

ارزیابی پیشران‌های تأثیرگذار در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی (مطالعه موردی: شهر تبریز)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۰/۰۵ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۱/۱۱/۱۵

احمد حمزه زاده^۱ بشیریگ بابایی^{۲*} داود مختاری^۳

۱- دانشجوی دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد ملکان، دانشگاه آزاد اسلامی، ملکان، ایران

۳- استاد گروه ژئومورفولوژی، دانشکده برنامه ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

چکیده

در سال‌های اخیر گردشگری به‌عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه‌ی بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است. در این راستا، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی این صنعت در اکثر کشورها کلید خورده است. با توجه به اهمیت این صنعت و نیاز به برنامه‌ریزی و مدیریت آن، هدف از تحقیق حاضر شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری شهر تبریز می‌باشد. از این‌رو، روش تحقیق در مطالعه‌ی حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق نیز شامل مدیران، مسئولان، کارشناسان شهری و نخبگان دانشگاهی شهر تبریز (حدوداً ۲۰۰۰ نفر) بوده که حجم نمونه بر اساس مدل اصلاح‌شده کوکران ۳۴۰ نفر برآورد شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از مدل حداقل مجذورات جزئی در نرم‌افزار Warp-PLS استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مهمترین پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری با تأکید بر گردشگری تاریخی-فرهنگی مربوط به پیشران‌های قانونی-سیاسی، اقتصاد-بازاریابی و مدیریتی بوده است که به ترتیب ضرایب استخراج شده بر اساس مدل ساختاری تحقیق برای هر کدام ۰/۷۱، ۰/۶۵ و ۰/۵۳ می‌باشد. همچنین در بین متغیرهای فرعی بیشترین تأثیرگذاری مربوط به متغیرهای اصلاح تصویر منفی و زدودن ایران‌هراسی برای تقویت انگیزه‌ی سفر به ایران، ارتقای سطح همکاری‌های گردشگری بین‌المللی و رفع موانع از جمله مقررات بروکراتیک و اقامت، اطلاع‌رسانی مناسب و تبلیغات شایسته در بازارهای هدف، تحقق مدیریت واحد و سیستمی، شکل‌گیری تعامل و اعتماد نهادی بین ارگان‌های دولتی و خصوصی، بهره‌گیری از مشارکت، ایجاد تسهیلات اقامتی مطابق با استانداردهای جهانی و ارائه‌ی تسهیلات مطابق با ملیت و فرهنگ گردشگران بر مبنای نیازسنجی مناسب ترجیحات گردشگران می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری تاریخی-فرهنگی، برنامه‌ریزی راهبردی، شهر تبریز.

مقدمه:

امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از پویاترین صنایع‌های دنیا، در بین سه صنعت اقتصادی اشتغال‌زا^۱ قرار دارد (Yazdani Zanganeh et al, 2009:101; Ghassabi et al, 2020:162) و به یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری تبدیل شده است (Manuel et al, 2017:526). این صنعت به‌عنوان فعالیتی چندوجهی سازوکاری برای افزایش اشتغال، کسب درآمد و جذب ارز به‌شمار می‌آید و از هر ۱۰ شغل مهم دنیا، یکی در ارتباط با گردشگری می‌باشد (Blancas et al, 2019:1; UNWTO^۲, 2018:1191). بنابراین گردشگری منبع عالی برای افزایش درآمد و فرصت‌های شغلی از طریق جذب گردشگران خارجی محسوب می‌گردد و موجبات رشد و توسعه‌ی اقتصادی را فراهم می‌آورد. همچنین گردشگری به مدرن‌سازی و توسعه‌ی اقتصادی و فرهنگی مناطق دورافتاده کمک شایانی می‌کند (Yan & Santos, 2009:297; Yang & Wall, 2009:560; Condice, 2015:39; Wang et al, 2020:2). در این راستا، ضروری است با برنامه‌ریزی استراتژیک و راهبردی مقدمات توسعه‌ی گردشگری را فراهم آورد. همچنین بایستی در برنامه‌ریزی گردشگری به دو اصل اساسی توجه شود: اول ارتقای تسهیلات کالبدی و خدمات اجتماعی (Conaghan et al, 2014:544; Pearce & Zare, 2017:56; Tussyadiah, 2015:105) و دوم نیازسنجی ترجیحات گردشگران (نیازهای شخصی و ذهنی) (Larsen, 2007:8; Scott and Le, 2017:21). امروزه با توجه به میزان ارزش افزوده و درآمد حاصل از توسعه‌ی گردشگری، گونه‌های مختلف گردشگری مورد برنامه‌ریزی کشورها گردیده‌اند. در این راستا، در چند دهه‌ی گذشته، شهرها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری در بین گردشگران شناخته شده (Edvard et al, 2008:1032) و وجود بافت تاریخی-فرهنگی در شهرها این مراکز را به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مقصدهای گردشگری مطرح نموده است. بافت‌هایی که آثار گران‌بهای از فرهنگ، دانش معماری و شهرسازی بومی بوده و به‌عنوان جزئی از هویت اجتماعی هر قوم و کشوری تلقی می‌شوند (Habibi, 2010:55).

با توجه به اهمیت و نقش تأثیرگذار جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی در توسعه‌ی گردشگری و نیاز به برنامه‌ریزی مناسب در ابعاد مختلف مدیریتی، هدف از تحقیق حاضر شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی در شهر تبریز و تدوین الگوی مطلوب توسعه‌ی گردشگری می‌باشد.

شهر تبریز به دلیل دارا بودن جاذبه‌های متعدد فرهنگی، تاریخی، طبیعی و انسان‌ساز، جایگاه خاصی در بین شهرهای ایران را به خود اختصاص داده است و سالانه میزبان تعدادی کثیری از گردشگران داخلی و خارجی بوده و به‌نظر می‌رسد گردشگری تاریخی-فرهنگی (با آثار تاریخی-فرهنگی ارزشمندی همچون بازار سرپوشیده، مساجد عالی، مدارس مشهور، محلات تاریخی و قدیمی، دروازه‌های قدیمی، کلیساهای فاخر، موزه‌های متعدد و خانه‌های باشکوه) مؤثرترین نوع گردشگری در جذب گردشگران داخلی و خارجی این شهر می‌باشد (Novin, 2017:3). در این راستا، با توجه به

^۱- دو صنعت دیگر نفت و خودروسازی می‌باشند.

^۲ - World Tourism Organization

اهمیت بافت تاریخی-فرهنگی شهر و نقش آن در توسعه‌ی گردشگری، چند دهه‌ای است که مقوله‌ی نوسازی و بازآفرینی بافت تاریخی-فرهنگی در تبریز به‌صورت جدی مطرح گردیده است. سیاست‌گذاری در این حوزه از رویکردهایی با غلبه‌ی مسائل کالبدی و حتی تا حدودی تأکید بر رویکردهای تأمین مالی و سودآوری‌های اقتصادی، تا تحولات چند سال اخیر که تلاش شده تا رویکردهای اجتماعی نیز در کنار دیگر مسائل دیده شود، تغییر کرده است. با این حال به دلیل وجود انواع پیچیدگی‌ها در شهر تبریز از جمله پیچیدگی در نقش و عملکرد سازمان‌های مسئول و ذی‌ربط، روابط نهادی و ساختارهای اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر تعامل میان کنشگران این حوزه، به همراه چالش‌های مدیریتی توسعه‌ی شهری، همچنان راهکار قابل قبول و تجربه‌ی موفق‌ی مورد عمل قرار نگرفته است. علاوه بر این، عدم قانون‌گذاری مناسب در اسناد و قوانین پایه و فرادستی در خصوص گردشگری و وجود نگاه تقلیل‌گرایانه عدم توسعه‌ی قابل توجه گردشگری را باعث گردیده است. در این راستا، توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی تبریز علاوه بر توجه ویژه به بازآفرینی یکپارچه در ابعاد مختلف بافت تاریخی-فرهنگی شهر، نیازمند تغییرات اساسی در ساختارهای مدیریتی و قوانین بالادستی می‌باشد. همچنین در سطح کلان نیاز به برنامه‌ریزی استراتژیک و سیاست‌گذاری مناسب احساس می‌گردد. با توجه به هدف تحقیق، پاسخگویی به سؤال زیر اساس کار می‌باشد:

- مهمترین پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی در شهر تبریز کدامند؟

پیشینه تحقیق

در راستای گردشگری تاریخی-فرهنگی مطالعات و پژوهش‌های متعددی مورد نگارش قرار گرفته است. با این حال تدوین الگوی توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی به‌صورت سیستمی و جامع بر مبنای عوامل کلان (ساختاری) و خرد نوآوری تحقیق حاضر به‌شمار می‌آید. در ادامه به مهمترین پژوهش‌های انجام گرفته در سال‌های اخیر اشاره می‌گردد.

