

۲۰۱۲

جهانی شدن و گردشگری شهری

گردانندگان:

دکتر سید جمال الدین مصباح شریعت

(معاون شهرسازی و معماری شهرداری اصفهان)

دکتر فریاد پرهیز

(رئیس اداره مطالعات و برنامه‌ریزی شهری معاونت شهرسازی و معماری)

دکتر علیرضا غلامی

(دانش آموخته دانشگاه اصفهان)

سرشناسه : صمصام شریعت، سیدجمال الدین، ۱۳۳۷-

عنوان و پدیدآور : جهانی شدن و گردشگری شهری / گردآورندگان سیدجمال الدین صمصام

شریعت، فریاد پرهیز، علیرضا غلامی

مشخصات نشر : تهران، آراد کتاب، ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری : ۱۲۰ ص،

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۲۶۳-۲

یادداشت : کتابنامه.

موضوع : جهانی شدن - گردشگری

شناسه افزود : پرهیز، فریاد، ۱۳۶۴

شناسه افزوده : غلامی، علیرضا، ۱۳۶۵

رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ ص ۸ / JZ ۱۳۱۸

رده بندی دیویی : ۳۲۱.۱۰۰

شماره کتابخانه ملی : ۴۴۱۳۰۵

جهانی شدن و گردشگری شهری

✑ تألیف: دکتر سیدجمال الدین صمصام شریعت، دکتر فریاد پرهیز، دکتر علیرضا غلامی

✑ ناشر: آراد کتاب

✑ قیمت: ۱۲۵۰۰۰ ریال

✑ نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶

✑ چاپ و صحافی: مهرگان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۲۶۳-۲

حق چاپ برای ناشر محفوظ است. کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب با نکرش به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای انتشارات آراد کتاب محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

مرکز پخش و فروش:

انتشارات آراد کتاب تلفن: ۶۶۹۷۵۲۸۵ - ۶۶۴۸۲۲۲۶ - ۰۹۱۲۳۰۶۲۳۵۸

فروشگاه اینترنتی: www.aradbook.com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	مقدمه
۹	بخش اول
۹	جای شدن، تعاریف، مفاهیم و ویژگی‌ها
۹	ماهیت جهانی شدن
۱۴	ابعاد جهانی شدن
۱۵	جهانی شدن اقتصادی
۱۵	جهانی شدن فرهنگی
۱۸	جهانی شدن سیاسی
۱۹	جهانی شدن و محیط زیست
۲۰	علل جهانی شدن
۲۲	شاخصهای جهانی شدن
۲۳	شاخصهای ترکیبی
۲۸	شاخص KOF
۳۱	شاخص های غیر ترکیبی
۳۴	جهانی شدن و اطلاعات
۳۶	هویت و جهانی شدن
۳۷	جهانی شدن و شهر
۴۲	جهانی شدن و شهرنشینی
۴۳	جهانی شدن و شهروندی
۴۴	اثرات جهانی شدن روی شهرها
۵۳	بخش دوم
۵۳	جهانی شدن و گردشگری شهری
۵۳	مقدمه

۵۴	تعریف گردشگری.....
۵۵	فرایند تاریخی توسعه گردشگری.....
۵۶	گردشگری در قرون وسطی.....
۵۷	گردشگری در دوره‌ی رنسانس.....
۵۷	گردشگری در عصر انقلاب صنعتی.....
۵۸	ویژگی‌های صنعت گردشگری.....
۶۰	انواع گردشگری.....
۶۳	عناصر صنعت گردشگری.....
۶۴	عناصر صنعت گردشگری.....
۶۷	عناصر جزئی صنعت گردشگری.....
۶۹	اثرات گردشگری.....
۷۱	توسعه گردشگری پایدار.....
۷۴	جهانی‌شدن و گردشگری.....
۸۱	عوامل جهانی‌شدن گردشگری.....
۸۷	اثرات جهانی‌شدن بر گردشگری.....
۹۳	جهانی‌شدن و گردشگری شهری.....
۹۸	گردشگری رقابتی: استراتژی‌های توسعه‌ی پایگزین.....
۱۰۰	گردشگری و هویت شهری.....
۱۰۶	منابع و مآخذ.....

مقدمه

هزاره‌ی جدید عصر تغییرات جهانی بوده و بسیاری از دولت‌ها از طریق جذب سرمایه‌های سیال بین‌المللی و حرکت به سوی جایگاه جهانی در پی همگامی با این تغییرات و تقویت جایگاه خود در سطح بین‌المللی می‌باشند. به رغم دیدگاه‌های متضاد مثبت و منفی نسبت به فرایند جهانی شدن باید این را پذیرفت که جهانی شدن واقعی انکارناپذیر است که باعث ارتباط بیش از پیش دولت‌ها، ملت‌ها و شهرها گردیده و زمینه‌ساز جریان‌های رقابتی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی شده است.

گردشگری به عنوان صنعت شماره یک جهان در هزاره سوم به مثابه ابزاری فعال برای توسعه اقتصادی برای بسیاری از کشورهایی عمل می‌کند که به دنبال بهبود شرایط کلی اقتصادی خود می‌باشند. جهانی‌سازی جهانی شدن و گردشگری این است که گردشگری بزرگترین صنعت جهان است و به جهانی شدن در نتیجه افزایش تبادلات در بین مقاصد گردشگری در خارج از مرزهای ملی اشاره دارد. روند جهانی شدن گردشگری برآیند مهمی را در اقتصاد رقابت شهری در پی داشته و فرصت‌های زیادی را برای توسعه شهری و رشد اقتصادی ارائه کرده است. با این وجود نیل به موفقیت شهرها بدون شناسایی فرصت‌های برآمده از مزایای مثبت موجود و با نسخه‌های از پیش تعیین شده امکانپذیر نبوده و شهرها باید در راستای منافع خودشان به رصد بهتر روند جهانی گردشگری بپردازند که نقش شهرداری‌ها در این روند دارای اهمیت فوق‌العاده‌ای می‌باشد.

