

بررسی تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری شهری از دیدگاه شهروندان (مطالعه موردی : شهر بابلسر)

معصومه براری^۱

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

مارال فیروزمند

کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور واحد ساری، ایران

فهیمة هاشم پور

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، ایران

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و فراگیر، همه ارکان وجودی یک جامعه و سیستم جهانی را در بر گرفته و پدیده ای است که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و محیطی برخوردار است. در این مقاله نگرش جامعه میزبان نسبت به تأثیرات اقتصادی گردشگری در شهر بابلسر بررسی و راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری ارائه می گردد تا ضمن منافع حاصل از آن، بتوان تأثیرات منفی آن را به حداقل کاهش داد. پژوهش از نوع توصیفی- تحلیلی و جامعه آماری شامل نمونه گیری از کلیه شهروندان شهر بابلسر در سال ۱۳۹۱ که طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۱ نفر به عنوان نمونه به طور تصادفی مورد پرسش قرار گرفتند. با استفاده از پرسشنامه روابط بین متغیرها از طریق آماره های توصیفی (جدول فراوانی، نمودار و...) و آماره استنباطی (آزمون T) در قالب نرم افزار spss مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان داد بین متغیر گردشگری و متغیرهای توسعه اقتصادی در سطح ۰/۰۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ $p=$ رابطه معناداری وجود دارد. به طوریکه ۹۶/۶ درصد شهروندان تأثیر گردشگری در توسعه مولفه های اقتصادی را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده اند.

واژه های کلیدی: گردشگری، گردشگری شهری، توسعه پایدار، پیامدهای اقتصادی، شهر بابلسر

مقدمه

واژه توریسم از دو بخش ترکیب یافته است: تور (Tour) به معنای سفر، گشت، مسافرت و سیاحت؛ و ایسم (ism)، پسوندی است که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد. بنابراین، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است. (موحد، ۱۳۸۶، ص ۳) بنابراین گردشگری فعالیتی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط عادی خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یکسال طول نمی‌کشد و هدف تجارت یا فعالیتهای دیگر نیست (Williams, 2000: 32).

مسافرت و جابه‌جایی تاریخی به اندازه تاریخ زندگی انسان دارد؛ اما گردشگری نوین با انقلاب صنعتی در قرن ۱۹ پدید آمد و مدت مدیدی ویژه نخبگان و اشراف بود. با توسعه صنعتی و تصویب قوانین اجتماعی مانند قانون استفاده از مرخصی با حقوق، گردشگری به عنوان پدیده‌ای عام برای همه مردم شناخته شد و پس از جنگ جهانی دوم رشد چشمگیری پیدا کرد و تمامی بخشهای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی را تحت تاثیر خود قرار داد. به طوریکه هولدون گردشگری را فعالیتی اجتماعی می‌داند که شامل رفتار انسانی، استفاده از منابع، تعامل با دیگران، اقتصاد و محیط است (Holden, 2000: 3).

در عصر حاضر، توریسم از بزرگترین صنایع دنیا و وابسته به بخش عمده‌های اقتصاد جهانی است؛ که این پدیده از نظر اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی با زندگی انسانها و دولت‌ها آمیخته شده است. در واقع گردشگری به خاطر برخورداری از توانمندیهای بالا در خلق و ارتقا مولفه‌های توسعه ملی، منطقه‌ای، شهری و روستایی همیشه مورد توجه و ستایش بوده که اهمیت توجه بدان به عنوان یک صنعت درآمدزا و با صرفه اقتصادی که با ایجاد تبادلات فرهنگی و اجتماعی میان ملل مختلف به خاطر فقدان آلودگیهای زیست محیطی، مسئله‌ای است که از دهه ۱۹۸۰ به بعد مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا رشد فزاینده شهرنشینی و رویکرد به جغرافیا و اوقات فراغت در دهه‌های اخیر سبب شده است که توجه به صنعت توریسم به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت و نیز به عنوان هدفی قابل حصول در فرآیند توسعه پایدار در مناطق شهری، مورد توجه بسیاری از کشورها قرار بگیرد. زیرا که توریسم باعث نوسازی شهرها، اماکن تفریحی و ... می‌شود و درآمد سرشاری را برای شهرهای گردشگرپذیر به ارمغان می‌آورد (محللاتی، ۱۳۸۳، ص ۱۵). بطوریکه بسیاری از کشورها به رقابت و تلاش هرچه بیشتر در توسعه گردشگری و جذب گردشگر اهتمام می‌ورزند و این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، ایجاد اشتغال، رشدبخش خصوصی، تبادلات فرهنگی و انسانی و توسعه ساختار زیربنایی و بهبود شرایط زیست محیطی خود می‌دانند.

در این شرایط اگر مقوله گردشگری را به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه ایران قرار دهیم، از توجیه منطقی برخوردار است. کشور ایران با داشتن پیشینه تاریخی و طبیعی غنی، از نظر تنوع طبیعی و آب و هوایی جز پنج کشور برتر جهان و از نظر جاذبه‌ها و منابع تاریخی و فرهنگی، دارای رتبه دهم در بین کشورهای دنیا می‌باشد (unwto, 2000, 11) و توانسته است گردشگری را در چهارچوب طرحهای آمایشی و کالبدی، اعم از ملی، منطقه‌ای و

محلی به عنوان یکی از مهمترین ابزارها و مولفه های مهم توسعه و محرومیت زدایی بپذیرد؛ و در راستای شکل دهی به ساختار و بازار گردشگری و توسعه آن، گام بردارد. این جاذبه ها و منابع گردشگری، همه ساله میلیونها گردشگر را ترغیب به سفر و بازدید می نماید. هر چند به علت نبود مدیریت و برنامه ریزی مناسب، عوامل دخیل سیاسی و اقتصادی و نیز تبلیغات منفی علیه ایران، امر گردشگری در ایران دارای مشکلات و چالشهای فراوانی است و با توجه به غنای منابع گردشگری، هنوز نتوانسته به حد شایسته خود در این زمینه دست یابد، اما همین اندک جریانات گردشگری توانسته است در بیشتر نقاط گردشگر پذیر ایران تاثیرگذار باشد و بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، تاثیرات مثبت و نیز منفی داشته باشد. استان مازندران و نیز شهر ساحلی و گردشگر پذیر بابلسر، به عنوان بخشی از پیکره پهناور و زیبای ایران با داشتن غنای طبیعی و فرهنگی از دیرباز مورد توجه توریست ها و گردشگران بوده است و به عنوان یکی از قطب های گردشگری ایران محسوب می گردد. بدین منظور با در نظر گرفتن قابلیت گردشگر پذیری شهر بابلسر، به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری از منظر شهروندان در این شهر پرداخته شده است و پیشنهادات لازم برای توسعه گردشگری در جهت پویایی اقتصادی ارائه می گردد.

