



# شهر ایده آل؛ شهر گردشگر

Tourism City





## ظرفیت گردشگری ایران



### جزو کشور های برتر دنیا از نظر جاذبه های گردشگری فرهنگی و تاریخی:

- ثبت ۳۱،۰۰۰ اثر ثبت شده به عنوان آثار ملی
- ثبت ۲۲ اثر به عنوان آثار جهانی یونسکو
- عضو پروژه جاده ابریشم سازمان یونسکو و سازمان جهانی جهانگردی (از نارا ژاپن تا رم ایتالیا)
- دارای ۱،۰۰۰،۰۰۰ سایت تاریخی، فرهنگی، طبیعی

### جزو کشور های برتر دنیا از نظر جاذبه های طبیعی و اکو توریستی:

- دارای ۲۵۹ اثر ثبت شده طبیعی، ۲۵۰۰ غار و ۴ رشته کوه اصلی
- دریای خزر بزرگترین دریاچه جهان و ۱۵ دریاچه دیگر
- ۲۱ جزیره، ۱۴،۳۱۹،۰۶۳ هکتار جنگل و ۳۲،۵۷۶،۴۹۲ هکتار بیابان

### دارای تنوع بیش از ۳۸۰ نوع صنایع دستی:

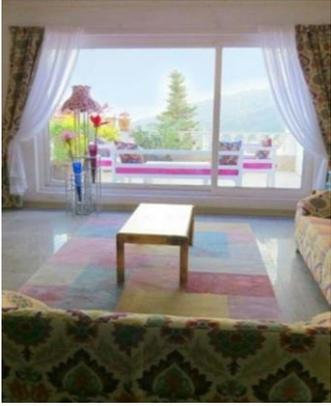
- فرش، نساجی سنتی، پوست و چرم، طراحی سنتی و نگارگری
- هنرهای مرتبط با فلز، سفالگری و سرامیک سازی و سنگ تراشی
- رودوزی ها و بافتنی ها، حصیر بافی، رنگرزی گیاهی
- هنرهای مرتبط با چوب، قلمکاری و....

### مقصدی محبوب در بین کشورهای جهان اسلام از نظر جاذبه های مذهبی:

- بیش از ۱۰،۰۰۰ مرکز مذهبی

# زیر ساختها

## واحد های اقامتی



### خانه مسافر

### اقمتگاه بوم گردی

### مجتمع و پانسیون

### آپارتمان و مهمانپذیر

### هتل

تعداد واحد: ۱.۸۷۶

تعداد واحد: ۴۴۱

تعداد واحد: ۲۴۹

تعداد واحد: ۲.۰۰۷

تعداد واحد: ۱.۱۵۳

تعداد اتاق: ۴.۱۴۸

تعداد اتاق: ۱.۷۲۷

تعداد اتاق: ۴.۸۸۹

تعداد اتاق: ۳۸.۱۶۸

تعداد اتاق: ۵۰.۱۱۶

تعداد تخت: ۱۴۰.۰۷۸

تعداد تخت: ۸.۵۲۵

تعداد تخت: ۱۹۰.۰۳۷

تعداد تخت: ۱۰۸.۵۱۶

تعداد تخت: ۱۲۱.۸۳۳

کشور ایران دارای ۵.۷۲۶ واحد اقامتی و ۹۹.۰۴۸ تعداد اتاق و ۲۷۱.۹۸۹ تخت جهت اقامت گردشگران می باشد.

# زیر ساختها

## حمل و نقل

### سیستم حمل و نقل در ایران



- ۵۹ فرودگاه و ۷۷ ترمینال با ظرفیت پذیرش مسافر داخلی ۳۸،۸۳۹،۶۱۸ نفر و مسافر بین المللی ۱۸،۳۴۸،۸۳۴ نفر



- ۲۹۳ پایانه مسافری، ۲،۱۷۱ تعاونی فعال، ۲،۳۷۹ واحد اتوبوس و ۱۹،۱۶۶ مینی بوس که تنها ۱۵٪ ناوگان مسافری زیر ۵ سال سن دارند



