروه های کم درآمد. (سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور، ۱۳۹۰) صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی و منطقه ای می تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی در قلمرو شهری و ملی باشد، گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت های دیگر بخش های اقتصادی در حال کاهش می باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳)

امروزه گردشگری به عنوان پدیده ای اجتماعی که به جهت توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی اثرات بسیاری در جوامع مقصد به جای می گذارد. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳) به همین جهت توسعه گردشگری برای رشد اقتصادی و اجتماعی اهمیت ویژه ای دارد که می توان آن را به منزله نیروی محرکه توسعه در تمام کشورها به حساب آورد. هیچ کشوری نیست که فاقد مواد اولیه لازم برای توسعه گردشگری باشد. آنچه که کشورها را از همدیگر متمایز می سازد خود به تنهایی جاذبه گردشگری به شمار می رود. بنابراین هر کشور با کوشش درخور و سرمایه گذاری مناسب در زمینه گردشگری میتواند وارد کننده جهانگرد بوده و از این راه به رشد خود کمک نماید. گردشگری پول و جمعیت را از مرکز ثقل صنعتی به سوی روستاها و نقاط طبیعی می کشاند و یا تعداد زیادی را به سوی مراکز شهری روانه می سازد و این حرکت آنها باعث بازده مضاعف در اقتصاد کشورهای جهانگرد پذیر میشود. امروزه همه کشورهای دنیا در صدند تا از تمامی ظرفیت گردشگری خود به عنوان مدرن ترین صنعت دنیا برای توسعه همه جانبه از جمله توسعه شهری بهره مند شوند. گردشگری در ابعاد مختلف از مباحثی است که توجه زیادی را به خود جلب کرده است، شاید یکی از دلایل پرداختن به جهانگردی گسترش ارتباطات و افزایش روز افزون تقاضا برای گردشگری و کنجکاوی و تفحص در دیگر فرهنگ ها از یک طرف و آثار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بویژه در برخی از مناطق گردشگری از طرف دیگر باشد. طوری که درآمد حاصل از جهانگردی نقش اساسی در رشد اقتصادی و فرهنگی جوامع دارد. در دهه های گذشته گردشگری همواره رو به رشد و در حال متنوع شدن و یکی از بزرگترین بخش های اقتصاد جهان بوده است. (ویسی، ۱۳۹۳)

۴-۷- عوامل موثر بر صنعت گردشگری

گسترش جهانگردی و دستیابی به این درآمدهای کم نظیر، بدون توجه به زیرساخت های مورد نیاز این صنعت امکان پذیر نیست. در صنعت گردشگری بخش دولتی و خصوصی مکمل همدیگر هستند و نبود یکی از آنها باعث ناکارآمدی وجود دیگری می شود. لذا باید بخش دولتی و بخش خصوصی هر یک در جایگاه خود قرار بگیرند تا شاهد رشد و شکوفایی این صنعت باشیم. بخش دولتی با ایجاد زیر ساخت ها می تواند نقش اساسی را در توسعه این صنعت داشته باشد. یکی از مهمترین وظایف بخش دولتی، مدیریت کلان و تعیین سیاست های کلی در این صنعت می باشد که با گسترش جاده ها، تجهیز فرودگاه ها و ترمیم و اصلاح

