

## ارزیابی نقش شورای اسلامی شهر شیراز در توسعه‌ی صنعت گردشگری در شیراز



عبدالجلیل شریفی  
دانشجوی دکترای دانشگاه آزاد واحد شهرضا، کارشناس  
شورای اسلامی شهر شیراز  
حشمت کشاورزی\*  
دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس،  
کارشناس شورای اسلامی شهر شیراز  
علی راستگو  
عضو شورای اسلامی شهر شیراز، کارشناس ارشد اقتصاد  
دانشگاه آزاد واحد شیراز

### چکیده

امروزه صنعت جهانگردی پس از صنایع انرژی و وسایل نقلیه‌ی موتوری، بزرگترین صنعت جهان محسوب می‌شود. با وجود اینکه شیراز جزء شهرهای بزرگ از نظر وجود اماکن تاریخی، باستانی و گردشگری است، از نظر درآمد ارزی از طریق گردشگری، در جایگاه مناسبی قرار ندارد و این نشان‌دهنده‌ی ضعف سیستم‌های مرتبط با صنعت گردشگری در آن است. از مهم‌ترین عوامل در ناموفق بودن صنعت توریسم در شیراز، نبود مدیریت صحیح در این صنعت می‌باشد؛ ولی با وجود این، کمیسیون گردشگری شورای اسلامی شهر شیراز که به تدوین طرح جامع گردشگری شهر شیراز و بررسی و شناخت وضعیت گردشگری مذهبی، سلامت، صنعتی، فرهنگی، تاریخی شیراز و ... در این شهر پرداخته است توانسته در توسعه‌ی صنعت گردشگری شهری نقش تأثیرگذاری داشته باشد. به منظور روشن کردن ابعاد اثرگذاری این کمیسیون این تحقیق با روش تحلیلی و توصیفی، به بررسی این موضوع پرداخته است.

**واژه‌های کلیدی:** شیراز، صنعت گردشگری، شورای شهر، کمیسیون گردشگری.

## ۱. مقدمه

انسان‌ها در طول دوره‌های مختلف زندگی خود، برای دیدن جذابیت‌های طبیعی، کشف فرصت‌های اقتصادی، بهره‌مندی از امکانات زیستی مناسب‌تر، آگاهی از تنوع‌های قومی و فرهنگی و دیدار اقوام و آشنایان و بازدید امکان‌های تاریخی و باستانی؛ بار سفر بسته‌اند و مشکلات راه را نیز تحمل کرده‌اند و از این‌رو می‌توان گفت که گردشگری قدمتی به بلندی تاریخ دارد که حاکی از اهمیت تاریخی این صنعت است (جلیل وند، ۱۳۸۸: ۲۱).

صنعت گردشگری، هم برای جوامع پیشرفته و هم برای کشورهای در حال توسعه به قدری مهم است که بخش بزرگی از برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها را به خود اختصاص داده است؛ از این‌رو به مطالعات فراوان برای رشد و توسعه‌ی این صنعت در سطوح ملی و بین‌المللی نیاز است (رنجریان، ۱۳۸۵: ۷۰).

بنابر آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۲، تعداد گردشگران در سراسر جهان در ماه‌های می و آگوست که بیشترین تعداد گردشگران را به خود اختصاص داده است، برابر با ۴۱۵ میلیون نفر می‌باشد و درآمد حاصل از جریان گردشگری تا پایان سال ۲۱۱۷ میلادی، ۲۰۰۰ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است. این صنعت در سال ۲۰۱۲ با رشد ۴ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۱ مواجه بوده است. بیشتر از ۹/۳ درصد تولید ناخالص داخلی جهانی از صنعت گردشگری کسب شده است. این صنعت ۵/۵ میلیون شغل در سراسر جهان ایجاد کرده است که حدود ۴/۷ درصد کل اشتغال جهانی را شامل می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۲) در قرن بیست و یکم پیشرفت فناوری موجب می‌شود که وقت انسان بیش‌ازپیش، آزاد و ثروت او افزون شود و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود کند. در واقع نیمه‌ی دوم قرن ۲۱ را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد (جلیل وند، ۱۳۸۸: ۵).

از سوی دیگر، رشد صنعت گردشگری در ابعاد داخلی و خارجی به عوامل زیادی

بستگی دارد که از آن جمله می‌توان به بالا بردن استانداردهای زندگی، آب‌وهوای پاکیزه، توسعه حمل‌ونقل، رشد درآمد، افزایش زمان اوقات فراغت، صنعتی‌شدن گردشگری، بخش‌بندی بازار گردشگری برای شناسایی و تأمین بهتر نیازها، خواسته‌ها و علائق گردشگران و درنهایت معرفی بهتر مقاصد گردشگری به گردشگران بالقوه اشاره کرد (غفاری، ۱۳۹۱:۳۰).

## ۲. بیان مسئله

امروزه گردشگری شهری را یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی-اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان می‌دانند. به همین سبب، مسئولان امور گردشگری و شهری، در پی ارتقا و گسترش آن برآمده‌اند.

گردشگری براساس وجود جاذبه‌های دیدارگری شکل می‌گیرد و یکی از پرجاذبه‌ترین مکان‌های گردشگری، شهرها هستند. بدیهی است که در صورت تقویت جاذبه‌های شهری، اثرات مثبت اقتصادی درخور توجهی از حیث اشتغال و منابع ناشی از آن متوجه شهروندان خواهد شد.

گردشگری اساساً به معنای مسافرت از یک مبدأ به یک مقصد، به منظور سیاحت یا تجارت است و فرایندهای مبادله‌ی فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را نیز در برمی‌گیرد (لومسدن، ۱۳۸۰: ۱۵)؛ بنابراین مدیریت گردشگری زمینه‌ای کاملاً تخصصی است که برای پاسخگویی به تقاضای روبه‌رشد این بازار، ضروری و مهم می‌نماید. به همین منظور، شاهرگ حیاتی بازاریابی در این صنعت، توجه ویژه‌ای می‌طلبد و با توجه به اینکه فعالیت‌های گردشگری محسوب می‌شود، مدیر بازاریابی در این میان، نقش واسطه‌ای بسیار مهمی ایفا می‌کند. در تقسیم‌بندی بازارهای گردشگری، یکی از مهم‌ترین و رایج‌ترین ملاک‌ها، معیار هدف از مسافرت و گردشگری است که در این بخش، گردشگران بر مبنای اهداف مسافرتی خود تقسیم‌بندی می‌شوند. با تحلیل و بررسی



به وضوح درمی یابیم که کمک شایانی به شناخت عمیق گردشگر می کند. گردشگر می تواند مقصد خود را به دلایل متعدد یا یک دلیل خاص انتخاب کرده باشد. حتی ممکن است به معنای دقیق کلمه مقصدی را انتخاب نکرده باشد.

