

Research Article

Dor: 20.1001.1.25385968.1402.18.2.1.0

Survey and Prioritizing Tourism Areas in Terms of Sustainable Urban Tourism Indicators (Case Study: Lahijan City)

Rahim Pormayeh¹, Mehrdad ramzanipour^{2*}, Kia Bozorgmehr³ & Ammeneh Haghzad⁴

1. Ph.D Candidate, Department of Geography, Faculty of Humanities, Chalous Branch, Islamic Azad University, Chalous, Iran

2. Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Chalous Branch, Chalous, Iran

3. Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Chalous Branch, Chalous, Iran

4. Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Chalous Branch, Chalous, Iran

* Corresponding author: Email: mehr5490@yahoo.com

Receive Date: 31 October 2021

Accept Date: 05 March 2022

ABSTRACT

Introduction: The city of Lahijan with its sphere of influence and its surrounding area and the presence of historical attractions (such as the tomb of Sheikh Zahid Gilani, Mir Shamsuddin Tomb, Kashif Al-Sultaneh tomb and Tea History Museum, Lahijan Clay Bridge, Golshan Lahijan Bath), cultural (such as the Four Kings Mosque, Akbariyeh Mosque, Lahijan Jame Mosque), natural (Shaitan Kouh Mountain and Waterfall, Sustan Wetland, Amir Kalaye Wetland) is one of the tourist centers of Gilan province. However, due to the lack of natural, historical and cultural landscapes, this city is facing many problems in the direction of development and development.

Research aim: The purpose of this research is to investigate and prioritize tourist areas in terms of sustainable urban tourism indicators in Lahijan city.

Methodology: The present research was done with descriptive-analytical method. The method of collecting data and information was questionnaire and library documents. The size of the sample population is 100 tourists in Lahijan city, who were selected randomly. Vicor model has been used for data analysis.

Studied Areas: The geographical scope of this research is the tourist areas around the city of Lahijan.

Results : The results obtained from the analysis of the value of Vicor obtained for each of the tourism areas in Lahijan city show that since the lowest value of Qj is for the area of the city's natural parks (0.00), it has the lowest impact on the industry. This city will have tourism. Meanwhile, the recreational villages on the outskirts of the city with the value of Qj (equal to 1.00) have created the best situation for the development of tourism in the city.

Conclusion: Various factors can be effective in attracting and developing tourism in a geographical place. These factors can be physical, social, cultural, economic, environmental and managerial. The city of Lahijan with its environmental capacities (climate, weather), physical (historical-religious attractions) and many recreational attractions can play an effective role in attracting tourists and consequently the sustainable development of this city.

KEYWORDS: Tourism, Sustainable Development, Sustainable Tourism, Lahijan City



فصلنامه علمی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی
دوره ۱۸، شماره ۲ (پیاپی ۶۳)، تابستان ۱۴۰۲
شاپای چاپی ۰۹۶۸-۲۵۳۸ شاپای الکترونیکی ۰۹۵۵X-۲۵۳۸
<http://jshsp.iaurasht.ac.ir>

صص. ۱-۱۴

Dor: 20.1001.1.25385968.1402.18.2.1.0

مقاله پژوهشی

بررسی و اولویت‌بندی مناطق گردشگری به لحاظ شاخص‌های گردشگری پایدار شهری (مورد مطالعه: شهر لاهیجان)

رحیم پرمایه، مهرداد رضانی پور^۱، کیا برگمهر^۲ و آمنه حقزاد

۱. دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
۲. استادیار، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
۳. استادیار، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
۴. استادیار، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

* نویسنده مسئول: Email: mehr5490@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۰۹ آبان ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۱۴ اسفند ۱۴۰۰

چکیده

مقدمه: شهر لاهیجان با حوزه نفوذ و منطقه پیرامونی خود و وجود جاذبه‌های تاریخی (مانند آرامگاه شیخ زاهد گیلانی، بقعه میر شمس الدین، آرامگاه کاشف السلطنه و موزه تاریخ چای، پل خشتی لاهیجان، حمام گلشن لاهیجان)، فرهنگی (مانند مسجد چهار پادشاهان، مسجد اکبریه، مسجد جامع لاهیجان)، طبیعی (کوه و آبشار شیطان کوه، تالاب سوستان، تالاب امیر کلابه) یکی از مراکز گردشگری استان گیلان به حساب می‌آید. اما به دلیل عدم برخورداری مناظر طبیعی، تاریخی و فرهنگی این شهر از زیر ساخت‌های لازم در جهت توسعه و آبادانی با مشکلات فراوانی دست به گریبان است.

هدف: هدف این پژوهش، بررسی و اولویت‌بندی مناطق گردشگری به لحاظ شاخص‌های گردشگری پایدار شهری در شهر لاهیجان است.
روش‌شناسی تحقیق: پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. روش جمع‌آوری داده و اطلاعات پرسش‌نامه و اسنادی کتابخانه بوده است. حجم جامعه نمونه ۱۰۰ نفر از گردشگران حاضر در شهر لاهیجان می‌باشد که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل ویکور استفاده شده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: قلمرو جغرافیایی این پژوهش، مناطق گردشگری پیرامون شهر لاهیجان می‌باشد.
یافته‌ها: نتایج به دست آمده از تحلیل مقدار ویکور به دست آمده برای هر کدام از مناطق گردشگری در شهر لاهیجان نشان می‌دهد، از آنجایی که پایین‌ترین مقدار Q برای محدوده پارک‌های طبیعی شهر است (۰/۰۰) می‌باشد بنابراین کمترین میزان تأثیر را در صنعت گردشگری این شهر خواهد داشت. این در حالی است که روستاهای تفریحی حاشیه شهر با مقدار Q (برابر با ۱/۰۰) بهترین وضعیت را برای توسعه گردشگری شهر به وجود آورده است.
نتایج: عوامل مختلفی می‌تواند در جذب و توسعه گردشگری در یک مکان جغرافیایی موثر باشد. این عوامل می‌تواند کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و مدیریتی باشند. شهر لاهیجان با داشتن ظرفیت‌های زیست‌محیطی (اقلیم، آب و هوا)، کالبدی (جاذبه‌های تاریخی - مذهبی) و جاذبه‌های تفریحی فراوان می‌تواند نقش موثری در جذب گردشگر و به تبع آن توسعه پایدار این شهر داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، توسعه پایدار، گردشگری پایدار، شهر لاهیجان

مقدمه

گردشگری به عنوان یک پدیده اجتماعی اقتصادی پیچیده، از جمله پدیده‌های مهم قرن بیستم بوده که به سرعت در قرون جدید نیز ادامه یافته و به سطوح بی سابقه‌ای از توسعه و پیشرفت در سطح جهانی رسیده است (غفاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۴۶). از نیمه قرن بیستم به بعد، عواملی مانند جهانی شدن، توسعه سرمایه داری، پیشرفت ابزارهای حمل و نقل و توسعه ارتباطات تکنولوژیکی به توسعه صنعت گردشگری منجر شده است (WTO, 2004:35) و امروزه گردشگری، سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود (Oila et al., 2012: 569). بر اساس گزارش‌های سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۰۴ درآمد‌های ناشی از صنعت گردشگری در سطح جهان از ۴۷۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۳ با ۸/۴ درصد رشد به ۵۱۴ میلیارد دلار افزایش یافته است. ایران به لحاظ جاذبه‌های جهانگردی یکی از ۱۰ کشور اول جهان محسوب می‌شود، اما درآمد حاصل از جهانگردی برای کشور بسیار اندک است. ضرورت افزایش درآمد‌های عمومی کشور و کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمد حاصل از فروش نفت ایجاب می‌کند که استفاده از ظرفیت‌های زیستی کشور، منابع طبیعی و توجه به صنعت جهانگردی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد؛ چرا که به عنوان مثال تنها ارزش مصرفی تنوع زیستی به صورت مستقیم از طریق اکوتوریسم انگیزه مهمی را برای حفاظت از تنوع زیستی به خصوص در کشورهای در حال توسعه ایجاد کرده است (مکینیان، ۱۳۸۷: ۲).