سیستم های حمل و نقل زمینه های امنیت و آرامش خاطر گردشگران را ایجاد کنند. با وضع قوانین و مقررات بسترسازی جهت ایجاد امنیت روانی و اجتماعی برای گردشگران و جهانگردان که فاکتور مکمل و بسیار مهمی در راستای توسعه صنعت گردشگری است صورت گیرد. به توسعه منابع انسانی و ایجاد مراکز آموزشی تخصصی بپردازند. با تدوین قوانین حمایتی از سرمایه گذاری در این صنعت راه را برای سرمایه گذاران داخلی و خارجی هموار سازند. با تبلیغات و اطلاع رسانی زمینه های لازم را برای سفر گردشگران به کشور ایجاد کنند. می توان به این نتیجه رسید که مدیریت کلان و متخصص در صنعت گردشگری حرف اول را میزند. برنامه ریزی بلند مدت و کوتاه مدت به همراه مدیریت استراتژیک می تواند زمینه های لازم جهت توسعه و گسترش این صنعت در پیش داشته باشد. بخش خصوصی با احساس امنیت اقدام به سرمایه گذاری می کند و با در نظر گرفتن طرح جامع گردشگری که توسط مدیریت کلان تدوین شده است باید طرح های خود را به اجرا بگذارند. ساخت هتل ها و تاسیسات گردشگری و ایجاد دفاتر خدمات مسافرتی و ارائه تورهای گردشگری و اطلاعات به گردشگران جهت سفر به شهرهای مختلف کشور دامنه توسعه صنعت توریسم و گردشگری را گسترش می دهند و منجر به پویایی گردشگری در کشور خواهند شد (بزدانی، علیپور و همکاران، ۱۳۹۷).

به طور کلی گردشگری دارای سه جنبه است: حفاظت از محیط زیست، حفظ منابع و میراث فرهنگی و حرمت و احترام به جوامع در بعد فرهنگی نهادهای محلی می توانند از این ظرفیت خود استفاده نمایند و با جلب و حضور مشارکتی مردم، جوانان، و نوجوان، در جشن ها، انواع گردهم آیی های اجتماعی، برپایی نمایش ها و معرفی فرهنگ های گوناگون، اشکال گوناگون، تعاملات اجتماعی و فرهنگی و هر آنچه مظهر تنوع فرهنگی و قومی یک ملت است می توانند در چنین فضاهایی زمینه های جلب گردشگران، داخلی و خارجی را فراهم سازند. نهادها و تشکلهای مردم نهاد، به عنوان بازوان، قدرتمند ارگان های دولتی و خصوصی از ظرفیت بالایی به خصوص در حوزه سیاست گذاری، برنامه ریزی و اجرای پروژه های گردشگری برخوردار می باشند. نهادهای مردمی به عنوان، جایگزینی مناسب برای دولت می توانند نقش حفاظتی از میراث فرهنگی و جاذبه های گردشگری را برعهده بگیرند. آنها می توانند از ظرفیت اعتمادسازی، مشارکتی و تعاملی خود استفاده نمایند و سرمایه گذاری کلانی را در راستای توسعه گردشگری به سمت عناصر و جاذبه های گردشگری شهری سوق دهند. تشکلهای مردم نهاد در بسیاری از زمینه ها در حوزه محیط زیست، میراث فرهنگی و گردشگری گامی جلوتر از دستگاه های دولتی در حفظ میراث قدیمی و کهن برداشته اند. از طرف دیگر نهادهای محلی با توجه به ظرفیت و از ظرفی همکاری با دولت قادر خواهند بود تا درحوزه هایی مانند میراث فرهنگی و گردشگری فعالیت های بسیار خوبی صورت گیرد به نحوی که فعالیت این تشکلهای مردمی می تواند از وارد آمدن گزند و آسیب به بافت های تاریخی شهری ممانعت نمایند. که این امر به دنیا خود گردشگری پایدار شهری را به ارمغان، می آورد. (کلانتری خلیل آباد، پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۵)

