

گردشگری شهری تهران، نیازها و الزامات زیرساختی آن (بررسی مراکز اقامتی شهر تهران و مقایسه اجمالی با شهر استانبول)

فربیا نوروزی^۱، بهار بیشمی^۲

چکیده

شهر تهران که در زمره بزرگ‌ترین شهرها در سطح جهان، منطقه و کشور محسوب می‌گردد واجد ظرفیت و پتانسیل‌های متعدد گردشگری ملی و بین‌المللی است که علی‌رغم حجم زیاد سفر در این شهر، مغفول مانده و مورد استفاده قرار نگرفته است. بین توسعه گردشگری و ایجاد زیرساخت‌ها رابطه متقابلی وجود دارد. می‌توان گفت، نه تنها توسعه گردشگری در شهرها سبب بهبود زیرساخت‌ها می‌شود بلکه توسعه زیرساخت‌ها به‌ویژه جاذبه‌های انسان‌ساخت و خدمات رفاهی سبب توسعه گردشگری در شهرها نیز می‌شود. اثرات زیرساختی گردشگری قادر است که بنیان‌های جغرافیایی یک منطقه گردشگری را دگرگون سازد و باعث رشد و ترقی ابعاد مختلف فضایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن منطقه شود. از آنجایی که یکی از مهم‌ترین مسائل برای تصمیم‌گیری برای سفر وضعیت اقامتگاه‌ها است و با توجه به این که کلان‌شهر تهران مقصد اول گردشگران خارجی و پایتخت کشور جهت برگزاری رویدادهای فرهنگی و سیاسی است، این مقاله با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از روش اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای وضعیت اقامتگاه‌های تهران مورد بررسی قرار گرفته و با مقایسه اجمالی با شهر استانبول وضعیت گردشگری در تهران مورد ارزیابی قرار گرفته است. همچنین عوامل و معیارهای مؤثر در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری بررسی می‌شود و ملاحظات را در پاسخ به نیازهای گردشگری با تأکید به وضعیت زیرساخت‌های گردشگری و به‌طور خاص مراکز اقامتی ارائه می‌کند. با بررسی‌های به‌عمل‌آمده می‌توان نتیجه گرفت با اتخاذ سیاست‌هایی برای توزیع مراکز و تسهیلات گردشگری می‌توان به رونق گردشگری کمک کرد.

واژگان کلیدی: گردشگری، مراکز اقامتی، کلان‌شهر تهران، استانبول، الزامات زیرساختی

۱- دانشجوی دکتری شهرسازی دانشگاه قزوین، Norouzi_fariba@yahoo.com

۲- استادیار پژوهش گروه گردشگری، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، bbeishami@yahoo.com

مقدمه

مقاصد بسیاری در سراسر جهان، با سرمایه‌گذاری در گردشگری، فضایی را برای این صنعت ایجاد کرده‌اند که در حال تبدیل به عامل کلیدی پیشرفت اجتماعی اقتصادی از طریق ایجاد مشاغل و تشکیلات اقتصادی، درآمدهای ناشی از صادرات و توسعه زیرساخت‌ها است. با وجود شوک‌های گاه‌وبیگاه، گردشگری رشد بی‌وقفه‌ای داشته است. تعداد گردشگران بین‌المللی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۸ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰؛ به ۶۷۴ در سال ۲۰۰۰ و به یک میلیارد و ۱۸۶ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. در دسته‌بندی صادرات در سراسر جهان، گردشگری در رتبه سوم پس از مواد سوختی و شیمیایی و بالاتر از تولیدات غذایی و اتومبیل قرار دارد و در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، رتبه گردشگری به‌عنوان رتبه اول در بخش صادرات است (رضایی و بیشمی، ۱۳۹۵: ۲). طبق آمار جهانی در سال ۲۰۱۵ گردشگری بین‌المللی ۷ درصد صادرات جهانی کالاها و خدمات را به خود اختصاص داده بود که این رقم نسبت به سال ۲۰۱۴ حدود ۶ درصد رشد داشته و نشان‌دهنده رشد سریع‌تر گردشگری در تجارت جهانی طی چهار سال طی شده بود. سازمان ملل متحد، صنعت سفر و گردشگری را یکی از ده بخش اقتصادی با پتانسیل حرکت به سمت اقتصاد سبز و پایدار معرفی می‌کند. در بیانیه نهایی ریو ۲۰۱۲ با عنوان «آینده‌ای که ما خواهیم آن هستیم»؛ صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بخش‌هایی معرفی شده است که قادر است نقش مهمی در تحقق سه بعد توسعه پایدار ایفا کند.

کشور ایران با توجه به اینکه جزو پنج کشور جهان از نظر تنوع اقلیمی و جزو ده کشور جهان از نظر تاریخی و فرهنگی است ولی درآمد ایران، علی‌رغم داشتن پتانسیل‌های بسیار بالای گردشگری بسیار پایین‌تر از کشورهای مجاور است. در سال ۲۰۱۵ تعداد گردشگران ورودی بین‌المللی (با اقامت شبانه) با ۴.۶ درصد افزایش، معادل ۵۲ میلیون نفر بیشتر از سال گذشته، به ۱ میلیارد و ۱۸۶ میلیون نفر رسید. این ششمین سال متوالی رشد بالای حد متوسط در گردشگری بین‌المللی پس از بحران اقتصادی جهانی در سال ۲۰۰۹ بود. جریان‌های گردشگری در سال ۲۰۱۵ تحت تأثیر سه عامل عمده نوسانات غیرمعمول نرخ ارز، کاهش ارزش نفت، دیگر کالاها، مواد خام و نیز افزایش نگرانی جهانی درباره ایمنی و امنیت در برخی مقاصد قرار داشتند. قاره آمریکا، آسیا و اقیانوس آرام رشد حدود ۶ درصدی را در ورودی‌های بین‌المللی ثبت کردند که پس از آن اروپا، پربازدیدکننده‌ترین ناحیه جهان با ثبت ۵ درصد قرار دارد. ورودی‌ها در خاورمیانه حدود ۲ درصد رشد داشته در حالی که در آفریقا، عمدتاً به خاطر نتایج ضعیف کشورهای شمال آفریقا، حدود ۳ درصد کاهش داشته است. با توجه به نوسانات نرخ ارز و تورم، دریافتی‌های (درآمدهای) گردشگری بین‌المللی حدود ۴.۴ درصد رشد داشته که با مجموع درآمدهای مقاصد مختلف تخمین زده می‌شود به حدود یک تریلیون و

