



# نقش مدیریت شهری

## در توسعه پایدار

دکتر محمود مهدی نژاد

عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان

دکتر رضامختاری ملک آبادی

دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری

در پایان راهکارها و پیشنهادهایی جهت توسعه این صنعت ارائه گردد که امیدواریم زمینه ساز تحقیقات بعدی قرار گیرد.

### تعاریف و کلیات مدیریت شهری

مدیریت مطلوب شهر به معنای بررسی مشکلات برنامه ریزی، نظارت بر هماهنگی بخشهای مختلف و چگونگی امکان تأمین و اجرای طرحها و نیازهای عمومی مردم می باشد که قبل از تولد تا هنگام مرگ با آن سروکار دارند. به عبارت دیگر مدیریت باید بر کلیه جهات اجرایی که افراد یک شهر با آن در تماس هستند نظارت داشته باشد و در جهت اجرای صحیح امور و دفع مشکلات و تأمین نیازها اقدام کند. (رجاء، ۱۳۷۰، ص ۱۰۸)

با وجود تنوع مفهومی مدیریت شهری - که ریشه در تنوع نگرشهای موجود به این موضوع دارد - می توان تأکید بر جامعیت عام تعاریف ارائه شده در رویکردهای جدید را استنتاج و معرفی کرد. در این مفهوم مدیریت شهری باید تمام سیستمهای شهری اعم از فضای کالبدی و عملکردی آن را پوشش دهد. این مفهوم آنچنان پیچیده است که به هیچ وجه نمی توان شهرداری با وظایف کنونی اش را معادل مدیریت شهری دانست. به این ترتیب همه بخشها و نهادهای مسئول اداره امور مختلف شهر اعم از فرهنگی، اجتماعی، آموزش و پرورش، اوقات فراغت، بهداشت عمومی، توسعه کالبدی، امنیت و نظم محلی، زیرساختها و تجهیزات شهری و... تحت پوشش سیستم مدیریت شهری قرار می گیرند. (کاسمیان، ۱۳۷۸،

### چکیده

امروزه صنعت گردشگری پایدار در بسیاری از کشورها به منزله نمادی از هویت فرهنگی و یکی از منابع مهم کسب درآمد است. این صنعت آنچنان در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده اند.

در این راستا با گسترش مراکز شهری و رشد پدیده شهرنشینی، اشتیاق به سیاحت و سیروسفر افزون شده، به طوری که مشتاقان این امر با عنوان "گردشگر" در اقصی نقاط کره زمین امر گذراندن اوقات فراغت را تکامل بخشیده اند. بدین لحاظ توجه به ماهیت گردشگری و پیامدهای ناشی از آن، لزوم تحقیق و مطالعه را در این موضوع بر مجامع علمی جهان آشکار کرده است.

اما یکی از موضوعات اساسی و قابل توجه در زمینه توسعه صنعت توریسم در شهرها به بحث مدیریت شهری مربوط می گردد. به عبارت دیگر می توان گفت مدیران و مسئولین شهری نقشی بسیار قابل توجه در ساماندهی و مدیریت این صنعت در شهرها و نقاط پیرامونی ایفا می کنند. بویژه برای کشوری مانند ایران که با داشتن گنجینه های متنوع مذهبی، فرهنگی، هنری و طبیعی در شهرها تاکنون نتوانسته با فائق آمدن بر مشکلات و موانع سدره صنعت گردشگری به جایگاه شایسته ای در جهان دست یابد.

در این مقاله سعی شده که با یک دید جامع نگری جغرافیایی به رابطه و تعامل بین مدیریت شهری و توسعه صنعت گردشگری پرداخته شود و

ص ۱۲) اما با این اوصاف در ایران و بسیاری دیگر از کشورها هنوز هم شهرداری و معاونت‌های وابسته به آن بعنوان مهمترین نهاد اجرایی در امر مدیریت و برنامه ریزی فضاهای شهری محسوب گردیده و از اهمیت قابل توجهی برخوردار می‌باشد. در اینجا بدینست که نگاهی به فلسفه تشکیل شهرداری نیز داشته باشیم.

## شهرداری

در تعریف شهرداری می‌توان گفت شهرداری سازمانی است که سکنه یک شهر، با استفاده از حقوق طبیعی خود و اختیاری که قانون به آنها اعطا نموده است، به منظور ایجاد و اداره کردن تأسیسات عمومی، و وضع و اجرای نظام شهری، و تأمین نیازمندیهای مشترک محلی بوجود می‌آورند، و به آن اختیار و نمایندگی می‌دهند، تا هزینه خدماتی را که بعهده آن واگذار گردیده است با اسلوبی منطقی و عادلانه بین سکنه شهر و استفاده کنندگان توزیع و سرشکن نموده و از آنها وصول کند.