۴-۸- توسعه و سرمایه اجتماعی

آنچه از تعاریف متعدد سرمایه اجتماعی برمی آید این است که این مفهوم در بردارنده مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک گروه است. به نحوی که، سرمایه اجتماعی، سبب میشود گروه به سمت ارزش ها و هنجارهای تحسین و مثبت شده در جامعه گام بردارد. مفهوم سرمایه اجتماعی در کنار منابع مالی و نیروی انسانی از عوامل تأثیرگذار بر ارتقای سطح توسعه در جوامع انسانی برشمرده می شود. بنابر تعبیر پیر بوردیو، سرمایه به هر نوع قابلیت، مهارت و توانایی اطلاق می شود که فرد می تواند در جامعه به صورت انتسابی ویا اکتسابی به آن دست یافته و در روابطی که با سایر گروه ها و افراد دارد. بتواند در جهت پیشبرد موقعیت خویش بهره مند شود. (موحدمجد، ۱۳۸۲) کلمن از سرمایه اجتماعی یک تعریف کارکردی ارائه داده است که تأثیر سرمایه اجتماعی بر سرمایه اقتصادی را از طریق سرمایه انسانی و توسعه می داند. به اعتقاد وی تأثیر سرمایه اجتماعی بر سرمایه اقتصادی مستقیم نیست، بلکه سرمایه اجتماعی ابتدا سبب تولید سرمایه انسانی و توسعه شده و سپس از طریق این دو، سرمایه اقتصادی را ایجاد میکند. به اعتقاد فوکویاما سرمایه اجتماعی، نظامی از ارزش ها و هنجارهای اخلاقی را فراهم می سازد که به واسطه آن جامعه از فروپاشی اخلاقی و مبتلا شدن به انواع انحرافات اجتماعی مصون می ماند و بدین ترتیب سلامت اجتماعی جامعه سبب رشد خواهد شد. (درستی، ادیبی سده و ادهمی، ۱۳۹۷) به طور معمول آنچه توسعه و رشد برپایه آن بنا نهاده شده است شامل سرمایه طبیعی، فیزیکی و انسانی است که بعنوان ثروت یک جامعه شناخته می شود. اما این سه نوع سرمایه فقط بخشی از فرآیند رشد را تعیین می کنند. پس برای بررسی اختلاف رشد میان کشورهایی که از نظر سه سرمایه موصوف دارای وضعیت یکسان و مشابهی هستند. باید در پی حلقه مفقوده ای بود که آن سرمایه اجتماعی می باشد. (پناهی و اشرف، ۱۳۹۰) توجه به موضوع سرمایه اجتماعی (social capital) در سالهای اخیر در محافل و بروشورهای علمی و دانشگاهی جهان روند رو به گسترش سریعی داشته همانند سایر حوزه های اقتصاد، توجه به نقش مهم سرمایه اجتماعی، ضروری می نماید. به نظر می رسد که رشد، علاوه بر نیاز به سرمایه مادی (پول، امکانات و تجهیزات) و سرمایه انسانی (نیروهای متخصص و توانمند)، نیازمند به سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی به پیوندها، ارتباطات مبتنی بر اعتماد میان مجموعه های انسانی و سازمانی به عنوان منبعی ارزشمند اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا میشود. (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۵) کاربرد نظریه سرمایه اجتماعی بدون توجه به محیط، بعدها و شرایط اجرای آن، ناقص است. بازنگری در مفهوم و شناخت دقیق اجزای آن با توجه تبیین

نقش سرمایه اجتماعی در فرایند توسعه ضروری است. فرآیند توسعه مستلزم مشارکت وسیع همه شهروندان می باشد. و این امر وظیفه نهادها می باشد. امروزه اعتقاد بر این است که بعد اجتماعی و مولفه نهادی توسعه پایدار، بویژه نهادها و سرمایه اجتماعی، اهمیت خاصی در فرآیند رشد اقتصادی و توسعه پایدار دارند. (صمدی، ۱۳۸۸)