مبانی نظری

در عصر حاضرگسترش فناوری و افزایش دامنه زندگی ماشینی، سبب رفاه اجتماعی شده است. که این رفاه به همراه افزایش درآمدهای عمومی در نهایت سبب احساس نیاز بشر به پر کردن اوقات فراغت می شود. یکی از اصلی ترین نیازهای جامعه بشری برای پر کردن اوقات فراغت، نیاز به گردشگری است که به شکل های مختلف متجلی می شود. در این میان محیط های شهری به خصوص شهرهای بزرگ هر چند به واسطه معضلاتی چون آلودگی، ترافیک، جرم و... مردم را گریزان می سازند؛ ولی مظهر تمدن، فرهنگ و اداره جامعه هستند که خود از ویژگی های گردشگری به دور نیستند و گاه ارزشمندترین منابع توریستی چون پارکها، چشم اندازهای طبیعی زیبا، رودخانه ها، دریاچه ها، فضاهای تاریخی و... را در خود جای داده اند که برای افراد جذاب بوده و آنها را به سوی خود جذب می کند (bulter، ۲۰۰۲، ص ۲۵۶). بنابراین شهرها از نظر فعالیت های گردشگری به دلایل متعددی چون مقصد، مسیر عبور و مراکز ارائه خدمات برای گردشگران از اهمیت بالایی برخوردارند.

از طرفی فرصت های شهری- گردشگری شامل: همایش ها و نمایشگاه ها، فرهنگ و هنر، ورزش، فرصتهای سیاسی و رویدادهای ویژه (مانند مراسمات تکرار ناپذیر) نقش مهمی در جذب گردشگران به شهرها و کشورها دارد و می تواند سبب گردند شهرها موقعیت خود را در بازار گردشگری تثبیت یا افزایش دهند (موحد، ۱۳۸۶، ص ۱۰۳). بنابراین نواحی شهری به علت آن که جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند و در شهر و اقتصاد شهری تأثیر زیادی دارد، هر چند بررسی بیشتر و جامع گردشگری در شهرها با مشکل مواجه می باشد. امروزه گردشگری یکی از فعالیت های صنعتی عظیم و سودآور محسوب می شود، به طوری که بیشتر بخش ها در حوزه گردشگری در حلقه های کاری قرار دارد، مثل حمل و نقل، وسایل استراحت، خدمات

تغذیه‌ای، مراکز خرید و ... هزینه‌هایی که معمولاً یک نفر گردشگر انجام می‌دهد عبارتند از: هزینه غذا، تفریح، محل اقامت، حمل و نقل داخلی، گشت‌ها و تورهای داخلی، پست و تلگراف و تلفن، خرید سوغات و کالاهای بومی و غیره، این هزینه‌ها را گردشگر با ارزی که همراه می‌آورد انجام می‌دهد و در عمل مانند آن است که خدمات و کالاهای فوق به کشور متبوع گردشگر صادر شده باشد. چون این جریان دقیقاً قابل محاسبه نیست، لذا به این جریان اقتصادی، صادرات نامرئی گفته می‌شود به عبارت دیگر یک سلسله طولانی از فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری را به وجود می‌آورد. اینجاست که برای تقویت هر چه بیشتر اقتصاد، گردشگری توصیه می‌شود. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ص ۷۷) بنابراین امروزه گردشگری به ویژه گردشگری شهری فراتر از یک صنعت به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی است که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد و به یکی از بزرگترین بخشهای اقتصادی جهان تبدیل شده است. چنانچه اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد محدود نمی‌گردد. در صورت برنامه ریزی و توسعه از پیش اندیشه شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیر مستقیم اقتصادی، اجتماعی و محیطی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ملی ایفا نماید. به دلیل امتیازات فوق است که کشورهای مختلف به رقابت و تلاش هرچه بیشتر در توسعه گردشگری و جذب گردشگر در راستای توسعه پایدار گردشگری اهتمام می‌ورزند (معصومی، ۱۳۸۵، ص ۱۰).

در ادامه به چند نمونه از تحقیقاتی که در ایران انجام شده اشاره می‌شود:

ضرابی و اسلامی در سال ۱۳۹۰ در بررسی "تاثیر اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری مشکین شهر" به این نتیجه رسیدند که، توسعه گردشگری در شهرستان مشکین شهر آثار نامطلوبی را در محیط زیست به وجود آورده است. همچنین، توسعه گردشگری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرستان مشکین شهر تاثیر داشته است.

زیبایی و دادرس در سال ۱۳۸۹ در مقاله ای تحت عنوان "بررسی میزان تاثیر طرحهای گردشگری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق مختلف استان گیلان" به این نتیجه رسیدند که، طرح های گردشگری در نهایت منجر به توسعه گردشگری می‌شود و می‌تواند منبع با ارزشی برای اشتغالزایی و درآمد محسوب گردد، و نیز بستر مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی گیلان قلمداد گردد.

مشکینی و حیدری در سال ۱۳۸۹ "بهبه‌رسی و ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWOT" پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که توانها و استعدادها بالقوه گردشگری زنجان در صورت برنامه ریزی جامع می‌تواند به عنوان یک عامل موثر و قوی در توسعه درون‌زا تبدیل شود و در نهایت در بهینه‌سازی وضع موجود شهر از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و ساماندهی صنعت گردشگری در زنجان موثر واقع شود.

