

اصول و مبانی گردشگری شهری

مؤلف:

حمید کریمی

سرشناسه	: کریمی، حمید، ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور	: اصول و مبانی گردشگری شهری/ مولف حمید کریمی
مشخصات نشر	: تهران؛ کتاب آوا، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۶ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۴۶-۴۶۳-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۸۸
موضوع	: گردشگری- تاریخ/ Tourism- History. خدمات شهری/ Municipal services
موضوع	: خدمات شهری- ایران/ Iran- Municipal services گردشگری- ایران- برنامۀ ریزی/ Tourism- Iran- Planning
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۰/۴۴۴/۱۵۵G
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۵، ۱۰

اصول و مبانی گردشگری شهری



انتشارات کتاب آوا

مؤلف:	حمید کریمی
ناشر:	کتاب آوا
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۷
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	۱۱۰۰۰ ریال
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۳۴۶-۴۶۳-۶

نشانی مراکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، بن بست حقیت، پلاک ۴، واحد ۴

شماره های تماس: ۶۶۹۷۴۱۳۰ - ۶۶۴۰۷۹۹۳ - ۶۶۹۷۴۶۴۵ - ۶۶۴۶۱۱۵۱ در ستاد: ۶۶۴۶۱۱۵۱

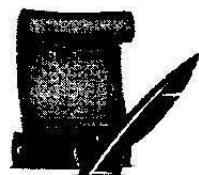
avabook.com Email: avabook_kazemi@yahoo.com

نشانی فروشگاه: اسلامشهر، خیابان صیاد شیرازی (خیابان دانشگاه)، داخل کوچه فرستنداری

شماره تماس: ۵۶۳۵۴۶۵۱

هرگونه تکثیر این اثر از طریق ارسال یا بارگذاری فایل الکترونیکی، یا چاپ و نشر کاغذی آن بدون مجوز ناشر، به هر شکل، اعم از فایل، سی دی، افست، ریسوگراف فتوکپی، زیراکس یا وسایل مشابه، به صورت متن کامل یا صفحاتی از آن، تحت هر نام اعم از کتاب، راهنما، جزوه، یا وسیله کمک آموزشی، در فضای واقعی یا مجازی، و همچنین توزیع، فروش، عرضه یا ارسال انری که بدون مجوز ناشر تولید شده، موجب پیگرد قانونی است.

فهرست مطالب



۹		سرآغاز
۱۳		تاریخچه ی گردشگری
۱۴		مفهوم گردشگر
۱۷		انواع گردشگری
۲۱		ارکان گردشگری
۲۹		عناصر گردشگری
۳۳		سیر تکاملی گردشگری
۳۷		دیدگاه های توسعه ی گردشگری
۴۱		گردشگری پایدار
۴۳		اهداف، ویژگی ها و اصول گردشگری پایدار
۴۵		فرایند برنامه ریزی گردشگری پایدار
۴۶		توسعه گردشگری پایدار
۴۷		دست آوردهای گردشگری
۵۳		مدیریت ریسک در توسعه گردشگری
۵۵		اثرات انواع ریسک بر توسعه گردشگری
۵۷		برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری
۵۸		نقش دولت در توسعه گردشگری پایدار

- نقش بخش خصوصی در توسعه ی گردشگری پایدار ۶۱
- نقش گردشگران در توسعه گردشگری پایدار ۶۱
- راهبردهای توسعه گردشگری ۶۲
- راهکارهای توسعه گردشگری ۶۳
- امکان سنتجی گردشگری ۶۶
- گردشگری شهری ۷۱**
- جایگاه گردشگری شهری ۷۲
- ویژگی های گردشگری شهری ۷۳
- تجربه گردشگری شهری ۷۴
- توسعه پایدار گردشگری شهری ۷۵
- مبانی برنامه ریزی و مدیریت گردشگری شهری ۷۷
- ارتباط برنامه ریزی شهری و گردشگری ۸۰
- اهداف و راهبردهای کلان توسعه گردشگری شهری ۸۲
- کارکردهای فراغت و گردشگری در شهرنشینی ۸۴
- جایگاه گردشگری در دوران فراغت ۸۵
- جغرافیای فراغت و گذران اوقات فراغت در فضای شهر ۸۷
- مقاصد گردشگری ۹۵**
- توسعه مقاصد گردشگری ۹۷
- چرخه حیات مقصد گردشگری ۹۸
- منابع و جاذبه های گردشگری شهری در ایران ۱۰۵**
- امکانات و محدودیت های توسعه گردشگری شهری در ایران ۱۰۷
- نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهری در ایران ۱۰۹
- نقش شهرداری ها در تأمین گذران فراغت و گردشگری ۱۰۹
- وظایف شهرداری ها در تأمین زیرساخت های گردشگری شهری ۱۱۰
- منابع و مآخذ ۱۱۱**

