

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین مقاله نویسی IEEE و ISI ویژه فنی و مهندسی

نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی شهرها (با تاکید بر نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران)

بهرنگ کلاتری، وحید یاری قلی، مهردادشجاعی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران

Kalantari.nima4@gmail.com

vahidyari1366@yahoo.com

mehrdadsh_65@yahoo.com

چکیده

در هزاره سوم صنعت گردشگری و فعالیتهای مرتبط با آن، یکی از مهمترین مؤلفه‌ها در توسعه اقتصادی شهرها می‌باشد. گردشگری امروزه یکی از ارکان توسعه اقتصادی شهرها است. توجه به درآمدهای گردشگری که بعد از نفت و خودرو سومین صنعت بزرگ جهان است و در بسیاری از کشورها به طور فزاینده‌ای به یکی از منابع اصلی درآمد، تولید ثروت تبدیل می‌شود ضروری است. گردشگری شهری از منابع ایجاد درآمد در شهرها و از جمله فعالیت‌هایی با منابع درآمدی پایدار به حساب می‌آید. گردشگری شهری با دو انگیزه و هدف اصلی پنداشته می‌شود: اقتصاد و فرهنگ، که در این پژوهش به بعد اقتصاد گردشگری می‌پردازیم. نیازهای اقتصادی پیش روی شهرنشینان و شهروندان از جمله اشتغال و درآمد، ما را بر آن می‌دارد تا زمینه‌های بیشتری را برای برنامه‌ریزی گردشگری در شهرها، مدنظر قرار دهیم. در این میان نمایشگاه بین‌المللی کتاب به عنوان یکی از مهم‌ترین نمایشگاه‌ها با جذب ناشران داخلی و خارجی و همچنین بازدیدکنندگان بسیار، فرصت گردشگری مهمی در کسب درآمد و کمک به توسعه اقتصاد شهر می‌تواند داشته باشد. پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی در پی تبیین نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصاد شهر با تاکید بر نمایشگاه بین‌المللی کتاب می‌باشد. هدف از این پژوهش این است که نشان دهد گردشگری شهری چگونه باعث توسعه و بهبود اقتصاد شهرها می‌شود و در این امر بر نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تاکید می‌شود.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری شهری، اقتصاد شهری، نمایشگاه بین‌المللی کتاب

Studying the Role of Urban Tourism in Urban Economic Development (Emphasis on the Tehran International Book Fair)

Behrang Kalantari¹, Vahid Yarigholi², Mehrdad Shojaei³

Graduate Student, Master of Geography and Urban planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Graduate Student, Master of Geography and Urban planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Graduate Student, Master of Geography and Urban planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

kalantari.nima4@gmail.com

vahidyari1366@yahoo.com

mehrdadsh_65@yahoo.com

In the third millennium, the tourism industry and its related activities are amongst the most important components of economic development of cities. Today, tourism is one of the pillars of urban economic development. Considering tourism income as the third industry after oil and automotive industries, and its increasing role in wealth creation in many countries as one of their main sources of income, calls for added attention to this prosperous field. Urban tourism is one of the income-generating sources in cities and considered a source of sustainable income. Urban tourism is conceived with two main motivations and objectives: Economy, and Culture, which in this project, we will examine the economic dimensions of this booming industry. Economic needs of urban citizens including employment and income urges extra consideration regarding tourism planning in cities. In this sense, the Tehran International Book Fair as one of the attractive exhibitions in Iran, by attracting an abundant array of national and international publishers and visitors, brings forward an exclusive tourism opportunity for income, and aids the urban economic development of the Tehran metropolis. The present study using descriptive-analytic methods aims to explore the role of urban tourism in the economic development of Tehran city with emphasis on the Tehran International Book Fair. Among the primary objectives of this study is to display the role of urban tourism and its influence on urban economic development and improvement, in which the Tehran International Book Fair is the main focus.

Keywords: Tourism, Urban Tourism, Urban Economy, International Book Fair

مقدمه

شهرنشینی و توسعه شهری یکی از پدیده‌های عمده دوران معاصر است. همان گونه که قرن گذشته را قرن انقلاب صنعتی نامیده اند. قرن حاضر را هم قرن انقلاب شهری می‌نامند به طوری که لوفور محل تعیین سرنوشت انسان‌ها را نه در میان ستارگان و نه در میان روستاها بلکه در شهرها می‌داند. شهرها کامل‌ترین و پیچیده‌ترین شکل از سکونتگاه‌های انسانی‌اند که در برگیرنده مراکز مهم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره هستند. شهرها همواره مراکز عمده تمدن بشری بوده‌اند، امروزه نیز با تمرکز و تنوع فعالیت‌های مکانی - فضایی، در شهرها، این واقعیت نمود بیشتری یافته است و این مراکز، کانون - های عمده تحولات تأثیر گذار جهانی، ملی و منطقه‌ای، به ویژه در سطح کلان شهرها و مادر شهرها هستند.

امروزه، صنعت گردشگری بزرگترین و متنوعترین صنعت به حساب می‌آید و بسیاری از کشورها، این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغالزایی و توسعه ساختار زیربنایی خود محسوب می‌نمایند از آنجایی که گردشگری، تعمیم یافته و به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده است و به یکی از عرصه‌های نو و زمینه‌های جدید مورد مطالعه علوم مختلف قرار گرفته و از جهات گوناگون، مورد توجه و عنایت کشورها واقع شده است و به زودی نخستین صنعت جهانی را تشکیل می‌دهد و در مقابل صنایع دیگر از جمله صنعت نفت و خودرو قرار می‌گیرد به همین دلیل توجه به آن امری مهم محسوب می‌شود. توجه به گردشگری از یک سو به علت ارزش‌های اقتصادی آن است و از سوی دیگر، به دلیل اثرات فرهنگی و اجتماعی که بر جوامع دارد. امروزه گردشگری به عنوان بعد چهارمی از فعالیت‌های اقتصادی، شهرها را به عنوان یکی از جولانگاه‌های مهم خود درآورده است گردشگری از دیرباز با اشکال خاص خود، در جوامع بشری بر اساس انگیزه، اصل سفر و جابجایی وجود داشته و طی مراحل مختلف، سیر تکاملی خود را پیموده است. عناصر اولیه ی گردشگری شهری شامل موارد زیر است:

۱- مکان‌های فعالیت برای گردشگران؛ شامل :

خدمات و تسهیلات فرهنگی مثل تئاتر، سینما، نمایشگاه‌ها
خدمات و تسهیلات ورزشی مثل المپیک، بازی‌های جهانی

۲- مکان‌های تفریحی که مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرد :

ویژگی‌های فیزیکی شهر شامل : بوستان‌ها ، الگوی خیابان‌های تاریخی و ..
نمادهای اجتماعی و فرهنگی شهر شامل : موسیقی، زبان و گویش ،فرهنگ عامیانه
عناصر ثانویه:

مهمانسراها ، بازارها ، فروشگاه‌ها ، غذاسراها(موحد، ۱۳۸۶: ۷۳). در این پژوهش به بررسی نقش مثبت گردشگری شهر در اقتصاد شهرها با تکیه بر یکی از عناصر اصلی گردشگری شهری یعنی نمایشگاه‌ها پرداخته می‌شود.