طیبی و همکاران در سال ۱۳۸۶ در پژوهشی تحت عنوان، بررسی "رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)" به این نتیجه رسیدند که رابطه علیین گردشگری و رشد اقتصادی ایران، یک رابطه علی دوطرفه است و بیناین دو متغیر، یک تعادل بلند مدت وجود دارد.

غفاری و ترکی در سال ۱۳۸۰ در پژوهشی "به بررسی نقش گردشگری در توسعه اجتماعی - اقتصادی استان چهارمحال بختیاری (بخش سامان)" پرداخته است. یافته های پژوهش نشان می دهد، میان افزایش شمارگردشگران، رونق گردشگری و بهبود شاخص های اجتماعی - اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد.

توسعه پایدار و گردشگری شهری

گردشگری شهری هنگامی می تواند مفید واقع شود که در ارتباط با دیگر کارکردهای شهری باشد. مفهوم پایداری شهری خود در برگیرنده تعامل سه عامل (۱) محیطی (۲) اجتماعی - اقتصادی - فرهنگی (۳) کالبدی است. برنامه ریزی در رابطه با گردشگری شهری پایدار نیز در برگیرنده سه سطح بازار، رشد شهری و اجتماعات محلی است. هر یک از این سطوح با در نظر گرفتن ظرفیت مدنظر، در چهارچوب پایداری گردشگری می بایست به گونه ای برنامه ریزی شده که کارکرد بهینه سیستم عرضه و تقاضای گردشگری را فراهم آورند. سه شرط اساسی برای سودمندی توسعه گردشگری و تولید ثروت و تأثیر مطلوب آن در بهبود و توسعه کلی شهر ضرورت دارد:

- ۱- شهر باید سیمایی جذاب داشته باشد.
 - ۲- شهر باید دست کم دارای برخی عناصر نیرومند و رقابت آمیز در زمینه فرآورده های جهانگردی باشد.
 - ۳- منافع موردانتظار از توسعه در دراز مدت باید فراتر از هزینه ها در دراز مدت باشد.
- معمولاً گردشگری را به مثابه معجزه ای برای مداوای بیماری شهرهایی تلقی می کنند که خواهان بهره مندی از رشد اقتصادی مثبت و با ثبات اند. اصول توسعه پایدار شهری، اهداف بنیانی فعالیت های هر جامعه، از جمله جامعه شهری، ارتقای شرایط کمی و کیفی زندگی انسان است (پاپلی و رجبی، ۱۳۸۲ ص ۳۴۳).

گردشگری و تأثیرات آن

نظریات موجود در مورد اثرات گردشگری را می توان به چهار بخش تقسیم کرد:

- ۱- اثرات اقتصادی: ایجاد درآمد، ایجاد فرصتهای شغلی، استفاده از درآمد گردشگری برای توسعه بخشهایی نظیر کشاورزی و توسعه زیر ساختها.
- ۲- اثرات فرهنگی: تشویق تعامل فرهنگی و اجتماعی میان گروه های مختلف مردم یک کشور به منظور ایجاد وفاق اجتماعی، معرفی کشور و فرهنگها، هنرها، آداب و سنن بومی و محیطی و نیز پیشرفتهای اجتماعی - اقتصادی آن به مردم سایر کشورها و به منظور کسب اهمیت بین المللی.
- ۳- اثرات اجتماعی: فراهم آوردن فرصتهایی برای گذران اوقات فراغت مردم، ایجاد امکانات تفریحی و آموزشی برای گردشگران به منظور دریافت شناخت از پیشرفتهای اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی مناطق و تحکیم وحدت ملی.
- ۴- اثرات زیست محیطی: کمک به دستیابی به اهداف برنامه ها و حفاظت محیطی که منابع دیگر برای آنها وجود ندارد.

توسعه گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل موثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می شود.

به همین علت "لوئیس ترنر"^۱ گردشگری را امید بخش ترین و پیچیده ترین صنعتی می داند که جهان سوم با آن روبه روست. و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد. (لی، ۱۳۷۸، ص ۱). البته اهمیت اقتصادی گردشگری نباید باعث غفلت از سایر ابعاد آن به ویژه بعد فرهنگی شود. گرایش مردم جهان به یافتن آسانترین و موثرترین راه برای گفتگوی فرهنگها سبب شده است تا نقش گردشگری در این تعاملات هر روز حیاتی تر شود. از لحاظ سیاسی نیز نقش گردشگری از آن نظر اهمیت می یابد که انسانها از تجارب تلخ و شیرین حکومت داری در طول تاریخ و در تمدنهای مختلف بهره مند می شوند و با بسط حوزه دید، روابط سیاسی تمدنها را بر پایه اقتصادی و تفاهم ملل متعادلتر می کند. بدیهی است که قرابت و روابط فرهنگی ملل، از آنجا که پایه و اساس صلح و دوستی و به تبع آن روابط اقتصادی میان آنهاست، در توسعه همه جانبه آنها نیز سهم بسزایی دارد. از جنبه دینی نیز باید اذعان داشت که در اسلام، مانند ادیان دیگر بر اهمیت سیر و سیاحت تاکید ویژه ای شده است. شاید قرآن مجید نخستین کتابی باشد که اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری را به وضوح و تفصیل به مردم نشان داده به طوریکه ۱۳ آیه شریف قرآن درباره سیر و سیاحت و زمین گردی و جهانگردی است.