شهر لاهیجان دارای توان‌های طبیعی فراوانی برای جذب گردشگر شهری است و توان‌های فراوان آن موجب توسعه این نقش در شهر لاهیجان می‌شود، اما در کنار این توان‌ها و قابلیت‌ها، چالش‌هایی نیز در زمینه گردشگری شهری این شهر وجود دارد. عدم توجه اصولی به مقوله گردشگری شهر و همچنین، وجود رقابتی منطقه‌ای پرتوان، ضرورت توجه جدی به نقش پرتوان گردشگری شهری را در شهر لاهیجان که از دیرباز در کنار صنعت چای به زیبایی و جذب گردشگر شهرت داشته را بازگو می‌کند. از آنجایی که این شهر در بخش گردشگری از جایگاه مناسبی نسبت به سایر شهرهای استان برخوردار نبوده و نتوانسته در خور ظرفیت‌های موجود ایفای نقش کند، لذا ضروری است که برای ارتقاء نقش گردشگری این شهر در راستای توسعه پایدار عوامل موثر بر توسعه این صنعت در شهر لاهیجان شناخته شود و محدوده‌های دارای اولویت برای توسعه گردشگری در این شهر مورد توجه قرار گیرد. در زمینه گردشگری شهری اولویت بندی مناطق شهری و تأییداتی که این اقدام می‌تواند در توسعه گردشگری شهری ایجاد کند تا کنون مطالعات و پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: در تایوان محققان با استفاده از تکنیک دلفی، معیارهای ارزشیابی را برای مدیریت سایتهای گردشگری شناسایی کردند. افراد محلی، جهانگردان و مدیران بخش گردشگری مورد مصاحبه قرار گرفتند و در پایان سیستم معیارهای طبیعت‌گردی پایدار به منظور مدیریت سایتهای گردشگری مورد مطالعه تعریف شد (Tsaur et al., 2006: 640). در سال ۲۰۰۷، تحقیقی در رابطه با شاخص‌های اصلی گردشگری پایدار در مالزی انجام شد. نتیجه تحقیق نشان داد که عوامل زیستی از جمله تنوع زیستی، شرایط فصلی، مدیریت زباله‌ها و منابع آبی توزیع آنها به عنوان شاخص‌های کلیدی تحقق گردشگری پایدار در منطقه پالونگی جنوبی مطرح هستند (The & Cabanban, 2007: 999). در تحقیقی در ویرجینیای غربی آمریکا، نتایج تحقیق منجر به ایجاد یک سیستم ارزیابی ۹ معیاره برای ارزیابی شرایط مقصد گردشگری و یک سیستم ۷ معیاره برای ارزیابی نحوه مدیریت مقصد گردشگری شده است (Bender, 2008: 14). سورج (۲۰۱۰) به بررسی تأثیر گردشگری بر توزیع درآمد با استفاده از اطلاعات بین کشوری و روش داده‌های تابلویی می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهند، بخش گردشگری، نابرابری درآمد ناخالص در نمونه کشورهای مورد استفاده در این مطالعه را کاهش می‌دهد. همچنین گردشگری داخلی نسبت به گردشگری بین‌المللی بیشتر به کاهش نابرابری درآمد منجر می‌شود (جعفری صمیمی و خیره، ۱۳۹۲: ۱۳). جابولانی^۱ و موبانگیزی^۲ (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان نقش صنایع دستی در توسعه اقتصاد محلی و ظرفیت‌های گردشگری در آفریقای جنوبی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که صنایع دستی کمک‌های ارزشمندی به توسعه بخش گردشگری می‌کند و در کنار سایر جاذبه‌ها کشورها و مناطق گوناگون را قادر به جذب گردشگران می‌سازد (جابولانی و موبانگیزی، ۲۰۱۵: ۱-۱۵). رسولی و همکارانش (۱۳۹۳) در تحقیق تحت عنوان تأثیرپذیری شهرهای اسلامی از گردشگری شهری، با رویکرد توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)، ابتدا شاخص‌های گردشگری و توسعه پایدار مشخص شد و در نهایت با استفاده از نرم افزار AMOS به این نتیجه دست یافتند که در بین شاخص‌های مختلف توسعه گردشگری شهرهای اسلامی در زمینه ارتباط

با توسعه پایدار شهری، توجه به رفاه اجتماعی، امنیت گردشگران و توجه به زیرساخت‌های اساسی از اهمیت بسیار بالاتری برخوردار است و توجه به این مسائل تا حدود زیادی می‌تواند، توسعه پایدار شهرهای اسلامی را حمایت کند (رسولی، ۱۳۹۳: ۱). حیدری نیا و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی شاخص‌های کیفیت محیطی از دید گردشگران با استفاده از مدل‌های SAW, ELECTRE, VIKOR و کپلند (مطالعه موردی: شهرستان کوهدشت) به این نتایج دست یافتند که شاخص جاذبه‌های گردشگری بیشترین میزان تأثیرگذاری از دید گردشگران بر کیفیت مطلوب محیط داشته است (حیدری نیا و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۷). شهریار و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی (مطالعه موردی: محدوده تاریخی زندیه شیراز) با بهره‌گیری از نظر گردشگران و با استفاده از آزمون فریدمن به این نتایج دست یافتند که قابلیت‌های تاریخی و یادمانی در اولویت اول و قابلیت‌های فرهنگی، تفریحی و محیطی در اولویت‌های دوم تا چهارم قرار دارند (شهریار و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۴-۶۱). ذاکری و صادقلو (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری با هدف توسعه گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد) با استفاده از تکنیک آنترویی و ویکور به بررسی استقبال گردشگران از انواع جاذبه‌های جدید و قدیمی پرداختند، نتایج به دست آمده نشان داد که در مجموع بارگاه امام رضا (ع) اولویت اول جاذبه گردشگران و مسئولان مورد مطالعه است و سایر جاذبه‌های گردشگری مانند سرزمین موج‌های آبی در درجه دوم اهمیت قرار داشت. در میان مناطق تفریحی ارائه شده در پرسش نامه، طبقه در اولویت بالاتری قرار گرفت و رتبه سوم را از نظر اهمیت قرار داشت (ذاکری و صادقلو، ۱۴۰۰: ۳۳-۱۹).

با توجه به بررسی پیشینه تحقیقات می‌توان اذعان داشت که در زمینه توسعه گردشگری پایدار شهری دیدگاه سیستمی کمتر مد نظر قرار گرفته است. این در حالی است که نگرش سیستمی، رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه ریزی و پویایی گردشگری است؛ در این رویکرد بخوبی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیر گذار بر گردشگری را هم چون گردشگران، جامعه میزبان، سازمان‌ها و شرکت‌های ذی ربط، محیط و غیره را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و آنها را سازماندهی کرد. به عبارتی دیگر، نگرش سیستمی واقعیت، بنیان و اساس گردشگری را در کلیتی منسجم به تصویر می‌کشد و پیوند بین اجزاء و عناصر بخش عرضه گردشگری، اعم از جاذبه‌ها، حمل و نقل، واحدهای اقامتی، خدمات، سازمانها و ... با تقاضا (گردشگران) در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین المللی نمایان می‌سازد تا برنامه‌ریزان برای پویایی آن در عرصه رقابت جهانی تلاش نمایند. بر اساس نظریه سیستم‌ها، سیستم گردشگری هر مکان کلیتی است، مشتمل بر بخش‌ها، اجزاء و عناصر متعدد و پیچیده همانند جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی و...)، تأسیسات زیر بنایی، خدمات، اطلاعات، تبلیغات، بازارهای داخلی و بین المللی و... می‌باشند که در ارتباط متقابل با همدیگر و برخورداری از شبکه، سلسله مراتب، ساختار، کارکرد و... جایگاه خود را در بازار رقابتی در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی بدست می‌آورد؛ به عبارتی دیگر گردشگری از جاذبه‌ها، هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر عناصر به صورت مجزا تشکیل نشده است که هر بخش بدون ارتباط و تعامل با سایر بخش‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری، بتواند به موفقیت دستیابی پیدا کند؛ بلکه کلیتی است (همانند یک سیستم) که پویایی آن (گردشگری) در سایه ارتباط متقابل و سازمند اجزای و عناصر تشکیل دهنده آن در بازار رقابتی بدست می‌آید. دو بخش اصلی سیستم گردشگری که چرخه، حرکت و پیشرفت گردشگری را در یک مکان شکل می‌دهد، عرضه و تقاضا است؛ تقاضا شامل تمامی گردشگران متقاضی گردشگری از مبداء‌های مختلف ملی و بین المللی به مقصد مورد نظر می‌باشند که بازارهای هدف گردشگری آن مکانرا تشکیل می‌دهند (والا و بیچریل، ۱۳۸۴: ۶۲)؛ و عرضه مشتمل بر جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی، حمل و نقل، خدمات، تسهیلات و تأسیسات گردشگری و... یک مکان / منطقه و... می‌باشند که موجب جذب گردشگران از سطوح فوق الذکر می‌گردند. ارتباط سازمند این دو بخش اصلی گردشگری در سایه برنامه ریزی و سازماندهی ایجاد می‌گردد (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۴-۱۶). به عبارتی دیگر درون این شاخه‌ها و زیر سیستم کلی، جزئیات و عناصری است که برنامه ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند و به گونه‌ای خدمات، تسهیلات و امکانات گردشگری را فراهم نمایند که گردشگران به راحتی بتوانند، نیاز و خواسته خود را برآورده سازند (داس ویل، ۱۳۷۸: ۲۳۱-۲۶۷). با توجه به مدل سیستم گردشگری کاسپار تحقیق حاضر با ابعاد و متغیرهای زیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت:



