

Journal of Applied Managerial Market Research

JAMMR



فصلنامه

پژوهش های کاربردی مدیریت بازار



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

سال دهم، شماره ۳۶، پاییز ۱۴۰۳

▶ ONLINE ISSN: 2538-533X

Sponsored and Indexed by
CIVILICA
We Respect the Science



jammr.ir

OPEN  ACCESS


CC BY 4.0 DEED
Attribution 4.0 International

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار

Journal of Applied Managerial Market Research

JAMMR



صاحب امتیاز و سردبیر: علی ایرانمنش
فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار

مدیر مسئول: دکتر الهام هادی

Journal of Applied Managerial Market Research

مدیر هنری: دکتر سارا ارجمند

ویراستار: دکتر زهرا شیردره

هیئت تحریریه: دکتر حسن اسماعیل پور، دکتر اصغر مشبکی، دکتر ناصر حری، دکتر پیمان غفاری، دکتر شراره

رخشان، دکتر مجتبی رحمانی، دکتر محمد شریعتی، مهندس حسین ایگدر.

نشانی: اصفهان، خیابان پروین، خیابان حکیم شفایی سوم، مجتمع آرمان، واحد ۶۴

کد پستی: ۸۱۹۹۸۶۵۸۵۳

تلفن: ۰۳۱۳۱۳۱۹۶۶۸

پست الکترونیک: info@jammr.ir

وب سایت: www.jammr.ir

بهبود صنعت گردشگری چگونه می‌تواند منجر به رونق اقتصادی شود؟

رومینا نیک سرشت

پژوهشگر موسسه خدمات مدیریت شایگان پژوه الوند

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار چکیده

رشد و توسعه اقتصادی بر اساس عوامل مختلفی نهادینه می‌شود. از جمله این موارد می‌توان به شاخص‌های فرهنگی، اقتصادی، جغرافیایی، امنیتی، رفاهی و گردشگری اشاره نمود. پژوهش حاضر به بررسی نقش صنعت گردشگری در رشد اقتصادی و یا در اصطلاح، رونق اقتصادی پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد که ارتقاء شاخص‌های اقتصادی بسیار متأثر از صنعت گردشگری می‌باشد؛ البته این نکته نیز روشن شد که رشد اقتصادی نیز به تنهایی باعث تقویت و بهبود صنعت گردشگری می‌گردد و این چرخه، دائماً به تقویت خود خواهد پرداخت تا در نهایت و به فرض حرکت مثبت سایر شاخص‌ها، منجر به توسعه اقتصادی شود.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، توسعه شهری، رشد اقتصادی، توسعه اقتصادی.

مقدمه

تاملی بر بازارهای موجود و سیاست‌گذاری‌های انجام شده در کشورهای توریست‌پذیر به ویژه آن‌ها که در صدر فهرست سازمان جهانی جهانگردی ایستاده‌اند، نشان می‌دهد که برنامه ریزان یاد شده به خوبی از شرایط رقابتی موجود در این بازار باخبر بوده و سیاست‌های میانی و کلان خود را با این نگاه عینیت بخشیده‌اند. صاحب‌نظران گردشگری در دنیا، چهار فضای کلی مبتنی بر فضاهای روستایی، کوهستانی، ساحلی و شهری را برای این صنعت تبیین کرده‌اند و به نظر می‌رسد که سرآمد انواع این گردشگری‌ها و پر مشتری‌ترین آن‌ها گردشگری شهری باشد. به عبارت بهتر مسافرت‌های شهری پله اول توسعه گردشگری بوده و ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای ظاهراً متروک به قصد زنده کردن جنبه‌های کهن جامعه از جمله آثار توسعه گردشگری شهری است. بدین منظور اکنون بسیاری از شهرها با پی بردن به آثار پایدار توسعه گردشگری، درصددند تا از ویژگی‌ها و امکانات خاص شهر خود سود برده و از مزایای جلب توریست شهری بهره‌گیرند.

