

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۸، شماره پیاپی ۳۲، زمستان ۱۳۹۷

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

تحلیلی بر گردشگری شهری در بازآفرینی بافت‌های تاریخی از دیدگاه ساکنین محلی با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی (نمونه موردی: شهر شیراز)^۱

علی کریم‌زاده: دانشجوی دکتری شهرسازی، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سید کمال‌الدین شهریاری: استادیار گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مهیار اردشیری: استادیار گروه شهرسازی، واحد بیضا، دانشگاه آزاد اسلامی، بیضا، ایران

پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۰

صص ۱۴۰-۱۲۹

دریافت: ۱۳۹۶/۵/۳۰

چکیده

بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری به عنوان رویکردی متأخر در دو دهه اخیر، جهت حفاظت و صیانت از بافت‌های ارزشمند تاریخی مطرح بوده است. این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی با هدف شناسایی تأثیر گردشگری شهری بر بازآفرینی بافت‌های تاریخی از دیدگاه ساکنین محلی تدوین شده است، و ابزار گردآوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه بوده است. حجم نمونه ۴۰۰ نفر از ساکنین محلی و به منظور تحلیل داده از نرم‌افزار LISRELL استفاده شده است. در این پژوهش چهار محدوده بازآفرینی شده شهر شیراز مورد بررسی قرار گرفته و از روش تحلیل سلسله‌مراتبی AHP، محدوده زندیه انتخاب گردید. یافته‌های حاصل از پرسش ساکنین محلی بر اولویت بندی ابعاد تأثیرگذار بر بازآفرینی شهری گردشگری محور به ترتیب بر ابعاد اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۹۷، ابعاد اقتصادی با ضریب همبستگی ۰/۹۰، ابعاد فرهنگی با ضریب همبستگی ۰/۹۰ و کالبدی با ضریب همبستگی ۰/۸۳، دلالت دارد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری شهری، بازآفرینی شهری، بازآفرینی شهری گردشگری محور، شیراز.

^۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری شهرسازی علی کریم زاده با عنوان (تدوین اصول و معیارهای بازآفرینی شهری، با محوریت گردشگری) است که به راهنمایی دکتر سید کمال‌الدین شهریاری و مشاوره دکتر مهیار اردشیری در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران انجام پذیرفته است.

^۲ نویسنده مسئول، shahriari@srbiau.ac.ir، ۰۹۱۲۱۱۳۱۹۵۹

مقدمه:

امروزه گردشگری شهری به عنوان ابزاری جهت بازآفرینی شهری مطرح و از آن به عنوان عاملی تأثیرگذار جهت توسعه شهری یاد می‌شود و از آن تحت عنوان بازآفرینی شهری گردشگری محور یاد می‌شود. در سال‌های اخیر تغییرات عمده‌ای در نگرش به الگوهای بازآفرینی شهری گردشگری محور بوجود آمده به گونه‌ای که نحوه مدیریت مکان و جاذبه‌های شهری متحول گردیده و راهکارهای توسعه شهری منتج از آن در برخورد با قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری محدوده‌های تاریخی قابل توجه می‌باشد و اهمیت بررسی آن بر همگان پوشیده نمی‌باشد (Rauno, S. 2006). شهر، امروز همزمان با بزرگ شدن و توسعه، پیچیده تر می‌شود و تحت تأثیر عوامل مختلف انسانی و طبیعی قرار می‌گیرد. بنابراین شهر به مکانی پویاتر از گذشته تبدیل شده که مدام تحت تأثیر متغیرهای مختلف تغییر و تحول می‌یابد. از مهم‌ترین مسائلی که طی دهه‌های اخیر باعث توسعه و پیشرفت شهرهای کوچک و بزرگ گشته رشد شهرنشینی و توسعه شهرنشینی می‌باشد (Nouri Kermani et al, 2009). در دهه‌های اخیر رشد شتابان شهرنشینی، توسعه و گسترش بی رویه شهرها، تنگناها، معضلات و پیچیدگی‌هایی را به همراه داشته است. از پیامدهای این پدیده، شدت یافتن ضرباهنگ تغییرات فضایی - کالبدی شهرها به طور اعم و مراکز شهری، بخش‌های مرکزی شهرها به طور خاص بافت‌های تاریخی و فرهنگی بوده است که اغلب سبب افت منزلت اجتماعی، نابسامانی در سازمان فضایی - کالبدی، زوال اقتصادی و ناکارآمدی کارکردی در این محدوده‌ها شده است (Bahraini et al, 2014). در اقتصادهای در حال توسعه، اهمیت توسعه گردشگری از آن جهت است که موجب تحرک و پویایی اقتصاد و پیشرفت جوامع محلی به ویژه در عرصه‌ی توسعه فرصت‌های شغلی و درآمدی می‌شود (Motiee Langroudi & Rezaieh, 2013). همچنان می‌توان اذعان داشت که "رشد خدماتی شدن" شهرها به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل در بازآفرینی اقتصادی - اجتماعی شهرها یاد می‌شود. در بیش از دو دهه گذشته و در نتیجه بازسازی اقتصادی جهانی و کاهش تولید سنتی شهری، گردشگری به عنوان یک عنصر مهم جهت استراتژی‌های بازسازی و اقتصاد شهری بدل شده است (Rogerson, 2012). گردشگری غالباً به عنوان صنعتی در راستای تشویق به بازآفرینی اقتصادی شهرها مورد استفاده قرار می‌گیرد و همچنین معتقد است همگام با رشد صنایع مرتبط با گردشگری، رشد افزایش مشاغل را شاهد خواهیم بود (Shaw & Williams, 1994). توسعه گردشگری در مناطق شهری نهایتاً باعث جذب بازدیدکننده شده و باعث رونق اقتصاد محلی گردیده و نتیجتاً به بازآفرینی فیزیکی، اقتصادی و اجتماعی منجر خواهد شد (Swarbrooke, 2000). و بازآفرینی شهری عاملی در راستای تأثیرگذاری این ابعاد در جنبه‌های متفاوت بر زندگی ساکنان در بافت تاریخی محسوب می‌شود (Uysal, 2012) و سرمایه‌گذاری در گردشگری به نفع جوامع محلی بوده و باعث توسعه امکانات، فعالیت‌ها، محیط‌های فیزیکی و زیرساخت‌ها می‌شود. این تسهیلات و امکانات باعث جذب بازدیدکننده و تولید ثروت و شغل در این مناطق می‌شود (Law, 1992) و حضور گردشگران عاملی در راستای ارتقاء انسجام اجتماعی در جوامع محلی و موجبات آشنایی با تنوع فرهنگی محسوب شده و گردشگری موجبات توسعه و تقویت دارایی‌های اقتصادی را فراهم می‌آورد (Degen & Garcia, 2012). بازآفرینی گردشگری محور را می‌توان اصلی‌ترین رویکرد بازآفرینی شهری در دو دهه اخیر دانست. گردشگری در جایگاهی راهبردی و با هدف دستیابی به سازوکاری اقتصادی و پررونق که می‌تواند متضمن اهداف توسعه‌ای شهری باشد و چهره‌ای متفاوت برای شهرها ترسیم کند، رویه‌ای است که در چارچوب بازآفرینی شهرها به آن اهمیت فراوانی داده شده است. در همین راستا می‌توان اذعان داشت که در میان استراتژی‌های سیاست شهری، جهت حفظ و ارتقاء میراث شهری در بافت تاریخی و فرهنگی، بهره‌گیری از بازآفرینی شهری در راستای ارتقاء گردشگری قابل تأمل می‌باشد (Lees & Melhuish, 2013).