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

پیمایش استفاده شده است، بدین معنا که در گام اول به توصیف متغیرها و در گام دوم به بررسی رابطه بین شاخص‌های تحقیق پرداخته می‌شود. در ضمن به لحاظ روش شناختی این تحقیق درصدد بررسی مسئله و موضوع مشخصی می‌باشد. تحقیقی که در جهت ایجاد تغییر مثبت انجام شود، تحقیق کاربردی محسوب می‌گردد و از آن جهت که می‌تواند برای برخی سازمان‌ها و ارگان‌های شهری همچون شهرداری و سازمان میراث فرهنگی مفید و به کار آید کاربردی است. در این تحقیق برای بررسی و اولویت بندی مناطق گردشگری شهر لاهیجان از ۴ بعد در قالب ۱۳ معیار و ۶۶ زیر معیار (گویه) استفاده شده است. بعد از مشخص نمودن گویه، پرسش‌نامه اولیه در اختیار جامعه نمونه (گردشگران) قرار گرفت. در این تحقیق روش انتخاب نمونه بر حسب جامعه مورد مطالعه (جامعه گردشگران شهر لاهیجان) به صورت تصادفی ساده بوده است که در برخورد با گردشگران مکان‌های تفریحی و گردشگری شهر لاهیجان در بهار ۱۴۰۰ تعداد ۱۰۰ نفر از آنها انتخاب شده است.

جدول ۱. حجم نمونه مکان‌های تفریحی مهم گردشگری در شهر لاهیجان

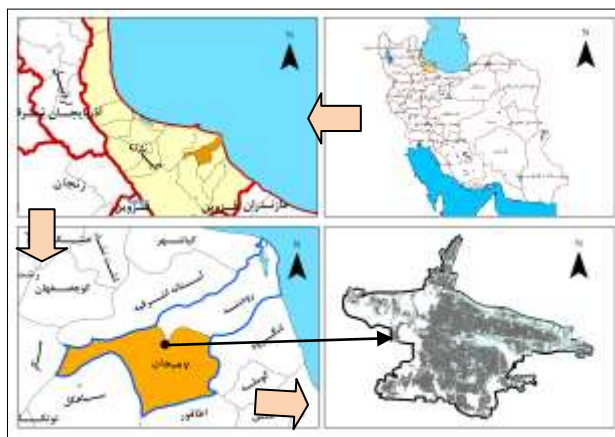
ردیف	مکان تفریحی	اولویت اول
۱	بام سبز و تله کابین	۳۴
۲	استخر و آبشار شیطان کوه	۲۹
۳	تالاب‌ها (سوستان، امیر کلایه)	۲۳
۴	مکان‌های تاریخی - مذهبی	۱۴

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اولویت بندی مناطق گردشگری شهر لاهیجان از مدل ویکور (از روش‌ها پرکاربرد در تصمیم گیری و انتخاب گزینه برتر) استفاده شده است. این مدل از سال ۱۹۸۴ بر مبنای روش توافق جمعی و با داشتن معیارهای متضاد تهیه شده و عموماً برای حل مسائل گسسته کاربرد دارد. این روش برای بهینه سازی چند معیاره سیستم‌های پیچیده توسعه یافته است. این روش روی دسته بندی و انتخاب از یک مجموعه گزینه‌ها تمرکز داشته و جواب‌های سازشی را برای یک مسأله با معیارهای متضاد تعیین می‌کند، به طوری که قادر است تصمیم گیرندگان را برای دستیابی به یک تصمیم نهایی یاری دهد.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهر لاهیجان، یکی از سه شهر مهم استان گیلان بشمار می‌رود که در شرق رودخانه سفید رود واقع شده است. این شهر در ۵۰ درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۱۶ دقیقه عرض شمالی و به ارتفاع ۲ متر از سطح دریا در قلب باغات و مزارع سبز چای قرار گرفته است. مساحت شهر بر اساس طرح تفصیلی حدود ۹ کیلومتر مربع است و به لحاظ آب و هوایی دارای ویژگی‌های اقلیمی

خاص است به طوری که اقلیم شهرستان معتدل و مرطوب با ریزش جوی ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ میلیمتر در سال و رطوبت نسبی ۵۰ تا ۹۰ درصد و میانگین سالانه هوای ۱۶/۱ درجه سانتیگراد می‌باشد (هاشمی‌راد، ۱۳۹۴: ۶۵-۷۵). لاهیجان تاریخ واقعی‌اش همزمان با تاریخ پیدایش زندگی اقوام آمارد در منطقه می‌باشد و همین ناحیه است که به عنوان مرکز زندگی این اقوام به شمار می‌رفته است و اگر این شهر توسط لاهیج بن سام بن نوح باشد (بر اساس آنچه که یاقوت حموی می‌گوید) به احتمال زیاد نام آن از بنیان گذارش گرفته شده است. در قدیم نام این شهر را دارالاماره یا دارالمان بوده و بعد به نام لاهیجان المبارک خوانده می‌شد (ادیب عباسی، ۱۳۸۲: ۲۶). این شهر از قدیمی‌ترین شهرهای استان گیلان است که آبادی‌های آن از مراکز مهم تولید پنبه و ابریشم و تهیه دست بافت‌های ابریشمی بوده‌اند که در سال ۷۰۶ هجری قمری لاهیجان به وسیله سلطان الجایتو اشغال گردید و این امر باعث ویرانی شهر شد. پس از سقوط سلسله سادات کیانی، لاهیجان بوسیله حکام صفوی اداره می‌شد و شکل‌گیری کالبدی و گسترش مجدد شهر در این دوره است. شهر در دوره صفوی به چند محله تقسیم می‌شد که هر محله سکونتگاه طبقه اجتماعی خاصی بوده، از جمله می‌توان به خمیر کلاویه (کونتگاه اعیان و اشراف)؛ محله میدان (محل سکونت پیشه‌وران و عامه مردم)، محله شعرباغان (محل سکونت نساجان) از اواخر صفویه و اوایل قاجاریه، لاهیجان اهمیت خود در گیلان را از دست داد و رشت و بندرانزلی جان آن را گرفتند و شهر لاهیجان مرکز شهرستان، دارالملک خان احمد خان بود و اولین ناحیه از گیلان بود که در سال ۱۳۸۱ ه.ش تخم جای در آن کاشته شد و به حاصل نشست (غنی پور تفرشی، ۱۳۹۱: ۵۵). بخش عمده جاذبه‌های گردشگری لاهیجان در ضلع شرقی این شهر و در شعاع کمتر از یک کیلومتر قرار دارد. مهمترین این جاذبه‌ها عبارتند از: استخر، آبشار شیطان کوه، موزه چای، آرامگاه کاشف السلطنه، ایستگاه تحقیقات گل و گیاه زمینی، بام سبز و تله کابین، مقبره شیخ زاهد گیلانی و پارک جنگلی شیخ زاهد. علاوه بر این جاذبه‌ها، تعداد زیادی از جاذبه‌های فرهنگی و مذهبی نیز در حاشه جاذبه‌های ذکر شده قرار دارند که بر اهمیت این بخش از لاهیجان می‌افزاید.