از این منظر، تاثیر گردشگری بر کالبد فضاهای شهری در دو تقسیم‌بندی کلی "گردشگری و ایجاد و توسعه فضاهای شهری مدرن و جذاب" و "گردشگری و احیای مجدد هویت بومی" قابل مطالعه و بررسی است. این فضاها چهار ویژگی قابل قبول و متداول شهرها که شامل تراکم زیاد فیزیکی ساختار، مردم و نقش‌ها و گوناگونی فرهنگی - اجتماعی، چند نقش‌گرایی اقتصادی و مرکزیت عینی در شبکه داخل شهری و منطقه‌ای بوده، را در بر گرفته و در یک نظام هماهنگ، سیمای روشنی مبنی بر توسعه پایدار شهری با محوریت میراث فرهنگی و گردشگری را نمایان می‌سازد. به طوری که آثار این رخدادهای در کنشگری دوسویه گردشگر-میزبان نمود می‌یابد.

یکی از محورهای توسعه شهری پایدار ایجاد پیوند و تعامل میان ارزش‌های تاریخی و فرهنگی با توسعه‌ی کالبدی- فضایی است که در ایران هنوز جایگاه شایسته خود را پیدا نکرده است. تحقق این هدف مهم نیز به عواملی چون مفهوم‌سازی و تدوین یک نگرش راهبردی در زمینه میراث فرهنگی، نهاد‌سازی در زمینه‌ی ایجاد تشکیلات و قوانین مناسب با نیازهای جدید و -ترویج و آموزش همگانی و تقویت مشارکت عمومی و تشکل‌های مردمی نیاز دارد. شاید بتوان گفت که گردشگری به خصوص گردشگری شهری به گونه‌ای تمام‌فعالیت‌های فراغتی دیگر را با خود همراه دارد و بدین سبب برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری از امور حساس و پیچیده و چند وجهی است که توجه ویژه مدیران شهری را می‌طلبد. پرسش اصلی اینجاست که چه شاخص‌هایی سبب می‌شود شهر واجد خصوصیات لازم برای پذیرش گردشگر شود؟ همان‌گونه که بیان شد گردشگری شهری بخشی از گذران فراغت شهروندان است که موجب ارضای نیازهای فراغتی مستمر آنان در فضاهای باز درون شهر و محیط پیرامون شهر می‌شود. گردشگری شهری بخش جدایی‌ناپذیر از خدمات شهری مورد نیاز شهروندان دائم و غیر دائم شهری را تشکیل می‌دهد و براین اساس، درحیطه وظایف برنامه‌ریزی و مدیریت شهری واقع می‌شود.

از سوی دیگر گردشگری شهری با ارزش‌های محیط‌طبیعی و میراث فرهنگی و تاریخی هر شهر دارای ارتباط تنگاتنگی است که از این منظر توجه به استقلال به این امر در طرح‌های توسعه و عمران شهری ضروری می‌نماید. باید توجه کرد که گردشگری شهری و کیفیت و کمیت آن یکی از شاخص‌های مهم توسعه و عمران شهری به شمار می‌آید، اما در کل برای تحقق گردشگری شهری در شهرها باید گردشگاه و مجموعه‌های گردشگاهی درون شهری و برون شهری و حومه‌ای به تناسب به وجود آیند و تسهیلات و تجهیزات گردشگری نیز در یک شهر به تناسب طیف گردشگران فراهم شوند. امروزه گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی به ویژه فضاهای

گردشگری به یکی از اهداف برنامه ریزی فراغت تبدیل شده است که علاوه بر تامین اهداف اقتصادی و زیست محیطی، نقش موثری در تعادل بخشی به گذران فراغت و تامین سلامت جسمی و روانی جوامع دارد. گردشگری در میان فعالیت‌های فراغتی از بیشترین تنوع و تحرک از یک سو، و وسیع‌ترین پهنه مکانی و فضایی از سوی دیگر برخوردار است. شاید بتوان گفت که گردشگری به خصوص گردشگری شهری به گونه‌ای تمام فعالیت‌های فراغتی دیگر را با خود همراه دارد و بدین سبب برنامه ریزی و مدیریت گردشگری از امور حساس و پیچیده و چند وجهی است که توجه ویژه مدیران شهری را می‌طلبد.