درحقیقت می‌توان گفت در هر شهر، شهرداری اصلی‌ترین نهادی است که مدیریت شهر را بعهده دارد. شهرداری بخشی از وظایف و مسئولیت‌هایش را به حسب تجویز احکام قانونی رأساً انجام می‌دهد و بخشی دیگر را با همکاری مراجع خاص به انجام می‌رساند.

از طرف دیگر می‌توان شهرداری را یک شرکت یا سازمان تعاونی فرض کرد که مردم یک شهر عموماً سهامداران قهری آن می‌باشند. سهامداران از میان خود عده‌ای را به عنوان نماینده خود در شورای شهر (همانند هیأت مدیره شرکت تعاونی) انتخاب نموده و اداره امور شهر را به آنها می‌سپارند. بنابراین مردم یک شهر دارای سلسله نیازهای مشترکی هستند که هر یک به تنهایی قادر نیستند آنها را منفرداً برای خود تأمین کنند و اگر هم قادر باشند بعضی از آنها را منفرداً و بدون مشارکت دیگران تأمین نمایند، حداقل اشکالی که دارد این است که هزینه تأمین انفرادی آنها بسیار سنگین بوده از عهده همه کس ساخته نیست و گاهی ممکن است مرغوبیت و مطلوبیت کافی نیز نداشته باشد. (هاشمی، ۱۳۷۱، ص ۶)

## تعریف توریسم

در فرهنگ فارسی، توریست به "سیاح" و "جهانگرد" ترجمه شده و به مفهوم "کسی که در کشورها و شهرها بگردد و سیاحت کند" معنا شده و در زبان فارسی، کلمه جهانگردی به معنای توریسم می‌باشد.

به طور خلاصه می‌توان گفت که کلمه توریسم Tourism از دو جزء یعنی از Tour و Ism تشکیل شده است. Tour به معنای «سفر، مسافرت کردن و سیاحت» و Ism به معنای اصول، اصالت و مکتب است. پس با این تفسیر، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و سفر است و توریست کسی است که به مسافرت، سیاحت و جهانگردی می‌پردازد.

(شفیعی، ۱۳۷۵، ص ۲۱ و ۲۲)

در کتب و منابعی که به فارسی و لاتین در زمینه گردشگری به رشته تحریر درآمده و یا ترجمه شده است، از گردشگری تعاریف متعددی به

عمل آمده که لازم است به بعضی از آنها اشاره‌ای داشته باشیم:

«جهانگردی به سفری موقتی و کوتاه اطلاق شده که ضمن آن جهانگرد به منطقه‌ای خارج از محل سکونت و کار خود به منظور سیروسیاحت مسافرت می‌کند. مسافرت با ویژگیهای فوق الذکر و تسهیلات و خدماتی که این سفر و سیاحت را عملی می‌سازد، موضوع تعریف دیگری در کتاب جهانگردی است.» (الوانی، ۱۳۷۳، ص ۱۱۵)

جهانگردی در فرهنگ جغرافیایی بدین گونه تعریف شده است:

«جهانگردی ترک موقت محل دائمی زندگی است به قصد دیدار از مکانی دیگر بدون اشتغال به کار یا کسب درآمد از هر نوع و به هر طریق، مشروط بر آنکه اقامت در محل جدید از یک شبانه روز درگذرد.»

(Johnston Rjetal, 1988, p.34)

به طور کلی می‌توان گفت جهانگردی به مجموعه مسافرت‌هایی اطلاق می‌شود که طی آن یک مسافر محل زندگی خود را با انگیزه‌های مختلف ترک گفته و در مقصد سفر خود هیچ گونه فعالیت شغلی و یا سکونت دائم نداشته باشد. بنابراین جهانگردی یک مسافرت موقت و محدود به زمان است. دوقید اصلی در تعریف جهانگردی یعنی نداشتن سکونت دائم و اشتغال دائم در مقصد از جمله مهمترین ضوابط تعریف جهانگردی به شمار می‌روند. (رضوانی، ۱۳۷۴، ص ۱۰)

## جایگاه جهانگردی در توسعه شهری و منطقه ای

عمران شهری و منطقه‌ای، از جمله مسائلی است که بیش از هر چیز، ذهن برنامه ریزان را به خود مشغول داشته است. منطقه‌ای کردن توسعه، به معنای تلفیق برنامه‌های عمرانی با مناطق مختلف کشور و جلوگیری از رشد بی‌رویه یک یا دو مرکز شهری و صنعتی می‌باشد. بنابراین ارزشمند کردن منابع در این راه در هر منطقه الزامی است. به وجود آوردن قطبهای جهانگردی در مناطقی که دارای منابع کافی باشند، کمک بزرگی به توسعه شهرها و مناطق پیرامونی می‌کند. درحقیقت بواسطه ارزشمند کردن توانهای گردشگری، در مناطقی که از نظر اقتصادی درحال رکود هستند، با ایجاد مشاغل جدید و منابع تکمیلی و ثانوی درآمد، این امکان بوجود خواهد آمد که بتوان به آستانه‌های یک توسعه پایدار شهری نزدیک شد.