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

یافته‌ها و بحث

یافته‌های توصیفی

در این تحقیق برای بررسی عوامل موثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان از نظر گردشگران در قالب یک پرسش‌نامه استفاده شده است. نتایج بررسی مشخصات جامعه نمونه در جدول (۱) نشان می‌دهد ۵۶ درصد از گردشگران جامعه نمونه دارای مشاغل آزاد و ۳۲ درصد دارای کارمند می‌باشند و ۷۸ درصد از گردشگران تحصیلات دانشگاهی (فوق دیپلم به بالا) دارند. بررسی جذابیت شهر لاهیجان برای گردشگران نسبت سایر شهرهای استان گیلان در جدول (۲) نشان می‌دهد که ۴۵ درصد از گردشگران جذابیت این شهر را بهتر از سایر شهرهای استان می‌دانند. بر اساس نظر این گردشگران مکان‌های تفریحی - گردشگری بام سبز و تله کابین، استخر لاهیجان، تالاب‌ها و مزارع اطرف شهر و مکان‌های تاریخی و مذهبی را به ترتیب اولویت اول گردشگری می‌دانند. بررسی یافته‌های توصیفی تحقیق نشان از جذابیت ۴۵ درصد این شهر نسبت به سایر محدوده‌های گردشگری استان گیلان است و جذاب‌ترین مکان در این شهر برای گردشگران به ترتیب شامل: بام سبز و تله کابین (۴۲ درصد)؛ مجموعه تفریحی

استخر و شیطان کوه (۲۸ درصد)؛ تالاب‌های و مزارع کشاورزی و روستای تفریحی حاشیه شهر (۱۹ درصد) و جاذبه‌های تاریخی - مذهبی (۱۱ درصد) می‌باشند.

جدول ۲. جذابیت شهر لاهیجان برای گردشگران در مقایسه با دیگر شهرهای استان

ردیف	گونه	فراوانی	درصد
۱	بسیار بهتر از سایر شهرهای استان	۲۳	۲۳
۲	بهتر از سایر شهرهای استان	۴۵	۴۵
۳	تا حدودی بهتر از سایر شهرهای استان	۲۲	۲۲
۴	بدتر از سایر شهرهای استان	۸	۸
۵	بسیار بدتر از سایر شهرهای استان	۲	۲
۶	جمع کل	۱۰۰	۱۰۰

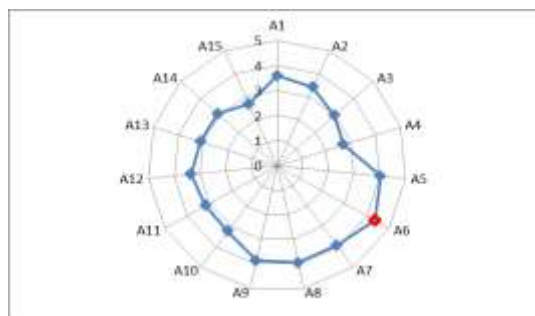
توصیف شاخص‌های تحقیق

وضعیت بعد زیست محیطی موثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان

یافته‌های توصیفی در خصوص معیارهای زیست محیطی موثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان در جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که زیرمعیارهای مرتبط با معیار جاذبه‌های طبیعی شهر لاهیجان با کسب بیشترین میانگین امتیازهای بیش از سایر زیر معیارها در جذب گردشگر به این شهر موثر می‌باشند. به طوری که زیر معیار مجموعه تفریحی (طبیعی) اطراف شیطان کوه (بام سبز، آبشار و استخر) با میانگین امتیاز ۴/۳۶ موثرترین عامل در جذب گردشگران به شهر لاهیجان بوده است. بررسی انحراف معیار و ضریب پراکندگی پاسخ‌ها نشان می‌دهد که کمترین نابرابری و انحراف در توزیع پاسخ‌ها مربوط به متغیر همین زیر معیار است.

جدول ۳. وضعیت بعد زیست محیطی موثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
آب و هوا (اقلیم)	درجه حرارت مناسب برای گشت و گذار در بیشتر ایام سال (A1)	۳/۵۸	۰/۶۶۷	۰/۲۲۶
	شرجی و رطوبت نسبت به سایر نقاط استان (A2)	۳/۴۳	۰/۷۸۴	۰/۴۵۶
	وزش باد ملایم در ایام گرم سال (A3)	۲/۹۸	۰/۶۵۶	۰/۱۷۸
	بارش باران و برف در بیشتر ایام سال (A4)	۲/۶۹	۰/۵۹۸	۰/۲۴۳
جاذبه‌های طبیعی	وجود رودخانه، استخر طبیعی و تالاب‌های اطراف شهر (A5)	۴/۰۲	۰/۵۱۶	۰/۱۹۶
	مجموعه تفریحی (طبیعی) اطراف شیطان کوه (A6)	۴/۳۶	۰/۳۲۸	۰/۱۱۹
	وجود باغ‌ها و اراضی زراعی (چای) در اطراف شهر (A7)	۳/۹۴	۰/۳۸۴	۰/۱۲۶
	پارک‌های جنگلی شهر (باغ ملی، پارک میرصفا و ... (A8)	۳/۹۶	۰/۴۳۳	۰/۴۳۵
	وجود طبیعت بکر روستاهای اطراف شهر (A9)	۳/۸۷	۰/۶۹۲	۰/۳۹۸
آلودگی محیط زیست	عدم آلودگی شهر (A10)	۳/۲۳	۰/۸۹۴	۰/۵۶۸
	پاکیزگی معابر و مکان‌های تفریحی (A11)	۳/۱۸	۱/۰۲۵	۰/۴۶۳
	پاکیزگی رودخانه، استخر و تالاب‌های لاهیجان (A12)	۳/۳۴	۰/۹۳۶	۰/۳۶۸
	دفع مناسب زباله در سطح شهر (A13)	۳/۱	۰/۹۴۸	۰/۷۲۳
	سیستم فاضلاب کشی مناسب شهر (A14)	۳/۰۸	۱/۱۱۵	۰/۶۴۷
	عدم استفاده از سوخت‌های فسیلی (A15)	۲/۶۸	۱/۳۹	۰/۲۵۸



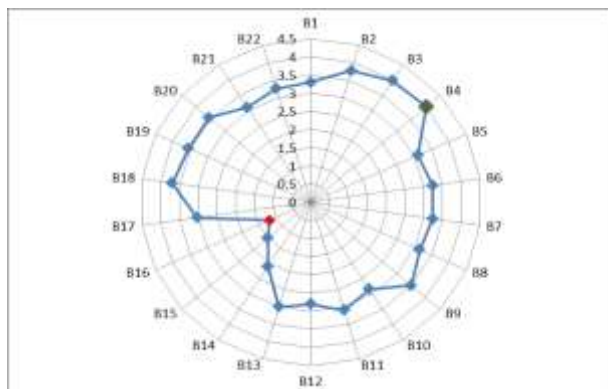
شکل ۳. مقایسه میانگین زیرمعیارهای زیست محیطی

وضعیت بعد اجتماعی - فرهنگی موثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان

یافته‌های توصیفی در خصوص بعد اجتماعی - فرهنگی در جدول (۴) و شکل (۴) نشان می‌دهد که بیشترین میزان میانگین رتبه ای در بین زیرمعیارها برای گویه آثار باستانی خشتی (مانند پل خشتی، مسجد جامع و ...) (با میانگین رتبه‌ای ۴/۰۲) است. بررسی ضریب پراکندگی و انحراف معیار در این بعد نشان می‌دهد که تبلیغات مناسب برای رستوران‌ها، مراکز تهیه غذا با ضریب پراکندگی ۰/۶۴۷ و انحراف معیار ۰/۹۷۱ بیشترین نابرابری در توزیع فراوانی و انحراف معیار را دارد.

