

بررسی و تحلیلی بر چالشهای توسعه توریسم شهری نمونه موردی: شهر تبریز

سپیده قربانی گلزاری^۱ کریم حسین زاده دلیر^{۲*} بشیر بیک بابایی^۳

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد مرند، ایران

۲- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه آزاد مرند، ایران

۳- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد ملکان، ایران

چکیده

امروزه گردشگری به عنوان یک پدیده اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مورد توجه کشورهای توسعه‌یافته و در دهه‌های اخیر، رشد مداوم و روز افزونی داشته است. گردشگری مدرن با فرایند توسعه مرتبط است و اهداف گوناگونی را دنبال می‌کند. در این فرایند، گردشگری به یکی از اهداف و جنبه‌های اصلی پیشرفت اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است. گردشگری در فرایند توسعه پایدار، نقش اساسی دارد و این مسیری است که ایران در آن از مزیت‌های مناسبی برخوردار است. پژوهش حاضر که از نوع پژوهش کاربردی توصیفی است با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی، به بررسی و ارزیابی وضعیت موجود و توانمندی‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهر تبریز می‌پردازد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS نتایج به دست آمده به شناخت و بررسی چالش‌های توسعه توریسم شهری می‌پردازد که می‌تواند نقش مؤثری در ساماندهی و برنامه‌ریزی فضاهای توریستی متناسب با شرایط اجتماعی، طبیعی و فرهنگی و استفاده از ظرفیت‌های موجود داشته باشد. توسعه توریسم همبستگی مستقیم با ارتقاء سطح استانداردهای زندگی و درآمد مردم جهان خصوصاً کشورهای در حال توسعه دارد.

واژه‌های کلیدی: توریسم شهری، فرصت‌ها و تهدیدات، گردشگری پایدار، ساماندهی شهری.

مقدمه

امروزه گردشگری شهری به نوعی فرایند رقابتی در هر جامعه‌ای میان کلانشهرهای آن جامعه تبدیل شده است. توریسم شهری، یکی از مهمترین و پیچیده ترین فعالیتهای فضایی و مکانی انسان در جامعه شهری است که یک فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلانشهرها و مادرشهرهای جهانی به وجود می‌آورد که این فرصت نقش بسیار مؤثری در ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان در ابعاد مختلف ایفاء کند.

مدیریت شهری آن با ارائه تعاریف، تعیین اهداف، داوری میان گزینه‌های گوناگون در زمینه سرمایه‌گذاری و آمایش و ایجاد ساختار مدیریت مناسب و تجاری کردن فرآورده‌های گردشگری شهری باید سعی کنند در جهت توسعه پایدار محلی گام مؤثری بردارند. کشور ایران با پیشینه تمدن کهن و جاذبه‌های متنوع توریستی و موقعیت برجسته اقلیمی، و به عنوان هفت کشور تمدن ساز بشری که بخش مهمی از جاده‌ی ابریشم در ایران قرار گرفته ضمن آن که خواهان منافع اقتصادی ناشی از صنعت توریست از جمله اشتغال زایی و درآمد ارزی است، برحفظ ارزش‌های متعالی و هویت فرهنگی و تمدنی خود نیز تأکید دارد که در این زمینه لازم است قدم‌های مهمی برداشته شود.

هم اکنون بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان، جهانگردی را بهترین راه برای اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین‌المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می‌دانند (دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳: ۴).

اکثر جوامعی که به سمت شهرنشینی و شهرگرایی رشد شتابانی برداشته‌اند و میل به تمایز زدایی در عصر پسامدرن را سرلوحه کاری خود قرار داده‌اند؛ همچنین مرزهای بین کار و فراغت را برهم زده‌اند و فراغت را به عنوان یکی از عناصر اساسی و لاینفک لحظه‌ای زندگی خود بدل کرده‌اند، با این وصف می‌توان گفت که در این عصر جدید، انسان تمایل به سبک زندگی اکسپرسیونیستی پیدا کرده، که خواستار تهییج، رفع نیاز فراغتی، انعطاف پذیری، لذت بخشی، پویایی، فرار از کار مستمر و خسته کننده در تمام عرصه‌های مختلف زندگی‌اش می‌باشد، بنابراین مؤلفه رشد گردشگری شهری به عنوان یک فعالیت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و روانی برای ساختار مدیریت شهری کلانشهرهای جوامع در حال توسعه از جمله ایران می‌تواند پتانسیل خوبی برای توسعه محلی پایدار در عصر حاضر تلقی می‌گردد.

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

با توجه به توسعه توریسم در سطح جهانی و تبدیل شدن آن به عنوان یک صنعت، از لحاظ اهداف علمی، به عنوان یک علم درآمدزا و ایجاد کننده اشتغال و همچنین بحث روحی روانی که در آن تأثیرگذار بوده و در نهایت ایجاد کننده توسعه پایدار بوده، در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است که اهداف توسعه پایدار گردشگری بدین شرح می‌باشد:

۱- اصلاح کیفیت زندگی جامعه میزبان

۲- تأمین تجارت کیفی برای گردشگر

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

که در رأس آن توسعه اقتصادی مد نظر می‌باشد.

شهر تبریز به دلیل دارا بودن میراث فرهنگی غنی و تمدن چند هزار ساله، جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی مستعد جذب گردشگران و جهانگردان بسیاری بوده، شهر تبریز مانند دیگر شهرهای ایران توانمندی‌ها و قابلیت‌های زیادی برای توسعه گردشگری دارد، اما این شهر با وجود توان بالای توسعه گردشگری با مشکلات و موانع زیادی نیز روبروست. در این پژوهش چالشهای توسعه توریسم شهری بررسی که بر اساس اولویت به سه دسته ضعف و امکانات زیربنایی، چالشهای فرهنگی و چالشهای اقتصادی شناخته شد.

مبانی نظری

توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری مانند سایر فعالیتهای بشر، حاصل نگرش خاص به عالم است و بدون چنین نگرشی، پیشرفت و ترقی ممکن و میسر نیست، این نگرش خاص بیانگر ضرورت وجود فرهنگ مناسب برای توسعه است. فرهنگ، تغییرات اساسی در طرز تفکر و شیوه رفتار افراد به وجود می‌آورد که بنیان توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی بر آن استوار است (آشفته: ۱۳۷۵، ۲۸).

در ادبیات توسعه جهان پایدار، توسعه پایدار از دهه ۱۹۷۰ به بعد مورد توجه صاحب نظران واقع شد، بیشتر از آن، توجه به گردشگری پایدار از دهه ۱۹۶۰ با شناسائی اثرات بالقوه گردشگری انبوه و توجه به اثرات فعالیت‌های گردشگری بر اقتصاد، محیط زیست و فرهنگ نقاط گردشگری آغاز شده بود. رشد غیرقابل کنترل گردشگری انبوه موجب تخریب منابع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی مانند از بین رفتن میراث فرهنگی و هویت محلی افزایش میزان جرائم، ازدحام و شلوغی و دیگر مسائل زیست محیطی در مناطق میزبان شده است (choi & sirakaya; 2006). در نتیجه در صنعت گردشگری، پارادایم گردشگری پایدار به عنوان تنها راه حل نجات انسان و طبیعت نمود پیدا کرد. از این منظر پارادایم گردشگری پایدار، گردشگری را در قالب مرزها بررسی کرده و رابطه مثلث وار میان جامعه میزبان از یک سو و جامعه میهمان یعنی گردشگران را از سویی دیگر با صنعت گردشگری برقرار می‌سازد و در تلاش است که تضاد بین این سه مثلث را تعدیل کرده و در طولانی مدت موازنه‌ای برقرار سازد (قادری، ۱۳۸۲). اما از آنجایی که در این پارادایم راهکار غلبه بیش از حد گردشگری محور و باریک بین بود (با دید بسیار محدود در حوزه، مقیاس و زمینه) از این رو اقدامات عملی طراحی شده برای عملیاتی کردن " گردشگری پایدار " نمی‌توانست موضوعات حساس مفهوم توسعه پایدار را به صورت عمومی و عملیاتی مطرح نماید و یا حتی ممکن است علیه نیازهای عمومی توسعه پایدار عمل کند (hutter; 1995; 155). از این رو، این راه کار بطور متناقضی به صورت جداگانه به ابعاد مختلف مفهوم گردشگری برای تشریح پایداری در آن نگاه می‌کرد. به همین دلیل به منظور رسیدن به چشم انداز توسعه پایدار در حوزه گردشگری، ایجاد رویکرد جامع و یکپارچه ضروری است (butler; 1999; 25). وجود این کاستی‌ها در گردشگری پایدار سبب شد تا در ادبیات گردشگری، از سال ۱۹۹۲ و بعد از کنفرانس ریو و در طی موج سوم توسعه، پارادایم جدیدی در جهت پوشش دادن به همه ابعاد و زمینه‌های توسعه پایدار به نام توسعه پایدار گردشگری مطرح گردد که پارادایم جدیدی نسبت به رهیافت نخستین گردشگری پایدار محسوب می‌شود. در این پارادایم جدید تلاش شده تا اصول اساسی توسعه و توسعه پایدار بیشتر مد نظر قرار گرفته شود تا خود گردشگری و اجزاء و عناصر آن، چرا که در پارادایم توسعه پایدار گردشگری،

گردشگری به مثابه‌ی چرخه برای توسعه پایدار تلقی می‌گردد و اصول اساسی توسعه پایدار همانند کاهش فقر روستایی، عدالت و توزیع درآمد، برابری میان نسلی و بین نسلی، تنوع زیستی و... مورد نظر است. لذا در این پارادایم توسعه پایدار گردشگری به این صورت تعریف می‌شود: توسعه پایدار گردشگری فرایندی است که نیازهای گردشگران فعلی و جامعه میزبان را در حالی که فرصت‌های آینده را مورد حمایت قرار می‌دهد و تقویت می‌کند، برآورده می‌سازد. در واقع در این تعریف حرکت به گونه‌ای است که منجر به مدیریت تمامی منابع به شیوه‌ای می‌شود که نیازهای اقتصادی، اجتماعی، زیباشناسی و اکولوژیکی را با حفظ یکپارچگی فرهنگی، انرژی، آب، هوا، زیستگاه حیات وحش، فرایندهای اصلی اکولوژیک، تنوع زیستی و... برآورده سازد. توسعه پایدار نوعی راهبرد توسعه است تمام دارایی‌ها و منابع طبیعی و انسانی را مانند منابع مالی و فیزیکی برای افزایش ثروت در بلندمدت مدیریت می‌کند. توسعه پایدار مخالف هر سیاست یا عملکردی است که به نوعی نسل‌های بعدی را به خطر بیندازد. گردشگری، پاسخی به نیاز فطرت جستجوگر انسان برای کشف اسرار زندگی گذشتگان، آیندگان با فرهنگ ملل دیگر و گریز از یکنواختی محیط کار و زندگی معمولی است. از این رو گردشگری فعالیتی فرهنگی می‌باشد. گردشگری با انسان و انگیزه‌ها، خواست‌ها و نیازها و آرزوهای او که منبعت از فرهنگ جامعه است ارتباط دارد به حدی که می‌توان گفت محرک اصلی گردشگری، در واقع همین اختلاف فرهنگ‌ها است (ضرغام، ۱۱، ۱۳۷۵) در عصر حاضر، رابطه‌ای دو جانبه بین فرهنگ و گردشگری به وجود آمده است فرهنگ منبعی حیاتی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود (Richards, G. 2000.9).

روش تحقیق

پژوهش حاضر، به لحاظ نوع کاربردی و به لحاظ روش مطالعه، در این پژوهش توصیفی و تحلیلی و شیوه گردآوری اطلاعات، میدانی و کتابخانه‌ای و پرسشنامه‌ای است. این تحقیق به دنبال بررسی شناخت موانع توسعه توریسم شهری شهر تبریز بر این اساس سؤال اصلی تحقیق این است که مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه پایدار توریسم در تبریز چیست.

ماهیت این تحقیق توصیفی و پیمایشی می‌باشد که به روش کمی و بهره‌گیری از نظر متخصصان انجام شده. ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات پرسشنامه می‌باشد ۱۵۰ پرسشنامه (جامعه آماری) از ساکنین شهر، فعالان اقتصادی در محدوده گردشگری و مرکزی شهر تبریز تکمیل شده که نتایج آن بیان می‌گردد.

که با استفاده از طیف لیکرت که کاملاً موافقم ۵، موافقم ۴، نظری ندارم ۳، مخالفم ۲ و کاملاً مخالفم ۱ تدوین گردیده و در ادامه برای تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss و تکنیک آماری T-test و برای تأیید یا رد فرضیه آزمون رگرسیون و فریدمن استفاده شده است.

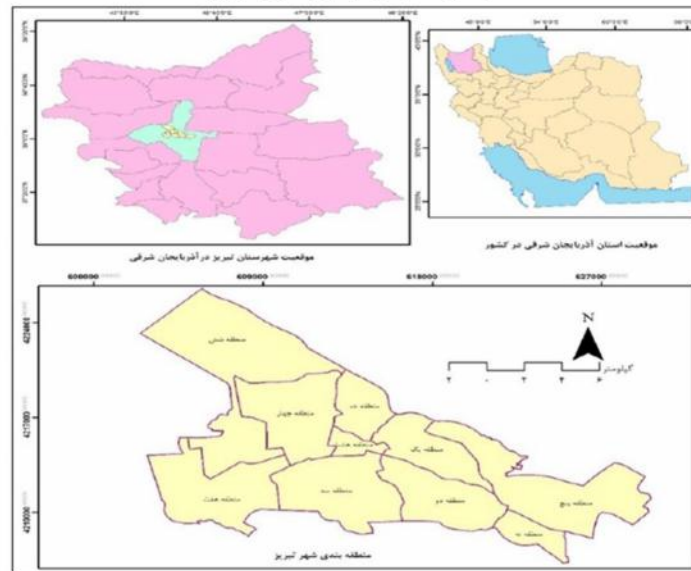
قلمرو مورد مطالعه

شهر تبریز بر روی جلگه‌ی تبریز و در عرض جغرافیایی ۳۸ درجه و ۸ دقیقه و طول جغرافیایی ۴۶ درجه و ۱۵ دقیقه واقع شده است. ارتفاع آن از سطح دریا ۱۳۴۰ متر است. رشته کوه قره داغ در شمال شرقی، ارتفاعات نرمیق در شرق، رشته کوه بزقوش در جنوب شرقی و دامنه‌های سهند در جنوب، مرزهای طبیعی این جلگه را تشکیل می‌دهد. از نظر طبیعی شهر تبریز در یک دره‌ی تکتونیکی با جهت شرقی، غربی

جای گرفته که به شکل مثلثی است که رأس آن در شرق و قاعده آن در طرف غرب گسترده شده است. شیب عمومی منطقه از شرق به غرب است (الاجگردی، ۱۳۷۶: ۸).

شهر تبریز با تمدن دیرینه‌ی خود یکی از شهرهای تاریخی و فرهنگی و از مراکز مهم تحولات اجتماعی و سیاسی کشور در طول قرن‌های گذشته تا امروز بوده است (آذریپور و عطاری، ۱۳۸۶: ۱۲). این شهر پیشینه‌ی غنی تاریخی و با وجود اینکه در دوره‌های مختلف در اثر حوادث و مخاطرات طبیعی و انسانی و از جمله زلزله‌های شدید، بسیاری از آثار و جاذبه‌های خود را از دست داده است؛ اما همچنان جزء شهرهای دارای فرهنگ غنی و با ارزش تاریخی محسوب می‌شود. ارگ تبریز، مسجد کبود و بازار تاریخی سرپوشیده با طول یک کیلومتر که در فهرست آثار جهانی به ثبت رسیده، از جمله این آثار است. افزون بر این جاذبه‌های دیگری مانند موزه‌ها و صنایع دستی و مراکز تفریحی و امکانات درمانی از توانمندی‌هایی است که همواره گردشگران زیادی را به شهر تبریز جذب می‌کند.

موقعیت جغرافیایی شهر تبریز



بحث

مجموعه نقاط ضعف برای گردشگری شهری تبریز

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

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

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

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

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

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

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

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

تهدیدها برای گردشگری شهری تبریز

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

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

- ایجاد فضای نامساعد تبلیغاتی و مخدوش کردن چهره‌ی ایران در عرصه بین‌المللی سبب شده تا مسافرت به این مناطق و دیدن جاذبه‌های گردشگری کمتر مورد توجه گردشگران خارجی قرار گیرد. به دلیل نبود امکانات مناسب در حمل و نقل جاده‌ای استان و وجود راه‌های ناامن و غیراستاندارد آمار تصادفات جاده‌ای در راه‌های استان نسبت به سایر استان‌ها بالاست و این مسئله تهدیدی برای توسعه گردشگری شهر تبریز است. جاده‌های ارتباطی اهر تبریز و میانه تبریز از جاده‌های حادثه خیز و پرترافیک استان است که آمارهای تصادفات جاده‌ای آنها بالاست.

نقاط قوت برای گردشگری شهری تبریز

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

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

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

مجموعه فرصت‌ها برای توسعه گردشگری شهری تبریز

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

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

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

- با توجه به موقعیت ویژه شهرستان تبریز به عنوان یکی از قطب‌های اقتصادی کشور، ارتباط از طریق حمل و نقل جاده‌ای با سایر مناطق کشور و نیز کشورهای اروپایی و جمهوری قفقاز، محورهای تبریز بستان

آباد، سراب اردبیل، تهران بازرگان و تبریز جلفا اصلی‌ترین محورهای جاده‌ای استان می‌باشند. محورهای یاد شده بیشتر نقش ترانزیتی دارند و گذشته از ارتباط درون و بیرون کشور نقش حائز اهمیتی در حمل و نقل بار و مسافر در بعد فراملی ایفا می‌کنند.

یافته‌های پژوهش

نتایج مربوط به آزمون محاسبه فراوانی

آزمون T -test برای آزمون مربوط به مؤلفه‌ها

آزمون T -test				
	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار
مزیت اقتصادی	۱۵۰	۱.۶۹۳۳	.۷۱۳۱۰	.۰۵۸۲۲
معضلات اقتصادی	۱۵۰	۱.۶۶۵۰	.۷۷۶۰۲	.۰۶۳۳۶
مزیت فرهنگی	۱۵۰	۲.۱۴۵۳	۱.۰۲۵۲۹	.۰۸۳۷۱
معضلات فرهنگی	۱۵۰	۱.۷۴۴۴	.۸۳۵۸۳	.۰۶۲۸۲۵

Test Value = 3						
	t	Df	معنی داری	تفاوت از میانگین	حدود اطمینان جامعه	
					پایین تر	بالا تر
مزیت اقتصادی	-۲۲.۴۴۲	۱۴۹	.۰۰۰	-۱.۳۰۶۶۷	-۱.۴۲۱۷	-۱.۱۹۱۶
معضلات اقتصادی	-۲۱.۰۶۹	۱۴۹	.۰۰۰	-۱.۳۳۵۰۰	-۱.۴۶۰۲	-۱.۲۰۹۸
مزیت فرهنگی	-۱۰.۲۰۹	۱۴۹	.۰۰۰	-.۸۵۴۶۷	-۱.۰۲۰۱	-.۶۸۹۲
معضلات فرهنگی	-۱۸.۳۹۸	۱۴۹	.۰۰۰	-۱.۲۵۵۵۶	-۱.۳۹۰۴	-۱.۱۲۰۷

با توجه به نتایج به دلیل معنی‌دار شدن آزمون تی و با توجه به میانگین‌های بدست آمده برای هر مؤلفه می‌توان عنوان نمود که نظر اکثر افراد پاسخگویان به سؤالات بیشتر به سمت گزینه‌های مخالفم و کاملاً مخالفم است و با توجه به جدول فوق تفاوت معنی داری از لحاظ پاسخگویی به سؤالات وجود دارد.

توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی مزیت اقتصادی

مطابق اطلاعات جدول شماره (۳) ملاحظه می‌شود که متوسط نمره مؤلفه‌ی مزیت اقتصادی ۴/۳۰۶ با انحراف استاندارد ۰/۴۷ و انحراف میانگین ۰/۰۳ بدست آمده است. به طوری که حداقل نمره این متغیر ۳ و حداکثر آن ۵ بدست آمده است. این متغیر در حد بالا ارزیابی می‌شود.

توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی مزیت اقتصادی

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

توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی معضلات اقتصادی

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

توزیع پراکندگی نمره مؤلفه‌ی معضلات اقتصادی

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

آزمون فرضیه‌ها با استفاده از آزمون رگرسیون

با توجه به مقادیر جدول زیر بخصوص مقدار $\text{value-p} = ۰/۰۰$ ، فرض صفر در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود. ۰/۹۷۰ نزدیک تر از یک می‌باشد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت ارتباط دو متغیر بیشتر است. پس می‌توان ادعا کرد که ضعف امکانات زیربنایی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

آزمون رگرسیون برای فرضیه ۱

معنی داری	آماره فیشر	میانگین مربعات	درجه آزادی	جمع مربعات	مدل
۰۰۰	۲۳۴۳.۷۴۱	۱۴۷.۳۲۸	۱	۱۴۷.۳۲۸	رگرسیون
		۰.۰۶۳	۱۴۸	۹.۳۰۳	باقی مانده
			۱۴۹	۱۵۶.۶۳۲	کل

ضرایب

معنی داری	T	ضرایب تصحیح نشده		ضرایب استاندارد شده	
		Beta	خطای استاندارد	B	خطای استاندارد
۱۴۳.	۴۷۳.۱			۰.۷۰.	۰.۴۸.
۰۰۰.	۴۱۲.۴۸	۹۷۰.		۱۹۰.۱	۰.۲۵.

با توجه به مقادیر جدول زیر بخصوص مقدار $\text{value-p} = 0/00$ ، فرض صفر در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود

یعنی $0/959$ با توجه به نزدیک بودن به یک ارتباط دو متغیر بیشتر بوده، پس می‌توان ادعا کرد که توسعه‌ی گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی توسعه اقتصادی در شهر تبریز است.

آزمون رگرسیون برای فرضیه ۲

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره فیشر	معنی داری
رگرسیون	۶۹.۷۱۳	۱	۶۹.۷۱۳	۱۷۰۳.۷۶۴	.۰۰۰
باقی مانده	۶.۰۵۶	۱۴۸	.۰۴۱		
کل	۷۵.۷۶۸	۱۴۹			

ضرایب

مدل	ضرایب استاندارد شده		ضرایب تصحیح نشده	T	معنی داری
	B	خطای استاندارد	Beta		
معضلات اقتصادی	.۲۲۶	.۰۳۹	.۹۵۹	۵.۷۵۸	.۰۰۰
	.۸۸۱	.۰۲۱		۴۱.۲۷۷	.۰۰۰

با توجه به مقادیر جدول زیر بخصوص مقدار $\text{value-p} = 0/000$ ، فرض صفر در سطح خطای ۵ درصد رد می‌شود. $0/984$ یعنی بین صفر و یک می‌تواند باشد و هرچه قدر به یک نزدیکتر باشد ارتباط دو متغیر بیشتر است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که در سطح خطای ۵ درصد فرضیه تحقیق پذیرفته می‌شود. پس می‌توان ادعا کرد که معضلات و مشکلات فرهنگی ناشی از گردشگری در شهر تبریز از عوامل اساسی عدم توسعه در شهر تبریز است.

آزمون رگرسیون برای فرضیه سه

مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره فیشر	معنی داری
رگرسیون	۸۶.۸۳۹	۱	۸۶.۸۳۹	۴۴۴۶.۸۷۶	.۰۰۰
باقی مانده	۲.۸۹۰	۱۴۸	.۰۲۰		
کل	۸۹.۷۲۹	۱۴۹			

ضرایب رگرسیون

مدل	ضرایب تصحیح نشده		ضرایب استاندارد شده	T	معنی داری
	B	خطای استاندارد	Beta		
عددثابت	.۰۷۲	.۰۲۶		۲.۷۰۷	.۰۰۸
	.۹۱۳	.۰۱۴	.۹۸۴	۶۶.۶۸۹	.۰۰۰

ارتباط بین مؤلفه‌های مورد مطالعه:

بر اساس اطلاعات جدول زیر و مطابق با آزمون ضریب همبستگی پیرسون انجام شده ملاحظه می‌شود بین مؤلفه‌های مورد مطالعه با یکدیگر همبستگی مستقیم معنی داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد ($p > 0.001$).

ارتباط بین مؤلفه‌های مورد مطالعه

ضعف امکانات زیربنایی	مشکلات فرهنگی	مزیت‌های فرهنگی	معضلات اقتصادی	مزیت اقتصادی	n=۱۵۰
					مزیت اقتصادی
				$r=0.359$ $p=0.000$	معضلات اقتصادی
			$r=0.360$ $p=0.000$	$r=0.437$ $p=0.000$	مزیت‌های فرهنگی
		$r=0.452$ $p=0.000$	$r=0.293$ $p=0.000$	$r=0.370$ $p=0.000$	مشکلات فرهنگی
$r=0.698$ $p=0.000$	$r=0.328$ $p=0.000$	$r=0.398$ $p=0.000$	$r=0.509$ $p=0.000$	$r=0.352$ $p=0.000$	ضعف امکانات زیربنایی

نتیجه‌گیری آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی وضعیت مؤلفه‌های مورد مطالعه

به منظور اولویت‌بندی و تعیین میزان اهمیت هر یک از فرضیه‌های از آزمون فریدمن استفاده گردیده است. این آزمون هنگامی به کار می‌رود که داده‌های آماری حداقل ترتیبی باشند و یا بتوان با مفهوم ترتیبی آن‌ها را رتبه‌بندی دو طرفه نمود. آزمون فریدمن بیان می‌کند که در بین عوامل آیا عواملی از سایر عوامل از وضعیت مطلوب برخوردار است یا همه عوامل از نظر وضعیت مطلوب یکسانند.

نتایج آزمون فریدمن

نتیجه آزمون	p-value	درجه آزادی	مقدار آماره آزمون	حجم نمونه
رد فرض صفر	0.000	۵	۵۰۱/۲۷۷	۱۵۰

همانطور که ملاحظه می‌شود در سطح معنی داری ۱ درصد فرض هم رتبه بودن مؤلفه‌ها رد می‌شود. بنابراین در جهت دستیابی به گردشگری به عنوان یکی از مهمترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلانشهر تبریز به وجود می‌آورد و بر اساس یافته‌های پژوهش توسعه پایدار گردشگری، حفظ محیط زیست انسانی است که این امر در قبال ارتباط متقابل میان چهار رکن اساسی توسعه یعنی توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی جامع عمل خواهد پوشاند.

نتیجه‌گیری

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

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

منابع و مأخذ:

- ۱- آشفته، امیر، (۱۳۷۵)، برنامه‌ریزی فرهنگی و توسعه اقتصادی، انتشارات کانون پیشرفت و توسعه .
 - ۲- آذرپور، رامین و عطاری، مجید(۱۳۸۶). بر ارگ علیشاه تبریز چه می‌گذرد. فصلنامه‌ی معماری و ساختمان، ش ۱۳. ۱۱۶-۱۱۲.
 - ۳- الاجگردی، احمد(۱۳۷۶)، مسکن بهینه، نمونه‌ی موردی شهر تبریز، پایاننامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.
 - ۴- الوانی، سیدمهدی، پیردوخت، معصومه(۱۳۸۵) «فرایند مدیریت جهانگردی» دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.
 - ۵- دخیلی کهنمویی، جواد، (۱۳۸۳)، بررسی راهکارهای توسعه صنعت توریسم در آذربایجان شرقی، پایاننامه کارشناسی ارشد. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی، دانشگاه تبریز.
 - ۶- رضوانی، (۱۳۷۶) "جغرافیا و صنعت گردشگری" انتشارات پیام نور، چاپ چهارم.
 - ۷- زرغام، حمید(۱۳۷۵) مدل برنامه‌ریزی استراتژیک گردشگری ایران، پایاننامه دکتری، تهران، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
 - ۸- قادری(۱۳۸۲)، "نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی پایدار" پایان نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
 - ۹- مدهوشی، مهدی، (۱۳۸۸)، "ارزیابی موانع توسعه گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشی بازرگانی، شماره ۳۶، صص ۳۰.
 - ۱۰- مهدوی، داوود(۱۳۸۲) نقش توریسم در توسعه‌ی نواحی روستایی پیرامون شهرها و آرایه مدل استراتژیک، نمونه‌ی موردی: دهستان لواسان کوچک. پایاننامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تربیت مدرس.
 - ۱۱- فردآر، دیوید(۱۳۸۲). مدیریت استراتژیک . ترجمه‌ی علی پارساییان و سید محمد اعرابی. تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
 - ۱۲- نکویی، زهرا، زرغام، ایمانی، (۱۳۸۹)، "بررسی رابطه جهانی شدن با توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات ملی، شماره ۱.
- 13-Butler.R.W.(1999).” Sustaiuble tourism” a state of the artReview.tourism Geographices .1-25
- 14-Choi;His & sirakaya ;E;(2006)” sustainability indicators for managing community tourism;tourism vol 21 pp ;1289 ;management
- 15-Richards,G.(2000),” Tourism and the world of culture and Heritage,” Tourism Recreation Research,vol .25 c1,99. 9-17.