۲۶۰ میلیارد دلار در سراسر جهان برسد (یک میلیارد و ۱۳۶ میلیون یورو). فرانسه، ایالات متحده، اسپانیا و چین پیشتازان رتبه‌بندی هم در ورودی‌ها و هم در دریافتی‌های بین‌المللی بودند. در دریافتی‌ها، تایلند سه رتبه صعود کرده و در رتبه ششم قرار گرفت؛ هنگ‌کنگ (چین) با یک رتبه ارتقاء در جایگاه نهم ایستاد. مکزیک یا یک پله صعود به رتبه نهم ورودی‌ها رسید. چین، ایالات متحده و بریتانیا، به دلیل داشتن ارزشهای قدرتمند و اقتصادهای قوی، پیشتازان گردشگری خروجی در مناطق مربوطه در سال ۲۰۱۵ بودند. پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری برای سال ۲۰۱۶ به تداوم رشد ورود گردشگر بین‌المللی با نرخ حدود ۳.۵ تا ۴.۵ درصد در طول سال ۲۰۱۶ اشاره دارد که این نرخ بالاتر از پیش‌بینی بلندمدت سالانه ۳.۳ درصد برای ۲۰۳۰ است (رضایی و بیشمی، ۱۳۹۵: ۳). در گذشته و حتی اکنون، طرز تلقی مسلط در برخی مکان‌ها این است که برنامه‌ریزی جهانگردی عبارت است از فرایند ساده‌ی تشویق گشایش هتل‌های جدید و اطمینان از وجود نظام حمل‌ونقل برای دسترسی به آن و ساماندهی فعالیت‌های تبلیغی جهانگردی. تنها برنامه‌ریزی نظام‌مندی که باید اجرا شود عبارت است از انتخاب محل مناسب برای هتل و منزلگاه تفرجگاهی و اجرای برنامه‌ریزی منزلگاهی، محوطه‌سازی و طراحی استانداردهای مهندسی برای توسعه. این رویکرد اغلب برای توسعه‌ی هتل‌های خصوصی یا تفرجگاه‌های کوچک، در زمان قبل از جهانگردی انبوه، موفق بوده است (ضرغام، ۱۳۸۹: ۵۹).

شهر تهران که در زمره بزرگ‌ترین شهرها در سطح جهان، منطقه و کشور محسوب می‌گردد واجد ظرفیت و پتانسیل‌های متعدد گردشگری ملی و بین‌المللی است که علی‌رغم حجم زیاد سفر در این شهر، مغفول مانده و مورد استفاده قرار نگرفته است. طبیعت متنوع تهران، زمینه‌های غنی تاریخی، جاذبه‌های تجاری، حضور هم‌زمان سبک‌های مختلف معماری در کنار یکدیگر و لایه‌های مختلف شهرسازی، هر یک به تنهایی می‌تواند بهانه‌ای برای رونق بخشیدن به صنعت گردشگری باشد و این در حالی است که به نظر می‌رسد تهران در شرایط کنونی از ظرفیت و پتانسیل‌های گردشگری خود بهره نمی‌برد. شهر تهران به‌عنوان پایتخت ایران و قرار گرفتن در منطقه یک گردشگری کشور، حجم انبوهی از فعالیت‌های اقتصادی را در این شهر متمرکز کرده و اهمیت ویژه‌ای بدان بخشیده است. وجود هتل‌ها و رستوران‌های بزرگ، دفاتر و مراکز مسافرتی و تورگردانی، شرکت‌های هواپیمایی و راه‌آهن و چندین پایانه حمل‌ونقل مسافرتی می‌تواند بیانگر حساسیت‌های ویژه بخش گردشگری این شهر در نقطه ثقل تمام تحرکات مربوط به گردشگری کشور تلقی گردد. چنین ویژگی‌هایی بی‌تردید نقش این شهر را در توسعه فرابخشی صنعت گردشگری کشور حائز

اهمیت کرده و از این روی ضروری است که در تمام ارکان مربوط به این صنعت، رویکردی علمی نظام‌مند و واقع‌بینانه حاکم گردد.

مبانی نظری و ابعاد تحقیق

گردشگری

واژه گردشگری تداعی‌کننده رونق اقتصادی و توسعه اجتماعی است و مهم‌ترین عنصر در گردشگری جاذبه‌های مقصد است. در قرن بیست‌ویک بخش عمده اقتصاد جهانی را گردشگری تشکیل می‌دهد و یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان است (WTO, 1999: 20-21). گردشگری یکی از بزرگ‌ترین محرک‌های اقتصادی قرن حاضر به شمار می‌رود، تا آنجا که بیش از ۱۰ درصد از درآمد ناخالص داخلی کشورها در سطح جهان را گردشگری تشکیل می‌دهد (Doswill, 2005). گردشگری را می‌توان رویدادی سامانمند، توسعه‌یافته و بر مبنای بازاریابی دقیق جاذبه‌های گردشگری تعریف کرد که هدف آن مطرح‌ساختن مقصد در بازار گردشگری و ایجاد تصویر ذهنی و پیشرفت مقصد است.

چشم‌انداز بلندمدت در گردشگری

بر اساس گزارش پیش‌بینی بلندمدت سازمان جهانی جهانگردی با عنوان پیش به سوی گردشگری سال ۲۰۳۰، تخمین زده می‌شود تعداد گردشگران ورودی بین‌المللی بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ در سراسر جهان با حدود ۳.۳ درصد رشد سالیانه به ۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۳۰ برسد. تخمین زده می‌شود نرخ رشد ورودی‌های مناطق نوظهور بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰، با مثبت ۴.۴ درصد، رشدی دو برابری نسبت به مناطق پیشرفته با مثبت ۲.۲ درصد، داشته باشند. (رضایی، بیشمی، ۴: ۱۳۹۵).

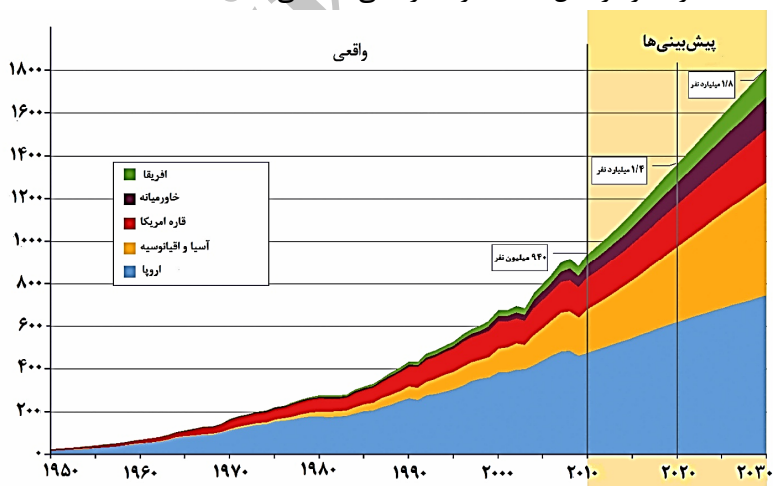
جدول شماره ۱: ده مقصد برتر ورودی‌ها و دریافتی‌های بین‌المللی گردشگری در سال ۲۰۱۵

دریافتی‌های گردشگری بین‌المللی						ورودی‌های گردشگری بین‌المللی							
تغییرات (درصد)		تغییرات (درصد)		میلیارد		رتبه		تغییرات (درصد)		میلیون		رتبه	
۱۵/۴	۱۴/۲	۱۵/۴	۱۴/۲	۲۰۱۵	۲۰۱۴			۱۵/۴	۱۴/۲	۲۰۱۵	۲۰۱۴		
۶.۹	۷.۸	۶.۹	۷.۸	۲۰۴.۵	۱۹۱.۳	۱	ایالت متحده	۰.۹	۰.۱	۸۴.۵	۸۳.۷	۱	فرانسه
۹.۸	n/a	۸.۳	n/a	۱۱۴.۱	۱۰۵.۴	۲	چین	۳.۳	۷.۲	۷۷.۵	۷۵	۲	ایالت متحده
۴	۳.۹	-۱۳.۲	۳.۹	۵۶.۵	۶۵.۱	۳	اسپانیا	۵	۷	۶۸.۲	۶۵	۳	اسپانیا