روش تحقیق

روش پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و گردآوری اطلاعات نیز بر اساس روش کتابخانه‌ای با استفاده از کتاب‌ها، مقالات و اینترنت صورت گرفته است. به منظور تحلیل اطلاعات از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده که در آن به

نقش گردشگری در اقتصاد شهرها، اشتغالزایی و درآمدزایی، کاربری اراضی، معماری و شهرسازی در گردشگری و بالاخره به نقش نمایشگاه ها در گردشگری شهری با تاکید بر نمایشگاه بین المللی کتاب تهران پرداخته شده است.

گردشگری

امروزه جهانگردی با آن مفهوم و تصویری که از مارکوپولو، ابن بطوطه، ناصر خسرو و غیره که جهان را گشتند و از خود سفرنامه و سیاحتنامه برجای گذارند و یا به کشف نادیده‌ها و ناشناخته‌ها پرداختند، مطرح نیست و جهانگردی با مفاهیم دیگری مطرح است. جهانگردان امروزه برای تفریح و تفرج، سیاحت و زیارت، گذراندن اوقات فراغت و استراحت، آشنایی با سایر فرهنگ‌ها، بازدید ابنیه تاریخی و باستانی به سفر می‌روند و گاهی نیز نقاطی را برای سفر بر می‌گزینند که قبلاً آنها را بارها دیده‌اند. هدف صرفاً جستجو و اکتشاف نیست و جهانگردان یک گروه خاص و استثنایی نمی‌باشند (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۱۷). پدیده گردشگری زمانی شکل می‌گیرد که سه عامل تفریح موقت، درآمد اضافی و روحیه سفرکردن یک جا گردآیند (برنر، ۱۳۸۵: ۵۱). از بعد جغرافیایی، گردشگری زمانی از فعالیت گذران اوقات فراغت یا تفریح، که مستلزم غیبت شبانه از مکان مسکونی عادی است تعریف می‌شود (skinner, 1999: 280).

شهر و گردشگری

شهرها به عنوان مقصد گردشگری، دارای عملکرد چند منظوره هستند آنها به عنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقاصد مجاور خود هستند علاوه بر این شهرها فقط مقاصدی که در آنها جمعیتی با فعالیت‌های اقتصادی زندگی فرهنگی و تحت کنترل نیروهای سیاسی کنار هم جمع می‌شوند نمی‌باشند بلکه نقش مهمی را به عنوان مراکز فعالیت گردشگری بر عهده دارند بنابراین باید به جای گردشگری در شهرها مفهوم گردشگری شهری مورد بررسی قرار گیرد (رهنمایی، ۱۳۸۷). در حال حاضر گردشگری شهری به تعداد نسبتاً کمی از شهرها محدود شده و بسیار رقابتی است. بازار گردشگری شهری، از اواسط دهه ۱۹۸۰ رشد کرد. این رشد بازار در سایر بخش‌های گردشگری نیز اتفاق افتاده است. مهم‌ترین روند مربوط، به سفرهای داخلی کوتاه مدت بوده که جایگزین تعطیلات خارج از کشور شده است. با توجه به اینکه تمایل گردشگران شهری به مسافت‌های کوتاه می‌باشد نگرانی‌های کمتری در سفر به آنها وجود داشته و کمتر به جریانات اقتصادی جهان وابسته است. با افزایش فشارکاری و کاهش اوقات فراغت، جستجوی پادزهری برای کاهش استرس بیشتر شده است. خرید، خوردن، نوشیدن، سرگرمی خواست‌های اساسی اغلب گردشگران بوده و بیشتر این خواسته‌ها در محیط شهری پاسخ داده می‌شوند. در رویکردی سیستمی به گردشگری عوامل کلیدی سیستم شامل موارد زیر می‌باشد:

- ورودی به سیستم (عرضه محصولات و تقاضای گردشگری)
 - خروجی سیستم (تجربه گردشگران از گردشگری)
 - عوامل خارجی (محیط تجارت، اولویت‌های مصرف‌کنندگان، عوامل سیاسی و مسایل اقتصادی) (نوربخش، ۱۳۸۹: ۲۲)
- گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان به حساب می‌آید؛ این ارتقا و گسترش رفاه گردشگری در فضاهای شهری مستلزم ایجاد شرایط زیرساختاری سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است.

تحولات در بخش سوم اقتصاد (خدمات)، شهرها را به سمت تغییر عملکردی رهنمون می‌کند، به گونه‌ای که بالا رفتن نسبت سطح درآمد و نیز ترویج استفاده از اوقات فراغت، حوزه‌ی تفریحات (سینما، رستوران، نمایشگاه-ها و...)، حوزه‌ی گردشگری (هتلداری و منضمات آن، آژانس‌های مسافرتی و...) به سرعت رشد می‌کند. (اعتماد، ۱۳۷۷: ۱۳۶). بعضی از کشورها مناطق و محل‌ها بخش اعظم منابع و هزینه‌های خود را از گردشگری تامین می‌کنند. برای بسیاری از شهرهای کوچک گردشگری فعالیت اصلی محسوب می‌شود و از این راه است که معروف شده‌اند و حتی بسیاری از شهرهای بزرگ نیز همانند ونیز و میامی می‌توانند با درآمد حاصل از جهانگردان زندگی کنند. در کشورهای پیشرفته هرکس بخش فزاینده‌ای از بودجه خود را صرف جهانگردی می‌کند (باستیه، ۱۳۸۲: ۱۵۶).

فواید گردشگری شهری را می‌توان به صورت ذیل دسته بندی کرد:

- مشخص کردن جاذبه‌های گردشگری شهری و تدوین ضوابط مربوط به استفاده پایدار از آن‌ها؛
- کنترل میزان عرضه و تقاضا در فصول مختلف سال؛
- تدوین کاربری‌های پذیرایی و گردشگری متناسب با میزان استفاده ساکنان محلی و گردشگران؛
- تهیه امکانات زیرساختی لازم برای پذیرایی از گردشگران؛
- افزایش مزایای اقتصادی و تولید ثروت پایدار برای شهر؛
- افزایش شاخص‌های توسعه انسانی؛
- مدیریت یکپارچه گردشگری شهری (تقوایی و صابری، ۱۳۸۶: ۱۶۰).

سیمای شهرهای ایران و گردشگری

شهرها اولین مدخل‌های ورود گردشگران هستند به ویژه برای گردشگران خارجی، هرچند جاذبه‌های گردشگری شهری برای گردشگران داخلی نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است. در این صورت هر شهری اولین سیمایی است که تاثیر بصری خود را بر گردشگران خواهد گذاشت وقتی که یک شهر در یک منطقه و کشور فاقد هویت و تشخیصی در ارتباط با سنن و فرهنگ بومی آن کشور و منطقه باشد و به عنوان شهر امروزی نیز فاقد نمایانی و انسجام لازم به عنوان یک شهر مدرن باشد تاثیر بصری شهر در چشم دیدگران آن بی‌شکل بوده و فاقد عنصر یادآوری به عنوان یک سیمای شهری در ذهن یک دیدارگر است. شهرهای امروز ایران امروزه متأسفانه به طور غالب از چنین سیمایی برخوردارند. بدون شک شهرها و ساختمان‌ها به منظور رونق اقتصاد گردشگری ایجاد نشده‌اند بلکه شهرها مکان‌هایی تاریخی و سیاسی تجمع‌های زیستی انسان بوده‌اند که چه بسا در اثر رشد ارگانیک و یا سازمان یافته در سکونتگاه‌های طبیعی انسان به وجود آمده و طی فرایندی بدل به شهرها شده‌اند پس شهرها و هویت آنها حاوی تاریخ تکامل اجتماعی و بیانگر فرهنگ‌های مکنون خویش‌اند. آنچه شهرها را مناسب امر گردشگری می‌کند همین هویت نمایی و یا از دیدگاه شهرسازی نمایانی آن است. در شهرسازی ایران از یک سو به دلیل کمبود بسیار محسوس شهرسازی که با مکاتب شهرسازی بومی آشنایی داشته باشند و از سویی نیز به دلیل علاقه مندی همین تعداد شهرسازان با مکاتب شهرسازی رایج در غرب و صرف توجه به طرح‌های شهری برمبنای الگوی طرح‌های جامع و تفصیلی که عمدتاً متوجه جنبه‌های فیزیکی و کاربری زمین بوده است مهم‌ترین عرصه در

