

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گردشگری

و

توسعه اقتصادی بافت قدیم

سرشناسه	: واجب منفرد، مریم، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: گردشگری و توسعه اقتصادی بافت قدیم / مریم واجب منفرد.
مشخصات نشر	: شیراز: گنج علم، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۳ص.: مصور (رنگی) ، جدول (بخشی رنگی).
شابک	: ۹۰۰۰۰ ریال 2-9-97708-600-978 :
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: گردشگری
موضوع	: Tourism
موضوع	: گردشگری -- ایران
موضوع	: Tourism -- Iran
موضوع	: گردشگری -- جنبه های اقتصادی
موضوع	: Tourism -- Economic aspects
موضوع	: نوسازی شهری
موضوع	: Urban renewal
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶ ۱۷/آ۱/G۱۵۵
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۷۹۰۵۵

گردشگری و توسعه اقتصادی بافت قدیم

مریم واجب منفرد



نام کتاب: گردشگری و توسعه اقتصادی بافت قدیم
ناشر: گنج علم
چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶
ویراستار: سعید طاووسی
صفحه آرا: گلنوش بروسان
طراح جلد: مریم مظفری
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۷۰۸-۹-۲
ISBN: 978-600-97708-9-2
قیمت: ۹۰۰۰ تومان

/////////
آدرس: شیراز- پارامونت، ابتدای خ قصر دشت، کوچه ۱، پلاک ۱
انتشارات گنج علم

تلفن: ۰۷۱۳۲۳۰۴۰۱۷

آدرس سایت: www.gpub.ir

ایمیل: Ganjelmpub@gmail.com

«کلیه ی حقوق چاپ و نشر محفوظ و متعلق به ناشر است.»

این اثر، مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است.
هر کسی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مولف (ناشر) نشر یا پخش و
عرضه کند، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست فصول و مندرجات آنها

فصل اول

سیری در مفهوم گردشگری

۱	تعریف گردشگر و گردشگری
۵	تاریخچه گردشگری
۷	گردشگری در جهان امروز
۸	انگیزه‌های گردشگری
۱۰	شناخت گونه‌های گردشگری
۱۲	انواع رویکردهای گردشگری
۱۳	آگاهی از آثار فرهنگی، اجتماعی صنعت گردشگری
۱۴	آگاهی از آثار زیست محیطی صنعت گردشگری
۱۴	آگاهی از آثار اقتصادی صنعت گردشگری
۱۵	عوامل موثر بر گسترش صنعت گردشگری
۱۵	آینده صنعت گردشگری

فصل دوم

گردشگری در ایران

۱۹	پیشینه گردشگری در ایران قبل از اسلام
۲۰	پیشینه گردشگری در ایران پس از اسلام
۲۳	صنعت گردشگری ایران قبل از انقلاب
۲۴	صنعت گردشگری ایران پس از انقلاب
۲۶	سیاست‌گذاری اقتصادی و توسعه صنعت توریسم در ایران
۲۹	شناسایی فرصت‌های پنهان گردشگری در ایران و اثرات آن بر جامعه
۳۰	ضرورت‌های توسعه گردشگری مذهبی در ایران
۳۳	راهکارهای توسعه گردشگری در ایران

فصل سوم

گردشگری مولفه موثر بر توسعه اقتصادی

۳۷	تعریف اقتصاد
۳۸	توسعه اقتصادی

۳۹ پیامدهای توسعه اقتصادی
۴۰ شاخص‌های توسعه اقتصادی
۴۱ مزایای اقتصادی صنعت گردشگری
۴۲ تعریف برخی مفاهیم اقتصادی گردشگری
۴۳ تاثیر گردشگری بر متغیرهای کلان اقتصادی
۴۵ تعامل ارگان‌ها در ساختار اقتصادی کشور
۴۷ عوامل موثر در توسعه اقتصادی صنعت گردشگری

فصل چهارم

تامین و توسعه اقتصادی بافت‌های قدیم

۵۱ تعریف و شاخص‌های شناسایی بافت‌های فرسوده
۵۲ انواع بافت‌های فرسوده
۵۳ دیدگاه‌های مداخله در بافت‌های فرسوده شهری
۵۵ انواع شیوه‌های مداخله در بافت
۵۷ اقتصاد بافت‌های قدیم
۵۸ بازسازی بافت قدیمی و توسعه اقتصادی
۶۰ مولفه‌های تامین و توسعه اقتصادی بافت‌های قدیم
۶۲ رابطه صنعت گردشگری و توسعه اقتصادی بافت قدیم
۶۴ فضاهای گردشگری شهری در شهرهای معاصر
۶۶ مرمت شهری
۶۹ راهکارهای مرمت شهری
۷۲ فضاهای میان‌افزا
۷۳ خصوصیات بناهای میان‌افزا
۷۳ نمونه موردی
۷۴ بخش اول: نمونه موردی خارجی
۷۷ کشور شهر واتیکان
۷۹ بخش دوم: نمونه موردی داخلی
۸۵ پیوست: مروری بر وضعیت گردشگری در شیراز
۱۰۵ منابع