انجام پژوهش‌های کاربردی که به بررسی و تحلیل تأثیر گردشگری شهری بر بازآفرینی بافت‌های تاریخی از دیدگاه ساکنین محلی بپردازد را ضروری می‌نماید. این پژوهش سعی دارد با تعریف و تمرکز بر گردشگری شهری به تبیین ابعاد گوناگون بازآفرینی شهری و نیز ارائه مجموعه‌ای از اصول و معیارهای متناسب با فضای شهری و آزمودن آنها در فضاهای واجد ارزش گردشگری، در شهر شیراز، خلاء موجود در این زمینه را تا حدی مرتفع گرداند. بافت تاریخی و فرهنگی شیراز یکی از بافت‌های کهن کشور است که به دلیل معماری و بافت شهری خاص خود واجد ارزش‌های معماری و شهرسازی قابل توجهی

است. قدمت کالبدی بافت تاریخی و به تبع آن پیچیدگی و فرسودگی شدید، مشکلات اجتماعی و اقتصادی خاص این بافت، عاملی در راستای افت شدید شهری و به دنبال آن اقبال کمتر ساکنین محلی می‌باشد. در بافت تاریخی شهرشیراز نیز عدم به روزرسانی کاربری‌های فرهنگی و عدم تطابق بافت با عملکردهای موجود معضلات بسیاری را در این بخش به وجود آورده است. در راستای بهبود و توسعه شهری، برنامه‌های بازآفرینی شهری در نقاط تاریخی و فرهنگی مد نظر قرار گرفته و از آنجایی که بیشترین گردشگران شهری شیراز از جاذبه‌های موجود در بافت تاریخی و فرهنگی بازدید به عمل می‌آورند و در نتیجه بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر بازآفرینی شهری گردشگری محور و اقدامات اجرایی صورت پذیرفته از دیدگاه ساکنین محلی حائز اهمیت می‌باشد. این پژوهش بر چهار محدوده تاریخی و فرهنگی شیراز شامل محدوده بازآفرینی زندیه، محدوده بازآفرینی حافظیه، محدوده بازآفرینی سعدیه و محدوده بازآفرینی بین‌الحرمین در شیراز متمرکز شده و از میان سایت‌های فوق محدوده زندیه منتخب و مطالعات و تحلیل‌های پژوهش بر روی آن صورت پذیرفته است.

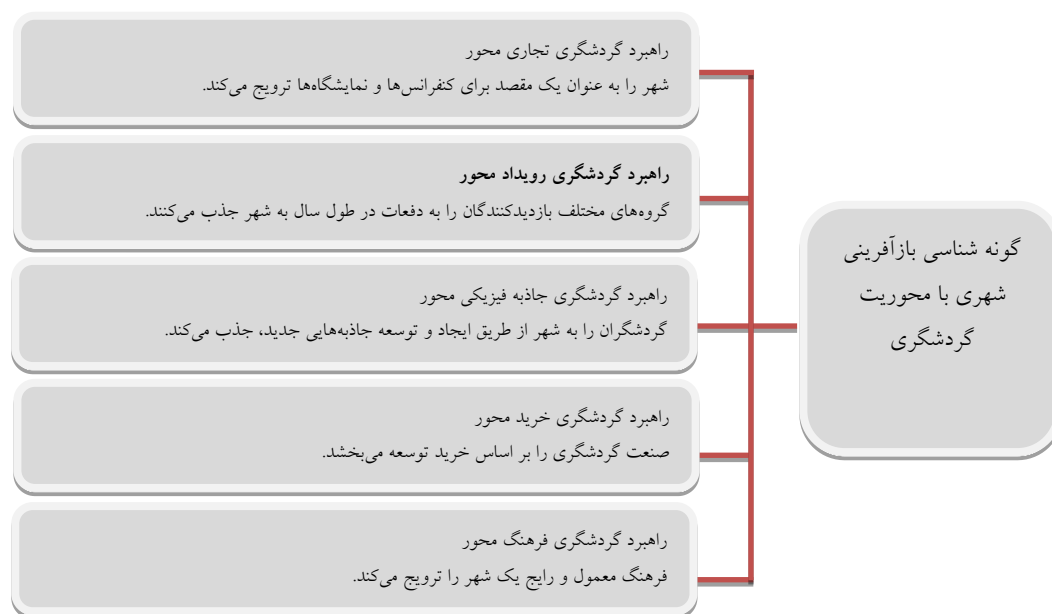
مبانی نظری:

صنعت گردشگری، مسالمت‌آمیزترین جنبش خانواده بشری است که بر پیشرفت دانش، فرهنگ و اقتصاد تأثیر مستقیم دارد و به عنوان مؤثرترین عامل در ایجاد تفاهم میان ملت‌ها و استوار ساختن صلح جهانی نقش اساسی ایفا می‌کند (Taghvaei and Ranjbar Dastmai, 2010). در دنیای امروز گردشگری به یکی از فعالیت‌های پیشتاز اقتصادی تبدیل شده است. گردشگری می‌تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال و درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد (Mola'i Hashjin and Ebrahimi, 2014). امروزه اهمیت اقتصادی و اشتغال‌زایی گردشگری چنان مهم می‌باشد که می‌تواند به عنوان موتور اقتصادی هر کشوری تلقی شود. گردشگری مزایای فراوانی دارد و می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین منبع برای اشتغال‌زایی در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی مطرح باشد (Teimuri, 2015). صنعت گردشگری به عنوان یک ابزار بازآفرینی شهری مورد استفاده قرار می‌گیرد. لا (۱۹۹۳) در سال‌های اخیر، تغییری در ایده‌ها و نظریات معطوف به گردشگری به‌عنوان یک صنعت در شهرها و فواید مرتبط با توسعه آن وجود داشته است. شاو و ویلیامز (۱۹۹۴) استدلال کردند که این صنعت غالباً برای ترغیب بازآفرینی اقتصادی در شهرها مورد استفاده قرار می‌گیرد از آن جایی که صنعتی رو به رشد محسوب می‌شود، بنابراین در ایجاد اشتغال نقش مهمی را ایفا می‌کند. همچنین سواربروک (۲۰۰۰) اظهار داشت که گردشگری نسبت به اکثر صنایع تولیدی که به طور روزافزونی مکانیزه شده‌اند بیشتر متمرکز بر کار و تلاش است، از این‌رو تعداد قابل توجهی شغل در این صنعت ایجاد شده است. وی همچنین افزود که توسعه گردشگری در یک منطقه شهری در نهایت بازدیدکنندگانی را که ارزش خارجی به اقتصاد منطقه تزریق می‌کنند و این پول در اقتصاد منطقه از طریق تأثیرات فزاینده‌ای که دارد جذب می‌کند.

