



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



ارزیابی «گردشگری غذا» در توسعه شهری و منطقه ای

(نمونه موردی: شهر بناب)

پرویز کشاورزی*: کارشناس ارشد شهرسازی - برنامه ریزی منطقه ای

www.sina.keshavarz2011@Gmail.com

مجید اکبری: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری

www.majid.akbari@Aol.com

چکیده:

«غذا» به عنوان نخستین نیاز هر انسان، فقط یک ماده مصرفی نیست، بلکه در خود فرهنگ و آداب و رسوم مردم بومی یک منطقه را جای داده است. بر همین اساس یکی از معیارهای مهم سفر، غذا است و گردشگری غذا یکی از انواع گردشگری بوده که با توجه به افزایش زمان اوقات فراغت و نیاز انسان ها به یک محیط همنشینی، روز به روز در حال رشد است. با برنامه ریزی در ارتباط با «گردشگری غذا» می توان هم به عنوان هدف اصلی سفر، برای آنهایی که با روحیه کنجکاوی خود سعی در شناخت غذایی یک منطقه دارند و هم به عنوان یک برنامه مکمل در تمامی تورهای گردشگری با هر هدفی می توان گامهای مهمی در راستای توسعه یک شهر و یا یک منطقه برداشت. شهر بناب نیز به عنوان یکی از شهرهای استان آذربایجان شرقی بخاطر غذای سنتی و محلی خود یعنی کباب بناب شهرتی ملی و فرا منطقه ای پیدا کرده است و با ورود به شهر بناب آنچه در نگاه نخست بیش از هر چیز دیگری توجه هر تازه واردی را به خود جلب می کند، تکرار تصاویر مشابه از همسایگی کباب پزی ها و قصابی هایی است که با سیمای شهر عجیب یافته اند. پیشینه کباب بناب نه تنها ریشه در تاریخ مردمان این شهر داشته بلکه از سوی دیگر، قالب فرهنگی و بافت شهری بناب نیز با این غذای سنتی از دیرباز گره خورده است و می تواند با اندکی سرمایه گذاری و تبلیغات مناسب فرصت مناسبی برای جذب گردشگر شهری فراهم کند. امروزه "کباب بناب" فرصتی مناسب برای جذب گردشگر شهری به شهر بناب و منطقه آذربایجان محسوب می شود، زیرا این شهر توانسته است با ساماندهی مناسب کباب پزی ها و فراهم آوردن شرایط مناسب برای پذیرایی از گردشگران، در توسعه صنعت گردشگری و ترویج فرهنگ و سنت های این خطه از منطقه همت بگمارد.

این پژوهش با بهره گیری از مطالعات کتابخانه ای و میدانی و نمونه موردی شهر بناب با هدف ارائه راهکارهای مناسب به چگونگی بهره گیری از پتانسیل های موجود و تسری آن در همه ابعاد، همسو شدن با توسعه گردشگری شهری با توجه به جاذبه های غذایی محلی این شهر می پردازد. نتایج حاصله می تواند در سیاست گذاری های کلان جامعه، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری،



اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار

محل برگزاری دانشکده شهید مفتاح همدان

۳۰ آبان ۱۳۹۲



انجمن محیط زیست همدان

آژانس‌ها و تورهای گردشگری، گردشگران غذایی، و غیره به عنوان بستری برای توسعه گردشگری شهری از طریق غذاهای محلی، نمود پیدا کند.

کلمات کلیدی: گردشگری، گردشگری غذایی، گردشگری شهری، گاسترونومی، بناب

۱- مقدمه

سفر و غذا رابطه‌ای جدا نشدنی، مانند رابطه فرودگاه و هواپیما دارند. فرقی نمی‌کند که به کجا سفر می‌کنید، در هر صورت شما به جایی دنج برای آشنایی و ارتباط برقرار کردن با فرهنگ مردم منطقه نیاز دارید. غذا در واقع فقط یک ماده مصرفی نیست، بلکه یک خوراک فرهنگی است که در خود، فرهنگ و آداب و رسوم مردم بومی یک منطقه را جای داده است. بخش گردشگری غذا امروزه به عنوان یکی از راهکارهای جذب گردشگر در جهان به شمار می‌رود که به خاطر جذابیت بالا در رده بندی شغل‌های پر درآمد قرار گرفته است.

کشور ایران اقوام و فرهنگ‌های مختلفی دارد که هر کدام غذاهای منحصر به خود را دارند و همین امر می‌تواند باعث شود که ایران پتانسیل خیلی بالایی برای جذب گردشگر داشته باشد و در کل گردشگری در این زمینه می‌تواند، غذاهای محلی را به نوعی از یک برند گردشگری در کشور و یا حتی تا آن سوی مرزها تبدیل کند. در این زمینه فاکتورهایی مانند فرهنگ غذایی گردشگر، آشنایی و آگاهی گردشگران از فرهنگ غذایی ایران و مناطق مختلف آن، ارتباط با خدمات دهندگان در این زمینه و اطلاع رسانی راهنمایان تور به گردشگران می‌تواند موثر باشد. شرایط طبیعی، جغرافیایی و آب و هوایی، شرایط زندگی و رضایت مردم منطقه، فرهنگ‌ها و اقوام همسایه از عوامل موثر در شکل‌گیری غذاهای محلی هستند.

امروزه گردشگری غذا در حال رشد است و در ایران برخلاف دیگر کشورها سرمایه‌گذاری در این زمینه انجام نشده است. عدم آگاهی از غذاهای سنتی و محلی و عدم سرمایه‌گذاری در شاخه‌های مختلف گردشگری از جمله گردشگری غذا را می‌توان غافل ماندن این بخش از گردشگری و فراموش کردن سنت‌ها و فرهنگ‌های گذشتگان دانست. نگاه گردشگری در کسب و کار رستوران‌ها وجود ندارد و به همین دلیل رونق زیادی در زمینه گردشگری غذا در ایران نداریم. در همین راستا شهر بناب با توجه به پتانسیل‌های مناسب در بخش جذب گردشگر غذایی یکی از شهرهای گردشگرپذیر می‌باشد که می‌توان با تقویت صنعت توریسم غذایی که یک پدیده نوظهور در کشورمان بوده در این منطقه گامی عظیم در جهت نیل به اهداف توسعه گردشگری شهری در این شهر برداشت.

۲- مفاهیم و مبانی نظری تحقیق

۲-۱- گردشگری