فصل اول

سیری در مفهوم گردشگری

تعریف گردشگر و گردشگری (سیاحت، جهانگردی، توریسم)

توریسم که واژه‌ای است فرانسوی، از ریشه "تور" از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته‌است. از نظر لغوی، از کلمه "tour" از واژه لاتین "tomare" و واژه یونانی "tornas" مشتق شده که به معنی "چرخ" یا "دایره" و یا "حرکت به دور یک نقطه مرکزی یا یک محور"، حرکت دورانی (چرخش)، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن، گردش نمودن، استفاده می‌شده است. ویژگی اصلی چنین حرکتی بازگشت به نقطه آغازین حرکت است. بنابراین واژه "tour" بر یک سفر رفت و برگشتی دلالت دارد (محمودی میمند و امیرمقدمی، ۱۳۹۰).

سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با توجه به تمامی تعاریف گردشگری که تا قبل از سال ۱۹۹۴ ارائه شده بودند در سال ۱۹۹۵ یک تعریف نهایی از گردشگری منتشر کرد: «مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر

یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی‌شود». براین اساس کسانی که شامل این تعریف می‌شوند نیز گردشگر نامیده می‌شوند. علی‌رغم تعاریف زیادی که از واژه توریست ارائه گردیده است، هیچ‌گونه تعریف مورد اتفاقی وجود ندارد. هرچند که در مجموع بیشترین تاکید بر مولفه بازدیدکنندگی مبتنی است و عموماً گردشگری به عنوان میهمان نوازی تجاری در نظر گرفته می‌شود که نوع تجارتي شده‌ی مناسبات سنتی بین میزبان و میهمان است (قادری، ۱۳۹۲).

مدتی است که به کار بردن واژه‌ی «گردشگری» در گفته‌ها و نوشته‌ها متداول شده است، هر چند چنین واژه‌ای در فرهنگ‌های دهخدا، معین و... نیامده است. 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. جهانگردی واژه‌ای است فارسی به مفهوم جهان‌گردنده و آنکه در اقطار عالم بسیار سفر کند. جهانگردی ظاهراً معادل سیاحت (عربی) و توریسم (فرانسه) است. "سیاحت" در عربی به معنای زیاد سفر کردن است و سیاحت یا معادل فارسی آن، جهانگرد، کسی است که زیاد سفر می‌کند. اما در زبان رایج فارسی، از نظر کمی، تفاوتی میان جهانگردی و مسافرت یا سفر وجود دارد. یعنی اغلب فارسی‌زبانان جهانگردی را مترادف با زیاد سفر کردن می‌دانند، در حالی که واژه‌های "سفر و مسافرت" به سفرهای کوتاه‌مدت دور یا نزدیک نیز مربوط می‌شود. با وجود اینکه در زبان فارسی گفتاری و نوشتاری استفاده از واژه‌های "جهانگردی و جهانگرد" به جای سفر و مسافرت و مسافر مرسوم است، به کار بردن واژه‌های مزبور در گفتگوی میان مردم چندان نیست و بیشتر

مردم ترجیح می‌دهند واژه‌های مسافرت، سفر و مسافر را به کار برند (یاراحمدی خراسانی، ۱۳۸۸).

هرچند واژه‌های سفر، مسافرت و مسافر ریشه‌ی عربی دارند، اما نسبت به واژه‌ی جهانگردی رایج‌تر هستند و بار معنایی بیشتری دارند. مفاهیم سفر عبارت هستند از: "بقیه‌ی سپیدی روز بعد از فرو شدن آفتاب و سپیدی صبح، صلح کردن میان دو قوم و میانجی‌گری و بیرون شدن از شهر خود و به محلی دیگر رفتن؛ قطع مسافرت؛ راهی که بیمایند از محلی به محل دور؛ توجه دل به سوی حق تعالی". شاید دلیل اینکه سفر به معنای سپیدی صبح آمده است این باشد که سپیدی به مفهوم روشنی و درخشانی است و در طی سفر است که بسیاری از ناشناخته‌های ذهن آدمی (تاریکی‌ها، مجهولات) درباره‌ی نواحی، سرزمین‌ها، طبیعت، مردم و... شناخته می‌شود. وانگهی، سفر، نیکی‌ها و بدی‌های نهاد آدمی را روشن می‌سازد.