امروزه جهانگردی در سطح بین‌المللی توسعه فراوانی یافته و یکی از ارکان مهم اقتصادی کشورهای جهان را تشکیل می‌دهد. از دیدگاه اقتصاددانان، جهانگردی بین‌المللی، عاملی است که موجب انتقال بخشی از قدرت خرید مردم کشورهای مرفه به دیگر نقاط جهان می‌گردد و به لحاظ دارا بودن قابلیت تحرک در تولید و توزیع و ایجاد خدمات گوناگون و نیز کمک به سرعت گردش پول و بالاخره ایجاد اشتغال، یکی از مهمترین منابع تولید کشورها به شمار رفته و منبعی است که از آن می‌توان به سود اقتصاد ملی کشور میزبان گردشگر بهره گرفت. (مختاری، ۱۳۸۲، ص ۳۵)

برای مثال، گردشگرانی که در سال ۱۹۹۲، از آثار تاریخی یونان، دیدن کرده‌اند، بالغ بر ده میلیون نفر بوده‌اند (به اندازه جمعیت کشور یونان) که این گردشگران فراتر از ۵ میلیارد دلار درآمد ارزی برای این کشور به ارمغان

آورده‌اند. یا جزیره قبرس، که حدود ۳۵ درصد درآمدهای ارزی خود را از طریق توریسم تأمین می‌کند. (روزنامه همشهری، ۱۳۷۲، ص ۵)

بدین طریق می‌بینیم که جابجایی گردشگران در جهان چگونه با ایجاد درآمدهای هنگفت و درکنار آنها با ایجاد مشاغل جدید در نواحی شهری و روستایی جاذب گردشگری که عمده نواحی غیرصنعتی هستند اقتصاد نواحی مختلف را شکل می‌دهند.

### گردشگری و توسعه پایدار شهری

چون جهانگردی سیر تکاملی می‌پیماید و در بسیاری از کشورهای جهان به صورت یک صنعت درمی‌آید، مسئله پایداری، دوام و پایداری مطرح می‌شود. اصطلاح جهانگردی پایدار<sup>(۱)</sup> که به تازگی به کار می‌رود دارای معانی و تفسیرهای متعدد است. مقصود از این اصطلاح بیان تواناییهای کشوری است که مقصد جهانگردان قرار می‌گیرد و باید آن کشور خود را در برابر رقیبان جدید و سرزمینهای دیگری که از جذابیت بیشتری برخوردارند حفظ کند. همچنین باید بتواند برای نخستین بار جهانگردانی را جذب و آنها را تشویق به بازدیدهای بعدی از آن مکان کند، از نظر فرهنگی منحصر به فرد باقی بماند و با عوامل زیست محیطی تعادل و توازن برقرار نماید. (پارسانیان و اعرابی، ۱۳۷۷، ص ۷۱)

در حالی که در طی دهه‌های توسعه، بسیاری از کشورها بدون توجه به اصول محیط زیست به بهره‌برداری شتابان از منابع طبیعی ادامه می‌دادند به تدریج، آثار زیست محیطی این گونه بهره‌برداریها نمایان گردید و حساسیت کارشناسان علوم زمین را برانگیخت. کنفرانسها و همایشهایی در این زمینه تشکیل گردید. در این زمینه می‌توان به کنفرانسهایی چون اجلاس فونیکس (۱۹۷۲) و کنفرانس محیط زیست و توسعه (۱۹۹۲) و... که بیشتر تأکید آنها به بهره‌برداری هماهنگ براساس اصول محیط زیست بوده است، اشاره کرد. (دلالی پور، ۱۳۷۶، ص ۲۹۹)

مفهوم توسعه پایدار در سال ۱۹۸۷ به طور رسمی در کمیسیون محیط زیست مطرح گردید. در سال ۱۹۸۰، IUCN در گزارش خود توسعه پایدار را چنین تعریف کرده: "توسعه و حفاظت از طبیعت، جستجو برای روشی از پیشرفت اقتصادی که رفاه نسلهای آینده را به خطر نیندازد". یا به عبارتی دیگر "بر آوردن نیازهای نسل حاضر، بدون به مخاطره انداختن توانایی نسلهای آینده در بر آوردن نیازهای خود".