شهر شیراز همواره در جایگاه یکی از بزرگترین مراکز فرهنگی - تاریخی در عرصه ملی و بین المللی مطرح بوده است و به دلیل وجود آثار ارزشمند تاریخی و فرهنگی و جاذبه های طبیعی و کالبدی و موقعیت اقتصادی و خدماتی، به ویژه از حیث آموزش عالی و خدمات درمانی، همیشه در کانون توجه گردشگران ایران و جهان بوده است. با توجه به این مطالب، این پژوهش تلاش دارد که نقش شورای اسلامی شهر شیراز را بر رشد و توسعه صنعت گردشگری شناسایی کند و ضمن معرفی مؤثرترین عوامل گسترش صنعت جهانگردی، راهکارهای لازم و اساسی را در توسعه و رشد این صنعت، برای استفاده ی متولیان و بخش های خصوصی و دولتی، ارائه دهد.

### ۳. اهمیت گردشگری در ایران و جهان

به طور کلی صنعت گردشگری به دو دلیل دارای اهمیت است: نخست اینکه موجب آشنایی مردم با دیگر فرهنگ ها، نژادها، اقوام، سرزمین ها، گویش ها و... می شود و دیگر اینکه از نظر اقتصادی یکی از منابع مهم درآمد و ورود ارز و نیز ایجاد اشتغال محسوب می شود که امروزه به جنبه ی اقتصادی آن بیشتر توجه می شود. گردشگری در بسیاری از کشورهای بزرگ و کوچک جهان، از بزرگ ترین و سودآورترین صنایع آن کشورها است. آمار نشان می دهد ۱۱ درصد نیروی کار در کشورهای توسعه یافته در بخش گردشگری فعال بوده و سالانه ۳۰ تا ۴۰ میلیارد دلار درآمد از این راه نصیب این کشورها می شود. جهانگردی از مطمئن ترین و پاک ترین و ارزان ترین منابع کسب درآمد ارزی است (حسینی، ۱۳۸۴: ۴).

آگاهان اقتصادی معتقدند گردشگری بخشی از مجموعه ی عظیم اقتصاد است که تا

اندازه‌ی بسیار زیادی، با رگه‌های فرهنگی گره خورده است. کشور ایران با پیشینه‌ی تمدنی کهن و جاذبه‌های متنوع گردشگری و موقعیت برجسته اقلیمی، ضمن آنکه خواهان منافع اقتصادی ناشی از صنعت گردشگر، از جمله اشتغال‌زایی و درآمد ارزی، است، بر حفظ ارزش‌های متعالی و هویت فرهنگی و تمدنی خود نیز تأکید دارد که در این زمینه لازم است قدم‌های مهمی برداشته شود. طبق آخرین آمار موجود سال ۸۲ سه میلیون ایرانی به خارج از کشور سفر کرده‌اند که انگیزه‌ی بیشتر آنان تفریح و گذران اوقات فراغت بوده است. این در حالی است که طی این مدت، تنها ۷۰۰ هزار گردشگر به کشور ایران وارد شده است. با این رقم، ایران در حال حاضر تنها یک صدم درصد از سهم گردشگری جهان را در اختیار دارد (جمشیدی: ۱۳۸۲: ۷) کشور ایران علی‌رغم رشد شتابان در این صنعت، کماکان با سایر رقبای خود اختلاف فاحشی دارد و فقط توانسته است از کشورهایی مانند پاکستان و عمان پیشی بگیرد و سهم خود را از توریسم آسیا با کشور اردن در یک ردیف قرار دهد. مقایسه‌ی درآمد کسب‌شده‌ی کشور ترکیه و همچنین آثار گردشگری این کشور از لحاظ جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و طبیعی، با کشور ایران، نشان‌دهنده‌ی آن است که ایران سالانه چه مقدار از ظرفیت درآمدزایی این صنعت را از دست می‌دهد. براساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی (WTO) در برنامه‌ی چشم‌انداز توریسم در سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد گردشگران در سراسر جهان به یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. در این راستا سازمان جهانگردی پیش‌بینی می‌کند منطقه خاورمیانه پس از منطقه‌ی شرق آسیا، بیشترین میزان رشد توریسم را در جهان داشته باشد. کارشناسان این سازمان بر این باورند که تا سال ۲۰۱۰ میلادی، ۳۶ میلیون نفر از منطقه خاورمیانه بازدید کرده‌اند و این رقم در سال ۲۰۲۰ به ۶۹ میلیون نفر افزایش خواهد یافت (غلامی، ۱۳۸۷: ۲۵).

#### ۴. انگیزه‌ی گردشگری

انگیزه‌ها یا محرک‌های گردشگری شامل منابع طبیعی یا مصنوعی است که امکاناتی برای سرگرمی و آموزش و لذت‌بردن در اختیار قرار می‌دهد. این امکانات، اساساً برای گردشگران در نظر گرفته شده‌اند (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۲۲).

مهم‌ترین تئوری انگیزش، متعلق به آبراهام مازلو ۱۹۶۷ است که انگیزش را در قالب سلسله‌مراتبی تبیین می‌کند. به این ترتیب که نیازهای افراد از نیازهای فیزیولوژیکی (غذا و پناهگاه) شروع می‌شود و به سمت والاترین نیازها (خودشکوفایی) حرکت می‌کند. در گذشته نیاز گردشگری، نزدیک به بالاترین قسمت سلسله‌مراتب نیازهای مازلو قرار می‌گرفت و گردشگری به منزله‌ی یک نیاز تجملی مطرح می‌شد، اما امروزه گردشگری یک نیاز تجملی نیست؛ بلکه یک ضرورت گریزناپذیر محسوب می‌شود. با همه این‌ها می‌توان گفت همان‌طور که گردشگری ممکن است روشی برای تحریک و ارضای نیازهای والاتر انسان نظیر نیازهای اجتماعی، نیاز به دوست‌داشتن و همراهی، نیاز به مقام و منزلت و نیاز به خود شکوفایی باشد می‌تواند در پیوند با نیازهای سطح پایین انسان، مثل نیازهای اولیه (غذا و پناهگاه)، نیز کاربرد داشته باشد.

مورفی (۱۹۸۵) معتقد است انگیزه، موضوع اساسی در توسعه‌ی گردشگری است؛ چراکه بدون علاقه و نیاز به سفر، صنعت گردشگری وجود نخواهد داشت. به اعتقاد گیلبرت (۱۹۹۱) درک انگیزه‌ی گردشگران از این نظر مفید است که تأثیر زیادی بر الگوهای تقاضای گردشگری دارد (عبداله زاده، ۱۳۷۹: ۴۵).