با توجه به گسترش روزافزون شهرنشینی در دهه‌های اخیر در کشورمان و تراکم و تمرکز جمعیت در شهرهای بزرگ کشور و عوارض و پیامدهای ناشی از این تمرکز بر شهرنشینان، نیاز به گذران اوقات فراغت و مسافرت احساس می‌شود. بنابراین با توجه به نقش مهم مدیریت شهری لزوم مداخله آن برای برنامه ریزی و ساماندهی گردشگری ضروری است. اما از طرف دیگر رشد سریع گردشگری باعث بروز تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی می‌شود، که این عوامل لزوم مداخله مدیریت شهری برای برنامه ریزی و ساماندهی این پدیده را ضروری می‌سازد. بنابراین مسأله اصلی تحقیق این است که آیا با به کار بردن مدیریت شهری می‌توان از یک طرف به توسعه گردشگری پرداخت و از طرف دیگر عواقب و پیامدهای منفی گردشگری را کاهش داد؟

اهمیت و ضرورت انجام این تحقیق

صنعت گردشگری از جمله صنایع پر درآمد و درعین حال سالم و پاک برای اقتصاد هر کشور محسوب می‌گردد. رونق این صنعت بیانگر ثبات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، امنیتی، فرهنگی و علمی کشورها می‌باشد؛ به بیان دیگر صنعت گردشگری با برخورداری از امتیازات منحصر به فرد، همزمان چندین هدف را در فضای ملی یک کشور تامین می‌نماید در حالی که صنایع دیگر هر کدام به تنهایی تامین‌کننده بخشی از اهداف مورد نظر هستند؛ بنابراین پرداختن و توجه به آن از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در معادلات ملی و بین‌المللی برخوردار است. شهر به عنوان یک منبع توسعه مطرح است و جایگاه مدیریت شهری در روند توسعه شهر و بهبود سکونت‌گاه‌های شهری نقشی بسیار مهم و تعیین‌کننده است. از طرف دیگر توسعه گردشگری فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه بین‌المللی و ملی و گروه‌های درگیر با سیاست، دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را در برمی‌گیرد.

هدف این مطالعه بررسی نقش مدیریت شهری در شناسایی توانمندی‌های گردشگری، برنامه‌ریزی و بهره‌برداری از جاذبه‌ها به منظور افزایش گردشگری و توسعه آن است. امروزه گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حائز اهمیت ویژه‌ای است. در راستای تحقق توسعه گردشگری مدیریت شهری مهمترین ابزار است. بدین ترتیب مدیریت شهری که از سازماندهی عوامل، نیروها و منابع برای اداره امور و پاسخگویی نیازهای ساکنین شهر شکل گرفته شامل کارکردهای برنامه‌ریزی، اجرا، نظارت و کنترل است. اهمیت و عظمت گردشگری در ایجاد فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و تأمین منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی و ... است.

موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، بستگی به عواملی دارد که مهمترین آنها ذکر می‌شود: وجود زیرساخت‌های مناسب شهری، یکپارچگی همه سازمان‌های ذیربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، آمایش جاذبه‌های شهر، استفاده پایدار از منابع گردشگری، ایجاد امکانات و تسهیلاتی که دسترسی به جاذبه‌ها را تسهیل کند، رضایت خاطر بازدیدکنندگان، کنترل محلی، بهسازی و مرمت سایت‌های تاریخی، توسعه فضاهای سبز و پارک‌ها، تبلیغات و بازاریابی برای پتانسیل‌های گردشگری و اجرای طرح‌های توسعه شهری و گردشگری. با توجه به گسترش روزافزون شهرنشینی در دهه‌های اخیر در کشورمان و تراکم و تمرکز جمعیت در شهرهای بزرگ کشور و عوارض و پیامدهای ناشی از این تمرکز بر شهرنشینان، نیاز به گذران اوقات فراغت و مسافرت احساس می‌شود. بنابراین با توجه به نقش مهم مدیریت شهری لزوم مداخله آن برای برنامه‌ریزی و ساماندهی گردشگری ضروری است.