جدول ۴. وضعیت بعد اجتماعی - فرهنگی موثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
جاذبه‌های تاریخی - مذهبی	وجود بقاع متبرکه و مذهبی در سطح شهر (بقعه احمد بن موسی، مسجد جامع، مسجد اکبریه، بقعه عاقلیه) B1	۳/۳	۰/۸۶۴	۰/۲۶۲
	مقبره افراد شاخص و سرشناس در سطح شهر (کاشف السلطنه، شیخ زاهد، بقعه چهار پادشاه، بقعه امیر شمس الدین) B2	۳/۷۷	۰/۹۱۹	۰/۲۴۴
آداب و رسوم	وجود مراکز تحقیقاتی مانند باغ فلاح (ایستگاه تحقیقات گل و گیاه زمینی لاهیجان) B3	۰/۹۸	۰/۸۸۲	۰/۲۰۵
	آثار باستانی خشتی (مانند پل خشتی، مسجد جامع و ...) B4	۴/۰۲	۰/۶۷۵	۰/۱۵۳
	وجود تله کابین (شیطان کوه) در شهر B5	۳/۱	۰/۸۵۲	۰/۲۷۵
	روحیه مهمان نوازی شهروندان لاهیجانی B6	۳/۲۵	۰/۸۵	۰/۲۶۲
	برخورد مناسب در مواجهه با گردشگران B7	۳/۲۵	۱/۰۱۹	۰/۳۱۴
	فرهنگ، دانش و مشاهیر شهر لاهیجان B8	۳/۱۵	۱/۰۳۹	۰/۳۳
	هنرهای دستی شهر لاهیجان B9	۳/۵	۰/۶۸۸	۰/۱۹۷
	سوغات و محصولات کشاورزی (چای و ...) B10	۲/۸۵	۰/۹۳۳	۰/۳۲۷
	عدم سردرگمی گردشگران در شهر (خوانایی شهر) B11	۳/۱	۰/۸۵۲	۰/۲۷۵
	تبلیغات مناسب توسط مراکز گردشگری واقع در مکانهای دیدنی شهر B12	۲/۸	۰/۸۳۳	۰/۲۹۸
تبلیغات، اطلاع رسانی	تابلوه‌های راهنما در سطح شهر جهت پیدا کردن آدرس مراکز تفریحی B13	۳	۰/۷۲۵	۰/۲۴۲
	تبلیغات مناسب برای اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و ویلاها B14	۲/۱	۱/۱۹۷	۰/۵۷
	تبلیغات مناسب برای رستوران‌ها، مراکز تهیه غذا و ... B15	۱/۵	۰/۹۷۱	۰/۶۴۷
	برگزار جشنواره‌های هنری و فرهنگی مرتبط با گردشگری B16	۱/۲	۰/۴۲۱	۰/۳۵۱
امنیت	کم بودن میزان دزدی در سطح شهر B17	۳/۰۲	۰/۹۶۶	۰/۳۵۱
	کم بودن مزاحمت‌ها خیابانی به ویژه برای گردشگران B18	۳/۶۹	۰/۸۵۲	۰/۲۹۴
	امن بودن مکان‌ها تفریحی به ویژه در فضاهای خلوت شهری B19	۳/۵۵	۰/۸۸۷	۰/۲۵
	امداد رسانی به موقع و مناسب به گردشگرانی که دچار سوانح B20	۳/۵۵	۰/۸۸۷	۰/۲۵
	کم بودن حوادث جاده‌ای و تصادفات خیابانی در سطح شهر B21	۳/۱	۰/۸۵۲	۰/۲۷۵
	مراکز پلیس و گشت‌های شبانه روزی برای برقراری امنیت در سطح شهر B22	۳/۲۵	۰/۰۱۹	۰/۳۱۴



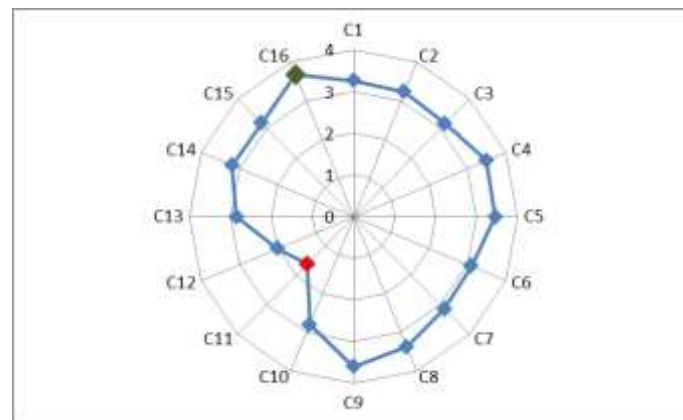
شکل ۴. مقایسه میانگین زیرمعیارهای اجتماعی - فرهنگی

وضعیت بعد کالبدی - زیرساختی موثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان

یافته‌های توصیفی حاصل از پاسخ به بعد کالبدی - زیرساختی در جدول (۵) و شکل (۵) نشان می‌دهد که قرار داشتن شهر لاهیجان در مسیرهای مواصلاتی مهم استان با میانگین رتبه‌ای ۳/۶۸ بالاترین میانگین رتبه‌ای و با ۰/۱۹۷ کمترین میزان نابرابری در توزیع پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است.

جدول ۵. وضعیت بعد کالبدی - زیرساختی موثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
دسترسی به مراکز بهداشتی	C1 درمانی (بیمارستان و درمانگاه)	۳/۲۵	۰/۸۵	۰/۲۶۲
	C2 دسترسی به مراکز ارزش‌ساز جاده‌ای	۳/۲۳	۱/۰۱۹	۰/۳۱۴
	C3 وجود مراکز آتش‌نشانی در سطح شهر	۳/۱۵	۱/۰۳۹	۰/۳۳
وجود پایه حمل و نقل به شهرهای مهم کشور	C4 وجود ویرانه‌ها و باغ‌ها خصوصی در سطح شهر	۳/۵	۰/۶۸۸	۰/۲۷۵
	C5 نزدیکی به ایستگاه راه آهن رشت - تهران و رشت - قزوین	۳/۴۵	۰/۹۳۳	۰/۳۲۷
	C6 وجود ویلاها و باغ‌ها خصوصی در سطح شهر	۳/۱	۰/۸۵۲	۰/۲۷۵
وجود هتل‌ها با قیمت مناسب در سطح شهر	C7 وجود استراحتگاه‌های موجود در سطح شهر و نزدیک مراکز تفریحی شهر	۳/۱۳	۰/۸۳۳	۰/۲۹۸
	C8 مراکز اسکان اضطراری به ویژه در تعطیلات رسمی	۳/۳۸	۰/۷۲۵	۰/۲۴۲
	C9 عدم ترافیک در سطح شهر	۳/۶	۱/۳۱۶	۰/۴۱۱
حمل و نقل عمومی مناسب در سطح شهر (تاکسی و اتوبوس)	C10 حمل و نقل عمومی مناسب در سطح شهر (تاکسی و اتوبوس)	۲/۸	۱/۶۱۹	۰/۵۷۸
	C11 وجود پارکینگ‌ها مناسب برای گردشگران	۱/۶	۰/۸۴۳	۰/۵۲۷
	C12 امکان پارک حاشیه مراکز تفریحی و گردشگری شهر لاهیجان	۲	۰/۶۶۶	۰/۳۳۳
	C13 دسترسی جاده‌ای مناسب به مراکز تفریحی خارج از شهر و یا داخل شهر	۲/۸۵	۰/۹۴۸	۰/۲۸۷
وضعیت مناسب جاده‌های مواصلاتی به شهر لاهیجان	C14 وضعیت مناسب جاده‌های مواصلاتی به شهر لاهیجان	۳/۲	۱/۵۴۹	۰/۴۸۴
	C15 قرار داشتن شهر لاهیجان در مسیرهای مواصلاتی مهم استان	۳/۱۷	۰/۸۷۵	۰/۴۶۱
	C16	۳/۶۸	۰/۸۵۲	۰/۱۹۷



شکل ۵. مقایسه میانگین زیرمعیارهای کالبدی - زیرساختی

وضعیت بعد اقتصادی - مدیریتی موثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان

یافته‌های توصیفی حاصل از پاسخ به بعد اقتصادی - مدیریتی در (جدول ۶) و (شکل ۶) نشان می‌دهد که فروش محصولات محلی با قیمت و کیفیت مناسب در شهر با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۵ بالاترین میانگین رتبه‌ای و با ۰/۱۵۳ کمترین میزان نابرابری در توزیع پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است.