#### ۵. تنگناهای صنعت گردشگری در ایران

اگرچه گسترش ایران‌گردی و جهان‌گردی به‌منظور استفاده‌ی هرچه بیشتر از مزایای متعدد اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی آن اجتناب‌ناپذیر است؛ ولی مشکلات و تنگناهای متعددی در راه رشد صنعت گردشگری ایران وجود دارد که نباید از نظرها

دور بماند. مهم‌ترین مشکلات و چالش‌های موجود در این زمینه را می‌توان این گونه برشمرد:

۱. مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های ایران‌گردی و جهان‌گردی؛
۲. وجود تبلیغات منفی در رسانه‌های خارجی به منظور ارائه‌ی تصویری نامطلوب از کشور و منزوی کردن ایران؛
۳. عدم تطبیق و هماهنگی فرهنگی جهان‌گردان برخی از کشورهای خارجی با فرهنگ اسلامی در روابط و برخوردهای فرهنگی و همچنین نبود نیروی انسانی کارآموده و متخصص در مسائل جهانگردی و بی‌اطلاعی کادر شاغل در مؤسسات جهانگردی؛
۴. نبود تمایل و تضمین از سوی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای مشارکت و احداث اماکن و تأسیسات گردشگری.

### امنیت گردشگری

ایجاد امنیت و تولید حس امنیت در افراد تنها به مقوله‌ی تأمین امنیت جانی و مالی و کاهش جرائم خیابانی ختم نمی‌شود، بلکه موضوع فراتر از آن می‌باشد و لازم است برای آن چاره‌ای اندیشید؛ برای نمونه وجود هتل‌های مطمئن و رستوران‌های بهداشتی در ایجاد احساس امنیت مؤثر است. همچنین، در کشورهایی که پول قلبی در آن‌ها فراوان است، بی‌اعتمادی در گردشگران دیده می‌شود که این موضوع خود به امنیت روانی گردشگر صدمه وارد می‌کند، البته در کشور ایران این موضوع مشکل چندان وجود ندارد. پاکیزگی شهر، حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی و احترام به محیط‌زیست، از دیگر مسائلی هستند که ناخودآگاه احساس امنیت یا ناامنی را در گردشگر تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای اینکه بتوان از امنیت گردشگری در ایران برای جهانیان سخن گفت، باید از همه‌ی زوایا به آن توجه کنیم؛ از نقش تبادلات فرهنگی و



معادلات سیاسی و تفکرات اقتصادی گرفته، تا نقش نیروی‌های انتظامی و دست‌اندرکاران گردشگری و مردم کوچه و بازار. زمانی گردشگری در کشوری رونق می‌یابد، که توجه دولت آن کشور به تأمین امنیت گردشگران بیشتر شده باشد.

#### ۶. سؤال تحقیق

این پژوهش به پاسخ‌گویی به این پرسش اختصاص دارد که شورای اسلامی شهر شیراز تا چه اندازه بر توسعه گردشگری شهر شیراز اثر داشته است.

#### ۷. فرضیه‌ی تحقیق

فرضیه‌ی پژوهش: به نظر می‌رسد شورای اسلامی شهر شیراز توانسته است در توسعه صنعت گردشگری تأثیرگذار باشد.

#### ۸. موانع اصلی توسعه‌ی جهانگردی در شهر شیراز

شهر شیراز با وجود غنا و تنوع فرهنگی و تمدنی و جاذبه‌های طبیعی و اکوتوریسم، در مقایسه با سایر شهرهای ایران جایگاه و سهم متناسب با خود را در صنعت گردشگری کسب نکرده است. اگرچه گسترش ایران‌گردی و جهان‌گردی به‌منظور استفاده هرچه بیشتر از مزایای متعدد آن اجتناب‌ناپذیر است؛ ولی مشکلات و تنگنانهایی در راه رشد و توسعه این صنعت وجود دارد که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود:

فقدان یک برنامه‌ی جامع و استراتژیک و همچنین مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های صنعت گردشگری با وجود کمیسیون گردشگری در شورا، هنوز برنامه‌ای جامع و کارشناسی‌شده که در آن سیاست‌ها و هدف‌ها صنعت گردشگری مشخص باشد البته با این وجود طرح‌ها و لوایح، امید است در آینده‌ی نزدیک توجه خاصی به



این صنعت انجام شود.

عدم تطبیق و هماهنگی فرهنگ جهانگردان برخی از کشورهای خارجی با فرهنگ اسلامی.

نبود نیروی انسانی کارآموزده و متخصص در مسائل جهان‌گردی در دفاتر ایران‌گردی و جهان‌گردی.

بی‌میلی بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش به علت سودآور نبودن آن، حمایت ناکافی دولت درباره امنیت جهانگردان، اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی افراد غیرمسئول و...

ناهماهنگی و نبود همکاری بین سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی که در بهبود وضع جهان‌گردی مؤثرند، (عبدالله زاده، ۱۳۷۹: ۱۷).

نبود امکانات اولیه مثل اقامت‌گاه‌های مناسب و سرویس‌های بهداشتی.

تعدد مراکز تبلیغاتی و نداشتن سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی.

عدم شرکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور.

ضعف کمی و کیفی امکانات رفاهی در شهرها، روستاها و اطراف مناطق گردشگری.

ضعف کمی و کیفی امکانات ترابری زمینی و هوایی و دریایی در مقایسه با

استاندارهای جهانی.

فقدان مراکز خدمات جهان‌گردی و محدودیت اطلاع‌رسانی.

## ۹. شرح وظایف کمیسیون گردشگری و زیارت شورای اسلامی شهر شیراز

تدوین طرح جامع گردشگری شهر شیراز؛

بررسی وضعیت گردشگری مذهبی، سلامت، صنعتی، فرهنگی، تاریخی و باغات

شیراز؛



شناخت اماکن مذهبی - توریستی - پزشکی و ... شیراز؛  
 مستندسازی اماکن مذهبی و گردشگری؛  
 بررسی وضع موجود ورودی‌های شهر شیراز و دسترسی به اماکن تاریخی،  
 فرهنگی، مذهبی و ...  
 انجام اقدامات لازم برای جذب گردشگر؛  
 بررسی شرح وظایف سازمان‌های هم‌سو و دارای وظایف مشترک گردشگری و  
 تأسیس بنیاد شیرازشناسی؛  
 تعیین نحوه همکاری دانشجویان و اساتید رشته‌ی گردشگری؛  
 جمع‌آوری آرشیوهای تهیه‌شده درخصوص موضوعات گردشگری؛  
 تهیه‌ی بروشور معرفی شهر شیراز و نقشه‌ی گردشگری شهر.

### ۱۰. جاذبه‌های گردشگری شهر شیراز

شهر شیراز همواره به‌عنوان یکی از بزرگترین مراکز فرهنگی تاریخی در عرصه‌ی ملی و بین‌المللی مطرح بوده است و به دلیل وجود آثار ارزشمند تاریخی فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی و کالبدی و موقعیت اقتصادی و خدماتی به‌ویژه از حیث آموزش عالی و خدمات درمانی، همیشه در کانون توجه گردشگران ایران و جهان و متقاضیان منطقه‌ای خدمات برتر بوده است (مهندسین مشاور پارهاس، ۱۳۸۱: ۱).