بر این اساس اداره مطالعات و برنامه‌ریزی شهری معاونت شهرسازی و معماری شهرداری، با استعانت از تأکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر تولید علم درونزا، با بیسان تجربیات جهانی، در راستای توسعه کشور همگام با رویکرد دانش بنیان مدیریت شهری

کلانشهر اصفهان، اقدام به انتشار یک مجموعه کتب مرتبط با امور شهری به منظور آگاهی بخشی بیشتر نسبت به مطالعات کنونی مباحث شهری می‌نماید و امیدوار است مورد توجه علاقمندان به مباحث شهری قرار گیرد.

دکتر صمصام شریعت

معاون شهرسازی و معماری شهرداری اصفهان

www.ketab.ir

پیشگفتار

در دنیای در حال جهانی شدن امروز، بیشتر شهرها به دنبال توسعه روابط اقتصادی تنگاتنگ با شهرهای ماورای مرزهای ملی خود هستند. شرکت‌های چند ملیتی در راستای تحقق عملکردهای تولید و شبکه‌های بازاریابی جهانی، شهرهای مختلف بین‌المللی را به هم ارتباط می‌دهند. پروازهای جدید مستقیم بین‌المللی مجموعه‌ای از معاملات تجاری جدید را در بین شهرهای مذکور به وجود آورده است. از این دیدگاه، بسیار صحیح به نظر می‌رسد که جهانی شدن را به عنوان ظهور فعالیت‌های درون شهری نه فعالیت‌های بین‌المللی تعریف کنیم.

تأثیر شهری جهانی شدن، منتهی به شهرهای جهانی درجه اول نمی‌باشد. سایر شهرها، به رغم اینکه از لحاظ اقتصادی به اندازه‌ی شهرهای جهانی درجه اول قدرتمند نیستند، اما متحمل اشکال مختلف بازتولید اقتصادی در رابطه با نیروهای جهانی می‌شوند. ماهیت و گستره تغییرات شهری در شهرهای غیر جهانی نیز شایان توجه است. بسیاری از محققین شهرهای جهانی بیان داشتند که بیشتر شهرهای معمولی کوچکتر، سطح کمتری از بازساخت شهری به مانند شهرهای جهانی را تجربه کرده‌اند. این فرض تفاوت‌های گسترده‌ای در تجربه شهری جهانی را نادیده گرفته است. تنوع پویایی‌های شهری باعث نیاز به ارائه مطالعات موردی در زمینه تجربه جمعی، اقتصادهای ملی، فرهنگ‌ها و سیستم‌های سیاسی شده است. جهانی شدن اغلب موجب پایداری صنایع موفق گردشگری، به عنوان یکی از بخش‌های فرعی و صنایع فوق مدرن می‌شود، که اغلب شهرها اقدامات توسعه اقتصادی شهری خود را به این سمت رهنمون ساخته‌اند.

گردشگری شهری، پدیده‌ای جذاب است و این مسئله را می‌توان از صحبت‌های رایج مردم درباره‌ی مکان‌ها یا شهرهای مورد بازدیدشان درک کرد، حتی با اینکه آنان

معمولاً به دنبال مکان‌های خاصی هستند. گردشگری شهری به‌طور فزاینده‌ای به بخشی از فرهنگ زندگی معاصر تبدیل شده و از لحاظ آکادمیک نیز طی سال‌های اخیر به‌طور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. در این رابطه، رشته‌های مختلف دانشگاهی در سراسر جهان دایر و مجله‌های جدیدی نیز منتشر شده و این رشته هر روز به بلوغ خود نزدیک‌تر می‌شود. اما ادراک گردشگری شهری برای یک دانشجو یا محقق، بسیار چالش برانگیز است. بخشی از علل آن، به طبیعت گردشگری شهری با صنعت چندپاره و پیچیده‌ی آن و مفاهیم‌های دوگانه‌ی ذاتی از قبیل عرضه و تقاضا، درون و برون، تصاویر و تجارب است. می‌شود گردشگری شهری از طرق مختلف، رشته‌های دانشگاهی را جهت‌دار نموده، اسفندهای آن‌ها را آشکار ساخته و تعاریف واگرایانه‌ای ارائه می‌دهد.

مجموعه حاضر در قالب در بخش تهیه گردیده است که در بخش اول آن به بررسی مفهوم جهانی شدن، علل برنامه ریزی، شاخص‌های جهانی شدن، جهانی شدن و شهر و ... پرداخته شده است. در بخش سوم کتاب تعاریف گردشگری، توضیح ویژگی‌های کلی آن و مباحثی از قبیل جهانی شدن و گردشگری مورد کنکاش واقع شده است.

امید است که اثر حاضر در راهنمایی پژوهشگران و علاقمندان به مباحث مطالعات شهری بویژه علاقمندان گردشگری و جهانی شدن مورد قبول واقع گردد. در پایان لازم می‌دانیم از همکاری شهرداری اصفهان، معاونت شهرسازی و اداره مطالعات و برنامه‌ریزی شهرداری اصفهان و همچنین انتشارات آراد کتاب تشکر و قدردانی را بنماییم.

گردآورندگان