دریافتی‌های گردشگری بین‌المللی							ورودی‌های گردشگری بین‌المللی						
-۵.۴	۲.۸	-۲.۱	۲.۸	۴۵.۹	۵۸.۱	فرانسه	۴	۲.۳	-۰.۱	۵۶.۹	۵۵.۶	چین	۴
۵.۲	۶.۲	-۲.۳	۱۱.۸	۴۵.۵	۴۶.۵	بریتانیا	۵	۴.۴	۱.۸	۵۰.۷	۴۸.۶	ایتالیا	۵
۲۲	-۲.۷	۱۶	-۸	۴۴.۶	۳۸.۴	تایلند	۶	۰.۰	۵.۳	۰.۰	۳۹.۸	ترکیه	۶
۳.۸	۳.۶	-۱۳.۳	۳.۶	۳۹.۴	۴۵.۵	ایتالیا	۷	۶	۴.۶	۳۵	۳۳	آلمان	۷
۱.۹	۴.۹	-۱۴.۹	۴.۹	۳۶.۹	۴۳.۳	آلمان	۸	۵.۶	۵.۱	۳۴.۴	۳۲.۶	بریتانیا	۸
-۵.۸	-۱.۵	-۵.۸	-۱.۴	۳۶.۲	۳۸.۴	هنگ هنگ	۹	۹.۴	۲۱.۵	۳۲.۱	۲۹.۳	مکزیک	۹
-۲۶.۵	-۱.۱	-۲۶.۴	-۱.۱	۳۱.۳	۴۲.۶	ماکانو(چین)	۱۰	۵	۵.۳	۳۱.۳	۲۹.۸	روسیه	۱۰

Source: World Tourism Organization (UNWTO) © (Data as collected by UNWTO May 2016)

بر اساس آمار گردشگری به‌سوی ۲۰۳۰، انتظار می‌رود تعداد ورودی‌های گردشگر در سراسر جهان به‌طورمتوسط حدود ۳.۳ درصد در سال، طی دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ افزایش یابد. با گذشت زمان، نرخ رشد رفته‌رفته متوقف خواهد شد و از ۳.۸ درصد در آغاز دوره به ۲.۹ درصد در ۲۰۳۰ که این عدد هم بالاتر از اعداد پایه در حال رشد است خواهد رسید. در تعداد مطلق (به‌طور مطلق در مطلق عددی)، ورودی‌های گردشگر بین‌المللی حدود ۴۳ میلیون نفر در هر سال در مقایسه با متوسط رشد ۲۸ میلیون نفر در سال، طی دوره ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ افزایش خواهد یافت. انتظار می‌رود، در نرخ پیش‌بینی‌شده رشد، تعداد ورودی‌های گردشگر بین‌المللی در سراسر جهان به ۱.۴ میلیارد نفر در ۲۰۲۰ و ۱.۸ میلیارد نفر در سال ۲۰۳۰ برسد (رضایی، پیشمی، ۱۳۹۵: ۳۰).



نمودار ۱: پیش‌بینی UNWTO برای سال ۲۰۳۰

(روند واقعی و پیش‌بینی گردشگران ورودی بین‌المللی از ۱۹۵۰ تا ۲۰۳۰)

اثرات گردشگری بر زیرساخت‌های شهری

به‌طور کلی ورود گردشگران به یک منطقه باعث می‌گردد تا زیرساخت‌ها و تشکیلات عمومی منطقه بهبود یافته و در شکل‌گیری شبکه راه‌های جدید و استاندارد، آب آشامیدنی سالم، دفع صحیح فاضلاب‌ها، وسائل ارتباطات، ایجاد امنیت، مراکز تفریحی و امور بهداشتی و مراقبتی کمک فراوانی شود. میان توسعه گردشگری و ایجاد زیرساخت‌ها رابطه متقابلی وجود دارد. می‌توان گفت، نه تنها توسعه گردشگری در شهرها سبب بهبود زیرساخت‌ها می‌شود بلکه توسعه زیرساخت‌ها به‌ویژه جاذبه‌های انسان‌ساخت و خدمات رفاهی سبب توسعه گردشگری در شهرها نیز می‌شود. اثرات زیرساختی گردشگری قادر است که بنیان‌های جغرافیایی یک منطقه گردشگری را دگرگون سازد و باعث رشد و ترقی ابعاد مختلف فضایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن منطقه شود (ملک‌نیا، ۱۳۸۹: ۲۳).

زیرساخت‌ها

زیرساخت‌ها در یک تعریف کلی، ابزارهای دسترسی، حفاظت از منابع و ساختار بخش‌های قابل‌دسترس محیط ساختمان، حفظ امکانات گردشگری همچون بندرگاه‌ها و حراست از خدماتی که گردشگری بر آن‌ها متکی است، همچون خدمات گاز، آب، برق، فاضلاب و شبکه فاضلاب را زیرپوشش قرار می‌دهد (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۱۱۸). و تأسیسات گردشگری به مجموعه تجهیزاتی که مورد استفاده گردشگران داخلی و خارجی قرار می‌گیرد، اطلاق می‌شود و شامل مجموعه امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی، همچون هتل‌ها، مهمانسراها و مسافرخانه‌ها، مجتمع‌های جهانگردی، اردوگاه‌های جهانگردی، رستوران‌ها و قهوه‌خانه‌ها و انواع تفرجگاه‌های تابستانی، زمستانی، ساحلی، کوهستانی و امثال آن را در برمی‌گیرد (تقوایی و رنجبر دستنایی، ۱۳۸۹: ۲۷). زیرساخت در برنامه‌ریزی به اشکال گوناگونی از توسعه فیزیکی اطلاق می‌شود که در فرایند توسعه نقش کلیدی داشته و بخش خصوصی به دلیل حجم بسیار بالای سرمایه‌گذاری و گاهی دارای بازده سرمایه پایین، از خود رغبتی به مشارکت در توسعه این قبیل خدمات، نشان نمی‌دهد. زیرساخت‌ها، چارچوب و مبنایی مؤثر در سیستم جوامع بشری، صنایع و گردشگری ایجاد می‌نمایند و در فرایند توسعه نقش تعیین‌کننده بازی می‌کنند. زیرساخت‌های همخوان با توسعه فعالیت‌های بخشی، یکی از فاکتورهای مهم موفقیت در توسعه گردشگری بوده و در صورت فقدان توسعه‌نیافتگی یکی از فاکتورهای حیاتی باعث ایجاد مانع در فرایند توسعه گردشگری در مناطق و کشورهای کمتر توسعه‌یافته و دارای زیر ساختار محدود می‌شوند. آنچه در توسعه زیرساخت‌های حائز اهمیت در توسعه فعالیت‌های گردشگری قابل‌توجه است، استفاده جامع‌میزبان از این

تسهیلات است. بدین صورت که گرچه برخی از زیرساخت‌ها با هدف توسعه گردشگری ایجاد می‌شوند، اما مردم ساکن در جامعه میزبان نیز از این امکانات استفاده کرده و بدین گونه توسعه گردشگری منجر به توسعه فرابخشی در جامعه میزبان می‌گردد (طرح جامع توسعه گردشگری استان تهران، ۱۳۸۵: ۱۹۵).