– اثرات اقتصادی گردشگری

کشورها و جوامع به صورت فزاینده ای به این حقیقت پی برده اند که برای وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و در صدد یافتن راه های تازه ای برآیند. اگرچه در نواحی مختلف دنیا شرایط متفاوت است، ولی همواره صنعت گردشگری عاملی برای پیشرفت وضع اقتصادی بوده است. این فعالیت در دنیای کنونی به صورت یکی از مهم ترین عوامل تولید ثروت، کار، ایجاد پویایی، جا به جایی انسانها و ثروت ملتها درآمده است. مطالعات نشان داده اند که بین رشد و توسعه صنعت توریسم و رشد و توسعه اقتصادی کشورها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. زمانی که گردشگران اقدام به مسافرت می نمایند، مجموعه ای از فعل و انفعالات اقتصادی شروع می شود. این فعالیت، عوامل گوناگون تولید را به خدمت گرفته و باطیف وسیعی از فعالیتها در ارتباط است. در این صنعت جاذبه ها و تسهیلات خدمات رفاهی به عنوان کالا به گردشگران عرضه شده و نیاز آنها به دیدار منطقه و جاذبه های آن به عنوان تقاضا بشمار می رود. از طرفی خروج گردشگر از منطقه به سوی مناطق دیگر به عنوان تقاضا برای کالاهای موجود در خارج از منطقه بوده و خروج ارز و پول را به دنبال خواهد داشت؛ از طرف دیگر، ورود گردشگر به منطقه نیز به منزله تزریقی است که به اقتصاد آن منطقه منظور می گردد. به عبارت دیگر خروج گردشگران از مناطق به سوی سایر مناطق، مشابه وارد کردن کالا است و در مورد کشورها و مناطق که مورد بازدید قرار می گیرند، صادرات کالا مفهوم

^۱-Termer

پیدا می کند. در اکثر ارزیابی های به عمل آمده از توسعه گردشگری در جهان سوم، تاثیرات اقتصادی، مهمتر از ملاحظات دیگر است. بنابراین می توان عنوان کرد که گردشگری دارای مزایای اقتصادی برای نواحی مختلف است که مهمترین اثرات سازنده اقتصادی گردشگری را در زمینه های زیر می توان یافت: (معصومی، ۱۳۸۵، ص ۱۹)

۱. منافع حاصل از اشتغالزایی
۲. درآمد زایی گردشگری
۳. منافع حاصل از مالیتهای اخذ شده از فعالیتهای گردشگری و ایجاد امکانات برای جامعه
۴. حفظ آثار باستانی، ابنیه تاریخی و جاذبه های طبیعی به عنوان منابع درآمدزای اقتصادی
۵. توسعه صنایع دستی و فعال شدن صنایع قدیمی و فراموش شده (الوانی، ۱۳۷۳، ص ۱۸۷)

جدول ۱: اثرات اقتصادی توسعه گردشگری (زاهدی، ۱۳۸۵ ص ۴۳)

جنبه های مثبت	جنبه های منفی
ایجاد اشتغال و درآمدزایی،	تورم و افزایش قیمتها،
بهبود سیستم حمل و نقل و زیرساختها،	افزایش تقاضای فصلی برای خدمات،
افزایش تقاضا برای کالاهای داخلی،	تغییر کاربری ها،
افزایش امکان سرمایه گذاری،	تحمیل بار اضافه بر سیستم حمل و نقل،
افزایش تسهیلات اقامتی،	جابجایی نیروی کار از سایر صنایع به صنعت
ارتقا استاندارد زندگی.	توریسم و کمبود نیروی کار.

به طوری که در جدول شماره (۱) اشاره گردید، گردشگری دارای اثرات اقتصادی مثبت و منفی می باشد، که اثرات مثبتی که گردشگری بر اقتصاد دارد بسیار قابل توجه تر از آثار منفی آن است. به طور کلی گردشگری به عنوان عامل اقتصادی عمده و بسیار موثر در سالهای اخیر مورد توجه قرار گرفته است و گسترش آن می تواند فعالیتهای اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق مختلف بوجود آورد. که این فرصتهای شغلی بیش تر خدماتی هستند. بنابراین گسترش گردشگری باعث روی آوردن مردم به فعالیتهای سازنده و رونق اقتصادی و کاهش فقر می شود؛ که گسترش خدمات اجتماعی و رشد سرمایه گذاری را در مناطق در پی خواهد داشت. لازم به ذکر است، آن دسته از مردم و عرضه کنندگان خدمات و کالا که در صف مقدم قرار دارند از آثار مستقیم گردشگری منتفع می شوند. و در رده بعدی کسانی که کمتر فعالیت دارند، منتفع هستند و از آثار غیر مستقیم گردشگری بهره مند می شوند و به همین ترتیب رده های بعدی از این آثار غیر مستقیم بهره مند می شوند (داس ویل، ۱۳۷۸ ص ۵۳). بنابراین رابطه اقتصاد و گردشگری رابطه ای بسیار

نزدیک و جدانشدنی است، زیرا گردشگری پدیده ای است اقتصادی و به مجردی اینکه افراد اقدام به سفر می کنند یک سلسله فعل و انفعالات اقتصادی شروع می شود که هریک از آنها آثار خود را در چشم انداز جغرافیایی برجا می گذارد.

روش تحقیق

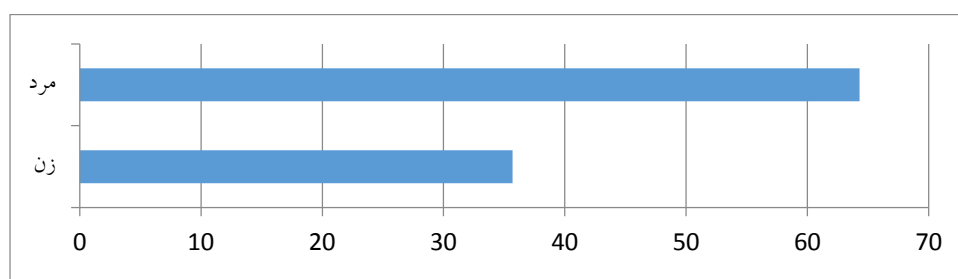
این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری داده ها و اطلاعات در این پژوهش، روش کتابخانه ای و میدانی (پرسشنامه) بوده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه شهروندان شهر بابل در سال ۱۳۹۱ بوده که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۱ نمونه به روش تصادفی ساده مورد پرسشگری مستقیم قرار گرفته اند. در این پژوهش از پرسشنامه به عنوان ابزار جمع آوری اطلاعات استفاده گردیده که حاوی ۲۷ سوال به ۲ صورت باز و بسته در رابطه با موضوع پژوهش بوده است. روایی پرسشنامه توسط نظرات اساتید و متخصصین و پایایی پرسشنامه نیز توسط آلفای کرونباخ در نرم افزار spss، ۰/۸۳ حاصل گردید که نشان از پایایی بالای ابزار بوده است. همچنین در این تحقیق، روابط بین متغیرهای پژوهش از طریق آماره های توصیفی (جدول فراوانی، نمودارها و...) و استنباطی (آزمون T تک دامنه ای) در قالب نرم افزار spss مورد بررسی قرار گرفته است.