تعریف دیگر از گردشگری را مورکن روت ارائه کرده است. او در این تعریف بیشتر به نقش مصرف‌کنندگی گردشگر تکیه می‌کند. به رغم روت، گردشگری عبارت است از مسافرت اشخاصی که به طور موقت از محل سکونت خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی، فرهنگی و شخصی خود را به شکل مصرف‌کننده کالاها و خدمات اقتصادی و فرهنگی برآورده کنند. معمولاً در تعاریف فنی گردشگری، سه عنصر اساسی مدنظر قرار می‌گیرد که عبارتند از:

۱. هدف سفر مانند تجارت، دیدار با دوستان و آشنایان یا اهداف دیگر
۲. بعد زمانی سفر که بیانگر حداقل و حداکثر زمان اقامت فرد در مقصد است.

۳. موقعیت‌هایی که مسافران ممکن است گردشگر محسوب شوند یا خیر، مانند مسافران عبوری و گردشگران که اقامتشان در مقصد کمتر از ۲۴ ساعت به طول انجامد.

طبق تعریف سازمان بین‌المللی جهانگردی، جهانگرد به فردی گفته می‌شود که برای مدتی از محل سکونت خود خارج شود و با هدف تفریح، تجارت یا... در مکانی دیگر اقامت کند.

در مجموع می‌توان گفت که گردشگری شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و مهمان را نیز در بر می‌گیرد. به طور کلی می‌توان هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحتگر اتفاق می‌افتد را گردشگری تلقی کرد. این مراحل متوالی نقطه آغاز خوبی برای تحلیل فعالیت گردشگری هستند و دیدگاه روشنی را درباره چگونگی و دلایل انجام سفر و نقطه نظرهای افراد درباره عوامل با ارزش هر سفر و همچنین نکات مهمی را درباره توانایی یک مقصد در جلب دوباره گردشگر پیش روی قرار دهد.

برخی از صاحب‌نظران، گردشگری را در قالب یک شبکه مبدا - مقصد مورد بررسی قرار داده‌اند. برای مثال تعریفی از پیرس در رابطه با گردشگری را در آمده است: گردشگری فعالیتی چند جانبه بوده و از آنجا که در مراحل مختلف آن از مبدا تا مقصد، خدمات گوناگونی درخواست و عرضه می‌شود از لحاظ جغرافیایی نیز پیچیده است. علاوه بر این احتمالاً در کشور یا منطقه‌ای تعداد زیادی مبدا یا مقصد وجود دارد که اغلب آنها دارای هر دو خصوصیت حرکت (مبدا) و پذیرش (مقصد) هستند (پیرس، ۱۹۸۹).

پس بطور خلاصه چنین می‌توان بیان کرد که، توریست به عنوان مسافر تفریحی در نظر گرفته شده، هر چند که در سال‌های اخیر شامل هر گونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار و زندگی خود خارج شود.

دکتر پ. برنکر عضو انستیتوی بررسی جهانگردی وین، در تعریفی از توریسم عنوان می‌دارد: هنگامی که تعدادی از افراد یک کشور به طور موقت محل اقامت خویش را ترک نموده و به منظور گذران ایام تعطیل، بازدید از آثار تاریخی، شرکت در مسابقات و کنفرانس‌ها، دیدن اقدام و خویشان، از نقطه‌ای به نقطه دیگر بروند، جهانگردی آغاز می‌گردد. بنابراین، عامل توریستی یا جهانگردی کسی است که عمل جهانگردی را انجام می‌دهد و به سه دسته تقسیم می‌شود (تاجیک، ۱۳۹۰):

- ✓ توریستهایی که از خارج وارد کشور می‌شوند.
- ✓ توریستهایی که از کشور خود به کشور دیگر مسافرت می‌کنند.
- ✓ توریستهایی که مقیم کشور خود هستند و در داخل کشورشان مسافرت می‌کنند.