رشد گردشگری از طرفی متضمن پیامدهای مثبت است؛ از جمله ایجاد فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، افزایش آگاهی شهروندان و تأمین سایر منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی. اما از سوی دیگر گردشگری به دنبال خود عوارض و پیامدهای منفی نیز دارد که از جمله مهمترین آنها می‌توان به تخریب محیط زیست اشاره کرد. با توجه به آنچه گفته شد چنین برمی‌آید که مدیریت شهری مهمترین ابزار تحقق توسعه گردشگری و همچنین ابزاری برای هدایت درست آن و کاهش عوارض و پیامدهای منفی آن است. بنابراین لزوم مداخله مدیریت شهری برای برنامه‌ریزی و ساماندهی گردشگری ضروری است. با توجه به وضعیت روبه رشد اقتصاد ایران و تمایل دولت به افزایش درآمدهای غیرنفتی و نیز کاهش سهم نفت در بودجه سالانه، صنعت گردشگری می‌تواند نقش مهمی در این میان ایفا نماید. از

سوی دیگر با عنایت به اینکه پیش‌بینی می‌شود توسعه پایدار اقتصادی، افزایش تعاملات و تبادلات فرهنگی و نهایتاً رفاه اجتماعی زندگی شهری، نقش بسزایی در بهبود گردشگری داشته باشند در این تحقیق به مطالعه این عوامل در راستای بهبود و توسعه صنعت گردشگری خواهیم پرداخت.

مروری بر پژوهش‌های دیگران

برای واژه گردشگری و مفهوم آن، تعاریف زیادی وجود دارد و صاحب‌نظران در سطح جهان تعاریف متفاوتی از آن ارائه کرده‌اند. به طور مثال، واژه گردشگر (توریست) را به معنای "فردی که به دلیل خشنودی سفر و کنجکاوی مسافرت می‌کند" معنی کرده‌اند. "گردشگری در فرهنگ لغت، به معنی فعالیت‌های صورت گرفته توسط افراد گردشگر و دیگر افرادی است که برای آنان تدارکات لازم را فراهم می‌کنند". از نظر مفهوم نیز، "جهانگردی یا گردشگری فعالیتی انسانی است و در برگیرنده سفر از مبدا به مقصد است که به منظور تفریح یا تجارت صورت می‌گیرد. این مفهوم، تبادل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را نیز شامل می‌گردد. این عناصر، ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر دارند». بنابراین، تفریح و فعالیت‌های تفریحی جزئی از گردشگری محسوب می‌شود. بدین معنی که فعالیت‌هایی که "یا جنبه رسمی دارند، نظیر بازی‌ها و سرگرمی‌های ویژه و یا جنبه غیررسمی دارند، نظیر کوهگشت، راهپیمایی، کوهنوردی، ماهی‌گیری و ... اختیاری بودن، نبود اجبار، غیر رسمی بودن، از روی طیب خاطر انجام دادن و رغبت کامل از ویژگی‌های این گونه فعالیت‌ها است (هال و تستونی، ۲۰۰۴). در نظر برخی دیگر گردشگری به عنوان علم، هنر و تجارت جذب و جابجایی بازدیدکنندگان، اسکان دادن آنان و به مهربانی برآوردن نیازها و احتیاجات آنان تعبیر می‌شود (حکیمی عابد و دیگران، ۱۳۸۷). در برخی از کشورها، برنامه ریزی گردشگری در این سطح به صورت نیمه دولتی یا حتی غیردولتی و خصوصی انجام می‌گیرد.

به این ترتیب، برنامه ریزی و مدیریت گردشگری روستایی، وظیفه تعداد زیادی از سازمان‌های دولتی، خصوصی و شوراهای اسلامی روستاها است که مستقیم یا غیر مستقیم با گردشگری در ارتباط هستند. مهم‌ترین تفاوت پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌ها، بررسی نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه گردشگری شهری است که تاکنون کم‌تر مورد توجه بوده است. جدول زیر، برخی دیگر از پژوهش‌های مشابه صورت گرفته در داخل و خارج از ایران را نشان می‌دهد.