معرفی محدوده مورد مطالعه و جاذبه های گردشگری

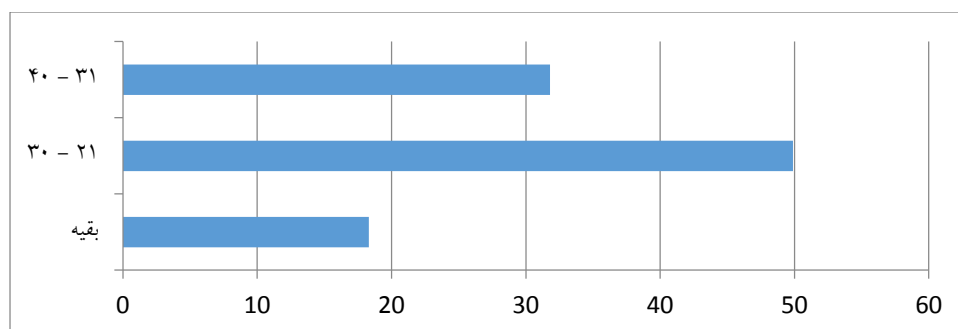
شهر بابل مرکز شهرستان بابل می باشد که در مصب رودخانه بابل رود و در کرانه جنوبی دریای خزر، در مختصات جغرافیایی ۵۲ درجه، ۳۷ دقیقه و ۵۰ ثانیه الی ۵۲ درجه، ۴۰ دقیقه و ۱۵ ثانیه طول شرقی و ۳۶ درجه، ۴۲ دقیقه و ۳ ثانیه عرض شمالی استقرار دارد. این شهر در مسیر راه اصلی کنار دریای خزر و در فاصله ۶۲ کیلومتری ساری به عنوان مرکز استان مازندران و نیز ۲۴۹ کیلومتر شمال شرق تهران قرار دارد (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مازندران، ۱۳۹۱). موقعیت جلگه ای و ارتباط مستقیم با پهنه آبی دریای خزر باعث حاکمیت شرایط اقلیم بحری (تیپ مدیترانه ای) در این شهر شده است. موقعیت ممتاز شهر بابل به دلیل موقعیت طبیعی، دارا بودن آب و هوای معتدل و قرارگیری در کنار ساحل شنی دریای خزر و بهره مندی از مناظر زیبای طبیعی و تاریخی (جدول ۲) از جایگاه برجسته ای در صنعت گردشگری برخوردار می باشد. به طوریکه از ۱۹۲۹۳۷۵۰ گردشگر وارد شده به استان مازندران در سال ۱۳۹۰، ۱۳ درصد آن به عبارتی ۲۵۰۸۱۸۸ نفر گردشگر به شهر بابل وارد شده اند. از کل مساحت شهر بابل (۱۶۵۰ هکتار)، حدود ۵۹ درصد را فضاهای ساخته شده در بر می گیرد که بیشترین مساحت مربوط به کاربری مسکونی است (حدود ۴۱ درصد از فضاهای ساخته شده). همچنین عملکرد خدمات رفاه عمومی ۱۱/۱۵ درصد را شامل می شود که از این مساحت بالغ بر ۱۸/۵ درصد آن کاربری جهانگردی و پذیرایی است (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۹۰).

یافته های تحقیق:**۱- نتایج توصیفی****- وضعیت سنی و جنسی شهروندان:**

بررسی در گروه های شش گانه سنی، نشان میدهد که بیشترین تعداد پاسخگویان مربوط به گروه سنی ۲۱ تا ۳۰ سال (۴۹/۹ درصد) و سپس گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال (۳۱/۸ درصد) می باشد. هم چنین ترکیب جنسی نشان می دهد که ۶۴/۳۰ درصد از پاسخگویان را مردان و ۳۵/۷ درصد را زنان تشکیل می دهند.



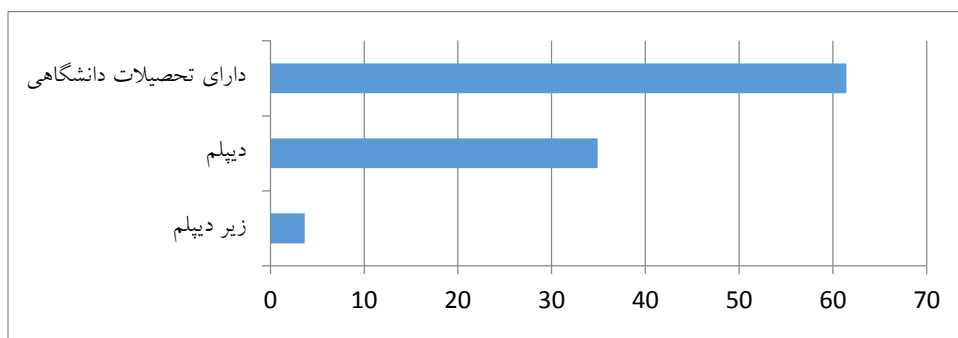
شکل ۲: وضعیت جنسی شهروندان (مأخذ: یافته های تحقیق)



شکل ۳: وضعیت سنی شهروندان (مأخذ: یافته های تحقیق)

- وضعیت تحصیلات شهروندان:

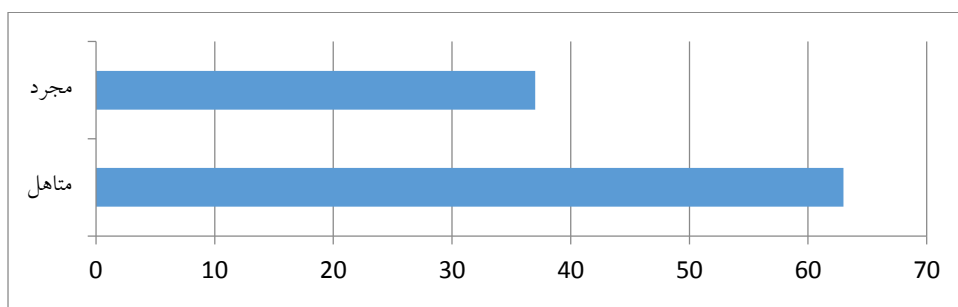
بررسی میزان تحصیلات شهروندان نشان می دهد که بیشترین تعداد پاسخگویان، یعنی ۶۱/۴۲ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی و ۳۴/۹۱ درصد دارای سطح تحصیلات دیپلم و ۳/۶۷ درصد افراد دارای سطح تحصیلات زیر دیپلم می باشند.