نقش مراکز اقامتی در صنعت گردشگری

گردشگری بخش عمده اقتصاد جهانی را تشکیل می‌دهد و یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان است. در دهه‌های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به‌طور بی‌سابقه در حال افزایش بوده است. از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند موجب جذب گردشگران بین‌المللی و داخلی شود تأسیسات و تجهیزات مربوط به صنعت گردشگری است (موحد، ۱۳۸۷: ۶۶). از میان این تأسیسات، مراکز اقامتی به‌عنوان مبدأ و مقصد گردش‌های روزانه در شهر از اهمیت بسیاری برخوردار هستند. تأسیسات اقامتی یکی از نیازهای ثانویه بخش گردشگری است که هر شهر بزرگ و توریستی به آن نیاز دارد، هرچند گردشگران از همه هتل‌ها و خدمات جانبی آن استفاده نکنند. از سوی دیگر به دلیل تنوع سلیق و بنیه مالی گردشگران، شهر به انواع هتل‌ها بر حسب درجات مختلف نیاز دارد (موحد، ۱۳۸۷: ۷۲). برای موفق شدن در امر جهانگردی، تسهیلات اقامتی باید پاسخگوی تقاضای مسافرانی باشد که به محل می‌رسند. تسهیلات اقامتی اهمیت زیادی در توفیق برنامه‌های جهانگردی در هر منطقه دارد. هتل‌ها بر اساس تسهیلات فیزیکی مناسب، تمیزی و خدماتی را که توقعات، خواسته‌ها و نیازهای مسافران را تأمین نمایند با کیفیت مناسب فراهم آورند. مسلماً در صورتی که کیفیت خدمات و تسهیلات کاهش یابد، تقاضا نیز کاهش یافته و به صنعت جهانگردی در آن منطقه لطمه بسیاری وارد خواهد شد (الوانی و شاهرخ دهدشتی، ۱۳۷۳: ۳۳). تنوع اقامتگاه‌ها در یک منطقه به لحاظ کیفیت و قیمت موجب جذب گروه‌های بیشتر گردشگران می‌شود (رضوانی، ۱۳۹۲). جاذبه‌های گردشگری به‌تنهایی موجب سفر یا رونق صنعت گردشگری نمی‌شوند بلکه می‌بایست به زیرساخت‌های خدمات اقامتی گردشگران توجه گردد چون رابطه مستقیمی بین افزایش کمی و کیفی زیرساخت‌ها و تعداد گردشگران وجود دارد. انواع مراکز اقامتی شامل هتل، متل، مهمان‌پذیر، پانسیون و مسافرخانه است.

یافته‌های تحقیق

بررسی وضعیت هتل‌های تهران

بررسی تعداد هتل‌ها

طبق آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان تهران در شهر تهران ۱۰۷ هتل با ۸۱۰۰ اتاق و ۱۵۱۲۷ تخت وجود دارد که اطلاعات جزئی‌تر در جدول زیر قابل مشاهده است

جدول ۲: تعداد هتل‌های تهران (۱۳۹۴)

تعداد تخت	تعداد اتاق‌ها	کمیت آماری	نوع واحد
۱۴۴۵	۷۳۱	۲۵	۱ ستاره
۲۷۵۱	۱۳۸۷	۳۲	۲ ستاره
۲۹۶۰	۱۵۵۱	۲۷	۳ ستاره
۳۵۳۷	۱۸۳۱	۱۵	۴ ستاره
۴۴۳۴	۲۶۰۰	۸	۵ ستاره

(سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان تهران، ۱۳۹۴)

بررسی هتل آپارتمان‌های شهر تهران

وضعیت خاص هتل آپارتمان‌ها که تقریباً تمامی واحدهای اقامتی آن‌ها به صورت سوئیت یا آپارتمان است هزینه اقامت را بالا برده و شرایط استفاده را برای عده‌ای با وضعیت اقتصادی بالا مهیا می‌کند.

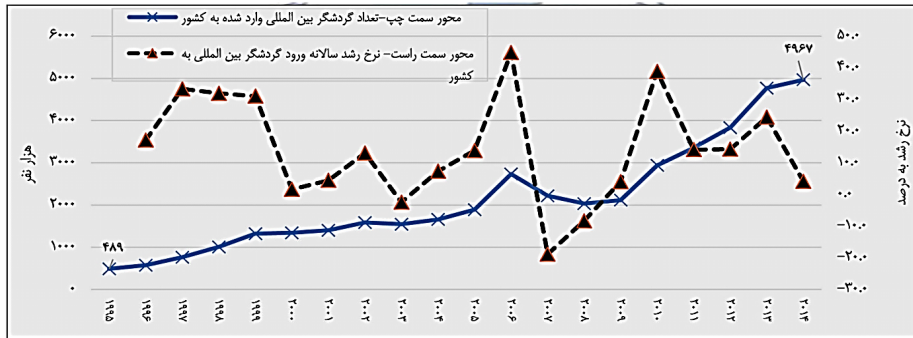
جدول ۳: هتل آپارتمان‌های تهران (۱۳۹۴)

کمیت آماری	نوع واحد
۸	۱ ستاره
۱۱	۲ ستاره
۶	۳ ستاره

(سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان تهران، ۱۳۹۴)

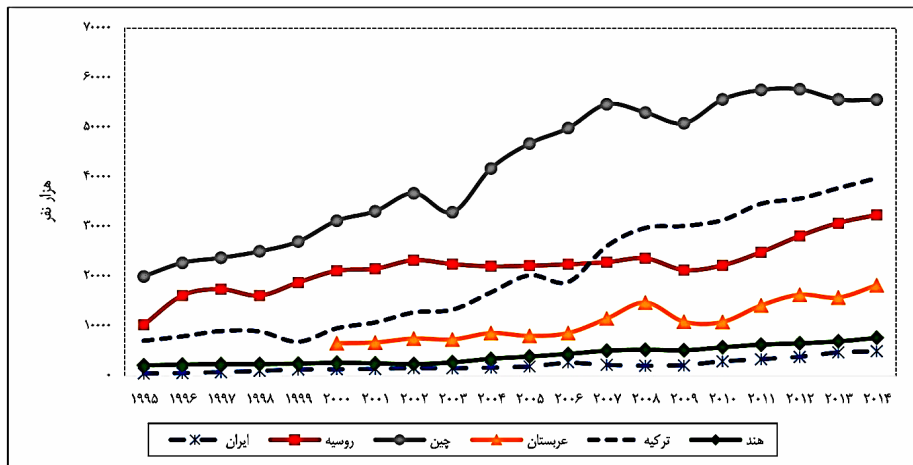
بررسی گردشگران ورودی به ایران

طبق آمارهای بانک جهانی، کشور ایران در سال ۲۰۱۵ میلادی ۵.۲ میلیون نفر گردشگر بین‌المللی وارد شده بوده است. با مقایسه روند ورود گردشگر به ایران طی دو دهه اخیر می‌توان استنباط کرد که در این دو دهه رشد جذب گردشگر بین‌المللی مشهود بوده است.