سرآغاز



آفرینش گر جهان هستی با قلم صُنع خویش جهان هستی را به رشته‌ی تحریر درآورد و با طبایع متضاد بر زیبایی و شکوه آن بیافزود و برای نشان دادن جمال و جلال خود انسان را به سیر و مطالعه در این دنیای گیتی امر فرمود «سیرُوا فی الْأَرْضِ» و چه بسا برای شناخت تجربی معبود خویش تنها راه مطالعه در زندگی طبیعت و سیر در جهان هستی است.

از این رو سیر و سیاحت به صورت یک باور دینی در نهاد بشر به ودیعت نهاده شده است و گردشگری امری نهادینه و همگانی، چون حصر زمان و مکان و نسل و ... است.

چه بسا اهمیت فراوانی در زندگی علمی، اجتماعی و اقتصادی بشر دارد. اگرچه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در جهان در سال حاضر در اقتصاد بسیاری از کشورها از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. در دهه‌های 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 به نامهریزان را بر آن داشته تا جهت افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به قولی 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 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 زیست‌محیطی 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 راجع به انسانی برخوردار بوده و همین موضوع اهمیت امکان‌سنجی گردشگری و محاسبه آن، طرح‌های مطالعاتی و همچنین طرح‌های فرادست این نقاط دوچندان می‌نماید. اما نکته‌ای که در این فابل ذکر است بی‌توجهی طرح‌های فرادست و کلان از قبیل طرح‌های جامع، هادی و تفصیلی آن‌ها، نقاط به مواردی از قبیل اهمیت درون‌دادها و پیش‌بینی برون‌دادهای گردشگری و تأثیرات فغنیه گردشگران بر محیط این گونه مقاصد، نحوه افزایش میزان رضایت گردشگران از تجربه گردشگری، افزایش حداکثر کارایی گردشگری منطبق با خواسته‌های اهالی و ساکنان بومی بوده و در به این گونه طرح‌ها به توسعه کالبدی این شهرها است. بایستی توجه داشت که در این نقاط نه‌تنها گردشگری در راستای اهداف و برنامه‌های توسعه پایدار حرکت ننماید شکلی از توسعه بی‌هدف 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 اشتغال‌زاترین صنعت جهان باشد زیرا قادر است در کوتاه‌ترین زمان، نیروی کار ساده را با آموزش‌های کوتاه و میان مدت وارد بازار کار نماید (منشی زاده، ۱۳۸۴، ۲۷) به عقیده سازمان جهانی گردشگری WTO و انجمن جهانگردی و گردشگری جهانی (WTTC) گردشگری نقش حیاتی را در اقتصاد

جهانی دارد و بزرگترین صنعت محسوب می‌شود (Sugiyarto, 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 متأثر 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 فروشنده‌گان 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.

در پایان مقدمه بایستی یادآور شد که «حسنی» شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب شهری و مدیریت عادلانه و مدبرانه آن‌هاست این عامل تأثیر مهمی در شکل‌گیری تصویری ذهنی مقصد گردشگری رای گردشگران دارد و دومین شرط برای تضمین موفقیت توسعه گردشگری، آمایش جاذبه‌های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دست رسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان می‌سازد (دیناری، ۱۳۸۴).