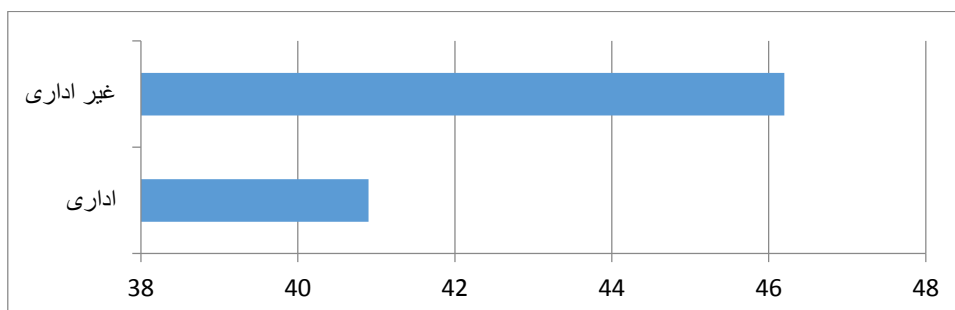
شکل ۴: وضعیت تحصیلی شهروندان (مآخذ: یافته های تحقیق)

– وضعیت تاهل و شغل شهروندان:

بررسی وضعیت تاهل پاسخگویان نشان می دهد که ۶۲/۹۹ درصد افراد متاهل و ۳۷/۰۱ درصد افراد را مجردین تشکیل می دهند. نیز از لحاظ شغلی بیشتر شهروندان دارای شغل آزاد (۴۶/۲ درصد) و سپس شغل اداری (۴۰/۹ درصد) می باشند.



شکل ۵: وضعیت تاهل شهروندان (مآخذ: یافته های تحقیق)



شکل ۶: وضعیت شغل شهروندان (مآخذ: یافته های تحقیق)

ارزیابی شهروندان از وضعیت گردشگری شهر بابلسر

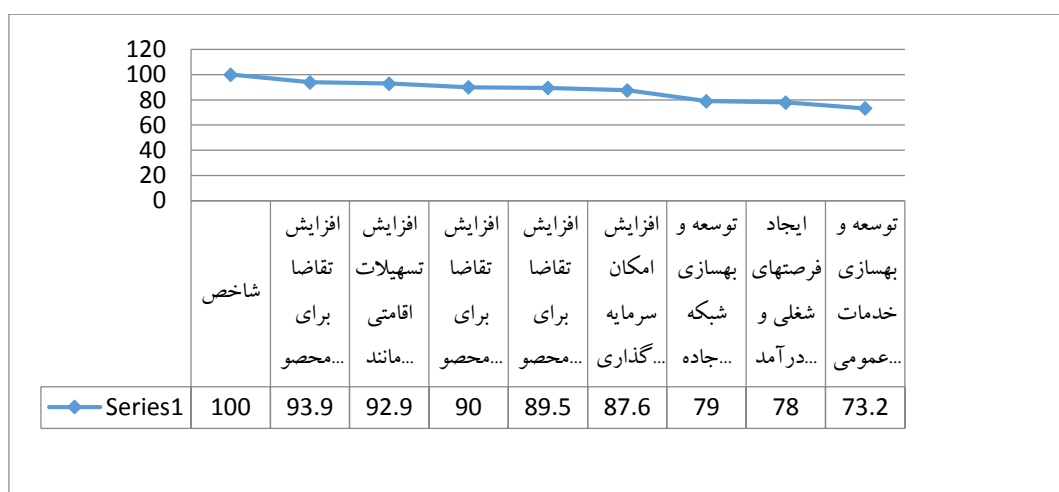
از مجموع ۳۸۱ نفر پاسخگو، ۲۶۹ نفر یعنی ۷۰/۶۰ درصد شهروندان، وضعیت گردشگری شهر بابلسر را نسبتاً مناسب تا خیلی مناسب و ۱۱۲ نفر یعنی ۲۹/۴۰ درصد وضعیت گردشگری را نامناسب تا خیلی نامناسب ارزیابی نموده اند.

ارزیابی شهروندان از میزان تاثیر گردشگری در توسعه اقتصادی شهر

از مجموع ۳۸۱ نفر پاسخگو ۳۶۸ نفر یعنی ۹۶/۶ درصد شهروندان، تاثیر گردشگری شهر بابلسر بر توسعه اقتصادی شهر را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده اند.

ارزیابی شهروندان از میزان تاثیر گذاری گردشگری بر مولفه های اقتصادی

از مجموع ۳۸۱ نفر پاسخگو، ۳۵۸ نفر یعنی ۹۳/۹ درصد شهروندان افزایش تقاضا برای محصولات صنایع دستی، ۳۵۴ نفر یعنی ۹۲/۹ درصد شهروندان افزایش تسهیلات اقامتی مانند هتلها و ...، ۳۴۳ نفر یعنی ۹۰ درصد از شهروندان افزایش تقاضا برای محصولات دریایی، ۳۴۱ نفر یعنی ۸۹/۵ درصد از شهروندان افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی، ۳۳۴ نفر یعنی ۸۷/۶ درصد از شهروندان افزایش سرمایه گذاری در بخش گردشگری، ۳۰۱ نفر یعنی ۷۹ درصد از شهروندان توسعه و بهسازی شبکه جاده ای و خیابانها، ۲۹۷ نفر یعنی ۷۸ درصد از شهروندان ایجاد فرصتهای شغلی و درآمدزایی، ۲۷۹ نفر یعنی ۷۳/۲ درصد از شهروندان بهسازی خدمات عمومی مانند بهداشت، امنیت و ... را متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده اند. بنابراین می توان عنوان نمود، گردشگری توانسته است در توسعه اقتصادی شهر بابلسر موثر واقع گردد.