نمودار ۲: تعداد گردشگران وارد شده بین‌المللی به ایران (۲۰۱۴/۱۹۹۵)
(کریمی، ۱۳۹۵: ۷ به نقل از بانک جهانی)

مقایسه ایران با برخی از کشورهای منتخب در تعداد گردشگر بین‌المللی ورودی نشان می‌دهد که ایران در میان این کشورها جایگاه خوبی در جذب گردشگر نداشته است.



نمودار ۴: مقایسه ایران و برخی کشورهای منتخب در تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی (۱۹۹۵ تا ۲۰۱۴)
منبع: بانک جهانی

جدول ۴: آمار ظرفیت مراکز اقامتی تهران (۱۳۹۴)

متوسط اقامت مسافران خارجی	متوسط اقامت مسافران داخلی	متوسط اقامت	درصد نسبت مسافران خارجی	درصد اشغال اتاق	
۲/۲	۱/۹	۰/۲	۱/۳۶	۴۲/۴	فروردین
۲/۴	۱/۸	۰/۲	۳۸/۳	۶۲/۷	اردیبهشت
۲/۷	۱/۸	۲/۱	۰/۳۳	۵۲/۷	خرداد
۲/۶	۱/۹	۲/۱	۲۸/۴	۳۷/۳	تیر
۲/۵	۱/۹	۲/۱	۳۶/۹	۰/۶۴	مرداد
۲/۵	۱/۹	۲/۱	۳۳/۳	۶۵/۷	شهریور
۱/۲	۱/۹	۰/۲	۴۳/۱	۶۳/۵	مهر
۲/۴	۱/۸	۰/۲	۳۸/۵	۱/۶۲	آبان
۲/۳	۱/۷	۲/۱	۳۰/۴	۵۴/۵	آذر
۲/۸	۱/۸	۰/۲	۲۷/۴	۴۶/۵	دی
۲/۸	۱/۸	۰/۲	۲۹/۲	۵۵/۷	بهمن
۲/۷	۱/۸	۲/۱	۳۴/۱	۵۴/۷	اسفند
۲/۵	۱/۸	۲/۱	۳۴/۳	۰/۵۵	جمع سالیانه

(سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران، ۱۳۹۴)

مشخصات هتل‌های شهر استانبول

شهر استانبول از دو قسمت آسیایی و اروپایی تشکیل شده است که پراکنش هتل‌ها در این دو قسمت متفاوت است. به‌طور کلی تعداد ۱۷۱۷ مرکز اقامتی در این شهر وجود دارد که شامل ۷۵۰۷۹ اتاق و ۱۵۲۴۴۱ تخت است. در جدول زیر مشخصات این مراکز به تشریح آورده شده است.

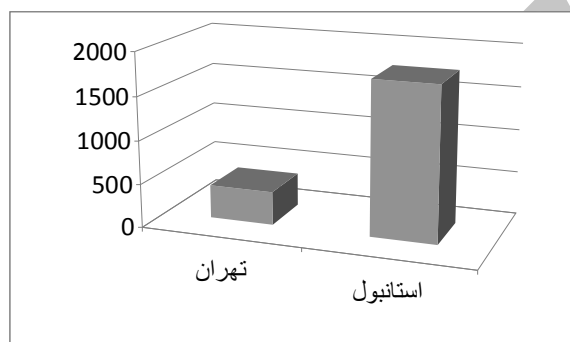
جدول شماره ۵: مشخصات کل هتل‌های استانبول (۲۰۱۵)

تعداد تخت‌ها	تعداد اتاق‌ها	تعداد هتل‌ها	نوع اقامتگاه
۳۳۹۹۶	۱۶۵۲۸	۶۲	۵ ستاره
۲۳۳۶۸	۱۱۵۹۳	۱۰۷	۴ ستاره
۱۱۹۲۴	۶۱۲۴	۱۰۰	۳ ستاره
۱۱۹۲۴	۶۱۲۴	۱۰۰	۲ ستاره
۶۸۶	۳۶۱	۹	۱ ستاره
۲۰۸	۸۹	۳	هتل آپارتمان
۱۴۶۶	۷۲۳	۱۶	هتل بوتیک‌ها

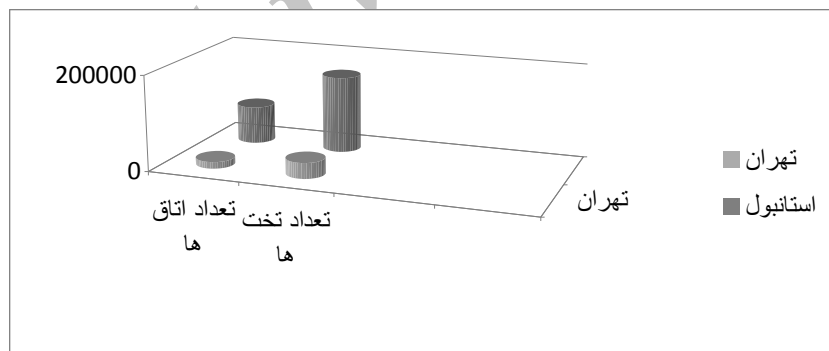
نوع اقامتگاه	تعداد هتلها	تعداد اتاقها	تعداد تختها
خانههای اجاره‌ای	۹۵	۳۴۷۸	۷۲۹۴
پانسیون	۴	۴۰	۷۴
مراکز متفرقه اقامتی	۱۲۷۲	۳۴۳۶۳	۷۰۰۸۷

Source: T. C. kultur ve turizm bakanligi

مقایسه مراکز اقامتی تهران و استانبول



نمودار ۵: مقایسه تعداد مراکز اقامتی تهران و استانبول



نمودار ۶: مقایسه تعداد اتاقها و تخت‌های مراکز اقامتی تهران و استانبول

جدول ۶: مقایسه صنعت گردشگری ایران و ترکیه (۲۰۱۵)

ترکیه	ایران	موضوع مقایسه
۷۵	۷۶	جمعیت (میلیون نفر)
۱۰۸۰۷	۴۹۴۱	سرانه GDP (دلار)
۲۸	۱۵	رتبه از نظر جاذبه‌های گردشگری
۶	۴۸	رتبه در جذب گردشگر
۴۶	۲۲	سهم گردشگری از تولید ناخالص ملی (درصد)
۴۰۵	۵۲	تعداد گردشگران ورودی (میلیون نفر)
۹۱	۱۸	سهم اشتغال مستقیم در بخش گردشگری (درصد)
۱۴	۱۰۹	سرمایه گذاری سالانه در بخش گردشگری (میلیارد دلار)
بیش از ۱۱۰۰۰	۱۱۰۰	تعداد هتل‌ها

مأخذ: آمارهای سازمان جهانی گردشگری

مقایسه صنعت گردشگری ایران و ترکیه

رتبه گردشگری ایران از بین ۱۴۱ کشور ۱۳۰ است و در زیرساخت‌های خدماتی و محیط کسب‌وکار و رقابت‌پذیری سفر رتبه ضعیفی دارد. کشور ترکیه از نظر شاخص رقابت‌پذیری گردشگری در جایگاه ۴۴ ام جهان قرار دارد.