جدول ۶. وضعیت بعد اقتصادی - مدیریتی موثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
مدیریت شهری	D1 تلاش شهرداری در زمینه ایجاد تجهیزات اقامتی و گردشگری	۲/۱	۱/۱۹۷	۰/۵۷
	D2 حمایت مسئولان به برنامه ریزی در بخش گردشگری شهر لاهیجان با توجه به قابلیت های بالای گردشگری شهر	۱/۵	۰/۹۷۱	۰/۵۷۶
	D3 وجود مراکز تفریحی و سرگرمی در شهر (مانند سینما، شهر بازی و ...)	۱/۲	۰/۴۲۱	۰/۶۴۷
	D4 حمایت شهرداری از بخش خصوصی در زمینه سرمایه گذاری برای گردشگری	۲/۷۵	۰/۹۶۶	۰/۳۵۱
	D5 نظارت بر قیمت نهایی محصولات مورد استفاده (اعم از غذایی و ...)	۲/۹	۰/۸۵۲	۰/۳۹۴
پایدار اشتغال	D6 نظارت بر اجاره بهای مراکز اقامتی و استراحتگاهی گردشگران	۲/۷۸	۰/۸۸۷	۰/۲۵
	D7 وجود بازارهای محلی	۲/۹۸	۰/۸۸۷	۰/۲۵
	D8 فروش محصولات محلی با قیمت و کیفیت مناسب در شهر	۳/۳۵	۰/۸۵۲	۰/۱۵۳
	D9 افزایش و تنوع شغل های مرتبط با گردشگری	۲/۳	۰/۸۶۴	۰/۲۶۲
	D10 پایین بودن هزینه بازدید و استفاده از مراکز تفریحی و گردشگری شهر	۲/۷۷	۰/۹۱۹	۰/۲۴۴
گردشگری	D11 پایین بودن نرخ هتل و آپارتمان اجاره ای در شهر لاهیجان نسبت به سایر شهرهای اطراف	۲/۹۸	۰/۸۸۲	۰/۲۰۵
	D12 پایین بودن هزینه تهیه مواد غذایی و خوراکی	۳/۲	۰/۶۷۵	۰/۲۰۵
	D13 گردشگری در این شهر با کمترین هزینه انجام می پذیرد	۳/۲۸	۰/۸۵۲	۰/۲۷۵

یافته های تحلیلی

برای بررسی و مقایسه وضعیت مناطق گردشگری شهر لاهیجان و اولویت بندی این مناطق در توسعه گردشگری شهر لاهیجان از مدل تحلیلی ویکور استفاده شده است. در این راستا علاوه بر استفاده از نظر گردشگران، تعداد ۲۰ نفر از کارشناسان و خبرگان شاغل در فرمانداری و شهرداری لاهیجان و ادارات تابع شهرداری (پرسش نامه گروه کارشناس) در مدل ویکور نیز استفاده شده است. در زیر شرح عملیات انجام شده برای رسیدن به رتبه بندی مناطق از طریق این مدل ارائه می گردد.

مرحله اول: تشکیل ماتریس تصمیم گیری

پس از جمع آوری داده ها از راه ابزار گردآوری (پرسش نامه شهروندان)، ماتریس داده های خام هریک از شاخص ها در مناطق مورد مطالعه تدوین شد که در (جدول ۷) ارائه شده است.

جدول ۷. ماتریس تصمیم گیری در شهر لاهیجان به تفکیک مناطق نمونه

گردشگری	زیست محیطی	اجتماعی - فرهنگی	کالبدی - زیرساختی	اقتصادی - مدیریتی
مجموعه تفریحی شیطان کوه	۴/۲	۳/۸۴	۳/۶۶	۳/۱۸
مجموعه بام سبز و تله کابین	۴/۱	۳/۹۶	۳/۵۴	۳/۲۷
زیارتگاهها بقعه های مذهبی	۳/۷۸	۳/۳۲	۳/۵۵	۳/۳۶
پارک های طبیعی داخل شهر	۳/۲۸	۳/۵۶	۳/۲۹	۳/۴۲
مجموعه های تاریخی و فرهنگی	۴/۰۸	۳/۹۴	۳/۴۳	۳/۵۸
تالاب و جنگل ها اطراف شهر	۳/۹۹	۳/۶۸	۳/۶۶	۳/۶۱
روستاهای تفریحی حاشیه شهر	۴/۱۲	۳/۷۹	۳/۸۸	۳/۵۲

مرحله دوم: محاسبه مقادیر نرمال شده

برای منظور نرمال سازی مقادیر ابتدا همه مقادیر ماتریس که بیانگر دیدگاه گردشگران به میزان اهمیت هر یک از متغیرهای فوق در توسعه گردشگری شهر لاهیجان که در طیف لیکرت می باشد؛ به توان دو رسانده و مجموع هر ستون جمع می گردد و سپس جذر مجموع هر ستون گرفته شده و در نهایت هر یک مقادیر بر جذر به دست آمده تقسیم می گردد. (جدول ۸) این عملیات انجام و ارائه شده است.

جدول ۸. مقادیر نرمال شده شاخص‌های گردشگری پایدار در شهر لاهیجان

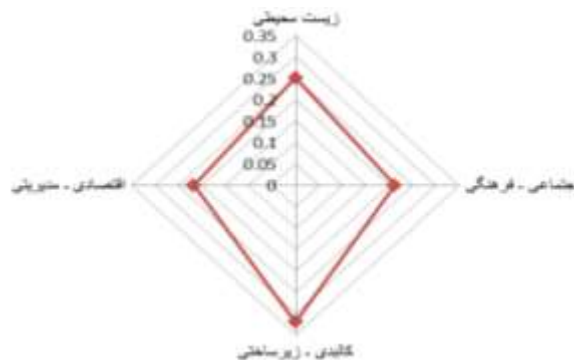
گردشگری	زیست محیطی	اجتماعی - فرهنگی	کالبدی - زیرساختی	اقتصادی - مدیریتی
مجموعه تفریحی شیطان کوه	۱۷/۶۴	۱۴/۷۵	۱۳/۴۰	۱۰/۱۱
مجموعه بام سبز و تله کابین	۱۶/۸۱	۱۵/۶۸	۱۲/۵۳	۱۰/۶۹
زیارتگاه‌ها بقعه‌های مذهبی	۱۴/۲۹	۱۱/۰۲	۱۲/۶۰	۱۱/۲۹
پارک های طبیعی داخل شهر	۱۰/۷۶	۱۲/۶۷	۱۰/۸۲	۱۱/۷۰
مجموعه‌های تاریخی و فرهنگی	۱۶/۶۵	۱۵/۵۲	۱۱/۷۶	۱۲/۸۲
تالاب و جنگل‌ها اطراف شهر	۱۵/۹۲	۱۳/۵۴	۱۳/۴۰	۱۳/۰۳
روستاهای تفریحی حاشیه شهر	۱۶/۹۷	۱۴/۳۶	۱۵/۰۵	۱۲/۳۹

مرحله سوم: محاسبه مقدار وزن ابعاد گردشگری

از آنجایی که ابعاد گردشگری پایدار در شهر لاهیجان از اهمیت یکسانی برخوردار نیستند، لذا برای ارزیابی دقیق‌تر لازم است تا اهمیت و یا وزن نسبی هر کدام از آنها مشخص گردد. در این راستا از روش‌های متفاوتی استفاده می‌گردد. در تحقیق حاضر از تحلیل سلسله مراتبی (AHP) برای تعیین وزن ابعاد استفاده شده است. به منظور وزن دهی به ابعاد پیشنهادی از نظرات کارشناسان مرتبط با حوزه تخصصی بهره‌گیری گردید. وزن به دست آمده از ابعاد در (جدول ۵) نشان می‌دهد که بعد کالبدی - زیرساختی (با وزن شاخص ۰/۳۱۲) و زیست محیطی (با وزن شاخص ۰/۲۵۱) به ترتیب بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند و کمترین امتیاز برای بعد اجتماعی - فرهنگی با میزان ۰/۲۱۲ می‌باشد.

جدول ۹. وزن ابعاد صنعت گردشگری در راستای توسعه پایدار شهر لاهیجان

وزن / شاخص	زیست محیطی	اجتماعی - فرهنگی	کالبدی - زیرساختی	اقتصادی - مدیریتی
وزن	۰/۲۵۱	۰/۲۱۲	۰/۳۲۰	۰/۲۱۷



شکل ۶. نمودار مقایسه وزن ابعاد گردشگری در شهر لاهیجان

مرحله چهارم: تعیین مقادیر بالاترین و پایین‌ترین ارزش ماتریس نرمال وزنی

بالاترین و پایین‌ترین هر یک از مقادیر در هر بعد را با توجه به (جدول ۱۰) شناسایی شده است. منظور از بزرگترین عدد، یعنی عددی که بیشترین ارزش مثبت را داراست و کوچکترین یعنی بیشترین ارزش منفی. پس اگر ابعاد ما از نوع منفی باشد، بزرگترین عدد برعکس می‌شود. به طور نمونه در مورد گردشگری شهر لاهیجان بعد کالبدی - زیرساختی بالاترین مقدار ۰/۱۳۱ را به خود اختصاص داده است.