شکل ۷: ارزیابی شهروندان از میزان تاثیر گذاری گردشگری بر مولفه های اقتصادی (میزان درصد از متوسط تا خیلی زیاد) (مآخذ: یافته های تحقیق)

نتایج مربوط به آزمون فرضیه : (به نظر می رسد گردشگری در توسعه اقتصادی شهر بابلسرتاثير دارد .)
 برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه فوق از آزمون T تک نمونه ای استفاده شده است. آنالیز انجام گرفته از طریق آزمون T ، نشان می دهد که تاثیر گردشگری بر توسعه مولفه های اقتصادی از حد انتظار بیشتر بوده است . (جدول ۳) از طرفی با توجه به اینکه در این فرضیه H_0 خلاف ادعا (عدم تاثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی) و H_1 خود ادعا (تاثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی) می باشد؛ می توان ادعا کرد باتوجه به سطح معنادار $\text{sig} = 0/000$ ، خطای اندازه گیری $0/05$ و (رد $H_0 =$ خطای اندازه گیری $\text{sig} <$)، بنابراین فرض H_0 را به نفع H_1 رد نموده و در نهایت فرض H_1 که مبین تاثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی شهر بابلس را می پذیریم .جدول (۴) و شکل (۷) .

جدول ۳: مقایسه میانگین مجموع مولفه های توسعه اقتصادی در اثر گردشگری در قیاس با میانگین مورد انتظار

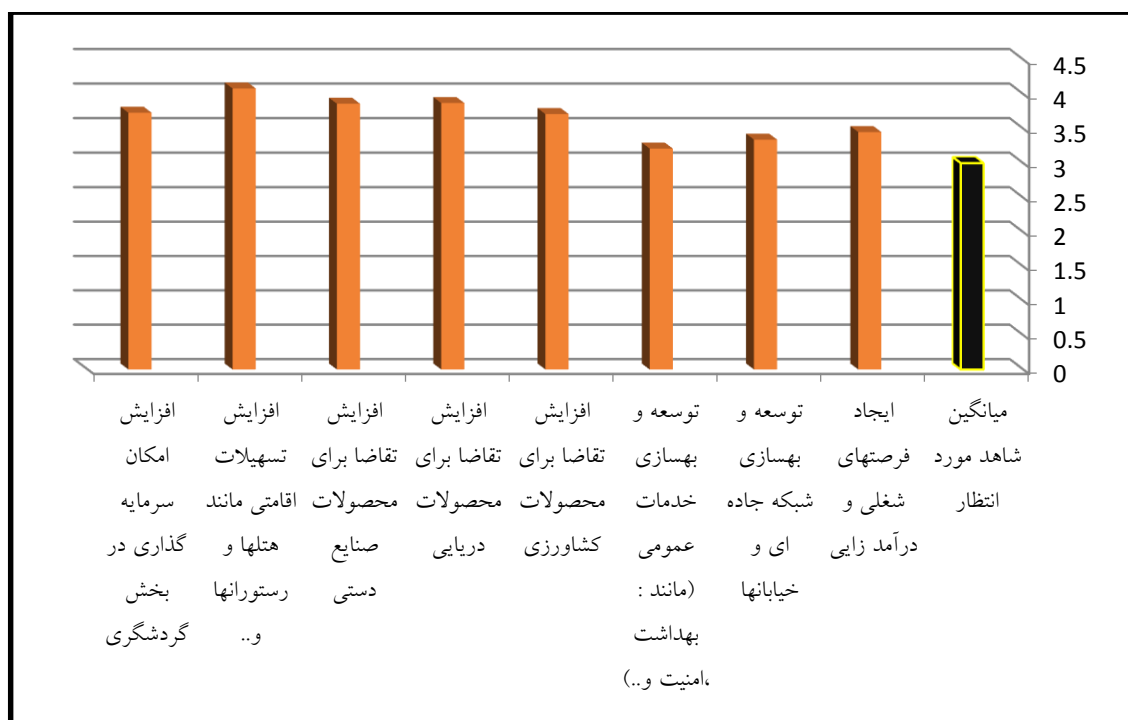
Sig	میانگین واقعی	میانگین مورد انتظار	تعداد پرسش	تعداد آزمون شونده
0/000	۲۹/۱۹	۲۴	۸	۳۸۱

منبع : یافته های تحقیق

جدول ۴: نتایج آزمون T تک نمونه ای برای متغیرهای توسعه اقتصادی در اثر گردشگری

Sig	T	میانگین	مؤلفه های توسعه اقتصادی	ردیف
0/000	۲۱/۸۶	۴/۰۸	افزایش تسهیلات اقامتی مانند هتلها و رستورانها ..	۱
0/000	۱۸/۱۷	۳/۸۶	افزایش تقاضا برای محصولات صنایع دستی	۲
0/000	۱۷/۸۲	۳/۸۷	افزایش تقاضا برای محصولات دریایی	۳
0/000	۱۳/۰۳	۳/۷۳	افزایش امکان سرمایه گذاری در بخش گردشگری	۴
0/000	۱۵/۵۵	۳/۷۱	افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی	۵
0/000	۷/۲۱	۳/۴۵	ایجاد فرصتهای شغلی و درآمد زایی	۶
0/000	۵/۸۴	۳/۳۴	توسعه و بهسازی شبکه جاده ای و خیابانها	۷
0/000	۳/۵۶	۳/۲۱	توسعه و بهسازی خدمات عمومی (مانند : بهداشت ،امنیت ..)	۸

منبع : یافته های تحقیق



شکل ۸: مقایسه میزان توسعه مولفه های اقتصادی در اثر گردشگری (منبع: یافته های تحقیق)

نتیجه گیری

از مباحث مطرح شده و تجزیه و تحلیل داده ها و مطالعات میدانی، از بررسی اثرات اقتصادی و زیست محیطی گردشگری از نگاه شهروندان، می توان عنوان کرد که، پاسخگویان به لحاظ جنسی بیشتر مردان و از لحاظ سنی به طور عمده در مقاطع سنی زیر ۴۰ سال یعنی جوانان و بزرگسالان و از لحاظ تاهل افراد متاهل بیشتر از افراد مجرد بوده اند. پاسخگویان از لحاظ وضعیت تحصیلی به طور عمده دارای سطح تحصیلات دانشگاهی بخصوص لیسانس می باشند. وضعیت پاسخگویان از لحاظ شغلی نشانگر این مطلب است که بیشتر افراد در شغل های آزاد و کارمندی مشغول به فعالیت بوده اند.