نام اثر	دوره‌ی تاریخی	نام اثر	دوره‌ی تاریخی	نام اثر	دوره‌ی تاریخی
ارگ کریمخان	زندیه	آب‌انبارهای وکیلی	زندیه	مسجد وکیل	زندیه
بازار وکیل	زندیه	مسجد نصیرالملک	قاجاریه	خانه‌ی محتشم قاجاریه	زندیه - قاجاریه

نام اثر	دوره‌ی تاریخی	نام اثر	دوره‌ی تاریخی	نام اثر	دوره‌ی تاریخی
دروازه قرآن	دیلیمان	سرای مشیر	قاجاریه	مسجد جامع عتیق	۲۸۱ صفاریان
مسجد نو (اتابکی)	اتابکان	خانه‌ی شاپوری	پهلوی	مسجد مشیرالملک	قاجاریه
دیوان‌خانه	زندیه	حمام وکیل	زندیه	کلیسای آرامنه	صفویه
نارنجستان قوام	قاجاریه	خانه‌ی زینت‌الملک	قاجاریه	آرامگاه سعدی	زندیه
چاه مرتاض علی	دیلیمان	برم دلک	ساسانی	قصر ابونصر	ساسانی
هفت‌تنان	زندیه	تخت ضرابی	زندیه	کوه قلعه بندر	ساسانی
نارنجستان قوام	قاجاریه	آرامگاه حافظ	زندیه	باغ نظر	زندیه
آرامگاه شاه‌شجاع	زندیه	باغ عفیف‌آباد	صفویه	باغ جنت	قاجاریه
مدرسه‌ی خان	صفویه	گهواره‌ی دید	دیلیمان	موزه‌ی پارس	زندیه
موزه‌ی شاهچراغ	پهلوی	خانه‌ی ضیائیان	قاجاریه	آرامگاه سید علاء‌الدین حسین(ع)	صفویه
امامزاده بی‌بی‌دختران(س)	دوره‌ی ایلخانی	باغ‌موزه‌ی ارم	سلجوقیان	خانه‌ی منطقی‌نژاد	قاجاریه

#### ۱۱. آمار ورودی گردشگران به شهر شیراز در دهه‌های ۷۰-۸۰-۹۰

شیراز با داشتن آثار تاریخی و فرهنگی بی‌شمار و غنی، استعداد و قابلیت کافی را برای توسعه گردشگری و ایجاد اشتغال و درآمدزایی دارد و در صورت انجام برنامه‌ریزی‌های مدون و علمی می‌توان هر چه بیشتر از ظرفیت‌های شهر شیراز برای

زدودن بسیاری از مشکلات و رفع آن‌ها استفاده کرد. غنی بودن میراث فرهنگی و صنایع دستی شهر شیراز گردشگران داخلی و خارجی زیادی را سالانه به خود جذب می‌کند با توجه به جدول زیر مشخص گردید که جاذبه‌های شیراز بالأخص نوع فرهنگی و تاریخی آن برای جذب گردشگران داخلی و خارجی در دهه‌های ۷۰-۸۰-۹۰ دارای ظرفیت بالقوه و بالفعل بالایی می‌باشد لذا توانسته نقش کاملاً سازنده برای جذب و توسعه گردشگری ایفا نماید.

تعداد کل گردشگران	دهمی ۹۰	تعداد کل گردشگران	گردشگران خارجی	گردشگران داخلی	دهمی ۸۰	تعداد کل گردشگران	گردشگران خارجی	گردشگران داخلی	سال	تعداد کل گردشگران	گردشگران خارجی	گردشگران داخلی	دهمی ۷۰
۹.۹۸۹.۴۱۱	۱۳۹۰	۱۵۵۴۰۹	۴۲۵۹۸	۱۱۲۸۱۱	۱۳۸۰	۸۱۵۲۸	۱۷۲۹۳	۶۴۲۳۵	۱۳۷۴	۱۱۹۹۵۰	۱۰۷۶۴	۱۰۹۸۶	۱۳۶۸
۱۴.۲۳۳.۴۹۲	۱۳۹۱	۱۹۲۶۶۳	۳۷۹۰۴	۱۵۴۷۵۹	۱۳۸۱	۹۷۰۳۴	۲۰۲۷۳	۷۶۷۶۱	۱۳۷۵	۱۵۰۷۱۰	۸۴۵۱	۱۲۲۲۵۹	۱۳۶۹
		۵۳۵۶۹۳	۲۶۹۹۸	۵۰۸۶۹۶	۱۳۸۲	۴۴۲۶۱۷	۵۴۶۳۸	۳۸۷۹۷۹	۱۳۷۶	۱۴۵۷۱۸	۱۱۴۰۹	۱۳۴۳۰۹	۱۳۷۰
		۶۱۶۵۲۳	۹۳۰۳۱	۵۲۳۴۹۲	۱۳۸۳	۱۴۷۶۶۱	۲۳۵۰۳	۱۲۴۱۵۸	۱۳۷۷	۱۴۷۱۰۹	۱۱۶۳۷	۱۳۵۴۷۲	۱۳۷۱
		۷۳۳۵۹۹	۱۰۱۶۰۷	۶۳۱۹۹۲	۱۳۸۴	۱۶۲۴۶۸	۴۴۷۳۴	۱۰۷۷۳۴	۱۳۷۸	۶۶۷۸۸	۱۴۹۰۲	۵۱۸۸۶	۱۳۷۲
		۴۸۸۲۴۴۱	۱۱۳۸۰۰	۴۷۶۸۶۴۱	۱۳۸۵	۲۲۰۲۵۲	۵۷۰۸۸	۱۶۳۱۶۴	۱۳۷۹		هیچ آماری ارائه نشده		۱۳۷۳

منبع: خرمایی، ۱۳۹۳: ۲۷-۱۴۶

## ۱۲. تأیید یا اثبات فرضیه‌ی پژوهش

به نظر می‌رسد شورای اسلامی شهر شیراز توانسته است در توسعه‌ی صنعت گردشگری تأثیرگذار باشد

برای تأیید یا رد فرضیه‌ی این پژوهش، فعالیت‌های دوره‌ی دوم و سوم شورا به شرح زیر بررسی شد و نهایتاً فرضیه مورد تأیید قرار گرفت: شورای اسلامی شهر شیراز در دوره‌ی دوم با تشکیل معاونت برنامه‌ریزی (شماره‌ی نامه مصوبه ۱۰۶۶، مورخ ۸۲/۴/۳۰)؛ ایجاد کمیسیون هماهنگی دستگاه‌ها و امور رفاهی (مورخ ۸۳/۲/۳)، تجلیل