- ۲۱۴،۵۶۰ کیلومتر راه، ۳،۴۴۸ سواری کرایه و حدود ۱۹،۰۰۰،۰۰۰ خودرو

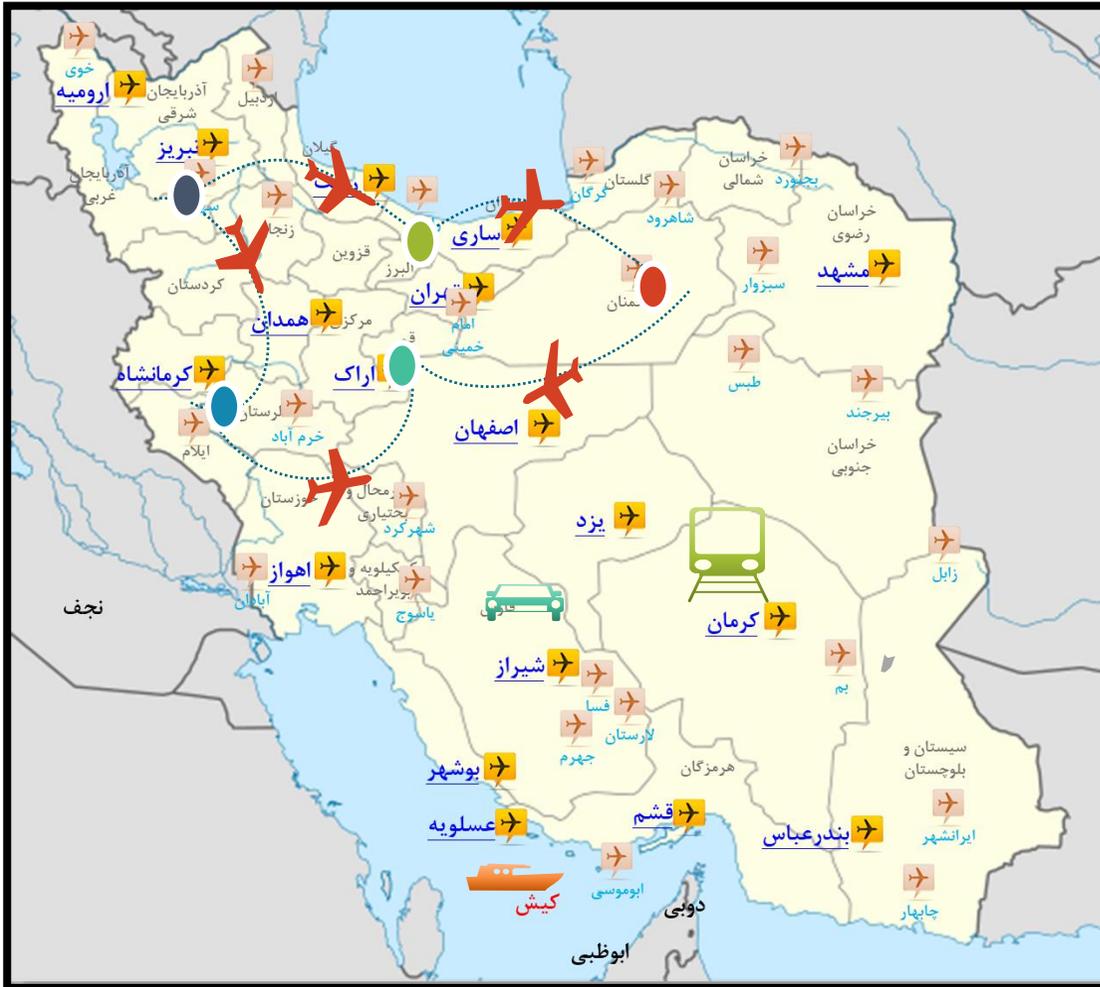
- از هر ۱۰۰ کیلومتر راه برون شهری موجود در سطح کشور ۵ کیلومتر آن دارای روشنایی و ۲۲ کیلومتر آن آزادراه و بزرگراه است.



- ۱۳،۳۴۸ کیلومتر راه آهن و ۵۴۹ لوکوموتیو با جابجایی مسافر ۲۴،۴۵۳،۰۰۰ نفر (۰.۰۰۴٪ سهم مسافر بین المللی)



- ۱۳۰ کشتی با ظرفیت ۱،۸۴۳ مسافر



# زیر ساختها

## ظرفیتهای بافعل

❑ ۴,۳۸۸ عدد دفاتر خدمات مسافرتی کشور به تفکیک حوزه فعالیت ( اردیبهشت ۱۳۸۶ )

❑ ۱۶ ایر لاین داخلی با حجم مسافر جابجا نموده ۲۲,۰۱۷,۰۳۳ مسافر

❑ ۵۱ شرکت هواپیمایی خارجی با حجم مسافر جابجا نموده ۲,۴۱۵,۰۰۱ مسافر ورودی و ۲,۴۹۶,۰۸۶ مسافر خروجی

❑ شمار گردشگران ورودی / درون مرزی به تفکیک نوع حمل و نقل:

▪ زمینی ۳,۵۴۷,۰۰۰

▪ هوایی ۱,۶۶۴,۰۰۰

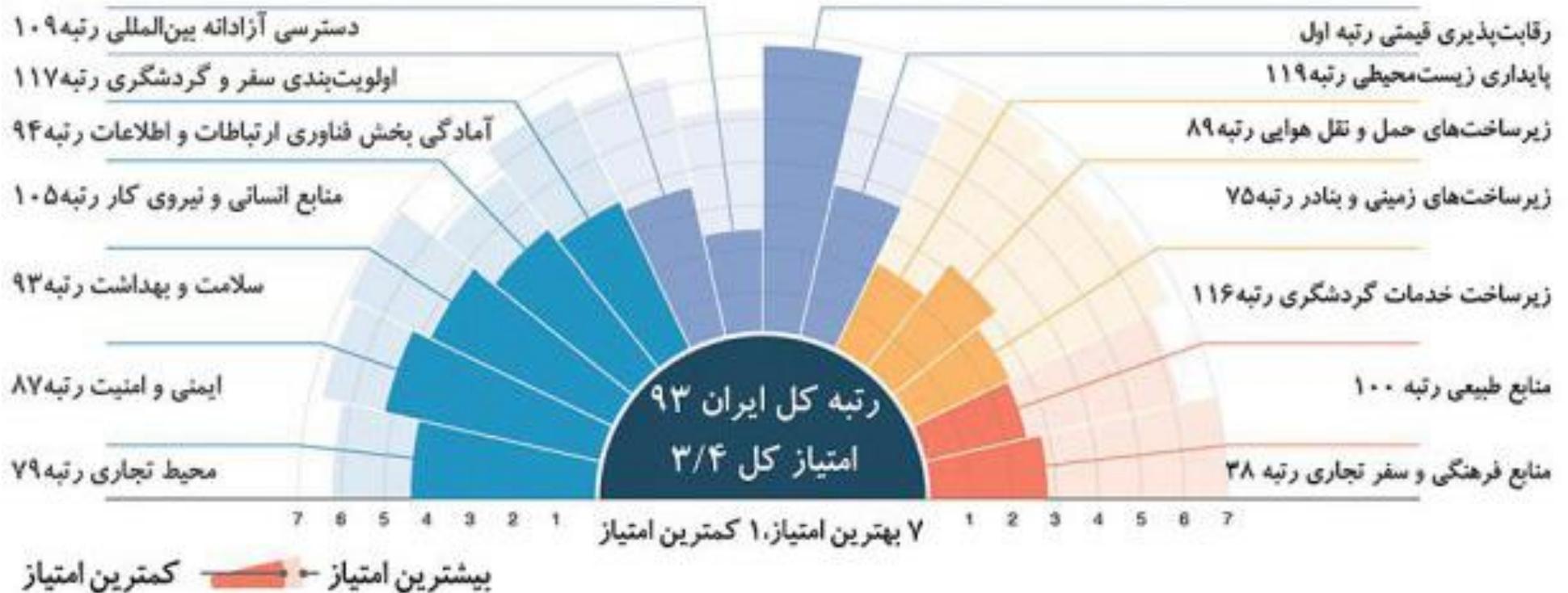
▪ آبی ۲۶,۰۰۰

❑ در سال ۹۳ از مجموع سفرهای صورت گرفته در فصل بهار و تابستان، ۷۴,۶۵۶,۲۲۷ سفر با اقامت شبانه و ۶۰,۷۱۲,۱۳۱ سفر بدون اقامت شبانه صورت گرفته است.



ردیف	حوزه فعالیت	تعداد
۱	بند ب	۲,۷۷۳
۲	الف- ب	۱,۱۲۷
۳	ب- ب	۲۱۹
۴	الف- ب- ب	۲۶۹
مجموع		۴,۳۸۸

# عملکرد ایران در معیارهای شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۷ - رتبه در بین ۱۳۶ کشور



# شاخصهای اقتصادی

%



- در سال ۲۰۱۶ مجموع سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی کشور : ۷/۷ درصد
- در سال ۲۰۱۶ سهم جمهوری اسلامی ایران از کل ورودی های گردشگری در سطح جهان : ۱/۶ درصد
- در سال ۲۰۱۶ سهم گردشگری در اشتغال کشور به صورت مستقیم برابر با ۲/۲ درصد و مجموع کمک به اشتغال ۶/۵ درصد بوده است.

با وجودی که ایران از لحاظ منابع تاریخی، فرهنگی و طبیعی و ظرفیت پذیرش و خدمات در جایگاه ویژه ای قرار دارد اما تنها کمتر از **یک** درصد سهم درآمد جهانی از صنعت را به خود اختصاص داده است.

# نگرش مبتنی بر مدیریت شهری

## Attitude Based on Urban Management

- تعریف و ایجاد تاسیسات شهری (بازار، بیمارستان، فرودگاه، پایانه مسافری و...) فقط در جهت خدمت به جامعه ساکنین شهری و روستایی منطقه است.
- معیار توسعه و ساختار ایجاد تاسیسات تابعی از صرفاً ساکنین شهر است.
- پتانسیل ها و ظرفیت های تعریف شده در استان جمع‌بندی نیازهای جامعه شهری خواهد بود.
- به عنوان مثال تجهیزات و امکانات بیمارستان های استان وابسته به پراکندگی تعداد جمعیت شهروند و ساکن در استان است.
- مشاغل نیز در استان با این تناسب شکل می گیرند.
- برگشت سرمایه و بازده سود وابسته به جامعه شهری است.



# توسعه تابعی از جامعه شهروند

Development based on citizen society



- بسیاری از مدیران شهری، در پی ارائه ی خدمات متنوعی برای شهروندان شهر خودشان می باشند. به عنوان مثال از ساختن بیمارستان تا احداث پارک و فضاهای گردشگری متناسب با جمعیت شهرشان.
  - تمام این خدمات ضروری است، اما بهره وری این خدمات فقط برای شهروندان آن شهر است و به هیچ وجه رو به توسعه نیست.
  - ذائقه ها و تنوع در ارائه خدمات و کالای شهر وابسته به فرهنگ جامعه شهر و تابعی از جمعیت شهر خواهد بود.
- مثال: اگر جامعه چینی وارد شهر گردد مصرف غذاهای دریایی ایجاد می شود و اگر رودخانه در اطراف شهر باشد، پرورش ماهی شکل می گیرد.