همان طور که بیان گردید، ۷۰/۶۰ درصد از شهروندان وضعیت گردشگری شهر بابلسر را نسبتاً مناسب تا خیلی مناسب ارزیابی نموده اند. همچنین، ۹۶/۶ درصد از شهروندان، گردشگری را در توسعه اقتصادی شهر بابلسر، متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نمودند. به تبع، گردشگری علاوه بر داشتن تاثیرات مثبت، دارای تاثیرات منفی نیز می باشد؛ گروهی منتفع و گروهی نامنتفع می باشند. اما در مجموع اکثر شهروندان با وجود اثرات منفی گردشگری بر اقتصاد شهر (همچون افزایش قیمت کالاها، زمین، اجاره بها و...) تاثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی شهر بابلسر را بالای

۹۵ درصد متوسط تا خیلی زیاد ارزیابی نموده اند. که با بهبود وضعیت گردشگری چه از لحاظ ساختاری و چه از لحاظ مدیریت و برنامه ریزی، تاثیرات گردشگری از لحاظ اقتصادی مطلوبتر خواهد شد.

از مجموع آنچه که بیان شد می توان عنوان کرد که ، شهر زیبا و ساحلی بابلسر به عنوان بخشی از پیکره پهناور ایران ، که با بهره مندی از پیشینه تاریخی و طبیعی متنوع ، از دیرباز یکی از مراکز گردشگری مورد توجه گردشگران محسوب می شده ؛ که هم گام با توسعه گردشگری در ایران و جهان در راستای شکل دهی به ساختار و بازار گردشگری و توسعه آن ، گام برداشته است. هرچند هنوز در ابتدای راه می باشد و با چالشها و مشکلات فراوانی روبرو است ، اما از تاثیرات گردشگری بی بهره نبوده است . که باید با تدابیر لازم اثرات مثبت آن را تقویت و اثرات منفی آن را کاهش داد . در پایان نیز شهروندان در پاسخ به این پرسش که (هر یک از مولفه های پیشنهادی ارائه شده را تا چه میزان در توسعه گردشگری در جهت افزایش منافع اقتصادی آن موثر می دانید ؟) به ترتیب مولفه های (توسعه و بهسازی شبکه جاده ای ، خیابانها و ایجاد فضاهای لازم برای پارک خودرو ها ، تبلیغات مناسب و نیز تحقیقات و پژوهشهای کارشناسانه در جهت شناسایی بازارهای مطرح گردشگری و شناخت علایق و سلايق گردشگران ، ایجاد کمپینهای اقامتی برای گردشگران همراه با ارائه خدمات و هزینه های مناسب ، رفتار و برخورد مناسب با گردشگران ، ارتقا امنیت بهداشتی و اجتماعی اماکن تفریحی و گردشگری ، جذب سرمایه گذاریهای خصوصی و دولتی در زمینه گردشگری ، توجه به زیباسازی ساحل و مبلمان شهری ، استفاده از استعدادهای تولیدی (محصولات کشاورزی، صنایع دستی و محصولات دریایی) ، مقابله با محدودیت های فصلی بودن گردشگری با به کارگیری ظرفیتهای بالای منطقه به واسطه وجود جاذبه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی مکمل در شهر) را در توسعه گردشگری در جهت توسعه اقتصادی موثر دانسته اند.

منابع و مآخذ

- ۱ - آمارنامه استان مازندران (۱۳۸۸) آمار جمعیت شهری شهرستان بابلسر، استانداری مازندران.
- ۲- الوانی، سید مهدی ؛ دهدشتی، زهره (۱۳۷۳)، اصول و مبانی جهانگردی، تهران: انتشارات بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.
- ۳ - پاپلی یزدی، محمدحسین؛ رجبی سناجردی، حسین(۱۳۸۲)، نظریه‌های شهر و پیرامون، انتشارات سمت.
- ۴ - پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت.
- ۵ - زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی
- ۶ - سازمان میراث فرهنگی (۱۳۹۰)، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران ، معاونت گردشگری.
- ۷ - سازمان میراث فرهنگی (۱۳۹۰) صنایع دستی و گردشگری استان مازندران ، معاونت گردشگری.
- ۸ - محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۳)، جهانگردی پایدار شهری، مجله شهرداریها، سال چهارم، شماره ۴۶ ، ص ۱۵.
- ۹ - معصومی، مسعود (۱۳۸۵)، ماهیت گردشگری، انتشارات پیک کوثر.
- ۱۰ - موحد، علی، (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز..
- 11 - Bulter.R-w,(2002),"Ecotourism.has it achieved maturity or has not?" The Bubbie burst pacific Rim , Tourism New Zealand
- 12 - Doswell.Roger (1999), Tourism Management, Translators: Mr. Mohammad Arabi and Mr. Davoud Izadi, Tehran, Cultural Research Office,p53
- 13 - Holden.Andrew,(2000),Enviroment and Tourism,Routledge published,London
- 14 - Lee.Jon (1999), Tourism and Development in the Third World, Translated by Eftekhari and Salehi, Tehran: Bazargan Publication
- 15 - William.stephen,(2000),Tourism Geography,Second Pablshed,Routledge,London
- 16 - Word tourism organization 2000 tourhsm market trends asia and the pacific Madrid : auther