جدول ۱۰. بهترین و بدترین مقدار ابعاد تحقیق

زیست محیطی	اجتماعی - فرهنگی	کالبدی - زیرساختی	اقتصادی - مدیریتی	
۰/۱۰۱	۰/۰۸۵	۰/۱۳۱	۰/۰۸۶	f max
۰/۰۷۹	۰/۰۷۱	۰/۱۱۱	۰/۰۷۶	f min
۰/۰۲۲	۰/۰۱۴	۰/۰۲۰	۰/۰۱۰	f+ - F-

مرحله پنجم: محاسبه فاصله گزینه‌ها از راه حل ایده‌ال

این مرحله در واقع فاصله ابعاد از راه حل ایده‌ال را بر اساس مقدار سودمندی S و R بررسی می‌کند. مقدار سودمندی (S) بیانگر فاصله نسبی گزینه i ام از نقطه ایده‌ال و مقدار تأسّف (R) بیانگر حداکثر ناراحتی گزینه i ام از دوری نقطه ایده‌ای می‌باشد. (جدول ۱۱) این مقدار را برای هر کدام مناطق گردشگری نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. فاصله گزینه‌ها از راه حل ایده‌ال براساس تکنیک ویکور

R	S	bij
۰/۳۱۷	۰/۳۷۶	مجموعه تفریحی شیطان کوه
۰/۱۸۴	۰/۳۸۳	مجموعه بام سبز و تله کابین
۰/۲۱۲	۰/۶۳۲	زیارتگاه‌ها بقعه‌های مذهبی
۰/۳۲۰	۰/۷۹۹	پارک‌های طبیعی داخل شهر
۰/۲۴۴	۰/۲۹۹	مجموعه‌های تاریخی و فرهنگی
۰/۱۱۹	۰/۲۶۹	تالاب و جنگل‌ها اطراف شهر
۰/۰۵۶	۰/۱۲۴	روستاهای تفریحی حاشیه شهر

بررسی مقدار سودمندی و مقدار نارضایتی در ابعاد تحقیق در (جدول ۱۲) نشان می‌دهد که در بین مناطق گردشگری شهر لاهیجان، روستاهای تفریحی حاشیه شهر (با مقدار سودمندی ۰/۱۲۴) کمترین فاصله از نقطه ایده‌ال (و با مقدار ۰/۰۵۶) و کمترین مقدار تأسّف (نارضایتی) را به خود اختصاص داده است.

جدول ۱۲. بیشترین و کمترین مقدار سودمندی (Si) و مقدار نارضایتی (Ri)

S-	R-	Ri	Si
۰/۷۹۹	۰/۳۲۰	۰/۰۵۶	۰/۱۲۴
S*	R*		

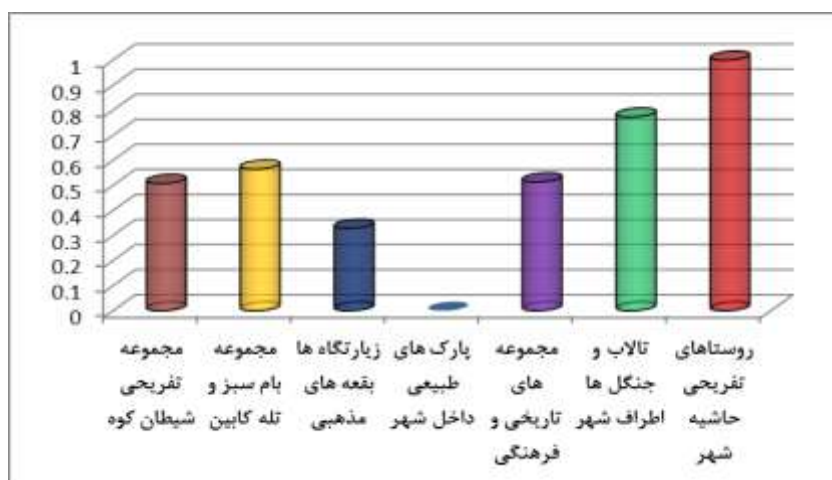
مرحله ششم: محاسبه مقدار ویکور (Qi)

در این مرحله از تکنیک ویکور، گزینه‌ها بر اساس مقادیر Q,R,S در سه گروه از کوچک به بزرگ در جدول (۱۳) مرتب شده است. بهترین گزینه آن است که کوچکترین مقدار Q را داشته باشد. در واقع Q یک تابع ترکیبی است که تابع مزیت نامیده می‌شود و R و S را با وزن V با استفاده از معادله با هم یکی می‌کند. پارامتر V با توجه به توافق گروه تصمیم گیرنده انتخاب می‌گردد که مقداری بین صفر و یک است. چنانچه مقدار V بزرگتر از ۰/۵ باشد، شاخص Qi منجر به توافق اکثریت می‌شود و هنگامی که مقدار آن کمتر از ۰/۵ باشد، شاخص Qi بیانگر کمترین توافق است. مقدار Qi در این پژوهش برای هر یک از مناطق مورد بررسی به شرح جدول (۱۳) می‌باشد.

جدول ۱۳. مقدار ویکور مناطق گردشگری شهر لاهیجان

مقدار ویکور	aij
۰/۵۰۸	مجموعه تفریحی شیطان کوه
۰/۵۶۵	مجموعه بام سبز و تله کابین
۰/۳۲۹	زیارتگاه‌ها بقعه‌های مذهبی
۰/۰۰۰	پارک‌های طبیعی داخل شهر
۰/۵۱۴	مجموعه‌های تاریخی و فرهنگی
۰/۷۷۳	تالاب و جنگل‌ها اطراف شهر
۱/۰۰۰	روستاهای تفریحی حاشیه شهر

تحلیل جدول (۱۳) بر اساس مقدار ویکور به دست آمده برای هر کدام از مناطق گردشگری در شهر لاهیجان نشان می‌دهد، از آنجایی که پایین‌ترین مقدار Qz برای محدوده پارک‌های طبیعی شهر است (۰/۰۰) می‌باشد بنابراین کمترین میزان تأثیر را در صنعت گردشگری این شهر خواهد داشت. این در حالی است که روستاهای تفریحی حاشیه شهر با مقدار Qz (برابر با ۱/۰۰) بهترین وضعیت را برای توسعه گردشگری شهر به وجود آورده است.



شکل ۸. نمودار مقایسه مقدار ابعاد گردشگری در شهر لاهیجان

نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج حاصله از میانگین آماری شاخص‌های تحقیق می‌توان ادعان داشت که برای گردشگران مهم‌ترین عامل برای سفر به شهر لاهیجان را جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، وجود امنیت کافی در این شهر دانست. درجه آزادی شاخص‌های تحقیق برابر با ۲ و سطح معنی داری آنها کمتر از ۰/۰۵ است که با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتایج این آزمون مورد تأیید قرار داد. در بین زیر معیارهای زیست محیطی زیر معیار A1 (درجه حرارت مناسب برای گشت و گذار در بیشتر ایام سال) در بین زیر معیارهای اجتماعی - فرهنگی زیر معیار مقبره افراد شاخص و سرشناس در سطح شهر و در بین زیر معیارهای کالبدی - زیرساختی زیر معیار C7 (وجود هتل‌ها با قیمت مناسب در سطح شهر) در بین زیر معیارهای اقتصادی - مدیریتی زیر معیار D13 (گردشگری در این شهر با کم‌ترین هزینه انجام می‌پذیرد) بیشترین اهمیت را نسبت به سایر زیر معیارها به خود اختصاص داده‌اند. وجود این عوامل برای توسعه گردشگری شهر لاهیجان شرط لازم می‌باشد اما گردشگر از یک فضای جغرافیایی استفاده می‌کند که این فضا، دارای یک ساختار فیزیکی و طبیعی است که برخی از عوامل اعم از زیست محیطی - طبیعی و عوامل انسانی می‌تواند به عنوان دافعه گردشگری باشد، لذا شرط کافی برای توسعه گردشگری در این شهر مد نظر قرار دادن همه زمینه توسعه گردشگری است. بررسی یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که شهر لاهیجان با وجود جاذبه‌های طبیعی و چشم‌اندازهای زیبا و دارا بودن آب و هوای مناسب و با قابلیت جذب بالای گردشگر، از پیامدها و آسیب‌های جدی گردشگری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و به ویژه زیست محیطی مصون نبوده است. از پیامدهای منفی افزایش گردشگران بر شهر می‌توان به افزایش بی‌قاعده قیمت زمین و املاک شهری و کاهش امنیت شهر اشاره نمود که به دلیل عدم تناسب زیر ساخت‌های موجود شهر با این افزایش، آسیب‌های جدی بر شهر وارد می‌گردد. در این زمینه توجه اصولی به زیرساختها، امکانات و مراکز خدمات لازم برای گسترش گردشگری با مشارکت سرمایه گذاری بخش خصوصی و شهروندان ضروری می‌نماید.