رستوران مدرن  
- کلاسیک

دانشگاه

مراکز ورزشی

بیمارستان

بازار



- چرخه اقتصادی وابسته به بودجه دولتی و درآمدهای تولید شده توسط شهروندان است بدین معنی که تمام اقتصاد شهر به شهروند متکی می باشد.
- تولیدات مازاد استانی نظیر کشاورزی در چرخه واسطه گری قرار میگیرد و توسط واسطه گران در جامعه مصرف می گردد.
- شاخص های اقتصادی شامل شاخص های بها و تولید و نیز مصرف کننده GDP و CPI نشان می دهند که هزینه بیشتری برای تولید صرف می گردد که بخشی از آن توسط مصرف کننده جبران می گردد.
- این شاخصها بصورت مستقیم در تورم یا رکود تاثیر می گذارند.
- جهت تامین رضایت شهروندی هزینه های شهری افزایش پیدا می کند.

# تحول در نگرش

Evolution in attitude



تغییر زیربنایی در زیر ساخت نرم  
افزاری و تفکری مدیریتی در کشور  
جهت استراتژی شهری که برای  
گردشگر تنظیم می شود.



مدیریت شهر گردشگر

- جامعه شهروند + گردشگر
- مدیریت درآمد
- ظرفیت های بالقوه به بالفعل و فعال

مدیریت شهر ایده آل

- جامعه شهروند
- مدیریت هزینه
- ظرفیت های بالقوه و منجمد

# تحول در نگرش

Evolution in attitude



مدیریت شهر گردشگر

جامعه شهروند و گردشگر  
مدیریت درآمد  
ظرفیت های بالقوه به  
بالفعل و فعال



مدیریت شهر ایده آل

جامعه شهروند  
مدیریت هزینه  
ظرفیت های بالقوه و  
منجمد

# تحول در نگرش

## Evolution in attitude

- ❑ برنامه ریزی شهری مدیریت پتانسیل و تاسیسات شهری با نگرش مدیریت شهر ایده آل مبتنی بر **جامعه ساکن** یا **شهروندان** می باشد.
- ❑ برنامه ریزی پتانسیل و تاسیسات شهری با نگرش شهر گردشگر مبتنی بر **جامعه گردشگر** + **جامعه ساکن** می باشد.



مدیریت شهر گردشگر

جامعه شهروند + جامعه گردشگر



مدیریت شهر ایده آل

جامعه شهروند

# فرودگاه

## Airport

### الف

#### شهر ایده آل

بر اساس نگرش مدیریت شهر ایده آل بدلیل اینکه خدمت تعریف شده برای ارائه، جامعه ساکن یا شهروند می باشد لذا بهترین تایم پروازی صبح ۵ الی ۱۰ و عصرها از ساعت ۱۹ الی ۲۴ می باشد.

### ب

#### شهر گردشگر

بر اساس نگرش مدیریت شهر گردشگر چون جامعه گردشگر برای اسکان تابع تایم هتل می باشد، بهترین تایم پروازی از ساعت ۱۰ الی ساعت ۱۹ می باشد.

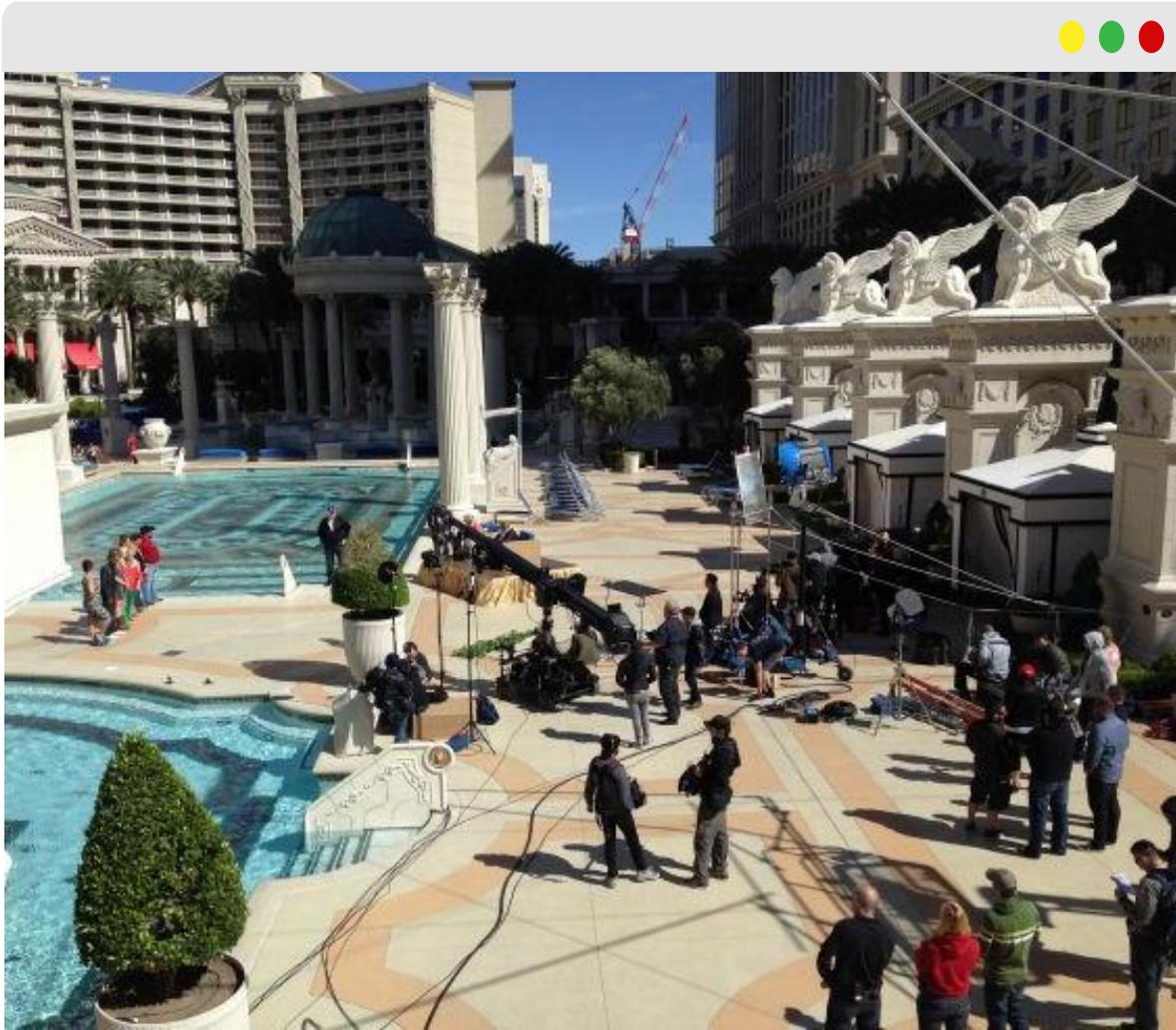
#### توضیح:

با توجه به بندهای فوق متوجه خواهیم شد که با نگرش شهر گردشگر فرودگاه اقتصادی می شود و این موضوع باعث افزایش راندمان و بهره وری مدیریت حمل و نقل هوایی افزایش خواهد یافت.



# صدا و سیما

Tv & Radio



## شهر ایده آل

الف

برنامه ها طوری تنظیم میگردند که مردم شهر بصورت تفریحی از آنها استفاده نمایند.

## شهر گردشگر

ب

سریالهایی تولید می شود که لوکیشن ها تماماً فضا های گردشگری می باشند. (نظیر سریالهایی که در ترکیه تولید می شوند)

مثال: در سریال تصادفی رقم می زند که در آن هنرپیشه را به بیمارستان شهر برده و فضا را طوری جلوه می دهد که باعث جذب گردشگر سلامت شود.

# فرهنگ

Culture



## شهر ایده آل

الف

فرهنگ و داشته های قومیتی شهر برای مردم آن شهر عادی شده است و ایجاد درآمد نمی کند.

## شهر گردشگر

ب

بسیاری از گردشگران دوست دارند که لباسهای آن شهر یا قومیت آن محل را داشته باشند یا با آنها عکس بگیرند و همچنین صنایع دستی شهر ارزشمند می شوند و باعث می شود که تمام این موارد ارزش تجاری پیدا کنند. فرهنگ، هنر، قومیت، صنایع دستی و استعدادهای ذاتی آن شهر قابلیت عرضه و اقتصادی پیدا می کند.

# غذا

Food



## الف شهر ایده آل

غذای سنتی جهت عرضه وجود ندارد چراکه جامعه ساکن در شهر غذای سنتی را در خانه پدری و مادری خویش تجربه می کند.



## ب شهر گردشگر

گردشگر به دنبال غذای سنتی منطقه است. به عنوان مثال گردشگر به دنبال غذای سنتی در آذربایجان می گردد تا آنرا تجربه کند و همین امر سبب می شود که رستوران های سنتی شکل بگیرند. به جای آنکه آشپزهای شهر به دنبال یادگیری غذاهای ایتالیایی و.. باشند باعث می شود که افراد آن شهرستان در زمینه غذا استعداد و هنرشان قابل عرضه و تجاری شود.



## بیمارستان

Hospital

شهر گردشگر

ب

بیمارستان برای جذب بیشتر گردشگران حوزه سلامت نیاز به ارائه خدمات ویژه و کیفی می باشد.

شهر ایده آل

الف

در این حالت تجهیزات بیمارستان بر اساس نیاز شهروندان ساکن تعریف می گردد و خدمات ارائه شده تابعی از رضایت مندی جامعه ساکن یا شهروند بود.

# ساختمان

در صنعت ساختمان آیا می توان ساختمانی ساخت و آنرا صادر نمود؟



## الف شهر ایده آل

واحد مسکونی برای اسکان جامعه شهروند ۳۶۵ روز ساخته می شود.

## ب شهر گردشگر

واحدهای مسکونی به خانه گردشگر تبدیل می شوند. بسیاری از کشورها با تولید واحدهای مسکونی قابل فروش برای جامعه گردشگر سایر کشورها با شرط اعطای اقامت در کشور خود صادرات بدون انتقال دارائی را رقم میزنند. گردشگری خدمات و صادراتی را شکل می دهد بدون آنکه چیزی از کشور خارج شود. حتی خرید یک آب معدنی به گردش نیز به نوعی صادرات است. در نهایت به دلیل ضرورت سرویس و نگهداری تاسیسات و امنیت واحد مسکونی فوق نیاز به خدمات سرایداری، نگهبان، تاسیسات و باغبانی می باشد که اشتغال ارز آور را نیز رقم می زنند.

# امنیت

Security



## الف شهر ایده آل

مدیریت شهر ایده آل برنامه ریزی زمان و عملکرد برای ساکنین است در صورتیکه در شهر گردشگر بطور همزمان برای ساکنین و گردشگران ورودی به شهر است.