۵- نتیجه

با در نظر گرفتن توان، و ظرفیت محدود بستر اکولوژیک شهرها، توسعه پایدار شهری با توجه به ویژگی های محلی و محیطی در همین قالب و بارعایت اصول اساسی توسعه پایدار، امکان، پذیر خواهد بود. بسیاری از کشورهای پیشرفته، گردشگری را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می دانند. جابه جایی و حرکت انسان ها به جز تاثیرات فرهنگی و روحی، ثمرات اقتصادی عظیمی دارد در حال حاضر بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از گردشگری شهرهای خود دریافت می کنند و درآمدهای گردشگری را برای توسعه زیرساخت های شهری بکار می برند. گردشگری در اثرگذاری و اثرپذیری متقابل با شهر و در یک سیستم انسان- محیط میتواند منجر به توسعه پایدار شهر شود. با توجه به اینکه توسعه پایدار به عنوان جریانی مداوم در تغییرات اقتصادی- اجتماعی و زیست محیطی برای افزایش و ترقی رفاه مستمر کل اجتماع تعریف می شود و پویایی چند بعدی است. (فنی، علیزاده طولی، زحمتکش، ۱۳۹۲) صنعت گردشگری علاوه بر ارتقای فرهنگ و عناصر وابسته به آن، پویایی جریان های مولد اقتصاد شهری منتج از جذب گردشگران داخلی و خارجی را فراهم کرده است. نحوه ی هزینه گردشگران، یکی از مباحث مورد توجه در فرایند اقتصادگردشگری است. به طور کلی هزینه های یک گردشگر در مقصد، شامل مواردی چون هزینه ی غذا و خوراک، تفریحات، بازدید، تردد و حمل و نقل، اقامت، گشت و گذار، خدمات ارتباطی، خدمات شهری و مانند آن است. (بدری، طیبی، ۱۳۹۱)

با عنایت به آنچه عنوان گردید صنعت توریسم یا گردشگری شهری، با تاثیر بر اقتصاد، فرهنگ و روابط اجتماعی شهر در دوسطح محلی و ملی، و بروز رسانی و تغییرات الزامی که به جهت باقی ماندن و خارج نشدن از میدان رقابت جذب گردشگر با سایر شهر ها بایستی همواره اعمال نماید. می تواند یکی از عوامل مهم در توسعه شهری به لحاظ کالبدی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و حتی سیاسی داشته باشد. با امعان نظر به آنچه در خصوص موضوع توسعه شهری ذکر گردید؛ مدیریت شهری با توجه به وظایف و تکالیفی که بر عهده دارد در جهت توسعه و پیشرفت شهر ها می تواند نقش اساسی داشته باشد. و با طراحی و برنامه ریزی دقیق موضوعات مرتبط با رشد و توسعه شهری در زمینه های اجتماعی و فرهنگی و روابط شهروندی و همچنین تعیین نقش و کاربری فضاها و معماری شهری و سازمان دهی سیما و منظر شهری، سیستم حمل و نقل شهری مناسب، ارائه خدمات مطلوب شهری در حوزه های رفاهی و تفریحی و سایر خدمات مربوطه که موجب ایجاد فضای مناسب جهت جذب گردشگر و توسعه صنعت توریسم داشته باشد. نقش مهمی در رشد و توسعه شهری خواهد داشت. با توجه به اینکه؛ یکی از اثرات مطلوب پیشرفت و توسعه شهری افزایش و ارتقاء سرمایه اجتماعی نزد شهروندان را به همراه خواهد داشت. می توان با به کار گیری فنون مناسب با مدیریت شهری گردشگری در جهت توسعه شهر در راستای ارائه خدمات مطلوب به شهروندان و جلب نظر گردشگران به شهر را داشت. و نتیجتاً اینکه صنعت گردشگری می تواند با تاثیر مستقیم بر توسعه شهری در زمینه های گوناگون که ذکر گردید. بر زایش و ارتقاء سرمایه های اجتماعی شهری تاثیر گذار بوده و نقش مهمی در این خصوص داشته باشد.