Hamdi et al (۲۰۰۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر گردشگری تاریخی-فرهنگی بر توسعه‌ی پایدار شهر همدان پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که همدان یکی از مستعدترین مناطق گردشگری کشور است و این برجستگی بیشتر به علت وجود بناهای با ارزش تاریخی و قدمت این شهر می‌باشد. به عبارتی همدان علی‌رغم داشتن آب و هوای مناسب در برخی از فصول سال و منابع با ارزش طبیعی مثل غارعلی‌صدر به دلیل داشتن آثار و ابنیه‌ی تاریخی معروف است و اگر از تمام استعدادها و پتانسیل‌های گردشگری استان بهره گرفته شود، قطعاً این صنعت به‌ویژه گردشگری تاریخی-فرهنگی در توسعه‌ی پایدار شهری همدان مؤثر خواهد بود. Teimori et al (۲۰۱۴)، در پژوهشی تحت عنوان عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری، بازار تاریخی تبریز را مورد بررسی قرار داده‌اند. بررسی‌های پژوهش بیانگر وضعیت متوسط بازار تاریخی تبریز به لحاظ گردشگری است؛ به‌طوری‌که با مرتفع کردن ضعف‌ها و از بین بردن تهدیدهای موجود می‌توان کارکرد گردشگری بازار تبریز را به سطح عالی ارتقاء داد. Pourjohari (۲۰۱۴)، در تحقیقی به بررسی نقش جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان در توسعه‌ی گردشگری فرهنگی پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد

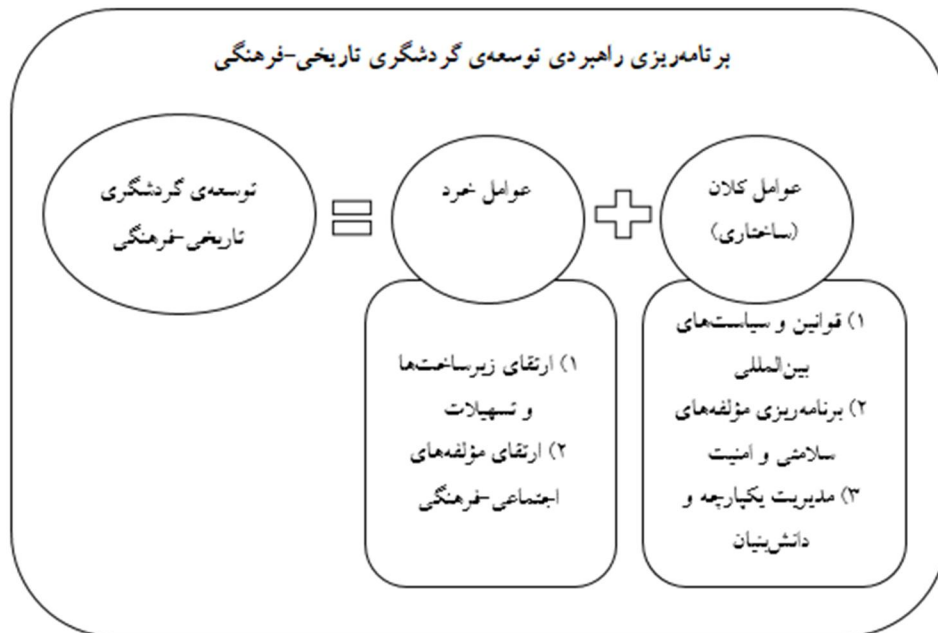
که رابطه‌ی مثبت و معناداری بین تصور مقصد با وفاداری به مقصد و جذب گردشگران وجود دارد و تلاش در جهت ایجاد تصورات واقع‌بینانه‌تر و مثبت در نگرش بازدیدکنندگان گامی به سوی توسعه و رونق گردشگری شهر اصفهان محسوب می‌شود. Novin (۲۰۱۷)، در پژوهش خود تحت عنوان تحلیلی بر اثرات باززنده‌سازی بافت‌های تاریخی-فرهنگی بر توسعه‌ی گردشگری، منطقه ۸ شهر تبریز را مورد بررسی قرار داده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری در اثر باززنده‌سازی، حفاظت و احیای کالبدی محدوده‌ی تاریخی و احیای استخوان‌بندی اصلی بافت تاریخی، واگذاری و آماده‌سازی ساختمان‌های تاریخی برای فعالیت‌های گردشگری و جذب سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی و احیاء هنرها و سنن بومی و تاریخی و برنامه‌های فرهنگی و تفریحی می‌باشند.

همچنین Weingart & Schrier (۲۰۰۸)، در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری تاریخی-فرهنگی در توسعه‌ی اقتصاد محلی پرداخته‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی و گردشگری، بنیاد قابل توجهی برای توسعه‌ی اقتصاد محلی می‌باشند. همچنین شناخت منابع تاریخی و فرهنگی و حمایت از گردشگری در این زمینه روشی مناسب برای توسعه‌ی اقتصادی محسوب می‌گردد. Fazito et al (۲۰۱۶)، در پژوهش خود گفتمان‌ها و سیاست‌گذاری‌های گردشگری در برزیل را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در روند شکل‌گیری گردشگری پایدار نمایش‌های مختلف -گاه مخالف- از توسعه‌ی گردشگری برای تحقق حمایت از افراد با زمینه‌ها و علایق مختلف به وجود می‌آورد و در این زمینه گردشگری تاریخی-فرهنگی نقش محوری دارد. Kim & Bramwell (۲۰۱۹)، در مطالعه‌ی خود سیاست‌گذاری در راستای توسعه‌ی گردشگری و بازآفرینی شهری را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این مطالعه بیان گردیده است که بهره‌گیری از تجربیات موفق بین‌المللی در راستای توسعه‌ی گردشگری و بازآفرینی شهری به‌ویژه بافت‌های تاریخی-فرهنگی در ابعاد مختلف اقتصادی، کالبدی و اجتماعی ضروری می‌باشد. Haigh (۲۰۲۰)، نیز در پژوهش خود به بررسی سیاست‌های گردشگری تاریخی-فرهنگی در مناطق در حال توسعه پرداخته است. نتایج این پژوهش که در شهر ساراواک^۱ مالزی انجام گرفته نشان می‌دهد، سیاست‌های جذب گردشگری در این شهر با هدف کسب سودآوری موجب بی‌تفاوتی نسبت به ارتقای ارزش‌های سنتی-فرهنگی گردیده و سنت‌ها و ارزش‌ها به حاشیه رانده شده‌اند.