## ب شهر گردشگر

شبهای شهر گردشگر بیدار است چراکه گردشگر از تمام فرصتها می خواهد که بیشترین بهره را ببرد. امنیت شهر بالا می رود.

## "استعداد های نهفته در صنایع دستی و هنرها تبدیل به کالای قابل عرضه و درآمد می گردند"



- فرهنگ به کالای قابل عرضه و درآمد زا تبدیل می گردد.
- غذا و خوراکی های محلی از مطبخ های خانگی خارج شده و به جذابیت آن شهر می افزاید.
- صنعت به جای آن همه تلاش برای بازاریابی و فروش و نمایندگی، با ایجاد جذابیت هایی در منطقه می تواند به سمت صادرات چمدانی حرکت کند.
- مثال : بیمارستان به غیر از رفع نیازهای شهروندان، می تواند با معرفی به موقع ظرفیت های پزشکی به عنوان یک جاذبه ی گردشگر سلامت ایفای نقش نماید.

# ابیانه

روستای ابیانه؛ گنجینه ای از آثار تاریخی جذاب و دیدنی



- برخی از فرهنگها و آیینهای گذشتهی از جمله نحوهی صحبت کردن تغییر نکرده است
- نحوهی لباس پوشیدن برخی از مردم روستای تاریخی ابیانه به سبک قدیم است و تلاش فراوانی برای حفظ این آداب کردهاند.
- مردها با پوششی از شلواری سیاه و بلند شبیه شلوار مردهای لر (دوید یا همان دبیت) و زنها با لباسهایی زیبا در طرحهای مختلف گلدار و رنگی دیده می شوند و اغلب روسریهایی که بر سر می کنند، به رنگ سفید است.

رستوران مدرن  
- کلاسیک



رستوران سنتی

دانشگاه



توریست  
آموزشی

مراکز ورزشی



توریست  
ورزشی

بیمارستان



توریست  
سلامت

بازار



بسته بندی کالا

## تغییر رفتار در جامعه شهری

Change Behavior in Urban Society

- جداول ساعات کاری و **timing** عرضه و تقاضا تغییر می کند.
- فعالیت ها اقتصادی شده و از **timing** کارمندی به حوزه اقتصادی تبدیل می گردد.

- جامعه شهروند اسکان ۳۶۵ روزه دارد و استفاده از پتانسیل ها را برای ۳۶۵ روز قابل دسترسی می یابد.
- اما گردشگر فرصت استفاده از پتانسیل ها را در مدت ۵-۶ روز دارد و برای وی زمان (**time**) اهمیت پیدا می کند و برای آنها هزینه پرداخت می نماید.
- در شهر گردشگر جامعه شهروند مشارکتش در شهر افزایش می یابد.
- توسعه فرودگاهی و برنامه ریزی **network** پروازی بر مبنای سیستم **check-in** و **check-out** هتلها و مراکز اقامتی تنظیم می گردد.



# تقویم گردشگری

## Tourist Calendar

تقویم و جدول ض					
مناسبت ها	میلادی	قمری	شمسی	ایام	ردیف
	Dec-22	۱۰ ربیع الاول	۱	شنبه ۳	۲۷۷
	Dec-23	۱۱ ربیع الاول	۲	شنبه ۴	۲۷۸
ولادت رسول اکرم و آغاز هفته وحدت و روز نیت	Dec-24	۱۲ ربیع الاول	۳	شنبه ۵	۲۷۹
ولادت حضرت عیسی مسیح (ع)	Dec-25	۱۳ ربیع الاول	۴	جمعه	۲۸۰
روز ایمنی در برابر زلزله و کاهش اثرات بلایای طبیعی	Dec-26	۱۴ ربیع الاول	۵	شنبه	۲۸۱
	Dec-27	۱۵ ربیع الاول	۶	شنبه ۱	۲۸۲
	Dec-28	۱۶ ربیع الاول	۷	شنبه ۲	۲۸۳
ولادت حضرت رسول اکرم، روز اخلاق و مهرورزی، ولادت روز بصیرت و میثاق امت با ولایت	Dec-29	۱۷ ربیع الاول	۸	شنبه ۳	۲۸۴
	Dec-30	۱۸ ربیع الاول	۹	شنبه ۴	۲۸۵
	Dec-31	۱۹ ربیع الاول	۱۰	شنبه ۵	۲۸۶
آغاز سال ۲۰۱۶ میلادی	Jan-01	۲۰ ربیع الاول	۱۱	جمعه	۲۸۷
	Jan-02	۲۱ ربیع الاول	۱۲	شنبه	۲۸۸
	Jan-03	۲۲ ربیع الاول	۱۳	شنبه ۱	۲۸۹
	Jan-04	۲۳ ربیع الاول	۱۴	شنبه ۲	۲۹۰
	Jan-05	۲۴ ربیع الاول	۱۵	شنبه ۳	۲۹۱
	Jan-06	۲۵ ربیع الاول	۱۶	شنبه ۴	۲۹۲
	Jan-07	۲۶ ربیع الاول	۱۷	شنبه ۵	۲۹۳
	Jan-08	۲۷ ربیع الاول	۱۸	جمعه	۲۹۴
	Jan-09	۲۸ ربیع الاول	۱۹	شنبه	۲۹۵
	Jan-10	۲۹ ربیع الاول	۲۰	شنبه ۱	۲۹۶
	Jan-11	۳۰ ربیع الاول	۲۱	شنبه ۲	۲۹۷
	Jan-12	۱ ربیع الثانی	۲۲	شنبه ۳	۲۹۸
	Jan-13	۲ ربیع الثانی	۲۳	شنبه ۴	۲۹۹
	Jan-14	۳ ربیع الثانی	۲۴	شنبه ۵	۳۰۰
	Jan-15	۴ ربیع الثانی	۲۵	جمعه	۳۰۱
	Jan-16	۵ ربیع الثانی	۲۶	شنبه	۳۰۲
	Jan-17	۶ ربیع الثانی	۲۷	شنبه ۱	۳۰۳
	Jan-18	۷ ربیع الثانی	۲۸	شنبه ۲	۳۰۴
ولادت حضرت امام حسن عسکری (ع)، روز غزه	Jan-19	۸ ربیع الثانی	۲۹	شنبه ۳	۳۰۵
	Jan-20	۹ ربیع الثانی	۳۰	شنبه ۴	۳۰۶