جدول ۷: مقایسه رتبه ایران و ترکیه در رقابت‌پذیری گردشگری

ترکیه	ایران	شاخص‌ها
رتبه	رتبه	
۴۴	۹۷	شاخص رقابت‌پذیری گردشگری
		زیرشاخص‌ها
۷۸	۹۸	محیط توانمندساز
۵۹	۱۱۹	محیط کسب‌وکار
۸۸	۱۱۴	سرمایه انسانی و بازار کار
۹۵	۱۱۵	پایداری زیست‌محیطی
۶۳	۹۳	بهداشت و سلامت
۶۸	۹۸	آمدگی فناوریانه ارتباطات و اطلاعات
۱۶	۹۳	زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی
۷۳	۹۸	منابع طبیعی

Source: World Economic Forum

تحلیل

وضعیت معماری هتل‌های تهران

در هتل‌های ما از لحاظ رسیدگی به وضعیت اتاق‌ها و نوع قرارگیری آن‌ها چندان به استانداردها اهمیت داده نشده است. در بحث هتل هم روابط و عملکردها مهم است و هم تجهیزاتی که در هتل استفاده می‌شود که هم بر کیفیت معماری اثر می‌گذارد هم بر کیفیت اجرا. البته استانداردهای موجود نیز جوابگو نیست. مسئله مهم دیگر بحث کالبدی و فضایی معماری هتل‌هاست که باید مطابق با معیارهای ایرانی باشد تا رضایت گردشگر خارجی را که برای شناخت فرهنگ ایرانی سفر کرده است را تأمین کند. بهبود کیفیت طراحی برای عناصر نمادین عمومی و ملی، ایجاد معیارهایی برای چشم‌انداز خیابان‌ها و مناظر شهری از مواردی است که در طراحی هتل‌ها باید در نظر گرفت.

بررسی کیفیت خدمات

کیفیت خدمات همواره به‌عنوان یکی از مباحث مهم در رقابت‌پذیری بنگاه‌های خدماتی مطرح بوده است کیفیت خدمات می‌تواند باعث تجربه رضایت و به دنبال آن وفاداری مشتریان و همچنین جذب مشتریان جدید شود و در این صورت بنگاه‌های خدماتی می‌توانند با اثربخشی بیشتری به ادامه فعالیت بپردازند. گردشگری که می‌خواهد هزینه اقامت در هتلی را پرداخت کند، دو مورد اساسی را در اندیشه دارد، نخست اینکه موقعیتی برای تفریح، گردش و آرامش داشته باشد و دوم، در هنگام اقامت، از امکانات و خدمات داخل هتل به گونه‌ای مطلوبی بهره‌مند شود. به‌بیان دیگر، گردشگر علاقه‌مند است که در تمام دوره‌ی سفر، چه در زمان گردش و چه در زمان اقامت در هتل و استراحت، وضعیت مناسبی از لحاظ امکانات داخلی و همچنین، محیط پیرامونی داشته باشد و دیدگاه خود را درباره هتل، بر مبنای این دو عامل کلیدی به همراه هزینه‌های مرتبط بر اقامت، ارائه می‌کند. هتل‌های مستقر در شهر تهران در هر سطح و ستاره‌ای که باشند به‌عنوان معتبرترین هتل‌های کشور به حساب می‌آیند ولی با آنچه در حد استانداردهای جهانی است به‌هیچ‌وجه برابری نمی‌کنند در حالی که رقم‌هایی که مسافران خارجی در قبال خرید خدمات اقامتی پرداخت می‌کنند با نرخ‌های موجود در دنیا تقریباً برابری می‌کند؛ لذا به نظر می‌رسد باید که در فرآیند برنامه‌ریزی برای بهبود این وضعیت چاره‌ای اندیشیده شده و برای حل اختلاف میان قیمت خرید خدمات استاندارد و خدمات موجود مصالح‌های به کار رود.

بررسی هزینه و فایده

در زمینه هتلداری سودآوری توانایی در فعالیت بلندمدتی است که معمولاً با درآمد به ازای هر سهم یا بازگشت دارایی‌ها محاسبه می‌شود و هتل‌هایی که قادرند رابطه میان نهاده و ستاده خود را بهبود بخشند سودآوری خود را افزایش می‌دهند و بیشتر اهداف بهره‌وری را بر اساس کاهش مطلوب هزینه‌ها قرار می‌دهند. همچنین یکی معیارهای موفقیت سازمانی استیلای بر بازار است و هتل‌های بزرگ‌تر معمولاً هدف حصول به جایگاه رقابتی را بر اساس معیارهایی برای جایگاه رقابتی خود سهم بازار تعیین می‌کنند و با اولویت‌های بلندمدت به راهکارهایی جهت افزایش نقش خود در صنعت گردشگری می‌پردازند. یکی از توجیهاتی که برای رشد هتل‌های زنجیره‌ای مطرح می‌شود استفاده از مزایای اندازه بزرگ چنین سازمان‌هاست که به‌عنوان صرفه‌های اقتصادی قابل‌تصور است و با تسهیل تأمین مالی سازمان‌ها از داخل گروه با شرایط بهتر به صرفه‌های مالی می‌رسند. با صرفه‌های مدیریتی نیز می‌توان به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری کمک کرد. از آنجایی که هزینه‌های اداری لزوماً با توجه به اندازه سازمان‌ها افزایش نمی‌یابد می‌توان از مزایای هتل‌های زنجیره‌ای استفاده کرد.

بررسی نیاز به ساخت هتل در تهران

طبق آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان تهران، هتل‌های تهران در سال ۱۳۹۴ توانستند از ۲۰۷۶۴۹۴ مسافر که ۱۲۱۴۵۷۴ نفر آن‌ها ایرانی و ۸۶۱۹۲۰ نفر گردشگر خارجی بودند پذیرایی نمایند که در مجموع ۱۴۳۵۰۰۵ اتاق اشغال شده بود. با مطالعات انجام‌گرفته می‌توان نتیجه گرفت تعداد هتل‌های ۳ ستاره با استانداردهای جهانی در حدی نیست که قابل‌ملاحظه باشد و این موضوع زمانی بیشتر اهمیت پیدا می‌کند که توجه داشته باشیم مهمانان داخلی بیشتر از هتل‌های سه ستاره استفاده می‌کنند. همچنین طبق آمار جهانی در سال ۲۰۱۴ کشور ترکیه ۳۹۸۱۱ نفر گردشگر و در سال ۲۰۱۵ کشور ایران ۵۲۳۷ نفر گردشگر داشته و رشد گردشگری در ترکیه ۵.۹ بوده و در ایران ۵.۴ بوده است و از آنجایی که گردشگران خارجی بیشتر در هتل‌های ۴ ستاره و ۵ ستاره اقامت می‌کنند و با مقایسه گردشگران دو کشور ترکیه و ایران که کشور ترکیه تقریباً ۸ برابر ایران گردشگر داشته و با آمار به‌دست‌آمده از تعداد اتاق‌های هتل‌های دو شهر استانبول و تهران نیاز به احداث هتل ۴ ستاره و ۵ ستاره با توجه به روند رشد گردشگری احساس نمی‌گردد؛ اما در زمینه هتل‌هایی که برای گردشگران داخلی با قیمت مناسب‌تر و خدمات استاندارد باید ارائه شود با کمبود اتاق مواجه هستیم. با مقایسه کلیه مراکز اقامتی دو شهر مشخص گردید شهر استانبول ۷۹۴۲۳ اتاق و تهران ۱۱۴۶۳ اتاق دارد و لزوم افزایش هتل‌های متوسط

بیشتر نمایان گردید. طبق آمار در سال ۱۳۹۴ تعداد ۱۲۱۴۵۷۴ نفر گردشگر داخلی در تهران مقیم شدند که به طور متوسط ۱.۸ متوسط اقامت آن‌ها بوده که با توجه به افزایش حدود ۵ درصد سالانه مسافران و اگر متوسط اقامت را طبق استاندارد ۳ شب در نظر بگیریم تا سال ۲۰۲۰ نیاز به ۱۲۵۶۹ اتاق خواهیم داشت که در حال حاضر به جز هتل‌های ۵ ستاره تعداد ۸۹۶۳ اتاق وجود دارد که نیاز به حدود ۳۶۰۰ اتاق احساس می‌گردد.