از افراد و چهره‌های شاخص شهر شیراز (شماره نامه مصوبه ۱۲۲۵۰، مورخ ۸۴/۹/۲۴)؛ تجدید بنا و احیاء باغ نادری (شماره‌ی نامه مصوبه ۱۳۲۱، مورخ ۸۲/۶/۱۰)؛ مساعدت با اتحادیه انجمن‌های اسلامی در برگزاری اردوهای تابستانی (شماره‌ی نامه مصوبه ۲۹۰، مورخ ۸۲/۴/۲۲)؛ ایجاد ورزشگاه‌های روباز در هریک از مناطق شهرداری (شماره نامه مصوبه ۹۶۳ مورخ ۸۲/۴/۱۸)؛ مساعدت جهت برگزاری اردوی دانشجویی (شماره نامه مصوبه ۱۳۷۴۲ مورخ ۸۴/۹/۱۷)، هیئت امنای مجتمع فرهنگی مذهبی فاطمه تأسیس ده سرویس بهداشتی و ده سقاخانه در سطح شهر (شماره نامه مصوبه ۲۴۵۶ مورخ ۸۲/۸/۶)؛ ایجاد مکان‌های تفریحی فرهنگی ورزشی و احداث پارک بانوان، باغ بانوان و باغ ویژه کودکان، پرندگان، آبزیان و پارک وحش (شماره‌ی نامه مصوبه ۳۴۱۴، مورخ ۸۲/۱۰/۱۳)؛ ساماندهی آرامگاه و محوطه‌سازی سیبویه (شماره‌ی نامه مصوبه ۳۵۸۵، مورخ ۸۲/۱۰/۲۵)؛ مرمت بناهای تاریخی محورهای سنگ‌سیاه و شیخ‌روزبهان در بافت قدیم (شماره‌ی نامه مصوبه ۵۴۹۵، مورخ ۸۳/۴/۷)؛ تشکیل کمیته ورزشی (شماره‌ی نامه مصوبه ۱۴۷۲، مورخ ۸۲/۵/۲۵)؛ احداث مقبره‌ی شهدای تنگ الله‌اکبر (شماره‌ی نامه مصوبه ۱۳۷۱۱، مورخ ۸۴/۹/۱۷)؛ تهیه‌ی لایحه‌ی حمایت شهرداری از فعالیت‌های فرهنگی، ورزشی، هنری، علمی و تقویت فرهنگسراها به‌وسیله معاونت فرهنگی اجتماعی شهرداری (شماره‌ی نامه مصوبه ۲۰۹۸۰، مورخ ۸۵/۵/۲۵)؛ طرح نماد شهر شیراز (شماره‌ی نامه مصوبه ۶۲۳۲، مورخ ۸۳/۵/۲۱)؛ احداث فضای ویژه‌ی دوچرخه‌سواری در پارک‌ها و خیابان‌ها به‌منظور تقویت فرهنگی دوچرخه‌سواری، احداث یک پارک وحش ویژه، نگهداری حیوانات بدون استفاده از قفس (شماره‌ی نامه مصوبه ۳۴۱۴، مورخ ۸۲/۱۰/۱۳)؛ معافیت‌های عوارض اماکن ورزشی، فرهنگی، هنری، بهداشتی، درمانی، مهدکودک‌ها، کودکستان‌ها، مدارس، فضاهای آموزش عالی و مدارس علمیه، بنای اماکن مذهبی (شماره‌ی نامه مصوبه ۱۰۸۰، مورخ ۸۲/۶/۱۰)؛ ایجاد ده ایستگاه پلیس در مراکز متخلف شهر (شماره‌ی نامه مصوبه ۲۱۴۹، مورخ ۸۲/۷/۱۷)



(آرشیو اطلاعاتی شورای شهر شیراز، ۱۳۸۲-۱۳۸۶).

همچنین در دوره سوم شورای شهر شیراز با مجموعه اقداماتی که در ادامه ذکر خواهد شد، در توسعه گردشگری نقش داشته است: احداث پارک ولایت (شماره نامه مصوبه ۲۳۵۱۹، مورخ ۹۰/۴/۱)؛ پیشنهاد خواهرخواندگی شیراز با شهر قونیه ترکیه (شماره نامه مصوبه ۱۸۶۶۹، مورخ ۸۹/۷/۱)؛ پیشنهاد خرید محصولات فرهنگی و هنری و صنایع دستی هنرمندان شیرازی برای اعطای هدایا و جوایز (شماره نامه مصوبه ۲۵۰۲۵ مورخ ۹۰/۸/۱۸)، پیشنهاد احداث سالن و ساختمان تالار بزرگ شهر (شماره نامه مصوبه ۲۵۳۳۶، مورخ ۹۰/۹/۸)؛ طرح مساعدت در بازسازی و مرمت و رفع مشکلات عمرانی مساجد شهر (شماره نامه مصوبه ۲۲۶، مورخ ۹۰/۱۰/۲۰)؛ بررسی همایش سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی (شماره نامه مصوبه ۳۱۴۹۱، مورخ ۹۲/۳/۱)؛ بزرگداشت میلاد مبارک حضرت احمد ابن موسی (ع) (شماره نامه مصوبه ۳۷۳۲، مورخ ۸۶/۹/۵)؛ تأکید بر شیراز با عنوان پایتخت فرهنگی ایران (شماره نامه مصوبه ۱۴۳۹۴، مورخ ۸۸/۱۰/۲)؛ استفاده از عنوان «شیراز سومین حرم اهل بیت و پایتخت فرهنگی ایران اسلامی» (شماره نامه مصوبه ۱۵۴۲۳، مورخ ۸۸/۱۲/۴)؛ بررسی مسائل ترافیکی و طرح توسعه حرم مطهر شاهچراغ (ع) (شماره نامه مصوبه ۲۰۶۷۸، مورخ ۸۹/۱۰/۷)؛ احداث تندیس شهید دوران (شماره نامه مصوبه ۲۲۷۱۰، مورخ ۹۰/۶/۱)؛ لایحه ضوابط صدور مجوز و ساماندهی باغات حریم شهر (شماره نامه مصوبه ۳۳۲۷۸، مورخ ۹۲/۴/۲۰)؛ انتقال چهار مرکز DIC (مرکز نگهداری معتادان) از بافت تاریخی فرهنگی به مکانی مناسب و خارج از این محدوده، بررسی برنامه پنج‌ساله شهرداری با چشم‌انداز و اولویت‌بندی برنامه پنج‌ساله (شماره نامه مصوبه ۳۲۹۹۵، مورخ ۹۲/۳/۲۹)؛ دستورالعمل طرح برگزاری مجموعه جشنواره‌های فرهنگی، هنری، ورزشی و آیینی (شمسه) (شماره نامه مصوبه ۲۸۹۰۲، مورخ ۹۱/۸/۱۰)؛ بررسی طرح بسترسازی کالبدی و فرهنگی و اجتماعی برای استفاده

از دوچرخه (شماره نامه مصوبه ۲۹۲۴۵، مورخ ۹۱/۱۲/۲)؛ بازننگری طرح تفصیلی بافت تاریخی فرهنگی (شماره نامه مصوبه ۳۱۴۰۵، مورخ ۹۲/۴/۱۲)؛ بررسی سیاست‌های تشویقی توسعه زیرساخت‌های گردشگری (شماره نامه مصوبه ۳۲۸۵۱، مورخ ۹۲/۶/۵)؛ تأیید کلیات احداث مجموعه گردشگری، در اراضی ۳۵۰ هکتاری موسوم به پروژه «بام شیراز» به‌عنوان پشتیبان مالی خط ۲ قطار شهری و کمک به تملک باغات قصرالدشت (شماره نامه مصوبه ۳۰۸۳۳، مورخ ۹۱/۱۰/۱۱) (آرشیو اطلاعاتی شورای شهر شیراز، ۱۳۸۶-۱۳۹۲).