منابع

۱. یاراحمدی، امیر، (۱۳۷۸)، به سوی شهرسازی انسان گرا، تهران: شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری
۲. پایلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۹۳)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم) ناشر: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
۳. فنی، زهره، علیزاده طولی، محمد، زحمت کش، زینب. (۱۳۹۳). تاثیرات گردشگری بر توسعه پایدار شهری از نظر ساکنان (مورد مطالعه: جزیره قشم). مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۸)، ۳۹-۷۲.
۴. شارپلی، ریچارد، تفلر، دیوید، (۱۳۹۱)، برنامه ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه، ترجمه ضرغام بروجنی، انتشارات مهکامه
۵. کریمیان بستانی، مریم، لطیفی پور، محمد، (۱۳۹۷)، واکاوی اثرات جهانی شدن بر توسعه اقتصاد شهری با تاکید بر توریسم (مطالعه موردی: شهر شیراز)، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی دوره ۴، شماره ۳، ص: ۱۱-۲۰
۶. شارع پور، محمود، (۱۳۹۱)، جامعه شناسی شهری. چاپ پنجم. تهران: انتشارات سمت
۷. محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۱)، محیط زیست طبیعی و توسعه جهانگردی پایدار، مجله اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۱۸۵، ص: ۲۰۴-۲۱۷
۸. رضوانی، علی اصغر، (۱۳۸۶)، جغرافیا و صنعت توریسم انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ اول
۹. رنجبر، محسن، جرفی، احمد، (۱۳۹۰)، ارزیابی پیامدهای گردشگران شهری در اقتصاد شهریه روش آماری نمونه موردی: شهر اهواز، فصل نامه جغرافیا و برنامه ریزی شهری چشم انداز زاگرس، سال چهارم، شماره ۱۱، ص: ۴۶-۶۶