حفظ هویت تاریخی شهرها که طراحی سه بعدی شهر به منظور حفظ ارزش‌های سنتی و تاریخی بوده است نادیده انگاشته شد. این صدمه جبران ناپذیر یکی از اصلی‌ترین قطب‌های جاذب گردشگری که هویت و نمایانی شهرهاست را دچار از هم پاشیدگی کرده که این روند هرچند با پاره‌ای شرط و شروط مطرح هنوز هم با شدت و حدت ادامه دارد. (فلاح پسند، ۱۳۷۷: ۳۱).

گسترش ناموزون و به یک باره شهرهای ایران به ویژه در اثر مهاجرت بی وقفه به آن‌ها وضعیتی را در آن‌ها به وجود آورده که به نظر غیر قابل کنترل می‌آید. اما این بهانه و دستاویزی پذیرفتنی برای بی‌توجهی به سیمای شهرهای امروز و آینده ایران نیست. پویای شهرنشینی پدیده‌ای است که در همه کشورهای جهان با تقدم و تأخری که تنها نشانگر مقاطع زمانی متفاوت هستند روی داده است و همان گونه که آمارها و روند تغییر بافت‌های جمعیتی در همه جای جهان بیانگر آن است پویای وقفه ناپذیر است تا زمانی که تغییر بافت جمعیتی در ارتباط با جابه جایی قطب‌های اقتصادی به حالت تعادل برسد. در نتیجه سیمای شهر و نمایانی شهرها محوری‌ترین جاذبه در گردشگری به طور اعم و به ویژه گردشگری خارجیان است. آثار باستانی و تاریخی و همچنین مراکز فرهنگی و موزه‌ها در یک شهر تنها در صورت وجود یک سیمای به یادمانی از شهر می‌توانند از اثربخشی قابل توجهی در جذب گردشگران برخوردار باشند (فلاح پسند، ۱۳۷۷: ۳۷).

تسهیلات گردشگری شهری

کلیه امکانات مورد نیازی که یک گردشگر برای گذراندن زمان سفر خود نیاز دارد اعم از شبکه حمل و نقل و ارتباطات، مراکز اقامتی و پذیرایی، تجاری و تفریحی متنوع را تاسیسات گردشگری گویند. تاسیسات گردشگری عامل اصلی جذب گردشگر نمی‌باشد اما نقش مهمی در انگیزه سفر و افزایش ماندگاری و درصد رضایت گردشگر از یک محیط و جاذبه گردشگری دارد.

مهم ترین تاسیسات گردشگری شهری:

- ۱- ساختار حمل و نقل
- ۲- مراکز اقامتی پذیرایی
- ۳- مراکز تجاری و تفریحی
- ۴- شبکه فن آوری ارتباطات
- ۵- فضا سازی و ساماندهی جاذبه‌های گردشگری (قره نژاد، ۱۳۸۶: ۸۸)

عوامل موثر در توسعه گردشگری شهری

افزایش ورود گردشگران خارجی به کشور با تجهیز و گسترش برخی از امکانات رابطه مستقیمی دارد. گسترش امکانات رفاهی و زیربنایی، بهبود بهداشت، بهبود خطوط ارتباطی از جمله فعالیت‌هایی است که به بهبود وضعیت گردشگری کمک می‌کند. ایجاد مراکز رفاهی و هتل‌ها یکی از زمینه‌های مناسب و ضروری برای توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگران می‌باشد. با آنکه سرمایه‌گذاری در هتل‌داری نوعی سرمایه‌گذاری تخصصی به شمار می‌رود اما گردشگری فرایندی است که سایر بخش‌ها اقتصادی کشور را فعال می‌کند با توجه به آن که اسکان، پذیرایی، حمل و نقل و نیز رسانه‌ها در امر بازاریابی به عنوان چهاربخش اساس صنعت گردشگری مطرح هستند

بنابراین هنگامی که میان این چهاربخش یک رابطه منطقی برقرار گردد سنت گردشگری شروع به رشد نموده و به یک صنعت فرابخشی با فرصت‌های شغلی بی‌شمار تبدیل می‌گردد.

در توسعه و گسترش صنعت گردشگری علل و عوامل چندی موثرند که از آن جمله اند: گسترش شهرنشینی، توسعه ارتباطات و سهولت دسترسی، توسعه دانش و فرهنگ بومی، اصلاح قانون کار و بهبود شرایط کار، افزایش سطح درآمد، جاذبه‌های مذهبی و اماکن مذهبی، تبلیغات، امکانات و تسهیلات، جاذبه‌های طبیعی، زمان و فراغت، میراث تاریخی، فرهنگ و آداب و رسوم، جاذبه‌های ورزشی، مقررات حقوقی، امنیت و... (کارگر: ۱۳۸۶، ۱۲).

اهداف گردشگری:

گردشگری همان‌گونه که از نامش بر می‌آید بر دوپایه کلی گردشگر و جاذبه‌های گردشگری استوار است از این رو در بررسی نقش گردشگری در اقتصاد شهرها مهم‌ترین گام، شناخت نوع گردشگران ورودی به هر شهر و تعیین گروه‌های هدف در این زمینه می‌باشد. این در مسیر، هدف‌ها و انگیزه‌های ورودی گردشگران در هر شهر بایستی مورد توجه قرار گیرند. هدف افراد از گردشگری شهری معمولاً عبارت است از: ۱- سیاحت ۲- خرید ۳- گردشگری ۴- درمان ۵- اهداف کاری ۶- فعالیت‌های تخصصی (جشنواره‌ها، مسابقات ورزشی، همایش‌ها) ۷- سایر فعالیت‌ها. دومین گامی که در مقوله گردشگری و نقش آن در اقتصاد شهری مورد بررسی قرار گیرد، توان اقتصادی گروه‌های هدف می‌باشد. این امر در ایجاد امکانات برای گروه‌های مختلف از اهمیت زیادی برخوردار است، از این رو می‌توان گردشگران را به لحاظ توان اقتصادی در سه گروه کلی قرار داد: ۱- گروه اقتصادی ۲- گروه متوسط ۳- گروه متمول. سومین گامی که در این میان واجد اهمیت است، گروه هزینه‌های گردشگران در شهرها مقصد می‌باشد که شامل: اقامت، حمل و نقل، غذا و خوراک، سیاحت، خرید، درمان، ورودیه‌ها به موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، و... برای دستیابی به اهداف اقتصادی از طریق رونق گردشگری می‌بایست بیش از هر چیز مدیریت شهری متمرکز ایجاد کرد. سیستمی که در آن، یک مدیریت متمرکز پاسخگوی نیازهای اصلی هر گردشگری باشد (آزاد واری، ۱۳۸۹: ۴۹).