بایستی متذکر شویم که: «توسعه پایدار بر سه اصل عمده: پایداری بوم شناختی، پایداری اجتماعی، فرهنگی و پایداری اقتصادی استوار است». پایداری بوم شناختی، تضمین کننده آن است که توسعه با حفظ فرایندهای اساسی زیست محیطی، تنوع و منابع گونه‌های زیستی سازگار باشد. (سنایی، ۱۳۷۴، ص ۱۳۴)

پایداری فرهنگی - اجتماعی تضمین می‌کند که توسعه با فرهنگ و ارزشهای مردمی که متأثر از آن هستند سازگار بوده و هویت جامعه را حفظ کند. پایداری اقتصادی تضمین می‌کند که توسعه واجد کارایی اقتصادی بوده

و منابع به ترتیبی اداره شوند که بتوانند پشتیبان نسلهای آینده باشند. «چون انسان به عنوان مرکز توجهات توسعه پایدار معرفی شده است». (لواسانی، ۱۳۷۴، ص ۱۱۴)

وبالآخره اینکه توسعه پایدار آن توسعه‌ای است که مبتنی بر حفظ محیط زیست بوده و حامل هراس از نابودی هویت فرهنگی نباشد. در کنفرانس جهانی حفاظت و توسعه در اتاوا چنین اعلام گردیده است که هدف توسعه پایدار شهری، دستیابی به موارد زیر می‌باشد:

- به هم پیوستگی حفاظت و توسعه
  - دستیابی به عدالت اجتماعی در سطوح شهری و منطقه ای
  - رفع نیازهای اساسی انسانهای ساکن شهرها
  - حفظ تمامیت اکولوژیکی
  - توجه به خودکفایی اقتصادی، اجتماعی و تنوع فرهنگی
- نتیجه اینکه توسعه پایدار صنعت گردشگری در شهرها، بایستی موارد فوق را مدنظر داشته باشد. به عبارتی، بایستی همراه با پایداری بوم شناختی، پایداری اجتماعی - فرهنگی و پایداری اقتصادی باشد و انسان و توجه به نیازهای نسل آینده را مرکز توجهات خودش قرار دهد.

### نقش سازمانها و نهادهای دولتی در توسعه صنعت گردشگری

به طور کلی، ساماندهی و مدیریت فضاهای گردشگری اعم از طبیعی و تاریخی، مستلزم مطالعات تفصیلی و تعیین اهداف و برنامه‌های توسعه منابع گردشگری است و ایجاد امکانات زیربنایی، اساسی برای دسترسی به منابع گردشگری و بازسازی و بهسازی آنها، همچنین تأسیسات و خدمات مربوط سرمایه بر، دراز مدت و دیربازده است. از آنجایی که توسعه بخشهای زیربنایی همواره به عهده بخش عمومی است و از طرفی دیگر در فقه اسلامی، منابع طبیعی و انسانی در شمار انفال بوده و در حکومت اسلامی دولت متولی منابع عمومی و بهره‌برداری از آنها در قلمرو صلاحیت او می‌باشد، در نتیجه دولت در توسعه گردشگری در کشور ایران نقش مهمی برعهده دارد.

بنابراین با توجه به مطالب فوق در کشور ایران، دولت نقش اساسی در سازماندهی و مدیریت صنعت گردشگری را برعهده دارد که در این بین شهرداری و مدیران شهرها به عنوان رابط میان دولت و شهروندان می‌توانند تأثیر بسیار مهمی در توسعه صنعت گردشگری و به تبع آن توسعه شهری ایفا نمایند.

### نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری

#### الف) نقش مدیریت شهری در آموزش جهانگردی و گسترش فرهنگ و ارتباطات

یکی دیگر از نگرشها به صنعت گردشگری، برخورد علمی و آموزشی از طرف سازمانهای ذیربط دولتی شهرها می‌باشد که در صورت توجه به دو امر آموزش و پژوهش و سپردن مدیریتها به افراد متخصص و کاردان، منجر به توسعه و گسترش این صنعت در مناطق شهری می‌شود و بالعکس هم

صادق می‌باشد.

بنابراین با توجه به مطالب بالا، شهرداری و سایر سازمانها و نهادهای فعال در امور شهر می‌توانند با ایجاد مراکز آموزش جهانگردی (به راه‌انداختن کلاسهای ویژه راهنمایان گردشگران و تبلیغات مناسب جهت بالابردن فرهنگ ساکنین شهرها) نقشی مؤثر در توسعه این صنعت ایفا نمایند. نقش شورای شهر به عنوان یک نهاد وابسته به دولت و در ارتباط مستقیم با مردم جهت حل و فصل مشکلات صنعت جهانگردی در این بین بسیار تعیین کننده است.

از طرف دیگر اگر فرهنگ راهم به منزله شیوه زندگی شامل عقاید، نگرشها، زبانها، عادات، نهادها و ساختارهای قدرت و هم دربرگیرنده عملکردهای فرهنگی، تفسیر شکلهای مختلف هنری، معماری، کالاهای تولید انبوه و... فرض نماییم نهادهای متولی امور شهری در بالابردن و ارتقاء سطح فرهنگی و هنری انسانهای ساکن شهرها می‌توانند نقش مهمی ایفا نمایند.