تاریخچه گردشگری

واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. از زمانی که مردم توانایی مالی بیشتری پیدا کردند و عمرشان طولانی‌تر شد، این امر ممکن شد. قدیمی‌ترین اشکال رایج گردشگری در اروپا، مسافرت‌های اشراف و شاهزاده‌های جوان به نقاط مختلف برای آشنایی با شیوه‌های مختلف حکومت و زندگی مردم بود. در قرون وسطی نیز سفرهای دور و دراز همچنان در انحصار بازرگانان و دریانوردان بود.

تجار آسیایی و اروپایی برای رسیدن به چین و آفریقا از دریا و خشکی رهسپار مقصد می‌شدند و پس از عرضه‌ی کالاهای خود اجناس محل را می‌خریدند و به سرزمین دیگر می‌رفتند.

مسافرت دیگری که به خصوص در قرون وسطی رونق داشت، سفرهای زیارتی بود، بدین ترتیب که پیروان ادیان مختلف، غالباً پیاده و گاه سوار، به مراکز زیارتی خود سفر می‌کردند.

زائران کلیسای اعظم کانتربوری در انگلستان مسافرت خود را مسافرتی مذهبی دانسته و آن را تجربه‌ای در روز تعطیل خود تلقی می‌کردند. زائران فعالیت‌هایی را آغاز کردند که هنوز هم آن‌ها را می‌توان مشاهده کرد، مثلاً سوغاتی آوردن از سفر، باز کردن حساب‌های اعتباری در بانک‌های خارجی (که در قرون وسطی شبکه‌های بین‌المللی یهودیان و لمباردها مؤسس آن بودند) و استفاده از اشکال مختلف حمل و نقل (مانند استفاده زائران مقبره سانتیاگو و کومپستلا از کشتی‌های شراب انگلیسی در قرون وسطی که شراب را به بندر ویگو اسپانیا منتقل می‌کردند).

هنوز زائران در صنعت گردشگری جایگاه مهمی دارند. البته اشکال سکولار آن نیز شکل گرفته‌اند که می‌توان از بازدید از مقبره جیم موریسون در گورستان پرلاشز نام برد. در طی قرن شانزدهم در انگلستان برگزاری تورهای بزرگ تفریحی کاملاً مرسوم بود. پسران نجیب‌زادگان و اشراف را برای کسب تجربه به تورهای دور اروپا اعزام می‌کردند. قرن هیجدهم عصر طلایی تورهای بزرگ بود. از سده چهارده تا هفده، بیشتر مسافرت‌ها با هدف کسب دانش و تجربه انجام می‌شد.

انقلاب صنعتی، که از سال ۱۷۵۰ تا ۱۸۵۰ به طول انجامید پایه گردش‌های دسته جمعی را به وجود آورد. انقلاب صنعتی همچنین موجب پدید آمدن ماشین‌ها، قطار و کشتی‌هایی شد که با نیروی بخار کار می‌کردند و می‌توانستند افراد را به نقاط دور و با سرعت بالا برسانند.

اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقمند هستند. ثروتمندان معمولاً به مناطق دوردست و اقصی نقاط جهان

سفر کرده‌اند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یک منظور خاص تا شاهکارهای هنری را ببینند، زبان‌های جدید بیاموزند، با فرهنگ‌های جدید آشنا شوند و یا با غذاهای دیگر کشورها آشنا شوند.

گردشگری در جهان امروز

جهان امروز تحولات و تغییرات سریع و گسترده‌ای در تمام ابعاد خود انجام داده است. گردشگری پدیده قرن بیستم است و نه تنها نمی‌توان آن را نادیده گرفت؛ بلکه باید به عنوان پدیده‌ای که وجود دارد (خوب یا بد) به آن نگرست. از جنبه دینی نیز باید گفت که در اسلام، مانند ادیان دیگر، بر اهمیت سیر و سیاحت تاکید ویژه‌ای شده است.

شاید قرآن مجید نخستین کتابی باشد که اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری را به وضوح و تفصیل به مردم نشان داده و از آنها خواسته است تا در زمین بگردند و در آثار بر جای مانده از گذشتگان بی‌اندیشند و از سرگذشتگان پند بگیرند.

صنعت گردشگری در جهان، توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این راه توانسته‌اند وضعیت خود را بهبود ببخشند و از مشکلاتی مانند بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی خویش بکاهد صنعت جهانگردی بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغالزایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند.

صنعت گردشگری سازمان‌یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است و به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی می‌نامند. بطور مثال میدان تایمز در نیویورک، پر بازدیدکننده‌ترین نقطه جهان با ۳۵ میلیون بازدیدکننده در سال است.