با دید گردشگری تمامی  
لازمه‌های تحقق اهداف  
توسعه‌ای ماهیت  
جاذبه‌ای می یابند.

تقویم های شمسی، قمری و میلادی برای شهر  
مهم خواهد بود و همین امر باعث خواهد شد  
برنامه ریزی شهری بر اساس جامعه مخاطب  
جهانی صورت پذیرد.

- تقویم گردشگری پتانسیلهای گردشگری را در برابر فرصتها قرار می دهد.
- شکل گیری جامعه مخاطب داخلی و خارجی

تبدیل و فعال نمودن  
ظرفیت های بالقوه به  
بالفعل

## نگرش مبتنی بر جامعه مخاطب ورودی گردشگری

### Attitudes based on the community of tourist

تجربیات جهانی نشان میدهد که کلان شهرهای بزرگ جهان نظیر لندن، پاریس، مسکو، نیویورک، آمستردام، پراگ و توکیو سرمایه گذاریهایی عظیمی را در حوزه **گردشگری** انجام داده و با ارتقای کیفیت زندگی در محیط کلان شهری، عوامل جذب گردشگران از نقاط مختلف جهان را نیز فراهم کرده اند. به گونه ای که هم اکنون درآمد کلان شهر نیویورک از گردشگری به بیش از ۲۲ میلیارد دلار در سال می رسد. از این رو چنانچه در کلانشهرهای کشور ما نیز، برنامه های مدونی برای تقویت گردشگری تهیه شده و به مرحله اجرا برسد، علاوه بر تأمین نیازهای شهروندان، می توان بخشی از منابع مالی شهرداری ها را نیز از محل درآمدهای ناشی از گردشگری تأمین کرد.



# منافع شهر گردشگر

سرمایه گذاریها از حوزه های حبابی به طرف حوزه های عملکردی کشیده خواهد شد.

## تقویت درک فرهنگی:

حضور گردشگران مشوقی است برای حفظ هنرهای سنتی و توسعه بازاریهای دستی، دانش سنتی و روش های پیشین مورد استفاده در منطقه.

## ارتقای محل زندگی:

گردشگران می توانند کیفیت زندگی اجتماع محلی را افزایش داده و با ایجاد شغل و کاهش فقر منجر به بهبود استانداردهای زندگی شوند.

## بهبود کیفیت محیط زیست:

گردشگری شهری منجر به بهبود کیفیت محیط زیست می شود، زیرا گردشگر ترجیح می دهد مکان های تمیز، جذاب و به دور از آلودگی را بازدید کند. از نظر گردشگران، یکی از شرایط اساسی گردشگری، یک محیط تمیز و به دور از درگیری های اجتماعی است.

# منافع شهر گردشگر

## تولید محلی و افزایش درآمد برای جامعه محلی :

گردشگری محرکی برای تولید کالاها، سرمایه گذاری و حمایت از خدمات محلی است و فرصتی برای توسعه کسب و کار و ایجاد شغل در جوامع محلی است. و از آن سو باعث جذب بیشتر گردشگران می شود.

## توسعه زیرساخت ها:

چشم انداز توسعه گردشگری ساخت و ساز، بهبود زیرساخت های اساسی (راه آهن، سیستم های قدرت، تفریح های آبی، برق، مخابرات و مدیریت مواد زائد) بازسازی مراکز تاریخی، ساخت تسهیلات تفریحی و فرهنگی، بروز رسانی شبکه حمل و نقل، توسعه رویدادهای فرهنگی و ورزشی با اهمیت بین المللی و ... را توجیه می کند. از این سرمایه گذاری، هم گردشگر و هم جمعیت ساکن منتفع می شوند.

## صادرات چمدانی:

گردشگری بین المللی محرک صادرات محلی است. در این شیوه، گردشگران با صرف هزینه ی کمتر، محصول را از مبادی تولید شده، تهیه می کنند. این گونه صادرات اگر چه در حجم های کوچک است ولی تناوب و مداومت بیشتری دارد.