توسعه پایدار شهر لاهیجان با استفاده از رونق گردشگری شهر لاهیجان با توجه به ظرفیت‌های موجود در شهر، نشان دهنده این مساله است که لاهیجان از ظرفیت‌های زیادی برخوردار است که هنوز از آن استفاده بهینه نشده است. افزایش ظرفیت هتل‌ها، رستوران در نقاط مختلف شهرستان، ایجاد توره‌های گردشگری مناسب خصوصا در موقع برداشت محصولات کشاورزی از جمله برنج و چای و کرم ابریشم، بازدید از کارگاه‌های صنعتی و صنایع دستی، ایجاد نمایشگاهها و فروشگاه‌های صنایع دستی، برگزاری توره‌های داخلی در شهرستان و بازدید از اماکن تاریخی و طبیعی و مذهبی این شهرستان و ایجاد کمپ‌های متعدد با امکانات امنیتی و بهداشتی برای مسافران می‌تواند بسیار تاثیر گزار باشد. عوامل مختلفی می‌توان در جذب و توسعه گردشگری در یک مکان جغرافیایی موثر باشد. این عوامل می‌تواند کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و مدیریتی باشند. برنامه‌ریزان و سیاست گزاران توسعه نیز از این صنعت به عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار یاد می‌کنند. شهر لاهیجان با داشتن ظرفیت‌های زیست محیطی (اقلیم، آب و هوا)، کالبدی (جاذبه‌های تاریخی - مذهبی) و جاذبه‌های تفریحی فراوان می‌توان نقش موثری در جذب گردشگر و به تبع آن توسعه پایدار این شهر دارد. گردشگری شهری به عنوان عاملی مهم و پرتوان به منظور توسعه شهرها و کسب

درآمد و ارز هم برای شهر و هم برای کشور مبدأ شناخته می‌شود. این نقش ضمن کسب درآمد لازم برای شهر، در جهتی دیگر موجب توسعه تجهیزات و زیرساختهای لازم نیز می‌شود؛ زیرا این نقش موجب تحرک عمومی در شهر و شهروندان شده و با عملکردهای خود توسعه داخلی شهر را پدید می‌آورد.

تقدیر و تشکر

این مقاله مستخرج از رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری بوده که در دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس از آن دفاع خواهد شد.

منابع

- بهزادفر، مصطفی و زمانیان، روزبه. (۱۳۸۶). کاربرد تصمیم سازی چند معیاره فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی گردشگری، مورد: شهرستان نیشابور. *نشریه بین المللی علوم مهندسی*، ۱۸(۵)، ویژه نامه معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، ۱۱-۱.
- بهشتی، محمداقبر؛ محمدرزاده، پرویز و قاسملو، خلیل. (۱۳۹۶). نقش صنعت گردشگری در ایجاد نابرابری درآمدی در بین استان‌های کشور. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶(۲۲)، ۲۹-۸.
- جعفری صمیمی، احمد و خیره، شیما. (۱۳۹۲). اثر گردشگری بر توسعه انسانی. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۲(۷)، ۲۴-۱۱.
- حاتمی‌نژاد، حسین و شریفی، امیر. (۱۳۹۴). بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج). *فصلنامه گردشگری شهری*، ۲(۱)، ۷۴-۶۱.
- حیدری‌نیا، سعید؛ موحد، علی و الله وردی‌ئی، پریسا. (۱۳۹۸). عنوان اولویت‌بندی شاخص‌های کیفیت محیطی از دید گردشگران با استفاده از مدل‌های SAW, VIKOR, ELECTRE و کپلند (مطالعه موردی: شهرستان کوه‌دشت). *فصلنامه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار*، ۲(۱)، ۵۶-۴۷.
- داس ویل، راجر. (۱۳۷۸). *مدیریت گردشگری*. ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ذاکری، صدیقه و صادقلو، طاهره. (۱۴۰۰). اولویت بندی جاذبه‌های گردشگری با هدف توسعه گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد). *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، ۱۰(۳۸)، ۳۳-۱۹.
- رحمانی، کمال‌الدین. (۱۳۸۹). *توانمندی‌ها و مزیت‌های سرمایه‌گذاری آذربایجان شرقی*. تبریز: مرکز خدمات سرمایه‌گذاری آذربایجان شرقی.
- رستگار، موسی؛ غلامی، محمد؛ زمانی، مینا و مقدم، معصومه. (۱۳۹۰). تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل SWOT (نمونه موردی: زنجان). *مجموعه مقالات همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مرودشت*، ۳۹-۲۸.
- زنگی‌آبادی، علی؛ محمدی، جمال و زیرک‌باش، دیبا. (۱۳۸۵). تحلیل گردشگری داخلی شهر اصفهان. *مجله جغرافیا و توسعه*، ۴(۸)، ۱۵۶-۱۳۱.
- زهره، یوسفی. (۱۳۹۴). *بررسی نقش دیپلماسی شهری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر تاریخی قزوین)*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات قزوین، دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی.
- سازمان جهانی جهانگردی. (۱۳۷۹). *برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی*. ترجمه محمود عبدالله‌زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- شربتیان، محمدحسن. (۱۳۹۰). تأملی بر گردشگری شهری در ایران و ارائه راهکارهایی در جهت توسعه پایدار این صنعت شهری. *اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مرودشت*.
- شمس‌الدینی، علی؛ امیری فهلیانی، محمدرضا و محمدی، عباس. (۱۳۹۰). نقش صنعت گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر نورآباد ممسنی). *اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار*، ۲۸-۱۴.
- شهریاری، سید کمال‌الدین؛ کریم‌زاده، علی و شهریاری، شهرزاد. (۱۳۹۸). اولویت بندی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در محدوده‌های بازآفرینی شده تاریخی (مطالعه موردی: محدوده تاریخی زندیه شیراز). *مجله هویت شهر*، ۴(۴)، ۷۴-۶۱.
- ضیاء، عفت؛ استعلاجی، علیرضا؛ فلاح تبار، نصراله و ولی شریعت پناهی. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل کلیدی تأثیر گذار بر توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان صومعه سرا). *مجله فضای گردشگری*، ۱(۳۲)، ۹۴-۸۰.
- غفاری، محمد؛ رنجبریان، بهرام و فتحی، سعید. (۱۳۹۳). ارائه مدلی جهت تبیین ارزش ویژه برند مقاصد گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). *مدیریت بازرگانی*، ۶(۴)، ۸۶۵-۸۴۵.
- قربانی گلزاری، سپیده، حسین‌زاده دلیر، کریم و بیگ بابایی، بشیر. (۱۳۹۸). بررسی و تحلیلی بر چالش‌های توسعه توریسم شهری (نمونه موردی: شهر تبریز). *مجله فضای گردشگری*، ۱(۳۰)، ۴۵-۳۳.

- والا، فرانسوا و همکاران. (۱۳۸۴). گردشگری بین‌المللی. ترجمه گوهریان و دیگران، چاپ اول، تهران: تهران، انتشارات امیرکبیر.
- Badita, W. (2013) Sustainability of Tourism Development in Macao, China. *International Journal of Tourism Research*, Vol 15, 52- 65.
- Law Christopher, M. (1996) *Urban Tourism Attraction Visitors to Large Cities*, mansell. Publishing LONDON, 29(18), 168.
- Timuz, E., & Getz, M. (2009). Tourists' Satisfaction with Cultural Tourism Festival: a Case Study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 4(3), 116-125.
- Suraj, P. (2010). The Impact of Tourism on Income Inequality: An Econometric Assessment, *The UCLA Undergraduate Journal of Economics*, 47-99.
- Jabulani, N., & Mubangizi, Betty C. (2015) Art and Craft in local economic development: Tourism possibilities in Mtubatuba Local Municipality. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4 (2), 1-15.
- WTO. (1995). Concepts, Definition and Classifications for Tourism Statistics. *Madrid: World Tourism Organization Press*.

How to cite this article:

Pormayeh, R., Ramzanipour, M., Bozorgmehr, K., & Haghzad, A. (2023). Survey and Prioritizing Tourism Areas in Terms of Sustainable Urban Tourism Indicators (Case Study: Lahijan City). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 18(2), 1-14.

ارجا به این مقاله:

رمايه، رحيم؛ رضاني‌پور، مهرداد؛ بزرگمهر، کيا و حقزاد، آمنه. (۱۴۰۲). بررسی و اولويت‌بندی مناطق گردشگری شهر لاهیجان به لحاظ شاخص‌های گردشگری پایدار شهری. *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۸ (۲)، ۱-۱۴.