در سال ۱۹۸۵، سه گزارش متفاوت در انگلستان منتشر شد که از ایده‌ی گردشگری به‌عنوان کاتالیزور بازآفرینی شهری حمایت می‌کند: گزارش بانک، گزارش کنفدراسیون صنایع بریتانیا و گزارش یونگ (Shaw & Williams, 1994). تمام گزارش‌ها بر سه عنصر اصلی گردشگری تأکید کردند: سرمایه نسبتاً کم جهت ایجاد اشتغال، شدت و حجم بالای کار در این بخش و اثرات بالقوه فزاینده این بخش. لا (۱۹۹۲) تصدیق کرد که گردشگری می‌تواند به بازآفرینی فیزیکی، اقتصادی و اجتماعی کمک کند. وی افزود که سرمایه‌گذاری در گردشگری عاملی در راستای توسعه امکانات، فعالیت‌ها، محیط فیزیکی و زیرساخت بوده و به افراد منطقه بهره می‌رساند، این امکانات بازدیدکنندگان را جذب می‌نماید و باعث ایجاد شغل و افزایش درآمد در منطقه می‌شود. همچنین راهبرد بازآفرینی شامل بازاریابی شهری و ترویج یک تصویر مطلوب برای توسعه صنعتی و تجاری است. در حالی که ایجاد فعالیت‌های جدید می‌تواند بازدیدکنندگان را به شهر جذب کند و چنین فعالیت‌هایی می‌تواند ساکنین احتمالی و متخصصان و مسئولین اجرایی را متقاعد کند تا به این علت که کیفیت زندگی شهری ارتقاء یافته و فرصت‌های صحیح شیوه زندگی در آن‌جا ارائه می‌شود، به این نقطه از شهر نقل مکان کنند. به احتمال قوی، ساکنین جدید از اقشار متوسط، جامعه‌ی اصلی آن منطقه را متنوع‌تر می‌سازند و بدنامی احتمالی را از مناطق مرکزی شهر حذف می‌کنند. وی همچنین به این نتیجه رسید که خرج کردن بازدیدکننده برای امکانات شهری فعالیت‌های فوق‌را از لحاظ اقتصادی پایدارتر می‌سازد و با توسعه این

امکانات، ورود بازدیدکنندگان و بازآفرینی فیزیکی این مناطق، ممکن است غرور و مباهات شهری را افزایش دهد. در حقیقت بهبود ظاهر و تصویر شهر و تشخیص اینکه افراد دیگر، شهر را جالبتر می‌بینند، غرور شهری و حمایت از میراث در میان شهروندان را افزایش می‌دهد (Law, 1992).

همچنین سواربروک (۲۰۰۱) اظهار داشت در حالی که گردشگران توسعه و پیشرفت خدمات و امکانات را تسریع می‌بخشند، ساکنین منطقه نیز از این امکانات بهره خواهند برد. به علاوه وی استدلال کرد که گردشگری شهری می‌تواند به‌طور بالقوه باعث جذب سرمایه‌گذاری داخلی و ارتقا کسب و کار تجار شود. رشد گردشگری شهری در جوامعی که به شدت تحت تأثیر زوال شهری قرار گرفته‌اند، می‌تواند باعث افزایش غرور محلی شده زیرا ساکنین در مورد شهر خود احساس مثبت‌تری خواهند داشت، بدین نحو که تصور می‌کنند مکان زندگی آن‌ها ارزش بازدید را دارد. سواربروک (۲۰۰۰) گونه‌شناسی جدیدی از بازآفرینی شهری، که به واسطه پنج راهبرد گردشگری تعیین می‌گردد را بیان نمود. گونه‌شناسی او شامل راهبرد گردشگری تجاری محور که شهر را به عنوان یک مقصد برای کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها ترویج می‌نماید، راهبرد گردشگری رویداد محور که گروه‌های مختلف بازدیدکنندگان را به دفعات در طول سال جذب می‌نماید، راهبرد گردشگری جاذبه فیزیکی محور که سعی می‌نماید از طریق ایجاد و توسعه جاذبه‌های جدید، گردشگران را به شهر جذب نماید، راهبرد گردشگری خرید محور که صنعت گردشگری را براساس خرید توسعه می‌بخشند، راهبرد گردشگری فرهنگ محور که فرهنگ معمول و رایج یک شهر را ترویج می‌کنند، می‌باشد. در نمودار (۱) گونه‌شناسی بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری از دیدگاه سواربروک مورد بررسی قرار گرفته است.



نمودار ۱- گونه‌شناسی بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری - منبع: سواربروک، ۲۰۰۰.

ابعاد و معیارهای بازآفرینی شهری گردشگر محور: در این گام با بررسی متون و ادبیات مربوط به بازآفرینی شهری و گردشگری شهری، ابعاد و معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور از طریق تحلیل محتوا استخراج می‌گردد. بر این اساس، ابعاد بازآفرینی شهری شامل چهار بعد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی می‌باشد.

- بعد اقتصادی: ۵ معیار که شامل اشتغال زایی، سرمایه گذاری، توسعه و احیای مجدد اقتصادی، مسکن و زمین و اقتصاد خلاق می‌باشد. - بعد اجتماعی: ۴ معیار که شامل کیفیت زندگی، توانمند سازی اجتماعی، غرور و مباهات ساکنین و طبقه خلاق می‌باشد. - بعد فرهنگی: ۴ معیار که شامل فرهنگ سنتی، تبادلات فرهنگی، صنایع فرهنگی خلاق و زندگی فرهنگی می‌باشد. - بعد کالبدی: ۳ معیار که شامل توسعه شهری، توانمند سازی بافت تاریخی و جاذبه شهری مشخص

گردید. پس از انتخاب معیارها با بازنگری دوباره ادبیات مربوطه، مأخذ و فراوانی هر یک از معیارها تعیین و در جدول (۱) ارائه گردیده است.

جدول ۱- مأخذشناسی ابعاد و معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور

منابع	معیارها	بعد
<i>Landry, 2006 / Lang, 2005 / European Commission, 1997 / Ministry of Environment and Transportation of the United Kingdom, 1990 / Shaw & Williams, 1994 / Swarbrooke, 2000 / Griffith, 1993 / UNESCO, 2004.</i>	اشتغال زایی	اقتصادی
<i>Law, 1992 / Swarbrooke, 2000 / Pet, 2009 / Miles & Padison, 2007 / Richard & Raymond, 2000.</i>	سرمایه گذاری	
<i>Clarke, 2002 / Vanderberg and Rousseau, 2008 / Brown, 2000 / Law, 1993 / Law, 1992 / Richard & Raymond, 2000 / UNESCO, 2004.</i>	توسعه و احیای مجدد اقتصادی	
<i>Leitner & Sheppard, 1998 / United Nations, 2008 / Scott, 2006.</i>	اقتصاد خلاق	
<i>Hudson, 1989.</i>	زمین و مسکن	
<i>Law, 1993 / Clarke et al. 2002 / Chansha and Selada, 2009.</i>	کیفیت زندگی	اجتماعی
<i>European Commission, 1997 / Law, 1993 / Ministry of Environment and Transportation of the United Kingdom, 1990 / Law, 1992 / Swarbrooke, 2000 / Evans and Shaw, 2004.</i>	غرور و مباحث ساکنین	
<i>European Commission, 1997 / Reed, 2007 / Smith, 2000 / Pet, 2009 / Miles & Padison, 2007.</i>	توانمندسازی اجتماعی	
<i>Florida, 2002 / Woo, 2005 / Deprepis, 2008 / Chansha and Selada, 2009.</i>	طبقه خلاق	فرهنگی
<i>Brown, 2000 / Scott, 2006.</i>	فرهنگ سنتی	
<i>Brown, 2000 / UNESCO, 2004.</i>	تبدلات فرهنگی	
<i>Bianchi, 1994 / Landry, 2006 / Scott, 2006 / Hall, 2001 / Ministry of Media, Culture and Sports of the United Kingdom, 1998.</i>	صنایع فرهنگی خلاق	
<i>Florida, 2002 / Scott, 2006.</i>	زندگی فرهنگی	
<i>Gibson, 1982 / Hudson, 1989 / Law, 1992 / Zukin, 1991 / Faggens, 1995.</i>	توانمندسازی یافت تاریخی و میراثی	کالبدی
<i>Reed, 2007 / Zukin, 1991 / Law, 1992 / Pridoox, 2004 / Swabrooke, 2000 / Roberts and Sykes, 2000 / Gibson, 1982 / Faggens, 1995 / European Commission, 1997 / Lash and Urry, 1994 / Hall, 2001 / Richard And Raymond, 2000.</i>	توسعه شهری	
<i>Landry, 2006 / Law, 1992 / Hudson, 1989 / Craig-Smith, 1995 / Bianchini, 1994.</i>	جاذبه های شهری	

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۵ (با استفاده از منابع مورد مطالعه)

روش تحقیق:

در گام اول، جهت شناسایی اصول بازآفرینی گردشگری محور از روش تحلیل محتوا، به بررسی متون نظری شامل تعاریف و بررسی دیدگاه و نظریات اندیشمندان پرداخته شده، که به تدوین چارچوب نظری و اصول و معیارهای بازآفرینی گردشگری محور منجر می شود. در گام دوم، با بهره گیری از روش میدانی، معیارهای بازآفرینی شهری گردشگری محور، از طریق پرسشنامه ساکنین محلی در محور بازآفرینی شده زندیه شیراز، مورد آزمون واقع شده که پرسشنامه ساکنین محلی با استفاده از روش تحلیلی عاملی تاییدی مرتبه اول و دوم تحلیل می گردد. انتخاب محور بازآفرینی شده زندیه از طریق تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و از میان ۴ محور بازآفرینی شده سعیدیه، حافظیه، بین الحرمین و زندیه شیراز صورت می پذیرد. حجم جمعیت آماری ساکنین محلی برابر ۵۸۵۹ نفر می باشد که با بهره گیری از فرمول کوکران حجم نمونه برابر ۳۶۰/۵۷ نفر می گردد. جهت افزایش دقت و کاهش خطای عملکردی، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه میان ساکنین محلی توزیع گردید. قابل ذکر است که روش نمونه گیری مناسب در این تحقیق، نمونه گیری خوشه ای می باشد.

محدوده های مورد مطالعه در شیراز:

توسعه محور زندیه: محور زندیه اولین کانون گردشگری شیراز است. هدف اجرای طرح توسعه این محور، احیای منطقه بسیار باارزش و کم نظیر شهری است که بتواند ارزش های سترگ تاریخی خود را به درستی بازتاب دهد، ارزش های جدیدی بر آن افزوده شود و به صورت یک منطقه زیستی امروزی و عالی که با شخصیت و هویت ارزشمند تاریخی آن هماهنگ باشد درآید. در برنامه ریزی و طراحی مجموعه کریمخانی کوشش به عمل آمده است که این مجموعه بتواند به عنوان یک مجموعه منحصر به فرد در زمینه فرهنگی و گذران اوقات فراغت و خدمات ویژه در مقیاس شیراز آینده و منطقه مربوطه عمل کند.

توسعه محور حافظیه: اهمیت و ویژگی این محور را می توان در طول تاریخ پیدایش و شکل گیری شیراز جست. این منطقه در کنار بافت کهن شیراز می باشد و دومین کانون گردشگری شیراز است. به همین دلیل براساس ویژگی های غالب فرهنگی و گردشگری این منطقه به عنوان «محدوده عناصر فرهنگی»^۴ شیراز با عملکرد محلی، ملی، فراملی در نظر گرفته شده است (مهندسیین مشاورمآب، ۱۳۸۵). در طرح توسعه این محور، به سبب این که میزبان آثار تاریخی و فرهنگی بسیاری است به یکی از مهم ترین پتانسیل های فرهنگی شهر شیراز تبدیل می شود. طرح توسعه حافظیه با هدف ایجاد فضاهای جدید فرهنگی و انسجام هرچه بیشتر این منطقه اجرا می شود. ایجاد کتابخانه ملی و مرکز اسناد، موزه منطقه ای فارس و باغ موزه مشاهیر ایران و جهان از اقدامات دیده شده در این طرح بوده که کتابخانه ملی در سال ۱۳۸۹ افتتاح شد و ساخت موزه معاصر و باغ موزه مشاهیر همچنان ادامه دارد.

توسعه محور سعدیه: تاریخ این منطقه به استناد وجود دو قلعه قدیمی در آن به هخامنشیان بازمی گردد. در این قلعه ها چاهی مستطیل شکل وجود دارد که شبیه به معماری تخت جمشید است و همین امر سبب شده باستان شناسان تاریخ این محله را به هخامنشیان نسبت دهند. ساماندهی در این بخش با ایجاد یک رینگ کنار گذر و احیای منظر آن منطقه یا تملک یا ترغیب به نوسازی و بهسازی انجام شود تا در گام نخست منظر این مناطق مناسب شود. طرح تملک خانه های اطراف آرامگاه از جمله اقدامات مهم برای ساماندهی به این منطقه بود ه است.

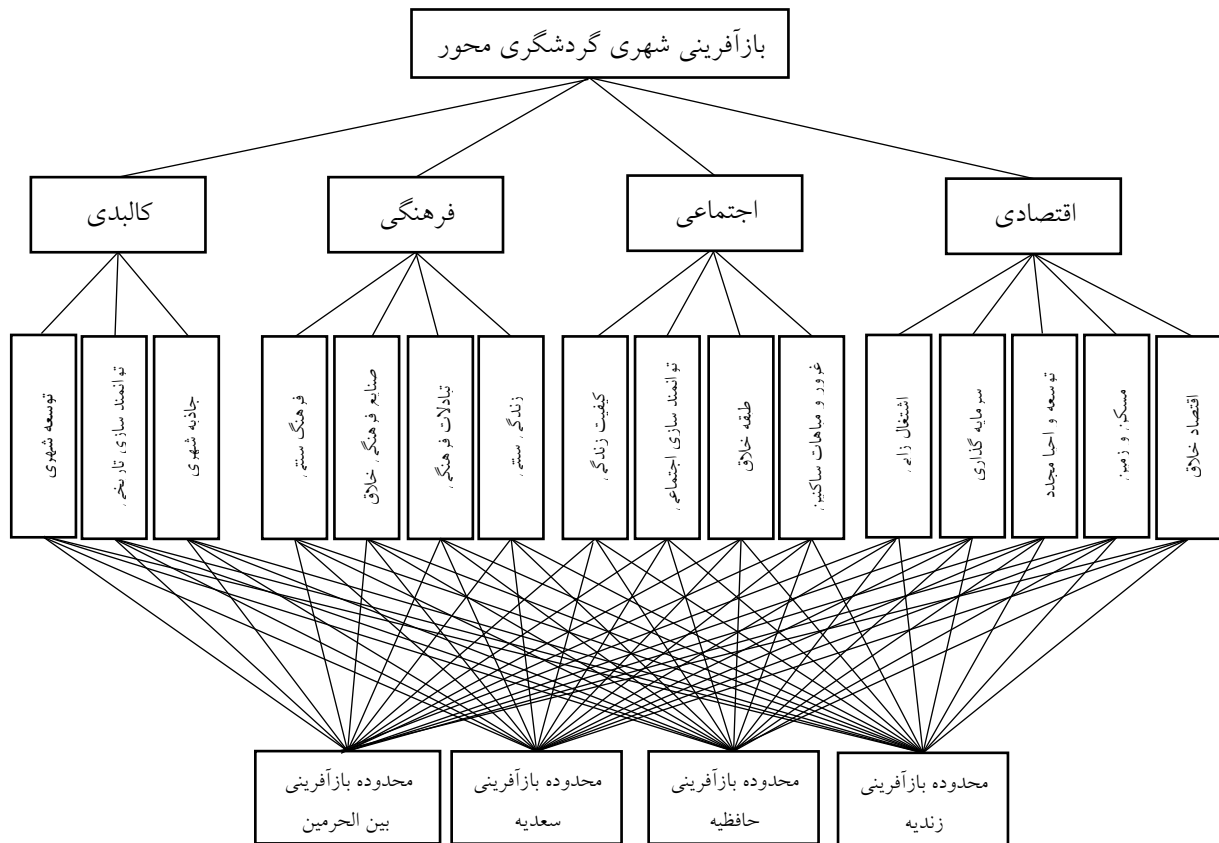
توسعه محور احمدی و شاهچراغ: توسعه مجموعه شاهچراغ همیشه مطرح بوده است بطوریکه در سال های اخیر حتی منجر به طرح ۵۵ هکتاری شده است. در همین راستا پروژه تجاری- خدماتی بین الحرمین با هدف جذب سرمایه گذاری به منطقه و ایجاد فضاهای تجاری - خدماتی متناسب با بافت پیشنهاد شده است. از نظر خدمات پیشنهادی، استقرار انواع و اقسام کاربری ها در مقیاس شهری را در این محدوده که از جمله آن ها می توان به هتل، دفاتر اداری و مرکز خرده فروشی و محدوده های مسکونی و غیره اشاره نمود.

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) در گزینش سایت:

- **ساخت سلسله مراتبی:** در این مرحله مساله تعریف شده و هدف از تصمیم گیری به صورت سلسله مراتبی، از عوامل و عناصر تشکیل دهنده تصمیم ارائه می گردد. بدین منظور در ارائه نمودار مورد نظر، از چهار سطح استفاده شده است. سطح اول شامل هدف کلی از تصمیم گیری بوده، سطح دوم ابعاد کلی قرار دارند که تصمیم گیری بر اساس آنها صورت می گیرد. در سطح سوم معیارها قرار گرفته و در آخرین سطح نیز محدوده های بازآفرینی شده پیشنهادی در شهر شیراز، مطرح می شوند. در نمودار (۲) فرآیند سلسله مراتبی عوامل و عناصر بازآفرینی گردشگر محور نشان داده شده است.

3 Historical Center District

4 (CD): Cultural center district.



نمودار ۲- فرآیند سلسله مراتبی عوامل و عناصر بازآفرینی گردشگر محور- منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

وزن نهایی گزینه‌ها:

بر اساس اوزان محاسبه شده در محدوده‌های مورد مطالعه، در بعد اقتصادی محدوده بازآفرینی بین الحرمین دارای بالاترین وزن و در رتبه اول قرار می‌گیرد. در بعد اجتماعی، فرهنگی و کالبدی محدوده‌های بازآفرینی زندیه دارای بالاترین وزن و در رتبه اول قرار می‌گیرد. بر اساس اوزان محاسبه شده در محدوده‌های مورد بررسی، محدوده زندیه دارای بالاترین وزن و در رتبه اول قرار می‌گیرد. پس از آن به ترتیب محدوده بازآفرینی سعديه و بین الحرمین قرار دارد و محدوده حافظیه دارای پایین‌ترین وزن و رتبه آخر قرار می‌گیرد. در جدول (۳) وزن نهایی ابعاد و ماتریس ارجحیت محدوده‌های بازآفرینی نشان داده شده است.

جدول ۳- وزن نهایی ابعاد بازآفرینی در محدوده‌های مورد مطالعه

رتبه	وزن نهایی	کالبدی		فرهنگی		اجتماعی		اقتصادی		
		رتبه	وزن نهایی	رتبه	وزن نهایی	رتبه	وزن نهایی	رتبه	وزن نهایی	
۱	۱,۶۱۷	۱	۰,۵۰۶۵	۱	۰,۴۰۷۷	۱	۰,۴۳۴۳	۲	۰,۲۶۸۵	محدوده بازآفرینی زندیه
۲	۰,۹۹۱۵	۲	۰,۲۴۸۱	۲	۰,۲۶۵۲	۲	۰,۳۰۱۹	۳	۰,۱۷۶۳	محدوده بازآفرینی حافظیه
۴	۰,۴۶۴۶	۴	۰,۰۷۸۴	۳	۰,۱۸۴۶	۴	۰,۱۰۰۹	۴	۰,۱۰۰۷	محدوده بازآفرینی سعديه
۳	۰,۹۲۷	۳	۰,۱۶۷۳	۴	۰,۱۴۲۵	۳	۰,۱۶۲۸	۱	۰,۴۵۴۴	محدوده بازآفرینی بین الحرمین

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

یافته‌های تحقیق:

یافته‌های توصیفی: بر اساس داده‌ها، ۵۵/۸ درصد افراد مورد مطالعه مرد و ۴۴/۲ درصد افراد زن بوده‌اند. همچنین بر اساس فراوانی افراد مورد مطالعه ۱۲/۷ درصد کارمند، ۶۲/۴ درصد شغل آزاد، ۲۰/۳ درصد دانشجو و ۴/۶ درصد بیکار بودند. بر اساس داده‌ها، ۳۵ درصد دیپلم، ۱۹/۸ درصد فوق دیپلم، ۳۴ درصد لیسانس، ۷/۶ درصد فوق لیسانس، ۲/۵ درصد دکتری و ۱ درصد بیسواد بودند. همچنین ۵۸/۶ درصد افراد مجرد و ۴۱/۴ درصد افراد متأهل بودند. در نهایت یافته‌ها نشان می‌دهد ۸۸ درصد بومی، ۹/۴ درصد غیربومی، ۲/۶ درصد خارجی بودند.

ابعاد اقتصادی: همان گونه که در جدول (۴) مشاهده می‌شود، میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل اقتصادی که بر گردشگری شهری تاثیرگذار می‌باشد، ارائه گردیده است.

جدول ۴- میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل اقتصادی

۱	۲	۳	میانگین امتیاز	انحراف استاندارد	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
اقتصادی	ایجاد فرصت‌های شغلی جدید	۳/۸۳	۰/۵۸	۱	۴	
	افزایش درآمد خانوار	۳/۴۵	۰/۷۶	۱	۴	
	ایجاد صنایع و فعالیت‌های اقتصادی خلاق	۳/۲۷	۰/۶۹	۱	۴	
	افزایش منافع اقتصادی کسب و کار محلی	۳/۵۴	۰/۵۱	۱	۴	
	ارتقاء کیفیت کسب و کار محلی	۳/۸۹	۰/۶۵	۱	۴	
	کسب درآمد بیشتر سازمان‌های دولتی	۳/۲۵	۰/۶۷	۱	۴	
	ارتقاء استانداردهای زندگی	۳/۸۶	۰/۸۲	۱	۴	
	وضعیت اقتصادی ساکنین محلی	۳/۴۷	۰/۷۰	۱	۴	
	تقویت بازاریابی شهری	۳/۶۱	۰/۷۸	۱	۴	
	سرمایه‌گذاری بیشتر در جامعه محلی	۳/۸۶	۰/۷۶	۱	۴	
	بهبود وضعیت مسکن جامعه محلی	۳/۵۳	۰/۹۸	۱	۴	
	افزایش قیمت املاک و مستغلات	۳/۶۴	۰/۸۹	۱	۴	
	افزایش هزینه خدمات و کالا	۳/۳۷	۰/۸۷	۱	۴	
	افزایش هزینه‌های زندگی	۳/۱۷	۰/۹۶	۱	۴	
تزیین ارز خارجی به اقتصاد	۳/۸۰	۰/۷۴	۱	۴		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

ابعاد فرهنگی: در جدول (۵) میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل فرهنگی موثر بر گردشگری شهری، ارائه گردیده است.

جدول ۵- میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل فرهنگی

۱	۲	۳	میانگین امتیاز	انحراف استاندارد	کمترین مقدار	بیشترین مقدار
فرهنگی	احیای فرهنگ سنتی جامعه	۳/۶۴	۰/۶۸	۱	۴	
	ایجاد صنایع خلاق	۳/۷۴	۰/۵۳	۱	۴	
	تغییر سبک هنر سنتی و صنایع دستی بومی	۳/۷۱	۰/۷۲	۱	۴	
	وقوع طیف وسیعی از فعالیت‌های فرهنگی	۳/۶۴	۰/۶۶	۱	۴	
	افزایش برگزاری رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی	۳/۶۴	۰/۷۷	۱	۴	
	ارتقاء تبادلات فرهنگی میان ساکنین و گردشگران	۳/۸۱	۰/۷۰	۱	۴	
	افزایش تجاری‌سازی و ارتقاء جذابیت فرهنگی	۳/۷۳	۰/۶۸	۱	۴	
	توسعه خدمات و تسهیلات فرهنگی	۳/۶۲	۰/۷۷	۱	۴	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

ابعاد کالبدی: همان گونه که در جدول (۶) مشاهده می‌شود میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل کالبدی که بر گردشگری شهری تأثیرگذار می‌باشد، ارائه گردیده است.

جدول ۶- میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل کالبدی

بیشترین مقدار	کمترین مقدار	انحراف استاندارد	میانگین امتیاز	ع و پ	
۴	۱	۰/۶۵	۳/۷۰	بهبود زیرساخت های شهری	کالبدی
۴	۱	۰/۶۶	۳/۹۳	ارتقاء کیفیت خدمات عمومی	
۴	۱	۰/۸۴	۳/۷۹	ارتقاء کیفیت مبلمان شهری	
۴	۱	۰/۵۰	۳/۸۵	بهبود منظر شهری	
۴	۱	۰/۸۰	۳/۷۰	ایجاد کاربری های جدید در بناهای تاریخی	
۴	۱	۰/۵۳	۳/۶۷	مرمت و احیای بناهای تاریخی	
۴	۱	۰/۳۳	۳/۵۵	افزایش جذابیت شهری	
۴	۱	۰/۷۴	۳/۸۰	بهبود مکان برگزاری مراسم و رویداد فرهنگی	

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۵.

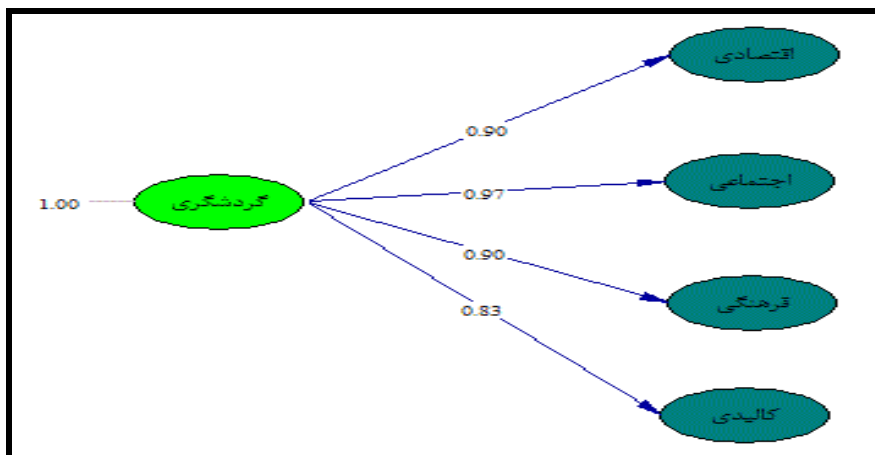
ابعاد اجتماعی: در جدول (۷) میانگین امتیاز عوامل اجتماعی که تأثیرگذار بر گردشگری شهری، ارائه گردیده است.

جدول ۷- میانگین امتیاز و انحراف استاندارد عوامل اجتماعی

بیشترین مقدار	کمترین مقدار	انحراف استاندارد	میانگین امتیاز	ع و پ	
۴	۱	۰/۶۲	۳/۷۴	افزایش امکانات و فضاهای تفریحی	اجتماعی
۴	۱	۰/۷۳	۳/۷۱	بهبود کیفیت زندگی شهری	
۴	۱	۰/۹۴	۳/۶۱	ارتقاء احساس غرور و مباحات ساکنین	
۴	۱	۰/۷۹	۳/۶۸	علاقه مندی به نقل مکان مجدد به منطقه	
۴	۱	۰/۶۶	۳/۳۹	بهبود تصویر ذهنی مثبت از مکان زندگی	
۴	۱	۰/۷۸	۳/۷۹	ارتقاء جامعه محلی در نگهداری امکانات شهری	
۴	۱	۰/۶۴	۳/۴۱	بهبود منظر اجتماعی و حضور طبقه خلاق	
۴	۱	۰/۸۷	۳/۳۶	افزایش اختلاط اجتماعی	
۴	۱	۰/۹۵	۳/۶۵	یکپارچگی جوامع محلی	
۴	۱	۰/۷۵	۳/۵۲	توانمند سازی اجتماعی ساکنین محلی	

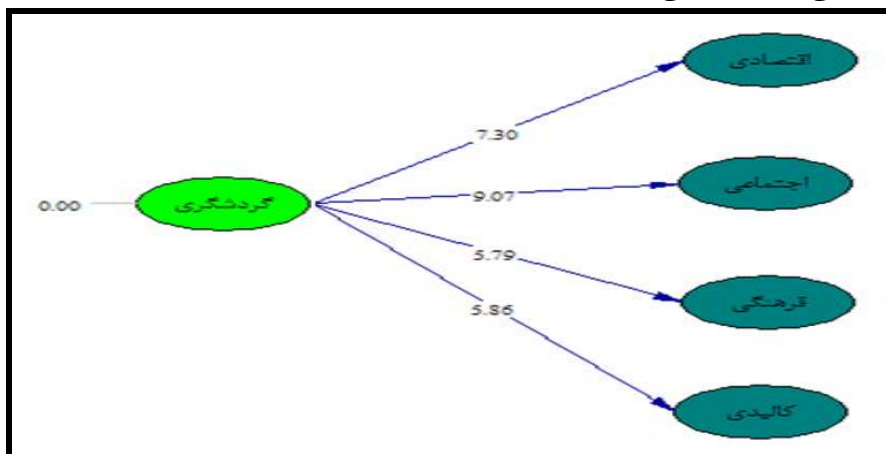
منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۵.

در ادامه، نمودار (۳) تأثیر هر کدام از شاخص های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی را در بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری در حالت تخمین استاندارد نشان می‌دهد. با توجه به این نمودار تمامی مقادیر t بزرگتر از $1/96$ می‌باشد بنابراین تمامی شاخص های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی در بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری اثر معنادار و مستقیم دارند.



نمودار ۳- مدل اندازه‌گیری مرتبه دوم ابعاد مختلف گردشگری در حالت تخمین استاندارد- منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

نمودار (۴) تاثیر هر کدام از شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی را در بازآفرینی شهری با محوریت گردشگری در حالت معنی داری نشان می‌دهد.



نمودار ۴- معنا داری t برای ضرایب مدل اندازه‌گیری ابعاد گردشگری با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم - منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

در پایان، جدول (۸) ضرایب همبستگی (بارهای عاملی) و مقدار آماره تی بین بازآفرینی شهری گردشگری محور با عوامل مرتبط با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم ارائه گردید. براساس مقادیر بارهای عاملی یا ضریب همبستگی در این جدول، مهم‌ترین شاخص اثرگذار، شاخص اجتماعی و سپس شاخص‌های اقتصادی، فرهنگی و در نهایت کالبدی می‌باشد.

جدول ۸- ضرایب همبستگی و مقدار آماره تی بین بازآفرینی شهری گردشگری محور

کالبدی	فرهنگی	اقتصادی	اجتماعی	باز آفرینی شهری گردشگری - محور
۰/۸۳	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۷	ضریب همبستگی
۵/۸۶	۵/۷۹	۷/۳۰	۹/۰۷	آماره تی
معنی‌داری در سطح ۰/۰۱				

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

نتیجه‌گیری:

در این تحقیق از طریق بررسی ادبیات پژوهش، ابعاد مختلف توسعه گردشگری شناخته شدند، که در چهار حوزه، یعنی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی طبقه بندی گردیدند. در این مطالعه از ۱۶ معیار جهت اندازه گیری تأثیر ادراکات

ساکنان محلی از توسعه گردشگری شهری در محدوده بازآفرینی شده زندیه بهره برده شده است. در پژوهش حاضر، از طریق پرسشنامه تأثیرات توسعه گردشگری شهری توسط ساکنین محلی مورد سنجش قرار گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری و موضوعی نشان داد که توسعه گردشگری شهری، اثرات عمیقی را بر روی جامعه محلی به جای می‌نهد. در این تحقیق، از بعد اقتصادی، مشخص شد که اکثر ساکنان محلی توسعه گردشگری شهری را عاملی در راستای رشد اقتصادی محدوده زندیه به شمار آورده‌اند. هر چند که صنعت گردشگری صنعت غالب در اقتصاد این منطقه نیست، ولیکن به دلیل سرمایه‌گذاری نهادهای دولتی در بهبود دسترسی شهری، یکپارچه سازی و تنوع محصولات گردشگری شهری و ارتقا جاذبه های شهری موجبات رشد قابل توجهی را در سال های آینده را فراهم خواهند نمود. از منظر بعد اجتماعی، توسعه گردشگری شهری در محدوده بازآفرینی شده زندیه عاملی تأثیرگذار بوده و باعث علاقمندی به نقل مکان مجدد به این محدوده خواهد بود که در نتیجه بهبود تصویر مکان زندگی و بهبود منظر اجتماعی، کمک به افزایش فضاها و امکانات تفریحی، که منجر به افزایش هویت اجتماعی خواهد شد، رخ خواهد داد.

در راستای بعد فرهنگی، توسعه گردشگری شهری، فرهنگ و صنایع خلاق محلی را تحت تأثیر خود قرار داده و اثرات مثبت توسعه گردشگری شهری بر بازآفرینی هنر و صنایع دستی سنتی و حفظ ساختمان های تاریخی به رسمیت شناخته شده است. اثرات بالقوه تجاری سازی صنایع فرهنگی قابل توجه بوده، موجبات رشد اقتصادی منطقه را فراهم خواهد نمود. در راستای بعد کالبدی، توسعه گردشگری شهری بر بهبود زیرساختهای شهری، ارتقاء کیفیت خدمات عمومی و بهبود منظر شهری تأثیرات مثبت خواهد داشت که از این منظر بازآفرینی شهری که با محوریت گردشگری صورت پذیرد بر رضایتمندی ساکنین اثرات مثبتی خواهد داشت. در این راستا استفاده از پیشنهادات و راهکارهایی که در ادامه آمده است، می تواند بر ارتقا بازآفرینی شهری محدوده زندیه مثمرتر باشد.

- بهبود و توسعه کیفیت خدمات گردشگری در محدوده زندیه و افزایش ساعت کار کاربری های مرتبط در محدوده مذکور
- بهره گیری از کسب و کار خصوصی در صنعت گردشگری
- تامین منابع مالی مورد نیاز برای ایجاد طرح توسعه و بازآفرینی شهری در محدوده زندیه
- ایجاد مشاغل تمام وقت در صنعت گردشگری محلی و ارائه گسترده محصولات و صنایع دستی محلی
- راهنمایی و اطلاع رسانی مقامات محلی و افزایش کیفیت مشاغل مرتبط با گردشگری در این محدوده
- ارائه لوگوی جدید و برند سازی شهری برای محدوده مورد نظر
- مشارکت و مسئولیت بیشتر انجمن های حرفه ای در پروژه های گردشگری محدوده زندیه
- تبلیغ محدوده زندیه به عنوان مقصد گردشگری در شهر شیراز
- بهبود سطح خدمات اقامتی و تشویق و ایجاد ابتکارات کیفیتی و سیستم اطلاع رسانی و رزرو برخط و ۲۴ ساعته
- بهره گیری از تورگردانان خارجی در جهت جذب هرچه بیشتر گردشگر
- ارائه امکانات شناسایی میراث فرهنگی چند زبانه (بروشور، اعلامیه، پوستر و ...)
- هماهنگی جامعه محلی و گردشگران و ارتقاء رضایت ساکنین محلی و ارتقاء طرح های آموزشی گردشگری به آنها
- مدیریت منابع انسانی، بر پایه سرمایه گذاری ساکنین محلی و طرحهای آموزشی متناسب با نیاز گردشگری محلی
- جمع آوری پیشنهادات محلی به منظور ارتقاء برنامه فعالیت های گردشگر

References:

1. Bahraini, S. H. Izadi, M. S. Mofidi, M. (2014): *Urban Rehabilitation Approaches and Policies (from Reconstruction to Sustainable Urban Regeneration)*, *Urban Studies*, No. 9, p. 18. (In Persian)
2. Bianchini, F. (1994a): *Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies*. In Bianchini F. and Parkinson M. (eds) *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*. Manchester University Press, pp.1-20.

3. Brown, A. O'Connor J. and Cohen S. (2000): *Local Music Policies within a Global Music Industry: Cultural Quarters in Manchester and Sheffield*, *Geoforum* 31, Elsevier Science Ltd, pp. 437-451.
4. Clark, T. N. (2002): *Amenities Drive Urban Growth*. *Journal of Urban Affairs* 24 (5).
5. Craig-Smith, S.J. (1995): *The Role of Tourism in Inner-Harbor Redevelopment: A Multinational Perspective*. In S.J. Craig-Smith, & M. Fagence (Eds.), *Recreation and Tourism as a Catalyst for Urban Waterfront Redevelopment: An International Survey* (pp. 15 – 35). Westport CT: Praeger.
6. Cunha, I.V. Selada, I. (2009): "Creative Urban Regeneration: The case of Innovation Hubs". *International Journal of Innovation and Regional Development*, 1(4), 494-501.
7. DCMS. (2004): *Culture at the Heart of Regeneration*. London: Department of Culture, Media and Sport (DCMS).
8. Degen, M. Garcia, M. (2012): *The Transformation of the 'Barcelona Model': An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance*, *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 36, Issue 5.
9. European Communities, Economic and Social Committee, (1997): *Opinion on the First Unravelling the Process of Partnership in Urban Regeneration Policy*.
10. Evans, G. Shaw, P. (2004): *A Review of Evidence on the Role of Culture in Regeneration*, London: Department for Culture Media and Sport.
11. Fagence, M. (1995): *City Waterfront Redevelopment for leisure, Recreation, and Tourism: Some Common Themes*, in S. J. Craig-Smith and M. Fagence (eds.), *Recreation and Tourism as a Catalyst for Urban Waterfront Redevelopment: An International Survey*, Westport: Praeger Publishers, pp. 135-156.
12. Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class and how its Transforming Work, Leisure Community and Everyday life*. New York, Basic Books.
13. G. and Tunbridge J. (1990): *The Tourist-Historic City*. London: Belhaven.
14. Gibson, M.S. Langstaff, M.J. (1982): *An Introduction to Urban Renewal*. London, Hutchinson and Co.
15. Griffiths, R. (1993): "The Politics of Cultural Policy in Urban Regeneration" *Policy and Politics* 21(1) 39-46.
16. Hall, C. M. Page, S. J. (2001): *Tourism and Recreation*. London: Routledge.
17. Hudson, R. (1989): *Labor-Market Changes and New Forms of Work in Old Industrial Regions: May be Flexible for Some but Not Flexible Accumulation*. *Environment and Planning D: Society and Space* 7:5-30.
18. Landry, C. (2006): *Culture & Urban Regeneration: Integrated Approach, Finding and Conclusions of the URBACT Culture Network*, Lille: Agence d'urbanisme et de developpement.
19. Lang, T. (2005): *Insights in the British Debate about Urban Decline and Urban Regeneration*, Leibniz Institute for Regional Development and Structural Planning, working paper available from <http://www.irs-net.de/download/wp_insights.pdf> (accessed on 16th February 2007).
20. Lash, S. Urry, J. (1994): *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
21. Law, C. (1993): *Urban Tourism: Attracting visitors to large cities*. London: Mansell.
22. Law, C. M. (1992): *Urban Tourism and Contribution to Economic Regeneration*, *Urban Studies*, Vol. 29, No. 3/4, pp. 599-618.
23. Lees, L. Melhuish, C. (2015): *Arts-led Regeneration in the UK: The Rhetoric and the Evidence on Urban Social Inclusion*, *European Urban and Regional Studies*, Vol 22, Issue 3.
24. Leitner, H. nd Sheppard, E. (1998): "Economic Uncertainty, Inter- Urban Competition and Efficacy of Entrepreneurialism", in T. Hall and P. Hubbard (eds) *The Entrepreneurial City: Geography of Politics of Regime of Representation* Willey, Chichester.
25. Miles, S. Paddison, R. (2007): *Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration*. In Paddison R. and Miles S. (eds). *Culture-Led Urban Regeneration*. London: Routledge.

26. Mola'i Hashjin, N. Ebrahimi, H. (2014): *Identification of Tourism Abilities and Attractions and Impact on Tourism Attraction in Amlash City, Regional Planning Quarterly, Fourth Edition, No. 16, Winter. (In Persian)*
27. Motiee Langroudi, S.H. Rezaieh Azadi, M. (2013): *Evaluating the Impact of Tourism Economics from the Perspective of the Host Society on the Promenade of Orumiye Dam, Quarterly Journal of Rural Space Economics, Year 2th, No. 2, Summer. (In Persian)*
28. Nouri Kermani, A. Zoogi, A. Yari Hesari, A. Alaei, M. (2009): *Urban Tourism and Functional Link with Ecotourism, A Case Study of Kurdistan Province, Geographic Space Journal, Year 9th, Islamic Azad University Ahar Branch. (In Persian)*
29. Pratt, A.C. (2009): *Urban Regeneration: From the Arts 'Feel Good' Factor to the Cultural Economy. A case study of Hoxton, London. Urban Studies, 46(5-8), pp. 1041-1061.*
30. Prideaux, B. (2004): *Transports and Destination Development. In Lumsdon, L, and Page, S.J, Tourism and Transport: Issues and Agenda for the New Millennium, pp. 79-92, Oxford, Elsevier Ltd.*
31. Rauno, S. (2006): *Social Impact in Urban Regeneration. Environmental Impact Assessment Review, 2*
32. Reed, Bill. (2007): *Shifting from 'Sustainability' to Regeneration, Building Research & Information, 35 (6), 674-680.*
33. Richards, G. Raymond, C. (2000): *Creative Tourism. ATLAS News, No. 23, 16-20.*
34. Roberts, P. Sykes, H. (2000): *Urban Regeneration: A Handbook, Sage Publications, London.*
35. Rogerson, Ch M. (2012): *Urban Tourism, Economic Regeneration and Inclusion: Evidence from South Africa, Local Economy, 28(2) 188-202.*
36. Scott, A. J. (2006): *"Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Question", Journal of Urban Affairs, 28(1), 1-17.*
37. Shaw, G. Williams, A. M. (1994): *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective, Oxford: Blackwell.*
38. Smith, A. Timberlake, M. (1995): *Conceptualizing and Mapping the Structure of World System Cities System. Urban Studies. 32, 287-302.*
39. Swarbrooke, J. (2000): *Tourism, Economic Development and Urban Regeneration: A Critical Evaluation, in M. Robinson, R. Sharpley, N. Evans, P. Long and J. Swarbrooke (eds.), Developments in Urban and Rural Tourism: Reflections on International Tourism, Sunderland: Business Education Publishers, pp. 269-285.*
40. Swarbrooke, J. Horner, S. (2001a): *Business Travel and Tourism, Oxford: Butterworth Heinemann.*
41. Taghvai, M. Ranjbar Dastnai, M. (2010): *An Analysis of the Distribution of Facilities and Services for the North East of the Chaharmahal and Bakhtiari Province, Journal of Research and Planning, Year 1, No. 1, Summer. (In Persian)*
42. Teimuri, E. (2015): *The Occurrence of Socio-Political Crises and Effects on Tourism Income (Case study: Iran, Turkey, Egypt), Regional Planning Quarterly, Year 5, No. 20, Winter. (In Persian)*
43. UNEPFI, (2008): *Responsible Property Investing: What the Leaders are Doing. United Nations Environment Programme Finance Initiative, Geneva.*
44. Uysal, U. (2012): *An Urban Social Movement Challenging Urban Regeneration: The Case of Sulukule, Istanbul, Cities, Volume 29, Issue 1.*
45. Van der Borg, J. Russo, A. P. (2008): *Area Regeneration and Tourism Development: Evidence from Three European Cities. University Ca' Foscari of Venice, Dept. of Economics Research Paper Series No. 21/WP/2008.*
46. Zukin, S. (1991): *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World. Berkeley, CA: University of California Press.*