در جهان امروز که به آن عصر ارتباطات، اینترنت و اطلاعات لقب داده‌اند، رسیدن به توسعه اقتصادی، بدون توسعه اجتماعی، فرهنگی میسر نیست و تا آنجا پیش رفته که دکتر شکویی می‌گوید: «در مطالعات جغرافیایی، چشم‌اندازهای فرهنگی با ارزش‌ترین وسیله تحقیقاتی به شمار می‌آیند، زیرا این قبیل چشم‌اندازها می‌توانند مکانهای مختلف جغرافیایی را از یکدیگر کاملاً مشخص و متمایز سازند و نوع بهره‌برداری جوامع بشری را از محیطهای طبیعی هر چند در مقیاس محلی نشان دهند.» (شکویی، ۱۳۷۷، ص ۵۳)

امروزه در سطح جوامع، مجهز بودن به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی (سینما، کتاب و کتابخانه، تلویزیون، فرهنگسرا، مطبوعات، موزه و...) به معنای داشتن قدرت در جهت اعمال نفوذ بر اشخاص و فرهنگهای خودی و بیگانه است که شهرداری و سایر نهادهای شهری می‌توانند با راه‌اندازی سایتها و بروشورهای تبلیغاتی مناسب از یک طرف باعث بالارفتن سطح فرهنگ ساکنین شهرها شوند و از طرف دیگر باعث رونق و افزایش تعداد گردشگران سطح شهرها بشوند.

## ب) تشویق و کمک به بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری و بهبود زیرساختهای صنعت جهانگردی

یکی دیگر از نگرشها به این صنعت، برخورد اجرایی با آن می‌باشد که با اجرای سیاستهای بلندمدت و میان مدت و کوتاه مدت صحیح از یک طرف در مدت زمان کوتاهی بتوان به نتایج مطلوبی رسید و از طرف دیگر گسترش این صنعت در آینده با مشکل مواجه نشود.

لذا با توجه به این که در کشور ما کارهای زیربنایی گردشگری انجام نگرفته است و ایجاد امکانات و تجهیزات زیربنایی برای بهره‌برداری از منابع و جاذبه‌های گردشگری و بهسازی آنها، هم با کمبود سرمایه مواجه می‌باشد و حتی در صورت داشتن سرمایه بخش خصوصی به خاطر کم‌بازده بودن این بخش کمتر به سرمایه‌گذاری در این صنعت روی می‌آورند، لذا

دولت و مدیران شهری با سرمایه‌گذاری کلان و با انجام کارهای زیربنایی می‌تواند اولین قدم را در راه توسعه این صنعت بردارند و بعد از راه افتادن، زمینه جلب مشارکت بخش خصوصی را فراهم نموده و با سپردن امورکاری به بخش خصوصی و نظارت بخش دولتی، راه توسعه و گسترش این صنعت را در بخش فراهم نمایند.

## ج) تلاش مدیران شهرها در جهت گسترش خدمات زیربنایی و گسترش زیرساختها

این موضوع که توسعه و گسترش صنعت گردشگری تاحد زیادی به خدمات زیربنایی و عمرانی یک منطقه وابسته بوده و متکی به ایجاد تأسیسات زیربنایی گوناگون و سایر عوامل حمایت کننده از آن می‌باشد، برکسی پوشیده نیست. در همین رابطه، خدمات تسهیل کننده و گسترش دهنده صنعت گردشگری که در شهرهای مستعد وجود دارند، باید مورد ارزیابی قرارگیرد تا نقاط ضعف و قوت آن به خوبی روشن شود که در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ساماندهی شبکه‌های ارتباطی موجود در سطح شهرها و مناطق و استاندارد نمودن جاده‌های داخل و خارج شهری؛
- ساماندهی شبکه راههای ارتباطی که به مراکز تفریحی، گردشگری، زیارتی و تاریخی شهرها ختم می‌شوند؛
- بهبود ترمینالهای سطح شهرها، ایجاد سرویسهای ویژه حمل و نقل مسافر در نقاط پر تردد شهر؛
- احداث و توسعه خدمات بین راهی مانند: جایگاههای پمپ بنزین، تعمیرگاه ماشین، آپاراتی، تعویض روغن، رستوران، کافه و چایخانه، مراکز خرید، پارکها، احداث سرویسهای بهداشتی عمومی و...

## د) تلاش در جهت بهبود تأسیسات و تجهیزات گردشگری

توسعه و تنوع بخشیدن به تأسیسات پذیرایی و ارائه خدمات، تجهیزات و امکانات موردنیاز به رونق صنعت گردشگری در سطح شهرها کمک خواهد کرد. بدیهی است که کمبودهای موجود در این زمینه از فعالیتهای گردشگری می‌کاهد. بنابراین با اختصاص بودجه کافی در زمینه احداث و راه‌اندازی مراکز اقامتی، پذیرایی و تجهیزات گردشگری می‌توان علاوه بر رونق این صنعت در شهرها، به شکوفایی اقتصادی نیز دست یافت و اگر ما بتوانیم با ایجاد امکانات اقامتی، پذیرایی و خدماتی مناسب تعداد زیادی از گردشگران را وادار به اقامت طولانی مدت کنیم و مدت سفر آنها را افزایش دهیم درآمد هنگفتی نصیب شهرهای ما خواهد شد که خود از نشانه‌های توسعه مطلوب شهری است.