عنوان	محقق/محققین	نتیجه
دورنمای شبکه‌ای در مدیریت منافع ذینفعان در ارتباط گردشگری شهری پایدار	تیمور و گنز	سازمان‌های محلی و موسسات بازاریابی محور، مشروعیت و قدرت بیشتری در ارتباط با توسعه گردشگری دارند.
نفت، اقتصاد جهانی و توریسم	بکن	شرایط اقتصادی در کشور مبداء، عامل کلیدی در توسعه گردشگری محسوب می‌شود.
توسعه برگ برنده گردشگری در اسپانیا	لوپز - گزمن	سطح آموزش فعالین بخش گردشگری، بهبود در تبلیغات و حمایت گیری از سازمان‌های محلی، نیازهای توسعه گردشگری می‌باشند.
تحقیقی در گردشگری: پیشرفت‌های اخیر و تناقضات موجود	اشوارت پیچ	گردشگری شهری در سایه اقبال تحقیقات گسترده و نیز جمع آوری اطلاعات مربوط به گردشگران توسعه و گسترش می‌یابد.
فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی	علیرضا پورفرج و دیگران	در کشورهای توسعه یافته در مقایسه با کشورهای در حال توسعه صنعت گردشگری تاثیر بیشتری بر رشد اقتصادی داشته است.
گردشگری الکترونیکی، تاثیر متقابل تجارت الکترونیکی در صنعت گردشگری e Tourism	مازیار یاری حسین وظیفه دوست	تجارت الکترونیکی به کشورها کمک می‌کند تا کارایی تجاری شان را بهبود بخشند.
گردشگری الکترونیکی از منظر تجارت الکترونیکی و راهکارهای توسعه آن در ایران	زینب سادات سجادی سید سعید آیت	گردشگری الکترونیکی حلقه مفقوده صنعت گردشگری در ایران است. می‌توان گام بلندی برای توسعه این صنعت برداشت و از فواید آن بهره مند شد.
توسعه گردشگری	مریم معمارزاده عباس ابراهیمی	فناوری اطلاعات از ضروری‌ترین زمینه‌های زندگی در دنیای جدید است که می‌تواند افزایش ارزش افزوده و رفاه شهروندان و همچنین شاخصی برای توسعه کشور، به خصوص از منظر دیگر کشورها را همراه داشته باشد.

فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری چالش‌های خاص خود را دارد، لازم است در قالب تحلیل (S.W.O.T) به تجزیه و تحلیل ویژگی‌ها، شاخصه‌ها و شرایط، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی روستای هدف پرداخته شود.	دکتر محمدرضا بمانیان و دیگران	ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک در طرح‌های توسعه گردشگری روستایی
---	-------------------------------	--

جدول ۱. خلاصه برخی پژوهش‌های مرتبط

بحث و بررسی

بررسی‌ها نشان داده است که بین مدیریت شهری و توسعه صنعت گردشگری در اقتصاد شهرها رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد. همانطور که انتظار می‌رفت، نقش مدیریت شهری در توسعه و بهبود صنعت گردشگری در شهرها، نقشی مهم و اساسی است. اطلاعاتی که از افراد زیربسط جمع‌آوری گردید و تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته بر این داده‌ها، موید تایید این ایده می‌باشد. از سوی دیگر بررسی‌ها نشان می‌دهد که توسعه‌ی اقتصادی پایدار موجب توسعه‌ی صنعت گردشگری می‌شود. نتایج تجزیه و تحلیل‌ها نیز از این نظر حمایت نموده است. حال با توجه به یافته‌های این پژوهش می‌توان ادعا نمود که توسعه‌ی اقتصادی پایدار موجب توسعه‌ی صنعت گردشگری در اقتصاد شهرها می‌شود. بهبود وضعیت اقتصادی عاملی مهم در بهبود و تقویت صنعت گردشگری خواهد داشت؛ مفهومی که نتایج این تحقیق نیز از آن حمایت می‌کند. همچنین مطالعات نشان داد که بهبود شاخص‌های امنیت موجب توسعه‌ی صنعت گردشگری در اقتصاد شهری می‌شود. بنابراین لازم است که به اهمیت بهبود شاخص‌های امنیتی در توسعه‌ی صنعت گردشگری در اقتصاد شهری بیشتر پرداخت. بیشتر نیز انتظار این بود که با توجه به حساسیت گردشگران بر امنیت، تقویت این عامل تاثیر بسزایی در بهبود صنعت گردشگری و افزایش گردشگران ورودی به شهرها داشته باشد. و در نهایت می‌توان مشاهده نمود که بهبود شاخص‌های زندگی شهری موجب توسعه‌ی صنعت گردشگری در اقتصاد شهری می‌شود.