گردشگری محور توسعه اقتصادی ایران:

جاذبه‌های گوناگون طبیعی، فرهنگی، تاریخی، مذهبی موجود در کشور ما موهبتی است که در اختیار اقتصاد آن قرار دارد. اگر بتوان این موهبت بالقوه را به ظرفیت‌هایی که قدرت تولید درآمد ارزی مستمر داشته باشند تبدیل کرد. در آن صورت می‌توان در انتظار توسعه اقتصادی پایدار کشور بود. بنابراین نباید این موهبت و توان بالقوه را دست کم گرفت. واقعیت این است که بخشی از توان صنعتی کشور ما در جریان جنگ تحمیلی آسیب دیده و یا کهنه و فرسوده شده است که تکمیل یا تعویض آنها برای رسیدن به ظرفیت تولیدی متعادل، به دستیابی به پیشرفت‌های فنی و سرمایه‌گذاری گسترده ارزی نیاز دارد. از سوی دیگر منبع اصلی تامین درآمد ارزی دولت نفت خام است که نوسان غیر قابل کنترل قیمت نفت به ویژه در سال‌های اخیر از یک سو و مسایل و مشکلات مربوط به غوغای نظم نوین جهانی و تحریم اقتصادی و ممانعت از خرید نفت ایران از سوی دیگر، موجب ایجاد یک وضعیت ناپایدار اقتصادی برای کشور شده است که باید خود را از قید اقتصاد تک محصولی که به ما تحمیل شده برهانیم و گزینه‌های دیگری را به منظور جایگزینی درآمدهای نفتی بررسی کنیم (ضرغام، ۱۳۷۵) اما رهایی از نفت برای کشور ما

در سایه افزایش صادرات کالاهای صنعتی و محصولات کشاورزی با تکیه بر صادرات دیگر کالاهای غیر نفتی ممکن می‌گردد.

مطالعات اقتصادی در مورد ساختار صنعتی کشور نشان دهنده توسعه نیافتگی عمیق این بخش است. بخش کشاورزی نیز چه در طول سال‌هایی که عنوان محور توسعه مطرح بود و چه پس از آن ظرفیت محدودی برای رشد نشان داده و با وجود برخی موفقیت‌ها نتوانسته نیازهای کشور را بطور کامل تامین کند. سایر اقلام صادرات غیرنفتی ما را نیز عمدتاً کالاهای سنتی و مواد خام صنایع تولیدی تشکیل می‌دهند. تکیه بر این نوع صادرات برای کشور ما به معنی صدور ارزانتر مواد اولیه و کالاهای سنتی است که طی قرون گذشته به بازارهای معینی در صحنه جهانی عرضه شده و نتوانسته رشد قابل ملاحظه‌ای را کسب نمایند. به ویژه آن که ارزش افزوده‌ای که از تبدیل ارز حاصل از صادرات این کالاها به دست می‌آید، باعث می‌شود که تجار ایرانی جنس خود را به هر قیمتی که قابل فروش باشد عرضه کنند و این امر نیز موجب کم اعتباری و بی ثباتی بیشتر بازار این نوع کالاهای صادراتی شده است.

در حال حاضر شرایط به گونه‌ای نیست که تصور کنیم درآمد حاصل از این نوع صادرات می‌تواند حتی مکمل سایر فعالیت‌ها گردد. یکی از راه‌های حفاظت اقتصاد کشور در مقابل آثار مخرب نوسان قیمت نفت و بی ثباتی بازار سایر محصولات توسعه گردشگری یعنی بهره‌گیری از منابع طبیعی، تاریخی، زیارتی، فرهنگی کشور و نیز جذب تعداد بیشتری از علاقه‌مندان به سفر و بازدید از نقاط و آثار دیدنی در شهرهاست. با توجه به توانایی بالقوه گردشگری در ایجاد اشتغال، بهسازی و توسعه تاسیسات زیربنایی، توزیع مناسب ثروت، توسعه متعادل مناطق محروم به نظر می‌رسد صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان محور مناسبی برای توسعه اقتصادی باشد (کارگر، ۱۳۸۶: ۱۶).

اثرات گردشگری در شهر

گردشگری از دید جامعه‌شناسان اجتماعی سبب رشد شخصیت و شکوفایی استعدادها و ارتقاء سطح دانش و معرفت افراد می‌گردد و انسان‌ها را یاری می‌دهد تا با شناخت تنوع فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و سنن ملی اقوام گوناگون، بر خود محوری فائق آیند و در جهت وحدت خانواده انسانی گام بردارند و از یکدیگر بیاموزند (پوریا، ۱۳۷۳: ۷۰).

صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه، به لحاظ مادی از جاذبه‌های فراوان برخوردار است ولی این صنعت اثرات زیان‌باری نیز بر مسائل اجتماعی و اقتصادی و محیطی به همراه دارد. از جمله منافع این صنعت: حفاظت از منابع ملی و میراث طبیعی برای توریست‌ها، ایجاد تفاهم بیشتر که در نتیجه تماس‌های بین مردم ایجاد می‌گردد، ساختمان تاسیسات جدید مانند احداث فاضلاب که برای مردم بومی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. سرمایه‌گذاری در گردشگری موجب توسعه سایر بخش‌ها نیز می‌شود، گردشگری صنعتی خدماتی و کارگربر است و نیاز به شمار زیاد نیروی انسانی با تحصیلات محدود و کم داشته و مهارت‌های آن با آموزش کوتاه مدت قابل یادگیری هستند، تزریق پول و ارز به جامعه و کمک به بهبود تراز پرداخت‌ها، تقویت بنیه اقتصادی منطقه، افزایش صادرات پنهان، ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی، از جمله پیامدهای مثبت گردشگری به حساب می‌آید (کارگر، ۱۳۸۹: ۹).

از سویی صنعت گردشگری ضررهایی را نیز به همراه دارد از جمله هزینه وارد کردن وسائل و امکانات برای توریست‌ها مثل وسائل نقلیه، عدم توجه به رسوم و عادات محلی و در نتیجه نیست کردن بنیادی روش زندگی

محلی، تخریب محیط زیست به علت ساخت هتل‌ها، راه‌ها و آلوده نمودن محیط طبیعی و غیره (ادینگتون، ۱۳۷۴: ۲). حضور گردشگران موجب افزایش قیمت کالا و خدمات در شهر یا روستای مورد بازدید می‌گردد، تعارض بین عرضه و تقاضا که مشکل تقسیم منابع به نحو عادلانه را ایجاد می‌کند، توسعه گردشگری موجب جابجایی در اشتغال افراد بومی می‌گردد، فصلی بودن فرصت‌های شغلی گردشگری که منجر به پایین آمدن سطح درآمدها خواهد بود (کارگر، ۱۳۸۹: ۱۱).

تأثیر و نقش گردشگری در شهرها در سه بخش کلی اقتصادی، اجتماعی و محیطی قابل طرح است که با توجه به هدف پژوهش، ما به تاثیر گردشگری در اقتصاد خواهیم پرداخت.

اثرات اقتصادی گردشگری شهری

درآمدزایی گردشگری یکی از مهمترین بحث‌هایی است که توجه سازمان‌هایی نظیر شهرداری‌ها را به خود جلب نموده است. در واقع شهرداری‌ها از این طریق باعث ارزش آفرینی اقتصادی می‌شوند؛ یعنی گردش اقتصادی در شهر نه تنها باعث توسعه گردشگری که به اقتصاد ملی هم کمک می‌کند چه از طریق پرداخت‌های مستقیمی که منفعت واحدهای خدماتی مانند شهرداری‌ها است و چه از طریق منفعتی که به سایر دستگاه‌ها می‌رود این همان گردش اقتصادی ملی است بنابراین فعالیت در توسعه گردشگری شهر برابر است با افزایش درآمد، پس انداز و سرمایه گذاری.