## ه) منطقه بندی، برنامه ریزی و استفاده بهینه زمین برای کاربریهای جهانگردی در سطح شهرها

در تمام طرحهای توسعه، مقررات مربوط به برنامه ریزی و منطقه‌بندی، اساسی هستند. برخی از نظریه پردازان برنامه ریزی شهری،

کاربرها را به ۸ کاربری اصلی به شرح زیر تقسیم می‌نمایند: ۱- مسکونی، ۲- تجاری، ۳- آموزشی، ۴- مراکز آموزش عالی و فنی حرفه‌ای، ۵- مذهبی، ۶- فرهنگی، ۷- جهانگردی و پذیرایی، ۸- درمانی.

برنامه ریزی کاربری زمین جهانگردی به شکلی اثربخش، نیازمند هماهنگی میان بخشهای مختلف است. بخشهای مختلف برای کسب فضایی بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند، پس گروهها و شرکتهای مختلف باید به منظور بهره برداری بهینه از مناطق مختلف مصالحه کنند. (زیاری، ۱۳۸۱، ص ۲۱)

در مورد کاربری زمین در بخش جهانگردی، سازمانهای متولی امور شهرها نباید اجازه دهند که جهانگردی افسارگسیخته و بدون برنامه، رشد و توسعه یابد. بویژه برنامه ریزی مصرف زمین ضروری و حیاتی است. این امر چارچوبی در مورد اینکه چه چیزی را کجا، به چه اندازه و به چه شکل و سبکی باید ساخت، ارائه می‌کند.

منطقه بندی جهانگردی می‌تواند نه تنها بر طراحی مناطق خاص و محلهای ویژه برای توسعه جهانگردی، بلکه بر نشان دادن حداکثر و حداقل بازدهی این محلها استوار شود. بنابراین باید در برنامه ریزی جهانگردی در درجه اول بر حفظ پایدار محیط زیست، استفاده بهینه از منابع و امکانات، جلوگیری از روند تخریب، احترام به قواعد و ضوابط ملی و همچنین بازده حداقل منابع تأکید کرد.

با رعایت مقررات منطقه بندی زمین و برنامه ریزی کاربری زمین، می‌توان جهانگردی را در سطح شهرها بصورت نظام یافته و هدفمند توسعه داد و از هدر رفتن سرمایه و امکانات موجود جلوگیری کرد. برنامه ریزی در این سطح، سیاستهای توسعه گردشگری، طرحهای مربوط به ساختار، معیارها و استانداردهای امکانات، عوامل نهادی و دیگر عناصر ضروری برای توسعه و مدیریت گردشگری را مدنظر قرار می‌دهد. از این رو در چارچوب برنامه ریزی شهری، تهیه برنامه‌های تفصیلی تر برای جاذبه‌های گردشگری، گردشگاهها، شهرها و روستاها و گسترش سایر اقسام گردشگری میسر است. این برنامه ریزی، می‌تواند موارد زیر را دربرگیرد:

○ تدوین اهداف و سیاستهای کلی توسعه گردشگری و اهدافی که توریسم درصدد تحقق آن است و چگونگی دستیابی به این اهداف؛  
○ گسترش گردشگری آن‌چنان که منابع طبیعی و فرهنگی آن برای آینده و استفاده جاری به طور نامحدود حفظ و نگهداری شده باشد؛

○ دخالت دادن گردشگری در سیاستها و الگوهای توسعه کشور یا منطقه و ایجاد ارتباط نزدیک بین گردشگری و دیگر بخشهای اقتصادی؛

○ تدارک مبنایی عقلانی برای تصمیم‌گیری درباره توسعه گردشگری از سوی بخشهای دولتی و خصوصی؛

○ فراهم آوردن امکانات توسعه هماهنگ تمامی عناصر بخش گردشگری.

این امر شامل برقراری ارتباط متقابل میان جاذبه‌های گردشگری، فعالیتهای امکانات، خدمات و بازارهای گردشگری است. این بازارها بسیارمتنوع و به نحو فزاینده‌ای تقسیم شده هستند؛

○ بهینه و متوازن سازی مزایای اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی

گردشگری که همراه با توزیع برابر این منافع به جامعه باشد و مشکلات اجتماعی گردشگری را به حداقل برساند.