مبانی نظری تحقیق

شهرها از دو نظر در صنعت گردشگری نقش بلامنازع دارند: از یک‌سو با تمرکز جمعیت در خود و اضطراب‌های ناشی از کار و فعالیت در شهر، خود محل صدور گردشگر بوده و از سوی دیگر، بعضی از آن‌ها با داشتن امکانات و جاذبه‌های تاریخی و توریستی به‌عنوان مقصد ایفای نقش می‌نمایند (Karami, 2012:51). بنابراین، شهرها با جاذبه‌های متنوع شامل: موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های

تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطق با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور، جاذب گردشگران بسیاری هستند. از طرفی، حجم زیادی از امکانات گردشگری نظیر: محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات حمل‌ونقل و سایر خدمات گردشگری، در شهرها واقع‌اند که بازدید کنندگان از مناطق اطراف، و خود شهر، از آن‌ها استفاده می‌کنند (Papoli Yazdi & Saghay, 2014:188). همچنین، می‌توان گفت گردشگری شهری تنها شکلی از گردشگری نیست بلکه بخشی از ویژگی‌های سنتی زندگی شهر است (Howie, 2003:42). گردشگری شهری در چهارچوب الگوی فضایی، گونه‌های متفاوتی دارد که بر بنیان جاذبه‌های موجود در شهر، رویدادها و انگیزه‌های گردشگری استوار است. نقاط مدنظر گردشگران در سفر به شهرها، تماشای جاذبه‌های تاریخی، بناها و پارک‌های بازسازی شده و چشم‌انداز شکل گرفته از شهرها است (Aitchin, 2002:9). از این‌رو، مراکز شهری به علت دارا بودن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند و کنشگری گردشگران در فضاهای شهری بیشتر پیرامون بافت‌ها و جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی تبلور می‌یابد؛ بافت‌هایی که داستان شهر را روایت می‌کنند (Schultz, 2005:188). همزمان با وجود بافت‌ها و جاذبه‌های تاریخی در راستای توسعه‌ی گردشگری و جذب گردشگران در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران نیاز به ارتقای تسهیلات و خدمات حمایتی و تدوین قوانین احساس می‌شود (Pearce, 2001:927; Stefania et al, 2009:301). بنابراین می‌توان عنوان کرد که جاذبه‌های اولیه‌ی شهری نظیر آثار تاریخی و مراکز خرید که باعث ایجاد انگیزه‌ی جذب توریست به شهرها می‌گردند با تقویت عناصر حمایتی نظیر امکانات و خدمات مناسب، تدوین قوانین و تبلیغات مؤثر می‌تواند باعث جذب توریست بیشتر به شهرها شود و انگیزه‌ی مجدد جهانگردان برای سفر به شهر مورد علاقه را افزایش دهد (Ghassabi, 2019:51). بنابراین جذابیت مراکز گردشگری تاریخی-فرهنگی ناشی از جذابیت عناصر گردشگری از جمله آثار و بناهای تاریخی-فرهنگی و خدمات و تسهیلات مناسب و سیاست‌ها و قوانین مقاصد گردشگری می‌باشد.

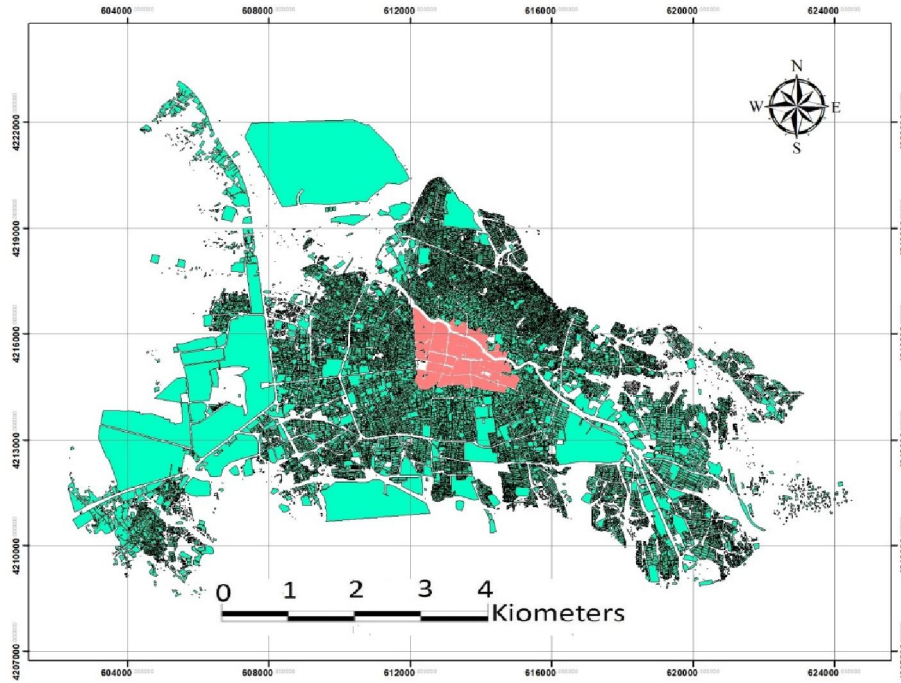


شکل ۱: عوامل تأثیرگذار بر برنامه‌ریزی گردشگری تاریخی-فرهنگی

Source: Authors, 2021.

موقعیت منطقه مورد مطالعه

محدوده‌ی بافت قدیمی و تاریخی کلان‌شهر تبریز، قدیمی‌ترین قسمت شهر (اغلب قبل از ۱۳۰۰ شمسی) را تشکیل می‌دهد. بافت قدیم و تاریخی عمدتاً خودانگیخته و خودسازمان‌یافته بوده و دارای ساختارهای همپيوند و اندامواره‌ی (ارگانیک) می‌باشد. شهر ابتدا در درون این محدوده شکل گرفته و روبه تکامل گزرده است. از این‌رو، این محدوده دربرگیرنده‌ی یادمان‌ها و نمادهای تاریخی شهر نیز می‌باشد. مشخصه‌ی عمده‌ی آن مرکزیت تاریخی، تجاری، اداری، تفریحی و نظایر آن در سطح شهر است. وجود مجموعه‌ی صاحب‌الامر، مسجد جامع و بازار که استخوان‌بندی شهر را تشکیل داده، بیانگر اهمیت و نقش این محدوده در انعکاس هویت و تاریخ شهر می‌باشد. این بافت از آن موقعی که اولین خیابان‌ها به‌منظور تأمین عبور و مرور وسایط نقلیه‌ی سواره، پیکر شهر را درنوردیدند، تعریف گردید. به عبارت بهتر، وجود بافت قدیم با مداخلات شهرسازی مدرن معنا و مفهوم یافت. مساحت این بافت از شهر ۲۱ هکتار با جمعیتی بالغ بر ۳۵۰۰۰ نفر بوده است (Novin, 2017:139).



شکل ۲: موقعیت بافت تاریخی کلان‌شهر تبریز

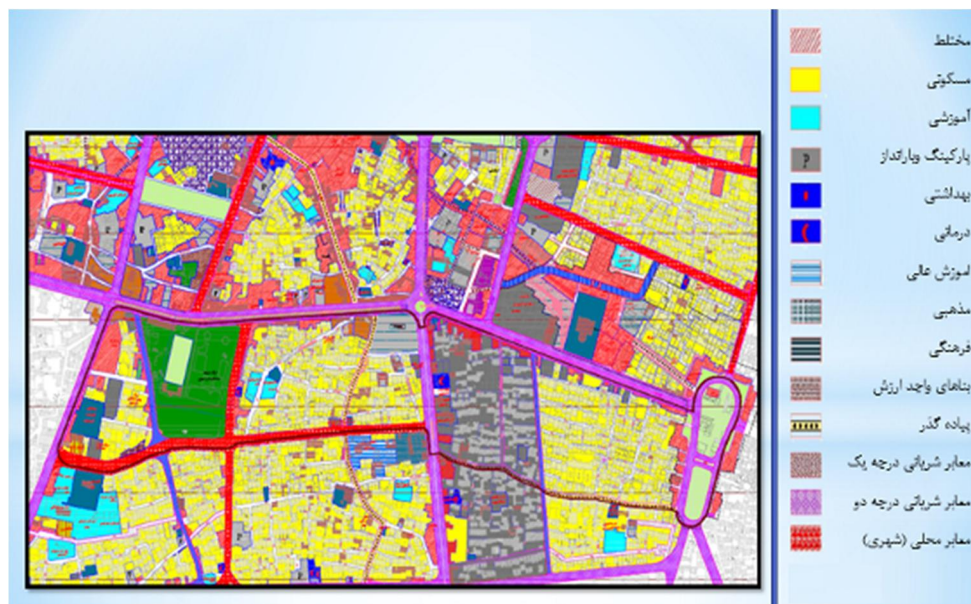
Source: Authors, 2021.

همچنین می‌توان رینگ گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر تبریز به صورت شکل ۳ ترسیم نمود. در این محدوده مراکز و بناهای تاریخی، فرهنگی و مذهبی مختلفی همچون خانه‌ی حیدرزاده، موزه‌ی شهر، موزه‌ی سنجش، مسجد کبود، مسجد استادشاگرد، ارگ علیشاه، عمارت شهرداری و مسجد خونی قرار دارند.