کشورهایی که توانسته‌اند در صنعت گردشگری کارنامه موفقی از خود به جا بگذارند علاوه بر معرفی کشور خود به گردشگران، درآمد سرشاری از این صنعت کسب می‌کنند. تولید ناخالص جهانی از گردشگری در سال ۲۰۱۰ میلادی ۹/۲ درصد از کل تولید ناخالص داخلی بوده که نسبت به ۱۰ سال گذشته نیم درصد رشد کرده است و این رقم معادل ۵۷۵۱ میلیارد دلار بوده است. طبق پیش بینی‌های سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۰ میلادی تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری به مبلغی معادل ۱۱۱۵۱ میلیارد دلار می‌رسد که نسبت به سال ۲۰۱۰ رشد ۴/۴ درصدی خواهد داشت و نسبت اقتصاد گردشگری به ۹/۶ درصد کل تولید ناخالص جهان افزایش می‌یابد (آزاد واری، ۱۳۸۹: ۴۹). اقتصاددانان از صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت مولد سرمایه و اشتغال‌زا نام می‌برند و توجه خاصی به این صنعت دارند لذا معتقدند توسعه صحیح گردشگری به لحاظ اقتصادی موجب افزایش ارزآوری می‌شود. صاحب نظران علم اقتصاد معتقدند اگر کشوری بتواند از این پتانسیل‌ها استفاده کرده و چرخ‌های این صنعت را به حرکت درآورد شاهد شکوفایی شگرفی در سطح اقتصاد خواهد بود.

تأثیر این صنعت از جهات مختلف قابل بررسی و مهم است که به تعدادی از این مولفه‌ها در زیر اشاره شده است:

- ورود ارز به کشور
- اشتغال در بسیاری از زمینه‌ها
- پویایی بازار خرده فروشی
- فعال شدن فرودگاه‌ها و سیستم حمل و نقل
- افزایش سرمایه گذاری
- افزایش تولیدات محلی و بومی و صنعتی

• افزایش میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی و بسیاری از موارد دیگر که هر یک به تنهایی قابل بررسی و مطالعه می باشد. (پورزند، ۱۳۸۹: ۷).

گردشگری شهری و اشتغال

مهم ترین اثر توسعه گردشگری ایجاد اشتغال است. نتایج بسیاری از تحقیقات موید این مطلب است که گردشگری به کاهش بیکاری و کسب درآمد منتهی شده است. امروزه صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوعترین صنعت و همچنین منبع اصلی اشتغال و رشد و توسعه اقتصادی کشورها محسوب می شود. گردشگری به صورت یک بخش اقتصادی فعال، می تواند از عامل کار بیشتر از سایر عوامل تولید استفاده نموده و موجب بالا بردن سطح اشتغال گردد. به لحاظ نقش و اهمیت گردشگری در کاهش بیکاری و فقر دبیر کل سازمان جهانگردی در پیامی جهانگردی را نیروی کارا و موثر در کاهش فقر، اشتغالزایی و برقراری عدالت اجتماعی خواند.

در کشور ما بخش گردشگری بعد از بخش های کشاورزی، صنایع غذایی و ساختمانی مهم ترین بخش از لحاظ ضریب اشتغال قرارداد. به ازای ورود هر گردشگر ۸ شغل شامل ۳ شغل مستقیم در هتل ها، آژانس ها و سرویس های میان راهی و ۵ شغل غیر مستقیم رانندگی، خدمات فرودگاهی، صنایع دستی، پشتیبانی و خدمات بهداشتی ایجاد خواهد شد (کارگر: ۱۳۸۷، ۱۵).

اکثر مشاغل در زمینه گردشگری، شغل های خدماتی مستقیم در بخش تسهیلات گردشگری و جاذبه ها، رستوران ها، فروشگاه ها و شرکت ها مسافرتی دیده می شوند و همچنین در بخش های اقتصادی فرصت های شغلی بیشتری در زمینه گردشگری در بخش هایی مانند: کشاورزی، ماهیگیری، تولید و ساخت سرویس های حمل و نقل و جابه جایی دیده می شود. اکثر مشاغل مستقیم در بخش گردشگری دارای ویژگی های مثبت زیر هستند:

- اکثر این مشاغل آسان هستند
- به مهارت آموزشی زیادی نیاز ندارند
- بیش از سرمایه به نیروی انسانی نیازمندند
- دست مزد کم
- فصلی بودن
- پاره وقت بودن و...

گردشگری شهری و درآمد زایی

مخارج بازدیدکنندگان نه تنها بر فرصت های شغلی و دستمزدها اثر می گذارد بلکه درآمدی را نیز برای بخش عمومی و خصوصی ایجاد می نماید. به دلیل اینکه شرکت های گردشگری مانند سایر تجارت های محلی مالیاتی را به دولت پرداخت می کنند بنابراین با توسعه گردشگری شهری درآمد حاصل از مالیات نیز افزایش می یابد، دریافت هزینه ها بابت استفاده از تسهیلات عمومی، دریافت مالیات داخلی و یا دیگر اشکال مالیات گردشگری باعث افزایش درآمد گردشگری در مقصد می شود. دریافت ورودیه ها از موزه ها، نمایشگاه ها، فستیوال ها و...، استفاده از سرویس های حمل و نقل شهری، خرید صنایع دستی و فرهنگی، هزینه های اقامت در هتل، خریدهای روزانه از قبیل خوراکی و...

گردشگری شهری و کاربری اراضی شهری

با رشد بخش گردشگری در شهر، درآمدهای ناشی از رشد این صنعت باعث افزایش سرمایه گذاری‌های بیشتر در بخش گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن خواهد شد یکی از اولین عناصر شهری که از رشد گردشگری و یا هر تغییر اقتصادی دیگر در شهرها تاثیر می‌پذیرد زمین خواهد بود. در نتیجه در نواحی مختلف شهری قیمت زمین و مسکن متفاوت پدید می‌آید که بر نوع کاربری‌های زمین تاثیر خواهد گذاشت. بدین ترتیب نواحی سود آورتر از لحاظ اقتصادی و تجاری به کاربری‌های سودآور اختصاص می‌یابند و ساختمان‌های مسکونی نیز از این مراکز فاصله می‌گیرند و به طرف حومه‌های شهر تمایل می‌یابند که همین امر سبب گسترش محدوده شهر خواهد شد. همچنان که شهر گسترش پیدا می‌کند ارزش زمین در مرکز رو به افزایش می‌رود و همراه با آن مخارج تراکم و تمرکز و سایر هزینه‌های ناشی از هزینه‌های خارجی چون ارتباطات، حمل و نقل، تاسیسات و سایر نیازهای شهری افزایش می‌یابد. (کارگر، ۱۳۸۹: ۷) کاربری‌های شهری به انواع مختلفی چون مسکونی، تجاری، آموزشی و غیره تقسیم‌بندی می‌شود. یکی از این کاربری‌ها، کاربری گردشگری و پذیرایی است. کاربری‌های وابسته به صنعت گردشگری که دارای ارزش و اهمیت اقتصادی و فرهنگی است، مانند: مکان‌ها و جاذبه‌های دیدنی و تفریحی شهر، مراکز خدماتی و فروشگاه‌ها، مراکز خدماتی و فروشگاه‌ها، تأسیسات اقامتی، نمایشگاه‌ها، مراکز اطلاع رسانی و اداری وابسته را می‌توان به عنوان کاربری گردشگری تعریف کرد. روشن است که کاربری‌های فوق، ویژه استفاده گردشگران و کسانی که از خارج شهر می‌آیند نیست، بلکه می‌تواند به عنوان بخشی از کاربری‌های شهری مورد استفاده ساکنان شهر نیز باشد، اما به دلیل استفاده بیشتر گردشگران به عنوان کاربری گردشگری شناخته می‌شوند (موحد، ۱۳۸۶: ۴۷).