نتیجه‌گیری

بر اساس آنچه ذکر شده می‌توان گفت بهره‌گیری از منافع اقتصادی حاصل از گردشگری یکی از عوامل توسعه گردشگری شهری است. حضور گردشگران می‌تواند زمینه بسیاری از مشاغل، به‌ویژه در حوزه‌های خدماتی را مهیا کند. در حال حاضر ضعفی که بدنه گردشگری از آن رنجور است فقدان و کمبود بهره‌گیری از افراد متخصص در سیستم مدیریتی واحدهای اقامتی است. در کشور ما هتلداری نسبت به اروپا و کشورهای پیشرفته دیگر، صنعت جدید و در حال توسعه است و این واقعیت که این صنعت می‌تواند در رشد اقتصادی به‌عنوان یک زیرساخت بسیار مهم تلقی شود از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ولی اگر بخواهیم به صورت تطبیقی مورد بررسی قرار گیرد متأسفانه هنوز این صنعت نتوانسته است جایگاه واقعی خودش را در طبقه‌بندی فعالیت تجاری کشور بیابد. چهار عامل اساسی که بر توسعه صنعت هتلداری تأثیر می‌گذارد شامل حمل‌ونقل، الگوهای اجتماعی، عادات و اقتصاد است که نیاز به تغییر و بازنگری دارند. با بررسی‌های به‌عمل‌آمده به این نتیجه می‌توان رسید از نظر تبلیغ، از نظر آموزش، از نظر ایجاد ارتباط و اطلاع‌رسانی ضعف داریم. بی‌توجهی به نیاز و تقاضای ایجاد مراکز اقامتی و صدور مجوز احداث خارج از شمول، نیاز رقابت بخش دولتی با بخش خصوصی در امر خدمات گردشگری، وجود مراکز تصمیم‌گیرنده موازی با متولی اصلی بخش گردشگری، نبود فرهنگ‌سازی در خصوص اهمیت بخش گردشگری، نادیده گرفتن تجارب و دانش بخش خصوصی در زمینه توسعه و رونق گردشگری کشور، ضوابط دست و پاگیر اخذ تسهیلات جهت امر توسعه از دیگر مشکلات مرتبط با این صنعت است. با بررسی مراکز اقامتی تهران مشخص شد شهر تهران به دلیل کمبود و ضعف زیرساخت‌های لازم موفق نبوده است. در کشورهای موفق در زمینه گردشگری هتل‌ها با تهیه و اجرای برنامه‌هایی به‌منظور رفع نیازمندی‌های افراد می‌توانند در افزایش میزان جذب گردشگر، مدت اقامت و بازگشت دوباره مسافران مؤثر باشند. بسیاری از کشورها برای تشویق و دعوت جهانگردان به بازدید از مراکز دیدنی خود به تأسیس انواع هتل‌های ارزان‌قیمت، متوسط و گران‌قیمت اقدام کرده‌اند؛ اما در شهر تهران

تنوع مراکز اقامتی بسیار کم است و هتل‌ها و دیگر مراکز اقامتی که با قیمت‌های نسبتاً پایین‌تر خدمات ارائه می‌دهند از استانداردهای لازم برخوردار نیستند. شهر تهران به‌عنوان یک کلان‌شهر و پایتخت ایران با همه شلوغی‌ها و ازدحام جمعیتی که دارد، می‌تواند قطبی اساسی در جذب گردشگر باشد اما کمبود زیرساخت‌های گردشگری مانند هتل در این شهر از جمله دلایلی است که معمولاً آن را در زمره شهرهای گردشگری پذیر قرار نمی‌دهند. همچنین هتل‌های تهران از قدمت بالایی برخوردارند و از نظر کالبد و عملکرد فاقد استانداردهای لازم هستند و بیشتر از این‌که از نظر فراوانی هتل‌ها ضعف وجود داشته باشد هتل‌ها از نظر کیفیت خدمات در سطح مناسبی قرار ندارد. لازم به ذکر است کشورهایی که خواهان جذب توریست و گردشگر خارجی هستند فقط به ساخت چند هتل چهار و پنج ستاره اکتفا نمی‌کنند بلکه در این کشورها سالانه چندین هتل به‌صورت زنجیره‌ای و در کنار هم به‌منظور جذب توریست و گردشگر ساخته می‌شود که در کشور ما چنین هتل‌هایی هنوز جایگاهی ندارند. با بررسی هتل‌های تهران با مقایسه مراکز اقامتی استانبول و تهران مشخص گردید تفاوت فاحشی در تعداد و تنوع این اقامتگاه‌ها وجود دارد. کشور ترکیه از نظر زیرساختی بسیار موفق‌تر از ایران عمل کرده و از این‌رو رشد بسیار زیادی در این زمینه داشته است. با توجه به این‌که در سند چشم‌انداز جذب ۲۰ میلیون گردشگر دیده شده است و در استراتژی سند گردشگری پیش‌بینی شده بود دولت ۲۵ هزار میلیارد تومان در حوزه زیرساخت‌های صنعت گردشگری هزینه کند و شرایطی فراهم شود که کشور در دوره ۲۰ ساله به رقم جذب ۲۰ میلیون توریست برسد امروز که ۱۰ سال از برنامه چشم‌انداز طی شده است تعداد گردشگران ورودی به حدود ۵.۵ میلیون نفر رسیده است و با این‌که در برنامه ششم توسعه نیز تأکید شده است که این عدد را به ۵ برابر افزایش یابد، باید زیرساخت‌های لازم فراهم شود و مقوله فرابخشی گردشگری را حل شود. و در این مسیر علاوه بر سازمان گردشگری باید دیگر نهادها و دستگاه‌ها نیز همکاری کنند و بحث حمل‌ونقل هوایی، ریلی، جاده‌ای، بهداشت و درمان از جمله مقوله‌هایی است که باید برای صنعت گردشگری به خدمت گرفته شوند.