## سرانه ی گردشگری:

یکی از مهمترین بخش هایی که باید در مدیریت شهری صورت پذیرد لزوم تهیه پیوست گردشگری در اجرای طرح جامع شهری با هدف پیش بینی فضاهای با کاربری تاسیسات و خدمات گردشگری است، که با این مهم مناطق مختلفی از شهر برای ایجاد زیرساخت های گردشگری تعیین و موجب کاهش نرخ زمین و عرضه با قیمت مناسب برای هتل، مهمانسرا و موارد دیگر است. این امر باعث می شود هزینه های ساخت این امکانات مناسب تر باشد و همین عامل خدمات برای گردشگران را کم هزینه تر می کند. ثمره ی حضور بیشتر گردشگران، بالاتر رفتن ارزش زمین و مستقالات در کل شهر است.

# منافع شهر گردشگر



بهبود تصویر و آوازه شهر و تشکیل یک مکان مشهور و کسب و کار:

گردشگری میتواند با بهبود رقابت کسب و کارها و شرکت ها، از طریق پاسخ به نیازهای اجتماعی و تجاری نقش مهمی داشته باشد.

## اشتغال زایی :

موقعیت های کاری زیادی به طور مستقیم در هتل ها، رستوران ها، آژانس های مسافرتی، کسب و کارهای کوچک و حمل و نقل ایجاد می شود و مشاغل غیرمستقیمی نیز بوسیله کارمندان این بخش ها ایجاد می شود که به نوبه خود موجب ایجاد مشاغل جدیدی در اقتصاد محلی می شود.

## مشوق های اقتصادی برای حفاظت از محیط زیست:

گردشگری می تواند ارزش های اقتصادی ملموسی را برای منابع فرهنگی و طبیعی به ارمغان آورد. هزینه های گردشگران می تواند به طور مستقیم برای حفاظت از محیط زیست منطقه و حمایت از جامعه محلی مصرف شود.

# Barcelona



[www.barcelonaturisme.cat](http://www.barcelonaturisme.cat)

With a population of more than 1,6 million inhabitants, Barcelona is today one of the world's leading tourist, economic, trade fair/exhibitions and cultural-sports centres, and a heavyweight in commerce, education, entertainment, media, fashion, science, and the arts. It is a major cultural and economic centre in south-western Europe and a growing financial centre. Barcelona is a transport hub with one of Europe's principal ports. Barcelona's international airport handles over 34 million passengers per year and the city has an extensive motorway network. Recently the city has also become a hub for high-speed rail as it has joined the new link between Spain and France, currently the second longest in the world.

- Population: 1,619,337
- International arrivals in 2010: 7,133,524 \*
- Tourism budget in 2010: More than 1.1 million dollars



# Berlin

[www.visitBerlin.de](http://www.visitBerlin.de)

Berlin is home to renowned universities, research institutes, orchestras, museums, and celebrities, as well as host of sporting events. Its urban setting and historical legacy have made it a popular location for international film productions. The city is well known for its festivals, diverse architecture, nightlife, contemporary arts, public transportation networks and a high quality of life. Berlin also serves as a continental hub for air and rail transport, and is a popular tourist destination

- Population in 2010: 3,460,725
- International arrivals in 2010: 9,051,430 (Source: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg)
- Tourism budget in 2010: More than 11.1 million dollars



## VISITBERLIN

visitBerlin has advertised worldwide since 1993. It operates Berlin Tourist to visitors to the capital.

# Lisbon



[www.visitlisboa.com](http://www.visitlisboa.com)

The maritime Voyages of Discovery turned Lisbon into one of the world's great ports and the centre of an empire that stretched from Brazil in the West to India in the East. On the banks of the river, great monuments testify to that history. After the earthquake of 1755, the Baixa Pombalina downtown was rebuilt in the classical style while many of its adjoining medieval neighbourhoods survived and are now home to an amazing array of stores, restaurants and cafés. Lisbon's exceptional and highly individualistic atmosphere has charmed writers, photographers and filmmakers with the polychrome façade tiles serving to create a particular atmosphere.

- Population in 2010: 469,509
- International arrivals in 2010: 1,919,117
- Tourism budget in 2010: More than 11.1 million dollars



## TURISMO DE LISBOA

Turismo de Lisboa is a non-profit organization, established through an alliance of public and private bodies, which operate in the tourist sector. It now has around 550 associated members. The main objective of this association since 1998 is to combine efforts, in order to improve and further the promotion of Lisbon as a tourist destination, and thus to improve the quality and competitiveness of the city. The Association's activities also include the creation of various tourist projects, as a result of private initiatives or in partnership with other entities.



# تجربہ های جهانی

## مدیریت شهر گردشگر

### Tourism City Management



آب گرم گاو میش گلی

سب عین



پیست اسکی آلوارس

اردبیل



استخر لاهیجان

- هر شهر به دنبال جذابیت های متنوع شهر خود می گردد. آنها را لیست می کند و شروع به توسعه و قوت بخشی میکند.
- گردشگری یکی از ستون های اصلی و پیشران اقتصادی از شهر می گردد و این نقش مهم را در زمینه اشتغال، درآمد و نگهداری زیرساخت های شهری و خدمات عمومی ایفا می کند.
- فرهنگ و سبک زندگی، میادین و المان ها، آثار تاریخی، بازار تا اکوتوریسم آن منطقه می تواند بخشی از این پتانسیل های عملکردی باشند.
- بسیاری از پتانسیل های جذاب و دلنشین شهرگردشگری امکانات و آداب رسومی است که برای شهروندان عادی شده است

# Thank you

---

