

بررسی و شناخت قابلیت‌های توسعه پایدار گردشگری شهر تبریز با استفاده از مدل SWOT

پروفسور کریم حسین زاده دلیر^۱ سپیده قربانی گلزاری^{۲*} سحر قربانی گلزاری^۳

- ۱- استاد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد واحد مرند، مرند، تهران، ایران
- ۲- دانشجوی دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد واحد مرند، مرند، تهران، ایران
- ۳- دانشجوی دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد واحد مرند، مرند، تهران، ایران

چکیده

امروزه صنعت گردشگری جایگاه خاصی در اقتصاد کشورها دارد و نقش فعال و مؤثری در ارتقاء ساختار اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی کشورها به خصوص در کشورهای روبه توسعه ایفا می‌کند. گردشگری اگرچه یک صنعت است؛ ولی بیشترین تبادلات فرهنگی در آن انجام می‌گیرد. گردشگری در فرایند توسعه پایدار، نقش اساسی دارد و این مسیری است که ایران در آن از مزیت‌های مناسبی برخوردار است. پژوهش حاضر که از نوع پژوهش کاربردی توصیفی است با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی، ضمن شناسایی نقاط قوت، ضعف‌ها با استفاده از مدل کیفی SWOT، برنامه‌های راهبردی و اجرایی جهت توسعه پایدار گردشگری ارائه می‌شود و به بررسی و ارزیابی وضعیت موجود و توانمندی‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهر تبریز می‌پردازد. و در نهایت از آزمون T-تک نمونه‌ای برای آزمون فرضیه‌های مربوط به متغیرهای مستقل و آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی وضعیت مطلوب مؤلفه‌های مورد مطالعه استفاده شده است. نتایج به دست آمده نشان دهنده ناکارآمدی سیستم حمل و نقل درون شهری در راستای توسعه گردشگری شهری، کم توجهی به جاذبه‌های فرهنگی و هنری، کمبود پارکینگ مجهز و کافی در بافت تاریخی، کم توجهی به مبلمان شهری و همچنین زیباسازی جاذبه‌های گردشگری، نبود مدیریت و برنامه‌ریزی در امور مربوط به گردشگری توسط سازمان‌های شهری و گردشگری می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، گردشگری شهری، فرصت‌ها و تهدیدات، گردشگری پایدار

مقدمه

جهانگردی از مهمترین فعالیتهای انسان معاصر است. که همراه با به وجود آوردن تغییراتی اساسی و تحولاتی بنیادی در اوضاع و شرایط اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و زیست محیطی زندگی انسانها را دگرگون می‌سازد. گردشگری مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولتها و جوامع میزبان و دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است. (wearer,2000,3)

در این میان کشورهایی که به متنوع سازی اقتصاد روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک پایه برهانند در جستجوی شناخت راههای آن یا خلق راهها و روشهای جدید هستند، یکی از روشها گردشگری است که اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند آن را در برنامه‌های توسعه ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرایند توسعه ملی خود را سرعت بخشند. با انقلاب صنعتی شکل‌گیری از تأثیرات و پایه‌گذاری گردشگری آغاز می‌شود و موجب می‌شود تحولات عظیمی در وضعیت اقتصادی و اجتماعی جوامع به خصوص کشورهای در حال توسعه رخ دهد. (جلالیان و همکاران؛ ۲۰۱۰) به طوری که بسیاری از صاحب‌نظران قرن بیستم را به خاطر رشد قابل توجه صنعت گردشگری، قرن گردشگری نامیده‌اند. (کاظمی، ۴، ۱۳۸۵) گردشگری چهارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند. یکی از این الگوها فضای گردشگری شهری است. نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. (Timothy,1995,83)

گردشگری موجب زنده شدن و تقویت ملی می‌گردد که یکی از ابزارهای برقراری انسجام و همچنین باعث ایجاد یکپارچگی و همبستگی اتحاد ملی می‌شود. (نکویی و همکاران؛ ۱۳۸۹) توسعه پایدار گردشگری همچون منشوری است که وجه‌های مختلف آن را محیط‌های اقتصادی-اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقلیمی و جغرافیایی جامعه و نیازها و انتظارات جهانگردان و مردمان منطقه تشکیل می‌دهد. (مدهوشی، ۳۰، ۱۳۸۸)

گردشگری در اثرگذاری و اثرپذیری متقابل با شهر و در یک سیستم انسان-محیط می‌تواند منجر به توسعه پایدار شهر شود. با توجه به اینکه توسعه پایدار به عنوان جریانی مداوم در تغییرات اقتصادی-اجتماعی و زیست محیطی برای افزایش و ترقی رفاه مستمر کل اجتماع تعریف می‌شود و پویایی چندبعدی است، توسعه گردشگری زمانی پایدار و منجر به توسعه پایدار شهری می‌شود که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد. در واقع گردشگری پایدار، گردشگری است که بتواند در محیط در زمانی نامحدود ادامه یابد، از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نکند. (butler,2000,22) طبق تعریف کمسیون برانتلند: توسعه پایدار توسعه‌ای است که نیازهای فعلی را بدون خشه‌دار کردن توانایی نسل آینده برآورده ساخته، نیازهای خود را نیز پاسخ گویند. توسعه پایدار نوعی راهبرد توسعه است که تمام

دارایی‌ها و منابع طبیعی و انسانی را و منابع مالی و فیزیکی را برای افزایش ثروت در بلندمدت مدیریت می‌کند. (Tosum,2001,290)

بسیاری از کشورهای پیشرفته گردشگری را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین‌المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می‌دانند. (دخیلی، کهنمویی، ۱۳۸۳: ۴) در واقع مهمترین هدف توسعه گردشگری داخلی و خارجی، توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی مقصد است. (shapler & Richard,1977,40)

در شهر مورد مطالعه (تبریز) نیز گردشگری به عنوان عنصری هوشمند و انسانی به منزله ورودی‌های مهم یک سیستم شهری می‌تواند اثرات مثبتی در ابعاد مکانی-فضایی و زمینه ساز توسعه پایدار شهر داشته باشد. ضمن اینکه شهر و مدیران شهری نیز در ارتباط متقابل و در راستای بسترسازی مناسب جهت حداکثر بهره‌گیری از مزایای مذکور ناگزیر از تأمین زیرساخت‌ها، تقویت کارکردهای مناسب و متناسب در شهر و پسرانه آن هستند.

این مقاله ضمن بررسی اهمیت توسعه گردشگری شهر تبریز در جهت توسعه پایدار شهری به بررسی نقاط قوت و ضعف برای گردشگری شهری تبریز، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری شهری می‌پردازد.

روش تحقیق

جهت تعیین ظرفیت نهایی توسعه گردشگری شهر تبریز از نگاه جامعه میزبان به انجام پیمایش میدانی شامل مصاحبه و تکمیل پرسشنامه می‌باشد، جهت دستیابی به این مهم ۱۵۰ پرسشنامه (جامعه آماری) از ساکنین شهر، فعالان اقتصادی در محدوده گردشگری و مرکز شهر تبریز جمع‌آوری شده است. ویژگی‌های توصیفی متغیرهای مورد بررسی با استفاده از آمار توصیفی پرداخته شده است. پژوهش حاضر که از نوع پژوهش کاربردی توصیفی است با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی، ضمن شناسایی نقاط قوت، ضعف‌ها با استفاده از مدل کیفی SWOT، برنامه‌های راهبردی و اجرایی جهت توسعه پایدار گردشگری ارائه می‌شود و به بررسی و ارزیابی وضعیت موجود و توانمندی‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهر تبریز می‌پردازد. و در نهایت از آزمون T تک نمونه‌ای برای آزمون فرضیه‌های مربوط به متغیرهای مستقل و آزمون فریدمن جهت رتبه بندی وضعیت مطلوب مؤلفه‌های مورد مطالعه استفاده شده است.

مبانی نظری

در ادبیات توسعه جهان پایدار، توسعه پایدار از دهه ۱۹۷۰ به بعد مورد توجه صاحب نظران واقع شد، بیشتر از آن، توجه به گردشگری پایدار از دهه ۱۹۶۰ با شناسایی اثرات بالقوه گردشگری انبوه و توجه به اثرات فعالیت‌های گردشگری بر اقتصاد، محیط زیست و فرهنگ نقاط گردشگری آغاز شده بود. رشد غیرقابل کنترل گردشگری انبوه موجب تخریب منابع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی مانند از بین رفتن میراث فرهنگی و هویت محلی افزایش میزان جرائم، ازدحام و شلوغی و دیگر مسائل زیست محیطی در مناطق میزبان شده است. (choi& sirakaya;2006) در نتیجه در صنعت گردشگری، پارادایم گردشگری پایدار به عنوان تنها راه حل نجات انسان و طبیعت نمود پیدا کرد. از این منظر پارادایم گردشگری پایدار، گردشگری را در قالب مرزها بررسی کرده و رابطه مثلث وار میان جامعه میزبان از یک سو و جامعه میهمان یعنی گردشگران را از سویی دیگر با صنعت گردشگری برقرار می‌سازد و در تلاش است که تضاد بین این سه مثلث را تعدیل کرده و در طولانی مدت موازنه‌ای برقرار سازد. (قادری، ۱۳۸۲) اما از آنجایی که در این پارادایم راهکار غلبه بیش از حد گردشگری محور و باریک بین بود (با دید بسیار محدود در حوزه، مقیاس و زمینه) از این رو اقدامات عملی طراحی شده برای عملیاتی کردن "گردشگری پایدار" نمی‌توانست موضوعات حساس مفهوم توسعه پایدار را به صورت عمومی و عملیاتی مطرح نماید و یا حتی ممکن است علیه نیازهای عمومی توسعه پایدار عمل کند. (hutter;1995;155) از این رو، این راه کار به طور متناقضی به صورت جداگانه به ابعاد مختلف مفهوم گردشگری برای تشریح پایداری در آن نگاه می‌کرد. به همین دلیل به منظور رسیدن به چشم‌انداز توسعه پایدار در حوزه گردشگری، ایجاد رویکرد جامع و یکپارچه ضروری است. (butler;1999;25) وجود این کاستی‌ها در گردشگری پایدار سبب شد تا در ادبیات گردشگری، از سال ۱۹۹۲ و بعد از کنفرانس ریو و در طی موج سوم توسعه، پارادایم جدیدی در جهت پوشش دادن به همه ابعاد و زمینه‌های توسعه پایدار به نام توسعه پایدار گردشگری مطرح گردد که پارادایم جدیدی نسبت به رهیافت نخستین گردشگری پایدار محسوب می‌شود. در این پارادایم جدید تلاش شده تا اصول اساسی توسعه و توسعه پایدار بیشتر مدنظر قرار گرفته شود تا خود گردشگری و اجزاء و عناصر آن، چرا که در پارادایم توسعه پایدار گردشگری، گردشگری به مثابه‌ی چرخه برای توسعه پایدار تلقی می‌گردد و اصول اساسی توسعه پایدار همانند کاهش فقر روستایی، عدالت و توزیع درآمد، برابری میان نسلی و بین نسلی، تنوع زیستی و... مورد نظر است. لذا در این پارادایم توسعه پایدار گردشگری به این صورت تعریف می‌شود: توسعه پایدار گردشگری فرایندی است که نیازهای گردشگران فعلی و جامعه میزبان را در حالی که فرصت‌های آینده را مورد حمایت قرار می‌دهد و تقویت می‌کند، برآورده می‌سازد. در واقع در این تعریف حرکت به گونه‌ای است که منجر به مدیریت تمامی منابع به شیوه‌ای می‌شود که نیازهای اقتصادی، اجتماعی، زیباشناسی و اکولوژیکی را با حفظ یکپارچگی فرهنگی، انرژی، آب، هوا، زیستگاه حیات وحش، فرایندهای

اصلی اکولوژیک، تنوع زیستی و . . . برآورده سازد. توسعه پایدار نوعی راهبرد توسعه است تمام دارایی‌ها و منابع طبیعی و انسانی را مانند منابع مالی و فیزیکی برای افزایش ثروت در بلندمدت مدیریت می‌کند. توسعه پایدار مخالف هر سیاست یا عملکردی است که به نوعی نسل‌های بعدی را به خطر بیندازد. (کمپل، ۱۹۶۶)

کمپل مسیرهای دست یابی به توسعه پایدار را در دو دسته مسیرهای محتوایی و مسیرهای رویه‌ای تقسیم کرده و اظهار می‌کند که در بعد محتوایی برنامه‌ریزان باید با استفاده از دانشی که درباره چگونگی اقتصاد شهرها و اثرات اکولوژیکی دارند، طرح‌های خاض و دور اندیشانه‌ای را برای ارتقای پایداری در شهرها ارائه دهند و در بعد رویه‌ای، نقش برنامه‌ریزان ترتیب دادن فرایندها و رویه‌ها برای تصمیم سازی پایدار است.

استراتژی توسعه گردشگری شهری

استراتژی توسعه گردشگری (TDS) عبارتست از تهیه چشم‌انداز بلندمدت یک منطقه (ناحیه) که بر اساس آن اقدام کوتاه مدت تهیه می‌شود. این استراتژی اتخاذ رویکرد تجزیه و تحلیل جامع است که همه عناصر لازم برای توسعه و بهبود وسعت گردشگری را دارا می‌باشد. این استراتژی به عنوان وسیله‌ای برای رشد اقتصادی به منظور توسعه یک استراتژی برای آینده گردشگری شهرها، به خصوص شناسایی محدودیت‌هایی که نیاز به کار دارند، می‌تواند اولویت‌هایی از جمله اهداف، توسعه محصول و استراتژی بازاریابی برای شناسایی عواملی که می‌توانند به بهبود سودآوری، جذب سرمایه‌گذاری و به بررسی نقش دولت و بخش تجاری برای تعیین کمیت و کیفیت منابع لازم و حمایت از بخش‌هایی که مناسب برای منطقه می‌باشند. هدف اصلی به حداکثر رساندن منابع اقتصادی پایدار از گردشگری شهری و طرح‌های روشن و قطعی که به ارائه راهکارهای مناسب برای بخش‌های اقتصادی و اجتماعی می‌نماید. مدتهاست که کشورهای جهان با توجه به درک اهمیت صنعت گردشگری اقدام به ارائه طرح‌ها و ارائه چشم‌اندازهای جامع از آینده که بتوانند با توجه به این سود سرشار سهمی از این صنعت را به خود اختصاص دهند. (Tourism National Development Strategy;2009;18)

توسعه پایدار گردشگری

سازمان جهانی گردشگری، توسعه پایدار جهانگردی را شامل حفظ محیط زیست و منابع انسانی و اجتماعی مورد استفاده در فرایند گردشگری می‌داند. (الوانی، ۱۰۷، ۱۳۸۵) تقریباً وجه اشتراک تمامی تعاریف توسعه پایدار گردشگری، حفظ محیط زیست انسانی است که این امر در قبال ارتباط متقابل میان چهار رکن اساسی توسعه یعنی توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی جامع عمل خواهد پوشاند. هرگاه توازن در کنش و واکنش متقابل میان اجزاء برهم خورد، پایداری خسته‌دار خواهد شد (علیزاده، ۷۲، ۱۳۸۱).

گردشگری پایدار و اهداف آن

سیاست گردشگری پایدار در دنیای امروز رهیافت جامعی است که خواهان رشد بلندمدت صنعت گردشگری بدون اثرات مخرب بر زیست بومهای طبیعی است و براین نکته تأکید دارد که در قالب توسعه گردشگری، بشر قادر خواهد بود که جوانب خاصی از محیط را در جهت مثبت یا منفی تعدیل یا دستکاری نماید. (شریف زاده، ۵۵، ۱۳۸۱) توسعه پایدار بر مبنای سه اصل عمده پایداری، بوم شناختی، پایداری اجتماعی-فرهنگی و پایداری اقتصادی استوار است.

اگر مفهوم اصلی پایداری را پایدار کردن کیفیت زندگی مردم بدانیم در آن صورت توسعه پایدار چنین تعریف می‌شود: فرایندی از تغییر که ضمن حفاظت از منابع طبیعی و انسانی مورد نیاز نسلهای بعدی، کیفیت زندگی مردم را بهبود می‌بخشد (بدری و دیگران، ۱۴، ۱۳۸۴)

۱- اصلاح کیفیت زندگی جامعه میزبان

۲- تأمین تجارت کیفی برای گردشگر

۳- حفظ کیفیت محیط زیست که هم جامعه میزبان و هم گردشگر وابسته به آنند.

هدف اصلی توسعه پایدار ارائه مسیرهای منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و جلوگیری از اتلاف منابع طبیعی، ممانعت از به کارگیری غیر علمی این منابع، جلوگیری از عدم استفاده از منابع طبیعی و سرانجام توسعه مطلوب انسانی است. (رضوانی، ۷، ۱۳۷۴)

فرضیه تحقیق

* معضلات اقتصادی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

* معضلات محیطی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

* ورود گردشگران به شهر تبریز دارای مزیت‌های اقتصادی می‌باشد.

بررسی و ارزیابی وضعیت موجود گردشگری شهر تبریز

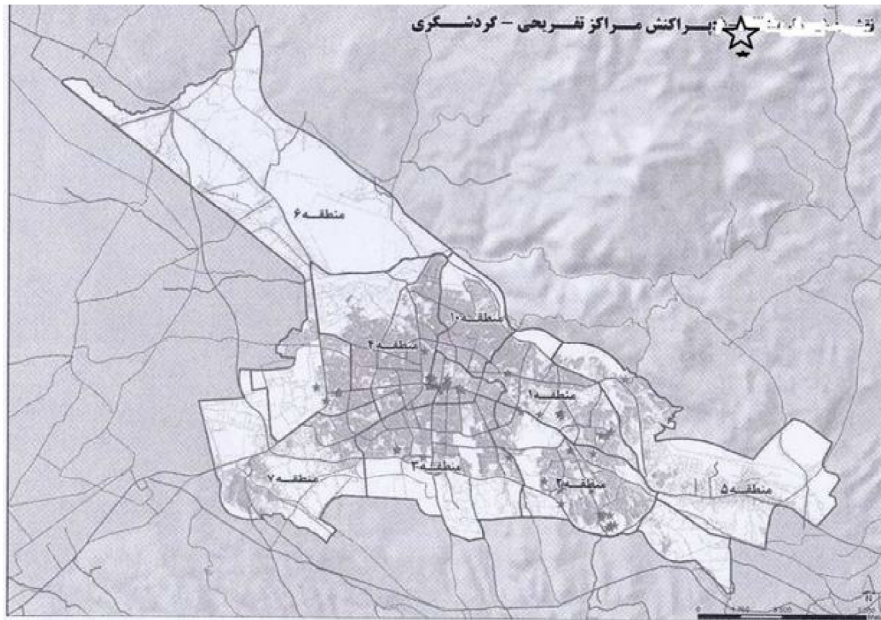
گردشگری شهری، بخشی از گذران اوقات فراغت شهروندان است. این نوع صنعت حفاصل گذران اوقات فراغت در داخل و خارج از شهر می‌باشد. گردشگری شهری به آن بخشی از گذران اوقات فراغت گفته می‌شود که در محدوده سکونت شهری شهروندان و فضاهای باز درون شهری از جمله پارک‌ها، شهربازی‌ها، مراکز خرید، مراکز فرهنگی و تاریخی و... شکل می‌گیرد. رشد چنین صنعتی در نقاط مختلف

جهان از جمله در ایران علی‌الخصوص در کلان‌شهرهای بزرگ جامعه ما به صورت روزانه یا هفتگی، که توانسته بخشی از نیازها و فعالیت‌های فراغتی مستمر شهروندان را ارضاء کند در حال گسترش و تداوم می‌باشد.

بر اساس چنین ویژگی امروزه گسترش فضاها با جمعیتی، ایجاد مراکز فراغتی مدرن یکی از اهداف مهم برنامه‌ریزان مدیریت کلان‌شهرهای جامعه می‌باشد. گسترش این نوع گردشگری مدرن در سطح توسعه محلی پایدار و در نهایت توسعه ملی علاوه بر تأمین اهداف اقتصادی، زیست محیطی، تعادل بخشی در گذران اوقات فراغت، تأمین سلامت جسمی و روانی که با خود به همراه می‌آورد، نقش بارزی در جذب توریسم خارجی و داخلی برای یک سیستم مدیریت شهری با برنامه‌ریزی پیچیده و چندوجهی را به همراه دارد. بر این اساس گردشگری شهری چون با گذران اوقات فراغت، نیازهای فراغتی در درون شهر و محیط پیرامون شهر به صورت مستمر و پایدار در ارتباط است. این صنعت در شهرها بخش جدایی ناپذیر خدمات شهری چندوجهی مورد نیاز شهروندان دائم و غیردائم شهری را تشکیل می‌دهد. و بر این اساس این صنعت در حیطه وظیفه برنامه‌ریزان مدیریت شهری واقع می‌شود. علاوه بر این گردشگری شهری با ارزش‌های محیطی، میراث فرهنگی و تاریخی هر شهر ارتباطی تنگاتنگ دارد، که از این منظر توجه به استقلال به این امر در طرح‌های توسعه و عمران شهری ضروری به نظر می‌رسد. باید توجه کرد که گردشگری شهری و کیفیت و کمیت آن یکی از شاخص‌های مهم توسعه و عمران شهری به شمار می‌آید، اما در کل برای تحقق گردشگری شهری در شهرها می‌بایست گردشگاه و مجموعه‌های گردشگری درون شهری و برون شهری و حومه‌ای به تناسب به وجود آید و تسهیلات گردشگری نیز در یک شهر به تناسب طیف گردشگران فراهم شود. (اکبرزاده ابراهیمی، ۲۴، ۱۳۸۶)

با توجه به ویژگی‌های گردشگری که ذکر شد اکثر افراد جامعه محلی در شهر تبریز برای گذران اوقات خودشان به مکانهایی سفر می‌کنند که هدف شخصی از آن فضا را داشته باشند. روشن است که بازدید افراد از مکان‌های فرهنگی و تاریخی شهر

نشانه‌ای از اهمیت دادن افراد به قدمت و پیشینه‌ی تاریخ سرزمین خود هستند. و با توجه به تنوع جاذبه‌ها افراد بنا به سلیقه خودشان به بازدید و گردشگری در آنجا می‌پردازند. لذا این امر یک رابطه دو طرفه خواهد بود که جامعه تحت تأثیر جاذبه‌ها قرار می‌گیرند و باعث می‌شوند تا حدی جامعه بر روح و روان خود مسلط شوند. این شهر که دارای جاذبه‌های گردشگری و آثار تاریخی زیادی می‌باشد مشخص است که ابتدا باید مردم محلی به این جاذبه‌ها بها بدهند و با افزایش بازدید از این مکان‌ها هنر و فرهنگ و طبیعت سرزمین خود را به نمایش بگذارند تا اینکه در مقیاس بالاتر از محلی و منطقه‌ای خود را نشان دهند.



شکل شماره (۱): نقشه پراکنش مراکز تفریحی-گردشگری تبریز

به عبارتی دیگر برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر ابتدا باید خودشان از جاذبه‌های شهرشان مطلع باشند تا برای دیگران نیز معرفی نمایند. برای بررسی و ارزیابی بازارهای محلی گردشگری شهر تبریز با توزیع ۳۰۰ پرسشنامه مشخص شده است که بیشتر افراد الگوهای تفریحی و فضای سبز را در اولویت محیط‌هایی قرار داده‌اند که برای گذران اوقات فراغت خودشان انتخاب می‌کنند. سپس به ترتیب الگوهای تاریخی و فرهنگی، تجاری، مذهبی و زیارتی در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند. حدود ۷۰ درصد شهروندان محیط‌های خارج از خانه و ۳۰ درصد دیگر محیط داخل از خانه را برای گذران اوقات فراغت خود انتخاب کردند. الگوهای فضای سبز و تفریحی و ورزشی، پارک ائل گلی در انتخاب اول قرار گرفته، سپس تفرجگاه عینالی، باغ‌ارباغی و پارک باغمیشه و... در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در میان آثار تاریخی به ترتیب، مسجد کبود، موزه آذربایجان، عمارت شهرداری، مقبره الشعرا و سایر موزه‌ها، و در میان الگوهای تجارت ابتدا بازار تبریز، تربیت، ولیعصر و رشديه و لاله پارک در اولویت قرار گرفته است. برخی از شهروندان نیز فضاهای مذهبی تبریز را به عنوان یکی از الگوهای گردشگری شهری مانند سیدحمزه، سیدمحمدآقا، سیدجمال را انتخاب کرده‌اند. بررسی و ارزیابی بازار محلی گردشگران شهری به منظور استفاده در اوقات فراغت نشان می‌دهد که این فضا به لحاظ کمی و کیفی در سطح مناسب نیستند. به این معنی که فضاها در بیشتر موارد مطابق با نیازها، علائق و ویژگی‌های استفاده کنندگان نیستند، همین امر موجب عدم هماهنگی و تعلق بین فرد و محیط و عدم استفاده صحیح و مناسب از سوی مردم شده است. با توجه به شرایط شهر تبریز به لحاظ جمعیتی، اقلیمی و مهاجرپذیر بودن و نیز اختصاص بیشترین زمان شهروندان به کار اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری شهری، ایجاد و طراحی فضاهای تفریحی در شهر تبریز بیش از پیش تأکید می‌شود.

مدل تحلیلی SWOT

این مدل برای برنامه‌ریزی راهبردی است که انجام تحلیل وضعیت و بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات به منظور شناسایی مسایل راهبردی و ارایه راهبردی مناسب در بلندمدت استفاده می‌شود. (مهدوی، ۱۸، ۱۳۸۲) این مدل یک راهبرد مناسب برای به حداکثر رساندن قوت‌ها و فرصت‌ها و به حداقل رساندن ضعف و تهدیدها می‌باشد.

فرصت‌ها و تهدیدات خارجی: مقصود از فرصت‌ها و تهدیدات خارجی رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناختی، محیطی است که در آینده می‌تواند مفید یا مضر باشد.

نقاط قوت و ضعف داخلی: نقاط قوت و ضعف داخلی جزء فعالیت‌های قابل کنترل هستند که سازمان آن را به شیوه‌ای بسیار عالی یا بسیار ضعیف انجام می‌دهد. (فردار، ۳۶، ۱۳۸۲).

مجموعه نقاط ضعف برای گردشگری شهری تبریز

- مشکلات دسترسی، شلوغی و ازدحام در برخی معابر و خیابان‌های بخش مرکزی شهر، معابر تنگ و باریک و مشکلات ترافیکی به دلیل عدم رعایت سلسله مراتبی شبکه‌ی ارتباطی و فشردگی معابر از جمله ضعف‌های توسعه‌ی گردشگری شهر تبریز است.

- کافی نبودن آگاهی رسانی و تبلیغات در رسانه‌های گروهی، نبود تبلیغات مناسب و عدم استفاده از ابزار مدرن مانند اینترنت و ناشناخته ماندن بسیاری از جاذبه‌ها برای گردشگران از دیگر ضعف‌ها و موانع گردشگری شهر تبریز است.

- گردشگری شهری جدا از برنامه‌ریزی شهری نیست و باید در نظام برنامه‌ریزی شهری در نظر گرفته شود. در طرح‌های توسعه‌ی شهر تبریز که برای این شهر تهیه شده است و تنها به کاربری‌های شهری و نحوه‌ی توزیع آنها و مشکلات مربوط به آنها پرداخته شده است.

- مراکز اقامتی که در شهر تبریز وجود دارند به ویژه مهمان پذیرها؛ قدیمی هستند و کیفیت ارایه‌ی خدمات در آنها پایین است. از سوی دیگر به بازسازی و تجهیز آنها کمتر توجه می‌شود و همچنین درجه بندی آنها با امکانات موجود در آنها هم‌خوانی زیادی ندارد. این درحالی است که برای گردشگران از نظر قیمت مهمان پذیرها مناسب‌تر است.

- امروزه فرهنگ سازی در بین مردم و معرفی گردشگری به عنوان یک صنعت نقش مهمی در تغییر نگرش مردم به گردشگری دارد. در بین بیشتر مردم شهر تبریز گردشگری و نقشی که این صنعت در توسعه‌ی شهر دارد، کمتر مورد توجه است. این درحالی است که اگر آگاهی‌های لازم در زمینه منابع و مزایایی که از گردشگری برای شهرها حاصل می‌شود به مردم داده شود در نحوه برخورد مردم با گردشگران تأثیر بسیار مثبتی خواهد داشت.

-میزان توجه مردم و مسئولین به ارزش‌های فرهنگی شهر تبریز که به عنوان یک شهر فرهنگی شناخته می‌شود و جزء شش شهر فرهنگی کشور به حساب می‌آید کافی نیست، کم توجهی به سینماها و سالن‌های تئاتر نمونه‌ای از آن است. سالن‌های سینما در شهر تبریز از نظر کمی و کیفی در شرایط مناسبی نیستند و بسیاری از آنها به مراکز تجاری بدل شده‌اند.

-با توجه به اینکه سه مؤلفه مهم و مؤثر بر توسعه گردشگری، جاذبه‌های گردشگری، امکانات، زیرساخت‌ها و برنامه‌ریزی و مدیریت است. نبود هر کدام از این مؤلفه‌ها مانع توسعه گردشگری می‌باشد. تنها جاذبه‌ها و امکانات برای گردشگری شهری کافی نیست؛ بلکه باید برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح در شهرها توسط مسئولان شهری و گردشگری اعمال شود تا از این امکانات و جاذبه‌ها استفاده بهینه شود.

-وجود پارکینگ‌های مناسب و مجهز یکی از نیازهای اساسی گردشگران به ویژه در شهرهایی مانند تبریز است که در بافت تاریخی شهر، بخش تجاری و اداری نیز قرار گرفته است و این بخش دارای ترافیک شدید و مشکلات آمد و شد به ویژه در فصول گردشگری است، این در حالی است که نبود پارکینگ‌های مجهز در مناطق پرتردد و پر جاذبه از نظر گردشگری مشکلات زیادی برای مراجعه کننده به این محدوده‌ها به وجود می‌آورد.

تهدیدها برای گردشگری شهری تبریز

-تبریز پس از شهر تهران دومین شهر صنعتی کشور است. تشدید آلودگی هوای شهر تبریز در نتیجه‌ی صنعتی شدن و افزایش جمعیت و مهاجرپذیری این شهر که پس از تهران آلوده‌ترین شهر کشور است، تهدیدی جدی برای توسعه‌ی گردشگری شهر تبریز محسوب می‌شود.

-بافت تاریخی و باستانی بیانگر هویت یک شهر است. در بسیاری از کشورهای توسعه یافته که قصد توسعه گردشگری دارند به جاذبه‌های تاریخی، باستانی ارزش و اهمیت زیادی داده می‌شود و اقدامات زیادی برای حفظ و بازسازی بناها صورت می‌گیرد، اما آن گونه که باید به این آثار توجه نمی‌شود. نمونه آن ساخت مصلی در کنار ارک علیشاه و تخریب بازارچه سماورسازان و درب باغمیشه در شهر تبریز است.

-ایجاد فضای نامساعد تبلیغاتی و مخدوش کردن چهره‌ی ایران در عرصه بین‌المللی سبب شده تا مسافرت به این مناطق و دیدن جاذبه‌های گردشگری کمتر مورد توجه گردشگران خارجی قرار گیرد. جدول شماره (۲)

-به دلیل نبود امکانات مناسب در حمل و نقل جاده‌ای استان و وجود راه‌های ناامن و غیراستاندارد آمار تصادفات جاده‌ای در راه‌های استان نسبت به سایر استان‌ها بالاست و این مسئله تهدیدی برای توسعه گردشگری شهر تبریز است. جاده‌های ارتباطی اهر تبریز و میانه تبریز از جاده‌های حادثه خیز و پرترافیک استان است که آمارهای تصادفات جاده‌ای آنها بالاست.

نقاط قوت برای گردشگری شهری تبریز

از جمله نقاط قوت گردشگری شهر تبریز این است که این شهر جزء شش شهر فرهنگی مهم کشور است و دارای پیشینه غنی و ابنیه‌های تاریخی، باستانی و مذهبی متعددی مانند بزرگترین بازار سرپوشیده و مسقف جهان می‌باشد. ثبت ۱۸۰۰ مکان با ارزش تاریخی و فرهنگی این شهر در فهرست آثار ملی استان آذربایجان شرقی تأییدی بر ارزش‌های فرهنگی این شهر است. جدول شماره (۱)

- شهر تاریخی و فرهنگی تبریز افزون بر جاذبه‌های تاریخی خود، دارای جاذبه‌های طبیعی نیز می‌باشد. از این جاذبه‌های طبیعی، مذهبی و تفریحی، کوه عون بن علی در شمال این شهر است. در بالای این کوه مقبره دو امامزاده قرار گرفته است که دارای جاذبه مذهبی نیز می‌باشد. طی سال‌های اخیر با اقداماتی که برای توسعه فضای سبز این محدوده شده و وجود امکانات و تسهیلات تفریحی و رفاهی مناسبی مانند رستوران و پارک در این محل و همچنین احداث تله کابین، این مکان به یکی از مکانهای گردشگری و تفریحی شهر تبریز بدل شده است. (خبرگزاری ایرانا، ۱۳۸۵)

- وجود صنایع دستی متنوع و باارزش مانند فرش تبریز که شهرت جهانی دارد از دیگر قوت‌های گردشگری این شهر است که از لحاظ اقتصادی برای این شهر اهمیت زیادی دارد.

مجموعه فرصت‌ها برای توسعه گردشگری شهری تبریز

- وجود اشتراکات فرهنگی با کشورهای همسایه مانند ترکیه و آذربایجان، فرصت مناسبی دیگری برای توسعه گردشگری شهر تبریز است.

- شرایط اقلیمی کشور و حاکم بودن شرایط گرم و خشک و نیمه خشک در اکثر مناطق مرکزی و جنوبی کشور سبب شده است تا با توجه به شرایط اقلیمی مناسب شمال و شمال غرب کشور و از جمله شهر تبریز در بهار و تابستان، در دوره گرم سال گردشگران زیادی این منطقه و تبریز را به عنوان مقصد گردشگری انتخاب کنند.

- احداث بزرگراه شهید کلانتری بین تبریز و ارومیه سبب کوتاه شدن مسیر بین شهر تبریز و ارومیه شده و خطرات سختی‌های مسیرهای ارتباطی زمینی بین این دو شهر را کاهش داده و سبب شده تعداد گردشگران بازدیدکننده از این دو شهر افزایش یابد.

- با توجه به موقعیت ویژه شهرستان تبریز به عنوان یکی از قطب‌های اقتصادی کشور، ارتباط از طریق حمل و نقل جاده‌ای با سایر مناطق کشور و نیز کشورهای اروپایی و جمهوری قفقاز، محورهای تبریز بستان آباد، سراب اردبیل، تهران بازرگان و تبریز جلفا اصلی ترین محورهای جاده‌ای استان می‌باشند. جدول شماره (۲) محورهای یادشده بیشتر نقش ترانزیتی دارند و گذشته از ارتباط درون و بیرون کشور نقش حائز اهمیتی در حمل و نقل بار و مسافر در بعد فراملی ایفا می‌کنند.

جدول شماره (۱): ماتریس مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری شهر تبریز

مؤلفه	نقاط قوت	نقاط ضعف
اقتصادی	وجود صنایع دستی متنوع و باارزش مانند فرش تبریز برخورداری از ظرفیت‌ها وامکانات مناسب برای توسعه گردشگری سلامت مانند وجود بیمارستان مجهز و تخصصی در شهر تبریز	ضریب اشتغال پایین هتل‌ها در شهر تبریز و به تبع آن درآمدزایی ناچیز فعالیت هتل داری در این شهر
اجتماعی و فرهنگی نهادی	قرارگیری شهرتبریز جزء شش شهر فرهنگی کشور و برخورداری از پیشینه تاریخی، مذهبی و باستانی ارزشمند چون بزرگترین بازار سرپوشیده و مسقف جهان برخوردار از زمینه‌های فرهنگی غنی از نظر آداب و سنن و ارزش‌های مردم شناسی، وجود حس مهمان‌نوازی در مردم شهر تبریز وجود فضای آرام برای گردشگری همراه با امنیت برای گردشگران در شهر باور مسئولین نسبت به اهمیت نقش گردشگری در توسعه همه جانبه شهر تبریز	عدم رعایت حریم بافت تاریخی در نتیجه نبود هماهنگی در مدیریت و برنامه‌ریزی شهر تبریز کم توجهی مسئولین به تقویت و تجهیز امکانات فرهنگی و هنری مانند سینماها و سالن‌های نمایش کمبود کادر مجرب و متخصص در زمینه‌ی هتل داری در هتل‌ها کاهش ضریب اشتغال تخت و اتاق هتل‌های شهر تبریز در فصول پاییز و زمستان نبود بازرسی و نظارت دقیق بر مدیریت و ارائه خدمات مهمانپذیر در شهر تبریز کمبود برنامه‌های تبلیغاتی در رسانه‌های گروهی و عدم استفاده از ابزارهای جدید تبلیغاتی اختلاف دیدگاه بین سازمان میراث فرهنگی و شهرداری در حفظ، نگهداری و بهسازی بافت تاریخی شهر کمبود نیروی انسانی مجرب و کارآزموده در مکانهای گردشگری نبود امنیت شغلی راهنمایی گردشگری کم توجهی به جایگاه گردشگری در طرح‌های توسعه شهری کم اهمیت بودن نقش گردشگری در توسعه شهری در بین مردم
فضایی، کالبدی		کم توجهی به ساماندهی و بهسازی فضاها و محوطه‌های پیرامون بناهای با

<p>ارزش تاریخی و کاهش جلوه و جذابیت این آثار کمبود فضاهای تفریحی و تفرجگاهی در درون و پیرامون شهر تبریز نسبت بالای مهمان پذیرها به هتل‌ها در شهر تبریز کم توجهی به تجهیز و زیباسازی فضاهای تاریخی مانند نورپردازی آنها کم توجهی به تجهیز و ساماندهی مبلمان شهری در محدوده بخش مرکزی و در پیرامون بازار تاریخی شهر تبریز</p>	
---	--

جدول شماره (۲): ماتریس عوامل خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری شهر تبریز

	تهدیدها	فرصت‌ها	مؤلفه
	<p>افزایش رقابت بین شهرهای موجود در منطقه با ایجاد امکانات و خدمات بیشتر با هدف افزایش گردشگر</p>	<p>افزایش انگیزه بخش خصوصی در سرمایه گذاری در بخش گردشگری همکاری بین کشورهای عضو اکو در زمینه توسعه گردشگری مانند لغو روادید میان کشورهای عضو، ایجاد تارنمای گردشگری اکو و سرمایه گذاری در بخش گردشگری برپایی نمایشگاه‌های دائمی و موقت صنایع دستی در شهر تبریز ایجاد بانک گردشگری در کشور و افتتاح دومین شعبه آن پس از تهران در شهر تبریز برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌های</p>	<p>اقتصادی</p>

		<p>بین‌المللی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در کشور توسعه شرکت‌های ارائه دهنده خدمات گردشگری در سطح کشور وجود بازارهای بزرگ گردشگری در کشورهای اسلامی</p>	
	<p>وجود تشریفات و مقررات دست و پاگیر در مبادی ورودی و خروجی شهر روند رو به تعطیلی سالن‌های سینما و نمایش در شهر تبریز و یا تبدیل آنها به مجتمع‌های تجاری و پاساژ روند کاهشی تعداد سینماهای شهر تبریز طی سال‌های اخیر نبود هماهنگی در بین مسئولین مرتبط با مدیریت شهری و بخش گردشگری برای برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد و صحیح گردشگری وجود فضای نامساعد تبلیغاتی در عرصه بین‌المللی برای مخدوش ساختن چهره ایران به تبع آن کاهش تعداد گردشگران خارجی وجود حس ناامنی در بین گردشگران به دلیل کمبود یا نبود پارکینگ در</p>	<p>وجود اشتراکات فرهنگی با کشورهای همسایه و وجود زمینه و بستر توسعه گردشگری در شهر تبریز وجود مقررات تسهیل‌کننده برای ورود گردشگران از کشورهای همسایه به شهر تبریز شروع عملیات اجرایی قطار شهری و تسهیل رفت و آمد گردشگران به مکانهای تاریخی و باستانی دگرگونی‌های فرهنگی و افزایش انگیزه برای مسافرت و گردشگری در بین مردم</p>	<p>اجتماعی، فرهنگی و نهادی</p>

	<p>محدوده‌های گردشگری پذیر بخش مرکزی شهر و احتمال سرقت خودرو یا لوازم آن</p>		
	<p>تشدید آلودگی هوای شهر تبریز به دلیل فعالیت‌های متنوع و متعدد صنعتی و . قرارگیری شهر تبریز در محدوده‌های پرخطر از نظر لرزه خیزی و احتمال وقوع زلزله سردسیر بودن منطقه و دوره طولانی مدت سرما و افت شدید تعداد گردشگران در فصل زمستان وجود نقاط حادثه خیز در محورهای ارتباطی استان و آمار بالای تصادفات جاده‌ای خشکسالی مستمر در حوضه آبریز دریاچه ارومیه و کاهش جاذبه‌های گردشگری این دریاچه وجود آلودگی‌های زیست محیطی چون آلودگی هوا و منظر در بافت تاریخی شهر که محل قرارگیری قسمت عمده جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر است. کمبود سرانه کاربری فضای سبز در شهر تبریز به دلیل توسعه سایر کاربری‌های شهرکم توجهی به ساماندهی کمبود فضای</p>	<p>برخورداری از ظرفیت‌های طبیعی بالقوه در سطح استان و شهر تبریز برای توسعه ورزش‌های کوهنوردی و اسکی مانند پیست اسکی سهند قرار گرفتن در مسیر ارتباطات ریلی کشور با کشورهای همسایه از جمله عبور خط آهن تهران، آنکارا از شهر تبریز قرار گرفتن شهر تبریز در مسیر ارتباطی اروپا، آسیای شرقی (جاده ابریشم) و تهران وجود شبکه گسترده ارتباطات جاده‌ای در منطقه وجود امکانات ارتباطی بهتر بین بخش مرکزی ایران و تبریز از جمله افتتاح اتوبان تبریز، زنجان و همچنین احداث بزرگراه شهید کلانتری بین تبریز و ارومیه مجاورت آثار باستانی و تاریخی شهر تبریز با یکدیگر و سهولت دسترسی گردشگران برای بازدید از این آثار در سطح شهر داشتن آب و هوای مطبوع در فصل بهار و</p>	<p>فضایی، کالبدی</p>

<p>سبز ازسوی مدیران و برنامه‌ریزان شهر تبریز کم توجهی به احیاء و بازسازی جاذبه‌های تاریخی، باستانی و روند رو به تخریب آثار باارزش تاریخی عدم تکمیل راه آهن تبریز، میانه احداث مصلاهی تبریز در کنار ارگ بم و عدم توجه به حریم بناهای تاریخی ناکافی و فرسوده بودن تجهیزات حمل و نقل ریلی و عدم توسعه شبکه راه آهن موجود و پایین بودن سرعت و کیفیت قطارها</p>	<p>تابستان وجود جاذبه‌های تاریخی و باستانی ثبت شده در فهرست آثار جهانی مانند بازار تبریز</p>	
--	--	--

بررسی اثرات اقتصادی در توسعه گردشگری شهر تبریز

جهت تعیین ظرفیت نهایی توسعه گردشگری شهر تبریز از نگاه جامعه میزبان نیاز به انجام پیمایش‌های میدانی شامل انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه می‌باشد. جهت دست یابی به این مهم ۱۵۰ پرسشنامه (جامعه آماری) از ساکنین شهر، فعالان اقتصادی در محدوده گردشگری و مرکز شهر تبریز تکمیل شد که نتایج آن در ذیل ذکر می‌گردد. ویژگی‌های توصیفی متغیرهای مورد بررسی با استفاده از آمار توصیفی پرداخته شده است و در انتها یافته‌ها نتایج مربوط به سوالات با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن مورد سنجش قرار گرفته است.

تحلیل توصیفی

توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی مزیت اقتصادی

مطابق اطلاعات جدول شماره (۳) ملاحظه می‌شود که متوسط نمره مؤلفه‌ی مزیت اقتصادی ۴/۳۰۶ با انحراف استاندارد ۰/۴۷ و انحراف میانگین ۰/۰۳ به دست آمده است. به طوری که حداقل نمره این متغیر ۳ و حداکثر آن ۵ به دست آمده است. این متغیر در حد بالا ارزیابی می‌شود. توضیح اینکه دامنه تغییرات حداقل نمره ۵، ۱ بر مبنای گزینه‌های پرسشنامه است؛ اما از نظر پاسخ دهندگان حداقل نمره ۳ می‌باشد.

جدول شماره (۳): توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی مزیت اقتصادی

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
مزیت اقتصادی	۱۵۰	۴/۳۰۶	۰/۰۳	۰/۴۷	۳	۵

توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی معضلات اقتصادی

طبق اطلاعات جدول شماره (۴) ملاحظه می‌شود که متوسط نمره مؤلفه‌ی معضلات اقتصادی ۴/۳۳ با انحراف استاندارد ۰/۵۴ و انحراف میانگین ۰/۰۴ به دست آمده است. به طوری که حداقل نمره‌ی این متغیر ۲/۷۵ و حداکثر آن ۵ به دست آمده است. این متغیر در حد بالایی ارزیابی می‌شود.

جدول شماره (۴): توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی معضلات اقتصادی

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
معضلات اقتصادی	۱۵۰	۴/۳۳	۰/۰۴	۰/۵۴	۲/۷۵	۵

تحلیل استنباطی

-آزمون T تک نمونه‌ای برای آزمون فرضیه‌های مربوط به متغیرهای مستقل و آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی وضعیت مطلوب مؤلفه‌های مورد مطالعه

آزمون فرضیه اول: معضلات اقتصادی ناشی از گردشگری از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

با توجه به مقادیر جدول ذیل به خصوص مقادیر $\text{value-p } 0/000$ فرض صفر در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود. یعنی میانگین مشاهدات برابر عدد ۳ نیست و از آن جایی که میانگین عملی (۴/۳۳) بیشتر از ۳ یعنی میانگین نظری است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که میانگین مشاهدات به طور معنادار از مقدار ۳ بیشتر است. به عبارت دیگر در سطح خطای ۵ درصد فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود. پس می‌توان ادعا کرد که معضلات اقتصادی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

جدول شماره (۷): آزمون تی تک نمونه‌ای برای فرضیه یک

متغیر	تعداد	میانگین	T	DF	اختلاف میانگین	p-value
معضلات اقتصادی	۱۵۰	۴/۳۳-۰/۵۴	۳۳/۴۹	۱۴۹	۱/۳۰۶	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه دوم: معضلات محیطی ناشی از گردشگری از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

با توجه به مقادیر جدول ذیل به خصوص مقدار value-p0/000 فرض صفر در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود. یعنی میانگین مشاهدات برابر عدد ۳ نیست و از آن جایی که میانگین عملی (۳/۹۵) بیشتر از ۳ یعنی میانگین نظری است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که میانگین مشاهدات به طور معناداری از مقدار ۳ بیشتر است. به عبارت دیگر در سطح خطای ۵ درصد فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود. پس می‌توان ادعا کرد که معضلات محیطی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

جدول شماره (۸): آزمون تی تک نمونه‌ای برای فرضیه دوم

متغیر	تعداد	میانگین	T	Df	اختلاف میانگین	p-value
معضلات محیطی	۱۵۰	۳/۹۵-۰/۷۲	۱۶-۱۸	۱۴۹	۰/۹۵	۰/۰۰۰

آزمون فرضیه سوم: ورود گردشگران به شهر تبریز دارای مزیت‌های اقتصادی می‌باشد.

با توجه به مقادیر جدول ذیل به خصوص مقدار value-p0/000 فرض صفر در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود. یعنی میانگین مشاهدات برابر عدد ۳ نیست و از آن جایی که میانگین عملی (۳/۹۵) بیشتر از ۳ یعنی میانگین نظری است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که میانگین مشاهدات به طور معناداری از مقدار ۳ بیشتر است. پس می‌توان ادعا کرد که معضلات محیطی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

جدول شماره (۹): آزمون تی تک نمونه‌ای برای فرضیه سوم

متغیر	تعداد	میانگین	T	Df	اختلاف میانگین	p-value
مزیت اقتصادی	۱۵۰	۴/۳۵-۰/۵۴	۳۰/۰۵	۱۴۹	۱/۳۳	۰/۰۰۰

آزمون فریدمن جهت رتبه بندی وضعیت مؤلفه‌های مورد مطالعه

به منظور اولویت بندی و تعیین میزان اهمیت هریک از فرضیه‌های از آزمون فریدمن استفاده گردیده است. این آزمون هنگامی به کار می‌رود که داده‌های آماری حداقل ترتیبی باشند و یا بتوان با مفهوم ترتیبی آن‌ها را رتبه بندی دو طرفه نمود. آزمون فریدمن بیان می‌کند که در بین عوامل آیا عواملی از سایر عوامل از وضعیت مطلوب برخوردار است، یا همه عوامل از نظر وضعیت مطلوب یکسانند. فرضیه صفر: مؤلفه مورد مطالعه دارای وضعیت مطلوب یکسان می‌باشند.

فرضیه یک: چهار مؤلفه مورد مطالعه دارای وضعیت یکسان نمی‌باشند.

جدول شماره (۱۱): نتایج آزمون فریدمن

حجم نمونه	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	p-value	نتیجه آزمون
۱۵۰	۵۰۱/۲۷۷	۵	۰/۰۰۰	رد فرض صفر

همان طور که در جدول شماره (۱۱) ملاحظه می‌شود در سطح معنی داری ۱ درصد فرض هم رتبه بودن فرضیه‌ها رد می‌شود. بنابراین این چهار مؤلفه دارای اهمیت یکسانی نمی‌باشند. در جدول ذیل رتبه مؤلفه‌ها ثبت شده است.

جدول شماره (۱۲): رتبه بندی فریدمن (مؤلفه‌های تحقیق)

عنوان متغیر مستقل	میانگین رتبه‌ها
مزیت اقتصادی	۴/۱۸
معضلات اقتصادی	۴/۲۵

نتیجه گیری

امروزه گردشگری به عنوان یکی از صنایع توسعه پایدار، فرصت‌های بزرگ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی برای کلان‌شهرها و مادرشهرهای جهانی از جمله کلان‌شهرهای ایران ایجاد می‌کند. این صنعت در ساختار فضایی شهرهای ایران تأثیر به‌سزایی برجای می‌گذارد. گردشگری شهری، امروزه به عنوان فرآیند رقابتی در هر جامعه‌ای در کلان‌شهرهای آن جامعه شده است که با مدیریت منسجم در زمینه سرمایه‌گذاری و ایجاد آمیسه‌های فضایی در داخل شهر می‌توانند میزبان گردشگران فراوان باشند.

با وجود اینکه نمی‌توان شهر پایدار را به دقت و وضوح تصویر کرد و در نتیجه راهکارهای دستیابی به آن را دقیقاً مشخص ساخت، شهر پایدار برآمده از فرایند توسعه‌ای است که ذهنیت ارتقاء همبستگی، سلامت اجتماعی-اقتصادی بوم شناسانه شهر و منطقه آن را فراهم کرده و این ذهنیت و امکان را به عینیت و اقدام مبدل ساخته است.

حال جایگاه گردشگری را به عنوان یک فعالیت مهم انسانی که ابعاد اقتصادی-اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی گوناگونی دارد که به تشریح آن در این پژوهش پرداخته‌ایم. در رابطه با اصول پایداری این گونه بیان می‌نماییم: توسعه پایدار تأمین نیازهای نسل‌های کنونی و آینده به نحوی که ضمن حفظ یکپارچگی و هویت فرهنگی به سلامت محیط زیست و تعادل اقتصادی بتوان رفاه و آسایش ساکنان را به صورت متعادل تأمین کرد. با یک ارتباط منطقی می‌توان گردشگری و توسعه پایدار که توسعه‌ای است که

فقط ارضاء نیازهای نسل امروز را در نظر نگرفته و به صورتی عادلانه در بین نسل حال و آینده عمل می‌نماید را تلفیق نمود و شعار « گردشگری سبز» یا « گردشگری پایدار» را سرلوحه کار و فعالیت‌های توسعه قرار داد و بپذیریم که پدیده پایداری آرمان نیست، بلکه یک ضرورت است.

کلان‌شهر تبریز جزء شش شهر تاریخی، فرهنگی کشور است و بر اساس آمار سرشماری چهارمین شهر پرجمعیت کشور محسوب می‌شود. شهر تبریز مانند دیگر شهرهای ایران توانمندی‌ها و قابلیت‌های زیادی برای توسعه گردشگری دارد، اما این شهر با وجود توان بالای توسعه گردشگری با مشکلات و موانع زیادی نیز روبروست. با این حال گردشگری اغلب به عنوان یکی از گزینه‌های توسعه پیش روی کشورها و نواحی در حال توسعه قرار دارد. توسعه پایدار گردشگری در ابعاد اجتماعی و فرهنگی، بهبود کیفیت زندگی، پایه‌گذاری سازمان‌های مدیریتی مربوط به جامعه، تشویق پذیرش تفاوت‌های فرهنگی و نهادینه کردن توسعه در فرهنگ محلی را به دنبال دارد. در میان شهرهای تاریخی و مهم ایران، شهر تبریز به عنوان یک پایلوت گردشگری شهری می‌تواند به عنوان یکی از مناسب‌ترین گزینه برای برنامه‌ریزی و اجرای توریسم شهری محسوب شود. که در این صورت محدوده وسیعی از فعالیت‌ها از قبیل اشتغال‌زایی، درآمد پایدار برای شهرداری‌ها، تنوع اقتصاد شهری حمایت از سرمایه‌گذاری، حفظ و بازسازی بناهای تاریخی و سنتی و... را در بر می‌گیرد.

منابع و ماخذ

- ۱- اکبرزاده، ابراهیمی، محمدحسن؛ (۱۳۸۶)، رشد گردشگری مطالعه توسعه گردشگری شهری، مجله شهرداری‌ها، شماره ۷۸.
 - ۲- الوانی، سیدمهدی، پیردوخت، معصومه (۱۳۸۵) «فرایند مدیریت جهانگردی» دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.
 - ۳- بدری و دیگران (۱۳۸۲) "ارزیابی پایداری، مفهوم و روش" فصلنامه تحقیقات جغرافیایی ش ۲.
 - ۴- جلالیان و حمید و برادران، سمیه، کهنه پوش، هادی (۱۳۸۹) نقش گردشگری در فرایند همگرایی فرهنگی کشورهای اسلامی، کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام.
 - ۵- دخیلی-کهنمویی، جواد (۱۳۸۳)، بررسی و راهکارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز، تبریز.
 - ۶- رضوانی، (۱۳۷۶) "جغرافیا و صنعت گردشگری" انتشارات پیام نور، چاپ چهارم.
 - ۷- شاریلی، ریچارد، تفلر، دیوید، (۱۳۹۱)، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه، ترجمه ضرغام بروجنی، انتشارات مهکافه.
 - ۸- شریف زاده، ا، مرادنژاد (۱۳۸۱) "توسعه پایدار گردشگری روستایی" ماهنامه اقتصاد جهاد، خرداد، شماره ۲۵.
 - ۹- علیزاده، کتابون، (۱۳۸۱) «اثرات حضور گردشگران و منابع زیست محیطی» فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی شماره ۴۴.
 - ۱۰- قادری (۱۳۸۲)، "نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی پایدار" پایان نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
 - ۱۱- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری، تهران، انتشارات سمت.
 - ۱۲- مدهوشی، مهدی، (۱۳۸۸)، ارزیابی موانع توسعه گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشی بازرگانی، شماره ۳۶.
 - ۱۳- نکویی، زهرا، ضرغام، ایمانی، (۱۳۸۹)، "بررسی رابطه جهانی شدن با توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱.
- 14- Butler. R. W. (1999). "Sustainable tourism" a state of the art Review. *tourism Geographices* .
 - 15- Butler, R, W, (2000), Ecotourism-Has it Achieved Majority or Has the bubble burst, keynote Address, pacific rim Tourism, Rotor, New Zealand
 - 16- Campbell. S. (1996). Green Cities ; Growing Cities Just Cities. *Urban and planning and the contradiction of sustainable Development "Journal of planning Association* 3;226
 - 17- Choi; His & sirakaya ; E; (2006) "sustainability indicators for managing community tourism; tourism vol 21 pp ;1289 ;management

-
- 18- Timothy. Dallen. J. and Geoffrey wall. (1995):Tourist Accommodation in an Asian Historic city. the Journal of Tourism studies vol 1. 6 No 2.
 - 19- Tosum;G;(2001)'' Challenge of sustainable tourism Development in the perepering word tourism Management;22
 - 20- Hutter. G. J. (1995). ''On the need re-conceptulize sustainable tourism development Journal of sustainable tourism'' 3. 165Weare. David and opperman(2000),Touri