با بررسی‌های به‌عمل‌آمده می‌توان نتیجه گرفت با اتخاذ سیاست‌هایی برای توزیع مراکز و تسهیلات گردشگری می‌توان به رونق گردشگری کمک کرد. همچنین ظرفیت‌پذیری گردشگری و توجه به ظرفیت تحمل مقصد به‌گونه‌ای که نتایج منفی محیطی، اجتماعی یا فرهنگی نداشته باشد باید مورد توجه قرار گیرد.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

با توجه به این‌که این پژوهش به بررسی زیرساخت‌های گردشگری و به‌طورخاص، مراکز اقامتی تهران پرداخته است پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی به بررسی دیگر متغیرهای مؤثر بر گردشگری که در زیر اشاره می‌شود پرداخته شود.

- بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل داخلی و خارجی و توسعه مناسب شبکه ارتباطی در تمام مسیرهای شهری، برای دسترسی مناسب از محل اقامت به مکان‌های تفریحی و گردشگری
- میزان رضایت گردشگران و تأثیر آن بر قصد بازدید مجدد گردشگران
- الزامات برنامه‌ریزی برای ایجاد فضاهای تفریحی گردشگری
- برنامه‌ریزی برای زیرساخت‌های خدماتی
- تأمین منابع درآمدی پایدار برای پاسخگویی به هزینه‌های توسعه و عمران و نگهداری فضاهای شهری از طریق توسعه گردشگری
- الزامات لازم برای تنوع در ساخت اقامتگاه‌ها برای همه اقشار و گروه‌های اجتماعی با توجه به وضعیت اقتصادی خانواده‌ها
- مکان‌یابی برای ایجاد هتل‌های جدید در نقاط مناسب شهر، برای جلوگیری از به وجود آمدن معضلات ترافیکی و دسترسی به خدمات گردشگری
- رفع موانع سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در جهت توسعه زیرساخت‌های گردشگری

تشکر و قدردانی

مقاله نوشته‌شده حاصل یک کار پژوهشی برای مرکز مطالعات شهرداری است که در آن به بررسی زیرساخت‌های لازم برای رونق گردشگری در تهران پرداخته شده است و در مطالعات انجام‌شده از تجربیات صاحب‌نظران رشته هتلداری از جمله آقای دکتر امامی نیز استفاده گردید.

منابع

- الوانی، مهدی و دهدشتی، زهره، (۱۳۷۳)، اصول و مبانی جهانگردی، تهران، انتشارات معاونت اقتصادی و برنامه‌ریزی.
- اذانی، مه‌ری و همکاران، (۱۳۸۱)، چشمه‌های آب گرم توانمندی شهر سرعین در عرصه توریسم درمانی، همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.
- پاپلی بزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی، گردشگری شهری، (۱۳۹۳)، انتشارات سمت.
- تقوایی، مسعود، اکبری، محمود، (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، اصفهان، پیام علوی.
- تقوایی، مسعود؛ رنجبر دستنایی، محمود (۱۳۸۹)، تحلیلی بر پراکنش امکانات و خدمات مسیر گردشگری شمال شرق استان چهارمحال و بختیاری، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره اول، صص ۲۱-۸۴.
- زارع، اعظم، (۱۳۸۹) تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل راهبردی SWOT، همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.
- رضایی، ناصر و بیشمی، بهار، (۱۳۹۵)، نمایه آمارهای گردشگری در ۲۰۱۵، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری.
- رضوانی، محمدرضا و همکاران، (۱۳۹۲) نقش رویدادهای فرهنگی در اقتصاد گردشگری شهری با تأکید بر مدل LQ مطالعه‌موردی نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، صص: ۱۸۱-۱۶۳.
- رضوانی، محمدرضا و دیگران، (۱۳۹۲)، نقش رویدادهای فرهنگی در اقتصاد گردشگری شهری با تأکید بر مدل LQ، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، صص ۱۸۱-۱۳۶.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷) توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشار دانشگاه تهران.
- رضوانی، علی‌اصغر، (۱۳۹۲)، جغرافیا و صنعت توریسم، نشر دانشگاه پیام نور.
- سهرابی، بابک و دیگران (۱۳۹۱)، شناسایی معیارها و تبیین مجموعه‌های فازی انتخاب هتل از دیدگاه گردشگران مقیم تهران، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۱، صص ۷۴-۵۵.
- روغنیان دزفولی، علی، (۱۳۸۷)، تحلیلی بر چالش‌های مدیریت هتلداری در قرن ۲۱، نشر نوآور.
- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چهار بهار، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره ۱۲، پاییز و زمستان.
- کریمی دستنایی، طاهره، (۱۳۹۵)، آثار اقتصادی سفر و گردشگری در ایران، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران.
- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره ۱۲، پاییز و زمستان.
- شاطریان، محسن، (۱۳۸۹) توریسم و نقش آن در توسعه اقتصادی مطالعه‌موردی شهر کاشان، همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.

- خورش، محمدرضا، (۱۳۷۷)، رستاخیز اول یا شهر آیندگان، چاپ اول، انتشارات بصائر.
- دیناری، احمد (۱۳۸۴) گردشگری شهری در ایران و جهان، تهران: نشر واژگان خرد.
- فرجی‌راد، عبدالرضا. سید نصیری، سیده ژاله (۱۳۸۹)، رویکردهای تحلیلی در توسعه پایدار گردشگری شهری. فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال هفتم، شماره ۲۵ صص ۴۰-۲۹.
- ضرغام، حمید، (۱۳۸۳)، چشمه‌های آب معدنی و آب‌های گرم، توسعه جهانگردی و نقش مردم بومی، مطالعات گردشگری، شماره ۳۱. صص ۶۹-۸۴.
- ضرغام، حمید، (۱۳۸۹)، برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، تهران: مهکامه.
- طرح جامع توسعه گردشگری استان تهران، (۱۳۸۵).
- ملک‌نیا، محبوبه (۱۳۹۰)؛ نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۳ بر توسعه گردشگری شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- موحد، علی، (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، اهواز، انتشارات دانشگاه شهید چمران.
- موحد، علی، (۱۳۸۷)، توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی شهر اصفهان، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵. ۱۰۵-۱۱۶.
- مصاحبه با دکتر محمود امینی ناپینی در ساعت ۱۳. ۳۰ تاریخ ۵ دی‌ماه ۱۳۹۵.

- ETB, (1991), *Tourism and the Environment: Maintaining the Balance*. London, English Tourism Board/Ministry of the Environment, p20
- Gee, Y. , Chuk, 2003, *International Tourism; a Global Perspective, Culture & Management*.
- Publication, Tehran.
- Hall, C. M and V. O Sullivan (1996). *Tourism, Political Stability and Violence in Tourism, Crime and International Security*. New York.
- Istanbul Culture and Tourism Office (2012). *International visitors to Istanbul, Tourism Statistics*, retrieved on 20 Sept. 2012.
- Jacob, K. K. , (1992), *Social Development Perspectives*, Himanshu, New Delhi.
- Law Christopher, M. (1996). *Urban tourism attraction visitors to large cities*, mansell. Publishing, LONDON, 29(18): 168.
- Thomas, C. (1993), *Garden Festival Wales, Insights*, English Tourist Board, November, P. c 19- 31.
- *Travel & tourism*(2012), invest.gov.tr.
- *The Travel & Tourism Competitiveness Report*, 2013.
- *The Travel & Tourism Competitiveness Report*, 2015.
- *Travel & Tourism Economic Impact 2016, IRAN*.
- <http://www.worldbank.org/en/country/iran>.