اما اقدامات تأثیرگذار برای توسعه صنعت گردشگری که در دوره چهارم شورای اسلامی شهر شیراز انجام شده است، به شرح زیر می‌باشد:

۱. تشکیل کمیسیون خدمات شهری، بهداشت و محیط‌زیست و کمیسیون گردشگری و زیارت
۲. بررسی مشکلات وسایل نقلیه‌ی حامل توریست‌ها: در این خصوص جامعه‌ی هتل‌داران، هتل‌هایی را که برای ایستگاه توقف اتوبوس توریست‌ها کمبود مکان دارند، به معاونت ترافیک شهرداری معرفی کرده است و موضوع در کارگروهی که از سه نفر تشکیل شده است، بررسی خواهد شد.
۳. انطباق ضوابط و مقررات سازمان میراث فرهنگی و شهرداری شیراز برای صدور مجوزهای تأسیسات گردشگری: در این خصوص کارگروهی تشکیل شد و شهرداری برای نورپردازی بیرون مجموعه‌ی ارگ کریمخان‌زند، حافظ و سعدی اقدام کرد؛ همچنین شهرداری زیباسازی و نورپردازی دروازه قرآن را با هماهنگی میراث فرهنگی انجام داده است و فعالیت‌هایی در خصوص تابلوهای دوزبانه با هدف جذب گردشگر انجام داده است.
۴. معرفی قابلیت‌های گردشگری شهر شیراز با ایجاد نمایشگاه و غرفه‌هایی که به نام و برند شیراز در کشورهای اسپانیا و آلمان و سوئد برگزار شد.



۵. کمیسیون گردشگری با موافقت برای ایجاد بازارچه‌های دائمی و فصلی صنایع دستی با معماری اسلامی و در همین راستا حمایت از مشاغل صنایع دستی به صورت کارگاهی و فروش محصولات آن‌ها در راستای حفظ میراث معنوی، توانسته نقش پررنگی در جذب گردشگر و معرفی توان گردشگری شیراز داشته باشد.

۶. طرح جامع گردشگری و سرمایه‌گذاری شهر شیراز: یکی از موضوعاتی که کمیسیون به صورت خاص بررسی کرد، طرح جامع گردشگری شیراز بود که تمام معیارها و شاخص‌ها در آن دیده شد و در قالب کتابچه تدوین گردید و نقش بسیار تأثیرگذاری در نشان دادن شیراز به عنوان یک شهر مهم در عرصه‌ی گردشگری داشته است.

۷. بررسی خدمات ضعیف ایرلاین و اثر منفی آن بر صنعت گردشگری: کمیسیون با دعوت از مدیرکل‌های شرکت هواپیمایی مستقر در شیراز و کارشناسان هوانوردی، توانست با پوشش ضعیف خدمات ایرلاین، از مسافران و گردشگرانی که ناراضی بودند، حمایت کند.

۸. مناسب‌سازی مسیرهای گردشگری و پاکسازی و ایمن‌سازی خیابان‌هایی مثل ۲۲ بهمن، هجرت و رودکی و میدان شهرداری که برای عبور گردشگران هستند در دستور کار کمیسیون قرار گرفت و شهرداری هم در این خصوص وظیفه‌ی خود را انجام داد.

۹. پروژه‌ی فاز اول شیراز قدیم: انعقاد قرارداد با مشاور برای محدوده‌ی پروژه‌ی شیراز قدیم در بافت تاریخی، همچنین تهیه‌ی طرح مطالعاتی و نقشه‌های بافت قدیم که به وسیله‌ی منطقه‌ی ۸ شهرداری انجام شد و طرح پیشنهادی ۳۷۵ هکتاری بافت تاریخی فرهنگی که از سوی میراث فرهنگی و صنایع دستی استان انجام شد.

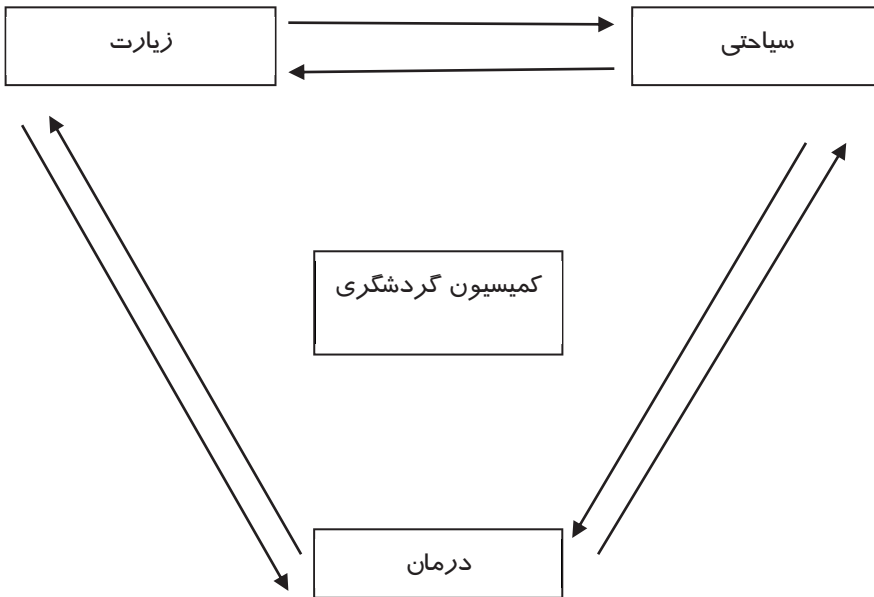
۱۰. سازماندهی و زیباسازی منظر شهری مسیر گردشگری و زیارتی شاهچراغ و بافت تاریخی و مجموعه‌ی زندیه؛ در ابتدا کمیسیون گزارش کاملی از وضعیت موجود



مسیرهای گردشگری با محوریت حرم مطهر از شهرداری دریافت کرد؛ سپس با بررسی گزارش شهرداری، می‌کوشد نقش مهمی در این خصوص داشته باشد.

۱۱. کار دیگری که در کمیسیون گردشگری انجام شد، این بود که به شهرداری اجازه داده شد هرگونه عوارض مربوط به صدور مجوز تعمیرات جزئی و کلی، از هتل‌داران دریافت نشود.

۱۲. توجه کمیسیون به توسعه‌ی گردشگری در سه بعد زیارت و سیاحت و درمان.



### ۱۳. پیشنهادها و راه‌کارها

۱. ارتقای ظرفیت‌های کمی و کیفی تأسیسات گردشگری، به‌ویژه تعداد تورهای داخلی و خارجی به‌منظور تعدیل شکاف موجود در مقایسه با کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری.

۲. توسعه و تقویت برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران



اسلامی.