کاربری‌های مجاور برای کاربری‌های گردشگری را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد:

دسته اول: کاربری‌های متناسب و همجوار با کاربری‌های گردشگری؛ شامل:

- مراکز خدمات شهری؛
- ایستگاه‌های تاکسی و مینی بوس؛
- همجواری با پارکینگ‌های عمومی و فضای سبز؛
- دسته دوم: محدودیت‌های همجواری و حرایم با کاربری‌های مجاور گردشگری؛ شامل:
- فاصله کافی از مراکز زباله و کارگاه‌های تولیدی؛
- رعایت ضوابط ویژه بناهای تاریخی و مذهبی؛
- فاصله کافی از مراکز درمانی و بهداشتی (حسینی، ۱۳۷۱: ۶۰).

فرصت‌های گردشگری شهری :

امروزه فرصت‌های و عناصر گردشگری شهری نقش مهمی در جذب گردشگران به شهرها و کشورها دارد. این فرصت‌ها می‌توانند موقعیت خود را در بازار گردشگری تثبیت یا افزایش دهند. از مهمترین فرصت‌های شهری برای جذب گردشگران می‌توان به نمایشگاه‌ها، همایش‌ها، فرهنگ، هنر، ورزش، فرصت‌های سیاسی و رویدادهای ویژه اشاره کرد. در اینجا به موضوع مورد بحث یعنی نمایشگاه‌ها می‌پردازیم.

نمایشگاه‌ها (با تاکید بر نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران)

جاذبه‌های تجاری مثل نمایشگاه‌ها ملی و بین‌المللی صنایع مختلف از نمایشگاه‌های فروش هدیه، صنایع دستی گرفته تا نمایشگاه کتاب از جمله جاذبه‌های گردشگری محسوب می‌شوند به ویژه برگزاری گونه تخصصی از نمایشگاه‌ها در فصول و زمان‌های معین مسئله را در جذب گردشگر بیشتر روشن می‌کند مطالعات نشان می‌دهد که خرید از این گونه نمایشگاه‌ها در درجه نخست برای گردشگران محلی و بین‌المللی یک نوع تسهیلات بحساب می‌آید. (کارگر، ۱۳۸۹: ۱۲).

نمایشگاه‌ها از عناصر اولیه گردشگری شهری محسوب می‌شوند. مکان نمایشگاه‌ها، مکان‌هایی برای تجمع مردم به منظور استفاده و بهره‌گیری از فعالیت‌های خاص آن است. نمایشگاه‌ها، فعالیت‌های هستند که اغلب به دلیل اهمیت، شکوه و عظمت مورد توجه مردم یکی از اجزای اصلی جاذبه‌های گردشگری شهری است. نمایشگاه‌هایی که در شهرها برگزار می‌گردد بسته به ابعاد محلی، ملی و بین‌المللی توجه آن گروه از علاقه‌مندان - که اقامت شبانه دارند - را به طور مستقیم و غیر مستقیم به خود جلب می‌نماید و در کنار آن فرصتی برای تبلیغ و شناساندن شهر به گردشگران را فراهم می‌آورد. از واژه‌ی نمایشگاه برای بررسی یک نمایش عمومی سازمان یافته از کالاهای تولیدی (فرهنگی و هنری) استفاده می‌شود. نمایشگاه‌ها مکان مناسبی برای شرکت‌ها و تولیدکنندگان به منظور تبلیغ و بازاریابی کالاهای خود در کشورهای مختلف است و همین موضوع به علاوه بر تصمیم‌گیری و انتخاب در خرید محصول از مزیت‌های نمایشگاه‌هاست. جدول زیر به خوبی به این مساله اشاره می‌کند (low, 1996: 57).

کشورها	آلمان	فرانسه	آمریکا	انگلستان
درصد در آمد	۲۵٪	۱۴٪	۱۴٪	۸٪

جدول شماره ۱: مقایسه‌ی درآمد هزینه‌های تبلیغاتی کشورهای از طریق نمایشگاه‌ها در سال ۱۹۹۰،

(law, 1996: 57)

برگزاری نمایشگاه‌ها در شهرهای مختلف به تخصص آن شهر و امکانات آن شهر بستگی دارد. تاثیر یک مرکز نمایشگاهی در شهر را می‌توان طی دوره‌های مختلف اندازه‌گیری کرد:

اول: تعداد افراد شاغل در نمایشگاه

دوم: شغل‌های مربوط به فعالیت‌های وابسته و جانبی

سوم: شغل‌هایی که بوسیله‌ی بازدیدکنندگان ایجاد می‌شود (law, 1996: 60).

در فرانسه هر سال از مجموع ۴۱ میلیارد فرانکی که برای جهانگردی شغلی هزینه می‌شود، ۴ میلیارد فرانک به ایجاد مراکز گردهمایی اختصاص یافته است (کازس ژرژ، ۱۳۸۲: ۸۷ تا ۹۳).

البته تاثیر نمایشگاه‌ها در اقتصاد شهر به همین سه مبحث فوق محدود نمی‌شود چرا که نمایشگاه‌ها نه تنها موجب اشتغالزایی می‌گردند بلکه با توجه به اینکه بازدیدکنندگان مبالغ زیادی را صرف اقامت، خوراک، حمل و نقل، بازدید، خرید و... می‌کنند درآمد زیادی در شهر تزریق می‌شود. در واقع با توجه به مباحثی که در بالا ذکر شد نمایشگاه‌ها می‌توانند نقش مهمی را در ایجاد اشتغال و درآمدزایی یک شهر داشته باشند.

در میان شهرهای تاریخی ایران، شهر تهران یکی از مناسب‌ترین گزینه‌های شهری برای برنامه‌ریزی گردشگری شهری است. نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به عنوان یکی از فرصت‌های گردشگری شهری نقش مهمی در جذب و توسعه گردشگری و پویا شدن اقتصاد شهر تهران ایفا می‌کند. برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در ۱۰ روز بهاری در شهر تهران و با جذب بیش از ۵ میلیون بازدیدکننده (آمار و مباحث مربوط به نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران برگرفته از سایت www.ershad.ir خاص سال ۱۳۸۹ می‌باشد) می‌تواند فرصت مناسبی باشد تا زیرساخت‌های اقتصادی و پتانسیل‌های گردشگری و همچنین محدودیت‌ها و امکانات شهر تهران را بهتر مطالعه و بررسی نمود.