○ تدوین خطوط راهنما و استانداردها(معیارها)یی برای تهیه برنامه‌های تفصیلی در زمینه‌های خاص توسعه گردشگری و برای طراحی مناسب امکانات گردشگری، به گونه‌ای که این خطوط راهنما و استانداردها با یکدیگر سازگار بوده و همدیگر را تقویت نمایند.

○ بنانهادن مبنایی برای اجرای مؤثر سیاستها و برنامه‌های توسعه صنعت گردشگری و مدیریت مستمر بخش گردشگری؛ این امر از طریق تدارک چارچوبهای ضروری سازمانی و دیگر چارچوبهای نهادی امکان‌پذیر می‌گردد.

○ تدارک چارچوبی برای هماهنگی مؤثر تلاشها و سرمایه‌گذاریهای بخشهای خصوصی و دولتی در زمینه توسعه گردشگری؛

○ پیشنهاد مبنایی برای کنترل پیوسته پیشرفت امر توسعه گردشگری و حفظ این روند توسعه.

### (و) اقدامات سازمانی و مدیریتی مدیران شهری

یکی از بزرگترین تنگناهایی که در مقوله توسعه گردشگری شهرهای ما مشهود است، به بحث عدم مدیریت و ناکارآمدی مدیران اجرایی برمی‌گردد. متأسفانه تفکر مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در بین بیشتر مسئولین اجرایی وجود ندارد. بنابراین در راستای گسترش صنعت گردشگری، جهت بهبود مدیریت سازمانی در شهرها، موارد زیر خلاصه وار پیشنهاد می‌گردد:

○ ایجاد یک پایگاه گردشگری مستقل از سایر سازمانها به نحوی که اعتبار مالی کافی در اختیار داشته باشد؛

○ ایجاد شورای سیاست گذاری صنعت گردشگری، متشکل از شهرداری، محیط زیست، سازمان مدیریت و برنامه ریزی، راه و ترابری، استانداری، میراث فرهنگی، اداره فرهنگ و ارشاداسلامی و... به نحوی که در اهداف و راهبردها با هماهنگی لازم اقدام نمایند؛

○ بکارگیری نیروهای متخصص امر گردشگری و مدیریت در نهادهای مرتبط؛

○ ایجاد این تفکر بین مسئولین، برنامه ریزان و دست اندرکاران صنعت گردشگری شهرها، که این صنعت می‌تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها برعهده گیرد.

### (ز) اقدامات تبلیغاتی و خدمات اطلاع رسانی جهانگردی

یکی از مهمترین عوامل ناشناخته ماندن و مهاجور ماندن جاذبه‌های شهرها، عدم تبلیغات مناسب و خدمات اطلاع رسانی ناکارآمد می‌باشد که در این مورد راهکارهای زیر پیشنهاد می‌گردد:

○ تهیه و راه‌اندازی سایت اینترنتی، ویژه معرفی جاذبه‌ها و مناطق گردشگری شهرها؛

○ تهیه نقشه و بروشور گردشگری مناطق دیدنی شهر، مطابق آخرین اطلاعات و جدیدترین آمارها؛

○ برگزاری مسابقات مختلف ورزشی، علمی و فرهنگی و...؛

○ کمک، یاری و احترام به گردشگران و برخورد شایسته با آنها که خود از بهترین اقدامات تبلیغاتی است.

## ح) ایجاد یک سازمان مستقل در شهرها جهت ساماندهی امور گردشگری

نگارنده معتقد است که با توجه به اینکه در شهرهای ما نهادهای متعددی در امر توریسم و گسترش این صنعت فعال هستند ولی با این وجود تمام این نهادها بصورت جداگانه و موازی هم حرکت می‌کنند و نه تنها باعث توسعه این صنعت نمی‌شوند بلکه تأثیرات منفی و مخربی نیز برجای می‌گذارند. بنابراین در این راستا پیشنهاد می‌شود که مدیران شهرها در زمینه تأسیس یک نهاد جداگانه در سطح شهرها که فقط به امور مربوط به توریسم رسیدگی نماید به اتفاق نظر دست یابند و با اطلاع رسانی مناسب و هوشمندانه جهانگردان را نیز از این مسئله آگاه نمایند که هر جهانگرد با ورود به شهر جدید بداند که باید جهت گذران امور خود و تأمین وسایل و مواد موردنیاز خود به کجاها مراجعه نماید و از سردرگمی و چندگانگی نجات پیدا کند. تشکیل چنین سازمانی بخصوص در شهرهایی که دارای جذابیتها و آثار زیبای بی شماری می‌باشند ضروری است و به مسئولین امر توصیه و تأکید می‌شود.