۳. تأمین تدریجی شرایط خودکفایی در صنعت گردشگری.
۴. اصلاح قانون‌های ورود و خروج اتباع خارجی، به‌ویژه مقررات موجود در مبادی ورودی کشور.
۵. فعال کردن بخش خصوصی.
۶. آموزش نیروی انسانی برای تربیت کادر متخصص.
۷. ایجاد شبکه‌ی کارت اعتباری برای رفاه گردشگران خارجی.
۸. ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی و بانک اطلاعات گردشگری.
۹. مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی تمام نهادهای مؤثر در این حوزه برای ارائه‌ی هرگونه خدمات مناسب به گردشگر، با هدف توسعه‌ی پایدار گردشگری شهری.
۱۰. معرفی ظرفیت‌های گردشگری شیراز از طریق رسانه‌ها، تورگردان‌ها، آژانس‌های مسافرتی و گردشگری، تابلوهای بزرگ اطلاع‌رسانی پیرامون شهر و در محورهای گذری، و... (معرفی محلی و ملی و بین‌المللی).
۱۱. توجه به امنیت گردشگر و نحوه ارائه‌ی خدمات به توریست و تسهیل حمل‌ونقل داخلی و خارجی به گردشگر و...
- ۱۲- تأکید بر توسعه‌ی عمران شهری و ایجاد خیز در جهت نوسازی بافت فرسوده‌ی شهر و حوزه‌ی گردشگری شهری، همراه با مشارکت بخش خصوصی و دولتی و حکومتی و در کنار آن ارائه‌ی تسهیلات بسیار مناسب به افراد مشارکت‌کننده در توسعه‌ی این حوزه‌ی پایدار شهری.
۱۳. اطلاع‌رسانی از طریق شبکه‌های صداوسیما و اینترنت و ایجاد و تقویت سایت گردشگری شیراز و معرفی اماکن تاریخی، طبیعی، تفریحی و... که می‌تواند شیراز را به گردشگران بشناساند.
۱۴. رقابت مدیریت اجرایی کلان‌شهرها در جهت برپایی نمایشگاه‌های متنوع و

المپیادهای مختلف (ملی و منطقه‌ای - بین‌المللی)، همایش‌های ملی و بین‌المللی و منطقه‌ای. استفاده از فرصت‌های مناسب در زمان برگزاری این فعالیت‌ها برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهری.

۱۵- پیش‌بینی تأسیسات بهداشتی و رفاهی اولیه در مسیر تردد مسافران (بازار وکیل، خیابان سعدی، مسیرهای منتهی به سعدیه و حافظیه).

۱۶. تبدیل منازل سنتی به اقامتگاه موقت که در بافت تاریخی و اطراف حرم کم نیستند، این‌گونه اقامتگاه‌ها برای اسکان و پذیرایی طیف‌هایی از گردشگران جالب و جاذب خواهد بود.

۱۷. تأمین تسهیلات جهت مشارکت بخش خصوصی برای احداث هتل در سطوح مختلف.

۱۸. تدوین تفاهم‌نامه مابین سازمان میراث فرهنگی و دستگاه‌های دولتی و سازمان‌های خصوصی و سرمایه‌گذاران معتبر در حوزه‌های مختلف گردشگری مانند حمل‌ونقل و اسکان و هتلداری و غذا و رستوران، برای حفظ و احیاء جاذبه‌های گردشگری با رعایت و اعمال ضوابط از طرف سازمان میراث فرهنگی و هدایت سرمایه‌گذاری و هزینه‌ی اعتبار و بهره‌برداری از طرف دستگاه‌های دولتی و نهادهای سرمایه‌گذار.

۱۹. تلاش برای شناساندن فرهنگ اصیل شیراز به ایرانیان و جهانیان از طریق سفارتخانه‌ها و مؤسسات جهانی گردشگری.

۲۰. ایجاد پارک مسافر با همه‌ی امکانات رفاهی و بهداشتی با اقامتگاه‌های موقت و مساجد در ورودی‌های شهر.

۲۱. آموزش شهروندان درباره‌ی پذیرش گردشگر (نهضت فرهنگ‌سازی پذیرش گردشگر).

۲۲. روان‌سازی ترافیک در مسیر تردد گردشگر برای حفظ نشاط و شادابی آن.



۲۳. گسترش فضاهای مدرنی چون مراکز فرهنگی، سالن‌های تئاتر و سینماها، کنسرت‌های ملی و منطقه‌ای و محلی، میدان‌های نمادین‌شده‌ی شهر، تلفیق و ترکیب سنت و مدرنیته در حوزه‌ی بازسازی فضاهای گردشگری شهری.
۲۴. واحد متولی گردشگری در شهر شیراز باید تعریف شود.
۲۵. مکان‌های تاریخی برای بخشی از گردشگران جذاب است؛ مکان‌هایی چون باغ پرندگان، شهربازی‌های جذاب، باغ گیاه‌شناسی و انواع درخت‌های ایرانی و خارجی، مکان‌های ورزشی و تفریحی و... می‌تواند مکمل اماکن تاریخی باشد.
۲۶. تشویق به انجام پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی در حوزه‌ی گردشگری و حمایت همه‌جانبه در بسط پایدار توسعه‌ی گردشگری شهری بر مبنای نتایج پژوهشی و برنامه‌ریزی‌های متنوع بر اساس یافته‌های این‌گونه تحقیقات.
۲۷. تأکید بر برنامه‌ریزی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و خدماتی به گردشگران شهری به صورت مستمر، نه فقط در زمان‌های خاص از سال، با همکاری بخش‌های مختلف مدیریت اجرایی شهر و میراث فرهنگی شهرها و کلان‌شهرها.
۲۸. تهیه‌ی مقدمات امکانات پزشکی و تفریحی و رفاهی در جاهای مختلف و مسیر تردد گردشگران به منظور رفاه حال آنان.
۲۹. تأسیس و بازسازی مجموعه‌های گردشگری، تفریحی در حوزه‌ی شهر و حومه‌ی شهر با مشارکت بخش خصوصی و حکومتی یا دولتی.
۳۰. ارائه‌ی نیازمندی‌های متنوع اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و خدماتی به گردشگران در قالب شیوه‌های متنوع اطلاع‌رسانی.
۳۱. ایجاد بسترهای آمایشی مختلف با هدف توسعه‌ی پایدار گردشگری شهری، با توجه به حمایت‌های همه‌جانبه‌ی مدیریت گردشگری شهری.
۳۲. ایجاد بسترهای لازم برای رفع نیازهای تفریحی و فراغتی گردشگران شهری (فضای سبز، بوستان‌ها، پارک‌ها، شهربازی‌های سنتی و مدرن، مراکز خرید مجهز و

مدرن در نقاط مختلف شهر).

۳۳. احیا و بازسازی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی شهر و توسعه همه‌جانبه‌ی میراث شهری.

۳۴. ایجاد فعالیت‌های تفریحی و فراغتی و مهیج و پویا با برنامه‌ریزی‌های مدرن و مکانیکی از سوی مدیریت شهری، برای جذب گردشگر شهری.