پیشنهادات

با توجه به نتایج حاصل از بررسی‌های صورت گرفته، به مدیران و مسئولین مربوطه پیشنهاد می‌شود جایگاه ویژه‌ای برای ایفای نقش کارکردهای مدیریت شهری در بهبود و توسعه صنعت گردشگری شهرها قائل شوند. بدون تردید، از نظر دور داشتن این موضوع علاوه بر اینکه به تدریج موجب ضعف در جذب و حفظ گردشگران خواهد شد، می‌تواند زمینه را به رقاباتی بسپارد که این موضوع را در محاسبات مدیریتی خود قرار داده‌اند. به عنوان مثال چنانچه امنیت که یکی از کارکردهای مدیریت شهری است، دچار ضعف باشد، این وظیفه مدیران صنعت گردشگری قلمداد می‌شود که با ارتباط بیشتر با مسئولین امنیتی، حساسیت این موضوع را در ارتباط با صنعت گردشگری، گوشزد نموده و مورد تاکید قرار دهند. از آنجایی که در این تحقیق مشخص شد توسعه اقتصادی پایدار موجب توسعه صنعت گردشگری در اقتصاد شهرها می‌شود بنابراین به مسئولین و مدیران مربوطه پیشنهاد می‌شود ساز و کارهای مربوط اقتصاد باز و رقابتی را فراهم نموده و در صدد توسعه بیش از پیش اقتصادی باشند. با توجه به این که یکی از مایحتاج اولیه یک گردشگر، برخوردار بودن از تامین مالی و به سر بردن در شرایط مادی و اقتصادی مناسب می‌باشد، بنابراین می‌توان به حساسیت عامل اشاره شده پی برد. اتخاذ برنامه‌های بلند مدت و میان مدت اقتصادی و اعلام صریح و روشن آن‌ها به عموم مردم، یکی از الزامات اقتصاد رقابتی و توسعه یافته است. همچنین خصوصی سازی به معنای علمی و واقعی آن مورد تاکید محقق می‌باشد. ایمن نمودن ساختارهای اقتصادی نسبت به شوک‌های مختلف یکی از دغدغه‌های هر کشوری است که در این راستا، برنامه ریزی و شفاف سازی را می‌توان به عنوان راه حلی بدیهی در نظر گرفت.

همچنین روشن شد که بهبود شاخص‌های امنیت موجب توسعه صنعت گردشگری می‌شود؛ با توجه به جایگاه امنیت و آسایش از دید گردشگران، می‌بایست توجه ویژه‌ای به این موضوع از سوی مدیران مربوطه اعمال گردد. اصولاً یکی از ملاک‌های طبیعی در فرایند انتخاب نقاط گردشگری از سوی گردشگران، امنیت و اطمینان خاطر در طول سفر و به ویژه در نقطه گردشگری مورد نظر می‌باشد. در این راستا می‌توان به استاندارد نمودن روند پذیرش و جابجایی گردشگران در نقاط مختلف شهر و انعقاد قرارداد با شرکت‌های مختلف اشاره نمود. همچنین نیاز به گسترش فعالیت شرکت‌های پذیرش‌کننده گردشگران احساس می‌شود. در نهایت روشن شد که بهبود شاخص‌های زندگی شهری موجب توسعه صنعت گردشگری در اقتصاد شهرها می‌شود؛ روشن است که رفاه یکی از دغدغه‌های گردشگران می‌باشد.

Journal of Applied Managerial Market Research
پیشنهاد می‌شود به منظور تقویت صنعت گردشگری، بر توسعه و بهبود شاخص‌های زندگی شهری و امکانات رفاهی تاکید بیشتری به عمل آید. به طور مشخص پیشنهاد می‌شود امکاناتی نظیر ناوگان حمل و نقل عمومی (اتوبوس، تاکسی و مترو)، وسائل ارتباطی (اینترنت پرسرعت، تلفن‌های بین‌المللی، روزنامه‌های محلی، ملی و بین‌المللی)، باجه‌های اطلاع‌رسانی تخصصی ویژه گردشگران داخلی و خارجی در نقاط مختلف شهر به ویژه در نقاطی که احتمال حضور گردشگران بیشتر است در نظر گرفته شوند. از سوی دیگر به محققین آتی پیشنهاد می‌شود، علاوه بر بررسی این موضوع در شهرهای مختلف، به مطالعه متغیرها و کارکردهای دیگر مدیریت شهری پردازند که به نوعی می‌توانند بر بهبود صنعت گردشگری تاثیر گذار باشند. از جمله این متغیرها می‌توان به وضعیت محیط زیست، امکانات و تجهیزات شهری ای که دولت در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد و نیز ناوگان حمل و نقل عمومی اشاره کرد.