## منابع و مآخذ

- ۱- الوانی، سیدمهدی، سازماندهی جهانگردی با نگرش نظام گرا، جهانگردی و توسعه، تهران، ۱۳۷۳.
- ۲- الوانی، مهدی و شاهرخ، زهره دهدشتی، اصول و مبانی جهانگردی، انتشارات معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیادمستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی، تهران، ۱۳۷۳.
- ۳- باز اریایی جهانگردی، تألیف لومدن، ترجمه ابراهیم گوهریان، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ اول ۱۳۸۰.
- ۴- پارسایان، علی و محمدعربی، ترجمه کتاب جهانگردی در چشم اندازی جامع، سازمان جهانی جهانگردی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ اول، ۱۳۷۷.
- ۵- توسعه پایدارپس از اجلاس ریو، اصول و برنامه‌ها، ترجمه الهام هدایی، وزارت ارشاد، تهران، ۱۳۷۳.
- ۶- دیبایی، پرویز، شناخت جهانگردی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول، تهران، ۱۳۷۲.
- ۷- رضوانی، علی اصغر، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران، ۱۳۷۴.
- ۸- رضوانی، علی اصغر، اکوتوریسم و نقش آن در حفاظت محیط زیست، ماهنامه اطلاعات سیاسی، اقتصادی، تهران، شماره ۱۷۴، سال شانزدهم، اسفند ۱۳۸۰.
- ۹- رهنمایی، محمدتقی، جهانگردی به عنوان دانش زمان، خلاصه مقالات سمینار ایرانگردی و جهانگردی، تهران، انتشارات سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۷۶.
- ۱۰- زبیری، کرامت الله، برنامه ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات دانشگاه یزد،

یزد، چاپ اول، ۱۳۸۱.

- ۱۱- سازمان جهانی جهانگردی و برنامه ریزی توریسم، ترجمه بهرام رنجبریان و محمدزاهدانی، انتشارات دانشگاه اصفهان، اصفهان، ۱۳۷۹.
- ۱۲- شکویی، حسین، مقدمه‌ای بر جغرافیای جهانگردی، مؤسسه تحقیقات اجتماعی و علوم انسانی، انتشارات دانشگاه تبریز، تبریز، ۱۳۵۴.
- ۱۳- شفیعی، محمدرضا، بررسی توانهای جهانگردی در شهرستان فارس و اثرات آن بر توسعه شهرستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهیدبهشتی، دانشکده علوم زمین، شهریور ۱۳۷۵.
- ۱۴- صفوی، علی و محمدرشتیان، مجله شهرداریها(پارک ساحلی بندرامام، پیوندانسان و دریا)، تهران، شماره ۳۶، سال سوم، اردیبهشت ۱۳۸۱.
- ۱۵- قره نژاد، حسن، مقدمه‌ای بر اقتصاد و سیاستگذاری توریسم، انتشارات مانی، اصفهان، ۱۳۷۴.
- ۱۶- لوانسانی، احمد، کنفرانس بین المللی محیط زیست در ریو، انتشارات دفتر مطالعات سیاسی وزارت امور خارجه، تهران، ۱۳۷۴.
- ۱۷- منصور، جهانگیر، مجموعه قوانین و مقررات شهروشهرداری، ۱۳۸۱، انتشارات سازمان شهرداریهای کشور.
- ۱۸- هاشمی، فضل الله، حقوق شهری و قوانین شهرسازی، چاپ سوم، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، ۱۳۷۱.
- ۱۹- قوانین حقوقی شهرداریها، مجله شهرداریها، شماره ۳۸، تیر ۱۳۸۱.
- ۲۰- آشتیانی، محمدتقی، آینده مدیریت شهری در ایران، مجله شهرداریها، سال سوم، شماره ۳۵.
- ۲۱- ارجمندتیا، اصغر، نقش شهرهای میانه در نظام اسکان جمعیت، ماهنامه اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۹.
- ۲۲- احمدیان، محمدعلی، چالشهای مدیریت شهری با افزایش جمعیت، ماهنامه شهرداریها، سال دوم، شماره ۲۱.
- ۲۳- شفیعی، حسن، چشم انداز جهانی شوراها شهر، ماهنامه شهرداریها، سال اول، شماره ۱۶.
- ۲۴- علی آبادی، جواد و جلال معصوم، چالشهای مدیریت شهری در ایران، مجله شهرداریها، سال سوم، شماره ۲۵.
- ۲۵- کاظمیان، غلامرضا، شورای شهروشهرداری، ماهنامه شهرداریها، سال دوم، شماره ۱۳.
- ۲۶- مزینی، مسنوجهر، مدیریت شهری و روستایی در ایران، (مشکلات و امکانات آن)، انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، ۱۳۷۵.
- ۲۷- مهندس رجاء، مدیریت شهری و هماهنگی بین بخشی، مجموعه مقالات نخستین سمپوزیوم شهرسالم، انتشارات اداره کل روابط عمومی و بین المللی شهر تهران، آذر ۱۳۷۰.

28 - Johnston Rjetal, The Dictionary of Human Geography, London, Bleckwell, 1998.

## پی نوشت

1- Sustainable Tourism