۳۵. گسترش کیوسک‌های اطلاعاتی گردشگری در نقاط مختلف شهر در طی سال و افزایش دستگاه‌های مکان‌یابی برای گردشگری شهری.

۳۶- تربیت نیروی متخصص با هدف بهره‌گیری از آن‌ها در تورهای گردشگری شهری و حومه‌ی شهرها.

۳۷. تلاش برای تغییر نگرش مسئولان و شهروندان درباره‌ی گردشگران شهری، برای جذب پایدار گردشگر شهری.

۳۸. تلاش برای مدیریت اجرایی مناسب برای ارائه‌ی اطلاعات صحیح به گردشگر درباره‌ی اماکن تاریخی فرهنگی.

۳۹. برنامه‌ریزی‌های متنوع رفع ناهماهنگی‌ها با هدف ارائه‌ی خدمات و به گردشگر شهری و مسئول‌بودن تمام نهادهای متولی درباره‌ی ایجاد هرگونه مشکل و تلاش همه‌جانبه‌ی نهادهای متولی برای حل مشکلات و مسائل گردشگران شهری.

۴۰. تلاش با هدف شکل‌گیری مناسب روند فرایندهای اطلاعاتی به گردشگر شهری.

۴۱- حمایت از مشارکت بخش خصوصی- انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد در قالب ارائه دستاوردها- فعالیت‌های فرهنگی محلی به گردشگر شهری

۴۲. کنترل اطلاعات و جلوگیری از ارائه‌ی اطلاعات ناقص در زمینه‌های مختلف به گردشگر.

۴۳. طراحی وبلاگ‌ها و سایت‌های گردشگری مجازی و رسانه‌ی اختصاصی



به صورت محلی و منطقه‌ای و ملی و بین‌المللی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و نیز توریست شهری.

۴۴. ارائه‌ی تعریفی مناسب و جامع از صنعت گردشگری و اهداف مدنظر که در آن جهانگردی و ایرانگردی یک تهدید به‌شمار نرود و جهانگردان نه تهدید، بلکه فرصت تلقی شوند.

۴۵. برنامه‌ریزی جامع و کلان در بخش جهانگردی با مشارکت تمام بخش‌های مربوطه.

۴۶. برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت با هدف افزایش دانش‌های جدید مدیریتی در صنعت گردشگری برای مدیران.

۴۷. جلوگیری از وقوع حوادث و رخدادهای داخلی علیه گردشگران بین‌المللی.

۴۸. بسط و گسترش خطوط ارتباطی و استفاده از وسایل مدرن حمل‌ونقل، توسعه‌ی خدمات هواپیمایی و فرودگاهی، و بهبود تأسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب و ...

۴۹. برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های اختصاصی در سطح بین‌المللی برای شناساندن صنعت گردشگری.

۵۰. انتشار دایمی کتاب‌ها، مقالات، کاتالوگ‌ها و عکس‌ها از جاذبه‌های گردشگری ایران و برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مختلف با هدف توسعه و ارتقای امنیت.

۵۱. تربیت پلیس راهنمای گردشگری.

۵۲. توسعه‌ی اماکن اقامتی، پذیرایی، ورزشی و تفریحی همراه با ارتقای سطح امکانات و خدمات آن‌ها.

۵۳. ایجاد شرکت‌ها و مؤسسات گردشگری و استقرار دفاتر آن‌ها در خارج از کشور و فعالیت هدفمند آن‌ها در راستای بازاریابی صنعت گردشگری.

۵۴. تربیت نیروی انسانی ماهر و آشنا به زبان‌های بین‌المللی؛ همچنین آشنایی

راهنمایان تور با مسائل امنیتی به‌خصوص در زمینه‌ی تورهای طبیعت‌گردی و کویرنوردی و به همراه داشتن راهنمایان ماهر با GPS.

۵۵. تأمین امنیت برای گردشگران در ساعت‌های خلوت و کم‌تردد در بافت‌های

تاریخی.

۵۶. استفاده از تجربه‌های دیگر کشورها، به‌ویژه کشورهای موفق در حوزه‌ی

گردشگری.

#### ۱۴. نتیجه‌گیری

متأسفانه صنعت جهانگردی شهری از سوی حمایت سازمان‌های دولتی قرار نمی‌گیرد و شرکت‌های ملی که در این صنعت فعال هستند، با بی‌لطفی نهادها و سازمان‌های دولتی مواجه می‌شوند؛ گذشته از این، امکان دارد دولت یک کشور دارای ساختار مناسبی نباشد تا بتواند مسائل مربوط به جهانگردی را برنامه‌ریزی و اداره کند. در برخی از موارد هم مسائل عقیدتی - سیاسی مانع از برنامه‌ریزی‌ها در زمینه جهانگردی می‌شود و مدیریت این بخش از صنعت را با مشکل روبرو می‌سازد. عمده مشکل ایران در حوزه‌ی گردشگری، مربوط به مسائل اجرایی و مدیریتی است که اگر دیدگاه جهانی‌بینی، مبحث اقتصادی این صنعت حل خواهد شد.

با وجود مشکلات بسیار، شورای اسلامی شهر شیراز به‌خصوص در دوره‌ی چهارم توانست با تشکیل کمیسیون گردشگری و توجه به گردشگری در سه بعد زیارت و سیاحت و درمان، تصویب معافیت عوارضی اقامتگاه‌های گردشگری، ایجاد بازارچه‌های دائمی و فصلی صنایع‌دستی با معماری اسلامی، معرفی قابلیت‌های گردشگری شهر شیراز با ایجاد نمایشگاه و غرفه‌های با نام و برند شیراز، انطباق ضوابط و مقررات سازمان میراث فرهنگی و شهرداری شیراز برای صدور مجوزهای تأسیسات گردشگری، بررسی مشکلات و وسایل نقلیه‌ی حامل توریست‌ها، طرح جامع گردشگری و



سرمایه‌گذاری شهر شیراز، بررسی خدمات ضعیف ایرلاین و اثر منفی آن بر صنعت گردشگری، مناسب‌سازی مسیرهای گردشگری، پروژه‌ی فاز اول شیراز قدیم، سازماندهی و زیباسازی منظر شهری مسیر گردشگری و زیارتی و... نقش تأثیرگذاری بر توسعه این صنعت در شیراز داشته باشد.

### کتاب‌نامه

- جمشیدی، محمد (۱۳۸۲) تعیین عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان همدان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه صنعتی اصفهان.
- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۹). جغرافیا و صنعت توریسم. چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه پیام‌نور.
- روزنامه دنیای اقتصاد. ۲۴. ۱۳۹۰
- سازمان ایرانگردی و جهانگردی. (۱۳۸۲). بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ی جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- عبدالله زاده، محمود (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی. چاپ اول، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- غلامی، مسعود (۱۳۸۷). «مشکل گردشگری ایران». صنعت حمل‌ونقل، شماره ۲۵۵.
- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، مدیریت گردشگری. چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.