شکل ۳: رینگ گردشگری تاریخی-فرهنگی تبریز

Source: Authors, 2021.



شکل ۴: وضعیت کاربری‌ها در رینگ گردشگری تاریخی-فرهنگی تبریز
Source: Authors, 2021.

از طرفی آمارها نشان می‌دهد که آذربایجان شرقی جزو ۵ استان اول کشور در مورد حضور گردشگران خارجی است و در نیمه‌ی اول سال ۹۵، ۳۰۰ هزار گردشگر خارجی داشته است، این رقم با توجه به عدد ۲۸۲ هزار گردشگر در مدت مشابه سال ۹۴ رشد ۶ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین طبق آمارهای بدست‌آمده گردشگران ورودی داخلی و خارجی سال ۹۵ بالغ بر ۴ میلیون و ۴۶۱ هزار نفر بوده که این محاسبه تنها در نیم سال اول سال ۹۶ آماري بالغ بر ۳ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر بوده است. بر اساس آمار، رشد گردشگری داخلی تبریز در سال ۹۵، ۲۵ درصد و رشد گردشگری خارجی این شهر ۳۵ درصد بوده و وجود آثار تاریخی-فرهنگی اسلامی، میزان توسعه‌یافتگی زیرساخت‌ها و وجود روستاهای هدف گردشگری از جمله شاخص‌های انتخاب این شهر به‌عنوان شهر نمونه گردشگری اعلام شده است.^۱ طی سالیان گذشته آمار دقیقی از میزان گردشگران تبریز ارائه نشده است و آخرین آمار مربوط به سال ۲۰۱۳ و ورود ۶۸۰ هزار گردشگر به تبریز بوده است. با این حال آمارهای غیررسمی از سازمان میراث فرهنگی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۸ حدود یک میلیون گردشگر وارد تبریز گردیده‌اند و جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی و اقلیم شهر در جذب گردشگران نقش بسزایی داشته‌اند. از سال ۲۰۱۹ نیز با شیوع ویروس کرونا گردشگری در تبریز همچون عرصه‌ی جهانی دچار رکود گردیده و میزان گردشگران به‌شدت کاهش یافته است.

روش تحقیق

با توجه به اینکه پژوهش حاضر به‌دنبال توسعه‌ی دانش کاربردی در راستای شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر تبریز بوده است، بنابراین روش

^۱ - سازمان میراث فرهنگی استان آذربایجان شرقی.

تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق نیز شامل مدیران، مسئولان، کارشناسان شهری و نخبگان دانشگاهی شهر تبریز بوده است (قابل ذکر است که جامعه‌ی آماری حدوداً ۲۰۰۰ نفر می‌باشد). در خصوص تعیین حجم نمونه هم از قواعد خاص روش حداقل مربعات جزئی (مدل استفاده شده در این تحقیق) پیروی شده است، بگونه‌ای که حجم نمونه مورد نیاز در مدلسازی مسیری روش حداقل مربعات جزئی به طور قابل ملاحظه‌ای کوچکتر از روش معادلات ساختاری مبتنی بر کواریانس است. در این روش که یکی از جدیدترین قواعد انتخاب حجم نمونه را دارد قواعدی را پیشنهاد می‌کند که حجم نمونه باید برابر یا بزرگتر از این موارد باشد: برابر تعداد شاخص‌های سازه‌ای که دارای بیشترین تعداد معرف‌های ترکیبی است؛ ده برابر بیشترین تعداد مسیرهای ساختاری که به یک سازه‌ی خاص در مدل مسیری داخلی ختم می‌شود (Henseler et al, 2009: 288). با توجه به قاعده‌ی مدل حداقل مربعات جزئی و با توجه به این نکته که ممکن است تعدادی از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده دارای داده‌های ناهمگون و غیرقابل اعتماد باشند، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ به دست آمد که با استفاده از فرمول اصلاح شده‌ی کوکران به تعداد ۳۴۰ تقلیل یافت. در این تحقیق روش نمونه‌گیری بر اساس الگوی گلوله‌برفی می‌باشد. پرسشنامه‌ی تحقیق حاضر با استفاده از گویه‌های جدول شماره (۱) به صورت لیکرت ۵ مقیاسی طراحی شده است.

همچنین در این تحقیق به منظور سنجش اعتبار درونی نیز ابتدا از روش اعتبار محتوا برای افزایش اعتبار پرسشنامه استفاده شده است. در این راستا با استفاده از مقیاس‌های آزمون شده در پژوهش‌های مربوط به موضوع مورد مطالعه و نظرخواهی از اساتید و کارشناسان متخصص در این زمینه گام اول برداشته شد. سپس پرسشنامه‌ی تدوین شده طی دو مرحله‌ی مقدماتی و نهایی تکمیل گردید و با بررسی پاسخ‌های به دست آمده از ۳۰ پرسشنامه‌ی مقدماتی و انجام محاسبات آماری لازم، پرسشنامه‌ی نهایی تدوین گردید. جهت تحلیل و بررسی میزان صحت سؤالات پرسشنامه و سنجش سطح مناسبت ابزار تحلیل در پژوهش حاضر، با استفاده از روش تحلیل قابلیت اطمینان^۱ ضرایب آلفای تمامی سؤالات محاسبه گردیده است. بر اساس محاسبات صورت گرفته ضرایب آلفای^۲ تمامی سؤالات پرسشنامه بزرگتر از ۰/۷ و همچنین ضریب کل آلفا ۰/۸۰۶ می‌باشد.

به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات تحقیق نیز از مدل حداقل مجزورات جزئی در نرم‌افزار Warp-PLS استفاده شده است. همچنین در این قسمت برای سهولت کار تمام متغیرهای موجود در پژوهش کدبندی شده‌اند.

جدول ۱: متغیرهای تحقیق و کدبندی آنها

پیشران‌ها (TD)	گویه‌ها
قانونی-سیاسی (LP)	اصلاح تصویر منفی و زدودن ایران‌هراسی برای تقویت انگیزه‌ی سفر به ایران و افزایش گردشگران Q ₁ ، ارتقای سطح همکاری‌های گردشگری بین‌المللی

1 - Reputation of places
2 - Deep Interview

دوجانبه و چندجانبه و رفع موانع از جمله مقررات بروکراتیک و اقامت Q ₂ ، تنظیم چارچوب قوانین و مقررات حقوقی مشخص در ارتباط با گردشگران داخلی و خارجی Q ₃ .	
افزایش نظارت طبیعی و غیرطبیعی و ساماندهی بافت‌های کالبدی مختلف در شهر به منظور افزایش امنیت گردشگران Q ₄ ، هماهنگ کردن منابع و خدمات مراقبت پزشکی و گردشگری سلامت با سایر بخش‌های گردشگری و افزایش مراکز درمانی و بیمارستان‌های درجه یک دارای مجوز آی‌پی‌دی Q ₅ .	سلامتی-امنیت (HS)
اطلاع‌رسانی مناسب و تبلیغات شایسته در بازار جهانی (بازارهای هدف) با بهره‌گیری از رسانه‌های بین‌المللی Q ₆ ، ایجاد مشوق‌های لازم و تبلیغات مناسب در راستای جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و بین‌المللی Q ₇ .	اقتصادی- بازاریابی (EM)
شکل‌گیری مدیریت واحد و سیستمی و شکل‌گیری تعامل و اعتماد نهادی بین ارگان‌های دولتی و خصوصی و بهره‌گیری از مشارکت مردم در انواع طرح‌ها و پروژه‌ها Q ₈ ، کاربست تجربه‌ی کشورهای موفق در راستای توسعه‌ی گردشگری و بومی‌سازی آنها Q ₉ .	مدیریتی (M)
تحقق ICT در تمامی سازمان‌ها و ارگان‌های مرتبط با گردشگری Q ₁₀ ، ایجاد وبسایت مرکزی گردشگری انعطاف‌پذیر به منظور دسترسی گردشگران به اطلاعات جاذبه‌های مختلف گردشگری، هتل‌ها، حمل‌ونقل و ... Q ₁₁ .	دانش‌محوری (K)
بهسازی و مرمت بافت‌های کهن و باارزش تاریخی-فرهنگی از طریق تأکید بر پیاده‌مداری (کاهش ورود حمل‌ونقل موتوری، نوسازی همراه با حفظ ارزش‌های تاریخی-فرهنگی و ...) Q ₁₂ ، ایجاد سرویس‌های خدماتی مطلوب در شهر (سرویس‌های بهداشتی، فضاهای سبز و تفریحی) Q ₁₃ .	کالبدی (P)
آموزش نحوه‌ی صحیح برخورد افراد فعال در مراکز و اقامت‌گاه‌های گردشگری Q ₁₄ ، برگزاری انواع آیین‌ها، مراسم‌ها و جشنواره‌ها در اماکن تاریخی و جاذب گردشگر Q ₁₅ .	اجتماعی- فرهنگی (SC)
ایجاد تسهیلات اقامتی مطابق با استانداردهای جهانی و ارائه‌ی تسهیلات مطابق با ملیت و فرهنگ گردشگران بر مبنای نیازسنجی ترجیحات گردشگران Q ₁₆ ، توسعه‌ی صنایع حمل‌ونقل هوایی، ریلی و جاده‌ای Q ₁₇ .	زیرساختی- تسهیلاتی (IF)

مأخذ: نگارندگان

تحلیل و تفسیر مدل ساختاری: یک مدل معادلات ساختاری که از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) در حل آن استفاده شده است، می‌بایست در دو مرحله تحلیل و تفسیر شود. ابتدا مدل اندازه-گیری و سپس مدل ساختاری مورد تحلیل و تفسیر قرار خواهد گرفت. منظور از بررسی مدل اندازه-گیری، بررسی وزن‌ها و بارهای متغیرهای مکنون و منظور از بررسی مدل ساختاری بررسی ضرایب مسیر میان متغیرهای مکنون است.

تحلیل مدل اندازه‌گیری: در این مرحله، تعیین می‌شود که آیا مفاهیم نظری به درستی توسط متغیرهای مشاهده شده اندازه‌گیری شده‌اند یا خیر. بدین منظور روایی و پایایی آن‌ها بررسی می‌شود.

در یک مدل PLS، پایایی هر یک از شاخص‌های متغیرهای مکنون (سازه‌ها)^۱، سازگار درونی^۲ (پایایی سازه) و همچنین روایی همگرا و روایی افتراقی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

یافته‌های تحقیق

شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر تبریز در این قسمت از تحقیق به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل حداقل مجذورات جزئی در نرم‌افزار Warp-PLS استفاده شده است.

الف) پایایی شاخص‌های متغیرهای مکنون: پایایی هر یک از شاخص‌های متغیر مکنون، در مدل PLS توسط میزان بارهای عاملی هر شاخص می‌شود. ارزش هر یک از بارهای عاملی شاخص‌های متغیر مکنون مربوطه می‌بایست بزرگتر یا مساوی ۰/۵ باشد. در جدول شماره ۲ میزان بارهای عاملی برای شاخص‌های متغیرهای مکنون تحقیق قابل مشاهده است.

جدول ۲: ارزش بارهای عاملی شاخص‌های متغیرهای مکنون

P-values	IF	SC	P	K	M	EM	HS	LP	متغیر مکنون
									متغیر مشاهده شده
<۰/۰۰۱	-۰/۴۲۹	۰/۲۵۸	۰/۰۹۲	۰/۲۰۱	-۰/۰۷۴	۰/۳۲۹	۰/۱۴۷	۰/۷۴۲	Q ₁
<۰/۰۰۱	-۰/۴۲۹	-۰/۲۵۸	-۰/۰۹۲	-۰/۲۰۱	۰/۰۷۴	-۰/۳۲۹	-۰/۱۴۷	۰/۷۴۲	Q ₂
<۰/۰۰۱	۰/۴۲۹	-۰/۲۵۸	۰/۰۹۲	-۰/۲۰۱	۰/۰۷۴	-۰/۳۲۹	۰/۱۴۷	۰/۷۴۲	Q ₃
<۰/۰۰۱	-۰/۱۱۸	-۰/۳۰۷	-۰/۲۶۲	-۰/۱۱۹	-۰/۰۸۵	-۰/۳۲۹	۰/۷۲۸	-۰/۲۷۴	Q ₄
<۰/۰۰۱	۰/۱۱۸	۰/۳۰۷	۰/۲۶۲	۰/۱۱۹	۰/۰۸۵	۰/۳۲۹	۰/۷۲۸	۰/۲۷۴	Q ₅
<۰/۰۰۱	-۰/۱۷۴	-۰/۲۴۸	-۰/۳۷۱	-۰/۴۲۶	-۰/۳۹۷	۰/۷۷۲	-۰/۲۳۷	-۰/۰۸۹	Q ₆
<۰/۰۰۱	۰/۱۷۴	۰/۲۴۸	۰/۳۷۱	۰/۴۲۶	۰/۳۹۷	۰/۷۷۲	۰/۲۳۷	۰/۰۸۹	Q ₇
<۰/۰۰۱	-۰/۴۱۷	-۰/۱۲۶	-۰/۰۰۹	-۰/۳۸۱	۰/۷۲۵	-۰/۱۸۵	-۰/۰۴۴	-۰/۱۵۲	Q ₈
<۰/۰۰۱	۰/۴۱۷	۰/۱۲۶	۰/۰۰۹	۰/۳۸۱	۰/۷۲۵	۰/۱۸۵	۰/۰۴۴	۰/۱۵۲	Q ₉
<۰/۰۰۱	-۰/۱۲۱	-۰/۲۷۷	-۰/۳۵۲	۰/۷۳۹	-۰/۴۲۸	-۰/۳۱۷	-۰/۲۵۵	-۰/۳۶۴	Q ₁₀
<۰/۰۰۱	۰/۱۲۱	۰/۲۷۷	۰/۳۵۲	۰/۷۳۹	۰/۴۲۸	۰/۳۱۷	۰/۲۵۵	۰/۳۶۴	Q ₁₁
<۰/۰۰۱	-۰/۲۶۵	-۰/۰۹۴	۰/۷۱۵	-۰/۳۴۹	-۰/۲۷۴	-۰/۴۱۲	-۰/۰۵۷	-۰/۲۸۴	Q ₁₂
<۰/۰۰۱	۰/۲۶۵	۰/۰۹۴	۰/۷۱۵	۰/۳۴۹	۰/۲۷۴	۰/۴۱۲	۰/۰۵۷	۰/۲۸۴	Q ₁₃
<۰/۰۰۱	-۰/۱۴۴	۰/۷۶۱	-۰/۴۲۹	-۰/۲۳۰	-۰/۴۷۲	-۰/۲۶۴	-۰/۲۱۱	-۰/۱۲۹	Q ₁₄
<۰/۰۰۱	۰/۱۴۴	۰/۷۶۱	۰/۴۲۹	۰/۲۳۰	۰/۴۷۲	۰/۲۶۴	۰/۲۱۱	۰/۱۲۹	Q ₁₅
<۰/۰۰۱	۰/۷۵۳	-۰/۱۷۶	-۰/۱۷۳	-۰/۰۷۳	-۰/۱۰۹	-۰/۰۸۷	-۰/۰۰۷	-۰/۳۷۸	Q ₁₆
<۰/۰۰۱	۰/۷۵۳	۰/۱۷۶	۰/۱۷۳	۰/۰۷۳	۰/۱۰۹	۰/۰۸۷	۰/۰۰۷	۰/۳۷۸	Q ₁₇

Source: Research finding, 2021.

¹ Individual reliability of each item for constructs

² Internal Consistency

همان‌طور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود تمامی مقادیر سنجه‌های مرتبط با متغیر مکنون که پررنگ شده است، بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین می‌توان گفت مدل اندازه‌گیری از پایایی کافی در زمینه‌ی شاخص‌های مکنون برخوردار است.

ب) پایایی سازه (سازگاری درونی): برای اندازه‌گیری این پایایی، شاخص پایایی ترکیبی در مدل PLS ارائه می‌شود. این شاخص بر اساس ضریب آلفای کرونباخ محاسبه می‌شود. مقدار این شاخص باید بزرگتر یا مساوی ۰/۷ باشد. جدول شماره ۳ مقدار پایایی سازه را برای هر یک از متغیرهای مکنون نشان می‌دهد.

جدول ۳: پایایی سازه‌های متغیرهای مکنون

IF	SC	P	K	M	EM	HS	LP	متغیر مکنون پایایی سازه
۰/۷۳۷	۰/۷۷۳	۰/۷۱۳	۰/۷۳۵	۰/۷۰۸	۰/۷۶۱	۰/۷۱۸	۰/۷۵۲	پایایی ترکیبی
۰/۷۴۱	۰/۷۵۶	۰/۷۲۴	۰/۷۶۰	۰/۷۴۳	۰/۷۵۹	۰/۷۵۵	۰/۷۳۶	آلفای کرونباخ

Source: Research finding, 2021.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر پایایی ترکیبی، بالاتر از ۰/۷ محاسبه شده است. مقدار آلفای کرونباخ نیز در جدول شماره ۳ نشان داده شده و ملاحظه می‌شود که این ضرایب نیز همگی بالاتر از ۰/۷ هستند بنابراین مدل اندازه‌گیری از پایایی سازه‌ی مناسبی برخوردار است.

ج) روایی همگرا: روایی همگرا در مدل PLS توسط معیار میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

جدول ۴: روایی همگرای سازه‌های (متغیرهای مکنون)

IF	SC	P	K	M	EM	HS	LP	متغیر مکنون روایی همگرا
۰/۶۱۵	۰/۷۰۲	۰/۵۸۶	۰/۷۴۸	۰/۷۷۱	۰/۶۹۳	۰/۷۲۹	۰/۷۵۶	پایایی ترکیبی

Source: Research finding, 2021.

با توجه به جدول شماره ۴ تمامی مقادیر میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۵ بیشتر بوده و بنابراین مدل اندازه‌گیری از روایی همگرایی مناسب برخوردار است.

د) روایی افتراقی: برای ارزیابی اعتبار افتراقی باید بررسی شود که آیا میزان میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای یک سازه (متغیر مکنون)، بیشتر از توان دوم همبستگی میان آن سازه و سازه‌های دیگر مدل است یا خیر.

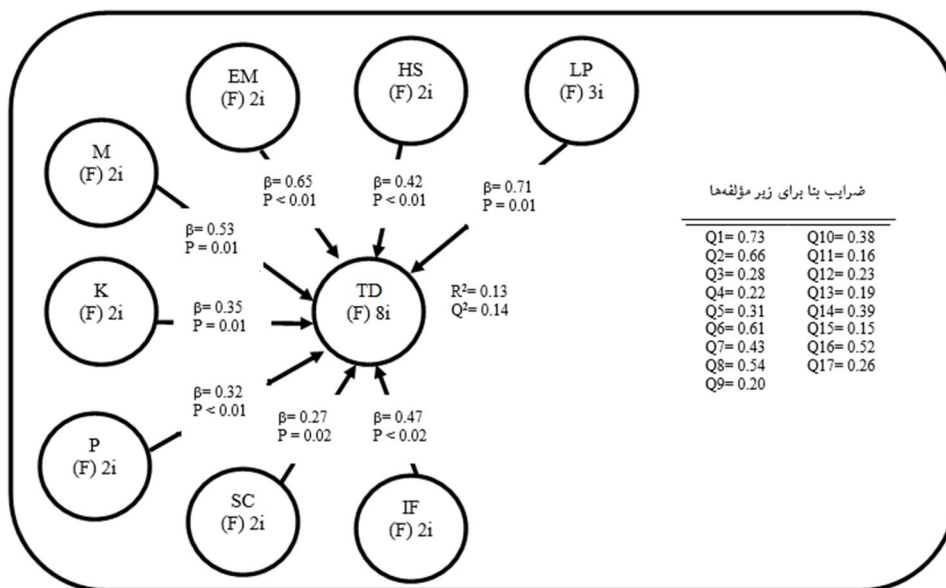
جدول ۵: اعتبار افتراقی سازه‌ها (متغیرهای مکنون)

IF	SC	P	K	M	EM	HS	LP	سازه
۰/۳۱۱	۰/۰۵۵	۰/۵۳۷	۰/۳۲۶	۰/۳۷۵	۰/۱۷۹	۰/۳۱۹	۰/۷۴۱	LP
۰/۲۹۵	۰/۳۷۷	۰/۱۲۸	۰/۳۱۸	۰/۰۸۹	۰/۲۲۷	۰/۷۶۳	۰/۲۷۸	HS
۰/۳۸۲	۰/۴۴۲	۰/۵۲۱	۰/۴۲۵	۰/۱۸۳	۰/۷۲۵	۰/۲۷۱	۰/۴۲۹	EM
۰/۲۴۷	۰/۱۶۸	۰/۳۱۴	۰/۱۷۶	۰/۷۴۶	۰/۳۱۷	۰/۱۵۷	۰/۳۵۲	M
۰/۲۹۱	۰/۵۰۳	۰/۰۹۶	۰/۷۱۳	۰/۵۴۳	۰/۳۴۸	۰/۴۰۲	۰/۵۰۳	K
۰/۱۷۸	۰/۴۱۷	۰/۷۳۸	۰/۱۴۵	۰/۴۸۵	۰/۳۷۰	۰/۲۶۱	۰/۲۵۷	P
۰/۳۲۸	۰/۷۴۴	۰/۲۱۷	۰/۲۵۹	۰/۲۶۲	۰/۱۲۶	۰/۳۲۸	۰/۴۲۸	SC
۰/۷۳۲	۰/۳۶۱	۰/۳۲۹	۰/۱۸۷	۰/۲۹۰	۰/۳۲۷	۰/۴۱۸	۰/۲۱۱	IF

Source: Research finding, 2021.

مقادیر قطر اصلی در جدول فوق نشان دهنده‌ی ریشه‌ی دوم AVE و سایر مقادیر نیز نشان دهنده‌ی همبستگی میان سازه‌ها هستند. ملاحظه می‌شود که تمامی سازه‌ها با شرایط مورد نظر مطابقت دارند بنابراین می‌توان بیان کرد که سازه‌ها از اعتبار افتراقی برخوردارند. همان‌گونه که در جدول شماره ۵ مشخص است، عناصر روی قطر اصلی دارای مقادیری بیشتری نسبت دیگر مقادیر هستند.

و) تحلیل مدل ساختاری: در شکل ۵ که تحلیل مدل ساختاری را نشان می‌دهد، ضرایب هر یک از مسیرها به نمایش در آمده است. هر یک از ضرایب در صورتی قابل قبول است که مقدار P-values آن کمتر از ۰/۰۵ باشد. جدول شماره ۶، P-values مربوط به هر یک از مسیرها را ارائه داده است.



شکل ۵: مدل ساختاری تحقیق (پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری)

Source: Research finding, 2021.

جدول ۶: معناداری ضرایب مسیر

نتیجه	P-values	ضریب مسیر	مسیر
تایید	۰/۰۰۱	۰/۷۱۳	TD ← LP
تایید	۰/۰۰۷	۰/۴۲۴	TD ← HS
تایید	۰/۰۱۵	۰/۶۴۹	TD ← EM
تایید	۰/۰۲۲	۰/۵۳۱	TD ← M
تایید	۰/۰۰۴	۰/۳۵۲	TD ← K
تایید	۰/۰۳۶	۰/۳۲۴	TD ← P
تایید	۰/۰۰۱	۰/۲۶۸	TD ← SC
تایید	۰/۰۰۳	۰/۴۶۷	TD ← IF

Source: Research finding, 2021.

جدول شماره ۶ مقدار تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد، همانطوری که قابل مشاهده است اثرگذاری متغیرهای مورد بررسی معنی‌دار بودن رابطه‌ی بین پیشران‌ها و توسعه‌ی گردشگری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌دهد. همچنین همه‌ی ۸ مورد از پیشران‌های مورد بررسی رابطه‌ی معنی‌داری با توسعه‌ی گردشگری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارند که در بین پیشران‌های مورد بررسی بیشترین تأثیرگذاری مربوط به پیشران‌های قانونی-سیاسی، اقتصاد-بازاریابی و مدیریتی می‌باشد که به ترتیب ضرایب استخراج شده بر اساس مدل ساختاری تحقیق برای هر کدام ۰/۷۱، ۰/۶۵ و ۰/۵۳ بوده است. همچنین در بین متغیرهای فرعی بیشترین تأثیرگذاری مربوط به متغیرهای اصلاح تصویر منفی و زدودن ایران‌هراسی برای تقویت انگیزه‌ی سفر به ایران و افزایش گردشگران، ارتقای سطح همکاری‌های گردشگری بین‌المللی دوجانبه و چندجانبه و رفع موانع از جمله مقررات بروکراتیک و اقامت اطلاع‌رسانی مناسب و تبلیغات شایسته در بازار جهانی (بازارهای هدف) با بهره‌گیری از رسانه‌های بین‌المللی شکل‌گیری مدیریت واحد و سیستمی و شکل‌گیری تعامل و اعتماد نهادی بین ارگان‌های دولتی و خصوصی و بهره‌گیری از مشارکت مردم در انواع طرح‌ها و پروژه‌ها و ایجاد تسهیلات اقامتی مطابق با استانداردهای جهانی و ارائه‌ی تسهیلات مطابق با ملیت و فرهنگ گردشگران بر مبنای نیازسنجی ترجیحات گردشگران می‌باشد که به ترتیب ضرایب مدل ساختاری برای هر کدام ۰/۷۳، ۰/۶۶، ۰/۶۱، ۰/۵۴ و ۰/۵۲ به‌دست آمده است.

جدول ۷: ضرایب تعیین متغیرهای وابسته

R^2	شاخص متغیر وابسته
۰/۱۳۳	TD

Source: Research finding, 2021.

قدرت پیش‌بینی مدل طراحی شده با استفاده از مقدار ضریب، برای متغیرهای وابسته تحلیل می‌شود، مقادیر بزرگتر یا مساوی ۰/۱ را برای ضریب تعیین قید کرده‌اند. با توجه به جدول شماره ۷ می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری تحقیق حاضر از قدرت کافی برخوردار است در این مدل ۱۳/۳ درصد از واریانس متغیر توسعه‌ی گردشگری را متغیرهای وارد شونده بر آن توجیه می‌کند.

جدول ۷: آزمون استون-گیسر

Q^2	شاخص متغیر وابسته
۰/۱۴۱	TD

Source: Research finding, 2021.

بر اساس آزمون استون-گیسر، چون مقادیر آزمون گیسر بالاتر از صفر محاسبه شده است نشان می‌دهد که مدل در نظر گرفته شده، ظرفیت و توان پیش‌بینی لازم را دارد. ضریب آزمون استون-گیسر برای متغیر توسعه‌ی گردشگری برابر با ۰/۱۴۱ است.

الگوی توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر تبریز

صنعت گردشگری از جمله نخستین مشاغل است که با وقوع کرونا بیشترین آسیب را دیده است و کسب‌وکارهایی که به‌نحوی مرتبط با گردشگری بوده‌اند، در این دوران متحمل بیشترین ضرر گردیده‌اند. با توجه به اینکه بیماری کرونا (کووید ۱۹) همچون سایر بیماری‌های پاندمی (همه‌گیر) بالأخره متوقف خواهد شد؛ بنابراین ضروری است برنامه‌ریزی در راستای توسعه‌ی گردشگری مدنظر دولت‌ها قرار گیرد و الگوی توسعه‌ی گردشگری پسا کرونا تدوین گردد. در تحقیق حاضر نیز که به بررسی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر تبریز پرداخته شده است، می‌توان گفت الگوی توسعه‌ی گردشگری به شرح شکل ۵ می‌باشد. در این شکل که الگوی مدنظر در سه مرحله‌ی سلسله‌مراتبی تدوین شده است، نشان می‌دهد که بیشترین توجه در عرصه‌ی توسعه‌ی گردشگری در مرحله‌ی اول بایستی عوامل کلان و ساختاری را مدنظر قرار دهد. در این مرحله نیاز به تغییرات روابط سیاسی کشور ایران مطرح می‌گردد که به شکلی با تحریم‌های گسترده و شکل‌گیری تصویر منفی در اذهان بین‌المللی بایستی به‌طور جدی مورد کنکاش قرار گیرد. همچنین در این مرحله بایستی مدیریت گردشگری شهر از رویکرد مستقل و متمرکز (تکنوکرات‌گرا) به رویکردهای منعطفی همچون سیستمی، یکپارچه و مشارکتی تغییر یابد. همچنین ضروری است تبلیغات و بازاریابی گردشگری در بازارهای هدف با شناخت کاملی از ترجیحات گردشگران صورت گیرد. پس از این مرحله بایستی برنامه‌ریزی در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، کالبدی، زیرساخت‌ها و ... در راستای افزایش جذابیت شهر و عناصر گردشگری صورت پذیرد.

از طرفی در راستای توسعه‌ی گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر تبریز می‌توان به نخست؛ ارتقای ظرفیت‌های برون‌سازمانی، یعنی جلوگیری از تداخل وظایف سازمان‌ها و نهادهای مختلف در بافت

تاریخی فرهنگی و توسعه‌ی گردشگری و شکل‌گیری مشارکت، تعامل و تسهیل‌گری نهادی سازمان‌های دولتی و خصوصی شده و به هماهنگی در تصمیم‌های اساسی، بازاریابی و تبلیغات، دوم؛ ظرفیت‌سازی نهادی یعنی بهبود روش‌ها و اقدامات براساس علم روز، پذیرش رویکردهای متنوع در نظام مدیریتی، توانایی تقویت مکانیزم‌های بومی و محلی و استفاده‌ی معقولانه از منابع و امکانات و سوم؛ بهبود ضوابط و تعریف پروژه‌ها همچون توسعه‌ی حمل‌ونقل عمومی و پیاده‌محوری، شناخت هدفمند مسائل بافت تاریخی با رویکرد آینده‌پژوهی، نظارت دقیق در خصوص رعایت آیین‌نامه‌ها و بخش‌نامه‌ها و تأکید بر اهداف چندبعدی (اجتماعی، اقتصادی، کالبدی) اشاره کرد.



شکل ۶: الگوی توسعه‌ی گردشگری شهر تبریز

Source: Research finding, 2021.

نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. در این فرایند انتقال دانش، اطلاعات، پول و ... در کنار سرمایه‌گذاری‌های دولت در قالب ارائه‌ی خدمات زیرساختی و نیز سرمایه‌گذاری‌های بخش عمومی و خصوصی در شکل تسهیلات اقامتی- پذیرایی و خدمات گردشگری منجر به شکوفایی اقتصادی شده و در نهایت منجر به بهبود شرایط اقتصادی- اجتماعی آنها می‌شود و زمینه را برای نیل به توسعه‌ی پایدار فراهم می‌سازد. در این راستا با توجه به اثرات مثبت توسعه‌ی گردشگری در ابعاد مختلف به‌ویژه شاخص‌های اقتصادی، شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری ضرورتی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. همچنین گردشگری

یکی از جریان‌های جهانی است که به خوبی بیانگر ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و طبیعی است. بنابراین توسعه گردشگری و تأمین زیرساخت‌های لازم برای برآوردن انتظارات و خواسته‌های آینده، در سراسر بخش‌ها و سطوح دولتی، به رویکردی یکپارچه نیاز دارد.

در این راستا طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری^۱ (۲۰۱۸) ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی یازدهمین کشور برتر جهان به‌شمار می‌آید و همین جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی گرانبها می‌تواند به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی برای جذب گردشگر در کشور ما باشد. در کشور ایران علیرغم وجود ۱۲ نوع از ۱۷ نوع اقلیم و آب و هوای جهانی و تعداد ۲۵ اثر ثبت شده‌ی جهانی (۲ اثر طبیعی و ۲۳ اثر فرهنگی)، در فهرست میراث جهانی گردشگری متأسفانه باید گفت که در حال حاضر از این صنعت در راستای توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور به نحو بسیار خوبی استفاده نگردیده است.

شهر تبریز نیز از این قاعده مستثناء نمی‌باشد و با وجود جاذبه‌های متنوع به‌ویژه جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی همچون بازار سرپوشیده، ارگ علیشاه، مسجد کبود و ... تا کنون نتوانسته است در راستای جذب گردشگر موفقیت چندانی به‌دست آورد. با این وجود در سال‌های اخیر این صنعت در تبریز روبه پیشرفت بوده است و در سال ۲۰۱۸ این شهر به‌عنوان پایتخت گردشگری شهرهای اسلامی مطرح گردید.

با توجه به نقش و تأثیر توسعه گردشگری در توسعه شهر (در ابعاد مختلف) ضروری است برنامه‌ریزی راهبردی منسجم و یکپارچه در راستای توسعه این صنعت صورت پذیرد. در این راستا به‌نظر می‌رسد در سطح کلان (ساختاری) و خرد (غیرساختاری) راهکارهای زیر قابلیت اجرایی پیدا کرده و پس از پایان اپیدمی کرونا موجبات توسعه گردشگری شهر تبریز را فراهم سازد.

- ارائه برنامه‌هایی در راستای آگاهی از ترجیحات گردشگران (بازارهای هدف)؛ در این راستا ایجاد وب‌های گردشگری متمرکز ضمن شناسایی ترجیحات مختلف گردشگران و جذابیت عناصر و تسهیلات گردشگری برای آنها، برنامه‌ریزی دقیق در زیرساخت‌ها را فراهم سازد. همچنین بایستی هتل‌ها و مراکز اقامتی متناسب با خواست‌ها و نیازهای گردشگران ایجاد گردد، با این حال نباید ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی شهر تبریز و ایران در طراحی و ساخت مورد غفلت قرار گیرد.

- با توجه به شهرت تاریخی شهر تبریز نیاز است که جاذبه‌های تاریخی را با حفظ الگوهای سنتی خود مورد مرمت قرار گیرند. همچنین رویدادمحوری در مراسم مختلف در این مراکز تاریخی-فرهنگی مدنظر قرار گیرد و موسیقی‌های بومی-سنتی، رقص‌های محلی و غذاهای سنتی در این بافت‌ها و مراکز گنجانده شود.

- یکی از مهمترین ضعف‌های گردشگری در تبریز نبود مدیریت واحد و سیستمی از یک‌سو و هماهنگی میان نهادهای دولتی، خصوصی و تشکلهای مردمی از سوی دیگر می‌باشد. بنابراین ضروری است مدیریت توسعه گردشگری در شهر تبریز شکل گرفته و کلیه ارگان‌هایی که

^۱ - WTO

به‌نحوی در این حوزه فعالیت دارند، طرح و برنامه‌های خود را با مدیریت واحد هماهنگ نموده و پاسخگوی فعالیت‌های خود باشند.

- جذب گردشگران خارجی با توجه به ارزآوری آنها به‌صورت دقیق برنامه‌ریزی گردد. چنانچه در سال‌های اخیر شهر تبریز با شهرهای کشورهای همسایه قراردادهای مختلف اقتصادی عقد کرده است و ضروری است توسعه‌ی گردشگری در این طرح‌ها گنجانده شود. همچنین با توجه به تصویر منفی ایران در اذهان بین‌المللی با تبلیغات گسترده از امنیت شهر و همچنین قوانین گردشگران به سوی توسعه‌ی این صنعت گام برداشت.

منابع و مأخذ:

1. Pourjohari, F. (2014). The Role of Historical Attractions in Isfahan in the Development of Cultural Tourism (Case Study: Foreign Tourists Spring 2014). Master Thesis in Management. Supervisor: Mohammad Ali Z
- 2.
3. aki, Sheikh Baha'i University.
4. Popoli Yazdi, M, H., & Saghayi, M. (2014). Tourism Nature and Concepts. Tehran: Samt Publications.
5. Teimori, R., Karami, F., Teimori, Z., & Safdari, A. (2014). Affecting Factors in Urban Historical Sites Tourism Case Study: Tabriz Metropolis Historic Market. *Journal of Urban Tourism*, 1(1), 63-78.
6. Habibi, S, M. (2010). Description of intellectual currents of architecture and urban planning in contemporary Iran. Tehran: Cultural Research Office Publications.
7. Hamdi, K., Vaziedost, H., & Honari Jafarpour, A. (2009). Investigating the Impact of Historical-Cultural Tourism on the Sustainable Urban Development of Hamedan. *Journal of Social Sciences*, 3(1), 49-69.
8. Karami, M. (2012). Assessing the desirability of urban tourists' access to service-welfare places in Iranian cities (Case study of Tabriz). Master Thesis in Geography and Tourism Planning. Supervisor: Akbar Asghari Zamani, Zanjan University.
9. Yazdani Zanganeh, M., Khosravipour, B., & Ghanian, M. (2009). Strategies for sustainable employment development in the rural tourism sector. *Labor and Community*, 109, 101-108.
10. Schultz, K, N. (2005). The concept of habitation towards allegorical architecture. Translated by Ahmad Yarahmadi. Tehran: Agha Publishing.
11. Ghassabi, H. (2019). Investigating the role of free trade zone in increasing tourism activities, emphasizing the Regional Economic Prosperity (Case Study: Aras Free Trade). Phd thesis in Geography and urban planning, Supervisor: Ali Azar, Islamic Azad University - Marand Branch.
12. Novin, A, R. (2017). Analysis of Effects Revitalization historical – cultural context of metropolises on city tourism development (Case Study: historical - cultural context of Tabriz metropolitan). Phd thesis in Geography and urban planning, Supervisor: Karim Hosseinzade Dalir, Islamic Azad University - Marand Branch.
13. Aitchison, C. (2002). *Leisure and Tourism Landscape*, Routledge Advances in Tourism (Book 9), 208 pages.
14. Blancas, F.J., Lozano-Oyola, M., González, M., Caballero, R., (2018). A dynamic sustainable tourism evaluation using multiple benchmarks. *J. Clean. Prod*, 174, 1190–1203.

15. Candice, C. (2015). Tourism development and resistance in China. *Annals of Tourism Research* 52, 39–43.
16. Conaghan, A., Hanrahan, J. & McLoughlin, E. (2015). A model for the transition towards the sustainable management of tourism destinations in Ireland. *International Journal for Responsible Tourism*, 4(2), 103-122.
17. Edwards, D., Tony, G. and Bruce, H. (2011). Urban tourism research Developing an Agenda, *Annals of Tourism Research*, 35 (4), 1032–1052.
18. Fazito, M., Scott, M., Russell, P. (2016). The dynamics of tourism discourses and policy in Brazil. *Annals of Tourism Research*, 57, 1-17.
19. Haigh, M. (2020). Cultural tourism policy in developing regions: The case of Sarawak, Malaysia, *Tourism Management*, 81, 1-13.
20. Howie, F. (2003). *Managing tourist destination*. Thomson Learning EMEA.
21. Kim, S., Bramwell, B. (2019). Boundaries and boundary crossing in tourism: A study of policy work for tourism and urban regeneration. *Tourism Management*, 75, 78-89.
22. Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7–18.
23. Manuel, R. Patricia, P. João, S. (2017). Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries, *Tourism Management*, 61, 523–537.
24. Pearce, D.G. (2001). An integrative framework for urban tourism research, *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926-946.
25. Pearce, P. L., & Zare, S. (2017). The orchestra model as the basis for teaching tourism experience design. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30, 55–64.
26. Scott, N., & Le, D. (2017). Tourism experience: A review. In N. Scott, J. Gao, & J. Ma (Eds.). *Visitor Experience Design*. Wallingford, Oxon: CABI.
27. Selstad, L. (2007). The social anthropology of the tourist experience. Exploring the “middle role”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 19–33.
28. Stefania, M.C., and Florin, M., and Daniela, A.R. (2009). Urban Tourism economic. Uoradea.ro/anale/volume/2009/v2-economy.../27.pdf, 2009.
29. Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a theoretical foundation for experience design in tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543–564.
30. UNWTO (2019). *International Tourism Highlights*, International tourism continues to outpace the global economy.
31. Wang, J, Huang, X, Gong, Z, Cao, K. (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China, *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 1-15.

31. Weingart, J., Schrier, J., Cogger, W.H. (2008). "Historic, Cultural, Scenic, Recreation, and Tourism", Prepared by State of New Jersey Highlands Water Protection and Planning Council in Support of the Highlands Regional Master Plan, 83.
32. Yan, G., & Santos, C. A. (2009). China, forever: Tourism discourse and self-orientalism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 295-315.
33. Yang, L., & Wall, G. (2009). Ethnic tourism: A framework and an application. *Tourism Management*, 30(4), 559-570.