منابع

۱. آذر، ع. و مومنی، م. (۱۳۸۳)، آمار و کاربرد آن در مدیریت، انتشارات سمت. جلد دوم.
۲. افشار، م. (۱۳۸۲)، توریسم و تبدلات فرهنگی (مطالعه موردی ایران)، مجموعه مقالات همایش‌های علمی و پژوهشی گروه‌های علوم انسانی، جلد اول، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نوشهر و چالوس.
۳. بمانیان، م.، پور جعفر، م. و محمودی نژاد، ه. (۱۳۸۸)، ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک در طرح‌های توسعه گردشگری روستایی (بررسی تطبیقی و ارائه مدل پیشنهادی با توجه به شرایط معاصر ایران)، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۳.
۴. پورفرج، ع.، عیسی زاده روشن، ی. و چراغی، کبری. (۱۳۸۷)، فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره ۱۳.
۵. جعفری صمیمی، ا. و حبیبیان، ف. (۱۳۹۰)، نقش فن آوری اطلاعات و آموزش‌های نوین و پیشرفته در توسعه گردشگری در ایران، همایش گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی همدان.
۶. حکیمی عابد، م.، دربیکی، م.، بهمن پور، ه. و فروزان، ا. (۱۳۸۷)، ضرورت اعمال شاخص‌های محیط‌زیست و توسعه پایدار در طرح‌های گردشگری استان‌های شمالی کشور با تاکید بر چشم‌انداز ۱۴۰۴، مجموعه مقالات چهارمین همایش منطقه‌ای چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور.

۷. سجادی، ز.، و آیت، س.، (۱۳۸۶)، گردشگری الکترونیکی (*e-tourism*) از منظر تجار الکترونیکی و راهکارهای توسعه آن در ایران، چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیکی، تهران.
۸. غفاری آشتیانی، پ.، عباسی، م.، و چارستاد، پ.، (۱۳۸۸)، تبلیغات شفاهی در بانکداری الکترونیکی، مجموعه مقالات اولین کنفرانس بازاریابی خدمات بانکی، تهران.
۹. رحمانی، م.، و ملا آقاچانزاده، س.، (۱۳۸۴)، تأثیر فناوری اطلاعات بر چرخه و ساختار گردشگری و میراث فرهنگی در ایران، مجموعه مقالات همایش ظرفیت‌های اقتصادی ایران با تأکید بر وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی شدن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه.
۱۰. یاری، م.، و وظیفه دوست، ح.، (۱۳۸۶)، تأثیر متقابل تجارت الکترونیکی در صنعت گردشگری (*e-tourism*)، چهارمین همایش ملی تجارت الکترونیکی، تهران.
۱۱. یداللهی، ع.، و مهرداد، ن.، (۱۳۸۲)، بررسی امکانات توسعه صنعت گردشگری پایدار و اثرات آن در استان مازندران، مجموعه مقالات همایش‌های علمی و پژوهشی گروه‌های علوم انسانی، جلد اول، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نوشهر و چالوس.
۱۲. Ashworth, G., and Pajge, S. (۲۰۱۱). *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*, *Tourism Management*, Volume ۳۲, Issue ۱.
۱۳. Becken, S. Oil., (۲۰۱۱). *The global economy and tourism*, *Tourism Review*, Vol. ۳. Iss: ۶۶

۱۴. Buhalis, D. eTourism., (۲۰۱۱). *Information technology for strategic tourism management*. London: Prentice Hall.

۱۴. Kim, M., Chung, N., and Lee, C., (۲۰۱۱). *The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourism products and services in South Korea*. Tourism Management, Vol. ۳۲.

۱۵. López-Guzmán, T., Rodríguez-García, J., Sánchez-Cañizares, S., and Luján-García, M., (۲۰۱۱). *The development of wine tourism in Spain*, International Journal of Wine Business Research, Vol. ۲۳ Iss: ۴.

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار
Journal of Applied Managerial Market Research

JAMMR

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی