

به نام خدا

فصلنامه‌ی جغرافیایی فضای گردشگری

سال چهاردهم، شماره ۵۵، تابستان ۱۴۰۴

صاحب امتیاز: دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

مدیر مسئول و سردبیر: دکتر مجید شمس (استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر)

مدیر داخلی: فائزه خرمیان

هیأت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

دکتر حسن بیگ محمدی	دانشیار دانشگاه اصفهان
دکتر سیمین تولایی	استاد دانشگاه تربیت معلم تهران
دکتر مجید شمس	استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
دکتر نصراله مولائی هشتجین	استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت
دکتر عباس ملک حسینی	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
دکتر محمد تقی رضویان	استاد دانشگاه شهید بهشتی
دکتر امیر گندمکار	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد
دکتر حسین سلیمیان	استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر
دکتر محمود ضیایی	دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

همکاران علمی این شماره:

دکتر شهریار خالدی، دکتر کیانوش ذاکر حقیقی، دکتر بیژن رحمانی، دکتر منیژه لاله پور، دکتر سید داود موسوی، دکتر کریم حسین‌زاده دلیر، دکتر مجید شمس، دکتر محسن رنجبر، دکتر حیدر لطفی، دکتر عباس ملک حسینی، دکتر هوشنگ سرور، دکتر محمد رحمانی، دکتر علی شمس‌الدینی، دکتر نوذر قنبری، دکتر امیر گندمکار، دکتر نصراله مولائی هشتجین

ویراستار ادبی: دکتر علیرضا روزبهانی

ویراستار انگلیسی: دکتر حمیدرضا خلجی

گرافیک و صفحه‌آرایی: فائزه خرمیان

هیأت تحریریه در رد، تلخیص و ویرایش مقالات مجاز است.

مسئولیت صحت مطالب هر مقاله بر عهده نویسنده است.

مقالات ارسالی برگشت داده نمی‌شود.

نقل مطالب و تصاویر مجله با ذکر مأخذ بلامانع است.

نشانی: ملایر، بالاتر از پارک سیفیه، دانشگاه آزاد اسلامی، دفتر فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری. تلفن و دورنگار: ۰۸۱-۳۲۲۲۷۸۳۶-۳۲۲۲۵۰۶۴۲

وب سایت: gjts. malayeriau. ac. ir پست الکترونیک: Editortsj@gmail.com

بهاء: ۳۰۰۰۰ ریال

این مجله براساس نامه شماره ۸۷/۳۲۳۴۲۸ مورخ ۱۳۹۰/۹/۶ کمیسیون بررسی و تأیید نشریات علمی دانشگاه آزاد اسلامی مجوز انتشار دریافت نموده است.

این فصلنامه در قالب تفاهم‌نامه همکاری بین دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر با واحدهای همدان، خرم‌آباد، شهر ری، رشت، نجف‌آباد و نور و با هدف گسترش

تازه‌های علمی و پژوهشی منتشر می‌گردد.

این مجله همچنین در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) و نیز پایگاه اطلاعات علمی کشور (SID) نمایه‌سازی شده است.

راهنمای نگارش مقاله

رعایت نکات ذیل در نگارش مقاله‌هایی که برای چاپ به فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری ارسال می‌شوند ضروری است:

- ۱- مقاله‌های پژوهشی و نتایج تحقیقات در زمینه توریسم و گردشگری که به زبان فارسی نوشته شده و قبلاً منتشر نشده‌اند، برای چاپ در مجله مورد بررسی قرار خواهند گرفت.
- ۲- مقاله مستند به نتایج پژوهش‌های نویسنده و یا نویسندگان باشد و به طور همزمان به جای دیگر برای انتشار فرستاده نشده باشد.
- ۳- مقاله باید بر روی کاغذ A4 با رعایت فاصله (۱ سانتیمتر) بین سطرها و حاشیه ۲/۵ سانتیمتر از چهار طرف، در ۳ نسخه همراه با لوح فشرده و یا از طریق پست الکترونیکی ارسال شود.
- ۴- نگارش مقاله تحت نرم‌افزار Word با فونت نازنین و سایز ۱۴ صورت گیرد.
- ۵- ارائه صفحه جداگانه شامل عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی نگارنده (گان)، مرتبه علمی و نام موسسه‌ای که نگارنده (گان) در آن مشغول به خدمت می‌باشند و مشخص نمودن نویسنده اصلی و مسئول مکاتبات همراه با آدرس تماس و پست الکترونیک آنها الزامی است.
- ۶- اشکال و جداول می‌بایست دارای عنوان گویایی بوده و به منبع، واحد و مقیاس آنها نیز اشاره شود. عنوان شکلها در پائین و عنوان جداول در بالای آنها آورده شوند.
- ۷- واژه‌ها و اصطلاحات لاتین و خارجی در داخل متن ذکر نشود و در صورت لزوم در پاورقی آورده شود.
- ۸- واحدهای استفاده شده در مقاله بایستی در سیستم متریک باشند.

روش تدوین:

- **عنوان:** باید خلاصه، گویا و بیانگر محتویات مقاله بوده و کمتر از ۲۰ واژه باشد و به همراه نام و نام خانوادگی، سمت و آدرس کامل نویسنده (گان).
- **چکیده فارسی:** باید مجموعه‌ای فشرده و گویا از مقاله (متشکل از شرح مسئله، روش تحقیق و نتایج) بوده و از ۱۰ سطر (۲۵۰ واژه) تجاوز نکند.
- **واژه‌های کلیدی:** حداکثر ۷ واژه مرتبط با موضوع مورد بررسی ارائه شود.
- **مقدمه:** شامل طرح مسئله، پیشینه تحقیق، فرضیه و اهداف پژوهش باشد.
- **مواد و روشها:** شامل مواد و وسایل بکار رفته در تحقیق، موقعیت منطقه مورد بررسی، شیوه اجرای پژوهش، طرح آماری، روشهای شناسایی، ارزیابی و چگونگی تجزیه تحلیل داده‌هاست.
- **نتایج:** شامل نتایج کمی و کیفی به دست آمده در قالب جدول، نمودار، منحنی و یا تصویر باشد.
- **بحث و نتیجه‌گیری:** در این قسمت نتایج حاصل از تحقیق مورد تحلیل و تفسیر قرار می‌گیرد و با نتایج سایر پژوهشها مقایسه می‌شود و در نهایت نتیجه‌گیری کلی و پیشنهادات ارائه می‌شود.

- منابع مورد استفاده:

- ابتدا منابع فارسی و سپس منابع خارجی ذکر شوند و بایستی فقط منابعی که در متن مقاله استفاده شده‌اند قید شوند.
- ترتیب منابع براساس حروف الفبای نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان باشد.
- در داخل متن فقط نام خانوادگی نویسنده و سال انتشار ذکر می‌شود و چنانچه بیش از دو نویسنده باشد، نام نویسنده اول همراه با واژه "همکاران" و در منابع انگلیسی اختصار (et al) نوشته می‌شود.
- مثال (استفاده از منابع در داخل متن مقاله):

منبع فارسی: منبع انگلیسی:

- یک نویسنده: (مخدوم، ۱۳۸۱) یک نویسنده: (Saaty, 2003)
- دو نویسنده: (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۹) دو نویسنده: Saaty & Schmit (2005)
- بیش از دو نویسنده: (زنگی آبادی و همکاران، ۱۳۸۵) بیش از دو نویسنده: Saaty et al (2001)
- چنانچه از یک نگارنده مقاله‌های منفرد و مشترک ارائه شود در ابتدا مقاله‌های منفرد و سپس مقاله‌های مشترک به ترتیب حروف الفبای نام دیگر نویسندگان مرتب می‌شوند و در صورتی که نویسنده یا نویسندگان چند مقاله مشابه باشند منابع بر اساس سال انتشار از قدیم به جدید تنظیم می‌شوند.
- در فهرست منابع نبایستی واژه‌هایی چون "و همکاران" یا "et al" ذکر شود.

روش ارائه منابع:

مقالات چاپ شده در مجلات:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده اول، . . . و نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده آخر. سال انتشار. عنوان مقاله. نام کامل مجله، شماره جلد (شماره سری یا دوره): شماره صفحات اول و آخر.
- مثال: خالدی، ش. ، ابدالی، ح. و محمدی، غ. م. ۱۳۸۶. نقش عناصر اقلیمی در تعیین مناطق مستعد کشت دیم با استفاده از GIS. مجله آمایش محیط، ۲ (۴): ۱۵۱-۱۷۲.

Ward, J. S. ,Parker, G. R. and Fernandina, F. J. 1996. Landscape principles and issues to be considered when developing district plan. European Planning Studies. 25 (3):189 – 202.

مقالات ارائه شده در همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی:

- نام خانوادگی نویسنده، حرف اول نام نویسنده اول، . . . و نام خانوادگی نویسنده، حرف اول نام نویسنده آخر. سال انتشار. عنوان مقاله. عنوان همایش، محل برگزاری، تاریخ برگزاری: شماره صفحات.
- مثال: محمدی‌یگانه، ب. و رستمی، ی. ۱۳۸۸. گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه پایدار اقتصادی (مطالعه موردی: روستای اورامان تخت). مجموعه مقالات اولین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، دانشگاه رازی کرمانشاه، ۱۷-۱۶ شهریور: ۱۱-۱.

کتاب:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده اول، . . . نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده آخر. سال انتشار. عنوان کامل کتاب. ناشر، محل انتشار. تعداد کامل صفحات.
- مثال: مخدوم، م. ۱۳۸۰. شالوده آمایش سرزمین. انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۲۸۹ صفحه.

853 p. Amsterdam, 1998. Numerical Ecology. Elsevier publication . P. Legendre

پایان نامه:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده. سال نگارش. عنوان پایان نامه. مقطع و رشته تحصیلی، نام دانشگاه. تعداد کل صفحات.

منابع الکترونیک:

- نام خانوادگی، حرف اول نام نویسنده اول. سال انتشار. عنوان مقاله. نام مجله. شماره جلد. نام سایت اینترنتی.

- **چکیده انگلیسی (Abstract):** معادل و برگردان چکیده فارسی بوده و شامل عنوان مقاله، نام خانوادگی، حرف اول نام، سمت

و آدرس نویسنده یا نویسندگان و واژه‌های کلیدی (Key words) می‌باشد.

توجه: در صورتی که مقاله حاصل تحقیق انجام شده در پایان نامه یا رساله دکتری باشد بایستی اسامی کلیه نویسندگان (دانشجو،

استادان راهنما و مشاور) ذکر شود.

فرم درخواست اشتراک فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری

به منظور اشتراک، خواهشمند است فرم زیر را تکمیل نموده و به همراه اصل فیش بانکی به نشانی دفتر فصلنامه ارسال فرمایید. شماره حساب (سیبا) ۰۱۰۶۱۲۹۷۰۵۰۰۰ بنام صندوق پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملی ایران.

بهای اشتراک هر شماره ۳۰۰۰۰ ریال می‌باشد.

میزان تحصیلات:

نام و نام خانوادگی: ..

شغل:

نشانی: ..

دورنگار:

تلفن:

پست الکترونیک:

تقاضای اشتراک فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری را به صورت تک شماره ☐ یک سال ☐ دارم.

توضیحات:

تاریخ: امضاء:

نشانی: ملایر، بالاتراز پارک سیفیه، دانشگاه آزاد اسلامی، دفتر فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری.

تلفن: ۰۸۱۳۲۲۵۰۶۴۲ دورنگار: ۰۸۱۳۲۲۷۸۳۶

وب سایت: gjts. malayeriau. ac. ir پست الکترونیک: Editortsj@gmail. com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران (مطالعه موردی: پارک ائل گلی تبریز) سعید امانپور، مجید گودرزی، زهرا سلطانی، ابتسام آل بوبالدی
۲۳	شناسایی مؤلفه‌های محیطی اثرگذار بر رضایتمندی ساکنین بناهای قدیم و جدید در سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری استان ایلام کاظم زینی وند، کارن فتاحی، مجتبی نوراللهی
۴۷	ارائه الگوی توسعه پایدار مقصدهای گردشگری مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان جرقویه) ندا معتمدی، امیر گندمکار، حسین سلیمانی، احمد خادم الحسینی
۷۳	تجزیه و تحلیل اثرات زیست‌محیطی گردشگری پایدار پیرامون بهبود عدالت فضایی روستایی منطقه مورد مطالعه: شهرستان بینالود (طرقبه و شاندیز) وکیل حیدری ساربان، ارسطو یاری، بهرام ایمانی، طیبه گل ریز
۹۵	تحلیل زمینه‌گرایی بازار سستی شهر اردبیل بر پایه نظریه اُمیر تو اکو الهام خانقاهی بالا، حسن ابراهیمی اصل، مسعود حق لسان، سعیده فیضی
۱۱۷	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر بازاریابی و تصویر مقصد در گردشگری زهرا نوبر، اکبر رحیمی
۱۳۷	تحلیل و ارزیابی آینده تاب‌آوری شهر الشتر با رویکرد آینده پژوهی مهدی صفری احمدوند، عباس ملک حسینی

ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران (مطالعه موردی: پارک ائل گلی تبریز)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۰۹ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۰۶

سعید امانپور^۱ مجید گودرزی^{۲*} زهرا سلطانی^۳ ابتسام آل بوبالدی^۴

۱. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۲. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۳. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۴. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

چکیده

امروزه توسعه سریع فناوری، هوشمندی را به همه سازمان‌ها و جوامع معرفی کرده است. مفهوم گردشگری هوشمند تلفیقی از فناوری اطلاعات و ارتباطات با صنعت گردشگری برای پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های فردی گردشگران قبل، حین و بعد از سفر است که می‌تواند، سطح رقابت‌پذیری مقصدها را افزایش دهد. گردشگری هوشمند، بهبود کارایی مدیریت منابع، به حداکثر رساندن رقابت و افزایش پایداری از طریق استفاده از نوآوری‌ها و روش‌های فناور است. هدف پژوهش حاضر، ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران (پارک ائل گلی تبریز) می‌باشد. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش انجام، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. در این پژوهش از مدل ISM و ANP برای تحلیل پژوهش استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد. با استفاده از مدل‌های ISM و ANP، عوامل کلیدی مؤثر بر تجربه گردشگری هوشمند، از جمله دسترسی به اطلاعات، امکانات دیجیتال، خدمات شخصی‌سازی شده و زیرساخت‌های هوشمند، شناسایی و اولویت‌بندی شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که وجود زیرساخت‌های هوشمند و دسترسی به اطلاعات به صورت آنلاین، نقش کلیدی در ارتقای تجربه گردشگران دارند. این پژوهش با ارائه یک مدل عملیاتی، راهکارهایی برای بهبود تجربه گردشگری در پارک ائل گلی و سایر فضاهای مشابه ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که چگونه گردشگری هوشمند می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد. مطالعه موردی پارک ائل گلی، نمونه‌ای از پیاده‌سازی فناوری‌های نوین در حوزه گردشگری است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری هوشمند، تجربه گردشگران، پارک ائل گلی تبریز، مدل ISM و ANP.

مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان یکی از مسائل مهم و مؤثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهانی محسوب می‌گردد. گردشگری هوشمند یک اصطلاح جدید کاربردی است که به توصیف وابستگی روز افزون مقاصد گردشگری، صنایع و اشکال مختلف گردشگران به اشکال جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات که حجم انبوهی از داده‌ها را به گزاره‌های ارزشمند تبدیل می‌کند، می‌پردازد (تیموری و همکاران، ۱۴۰۱: ۹۶). صنعت گردشگری امروزه به عنوان اصلی‌ترین ارکان اقتصادی و خدماتی جهان تبدیل شده است. به نحوی که بسیاری از کارشناسان توسعه از این صنعت به عنوان محور توسعه پایدار یاد می‌کنند. صنعت گردشگری در حال حاضر جایگاه دومین صنعت بزرگ دنیا را به خود اختصاص داده است. با در نظر گرفتن جایگاه قابل توجه صنعت گردشگری، این صنعت می‌بایست از یک نظام بازاریابی قوی و متجانس با محیط بازار برخوردار باشد (میرابی و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۴). بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط دانشگاهیان و متخصصان صنعت، کیفیت زندگی با اوقات فراغت یا فعالیت‌های گردشگری حاصل می‌شود با پیشرفت چشمگیر فناوری اطلاعات و ارتباطات و افزایش رضایت گردشگران از این فناوری، گردشگری هوشمند به یک امر مهم در گردشگری تبدیل شده است (ذوالفقاری و حشمت نژاد، ۱۴۰۰: ۲). با توجه به اینکه گردشگری ارتباط زیادی با پدیده‌های فرهنگی دارد، مفهوم «هوشمندی و شهر هوشمند» با بافت گردشگری تطبیق داده شده است (Lee, et al, 2020: 2). فناوری‌های نوظهور بر مقاصد گردشگری تأثیر می‌گذارند و چالش‌های جدیدی را ناشی از تغییرات در مصرف کنندگان و محیط زیست ایجاد می‌کنند (El Archi, et al, 2023: 3). گردشگری هوشمند مجموعه فعالیت‌های یک مقصد گردشگری است که وظیفه تهیه، جمع‌آوری و پردازش داده‌های به دست آمده از زیرساخت‌های فیزیکی، روابط اجتماعی و منابع انسانی را بر عهده دارد و این داده‌های پردازش شده در تلفیق با فناوری‌های نوین، تجربیاتی با ارزش تجاری بالا را برای گردشگران فراهم می‌آورد (غفوریان، ۱۴۰۲: ۲). استفاده از فناوری در یک مقصد می‌تواند را افزایش دهد و همچنین کانال‌های توزیع جدید را فعال کند و یک محیط تجاری جدید ایجاد کند (Baser, et al, 2019: 64). همچنین اقداماتی را برای تسهیل حکمرانی، شفافیت در مدیریت اطلاعات و کاهش هزینه‌های انرژی تولید شده توسط گردشگری در فرایندهای شهری ارائه می‌کند (Buhalis, et al, 2023: 370). گردشگری الکترونیکی نیز حاصل پیوند میان گردشگری و فناوری اطلاعات است. قابلیت‌ها و مزیت‌های رقابتی حاصل از گردشگری الکترونیک از عوامل مهم در ایجاد جهش اقتصادی در صنعت گردشگری محسوب می‌شود (رجب زاده قطری و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۶). هدف پژوهش حاضر، ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران (پارک ائلی گلی تبریز) می‌باشد. ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران یکی از موضوعات مهم در توسعه صنعت گردشگری است که با توجه به فناوری‌های نوین، امکانات و خدمات ارائه شده به گردشگران به طور قابل توجهی بهبود یافته است. در این مطالعه، با تمرکز بر پارک ائلی گلی تبریز، تلاش می‌شود تأثیر فناوری‌های هوشمند مانند راهنمای دیجیتال، سیستم‌های نوبت‌دهی هوشمند و سامانه‌های اطلاعاتی بر رضایت و تجربه کلی گردشگران بررسی

شود. اهمیت این ارزیابی در شناخت نحوه تأثیر فناوری‌های نوین بر جذب، رضایت و تکرار بازدید حضوری است، که می‌تواند راهکارهای بهبود خدمات و ارتقای کیفیت تجربه گردشگری در آینده را فراهم کند. در نتیجه، نتایج این مطالعه می‌تواند راهبردهای مؤثری در توسعه گردشگری هوشمند و بهبود زیرساخت‌های خدماتی در پارک‌های شهری و مکان‌های گردشگری ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

ایرانی و همکاران، (۱۴۰۰) مقاله با عنوان؛ مرور کتاب سنجی بر پژوهش‌های گردشگری هوشمند به این نتیجه رسیدند که یافته‌های تحلیل هم‌تألفی نشان داد که چین بیشترین همکاری را با دیگر کشورها داشته است. تحلیل هم‌آیندی واژگان نیز پرکاربردترین واژگان و روندهای پژوهشی در این زمینه را نشان داد. در نتیجه، گردشگری هوشمند، شهر هوشمند، مقصد گردشگری هوشمند و فناوری‌های گردشگری هوشمند همچون اینترنت اشیا و کلان‌داده‌ها جزء پرکاربردترین واژگان در سال‌های گذشته بوده‌اند. به علاوه، می‌توان دریافت که، براساس دیدگاه جدید در گردشگری هوشمند، تأثیر مهمی ذی‌نفعان در یکپارچه‌سازی منابع و هم‌آفرینی، به‌ویژه تأثیر گردشگران پذیرفته شده است و در نتیجه به اکوسیستم گردشگری هوشمند توجه شده است.

خانی و همکاران، (۱۴۰۱) مقاله با عنوان؛ ایجاد امنیت هوشمند در مقصد گردشگر جهت توسعه گردشگری (مطالعه موردی: بندر شانگهای) به این نتیجه رسیدند که نتایج نشان داد که بین استفاده از فناوری (مچ بند امنیتی) و وجود پلیس گردشگری بر امنیت توریست‌های خارجی اثر دارد. همچنین استفاده از فناوری (مچ‌بند امنیتی) و وجود پلیس گردشگری بر توسعه گردشگری تأثیر دارد. از سوی دیگر وجود امنیت برای توریست‌های خارجی توسعه تسهیلات و خدمات گردشگری را به همراه خواهد داشت و تسهیلات و خدمات به عنوان یکی از زیر ساختهای گردشگری بر توسعه گردشگری تأثیر دارد.

نصیری یزدی، (۱۴۰۲) مقاله با عنوان؛ تجربه گردشگری هوشمند: کاربرد هوش مصنوعی و فناوری اطلاعات در بهبود تجربه گردشگران به این نتیجه رسیدند که این مقاله به بررسی کاربردهای هوش مصنوعی و فناوری اطلاعات در بهبود تجربه گردشگران در زمینه‌های مختلف گردشگری می‌پردازد. با پیشرفت روزافزون فناوری و توسعه هوش مصنوعی، صنعت گردشگری نیز از این امکانات بهره‌بردار می‌کند تا تجربه سفر برای گردشگران را بهبود بخشد و خدمات را به شکل هوشمندانه‌تری ارائه دهد.

مهاجر مشهدی، (۱۴۰۳) مقاله با عنوان؛ تجارب گردشگری هوشمند: مفاهیم، ابعاد اصلی و راهبردهای تحقیقاتی به این نتیجه رسیدند که این مقاله قصد دارد سازه‌های اصلی پیشین تجربه‌های گردشگری هوشمند (STE) را بررسی کند، یعنی: الف) تجربه‌های تقویت شده با فناوری و ب) مقاصد هوشمند، تا یک تعریف جامع از تجربه گردشگری هوشمند ارائه دهد. با تکیه بر یک بررسی عمیق ادبیات، یک مدل مفهومی جدید برای این مفهوم توسعه یافته و یک دستور کار پژوهشی

برای تحقیقات بیشتر پیشنهاد می‌شود که بر اساس موضوعات و ابعاد کلیدی شناسایی شده این سازه شکل گرفته است.

وانگ و همکاران^۱، (۲۰۲۱) مقاله با عنوان؛ جذب گردشگری شما چقدر هوشمند است؟ اندازه‌گیری ترجیحات گردشگری از جاذبه‌های گردشگری هوشمند از طریق روش FCEM – AHP و IPA عوامل تأثیرگذار بر هوشمندسازی جاذبه‌های گردشگری را مورد بررسی قرار دادند. آنان پژوهش روش شناختی را درباره ارزیابی ترجیحات گردشگران نسبت به جاذبه‌های گردشگری هوشمند انجام دادند. یافته‌های آنان بیان نمود که سیستم اطلاعاتی هوشمند، امکان دیدنی هوشمند، سیستم تجارت الکترونیکی، ایمنی هوشمند، سیستم ترافیکی هوشمند، سیستم پیش‌بینی آب و هوایی هوشمند و جاذبه‌های گردشگری مجازی عوامل مهم تأثیرگذار بر جاذبه‌های گردشگری هوشمند هستند.

فمینا و همکاران^۲، (۲۰۱۹) مقاله با عنوان؛ ارائه مفهوم پردازی از گردشگران هوشمند و نقش آن‌ها در سناریوی مقصد هوشمند نشان دادند که نقش گردشگر در گردشگری هوشمند نقش اساسی دارد و از این تصمیمات به عنوان تصمیم‌گیری استراتژیک نام می‌برند. همچنین، چندین پیامد مهم مدیریتی برای سازمان‌های مدیریت مقصد و مشاغل فعال در مجموعه خدمات هوشمند ارائه می‌دهند. لی و همکاران^۳، (۲۰۲۰) مقاله با عنوان؛ شهر هوشمند توریستی: توسعه و تحولات به رویکرد دولت شهر اشاره دارد، که بر اساس دو عامل اصلی زیر است اول جنبه‌ها که شامل منطق یا مبتنی بر اولویت‌بندی همکاری ساکنان و گردشگران آن شهر است که باید زیرساخت‌های گردشگری را ایجاد کند که ارتباط قوی فن‌آوری را در بین افراد مرتبط ارائه دهد. دومین عامل اصلی مربوط به موجودیت‌ها است که به این صورت تعریف می‌شود که شهر باید خود را در چرخه کامل مصرف گردشگری درگیر کند.

آنا – ماریا آیونسک^۴، (۲۰۲۴) مقاله با عنوان؛ بررسی تأثیر فناوری‌های هوشمند بر صنعت گردشگری که با هدف ارتقای تجربیات گردشگران و افزایش رضایت آنان از طریق فناوری‌های هوشمند و شناسایی دیدگاه‌های کارشناسان درباره استفاده از این فناوری‌ها صورت گرفته است، وضعیت فعلی فناوری‌های هوشمند در بخش گردشگری رومانی را ارائه می‌نماید. نتایج نشان دادند رابطه معناداری بین رضایت گردشگران و درک آنان از فناوری‌های هوشمند وجود دارد. فناوری‌های هوشمند تأثیر مثبتی بر تجربیات گردشگران در تمام مراحل سفرشان دارد و در عین حال پایداری مقصدهای گردشگری را نیز بهبود می‌بخشند.

-
1. Wang et al
 2. Femina,etal
 3. Lee et al
 4. Anna-Maria Ionescu

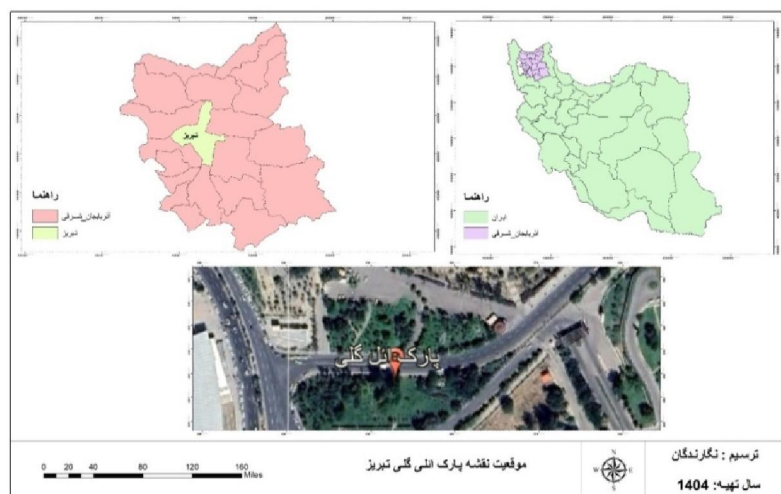
مبانی نظری

گردشگری هوشمند به عنوان یک رویکرد جامع شناخته شده است که اطلاعات گردشگری، خدمات مربوط به سفر مانند مقصد، غذا، حمل و نقل، رزرو، راهنمای سفر را به راحتی از طریق تکنولوژی اطلاعات به گردشگران ارائه می‌دهد (حافظ رضا زاده و همکاران، ۱۴۰۳: ۶۳). گردشگری یکی از فعالیت‌های اقتصادی است که متأثر از تحولات نظام جهانی قرار دارد و تکنولوژی عصر جدید، در توسعه آن نقش مهمی ایفا نموده است. با توجه به اهمیت تکنولوژی در گردشگری، توجه به رویکرد هوشمندسازی از مهمترین مباحثی است که می‌تواند به رشد و توسعه گردشگری کمک نماید (Peitit, 2022: 32). گردشگری به عنوان یک نیروی محرکه برای توسعه اقتصادی محسوب شده و پتانسیل گردشگری یک منطقه ابزار مؤثر اقتصادی است که از طریق ارزیابی و ارتقاء آن می‌توان به افزایش سریع و مداوم جذب گردشگران دست یافت (شیرمحمدی و قوسی یان، ۱۴۰۳: ۷۴). وابستگی شدید به فناوری اطلاعات و ارتباطات اجازه داده است تا حجم وسیعی از داده‌ها در بخش گردشگری برای شهروندان و مصرف کنندگان به ارزش تبدیل شود، هم چنین اینترنت اشیاء بسترهای هوشمندی را تشکیل داده است که در آن هر شیء به یک شبکه متصل شود و دنیای فیزیکی و دیجیتالی را بهم مرتبط می‌کند و شیوه‌های زندگی مسئولانه‌تر، کارآمدتر و سالم‌تر را تسهیل می‌کند و مدیریت پایدار منابع طبیعی تضمین می‌شود که این روند حاکی از پدیدار شدن گردشگری هوشمند می‌باشد (Aranda, et al, 2021: 6). گردشگری هوشمند را می‌توان به عنوان یک پیشروی منطقی از گردشگری الکترونیکی لحاظ کرد. این خط سیر پیشرفت با بکارگیری گسترده از رسانه‌های اجتماعی ادامه‌دار شده است و به سمت و سوی شرایطی پیش می‌رود که به موجب آن گردشگری در تشخیص و انتقال اطلاعات گردشگران و مشتریان مربوطه بکار می‌رود (خرازی محمودوندی آذر و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۴۵). فضای گردشگری هوشمند می‌تواند بستر لازم را جهت تسریع در حل این مسائل و مشکلات به منظور دستیابی به شهر پایدار فراهم کند. در گردشگری هوشمند، فناوری اطلاعات نقش بسیار مهمی دارد که موجب یکپارچگی خدمات ارائه شده به گردشگر می‌شود (Barr, et al, 2021: 54). تحولات فناوری در سال‌های اخیر، صنعت گردشگری را به شدت تحت تأثیر قرار داده است و استفاده از فناوری‌های هوشمند در بین ذی‌نفعان گردشگری گسترش یافته است. در مقصدهای گردشگری هوشمند از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بهبود تجربیات بازدیدکنندگان و ارتقای عملکرد سازمانی استفاده می‌شود. توسعه یک اکوسیستم هوشمند نیازمند مشارکت و احساس تعهد تمام ذی‌نفعان است (ضرغام بروجنی و بازکیا گوراب، ۱۴۰۴: ۱۷). هوش مصنوعی (AI) نقشی کلیدی در توسعه گردشگری ایفا می‌کند و می‌تواند مشکلات را حل کند. از جمله مزایای آن، ارتقای تجربه گردشگران از طریق پیش‌بینی نیازها، پیشنهادات شخصی سازی شده و استفاده از چت بات‌ها و دستیارهای هوشمند است. همچنین، هوش مصنوعی به بهبود فرآیندهای مدیریت سفر، از جمله رزرو هوشمند و برنامه‌ریزی مسیرها کمک می‌کند (بمانعلی و همکاران، ۱۴۰۳: ۲). با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، هدف گردشگری هوشمند این است که

به صورت آگاهانه و با برنامه‌ریزی صحیح، روش‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی این صنعت را بررسی کند و آثار منفی آن را به حداقل برساند. (Kontogiann, 2020: 12).

قلمرو جغرافیایی پژوهش

استان آذربایجان شرقی با جمعیت ۳۹۰۹۶۵۲ نفر از استان‌های ترک‌نشین ایران است که تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی در ناحیه شمال غربی آن واقع شده است. مرکز استان شهر تبریز با جمعیت ۱۵۹۳۳۷۳ نفر ۴۲ درصد جمعیت استان را به خود اختصاص داده است. بر اساس تقسیمات کالبدی طرح جامع، این شهر به ۱۰ منطقه تقسیم شده است. سهم تبریز از مساحت بافت فرسوده شهری استان ۲۵۲۲ هکتار است شهر تبریز در ۴۶ درجه و ۲۵ دقیقه طول شرقی و ۳۸ درجه و ۲ دقیقه عرض شمالی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. ارتفاع آن از سطح دریا ۱۴۰۰ متر است. با وسعتی حدود ۱۱۸۰۰ کیلومتر در قلمروی میانی خطه آذربایجان و در قسمت شرقی شمال دریاچه ارومیه و ۶۱۹ کیلومتری غرب تهران قرار دارد (زینالی عظیم و بابا زاده اسکویی، ۱۴۰۱: ۳۰). ائلی گلی یکی از مهم‌ترین گردشگاه‌های شهر تبریز است که جنوب شرق آن، در هفت کیلومتری مرکز شهر و در منطقه ۲ شهرداری واقع شده است. این پارک با مساحتی حدود هفتاد هکتار در منطقه ۲ شهرداری تبریز قرار دارد. این مکان در زمان آق قویونلوها ایجاد شده و در دوره صفویان گسترش یافته است. عمق دریاچه ائل گلی دوازده متر است و در محوطه آن قایقرانی انجام می‌شود. همچنین هتل، شهر بازی (لونا پارک) و نیز غذاخوری و فست فود و کافی شاپ‌های متعدد، آلاچیق و سکوها با امکان برپایی چادر برای مسافران، سرویس بهداشتی و نمازخانه، اینترنت رایگان، پیست اسکیت، آکادمی بیلارد، گیم کلاب، پینت بال و لیزرتگ، مینی گلف، دوچرخه سواری، قایقرانی در دریاچه و درشکه سواری در این گردشگاه وجود دارد و دارای هتل، مسافرخانه و دفتر جهانگردی فعال است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۷۴۳).



شکل ۱. محدوده مورد مطالعه

روش پژوهش

نوع تحقیق از نظر کاربردی و از نظر روش ماهیت جزء روش‌های تحقیق توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است. اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از طریق روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده است. در شیوه کتابخانه‌ای ابتدا به منظور بررسی سوابق و پیشینه موضوع و تبیین چارچوب نظری - مفهومی پژوهش، کتب مقالات و پایان نامه‌های موجود مورد مطالعه قرار گرفته است. در مطالعات میدانی با استفاده از مشاهده و مصاحبه، مراجعه به سازمان‌ها و ادارات و داده‌های مورد نیاز تحقیق جمع‌آوری می‌شود. هدف در این پژوهش ارزیابی عوامل احصاء شده و سپس رتبه‌بندی گزینه‌های پژوهش است تکنیک‌های مورد استفاده در این بخش از مدل ism و تکنیک ANP فازی برای رتبه‌بندی گزینه‌های پژوهش استفاده شده است. کلیه محاسبات در نرم افزار اکسل انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

مدل سازی ساختاری تفسیری^۱

سیج مدل سازی ساختاری تفسیری را در سال ۱۹۷۷ ارائه کرده است. این روش به طبقه‌بندی عوامل و شناسایی روابط بین معیارها می‌پردازد. رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری یک متدولوژی مؤثر و کارا برای موضوعاتی است که در آن متغیرهای کیفی در سطوح مختلف اهمیت بر یکدیگر آثار متقابل دارند. با استفاده از این تکنیک می‌توان ارتباطات و وابستگی‌های بین متغیرهای کیفی مسأله را کشف کرد (چاران و همکاران، ۲۰۰۸). در ذیل تمامی مراحل که برای توسعه مدل مورد نظر با استفاده از تکنیک ISM مورد نیاز است، معرفی می‌شود (گویندان و همکاران، ۲۰۱۲).

فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) یکی از معروفترین فنون تصمیم‌گیری چند معیاره است که توسط توماس. ال. ساعتی در دهه ۱۹۷۰ ابداع گردید. توانایی در تجزیه و تحلیل یک مسئله تصمیم‌گیری به یک ساختار رده‌ای، زیربنای اساسی در استفاده از روش AHP است و لازمه داشتن یک ساختار رده‌ای این است که ارجحیات ممکن از یک سطح موجود، بستگی به عناصر سطوح پایین‌تر نداشته و از آن‌ها مستقل باشد. اما سطوح تصمیم همواره از یکدیگر مستقل نیستند و معمولاً با هم در تعاملند. با توجه به این مطلب، AHP ممکن است نتایج نامعتبری به دست دهد. به علت آنکه روش AHP جامعیت لازم را نداشت ساعتی در سال ۱۹۸۰، روش گسترش یافته‌ای تحت عنوان فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP) را ارائه نمود. در واقع، ANP را به عنوان تعمیمی از AHP ارائه کرد. در دنیای واقعی، نمی‌توان بسیاری از مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره را به دلیل وابستگی‌های درونی و بیرونی و روابط و تعاملات میان عناصر خوشه‌ها در سطوح تصمیم‌گیری، به صورت ساختار سلسله مراتبی در نظر گرفت. بنابراین ANP با چارچوب جامع و فراگیر می‌تواند تمامی تعاملات و روابط میان

¹ Interpretive Structural Modelling

سطوح تصمیم‌گیری را که تشکیل یک ساختار شبکه‌ای می‌دهد در نظر بگیرد. در سال‌های اخیر، روش ANP به صورت مشروح و مبسوطی در بحث تصمیم‌گیری‌های چند منظوره و برای حل مسائل پیچیده تصمیم‌گیری مطرح شده است. رویکرد بازخوردی ANP، ساختار سلسله مراتبی را با ساختار شبکه‌ای جایگزین کرده است چرا که ساختار سلسله مراتبی با روابط خطی بالا به پایین نمی‌تواند در مورد سیستم‌های پیچیده مناسب باشد. در روش ANP، جای گزینه‌ها و معیارها می‌تواند عوض شود یعنی گزینه‌ها نیز می‌توانند به عنوان معیارها مطرح گردند. روش AHP برای حل مسائل در حالت استقلال بین گزینه‌ها و معیارها و روش ANP برای حل مسائلی که بین گزینه‌ها یا معیارها وابستگی وجود دارد پیشنهاد شده است. همانطور که AHP بستری را برای ساختارهای سلسله مراتبی با روابط یک سویه فراهم می‌آورد ANP نیز روابط پیچیده داخلی بین سطوح‌های مختلف تصمیم و معیارها را اجازه می‌دهد.

مراحل روش ANP فازی

۱- تشکیل شبکه پژوهش

در این بخش ابتدا روابط درونی بین عوامل پژوهش مشخص می‌شود که در این پژوهش این روابط بر اساس تکنیک ISM مشخص خواهد شد.

۲- تشکیل مقایسات زوجی

در این بخش، معیارها و زیرمعیارها بر اساس روابط درونی، دو به دو با یکدیگر مقایسه می‌شوند و درجه‌ی اهمیت هر معیار، نسبت به دیگری مشخص می‌شود. برای این کار، می‌توان از یک روش استاندارد ارائه شده توسط ساعتی استفاده کرد. روش کار به این ترتیب است که، به هر مقایسه‌ی دودویی، یک عدد از ۱ تا ۹ نسبت داده می‌شود. در جدول شماره ۱ معنی هر عدد مشخص شده است.

جدول ۱. عبارات کلامی و اعداد فازی جهت مقایسات زوجی

کد	اولویت‌ها	معادل فازی اولویت‌ها		
		حد پایین (L)	حد متوسط (m)	حد بالا (u)
۱	اهمیت یکسان	۱	۱	۱
۲	یکسان تا نسبتاً مهمتر	۱	۲	۳
۳	نسبتاً مهم تر	۲	۳	۴
۴	نسبتاً مهمتر تا اهمیت زیاد	۳	۴	۵
۵	اهمیت زیاد	۴	۵	۶
۶	اهمیت زیاد تا بسیار زیاد	۵	۶	۷
۷	اهمیت بسیار زیاد	۶	۷	۸
۸	بسیار زیاد تا کاملاً مهمتر	۷	۸	۹
۹	کاملاً مهمتر	۸	۹	۱۰

منبع: (چو و همکاران، ۲۰۱۲)

۳- تعیین اوزان نسبی

فرض کنید $\tilde{P}_{ij}$ مجموعه‌ای از ترجیحات تصمیم‌گیران در مورد یک شاخص نسبت به دیگر شاخص‌ها باشد. ماتریس مقایسات زوجی به صورت زیر تشکیل می‌شود:

$$\tilde{A} = \begin{bmatrix} 1 & \tilde{P}_{12} & \tilde{P}_{1n} \\ \tilde{P}_{21} & 1 & \tilde{P}_{2n} \\ \tilde{P}_{n1} & \tilde{P}_{n2} & 1 \end{bmatrix}$$

که n تعداد عناصر مرتبط در هر سطر است. میانگین هندسی ارزش مقایسات فازی شاخص i به هر شاخص از رابطه ۱ به دست می‌آید (هاسی و همکاران، ۲۰۰۴). سپس وزن فازی i مین شاخص به وسیله یک عدد فازی مثلثی نشان داده می‌شود که توسط رابطه ۲ محاسبه می‌شود. بعد از محاسبه فاکتورهای وزن فازی، به وسیله فرمول ۳ وزن‌ها را دیفازی کرده و سپس نرمال می‌کنیم. جهت نرمال‌سازی باید هر وزن غیرفازی را بر مجموع اوزان غیرفازی تقسیم کنیم.

$$\tilde{r}_i = \left(\prod_{j=1}^n \tilde{P}_{ij} \right)^{1/n} \quad i = 1, 2, 3, \dots, n \quad (1)$$

$$w_i = r_i \otimes (r_1 \oplus r_2 \oplus \dots \oplus r_m)^{-1} \quad (2)$$

$$w_{crisp} = \frac{l + 2m + u}{4} \quad (3)$$

۴- تشکیل سوپرماتریس

در این بخش بر اساس وزن‌های محاسبه شده در گام دوم، سوپرماتریس اولیه تشکیل می‌شود این سوپرماتریس شامل تمامی عوامل پژوهش می‌باشد که در مرحله دوم مقایسه زوجی شده و اوزان آن‌ها محاسبه شده است. این سوپرماتریس توسط نرم افزار سوپردسیژن همگرا شده تا اوزان نهایی معیارها حاصل شود.

معرفی عوامل پژوهش

در این بخش ابتدا بر اساس مرور ادبیات و پیشینه پژوهش شاخص تأثیرگذار جهت موضوع پژوهش حاضر، ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران (پارک ائلی گلی تبریز) برای مدل سازی استخراج شدند که شامل ۸ شاخص زیر می‌باشد که در جدول ۱ ذکر شده است:

جدول ۱. معرفی معیارهای پژوهش

ردیف	معیار	منبع مورد استفاده
۱	دسترسی فناوری گردشگری هوشمند (C1)	Huang,etal,2017
۲	رضایت از استفاده از فناوری در سفر (C2)	Yoo,etal,2017
۳	امنیت و آرامش (C3)	علیقلی و همکاران، ۱۳۹۹
۴	ارتباط با محیط (C4)	کنجکاو منفرد و همکاران، ۱۴۰۱
۵	تعامل با فرهنگ محلی (C5)	سلطانی فر و همکاران، ۱۴۰۲
۶	ارتباطات و خدمات مشتری (C6)	نکوئی زاده و همکاران، ۱۴۰۳
۷	هزینه و قیمت (C7)	Shafiee,etal,2018
۸	محیط زیست (C8)	Ishtiaq,2019

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

نتایج روش ISM

در این بخش با استفاده از روش ISM به ارزیابی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری و سطح‌بندی ۸ معیار پژوهش پرداخته می‌شود.

تشکیل ماتریس خودتعاملی

در گام اول ماتریس خودتعاملی ساختاری پژوهش را با استفاده از نظر پاسخ‌دهندگان تشکیل می‌دهیم برای تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری خبرگان معیارها را به صورت زوجی با یکدیگر در نظر می‌گیرند و بر اساس طیف زیر به مقایسات زوجی پاسخ می‌دهند.

- V: عامل سطر i باعث محقق شدن عامل ستون j می‌شود.
 - A: عامل ستون j باعث محقق شدن عامل سطر i می‌شود.
 - X: هر دو عامل سطر و ستون باعث محقق شدن یکدیگر می‌شوند (عامل i و j رابطه دوطرفه دارند).
 - O: بین عامل سطر و ستون هیچ ارتباطی وجود ندارد.
- ماتریس خودتعاملی در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲. ماتریس خودتعاملی ساختاری

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
C1		V	X	X	A	A	A	A
C2			V	O	O	O	O	O
C3				A	A	A	A	O
C4					X	V	X	O
C5						V	V	O
C6							V	O
C7								A
C8								

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

تشکیل ماتریس دستیابی اولیه

در گام دوم باید ماتریس دستیابی اولیه را با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به اعداد صفر و یک تشکیل داد. برای این کار از قاعده زیر استفاده می‌شود:

- اگر نماد خانه ij حرف V باشد در آن خانه عدد ۱ و در خانه قرینه عدد صفر گذاشته می‌شود.
- اگر نماد خانه ij حرف A باشد در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه عدد ۱ گذاشته می‌شود.
- اگر نماد خانه ij حرف X باشد در آن خانه عدد ۱ و در خانه قرینه نیز عدد ۱ گذاشته می‌شود.
- اگر نماد خانه ij حرف O باشد در آن خانه عدد صفر و در خانه قرینه نیز عدد صفر گذاشته می‌شود.

ماتریس دستیابی اولیه در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. ماتریس دستیابی اولیه

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
C1	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰
C2	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰
C3	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
C4	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰
C5	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰
C6	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰
C7	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰
C8	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

تشکیل ماتریس دستیابی اولیه سازگار

پس از اینکه ماتریس اولیه دستیابی بدست آمد، باید سازگاری درونی آن برقرار شود. به عنوان نمونه اگر متغیر ۱ منجر به متغیر ۲ شود و متغیر ۲ منجر به متغیر ۳ شود، باید متغیر ۱ نیز منجر به متغیر ۳ شود و اگر در ماتریس دسترسی این حالت برقرار نبود، باید ماتریس اصلاح شود و روابط این چنینی اصلاح و ایجاد شوند. این سازگاری با استفاده از روابط ثانویه که ممکن است وجود نداشته باشند به ماتریس دستیابی اولیه افزوده می‌شوند. در جدول ۴ سلول‌های که با 1* نشان داده شد روابطی هستند که در ماتریس سازگار شده ایجاد شده‌اند.

جدول ۴. ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	قدرت نفوذ
C1	۱	۱	۱	۱	۱*	۱*	۱*	۰	۷
C2	۱*	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۳
C3	۱	۱*	۱	۱*	۰	۰	۰	۰	۴
C4	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۷
C5	۱	۱*	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۷

C6	۱	۱*	۱	۱*	۰	۱	۱	۰	۶
C7	۱	۱*	۱	۱	۱*	۱*	۱	۰	۷
C8	۱	۱*	۱*	۱*	۰	۰	۱	۱	۶
میزان وابستگی	۸	۸	۸	۷	۴	۵	۶	۱	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

تعیین سطوح عوامل

در این گام مجموعه معیارهای ورودی (پیش نیاز) و خروجی (دستیابی) برای هر معیار را محاسبه می‌کنیم و سپس عوامل مشترک را نیز مشخص می‌کنیم در این گام معیاری دارای بالاترین سطح است که مجموعه خروجی (دستیابی) با مجموعه مشترک برابر باشد. پس از شناسایی این متغیر یا متغیرها، سطر و ستون آن‌ها را از جدول حذف می‌کنیم و عملیات را دوباره بر روی دیگر معیارها تکرار می‌کنیم. خروجی‌ها و ورودی‌ها از ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده (۴) استخراج می‌شود برای این کار، تعداد ۱ها در هر سطر بیانگر خروجی، و تعداد ۱ها در ستون برابر ورودی هستند که برای تعیین سطح اول، نتایج در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. معیارهای سطح ۱

نام معیار	خروجی	ورودی	اشتراک	سطح
C1	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-	1
C2	C1-C2-C3-	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8	C1-C2-C3-	1
C3	C1-C2-C3-C4-	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-C8	C1-C2-C3-C4-	1
C4	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-	C1-C3-C4-C5-C6-C7-C8	C1-C3-C4-C5-C6-C7-	
C5	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-	C1-C4-C5-C7-	C1-C4-C5-C7-	
C6	C1-C2-C3-C4-C6-C7-	C1-C4-C5-C6-C7-	C1-C4-C6-C7-	
C7	C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-	C1-C4-C5-C6-C7-C8	C1-C4-C5-C6-C7-	
C8	C1-C2-C3-C4-C7-C8	C8	C8	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

در جدول ۵، معیارهای سطح ۱ استخراج شده است که شامل معیارهای C1، C2 و C3 می‌باشد. حال برای تعیین معیارهای سطح دوم، کفایت سطر و ستون این ۳ معیار را از ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده (۴) حذف نمود و دوباره محاسبات تعیین خروجی و ورودی را انجام داد. نتایج در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶. معیارهای سطح ۲

سطح	اشتراک	ورودی	خروجی	نام معیار
2	C4-C5-C6-C7	C4-C5-C6-C7-C8	C4-C5-C6-C7	C4
	C4-C5-C7	C4-C5-C7	C4-C5-C6-C7	C5
2	C4-C6-C7	C4-C5-C6-C7	C4-C6-C7	C6
2	C4-C5-C6-C7	C4-C5-C6-C7-C8	C4-C5-C6-C7	C7
	C8	C8	C4-C7-C8	C8

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

در جدول ۶، معیارهای سطح ۲ استخراج شده‌اند که شامل معیارهای C4، C6 و C7 است. حال برای تعیین معیارهای سطح سوم باید سطر و ستون این ۳ معیار را از ماتریس دستیابی اولیه سازگار شده (جدول ۴) حذف نمود و دوباره محاسبات تعیین خروجی و ورودی را انجام داد. نتایج در جدول ۷ آورده شده است.

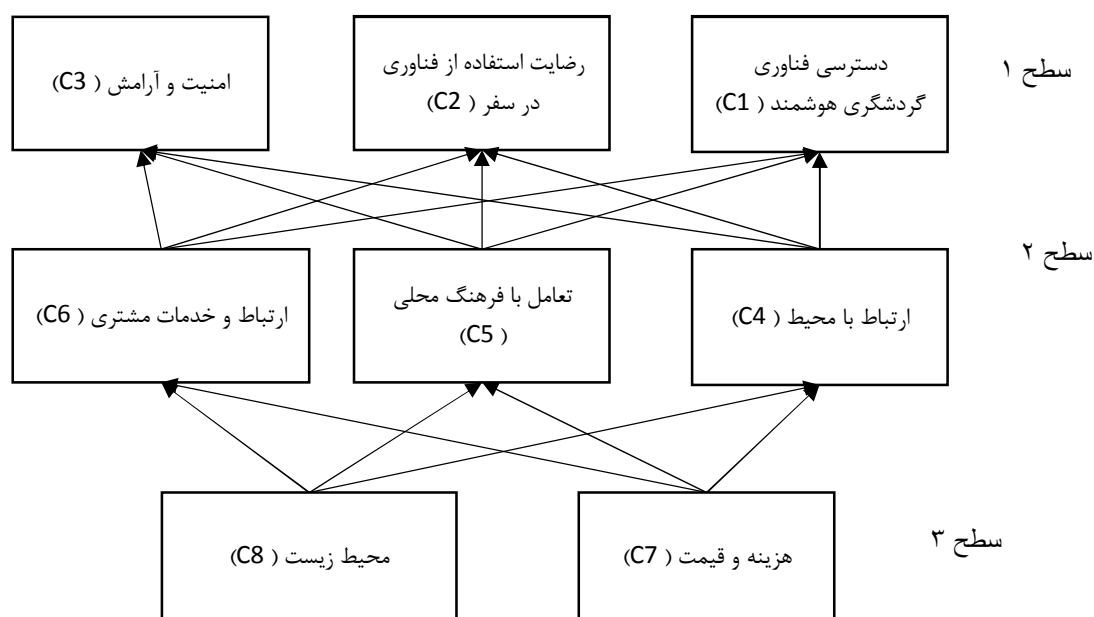
جدول ۷. معیارهای سطح ۳

سطح	اشتراک	ورودی	خروجی	نام معیار
3	C5	C5	C5	C5
3	C8	C8	C8	C8

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

شبکه تعاملات ISM

در گام پنجم با استفاده از سطوح بدست آمده از معیارها، شبکه تعاملات ISM رسم می‌شود. اگر بین دو متغیر 1 و 2 رابطه باشد آن را به وسیله یک پیکان جهت دار نشان می‌دهیم. دیاگرام نهایی ایجاد شده که با حذف حالت‌های تعدی و نیز با استفاده از بخش‌بندی سطوح بدست آمده است در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل ISM پژوهش منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

با توجه به شکل ۲، مدل پژوهش شامل ۳ سطح می‌باشد معیارهای تعامل با فرهنگ محلی (C5) و محیط زیست (C8) موجود در سطح سوم، به عنوان تأثیرگذارترین معیارها شناخته می‌شوند که به صورت مستقیم بر روی معیارهای سطح دوم تأثیر می‌گذارند. ۳ معیار موجود در سطح اول نیز تأثیرپذیرترین شاخص‌ها هستند.

روش ANP فازی

بعد از تعیین روابط تأثیرگذاری و تأثیرپذیری توسط روش ISM، جهت تعیین اهمیت و وزن عوامل از روش ANP فازی استفاده می‌شود. در این بخش ابتدا مقایسات زوجی معیارها و سپس مقایسات زوجی با در نظر گرفتن روابط درونی که از ISM استخراج شده تشکیل و در اختیار خبرگان قرار داده می‌شود تا بر اساس طیف ۱ تا ۹ فازی اهمیت زوجی معیارها را مشخص کنند سپس با استفاده از روش میانگین هندسی ادغام شد که نتایج در ادامه آورده شده است. بعد از تکمیل ماتریس‌های مقایسه زوجی توسط خبرگان که در این پژوهش ۱۵ نفر هستند، نرخ ناسازگاری ماتریس‌ها محاسبه شد و همگی کمتر از ۰.۱ بودند بنابراین ماتریس‌ها از سازگاری مناسب برخوردار هستند سپس توسط روش میانگین هندسی باکلی اوزان مقایسه زوجی فازی محاسبه می‌شود که در ادامه آورده شده است.

تشکیل مقایسات زوجی

در جدول ۸ نمونه مقایسات زوجی معیارها آورده شده است این مقایسات زوجی بر اساس طیف ۱ تا ۹ فازی انجام می‌گیرد که توسط ۱۵ خبره تکمیل شده و در نهایت با روش میانگین هندسی ادغام شده‌اند.

جدول ۸. مقایسات زوجی معیارها

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
C1	(۱,۱,۱)	(۰.۵۴ ۰.۶۲۸ ۰.۶۸۷ ۰.۰)	(۰.۵۴ ۰.۶۲۸ ۰.۶۸۷ ۰.۰)	(۰.۴۳ ۰.۵۸۶ ۰.۶۶۲ ۰.۱)	(۰.۳۰۵ ۰.۴۶۷ ۰.۵۱۲ ۰.۰)	(۰.۴۳ ۰.۵۸۶ ۰.۶۶۲ ۰.۱)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۱)	(۰.۱۲۷ ۰.۲۸۱ ۰.۳۱۲ ۰.۰)
C2	(۰.۵۴ ۰.۶۲۸ ۰.۶۸۷ ۰.۱)	(۱,۱,۱)	(۰.۹۱۲ ۰.۹۲۵ ۰.۹۷۳ ۰.۰)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۱)	(۰.۹۲۳ ۰.۹۳۳ ۰.۹۴۷ ۰.۰)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۱)	(۰.۴۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۶۶۱ ۰.۷۲۱ ۰.۷۴۷ ۰.۰)
C3	(۰.۵۴ ۰.۶۲۸ ۰.۶۸۷ ۰.۱)	(۰.۹۱۲ ۰.۹۲۵ ۰.۹۷۳ ۰.۱)	(۱,۱,۱)	(۰.۷۳۱ ۰.۷۴۵ ۰.۷۴۷ ۰.۱)	(۰.۷۳۱ ۰.۷۴۵ ۰.۷۴۵ ۰.۱)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۱)	(۰.۷۳۱ ۰.۷۴۵ ۰.۷۴۵ ۰.۱)	(۰.۹۲۳ ۰.۹۳۳ ۰.۹۴۷ ۰.۰)
C4	(۰.۴۳ ۰.۵۸۶ ۰.۶۶۲ ۰.۰)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۰)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۰)	(۱,۱,۱)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)	(۰.۴۳ ۰.۵۱۲ ۰.۵۹۷ ۰.۱)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)
C5	(۰.۳۰۵ ۰.۴۶۷ ۰.۵۱۲ ۰.۰)	(۰.۵۴ ۰.۶۲۸ ۰.۶۸۷ ۰.۰)	(۰.۵۴ ۰.۶۲۸ ۰.۶۸۷ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)	(۱,۱,۱)	(۰.۴۳ ۰.۵۱۲ ۰.۵۹۷ ۰.۱)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)
C6	(۰.۴۳ ۰.۵۸۶ ۰.۶۶۲ ۰.۰)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۰)	(۰.۶۸ ۰.۷۳۸ ۰.۷۸۲ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)	(۰.۴۳ ۰.۵۱۲ ۰.۵۹۷ ۰.۱)	(۱,۱,۱)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۶۶۱ ۰.۷۲۱ ۰.۷۴۷ ۰.۰)
C7	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۴۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۴۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۰.۴۹۳ ۰.۵۵۵ ۰.۶۱۱ ۰.۰)	(۱,۱,۱)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)
C8	(۰.۱۲۷ ۰.۲۸۱ ۰.۳۱۲ ۰.۰)	(۰.۶۶۱ ۰.۷۲۱ ۰.۷۴۷ ۰.۰)	(۰.۹۲۳ ۰.۹۳۳ ۰.۹۴۷ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)	(۰.۶۶۱ ۰.۷۲۱ ۰.۷۴۷ ۰.۰)	(۰.۷۵۸ ۰.۶۳۵ ۰.۵۶۵ ۰.۰)	(۱,۱,۱)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

محاسبه اوزان فازی و نرمال

در این گام بر اساس رابطه ۱ و ۲ ابتدا میانگین هندسی اعداد فازی هر سطر جدول ۸ را محاسبه می‌کنیم و سپس هر میانگین هندسی حاصل را بر مجموع میانگین‌های هندسی تقسیم می‌کنیم تا وزن فازی حاصل شود سپس هر وزن فازی را با استفاده از رابطه $\frac{l+2m+u}{4}$ غیرفازی می‌کنیم و برای نرمال سازی هر وزن غیرفازی کفایت آن وزن را بر مجموع وزن‌های غیرفازی تقسیم کنیم. به عنوان مثال برای معیار C1 در جدول ۸ محاسبات به صورت زیر است:

ابتدا میانگین هندسی درایه‌های سطرهای جدول ۸ را محاسبه می‌کنیم که به صورت زیر می‌شود.

$$\begin{aligned} \text{میانگین هندسی سطر اول} &= [(1,1,1) \times (0.487,0.628,0.854) \times (0.487,0.627,0.854) \\ &\times (1.662,2.286,2.83) \times (0.712,0.967,1.305) \times (1.662,2.286,2.83) \\ &\times (1.171,1.555,1.993) \times (0.712,0.881,1.127)]^{\frac{1}{8}} = (0.889,1.134,1.426) \end{aligned}$$

به طریق مشابه برای سطرهای دیگر نیز این محاسبات صورت می‌گیرد که نتایج در ستون دوم جدول ۹ برای کلیه سطرهای آورده شده است سپس مجموع تمامی این میانگین‌های هندسی را بدست می‌آوریم که برابر با (۰.۶، ۰.۷۵، ۱.۰، ۱.۵۱۳، ۵۵۴) می‌شود سپس وزن فازی هر معیار برابر با میانگین هندسی سطر آن معیار تقسیم بر مجموع میانگین‌های هندسی. به عنوان مثال برای معیار C1 وزن فازی به صورت زیر می‌شود:

$$\text{وزن فازی C1} = \frac{(0.889,1.134,1.426)}{(6.75,8.513,10.554)} = (0.084,0.133,0.211)$$

برای کلیه معیارهای نیز عملیات مشابه صورت می‌گیرد که وزن‌های فازی در ستون سوم جدول ۹ آورده شده است. سپس برای غیرفازی کردن هر وزن فازی به طریق زیر انجام می‌شود.

$$\text{وزن غیر فازی C1} = \frac{0.084 + 2 \times 0.133 + 0.211}{4} = 0.140 \Rightarrow \text{وزن فازی C1} = (0.084,0.133,0.211)$$

برای کلیه معیارها نیز این فرایند صورت می‌گیرد که نتایج در ستون چهارم جدول ۹ آورده شده است سپس برای نرمال سازی هر وزن غیر فازی به طریق زیر عمل می‌کنیم.

$$\text{وزن نرمال C1} = \frac{0.140}{0.140 + 0.177 + 0.206 + 0.081 + 0.124 + 0.069 + 0.106 + 0.149} = 0.134$$

جدول ۹. وزن فازی و غیرفازی معیارها

وزن نرمال	وزن غیرفازی	وزن فازی ($\bar{W}$)	میانگین هندسی $((\prod_{j=1}^n \tilde{P}_{ij})^{1/n})$	نام معیار
۱۳۴.۰	۱۴۰.۰	(۲۱۱.۱۳۳، ۰.۸۴، ۰.۰)	(۴۲۶.۱۳۴، ۱.۸۸۹، ۰.۰)	C1
۱۶۸.۰	۱۷۷.۰	(۲۶۴.۱۶۹، ۰.۱۰۴، ۰.۰)	(۷۸۵.۴۳۷، ۱.۱۰۱، ۰.۱)	C2
۱۹۶.۰	۲۰۶.۰	(۳۰۹.۱۹۸، ۰.۱۱۷، ۰.۰)	(۰۸۸.۶۸۳، ۲.۲۳۹، ۱.۱)	C3
۰۷۷.۰	۰۸۱.۰	(۱۱۹.۰۷۶، ۰.۰۵۳، ۰.۰)	(۸۰۴.۶۴۸، ۰.۵۵۸، ۰.۰)	C4
۱۱۸.۰	۱۲۴.۰	(۱۸۴.۱۱۷، ۰.۰۷۶، ۰.۰)	(۲۴۵.۹۹۸، ۱.۸۰۵، ۰.۰)	C5
۰۶۵.۰	۰۶۹.۰	(۱۰۴.۰۶۴، ۰.۰۴۳، ۰.۰)	(۷۰۳.۵۴۱، ۰.۴۵۷، ۰.۰)	C6
۱۰۱.۰	۱۰۶.۰	(۱۵۵.۱۰۱، ۰.۰۶۸، ۰.۰)	(۰۴۷.۸۶، ۱.۷۱۵، ۰.۰)	C7
۱۴۱.۰	۱۴۹.۰	(۲۱۶.۱۴۲، ۰.۰۹۳، ۰.۰)	(۴۵۶.۲۱۳، ۱.۹۸۷، ۱.۰)	C8
				$\sum \left(\prod_{j=1}^n \tilde{P}_{ij} \right)^{1/n}$
				(۵۵۴.۵۱۳، ۱۰.۷۵، ۸.۶)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

تشکیل سوپرماتریس ANP فازی

برای تعیین وزن‌های نهایی در روش ANP فازی، بر اساس اوزانی که محاسبه می‌شود سوپرماتریس ماتریس تشکیل می‌شود که در جدول ۱۰ آورده شده است.

جدول ۱۰. سوپرماتریس ANP فازی

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	GOAL
C1	۰	۰	۰	۲۲۱.۰	۰	۴۴۵.۰	۲۴.۰	۰	۱۳۴.۰
C2	۰	۰	۰	۳۱.۰	۰	۲۱۹.۰	۳۱۹.۰	۰	۱۶۸.۰
C3	۰	۰	۰	۴۶۹.۰	۰	۳۳۶.۰	۴۴۱.۰	۰	۱۹۶.۰
C4	۰	۰	۰	۰	۲۹۸.۰	۰	۰	۱۹۴.۰	۰۷۷.۰
C5	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۱۸.۰
C6	۰	۰	۰	۰	۴۸۹.۰	۰	۰	۴۶۵.۰	۰۶۵.۰
C7	۰	۰	۰	۰	۲۱۳.۰	۰	۰	۳۴۱.۰	۱۰۱.۰
C8	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۴۱.۰
GOAL	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

وزن و رتبه نهایی معیارها

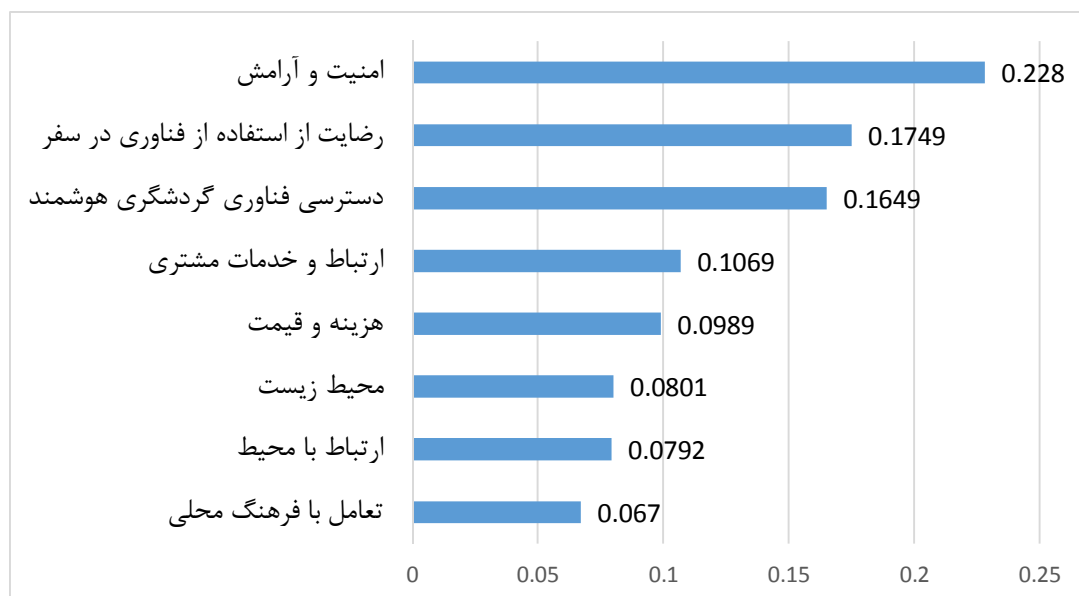
جهت تعیین وزن نهایی معیارها، سوپرماتریس جدول ۱۰، توسط نرم افزار سوپردسیژن به توان رسانده می‌شود تا همگرا شود که نتیجه آن وزن نهایی معیارها می‌باشد و در جدول ۱۱ آورده شده است. بر این اساس معیار امنیت و آرامش با وزن ۰.۲۲۸ رتبه اول را کسب کرده است. معیار رضایت

از استفاده از فناوری در سفر با وزن ۰.۱۷۴۹ رتبه دوم و معیار دسترسی فناوری گردشگری هوشمند با وزن ۰.۱۶۴۹ رتبه سوم را کسب کرده است.

جدول ۱۱. وزن و رتبه زیرمعیارهای گردشگری هوشمند و تجربه گردشگران پارک ائلی گلی تبریز

رتبه	وزن نهایی	نام معیار	کد معیار
۳	۰.۱۶۴۹	دسترسی فناوری گردشگری هوشمند	C1
۲	۰.۱۷۴۹	رضایت از استفاده از فناوری در سفر	C2
۱	۰.۲۲۸۰	امنیت و آرامش	C3
۷	۰.۰۷۹۲	ارتباط با محیط	C4
۸	۰.۰۶۷۰	تعامل با فرهنگ محلی	C5
۴	۰.۱۰۶۹	ارتباط و خدمات مشتری	C6
۵	۰.۰۹۸۹	هزینه و قیمت	C7
۶	۰.۰۸۰۱	محیط زیست	C8

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴



شکل ۳. وزن و اولویت نهایی معیارها منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری هوشمند مفهومی نوین در صنعت گردشگری است که با بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT) و داده‌های بزرگ، تجربه گردشگران را بهبود می‌بخشد. این نوع گردشگری با هدف ارائه خدمات شخصی‌سازی شده، تعاملی و در دسترس، به گردشگران کمک می‌کند تا قبل، حین و بعد از سفر خود، اطلاعات دقیق و به‌موقعی را دریافت کنند. از ویژگی‌های بارز گردشگری هوشمند می‌توان به استفاده از اپلیکیشن‌های موبایل برای راهنمایی، سیستم‌های

موقعیت‌یابی جهانی (GPS) برای مسیریابی، سامانه‌های پرداخت الکترونیکی، و پلتفرم‌های آنلاین برای رزرو و اطلاعات اشاره کرد. این فناوری‌ها به گردشگران امکان می‌دهند تا به راحتی به جاذبه‌های گردشگری دسترسی پیدا کرده، از اطلاعات جامع و چندرسانه‌ای بهره‌مند شوند، و تجربیات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. همچنین، گردشگری هوشمند به مدیریت بهتر منابع و کاهش اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست کمک می‌کند، زیرا اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق این فناوری‌ها به برنامه‌ریزان و مدیران امکان می‌دهد تا تصمیمات بهتری اتخاذ کنند. در نهایت، هدف اصلی گردشگری هوشمند، افزایش رضایت گردشگران و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی است. هدف پژوهش حاضر، ارزیابی تأثیر گردشگری هوشمند بر تجربه گردشگران (پارک ائلی گلی تبریز) می‌باشد. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش انجام، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. در این پژوهش از مدل ISM و ANP برای تحلیل پژوهش استفاده شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، با استفاده از مدل‌های ISM و ANP، می‌توان نتیجه گرفت که پیاده‌سازی فناوری‌های هوشمند تأثیر قابل توجهی بر بهبود تجربه گردشگران داشته است. مدل ISM نشان داد که دسترسی آسان به اطلاعات، بهبود مسیریابی و ارائه خدمات شخصی‌سازی شده از جمله عوامل کلیدی در ارتقای رضایت گردشگران هستند. از سوی دیگر، مدل ANP تأیید کرد که تعامل بیشتر با محیط، افزایش ایمنی و کاهش زمان انتظار در صف‌ها، به عنوان عوامل مهم در بهبود تجربه کلی گردشگران در پارک ائلی گلی شناخته می‌شوند. با توجه به نتایج به دست آمده، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری هوشمند می‌تواند بهبود قابل توجهی در کیفیت خدمات و تجربه گردشگران ایجاد کند. به عنوان مثال، توسعه اپلیکیشن‌های موبایل جامع که اطلاعات کاملی از پارک، رویدادها و امکانات ارائه می‌دهند، می‌تواند به گردشگران کمک کند تا برنامه‌ریزی بهتری داشته باشند و از زمان خود بهینه‌تر استفاده کنند. همچنین، استفاده از سیستم‌های نوبت‌دهی هوشمند و پرداخت الکترونیکی می‌تواند زمان انتظار در صف‌ها را کاهش داده و رضایت گردشگران را افزایش دهد. در نهایت، می‌توان گفت که گردشگری هوشمند نه تنها به بهبود تجربه گردشگران کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به توسعه پایدار گردشگری و مدیریت بهتر منابع نیز کمک کند. بنابراین، توصیه می‌شود که مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری با استفاده از نتایج این مطالعه، استراتژی‌های مناسبی برای توسعه گردشگری هوشمند در پارک ائلی گلی و سایر مکان‌های گردشگری مشابه اتخاذ کنند.

منابع و مآخذ:

- ۱- ایرانی، حمید رضا، اسماعیلی مهیاری، مصطفی، نورمندی پور، وحید، (۱۴۰۰)، مرور کتاب سنجی بر پژوهش‌های گردشگری هوشمند، فصلنامه گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۶، شماره ۱۲.
- ۲- تیموری، ایرج، قلی زاده، یاسر، حیدری چپانه، رحیم، (۱۴۰۲)، تحلیلی بر مقالات گردشگری هوشمند در ایران، نشریه فضای شهری و حیات اجتماعی، سال ۲، شماره ۷.
- ۳- حافظ رضا زاده، معصومه، امیری، سید جواد، شیبانی، زهره، (۱۴۰۳)، بررسی وضعیت گردشگری هوشمند در شهر چابهار، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال سیزدهم، شماره پنجاه و یک.
- ۴- خانی، ناصر، آبیلی، مریم، گندمکار، امیر، بهرامی، مژگان، (۱۴۰۱)، ایجاد امنیت هوشمند در مقصد گردشگر جهت توسعه گردشگری (مطالعه موردی: بندر شانگهای)، فصلنامه چشم‌انداز شهرهای آینده، دوره سوم، شماره سوم.
- ۵- خرازی محمدوندی آذر، زهرا، زنگوئی، فرنوش، صالحی صدقیانی، جمشید، (۱۳۹۹)، شناسایی مولفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران، نشریه علمی مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، سال هشتم، شماره ۳۲.
- ۶- ذوالفقاری، مجتبی، حشمت نژاد، احمد، (۱۴۰۰)، فن‌آوری‌های نوین و هوشمند در صنعت گردشگری، چالش‌ها و فرصت‌ها، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی.
- ۷- رجب زاده قطری، علی، شفيعی، ساناز، حسن زاده، علیرضا، جهانیان، سعید، (۱۳۹۹)، مقاصد گردشگری هوشمند: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد کیف پارادایم، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال پانزدهم، شماره ۴۹.
- ۸- زینالی عظیم، علی، بابازاده اسکوئی، سولماز، (۱۴۰۱)، تحلیلی بر ایجاد شهر هوشمند قابل زندگی در شهر تبریز، فصلنامه اقتصاد و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۳، شماره ۴.
- ۹- سلطانی فر و همکاران، (۱۴۰۲)، ارائه مدل گردشگری هوشمند با عاملیت رسانه‌های اجتماعی (مورد کاوی: همدان)، فصلنامه گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره ۱۶.
- ۱۰- شیرمحمدی، یزدان، قوسی یان، حمیده، (۱۴۰۳)، بررسی اثرات استفاده از خدمات هوشمند بر نوع تجربه گردشگران در فضای شهری (مورد مطالعه: شهر تهران)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال سیزدهم، شماره ۵۰.
- ۱۱- ضرغام بروجنی، حمید، صدیق بازکیا گوراب، مهسا، (۱۴۰۴)، تبیین مدل مقصد هوشمند گردشگری (مطالعه موردی: شرکت‌های گردشگری شهر تهران)، دو فصلنامه مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره دوم، شماره اول.
- ۱۲- علیقلی، منصوره، دشت لعلی، زهرا، نوربخش، سید کامران، (۱۳۹۹)، ارائه الگوی کاربردی گردشگری هوشمند در مناطق شهری مطالعه موردی: شهر اصفهان، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۲.
- ۱۳- غفوریان، مهسا، (۱۴۰۲)، راهبردهای تحقق گردشگری هوشمند در شهر مشهد با رویکرد سناریونویسی، فصلنامه آینده پژوهی شهری، دوره ۳، شماره ۱.

- ۱۴- کرمی، اسلام، بصیری، مصطفی، زینالی عظیم، علی، (۱۴۰۰)، تحلیل دل‌بستگی به مکان و متغیرهای وابسته به آن در مکان‌های سوم شهری (نمونه موردی: پارک ائل گلی تبریز)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، دوره ۹، شماره ۳.
- ۱۵- کنجکاو منفرد، امیر رضا، رئیسی سرشنیزی، حسینی، الهه، (۱۴۰۱)، تأثیر عوامل منتخب فناوری‌های گردشگری هوشمند بر رضایت از استفاده از فناوری در سفر (مورد مطالعه: گردشگران شهر یزد)، دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال دهم، شماره نوزدهم.
- ۱۶- مهاجر مشهدی، کرامت، (۱۴۰۳)، تجارب گردشگری هوشمند: مفاهیم، ابعاد اصلی و راهبردهای تحقیقاتی، هفتمین کنگره ملی در علوم انسانی.
- ۱۷- میرابی، وحید رضا، بهرام خو، رسول، کریم زند، مهدی، شاهرودی، مهدی، (۱۴۰۲)، ارائه الگوی برند آفرینی به منظور توسعه آموزش گردشگری هوشمند، فصلنامه‌ی مرکز مطالعات و توسعه‌ی آموزش علوم پزشکی، سال چهاردهم، شماره ۰.
- ۱۸- نصیری یزدی، علی اصغر، (۱۴۰۲)، تجربه گردشگری هوشمند: کاربرد هوش مصنوعی و فناوری اطلاعات در بهبود تجربه گردشگران، هفتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی.
- ۱۹- نکوئی زاده، مریم، کاوه، خدیجه، علیمحمدلو، مسلم، (۱۴۰۳)، شناسایی عوامل مؤثر بر پیاده سازی اینترنت اشیا برای هوشمندسازی مقاصد گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان فارس)، فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال دوازدهم، شماره بیست و پنجم.

- 20-Aranda, C, Fernandez, S & Manzano, B (2021), Tourism research after COVID-19 outbreak: Sustainable Cities and Society.
- 21-Barr, S. et al (2021). Smart cities and behavioural change : (Un) sustainable mobilities in the neo-liberal city. Geoforum. 125, 140-149.
- 22-Başer, G. , Doğan, O. , & Al-Turjman, F. (2019). Smart Tourism Destination in Smart Cities Paradigm: A Model for Antalya. In: Al-Turjman, F. (eds) Artificial Intelligence in IoT. Transactions on Computational Science and Computational Intelligence. 63–83. Springer, Cham.
- 23-Buhalis, D. , O'Connor, P. , & Leung, R. (2023). Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 351, 369-393.
- 24-Chou, Y. C. , Sun, C. C. , & Yen, H. Y. (2012). Evaluating the criteria for human resource for science and technology (HRST) based on an integrated fuzzy AHP and fuzzy DEMATEL approach. Applied Soft Computing, 12(1), 64-71.
- 25-El Archi, Y. , Benbba, B. , Nizamatinova, Z. , Issakov, Y. , Vargáné, G. I. , & Dávid, L. D. (2023). Systematic Literature Review Analysing Smart Tourism

- Destinations in Context of Sustainable Development: Current Applications and Future Directions. *Sustainability*, 15(6), 5086.
- 26-Femenia-Serra, F. & Neuhofer, B. & Ivars-Baidal, J. A. (2019) Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario, *The Service Industries Journal*, Vol. 39, No. 2, pp. 109-133.
 - 27-Govindan, K. , Palaniappan, M. , Zhu, Q. and Kannan, D. , 2012. Analysis of third party reverse logistics provider using interpretive structural modeling. *International Journal of Production Economics*, 140(1), pp. 204-211.
 - 28-Hsieh, T. Y. , Lu, S. T. and Tzeng, G. H. , (2004). Fuzzy MCDM approach for planning and design tenders selection in public office buildings. *International journal of project management*, 22(7), pp. 573-584.
 - 29-Huang, C. D. , Goo, J. , Nam, K. , & Yoo, C. W. (2017). Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Information & Management*, 54(6), 757- 770.
 - 30-Ionescu, A. & Aurelian Sarbu, F. (2024). Exploring Impact of Smart Technologies on the Tourism Industry.
 - 31-Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, JW (2019). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40.
 - 32-Kontogianni, A. , & Alepis, E. (2020). Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years. *Array*, 6, 100020.
 - 33-Lee, P. , Hunter, W. C. , & Chung, N. (2020). Smart Tourism City: Developments and Transformations. *Sustainability*, 12(10), 3958.
 - 34-Lee, Pam, Cannon Hunter, William, Chung, Namho. 2020. Smart Tourism City: Developments and Transformations, *Sustainability* 2020, 12, 3958; doi:10. 3390/su12103958.
 - 35-Petit, E. P. (2022). Smart City Technologies plus Nature-Based Solutions: viable and valuable resources for urban resilience. In *Smart Cities Policies and Financing*. (pp. 377-398). Elsevier.
 - 36-Shafiee, S. , Rajabzadeh, G. A. , Hasanzadeh, A. , & Jahanyan, S. (2018). Studying The Effect Of It On Sustainable Development Of Tourism Destinations Toward Developing Smart Tourism Destinations (Based On The Meta Synthetize Approach).
 - 37-Wang, X. , Li, X. , Zhen, F. & Zhang, J. 2021. How smart is your tourist attraction? Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, No. 54, P. 309-320.
 - 38-Yoo, C. W. , Goo, J. , Huang, C. D. , Nam, K. , & Woo, M. (2017). Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 330-341.

شناسایی مؤلفه‌های محیطی اثرگذار بر رضایتمندی ساکنین بناهای قدیم و جدید در سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری استان ایلام

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۱۳ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۰۷

کاظم زینی وند^۱ کارن فتاحی^{۲*} مجتبی نوراللهی^۳

۱- گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

۲- گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

۳- گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلام، ایران.

چکیده

توسعه سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری، به دلیل پیوستگی اساسی میان توسعه روستایی و شهری، از ضرورت‌های کلیدی توسعه منطقه‌ای و ملی است. بدون توجه ویژه به این پیوستگی، دستیابی به توسعه پایدار ممکن نخواهد بود. این پژوهش با هدف شناسایی مؤلفه‌های محیطی مؤثر بر رضایت ساکنان بناهای قدیمی و جدید در سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری استان ایلام انجام شده است. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و روش پدیدارشناختی مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد اجرا شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند با ۲۱ متخصص (شامل معماران، جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری) که با روش نمونه‌گیری هدفمند گلوله‌برفی انتخاب شدند، جمع‌آوری شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA و از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهند که شرایط علی مؤثر بر رضایت ساکنان شامل توسعه سکونتگاه‌ها، ارائه خدمات رفاهی، تأمین سرمایه و حفظ هویت فرهنگی است. راهبردهای پیشنهادی برای بهبود رضایت شامل حفاظت از اکوسیستم، برنامه‌ریزی رفاهی و گردشگری، تقویت شبکه‌های ارتباطی، توسعه زیرساخت‌ها و مدیریت منابع طبیعی است. پیامدهای این راهبردها شامل رضایت گردشگران، تقویت همبستگی اجتماعی، ایجاد فرصت‌های شغلی، رونق اقتصادی، کاهش آسیب‌های اجتماعی، توسعه پایدار و افزایش نشاط اجتماعی است. این یافته‌ها می‌توانند به تدوین سیاست‌های مؤثر برای توسعه پایدار گردشگری روستایی کمک کنند.

واژه‌های کلیدی: استان ایلام، سکونتگاه‌های روستایی، رضایت ساکنان، گردشگری روستایی داده‌بنیاد، نظریه.

* نویسنده رابط: karenfatahi@yahoo.com

مقدمه

روستای هدف گردشگری به محدوده‌ای جغرافیایی گفته می‌شود که مجموعه‌ای از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی را در خود جای داده است و انگیزه‌ای برای سفر و اقامت گردشگران فراهم می‌کند. انتخاب این روستاها یکی از راهبردهای کلیدی دولت برای رفع محرومیت، ایجاد محرک‌های توسعه و تحقق اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، به‌ویژه از طریق بهره‌برداری از ظرفیت‌های بالقوه مناطق روستایی محروم و توسعه گردشگری است.

در شرایطی که بسیاری از نواحی روستایی با محدودیت‌های اقتصادی، کالبدی، زیرساختی و اجتماعی مواجه‌اند، اما هم‌زمان ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای جذب گردشگر دارند، توسعه گردشگری می‌تواند به‌عنوان راهبردی اساسی در برنامه‌ریزی توسعه روستایی مدنظر قرار گیرد (نیازی و همکاران، ۱۴۰۰). در مناطقی که روستاها دچار غفلت و بی‌توجهی شده‌اند، مشکلاتی به‌وجود آمده که در صورت تداوم، منجر به بحران‌های اجتماعی و فضایی می‌شود. سکونتگاه‌های روستایی که بازتاب تعامل فرهنگ و طبیعت هستند، تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی تغییر کرده‌اند و نادیده‌گیری آن‌ها موجب بروز نارسایی‌های اساسی در نظام سکونت‌گاهی کشور می‌شود (صیدایی و همکاران، ۱۳۹۴).

به دلیل رشد سریع جمعیت، فقر، بیکاری و نابرابری‌های منطقه‌ای، توجه به توسعه روستایی بیش از پیش اهمیت یافته است. گردشگری روستایی به‌دلیل توانایی آن در ایجاد مشاغل خرد، ارتقای مشارکت زنان، کاهش فقر، و حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی، نقش مؤثری در پایداری این سکونتگاه‌ها دارد (فتاحی و محمدی، ۱۳۹۹). توسعه گردشگری در نواحی روستایی باید با اتخاذ راهبردهایی نظیر تنوع‌بخشی اقتصادی و حفظ ظرفیت‌های فرهنگی انجام گیرد.

گرچه راهبردهای توسعه روستایی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه چندان موفق نبوده‌اند و اهدافی چون رفع فقر، بهداشت، اشتغال و پایداری محیط‌زیست را تأمین نکرده‌اند، اما گردشگری روستایی به‌عنوان راهبرد مکمل می‌تواند در توزیع درآمد، ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرت مؤثر واقع شود (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۶).

گردشگری روستایی از منظر کالبدی نیز آثار مثبت و منفی دارد. از جمله پیامدهای مثبت آن می‌توان به بهبود زیرساخت‌ها، مقاوم‌سازی و حفظ بافت بومی، بهره‌گیری از مصالح محلی و رونق کشاورزی اشاره کرد؛ درحالی‌که تردد زیاد، تغییر در بافت، تخریب آثار تاریخی و تغییر کاربری زمین از جمله پیامدهای منفی آن هستند (رضایی و همکاران، ۱۴۰۱). تأثیر نهایی این پدیده وابسته به نوع مدیریت و رفتار گردشگران و جامعه محلی است.

در سطح بین‌المللی، گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع پردرآمد و در حال رشد، در توسعه اقتصادی کشورها سهم به‌سزایی دارد و نقش اساسی در تبادلات فرهنگی، ایجاد اشتغال و توسعه پایدار ایفا می‌کند (عینالی و الهی چورن، ۱۳۹۸). امروزه گردشگری تحت تأثیر فناوری‌های نوین با سرعت بالایی در حال پیشرفت است و این پیشرفت‌ها نقشی کلیدی در توسعه این صنعت ایفا کرده‌اند.

بر اساس تعاریف جهانی، گردشگری روستایی شامل فعالیت‌هایی در نواحی روستایی با هدف بهره‌برداری از طبیعت، زندگی بومی و شرکت در فعالیت‌های محلی مانند کشاورزی است. گردشگری

خلاق نیز با تمرکز بر تجربه‌های منحصربه‌فرد، موجب تعامل سازنده بین گردشگر و جامعه میزبان می‌شود و احتمال بازگشت مجدد گردشگران را افزایش می‌دهد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹).

در ایران نیز برای بهره‌گیری بهتر از قابلیت‌های گردشگری روستایی، کمیته راهبردی گردشگری روستایی در سازمان میراث فرهنگی در سال ۱۳۸۵ تشکیل شد. انتخاب و توانمندسازی روستاهای هدف گردشگری، شناسایی جاذبه‌ها و برنامه‌ریزی خدماتی در این روستاها از جمله گام‌های کلیدی این سیاست بوده است.

توسعه گردشگری روستایی با ارتقای منابع انسانی، افزایش رفاه اجتماعی، کاهش شکاف‌های منطقه‌ای، و جلوگیری از مهاجرت، از مؤثرترین رویکردهای توسعه‌محور شناخته می‌شود (نصرآبادی و حیاتی، ۱۳۹۳). با توجه به چالش‌های زندگی در بافت‌های قدیمی و نیاز به بهبود کیفیت زندگی، پرداختن به جنبه‌های کالبدی و روانی این مناطق ضروری است (روشنی و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین، مقاصد گردشگری روستایی برای بقای خود بایستی بتواند با بهره‌گیری از استراتژی‌های ناآورانه و مزایای رقابتی با ارائه‌ی محصول گردشگری با کیفیت مناسب در مقایسه با سایر مقاصد، به ارتقای رضایت‌مندی و وفاداری گردشگران بیانجامد. (عینالی و همکاران ۱۴۰۰)

بنابراین، دست یابی به معیارهای جامع برای سنجش پایداری توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی صحیح در جهت کاهش نارسایی‌ها و ضعف‌های موجود در تمام ابعاد و شاخص‌های دخیل در حوزه صنعت گردشگری را پوشش و مورد تأکید قرار می‌دهد. (مزیدی، مسعودی و همکاران ۱۴۰۲). علاوه بر این، تحلیل‌های ساختاری مانند SEM نشان داده‌اند که خدمات گردشگری کیفی و حفظ زیرساخت‌های بومی، محتوایی از عوامل روانی-اجتماعی را تحریک می‌کنند که منجر به پذیرش و مشارکت فعال ساکنین می‌شوند (Ali et al., 2021; Alrawadieh & Altinay, 2021). مطالعه‌ای در ژاپن نیز نشان داد مشارکت ساکنین در برنامه‌ریزی، منجر به حس مالکیت و افزایش رضایت از توسعه گردشگری می‌شود (Saito & Maehara, 2022). تحقیقات نیز تأکید کرده‌اند که نادیده‌گرفتن هویت روستایی در ساختارهای نوین موجب کاهش رضایت و احساس بی‌کسی در میان ساکنین بومی می‌گردد. (Wang & Chi, 2023) از سوی دیگر، بررسی پایداری زیست‌محیطی نشان داده است که توسعه زیرساخت‌های سبز و استفاده از اصول اکوتوریسم، ضمن ارتقای کیفیت زندگی، از فرسایش بافت و منابع بومی جلوگیری می‌کند (Nguyen & Le, 2025). با این وجود، علی‌رغم شواهد گسترده، هنوز تمرکز کافی بر تفاوت میان بافت قدیم و بافت جدید سکونتگاه‌های روستایی خصوصاً در جوامع دارای میراث فرهنگی غنی—وجود ندارد (Bramwell & Lane, 2024). در حقیقت، گردشگری افرادی را با مهارت‌ها و تخصص‌های متعدد به کار می‌گیرد و یکی از راهبردهای اثر گذار برای غلبه بر مسئله بیکاری و عدم اشتغال است. (شاهی قره قاسملو و همکاران ۱۴۰۳).

توسعه گردشگری روستایی همچنین مکمل اقتصاد کشاورزی است و می‌تواند جایگزینی برای آن در شرایط بحرانی باشد. اگر با برنامه‌ریزی مناسب مدیریت شود، می‌تواند موتور محرکه‌ای برای توسعه پایدار در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فضایی باشد (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۶). در نهایت، توجه به رضایت جامعه میزبان به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت در توسعه گردشگری

امری ضروری است. (Mehdiabad et al. , 2021) با توجه به اینکه صنعت گردشگری منبع اصلی درآمد و معیشت بسیاری از ساکنان مقاصد گردشگری است و از آن به عنوان یک محرک توسعه اقتصادی و اجتماعی مقاصد گردشگری یاد می‌شود. (جمینی و همکاران ۱۴۰۳)

در دهه اخیر، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری کلیدی برای توسعه پایدار و ارتقای کیفیت زندگی جوامع محلی معرفی شده است (Lee & Kim, 2021). طبق مطالعات، رضایت ساکنین از توسعه گردشگری به‌ویژه در بافت‌های قدیم و جدید روستایی، بیش از جنبه‌های اقتصادی، به مؤلفه‌های محیطی-ساختاری، هویتی و فرهنگی وابسته است. (Zhang et al. , 2023) سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری به عنوان نقاطی با ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی منحصربه‌فرد، نه تنها توانایی جذب گردشگران را دارند، بلکه می‌توانند به محرک توسعه اقتصادی، اجتماعی و کالبدی این مناطق نیز بدل شوند (امینی‌فرد و سلیمانی، ۱۴۰۳). در سال‌های اخیر، توسعه گردشگری روستایی به عنوان یکی از راهبردهای کلیدی در تحقق توسعه پایدار نواحی کم‌برخوردار، مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است (فتحی و دهقان، ۱۴۰۱). در این میان، رضایتمندی ساکنین به عنوان یکی از شاخص‌های بنیادین پایداری توسعه گردشگری مطرح بوده و بررسی آن از ابعاد مختلف می‌تواند به بهینه‌سازی سیاست‌های مداخله‌گرانه و برنامه‌ریزی فضایی-معماری کمک کند (Miao et al. , 2023).

با وجود تلاش‌های انجام‌شده در مسیر توسعه زیرساخت‌های گردشگری، بسیاری از سکونتگاه‌های روستایی هنوز با چالش‌هایی همچون ضعف در خدمات پایه، نبود برنامه‌ریزی بومی‌محور، مهاجرت ساکنان، و نادیده گرفتن عناصر بومی در طراحی فضایی مواجه‌اند (عابدی‌فر و کشاورز، ۱۴۰۲). این چالش‌ها بر رضایت ساکنان تأثیر منفی گذاشته و مانع از مشارکت آنان در فرایند توسعه می‌شود. بر این اساس، لازم است که ابعاد مختلف محیطی اعم از کالبدی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، تاریخی و زیرساختی که بر رضایتمندی ساکنین تأثیرگذار هستند، به صورت ساختاریافته مورد شناسایی قرار گیرند. (Jalilov et al. , 2022) تحقیقات داخلی نیز مؤید آن‌اند که شاخص‌های محیطی همچون کیفیت خدمات عمومی، هماهنگی معماری با بافت بومی، امنیت، مشارکت محلی و حفظ منابع طبیعی از عوامل مؤثر بر رضایتمندی جامعه میزبان هستند (رفیعی و بابازاده، ۱۴۰۰).

علی‌رغم ظرفیت‌های متنوع طبیعی، فرهنگی و تاریخی در سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری استان ایلام، شواهد میدانی و مطالعات پیشین نشان می‌دهند که سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات توسعه‌گرایانه در این مناطق اغلب فاقد درک عمیق از رضایتمندی ساکنین و تجربه زیسته آن‌ها از تحولات محیطی هستند. این مسئله موجب شده است که بخش عمده‌ای از طرح‌های توسعه گردشگری، علی‌رغم سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده، به اهداف مطلوب نرسند یا با مقاومت اجتماعی مواجه شوند. در بسیاری از موارد، عدم تطابق میان مداخلات کالبدی-زیرساختی و انتظارات جامعه محلی، منجر به کاهش حس تعلق، نارضایتی، یا حتی مهاجرت ساکنین شده است. از سوی دیگر، برنامه‌ریزی‌ها بیشتر از منظر نهادهای رسمی و ملاحظات اقتصادی انجام می‌شود و صدای ساکنین محلی و نیازهای چندبعدی آن‌ها در فرایند تصمیم‌سازی نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که

رضایتمندی ساکنین به‌عنوان شاخصی میان‌رشته‌ای، تحت تأثیر ترکیبی از عوامل کالبدی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، اقلیمی و معماری قرار دارد و می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در پایداری پروژه‌های گردشگری و پذیرش آن‌ها از سوی جامعه محلی داشته باشد. ازاین‌رو، شناسایی نظام‌مند و نظری مؤلفه‌های محیطی مؤثر بر رضایتمندی ساکنین سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری، یک ضرورت راهبردی و معرفتی برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و نهادهای متولی توسعه پایدار گردشگری است.

مبانی نظری

گردشگری می‌تواند تغییرات فرهنگی و اجتماعی مهمی در جوامع میزبان ایجاد کند و از طریق اشتغال‌زایی، توزیع درآمد، و کاهش فقر، به توسعه اجتماعی، رفاه عمومی، و بهبود کیفیت زندگی منجر شود. اثرات اجتماعی گردشگری به تغییراتی در زندگی ساکنان جامعه میزبان اشاره دارد که عمدتاً از تعامل مستقیم با گردشگران ناشی می‌شود. اثرات فرهنگی نیز شامل تحولات در آداب و رسوم، هنر، و معماری جوامع میزبان است که معمولاً بلندمدت‌تر بوده و می‌تواند به توسعه فعالیت‌های گردشگری کمک کند (خواجه نبی و همکاران، ۱۳۹۹). رقابت‌پذیری مقصد گردشگری به توانایی یک مقصد در بهینه‌سازی جاذبه‌های خود برای ارائه خدمات باکیفیت، نوآورانه، و جذاب به گردشگران، و کسب سهم بیشتر در بازارهای داخلی و بین‌المللی، همراه با بهره‌برداری پایدار از منابع، اشاره دارد (رهنورد و همکاران، ۱۳۹۹). مطالعات متعددی در داخل و خارج از ایران به بررسی اثرات گردشگری بر رضایت ساکنان روستاهای هدف گردشگری پرداخته‌اند (محمد یگانه و همکاران ۱۳۹۸). در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر توسعه گردشگری در ارتقای کیفیت زندگی در نواحی روستایی: مطالعه موردی شهرستان پارس‌آباد مغان» با روش میدانی (پرسشنامه) و بررسی ۱۳ روستا نشان دادند که شناسایی و توسعه ظرفیت‌های محلی به ارتقای کیفیت زندگی در مناطق روستایی کمک می‌کند. همچنین، شناخت محدودیت‌ها و ضعف‌های موجود در بهبود اثرات گردشگری نقش کلیدی دارد. ایمانی و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی اثرات گردشگری روستایی بر کیفیت زندگی: مطالعه موردی روستای کریک، شهرستان دنا» دریافتند که شاخص‌های سلامت و بهداشت، تعامل و همبستگی اجتماعی، و کیفیت محیط مسکونی در سطح رضایت متوسط ساکنان قرار دارند. فراهانی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی روستاییان: مطالعه موردی روستای گزرخان، شهرستان قزوین» نشان دادند که توسعه گردشگری بر کیفیت زندگی ساکنان از طریق عوامل اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، کالبدی-زیرساختی، و زیست‌محیطی تأثیر می‌گذارد. در سطح بین‌المللی، Alrwajfah و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان ادراکات و رضایت ساکنان از توسعه گردشگری: مطالعه موردی منطقه پترا، اردن ۴۶۷ ساکن از شش جامعه را بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (مانند جنسیت) و فاصله از جاذبه‌های گردشگری بر ادراکات ساکنان تأثیر می‌گذارد. تأثیرات اقتصادی مثبت مهم‌ترین عامل رضایت بود، درحالی‌که اثرات منفی درک‌شده تأثیر چندانی بر رضایت نداشت. Liao و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان «رضایت از گردشگری بومی از دیدگاه ساکنان: مطالعه موردی شهرستان نانتو،

تایوان» با ۳۹۱ ساکن بومی مصاحبه کردند. نتایج نشان داد که اکثر ساکنان از حفظ فرهنگ، منافع اقتصادی، و حفاظت از محیط زیست ناشی از گردشگری رضایت داشتند. این مطالعات نشان می‌دهند که رضایت ساکنان از گردشگری به عوامل متعددی از جمله زیرساخت‌ها، تعاملات اجتماعی-فرهنگی، و پایداری محیط زیست بستگی دارد. با این حال، تأثیر این عوامل در مناطق مختلف، به ویژه در بافت‌های قدیمی و جدید روستاهای هدف گردشگری، نیازمند بررسی دقیق‌تر است. پژوهش حاضر با تمرکز بر مؤلفه‌های محیطی، به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت ساکنان روستاهای هدف گردشگری استان ایلام است.

مواد و روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کیفی بوده و با بهره‌گیری از نظریه داده‌بنیاد (Grounded Theory) در قالب مدل نظام‌مند استراوس و کوربین انجام شده است. نظریه داده‌بنیاد، رویکردی قیاسی-استقرایی برای کشف یا تولید نظریه بر مبنای داده‌های میدانی است که به‌طور خاص در موضوعات با ساختار ناشناخته یا پیچیده کاربرد دارد (Strauss & Corbin, 1998). این رویکرد امکان می‌دهد که مفاهیم نظری از دل داده‌های تجربی رشد یابند و روابط میان آن‌ها در قالب یک مدل ساختاری نمایش داده شوند.

جامعه پژوهش را ساکنان بومی، کارشناسان معماری و متخصصان گردشگری تشکیل می‌دهند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و بر مبنای معیارهای نظری مرتبط با موضوع تحقیق انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته بود که تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. برای تحلیل داده‌های کیفی، از نرم‌افزار MaxQDA (نسخه ۲۰۲۰) استفاده شد. فرآیند تحلیل شامل سه مرحله اصلی بود:

۱. کدگذاری باز (Open Coding):

در مرحله اول، داده‌های خام حاصل از مصاحبه‌ها به‌صورت جمله‌به‌جمله وارد نرم‌افزار شد و از طریق گزینه "New Code" مفاهیم اولیه استخراج شدند. در مجموع ۶۸۲ کد مفهومی شناسایی گردید. مفاهیم مشابه در قالب دسته‌های مفهومی سازماندهی شده و از رنگ‌بندی، نمادگذاری و دسته‌بندی سلسله‌مراتبی برای ساختاردهی بهتر کدها استفاده شد.

۲. کدگذاری محوری (Axial Coding):

در مرحله دوم، با استفاده از قابلیت‌های ساختار درختی در نرم‌افزار MaxQDA، کدهای اولیه حول شش مقوله اصلی نظریه داده‌بنیاد شامل شرایط (علّی، زمینه‌ای، مداخله‌ای، راهبردی، پیامدی و مقوله هسته‌ای) بازساخت گردیدند. همچنین از ابزار Code Relations Browser برای بررسی ارتباطات متقابل بین کدها بهره گرفته شد.

۳. کدگذاری انتخابی (Selective Coding):

در مرحله سوم، با مقایسه مستمر بین مقوله‌ها و تحلیل همبستگی آن‌ها، مقوله محوری پژوهش شناسایی شد و سایر مقولات حول آن سامان یافتند. برای نمایش ساختار نهایی، از ابزار “Modeling” نرم‌افزار جهت ترسیم نمودار مفهومی نظری استفاده شد. اعتبارسنجی داده‌ها:

به‌منظور اطمینان از اعتبار تحلیل‌ها، از تکنیک‌های بازبینی مشارکت‌کنندگان (Member Check)، هم‌کدی با تحلیل‌گر دوم (Peer Coding) و ثبت یادداشت‌های تحلیلی (Memoing) در طول فرآیند تحلیل استفاده شد.

جامعه آماری و مشارکت‌کنندگان

جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۱ نفر از صاحب‌نظران حوزه‌های معماری، شهرسازی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، و میراث فرهنگی و گردشگری بود که از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته حضوری به پرسش‌های پژوهش پاسخ دادند. مشارکت‌کنندگان با روش نمونه‌گیری هدفمند و به شیوه گلوله‌برفی انتخاب شدند؛ به‌گونه‌ای که دارای تجربه میدانی، دانش تخصصی، و آگاهی کافی از مسائل مرتبط با سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری در استان ایلام بودند.

بر اساس نتایج تحلیل اطلاعات دموگرافیک، ۵۷ درصد از افراد مورد مطالعه دارای مدرک کارشناسی ارشد، ۸ درصد دارای مدرک دکتری، و ۳۵ درصد دارای مدرک کارشناسی بودند. همچنین، ۵۸ درصد از مشارکت‌کنندگان دارای تخصص در حوزه معماری و شهرسازی، و ۴۲ درصد دیگر در حوزه‌های جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و میراث فرهنگی و گردشگری فعالیت داشتند.

پراکنش جغرافیایی و مختصات روستاهای هدف گردشگری استان ایلام

محدوده مطالعه این تحقیق استان ایلام در غرب ایران است؛ استانی کوهستانی، با اقلیم معتدل کوهستانی، مناظر طبیعی بکر، ساختار اجتماعی قومی، و بافت‌های معماری سنتی. این استان با دارا بودن تنوع جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی، از ظرفیت‌های گسترده‌ای برای توسعه گردشگری روستایی برخوردار است.

روستاهای مورد مطالعه به‌عنوان سکونتگاه‌های هدف گردشگری، در شهرستان‌هایی همچون دره‌شهر، بدره، آبدانان، ایوان، واقع شده‌اند. این روستاها دارای بناهای قدیمی با معماری بومی، همچنین ساخت و سازهای جدید، و نیز پتانسیل‌های طبیعی، چشمه‌ها، رودخانه‌ها، جنگل‌ها و تاریخی هستند. انتخاب این محدوده به‌دلیل تلفیق کالبد سنتی و جدید، حضور گردشگران، و نیز اهمیت یافتن بازتاب نظرات ساکنین در فرآیند توسعه پایدار گردشگری صورت گرفته است.

این نقشه‌ها، پراکنش جغرافیایی روستاهای هدف گردشگری مورد مطالعه در این پژوهش، در چهار شهرستان استان ایلام پراکنده شده‌اند. این روستاها به‌دلیل داشتن ویژگی‌های منحصربه‌فرد طبیعی، تاریخی و فرهنگی، به‌عنوان مقاصد گردشگری منتخب شده‌اند و شامل بافت قدیم و جدید هستند تا بتوان مقایسه دقیقی میان رضایتمندی ساکنان انجام داد.

شهرستان دره شهر

تصویر شماره ۱: پراکنش جغرافیایی روستاهای هدف گردشگری شهرستان دره شهر شامل هاشم آباد، جهانگیرآباد، شیخ مکان و گاومیشان. این روستاها با موقعیت خاص در کنار رودخانه سیمره و بافت تاریخی غنی، از مقاصد اصلی گردشگری فرهنگی و طبیعی محسوب می‌شوند.



تصویر شماره ۱ (پراکنش جغرافیایی روستاهای هدف گردشگری شهرستان دره شهر)

شهرستان ایوان

تصویر شماره ۲: موقعیت جغرافیایی و پراکنش روستاهای هدف گردشگری شهرستان ایوان شامل روستاهای سرتنگ، خوران علیا، سراب و نرگسی. این روستاها به دلیل دارا بودن مناظر طبیعی بکر و ظرفیت‌های فرهنگی، به عنوان مقاصد اصلی گردشگری انتخاب شده‌اند.



تصویر شماره ۲: (موقعیت جغرافیایی و پراکنش روستاهای هدف گردشگری شهرستان ایوان)

شهرستان بدره

تصویر شماره ۳: موقعیت و پراکنش روستاهای هدف گردشگری شهرستان بدره شامل کلم بالا، چشمه شیرین، زید و زرانگوش. این روستاها با داشتن چشمه‌ها، باغات متنوع و جاذبه‌های طبیعی، نقش مهمی در توسعه گردشگری منطقه دارند.



تصویر شماره ۳: (موقعیت و پراکنش روستاهای هدف گردشگری شهرستان بدره)

شهرستان آبدانان

تصویر شماره ۴: موقعیت جغرافیایی روستاهای هدف گردشگری شهرستان آبدانان شامل سیاه‌گاو و پشت‌قلعه. این روستاها با جاذبه‌های طبیعی منحصر به فرد و نزدیکی به نواحی زاگرس، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری بومی و پایدار دارند.



تصویر شماره ۴: (موقعیت جغرافیایی روستاهای هدف گردشگری شهرستان آبدانان)

این نقشه‌ها دارای مقیاس (۱:۱۵,۰۰۰) جهت شمال، مختصات جغرافیایی و راهنما (Legend). نمایش دقیق موقعیت این روستاها، شناخت ظرفیت‌های فضایی و محیطی و برنامه‌ریزی بهینه برای توسعه گردشگری روستایی پایدار را تسهیل می‌کند.

جمع‌بندی توضیح نقشه

این پراکنش جغرافیایی و مختصات دقیق، امکان شناسایی تفاوت‌های فضایی و کالبدی بین بافت‌های قدیم و جدید روستاها را فراهم می‌کند. همچنین، اطلاعات پایه برای تحلیل رضایت ساکنان، عوامل محیطی و پیشنهاد راهبردهای توسعه پایدار گردشگری در این مناطق فراهم می‌آورد.

نتایج و بحث

نتایج پژوهش حاضر که بر اساس تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از طریق مصاحبه با صاحب‌نظران، معماران، جامعه‌شناسان، و کارشناسان گردشگری صورت گرفت، نشان می‌دهد که رضایتمندی ساکنان سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری تابع مجموعه‌ای از عوامل محیطی چندبعدی است. این عوامل شامل شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اقلیمی، تاریخی، کالبدی و زیرساختی بوده و در قالب شش مقوله نظری سازمان‌دهی شده‌اند. این یافته‌ها با مبانی نظری ارائه‌شده در بخش ادبیات پژوهش، از جمله نظریات مربوط به کیفیت زندگی، توسعه پایدار روستایی، گردشگری مسئولانه و نظریه نئوفانکشنالیسم فرهنگی در زمینه تعامل جامعه میزبان و گردشگر هم‌راستا هستند.

یافته‌های این تحقیق با نتایج پژوهش‌هایی مانند خواجه نبی و همکاران (۱۳۹۹)، محمد یگانه و همکاران (۱۳۹۸)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۸) و ایمانی و همکاران (۱۳۹۸) همخوانی دارد. در همه این مطالعات، بر اهمیت ارتقاء کیفیت زندگی، بهبود خدمات زیرساختی، افزایش مشارکت اجتماعی و

حفظ هویت فرهنگی در موفقیت توسعه گردشگری در نواحی روستایی تأکید شده است. همچنین، در این پژوهش نیز مانند مطالعه عنابستانی و همکاران (۱۳۹۶)، نقش مهم مشارکت جامعه محلی در فرآیندهای تصمیم‌گیری و طراحی فضاهای اقامتی و گردشگری مورد تأکید قرار گرفت.

نتایج به‌دست‌آمده با مطالعات بین‌المللی نظیر پژوهش‌های Alrwajfah et al (۲۰۱۹) و Liao et al (۲۰۱۹) نیز تطابق دارد. این مطالعات نشان داده‌اند که ادراکات مثبت ساکنین از اثرات اقتصادی و فرهنگی گردشگری، با افزایش رضایتمندی و کاهش مهاجرت در جوامع روستایی همراه بوده است. در پژوهش حاضر نیز ساکنان، بهبود اشتغال، افزایش درآمد، احیای میراث فرهنگی و افزایش حس تعلق مکانی را به عنوان پیامدهای مثبت گردشگری عنوان کرده‌اند.

تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از مصاحبه با ۲۱ نفر از متخصصان معماری، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و گردشگری استان ایلام، با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA 2020 و بر اساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد، نشان داد که مؤلفه‌های محیطی اثرگذار بر رضایتمندی ساکنین در سکونتگاه‌های هدف گردشگری استان، تفاوت‌های معناداری میان بافت قدیم و بافت جدید دارند.

۱. بافت قدیم روستاها:

در سکونتگاه‌هایی با بافت سنتی و تاریخی، مهم‌ترین عوامل رضایتمندی عبارت بودند از:

- هویت‌مندی محیطی و فرهنگی: ساکنین بافت قدیم وابستگی بیشتری به معماری بومی، مصالح محلی، سبک ساخت سنتی و روابط اجتماعی دیرینه دارند. حس تعلق به مکان و مشارکت اجتماعی بالا بود.

- فرسودگی و کمبود خدمات زیرساختی: علی‌رغم هویت فرهنگی غنی، این مناطق با مشکلاتی نظیر نبود تسهیلات بهداشتی، معابر نامناسب و فقدان امکانات گردشگری مدرن مواجه‌اند.

- رضایتمندی مشروط: به شرط حفظ بافت و ارتقاء خدمات رفاهی، رضایت ساکنین قابل ارتقاء است.

۲. بافت جدید روستاها:

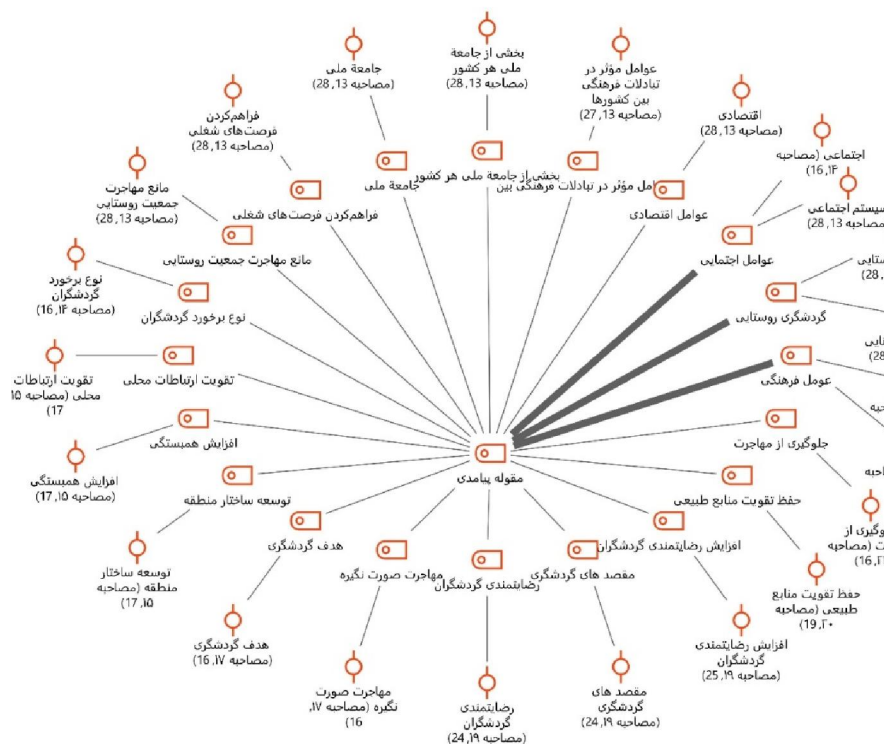
در روستاهایی با ساخت‌وسازهای جدید یا سکونتگاه‌های بازسازی‌شده، مؤلفه‌های رضایتمندی چنین دسته‌بندی شدند:

- امکانات زیرساختی و خدماتی مناسب‌تر: این بافت‌ها از امکانات رفاهی، مسیرهای دسترسی، شبکه‌های ارتباطی و خدمات درمانی بهتری برخوردار بودند.

- ضعف در هویت بومی و معماری غیرمنطبق با سنت محلی: نبود انسجام فرهنگی، عدم استفاده از مصالح بومی و گسست در روابط اجتماعی سنتی، احساس بی‌هویتی و بیگانگی در میان ساکنین ایجاد کرده است.

- رضایتمندی عملکردی ولی نه احساسی: در این مناطق، ساکنین بیشتر از امکانات فیزیکی رضایت دارند، اما احساس تعلق، آرامش و اصالت کمتری تجربه می‌کنند.

تصویر دوم نموداری از شبکه مقوله‌ی پیامدی را نشان می‌دهد که در آن بیش از ۲۰ زیرمقوله از مصاحبه‌ها استخراج شده است. این زیرمقوله‌ها از طریق تحلیل انتخابی به مقوله‌ی کلان «پیامدهای توسعه گردشگری روستایی» متصل شده‌اند. از جمله مهم‌ترین پیامدهای شناسایی شده می‌توان به «رضایتمندی گردشگران»، «افزایش تعامل اجتماعی»، «جلوگیری از مهاجرت»، «حفظ منابع طبیعی» و «توسعه ساختار منطقه» اشاره کرد. ضخامت خطوط در این نمودار نشان‌دهنده‌ی شدت ارتباط هر زیرمقوله با مقوله‌ی مرکزی بوده و بر اساس فراوانی کدهای اختصاص یافته، به صورت بصری تقویت شده‌اند.



تصویر اول: خروجی نرم افزار MaxQDA2020 در قالب «نمودار شبکه مقوله‌های پیامدی»

(منبع نویسنده‌ان ۱۴۰۴)

این نتایج بیانگر آن هستند که جامعه‌ی محلی رضایت از توسعه گردشگری را نه فقط در بعد اقتصادی، بلکه به طور خاص در بهبود زیرساخت‌ها، پایداری اجتماعی و حفظ منابع طبیعی دنبال می‌کند. چنین تحلیل ساختاری، به برنامه‌ریزان این امکان را می‌دهد که متناسب با مؤلفه‌های محیطی و انتظارات ساکنین، راهبردهای مداخله‌ای مطلوب‌تری طراحی کنند.

یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

در این بخش، یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته با ۲۱ نفر از متخصصان شامل معماران، جامعه شناسان، روان‌شناسان، و کارشناسان حوزه میراث فرهنگی و گردشگری تحلیل و ارائه

شده‌اند. تحلیل داده‌ها مبتنی بر روش نظریه داده‌بنیاد (Grounded Theory) در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفته است.

کدگذاری باز

شناسایی مفاهیم اولیه

در این مرحله، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به‌طور کامل پیاده‌سازی شد و عبارات و جملات کلیدی مورد شناسایی قرار گرفت. این عبارات، نمایانگر مفاهیم اولیه‌ای هستند که بیانگر درک مشارکت‌کنندگان از مسئله رضایتمندی در سکونتگاه‌های هدف گردشگری می‌باشند. این مفاهیم اولیه به‌صورت کد استخراج شدند. کدگذاری باز به تولید صدها کد اولیه انجامید که در مراحل بعدی تحلیل پالایش شدند.

کدگذاری محوری

تشکیل مقوله‌های اصلی و فرعی

در این مرحله، کدهای اولیه با هم‌پوشانی معنایی در قالب مقوله‌های فرعی گروه‌بندی شده و سپس در قالب شش مقوله محوری (اصلی) سازمان‌دهی شدند. مقوله‌های محوری حاصل از تحلیل داده‌ها به شرح زیر هستند:

- مقوله علی: عوامل محیطی تأثیرگذار بر رضایتمندی ساکنان (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، اقلیمی، تاریخی و معماری)

- مقوله زمینه‌ای: بسترها و شرایط محیطی حاکم بر سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری

- مقوله مداخله‌ای: عوامل مداخله‌گر محیطی و اجتماعی تأثیرگذار بر میزان رضایت

- مقوله راهبردی: راهبردهای اجرایی و سیاستی برای بهبود سطح رضایت ساکنین

- مقوله پیامدی: پیامدهای حاصل از بهبود سطح رضایت، مانند افزایش اشتغال، توسعه اقتصادی، حفظ جمعیت و هویت فرهنگی

- مقوله هسته‌ای (محوری): محرک‌های محیطی اصلی مؤثر بر رضایت ساکنان در سکونتگاه‌های قدیم و جدید هدف گردشگری

کدگذاری محوری - مقوله علی: عوامل محیطی تأثیرگذار بر رضایتمندی ساکنین

مقوله علی	عوامل اقتصادی	رغبت نداشتن بخش خصوصی، محدودیت‌ها در حوزه تأمین، کیفیت مسکن، مسیر دسترسی، برق و روشنایی، محصوریت، استحکام بناها، امکانات و خدمات رفاهی، توسعه روستایی و شهری، معیشت، مطالعات و برنامه‌ریزی، توسعه منطقه‌ای، ضرورت توجه به توسعه سکونتگاه‌ها، تأمین سرمایه، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، تعمیر جاده‌ها
مقوله علی	عوامل فرهنگی	فرهنگ انسانی، هویت فرهنگی، رویدادها و فعالیت‌های محلی،

ارتباط با جامعه محلی، زمینه فرهنگی و قومیتی، ارتباط با محیط طبیعی، مهاجرت روستاییان		
ضعف برنامه‌ریزی اقامتی، امنیت مسافر، مرز فیزیکی و ذهنی، صمیمیت، حقوق اجتماعی، ارتباط با دستگاه‌های دولتی، پیوستگی اجتماعی، جمع‌آوری زباله‌ها، فضاهای خانوادگی، امکانات رفاهی، کرامت انسانی ساکنان	عوامل اجتماعی	مقوله علی
چشمه، آبشار، رودخانه، ژئومورفولوژی، فضاهای سبز، بکر بودن منظر، آب‌وهوا، کوهستان، پوشش گیاهی، هماهنگی با محیط، تأمین آب شرب، کنترل زباله، جنگل و مرتع	عوامل اقلیمی	مقوله علی
ایجاد نمادها، سبک معماری بناهای قدیمی، مرمت، میراث محلی، بازسازی بناها، شرایط دمای (گرم و سرما)	عوامل تاریخی	مقوله علی
تغییر الگوهای معماری، مصالح بومی، تنوع طراحی، حس تعلق، بوم‌گرایی، حریم خصوصی، فضاهای سبز، پاکیزگی، سرویس بهداشتی، حفظ بافت قدیم، فرم پلان، زیباسازی، زیرساخت گردشگری، زیبایی بصری، نکات معماری محلی	عوامل محیطی و معماری	مقوله علی

کدگذاری مقوله زمینه‌ای: بستر و شرایط محیطی مؤثر بر رضایتمندی ساکنین

ایجاد منفعت برای جوامع محلی، محصولات ارگانیک، امکانات رفاهی، توجه به صنعت گردشگری، ارائه تسهیلات بهره‌برداری از بناها، سطح خدمات، تأمین امکانات، وجود گردشگران، تناسب محیط با انتظارات	عوامل اقتصادی	زمینه‌ای
ساده‌زیستی، خلیات بومی، معماری سنتی بهار خواب، پنجره‌های بزرگ، آشپزخانه آپن، ساختار بنیاد مسکن، محصوریت، حفظ منابع محلی، ایجاد شبکه‌های همکاری، تقویت فرهنگ بومی، آیین‌های دست‌نخورده، فرهنگ‌سازی، پایبندی به آداب	عوامل فرهنگی	زمینه‌ای
آلودگی، الگوهای ذهنی، حس امنیت، ظرفیت اجتماعی، قومیت‌گرایی، تقویت ارتباطات، اشتراک‌گذاری منابع، جاذبه‌های اجتماعی، خدمات رفاهی و تفریحی، ضعف در عملکرد بخش‌های دولتی و خصوصی	عوامل اجتماعی	زمینه‌ای
طبیعت منحصربه‌فرد، بافت باارزش، ظرفیت‌های بکر، جنگل‌ها، رودخانه‌ها، کیفیت هوا، عوامل زیست‌محیطی، آب‌وهوای کوهستانی	عوامل اقلیمی	زمینه‌ای
توسعه روستا، وجود زیرساخت‌های اولیه (آب، برق، گاز، مخابرات)، خدمات رفاهی، دسترسی مناسب، سرویس بهداشتی، اقامتگاه‌ها، فروشگاه، پلان‌های مدرن، تغییر بافت، پاتوق‌ها، بهداشت محیط، حس تعلق فضایی	عوامل زیرساختی	زمینه‌ای

کد گذاری مقوله مداخله‌ای: عوامل محیطی مداخله‌گر بر رضایتمندی ساکنین

مداخله‌ای	عوامل اقتصادی	فراهم‌آوری امکانات، بهره‌برداری پایدار، تقویت چرخه اقتصادی، استفاده از منابع طبیعی، گردشگری اقتصادی، ساخت روستا، زمین‌های کشاورزی، نبود تسهیلات حمایتی
مداخله‌ای	عوامل فرهنگی	شناخت فرهنگ بومی، تعامل با جامعه محلی، مکان‌های بومی و فرهنگی، رعایت پوشش مناسب توسط گردشگران، پاسخ به انتظارات گردشگران، همکاری دولت و بخش خصوصی، ارتقاء آگاهی ساکنین، کمبود آموزش رسمی گردشگری
مداخله‌ای	عوامل اجتماعی	حقوق اجتماعی، عزت نفس، سبک زندگی، فضاهای طبیعی و اجتماعی، پاتوق‌ها، اقامتگاه‌ها، فروشگاه‌ها، تعاملات اجتماعی مثبت، ضعف اطلاع‌رسانی رسانه‌ها، مشارکت نهادی، شرایط مساعد کشاورزی
مداخله‌ای	عوامل اقلیمی	هوای پاک، منابع طبیعی، رودخانه‌ها و سدها، طبیعت بکر، اقلیم کوهستانی، مراقبت محیط‌زیستی، زیبایی‌های طبیعی
مداخله‌ای	عوامل تاریخی	آثار تاریخی، موزه‌ها، بافت ارزشمند، غفلت از ظرفیت‌های تاریخی
مداخله‌ای	عوامل زیرساختی	توسعه متوازن سکونت‌گاه‌ها، کمبود اقامتگاه مناسب، طراحی ضعیف فضاهای گردشگری

کدگذاری راهبردی - چگونگی بهبود رضایتمندی ساکنین سکونتگاه‌های روستایی

راهبردی	عوامل اقتصادی	ایجاد اشتغال، گسترش صنعت توریسم، مراکز خرید و بازارها، تسهیلات و خدمات، مجوز ساخت اماکن اقامتی، تزریق اعتبارات، رونق نواحی روستایی، کاهش مهاجرت، جلوگیری از خالی‌شدن روستاها، کاهش آسیب‌های شهرنشینی، دریافت وام‌های دولتی، به‌کارگیری مصالح بوم‌آور، ظرفیت بهره‌برداری از توسعه روستایی
راهبردی	عوامل فرهنگی	جشن‌ها، مراسم‌های محلی، جلب توجه گردشگران، حفظ سنت‌ها، ارتقای فرهنگی، تشکیل انجمن‌ها، تبادل فرهنگی، مهاجرت معکوس، افزایش آگاهی فرهنگی، استفاده از لباس و معماری سنتی، استفاده از فرهنگ بومی در ساخت‌وساز، ظرفیت‌های بومی، آموزش فرهنگ

		بوم گردی
راهبردی	عوامل اجتماعی	حفظ اکوسیستم، افزایش رضایتمندی ساکنین، نظم محیط، کنترل فاضلاب، گروه‌های محلی، زندگی جمعی، اشتغال پایدار، رفاه عمومی، گردهمایی‌های اجتماعی، مراکز بهداشتی، آموزش، سوغات، امنیت روانی، مشارکت مردمی، شناخت ظرفیت‌ها، برنامه‌ریزی مشارکتی در گردشگران سه سطح، توجه به نظرات
راهبردی	عوامل تاریخی	بازسازی بناها، استفاده از مصالح بومی، حفاظت از میراث محلی
راهبردی	عوامل زیرساختی	ایجاد زیرساخت‌ها، زیباسازی روستا، منظره مناسب، تولید محصولات محلی، بهبود ارتباطات، نوسازی معابر، حفظ بافت تاریخی، جلوگیری از ساخت‌وساز غیرمجاز، حفظ معماری سنتی، بوستان‌ها، امکانات تفریحی و استراحت‌گاهی، رنگ آبی پنجره‌ها، شبکه‌های حمل‌ونقل

کدگذاری مقوله پیامدی: پیامد بهبود سطح رضایتمندی ساکنین سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری

پیامدی	عوامل اقتصادی	افزایش رضایتمندی ساکنین، توسعه پایدار اقتصادی، افزایش اشتغال، تنوع اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها، جذب سرمایه، رونق کسب‌وکار، ارتقاء درآمد خانوار و منطقه، رونق صنعت گردشگری، جلوگیری از بیکاری، اقتصاد محلی پویا
پیامدی	عوامل فرهنگی	حفظ فرهنگ بومی، کاهش مهاجرت، افزایش رضایت گردشگران، گسترش همبستگی اجتماعی، معرفی فرهنگ محلی، تبادل فرهنگی، ترویج سنت‌ها، مشارکت ساکنین در توسعه فرهنگی، ارتقاء ارتباطات انسانی
پیامدی	عوامل اجتماعی	بهبود کیفیت زندگی، حفظ هویت روستایی، تعاملات اجتماعی، توسعه رفاه عمومی، کاهش آسیب‌های اجتماعی، ایجاد نشاط، بازسازی اجتماعی، ارتقاء روحیه همکاری و مشارکت، جلوگیری از مهاجرت، افزایش شهرت و تقاضا
پیامدی	عوامل اقلیمی	وجود جاذبه‌های طبیعی، چشمه‌ها و رودخانه‌ها، مناظر بکر، هوای مطبوع، تنوع اقلیمی چهار فصل، طبیعت کوهستانی
پیامدی	عوامل تاریخی	آثار باستانی، اماکن تاریخی، موزه‌ها، تنوع معماری تاریخی، میراث تمدنی

پیامدی	عوامل زیرساختی و معماری	بهبود زیرساخت‌ها، خدمات اقامتی (چادرزنی، آلاچیق)، طراحی متناسب با معماری بومی، زیبایی بصری، ارتقاء خدمات درمانی، بهسازی معابر، زیباسازی محوطه
--------	-------------------------	---

کدگذاری مقوله هسته‌ای: محرک‌های محیطی تأثیرگذار بر رضایتمندی ساکنین

مقوله هسته ای	عوامل اقتصادی	اکوسیستم جمعیتی، پایانه‌ها، گردشگری کشاورزی، صنایع دستی، ایجاد اشتغال، منابع آبی پایدار، برنامه‌ریزی توسعه‌ای، رونق اقتصادی، تسهیلات روشنایی، سرمایه‌گذاری، تحلیل علمی پدیده‌ها، تسهیلات رفاهی
مقوله هسته ای	عوامل فرهنگی	اقامتگاه‌های بوم‌گردی، خدمات مهمان‌نوازی، آب‌نماها، مکان‌های دیدنی، موسیقی محلی، غذاهای محلی، فرهنگ عمومی، حفاظت میراث بومی، پایبندی به آداب‌ورسوم
مقوله هسته ای	عوامل اجتماعی	امنیت، آرامش، قومیت‌گرایی، ادراک ساکنین، آموزش، توسعه گردشگری، دل‌بستگی به مکان، سازمان‌دهی اجتماعی، خواسته‌های ساکنین، فضاهای موردنیاز، رسانه‌های جمعی
مقوله هسته ای	عوامل اقلیمی	چشمه‌های آب گرم، فضاهای سبز، طبیعت بکر، آب‌وهوای مطلوب، منطقه چهارفصل، ارتفاعات برف‌گیر، درختان با عمر بالا، طبیعت‌محور بودن، فصل کشت‌وکار
مقوله هسته ای	عوامل تاریخی	آثار باستانی، اماکن تاریخی، موزه‌ها، تمدن کهن، تنوع بناهای تاریخی
مقوله هسته ای	عوامل سیاسی	سیاست توسعه گردشگری روستایی، نبود ضمانت اجرایی دولت
مقوله هسته ای	عوامل زیرساختی	امکانات خدماتی، سکوهای چادرزنی، آلاچیق‌ها، طراحی فضاهای اقامتی، زیبایی بصری، فضاهای باز، خدمات درمانی و ارتباطی، سبک بومی، زیباسازی محوطه

کدگذاری انتخابی

تدوین مدل نظری پژوهش

در این مرحله، روابط بین مقوله‌های استخراج‌شده به‌صورت نظام‌مند بررسی شد و مدل مفهومی نهایی پژوهش با تمرکز بر مقوله هسته‌ای تدوین گردید. در این مدل، مقوله علی به‌عنوان نیروی آغازگر، مقوله زمینه‌ای و مداخله‌ای به‌عنوان بستر و شرایط اثرگذار، مقوله راهبردی به‌عنوان مسیر مداخله، و مقوله پیامدی به‌عنوان نتیجه نهایی رضایتمندی شناسایی شدند. در نهایت، مدل نظری شکل‌گرفته، ساختار فرایند رضایتمندی در سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری استان ایلام را تبیین می‌کند.

در مدل ارائه‌شده، مقوله علی به عنوان منشاء شکل‌گیری پدیده، مقوله‌های زمینه‌ای و مداخله‌ای به عنوان بستر و شرایط تأثیرگذار، مقوله راهبردی به عنوان واکنش‌های اجرایی، و مقوله پیامدی به عنوان نتایج نهایی رضایتمندی ساکنین ایفای نقش می‌کنند. مقوله هسته‌ای نیز محرک اصلی انسجام‌بخش این روابط و مرکز تمرکز نظری مدل محسوب می‌شود. جدول زیر، نقش و محتوای هر یک از این مقوله‌ها را با جزئیات نشان می‌دهد.

مقوله علی	عوامل محیطی تأثیرگذار	اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، اقلیمی، تاریخی، معماری	نبود سرمایه‌گذاری، ضعف زیرساخت‌ها، بی‌توجهی به میراث فرهنگی، معماری غیربومی، عدم امنیت و خدمات‌رسانی ناکافی
مقوله زمینه‌ای	بستر و شرایط محیطی	اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی- زیرساختی، فضایی-کالبدی	ویژگی‌های فرهنگی و سبک زندگی ساکنین، امکانات موجود، سبک سکونت و دسترسی به خدمات
مقوله مداخله‌ای	عوامل محیطی مداخله‌گر	نقش نهادها، سطح مشارکت اجتماعی، وضعیت منابع طبیعی و انسانی	همکاری دولت و بخش خصوصی، آگاهی و آموزش، تعهدات مدیریت محلی، تعامل گردشگر و جامعه میزبان
مقوله راهبردی	راهبردهای بهبود رضایتمندی	مدیریت منابع، برنامه‌ریزی کالبدی، توسعه مشارکتی	ارتقاء زیرساخت‌ها، آموزش گردشگری، بازآفرینی فضاهای بومی، وام‌دهی و تسهیل سرمایه‌گذاری محلی
مقوله پیامدی	پیامدهای بهبود رضایتمندی	اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی	افزایش اشتغال، حفظ جمعیت روستا، ارتقای کیفیت زندگی، تقویت حس تعلق، جلوگیری از مهاجرت
مقوله هسته‌ای	محرک‌های محیطی مؤثر بر رضایتمندی	ترکیبی از همه ابعاد فوق	نتیجه نهایی ترکیب و تعامل عوامل شناسایی‌شده که بر شکل‌گیری و پایداری رضایتمندی در سکونتگاه‌های روستایی اثر دارد

نتیجه گیری و پیشنهادها

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل مؤلفه‌های محیطی مؤثر بر رضایتمندی ساکنان بناهای قدیمی و جدید در سکونتگاه‌های روستایی هدف گردشگری استان ایلام انجام شد. یافته‌ها بر مبنای رویکرد کیفی نظریه داده‌بنیاد و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری سه‌مرحله‌ای (باز، محوری و انتخابی) استخراج شده‌اند.

نتایج نشان دادند که رضایتمندی ساکنان نه تنها تابع ویژگی‌های کالبدی مسکن و سکونتگاه، بلکه متأثر از مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، اقلیمی و مدیریتی است. عواملی مانند فراهم بودن زیرساخت‌ها، امنیت، هویت فرهنگی، کیفیت خدمات عمومی، بومی بودن معماری، تعامل با گردشگران و مشارکت مردم محلی، در سطح بالایی بر میزان رضایت ساکنان تأثیرگذار هستند. مدل مفهومی به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که ایجاد رضایت در میان ساکنین نیازمند توجه به ابعاد ساختاری، کالبدی، اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی است. رضایتمندی در این بستر نه تنها بر بهبود کیفیت زندگی و ماندگاری جمعیت روستایی می‌افزاید، بلکه موجب رشد گردشگری پایدار و کاهش آسیب‌های ناشی از مهاجرت و فرسایش فرهنگی می‌شود.

الف. پیشنهادهای کلی پژوهش

بر پایه یافته‌های این تحقیق، پیشنهادهای زیر به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، نهادهای محلی و دست‌اندرکاران حوزه گردشگری و توسعه روستایی ارائه می‌شود:

- ۱- طراحی برنامه‌های جامع توسعه روستایی با مشارکت مستقیم مردم محلی، تا نظرات، نیازها و تجربیات آن‌ها در فرآیند تصمیم‌گیری لحاظ شود.
- ۲- احیای معماری بومی و هویت فضایی سکونتگاه‌ها از طریق بازآفرینی بافت‌های قدیمی، استفاده از مصالح محلی، حفظ فرم و الگوهای سنتی، و پرهیز از الگوبرداری صرف از معماری شهری.
- ۳- تقویت زیرساخت‌های حیاتی شامل آب، برق، بهداشت، راه‌سازی، اینترنت و ارتباطات، تا زمینه زندگی باکیفیت و گردشگری پایدار فراهم شود.
- ۴- ایجاد بسترهای مناسب برای اشتغال روستاییان از طریق توسعه مشاغل خرد، صنایع‌دستی، گردشگری کشاورزی، و آموزش مهارت‌های متناسب با بازار تقاضا.
- ۵- برگزاری کارگاه‌های آموزشی در روستاها جهت ارتقاء آگاهی مردم درباره مزایای گردشگری، نحوه تعامل مؤثر با گردشگران، و حفظ محیط‌زیست محلی.
- ۶- ایجاد سامانه‌های ارزیابی و پایش رضایتمندی ساکنان به صورت دوره‌ای، برای شناسایی موانع توسعه و بررسی میزان موفقیت برنامه‌ها.
- ۷- تدوین چارچوب حقوقی شفاف برای حمایت از حقوق ساکنان و مالکیت محلی در برابر مداخلات گسترده دولتی یا سرمایه‌گذاران خصوصی.
- ۸- ترویج فرهنگ گردشگری خلاق و تعاملی که مبتنی بر تجربه زیسته و تعامل مستقیم گردشگر با زندگی روزمره روستا باشد.

۹- حمایت از بازاریابی محصولات محلی و توسعه برند روستای هدف گردشگری جهت ایجاد ارزش افزوده و شهرت منطقه‌ای برای روستاها.

۱۰- تقویت همکاری بین‌نهادی بین سازمان میراث فرهنگی، بخش‌داری‌ها، شوراهای روستا، دانشگاه‌ها و گروه‌های مردم‌نهاد برای هم‌افزایی در سیاست‌گذاری و اجرا.

ب. پیشنهاد‌های اجرایی به تفکیک نهاد‌های مسئول

۱. وزارت میراث فرهنگی با همکاری ادارات کل استانی، برای توسعه گردشگری روستایی برنامه‌های جامع طراحی و اجرا کند.

۲. بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در بازآفرینی و مقاوم‌سازی بافت‌های قدیمی با رویکرد بومی‌سازی معماری اقدام کند.

۳. سازمان برنامه و بودجه کشور و بانک‌های توسعه‌ای، تسهیلات مالی برای کسب‌وکارهای محلی گردشگری اختصاص دهند.

۴. ادارات آموزش فنی و حرفه‌ای با همکاری اداره کار، دوره‌های مهارتی مرتبط با گردشگری برگزار کنند.

۵. سازمان حفاظت محیط‌زیست و منابع طبیعی با تعیین ظرفیت برد اکولوژیکی، مانع تخریب زیست بوم مناطق گردشگرپذیر شوند.

۶. شوراهای اسلامی روستا و دهیاری‌ها با برگزاری نشست‌های محلی، نیازها و بازخورد ساکنان را به تصمیم‌گیرندگان منتقل کنند.

۷. سازمان صدا و سیما و وزارت ارشاد برای معرفی ظرفیت‌های گردشگری و ترویج فرهنگ بومی برنامه‌های تبلیغی تولید کنند.

۸. ادارات راه و شهرسازی و شورای عالی شهرسازی در صدور مجوزهای ساخت، اصول معماری بومی را الزام‌آور سازند.

۹. وزارت کشور با ابلاغ سیاست‌های حمایتی، فرمانداری‌ها و بخش‌داری‌ها را در توسعه روستایی توانمند سازد.

۱۰. استانداری ایلام با تشکیل کمیته‌های تخصصی گردشگری، روند اجرای برنامه‌ها را تسهیل و نظارت کند.

منابع و مأخذ

۱. نیازی، م.، عسگری، م.، و رضایی، ع. (۱۴۰۰). ارزیابی ظرفیت‌های گردشگری روستایی با تأکید بر توسعه پایدار. فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی، ۲۵(۴)، ۵۴-۶۹.
۲. صیدایی، س.، احمدی، ن.، و تقوی، ج. (۱۳۹۴). تحلیل روند تحولات کالبدی- فضایی سکونتگاه‌های روستایی تحت تأثیر مداخلات توسعه‌ای. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۱۹(۵۰)، ۸۱-۹۹.
۳. فتاحی، م.، و محمدی، س. (۱۳۹۹). نقش گردشگری روستایی در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۱۱(۳)، ۲۱-۳۴.
۴. مطیعی لنگرودی، م.، خدادادی، م.، و غلامی، ر. (۱۳۹۶). بررسی نقش گردشگری روستایی در کاهش مهاجرت و توسعه اقتصادی مناطق روستایی. فصلنامه اقتصاد و توسعه روستایی، ۶(۲۴)، ۷۵-۹۲.
۵. رضایی، ف.، کریمی، م.، و شریفی، ع. (۱۴۰۱). بررسی پیامدهای کالبدی توسعه گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی. نشریه پژوهش‌های معماری و شهرسازی، ۱۳(۲)، ۴۱-۵۸.
۶. عینالی، ح.، و الهی چورن، م. (۱۳۹۸). گردشگری و توسعه پایدار در ایران: فرصت‌ها و چالش‌ها. نشریه جغرافیا و توسعه، ۱۶(۱)، ۱۱۵-۱۳۰.
۷. رحیمی، ن.، کریمی، م.، و سلطانی، ر. (۱۳۹۹). گردشگری خلاق و پایداری روستایی. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۸(۴)، ۲۹-۴۵.
۸. نصرآبادی، س.، و حیاتی، م. (۱۳۹۳). تحلیل نقش گردشگری در کاهش شکاف‌های منطقه‌ای. مجله جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱۰(۳)، ۵۱-۶۶.
۹. روشنی، ف.، محسنی، ج.، و حیدری، ش. (۱۳۹۷). کیفیت زندگی و توسعه گردشگری روستایی. فصلنامه مطالعات روستایی، ۷(۱)، ۷۹-۹۴.
۱۰. مزیدی، ع.، مسعودی، ع.، و سلطانی، م. (۱۴۰۲). سنجش پایداری توسعه گردشگری در نواحی روستایی. فصلنامه گردشگری پایدار، ۹(۲)، ۱-۱۹.
۱۱. شاهی قره‌قاسملو، ن.، و همکاران. (۱۴۰۳). نقش گردشگری در اشتغال‌زایی در مناطق روستایی. نشریه اقتصاد و توسعه روستایی، ۱۰(۱)، ۸۸-۱۰۲.
۱۲. عنابستانی، ج.، نیک‌بخت، ا.، و حسینی، ر. (۱۳۹۶). تأثیر گردشگری بر توسعه کشاورزی در مناطق روستایی. مجله توسعه پایدار روستایی، ۵(۴)، ۳۵-۵۰.
۱۳. جمینی، م.، و همکاران. (۱۴۰۳). گردشگری و توسعه اقتصادی در سکونتگاه‌های بومی. فصلنامه اقتصاد گردشگری ایران، ۱۲(۱)، ۲۲-۳۹.
۱۴. امینی‌فرد، ف.، و سلیمانی، ح. (۱۴۰۳). تحلیل ظرفیت‌های سکونتگاه‌های روستایی در جذب گردشگر. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۱۴(۲)، ۵۰-۶۸.
۱۵. فتحی، ر.، و دهقان، ع. (۱۴۰۱). نقش گردشگری در توسعه پایدار مناطق کم‌برخوردار. مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۹(۳)، ۴۱-۵۷.

۱۶. عابدی‌فر، ر.، و کشاورز، ع. (۱۴۰۲). چالش‌های برنامه‌ریزی فضایی در توسعه گردشگری روستایی. نشریه برنامه‌ریزی فضایی، ۱۰(۴)، ۶۱-۷۷.
۱۷. رفیعی، م.، و بابازاده، ک. (۱۴۰۰). بررسی عوامل محیطی مؤثر بر رضایتمندی جامعه میزبان در مناطق روستایی. فصلنامه معماری بومی، ۷(۲)، ۲۵-۴۲.
۱۸. خواجه‌نبی، م.، و همکاران. (۱۳۹۹). تأثیرات فرهنگی گردشگری در نواحی روستایی. فصلنامه توسعه روستایی، ۱۱(۲)، ۶۷-۸۰.
۱۹. رهنورد، م.، تقی‌پور، ع.، و اسلامی، ن. (۱۳۹۹). ارزیابی رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری. مجله مطالعات گردشگری، ۸(۳)، ۲۳-۴۰.
۲۰. محمد یگانه، ح.، و همکاران. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر توسعه گردشگری در ارتقای کیفیت زندگی در نواحی روستایی: مطالعه موردی شهرستان پارس‌آباد مغان. فصلنامه جغرافیای انسانی، ۵۱(۲)، ۱۰۵-۱۲۲.
۲۱. ایمانی، س.، و همکاران. (۱۳۹۸). بررسی اثرات گردشگری روستایی بر کیفیت زندگی: مطالعه موردی روستای کریک، شهرستان دنا. فصلنامه پژوهش‌های توسعه روستایی، ۱۰(۱)، ۸۵-۱۰۱.
۲۲. فراهانی، ا.، و همکاران. (۱۳۹۸). اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی روستاییان: مطالعه موردی روستای گزرخان، شهرستان قزوین. فصلنامه برنامه‌ریزی روستایی، ۷(۴)، ۴۵-۶۰.
23. Strauss, A. , & Corbin, J. (1998). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. 2nd ed. Sage Publications.
24. Alrawadieh, Z. , & Altinay, L. (2021). Community resilience and tourism development: The role of local participation. Journal of Sustainable Tourism, 29(3), 345–360.
25. Ali, F. , Rasoolimanesh, S. M. , & Cobanoglu, C. (2021). Local community participation in sustainable tourism development and resident satisfaction. Tourism Management, 82, 104–122.
26. Saito, H. , & Maehara, H. (2022). Community-based tourism planning in Japanese rural areas. Tourism Geographies, 24(1), 79–94.
27. Wang, X. , & Chi, C. G. (2023). Rural identity and resident satisfaction: A structural approach. Journal of Rural Studies, 99, 101–113.
28. Nguyen, T. H. , & Le, H. T. (2025). Ecotourism and green infrastructure in rural sustainability. Ecological Indicators, 144, 109–125.
29. Bramwell, B. , & Lane, B. (2024). Heritage tourism and rural landscape integrity. Annals of Tourism Research, 97, 103–117.
30. Mehdiabad, S. , et al. (2021). Host satisfaction and sustainable rural tourism. Sustainability, 13(12), 6589.
31. Lee, S. , & Kim, Y. (2021). Rural tourism for sustainable development: Lessons from South Korea. Sustainability, 13(8), 4398.
32. Zhang, X. , Wu, Y. , & Liu, J. (2023). Environmental and structural factors in rural tourism satisfaction. Tourism Management Perspectives, 45, 101–121.

-
33. Jalilov, S. M. , et al. (2022). Multidimensional evaluation of rural tourism impacts. *Sustainable Development*, 30(6), 1247–1260.
 34. Alrwajfah, M. , Samdin, Z. , & Abdul-Rahim, A. S. (2019). Residents' perceptions and satisfaction toward tourism development: Evidence from Petra, Jordan. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(6), 636–655.
 - . 35. Liao, C. , Tsai, C. , & Hsu, L. (2019). Resident satisfaction with indigenous tourism in Nantou County, Taiwan. *Sustainability*, 11(6), 1783

ارائه الگوی توسعه پایدار مقصدهای گردشگری مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان جرقویه)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۱۴ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۰۱

ندا معتمدی^۱، امیر گندمکار^{۲*}، حسین سلیمانی^۳، احمد خادم الحسینی^۴

۱. دانشجوی دکتری گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
۲. دانشیار گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
۳. استادیار گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
۴. دانشیار گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

چکیده

توسعه گردشگری روستایی به عنوان یک راهکار برای حل بسیاری از مشکلات مناطق روستایی شناخته شده و در زمینه های مختلفی مؤثر است. پژوهش حاضر باهدف ارائه الگوی توسعه پایدار در مقصدهای گردشگری روستایی شهرستان جرقویه صورت گرفته است. پرسش نامه ای با طیف لیکرت و ۳ معیار اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی طراحی و توسط کارشناسان، گردشگران و ساکنین تکمیل شدند. از آزمون t برای ارزیابی شرایط هر روستا، از آزمون فریدمن برای رتبه بندی معیارها و روستاها و از تحلیل واریانس برای مقایسه روستاها استفاده شد. نتایج نشان داد از نظر کارشناسان در بعد اقتصادی، رضایت گردشگران از محصولات محلی؛ در بعد اجتماعی، بهبود روابط اجتماعی و در بعد کالبدی - محیطی، بهبود بهداشت محیط روستا بیشترین اهمیت را داشته است. از نظر گردشگران در بعد اقتصادی، رضایت گردشگران از محصولات محلی؛ در بعد اجتماعی، حفظ الگوهای اجتماعی و فرهنگی و در بعد کالبدی - محیطی، بهبود دسترسی به اطلاعات روستا بیشترین اهمیت را داشته است. از نظر ساکنین در بعد اقتصادی، توسعه بازاریابی محلی؛ در بعد اجتماعی، بهبود دسترسی در روستا و در بعد کالبدی - محیطی، بهبود زیرساخت ها بیشترین اهمیت را داشته است. بطور کلی الگوی بعد اقتصادی، الگوی توسعه بازاریابی؛ الگوی بعد اجتماعی، الگوی همکاری و مشارکتی و الگوی بعد کالبدی - محیطی، الگوی توسعه ای و بهسازی می باشد.

واژه های کلیدی: الگوی توسعه، توسعه پایدار، مقصد گردشگری، جرقویه.

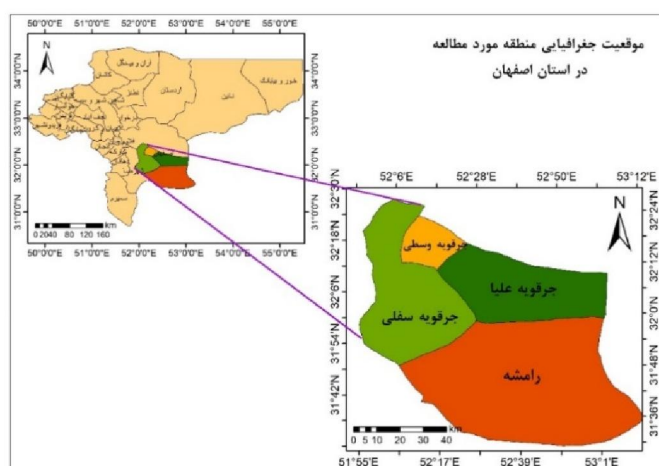
مقدمه

یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری، گردشگری روستایی است که امروزه به‌مثابه فعالیت فراگیر جهانی و به‌عنوان تأکیدی بر توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی شناخته می‌شود. از آنجاکه مقصدهای گردشگری روستایی به‌عنوان بخشی مهم از نظام گردشگری و برآیندی از تحول و تطور پدیده‌های مکانی - فضایی در پهنه فضا به شمار می‌آیند (فانکلین، ۲۰۰۷) به‌منظور استفاده اثربخشی از ظرفیت‌های گردشگری، تنظیم روابط، پیوندها و نحوه آرایش فضایی مقصدها، کنترل پیامدهای رشد و توسعه و در نهایت پیشرفت در مسیر توسعه پایدار گردشگری روستایی، توجه به توسعه و برنامه‌ریزی فضایی، ضرورت پیدا می‌کند (ریستسکی و همکاران، ۲۰۱۲). در صورت استفاده از ظرفیت‌های گردشگری و شکل‌گیری فضاهای گردشگری و بهره‌گیری مناسب از آنها، نه تنها در سطح محلی، بلکه در سطح منطقه‌ای و ملی می‌توان شاهد پویایی و اثرگذاری روستاها در فرایند توسعه منطقه‌ای بود (درویشی و همکاران، ۲۰۱۴)؛ لذا با چندین برنامه عملی می‌توان به‌صورت جداگانه در مناطق مختلف نیازهای بازدیدکنندگان را با ادغام بخش‌های مختلف به‌منظور ارتقای توسعه پایدار گردشگری مقاصد روستایی در یک سرزمین در نظر گرفت (ریستسکی و همکاران، ۲۰۱۲). برنامه‌ریزی فضایی در زمینه گردشگری در هر منطقه از طریق امکان‌سنجی توسعه گردشگری صورت می‌گیرد تا از این طریق قابلیت‌های توسعه گردشگری، بازشناخته شود (پیرس، ۲۰۰۰). تانگ (۲۰۱۹) در بررسی توسعه گردشگری روستایی در حفظ محیط بومی و زیست‌بوم روستاییان دریافت توسعه این نوع گردشگری تا حد زیادی به محیط‌زیست طبیعی وابسته است. معینی (۲۰۲۰) نقش گردشگری در توسعه و فرازوفروود معماری و بافت روستایی دشت گرگان را مطالعه کرد. گرمانوویچ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه پایدار مناطق روستایی پرداختند. روسالینا و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی گردشگری روستایی و نتیجه گرفتند در توسعه گردشگری چالش‌های مختلفی ازجمله کمبود امکانات و زیرساخت، تعارضات فرهنگی و مشکلات زیست‌محیطی وجود دارد. تانبونان و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی نقش جوانان در توسعه گردشگری فرهنگی در روستای تپیانگ پرداختند. سوئسوویو و همکاران (۲۰۲۱) پتانسیل و استراتژی گردشگری برای توسعه گردشگری روستایی رقابتی در اندونزی را بررسی و بیان کردند پتانسیل‌های گردشگری مناطق روستایی یک توان بالقوه برای توسعه این مناطق است. کومار و والری (۲۰۲۲) رابطه بین عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی را بررسی کردند. لی و همکاران (۲۰۲۲) الگوی توسعه گردشگری هوشمند روستایی را ارائه کردند. سان و همکاران (۲۰۲۳) الگوهای فضایی منطقه توریستی در چین را بررسی کردند. یوتامی و همکاران (۲۰۲۳) به بررسی عوامل موفقیت کارآفرینی گردشگری روستایی برای دهکده گردشگری پایدار در اندونزی پرداختند. آریانی و فایوزی (۲۰۲۳) به بررسی مسیرهای تحول مدیریت گردشگری روستایی پایدار در جاوه مرکزی، اندونزی پرداختند. مهدوی و اکبری (۱۳۹۲) الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی در لواسان کوچک را ارائه دادند. رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۲) به ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار دهستان لواسان کوچک پرداختند. وزین و همکاران (۱۳۹۷) اثرات توسعه گردشگری بیابانی بر جوامع روستاهای بخش‌های

جرقویه علیا و بن رود را بررسی کردند. رومیانی و همکاران (۱۳۹۹) شاخص‌های برنامه‌ریزی فضایی توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی در شرق استان مازندران را بررسی کردند. ایمانی و ابولزاده (۱۴۰۱) الگوی توسعه پایدار گردشگری روستایی در روستاهای بخش هیر شهرستان اردبیل را ارائه دادند. مظفری و قاسمی (۱۴۰۲) برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی در شهرستان نیشابور را بررسی کردند. پژوهان و همکاران (۱۴۰۲) الگوی پارادایمی توسعه گردشگری خلاق روستایی در روستاهای استان کرمانشاه را ارائه دادند. مشایخ و همکاران (۱۴۰۳) الگوی گردشگری روستایی پایدار را در استان فارس بررسی کردند. پرور و خورشید (۱۴۰۳) الگوی پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار در روستاهای شهرستان دورود را ارائه دادند. ضرغام و اسدی (۱۴۰۳) آینده‌پژوهی مقصدهای گردشگری روستایی در روستای سریزد یزد را بررسی کردند. هدف از این پژوهش ارائه الگوی توسعه پایدار در مقصدهای گردشگری روستایی شهرستان جرقویه است.

داده‌ها و روش‌ها

شهرستان جرقویه در طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۵۵ دقیقه تا ۵۳ درجه و ۱۱ دقیقه طول جغرافیایی و عرض جغرافیایی ۳۱ درجه و ۳۰ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۳۰ دقیقه عرض جغرافیایی و در ۵۲ کیلومتری جنوب شرقی استان اصفهان واقع شده است (شکل ۱). روستاهای مالواجرد، رامشه، مبارکه، احمدآباد، اسفنداران، حارث آباد، فیض آباد، اسدآباد، یخچال، الله آباد، خارا، دستجرد، کمال آباد، مزرعه عرب، حیدرآباد، قارنه، حسین آباد، گنج آباد، سیان، سعادت آباد، آذرخواران و پیکان به اضافه شهرهای نیک آباد، نصرآباد، حسن آباد و محمدآباد در شهرستان جرقویه واقع شده‌اند.



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه در استان اصفهان

پژوهش حاضر به لحاظ روش توصیفی - تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. به منظور انجام این پژوهش ابتدا پرسش‌نامه‌ای با طیف لیکرت طراحی شد که در آن سه گروه به عنوان جامعه آماری شامل کارشناسان، گردشگران و ساکنین محلی انتخاب شدند. برای مشخص کردن تعداد پرسش‌نامه‌ها

از فرمول کوکران استفاده شد. در مجموع تعداد ۸۲ پرسشنامه توسط کارشناسان فرمانداری، اعضای شورای ده، کارمندان جهادکشاورزی و بخشداری در روستاهای احمدآباد، گنج آباد، سیان، حسین آباد، مزرعه عرب، گنج آباد، اسدآباد، سعادت آباد، یخچال، اسفنداران، حیدرآباد، مبارکه، فیض آباد، خارا، دستجرد، پیکان، کمال آباد، مالواجرد، قارنه، حارث آباد، نیک آباد، نصرآباد، محمدآباد و آذرخواران، ۴۱ پرسشنامه توسط گردشگران روستاهای محمدآباد، خارا، مالواجرد، اسفنداران، احمدآباد، حارث آباد، سیان، پیکان، حسین آباد، آذرخواران، گنج آباد، قارنه، دستجرد، مزرعه عرب، کمال آباد و رامشه و ۳۹۰ پرسشنامه توسط ساکنین محلی در روستاهای پیکان، خارا، حارث آباد، سیان، دستجرد، مالواجرد، کمال آباد، گنج آباد، مبارکه، آذرخواران، قارنه، احمدآباد، اسفنداران، یخچال، فیض آباد، حسین آباد، مزرعه عرب، حیدرآباد، سعادت آباد و اسدآباد تکمیل شد. روایی پرسشنامه‌ها توسط اساتید و متخصصان و و پایایی آن توسط آلفای کرونباخ محاسبه و از اعتبار لازم برخوردار بودند. نتایج حاصل از پایایی پرسشنامه‌ها در جدول (۱) قابل مشاهده می‌باشد. با توجه به میزان آلفای کرونباخ به دست آمده سؤالات پرسشنامه از سازگاری درونی بالایی برخوردار بودند. بدین ترتیب می‌توان گفت که تحقیق از قابلیت اعتماد یا پایایی لازم برخوردار می‌باشد. پرسشنامه طراحی شده شامل ۳ معیار اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی بود. هر معیار نیز از تعدادی زیرمعیار (سؤال) تشکیل شده بود. در جدول (۲) معیارها و زیرمعیارهای مورد بررسی ارائه شده است. با توجه به اینکه هر زیرمعیار از تعداد زیادی سؤال برخوردار بود و ارائه همه آنها حجم زیادی از مقاله را در بر می‌گرفت لذا از ارائه سؤالات آنها خودداری شد. از آنجا که خروجی پرسشنامه‌ها به صورت کیفی بود لذا ابتدا در نرم‌افزار SPSS سؤالات مرتبط با هر بعد با یکدیگر ترکیب شدند تا سؤالات از حالت کیفی خارج و به مقادیر کمی تبدیل شوند. سپس در نرم‌افزار SPSS آزمون t تک نمونه‌ای بر روی آنها انجام و نسبت به میانگین جامعه ۳ و ۵ سنجیده شدند تا مشخص گردد که از نظر هر یک از ابعاد مورد مطالعه، روستاهای شهرستان جرقویه از نظر گردشگری دارای شرایط مطلوب می‌باشد یا از شرایط مطلوب فاصله دارد. سپس هر یک از ابعاد مورد مطالعه و همچنین سؤالات هر یک از ابعاد را با استفاده از آزمون فریدمن رتبه‌بندی کرده و در نهایت با استفاده از تحلیل واریانس روستاها با یکدیگر مقایسه شدند.

جدول ۱- نتایج حاصل از آلفای کرونباخ

معیار	آلفای کرونباخ	آلفا
گردشگران	اقتصادی	۰/۷۸
	اجتماعی	۰/۸۱
	کالبدی - محیطی	۰/۷۹
کارشناسان	اقتصادی	۰/۷۹
	اجتماعی	۰/۷۹
	کالبدی - محیطی	۰/۸۶
ساکنین	اقتصادی	۰/۸۷
	اجتماعی	۰/۸۷
	کالبدی - محیطی	۰/۸۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۲ - معیارها و زیرمعیارهای مورد مطالعه

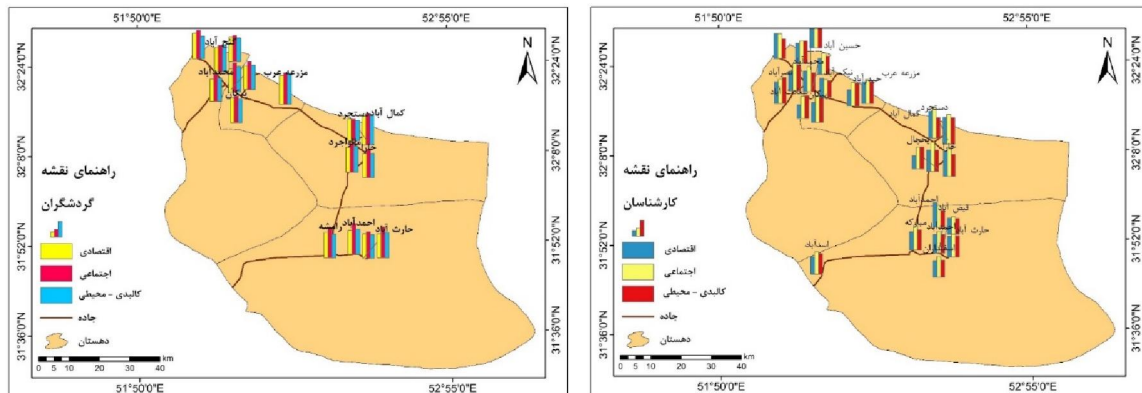
پاسخگویان	معیار	زیرمعیار	منبع
مردم محلی	اقتصادی	افزایش عدالت اقتصادی و رفاه	رومیانی (۱۳۹۸)
		ایجاد ثبات اقتصادی	رومیانی (۱۳۹۸)
		افزایش انگیزه سرمایه گذاری	رومیانی (۱۳۹۸)
	اجتماعی - فرهنگی	بهبود شرایط زندگی	قدیری معصوم و پاژکی (۱۳۸۷)
		حفاظت از الگوهای فرهنگی و اجتماعی	رومیانی (۱۳۹۸)
		پایداری نهادی و سیاسی	رومیانی (۱۳۹۸)
		توسعه ظرفیت نهادی	رومیانی (۱۳۹۸)
	کالبدی - محیطی	پایداری منبع اکوسیستم	پرچکانی (۱۳۹۵)
		آگاهی و ارتقاء بهداشت محیط	پرچکانی (۱۳۹۵)
		توسعه زیرساختی	رومیانی (۱۳۹۸)، پرچکانی (۱۳۹۵)
گردشگران	اقتصادی	افزایش کیفیت خدمات گردشگری	رومیانی (۱۳۹۸)
		افزایش انگیزه سرمایه گذاری	رومیانی (۱۳۹۸)
		بهبود شرایط زندگی	قدیری معصوم و پاژکی (۱۳۸۷)
	اجتماعی - فرهنگی	حفاظت از الگوهای اجتماعی و فرهنگی	رومیانی (۱۳۹۸)
		پایداری نهادی و سیاسی	رومیانی (۱۳۹۸)
		توسعه ظرفیت نهادی	رومیانی (۱۳۹۸)
	کالبدی - محیطی	پایداری منبع اکوسیستم	پرچکانی (۱۳۹۵)
		آگاهی و ارتقاء بهداشت محیط	پرچکانی (۱۳۹۵)
		توسعه زیرساختی	رومیانی (۱۳۹۸)، پرچکانی (۱۳۹۵)
کارشناسان	اقتصادی	افزایش عدالت و رفاه اقتصادی	رومیانی (۱۳۹۸)
		افزایش کیفیت خدمات گردشگری	رومیانی (۱۳۹۸)
		سرمایه گذاری	رومیانی (۱۳۹۸)
	اجتماعی - فرهنگی	بهبود شرایط زندگی	قدیری معصوم و پاژکی (۱۳۸۷)
		مهاجرت	رومیانی (۱۳۹۸)
		حفاظت از الگوهای اجتماعی و فرهنگی	رومیانی (۱۳۹۸)
		پایداری نهادی و سیاسی	رومیانی (۱۳۹۸)
	کالبدی - محیطی	توسعه ظرفیت نهادی	رومیانی (۱۳۹۸)
		آگاهی و ارتقاء بهداشت محیط	پرچکانی (۱۳۹۵)
		پایداری منبع اکوسیستم	پرچکانی (۱۳۹۵)
		توسعه زیرساختی	رومیانی (۱۳۹۸)، پرچکانی (۱۳۹۵)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج و بحث

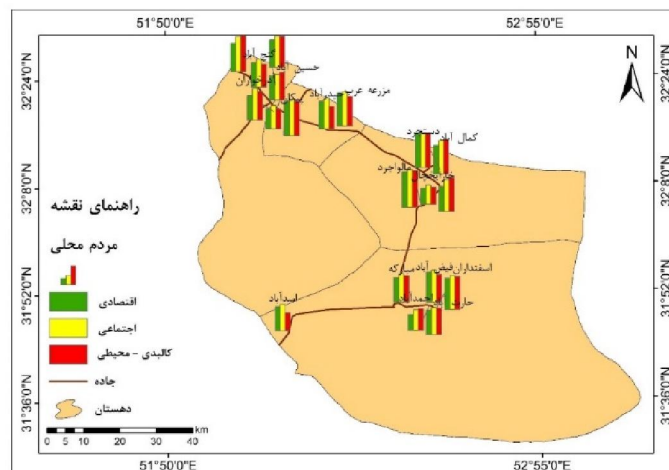
ابعاد توسعه پایدار مقصدهای گردشگری از دید کارشناسان، گردشگران و ساکنین محلی برای هر روستا محاسبه و نتایج آن به صورت نقشه نمایش داده شد. طبق شکل (۲) از دید کارشناسان در بعد اقتصادی بیشترین میانگین مربوط به روستای دستجرد و کمترین آن مربوط به روستای یخچال است. در بعد اجتماعی بیشترین میانگین متعلق به روستای دستجرد و کمترین آنها مربوط به روستای فیض آباد است. در بعد کالبدی - محیطی نیز بیشترین میانگین در روستای کمال آباد و کمترین آن در روستای فیض آباد مشاهده شده است. باتوجه به شکل (۳) از دید گردشگران در بعد اقتصادی بیشترین

میانگین مربوط به روستاهای مزرعه عرب و کمال آباد و کمترین میانگین مربوط به روستای دستجرد است. در بعد اجتماعی بیشترین میانگین در روستاهای مزرعه عرب و کمال آباد و کمترین میانگین در روستای دستجرد مشاهده شده است. در بعد کالبدی - محیطی نیز بیشترین میانگین متعلق به روستاهای مزرعه عرب و کمال آباد و کمترین میانگین متعلق به روستای دستجرد بوده است.



شکل ۲- میانگین ابعاد توسعه پایدار مقصد گردشگری از دید کارشناسان به تفکیک هر روستا
شکل ۳- میانگین ابعاد توسعه پایدار مقصد گردشگری از دید گردشگران به تفکیک هر روستا
مأخذ: یافته‌های تحقیق

طبق شکل (۴) از دید ساکنین محلی در بعد اقتصادی بیشترین میانگین مربوط به روستای مالواجرد و کمترین میانگین مربوط به روستای احمدآباد می‌باشد. در بعد اجتماعی بیشترین میانگین در روستای مالواجرد و کمترین میانگین در روستای یخچال مشاهده شده است. در بعد کالبدی - محیطی نیز بیشترین میانگین در روستای مالواجرد و کمترین میانگین در روستای یخچال بوده است.



شکل ۴- میانگین ابعاد توسعه پایدار مقصد گردشگری از دید ساکنین محلی به تفکیک هر روستا
مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار اقتصادی از نظر کارشناسان دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار اقتصادی در جدول (۳) نشان می‌دهد که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به‌دست‌آمده ($2/52$) و میانگین جامعه (3) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به‌دست‌آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر کارشناسان اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول فاصله دارد.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به‌دست‌آمده ($2/52$) و میانگین جامعه (5) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به‌دست‌آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر کارشناسان اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۳- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار اقتصادی کارشناسان

میانگین جامعه = ۳						
میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۵۲	۰/۶۳	۰/۰۷	-۶/۷۶	۸۱	۰	-۰/۴۷
میانگین جامعه = ۵						
میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۵۲	۰/۶۳	۰/۰۷	-۳۵/۳۲	۸۱	۰	-۲/۴۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار اجتماعی از نظر کارشناسان دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار اجتماعی در جدول (۴) نشان می‌دهد که با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض تحقیق رد و فرض صفر پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($3/02$) و میانگین جامعه (3) می‌باشد؛ لذا به دلیل بزرگتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر کارشناسان اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($3/02$) و میانگین جامعه (5) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر کارشناسان اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۴- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار اجتماعی کارشناسان

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۰۲	۰/۶۳	۰/۰۶	۰/۳۲	۸۱	۰/۷۴	۰/۰۲
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۰۲	۰/۶۳	۰/۰۶	-۲۸/۳۲	۸۱	۰	-۱/۹۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار کالبدی - محیطی از نظر کارشناسان دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار کالبدی - محیطی در جدول (۵) نشان می‌دهد که باتوجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین باتوجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($2/61$) و میانگین جامعه (3) است؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر کارشناسان اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول فاصله دارد.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید کارشناسان، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

باتوجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($2/61$) و میانگین جامعه (5) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر کارشناسان اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۵- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار کالبدی - محیطی کارشناسان

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۶۱	۰/۶۷	۰/۰۷	-۵/۱۳	۸۱	۰	-۰/۳۸
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۶۱	۰/۶۷	۰/۰۷	-۳۲/۱	۸۱	۰	-۲/۳۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار اقتصادی از نظر گردشگران دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار اقتصادی در جدول (۶) نشان می‌دهد که با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض تحقیق رد و فرض صفر پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده (۳) و میانگین جامعه (۳) می‌باشد؛ لذا به دلیل برابر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده (۳) و میانگین جامعه (۵) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۶- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار اقتصادی گردشگران

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳	۰/۴۶	۰/۰۷	۰/۰۵	۴۰	۰/۹	۰/۰۰۴
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳	۰/۴۶	۰/۰۷	-۲۷/۴۱	۴۰	۰	-۱/۹۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار اجتماعی از نظر گردشگران دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار اجتماعی در جدول (۷) نشان می‌دهد که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($3/46$) و میانگین جامعه (3) می‌باشد؛ لذا به دلیل بزرگتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

باتوجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($3/46$) و میانگین جامعه (5) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۷- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار اجتماعی گردشگران

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۴۶	۰/۵۴	۰/۰۸	۵/۴۳	۴۰	۰	۰/۴۶
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۴۶	۰/۵۴	۰/۰۸	-۱۸/۰۲	۴۰	۰	-۱/۵۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار کالبدی - محیطی از نظر گردشگران دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار کالبدی - محیطی در جدول (۸) نشان می‌دهد که با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ لذا فرض تحقیق رد و فرض صفر پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده (۳/۰۴) و میانگین جامعه (۳) می‌باشد؛ لذا به دلیل بزرگتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

باتوجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده (۳/۰۴) و میانگین جامعه (۵) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۸- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار کالبدی - محیطی گردشگران

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۰۴	۰/۳۸	۰/۰۵	۰/۷۸	۴۰	۰/۴	۰/۰۴
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۰۴	۰/۳۸	۰/۰۵	-۳۲/۸	۴۰	۰	-۱/۹۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار اقتصادی از نظر ساکنین دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار اقتصادی در جدول (۹) نشان می‌دهد که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($2/68$) و میانگین جامعه (3) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر ساکنین اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول فاصله دارد.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($2/68$) و میانگین جامعه (5) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر ساکنین اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۹- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار اقتصادی ساکنین

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۶۸	۰/۷۵	۰/۰۳	-۸/۲۲	۳۸	۰	-۰/۳۱
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۶۸	۰/۷۵	۰/۰۳	-۶۰/۳	۳۸	۰	-۲/۳۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار اجتماعی از نظر ساکنین دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار اجتماعی در جدول (۱۰) نشان می‌دهد که با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از $۰/۰۵$ لذا فرض صفر پذیرفته و فرض تحقیق رد می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($۳/۰۳$) و میانگین جامعه (۳) می‌باشد؛ لذا به دلیل بزرگتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر ساکنین اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $۰/۰۵$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($۳/۰۳$) و میانگین جامعه (۵) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر ساکنین اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۱۰- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار اجتماعی ساکنین

میانگین جامعه = ۳						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۰۳	۰/۷	۰/۰۳	۰/۹۱	۳۸	۰/۳۶	۰/۰۳
میانگین جامعه = ۵						
میانگی ن	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۳/۰۳	۰/۷	۰/۰۳	۵۵/۰۲ -	۳۸	۰	-۱/۹۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه بر اساس معیار کالبدی - محیطی از نظر ساکنین دو فرض زیر مطرح است:

فرض صفر: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط قابل قبول است.

فرض تحقیق: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی سؤالات معیار کالبدی - محیطی در جدول (۱۱) نشان می‌دهد که باتوجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین باتوجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($2/84$) و میانگین جامعه (3) است؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر ساکنین اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول فاصله دارد.

در میانگین جامعه ۵ فرض‌های زیر مطرح می‌باشد:

فرض صفر: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط مطلوب است.

فرض تحقیق: از دید ساکنین، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

باتوجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می‌شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از $0/05$ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می‌شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه به دست آمده ($2/84$) و میانگین جامعه (5) می‌باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه به دست آمده نتیجه گرفته می‌شود که از نظر ساکنین اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

جدول ۱۱- نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای بر روی معیار کالبدی - محیطی ساکنین

میانگین جامعه = ۳						
میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۸۴	۰/۷۷	۰/۰۳	-۴/۰۳	۳۸	۰	-۰/۱۵
میانگین جامعه = ۵						
میانگین	انحراف معیار	انحراف از میانگین	t	درجه آزادی	Sig.	اختلاف میانگین
۲/۸۴	۰/۷۷	۰/۰۳	-۵۴/۶	۳۸	۰	-۲/۱۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی ابعاد توسعه پایدار مقصدهای گردشگری

به‌منظور مقایسه ابعاد مورد مطالعه از آزمون فریدمن استفاده و نتایج آن در جدول (۱۲) ارائه شده است. مقایسه میانگین ابعاد پرسشنامه گردشگران نشان می‌دهد که بالاترین نمره متعلق به معیار اجتماعی و کمترین نمره متعلق به معیار اقتصادی می‌باشد. در پرسشنامه کارشناسان، معیار اجتماعی دارای بیشترین نمره و معیار اقتصادی دارای کمترین نمره می‌باشد. پرسشنامه ساکنین نیز نشان داد که بیشترین نمره متعلق به معیار اجتماعی و کمترین نمره متعلق به معیار اقتصادی می‌باشد. مقایسه میانگین رتبه‌ها نشان می‌دهد که بالاترین میانگین رتبه در پرسشنامه گردشگران مربوط به معیار اجتماعی می‌باشد و بدین معناست که این معیار از نظر گردشگران دارای بیشترین اهمیت می‌باشد. در پرسشنامه کارشناسان بالاترین میانگین رتبه‌ها متعلق به معیار اجتماعی می‌باشد. از نظر کارشناسان نیز معیار اجتماعی دارای بیشترین اهمیت در بین معیارهای مورد مطالعه می‌باشد. در پرسشنامه ساکنین نیز معیار اجتماعی از بیشترین میانگین برخوردار می‌باشد و از نظر ساکنین محلی این معیار از بیشترین اهمیت برخوردار می‌باشد.

جدول ۱۲- نتایج آزمون فریدمن بر روی ابعاد مورد مطالعه

پاسخگویان	ابعاد	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه
گردشگران	اقتصادی	۳	۰/۴۶	۱/۸۴
	اجتماعی	۳/۴۶	۰/۵۴	۳/۸۹
	کالبدی - محیطی	۳/۰۴	۰/۳۸	۲
کارشناسان	اقتصادی	۲/۵۲	۰/۶۳	۲/۶۱
	اجتماعی	۳/۰۲	۰/۶۳	۴/۷
	کالبدی - محیطی	۲/۶۱	۰/۶۷	۳/۱۷
ساکنین	اقتصادی	۲/۶۸	۰/۷۵	۳/۸۵
	اجتماعی	۳/۰۳	۰/۶۹	۵/۱۳
	کالبدی - محیطی	۲/۸۴	۰/۷۷	۴/۳۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به‌منظور شناسایی بااهمیت‌ترین سؤال در هر بعد از نظر هر سه گروه پاسخگویان، آزمون فریدمن بر روی سؤالات هر بعد انجام و نتایج آن در ادامه ارائه شده است. معناداری زیرمعیارهای ابعاد مورد مطالعه در پرسشنامه کارشناسان توسط آماره آزمون فریدمن بررسی و نتایج آن در جدول (۱۳) ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار Sig کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد لذا نتیجه گرفته می‌شود که سؤال‌های ابعاد مورد مطالعه از نظر کارشناسان با معنا بوده‌اند و اهمیت آنها یکسان نمی‌باشد و رتبه‌بندی متفاوتی دارند.

جدول ۱۳- آماره حاصل از آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های کارشناسان

۴۴۹/۴۹	خی دو	اقتصادی
۱۴	درجه آزادی	
۰	sig	
۵۹/۳۱	خی دو	اجتماعی
۵	درجه آزادی	
۰	sig	
۱۲۹/۶۹	خی دو	کالبدی - محیطی
۴	درجه آزادی	
۰	sig	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون فریدمن بر روی سؤالات پرسشنامه‌های کارشناسان در جدول (۱۴) ارائه شده است. از نظر کارشناسان در بعد اقتصادی سؤال هفتم (رضایت گردشگران از خدمات و فراورده‌های محلی تا چه اندازه است؟)؛ در بعد اجتماعی سؤال پنجم (با رونق گردشگری تعامل روابط اجتماعی بهتر شده است؟) و در بعد کالبدی- محیطی سؤال دوم (رونق گردشگری تا چه اندازه سبب بهداشت محیط روستا شده است؟) بیشترین اهمیت را داشته است.

جدول ۱۴- نتایج رتبه‌بندی آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های کارشناسان

رتبه	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه	رتبه	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه
۱	۲/۷	۰/۸۸	۸/۶۸	۱	۱/۷۶	۰/۸۸	۳/۵۴	۰/۸۲	۳/۵۴
۲	۲/۸۲	۰/۸۷	۹/۳۳	۲	۲/۹۳	۰/۸۷	۳/۰۲	۰/۸۷	۳/۰۲
۳	۲/۴۱	۰/۹۵	۶/۸۴	۳	۲/۸۵	۰/۷۹	۳/۳۵	۰/۷۹	۳/۳۵
۴	۲/۷۶	۰/۸۳	۸/۹۵	۴	۲/۸	۰/۹	۳/۲۲	۰/۹	۳/۲۲
۵	۲/۶	۰/۹	۷/۹۳	۵	۲/۷۹	۰/۸	۳/۲۲	۰/۸	۳/۲۲
۶	۲/۹۷	۰/۸۹	۱۰/۰۸	۶	۲/۵۷	۰/۹۷	۸/۱۲	۰/۹۷	۸/۱۲
۷	۳/۳۷	۱/۱۵	۱۱/۹۵	۷	۲/۱۱	۰/۷۵	۵/۵۸	۰/۷۵	۵/۵۸
۸	۲/۹۸	۰/۹۴	۱۰/۴۹	۸	۲/۵۸	۰/۹۹	۸/۶	۰/۹۹	۸/۶
۹	۲/۳	۰/۷۹	۶/۵۴	۹	۱/۵۳	۰/۶۳	۳/۷	۰/۶۳	۳/۷
۱۰	۲/۸۸	۰/۹۵	۹/۹۸	۱۰	۱/۴۱	۰/۵۶	۳/۲۲	۰/۵۶	۳/۲۲
۱۱	۲/۵۷	۰/۹۷	۸/۱۲	۱۱					
۱۲	۲/۱۱	۰/۷۵	۵/۵۸	۱۲					
۱۳	۲/۵۸	۰/۹۹	۸/۶	۱۳					
۱۴	۱/۵۳	۰/۶۳	۳/۷	۱۴					
۱۵	۱/۴۱	۰/۵۶	۳/۲۲	۱۵					

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور شناسایی بااهمیت‌ترین سؤال در هر بعد، آزمون فریدمن بر روی سؤالات هر بعد انجام و نتایج آن در ادامه ارائه شده است. معناداری زیرمعیارهای ابعاد مورد مطالعه در پرسش‌نامه گردشگران توسط آماره آزمون فریدمن بررسی و نتایج آن در جدول (۱۵) ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار sig کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد لذا نتیجه گرفته می‌شود که سؤال‌های ابعاد مورد مطالعه از نظر گردشگران با معنا بوده اند و اهمیت آنها یکسان نمی‌باشد و رتبه‌بندی متفاوتی دارند.

جدول ۱۵- آماره حاصل از آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های گردشگران

۹۴/۹۱	خی دو	اقتصادی
۵	درجه آزادی	
۰	sig	
۶۷/۳۷	خی دو	اجتماعی
۸	درجه آزادی	
۰	sig	
۱۷۷/۷۵	خی دو	کالبدی - محیطی
۱۲	درجه آزادی	
۰	sig	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون فریدمن بر روی سؤالات پرسش‌نامه‌های گردشگران در جدول (۱۶) ارائه شده است. از نظر گردشگران در بعد اقتصادی سؤال سوم (میزان رضایت شما از خدمات و فرآورده‌های محلی چگونه است؟)؛ در بعد اجتماعی سؤال ششم (میزان همکاری و مشارکت‌های مردم محلی برای حفظ الگوهای فرهنگی و اجتماعی تا چه اندازه است؟) و در بعد کالبدی - محیطی سؤال یازدهم (با رونق گردشگری سهولت دسترسی از طریق زیرساخت‌های گردشگری به روستاها بهتر شده است؟) بیشترین اهمیت را داشته است.

جدول ۱۶- نتایج رتبه‌بندی آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های گردشگران

رتبه	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	رتبه
۱	۳/۳۹	۰/۷۷	۴/۰۶	۱	۳/۰۹	۰/۴۹	۷/۴۱	۱
۲	۳/۲۴	۰/۴۳	۳/۶۸	۲	۳/۲۶	۰/۴۴	۷/۹۶	۲
۳	۳/۴۸	۰/۷۷	۴/۲۴	۳	۲/۵۸	۰/۷۴	۴/۶۳	۳
۴	۳/۳۴	۰/۶۱	۳/۹۹	۴	۲/۳۶	۰/۴۸	۳/۵	۴
۵	۳/۱۷	۰/۸۳	۳/۵۵	۵	۲/۵۳	۰/۶۳	۴/۱۸	۵
۶	۱/۳۹	۰/۷۳	۱/۴۸	۶	۳/۲۴	۰/۵۳	۸/۲۳	۶
۱	۳/۳۴	۰/۷۶	۴/۵۵	۷	۲/۹	۰/۹۱	۶/۶۷	۷
۲	۳/۵۱	۰/۷۱	۵/۳۳	۸	۲/۸	۰/۷۸	۶/۰۶	۸
۳	۳/۷۵	۰/۷۳	۵/۹۸	۹	۳/۳۹	۰/۷۷	۸/۹۳	۹
۴	۳/۴۶	۱/۰۲	۵/۰۶	۱۰	۳/۵۶	۰/۸۹	۹/۵۲	۱۰

۱۰/۴۸	۰/۷۹	۳/۷۸	۱۱		۵/۵۵	۰/۷	۳/۶	۵	
۶/۶۶	۰/۴۱	۲/۹۷	۱۲		۶/۱۲	۰/۶۶	۳/۷۵	۶	
۹۶/۷۶	۰/۸۸	۳/۰۹	۱۳		۵/۳۳	۰/۷۴	۳/۵۶	۷	
					۴/۲۴	۰/۶۳	۳/۲۶	۸	
					۲/۸۴	۰/۷۳	۲/۹	۹	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور شناسایی بااهمیت‌ترین سؤال در هر بعد، آزمون فریدمن بر روی سؤالات هر بعد انجام و نتایج آن در ادامه ارائه شده است. معناداری زیرمعیارهای ابعاد مورد مطالعه در پرسش‌نامه ساکنین توسط آماره آزمون فریدمن بررسی و نتایج آن در جدول (۱۷) ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار sig کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد لذا نتیجه گرفته می‌شود که سؤال‌های ابعاد مورد مطالعه از نظر ساکنین بامعنا بوده اند و اهمیت آنها یکسان نمی‌باشد و رتبه‌بندی متفاوتی دارند.

جدول ۱۷- آماره حاصل از آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های ساکنین

۱۱۱۷/۶۵	خی دو	اقتصادی
۹	درجه آزادی	
۰	sig	
۲۹۳/۵۳	خی دو	اجتماعی
۹	درجه آزادی	
۰	sig	
۶۰۱/۱۷	خی دو	کالبدی - محیطی
۹	درجه آزادی	
۰	sig	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون فریدمن بر روی سؤالات پرسشنامه‌های ساکنین در جدول (۱۸) ارائه شده است. از نظر ساکنین در بعد اقتصادی سؤال پنجم (تا چه حدی گردشگری باعث توسعه و ایجاد بازاریابی محلی شده است؟)؛ در بعد اجتماعی سؤال نهم (با رونق گردشگری کیفیت دسترسی به اطلاعات و ارتباطات تا چه حدی است؟) و در بعد کالبدی - محیطی سؤال نهم (با رونق گردشگری خدمات و زیرساخت‌های کالبدی - محیطی تا چه اندازه ایجاد شده است؟) بیشترین اهمیت را داشته است.

جدول ۱۸- نتایج رتبه‌بندی آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های ساکنین

	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه	زیرمعیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه
اقتصادی	۱	۲/۸۵	۰/۸۸	۶/۱۸	۱	۳/۲۲	۰/۸۵	۶/۳۸
	۲	۲/۹۴	۱/۰۱	۶/۴۶	۲	۳/۰۵	۰/۹	۵/۶۶
	۳	۲/۵۱	۰/۸۸	۴/۷۱	۳	۳/۰۵	۰/۸۷	۵/۶۲
	۴	۲/۹۹	۰/۹	۶/۸۲	۴	۲/۹۸	۰/۸۳	۵/۳۶
	۵	۲/۹۴	۰/۹۱	۶/۵۹	۵	۲/۸۳	۰/۸۹	۴/۷۵

	۴/۸۱	۰/۹	۲/۸۴	۶	۴/۵۴	۰/۸۸	۲/۴۷	۶	
	۵/۲۶	۰/۸۶	۲/۹۶	۷	۶/۴۵	۰/۹۱	۲/۹	۷	
	۵/۱۴	۰/۹۱	۲/۹۴	۸	۶/۱	۰/۸۲	۲/۸۱	۸	
	۶/۹۶	۰/۹	۳/۳۹	۹	۴/۳۱	۰/۸۷	۲/۳۸	۹	
	۰/۰۵	۰/۸۸	۲/۸۷	۱۰	۲/۸۴	۰/۸۶	۱/۹۸	۱۰	
کالبدی - محیطی	۵/۶	۰/۹۱	۲/۸۵	۶	۵/۶۶	۰/۸۶	۲/۸۷	۱	
	۵/۶۳	۰/۹	۲/۸۶	۷	۵/۷۶	۰/۸۹	۲/۸۹	۲	
	۶/۴۵	۰/۹	۳/۰۵	۸	۴/۰۴	۱/۰۱	۲/۵	۳	
	۶/۳۵	۱/۷۷	۳/۰۹	۹	۳/۷۶	۰/۸۹	۲/۴	۴	
	۶/۵۵	۰/۹۲	۳/۰۶	۱۰	۵/۲۱	۰/۸۸	۲/۷۷	۵	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون فریدمن بر روی ابعاد مورد مطالعه پرسشنامه‌های مورد مطالعه در جدول (۱۹) ارائه شده است. طبق این نتایج از نظر گردشگران بعد اجتماعی بیشترین اهمیت و بعد اقتصادی کمترین اهمیت را داشته است. پرسشنامه‌های کارشناسان نیز نشان داد که از نظر آنها بعد اجتماعی از بیشترین اهمیت و بعد اقتصادی از کمترین اهمیت برخوردار می‌باشد. از نظر ساکنین نیز بعد اجتماعی بیشترین اهمیت و بعد اقتصادی کمترین اهمیت را دارا می‌باشد.

جدول ۱۹- نتایج رتبه‌بندی آزمون فریدمن بر روی ابعاد مورد مطالعه

میانگین رتبه	انحراف معیار	میانگین	زیرمعیار	کارشناسان
۲/۶۱	۰/۶۳	۲/۵۲	اقتصادی	
۴/۷	۰/۶۳	۳/۰۲	اجتماعی	
۳/۱۷	۰/۶۷	۲/۶۱	کالبدی - محیطی	گردشگران
۱/۸۴	۰/۴۶	۳	اقتصادی	
۳/۸۹	۰/۵۴	۳/۴۶	اجتماعی	
۲	۰/۳۸	۳/۰۴	کالبدی - محیطی	ساکنین
۳/۸۵	۰/۷۵	۲/۶۸	اقتصادی	
۵/۱۳	۰/۶۹	۳/۰۳	اجتماعی	
۴/۳۵	۰/۷۷	۲/۸۴	کالبدی - محیطی	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

معناداری پرسشنامه‌های مورد مطالعه توسط آماره آزمون فریدمن بررسی و نتایج آن در جدول (۲۰) ارائه شده است. طبق این نتایج مقدار خی دو به دست آمده در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ قرار دارد. نتایج این آزمون نشان می‌دهد که رتبه‌بندی ابعاد مورد مطالعه از نظر هر سه گروه گردشگران، کارشناسان و ساکنین بامعنا است و از دیدگاه پاسخگویان، ابعاد مورد مطالعه از ارزش و اهمیت یکسان برخوردار نیستند و رتبه‌بندی متفاوتی دارند.

جدول ۲۰- آماره حاصل از آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه‌های مورد مطالعه

۱۰۲/۲۷	خی دو	کارشناسان
۵	درجه آزادی	
۰	sig	
۸۰/۱۷	خی دو	گردشگران
۵	درجه آزادی	
۰	sig	
۱۰۷۷/۴	خی دو	ساکنین
۵	درجه آزادی	
۰	sig	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس بر روی پرسشنامه‌های کارشناسان در جدول (۲۱) نشان داده شده است. طبق این جدول مقدار sig در بعد کالبدی - محیطی از ۰/۰۵ بزرگتر می‌باشد لذا فرض صفر رد نمی‌شود و نتیجه گرفته می‌شود در این بعد از دید کارشناسان اختلاف معناداری وجود ندارد. در بعدهای اقتصادی و اجتماعی مقدار sig از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد لذا فرض صفر رد می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود بین این دو بعد از دید کارشناسان اختلاف معناداری وجود دارد. در پرسشنامه‌های گردشگران مقدار sig در هر سه بعد مورد مطالعه از ۰/۰۵ بزرگتر می‌باشد لذا فرض صفر یعنی برابری میانگین در بین ابعاد مورد مطالعه رد نمی‌شود و نتیجه گرفته می‌شود بین ابعاد مورد مطالعه از دید گردشگران اختلاف معناداری وجود ندارد. در پرسشنامه‌های ساکنین مقدار sig در هر سه بعد مورد مطالعه از ۰/۰۵ کوچکتر می‌باشد لذا فرض صفر یعنی برابری میانگین در بین ابعاد مورد مطالعه رد می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود بین ابعاد مورد مطالعه از دید ساکنین اختلاف معناداری وجود دارد.

جدول ۲۱- نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس پرسشنامه‌های مورد مطالعه

ابعد مورد مطالعه	مجموع مربع‌ها	درجه آزادی	میانگین مربع‌ها	F	Sig.	
اقتصادی	بین گروه‌ها	۱۹/۵۱	۲۴	۰/۸۱	۳/۴۲	۰
	درون گروه‌ها	۱۳/۰۴	۵۵	۰/۲۳		
	مجموع	۳۲/۵۵	۷۹			
اجتماعی	بین گروه‌ها	۱۶/۱۴	۲۴	۰/۶۷	۲/۳۱	۰/۰۰۵
	درون گروه‌ها	۱۵/۹۶	۵۵	۰/۲۹		
	مجموع	۳۲/۱۱	۷۹			
کالبدی محیطی	بین گروه‌ها	۱۱/۸۳	۲۴	۰/۴۹	۱/۱۱	۰/۳۵
	درون گروه‌ها	۲۴/۲۵	۵۵	۰/۴۴		
	مجموع	۳۶/۰۹	۷۹			
اقتصادی	بین گروه‌ها	۱/۷	۱۵	۰/۱۱	۰/۴	۰/۹۶
	درون گروه‌ها	۶/۹۹	۲۵	۰/۲۸		
	مجموع	۸/۶۹	۴۰			
اجتماعی	بین گروه‌ها	۲/۳۲	۱۵	۰/۱۵	۰/۴	۰/۹۶

	کالبدی محیطی	درون گروه‌ها	۹/۵۹	۲۵	۰/۳۸		
		مجموع	۱۱/۹	۴۰			
		بین گروه‌ها	۲/۷۵	۱۵	۰/۱۸	۱/۵	۰/۱۷
		درون گروه‌ها	۳/۰۴	۲۵	۰/۱۲		
		مجموع	۵/۷۹	۴۰			
	اقتصادی	بین گروه‌ها	۱۱۴/۷۵	۱۹	۶/۰۴	۲۱	۰
		درون گروه‌ها	۱۰۵/۵۵	۳۶۷	۰/۲۸		
		مجموع	۲۲۰/۳	۳۸۶			
زیست‌محیطی	اجتماعی	بین گروه‌ها	۹۹/۳۴	۱۹	۵/۲۲	۲۰/۶۱	۰
		درون گروه‌ها	۹۳/۵۸	۳۶۹	۰/۲۵		
		مجموع	۱۹۲/۹۲	۳۸۸			
	کالبدی محیطی	بین گروه‌ها	۱۴۱/۱	۱۹	۷/۴۲	۳۰/۳۱	۰
		درون گروه‌ها	۹۰/۱۵	۳۶۸	۰/۲۴		
		مجموع	۲۳۱/۲۶	۳۸۷			

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری

در مقاصد توسعه پایدار گردشگری ابتدا باید پتانسیل‌ها و توان‌های محیطی هر منطقه شناسایی شوند و سپس براساس آن برنامه‌ریزی متناسب با هر مقصد انجام شود و الگوی مناسب گردشگری برای آن مکان ارائه شود. منطقه جرقویه نیز یکی از مکان‌های روستایی است که سرشار از نقاط دیدنی، تاریخی و طبیعی است که در صورت یک برنامه‌ریزی مناسب و تدوین الگوی بهینه برای توسعه گردشگری در این شهرستان می‌توان از طریق گردشگری به توسعه روستایی در این منطقه دست پیدا نمود و اقتصاد منطقه را دگرگون نمود. پتانسیل‌ها و توانمندی‌های گوناگون گردشگری در این منطقه و از طرفی نرخ بیکاری بالا در بین جوانان ضرورت توجه به برنامه‌ریزی برای توسعه روستایی با رویکرد گردشگری در این منطقه را نشان می‌دهد. نیاز به ایجاد اشتغال زایی در منطقه، نیاز به ارتقاء سطح اقتصادی و اجتماعی زندگی ساکنین این شهرستان با استفاده از پتانسیل‌های غیر از کشاورزی و وجود مناطق مختلف مناسب گردشگری در این شهرستان ضرورت انجام این پژوهش و نتایج آن را بخوبی نشان می‌دهد. از این رو در این پژوهش به ارائه الگوی توسعه پایدار مقصدهای گردشگری در این شهرستان پرداخته شده است. نتایج حاکی از آن است که از نظر کارشناسان اهمیت معیارهای اقتصادی و کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول و از حد مطلوب فاصله دارد. از نظر گردشگران اهمیت معیارهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر و از حد مطلوب فاصله دارد. از نظر ساکنین اهمیت معیارهای اقتصادی و کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است و از حد مطلوب فاصله دارد. نتایج مقایسه میانگین ابعاد پرسشنامه‌ها نشان داد در پرسشنامه‌های مورد مطالعه بالاترین نمره به معیار اجتماعی و کمترین نمره به معیار اقتصادی تعلق دارد. مقایسه میانگین رتبه‌ها نیز نشان داد در پرسشنامه‌های مورد

مطالعه بالاترین میانگین رتبه مربوط به معیار اجتماعی می‌باشد. اهمیت سؤالات پرسشنامه‌ها نیز از نظر پاسخگویان در هر سه نوع پرسشنامه‌ها بررسی شد. نتایج نشان داد از نظر کارشناسان در بعد اقتصادی، رضایت گردشگران از محصولات محلی؛ در بعد اجتماعی، بهبود روابط اجتماعی و در بعد کالبدی- محیطی، بهبود بهداشت محیط روستا بیشترین اهمیت را داشته است. از نظر گردشگران در بعد اقتصادی، رضایت گردشگران از محصولات محلی؛ در بعد اجتماعی، حفظ الگوهای اجتماعی و فرهنگی و در بعد کالبدی- محیطی، بهبود دسترسی به اطلاعات روستا بیشترین اهمیت را داشته است. از نظر ساکنین در بعد اقتصادی، توسعه بازاریابی محلی؛ در بعد اجتماعی، بهبود دسترسی در روستا و در بعد کالبدی - محیطی، بهبود زیرساخت‌ها بیشترین اهمیت را داشته است. رومیانی (۱۳۹۸) نیز در پژوهش خود به این نکته دست یافت که در بعد اقتصادی سؤال رضایت گردشگران از خدمات و فرآورده‌های محلی، در بعد کالبدی - محیطی سؤال بهبود بهداشت محیط روستا از بیشترین اهمیت برای پاسخگویان برخوردار بوده و با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. طبق نتایج آزمون فریدمن از نظر هر سه گروه مورد مطالعه (کارشناسان، گردشگران و ساکنین) بعد اجتماعی از بیشترین اهمیت و بعد اقتصادی از کمترین اهمیت برخوردار می‌باشد. در مجموع با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و اهمیت سؤالات مورد مطالعه از نظر هر سه گروه پاسخگویان می‌توان بیان کرد که الگوی توسعه مقصد گردشگری در شهرستان جرقویه در بعد اقتصادی، از آنجا که تأکید هر سه گروه کارشناسان، گردشگران و ساکنین بر بهبود و توسعه بازار محلی بوده لذا الگوی توسعه بازاریابی برای این بعد معرفی شود. در بعد اجتماعی نیز تأکید هر سه گروه بر بهبود روابط اجتماعی و همکاری بوده است؛ از این رو برای این بعد نیز الگوی همکاری و مشارکتی پیشنهاد می‌گردد. در بعد کالبدی - محیطی نیز تأکید هر سه گروه بر بهبود زیرساخت‌های روستا بوده است. لذا برای این بعد نیز الگوی توسعه‌ای و بهسازی پیشنهاد می‌گردد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش رومیانی و همکاران (۱۴۰۰) مبنی بر ارائه الگویی برای توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی در شرق استان مازندران همخوانی دارد. در این پژوهش تأکید هر سه گروه بر بعد اجتماعی، همکاری و مشارکت و توسعه بازار محلی و بازاریابی بود که در پژوهش رومیانی و همکاران نیز تأکید پاسخگویان بر بعد اجتماعی، مشارکت مردم محلی و اشتغال و درآمدزایی بوده است. با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش لذا پیشنهاداتی به منظور بهبود توسعه پایدار مقصد گردشگری در شهرستان جرقویه ارائه می‌گردد:

برنامه‌ریزی برای حفظ و گسترش پتانسیل‌های محیطی به منظور رسیدن به گردشگری پایدار
آموزش ساکنین و مردم محلی برای همکاری و مشارکت عمومی بین آنها و حفظ الگوهای فرهنگی و اجتماعی آنان
آموزش مردم محلی به منظور ارائه بهتر خدمات و محصولات محلی شان بهبود زیرساخت‌های روستا در جهت دسترسی بهتر به روستا

منابع و مأخذ:

- ۱- ایمانی، بهرام، ابول زاده، بهروز، ۱۴۰۱، تدوین الگوی توسعه پایدار گردشگری روستایی (نمونه موردی: روستاهای بخش هیر شهرستان اردبیل)، جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱۱(۴۳)، ۱۲۱-۱۰۸.
- ۲- پرور، فاطمه و خورشید، صدیقه، ۱۴۰۳، ارائه الگوی پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان دورود استان لرستان). روستا و توسعه پایدار فضا، ۵(۳)، ۷۸-۱۰۳. doi: 10. 22077/vssd. 2024. 6708. 1203.
- ۳- پرچکانی، پروانه، ۱۳۹۳، مدیریت توسعه‌ی پایدار گردشگری و برنامه‌ریزی فضایی، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع، دانشگاه علم و فرهنگ، موسسه غیر انتفاعی، ص ۱۴-۱.
- ۴- پژوهان، ایوب، بهور، شهین، ملکی، حجت اله، ۱۴۰۲، ارائه الگوی پارادایمی توسعه گردشگری خلاق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه)، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۸(۶۴)، ۲۵۹-۲۱۷. doi: 10. 22054/tms. 2023. 76759. 2892.
- ۵- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، اکبری سامانی، ناهید، ۱۳۹۲، ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک). پژوهش‌های جغرافیای انسانی (پژوهش‌های جغرافیایی)، ۴۵(۱)، ۱۲۳-۱۴۶.
- ۶- رومیانی، احمد، شایان، حمید، سجاسی قیداری، حمدالله، رضوانی، محمد رضا، ۱۳۹۹، ارزیابی شاخص‌های برنامه‌ریزی فضایی توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی در شرق استان مازندران، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۵)، ۳۱-۱. doi: 10. 22080/jtpd. 2021. 18447. 3253.
- ۷- ضرغام بروجنی، حمید، اسدی زارچ، محمدرضا، ۱۴۰۳، آینده‌پژوهی مقصدهای گردشگری روستایی، عنصر کلیدی در توسعه پایدار گردشگری روستایی استان یزد (مورد مطالعه: روستای سریزد)، پژوهش‌های روستائی، ۱۵(۲)، ۲۹۷-۲۸۲.
- ۸- قدیری معصوم، مجتبی و پازکی، معصومه، ۱۳۸۷، نقش گردشگری پایدار روستایی در توسعه پایدار روستاها، مطالعه موردی: شهرستان پاکدشت، ۵(۲)، ۲۲-۱۳.
- ۹- مشایخ، زهرا، کاظمی، امیر، محمودیان عطا آباد، حمید، سلطانی، حسن، ۱۴۰۳، ارائه الگوی گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه ای. . doi: 10. 30495/jzpm. 2024. 32588. 4283.
- ۱۰- مهدوی، داوود و اکبری سامانی، ناهید، ۱۳۹۲، ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۵(۱)، ۱۴۶-۱۲۳. doi: 10. 22059/jhgr. 2013. 30042.
- ۱۱- مهدوی، داوود، اکبری سامانی، ناهید، ۱۳۹۲، ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۵(۱)، ۱۴۶-۱۲۳.

۱۲- مظفری، زهرا و قاسمی، مریم، ۱۴۰۲، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: شهرستان نیشابور)، فصلنامه پژوهش‌های بازاریابی گردشگری و میهمان نوازی، (۱)، ۵۷-۸۸.

۱۳- وزین، نرگیس، برقی، حمید، طباطبایی، سید محمد، ۱۳۹۸، ارزیابی اثرات توسعه گردشگری بیابانی بر جوامع روستایی، مطالعه موردی: روستاهای بخش‌های جرقویه علیا و بن رود شهرستان اصفهان، جغرافیایی سرزمین، ۵۷(۱۵)، ۱۲۱-۱۰۵.

14-Ariyani, N. , & Fauzi, A. ,2023, Pathways toward the transformation of sustainable rural tourism management in central Java indonesia. *Sustainability*, 15(3), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su15032592>

15-Darvishi, H, Biranvandzadeh, M, Dehghani Elvar, S. A. , Ahmad, S. ,2014, Prioritization of rural tourism development strategies in terms of land use, Case study: Guyana Village (Aligudarz County), *Quarterly of Development Strategies Rural*, 1(2), 84-69

16-Franklin, A. ,2007, The Problem with Tourism Theory. In A. Morgan, & A. Pritchard, the Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies, 131-148.

17-Germanovich, A. G. , Vasilieva, O. N. , Ordynskaya, M. E. , Allanina, L. M. , & Gorokhova, A. E. ,2020, Impact of tourism on sustainable development of rural areas: International experience. *Journal Of Environmental Management and Tourism*, 11(4), 965-972.

[doi.org/10.14505/jemt.11.4\(44\).21](https://doi.org/10.14505/jemt.11.4(44).21)

18-Kumar, S. , & Valeri, M. ,2022, Understanding the relationship among factors influencing rural tourism: A hierarchical approach. *Journal Of Organizational Change Management*, 35(2), 385-407.

<https://doi.org/10.1108/JOCM-01-2021-0006>

19-Li, H. ,2022, Study on the Development Model of Rural Smart Tourism Based on the Background of Internet of Things. *Explorations in Pattern Recognition and Computer Vision for Industry 4. 0*, 3: 1-19. DOI: 10.1155/2022/9688023

20-Moeini, A. ,2020, Geography and Historical Geography of Gorgan and Plain. Tehran: Book Printing Corporation.

21-Pearce, P. L. ,2000, “Fundamentals of tourist motivation”. In D. G. Pearce & R. W. Sutter (Eds.), *Tourism research: Critiques and challenges* (pp. 113-124). London: Rutledge.

22-Rosalina, P. D. , Dupre, K. , & Wang, Y. ,2021, Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal Of Hospitality and TourismManagement*, 47(3),134149. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.001>

03. 001

- 23-Risteski, Michael, Kocovski, Jordan, Arnaudov, Kliment, 2012, Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destinations, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 44 (2012) 375 – 386, Sciverse ScienceDirect ,ELSEVIER, Available online at www.sciencedirect.com.
- 24-Soeswoyo, D. M. , Jeneetika, M. , Dewi, L. , Dewantara, M. H. , & Asparini, P. S. ,2021, Tourism potential and strategy to develop competitive rural tourism in indonesia. *International Journal Of Applied Sciences In Tourism And Events*, 5(2), 131-141. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i2.131-141>.
- 25-Tambunan, A. A. , Sibarani, R. , & Asmara, S. , 2021, The Role of Youth in the Development of Cultural Tourism in Tipang Village, Baktiraja District, Humbang Hasundutan Regency. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* Vol, 4(1), 144-152.
- 26-Tang, Zi, 2019, An integrated approach to the evaluating the coupling coordination between tourism and the environment, *Tourism management*, 46: 11-19.
- 27- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. ,2023, Rural tourismen trepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 43-59. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>

تجزیه و تحلیل اثرات زیست محیطی گردشگری پایدار پیرامون بهبود عدالت فضایی روستایی منطقه مورد مطالعه: شهرستان بینالود (طرقه و شاندریز)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۲۱ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۳۱

وکیل حیدری ساربان^{۱*} ارسطو یاری^۲ بهرام ایمانی^۳ طیبه گل ریز^۴

- ۱- استاد گروه برنامه ریزی روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم اجتماعی
- ۲- استاد گروه برنامه ریزی روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم اجتماعی
- ۳- دانشیار گروه برنامه ریزی روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم اجتماعی
- ۴- دانشجوی دکتری برنامه ریزی روستایی دانشگاه محقق اردبیلی، دانشکده علوم اجتماعی

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیرات زیست محیطی گردشگری پایدار بر عدالت فضایی در شهرستان طرقه و شاندریز انجام شده است. این مطالعه به تحلیل اثرات توزیع ناعادلانه خدمات و جاذبه های گردشگری بر محیط زیست و ارائه راهکارهایی برای ایجاد عدالت فضایی در توسعه گردشگری پایدار می پردازد. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری شامل ۵۴ روستا بوده که ۱۹ روستا به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد. حجم نمونه با نرم افزار G*Power برابر ۱۶۰ نفر تعیین گردید که برای افزایش دقت به ۲۰۰ نفر ارتقاء یافت. داده ها به صورت پرسش نامه محقق ساخته گردآوری شد. پایایی ابزار با آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از ۷/۰ و روایی آن با روش فورنل و لارکر تأیید گردید. برای تحلیل استنباطی از رگرسیون، معادلات ساختاری و آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد نتایج مدل معادلات ساختاری نشان داد ابعاد محیطی تأثیر معناداری بر عدالت فضایی دارند (ضریب مسیر $p=0.000$, $t>7.07$). این یافته ها بیانگر ارتباط معنادار اثرات زیست محیطی گردشگری پایدار با کیفیت محیط زیست و ابعاد عدالت فضایی است. بر این اساس، اجرای سیاست های گردشگری پایدار در حوزه آموزش، مشارکت محلی، توزیع منابع و حفاظت محیط زیست می تواند به بهبود عدالت فضایی و ارتقای پایداری توسعه گردشگری منجر شود.

واژه های کلیدی: گردشگری پایدار، زیست محیطی، عدالت فضایی، شهرستان طرقه و شاندریز.

بیان مسأله:

عدالت یکی از بنیادی‌ترین واژگان اجتماعی و یکی از اصول غیرقابل‌انکار نظام‌های الهی است که دستیابی به آن وعده تمامی نظام‌های اجتماعی و یکی از اهداف ثابت تمامی قیام‌های مردمی هنگام جلب آرای اقشار مختلف مردم می‌باشد، در فلسفه غرب نیز جان رالز، فیلسوف معاصر آمریکایی، علاوه بر آزادی و برابری، دغدغه‌ای درباره عدالت داشت که منجر به خلق آثار مهم او شد (عباسی و همکاران، ۲۰۲۴: ۲۹۷). در واقع نظریه عدالت جان رالز^۱ (۱۹۷۱) نقطه مرجع اصلی است که به عدالت از طریق توزیع برابر و دسترسی به منابع نزدیک می‌شود (بایر، ۲۰۲۳: ۳۳۷). البته دسترسی‌پذیری به عدالت یک مفهوم گسترده و چندبعدی است (دسیو^۲ و همکاران، ۲۰۲۵: ۳). چنانچه جهت‌گیری عدالت از طبقات اجتماعی به سمت فضای جغرافیایی سوق داده شود، مفهوم عدالت فضایی اهمیت می‌یابد (سعیدی مفرد و رفایی افشار قزل باش، ۱۳۹۴: ۷). به گفته بلوملی دیلینی و فورد^۳ (۲۰۰۱)، مفهوم عدالت فضایی به‌عنوان یک قانون یا رمز در زمینه فضا در نظر گرفته می‌شود که چگونگی توزیع منابع و امکانات در فضا را تعیین می‌کند (قائد رحمتی و همکاران، ۲۰۱۸: ۶۱). برای دستیابی به عدالت فضایی، باید به توزیع مجدد عادلانه منابع و دسترسی به مزایا و فرصت‌های فضایی توجه کنیم (بیلسکا^۴ و همکاران، ۲۰۲۰: ۵). به عقیده سو هیچ صنعتی به اندازه گردشگری در زمینه ایجاد توسعه متوازن روستاها برخوردار نیست و به نظر برخی صاحب‌نظران، گردشگری روستایی پارامتری برای توزیع بهینه کاربری‌ها، خدمات و در نهایت راهکاری برای برقراری عدالت فضایی است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸، ۵۵۲). در این زمینه بارتون و لئونارد^۵ (۲۰۱۰) استدلال کردند که گردشگری زمانی عدالت فضایی را ممکن می‌سازد که گروه‌های حاشیه‌ای از ساکنان منطقه میزبان و محل‌های پرجمعیت آن گروه‌ها کانون توسعه گردشگری پایدار باشند (لسنیوسکا ناپیرالا^۶ و همکاران، ۲۰۱۹: ۴۰۷). آنچه مسلم است، در روند توسعه گردشگری پایدار نیز متأثر از شرایط حاکم بر فضای سرزمینی، عدم توازن فضایی در سطوح ملی و منطقه‌ای مشاهده می‌شود. عدم اجرای قوانین به‌ویژه در زمینه توزیع عادلانه منابع گردشگری، حفاظت از محیط زیست و مشارکت جوامع محلی از یک سو، و بی‌توجهی به موضوع عدالت فضایی از سوی دیگر، مانع از تحقق گردشگری پایدار و عدالت فضایی در نواحی روستایی ایران، به ویژه روستاهای گردشگری طبقه و شان‌دیز شده است. مطالعات میدانی نگارنده نشان می‌دهد که توجه بیش از اندازه به برخی مناطق روستایی گردشگری عواقب زیان‌آوری به بار آورده است برخی از روستاهای گردشگری طبقه و شان‌دیز با مشکلات فرسایش خاک و تخریب منابع طبیعی مواجه هستند. این موضوع نه تنها باعث کاهش ظرفیت تولید کشاورزی می‌شود، بلکه با توجه به موقعیت جغرافیایی خاص خود، با نابرابری‌های فضایی گسترده‌ای مواجه هستند. این نابرابری‌ها هم زمان بر روند توسعه و تحقق عدالت فضایی تأثیر می‌گذارند و موجب می‌شوند که برخی

1. John Rawls

2. Desio

3. Bloomley & Delaney & Ford

4. Bielska,

5. Barton & Leonard

6. Leśniewska-Napierala

مناطق در مقایسه با دیگر مناطق، فرصت‌های توسعه کمتری داشته باشند. و از منظر محیطی (عدم تغییر رفتار زیست محیطی روستاییان، عدم کسب دانش زیست محیطی، عدم استفاده شایسته و بایسته از منابع طبیعی، قادر نبودن به احیای دانش بومی و...) در سطح بسیار نازلی قرار دارند؛ در حالی که برخی روستاهای دشتی از نظر زیست محیطی توسعه یافته‌اند. این تفاوت‌های فضایی می‌تواند منجر به پیامدهای زیست محیطی جدی مانند به مخاطره افتادن سلامت روحی و روانی، افول تاب‌آوری در مقابل ناملایمات و سختی‌های حیات، رو به نزول گذاشتن بهداشت روانی روستاییان، تقلیل خودکارآمدی فردی و حتی خودکشی شود. این پژوهش با استفاده از چارچوب‌های نظری عدالت فضایی و گردشگری پایدار و بهره‌گیری از روش‌های کمی، به بررسی تأثیرات زیست محیطی گردشگری پایدار بر کاهش نابرابری‌های فضایی در روستاهای شهرستان طرقله و شاندیز پرداخته و تلاش دارد تا به راهکارهایی علمی و عملی برای تحقق عدالت فضایی و توسعه پایدار گردشگری در این نواحی دست یابد. بنابراین، سؤال اصلی این است که آیا بین اثرات زیست محیطی گردشگری پایدار و عدالت فضایی روستایی شهرستان بینالود (طرقله و شاندیز) رابطه وجود دارد؟

ادبیات نظری:

مفهوم عدالت فضایی در اواخر دهه ۱۹۶۰ توسط نظریه پردازان مارکسیستی مطرح شد که با انتقاد از نظام سرمایه‌داری، گذار به جامعه‌ای عادلانه‌تر را تشویق می‌کردند. این مفهوم از عدالت اجتماعی در فضا نشأت گرفته و به توزیع منصفانه منابع و امکانات در فضای فیزیکی اشاره دارد (اوایزو و دوریس^۱، ۲۰۱۸: ۱). شالوده نظری مفهوم عدالت فضایی توسط لفبور^۲ (۱۹۶۸) گذاشته شد و توسط محققان دیگری مثل هاروی^۳، سوچا^۴، و مارکوس^۵، توسعه یافت (زلکیس^۶ و همکاران، ۲۰۲۴: ۴۶۹). عدالت فضایی در دو دوره اصلی مورد بحث‌های علمی و سیاستی قرار گرفته است. اولین دوره که از اواخر دهه ۱۹۶۰ آغاز شد، به تحقیقاتی از سوی نویسندگانی همچون دیویس^۷ (۱۹۶۸) مربوط می‌شود که سعی داشتند چگونگی توزیع خدمات محلی را با توجه به نیازهای مناطق خدماتی مشخص شده درک کنند؛ لفبور (۱۹۷۰) که تغییرات اجتماعی-سیاسی لازم برای تأمین عدالت فضایی را مفهومی‌سازی کرد؛ و به زعم هاروی (۱۹۷۳) که شهر را نه تنها به عنوان نقطه اوج بی‌عدالتی‌های فضایی مرتبط با سرمایه‌داری بلکه به عنوان شروعی برای رفع آن‌ها دید. دوره دوم ادبیات عدالت فضایی از هزاره جدید آغاز شد و شامل انتشار کتاب‌های مهمی همچون شهر عادلانه می‌شود که در آن نویسنده برای توزیع مجدد منابع و فرصت‌ها، جشن گرفتن تنوع و دموکراسی استدلال می‌کند و همچنین به باور سوچا (۲۰۱۰) جستجوی عدالت فضایی که در آن از مبارزه بر سر

1. Uwayezu & De Vries

2. Lefebvre

3. Harvey

4. soja

5. marcos

6. Zaleckis

7. Davis

حمل و نقل شهری در لس آنجلس به عنوان مطالعه‌ای موردی برای استدلالی کلی درباره حقوق فضایی و فرایندهایی که بی‌عدالتی در مقیاس ایجاد می‌کنند، استفاده شده است (جونز^۱ و همکاران، ۲۰۲۰: ۸۹۷). دستیابی به عدالت فضایی در برنامه‌ریزی و توسعه روستایی پر از پیچیدگی است به ویژه از آن جایی که تفاسیر عادلانه بسیار متفاوت است (باونیک و توسن^۲، ۲۰۲۵: ۸). مقالات اخیر استدلال کرده‌اند که عدالت فضایی در نواحی روستایی زمانی به بهترین شکل دنبال می‌شود که بازیگران محلی و هم مقامات سطح بالاتر اهداف مشترکی را دنبال کنند (شاکسمیت^۳ و همکاران، ۲۰۲۱: ۳۳۹). امروزه، مفهوم عدالت فضایی در کاربری اراضی نواحی روستایی گردشگری نیز کاربرد وسیعی یافته است. در این نواحی، توجه به تأمین عادلانه خدمات، منجر به افزایش بازدید گردشگران، درآمد بیشتر روستاییان، و تحقق عدالت فضایی می‌شود (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۵۴). مفهوم گردشگری پایدار عدالت را با توسعه، ترویج و تمرین گردشگری به گونه‌ای معرفی می‌کند که چشم‌اندازهای اجتماعی و سازگار با محیط زیست بیشتری را برای گروه‌های ذی‌نفعان درگیر به ویژه جوامع میزبان و محیط زیست به همراه داشته باشد. گردشگری باید به عدالت بیشتر کمک کند از این رو تأکید بر عدالت از طریق گردشگری است (گیوآ^۴، ۲۰۲۱: ۲). مفهوم عدالت در گردشگری فراتر از توازن بین تخصیص عادلانه هزینه‌ها و منافع است برای درک بهتر مفاهیم عدالت به ویژه در سطح محلی تغییر از عدالت توزیعی به عدالت اجرایی پیشنهاد شده است (رستگار و همکاران، ۲۰۲۱: ۲). توسعه گردشگری پایدار به گونه‌ای است که نیازهای گردشگران مدرن و مناطق میزبان را هم زمان برآورده می‌کند و در عین حال از فرصت‌ها برای آینده محافظت و آن‌ها را گسترش می‌دهد. به عبارت دیگر، توسعه پایدار گردشگری شامل تلاش برای توزیع بهینه منافع حاصل از گردشگری میان گردشگران، بنگاه‌ها و ساکنان محلی با تمرکز بر توسعه اقتصادی و اجتماعی و همچنین محدود کردن تأثیرات منفی گردشگری بر محیط زیست است (شرومک^۵ و همکاران، ۲۰۲۳: ۳). دولت‌ها گردشگری را ابزاری جهت توسعه و حفاظت از محیط زیست و سنت‌ها می‌دانند که دارای حداقل تأثیر منفی است (حیدری ساربان و همکاران، ۱۴۰۳: ۸۳). این دیدگاه‌های منحصربه‌فرد جغرافیایی و جامعه‌شناختی عدالت فضایی گردشگری در سال‌های اخیر مورد توجه محققان قرار گرفته است. در فرآیند توسعه گردشگری منطقه‌ای، محققان معتقدند که حفظ منطق عدالت فضایی گردشگری و پایبندی به مفهوم توسعه عدالت فضایی گردشگری ضروری است (بای^۶ و همکاران، ۲۰۲۴: ۲). البته باید گفت دیدگاه‌ها و نظریه‌های متعددی پیرامون عدالت فضایی و پیوند آن با گردشگری پایدار روستایی وجود دارد که در هر دوره مفهوم عدالت فضایی با رویکردی متفاوت ظهور می‌کند (سعیدی مفرد و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۲). با این وجود علی‌رغم مزایای فراوانی که گردشگری پایدار دارد اگر برنامه‌ریزی صحیحی در این زمینه صورت نگیرد توسعه گردشگری تأثیرات اجتماعی اقتصادی زیست‌محیطی و فرهنگی را به وجود

1. Jones

2. Brownback & Toussaint

3. Shucksmith

4. Guia

5. Schromek

6. Bai

می‌آورد در این صورت نه به عنوان صنعت پر سود بلکه به عنوان فعالیت زیان آور مطرح خواهد شد (محمدقاسم، ۱۴۰۱: ۱۰). در واقع، اعتقاد بر این است که مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در یک مقصد بدون در نظر گرفتن زیست‌بوم‌ها، منابع فرهنگی، اجتماعی و تاریخی ناقص و محکوم به خطا خواهد بود (ضیائی و عباسی، ۱۳۹۷: ۱۱). در هر حال گردشگری اغلب باعث آسیب‌های زیست‌محیطی می‌شود که دارای خطراتی مانند فرسایش، آلودگی، از بین رفتن زیستگاه‌های طبیعی، آتش‌سوزی جنگل‌ها تا تأثیرات بر آب و هوا و تروپوسفر عمومی را شامل می‌شود (ویکوسکی^۱، ۲۰۲۱: ۳). بنابراین، رویکرد توسعه پایدار در گردشگری روستایی که به صورت سیستماتیک تمام ابعاد نواحی روستایی را درگیر می‌کند، از اهمیت بالایی برخوردار است (حیدری ساربان و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۴). و اگر بخواهیم با موضوع عدالت فضایی در منافع زیست‌محیطی برخورد کنیم لازم است سیاست‌هایی را اجرا کنیم که توزیع عادلانه منابع را تضمین کند توجه ویژه باید به سرمایه‌گذاری منابع در جوامع فاقد منابع معطوف شود و این شامل دسترسی به پارک‌ها و فضای سبز، آب پاک و حمل و نقل پایدار است (گیوآ^۲، ۲۰۲۱: ۳۹). با توجه به آنچه شرح داده شد بیشتر پژوهش‌های پیشین به توسعه پایدار گردشگری یا توزیع نابرابر منابع پرداخته‌اند، اما مستقیماً عدالت فضایی را به‌ویژه در سطح روستا مورد بررسی قرار نداده‌اند. این مطالعه در کنار تأکید بر پایداری زیست‌محیطی، به بُعد عدالت فضایی نیز توجه دارد که یک رویکرد میان‌رشته‌ای و نوآورانه محسوب می‌شود. تمرکز بر منطقه‌ای مانند طبقه و شاندیز با شرایط خاص گردشگری، توسعه‌نیافتگی برخی نواحی و فشار محیطی، آن را به یک مطالعه با زمینه مکانی منحصربه‌فرد تبدیل می‌کند و نتایج تحقیق می‌تواند مستقیماً در سیاست‌گذاری‌های محلی، تخصیص منابع و توسعه پایدار نواحی روستایی کاربرد داشته باشد.

پیشینه تحقیق:

مطالعات متعددی در زمینه رابطه بین اثرات زیست محیطی گردشگری پایدار و عدالت فضایی در نواحی روستایی در دو بخش داخلی و خارجی انجام شده‌اند که برخی از مهم‌ترین مطالعات پیشین عبارت‌اند از:

حیدری ساربان و حاجی‌حیدری (۱۳۹۶) به تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت گردشگری روستایی در روستای موئیل شهرستان مشکین‌شهر پرداختند. پژوهش با هدف شناسایی ابعاد مؤثر بر توسعه موفق گردشگری انجام شد و با روش تحلیل عاملی، شش عامل طبیعی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، نهادی و کالبدی را شناسایی کرد. دو عامل طبیعی و فرهنگی بالاترین مطلوبیت را برای جذب گردشگر داشتند. نتیجه‌گیری: مؤلفه‌های طبیعی و فرهنگی مهم‌ترین نقش را در موفقیت گردشگری روستایی ایفا می‌کنند. همچنین مظفری و قاسمی (۱۴۰۳) به بررسی پایداری گردشگری روستایی در شهرستان نیشابور از دیدگاه جامعه محلی پرداختند. با تحلیل داده‌ها، مشخص شد ناپایداری در ابعاد

^۱. Więckowski

^۲. Guia

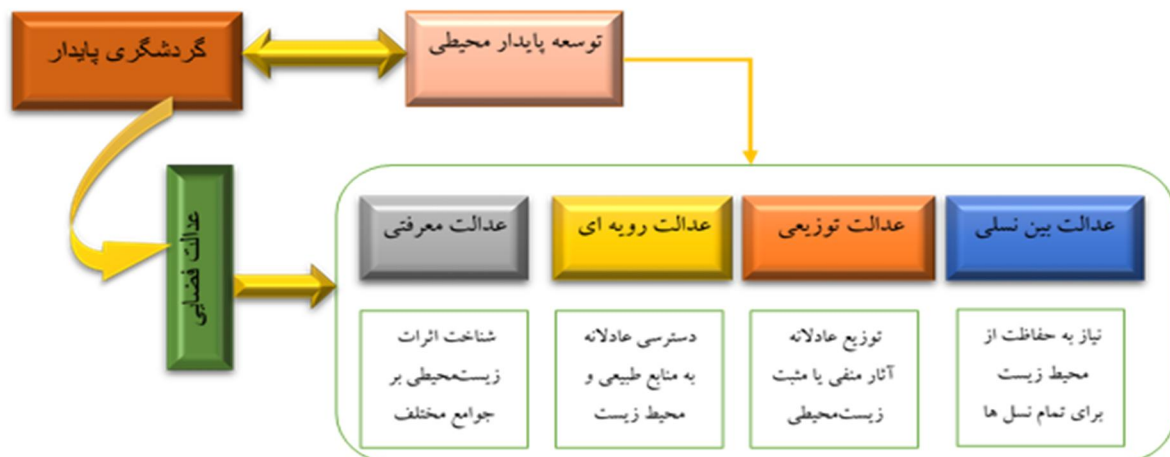
اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی به دلیل ضعف در قوانین، زیرساخت‌ها و نظارت وجود دارد. میانگین پایداری گردشگری از دید جامعه محلی ۲. ۶۸ برآورد شد، که در بعد اجتماعی پایین‌ترین میزان را داشت. نتیجه‌گیری: وضعیت ناپایدار گردشگری روستایی نیشابور نیازمند اقدامات فوری در سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و نظارت مؤثر است. ایانوچی^۱ و همکاران (2022) به بررسی تعادل بین توسعه گردشگری پایدار و جلوگیری از تخریب مناظر روستایی پرداختند. پژوهش با بهره‌گیری از مدل دینامیکی و بر اساس نظریه زوال مقصد باتلر انجام شد. یافته‌ها نشان داد بدون مدیریت و سیاست‌گذاری مناسب، منابع روستایی در معرض تخریب قرار می‌گیرند. نتیجه‌گیری: سیاست‌گذاری دقیق برای تعادل بین بهره‌برداری گردشگری و حفظ منابع روستایی ضروری است. اسفندیاری و همکاران (2023) در پژوهشی با هدف توسعه پایدار روستایی در شمال‌غرب ایران، الگویی برای گردشگری سلامت با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری ارائه کردند. عوامل تأثیرگذار شامل اقلیم مناسب، غذای محلی، جاذبه‌های فرهنگی و تصویر ذهنی مثبت از منطقه شناسایی شدند. نتیجه‌گیری: گردشگری سلامت می‌تواند به‌عنوان راهکاری مؤثر برای توسعه پایدار روستایی مورد استفاده قرار گیرد. مباگا^۲ و همکاران (2024) با مطالعه در منطقه بورانگه تانزانیا، تأثیر گردشگری حیات‌وحش بر معیشت محلی را بررسی کردند. نتایج نشان داد که گردشگری باعث افزایش درآمد، اشتغال، و بهبود زیرساخت‌ها شده، اما تأثیر آن در کاهش وابستگی به کشاورزی محدود بوده است. نتیجه‌گیری: گردشگری حیات‌وحش می‌تواند در کنار حفظ منابع طبیعی، موجب بهبود معیشت جوامع محلی شود. حسن و همکاران (2024) در مطالعه‌ای به بررسی نقش رفتارهای زیست‌محیطی و ارزش‌های فردی گردشگران در گردشگری کشاورزی پرداختند. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد این رفتارها تجربه گردشگری را بهبود داده و حس مسئولیت‌پذیری را تقویت می‌کنند. نتیجه‌گیری: تقویت ارزش‌های زیست‌محیطی گردشگران می‌تواند به تحقق گردشگری پایدار در بخش کشاورزی کمک کند. شیوپنگ سی و زی تانگ^۳ (2024) در پژوهشی در حوضه رودخانه زرد چین، با استفاده از مدل‌های کمی به تحلیل توسعه گردشگری کم‌کربن پرداختند. نتایج نشان داد تعامل میان رشد اقتصادی و انتشار کربن وجود دارد و بهره‌وری گردشگری کم‌کربن در حال افزایش است. نتیجه‌گیری: استراتژی‌های عملی برای توسعه گردشگری کم‌کربن و سازگار با محیط‌زیست باید در دستور کار قرار گیرد. چن^۴ و همکاران (2025) رابطه بین سرمایه‌گذاری سبز، انرژی‌های پاک و توسعه گردشگری پایدار را در چین بررسی کردند. تحلیل‌ها نشان داد سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر، آموزش و مشارکت عمومی-خصوصی در ارتقای زیرساخت‌ها نقش کلیدی دارند. نتیجه‌گیری: رویکرد چندبعدی به توسعه پایدار می‌تواند منجر به رشد متوازن اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در گردشگری شود. در نهایت با توجه به آنچه که در ادبیات نظری و پیشینه تحقیق مطرح شد می‌توان به یک مدل مفهومی در این پژوهش رسید که در ذیل تصویر شماره (۱) نمایش داده شده است.

1. Iannucci

2. Mmbaga

3. Si & Tang

4. chen



تصویر (۱)، مدل مفهومی پژوهش، منبع: نگارندگان ۱۴۰۴.

روش شناسی تحقیق:

جامعه آماری این پژوهش تمامی روستاییان ساکن در شهرستان بینالود را که شامل ۶۹۶۴۰ نفر هستند، در برمی گیرد تعدادی از روستاهای شهرستان بینالود که مشتمل بر ۵۴ روستاست و تعداد ۱۹ روستا به روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند و حجم نمونه بر اساس محاسبات نرم افزار $G*Power$ برابر ۱۶۰ نفر تعیین شد؛ با این حال، به منظور افزایش دقت، حجم نمونه به ۲۰۰ نفر ارتقاء یافت. روش گردآوری داده ها به دو صورت اسنادی و پیمایشی انجام شد. ابزار اصلی گردآوری داده ها، پرسش نامه محقق ساخته بود. پیش آزمون با ۴۰ پرسش نامه در منطقه ای مشابه جامعه آماری اجرا شد و با استفاده از شاخص آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی در نرم افزار SPSS3، هر دو شاخص بالاتر از ۰.۷ ارزیابی گردید؛ پژوهش حاضر، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحلیلی و توصیفی است. روش مورد استفاده در مرحله جمع آوری داده ها، مبتنی بر مرور منابع معتبر خارجی و داخلی است و از دو روش کتابخانه ای و بررسی های میدانی بر اساس پرسشنامه محقق ساخته و آنلاین جمع آوری شده است. پرسشنامه بر اساس طیف های بالای لیکرت (۸ گزینه ای) طراحی شده است و به صورت امتیازبندی ۰ تا ۱۰۰ می باشد. و سؤال ها در نرم افزار (SPSS) کدگذاری گردید و در آن سؤالات مربوط به ابعاد مختلف گردشگری پایدار و عدالت فضایی و بر اساس جدول شماره (۱) ابعاد، شاخص ها و گویه ها تنظیم شده است. و جهت تحلیل از آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات) و آمار استنباطی شامل مدل معادلات ساختاری در نرم افزار (Spss) و (Spss3) (Ecel) استفاده شده است.

جدول (۱): معرفی متغیرهای پژوهش در زمینه اثرات زیست‌محیطی گردشگری پایدار بر عدالت فضایی

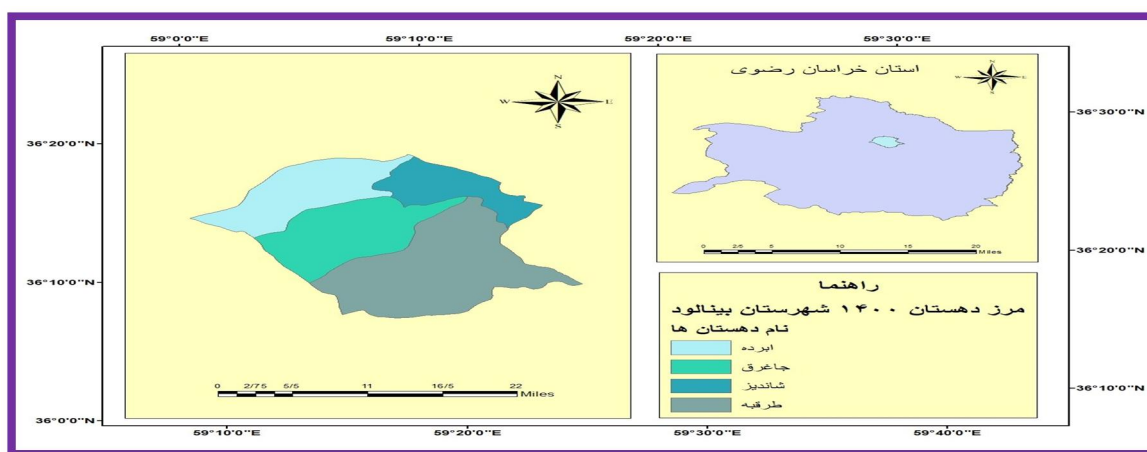
نوع	شاخص	منبع
زیست‌محیطی	کاهش مصرف منابع کمیاب و غیرقابل تجدید-تخریب طبیعت و آلودگی هوا خاک آب- کاهش انتشارهای خطرناک تولیدشده توسط بخش گردشگری- میزان آسیب به محیط زیست محلی	کوسماس (۲۰۲۲)، کاپرا (۲۰۱۸)، نیمچیک و همکاران، (۲۰۱۸)،
	شدت فصلی بودن مقاصد گردشگری	ماتینز (۲۰۱۹)
	رفتارهای محیط زیستی، افزایش آگاهی در صرفه جویی در انرژی	حسن و همکاران (۲۰۲۴)
	توسعه گردشگری کم کربن	شیاپنگ سی و زی تانگ (۲۰۲۴)،
	بهبود زیرساخت‌های درمانی و کاهش هزینه‌های بهداشتی	چن و همکاران (۲۰۲۵)
	تنوع زیستی	لسنیوسکا ناپیرلا و همکاران (۲۰۱۹)،
	حفاظت از طبیعت مناطق حفاظت‌شده، کاهش مصرف منابع کمیاب و غیرقابل تجدید کاهش آلودگی‌ها و حداقل‌سازی تخریب طبیعت آلودگی آب، خاک و هوا	کوسماس، ۲۰۲۲
توزیعی	توزیع منابع و فرصت‌ها، توزیع عادلانه درآمدها و ثروت،	مدنی پور و همکاران (۲۰۲۲)، جوادیان، (۱۴۰۱)، لیپ و همکاران (۲۰۲۴)،
	توزیع عادلانه امکانات و خدمات عمومی، توزیع مجدد منابع	سینیتو و جمال (۲۰۲۱)، اووایزو و دوریس (۲۰۲۰)،
	مشارکت جامعه برای مالکیت	اوکاموتو و دویون (۲۰۲۴)،
	فاصله از منابع آلاینده	اوکاموتو و دویون (۲۰۲۴)،
	فرصت‌های ارتقاء شغلی، و فرصت‌های درآمدزایی چگونگی توزیع منابع و زیرساخت‌ها در فضا	آنترهیزنبرگ و لورنس (۲۰۲۵)، ساردیانو و همکاران (۲۰۱۶)، نلسون و همکاران (۲۰۲۵)،
روهای	دسترسی به اطلاعات در کاهش نابرابری‌ها و بی طرفی،	سوابان و همکاران (۲۰۲۴)، رادهوس و همکاران (۲۰۲۴)
	نحوه ادراک ساکنان از تأثیرات گردشگری	آریا و همکاران (۲۰۲۳)
	شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها، چگونگی برقراری تعاملات و ارتباطات	آنترهیزنبرگ و لورنس (۲۰۲۵)
	مشارکت همه ذینفعان در تصمیم‌گیری	اوکاموتو و دویون، (۲۰۲۴)، رستگار (۲۰۲۰)، نلسون و همکاران (۲۰۲۵)، سیاکوا و همکاران (۲۰۲۰)،
	حق برابر در برخورداری از بیشترین آزادی‌ها، دسترسی به منصب‌ها و مقام‌ها،	دلیلی (۱۴۰۱)،
	کیفیت زندگی عمومی	فنل و شپرد (۲۰۲۱)،
	احترام و انصاف در روابط اجتماعی نحوه پاسخگویی مسئولین و نهادهای دولتی	جوادیان (۱۴۰۱)،
	شناسایی هویت‌های قومی قبیله‌ای افراد و محرومیت‌ها	اولینو و همکاران (۲۰۲۴)
	میزان حفظ شخصیت و فرهنگ محلی	آمتیران و کرنیاواتی (۲۰۲۱)
فرهنگی	حفظ هویت فرهنگی روستا، سطح حفظ هویت محلی و	ناپیرآلا و همکاران (۲۰۱۹)، شاطریان و

بین نسلی	انتظارات	همکاران، ۱۳۹۶
	شناخت گروه‌هایی که تحت تأثیر بحران قرار دارند	رستگار و همکاران (۲۰۲۱)،
	توزیع عدلانه فرصت‌ها برای آیندگان	کلایی (۲۰۲۲)
	تبادل میان بهره برداری اقتصادی و محیط زیست	بو و همکاران (۲۰۲۴)، هوفمن و همکاران (۲۰۲۲)
	محافظت از محیط زیست و حفظ فرصت‌های برابر برای آیندگان	معصومی و اسماعیل زاده (۲۰۱۵)،

منبع: یافته‌های محقق، ۱۴۰۴

محدوده مورد مطالعه:

منطقه مورد مطالعه شهرستان بینالود است که در غرب و شمال غربی مشهد واقع شده است. بر اساس آخرین تقسیمات کشوری شهرستان بینالود از دوبرخس طرقبه و شاندیز و چهار دهستان طرقبه، شاندیز، جاغرق و ابرده تشکیل شده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۱). منطقه حفاظت شده بینالود در موقعیت جغرافیایی $N3625\ E5852$ در استان خراسان رضوی و در مرکز رشته کوه‌های بینالود و بین سه شهرستان طرقبه-شاندیز، نیشابور و چناران واقع شده است (طباطبایی یزدی و ظریف کیا، ۱۳۹۳: ۱). محدوده مورد مطالعه در تصویر (۲) نمایش داده شده است.



شکل (۱)، محدوده مورد مطالعه، منبع: نگارندگان ۱۴۰۴.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

جدول (۲)، توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب جنسیت پاسخگویان

متغیر		فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
جنسیت	زن	۲۸	۱۴	۱۴	۱۴
	مرد	۱۷۲	۸۶	۸۶	۱۰۰
	کل	۲۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۵۵	۵.۲۷	۵.۲۷	۵.۲۷
	۳۱ تا ۴۰ سال	۵۷	۵.۲۸	۵.۲۸	۵۶
	۴۱ تا ۵۰ سال	۴۵	۵.۲۲	۵.۲۲	۵.۷۸
	۵۱ تا ۶۰ سال	۳۱	۵.۱۵	۵.۱۵	۹۴
	بیشتر از ۶۰ سال	۱۲	۶	۶	۱۰۰
	کل	۲۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
	سیکل	۲۷	۵.۱۳	۵.۱۳	۵.۱۳
تحصیلات	دیپلم	۸۹	۵.۴۴	۵.۴۴	۵۸
	فوق دیپلم	۳۳	۵.۱۶	۵.۱۶	۵.۷۴
	لیسانس	۳۶	۱۸	۱۸	۵.۹۲
	فوق لیسانس	۱۵	۵.۷	۵.۷	۱۰۰
	کل	۲۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
	کشاوری	۳	۵.۱	۵.۱	۵.۱
شغل	مغازه دار	۱۰۸	۵۴	۵۴	۵.۵۵
	کارمند	۱۵	۵.۷	۵.۷	۶۳
	خانه دار	۶	۳	۳	۶۶
	دانشجو	۱۲	۶	۶	۷۲
	کارگر	۳	۵.۱	۵.۱	۵.۷۳
	آزاد	۴۷	۵.۲۳	۵.۲۳	۹۷
	بیکار	۶	۳	۳	۱۰۰
	کل	۲۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴

از میان ۲۰۰ نفر جامعه آماری که به پرسش‌های تحقیق پاسخ داده‌اند با توجه به جدول (۲) ملاحظه می‌شود افراد پاسخ دهنده به پرسشنامه ۱۷۲ نفر از افراد نمونه مرد و ۲۸ نفر زن می‌باشند و ۲۷ نفر از افراد نمونه دارای تحصیلات سیکل، ۸۹ نفر دیپلم، ۳۳ نفر فوق دیپلم، ۳۶ نفر لیسانس و ۱۵ نفر در مقطع فوق لیسانس می‌باشند. همچنین اکثریت افراد نمونه مغازه دار (۵۴ درصد) می‌باشند و ۵۵ نفر از افراد نمونه در رده سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۵۷ نفر ۳۱ تا ۴۰ سال، ۴۵ نفر بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۳۱ نفر بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۱۲ نفر بیشتر از ۶۰ سال می‌باشند.

جدول (۳). شاخص توصیفی و توزیع فراوانی پاسخ سؤالات مربوط به شاخص‌های مورد مطالعه

عامل	تعداد	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
محیطی	۲۰۰	۰۰۶.۵	۷۳۳.۱	۲۲.۱	۲۲.۷
عدالت فضایی	۲۰۰	۱۱۱.۵	۴۸۲.۱	۰۳.۲	۱۹.۷
عدالت توزیعی	۲۰۰	۰۷۱.۵	۷۸۶.۱	۵۰.۱	۴۰.۷
عدالت رویه‌ای	۲۰۰	۱۰۴.۵	۷۵۲.۱	۴۴.۱	۵۶.۷
عدالت معرفتی	۲۰۰	۱۲۸.۵	۸۱۴.۱	۲۵.۱	۶۳.۷
عدالت بین نسلی	۲۰۰	۱۷۷.۵	۸۵۷.۱	۰۰.۱	۸۰.۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴.

یافته‌های استنباطی

در این پژوهش، برای بررسی فرضیه نرمال بودن داده‌ها، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. توجه به جدول آزمون کولموگروف، اگر سطح معناداری برای همه‌ی متغیرهای مستقل و وابسته بیشتر از ۵ درصد باشد، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع داده‌ها نرمال است.

جدول (۴). آزمون نرمال بودن متغیرهای مدل

متغیر	آماره آزمون	سطح معنی داری	نتیجه
زیست محیطی	۲۶۰.۰	$p < ۰/۰۰۱$	نرمال نیست
عدالت فضایی	۱۹۴.۰	$p < ۰/۰۰۱$	نرمال نیست
عدالت توزیعی	۲۳۳.۰	$p < ۰/۰۰۱$	نرمال نیست
عدالت رویه‌ای	۲۱۸.۰	$p < ۰/۰۰۱$	نرمال نیست
عدالت معرفتی	۲۱۱.۰	$p < ۰/۰۰۱$	نرمال نیست
عدالت بین نسلی	۱۷۰.۰	$p < ۰/۰۰۱$	نرمال نیست

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴.

با توجه به مقادیر جدول (۴) که سطح معناداری آزمون برای تمامی متغیرها کمتر از ۰.۰۵ است، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع متغیرها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند. بنابراین، برای بررسی روابط متغیرهای پژوهش و بررسی فرضیات، از روش‌های ناپارامتری استفاده خواهد شد.

بررسی روابط بین شاخص‌های پژوهش

در این بخش، برای بررسی روابط دو متغیره بین شاخص‌های اصلی پژوهش، از آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد، چراکه نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نشان داد توزیع متغیرها نرمال نیست.

اثرات محیطی	عدالت فضایی	عدالت بین نسلی	عدالت معرفتی	عدالت رویه‌ای	عدالت توزیعی	
					--	عدالت توزیعی
				--	441 .	عدالت رویه‌ای
			--	392 .	465 .	عدالت معرفتی
		--	356 .	401 .	438 .	عدالت بین نسلی
	--	645 .	714 .	732 .	785 .	عدالت فضایی
--	529 .	316 .	468 .	437 .	457 .	اثرات محیطی

جدول (۵). ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

منبع: تحلیل نگارندگان، ۱۴۰۴

نتایج جدول (۵) نشان‌دهنده ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش است: بین متغیر محیطی و عدالت فضایی همبستگی نسبتاً قوی مشاهده شد ($p = 0.529$)، که حاکی از ارتباط مستقیم این دو شاخص است. همبستگی بین «عدالت توزیعی» و «عدالت فضایی» برابر با ۷۸۵.۰ است که نشان می‌دهد ارتباط قوی‌ای بین این دو وجود دارد. همبستگی بین «عدالت معرفتی» و «اثرات محیطی» برابر با ۴۶۸.۰ است که متوسط است. همبستگی «عدالت بین نسلی» با «اثرات محیطی» کمتر است (۳۱۶.۰) که نشان‌دهنده همبستگی ضعیف‌تر است. این اعداد نشان می‌دهد که عدالت فضایی بیشترین همبستگی را با بقیه متغیرها دارد و احتمالاً نقش مرکزی یا تأثیرگذار در این مجموعه متغیرها دارد.

آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ جهت سنجش پایایی

برای سنجش بهتر پایایی، از هر دو روش آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی استفاده شده است.

^۱. Cronbach's Alpha

^۲. Composite Reliability

جدول (۶). نتایج آزمون آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

شاخص	آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	Average Variance Extracted (AVE)	ناحیه بحرانی	نتیجه
اثرات زیست محیطی	0.941	0.948	0.502	7/0	تایید
بین نسلی	0.818	0.873	0.579	7/0	تایید
توزیعی	0.906	0.922	0.543	7/0	تایید
رویه‌ای	0.885	0.907	0.521	7/0	تایید
عدالت فضایی	0.838	0.892	0.674	7/0	تایید
معرفتی	0.886	0.909	0.556	7/0	تایید

منبع: تحلیل نگارنده، ۱۴۰۴

نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد مقادیر آلفای کرونباخ برای تمام شاخص‌ها بالاتر از ۰.۸ بوده و نشان‌دهنده همسانی درونی بالا و مناسب گویه‌های مرتبط با هر بعد است. همچنین، ضرایب پایایی ترکیبی نیز همگی فراتر از مقدار آستانه ۰.۷ بوده‌اند که این امر نیز بر پایایی مناسب سازه‌ها در مدل اندازه‌گیری دلالت دارد.

برای ارزیابی کیفیت سازه‌های پژوهش، تحلیل عاملی تأییدی^۱ انجام شد و بارهای عاملی^۲ گویه‌ها مورد بررسی قرار گرفت.

جدول (۷). سنجش بارهای عاملی زیرسنگه‌ها

زیر مقیاس	گویه	بار عاملی	زیر مقیاس	گویه	بار عاملی	زیر مقیاس	گویه	بار عاملی
بعد محیطی	V1	۰.۶۶۹	عدالت توزیعی	V19	۰.۷۶۰	عدالت معرفتی	V38	۰.۷۷۹
	V2	۰.۶۸۸		V20	۰.۷۴۶		V39	۰.۷۴۵
	V3	۰.۷۲۰		V21	۰.۷۵۰		V40	۰.۷۵۵
	V4	۰.۶۸۳		V22	۰.۷۶۲		V41	۰.۷۶۹
	V5	۰.۷۲۴		V23	۰.۷۳۲		V42	۰.۷۱۸
	V6	۰.۷۵۵		V24	۰.۷۴۷		V43	۰.۷۵۱
	V7	۰.۶۶۲		V25	۰.۶۹۱		V44	۰.۷۲۲
	V8	۰.۶۶۲		V26	۰.۷۰۲		V45	۰.۷۲۲
	V9	۰.۶۴۸		V27	۰.۷۶۰	عدالت بین نسلی	V46	۰.۷۰۷
	V10	۰.۷۰۰		V28	۰.۷۱۷		V47	۰.۷۵۸
	V11	۰.۷۳۱	عدالت رویه‌ای	V29	۰.۷۵۱		V48	۰.۸۰۵
	V12	۰.۷۴۷		V30	۰.۶۸۰		V49	۰.۷۸۰
	V13	۰.۶۹۱		V31	۰.۷۰۲		V50	۰.۷۵۰
	V14	۰.۶۴۸		V32	۰.۷۱۶			

^۱. CFA^۲. Factor Loadings

			۷۰۶ .۰	V33		۷۸۴ .۰	V15	محیطی
			۷۴۵ .۰	V34		۷۳۸ .۰	V16	
			۷۴۰ .۰	V35		۷۵۰ .۰	V17	
			۷۵۷ .۰	V36		۷۲۹ .۰	V18	
			۶۹۵ .۰	V37				

منبع: تحلیل نگارندگان، ۱۴۰۴.

در جدول (۷) مشاهده می‌شود، اکثریت قریب به اتفاق گویه‌ها بار عاملی بالاتر از ۰.۷ داشته‌اند و باقی نیز در سطح قابل قبول بالای ۰.۶ قرار دارند: در بعد محیطی، گویه V15 با بار عاملی ۰.۷۸۴ بیشترین همبستگی با سازه مربوطه را دارد و هیچ‌یک از گویه‌ها کمتر از ۰.۶ نیستند. در بعد بین‌نسلی، بار عاملی گویه‌ها از ۰.۷۰۷ تا ۰.۸۰۵ بوده و از اعتبار همگرایی قوی برخوردارند. در بعد توزیعی، مقادیر بین ۰.۶۹۱ تا ۰.۷۶۲ قرار دارند که نشان‌دهنده همبستگی مناسب است. در بعد رویه‌ای، بارهای عاملی بین ۰.۶۸۰ تا ۰.۷۵۷ بوده‌اند. در بعد معرفتی نیز گویه‌ها بین ۰.۷۱۸ تا ۰.۷۷۹ بار عاملی داشته‌اند که مطلوب تلقی می‌شود. این نتایج نشان می‌دهد که کلیه گویه‌های به‌کاررفته، بار عاملی قابل قبولی با سازه‌های مفهومی مربوطه دارند و بنابراین از اعتبار همگرایی مطلوبی برخوردارند.

روایی و اگرایی پژوهش

معمولاً برای ارزیابی بارهای عاملی، از محاسبه مقادیر همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با آن سازه استفاده می‌شود. این مفهوم بیان می‌کند که در یک مدل، برخی از عوامل یا سازه‌ها به نسبت دیگران تأثیر بیشتری دارند. روایی و اگرایی یعنی هر سازه (متغیر پنهان) باید بیشتر با شاخص‌های خودش همبستگی داشته باشد تا با سایر سازه‌ها. برای بررسی این موضوع، در روش فورنل و لارکر از مقایسه جذر AVE (در قطر جدول) با همبستگی بین سازه‌ها (خارج از قطر) استفاده می‌شود.

جدول (۸). ماتریس سنجش روایی و اگرایی به روش فورنل و لارکر

معرفتی	عدالت فضایی	رویه‌ای	توزیعی	بین نسلی	اثرات زیست محیطی	
					0.708	اثرات زیست محیطی
				0.761	0.504	بین نسلی
			0.737	0.564	0.604	توزیعی
		0.722	0.567	0.585	0.604	رویه‌ای
	0.821	0.821	0.839	0.808	0.707	عدالت فضایی
0.745	0.820	0.548	0.618	0.525	0.615	معرفتی

منبع: تحلیل نگارنده، ۱۴۰۴.

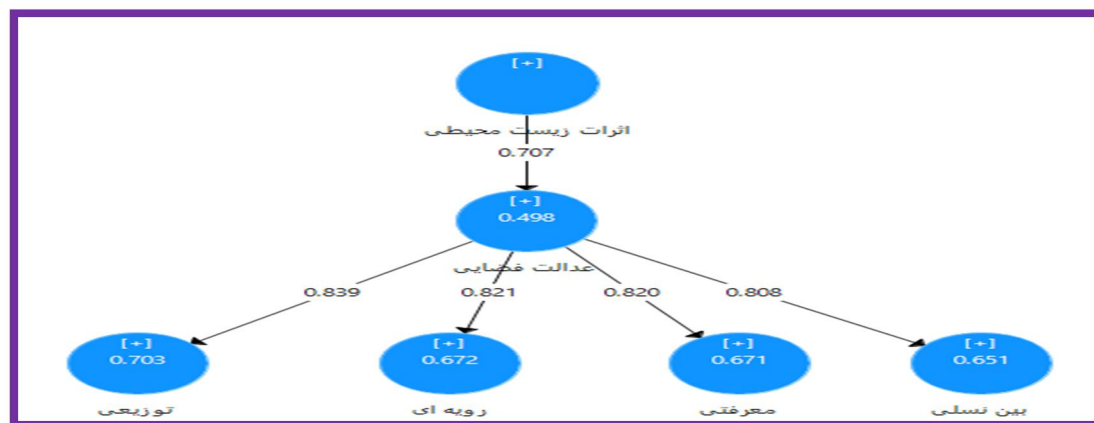
با نگاه به جدول (۸)، متوجه می‌شویم که ارقام قرار گرفته در قطر اصلی ماتریس فورنل لارکر، از ارقام واقع در سمت پایین و سمت راست آن بزرگ‌تر هستند. این نشان می‌دهد که مدل‌های اندازه‌گیری استفاده شده در تحقیق، دارای تطابق و برازش مناسبی با واقعیت هستند.

جدول (۹). نتایج ضرایب رگرسیونی استاندارد شده

نتیجه	مقدار P	آماره آزمون T	انحراف معیار (STDEV)	ضریب	
عدم رد	0.000	17.359	0.041	0.707	اثرات زیست محیطی -> عدالت فضایی
عدم رد	0.000	26.472	0.031	0.808	عدالت فضایی -> بین نسلی
عدم رد	0.000	36.227	0.023	0.839	عدالت فضایی -> توزیعی
عدم رد	0.000	29.114	0.028	0.821	عدالت فضایی -> رویه‌ای
عدم رد	0.000	27.953	0.029	0.820	عدالت فضایی -> معرفتی

منبع: تحلیل نگارنده، ۱۴۰۴.

با توجه به جدول (۹) نتایج تحلیل مسیر، با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SEM) نشان می‌دهد که: ابعاد محیطی تأثیر معناداری بر عدالت فضایی دارند: ضرایب مسیر برابر با ۰.۷۰۷ هستند و آماره t بالاتر از ۷ (بسیار بالاتر از آستانه بحرانی ۱.۹۶) بوده و مقدار p برابر با ۰.۰۰۰ است که نشان‌دهنده معناداری بسیار بالا در سطح ۹۹٪ است. این بدان معناست که تقویت می‌تواند به بهبود عدالت فضایی کمک کند. عدالت فضایی تأثیر بسیار قوی و معناداری نیز بر ابعاد مختلف عدالت دارد: بالاترین ضریب مسیر مربوط به رابطه بین عدالت فضایی و عدالت توزیعی است ($\beta = 0.839$)، نشان‌دهنده این است که توزیع عادلانه منابع شدیداً به تحقق عدالت فضایی وابسته است. عدالت فضایی همچنین تأثیر بالایی بر عدالت معرفتی ($\beta = 0.820$)، عدالت رویه‌ای ($\beta = 0.821$) و عدالت بین‌نسلی ($\beta = 0.808$) دارد. آماره‌های t در تمامی این مسیرها بالاتر از ۲۸ هستند که بیانگر قدرت بالای مدل در تبیین روابط علی است. مقادیر بسیار پایین ($p < 0.001$) در تمام مسیرها نشان می‌دهد که تمامی روابط آزموده‌شده از نظر آماری بسیار معنادارند و فرض صفر مبنی بر عدم رابطه رد می‌شود. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که عدالت فضایی نه تنها مفهومی مستقل، بلکه به‌عنوان پیشرانی کلیدی برای تحقق سایر ابعاد عدالت فضایی شناخته می‌شود.



شکل (۲)، برازش مدل ساختاری، منبع: نگارندگان ۱۴۰۴.

تحلیل مدل مفهومی مدل معادلات ساختاری شکل (۲) نشان می‌دهد که نمودارهای مسیر و جدول آماری (۹) مکمل هم هستند. می‌توان نتیجه گرفت که: عدالت فضایی نه تنها از متغیرهای محیطی تأثیر می‌پذیرد، بلکه خود بنیانی کلیدی برای تحقق ابعاد مختلف عدالت محیطی است. وجود زیرساخت‌های فضایی عادلانه، می‌تواند به بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری، توزیع منابع، آگاهی عمومی و پایداری بین‌نسلی منجر شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بهبود وضعیت زیست‌محیطی ناشی از گردشگری پایدار (کاهش آلودگی، حفاظت از منابع، جمع‌آوری زباله و...) تأثیر مثبت و قوی بر عدالت فضایی دارد؛ از این‌رو توجه به بُعد فضایی در سیاست‌گذاری گردشگری روستایی منطقه بینالود، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای باشد. اثرات زیست‌محیطی گردشگری پایدار نه تنها بهبود مستقیم در محیط زیست دارد، بلکه از طریق عدالت فضایی، زنجیره‌ای از عدالت‌های دیگر را نیز تقویت می‌کند. تمام مسیرها دارای ضریب بالا ($\beta > 0.7$) و معناداری آماری بسیار قوی ($p < 0.001$) هستند که اعتبار مدل را تقویت می‌کند. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها حاکی از آن بود که توزیع همه متغیرها (عدالت فضایی، توزیعی، رویه‌ای، معرفتی، بین‌نسلی و اثرات زیست‌محیطی) نرمال نیست، لذا تحلیل‌ها با استفاده از رویکردهای ناپارامتریک و مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام گرفت. تحلیل مسیرهای علی (SEM) نشان داد که: اثرات زیست‌محیطی گردشگری پایدار تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری بر عدالت فضایی دارد ($\beta = 0.707, p < 0.001$). همچنین، عدالت فضایی دارای تأثیر قوی و معناداری بر سایر ابعاد عدالت از جمله عدالت توزیعی ($\beta = 0.839$)، عدالت رویه‌ای ($\beta = 0.821$)، عدالت معرفتی ($\beta = 0.820$) و عدالت بین‌نسلی ($\beta = 0.808$) داشته است. عدالت فضایی به‌عنوان یک سازه محوری و میانجی در مدل مفهومی عمل می‌کند و پیوند مستقیمی میان کیفیت زیست‌محیطی و تحقق عدالت در ابعاد مختلف برقرار می‌سازد. علاوه بر این، ماتریس همبستگی نشان داد که عدالت فضایی بیشترین همبستگی را با سایر ابعاد عدالت دارد. بنابراین، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان باید به تقویت زیرساخت‌های زیست‌محیطی به‌منظور ارتقاء عدالت فضایی توجه ویژه داشته باشند، چرا که این عدالت زمینه‌ساز تحقق عدالت بین‌نسلی، توزیعی، رویه‌ای و معرفتی است. یافته‌های این پژوهش از یک‌سو با بسیاری از مطالعات پیشین در زمینه گردشگری پایدار و عدالت فضایی هم‌خوانی دارد و از سوی دیگر، در برخی ابعاد نوآوری‌هایی را نسبت به مطالعات پیشین ارائه می‌دهد. در سطح نخست، نتایج پژوهش حاضر در راستای یافته‌های سنجایی قیداری و همکاران (۱۴۰۰) و موسوی و همکاران (۱۳۹۸)، و در سطح مطالعات خارجی تحلیل مدل معادلات ساختاری (SEM) در این پژوهش، هم‌راستا با پژوهش‌های Bai et al. (2024) و Avelino et al. (2024)، تأکید دارد که ارتقای کیفیت زیست‌محیطی نه تنها خود هدفی در توسعه پایدار است، بلکه عامل واسطه‌ای در ارتقای عدالت فضایی به‌شمار می‌رود. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود سیاست‌های گردشگری پایدار به‌صورت یکپارچه و با تأکید بر آموزش محلی، مشارکت‌پذیری، و توزیع عادلانه خدمات طراحی شوند تا بستر تحقق عدالت فضایی در مناطق روستایی فراهم گردد. بر اساس یافته‌های فوق، پیشنهاد‌های زیر برای سیاست‌گذاران،

برنامه ریزان گردشگری و پژوهشگران آینده ارائه می شود: توسعه و حمایت از پروژه های زیست محیطی در مناطق گردشگری نظیر کاهش آلودگی، جمع آوری بهداشتی زباله، حفاظت از منابع طبیعی باید در اولویت قرار گیرد، چراکه این اقدامات به طور مستقیم موجب ارتقای عدالت فضایی می شود. عدالت فضایی باید به عنوان محور سیاست گذاری در توسعه گردشگری روستایی مورد توجه قرار گیرد، چراکه بر سایر ابعاد عدالت تأثیرگذار است. مشارکت فعال جامعه محلی در فرآیندهای تصمیم گیری و برنامه ریزی فضایی ضروری است تا عدالت رویه ای و معرفتی بهبود یابد. آموزش های زیست محیطی و آگاهی بخشی به روستاییان و ذینفعان محلی باید تقویت شود تا عدالت معرفتی و ادراک عمومی از عدالت در حوزه گردشگری پایدار افزایش یابد. سیاست های گردشگری باید به گونه ای طراحی شود که برابری فرصت ها برای نسل های آینده نیز تضمین شود، در راستای تحقق عدالت بین نسلی پیشنهاد می شود از مطالعات آینده پژوهی یا سناریونویسی برای ارزیابی پیامدهای بلندمدت سیاست های گردشگری بر نسل های آینده استفاده شود.

منابع و مأخذ:

- ۱- جوادیان، ی، ۱۴۰۱، عدالت اجتماعی و توسعه اقتصادی ایران، انتشارات تام آی، چاپ اول، ۱۷۹ص.
- ۲- حیدری ساربان، و، ع، مجنونی توتاخانه، ص، نیرومند شیشوان، ۱۳۹۵، سنجش و ارزیابی فرآیند پایداری در روستاهای گردشگری پذیر مطالعه موردی: شهرستان عجب شیر- محور توریستی قلعه چایی، فصلنامه جغرافیا برنامه ریزی منطقه‌ای، ۶(۳)، ۹۳-۱۱۲
- ۳- حیدری ساربان، و، س، حاجی حیدری، ۱۳۹۶، تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت گردشگری روستایی مطالعه موردی روستای موئیل شهرستان مشکین شهر اردبیل، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی فضایی، ۷ (۴): ۹۲-۷۳
- ۴- حیدری ساربان، و، زیارتی، مینا، باختر، سهیلا، ۱۴۰۳، بررسی و تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان بوشهر، مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۱۴ (۲)، ۷۹-۹۵
- ۵- دلیلی، ش، ۱۴۰۱، چرخش‌های عدالت: نقد عدالت لیبرالی از منظر عدالت لیبرتارینی: بررسی و ارزیابی کتاب بی دولتی دولت و آرمان شهر، نشریه پژوهش انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، ۲۲(۴): ۱۶۹-۱۸۸.
- ۶- سعیدی مفرد، س، ش، رفایی افشار قزل باش، ۱۳۹۴، شناسایی شاخص‌های یک محله پایدار به منظور دستیابی به عدالت فضایی، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی، تهران مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما.
- ۷- سعیدی مفرد، س، ت، حنایی، س، شیروانی مقدم، ۱۳۹۹، تبیین مولفه‌های کالبدی و عملکردی مؤثر بر عدالت فضایی در سکونتگاه‌های حاشیه‌ای (مطالعه موردی کلان شهر مشهد)، مجله معماری شهر پایدار، ۶ (۱)، ۶۷-۸۰
- ۸- سجاسی قیداری، ح، ع، گروسی، ک، مرادی، د، مهدوی، ۱۴۰۰، سنجش و ارزیابی کیفیت محیطی فضای عمومی روستاهای مقصد در جذب گردشگران مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری طبقه و شاندیز، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۳ (۲): ۴۹۹-۵۲۰.
- ۹- شاطریان، م، ی، غلامی، م، میرمحمدی، ۱۳۹۶، ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری پایدار شهری مطالعه موردی شهر کاشان، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷(۴۶): ۲۱۴-۱۹۵
- ۱۰- ضیائی، م، د، عباسی، ۱۳۹۷، چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل، مجله توسعه و برنامه ریزی گردشگری، ۷(۲۴): ۳۷-۸۱.
- ۱۱- قاسمی، مریم، عبداللهی، سمانه، خاکشور امان آباد، حدیثه، ۱۳۹۳، تحلیل اثرات مرحله اول طرح هدفمندی یارانه‌ها بر خانوارهای روستایی (شهرستان بینالود)، مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، ۳(۶)، ۱۱۷-۱۳۰.
- ۱۲- طباطبایی یزدی، فاطمه، ظریف کیا، پویا، ۱۳۹۳، بررسی پتانسیل‌های گردشگری در منطقه حفاظت شده بینالود و ارزیابی اقتصادی آن به روش هزینه سفر (TCM)، دومین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در جغرافیا و گردشگری.

- ۱۳- مظفری، ز، م، قاسمی، ۱۴۰۳، ارزیابی پایداری مقاصد گردشگری روستایی از دیدگاه جامعه محلی؛ مورد مطالعه شهرستان نیشابور، فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا، ۵(۳): ۲۰-۴۹.
- ۱۴- محمدقاسم، ز، ۱۴۰۱، شاخص‌های گردشگری پایدار و تأثیرات آن بر وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه، انتشارات تفکر آینده ساز، چاپ اول، ۶۹ ص.
- ۱۵- معصومی، ل، ح، اسماعیل زاده، ۲۰۱۵، نقش گردشگری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری، کنفرانس بین‌المللی مهندسی عمران معماری و زیرساخت‌های شهری تبریز، ۳۰-۲۹.
- ۱۶- موسوی و همکاران، ۱۳۹۸، تحلیل شاخص عدالت فضایی در روستاهای گردشگری پذیر مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۱ (۳): ۵۶۹-۵۵۱.
- 17- Avelino, F. , Wijsman, K. , van Steenbergen, F. , Jhagroe, S. , Wittmayer, J. , Akerboom, S. ,. . . & Kalfagianni, A. (2024). Just sustainability transitions: politics, power, and prefiguration in transformative change toward justice and sustainability. *Annual Review of Environment and Resources*, 49. ##
- 18- Abbasi, F. , Abaei Koupaie, M. , & Rezazade Joudi, M. K. (2024). Comparative of the role of credit perceptions in the realization of spatial justice from the perspective of Tabatabai and John Rawls. *Geography (Regional Planning), Special Issue*, (2), 297-315. ##
- 19- Aria, M. , D'Aniello, L. , Della Corte, V. , & Pagliara, F. (2023). Balancing tourism and conservation: analysing the sustainability of tourism in the city of Naples through citizen perspectives. *Quality & Quantity*, 1-21. *Quality & Quantity*. ##
- 20- Bu, J. , Ye, J. , Wang, M. , Wang, Z. , He, J. , Wu, T. ,. . . & Qie, G. (2024). Sustainable development of Chinese Baijiu Tourism resources: an analytical approach for evaluation and guidance. *Environment, Development and Sustainability*, 1-18. ##
- 21- Bai, J. , Tang, Z. , & Yan, L. (2024). Research on tourism spatial justice based on residents' perception: A case study on Babao Town of Qilian Mountain National Park (Qinghai area). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 47, 100801. ##
- 22- Bauer, W. (2023). Reframing urban nature-based solutions through perspectives of environmental justice and privilege. *Urban Planning*, 8(1), 334-345. ##
- 23- Bavnæk, K. F. , & Thuesen, A. A. (2025). Navigating spatial justice: Exploring 24-municipal planners' logics in differentiated village planning. *Journal of Rural Studies*, 114, 103496. ##
- 25- Colabi, A. M. (2022). Presenting a Model of Sustainable Tourism Ecosystem: A Meta-Synthesis Approach. *Tourism Management Studies*, 17(57), 179-206. ##
- 26- Deseau, A. , Levai, A. , & Schmiegelow, M. (2025). Access to justice and economic development: Evidence from an international panel dataset. *European Economic Review*, 104947. ##

- 27- Esfandyari, H. , Choobchian, S. , Momenpour, Y. , & Azadi, H. (2023). Sustainable rural development in Northwest Iran: proposing a wellness-based tourism pattern using a structural equation modeling approach. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-15. ##
- 28-Fennell, D. A. , & Sheppard, V. (2021). Tourism, animals and the scales of justice. In *Justice and Tourism* (pp. 172-193). Routledge. ##
- 29-- Guia, J. (2021). Conceptualizing justice tourism and the promise of posthumanism. In *Justice and Tourism* (pp. 370-387). Routledge. ##
- 30-GHaedrahmati, S. , Khademalhoosini, A. , & Tahmasebi, F. (2018). Spatial analysis of social justice in city of Isfahan, Iran. *Annals of GIS*, 24(1), 59-69. ##
- 31- - Hoffmann, F. J. , Braesemann, F. , & Teubner, T. (2022). Measuring sustainable tourism with online platform data. *EPJ Data Science*, 11(1), ##
- 32-- Hassan, T. H. , Fazia, C. , Abdelmoaty, M. A. , Bekzot, J. , Gozner, M. , Almakhayitah, M. Y. , . . & Salem, A. E. (2024). Sustainable pathways: understanding the interplay of environmental behavior, personal values, and tourist outcomes in farm tourism. *Discover Sustainability*, 5(1), 153. ##
- 33-- Iannucci, G. , Martellozzo, F. , & Randelli, F. (2022). Sustainable development of rural areas: a dynamic model in between tourism exploitation and landscape decline. *Journal of Evolutionary Economics*, 32(3), 991-1016. *Journal of Evolutionary Economics* (2022) 32:991–1016. ##
- 34- - Kosmas, P. C. (2022). European SME Going Green 2030 Report: Review and analysis of policies, strategies and instruments for boosting sustainable tourism in Europe. ##
- 35- Liebe, U. , Bruderer Enzler, H. , Diekmann, A. , & Preisendörfer, P. (2024). One justice for all? Social dilemmas, environmental risks and different notions of distributive justice. *Games*, 15(4), 25. ##
- 36- Leśniewska-Napierała, K. , Napierała, T. , Tobiasz-Lis, P. , & Wójcik, M. (2019). Sustainable tourism development towards spatial justice: evidence from Masłomęcz, Poland. In *The Third International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability (Futourism 2019)*; Mersin University. ##
- 37-Madanipour, A. , Shucksmith, M. , & Brooks, E. (2022). The concept of spatial justice and the European Union's territorial cohesion. *European Planning Studies*, 30(5), 807-824. ##
- 38- Martínez, J. M. G. , Martín, J. M. M. , Fernández, J. A. S. , & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100, 165-174. ##
- 39- Mmbaga, N. , Tarimo, J. , & Modest, J. (2024). Contribution of wildlife tourism in improving local communities' livelihood in Burunge Wildlife Management

- Area in Tarangire Manyara Ecosystem, Tanzania. *Discover Global Society*, 2(1), 85. ##
- 40- Nelson, R. , Warnier, M. , & Verma, T. (2025). Ethically informed urban planning: measuring distributive spatial justice for neighbourhood accessibility. ##
- 41- Niemczyk, A. , Seweryn, R. , & Smalec, A. (2018). Sustainable tourism in the activities of city authorities. Poland–case study. *European Journal of Service Management*, 28, 283-297. ##
- 42- Napierała, T. , Leśniewska-Napierała, K. , Tobiasz-Lis, P. , & Wójcik, M. (2019). Sustainable tourism development towards spatial justice: Evidence from Masłomęcz, Poland. In S. Fullagar & K. Markwell (Eds.) , *Towards just destinations: Culture and power in tourism development* (pp. 123–140). Channel View Publications. ##
- 43- - Okamoto, T. , & Doyon, A. (2024). Equity and justice in urban coastal adaptation planning: new evaluation framework. *Buildings & Cities*, 5(1). ##
- 44- Rastegar, R. (2020). Tourism and justice: Rethinking the role of governments. *Annals of Tourism research*, 85, 102884. ##
- 45- Rastegar, R. , Higgins-Desbiolles, F. , & Ruhanen, L. (2021). COVID-19 and a justice framework to guide tourism recovery. *Annals of Tourism Research*, 91, 103161. ##
- 46- Rodhouse, T. S. G. H. , Cuppen, E. H. W. J. , Correljé, A. F. , & Pesch, U. (2024). A new carrier for old assumptions? Imagined publics and their justice implications for hydrogen development in the Netherlands. *Technological Forecasting and Social Change*, 204, 123412. ##
- 47- Siakwah, P. , Musavengane, R. , & Leonard, L. (2020). Tourism governance and attainment of the sustainable development goals in Africa. In *Sustainable Tourism Policy and Planning in Africa* (pp. 146-174). ##
- 48- Sardianou, E. , Kostakis, I. , Mitoula, R. , Gkaragkani, V. , Lalioti, E. , & Theodoropoulou, E. (2016). Understanding the entrepreneurs' behavioural intentions towards sustainable tourism: a case study from Greece. *Environment, development and sustainability*, 18, 857-879. ##
- 49- Si, X. , & Tang, Z. (2024). Assessment of low-carbon tourism development from multi-aspect analysis: A case study of the Yellow River Basin, China. *Scientific Reports*, 14(1), 4600. ##
- 50- Szromek, A. R. , Kruczek, Z. , & Walas, B. (2023). Stakeholders' attitudes towards tools for sustainable tourism in historical cities. *Tourism Recreation Research*, 48(3), 419-431. ##
- 51- Setianto, M. A. S. , & Gamal, A. (2021). Spatial justice in the distribution of public services. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 673, No. 1, p. 012024). IOP Publishing. ##

-
- 52- Swapan, M. S. H. , Aktar, S. , & Maher, J. (2024). Revisiting Spatial Justice and Urban Parks in the Post-COVID-19 Era: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 16(10), 3929. ##
- 53- Si, X. , & Tang, Z. (2024). Assessment of low-carbon tourism development from multi-aspect analysis: A case study of the Yellow River Basin, China. *Scientific Reports*, 14(1), 4600. ##
- 54- - Unterhitzenberger, C. , & Lawrence, K. (2025). Fairness matters: organisational justice in project contexts. *Production Planning & Control*, 36(1), 45-60. ##
- 55- Uwayezu, E. , & De Vries, W. T. (2018). Indicators for measuring spatial justice and land tenure security for poor and low income urban dwellers. *Land*, 7(3), 84. ##
- 56- Uwayezu, E. , & T. de Vries, W. (2020). Can in-kind compensation for expropriated real property promote spatial justice? A case study analysis of resettlement in Kigali city, Rwanda. *Sustainability*, 12(9), 3753. ##
- 57- Więckowski, M. (2021). Will the consequences of COVID-19 trigger a redefining of the role of transport in the development of sustainable tourism?. *Sustainability*, 13(4), 1887. ##
- 58- Zaleckis, K. , Jankauskaite-Jureviciene, L. , Vitkuvienė, J. , & Grazuleviciute-Vileniske, I. (2024). Urban vision workshop methodology-a tool for spatial justice. *Acta Scientiarum Polonorum Administratio Locorum*, 23(4), 467-492

تحلیل زمینه‌گرایی بازار سنتی شهر اردبیل بر پایه نظریه امبرتو اکو

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۱۳ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۶/۱۱

الهام خانقاهی بالا^۱ حسن ابراهیمی اصل^{۲*} مسعود حق لسان^۳ سعیده فیضی^۴

- ۱- دانشجوی دکتری گروه معماری، واحد بین‌المللی جلفا، دانشگاه آزاد اسلامی، جلفا، ایران.
- ۲- استادیار گروه معماری، واحد بین‌المللی جلفا، دانشگاه آزاد اسلامی، جلفا، ایران.
- ۳- استادیار گروه معماری و شهرسازی، واحد ایلخچی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلخچی، ایران.
- ۴- استادیار گروه معماری و شهرسازی، واحد آذرشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آذرشهر، ایران.

چکیده

زمینه‌گرایی به عنوان رویکردی در معماری، بر حفظ ردپای گذشته و تفاوت‌ها و ویژگی‌های هر فرهنگ تأکید داشته، ریشه در هویت هر ملیت دارد. بازار مهم‌ترین فضاهای شهری و عناصر عملکردی و به‌عنوان ستون فقرات شهر قلمداد می‌شود. عوامل فرمی (کالبدی)، معنایی (ادراکی)، عملکردی (کارکردی) در نقش بازار در شهر به‌عنوان بستری برای پاسخگویی به نیازها و ظرفی برای فعالیت و رفتارهای استفاده‌کنندگان است. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی معیارها و مؤلفه‌های زمینه کالبدی، معنایی و کارکردی بازار سنتی در قالب نشانه‌شناسی نظریه «امبرتو اکو» است. فرضیه تحقیق از نوع همبستگی و جهت‌دار است که فرض می‌کند معماری بازار تحقق اصول زمینه‌گرایی است و مفاهیم نشانه‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری جهت تحلیل نظام ارزشی و معنایی برای شناسایی اصول زمینه‌گرایی راهگشا باشند، چرا که بازار سنتی اردبیل دارای ویژگی‌های دلالتی است که قابلیت تداعی معنا را دارد. روش تحقیق از نوع کیفی و بر اساس روش توصیفی-تحلیلی است که با استناد به منابع مطالعاتی به بسط مفهوم زمینه‌گرایی پرداخته و با اقتباس از منابع پژوهش، مؤلفه‌ها و ریزمؤلفه‌های زمینه‌گرایی را تدوین و ابعاد نشانه‌شناسی امبرتو اکو را شناسایی و بازار سنتی اردبیل را بر اساس مؤلفه‌های فوق و با استفاده از ابزار مشاهده و مطالعات ارزیابی می‌کند و سپس با روش تحلیلی-تطبیقی زمینه و نشانه‌های کالبدی بازار سنتی اردبیل را مشخص می‌نماید. نتایج نشان می‌دهند که معیارهای زمینه‌گرایی شامل دو جنبه فضایی و بصری و نه معیار موقعیت، حجم، ارتفاع، عقب‌نشینی، مقیاس، جهت‌گیری، ریتم، ساخت مایه، رنگ و سه مؤلفه فضای مابین، کالبد معماری و فضای پر، نحوه تداخل توده و فضا است.

واژه‌های کلیدی: زمینه‌گرایی، بازار، امبرتو اکو، اردبیل.

مقدمه:

نشانه‌شناسی مطالعه نشانه‌ها و نمادها است. در علم نشانه‌شناسی مشخص می‌شود که نشانه‌ها از چه تشکیل شده‌اند. نشانه امری عینی و ملموس است و جایگزین پدیده‌ای می‌شود که غایب است. اُمپرتو اِکو نشانه‌شناسی را مطالعه نشانه‌ها و چگونگی کارکرد آنها می‌داند (Eco, 2022). خوانش نشانه‌شناختی معماری، به دنبال بازتولید طرح بر اساس ارتباط بین لایه‌ها و بر اساس برداشت مخاطب می‌باشد زیرا انسان‌ها بر اساس تجربه، فرهنگ، گذشته تاریخی، جهان‌بینی، معانی را به صورت استعاری، کنایی، بازتابی و از عناصر محیطی برداشت می‌نمایند (Ghaffari, 2016؛ Mirgholami & et al, 2011). زمینه‌گرایی به ویژگی‌های خاص یک مکان و به کارگیری آنها در طراحی معاصر، توجه دارد. در معماری و شهرسازی، یکی از دیدگاه‌های کل‌نگر است که به زمینه، به عنوان رویدادی تکاملی می‌نگرد (Majedi & Zarabadi, 2010: 8). معماری زمینه گرا درعین حال که به تمایز مکان نظر دارد، خواستار صراحت، تداوم ارزش‌های کالبدی و غیرکالبدی مکان یا زمینه موجود است. زمینه‌گرایان معتقدند اجزای شهر زیر پوشش نیروها و ویژگی‌های درونی خود نمی‌باشند، بلکه به محیط و مجموعه پیرامون آن وابسته هستند (Stokols & Altman, 1987: 15-18). در شهرهای سنتی ایران، بازار عنصری بنیادین به شمار می‌آمد به گونه‌ای که شهر با بازار آن معنا و مفهوم می‌یافت. بازار یکی از مهم‌ترین فضاهای شهری و عناصر عملکردی است که همواره با زمینه کالبدی خود در ارتباط است. بازار سنتی در شهرهای ایرانی-اسلامی با عملکردهای متعدد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، کالبدی و فرهنگی که دارد، به مثابه یکی از مهم‌ترین فضاهای شهری قلمداد می‌شود که تعاملات اجتماعی را در بستر تاریخی - فرهنگی پذیرا شده و واجد ارزش‌های کیفی و هنری والاست (Habib, 2006: 27؛ Talaei & et al, 2018؛ Irandoust & Bahmani Ormani, 2011: 50).

پژوهش حاضر سعی در پاسخ به این پرسش‌هاست که معیار و مؤلفه‌های زمینه‌گرایی کالبدی بازار سنتی چیست؟ بازار سنتی اردبیل چه نشانه‌هایی دارد و ارتباط این نشانه‌ها با زمینه کالبدی بنا چیست؟ وجود نشانه‌ها در معماری بازار به عنوان ابزاری جهت تحلیل نظام ارزشی و معنایی آن، طی روند شناسایی معیارهای زمینه‌گرایی راهگشا خواهد بود. شناخت نشانه‌های معماری درواقع شکل‌های ساخته شده توسط انسان و ادامه‌ی فرآیند اندیشیدن وی است و نشانه‌شناسی با تکیه بر مفهوم دلالت، موجب ارتباط هر چه بهتر مخاطب با فضای معماری می‌شود. بر اساس تقسیم‌بندی اُمپرتو اِکو از نشانه‌ها، بازار در دسته نشانه‌های مصنوعی با کارکردی ترکیبی قرار می‌گیرد؛ زیرا علاوه بر دارا بودن کارکرد اولیه تحت عنوان محلی برای دادوستد و تعاملات اقتصادی، دارای مجموعه کارکردهای ثانوی و نمادین بسیاری نیز هست. شهر اردبیل با توجه به اینکه در مسیر جاده ابریشم قرار داشته، سال‌ها از موهبت بازارهای وسیع و پررونق قاره‌ای برخوردار بوده ولی اهمیت، شهرت و گسترش وسعت آن در دوره حکومت صفویه بوده است. بنابراین بنای بازار اردبیل در پاره‌ای از قسمت‌ها متعلق به دوره صفوی است که بعضی از سراها و تیمچه‌ها و راسته‌ها در ادوار بعد از آن، مرمت و احیاء شده‌اند. وقوع عملکردهای متفاوت و متنوع نظیر رفت‌وآمد، فعالیت‌های اقتصادی - تجاری، فرهنگی - اجتماعی، تفریحی، سیاسی، اطلاعاتی و... بررسی معنا و کارکرد در بازار اردبیل بر نقش نشانه‌شناسی در شکل‌دهی معنا تأکید دارد (Jamei, 1993). پژوهش حاضر ضمن تأکید بر اهمیت و ضرورت

شناخت نظریه نشانه‌شناسی معماری امپرتو اِکو در پی آن است که یکی از جنبه‌های کاربردی این نظریه را در تحلیلی نشانه‌شناسانه از بنای بازار سنتی اردبیل در زمینه کالبدی خود ارائه دهد. اهداف پژوهش:

۱. تعیین معیار و مؤلفه‌های کالبدی زمینه‌گرایی در راستای تبیین زمینه کالبدی بازار
۲. شناسایی جنبه‌های کاربردی نظریه امپرتو اِکو و تحلیل نشانه‌شناسانه از بنای بازار سنتی اردبیل در زمینه کالبدی

پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

در بحث زمینه‌گرایی استخراج عوامل زمینه‌ای مؤثر بر شکل‌گیری یک بنای معماری، در مقیاس کلان‌شهری و برنامه معماری مرتبط با پراکندگی کالبدی و کارکردی، نشان می‌دهد که شکل‌گیری و توسعه و عناصر آن در طول اعصار، تحت تأثیر ساختار محیطی، فرهنگی، اجتماعی، حکومتی و اقتصادی شهر قرار داشته‌است (Bahrieh & et al, 2020). متغیرهای انسجام ساختاری، بصری و فضایی بر متغیر وابسته حیات کالبدی بازار سنتی، متغیر انسجام فعالیت و ادراکی بنای جدید به‌عنوان متغیر پیش‌بین بر حیات عملکردی بازار سنتی تأثیر مستقیم و معنی‌داری داشته و تغییرات آن را پیش‌بینی می‌کنند. برای همین پرداختن به مؤلفه‌های مقیاس‌بندی فراگیر و توزیع مقیاس‌ها در حریم بازار سنتی ضروری است (Alavizadeh & Eslami, 2019; Alavizadeh & et al, 2017). با مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته توسط برخی از پژوهشگران، می‌توان به شناختی از موضوعات مطرح‌شده مرتبط با عنوان پژوهشی دست‌یافت، که در ادامه پیشینه‌ای از مطالعات انجام شده در جدول شماره یک ارائه شده است.

جدول شماره ۱: برخی مطالعات نویسندگان با موضوع زمینه‌گرایی، نشانه‌شناسی، بازار

سال	نویسنده/گان	عنوان	منبع	نتیجه‌گیری
۱۴۰۱	نشانه‌شناسی	امپرتواکو (ترجمه: پیروز ایزدی)	تهران، ثالث، چاپ هشتم	نشانه‌شناسی به مطالعه نشانه‌ها و چگونگی کارکرد آن‌ها می‌پردازد و می‌توان از آن تحت عنوان دکترین نشانه یادکرد. در طول تاریخ مطالعات نشانه‌شناسی، به پدیده نشانه از دیدگاه‌های گوناگون نگریسته شده است.
۱۳۹۹	پروشا بحریه، سحر طوفان، شبنم اکبری نامدار	بازخوانی سیر تحول معماری در ساختار بازار تبریز با تأکید بر زمینه‌گرایی	فصلنامه علمی - پژوهشی شهر ایرانی اسلامی، سال دهم شماره سی و هفتم بهار ۱۳۹۹	استخراج عوامل زمینه‌ای مؤثر بر شکل‌گیری بازار، در مقیاس کلان‌شهری و برنامه معماری مرتبط با پراکندگی کالبدی و کارکردی، نشان می‌دهد که شکل‌گیری و توسعه بازار تبریز و عناصر آن در طول اعصار، تحت تأثیر ساختار محیطی، فرهنگی، اجتماعی، حکومتی و اقتصادی شهر قرار داشته است.
۳۹۸	سیده الهام علویزاده، سیدغلامرضا اسلامی	سنجش زمینه‌گرایی میان‌افزارهای معاصر در حریم بافت تاریخی بازار سنتی اردبیل، با تأکید بر بُعد برخالی	فصلنامه علمی - پژوهشی شهر ایرانی اسلامی، سال دهم شماره سی و هفتم پاییز ۱۳۹۸	به دلیل وجود نداشتن نمای بیرونی در ماهیت بازار سنتی، مدارک مربوط به نماهای داخلی بازار اردبیل تهیه، محاسبه و درنهایت نتایج با یکدیگر مقایسه می‌شود. یافته‌ها حاکی از آن است که بُعد برخالی نمونه‌ها به‌عنوان معیار انسجام، در محدوده پایین‌تر از حد ۱/۵ قرار دارد؛ در حالیکه الگوی بازار سنتی دارای

				بعد بر خالی بالای ۱/۵ است. لذا پرداختن به مؤلفه‌های مقیاس‌بندی فراگیر و توزیع مقیاس‌ها، به‌عنوان زبان الگوی بر خالی زمینه تاریخی، به‌دوراز هرگونه فرم‌گرایی صرف، در طراحی میان افزای معاصر ضروری است.
۱۳۹۸	مریم محمدی، راضیه رضازاده	واکاوی تغییرات معنایی منظر شهری بر مبنای رویکرد نشانه‌شناسی	فصلنامه توسعه پایدار محیط جغرافیایی سال اول، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۸	منظر شهر اولین عرصه‌ای است که ناظر در شهر با آن مواجه می‌شود، این وجه از شهر به‌عنوان یکی از محمل‌های تأثیرگذار طراحی شهری است. در صورتی که منظر (هم بعد عینی و هم ذهنی آن)، به صورتی مناسب مورد عمل برنامه‌ریزی و طراحی قرار گیرد.
۱۳۹۷	سیده الهام علویزاده، سیدغلامرضا اسلامی، فرح حبیب	تبیین الگوی شبه-فرکتال در ساختار زمینه محور بازارهای سنتی ایرانی	نشریه علمی - پژوهشی مطالعات هنر اسلامی، سال ۱۳۹۷، شماره ۲۹ فصل بهار	در این میان الگوی متشابه تیمچه‌ها و الگوی فضای باز سراها به‌عنوان مراکز نیرومند مقیاس میانه، اتصال و انسجام مقیاس کلان و خرد را فراهم می‌آورند و متناظر با قانون توان معکوس بُعد فرکتالی، هر چه اجزا خرد مقیاس‌تر می‌شوند بر تعدادشان افزوده می‌شود
۱۳۹۶	سیده الهام علویزاده، سیدغلامرضا اسلامی، فرح حبیب	بررسی تأثیر میزان زمینه‌گرایی بناهای میان‌افزار بر تداوم حیات بافت تاریخی بازار سنتی ایرانی (نمونه موردی: حریم درجه‌دو بافت تاریخی بازار سنتی اردبیل	فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی، شماره هجدهم، بهار ۱۳۹۷، سال ششم	متغیرهای انسجام ساختاری، انسجام بصری و انسجام فضایی بر متغیر وابسته حیات کالبدی بازار سنتی، متغیر انسجام فعلیتی و متغیر انسجام ادراکی بنای جدید به‌عنوان متغیر پیشین بر حیات عملکردی بازار سنتی تأثیر مستقیم و معنی‌داری داشته و تغییرات آن را پیش‌بینی می‌کنند. لذا پرداختن به مفاهیمی چون مقیاس‌بندی فراگیر و توزیع مقیاس‌ها، فراتر از الزام صرف به استفاده از اجر و ارتفاع محدود بنا و قاب پنجره‌ی چوبی نمایان در حریم بازار سنتی ضروری است تا بتوان مفاهیمی عمیق از زبان الگوی بافت را تداوم بخشید و توصیه‌های جدید برای ایجاد هویت طراحی در بافت‌های تاریخی، جهت تأکید بر «الگوگرایی» به جای «فردگرایی» برای طراحان داشت.
۱۳۹۵	الینا محمد حسنی، ابوالفضل طغریایی، مرتضی میرغلامی	تحلیل گونه شناسانه عوامل مؤثر بر خوانایی نشانه‌های شهری	هویت شهر شماره بیست و پنجم، سال دهم، بهار ۱۳۹۵	جداسازی عملی سه مؤلفه کالبد، عملکرد و معنی در تحلیل نشانه‌ها برخلاف شکل نظری آن امکان‌پذیر نیست. در مؤلفه معنایی نیز باید گفت معانی ادراکی پرتکرارتر از معانی تداعی‌گر هستند، بدین‌صورت که بیش از دو برابر معانی تداعی‌گر در عناصر نشان‌های حضور دارند. هرچند همان‌طور که قبلاً اشاره شد، علی‌رغم کمیت کمتر، میزان تأثیر معانی تداعی‌گر در به یادسپاری نشانه‌ها بیش از معانی ادراکی است.
1395	علیرضا غفاری، محمد منصور فلامکی	بازتاب نظریه‌های نشانه‌شناسی در خوانش معماری و شهر	فصلنامه مدیریت شهری، شماره 45 زمستان 9	تمرکز اصلی تحقیق بر بازنمود معنای معماری، که از لایه‌های متعدد معنا تشکیل شده است، می‌باشد. معانی در لایه‌های طرح شناورند و به‌صورت استعاره، کنایی، بازتابی و غیره ناکارآمد هستند. خوانش نشانه شناختی معماری، به دنبال بازتولید طرح بر اساس ارتباط بین لایه‌ها و بر اساس برداشت مخاطب می‌باشد.

۱۳۹۰	مرتضی میرغلامی، امیر واعظ شهانقی، محمد بشیر رباطی	نشانه‌شناسی شهری و نقش آن در خوانایی و شناسایی محیط	فصلنامه نقش جهان، دوره‌ی سوم، شماره 1	انسان‌ها بر اساس تجربه، فرهنگ، گذشته تاریخی، جهان‌بینی و... معانی مختلفی را از عناصر محیطی برداشت نموده و تعبیر ویژه‌ای را بر اساس خوانش نشانه‌های محیطی می‌توانند از محله خود داشته باشند.
۱۳۸۹	حمید ماجدی، زهرا السادات سعیده زرابادی	جستاری در نشانه‌شناسی شهری	فصلنامه آرمانشهر، شماره ۴، بهار و تابستان ۱۳۸۹	نشانه‌شناسی شهری می‌خواهد بیان دارد که چگونه محیط کالبدی بر اساس عمل کردن به صورت نظام‌های نشان‌های معنای اجتماعی می‌یابد. بر این اساس می‌توان چنین نتیجه گرفت، که نشانه‌شناسی شهری ابزاری ارزشمند برای بازنمایی واقعیت در شهرها محسوب می- گردد.
۱۳۸۷	فرزان سجودی	نشانه‌شناسی کاربردی	تهران، انتشارات علم، ویرایش دوم ۱۳۸۷	معنا وابسته به متن است، پس سخن گفتن از معنای صریح، یعنی معنایی از پیش مقرر، هرچند که شکلی قراردادی امکان‌پذیر است.
۱۳۸۵	امیرعلی نجمیان	نشانه از نگاه دریدا	پژوهشگاه فرهنگستان هنر شماره ۱ بهمن و اسفند ۱۳۸۵	سرشت نشانه زبان‌شناختی به تعبیری مهم‌ترین بخش از نظرات فریدان دو سوسور، زبان‌شناس سوییسی است. نوشته‌ها به شکل پارادوکس واری متن را قادر می‌سازد تا در برابر رابطه مستقیم نشانه‌ها بامعنای مشخص مقاومت کند.
۱۳۸۵	فرزان سجودی	نشانه‌شناسی زبان و گذر زمان بررسی تطبیقی آثار کلامی و تصویری	پژوهشگاه فرهنگستان هنر شماره ۱ بهمن و اسفند ۱۳۸۵	مسئله زمان، گذر زمان، چگونگی مفهوم‌سازی و بیان زبان پیوسته موردتوجه فیلسوفان و نشانه‌شناسان بوده است و آن‌ها را به مطالعه چگونگی شکل‌گیری مفهوم زمان و گذر آن در متون مختلف جلب کرده است.

منبع: نگارندگان

زمینه‌گرایی کالبدی:

زمینه‌گرایی دیدگاهی است که به ویژگی‌های خاص یک مکان و به‌کارگیری آنها در طراحی توجه دارد. درعین‌حال که به تمایز مکانی نظر دارد، تداوم ارزش‌های کالبدی مکان یا زمینه موجود را خواستار است (Fardin & et al, 2017). زمینه در معماری، همان متن، بستر و محیطی است که معماری در آن شکل گرفته و شکل و محتوا را در کنار هم در برمی‌گیرد. زمینه در معماری، هر آن چیزی است که در ارتباط با معماری، تابع زمان و مکان یا مجموعه شرایط، ویژگی‌ها یا واقعیت‌های وابسته به مکان و زمان خاص سایت بنای موردنظر است (Naghavi, 2019). زمینه‌گرایان معتقدند که اجزای کالبدی شهر زیر پوشش نیروها یا ویژگی‌های درونی خود نمی‌باشند؛ بلکه به محیط و مجموعه پیرامون آن وابسته هستند. از این رو، نمی‌توان فقط در جستجوی خواص و ابعاد پدیده‌ها بود و به جوهر پدیده‌ها بدون توجه به بُعد زمان و زمینه‌ای که در آن قرار دارند، نگریست. واحد تحلیل در این رویکرد، مطالعه بناها یا فضاها در ارتباط با عوامل محیطی آن است و هرگونه تغییر و دخالت در آنها نیز به این عوامل وابسته می‌باشد (Stokols, 1987). زمینه‌گرایی بر زمین‌مداری و پیوند محیط با فضا تأکید دارد و با درک پیام بستر خود شکل می‌گیرد و در واقع پیامی را که بستر معماری و شهری به او انتقال داده به عینیت می‌رساند (Hashempuor & et al, 2018). در این نوع معماری هر بنایی بر اساس زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، تاریخی، کالبدی، اقلیمی و شرایط خاص زمینه، طراحی و اجرا می‌گردد (Mahdavi & et al, 2011: 32).

معیار و مؤلفه‌های زمینه‌گرایی کالبدی:

بعد کالبدی مفهوم زمینه‌گرایی از مؤلفه‌ها و ریزمؤلفه‌های بسیاری تشکیل شده‌است که عبارت‌اند از: موقعیت بنا (جهت‌گیری بنا، درصد توده و فضا)، مقیاس و اندازه (تناسبات نما، تناسبات حیاط)، شکل و فرم (فرم در و پنجره، خط آسمان، فرم ایوان، فرم حیاط مرکزی، نمادهای آشنای فرهنگی)، مصالح و جزییات (نوع مصالح، رنگ مصالح، ترکیب‌بندی مصالح)، ساماندهی اجزا و عناصر کالبدی (سلسله‌مراتب فضایی، عرصه‌بندی فضاها، جبهه قرارگیری فضاها) (Nezamdoust & et al, 2010).

جدول شماره دو: مؤلفه‌ها و معیارهای زمینه‌گرایی کالبدی

معیار	ریزمؤلفه‌ها	مؤلفه‌ها	بعد
جنبه فضایی	عرض معابر و درجه‌بندی شبکه دسترسی سوار	شبکه دسترسی (معابر و گره‌ها)	زمینه‌گرایی کالبدی
	نسبت عرض به ارتفاع در معابر		
	الگوهای سلسله‌مراتبی در شبکه دسترسی سواره		
	الگوهای سلسله‌مراتبی در شبکه دسترسی پیاده		
	الگوهای سلسله‌مراتبی در محل اتصال شبکه سوار و پیاده		
	الگوهای سلسله‌مراتبی در محب اتصال شبکه سوار و پیاده گره‌ها		
	اتصال و کف‌سازی معابر و شبکه‌های دسترسی		
	گره‌ها و میداین باز شهری		
	منظر طبیعی در فضا		
	منظر مصنوع در فضا		
موقعیت		فضا (فضای مابین)	

توده (کالبد معماری و فضای پرا)	کلیت حجم ابنیه معماری	سبک و تاریخ ابنیه			
		دانه‌بندی، تراکم و نسبت فضاهای پر و خالی احجام			
		تناسبات کلی احجام			
		مصالح	نوع و جن		
			رنگ		
			بافت		
			نحو ترکیب مصالح		
	نما و جداره ابنیه	ارتفاع	خط آسمان		
			خط کف		
			بازشوها و ورودی		
			تقسیمات، خطوط نمای جداره و ریتم افقی و عمودی		
			بازی نور و سایه بر روی نماها		
			جزئیات جرابی		
			آرایه‌های تزئینی		
	نحو تداخل توده و فضا	جنبه بصری	کاربری اراضی		
عقب‌نشینی			عقب‌نشینی ابنیه نسبت به معابر برای احترام		
			ی مقیاس	تقسیم‌بندی قطعات زمین - اندازه و تناسب ساختمان نسبت به سوره‌های اطراف آن	
				جهت‌گیر ی	در نظر گرفتن احترام در قرار دادن ورودی نسبت به ساختمان‌های اطراف (جهت‌گیری ابنیه)
ریتم			فاصله بین ابنیه - سازمان‌دهی و اندازه‌گیری عناصری از ساختمان که معمولاً در نما تکرار می‌شوند.		
ساخت مایه و رنگ			دیدها، سکانس‌ها و چشم‌اندازها به عناصر منظر و توده‌ها - ساخت مایه‌ها و رنگ‌ها به‌عنوان بیانیه‌هایی برای نمایش سنت‌های بومی ساختمان به کار می‌روند		
			جزئیات	پاسخ جزئیات متمایز از ساختمان‌های موجود در همسایگی	

منبع: نگارندگان

نشانه‌های معماری در نظریه اُکوتو:

نشانه‌شناسی در تحلیل‌های ساختاری متن به مطالعه چگونگی شکل‌گیری معنای متن می‌پردازد. یک متن، ترکیبی از نشانه‌هاست که می‌توانند به شکل کلمات، تصاویر، اصوات، اشیاء ظاهر شده و با ارجاع به قراردادهای یک نظام معنایی (ژانر) در یک صورت ارتباطی تفسیر شوند (Chandler, 2015). معماری به عنوان یک فرآیند دلالتی در بستر فرهنگی‌اش قابل ادراک و واجد معنا است. شناخت نشانه‌ها می‌تواند در پدیداری معنایی معماری تأثیرگذار باشد (Habib, 2006: 6). اصول نشانه‌شناسی در بسیاری از علوم ادراکی ریشه دارند و با تکیه بر مفهوم دلالت، موجب ارتباط هر چه بهتر مخاطب با فضای معماری می‌شوند. بنابراین بررسی عوامل نشانگی که وجوه مختلف کاربردی، ساختاری و معنایی را به طور هم‌زمان در شکل‌دهی فضای معماری در نظر می‌گیرند، می‌تواند گامی در جهت معنابخشی به فضا در مخاطب باشد (Falahat & Nouhi, 2012). اُکوتو متأثر از آثار پیرس، نظریه نشانه‌شناسی خود را در سال ۱۹۷۳ م. مطرح و در سال ۱۹۸۸ م. بازبینی کرد. در نظریه نشانه‌شناسی عام وی، انسان چه در تمدن‌های صنعتی و چه در طبیعت، در نظامی از نشانه‌ها در حال تحول است. دسته‌بندی اولیه وی از نشانه‌ها به منشأ پیدایش و

عامل ایجاد نشانه‌ها بازمی‌گردد (Cossette & Guillemette, 2006: 53). نشانه اصولاً عنصری از یک فرآیند ارتباطی است. در این فرآیند، میان عنصری از یک نظام بیانی و عنصری از یک نظام محتوایی، پیوند برقرار می‌شود و نقش نشانه‌ای نتیجه این فرآیند ارتباطی است (Eco, 2014: 20; Karimi & Dadvar, 2020). آثار معماری هم بر اساس هدف از ایجادشان و هم مطابق طبقه‌بندی اکو از جنبه کارکردی اهمیت ویژه‌ای دارند، به‌گونه‌ای که با توجه به عامل کلیدی «کارکرد»، اکو نیز آن دسته از نشانه‌های مصنوعی را که برای یک کاربرد خاص تولید شده‌اند به سه گروه تقسیم می‌کند: «نشانه‌های با کارکرد اولیه، نشانه‌های با کارکرد ثانویه و نشانه‌های ترکیبی» (Karimi & Dadvar, 2020). اکو بین «ارتباط» و «دالت» تمایز قائل می‌شود و نشانه‌شناسی ارتباط و نشانه‌شناسی دالت را باهم متفاوت می‌داند. وی فرآیند ارتباطی را انتقال سیگنالی از منبعی، با استفاده از یک فرستنده و توسط یک مجرا، به مقصد مشخص می‌داند اما فرآیند دلالتی زمانی اتفاق می‌افتد که مقصد، انسان باشد. چنین فرآیندی به واسطه وجود یک دستگاه «رمزگان» امکان‌پذیر می‌شود. تا جایی که هستی‌های حاضر را به واحدهای غایب پیوند دهد. او رمزگان‌ها را در چهار پدیده متفاوت بیان می‌کند:

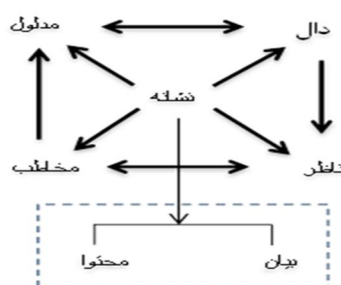
الف) «نظام نحوی»: مجموعه‌ای از سیگنال‌ها که قوانین ترکیب‌پذیری درونی بر آنها حاکم است.

ب) «نظام معنایی»: مجموعه‌ای از حالات متفاوت که به مجموعه‌ای از پیام‌های ارتباطی معنادار تبدیل می‌شوند.

ج) «نظام رفتاری»: مجموعه واکنش‌های رفتاری محتمل از سوی مخاطب که مستقل از نظام (ب) هستند.

د) «نظام قانونی»: قانونی که عناصری از نظام (الف) با عنصری از نظام (ب) را به هم می‌پیوندد (رابطه بین سه نظام دیگر) (Soujoudi, 2002: 94-96).

اکو پیوند میان دال و مدلول را از دیدگاه ناظر و مخاطب نقش نشانه‌ای می‌نامد (Eco, 1976: 57).



نمودار ۱: الگوی نشانه در تئوری نشانه‌شناسی امپرتو اکو - Eco, 1976: 57

اکو با نقد نظر کسانی که معتقدند فرم معماری باید از عملکرد آن پیروی کند، این اصل را به‌گونه‌ای دیگر و با تأکید بر یک نکته کلیدی مطرح می‌کند. از دیدگاه وی، فرم شیء معماری علاوه بر اینکه باید عملکرد مورد انتظار از آن را عملی سازد باید این عملکرد را به وضوح در خود نشان دهد (Eco, 2005: 57).

178). مفاهیم وی در زمینه عام نشانه‌شناسی معماری بدین‌صورت مطرح می‌شود که ارتباط میان فرم اثر معماری و کارکرد آن، فرآیندی ارتباطی است. این فرآیند ارتباطی همانند سایر فرآیندهای ارتباطی قابل‌تحلیل، نشانه‌شناسانه است. از نظر وی فرم باید به‌گونه‌ای روشن‌گویای آن کارکرد باشد تا ارتباط میان کارکرد و فرم قابل‌درک باشد. از آنجا که اثر معماری نه برای برقراری ارتباط بلکه برای پاسخ به نیازی از فضای زیست انسانی به وجود می‌آید، ممکن است بررسی نشانه‌شناختی معماری چالش‌برانگیز به نظر برسد. اما از این نظر تمامی وجوه یک فرهنگ، از جمله معماری را می‌توان با رویکردی نشانه‌شناختی مورد بررسی قرار داد. نظریه وی در جایی معنا می‌یابد که پیوند میان کارکرد و ارتباط مطرح می‌شود. بدین معنی که کارکردهای معماری را از دیدگاه نشانه‌شناختی موردبررسی قرار می‌دهد و ماهیت کارکردی آنها را قابل درک‌تر می‌سازد (Karimi & Dadvar, 2020).

نشانه‌های کالبدی بازار در تطابق با نظریه اُمرتو اِکو:

اگر چه معماری به‌عنوان یکی از جنبه‌های فرهنگی هر جامعه با بسیاری زمینه‌های دیگر در آن جامعه مرتبط است و درک و دریافت معانی آن مرتبط با کلیه‌ی زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، تاریخی است اما اکو در تئوری خود ضمن تأیید این رمزگان‌ها، تقسیم‌بندی خاص خود از رمزگان‌هایی در زمینه‌ی معماری را ارائه کرده‌است (Karimi & Dadvar, 2020). در تئوری نشانه‌شناسی معماری اِکو، زمینه‌های کاربردی نشانه‌شناسی معماری در نظر گرفته‌شده‌اند. با در نظر گرفتن کارکردهای آثار معماری بر اساس دیدگاه اکو، امکان درک و تعریف بهتر کارکردها فراهم می‌شود و سایر قابلیت‌های آنها نیز آشکار می‌گردد. بنابراین با در نظر گرفتن کارکرد اولیه و مجموعه کارکردهای ثانویه عناصر معماری بازار به‌عنوان بنا با زمینه معماری اسلامی و سایر بناهای مرتبط با این بنا، بر اساس تئوری اکو به‌راحتی می‌توان ارتباط میان ظاهر و باطن را در آنها بر بستر فرهنگی و کالبدی تبیین نمود. نکته حائز اهمیت در تئوری اکو این است که معانی نمادین و باطنی اثر معماری را نیز در زمره مجموعه کارکردهای ثانویه آن قرار می‌دهد.

معماری بازار همواره با تکیه بر خصایص مهم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و به‌عنوان نماد شهر شناخته می‌شود و عناصر نشانه‌ای در آن قابل‌شناسایی است (Mirjani & et al, 2016). بازار نماد معماری سنتی بوده و هنر اسلامی به بهترین شکل در معماری آن نمود پیدا می‌کند (Karimi & et al, 2014). بازار ایرانی متأثر از ویژگی فضاهای شهری ایرانی، به درون سوق دارد تا به بیرون از فضا. حفاصل بازار یا بیرون، سردر ورودی بازار است که به شکلی تدریجی و ناخودآگاه افراد را به درون خود سوق می‌دهد (Seyedalmasi & et al, 2022).

محیط شهری به‌مثابه یک مکان از سه بعد فرم، عملکرد و معنا تشکیل شده‌است. برای تحلیل بازار سنتی اردبیل، این ابعاد طی سه مؤلفه و مطابق با نظریه اکو قرار می‌گیرند. زمانی که این مؤلفه‌ها در یک محیط شهری باهم هماهنگ‌تر باشند، موفقیت آن فضا بیشتر است و این بر مبنای نظریه اِکو و آشکار کردن لایه‌های گوناگون معنایی آن است. وی آنچه را که در تحلیل نشانه‌شناسی به‌عنوان «ارتباط» شناخته می‌شود، در معماری تحت عنوان ارتباط میان فرم و عملکرد اثر معماری در نظر می‌گیرد. این مؤلفه‌ها و

معیارها، چنان در هم عجین هستند که تفکیک آنها در این بخش صرفاً انتزاعی و در جهت نظم دادن به ساختار پژوهش صورت گرفته است.

جدول شماره سه: تطابق نشانه‌شناسی امپرتو اکو و نشانه‌های کالبدی بازار

نشانه‌شناسی امپرتو اکو		نشانه‌های کالبدی بازار	
معیار	مؤلفه	زیرمؤلفه‌ها	نمود در بنا
نحوی	مؤلفه‌های عملکردی	الگوی شبکه حرکت و دسترسی	سلسله‌مراتب فضایی
		الگوی فعالیت	پلان ایرانی
معنایی	مؤلفه‌های ادراکی - معنایی	هویت	نشان دادن اعتقادات دیدنی و فرهنگی
		قابلیت خاطره ساز بودن مکان	حضور مستمر شهروندان
		خوانایی	ورودی بنا: عظمت بنا
رفتاری	مؤلفه‌های فرمی	کالبدی - بصری	استفاده از مصالح کاشی، آجر
		ساختار فضایی	شیوه ساخت طاق و گنبد قیصریه

منبع: نگارندگان

مواد و روش تحقیق و بررسی:

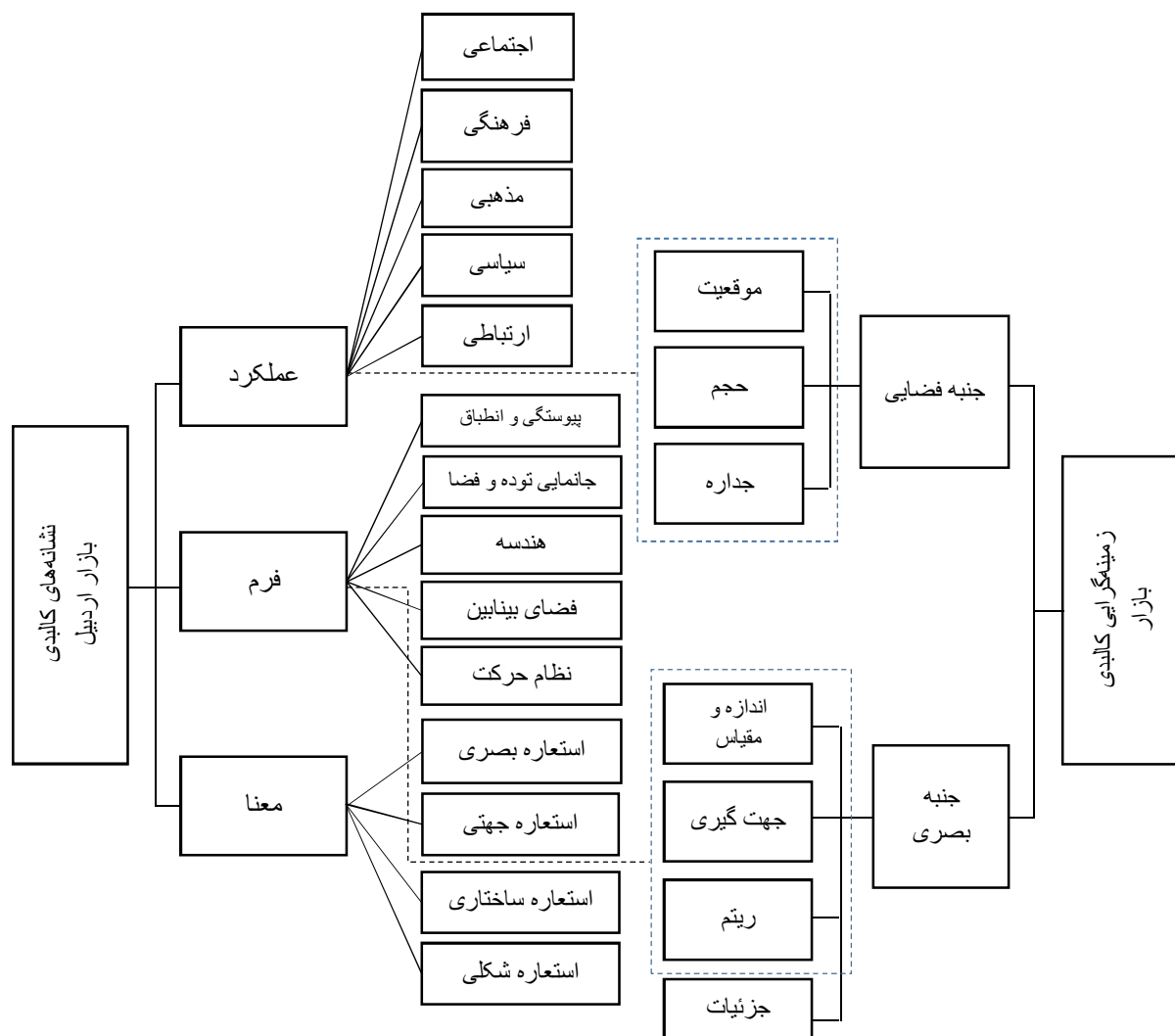
روش مورد استفاده در پژوهش حاضر متناسب با فرضیه‌های تحقیق، از نوع تحلیلی- توصیفی است. بدین صورت که برای دستیابی به مبانی نظری پژوهش که شامل اطلاعات مربوط به زمینه و رویکردهایی چون زمینه‌گرایی کالبدی و نشانه‌شناسی است، از روش‌های کتابخانه‌ای و توصیفی بهره گرفته شده است. سپس با استفاده از روش تحلیلی- تطبیقی در بررسی اطلاعات به دست آمده و با کمک جداولی که نوع زمینه‌گرایی و نشانه‌شناسی نمونه‌های موردی را مشخص می‌کند، به اثبات فرضیه‌ها پرداخته شده است. پژوهش در چهار مرحله انجام می‌شود. مرحله اول: بررسی مفاهیم زمینه، معیارها و مؤلفه‌های آن یعنی زمینه‌گرایی کالبدی. در این مرحله از پژوهش با تأکید بر پیشینه‌ای که از این تعاریف وجود دارد، سعی در شناسایی معیارها و مؤلفه‌های اصلی و زیرمؤلفه‌ها شده است. در مراحل بعد معیارهای ارزیابی بنای بازار بر اساس این رویکرد مشخص می‌شوند. مرحله دوم: الف) بررسی نشانه‌شناسی از دیدگاه نظریه پرداز نشانه‌شناس امپرتو اکو ب) توصیف نمونه مطالعاتی. انتخاب بازار سنتی شهر اردبیل کاملاً آگاهانه و به دلیل وجود این بنا به عنوان یکی از سه هسته اصلی شهر اردبیل و بنای آن در تاریخ‌های متفاوت بوده است. مرحله سوم: تجزیه و تحلیل داده‌ها، میزان زمینه‌گرایی و نشانه‌های نمونه مطالعاتی را بر اساس معیارها مشخص می‌کنند. مرحله چهارم: نتیجه‌گیری و اثبات فرضیه‌های پژوهش بر اساس اطلاعات به دست آمده از مراحل قبلی. بررسی‌های انجام شده در زمینه پژوهش با توجه به علم نشانه انجام شده است و با استفاده از جداول تحلیلی به تطبیق این تئوری با تئوری نشانه‌شناسی امپرتو اکو پرداخته شده است. لذا نوآوری این مقاله، تحلیل صرف بنای بازار به وسیله اصول واکاوی زمینه‌گرایی کالبدی با تأکید بر اصول نشانه‌شناسی امپرتو اکو است.

قلمرو پژوهش: بازار سنتی اردبیل

شهر اردبیل به دلیل قرارگیری در مسیر جاده ابریشم، نقطه‌ای اتصال بازرگانی شرق به غرب و از مراکز عمده‌ی تجارت در ایران بوده‌است. همین امر، دلیلی برای گسترش بازارهای آن در دوره‌های تاریخی و تعدد صنوف آن شده‌است. نقش بازار اردبیل به‌عنوان یک میراث ارزشمند تاریخی در تغییرات سیاسی و اجتماعی شهر همواره محسوس است (Yadallah & Hanachi, 2012). شهر اردبیل همواره با دو عامل رونق بازرگانی و مرکزیت نظامی-سیاسی به حیات خود ادامه داده و در طول تاریخ شهر، شاهد تأثیر این دو عامل بر هم بوده‌ایم. به‌ویژه بازار از روند تحول تاریخی شهر بوده‌است، به‌طوری‌که بازار و بازارچه‌های پیرامون آن، مهم‌ترین رکن فضای شهری اردبیل را برعهده داشته‌اند. مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ماندگاری بازار اردبیل، مؤلفه‌های معنا، هویت، کارکرد، عملکرد و کالبدی آن بوده‌است. بازار سنتی اردبیل جزء بازارهایی است که در اثر خیابان‌کشی‌های معاصر دچار گسست شده و بدنه‌های تجاری در لبه معابر جدید گسترش‌یافته‌اند. این بازار در سال ۱۳۶۴ در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده و تاکنون شاهد دوره‌های مرمتی مختلف بوده‌است. مبانی نظری پژوهش، زمینه کالبدی، نظریه‌ها و نشانه‌شناسی آمپرتو اِکو بررسی شد. در ادامه پژوهش، بر اساس مؤلفه‌های مستخرج از مبانی نظری پژوهش، معیار انسجام کالبدی - عملکردی و معنایی جهت سنجش میزان انطباق با زبان نشانه‌های بازار سنتی اردبیل بررسی می‌شود.

بحث و ارائه یافته‌ها:

زمینه‌گرایی به‌عنوان عاملی واسط بین معماری و زمینه، محور اصلی بررسی نمونه مطالعاتی بازار شهر اردبیل (هسته مرکزی شهر) است که مهم‌ترین عنصر عملکردی و فضای شهری قلمداد می‌شود و همواره به‌عنوان ستون فقرات شهر عمل کرده‌است. عناصر مهم شهری با یک نظام مشخصی در درون بازار و مرتبط با آن مستقرشده‌اند و از اهمیت فضایی بالایی برخوردار هستند. «حرکت کردن» مهم‌ترین عمل فیزیکی در بازار است. بنابراین سعی شده تا در معماری بازار با بهره‌گیری از عناصر مختلف نشانه‌ای، به نیاز عملکردی آن به بهترین نحو ممکن پاسخ داده شود. حال با در نظر گرفتن رویکرد اصلی پژوهش (نشانه‌شناسی) و با تکیه بر تئوری آمپرتو اِکو و جدول شماره دو (بیان معیارها و مؤلفه‌های زمینه کالبدی) برای تحلیل بازار سنتی اردبیل، می‌توان بر اساس ساختار (نمودار شماره دو) عمل کرد.



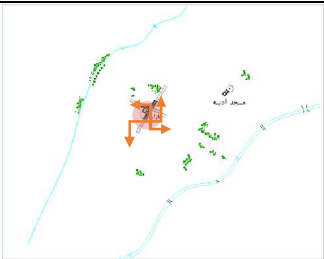
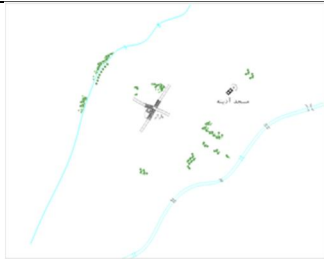
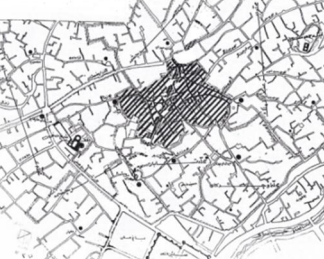
نمودار شماره ۲: نشان‌های کالبدی بازار اردبیل (مأخذ: نگارندگان)

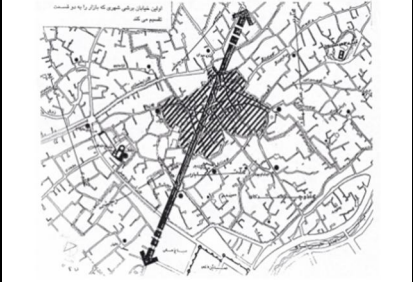
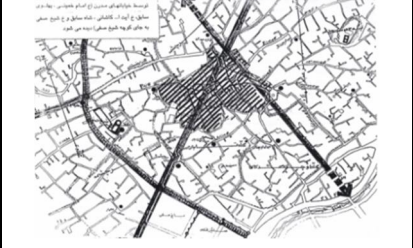
الف) بررسی ویژگی‌های زمینه‌ای کالبدی بازار سنتی اردبیل در مقیاس زمینه‌ای، معیارهای تأثیرگذار بر کالبد بازار در ابعاد فضایی و بصری، و در نشانه‌شناسی با نظام‌های نحوی، عملکردی و معنایی بررسی می‌شوند.

۱- شکل‌گیری کالبد بازار اردبیل

شکل‌گیری زمینه بازار اردبیل و نحوه گسترش آن به‌عنوان هسته اولیه شهر در جدول شماره چهار نوشته شده است.

جدول ۴: جهت‌گیری و نحوه گسترش کالبد بازار شهر اردبیل

سلسله حکومتی	جهت توسعه	جهت‌گیری توسعه کالبدی بازار	توسعه کالبدی بازار
سلجوقیان قرن چهارم ق. ۳۴۱ ه. ق	بازار به شکل صلیب در چهار راسته است و مسجد در وسط بازار		
قرن پنجم ۶۱۷ و ۶۱۸ ه. ق	بازار در حمله سوم مغول تخریب شده	شهر در این دوره برج و باروی محکمی داشت اما با حمله مغول تنها بنایی که باقی‌مانده بود طبق سفرنامه‌ها مسجد بود.	
۶۱۷ ه. ق دوره ایلخانان	شکل صلیبی بازار		
دوره صفویان ۹۰۷-۱۱۳۳ ه. ق	- تجارت بزرگ - ابریشم - شهرسازی و معماری صفویان در اردبیل - تجدید بنای فعلی بازار		
قرن ۱۱ ه. ق	- تجارت پررونق سنگ‌های گران‌بها و پارچه‌های زربافت و ملیله‌دوزی		
۱۲۶۰ ه. ق	- کاهش اهمیت بازار - اتصال بخش‌های اصلی مثل راسته قیصریه به میدان اصلی و سراهای هم‌جوار		

		دوره قاجاریان ۱۳۱۱-۱۳۴۴ ه. ق. ۵	احداث اولین خیابان در اردبیل در سال ۱۳۰۷ ه. ش و تقسیم بازار به دو قسمت
		۱۳۲۶ ه. ش	اتصال منطقی بازار به مرکز محله پیرعبدالملک و محلات مسکونی
		در سال ۱۳۴۵ ه. ش	- احداث خیابان سی متری - اتصال کاروانسراهای متصل به بازار زرگران و مسجد میرزا علی اکبر

منبع: نگارندگان

عناصر کالبدی اصلی بازار اردبیل

بافت شهر قدیم اردبیل توسط مسیرهایی شعاعی و گذرهای اصلی که محلات و مراکز آنها را به هسته مرکزی شهر (بازار) متصل می‌نماید، شکل گرفته‌است. در واقع راسته اصلی در مرکز شهر که از یک سو به ساختمان و مجموعه سرپوشیده بازار تبدیل شده، فعالیت و آمدوشد ویژه‌ای به خود گرفته و از سویی دیگر هر محله و بازار را به دروازه‌های شهر متصل کرده‌است (Yousefi, 1996: 44). فضاهای اصلی بازار با فعالیت‌های تجاری، تولیدی و انبارداری، دارای عناصری چون راسته، سرا، تیمچه و دالان است که هر یک بنابر چگونگی شکل، فرم، الگوی ساختاری و موقعیت جاگیری خود در سلسله‌مراتب حرکتی بازار، دارای کارکرد ویژه‌ای هستند. البته برخی از این عناصر، عملکردی چندگانه داشته‌اند، اما نقش تجاری و تولیدی آنها قابل توجه بوده‌است (Irandoost & Bahmani, 2011: 7).



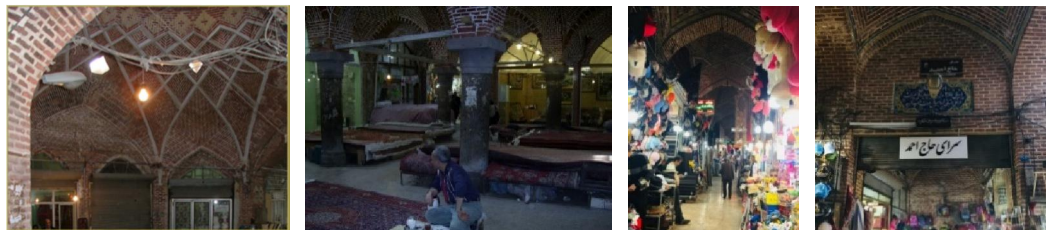
شکل ۱: بافت بازار اردبیل - منبع: آرشیو میراث فرهنگی اردبیل

راسته‌ها: راسته‌های مجموعه بازار اردبیل عبارت از راسته اصلی بازار، راسته پیر عبدالملک، راسته قیصریه، کفاشان، علافان، بازار زرگران و سراجان، پنبه‌فروشان، مسگران، چاقوسازان و آهنگران می‌باشند.



شکل ۲ تا ۴: ورودی و فضای تجاری راسته اصلی بازار، راسته کلاه‌دوزان، راسته خراطان - منبع: نگارندگان

سراها: سراهای بازار سنتی اردبیل در امتداد شرقی-غربی شکل گرفته و به‌عنوان محور عمده کالا، عمود بر محور اصلی عمل می‌کردند. سراهای بازار اردبیل عبارت‌اند از: سرای خشکبار، سرای گلشن، سرای وکیل، سرای زنجیرلو، سرای حاج احمد، سرای حاج شکر، سرای مجیدیه، سرای امام‌جمعه و سرای دوگچی. پوشش سقف راسته‌ها، طاق‌های جناقی و گنبد چهارطاقی و ساده است.



شکل ۵ تا ۸: سرای حاج احمد، سرای وکیل، سرای گلشن، سرای زنجیرلو - منبع: نگارندگان

قیصریه (چهارسو یا چهارسوق): چهارسوی بزرگ بازار اردبیل از نمونه‌های خوب به شمار می‌رود. بازار به شکل صلیب است و مسجد جامع در وسط صلیب (یعنی چهارسوق) قرار دارد (Moghaddasi, 1982: 560). در نقشه‌های سفرنامه‌نویسان در دوره صفویه می‌توان محل تلاقی دو راسته را مشاهده کرد که می‌تواند چهارسوق باشد. این راسته از دروازه‌های اصلی شهر گرفته می‌شود. یک محور از سمت دروازه عالی‌قاپو شروع شده و به دروازه نیار دور ختم می‌شود. محور دیگر که محل تلاقی آنها چهارسوق است از دروازه تابار شروع شده و به قنبلان ختم می‌شود.

مسجد جامع: واقع در راسته اصلی بازار و از ضلع غربی به بازار اردبیل و از ضلع شرق به حیاط مسجد مرتبط است. منسوب به دوره صفویه و دارای طاق نمایی با پایه‌های اصلی است. گنبد مسجد، قاجدار آجری است که ورودی آن به یک هشت‌ضلعی باز می‌شود (Torabi Tabatabaei, 2008: 220).



شکل ۹ و ۱۰: ورودی مسجد جامع از داخل راسته اصلی بازار - منبع: نگارندگان

کاروانسرای حاج احمد: در حال حاضر بنایی بدون استفاده است که به صورت انبار کالاهای فرسوده و کم‌قیمت درآمد و قسمتی از آن به صورت مخروبه است. این کاروانسرا به وسیله یک دالان کوتاه به یکی از راسته‌های فرعی بازار متصل و در سر راسته اصلی بازار قرار گرفته است. دارای دو ورودی از راسته بازار می‌باشد که به حیاط‌سرا مرتبط می‌گردد.

ب) بررسی نشانه‌های بازار سنتی اردبیل در زمینه کالبدی

بازار مکان اصلی تجارت و پیشه‌وری در شهر اسلامی است که دارای کالبد و شکل خاص خود می‌باشد. بازار سنتی مهم‌ترین تجربه در زمینه خلق فضایی با در نظر گرفتن عناصر کالبدی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی است (Talaei & et al, 2018). بازار اردبیل از قدیم، نه تنها به عنوان مکانی برای مبادلات اقتصادی و تجاری بوده، بلکه امور دینی، فرهنگی و سیاسی نیز در آنجا انجام می‌شده است (Abizadeh, 2018: 135). زمینه کالبدی بازار اردبیل از نظام نحوی و ابنیه‌ای تشکیل شده است و حول یک راسته یا فضای میدانگاهی در کنار هم و متناسب با شرایط اقلیمی و فرهنگی می‌گذرد. این بازار به عنوان یک فضای شهری از محیط اطراف خود تأثیر گرفته است. تأثیرپذیری از نوع ساختاری و نحوه سازمان‌دهی هسته اولیه بازار و عناصر داخلی آن، بستر مناسب شکل‌گیری نشانه‌های کالبدی است. در جدول شماره پنج به تفصیل ارتباط نشانه‌ها و زمینه کالبدی بیان می‌شود.

جدول شماره ۵: زمینه کالبدی و نشانه‌های کالبدی بازار سنتی اردبیل

نشانه کالبدی		معیار			
مؤلفه‌های عملکردی	- جهت‌گیری مناسب ورودی - شفافیت و خوانایی ورودی - سلسله‌مراتب عملکردی	 	ورودی	جهت‌گیری بنا	موقعیت بنا
	- پشتیبانی از حرکت پیاده		راسته‌ها		
	- تنوع کاربری		سراها		

	- مکانی برای تولید				
	- آسایش محیطی	جهت شمالی - جنوبی	حجره‌ها		
	- نسبت میان توده و فضا - کیفیت فضای باز و بسته - فضای پر به صورت یک توده ساختمانی		توده و فضا		
	هماهنگی در جداره و عناصر نما		نمای اصلی	تقسیمات نما	
	- پیکره کالبدی نشان از فعالیت خاص - مقیاس انسانی	فضایی مستطیلی ۹/۹۴*۱۳/۸	ابعاد	تناسبات سرای گلشن	تناسبات
		۷۷۰	مساحت	تناسبات در	
		۲*۱	درب ورودی اصلی		
		۴.۱*۱.۱	درب حجره‌ها		
	- بعد مسیر و حرکت	۱.۴ متر		طاق نماها	ارتفاع کف تا سقف
		ارتفاع تقریبی آن از کف بنا تا انتهای گنبد (از درون) ۱۳ متر		چهارسوق بزرگ قیصریه	
	وحدت تا بی نهایت با توسعه فضایی	طول طاق نمای مغازه‌ها به طول متوسط سه متر و قطر پایه طاق‌ها ۸۰ سانتی متر		ابعاد فضا	
مؤلفه‌های فرمی	نشان از سلسله مراتب فضایی	- گنبدها عموماً چهارطاقی با ستون سنگی - طاق نمای جناغی در امتداد راسته اصلی		فرم و حالت طاق‌ها	
	- پیوستگی			خط آسمان	
	درک مفاهیم جهت حرکتی			ریتیم	
	-	مقارن		نما	هندسه
	-	نامقارن		پلان	
	نماد و نشانه‌های خاطره‌انگیز	آجر - شیشه‌رنگی - چوب		نوع مصالح	
	- عناصر کارکردی با معنایی ضمنی	آبی - سفید - کرم - قهوه‌ای - رنگ‌های متفاوت شیشه‌رنگی		رنگ مصالح	
	مؤلفه‌های	- سردرها با آرایه و اندازه		محل قرارگیری آرایه‌ها	
		کاشی کاری سردر ورودی			

ادراکی - معنایی	متفاوت نشان از مکانی خاص - گنبد استعاره شکلی از آسمان روزنه‌های گنبد نشان از وجود ذات الهی	 ورودی مسجد جامع و هشتی مسجد جامع  گنبدها 	
--------------------	--	--	--

منبع: نگارندگان

بعد کالبدی مفهوم زمینه‌گرایی بازار سنتی اردبیل از معیارها و مؤلفه‌های بسیاری تشکیل شده‌است: موقعیت و جهت‌گیری بازار، درصد توده و فضا، الگوی توده‌گذاری در کنار مقیاس و اندازه، تناسبات نما، تناسبات در و ارتفاع کف تا سقف، ابعاد فضاها، شکل و فرم طاق‌نماها، خط آسمانی، نورگیری، هندسه، نمادهای آشنای فرهنگی، مصالح و جزئیات (نوع مصالح، رنگ مصالح، ترکیب‌بندی مصالح)، نقوش و آرایه‌ها و محل قرارگیری آرایه‌ها با استفاده از این معیارهای ثابت. هر یک از این مؤلفه‌ها نشان‌دهنده نشانه‌ای معنادار، دربرگیرنده کیفیت و تنوع فضایی بازار به شمار می‌روند. با شناخت نشانه‌های مؤثر و متأثر از زمینه و بستر بازارهای سنتی در طول دگرگونی آن، می‌توان به مؤلفه‌ها و راهکارهایی جهت برنامه‌ریزی، طراحی و ساخت بازارهای معاصر دست یافت.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

بازار ایرانی یکی از عناصر مهم و تأثیرگذار در شهرهای ایرانی است و عملکردهای متعدد دارد، بنابراین؛ امکان بررسی زمینه کالبدی بازار در قالب معنا، عملکرد و فرم نشانه‌شناسی وجود دارد. بازار همواره فضایی دلالت‌گر بوده و کامل بودن ساختار بازار ایرانی در ادوار و تاریخ‌های مختلف، ویژگی معناگونه آن در وحدت تا بی‌نهایتی که در فضاها و آن وجود دارد را می‌رساند. پس بازار سنتی اردبیل به دلیل ویژگی‌های دلالتی، دارای قابلیت تداعی معنا است و به‌عنوان فضایی معنادار توانسته کارکردهای متفاوت اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، مذهبی را در کنار هم خلق نماید. مؤلفه‌های سازنده فضایی این بازار با ایجاد تصاویر ذهنی و حسی درونی نسبت به نشانه‌ها، به مفهومی غیرمادی اشاره دارد. بازار سنتی اردبیل با ساختاری هزارتویی،

پویایی خاصی به فضا بخشیده و این دقیقاً یکی از کیفیات فضایی کالبدی آن است و معناپذیری این بازار را تضمین می‌کند. تحلیل نشانه‌شناسانه بازار سنتی اردبیل بر مبنای نظریه آمپرتو اِکو نیز لایه‌های گوناگون معنایی آن را آشکار می‌سازد. تحلیل نشانه‌شناسی آمپرتو اِکو به عنوان «ارتباط» شناخته می‌شود که در بنای بازار تحت عنوان ارتباط میان فرم و عملکرد این اثر معماری در نظر گرفته می‌شود. ارتباط شناخته شده میان فرم و عملکرد اصولاً به این معناست که حامل‌های نشانه مربوط به آن کارکردها در گذر زمان و به تناسب مطرح شده و زمینه‌های گوناگونی چون فرهنگی، اجتماعی و تاریخی و کالبدی، از همان فرم خلق شده و معانی ضمنی و نمادین از آن ادراک می‌شود.

جدول شماره ۶: ابعاد زمینه‌ای کالبدی بر نشانه‌های بازار سنتی اردبیل

ابعاد زمینه	مؤلفه	نشانه	ابعاد نشانه
فضایی	الگوی شبکه حرکت و دسترسی	عملکردی	عملکردی
	نفوذپذیری فیزیکی	عملکردی - فعالیتی	
	تنوع کاربری‌ها	عملکردی - فعالیتی	
	نحوه حضور در فضا	عملکردی - فعالیتی	
	پاسخگویی فعالیتی	فعالیتی	
بصری	توده و فضا	ساختار فضایی	فرمی
	پیوستگی	ساختار فضایی	
	مقیاس انسانی	کالبدی - بصری	
	نظم	کالبدی - بصری	
	تنوع	کالبدی - بصری	
معنایی	هویت مندی مکان	معنایی - ادراکی	معنایی
	قابلیت خاطره ساز بودن	معنایی - ادراکی	
	رویداد جمعی	زیبایی‌شناسی	
	خوانایی	معنایی - ادراکی	

منبع: نگارندگان

معماری این بنا، برای بیان قدرت، نظام‌مندی و عظمت اقتصادی، هماهنگی اصول معماری قدیم با افکار عموم و نزدیکی به معماری و فرهنگ جامعه پایه‌گذاری شده و این امر با استفاده از مؤلفه‌های کالبدی در بنای بازار با هدف ایجاد نظم، پیوستگی و سلسله‌مراتب فضایی، عظمت و قدرت در اذهان عمومی تا حدودی تحقق یافته‌است. و این به‌خودی‌خود، ارتباط میان زمینه‌گرایی کالبدی و مفهوم نشانه‌ها را تأیید می‌کند چرا که کالبد، نوعی ارتباط است که ابتدا با بیان نمایه‌ای، الگوهای رفتاری و عملکردی را در راستای تحقق امور ایجاد کرده و سپس با بیانی نمادین به تحقق هدفی فرهنگی منجر می‌شود.

References:

1. Abizadeh Saman. (2018). The cultural model of the historical evolution of Islamic cities. Doctoral thesis, Tabriz University of Islamic Arts.
2. Ahmadi Fardin. (2017). Explaining the role of physical contextualism in urban design. *Elite Journal of Engineering Sciences*, Volume 2, Number 3.
3. Bahryeh Pouroush; Toufan Sahar; Akbari Namdari Shabnam. (2020). Rereading the evolution of architecture in the structure of Tabriz market with an emphasis on contextualism. *Iranian Islamic City*, year 10, number 39.
4. Chndler Danyel. (2015). Basics of semiotics. Translated by Mehdi Parsa. Tehran: Research Institute of Islamic Culture and Art.
5. Eco Umberto. (2022). Semiotics. Translated by Pirouz Yazidi. Tehran: Third.
6. Eco Umberto. (2005). Function and the sign the semiotics of architecture in *Rethinking Architecture*. Taylor & Francis e-Library.
7. Eco Umberto. (1987). How an Exposition Exposes Itself? *Travels in Hyperreality*. trans William Weaver. London: Pan Books, 296–9.
8. Eco Umberto. (1979). Function and Sign: The Semiotics of Architecture in *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*. Ed. By Neil Leach, Routledge, London.
9. Falahat Mohammad Sadegh; Nouhi Samira. (2012). The nature of signs and its role in improving the sense of place in the architectural space. *Beautiful Arts*, Volume 17, number 1.
10. Habib Farah. (2006). Harmony of light and color in Iranian urban space. *Fine Arts*, number 27, 3-27.
11. Habib Farah. (2006). Exploring the meaning of city form. *Fine Arts*, number 25, 5-14.
12. Hashempour Parisa; Neghadebrahimi Ahad; Yazdani Sana. (2018). Application of contextual approach in recreating historical contexts. *Journal of Architecture and Sustainable Urbanism*, Volume 6, Number 1.
13. Hosseinzadeh Delir Karim; Ashna Laleh. (2011). Visual order in Iran's traditional urbanization, case study: Tabriz Bazaar, *Geography and Planning*, Volume 16, Number 37.
14. Irandoust Kyoumars; Bahmani Ormani Arman. (2011). Physical evolution of traditional market in Iranian cities; Case study: Kermanshah city market. *Iranian Islamic city studies*, Number 5.
15. Jamei Bouyouk. (1993). Historical works and buildings of Ardabil. Scientific and cultural publications.
16. Karimi Nazanin; Dadvar Abolghasem. (2020). Analysis of architectural elements of Imam Mosque in Isfahan based on the semiotic theory of Umberto Eco. *Islamic art studies*, Volume 17, Number 37.

17. Majedi Hamid; Zarabadi Saeideh. (2010). Their city is like a context-oriented city. Iranian cultural research, Volume 2, Number 3.
18. Mohammadhasani Elina; Toghraei Abolfazl; Mirgholami Morteza. (2014). Typological analysis of factors affecting the legibility of urban signs (case study: Valiasr St. , Tehran, from Vanak Square to Tajrish Square). City Identity, Volume 10, Number 25.
19. Naghvi Pouyan; Mazaheryan Hamed. (2019). Analysis of contemporary theories in facing the context in architectural design. Bagh Nazar, Volume 16, Number 74, 8-69.
20. Nezam Doust Seyed Amir Reza; Kalantari Hossein; Abad Khalil; Yaran Ali. (2019). Explaining the physical pattern of contemporary housing based on context-oriented architecture in Kashan city, a case study: Selected historical houses of the Qajar period. Iranian Islamic City Scientific Research Quarterly, Volume 10, Number 38.
21. Raeisi Dehkordi Afshin; Irvani Houtan; Yazdi Kazem. (2022). Physical index components of native architecture of Isfahan city in the design of modern architecture based on naturalistic approach (case example of Naqsh Jahan square). Islamic art studies. Volume 19, Number 46.
22. Safari Baba. (1992). Ardabil in the passage of history. Islamic Azad University Publications, Ardabil branch.
23. Seyed almasi Homa; Talischi Gholam Reza; Souroush Mahammad Mehdi. (2022). Sensual and perceptive investigation in the experience of architectural space in the traditional market of Kermanshah. Islamic art studies, Volume 19, Number 45.
24. Soltanzadeh Hossein. (2014). Iranian Markets. Cultural Research Office.
25. Stokols D; Altman I. (1987). Handbook of Environmental Psychology. Wiley- Inter science publication, New York.
26. Talaei Avydeh; Habib Farah; Mokhtabad Amiri Seyed Mostafa. (2018). Compilation of the conceptual model of the semiotics of the traditional market of Iran. Language essays, Number 3.
27. Tavllaei Novin. (2007). Shape of a coherent city. Tehran: Amirkabir Publications.
28. Torabi Bastani Seyed Jamal. (2008). Antiquities of Ardabil Province. Cultural Research Office.
29. Velayati Ali Akbar. (1996). History of Iran's foreign relations during the era of Shah Ismail Safavi. Ministry of Foreign Affairs publications.
30. Yousefi Tazakkor Masoud. (1996). Master's thesis, Tehran University of Science and Research.

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر بازاریابی و تصویر مقصد در گردشگری

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۲۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۰۶

زهرا نویر^۱ اکبر رحیمی^{۲*}

- ۱- دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی شهری دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، شهرتبریز، ایران.
- ۲- دانشیار گروه برنامه‌ریزی شهری دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، شهرتبریز، ایران.

چکیده

رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری نوین در صنعت گردشگری، نقش مهمی در تسهیل اشتراک‌گذاری اطلاعات، شکل‌گیری تصویر مقصد و بهبود تجربه سفر را ایفا می‌کند. در عصر دیجیتال، بازاریابی گردشگری نیازمند بهره‌گیری استراتژیک از ظرفیت این رسانه‌ها است. پژوهش حاضر با رویکردی سیستماتیک و تحلیل محتوای مقالات علمی منتشر شده در پایگاه‌های معتبر طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰، تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر صنعت گردشگری را بررسی می‌کند. مقالات مورد مطالعه بر اساس موضوعاتی نظیر بازاریابی دیجیتال، مقاصد گردشگری هوشمند، تصویر ذهنی مقصد و تعاملات اجتماعی گردشگران طبقه‌بندی شده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی نه تنها به تعامل میان گردشگران و تسهیل برنامه‌ریزی سفر کمک می‌کنند، بلکه نقش مؤثری در شکل‌گیری و تقویت تصویر مقصد در ذهن مخاطبان دارند. همچنین، این ابزارها زمینه‌ای برای مشارکت فعال گردشگران در تولید و اشتراک تجربه سفر فراهم می‌سازند. این مطالعه با شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی، چارچوبی پیشنهادی برای مطالعات آینده ارائه می‌دهد تا راهبردهای گردشگری دیجیتال به‌صورت مؤثرتری توسعه یابند.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی رسانه‌های اجتماعی، تصویر مقصد، بازاریابی گردشگری، گردشگری.

مقدمه

گردشگری به عنوان یک ابزار قدرتمند برای آغاز و تقویت توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته، شناخته می‌شود. این صنعت در سال ۲۰۱۶ به اقتصاد جهانی نزدیک به ۶۱.۷ تریلیون دلار افزوده و ۸.۹٪ از تولید ناخالص داخلی جهانی را به خود اختصاص داده است (VTT, 2016). این آمار نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران و متخصصان می‌توانند با طراحی و اجرای استراتژی‌های توسعه گردشگری به طور مؤثر، منابع طبیعی یک کشور را به سرمایه اقتصادی تبدیل کنند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۵). موفقیت این استراتژی می‌تواند منجر به ایجاد یک رابطه چرخه‌ای مثبت بین رشد صنعت گردشگری و توسعه اقتصادی گردد. تحقیقات تجربی که به بررسی ارتباط بین رشد گردشگری و توسعه اقتصادی در کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) و کشورهای غیر OECD پرداخته‌اند، نشان می‌دهد که در کشورهای OECD، یک رابطه علی یک‌طرفه از رشد گردشگری به توسعه اقتصادی وجود دارد، در حالی که در کشورهای غیر OECD، روابط علی دوطرفه میان این دو متغیر مشاهده می‌شود (Lee, Rodríguez, & Sar, 2012). با توجه به پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری که حاکی از مشارکت ۸.۱ میلیارد نفر در گردشگری تا سال ۲۰۳۰ است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۵)، کشورها باید به طور فعال استراتژی‌ها و تاکتیک‌های مدیریت مقصد را برای بهبود تصویر خود و افزایش سهم درآمد گردشگری پیاده‌سازی کنند (Lee, Rodríguez, & Sar, 2012). پیشرفت‌های تکنولوژیکی به طور چشمگیری صنعت گردشگری را دگرگون کرده و به ذینفعان این صنعت این امکان را داده است تا بازارها و استراتژی‌های جدید مدیریتی و رقابتی را توسعه دهند. فناوری‌های نوین و جنبه‌های عملی آن، مدیریت و بازاریابی گردشگری را به فرآیندی پویا تبدیل کرده‌اند، جایی که مدیران و گردشگران از فناوری به عنوان ابزارهای کلیدی استفاده می‌کنند. این فناوری‌ها به ذینفعان بازار (از جمله ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، واسطه‌ها و گردشگران) این امکان را می‌دهد تا با استفاده از این ابزارها، شکل گرفته و تحت تأثیر قرار گیرند (Sigala, 2018). فناوری اطلاعات با حمایت از فعالیت‌های مختلف گردشگران، از جمله جستجوی اطلاعات اولیه، مقایسه، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی سفر و به اشتراک‌گذاری تجربیات، نقشی اساسی ایفا می‌کند (Nohofer, Buhalis, & Ladkin, 2012). گردشگری الکترونیکی، به عنوان یکی از نتایج ادغام فناوری در صنعت گردشگری، تحولات گسترده‌ای در ارائه خدمات ایجاد کرده است، به ویژه با استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (Buhalis & Amargiana, 2013). امروزه، فناوری تنها ابزاری برای گردشگری الکترونیکی نیست، بلکه در تمام جنبه‌های زندگی، از جمله سفر، کاربردهای گسترده‌ای دارد. ماهیت چندرشته‌ای رسانه‌های اجتماعی و داده‌های کلان (Zachlod et al., 2022) و ساختار غیرقالب‌پذیر آنها (Nave et al., 2018) به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که به بررسی زمینه‌های تحقیقاتی جدید و ناشناخته بپردازند. رسانه‌های اجتماعی گزینه‌ای جامع برای انجام تحقیقات فراهم کرده‌اند، از جمله مطالعات تطبیقی کشورها (Mulvey et al., 2020)، تحلیل و ترویج رویدادها و سفرها (Leung et al., 2015; Williams et al., 2012)، و اندازه‌گیری ادراکات و رفتار گردشگران (Dedeoglu,

2022, Lee et al. , 2019). هدف این مطالعه، انجام یک مرور سیستماتیک در صنعت گردشگری و زیرشاخه‌های آن، بررسی تصویر مقصد گردشگری و تأثیرات تعاملات اجتماعی با استفاده از فناوری و ابزارهای اطلاعاتی است. این پژوهش به بررسی (الف) انتشارات رسانه‌های اجتماعی موجود در ادبیات گردشگری و (ب) شناسایی موضوعات تحقیقاتی کلیدی در نشریات رسانه‌های اجتماعی در صنعت گردشگری می‌پردازد.

پیشینه پژوهش

بازاریابی و تبلیغات گردشگری

مقاصد گردشگری می‌توانند به‌عنوان مجموعه‌ای از محصولات و تجربیات گردشگری تعریف شوند که نیازها و تقاضاهای گردشگران را برآورده می‌کنند (برامول، ۱۹۹۸). به‌دلیل جهانی‌شدن و گسترش اقتصادی از دهه ۱۹۷۰، رقابت شدید بین مقاصد گردشگری منجر به پژوهش‌هایی در زمینه بازاریابی مقاصد شد (اپیا-آدو و همکاران، ۲۰۰۰). برخلاف سایر کالاها و خدمات تجاری، بازاریابان نمی‌توانند به‌طور کامل ادراکات مقصد خود را کنترل کنند (اشورث، ۲۰۰۹). علاوه بر این، بازاریابی مقصد تنها به جذب بیشتر بازدیدکنندگان محدود نمی‌شود، بلکه موفقیت یک مقصد شامل حفظ، توازن، شکوفایی و روابط همکاری‌کننده میان ذی‌نفعان متعدد نیز می‌شود (بوهالیس، ۲۰۰۰؛ موریسون، ۲۰۱۸). بنابراین، بازاریابی مقصد باید هدف تسهیل اهداف توسعه منطقه‌ای را دنبال کند و ارائه گردشگری را منطقی‌سازی کند تا اهداف استراتژیک مقاصد محقق شوند (بوهالیس، ۲۰۰۰، ص. ۱۰۱). علاوه بر این، بازاریابی و توسعه گردشگری باید به شیوه‌ای مسئولانه و پایدار انجام شود و عواملی چون محیط‌زیست، اقتصاد و مسائل اجتماعی را در نظر گرفته و به جوامع میزبان کمک مثبت کند (چابرا، ۲۰۱۰). در حالی که بازاریابی گردشگری در زمان‌های عادی اهمیت دارد، این اهمیت در زمان‌های بحران حتی بیشتر می‌شود (بیرمن، ۲۰۰۶). در پاسخ به تغییرات منفی در محیط داخلی یا خارجی، بازاریابان مقصد بایستی با عمل پیشگیرانه بتوانند تصویر مقصد و جریان بازدیدکنندگان را حفظ کنند و سبب تقویت روابط با اپراتورهای گردشگری، توزیع‌کنندگان و سرمایه‌گذاران را موجب شوند (بیرمن و ون والبیگ، ۲۰۱۱). به همین ترتیب، رابطه بین تبلیغات و ارزش‌های مخاطبان هدف در زمان‌های بحران بسیار مهم می‌شود. در چنین زمان‌هایی است که مخاطبان درگیر مسائل خاصی هستند و نادیده گرفتن این مسائل ممکن است شانس مصرف‌برند توسط آن‌ها را کاهش دهد (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۰؛ جیانگ و ون، ۲۰۲۰). برای مثال، در زمینه گردشگری، اگر مخاطبان یک مقصد را ناامن تلقی کنند، تبلیغ‌کنندگان باید به این نگرانی‌ها پاسخ دهند و سعی کنند آن‌ها را متقاعد کنند که این مکان برای بازدید امن است. آورهام و کتر (۲۰۰۸، ۲۰۱۶) «استراتژی‌های متمرکز بر مخاطب» را پیشنهاد می‌دهند که در آن‌ها تبلیغ‌کنندگان به‌منظور متقاعد کردن مخاطب به بازدید از یک مقصد پس از بحران، شباهت‌ها و نزدیکی‌های ارزشی، تاریخی و فرهنگی، و همچنین آشنایی بین مقاصد و یک مخاطب خاص را برجسته کرده‌اند.

بازاریابی دیجیتال گردشگری

در سال‌های اخیر، یکی از رایج‌ترین کانال‌های انتقال پیام‌های بازاریابی گردشگری، بازاریابی دیجیتال است (یو و همکاران، ۲۰۲۰). طبق یک گزارش توسط PhocusWire (۲۰۱۹)، حدود ۶۰ درصد از مسافران تفریحی معمولاً به‌صورت آنلاین سفر خود را رزرو می‌کنند و تبلیغات آنلاین ۷۱ درصد از کل بودجه‌های تبلیغات سفر را به خود اختصاص داده است. طبق گفته موريسون (۲۰۱۸)، مسافران در تمام مراحل چرخه سفر خود از رسانه‌های دیجیتال استفاده می‌کنند، از طریق پلتفرم‌های آنلاین تعامل دارند و تجربیات سفر خود را به اشتراک می‌گذارند. عرصه آنلاین مجموعه‌ای فراوان از گزینه‌های بازاریابی گردشگری را ارائه می‌دهد که شامل تبلیغات آنلاین، بازاریابی موتور جستجو، بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، تجارت الکترونیک و رزروهای آنلاین، روابط عمومی آنلاین، استخدام بلاگرها و تأثیرگذاران آنلاین، و استفاده از اپلیکیشن‌های موبایل می‌شود (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۰؛ یو و همکاران، ۲۰۲۰). از میان این کانال‌ها، موفق‌ترین مقاصد گردشگری استفاده مکرر از کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک، اینستاگرام و یوتیوب دارند (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۰؛ موريسون، ۲۰۱۸). پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای مدیریت تصویر مقصد، جذب و همکاری با مسافران و کسب فرصت‌های بی‌سابقه برای رشد عمل می‌کنند (کانووی و پوچپارلی، ۲۰۱۹). علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی گردشگری برای انتشار اخبار و اطلاعات مربوط به مقاصد، ترویج فعالیت‌ها و رویدادهای محلی، ساخت و نگهداری جوامع، جمع‌آوری محتوای تولیدشده توسط کاربران، تشویق به توصیه‌های دهان به دهان، و اجرای کمپین‌ها و فعالیت‌های تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرند (موريسون، ۲۰۱۸).

روش تحقیق

رویکرد مورد استفاده در این پژوهش، تحلیل سیستماتیک مقالات مرتبط با موضوع رسانه‌های اجتماعی در حوزه گردشگری، منتشر شده در مجلات علمی می‌باشد. در این مطالعه از ابزار پشتیبانی تصمیم بهره‌گرفته شده است که می‌تواند پیوندهای علی و مفروضات اساسی را برای یک سیاست برنامه‌ریزی را توصیف، و دستیابی به نتایج و اهداف بلندمدت را تسهیل کند (ووندر و همکاران، ۲۰۲۰). لازم به ذکر است که نظریه تغییر، اساس ابزار پشتیبان تصمیم است که به «نظریه چگونگی و چرایی کارکرد یک ابتکار» شناخته می‌شود، و برای اولین بار در زمینه توسعه جامعه معرفی شد (ویس، ۱۹۹۵). این رویکرد به محققان کمک می‌کند تا یک چارچوبی مفهومی برای مطالعات مروری توسعه دهند و مفروضات اساسی را به منظور دستیابی به نتایج مطلوب توسعه دهند (ون‌نگوین و همکاران، ۲۰۲۴). این چارچوب به محققان در جهت ترسیم طرح کلی و حرکت سیستماتیک به سمت اهداف مطالعه کمک شایانی می‌کند. در این مطالعه، به بررسی مقالات مرتبط با موضوع شهرهای هوشمند در جهت به دست آوردن یک دید کلی و جامع از تأثیرات رسانه‌های اجتماعی در گردشگری پرداخته شده است (لیو، گونگ و تیتا، ۲۰۲۲). به طور کلی ۶۰ مورد مقاله در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۴ (به علت روند رو به رشد گسترش بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی) در این مطالعه

جمع‌آوری و با بررسی و آنالیز دقیق محتوای مقالات، ۵۰ مورد به عنوان مرتبط‌ترین و مؤثرترین موضوع در رسانه‌های اجتماعی شناسایی شده‌اند؛ لازم به ذکر است از پایگاه داده‌های Scopus (از نظر بسیاری از محققان، بزرگترین منبع مقالات علمی و کارهای آکادمیک در علوم اجتماعی) برای انجام این پژوهش استفاده شده است (ژوا و همکاران، ۲۰۲۱ و ماریانا و همکاران، ۲۰۲۳).

یافته‌ها

نتایج تحلیل‌ها و بررسی‌های انجام‌شده در زمینه کلمات کلیدی و تعاریف مرتبط با گردشگری هوشمند نشان می‌دهند که در ادبیات موجود، کلمات کلیدی خاصی به‌طور مکرر مورد استفاده قرار گرفته‌اند و موضوعات مختلفی به‌عنوان محورهای اصلی پژوهش‌های جاری در این حوزه شناسایی شده‌اند. تحلیل نتایج به‌ویژه بر روی واژه‌های کلیدی «ICT هوشمند»، «اصول شهر هوشمند»، «اتصال متقابل» و «تجارب توریستی پیشرفته» متمرکز است و نشان می‌دهد که هر کدام از این واژه‌ها به‌طور قابل توجهی در متون علمی و پژوهشی مورد توجه قرار گرفته‌اند. همچنین، در این بخش به بررسی شکاف‌های تحقیقاتی موجود در ادبیات مقصد گردشگری هوشمند پرداخته شده است و تأکید بر مفاهیم خاص مانند «تجارب توریستی» و «اصول شهر هوشمند» به‌عنوان مفاهیم کلیدی در این حوزه مطرح هستند. بررسی‌های صورت‌گرفته نیز به تحلیل نحوه تعریف و استفاده از این اصطلاحات و مشکلات موجود در تعاریف آنها می‌باشد. این نتایج به‌ویژه در زمینه ابهامات و عدم وضوح در تعاریف و مفاهیم کلیدی به‌طور دقیق بررسی خواهند شد تا به فهم بهتر و شفاف‌تر موضوعات مربوط به گردشگری هوشمند کمک کند. بر همین اساس، «ICT هوشمند - محاسبات ابری، اینترنت اشیا و دستگاه‌های کاربر نهایی» به‌عنوان یکی از پرکاربردترین کلمات کلیدی شناخته می‌شود. پس از آن، کلمات کلیدی «اصول شهر هوشمند»، «اتصال متقابل» و «تجارب توریستی پیشرفته» در رتبه‌های بعدی قرار دارند. نوهوفر و فمِنیا-سرا (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که در ادبیات مقصد گردشگری هوشمند، شکاف تحقیقاتی قابل توجهی وجود دارد که بر جنبه‌های گردشگری تجربی تمرکز دارد. در این ادبیات، عبارت «تجارب توریستی» همچنان به‌عنوان یکی از کلمات اصلی برای توصیف گردشگری هوشمند به کار می‌رود. عبارت «اصول شهر هوشمند» نیز معمولاً به‌عنوان مبنای توسعه اهداف گردشگری هوشمند در نظر گرفته می‌شود و ارتباط نزدیکی بین این اصول و اهداف توسعه شهر هوشمند وجود دارد (گرتزل و اسکارپینو جانز، ۲۰۱۸). در یافته‌های کپی و همکارانش (۲۰۱۸)، لای و لی (۲۰۱۶) و گویر (۲۰۱۳)، تعاریف در جهت تغییر نگرش و باورهای خوانندگان و تعریف مجدد اصطلاحات به‌جای بیان دلایل و استدلال‌ها می‌باشد؛ در این تعاریف اطلاعات کافی برای راهنمایی معانی مورد نظر ارائه نمی‌شود و در نتیجه، تعاریف مبهم باقی می‌مانند (گویر، ۲۰۱۳). با این حال، این تعاریف مشخص نمی‌کنند که این مفاهیم به چه کسانی اشاره دارند. حتی اگر ساکنان و گردشگران شناسایی شوند، این موضوع به‌طور واضح و صریح در تعاریف ذکر نشده است. یعنی مقصود از ساکن و توریست کیست و مهم‌تر از آن، چه کسی نمی‌باشد؟ این یک مثال مهم

از ابهام در ادبیات مقاصد گردشگری هوشمند است که در بررسی تعاریف مطرح شده در مقالات از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ در جدول ۱ گردآوری شده است.

جدول ۱: جمع‌بندی مجموع تعاریف مطرح شده در مقالات از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰

نویسنده	سال انتشار	عنوان مقاله	کلمات کلیدی	مجله
Boes, K. , Buhalis, D. , & Inversini, A	۲۰۱۵	Conceptualizing smart tourism destination dimensions.	Smart city ; ICT ; Smart tourism destinations ; Technology	Information and communication technologies in tourism 2015
Gretzel and Scarpino-Johns	۲۰۱۸	From smart destinations to smart tourism regions	smart tourism; smart destination; smart city; smart region; scalability; governance.	Journal of Regional Research
Mandić and Praničević	۲۰۱۹	Progress on the role of ICTs in establishing destination appeal.	ICT; Hospitality; Tourism research; Information and communication technology; Destination appeal; smart destination	Journal of Hospitality and Tourism Technology, 10(4), 791–813.
Sigalat-Signes et al	۲۰۱۹	The transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?	Smart city; Intermediate cities; Gandia; Smart tourist destination; Innovation; Stakeholders	Journal of Innovation & Knowledge
Trunfio and Campana	۲۰۱۹	Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda.	Knowledge-based; destination; Destination actors; Social capital; ICT infrastructures; Emerging innovations	Journal of Destination Marketing & Management
.Shafiee et al	۲۰۱۹	Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review	Smart tourism destinations; Sustainable tourism; Grounded theory; Systematic review	Tourism Management Perspectives
Femenia-Serra and Neuhofer	۲۰۱۸	Towards a conceptualization of smart tourists and their role within the smart destination scenario	Smart tourism; smart tourism destination; ICTs; tourist behavior; smart tourist	The Service Industries Journal, 39(2), 109–133.
Tran, H. M. , Huertas, A. , & .Moreno, A	۲۰۱۷	A new framework for the analysis of smart tourism destinations. A comparative case study of two Spanish destinations.	Smart tourism destination; Smart dimensions; Framework of analysis; Best practices	In Congresos-Seminario Destinos Turisticos Inteligentes 2017-Librode Actas(pp. 190-214)
Marine-Roig and Clavé	۲۰۱۵	Tourism analytics with massive user-generated content: A case study of Barcelona	User-generated content; Smart city; Smart tourism destination; Big data; Business intelligence; Catalonia	Journal of Destination Marketing & Management, 4(3), 162–172.

Tourism in South East Europe, 5, 307–318. 2872J. GELTER ET AL.	Expenditures; regional government; data envelopment analysis; smart tourism destination; Croatia	The Efficiency Regional Government Expenditure in Smart Tourist Destination: The case of Croatia	۲۰۱۹	Hodžić and Alibegović
Information and communication technologies in tourism 2015(pp. 363–375). Springer	Smart destination; Mobile; Context; Tourism	Smart tourism destinations: An extended conception of smart cities focusing on human mobility.	۲۰۱۵	Lamsfus et al

منبع: نگارندگان

در ادامه، به بررسی مفهوم مقاصد گردشگری هوشمند پرداخته شده است تا چگونگی سوگیری تحقیقات درباره مقاصد بررسی شود. از آنجایی که تحقیقات عمدتاً بر اجرای فناوری متمرکز بوده است (بوئر، بوهالیس و اینورسینی، ۲۰۱۵)، ضروری است که با دیدگاهی قوی مبتنی بر بازار، این تعاریف و توصیفات مهم را برای درک و ارتقاء مقاصد گردشگری هوشمند تحلیل شود چرا که استفاده از مقوله‌هایی که بتواند آگاهی عمومی را در مورد استفاده از کلمات به‌عنوان ابزار ارتباطی در یک زبان افزایش دهد امری ضروری است (گوویر، ۲۰۱۳). اما، از معایب این رویکرد، خطر تبدیل شدن آن به یک دسته‌بندی بیش از حد و پذیرش غیرانتقادی کلیشه‌ها به‌عنوان تعمیم‌های جهانی برای همه مقاصد گردشگری هوشمند است (گوویر، ۲۰۱۳). نتایج نشان می‌دهد که یک مقصد گردشگری هوشمند به‌عنوان سه شکل اصلی از فناوری اطلاعات و ارتباطات به تصویر کشیده می‌شود: رایانش ابری، اینترنت اشیا (IoT) و دستگاه‌های کاربر نهایی. بر اساس پژوهش‌های انجام شده، به نظر می‌رسد این سه زیرساخت اصلی ICT برای یک مقصد گردشگری هوشمند ضروری هستند (بوئر و همکاران، ۲۰۱۵؛ بوهالیس و آمارادگانان، ۲۰۱۳؛ بئوینیکوتری و میکثرا، ۲۰۱۶) و به‌عنوان یک "مزیت رقابتی" نیز شناخته می‌شوند. بوهالیس و آمارنگانا (۲۰۱۳) و شیانگ و همکاران (۲۰۱۵) تأکید می‌کنند که "این تحولات اخیر در مفهوم مقصد هوشمند به اوج خود رسیده و به‌واسطه آن، ICT به‌عنوان محرک و پایه نوآوری و رقابت در مقاصد معرفی می‌شود." در ادبیات، این نوع زیرساخت‌های ICT به‌عنوان فراهم‌کننده ظرفیت برای ایجاد ارتباط پویا با سهامداران مقصد از طریق پلتفرم‌هایی که داده‌ها را جمع‌آوری و پردازش می‌کنند و اطلاعات را مبادله می‌کنند، معرفی شده‌اند (هودزیکا و آلیئگو ویچ، ۲۰۱۹). در تحلیل ادبیات مورد استفاده، هدف ICT ارائه اطلاعات ارزشمند درباره فعالیت‌های گردشگران و در نتیجه غنی‌سازی و ارتقاء تجربه‌های آن‌ها است (فئومونیا و نئووفر، ۲۰۱۹). با این حال، اگرچه تجربه توریستی برای مقاصد گردشگری هوشمند اساس تلقی می‌شود، یکی از شکاف‌های موجود در این حوزه تحقیقاتی نیازمند بررسی دقیق‌تر است؛ به‌ویژه این که چگونه اصطلاح «تجارب گردشگری هوشمند» رخ می‌دهد و تحت چه شرایط و زمینه‌هایی محقق می‌شود. گرتزل، ورثر و همکاران (۲۰۱۵، ص ۱۸۵) نیز تأکید می‌کنند که "آیا گردشگران هوشمند واقعاً تجربیات بهتری دارند یا خیر، هنوز به‌طور تجربی مورد بررسی قرار نگرفته است." فراتر از تأثیر فناوری‌های هوشمند بر تجربه‌های توریستی و رقابت‌پذیری مقصد، تأثیر این فناوری‌ها بر کیفیت زندگی ساکنان نیز اغلب در ادبیات مورد بررسی قرار می‌گیرد (بوئر و همکاران، ۲۰۱۵؛ کوو و همکاران، ۲۰۱۶؛ لیبئراتو و

همکاران، ۲۰۱۸). با این حال، تحقیقاتی که به‌طور انتقادی به معنای واقعی «کیفیت زندگی» در زمینه مقاصد گردشگری هوشمند بپردازد، وجود ندارد؛ زیرا تقریباً به‌عنوان یک فرض پذیرفته شده است که کیفیت زندگی بهتر، به‌موازات توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات پدیدار می‌شود (هودزیکا و آلیبگو ویچ، ۲۰۱۹). اکثر مقالاتی که بر جنبه‌های کیفیت زندگی و افزایش تجربه‌های گردشگری متمرکز شده‌اند، نیازمند بررسی تجربی در پروژه‌های واقعی مقاصد گردشگری هوشمند برای آزمایش این فرضیه هستند (فئمینیا و نئوفر، ۲۰۱۸؛ گرتزل، سیگالا و همکاران، ۲۰۱۵). توسعه شهرهای هوشمند نیز به‌عنوان پایه‌ای برای شکل‌گیری مقاصد گردشگری هوشمند در نظر گرفته شده است (بوهالیس و آمارنگانا، ۲۰۱۳؛ شیانگ و همکاران، ۲۰۱۵). در ادبیات، پایداری از طریق مدل‌های جدید مدیریت مقصد تضمین می‌شود (ایوارز-بایدال و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، تأثیرات رسانه‌های اجتماعی که در مقالات مختلف از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰ به‌طور محدود ارزیابی شده‌اند، در جدول ۲ به اختصار مطرح شده است.

جدول ۲: بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر بازاریابی و تصویر مقصد گردشگری (از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰)

نام نویسندگان	عنوان مقاله	سال انتشار	رسانه اجتماعی	کلمات کلیدی
Jin & Cheng	Communicating mega events on Twitter: implications for destination marketing	۲۰۲۰	Twitter	رسانه‌های اجتماعی؛ ذینفعان؛ تحلیل شبکه‌های اجتماعی؛ رویداد؛ توییتر
Hays et al	Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organizations	۲۰۱۳	Twitter and Facebook	سازمان‌های مدیریت مقصد (DMOs)؛ رسانه‌های اجتماعی؛ توییتر؛ دانشکده گردشگری
Ketter & Avraham	StayHome today so we can TravelTomorrow: tourism destinations' digital marketing strategies during the Covid-19 pandemic	۲۰۲۱	YouTube	بحران گردشگری؛ کووید-۱۹؛ پاندمی‌ها؛ بازسازی تصویر؛ بازاریابی بازاریابی؛ هیئت ملی گردشگری؛ بازاریابی گردشگری
Magano & Cunha	Digital marketing impact on tourism in Portugal: a quantitative study	۲۰۲۰	شبکه‌های اجتماعی و موبایل	پرتغال؛ بازاریابی دیجیتال؛ گردشگری؛ فناوری موبایل
Mariani et al	Using Facebook for travel decision-making: an international study of Antecedents	۲۰۱۹	Facebook	فیس‌بوک؛ رسانه‌های اجتماعی؛ مدل پذیرش فناوری؛ لذت؛ مسافران جوان
Mkwizu	Digital marketing and tourism: opportunities for Africa	۲۰۲۰	Facebook	آفریقا؛ فرصت‌ها؛ بازاریابی دیجیتال؛ گردشگری
Zhou et al	Using TikTok in tourism destination choice: A young Chinese tourists' perspective	۲۰۲۳	TikTok	تصمیم‌گیری گردشگران؛ بازاریابی مقصد؛ تیک‌تاک؛ نسل هزاره؛ نسل Z؛ چین
Martinez Hale	Instagram as a branding tool for small tourism enterprises: insights from Finnish Lapland	۲۰۲۱	Instagram	برندینگ در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs)؛ عکاسی؛ رسانه‌های اجتماعی؛ اینستاگرام؛ لاپلند فنلاند

تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر بازاریابی گردشگری

رستوران؛ غذاخوری؛ تریپ‌ادوایزر؛ ماکائو؛ تحلیل محتوا	TripAdvisor	۲۰۱۵	Content Analysis of Tripadvisor Reviews on Restaurants: A Case Study of Macau	Lei, S. , & Law, R	
سیستم‌های توصیه‌گر؛ فناوری دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی؛ بازخورد آنلاین؛ فیلترینگ مشارکتی؛ تریپ‌ادوایزر	TripAdvisor	۲۰۱۸	Travelers' decision making using online review in social network sites: A case on TripAdvisor	Nilashi, M. , et al	
بازخورد آنلاین؛ شهرت؛ عملکرد هتل؛ حوزه گردشگری؛ مهمان‌نوازی	TripAdvisor	۲۰۱۱	The Influence of TripAdvisor Consumer-Generated Travel Reviews on Hotel Performance	Tuominen, P	
اینستاگرام؛ اینفلوئنسرها؛ تعامل پراسوشیال؛ بین‌المللی شدن؛ مقصدهای پایدار؛ داده‌های جغرافیایی	Instagram	۲۰۲۳	Social media and Influencer Marketing for Promoting Sustainable Tourism Destinations: The Instagram Case	Kilipiri, E. , et al	
نگرش مصرف‌کننده؛ تبلیغات رسانه‌های اجتماعی؛ تبلیغات فیس‌بوک؛ تبلیغات آنلاین؛ تحلیل عاملی تاییدی (CFA)؛ مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM)	Facebook	۲۰۱۹	Consumers' Responses Towards Social Media Advertising on Facebook in Tourism Industry Within Pakistan	Masroor, S. M. , & Siddiqui, D. A	تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر تصویر مقصد و تجربه گردشگری
رسانه‌های اجتماعی؛ فیس‌بوک؛ کلان‌داده‌ها؛ سازمان‌های مدیریت مقصد؛ تعامل؛ بازاریابی مقصد؛ ایتالیا	Facebook	۲۰۱۶	Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations	Mariani, M. M. , et al	
سفر؛ تبلیغات فیس‌بوک؛ مدیریت مقصد؛ سفر آنلاین	Facebook	۲۰۲۰	If You Travel, I Travel: Testing a Model of When and How Travel-Related Content Exposure on Facebook Triggers the Intention to Visit a Tourist Destination	Latif, K. , et al	
رفتار مصرف‌کننده؛ بازاریابی مقصد؛ اینستاگرام؛ رسانه‌های اجتماعی؛ ارتباطات بصری؛ گردشگری؛ سفر	Instagram	۲۰۱۷	The influence of Instagram on consumers' travel planning and destination choice	Terttunen, A	
نسل Y؛ اینستاگرام؛ وفاداری؛ مقصدهای گردشگری	Instagram	۲۰۲۲	The Relationship of Experience, Satisfaction, and Trust of Y Generation Tourist Instagram Social Media Users to Tourism Destination Loyalty in Yogyakarta	Syamsu, M. N. , et al	
مدل احتمال بسط؛ تصویر مقصد؛ بازخوردهای سفر آنلاین؛ وضوح بازخورد؛ رتبه‌بندی بازخورد	TripAdvisor	۲۰۲۲	The role of online travel reviews in evolving tourists' perceived destination image	Guo, X. , & Pesonen, J. A	
بازخوردهای سفر آنلاین؛ اقامت هم‌تا به هم‌تا؛ تحلیل تصویر مقصد؛ تحلیل داده‌های ترکیبی؛ طراحی تجربه گردشگر؛ ابری‌ان‌بی	TripAdvisor	۲۰۲۱	Destination image analytics for tourism design: An approach through Airbnb reviews	Lalicic, L. , et al	
بازخوردهای آنلاین؛ تریپ‌ادوایزر؛ بازاریابی مقصد؛ مدیریت مقصد؛ تخصیص پنهان دیرچلت (LDA)؛ بیز ساده؛ پوکت، تایلند	TripAdvisor	۲۰۱۹	Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand	Taecharungroj , V. , & Mathayomchan, B	

سرمايه اجتماعي؛ رسانه‌های اجتماعي؛ هم‌گروهي؛ اشتراك‌گذاري دانش	TripAdvisor / Facebook	۲۰۱۶	Knowledge Sharing Among Tourists via social media: A Comparison Between Facebook and TripAdvisor	Okazaki, S. , et al
تريپ‌ادوايزر؛ گفتمان گردشگری دیجیتال؛ محتوای تولید شده توسط کاربر؛ بازخوردهای آنلاین هتل؛ تحليل بين‌زباني؛ گفتمان ارزيايي	TripAdvisor	۲۰۲۰	Positive reviews on TripAdvisor: a cross-linguistic study of contemporary digital tourism discourse	Cenni, I. , & Goethals, P
گردشگری پایدار؛ SME؛ اقامتگاه؛ پیچیدگی وبسایت؛ ارتباطات دیجیتال؛ برچسب‌های زیست‌محیطی	Facebook	۲۰۲۱	Digital sustainability communication in tourism	Tiago, F. , et al
رسانه‌های اجتماعي؛ ارتباطات؛ بازاریابی دیجیتال؛ اینستاگرام؛ رگريسيون چندگانه	Instagram	۲۰۲۰	Social media for Cultural Communication: A Critical Investigation of Museums' Instagram Practices	Amanatidis, D. , et al
گفتمان ارزيايي؛ رسانه‌های اجتماعي؛ محتوای تولید شده توسط کاربر	YouTube / Instagram	۲۰۲۰	Social Media in Tourism: The Impacts of Travel Content on YouTube and Instagram	Lalangan, K
گردشگری پایدار؛ گرافيتي؛ رسانه‌های اجتماعي؛ کاوش متن؛ تحليل شبکه اجتماعي	TripAdvisor	۲۰۲۰	An Analysis of the Sustainable Tourism Value of Graffiti Tours through Social Media: Focusing on TripAdvisor Reviews of Graffiti Tours in Bogota, Colombia	Seok, H. , et al
مدل اعتماد؛ سایت‌های بازخورد؛ بازخورد جعلي؛ بازاریابی دهان به دهان الكترونيكي (e-WOM)؛ محتوای تولید شده توسط مصرف‌کننده (CGC)؛ محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC)	TripAdvisor	۲۰۲۱	Trust Model for Online Reviews of Tourism Services and Evaluation of Destinations	Zelenka, J. , et al
رسانه‌های اجتماعي؛ تيك‌تاک؛ اینفلوئنسر؛ گردشگری؛ تبليغات	TikTok	۲۰۲۱	The Effectiveness of Tourism Promotion in Bali by Influencers Using Tiktok	Nathasya, A. A. A. D. V. , & Sari, Y. K. P

تأثيرات رسانه‌های اجتماعي بر تعاملات اجتماعي

منبع: نگارندگان

جدول ارائه‌شده مجموعه‌ای جامع از مقالات علمی است که به بررسی عمیق تأثیرات رسانه‌های اجتماعي بر بازاریابی گردشگری، تصویر مقصد، و تعاملات اجتماعي می‌پردازد. این مقالات نشان می‌دهند که چگونه پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعي مانند توییتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، و تیک‌تاک به ابزارهای قدرتمندی در دست سازمان‌های مدیریت مقصد و بازاریابان گردشگری تبدیل شده‌اند. هر پلتفرم به‌واسطه ویژگی‌های خاص خود و جامعه کاربری منحصر به فرد، امکان برقراری ارتباط مستقیم و شخصی‌سازی‌شده با ذینفعان مختلف در صنعت گردشگری را فراهم می‌کند. از طریق تحلیل‌های پیشرفته شبکه‌های اجتماعي، سازمان‌های گردشگری می‌توانند ذائقه‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای مصرف‌کنندگان را به‌صورت دقیق‌تر بررسی کرده و استراتژی‌های بازاریابی خود را بهینه‌سازی کنند. به‌طور خاص، تأثیرات رسانه‌های اجتماعي بر شکل‌گیری و مدیریت تصویر مقصد و

تجربه گردشگری مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته است. به‌عنوان مثال، مقالاتی که به تحلیل محتوای تولید شده توسط کاربران می‌پردازند، نشان می‌دهند که چگونه بازخوردهای آنلاین و اشتراک‌گذاری تجربیات شخصی در پلتفرم‌هایی مانند تریپ‌ادوایزر می‌توانند اعتماد مصرف‌کنندگان را تقویت کرده و به بهبود تصویر مقصد کمک کنند. همچنین، مطالعاتی که به استفاده از اینفلوئنسرها و محتوای بصری در اینستاگرام و تیک‌تاک می‌پردازند، تأثیرات این استراتژی‌ها را بر تصمیم‌گیری‌های گردشگران و تمایل آن‌ها به بازدید از مقصدهای خاص بررسی کرده‌اند.

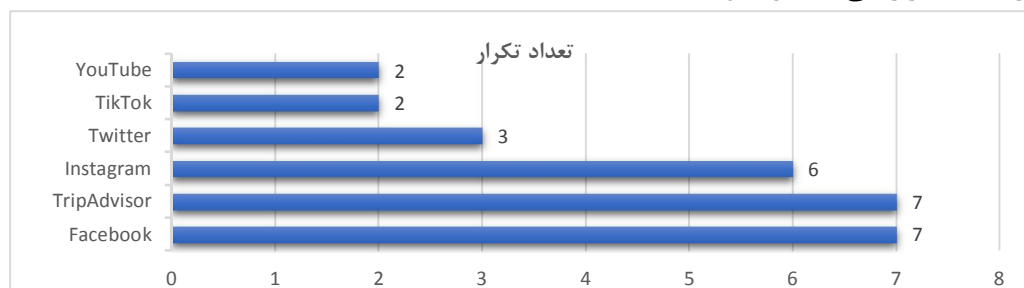
تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر تصویر مقصد و تجربه گردشگری و تعاملات اجتماعی

تصویر مقصد و تجربه گردشگری دو مفهوم کلیدی در موفقیت بازاریابی گردشگری هستند که به‌شدت تحت تأثیر رسانه‌های اجتماعی قرار دارند. مقالاتی مانند "The Influence of TripAdvisor Consumer-Generated Travel Reviews on Hotel Performance" (Tuominen, 2011) و "Using TikTok in tourism destination choice" (Zhou et al., 2023) نشان می‌دهند که بازخوردهای آنلاین و محتوای تولید شده توسط کاربران (UGC) در پلتفرم‌هایی مانند تریپ‌ادوایزر و تیک‌تاک چگونه می‌توانند تصویر مقصد را در ذهن مصرف‌کنندگان شکل دهند. این مقالات به بررسی تأثیرات محتوای بصری و ویدیویی، که توسط کاربران و اینفلوئنسرها تولید می‌شود، بر تصمیم‌گیری‌های گردشگران و وفاداری آن‌ها به مقصدهای خاص می‌پردازند. به‌عنوان مثال، مطالعه‌ای که توسط Ketter & Avraham (2021) انجام شده است، نشان می‌دهد که استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال در دوران پاندمی کووید-۱۹ توانسته‌اند تصویر مقصدهای گردشگری را بازسازی کنند و اعتماد گردشگران را جلب نمایند.

در ادامه رسانه‌های اجتماعی نه‌تنها به‌عنوان ابزارهای بازاریابی و تبلیغات عمل می‌کنند، بلکه تأثیرات عمیقی بر تعاملات اجتماعی در صنعت گردشگری دارند. مطالعاتی مانند "Knowledge Sharing Among Tourists via social media" (Okazaki et al., 2016) و "Social Media for Cultural Communication" (Amanatidis et al., 2020) به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تسهیل اشتراک‌گذاری دانش و تجربه‌های گردشگری میان کاربران پرداخته‌اند. این مقالات نشان می‌دهند که پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام چگونه می‌توانند سرمایه اجتماعی را تقویت کرده و به کاربران امکان دهند تا از تجربیات یکدیگر بهره‌مند شوند. علاوه بر این، رسانه‌های اجتماعی به موزه‌ها و سازمان‌های فرهنگی این امکان را می‌دهند تا از طریق ارتباطات دیجیتال و بازاریابی فرهنگی، مخاطبان جدیدی جذب کرده و تجربه‌های فرهنگی و گردشگری را به شکلی نوین به مخاطبان ارائه دهند. در مجموع، این مقالات به‌خوبی نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی بر تمام جنبه‌های صنعت گردشگری تأثیرگذار بوده‌اند. این تأثیرات شامل بازاریابی مقصد، شکل‌دهی به تصویر مقصد، بهبود تجربه گردشگری، و تقویت تعاملات اجتماعی است.

توزیع استفاده از رسانه‌های اجتماعی

همانطور که مشاهده می‌کنید نمودار ۱، توزیع استفاده از رسانه‌های اجتماعی در مقالات مرتبط با بازاریابی گردشگری را نمایش می‌دهد، اهمیت نسبی هر یک از این پلتفرم‌ها را به‌وضوح نشان می‌دهد. سهم بالای فیس‌بوک (۲۶٪) و تریپ‌ادوایزر (۲۶٪) در این نمودار، نمایانگر نقش محوری این دو پلتفرم در تحقیقات و مطالعات مربوط به بازاریابی مقصد است. فیس‌بوک به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و تأثیرگذارترین شبکه‌های اجتماعی، امکان ارتباطات مستقیم و تعاملی با مخاطبان و ایجاد کمپین‌های بازاریابی هدفمند را فراهم می‌کند. در مقابل، تریپ‌ادوایزر به‌واسطه ساختار بازخورد محور و محتوای تولیدشده توسط کاربران، به‌عنوان یکی از منابع معتبر اطلاعات گردشگری و بررسی مقصدها، نقش برجسته‌ای در شکل‌دهی تصویر مقصد در ذهن گردشگران ایفا می‌کند. اینستاگرام با سهم ۲۲ درصدی، به‌طور قابل توجهی در بازاریابی گردشگری برجسته شده است. این پلتفرم با تأکید بر محتوای بصری و استفاده از هشتگ‌ها و مکان‌نمایی، توانسته است به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای نمایش زیبایی‌های مقصدهای گردشگری و جذب گردشگران، به‌ویژه در میان نسل‌های جوان‌تر، مطرح شود. توییتر (۱۱٪)، تیک‌تاک (۸٪)، و یوتیوب (۷٪) نیز هر یک به‌نوعی نشان‌دهنده روندهای خاص در بازاریابی دیجیتال هستند. توییتر با تمرکز بر پیام‌های کوتاه و سریع، برای پوشش رویدادهای زنده و ترویج مقصدهای خاص در زمان‌های محدود بسیار مناسب است. تیک‌تاک و یوتیوب نیز با فراهم‌سازی بسترهای اشتراک‌گذاری ویدئو، به‌ویژه در میان نسل‌های جوان، توانسته‌اند به ابزارهای مهمی در استراتژی‌های بازاریابی تبدیل شوند.

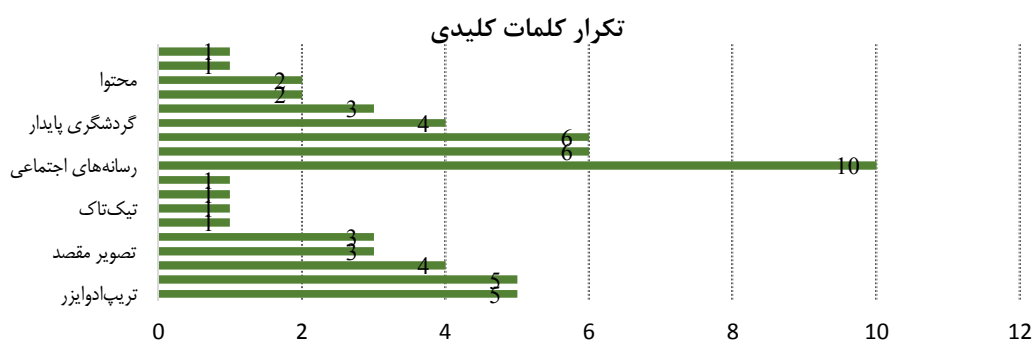


نمودار ۱- محبوبیت و تأثیرات رسانه‌های اجتماعی در اشتراک‌گذاری تجربیات سفر ۲۰۱۱-۲۰۲۰ (مأخذ: نگارندگان)

تحلیل کلمات کلیدی

نمودار میله‌ای ۲، به تحلیل تکرار کلمات کلیدی در مقالات پرداخته است، عمق و گستره موضوعات مورد بررسی در این حوزه را نشان می‌دهد. "بازاریابی مقصد" با ۱۰ تکرار، بیشترین فراوانی را دارد که این امر نشان‌دهنده اهمیت استراتژیک بازاریابی مقصد در تحقیقات گردشگری است. این تمرکز بر بازاریابی مقصد، بازتاب‌دهنده نیاز به توسعه استراتژی‌های بازاریابی قوی و مؤثر برای جذب و حفظ گردشگران در مقصدهای مختلف است. کلمات کلیدی مانند "رسانه‌های اجتماعی" و "فیس‌بوک" با تکرارهای بالا (۶ و ۵) نیز نمایانگر توجه ویژه پژوهشگران به نقش این پلتفرم‌ها در شکل‌دهی به تصویر مقصد و تجربه گردشگری است. "تریپ‌ادوایزر" نیز با ۵ تکرار به‌عنوان یکی از منابع اصلی بازخورد و اطلاعات گردشگری، به‌ویژه در تحقیقات مرتبط با تصمیم‌گیری گردشگران و

تصویر مقصد، جایگاه مهمی دارد. موضوعاتی مانند "گردشگری پایدار"، "اینفلوئنسر"، و "اقامت هم‌تا به هم‌تا" با تکرارهای کمتر در این نمودار، نشان‌دهنده تمرکز پژوهش‌های جدیدتر بر مسائل نوظهور و پایدار در صنعت گردشگری هستند. این موضوعات بازتاب‌دهنده تغییرات و نوآوری‌های اخیر در این صنعت و نیاز به انطباق استراتژی‌های بازاریابی با تحولات جدید است.



نمودار ۲- اهمیت موضوعات مطرح شده در تأثیرات رسانه‌های اجتماعی براساس تعداد تکرار ۲۰۲۰-۲۰۱۱

در مطالعه‌ای درباره گردشگری هند نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی یک ابزار محبوب برای سازمان‌های بازاریابی مقصد (DMO)^۱ هستند؛ همچنین، نظرات و بررسی‌های به اشتراک گذاشته شده در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی (SMPs)^۲ تأثیر بیشتری بر ارجاعات گردشگری بر کاربرانی که تجربیات خود را در این سایت‌ها به اشتراک می‌گذارند دارند (کوومر، ۲۰۱۶). مکویزو، در سال (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای خود پیشنهاد می‌دهد، نیجریه می‌تواند از ابزارهای بازاریابی دیجیتال برای اشتراک محتوا به منظور گردشگری بهره‌مند شود و متخصصان گردشگری می‌توانند با بهینه‌سازی در بازاریابی دیجیتال علاوه بر مطالعه نیز توصیه می‌کند که کشورهایی که تعداد کمی کاربر اینترنت دارند، از ظرفیت بازاریابی رسانه‌های اجتماعی برای رشد گردشگری بهره‌مند شوند. بر همین اساس یکی از ابزارهای بازاریابی قابل توجهی که بازاریابان می‌توانند ترویج کنند، استفاده یا فعال‌سازی 'لحظه‌های سلفی' در کاربران خود است که می‌تواند تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهد (تیلور، ۲۰۲۰). فیسبوک، توییتر و یوتیوب کانال‌های ترجیحی برای ترویج مقصد برای سازمان‌های بازاریابی مقصد (DMO) هستند (کوومال و چاتزیگیاناکیس، ۲۰۲۱). لیو و همکاران (۲۰۱۹) ۳ درباره به اشتراک گذاری تجربیات سفر در میان مصرف‌کنندگان جوان نشان می‌دهد که احساس حسادت نسبت به به اشتراک گذارنده، یکی از عوامل تأثیرگذار برای اراده مصرف‌کنندگان به بازدید از مقصد است؛ و Top of Form مطالعه‌ای توسط تیلور (۲۰۲۰) مربوط به سلفی‌های سفر نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال سبک ارتباطی را تغییر داده‌اند، سهمیه این تغییر در تعامل با مصرف‌کنندگان، تعامل مصرف‌کنندگان با یکدیگر یا تجارت است همچنین مسافران، به منظور مدیریت بهتر تصویر یا ارائه خود، ترجیح می‌دهند که از طریق عکس‌ها در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی ارتباط برقرار کنند.

1 Destination Management Organization

2 Social media platforms

3 Liu et al

یکی از ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی برای پروفایل‌های عمومی، تعامل آن با نهادهای مخاطب و توانایی دریافت در زمان واقعی اطلاعات بازار است. این ویژگی می‌تواند به بازاریابان کمک کند تا پیام‌ها را در یک ساختار شبکه چند روی رسانه‌های اجتماعی منتشر کنند (جین و چانگ، ۲۰۲۰).

بحث و نتیجه‌گیری

مرور ادبیات انجام‌شده در این مطالعه نشان می‌دهد که مطالعات مرتبط با رسانه‌های اجتماعی در حوزه گردشگری از ماهیت چندوجهی و پیچیده‌ای برخوردار هستند. این پژوهش با شناسایی و تحلیل نظام‌مند ۵۰ مقاله علمی منتشر شده در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰، به دسته‌بندی مقالات از دو منظر اصلی پرداخته است: یکی از دیدگاه ارائه‌دهندگان خدمات و دیگری از دیدگاه گردشگران. این رویکرد دوگانه، تحلیلی جامع‌تر و دقیق‌تر از نقش و تأثیر رسانه‌های اجتماعی در صنعت گردشگری ارائه می‌دهد و بر تعامل پیچیده بین این دو دیدگاه تأکید می‌کند. یافته‌های این مطالعه تأیید می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهایی قدرتمند برای بازاریابی، تبلیغات، ارتباطات و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در صنعت گردشگری به کار گرفته می‌شوند. به‌ویژه، داده‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی نه تنها به‌عنوان پلتفرمی برای تعامل و تبادل اطلاعات بین گردشگران و ارائه‌دهندگان خدمات عمل می‌کنند، بلکه به یک مکانیزم کلیدی برای شکل‌دهی به تجربیات گردشگران و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های سفر تبدیل شده‌اند (Mkwizu, 2020; Sahoo, 2020; Taylor, 2020; Curlin et al., 2019; Sharma et al., 2020). این موضوع با تأکید بر اهمیت و کارکردهای چندگانه رسانه‌های اجتماعی و نقش حیاتی آن‌ها را در فرآیندهای بازاریابی و تغییر رفتار مصرف‌کنندگان به عنوان مهم‌ترین ابزارهای دیجیتال، در شکل‌دهی به رفتارهای گردشگران و بهبود استراتژی‌های بازاریابی گردشگری ایفای نقش می‌کنند. از تحلیل نتایج مشخص می‌شود که مطالعات مختلف به تأثیرات متفاوت رسانه‌های اجتماعی بر جنبه‌های مختلف صنعت گردشگری پرداخته‌اند. برای مثال، مطالعاتی مانند Jin و Cheng (۲۰۲۰) که به بررسی استفاده از توییتر در ارتباطات مربوط به رویدادهای بزرگ پرداخته شده‌اند و نشان می‌دهند که این رسانه‌ها نه تنها به عنوان پلتفرمی برای بازاریابی و تبلیغات عمل می‌کنند، بلکه به عنوان یک ابزار استراتژیک برای مدیریت تصویر مقصد نیز به کار می‌روند. از سوی دیگر، مطالعاتی مانند Martinez Hale (۲۰۲۱) که بر استفاده از اینستاگرام به عنوان یک ابزار برندسازی برای کسب‌وکارهای کوچک گردشگری در لاپلند فنلاند متمرکز شده‌اند، تأکید می‌کنند که این رسانه‌ها به‌خصوص برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs) نقش حیاتی در بهبود تعاملات اجتماعی و جذب مشتریان جدید ایفا می‌کنند. به طور مشابه، مطالعات Zhou و همکاران (۲۰۲۳) نیز نقش تیک‌تاک در تصمیم‌گیری گردشگران جوان چینی را برجسته کرده و نشان داده‌اند که این رسانه در شکل‌دهی به تجربیات و انتخاب‌های مقصد گردشگری نقشی کلیدی دارد. با توجه به تأثیرات چندوجهی رسانه‌های اجتماعی در این زمینه، می‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های اجتماعی نه تنها به عنوان ابزاری برای تعامل و به اشتراک‌گذاری اطلاعات بلکه به عنوان بازیگری مهم در فرآیندهای تصمیم‌گیری و تجربه‌سازی گردشگری عمل می‌کنند. این مسئله بر

اهمیت چندجانبه رسانه‌های اجتماعی در صنعت گردشگری تأکید دارد. در نتیجه رسانه‌های اجتماعی از نقش‌های سنتی خود فراتر رفته و به یکی از ابزارهای کلیدی در بازاریابی دیجیتال و مدیریت تجربه گردشگری تبدیل شده‌اند. مطالعات انجام‌شده در این پژوهش، از جمله بررسی‌های Jin و Cheng (2020)، Martinez Hale (۲۰۲۱)، و Zhou و همکاران (۲۰۲۳)، تأیید می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک مکانیزم کلیدی در شکل‌دهی به تجربیات گردشگران و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های سفر عمل می‌کنند. با این وجود، هنوز نیاز به مطالعات بیشتری در زمینه تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر گردشگری پایدار و مدیریت بحران‌ها وجود دارد. همان‌طور که مطالعه Ketter و Avraham (۲۰۲۱) نشان می‌دهد، استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال در دوران بحران کووید-۱۹ نقش مهمی در بازسازی تصویر مقاصد گردشگری ایفا کرده‌اند، اما بررسی‌های عمیق‌تری در این زمینه لازم است تا بتوان تأثیرات بلندمدت این استراتژی‌ها را بر پایداری گردشگری بررسی کرد. با این وجود، علی‌رغم تأثیرات گسترده رسانه‌های اجتماعی، این مطالعه نشان می‌دهد که نقش آن‌ها در ارتباط با گردشگری پایدار و مسائل مرتبط با بحران هنوز به‌طور کافی مورد بررسی قرار نگرفته است. این کمبود در ادبیات به‌ویژه در زمینه‌هایی که مستقیماً تحت تأثیر بلایای طبیعی، بحران‌های اقتصادی و مالی، اقدامات تروریستی و ناآرامی‌های سیاسی قرار می‌گیرند، آشکار است (Schroeder et al., 2013). با توجه به افزایش علاقه عمومی به گردشگری پایدار، این خلاء پژوهشی می‌تواند به‌عنوان یک فرصت مهم برای تحقیقات آینده در نظر گرفته شود. در واقع، درک تأثیر رسانه‌های اجتماعی در دوره‌های بحران می‌تواند به توسعه استراتژی‌های بهتر برای مدیریت بحران‌ها در صنعت گردشگری کمک کند و به این ترتیب، ادبیات آکادمیک مرتبط با این حوزه را غنی‌تر سازد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی به یک بازیگر اقتصادی در فضای دیجیتال تبدیل شده‌اند که می‌توانند تأثیرات مالی و اقتصادی قابل‌توجهی برای تولیدکنندگان محتوا و نهادهای تجاری داشته باشند. این پژوهش با بررسی جامع نقش و تأثیر رسانه‌های اجتماعی در گردشگری، به محققان و دست‌اندرکاران این صنعت کمک می‌کند تا به درک بهتری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود دست یابند. همچنین، با معرفی یک تعریف گسترده‌تر از رسانه‌های اجتماعی در زمینه گردشگری، این مطالعه زمینه‌ساز تحقیقات بیشتری در زمینه‌های پایداری و مدیریت بحران‌ها خواهد بود. نهایتاً، این پژوهش نه تنها به غنای ادبیات موجود در زمینه گردشگری و رسانه‌های اجتماعی کمک می‌کند، بلکه به‌عنوان یک منبع معتبر برای توسعه سیاست‌ها و استراتژی‌های مدیریتی آینده در صنعت گردشگری می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به تأثیرات فراگیر رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه در شرایط بحرانی، نیاز به تحقیقات بیشتر و جامع‌تر در این حوزه، به‌ویژه در زمینه‌های مرتبط با پایداری و مدیریت بحران‌های گردشگری، به شدت احساس می‌شود.

References

- 1-Boes, K., Buhalis, D. , Inversini, A. 2015. Conceptualising smart tourism destination dimensions. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), Information and communication technologies in tourism 391–403.
- 2-Buhalis, D., Amaranggana, A. 2013. Smart tourism destinations. Information and communication technologies in tourism. 553–564
- 3-Buhalis, D., Amaranggana, A. 2015. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisa- tion of services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), Springer. Information and communication technologies in tourism 2015.
- 4-Buhalis, D. , Law, R,2008, Progress in information technology and tourism manage- ment: 20 years on and 10 years after the internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- 5-Buonincontri, P., & Micera, R. ,2016. The experience co-creation in smart tourism destinations: A multiple case analysis of European destinations. *Information Technology and Tourism*, 16(3), 285–315. <https://doi.org/10.1007/s40558-016-0060-5>
- 6-Copi, I. M., Cohen, C., & Rodych, V. ,2018. Introduction to logic. Routledge.
- 7-Edosomwan, S., Prakasan, S. K. , Kouame, D. , Watson, J. , & Seymour, T. ,2011. The History of Social Media and its
- 8-Femenia-Serra, F., & Neuhofer, B,2018. Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Journal of Regional Research*, 42, 129–150. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/86748>
- 9-Femenia-Serra, F. , Neuhofer, B. , & Ivars-Baidal, J. A. ,2019). Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal*, 39(2), 109–133. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1508458>
- 10- Govier, T,2013. A practical study of argument. Cengage Learning.
- 11- Gretzel, U., & Scarpino-Johns, M, 2018. Destination resilience and smart tourism destinations. *Tourism Review International*, 22(3–4), 263–276.
- 12- Gretzel, U., Werthner, H. , Koo, C. , & Lamsfus, C. ,2015. Conceptual foundations for understanding smart tourism eco- systems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558–563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>
- 13- Hodžić, S., & Alibegović, D. J, 2019. The efficiency of regional government expenditure in smart tourist destination: The case of Croatia. *Tourism in South East Europe*, 5, 307–318.
- 14- Ivars-Baidal, J. A. , Celdrán-Bernabeu, M. A. , Mazón, J. N. , Perles-Ivars, Á. F,2019. Smart destinations and the evolution of ICTs: A new scenario for

- destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581–1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>
- 15- Jin, X. , Cheng, M. ,2020. Communicating mega events on Twitter: Implications for destination marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(6), 739-755.
 - 16- Kamal, M. , & Chatzigiannakis, I. ,2021. Influential factors for tourist profiling for personalized tourism recommendation systems—a compact survey. In 2021 international conference on innovative computing (ICIC) (pp. 1-6).
 - 17- Khan, M. , Woo, M. , Nam, K. , Chathoth, P. ,2017. Smart city and smart tourism: A case of Dubai. *Sustainability*, 9(12), 2279. <https://doi.org/10.3390/su9122279>
 - 18- Koo, C. , Shin, S. , Gretzel, U. , Hunter, W. C. , Chung, N. ,2016. Conceptualization of smart tourism destination competi-
 - 19- Kumar, S. ,2016. Developing India as smart tourism destination-a sap-lap analysis. *SAJTH*, 9(2), 124–136. Koo, C. , Shin, S. , Gretzel, U. , Hunter, W. C. , Chung, N. ,2016. Conceptualization of smart tourism destination competi-
 - 20- Lai, K. , Li, X. , 2016. Tourism destination image: Conceptual problems and definitional solutions. *Journal of Travel*
 - 21- Lamsfus, C. , Mart' in, D. , Alzua-Sorzabal, A. , Torres-Manzanera, E. ,2015. Smart tourism destinations: An extended conception of smart cities focusing on human mobility. Springer. In *Information and communication technologies in tourism* (pp. 363–375).
 - 22- Lee, S. , Rodriguez, L. , Sar, S. ,2012. The influence of logo design on country image and willingness to visit: A study of country logos for tourism. *Public Relations Review*, 38(4), 584–591.
 - 23- Liberato, P. , Alen, E. , & Liberato, D. ,2018. Smart tourism destination triggers consumer experience: The case of Porto. *European Journal of Management and Business Economics*, 27(1), 6–25. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-11-2017-0051>
 - 24- Mandić, A. , Praničević, D. G. ,2019. Progress on the role of ICTs in establishing destination appeal. *Journal of*
 - 25- Mariani, M. M. , Machado, I. , Magrelli, V. , & Dwivedi, Y. K. ,2023. Artificial intelligence in innovation research: A systematic review, conceptual framework, and future research directions. *Technovation*, 122, 102623.
 - 26- Marine-Roig, E. , & Clavé, S. A. ,2015. Tourism analytics with massive user-generated content: A case study of Barcelona. *Journal of Destination*

- Marketing & Management, 4(3), 162–172. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.004>
- 27- Neuhofer, B. , Buhalis, D. , & Ladkin, A. ,2012. Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1), 36–46.
 - 28- Schroeder, J. I. , Delhaize, E. , Frommer, W. B. , Guerinot, M. L. , Harrison, M. J. , Herrera-Estrella, L. ,. Sanders, D. ,2013. Using membrane transporters to improve crops for sustainable food production. *Nature*, 497(7447), 60-66.
 - 29- Shafiee, S. , Ghatari, A. R. , Hasanzadeh, A. , Jahanyan, S. ,2019. Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31,287–300. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>
 - 30- Sheehan, L. , Vargas-Sánchez, A. , Presenza, A. , Abbate, T. ,2016. The use of intelligence in tourism destination management: An emerging role for DMOs. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 549–557. <https://doi.org/10.1002/jtr.2072>
 - 31- Sigala, M. ,2018. New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*, 25, 151–155.
 - 32- Sigalat-Signes, E. , Calvo-Palomares, R. , Roig-Merino, B. ,García-Adán, I. ,2019. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? *Journal of Innovation & Knowledge*. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.06.002>.
 - 33- Tran, H. M. , Huertas, A. , & Moreno, A. ,2017. A new framework for the analysis of smart tourism destinations. A comparative case study of two Spanish destinations. In *Congresos-Seminario Destinos Turisticos Inteligentes 2017-Libro de Actas* (pp. 190-214). <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/70149>
 - 34- Van Nguyen, A. T. , Halibas, A. S. , McClelland, R. , Thuan, N. H. , 2024. Configurational analysis of conditions influencing customers' channel switching intention in omnichannel retailing: a fuzzy-set analysis. *Quality & Quantity*, 58(1), 141-178.
 - 35- Wang, D. , Li, X. R. , Li, Y. , 2013. China's "smart tourism destination" initiative: A taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 59-61.
 - 36- Weiss, R. S. ,1995. Learning from strangers: The art and method of qualitative interview studies. Simon and Schuster.
 - 37- World Tourism Organization, U. ,2015. UNWTO Tourism Highlights. 2015 EditionMadrid: World Tourism Organization.

-
- 38- WTTC. ,2016. Travel & Tourism Economic Impact 2016: World. Report prepared by the au- thority on World Travel & Tourism. London, U. K.
- 39- Wunder, S. , Börner, J. , Ezzine-de-Blas, D. , Feder, S. , Pagiola, S. ,2020. Payments for environmental services: Past performance and pending potentials. *Annual Review of Resource Economics*, 12(1), 209-234.
- 40- Xiang, Z. ,2018. From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 147–150. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.023>
- 41- Xiang, Z. , Tussyadiah, I. , Buhalis, D. ,2015. Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 143–144. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.07.001>
- 42- Xin, S. , Tribe, J. , & Chambers, D. , 2013. Conceptual research in tourism. *Annals of Tourism Research*, 41,66–88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.003>

تحلیل و ارزیابی آینده تاب‌آوری شهر الشتر با رویکرد آینده‌پژوهی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۲۴ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۴/۰۵/۲۶

مهدی صفری احمدوند^۱ عباس ملک حسینی^{۲*}

۱- دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

۲- استاد تمام، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران

چکیده

تاب‌آوری رویکرد جدیدی است که در راستای پایداری و حفظ مانایی و ارتقای ظرفیت تحمل منابع و شاخصه‌های توسعه در شهرها در برابر خطرات و آسیب‌ها و مخاطرات مطرح شده است. در مطالعه حاضر با هدف کاربردی- توسعه و با روش‌شناسی توصیفی- تحلیل سعی شده است به تحلیل و ارزیابی آینده تاب‌آوری شهر الشتر با رویکرد آینده پژوهشی بپردازد. برای گردآوری داده‌های توصیفی از روش اسنادی- کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌های تحلیل به روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه بهره برده شد. جامعه نمونه پژوهش ۱۵ نفر از کارشناسان اجرایی و ۱۵ نفر از اساتید دانشگاهی می‌باشند که با شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد پرسش و پاسخ قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزار Micmac و Morphol استفاده گردید. نتایج بدست آمده نشان داد که تحلیل سناریوهای ارائه شده نشان می‌دهد که تاب‌آوری شهر الشتر به شدت تحت تأثیر عوامل کلیدی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. برای جلوگیری از وقوع سناریوهای فاجعه، باید به توسعه اقتصادی، بهبود خدمات زیربنایی و تقویت زیرساخت‌های خدماتی و زیست‌محیطی توجه ویژه‌ای شود. اجرای سیاست‌های پیشگیرانه و برنامه‌ریزی برای بهبود وضعیت شهر در این زمینه‌ها می‌تواند تاب‌آوری شهر را افزایش داده و آن را در برابر بحران‌ها مقاوم‌تر سازد.

واژه‌های کلیدی: تاب‌آوری، سناریو، آینده پژوهشی، شهر الشتر.

* نویسنده رابط: malekhoseini@yahoo.com

مقدمه

شهرها به عنوان مهمترین کانون‌های جمعیتی و اقتصادی، نقش حیاتی در توسعه جوامع بشری دارند. با افزایش جمعیت و توسعه شهرنشینی، اهمیت تاب‌آوری شهری بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است (موزر و همکاران، ۲۰۱۹). تاب‌آوری شهری به توانایی شهرها در مواجهه با بحران‌ها و مشکلات ناشی از بلایای طبیعی، تغییرات اقلیمی، و بحران‌های اجتماعی و اقتصادی اشاره دارد. در این راستا، شهر الشتر به عنوان یکی از شهرهای مهم استان لرستان، با چالش‌ها و فرصت‌های متعددی در زمینه تاب‌آوری مواجه است. شهر الشتر با جمعیتی متنوع و تاریخی غنی، نقش مهمی در منطقه دارد. این شهر به واسطه موقعیت جغرافیایی خود و قرارگیری در نزدیکی مناطق کوهستانی، همواره در معرض خطرات طبیعی مانند زلزله، سیل و رانش زمین قرار داشته است. علاوه بر این، تغییرات اقلیمی و افزایش دمای زمین، منجر به تغییرات قابل توجهی در الگوهای آب و هوایی منطقه شده و مشکلاتی همچون کمبود آب، خشک سالی و افزایش دمای هوا را به همراه داشته است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۳). این چالش‌ها، نیازمند بررسی و تحلیل دقیق تاب‌آوری شهر الشتر و ارائه راهکارهای مناسب برای ارتقاء آن هستند. یکی از رویکردهای مؤثر در بررسی تاب‌آوری شهری، استفاده از مفاهیم و ابزارهای آینده پژوهی است. آینده پژوهی به مطالعه و تحلیل روندها، پیش‌بینی تحولات آتی و ارائه سناریوهای مختلف برای مواجهه با آینده می‌پردازد (پتیس و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به بحران کمبود آب و تغییرات اقلیمی، مدیریت بهینه منابع آب و حفاظت از زمین‌های کشاورزی، اهمیت بیشتری پیدا کرده است. به همین دلیل، تحلیل وضعیت منابع طبیعی و ارائه راهکارهای مدیریتی مناسب، می‌تواند به بهبود تاب‌آوری شهر کمک کند (نامجویان و همکاران، ۱۳۹۶). اهمیت موضوع تاب‌آوری شهری و ضرورت ارائه راهکارهای عملی برای بهبود شرایط شهر الشتر، این پژوهش به تحلیل و ارزیابی جامع تاب‌آوری این شهر می‌پردازد و با استفاده از رویکرد آینده پژوهی، الگویی برای شهری تاب‌آور و پایدار ارائه می‌دهد. هدف نهایی این پژوهش، ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان الشتر و افزایش توانمندی این شهر در مواجهه با بحران‌ها و چالش‌های آتی است. در حال حاضر با توجه به رشد شهرنشینی و افزایش بلایای طبیعی، بررسی و سنجش تاب‌آوری سیستم‌های انسانی و طبیعی در دستیابی به توسعه پایدار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (شکری فیروزجا، ۱۳۹۷).

بنابراین در مقابله با بحران‌های برنامه‌ریزی و طراحی شهری، توجه به اصل انعطاف‌پذیری به عنوان یکی از عوامل ایجاد فضای شهری باکیفیت و تاب‌آور، این فضا را قادر می‌سازد تا در هر زمان گزینه‌های متعددی برای مقابله و کاهش آن داشته باشد. آسیب‌پذیری و اثرات بحران به شهروندان ارائه دهد (حسین زاده دلیر و همکاران، ۱۳۹۸). بویوزکان و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در تحقیق خود مروری بر ادبیات تاب‌آوری شهری را مورد بررسی قرار دادند. تاب‌آوری شهری (UR) یک مفهوم مرکزی برای آماده‌سازی شهرها برای مقابله با بلایا و رویدادهای غیرمنتظره ناشی از شرایط آب و هوایی شدید ناشی از تغییرات آب و هوایی است. این رشته به توسعه راه حل‌ها و مدل‌ها در این زمینه اختصاص

^۱ Boyuzkan

دارد. شهرها به طور سنتی مرکز فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی و رشد اقتصادی بوده و نقش مهمی در توسعه منطقه‌ای و ملی ایفا می‌کنند (کلارک و همکاران^۱، ۲۰۱۸؛ اگوریچنکو^۲، ۲۰۱۸). همچنین تاب‌آوری به یک مفهوم مهم در حکمرانی شهری تبدیل شده است، با این حال، سیاست‌هایی که شهرها در واقع برای ایجاد تاب‌آوری اتخاذ و اجرا می‌کنند تا حد زیادی ناشناخته مانده است. فقدان مطالعات تجربی در مورد سیاست‌های تاب‌آوری مانع از توانایی ما برای توسعه نظریه، طرح سؤالات جدید و آزمایش فرضیه‌ها می‌شود (وودراف و همکاران^۳، ۲۰۲۱). هالینگ^۴ (۱۹۷۳) برای اولین بار واژه تاب‌آوری را به عنوان راه حلی برای درک بهتر پویایی غیرخطی در اکوسیستم وارد مباحث اکولوژی کرد. واژه تاب‌آوری از واژه «resilio» به معنای به طور ناگهانی عقب نشینی کردن استخراج و به معنای توانایی بهبود یا بازسازی است (آنارلی و همکاران^۵، ۲۰۲۰). این رویکرد شامل اقداماتی جهت پیشگیری از مخاطرات و استراتژی‌هایی جهت کاهش مخاطرات است. تاب‌آوری از جهات گوناگون قابل بررسی است و هر مطالعه با توجه به نگرش و دیدگاهی که از آن زاویه به موضوع می‌پردازد و تعاریفی را ارائه می‌دهند (شکری فیروزجاه، ۱۳۹۲). از آنجایی که تاب‌آوری همه بخش‌ها و ملاحظات شهری را در برمی‌گیرد، ابعادی که برای این امر تعریف شده است نیز در همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی در نظر گرفته شده است که به صورت مختصر به هر یک از آنها پرداخته می‌شود (امیرزاده^۶ و همکاران، ۲۰۲۲).

تاب‌آوری اجتماعی: دومین مؤلفه بعد اجتماعی است که از تفاوت ظرفیت اجتماعی در بین جوامع بدست می‌آید. این بعد از تاب‌آوری در دل خود ابعاد اقتصادی، سیاسی، قضایی، نهادی و اجتماعی را دارا است. یک اجتماع تاب‌آور قادر به پاسخگویی به تغییرات یا استرس‌ها به شیوه‌ای مثبت است. همچنین می‌تواند عملکردهای اصلی خود را علی‌رغم تنش‌هایی که وجود دارد به عنوان یک کلیت حفظ کند (اگید^۷ و همکاران، ۲۰۲۳). رویکرد تاب‌آوری اجتماعی روشی برای درک سیستم‌های پویایی است که با تعاملات بین مردم و محیط زیست در ارتباط هستند. تاب‌آوری اجتماعی دورنمای مفیدی برای درک تصمیمات مدیریتی و تغییرات مربوط به منابع طبیعی است به طور خاص‌تر تاب‌آوری اجتماعی با دارا بودن سه ویژگی که وجوه پاسخگویی مردم به حوادث غیرمترقبه را شامل می‌گردد، شناخته می‌شود (زنگ^۸ و همکاران، ۲۰۲۲). این سه جنبه (وجه) عبارتند از: مقاومت، بازیابی و خلاقیت اجتماعی که از تاب‌آوری بالایی برخوردار باشد ظرفیت مفهوم تاب‌آوری اجتماعی به خودی خود نمایش هر سه ویژگی ذکر شده در بالا را نیز دارد (معصومی، ۱۳۹۴).

¹ Clark² Egorichenko³ Wodruff⁴ Halling⁵ Anarelli⁶ Amirzadeh⁷ Egid⁸ Zeng

همان نگرانی‌های مفهوم تاب‌آوری را دارد و علاوه بخاطر اختلاف در تعریف اجتماع پیچیدگی خاصی نیز دارد. به طور نمونه یک اجتماع موجودیتی است که مرزهای جغرافیایی و سرنوشت مشترک دارد. جوامع از محیط‌های ساخته شده طبیعی، اجتماعی و اقتصادی که به طرق پیچیده بر هم تأثیر می‌گذارند، تشکیل می‌شوند (هانگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). همانگونه که تاب‌آوری می‌تواند در سطوح مختلف تحلیل و درک شود تاب‌آوری اجتماعی نیز دارای سطوحی است. تاب‌آوری اقتصادی: در اقتصاد تاب‌آوری به عنوان واکنش و سازگاری ذاتی افراد و جوامع در برابر مخاطرات به طوری که آنها را قادر به کاهش خسارات زیان‌های بالقوه ناشی از مخاطرات سازد تعریف می‌شود (تیلور^۲ و همکاران، ۲۰۲۱)؛ بنابراین تاب‌آوری اقتصادی دارای پیامدهایی بر روی هر پنج خاصیت تاب‌آوری است پیش بینی، مقاومت (پایداری)، جذب، پاسخگویی یا انطباق و بازیابی تاب‌آوری اقتصادی ساختار و عملکرد پیش از شوک را حفظ خواهد کرد. در واقع تاب‌آوری اقتصادی پیوستگی نزدیکی با استاندارد به کار رفته در خصوص تعادل در مسیر اصلی اقتصاد دارد (خطیبی^۳ و همکاران، ۲۰۲۲).

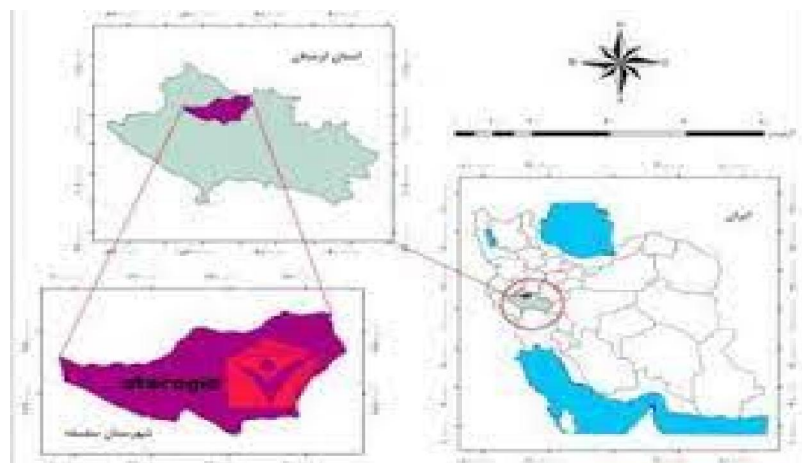
تاب‌آوری زیست محیطی: بعد کالبدی - محیطی (زیرساختی)، اساساً ارزیابی واکنش جامعه و ظرفیت بازیابی بعد از سانحه نظیر پناهگاه، واحدهای مسکونی خالی یا اجارهای و تسهیلات سلامتی را شامل می‌شود. همچنین این شاخص‌ها ارزیابی کلی از مقدار اموال خصوصی که ممکن است در برابر خسارت دائمی و زیان‌های اقتصادی احتمالی، به شکل ویژه‌ای آسیب پذیر باشند در اختیار قرار می‌دهد. یکی از مهمترین زیرساخت‌های آسیب‌پذیر، خانه‌های کم دوام هستند که به یک حادثه فاجعه بار حساس هستند (لیو و سونگ^۴، ۲۰۲۰). به طور کلی تاب‌آوری به عنوان ترکیبی از ایده‌های رایج نظامی است شامل اکوسیستم پایدار، زیر ساخت مهندسی، روانشناسی علوم رفتاری و کاهش خطرات بلایای مختلف می‌باشد. در این میان پیچیدگی عدم قطعیت در هم تنیدگی و عدم امکان پیش‌بینی دقیق از مهمترین ویژگی‌های جهان امروزی و شهر قرن بیست و یکم است که یک نگاه نو برنامه‌ریزی برای حل مسائل شهری را می‌طلبد (ویجایاواردنا^۵ و همکاران، ۲۰۲۳). عدم توانایی در پیش‌بینی دقیق آینده و همچنین جهان امروزی و شهر قونی ناشی از تغییرات روز افزون باعث شد تا محققان از قابلیت‌های دانش نوظهور آینده پژوهی بهره برده و آینده نگاری را وارد بطن فعالیت‌های برنامه‌ریزی و پیش‌بینی تحولات علمی و فناوری کنند (امانیور و همکاران، ۱۳۹۷). دلیل اصلی نقص در طرح‌ها عدم انعطاف مکانی طرح‌ها و نداشتن دیدی جامع و فراگیر، از آینده بود. به منظور حل این مشکلات، از دهه ۷۰ میلادی کشورهای مختلف به سوی دیدگاه‌های جامع راهبردی و برنامه‌ریزی استراتژیک روی آوردند. برنامه‌ریزی بر مبنای سناریو یک روش سیستماتیک برای تفکر خلاقانه و کشف آینده‌های نامشخص و ناممکن است (گودین و رایت^۶، ۲۰۲۱). این سبک از برنامه‌ریزی با استفاده سازمان یافته از داورهای مدیریت شده برای ایجاد خصوصیات روایت گونه از آینده‌های

¹ Hong² Taylor³ Khatibi⁴ Liu, Song⁵ Wijayawardana⁶ Goodwin & Wrigit

ممکن به آینده نگرهای نسبتاً قابل اعتمادی منجر می‌شود (واروم و ملو^۱، ۲۰۱۰). در واقع سناریوها یکی از ابزارهای پرکاربرد مفید در پروژه‌های آینده- پژوهی و برنامه‌ریزی‌های استراتژیک درباره آینده می‌باشند. تحلیل و ارزیابی تاب‌آوری شهر الشتر و ارائه الگوی شهر مطلوب تاب آور با رویکرد آینده پژوهشی، می‌تواند به شهرداران و مدیران شهری کمک کند تا برنامه‌های توسعه و مدیریت شهری را به گونه‌ای طراحی و اجرا کنند که شهر الشتر قادر به مقابله با تحولات و شوک‌های آینده باشد. علاوه بر این، تاب‌آوری شهری به توسعه پایدار شهر نیز کمک می‌کند. با تأمین نیازهای شهروندان در شرایط بحرانی، می‌توان زندگی روزمره شهروندان را بهبود بخشید و از پایداری شهر اطمینان حاصل کرد. همچنین، با استفاده از رویکرد آینده پژوهشی، می‌توان به شناسایی راهکارهای نوآورانه و پیشگامانه برای تاب‌آوری شهر الشتر پرداخت و از تحولات و تهدیدات آینده در نظر گرفت. بنابراین، تحلیل و ارزیابی تاب‌آوری شهر الشتر و ارائه الگوی شهر مطلوب تاب آور با رویکرد آینده پژوهشی بسیار ضروری است. این تحلیل و ارزیابی باید با دقت و دستاوردهای علمی روز دنیا صورت گیرد تا بتواند بهبود و توسعه پایدار شهر الشتر را تضمین کند.

معرفی منطقه مورد بررسی

الشتر مرکز شهرستان سلسله در شمال استان لرستان در غرب ایران است. مردم الشتر به زبان لکی صحبت می‌کنند. شهر الشتر یکی از زیباترین منطقه‌های گردشگری استان لرستان می‌باشد و به دلیل منطقه جغرافیایی دارای آب و هوای معتدل است. این شهر در ۴۸ کیلومتری شمال خرم‌آباد (مرکز استان) و ۱۱ کیلومتری راه خرم‌آباد به نورآباد واقع شده که ادامه این راه پس از عبور از هرسین، به کرمانشاه منتهی می‌شود. آب و هوای این ناحیه از لرستان، معتدل و نیمه‌خشک است و حداکثر دمای آن در تابستان به ۳۹ و حداقل آن در زمستان به ۷- درجه سانتی‌گراد می‌رسد.

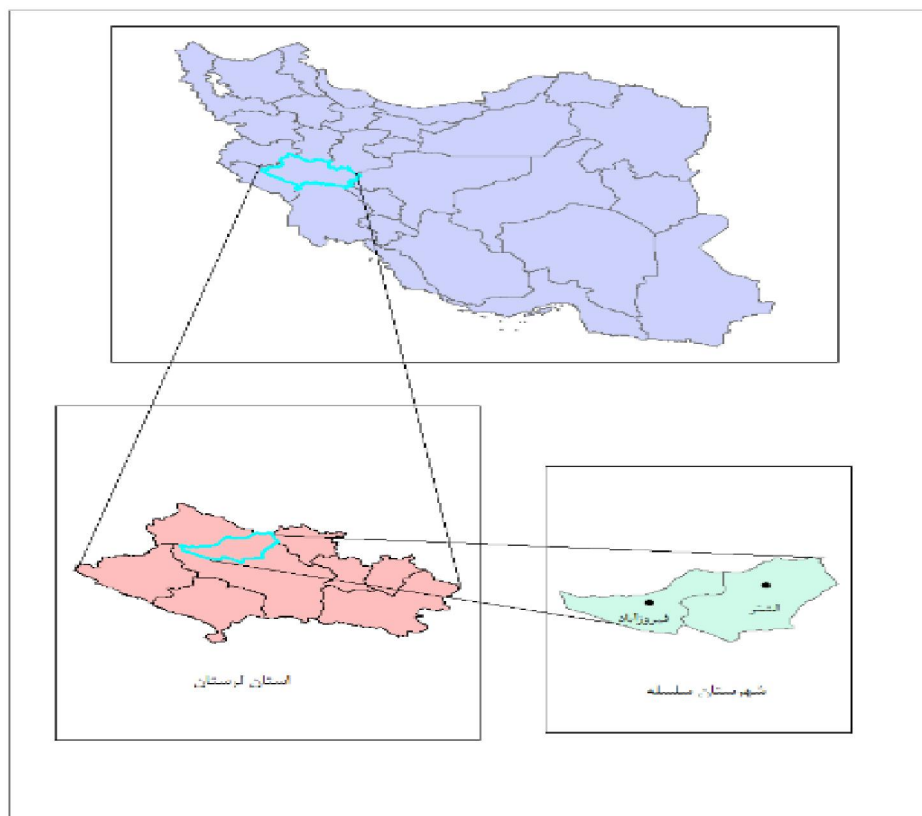


شکل ۱- موقعیت منطقه مورد مطالعه (ترسیم: نگارندگان)

¹ Varum & Melo

موقعیت جغرافیایی شهر الشتر

شهر الشتر در موقعیت جغرافیایی ۴۸ درجه و ۱۵ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۲۰ دقیقه طول شرقی و ۳۳ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۵۵ دقیقه عرض شمالی با ۱۶۲۰ متر ارتفاع از سطح دریا قرار گرفته است. این شهر در شمال شرقی شهرستان سلسله قرار دارد و شهر نورآباد مرکز شهرستان دلفان در شمال غرب و شهر خرم آباد مرکز استان لرستان در ۴۸ کیلومتری جنوب آن واقع است (علی پور و همکاران، ۱۳۹۵). این شهر در میان یازده شهرستان استان، مقام ششم را شامل می‌باشد. شهرستان الشتر شامل دو بخش مرکزی و فیروزآباد (جمعا ۶ روستا، ۲۶۸ آبادی شامل سکنه) و دو نقطه شهری است (رشنو فر و یوسفوند، ۱۴۰۰). جمعیت شهر الشتر طبق آخرین آمار ۷۳۱۵۴ نفر بوده است (سرشماری نفوس و مسکن مرکز آمار استان، ۱۳۹۵).



شکل ۲- نقشه موقعیت منطقه مورد مطالعه (مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳)

روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. در مرحله اول به منظور تعیین میزان تاب‌آوری به ابعاد و شاخص‌هایی نیاز بود تا بتوان بر اساس آن معیارهای تعیین آسیب‌پذیری و آسیب‌رسانی در محدوده موردنظر را مشخص نمود. برای جمع‌آوری داده‌ها و شناسایی متغیرهای اولیه پس از بررسی منابع مطالعاتی، مختلف در نهایت ۴۰ متغیر جهت ارزیابی انتخاب شدند. با توجه به این که برای

تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار؛ SPSS, MetaSWOT, Micmac و Morphol, استفاده خواهد شد. پرسشنامه به صورت ماتریس اثرات متقابل تنظیم و به پیمایش نظرات کارشناسان و متخصصان پرداخته شد. برای شناسایی عوامل کلیدی توسط نرم افزار Micmac پس از شناسایی عوامل تأثیرگذار در تاب‌آوری شهر الشتر پرسشنامه تأثیرات متقابل طراحی و روایی آن توسط کارشناسان تأیید شد. سپس با استناد به منابع مختلف تعداد ۳۰ پرسشنامه بین اساتید و کارشناسان آگاه به مسائل شهری (۱۵ نفر از کارشناسان اجرایی و ۱۵ نفر از اساتید دانشگاهی) توزیع و سپس از آنها خواسته می‌شود تا در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع، متغیرها را بر مبنای میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها با اعدادی در طیف ۰ تا ۳۰ که در آن صفر به منزله بدون تأثیر، یک به منزله تأثیر ضعیف دو به منزله تأثیر متوسط، سه به معنی تأثیر زیاد و P به معنای اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم به صورت بالقوه هستند بسنجند. پس از امتیازدهی شاخص‌ها بر حسب میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آنها در قالب ماتریس اثرات متقاطع با محاسبه میزان ضریب پرشدگی داده‌ها، صحت ابزار گردآوری داده‌ها سنجیده شده است و با توجه به ماتریس به دست آمده متغیرهای کلیدی پژوهش شناسایی شدند. در گام بعدی پس از شناسایی نیروهای پیشران کلیدی با وارد کردن آنها در محیط نرم‌افزار Morphol، سناریوهای سازگار با سیستم در طیفی از سناریوهای میانه مطلوب و فاجعه ارائه خواهد گردید.

برای تجزیه و تحلیل نتایج تحقیق از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده می‌گردد. در آمار توصیفی که معمولاً به توصیف داده‌ها می‌پردازد از شاخصهای تمایل مرکزی و شاخصهای پراکندگی برای بیان داده‌های آوری شده استفاده میشود. برای نمایش و نشان دادن نتایج کار معمولاً از جداول توزیع فراوانی بر اساس تعداد موارد مطلق و نسبی درصد ستونی استفاده میشود. در آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌های جهت بررسی مؤلفه‌ها از نرم افزار Micmac و Morphol استفاده می‌شود. پرسشنامه به صورت ماتریس اثرات متقابل تنظیم و به پیمایش نظرات کارشناسان و متخصصان پرداخته است.

جدول ۱- شاخص‌ها و معرف‌های تاب‌آوری شهری

شاخص‌ها	معرف
اجتماعی- فرهنگی	آگاهی، دانش، درک محلی از خطر، سلامتی و رفاه، سن، زبان، کیفیت خدمات بهداشتی و درمانی، میزان دسترسی به خدمات آموزشی، میزان دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی، کیفیت فضاهای آموزشی، میزان مشارکت ساکنان، میزان تعلق شهروندان، امنیت
اقتصادی	ظرفیت یا توانایی برگشت به شرایط شغلی و درآمدی مناسب در قالب درآمد، منابع درآمد، سرمایه، دسترسی به خدمات مالی، پس‌اندازها و سرمایه‌های خانوار، شدت خسارت‌ها، بیمه، احیای فعالیتهای اقتصادی بعد از یک سانحه، اشتغال، کیفیت خدمات دولتی و اداری، کیفیت دسترسی به خدمات زیربنایی
زیست‌محیطی	حفاظت از گونه‌های محیط‌زیست، سیل و مخاطرات؛ آلودگی‌ها(آلودگی آب، آلودگی هوا، آلودگی خاک، آلودگی صوتی، زباله و فاضلاب شهری) تنوع زیست‌محیطی؛ خصوصیات جغرافیایی؛ اقلیم؛ کیفیت فضای سبز شهری؛ میزان پارک‌ها؛ کیفیت جمع‌آوری فاضلاب؛ کیفیت جمع‌آوری و دفع

شاخص‌ها	معرف
	زباله

(مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳)

یافته‌های تحقیق

در این گام فرض‌های مطرح‌شده برای هرکدام از متغیرها با استفاده از نظر کارشناسان طراحی و تدوین گردید. سپس با استفاده از نظر کارشناسان وزن‌هایی به هرکدام از فرض‌ها بر اساس دو پارامتر میزان مهم بودن به‌صورت کیفی (از ایدئال، خوش‌بینانه، بینابین و بدبین) و کمی، احتمال وقوع هر فرض ارائه گردید.

جدول ۲- فرضیات مطرح‌شده برای هر متغیر

Hypothesis ۴	Hypothesis ۳	Hypothesis ۲	Hypothesis ۱	Variable	Domain
-----	افزایش میزان پس‌انداز شهروندان به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم کیفیت زندگی	تداوم وضعیت کنونی و کمتر شدن وضعیت پس‌انداز	بدتر شدن شرایط اقتصادی و کاهش میزان پس‌انداز شهروندان به‌عنوان یک شاخص مهم اقتصادی	۱- پس‌انداز	اقتصادی
ادامه روند کنونی فعالیت‌های اقتصادی	بدتر شدن وضعیت احیای فعالیت‌های اقتصادی با ادامه تحریم‌های بین‌المللی	بهبود شدن وضعیت احیای فعالیت‌های اقتصادی با توجه به تغییر و تحولات مدیریتی کلان	نبود چشم‌انداز روشن در زمینه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در زمینه فعالیت‌های اقتصادی	۲- احیای فعالیت‌های اقتصادی	
حفظ وضعیت موجود	دخالت پیش‌رانه‌های شگفت‌انگیز غیرقابل پیش‌بینی به مانند حذف تحریم‌های بین‌المللی	افزایش سطح دسترسی به خدمات مالی بهتر در زمینه‌های مختلف اقتصادی از جمله خدمات بانکی	شکندنده‌تر شدن اوضاع و نبود دسترسی مناسب به خدمات مالی	۳- دسترسی به خدمات مالی	
ادامه روند کنونی	متأثر شدن اشتغال از پارامترهای مدیریتی کلان کشور و بین‌المللی در زمینه تحریم‌ها	عدم تغییر در وضعیت کنونی و ضعف ساختاری در ایجاد اشتغال به عنوان یک شاخص مهم تاب‌آور	تغییر و تحول در حوزه اشتغال و چندوجهی شدن آن با توجه به تحولات کلان اقتصادی	۴- اشتغال	
مهاجرت نخبگان حوزه درمان و کم شدن بیشتر کیفیت خدمات درمانی	رابطه مستقیم بین برداشتن تحریم‌های بین‌المللی و افزایش کیفیت خدمات درمانی	مناسب شدن اوضاع در زمینه کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی به دلایل تغییرات	ضعف در زمینه افزایش کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی در آینده شهر	۵- کیفیت خدمات درمانی	اجتماعی

Doma in	Variable	۱ Hypothesis	۲ Hypothesis	۳ Hypothesis	۴ Hypothesis
	بهداشتی		مدیریتی در آینده کلان کشور	در آینده	
	۶ - کیفیت خدمات آموزشی	تداوم شرایط کنونی در زمینه کیفیت خدمات آموزشی	عدم برنامه ریزی مناسب در حوزه کلان و نهایتاً متاثر شدن شهر الشتر از این فرآیند در آینده آموزش کشور	بهبتر شدن وضعیت کیفیت آموزش در شهر الشتر در آینده با تغییرات مدیریتی کلان	نداشتن چشم اندازی روشن و مشخص در زمینه تغییر و تحول کیفیت آموزش شهر الشتر
	۷ - خدمات زیربنایی	نداشتن برنامه ریزی مناسب برای بهبود وضعیت خدمات زیربنایی شهر الشتر در آینده	تغییر و تحول در زمینه خدمات زیربنایی شهر الشتر با سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی	تدام روند کنونی و فرسودگی بیش از حد زیربناهای تاب آور شهر الشتر	تغییرات اساسی در این زمینه با توجه به پیشرانهای شگفت انگیز غیرقابل پیش بینی
	۸ - خدمات دولتی و اداری	بهبتر شدن وضعیت زیرساخت‌های خدمات دولتی و اداری شهر الشتر با تأثیر از پیشرانهای مهم و غیر قابل پیش بینی	نارضایتی عمومی از خدمات دولتی و اداری شهر الشتر در آینده به عنوان یک شاخص مهم در تاب‌آوری شهری	تداوم روند کنونی و فرسودگی بیشتر زیرساخت‌های خدمات دولتی و اداری شهر	عدم برنامه‌ریزی مناسب در زمینه ارائه خدمات دولتی و اداری شهر الشتر در آینده جهت وابستگی کمتر به مرکز استان
	۹ - زباله و فاضلاب شهری	عدم برنامه‌ریزی مناسب در آینده شهر الشتر جهت مواجهه با مسائل زیست محیطی	وجود زباله‌ها و فاضلاب شهری به عنوان یک شاخص تاب آور زیست محیطی در شهر الشتر وضعیت مناسبی ندارد.	تداوم وضعیت نامناسب زیست محیطی شهر الشتر در آینده	----- --
زیست محیطی	۱۰ - سیل و مخاطرات طبیعی	برنامه‌ریزی در زمینه جلوگیری از تبدیل شدن مخاطرات طبیعی به عنوان یک شاخص مهم تهدید کننده تاب‌آوری شهر الشتر مخصوصاً در زمینه کشاورزی و گردشگری	نداشتن چشم انداز و برنامه‌ریزی مناسب در مواجهه با مخاطرات طبیعی تهدید کننده تاب‌آوری شهر الشتر	با توجه به شرایط اقلیمی و جغرافیایی مخاطرات طبیعی در آینده شهر الشتر بر تاب‌آوری شهر دارای اثرگذاری بالایی هستند.	ادامه روند کنونی و نبود برنامه‌ریزی مناسب

(مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳)

گام سوم: انتخاب سناریوهای ارجح

در این مرحله بعد از آنکه فرض‌های هر کدام از متغیرها تاب‌آوری شهر الشتر امتیازدهی شد. جدول خروجی ارائه گردید و در خروجی نهایی بر اساس احتمالات در نظر گرفته شده و وزن‌هایی داده شده به هر فرض توسط نخبگان، در نهایت ۲۵۰۰ هزار سناریو به عنوان خروجی نرم‌افزار ارائه شد و پس از تحلیل نرم افزار مورفول تعداد ۱۵۰۰ سناریو به عنوان سناریوهای دارای اعتبار شناسایی گردید و از آنجاکه تحلیل این تعداد سناریو امکان‌پذیر نمی‌باشد. در نهایت با توجه به خروجی نرم‌افزار و تحلیل محقق تعداد ۸ سناریو با توجه به تکرار ۹۰٪ به بالا در سناریوهای بعدی به عنوان سناریوهای معنی‌دار انتخاب گردید و مورد تحلیل قرار گرفته شد.

جدول ۳- مشخصات کمی سناریوهای خروجی نرم‌افزار

تعداد	توضیحات
۲۵۰۰	تعداد سناریوها
۱۵۰۰	تعداد سناریوهای دارای اعتبار
۸	تعداد سناریوهای انتخابی

(مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳)

گام چهارم: تحلیل مورفولوژیک با استفاده از نرم‌افزار مورفول به‌طور کلی در تحلیل مورفولوژیک چهار داده ورودی اصلی برای تحلیل مورد نیاز است: تعیین متغیرهای کلیدی

تعیین فرض‌های از وضعیت احتمالی متغیرهای کلیدی در آینده مد نظر (به روش دلفی و برگزاری کارگاه آینده‌نگری)

تعیین وزن احتمالی بین فرض‌های یک جزء که نشان از میزان وقوع یک فرض نسبت به فرض‌های دیگر در همان جزء دارد (به روش دلفی و برگزاری کارگاه آینده‌نگری)
تعیین مهم‌ترین یا به عبارتی مرجح‌ترین ارتباط‌های بین فرض‌های اجزا مختلف (به روش دلفی و برگزاری کارگاه آینده‌نگری). (زالی و زمانی پور، ۱۳۹۴: ۸).

در این مرحله برای کیفیت‌سنجی سناریوها و تعیین میزان مقاومت و پایداری هر سناریو در برابر تغییرات احتمالی و پیش‌بینی نشده به‌مانند (تحریم‌های بین‌المللی) از تحلیل اینرسی استفاده شده است. تحلیل اینرسی یکی از مهم‌ترین کمیت‌هایی است که در نتایج تجزیه و تحلیل مورفولوژیک به هر یک از سناریوها نسبت داده می‌شود. اینرسی مبین میزان مقاومت هر سناریو در برابر تغییرات مثبت و منفی احتمالی است. در واقع اینرسی بالای یک سناریو حاکی از آن است که فرضیات تشکیل‌دهنده آن سناریو نه تنها دارای بیشترین احتمال وقوع بلکه بیشترین میزان تکرار در سناریوهای بعدی را نیز دارا هستند (زمانی پور، ۱۳۹۳: ۱۰۳). در تحلیل اینرسی صورت گرفته بر روی سناریوهای مطرح شده تاب‌آوری شهر الشتر، سناریوی اول با ۶ فرض دارای بیشترین اینرسی شناسایی گردید؛ و سناریوی سوم تا پنجم هر کدام با یک تغییر فرض نسبت به سناریوهای بعدی دارای بیشترین میزان اینرسی و

مقاومت بوده‌اند و از سناریوی پنجم به بعد میزان اینرسی سناریو دچار افت گردیده است و از سناریوی ۲۵ به بعد این میزان تقریباً به صفر رسیده است.

جدول ۴- میزان اینرسی سناریوها

سناریوها	میزان اینرسی
۱S	۶/۳۵
۲S	۵/۵
۳S	۴/۹۱
۴S	۴/۷۶
۵S	۴/۶۵
۶S	۴/۶۵
۷S	۳/۳۴
۸S	۱/۶۹

(مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳)

بنابراین در این مرحله بعد از ارائه نظر نخبگان و میزان اینرسی به دست آمده برای هر سناریو، مهم‌ترین و محتمل‌ترین سناریوهای تاب‌آوری شهر الشتر ارائه گردید. در فرآیندها و پژوهش‌های آینده‌پژوهی، از آن جاییکه متغیر و مؤلفه‌های اثرگذار بر یک پدیده، به صورت مستقل وجود نداشته و با همدیگر ارتباط دارند و بر یکدیگر اثر می‌گذارند، لذا شناسایی و درک روابط بین پدیده‌ها و مؤلفه‌ها از اهمیت ویژه و اساسی برخوردار می‌باشد و هر مسئله یا مبحثی متشکل از شبکه‌هایی از عوامل و متغیرهایی بوده که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر همدیگر اثرگذار می‌باشند، لذا ضروری است در تجزیه و تحلیل‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای خود از یک دید شبکه‌ای و متقابل استفاده نماییم (رنجبر حیدری و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۳). در اینجا، برای تدوین و ارائه هر سناریو نخبگان در ابتدا به احتمالات هر کدام از متغیرهای کلان با ظرفیت‌های شهر الشتر توجه نموده‌اند و نظر و امتیاز خود را ارائه داده‌اند بنابراین سناریوهای مطرح شده کاملاً بر اساس نحوه ارتباط و اثرگذاری متقابل متغیرهای کلان و ظرفیت‌های موجود شهر الشتر نسبت به همدیگر ارائه شده‌اند. بدین گونه که؛ فرض‌های مختلف مطرح شده برای متغیر با استفاده از روش دلفی و نظر کارشناسان، با این منطق که هر گروه از فرض‌های مرتبط با متغیرها می‌بایست دارای ارتباط، انسجام، احتمال وقوع، اهمیت و شفافیت باشد، تدوین شده است. در اینجا و با توجه به خروجی سناریوها مشخص است کارشناسان از ۱۰ سناریوی ممکن تعداد ۱ سناریو مطلوب، ۳ سناریوی بینابین و ۶ سناریوی فاجعه را تعیین و پیش‌بینی کرده‌اند. به طوری که برای متغیر کلیدی بهبود وضعیت خدمات دولتی و ادارات وضعیت مطلوبی را پیش‌بینی کردند و همچنین در متغیرهای کلیدی؛ احیای فعالیت‌های اقتصادی، پس‌انداز، دسترسی به خدمات مالی، کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی، خدمات زیربنایی در حوزه‌های مختلف و زباله و جمع‌آوری فاضلاب شهری در بعد زیست‌محیطی وضعیت مطلوبی پیش‌بینی نکردند. همچنین متغیرهای کلیدی؛ اشتغال، خدمات آموزشی و سیل و مخاطرات طبیعی برای آینده وضعیتی بینابین دارند.

جدول ۵- سناریوهای نهایی

ردیف	عامل کلیدی	سناریو	وضعیت سناریو
۱	پس انداز	بدتر شدن شرایط اقتصادی و کاهش میزان پس انداز شهروندان به عنوان یک شاخص مهم اقتصادی	سناریوی فاجعه
۲	احیای فعالیت های اقتصادی	نبود چشم انداز روشن در زمینه سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی در زمینه احیای فعالیت های اقتصادی	سناریوی فاجعه
۳	دسترسی به خدمات مالی	شکسته تر شدن اوضاع و نبود دسترسی مناسب به خدمات مالی	سناریوی فاجعه
۴	اشتغال	تغییر و تحول در حوزه اشتغال و چندوجهی شدن آن با توجه به تحولات کلان اقتصادی	سناریو بینابین
۵	کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی	ضعف در زمینه افزایش کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی در آینده شهر	سناریو فاجعه
۶	کیفیت خدمات آموزشی	تداوم شرایط کنونی در زمینه کیفیت خدمات آموزشی	سناریو بینابین
۷	خدمات زیربنایی	نداشتن برنامه ریزی مناسب برای بهبود وضعیت خدمات زیربنایی شهر الشتر در آینده	سناریو فاجعه
۸	خدمات دولتی و اداری	بهبتر شدن وضعیت زیرساخت های خدمات دولتی و اداری شهر الشتر با تأثیر از پیشران های مهم و غیرقابل پیش بینی	سناریو مطلوب
۹	زباله و فاضلاب شهری	تداوم وضعیت نامناسب زیست محیطی شهر الشتر در آینده	سناریو فاجعه
۱۰	سیل و مخاطرات طبیعی	برنامه ریزی در زمینه جلوگیری از تبدیل شدن مخاطرات طبیعی به عنوان یک شاخص مهم تهدیدکننده تاب آوری شهر الشتر مخصوصاً در زمینه کشاورزی و گردشگری	سناریوی بینابین

(مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۳)

بحث و نتیجه گیری

پژوهش هایی در زمینه تحلیل و ارزیابی تاب آوری شهر الشتر با رویکرد آینده پژوهی وجود دارد که وضعیت کاربری اراضی و تاب آوری این شهر در برابر مخاطرات محیطی مانند زلزله را بررسی کرده اند. این مطالعات نشان می دهند که شهر الشتر از تاب آوری مناسبی در کاربری اراضی در برابر زلزله برخوردار نیست و برخی نواحی شهر تاب آوری کمتری دارند. همچنین تأکید شده است که با نگاهی ویژه به مدیریت شهری و برنامه ریزی آینده نگر می توان میزان آسیب پذیری و خطرات را کاهش داد و تاب آوری شهر را افزایش داد. رویکرد آینده پژوهی در تحلیل تاب آوری شهری به معنای بررسی و پیش بینی وضعیت های مختلف آینده و تعیین سناریوهای مطلوب یا بحرانی برای سیستم تاب آوری است تا برنامه ریزی های استراتژیک و توسعه ای بر اساس آن انجام شود. این رویکرد چند بُعدی (اجتماعی، اقتصادی، ساختاری-کالبدی و زیست محیطی) را در نظر می گیرد و عوامل کلیدی تأثیرگذار بر تاب آوری را شناسایی می کند. در نتیجه، تحلیل آینده پژوهانه برای ارزیابی تاب آوری شهر الشتر می تواند شامل شناسایی نقاط آسیب پذیر، تعیین شاخص های کلیدی تاب آوری و توسعه سناریوهای

مختلف جهت افزایش تاب آوری در مقابل مخاطرات محیطی و طبیعی باشد. برنامه ریزی مدیریتی و ایجاد زیرساخت های لازم اهمیت ویژه ای دارد.

تحلیل سناریوهای ارائه شده برای تاب آوری شهر الشتر نشان می دهد که عوامل مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیربنایی و زیست محیطی به طور هم زمان بر وضعیت تاب آوری این شهر تأثیر می گذارند. هر سناریو بسته به نقش عامل کلیدی خود می تواند مسیرهای متفاوتی برای آینده تاب آوری شهر رقم بزند. در این تحلیل، سناریوها به سه دسته فاجعه، بینابین و مطلوب تقسیم شده اند که هر یک پیامدهای خاص خود را دارند. نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر با تحقیقات ساکت و همکاران (۱۴۰۲) همراستا بوده که نشان دادند میان متغیرهای بهبود سطح تاب آوری شهری و کاهش مخاطرات طبیعی ارتباط مستقیم و معنادار و همبستگی بسیار قوی برقرار است. به علاوه، بعد ساختاری-کالبدی و مولفه برخورداری از ساختار و بافت شهری مطلوب و سازگار و بعد اجتماعی فرهنگی و مولفه وضعیت پویایی و تنوع اقتصادی به ترتیب بیشترین و کمترین سطح اهمیت و اولویت و مطلوبیت را نسبت به سایر ابعاد و مولفه های مطالعاتی به خود اختصاص داده اند. آراسته و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که در صورت ایجاد و تأمین زیرساخت های اجتماعی، اقتصادی، ساختاری-کالبدی و محیط زیستی و برنامه ریزی های استراتژیک و آینده نگرانه در عرصه تاب آوری در سطوح مختلف برنامه ریزی شهری، سناریوی مطلوب برای آینده کلانشهر مشهد دنبال خواهد شد. در غیر این صورت در بلندمدت با تخریب و عدم تأمین زیرساخت های ضروری، تحقق سناریوی فاجعه و تخریب عناصر تاب آوری در کلانشهر مشهد سرعت می گیرد.

سناریوی فاجعه: پس انداز و اوضاع اقتصادی: در سناریوی فاجعه، کاهش پس انداز شهروندان به عنوان یک شاخص اقتصادی مهم، بر تاب آوری اقتصادی شهر تأثیر منفی می گذارد. کاهش میزان پس انداز منجر به تضعیف توانایی مالی افراد برای مواجهه با بحران ها و کاهش سرمایه گذاری در پروژه های اقتصادی و اجتماعی می شود. این موضوع می تواند موجب تشدید فقر و نابرابری ها شود و توسعه پایدار را با مشکل مواجه کند.

سناریوی فاجعه: احیای فعالیت های اقتصادی: نبود چشم انداز روشن در زمینه سرمایه گذاری، به ویژه از سوی بخش خصوصی و دولتی، نشان دهنده عدم توانایی شهر در احیای فعالیت های اقتصادی است. این وضعیت منجر به افزایش نرخ بیکاری و کاهش فرصت های شغلی می شود، که نتیجه آن کاهش توان مالی افراد و تضعیف اقتصاد محلی است. احیای اقتصادی یکی از عوامل کلیدی در تاب آوری شهر است، و بدون آن، شهر در برابر بحران ها بسیار آسیب پذیر خواهد بود.

سناریوی فاجعه: دسترسی به خدمات مالی: نبود دسترسی مناسب به خدمات مالی در این سناریو نشان دهنده شکنندگی نظام اقتصادی و ناتوانی شهروندان در مقابله با بحران های مالی است. نبود خدمات مالی کارآمد، مثل بانک ها یا نهادهای اعتباری، مانع از رشد اقتصادی و توانمندسازی افراد می شود و تاب آوری اقتصادی شهر را کاهش می دهد. این وضعیت می تواند به گسترش فقر و عدم توانایی در تأمین نیازهای اساسی منجر شود.

سناریوی بینابین: اشتغال: تغییر و تحول در حوزه اشتغال و چندوجهی شدن آن به عنوان

یک سناریوی بینابین نشان می‌دهد که با وجود چالش‌ها، می‌توان برخی از فرصت‌های جدید شغلی را در نظر گرفت. هرچند که این وضعیت به‌طور کامل مطلوب نیست، اما بهبود نسبی در حوزه اشتغال می‌تواند به تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی شهر کمک کند. تحول در بازار کار و ایجاد مشاغل جدید در صنایع مختلف می‌تواند از شکنندگی اقتصادی جلوگیری کند.

سناریوی فاجعه: خدمات درمانی و بهداشتی: ضعف در کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی یکی از شاخص‌های کلیدی است که در این سناریوی فاجعه می‌تواند به شدت بر سلامت و رفاه عمومی شهروندان تأثیر بگذارد. کیفیت پایین خدمات بهداشتی باعث افزایش آسیب‌پذیری در برابر بیماری‌ها و کاهش توانایی جامعه در مواجهه با بحران‌های بهداشتی می‌شود. بهبود این خدمات از اهمیت حیاتی برخوردار است.

سناریوی بینابین: کیفیت خدمات آموزشی: در این سناریوی بینابین، تداوم وضعیت کنونی کیفیت خدمات آموزشی نشان می‌دهد که اگرچه تغییرات عمده‌ای در این حوزه رخ نخواهد داد، اما حفظ وضعیت فعلی حداقل از بروز بحران‌های آموزشی جلوگیری می‌کند. آموزش به عنوان یک ستون اساسی در تاب‌آوری اجتماعی، می‌تواند به رشد شهر و تقویت توانمندی‌های جامعه در آینده کمک کند.

سناریوی فاجعه: خدمات زیربنایی: نبود برنامه‌ریزی مناسب برای بهبود وضعیت خدمات زیربنایی در این سناریوی فاجعه، به کاهش شدید تاب‌آوری شهری می‌انجامد. نبود زیرساخت‌های مناسب می‌تواند منجر به مشکلات جدی در حوزه‌هایی مانند حمل‌ونقل، تأمین آب و انرژی و خدمات پایه شود که تاب‌آوری کلی شهر را کاهش می‌دهد و کیفیت زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

سناریوی مطلوب: خدمات دولتی و اداری: در این سناریوی مطلوب، بهبود زیرساخت‌های خدمات دولتی و اداری شهر الشتر نشان‌دهنده نقش مهم دولت در افزایش تاب‌آوری است. بهبود خدمات دولتی منجر به تقویت نظام حکمرانی و افزایش کارآمدی سیاست‌های عمومی می‌شود که خود به افزایش توانایی شهر در مقابله با بحران‌ها و حفظ پایداری کمک می‌کند.

سناریوی فاجعه: زباله و فاضلاب شهری: تداوم وضعیت نامناسب در مدیریت زباله و فاضلاب شهری به عنوان یک سناریوی فاجعه می‌تواند به مشکلات جدی زیست‌محیطی و بهداشتی منجر شود. مدیریت نامناسب فاضلاب و زباله باعث آلودگی محیط‌زیست، کاهش کیفیت زندگی و افزایش بیماری‌ها می‌شود و تاب‌آوری زیست‌محیطی شهر را به شدت تضعیف می‌کند.

سناریوی بینابین: مخاطرات طبیعی: در این سناریوی بینابین، برنامه‌ریزی‌های انجام شده برای جلوگیری از تبدیل مخاطرات طبیعی به بحران‌های جدی، نشان از یک رویکرد مدیریتی محتاطانه دارد. این سناریو بیان می‌کند که اگرچه مخاطرات طبیعی به‌طور کامل مهار نخواهند شد، اما با مدیریت مناسب می‌توان از شدت آسیب‌ها کاست و تا حدی تاب‌آوری در برابر مخاطرات طبیعی مانند سیل و زلزله را افزایش داد.

تحلیل سناریوهای ارائه شده نشان می‌دهد که تاب‌آوری شهر الشتر به شدت تحت تأثیر عوامل کلیدی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. برای جلوگیری از وقوع سناریوهای فاجعه، باید به

توسعه اقتصادی، بهبود خدمات زیربنایی و تقویت زیرساخت‌های خدماتی و زیست‌محیطی توجه ویژه‌ای شود. اجرای سیاست‌های پیشگیرانه و برنامه‌ریزی برای بهبود وضعیت شهر در این زمینه‌ها می‌تواند تاب‌آوری شهر را افزایش داده و آن را در برابر بحران‌ها مقاوم‌تر سازد.

منابع و مآخذ:

- ۱- آراسته، باغبان، باغبان، و ساجده. (۱۳۹۹). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر تاب‌آوری شهری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد). برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۷(۲)، ۶۳-۷۸.
- ۲- امانپور، سعید، ملکی، سعید، صفایی پور، مسعود و امیری فہلیانی، محمدرضا (۱۳۹۷). تحلیل وضعیت و تعیین استراتژیهای مبتنی بر سناریو در تاب‌آوری شهری (موردپژوهی؛ کلانشهر اهواز)، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۹(۳۵)، ۳۱-۴۶.
- ۳- حسین‌زاده‌ی دلیر، کریم، محمدیان، سرداری، رؤیا. (۱۳۹۸). مروری بر مفهوم تاب‌آوری شهری. مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری، ۷(۲)، ۶۹-۷۸.
- ۴- ساکت حسنلوئی، میثم و آقابگلو، شاهین و اسدی، هیوا و سلگی، میلاد، (۱۴۰۲) واکاوی ابعاد و مولفه‌های تاب‌آوری شهری با تأکید بر تغییرات اقلیمی مطالعه موردی: ارزیابی تطبیقی شهرهای نرده و قروه، فصلنامه رهپویه معماری و شهرسازی، دوره ۲، شماره ۱.
- ۵- شکری فیروزجاه، پری (۱۳۹۷). سنجش میزان تاب‌آوری شهرها در برابر مخاطرات طبیعی (مطالعه موردی: شهر بابل) - مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ص ۳۶۶-۶۷۸.
- ۶- معصومی، لیل (۱۳۹۴)، تأثیر سبک زندگی بر انعطاف‌پذیری شهری (مطالعه تطبیقی: مناطق ۱ و ۱۹ شهر تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری-آمایش شهری، دانشگاه شهید بهشتی.
- ۷- نامجویان، ف. ، رضویان، م. ت. ، و سرور، ر. (۱۳۹۸). ارتقای سطح تاب‌آوری کلانشهر تهران در برابر سوانح طبیعی با تأکید بر زلزله. پژوهشهای جغرافیای انسان ، ۵۱(۴)، ۱۰۳۱-۱۰۱۱.
- 8- Amirzadeh, M. , Sobhaninia, S. , & Sharifi, A. (2022). Urban resilience: A vague or an evolutionary concept?. *Sustainable Cities and Society*, 81, 103853.
- 9- Annarelli, A. , Battistella, C. , Nonino, F. (2020). A framework to evaluate the effects of organizational resilience on service quality. *Sustainability*, 12(3), 958-973.
- 10- Clark, J. , Harrison, J. , Miguelez, E. (2018). Connecting cities, revitalizing regions: the centrality of cities to regional development. *Regional Studies*, 52(8), 1025.
- 11- Egid, B. R. , Jaramillo, M. H. , Lindsay, T. C. , Lopez Villegas, C. I. , Mohan, K. , Ozano, K. , . . . & Wilson, A. L. (2023). Integrating city resilience and mosquito-borne diseases—a multi-site case study from the Resilient Cities Network. *Cities & Health*, 7(3), 348-362.
- 12- Egoreichenko, A. B. (2018). Cities of the future: Socio-cultural aspect of urban innovations. In *European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*
- 13- Goodwin, P. and Wright, G (2021). “Enhancing strategy evaluation in scenario planning: a role for decision analysis”. *Journal of management studies*, 38(1), 1- 16.

- 14- Hong, T. , Wang, B. , & Li, L. (2022). The coupling relationship between urban resilience level and urbanization level in Hefei. *Mathematical Problems in Engineering*, 1-8.
- 15- Khatibi, H. , Wilkinson, S. , Eriwata, G. , Sweya, L. N. , Baghersad, M. , Dianat, H. , . . . & Javanmardi, A. (2022). An integrated framework for assessment of smart city resilience. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 49(5), 1556-1577.
- 16- Liu, W. , & Song, Z. (2020). Review of studies on the resilience of urban critical infrastructure networks. *Reliability Engineering & System Safety*, 193, 106617.
- 17- Moser, S. , Meerow, S. , Arnott, J. , & Jack-Scott, E. (2019). The turbulent world of resilience: Interpretations and themes for transdisciplinary dialogue. *Climatic Change*, 153(1–2), 21–40
- 18- Petdis, E. (2020). Putting urban resilience into action: A longitudinal study of resilience thinking implementation in Thessaloniki, Greece. University of Warwick, Warwick Institute for the Science of Cities, Department of Computer Science
- 19- Taylor, Z. , Fitzgibbons, J. , & Mitchell, C. L. (2021). Finding the future in policy discourse: an analysis of city resilience plans. *Regional Studies*, 55(5), 831-843.
- 20- Varum, C. A. , and Melo, C. (2010). “Directions in scenario planning literature – a review of the past decades”. *Futures*, 42, 355–369
- 21- Wijayawardana, N. , Abenayake, C. , Jayasinghe, A. , & Dias, N. (2023). An Urban Density-Based Runoff Simulation Framework to Envisage Flood Resilience of Cities. *Urban Science*, 7(1), 17.
- 22- Woodruff, S. , Bowman, A. O. M. , Hannibal, B. , Sansom, G. , & Portney, K. (2021). Urban resilience: Analyzing the policies of US cities. *Cities*, 115, 10323.
- 23- Zeng, X. , Yu, Y. , Yang, S. , Lv, Y. , & Sarker, M. N. I. (2022). Urban resilience for urban sustainability: Concepts, dimensions, and perspectives. *Sustainability*, 14(5), 2481.

Analysis and Evaluation of the Future Resilience of Al-Shatar City with a Future Research Approach

Mahdi Safari Ahmadvand¹ Abas Malek Hoseini²

1- PhD Student, Department of Geography and Urban Planning, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran

2- Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran (**Corresponding Author:** malekhoseini@yahoo.com)

Abstract

Resilience has emerged as a crucial approach for maintaining stability and enhancing the adaptive capacity of cities in the face of risks and hazards. This study aims to analyze and evaluate the future resilience of Al-Shatar City using a scenario-based, future-oriented research approach. Employing an applied–developmental purpose and a descriptive–analytical methodology, data were collected through documentary research and surveys. The sample included 30 participants—15 executive experts and 15 university professors—selected through simple random sampling. Data analysis was performed using MICMAC and Morphol software. Results indicate that Al-Shatar City’s resilience is strongly influenced by economic, social, and environmental factors. To prevent disaster scenarios, policymakers should focus on economic growth, infrastructure improvement, and environmental management. Preventive planning and proactive governance can strengthen urban resilience and enhance the city’s capacity to withstand crises.

Keywords: urban resilience, scenario planning, future studies, Al-Shatar city

The Role of Social Media in Tourism Development: A Systematic Review

Zahra Nobar¹ Akbar Rahimi^{2*}

¹ PhD student of Urban Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran.

² Associate Professor, Department of Urban and Regional Planning, University of Tabriz, Tabriz, Iran. (**Corresponding Author:** akbar.rahimi@tabrizu.ac.ir)

Abstract

social media plays a vital role in modern tourism by facilitating information exchange, shaping destination image, and enriching travel experiences. In the digital era, tourism marketing requires strategic use of these platforms to maximize engagement and impact. This study systematically reviews academic articles published between 2011 and 2020 to examine the influence of social media on the tourism industry. The reviewed literature, sourced from reputable databases, was categorized into major themes, including digital marketing, smart tourism destinations, destination image, and social interaction among tourists. Findings reveal that social media not only fosters interaction and facilitates travel planning but also contributes significantly to forming and reinforcing destination images. Furthermore, these platforms empower tourists to co-create and share travel experiences. The study identifies existing research gaps and proposes a conceptual framework for advancing digital tourism strategies and achieving more effective marketing outcomes.

Keywords: social media marketing, destination image, tourism marketing, digital tourism

Contextual Analysis of the Traditional Market of Ardabil City Based on Umberto Eco's Theory

Elham Khaneqahi¹ Hassan Ebrahimi Asl^{*2} Masoud Haghlasan³ Saeedeh Feyzi⁴

1. Ph.D. Candidate, Department of Architecture, Jolfa International Branch, Islamic Azad University, Jolfa, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Architecture, Jolfa International Branch, Islamic Azad University, Jolfa, Iran (**Corresponding Author:** hassanebrahimiasl@iau.ac.ir).
3. Assistant Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Ilkhchi Branch, Islamic Azad University, Ilkhchi, Iran.
4. Assistant Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Azarshahr Branch, Islamic Azad University, Azarshahr, Iran.

Abstract

Contextualism in architecture emphasizes preserving cultural identity and the traces of the past while respecting the distinctiveness of each context. Markets, as essential urban spaces, have historically served as the backbone of cities, responding to users' needs through their physical, semantic, and functional dimensions. This study aims to identify the physical, semantic, and functional components of contextualism in the traditional market of Ardabil using Umberto Eco's semiotic framework. The research employs a qualitative, descriptive–analytical approach. Initially, the principles of contextualism were conceptualized through literature review and theoretical synthesis. Subsequently, the traditional market of Ardabil was analyzed through observation and comparative analysis. Results indicate that contextualism in Ardabil's market is expressed through spatial and visual criteria, including position, volume, height, setback, scale, orientation, rhythm, texture, and color. Three core components—intermediate space, architectural body, and the interaction of mass and space—further define its contextual identity.

Keywords: contextualism, semiotics, Umberto Eco, traditional market, Ardabil

Environmental Impacts of Sustainable Tourism on Spatial Justice: Evidence from Binaloud County (Torghabeh and Shandiz)

Vakil Heydari Sarban¹ Arasto Yari² Bahram Imani³ Tayebeh Golriz⁴

- 1- Professor, Department of Rural Planning, Mohaghegh Ardabili University, Faculty of Social Sciences(**Corresponding Author:** Vheidari6490@gmail.com)
- 2- Professor, Department of Rural Planning, Mohaghegh Ardabili University, Faculty of Social Sciences
- 3- Associate Professor, Department of Rural Planning, Mohaghegh Ardabili University, Faculty of Social Sciences
- 4- PhD Student in Rural Planning, Mohaghegh Ardabili University, Faculty of Social Sciences

Abstract

This study investigates the environmental impacts of sustainable tourism on spatial justice in Binaloud County (Torqabeh and Shandiz). It explores how the unequal distribution of tourism services and attractions affects environmental balance and spatial equity. The research is applied in purpose and descriptive–analytical in design. The study population included 54 villages, from which 19 were randomly selected. The sample size, calculated via G*Power, was 160 and increased to 200 to enhance accuracy. Data were collected using documentary and survey methods and analyzed through regression, SEM, and the Kolmogorov–Smirnov test using SPLS3, SPSS, Excel, and ArcGIS software. Reliability was confirmed via Cronbach's alpha and composite reliability (>0.7), and validity was ensured using the Fornell–Larcker criterion. Results from structural equation modeling revealed a significant relationship between environmental factors of sustainable tourism and spatial justice (path coefficient = 0.707, $t > 7$, $p < .001$). The findings highlight the importance of equitable tourism policies, environmental education, local participation, and fair resource distribution in promoting spatial justice.

Keywords: sustainable tourism, environmental impact, spatial justice, Binaloud County

A Sustainable Development Model for Rural Tourism Destinations: The Case of Jarghoyeh County

Neda Motamedi¹ Amir Gandomkar^{2*} Hosein Soleimani³ Ahmad Khademolhoseini⁴

1. PhD student, Department of Geography, Na.C., Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

2. Associate Professor, Department of Geography, Na.C., Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Geography, Na.C., Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

4. Associate Professor, Department of Geography, Na.C., Islamic Azad University, Najafabad, Iran. (**Corresponding author:** aagandomkar@iau.ac.ir)

Abstract

Rural tourism development is recognized as a potential solution to many challenges in rural areas and contributes significantly across economic, social, and environmental dimensions. This study aimed to propose a sustainable development model for rural tourism destinations in Jarghoyeh County. A questionnaire based on a five-point Likert scale and comprising economic, social, and physical–environmental criteria was administered to experts, tourists, and residents. Data analysis employed t-tests to assess village conditions, the Friedman test to rank criteria and villages, and analysis of variance (ANOVA) to compare villages. Results showed that tourists prioritized satisfaction with local products in the economic dimension, social relations in the social dimension, and environmental health in the physical–environmental dimension. Residents emphasized local marketing in the economic dimension, accessibility in the social dimension, and infrastructure development in the environmental dimension. Overall, three models emerged: the marketing development model (economic), the cooperation and partnership model (social), and the development and improvement model (physical–environmental).

Keywords: sustainable development, tourism destination, rural development, Jarghoyeh County

Identifying Environmental Components Affecting the Satisfaction of Residents of Old and New Buildings in Rural Settlements as a Tourism Target in Ilam Province

Kazem Zeinivand¹ Karen Fattahi*² Mojtaba Noorollahi³

1- Department of Architecture, Islamic Azad University, Ilam Branch, Ilam, Iran.

2-Department of Architecture, Islamic Azad University, Ilam Branch, Ilam, Iran. (**Corresponding author:** karenfatahi@yahoo.com)

3 - Department of Architecture, Islamic Azad University, Ilam Branch, Ilam, Iran.

Abstract

The development of rural settlements for tourism purposes is a key factor in regional and national development due to the intrinsic connection between rural and urban progress. Without attention to this linkage, sustainable development cannot be achieved. This research aims to identify environmental factors influencing the satisfaction of residents in traditional and newly developed rural tourism settlements in Ilam Province. Using a qualitative approach and a phenomenological method grounded in theory, data were collected through semi-structured interviews with 21 experts—including architects, sociologists, psychologists, and tourism specialists—selected through purposive snowball sampling. Data were analyzed using MAXQDA software through open, axial, and selective coding. Findings indicate that the causal factors affecting residents' satisfaction include settlement development, welfare services, capital provision, and preservation of cultural identity. Strategies for improving satisfaction involve ecosystem protection, welfare and tourism planning, communication network development, infrastructure enhancement, and natural resource management. These strategies lead to positive outcomes such as increased tourist satisfaction, strengthened social solidarity, job creation, economic growth, reduced social harms, and enhanced sustainability.

Keywords: Ilam Province, rural settlements, resident satisfaction, rural tourism, grounded theory

***Evaluating the Impact of Smart Tourism on Tourist Experience
(Case Study: El Goli Park, Tabriz)***

Saeed Amanpour¹ Majid Goodarzi^{2*} Zahra Soltani³ Ebtesam Albu Baledi⁴

1. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

2. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. (**Corresponding author:** m.goodarzi@scu.ac.ir)

3. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

4. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.

Abstract

The rapid advancement of technology has introduced the concept of “smartness” to organizations and communities worldwide. Smart tourism represents the integration of information and communication technologies (ICT) with the tourism industry to address the individual needs and preferences of tourists before, during, and after their trips. This integration enhances destination competitiveness by improving resource management, maximizing efficiency, and promoting sustainability through technology-driven innovation. This study aims to evaluate the impact of smart tourism on tourist experiences, using El Goli Park in Tabriz as a case study. The research is applied in purpose and descriptive–analytical in method. Data were analyzed using Interpretive Structural Modeling (ISM) and the Analytic Network Process (ANP). Findings reveal that access to information, digital facilities, personalized services, and smart infrastructure are key factors influencing smart tourism experiences. The presence of smart infrastructure and online access to information play a pivotal role in enhancing tourists’ experiences. By presenting an operational model, the study provides practical strategies for improving the tourism experience in El Goli Park and similar destinations, demonstrating how smart technologies can significantly enrich visitors’ overall experiences.

Keywords: smart tourism, tourist experience, El Goli Park, ISM model, ANP model

<i>Evaluating the Impact of Smart Tourism on Tourist Experience (Case Study: El Goli Park, Tabriz).....</i>	<i>1</i>
Saeed Amanpour, Majid Goodarzi, Zahra Soltani, Ebtesam Albu Baledi	
<i>Identifying Environmental Components Affecting the Satisfaction of Residents of Old and </i>	<i>2</i>
<i>New Buildings in Rural Settlements as a Tourism Target in Ilam Province</i>	
Kazem Zeinivand, Karen Fattahi	
<i>A Sustainable Development Model for Rural Tourism Destinations: The Case of Jarghoyeh County.....</i>	<i>3</i>
Neda Motamedi, Amir Gandomkar, Hosein Soleimani, Ahmad Khademolhoseini	
<i>Environmental Impacts of Sustainable Tourism on Spatial Justice: Evidence from Binaloud Count.....</i>	<i>4</i>
<i>(Torghabeh and Shandiz)</i>	
Vakil Heydari Sarban, Arasto Yari, Bahram Imani, Tayebbeh Golriz	
<i>Contextual Analysis of the Traditional Market of Ardabil City Based on Umberto Eco's Theory.....</i>	<i>5</i>
Elham Khaneqahi, Hassan Ebrahimi Asl, Masoud Haghlasan, Saeedeh Feyzi	
<i>The Role of Social Media in Tourism Development: A Systematic Review.....</i>	<i>6</i>
Zahra Nobar, Akbar Rahimi	
<i>Analysis and Evaluation of the Future Resilience of Al-Shatar City with a Future Research Approach.....</i>	<i>7</i>
Mahdi Safari Ahmadvand, Abbas Malek Hoseini	

Abstracts

In

English

In the Name of God

Geographical Journal of Tourism Space

Vol. 14 .No. 55 .Summer 2025

Published by: Malayer Branch .Islamic Azad University

Director-in-Chief & Editor-in-Chief: Dr. Majid Shams (Full Professor of Geography .Malayer Branch .Islamic Azad University)

Executive Editor: Faezeh Khoramian

Editorial Board:

Dr. Beygmohammadi .Hassan

Associate Professor .University of Isfahan

Dr. Tavallaie .Simin

Full Professor .Tarbiat Moalem University

Dr. Shams .Majid

Full Professor .Islamic Azad University .Malayer Branch

Dr. Molaie .Nasrollah

Full Professor .Islamic Azad University .Rasht Branch

Dr. Malekhoseyni .Abbas

Associate Professor .Islamic Azad University .Malayer Branch

Dr. Razavian .Mohammad Taqi

Full Professor .Shahid Beheshti University

Dr. Gandomkar .Amir

Assistant professor .Islamic Azad University .Najaf Abad Branch

Dr. Salimian .Hosseyn

Assistant Professor .Islamic Azad University .Malayer Branch

Dr. Salehi .Sadeq

Assistant professor .University of Mazandaran

Dr. Ziaie .Mahmood

Associate professor .Allameh Tabatabaie University

Literary Editor: Dr. Alireza Roozbahani

English Editor: Dr. Hamidreza Khalaji

Address:

P. O. Box: 65718/117

Malayer Branch .Islamic Azad University

Malayer .Hamadan .Iran

Tel: (+98)81-32227836 - 322250642

Web Site: <http://www.tsjm.ir>

Email: Editortsj@gmail.com