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران به عنوان یکی از معتبرترین و مهمترین نمایشگاه‌های بین‌المللی می‌تواند نقش یک فرصت گردشگری شهری را (با توجه به مواردی که در قسمت فرصت گردشگری در بالا به آن پرداختیم) ایفا کند. از آنجا که نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران هر ساله چندین میلیون نفر را به عنوان بازدیدکننده به شهر تهران جذب می‌کند تأثیراتی را در حوزه‌ی اشتغال، درآمد، ارزآوری، پویایی جریان‌های مولد اقتصادی و تقویت فرهنگ اعمال می‌کند.

مسافرانی که از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بازدید می‌کنند، هزینه‌هایی را صرف اقامت، خوراک، بازدید از جاذبه‌های شهر، حمل و نقل، خرید، هتل‌ها برای اقامت و ... می‌کنند که این مبین تزریق پول به اقتصاد شهری است. نکته‌ی مهم این است که نه تنها مصرف این پول‌ها موجب سودآوری می‌گردد که نقش سرمایه‌گذاری و فعال کردن جریان‌های مولد اقتصادی هم را ایفا می‌کند. بی‌شک نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با جذب این همه بازدیدکننده (بر طبق آمار وزارت ارشاد در سال ۱۳۸۹ بیش از ۵ میلیون نفر، از نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بازدید نموده‌اند)، به طور مستقیم و غیر مستقیم اقتصاد شهری تهران را بیش از پیش فعال و پویا می‌کند و در این بین بسیاری از بخش‌های گردشگری شهری از جمله تاسیسات اقامتی، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها، هتل‌ها، حمل و نقل شهری درون شهری و برون شهری، جاذبه‌های شهری و ... از این فرصت تغذیه می‌شوند. با توجه به چند بخش گردشگری درگیر در برگزاری نمایشگاه کتاب که در بالا نام برده شد (بخش‌های حمل و نقل، هتل رستوران، مراکز تفریحی، ورزشی، تاریخی و طبیعی و خدمات گردشگری) می‌توان بیان کرد که نزدیک به ۶۰ تا ۷۰ درصد پول‌های بازدیدکنندگان - گردشگران - جهت اقامت، خوراک، حمل و نقل شهری، خرید، بازدید از جاذبه‌های شهری و ... در تهران صرف می‌شود. لذا اگر ۶۰ درصد کالاها و خدمات مورد نیاز، از محصولات داخلی تامین شود ۴۰ درصد درآمد حاصل پس از کسر سایر هزینه‌ها به عنوان درآمد ملی محسوب شود در واقع نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران فرصتی مناسب برای ایجاد، تنوع و پویایی اشتغال و درآمد است. ورود حجم زیاد بازدیدکننده با تقاضای کالا و خدمات همراه است، لذا این مساله موضوع اشتغال را مبین می‌کند. بی‌شک یکی از تأثیرات مهم اقتصادی نمایشگاه کتاب، اشتغالی و در نتیجه درآمدزایی برای شهروندان مشغول در بخش خدمات می‌باشد. به همین دلیل است که می‌توان به خوبی انواع مشاغل ایجاد شده در نمایشگاه مشاغلی در بخش‌های حمل و نقل، خوراک، تبلیغات و بازاریابی و ... را مشاهده نماییم.

برطبق پژوهشی که توسط آقای طیبی و همکارانش در سال ۱۳۸۹ صورت گرفته است نشان می‌دهد که ۵۰/۵۷ درصد از بازدیدکنندگان در حدود ۱۰۰ هزار تومان، ۳۶/۰۳ درصد ۱۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان و ۱۳/۴۰ درصد بیش از ۵۰۰ هزار تومان در طول سفر و بازدید خود جهت اموری چون، خوراک، بازدید از جاذبه های شهر، حمل و نقل، خرید و ... هزینه می نمایند.

درصد	هزینه بازدیدکنندگان
۵۰/۵۷	۱۰۰ هزار تومان
۳۶/۰۳	۱۰۰ - ۵۰۰ هزار تومان
۱۳/۴۰	بیش از ۵۰۰ هزار تومان

جدول شماره ۲: میزان هزینه بازدیدکنندگان در نمایشگاه بین المللی

کل پولی که بازدیدکنندگان هزینه در طول نمایشگاه هزینه می کنند مبلغی در حدود ۱/۱۲۸/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ است (طیبی: ۱۹:۱۳۸۹). که این خود باعث پویایی و فعال شدن چرخه اقتصادی شهر تهران در نتیجه پرداخت های بازدیدکنندگان است. همچنین در بخش هتل داری به عنوان یکی از تسهیلات گردشگری، از آنجا که نزدیک به ۲۰ درصد بازدیدکنندگان برای اقامت از هتل استفاده می کنند و اکثراً یک شب اقامت دارند، می توان گفت، با توجه به اینکه هزینه اقامت شبانه هر نفر (بر اساس هزینه هر اتاق هتل) در هتل های شهر تهران به طور متوسط ۷۰ هزار تومان می باشد و نزدیک به ۹۶۱۵۰۰ نفر از افراد بازدیدکننده نمایشگاه از هتل ها استفاده می کنند، جمعاً مبلغ ۶۷/۳۰۵/۰۰۰/۰۰۰ تومان برای اقامت به هتلداران پرداخت می شود (طیبی: ۲۰، ۱۳۸۹). که این خود باعث درآمدزایی و فعال شدن این بخش از گردشگری می شود.

بنابراین می توان نمایشگاه بین المللی کتاب تهران را به عنوان فرصت بسیار مناسبی برای جذب گردشگر و نهایتاً تزریق پول به شهر تهران و پویایی و توسعه ی جریان و چرخه ی اقتصادی شهر تهران از طریق پرداخت هزینه های بازدیدکنندگان و گردشگران، دانست. همانگونه که مشاهده شد مبلغ بسیار زیادی به اقتصاد شهری تزریق می شود علی رغم اینکه ارز خارجی در این محاسبه دخالت داده نشده است (طیبی: ۲۲، ۱۳۸۹).

از دیگر پیامدهای مثبت اقتصادی - اجتماعی نمایشگاه بین المللی کتاب می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- پویایی اقتصاد شهری و سرمایه گذاری در بخش های خدماتی گردشگری و نهایتاً توسعه ی گردشگری شهری
- ورود میلیونی زائران و مسافران به کلانشهر تهران می تواند آثار بسیار شگرفی در شکوفایی و رونق یابی اقتصاد شهر و ایجاد فرصت های شغلی، ایجاد منابع درآمدی، تبادل فرهنگی اجتماعی و... داشته باشد
- توجه به میراث فرهنگی، آثار تاریخی و جاذبه های شهری تهران
- توجه به گذران اوقات فراغت از کار خاص شهروندان تهرانی که نمایشگاه کتاب بهترین فرصتی است برای گذران این اوقات است
- فعال شدن بخش های گردشگری و جریان های مولد اقتصادی در شهر تهران

- آگاهی از محدودیت‌ها، تنگناها، پتانسیل‌ها و نقاط قوت و ضعف در زمینه گردشگری شهری
- تقویت فرهنگی بازدیدکنندگان
- سودآوری انتشارات داخلی و خارجی
- ترویج فرهنگ کتاب خوانی
- و نشر کتب مطابق میل مخاطبان فرهنگ و ... اشاره نمود.