۱۰. رهنمایی، محمد تقی وهمکاران، (۱۳۸۷)، بررسی ظرفیت حوزه مقصدگردشگری باتاکید بر جامعه میزبان: کلاردشت، پژوهش های جغرافیایی انسانی، تهران، شماره ۶۶
۱۱. کازس، ژرژ؛ فرانسواز، پوتیه (۱۳۸۳)، جهانگردی شهری، ترجمه صلاح الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی
۱۲. مودنی، کیمیا، (۱۳۸۶)، معیارها و شاخص های گردشگری شهری پایدار، ماهنامه شهرداریها، سال هفتم، شماره ۷۸
۱۳. یزدانی، محمدحسن، علیپور، ابراهیم، دشتی، امیرحسام، بیوته، احد، (۱۳۹۷)، بررسی و ارزیابی نقش رسانه ها بر توسعه گردشگری شهری با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر، مطالعات رسانه ای، سال سیزدهم، ص: ۲۱-۳۸
۱۴. کلاتری خلیل آباد، حسین، پوراحمد، احمد، قاسمی، ایرج، موسوی، سیدرفیع، (۱۳۹۵)، نهادهای محلی و ظرفیت آنها در توسعه گردشگری پایدار شهری، فصلنامه میراث و گردشگری، ص: ۲-۱۹
۱۵. محمودی، سمیرا، غفاری، غلامرضا (۱۳۹۴)، تبیین اثرات انواع سرمایه های توسعه ای بر سرمایه اجتماعی (مورد: روستاهای استان خراسان رضوی) تهران: فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۴، شماره ۴، ص: ۷۸
۱۶. بدیعیان، راضیه، نجفی، محمد، عاشوری رودپشتی، رخسار (۱۳۹۱)، توسعه سرمایه اجتماعی براساس آموزه های قرآنی. تهران: فصلنامه بصیرت و تربیت اسلامی، سال ۹، شماره ۲۳، ص: ۱۰۵
۱۷. قاسمی خوزانی، محمد، عطا، بهنام، دهقانی، حسین، موسی زاده، حسین، (۱۳۹۴)، بررسی نقش سرمایه اجتماعی شهر بیرجند با تأکید بر بعد مشارکت از دیدگاه شهروندان و مدیران شهری، هفتمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران (جغرافیای سیاسی شهر)
۱۸. کماسی، حسین، حسینی، سیدعلی، (۱۳۹۳)، تبیین رابطه بین عملکرد مدیریت شهری و سرمایه اجتماعی شهروندان (مطالعه موردی: محله ولیعصر شمالی)، مجله علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی، سال چهارم، شماره سوم، ص: ۱۰
۱۹. جوان، جعفر، (۱۳۸۳) جغرافیای جمعیت ایران، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد
۲۰. صیدیگی، صادق، سرور، رحیم، فرجی راد، عبدالرضا، (۱۳۹۸)، نقش مدیریت شهری در توسعه فرهنگ شهر و شهرنشینی نمونه موردی: شهر ایلام، فصلنامه علمی پژوهشی نگرشی نو در جغرافیای انسانی، سال دهم، شماره سوم، ص: ۲۸۸-۳۰۴
۲۱. بمانیان، محمدرضا، محمودی نژاد، هادی، (۱۳۸۷)، پدیدارشناسی محیط شهری: تاملی در ارتقای مفهوم فضا به مکان شهری، علوم و تکنولوژی محیط زیست
۲۲. مختارپور، مهدی، منطقی فسایی، علی، (۱۳۹۷)، تبیین عوامل فرهنگی - مدیریتی موثر بر افزایش جرائم اجتماعی حاصل از توسعه فیزیکی - کالبدی شهر تهران مورد مطالعه: منطقه ۱۹ شهر تهران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال دهم، شماره سوم، ص: ۱۲۰-۱۳۵
۲۳. زیاری، اسفندیار، (۱۳۸۹)، مدیریت بحران. شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران
۲۴. براتی، جواد، رسول زاده، مریم، رفیعی دارانی، هادی، مظهری، محمد، (۱۳۹۲)، مدیریت راهبردی در فضای کسب و کار اقتصاد شهری
۲۵. (مطالعه موردی: گردشگری مذهبی شهر مشهد مقدس)، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ششم، ص: ۱۱۰-۱۲۵
۲۶. صالحی، صادق، خوش فر، غلامرضا (۱۳۷۹)، بررسی ویژگی های مدیران روستایی، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، ص: ۱۳۶-۱۴۷
۲۷. ویسی، هادی، مهماندوست، خدیجه، (۱۳۹۳). بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری بین المللی در ایران با تاکید بر گردشگری ورودی، فصلنامه ژئوپولیتیک، سال یازدهم، شماره اول، ص: ۱۳۵-۱۵۶
۲۸. نوربخش، مرتضی، اکبرپور، محمد، (۱۳۸۹)، نقش گردشگری شهری در اقتصاد کلان شهرها، ویژه نامه اقتصاد گردشگری
۲۹. موحدمجد، مجید (۱۳۸۲)، مشارکت سیاسی زنان و عوامل مؤثر بر آن، مطالعات زنان، سال اول، شماره ی دوم، زمستان ۱۳۸۲، ص: ۳-۲۸
۳۰. درستی، امیرعلی، ادیبی سده، مهدی، ادهمی، عبدالرضا، (۱۳۹۷)، تحلیل فرهنگی اجتماعی نقش سرمایه اجتماعی بر توسعه پایدار شهری در استان اصفهان، فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره ۱۲، شماره ۴، ۱۶۷-۱۸۶
۳۱. الوانی، سیدمهدی و شیروانی، علیرضا، (۱۳۸۵) سرمایه اجتماعی مفاهیم، نظریه ها و کاربردها، اصفهان، انتشارات مانی
۳۲. پناهی، محمدحسین، امینی، اشرف، (۱۳۹۰)، فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین المللی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، شماره هفتم، ۵۹-۹۴
۳۳. صمدی، علی حسین، (۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی و توسعه مالی: اقتصاد ایران (۱۳۸۵-۱۳۵۰)، تحقیقات اقتصادی، دوره ۴۴، شماره ۸، صفحه ۱۱۷ تا صفحه ۱۴۴
۳۴. سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور، (۱۳۹۰)، تهران، ص: ۷
۳۵. بدری، سیدعلی، طیبی، صدراله، (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر بر هزینه های گردشگری مذهبی مطالعه ی موردی: شهر مشهد مقدس، مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ۱، ص: ۱۵۳-۱۷