نتیجه گیری

امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد، سرانه و کمبود درآمد ارزی را پوشش دهند گردشگری یک صنعت پویا، بزرگ، متنوع و نیز یکی از بخش‌های رشد یابنده در سیستم اقتصاد ملی به شمار می‌رود. بنابراین تمامی کشورها در پی استفاده از فرصت‌ها و مزایای فراوان حاصل از آن هستند تا به واسطه آن رفاه نسبی را برای حال و آینده جوامع خود رقم بزنند. به این لحاظ توجه به ماهیت گردشگری و پیامدهای ناشی از آن لزوم تحقیق و مطالعه در این موضوع را بر مجامع علمی آشکار کرده است امروزه گردشگری شهری جایگاه خاصی در اقتصاد شهرها دارد و نقش فعال و موثری در ارتقای ساختار اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی شهرها بازی می‌کند. منظور از اثرات اقتصادی گردشگری در این پژوهش، کلیه آثاری است که بر پیکره اقتصادی شهر تاثیر می‌گذارد. گردشگری از طریق تاثیر بر مولفه‌های عمده اقتصادی مانند درآمد و اشتغال باعث رونق بسیاری از شهرها می‌شود. به عبارت دیگر تقویت گردشگری متضمن منافع اقتصادی بوده و گسترش اقتصادی مربوط به فعالیت‌های گردشگری می‌تواند به تولید ناخالص اقتصادی شهرها کمک می‌کند. گردشگری باعث افزایش درآمد و ارزآوری برای شهر می‌شود این عمل با هزینه‌هایی که یک گردشگر در طول اقامت خود در شهرهای میزبان صرف می‌کند محقق می‌شود به این جریان اقتصادی صادرات نامریی می‌گویند. برپایی نمایشگاه‌ها و جذب بازدید کنندگان نمایشگاه منجر به درآمدزایی و اشتغالزایی برای شهر می‌شود و باعث پویایی اقتصادی شهر می‌شود. همان طور که در این پژوهش مشاهده شد می‌توان نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران را به عنوان فرصت بسیار مناسبی برای جذب گردشگر و نهایتاً تزریق پول به شهر تهران و ایجاد اشتغال و پویایی و توسعه‌ی جریان و چرخه‌ی اقتصادی شهر تهران از طریق پرداخت هزینه‌های بازدیدکنندگان و گردشگران دانست. لذا پتانسیل‌های لازم برای توسعه‌ی گردشگری شهر تهران مهیاست پس مدیریت شهری می‌تواند با برنامه‌ریزی‌های علمی و تجربی به خصوص در زمینه‌ی فرصت‌های گردشگری مانند نمایشگاه بین‌المللی کتاب مقدمات توسعه‌ی گردشگری را فراهم کند. بر مدیریت شهری تهران واجب است که برنامه ریزی صحیحی را در مورد نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران انجام دهد و از این نمایشگاه به عنوان یک فرصت مثبت گردشگری استفاده

نمایند. پیشنهادهاتی که برای بهبود این امر می‌توان نام برد: بهبود زیرساخت‌های شهری مانند حمل و نقل عمومی، ایجاد پارکینگ و...، اطلاع رسانی صحیح، گسترش خدمات و امکانات، ایجاد کمپ‌هایی برای استقرار گردشگران و بازدیدکنندگان و... نام برد.

منابع و مآخذ

۱. آزادواری، سیاوش، (۱۳۸۹)، درآمدی بر گردشگری شهری و تاثیرات این پدیده بر اقتصاد کلان شهرها، فصلنامه اقتصاد شهر، زمستان ۱۳۸۹
۲. اعتماد، گیتی؛ حسامیان، فرخ، (۱۳۷۷)، شهرنشینی در ایران، نشر آگاه، تهران،
۳. الوانی، مهدی، دشتی، زهره (۱۳۷۳)، اصول و مبانی جهانگردی، نشر معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان، چاپ اول تهران.
۴. ایدینگتن، جی.ام، (۱۳۷۴)، اکوتوریسم، مترجم اسماعیل کهرم، تهران، انتشارات سازمان محیط زیست
۵. باستیه، ژان، برنارد دزر، (۱۳۷۷)، شهر، مترجم علی اشرفی، تهران، انتشارات دانشگاه هنر، چاپ اول
۶. برنز، م. پیتر، (۱۳۸۵)، درآمدی بر مردم شناسی گردشگری، مترجم هاجر هوشمندی، تهران، انتشارات نشر افکار، چاپ اول
۷. پورزند، حسین؛ طباطبایی، سید محسن (۱۳۸۹)، تاثیر اکوتوریسم در توسعه اقتصاد گردشگری شهر تهران، فصلنامه اقتصاد شهر، زمستان
۸. پوریا، پیروز، (۱۳۷۳)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی جهانگردی، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۴۵ و ۴۶
۹. تقوایی، مسعود، حمید صابری، (۱۳۸۶)، فرایند برنامه‌ریزی گردشگری شهری، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر
۱۰. ضرغام، حمید، (۱۳۷۶)، راه کارهایی برای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد اول، اسفند
۱۱. رهنمایی، محمد تقی؛ فرهودی، رحمت الله؛ قدمی، مصطفی (۱۳۸۷)، بررسی حوزه مقصد گردشگری با تاکید بر جامعه میزبان (نمونه موردی: مطالعه شهر کلاردشت) فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶
۱۲. حسینی، علیرضا، (۱۳۷۱)، استانداردهای حداقل سرانه کاربری اراضی در طراحی‌های شهری، مجموعه مقالات اقتصادی و اجتماعی، فارس، انتشارات سازمان برنامه و بودجه استان فارس، شماره نهم
۱۳. طیبی، صدرالله؛ مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ موسوی، سیدچمران (۱۳۸۹) کاربرد مدل‌های LQ و I در تبیین و مکان یابی نقش نمایشگاه بین المللی کتاب، پژوهش‌های جغرافیای انسانی،
۱۴. فلاح پسند، علی؛ جعفری نژاد، شهرام؛ قره گزلو، مهرزاد (۱۳۷۷)، اقتصاد گردشگری جلد دوم، نشر مهندسی مشاور معمار و شهرساز عمران آب و انرژی
۱۵. قره نژاد، حسن، (۱۳۸۶) مقدمه‌ای بر توسعه گردشگری و مهمانپذیری، انتشارات دانشگاه آزاد نجف آباد، ۱۳۸۶
۱۶. کارگر، بهمن (۱۳۸۶)، جغرافیا و توسعه گردشگری، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۱۶، شماره ۶۳

-
۱۷. کارگر، بهمن، (۱۳۸۷) گردشگری و آسیب های اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و...، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۱۷، شماره ۶۵
۱۸. کارگر، محمدجواد، علیزاده، یحیی، (۱۳۸۹) نقش و اهمیت زیر ساخت ها در توسعه گردشگری شهری، همایش منطقه ای توریسم و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج، مهرماه
۱۹. کازس، زرزو؛ پوتیه، فرانسواز (۱۳۸۲)، جهانگردی شهری، ترجمه ی صلاح الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی
۲۰. موحد، علی (۱۳۸۶)؛ گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران، اهواز
۲۱. نوربخش، سید مرتضی؛ اسکانرود، محمد اکبرپور، (۱۳۸۹)، نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان شهرها، فصلنامه اقتصاد شهر، زمستان ۱۳۸۹

22. www.ershad.ir

23. law ,Christopher m,1996,urban tourism attraction visitors to large cities ,mansell.publishing limited,london

24. Skinnere, Malcolm, et. Al, 1999, Dictionary of Geography, Fitzroy Dearborn.

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



کارگاه آنلاین آشنایی با پایگاه های اطلاعات علمی بین المللی و ترند های جستجو



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین مقاله نویسی IEEE و ISI ویژه فنی و مهندسی