

به نام خدا

فصلنامه‌ی جغرافیایی فضای گردشگری

سال سیزدهم، شماره ۴۹، زمستان ۱۴۰۲

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 طباطبایی

همکاران علمی این شماره:

دکتر شهریار خالدی، دکتر کیانوش ذاکر حقیقی، دکتر بیژن رحمانی، دکتر منیژه لاله پور، دکتر سید داود موسوی، دکتر کریم حسین زاده 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: gits.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.

بسمه تعالی

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 بایستی 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: محمدی یگانه، 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.

Legendre، P.، 1998. *Numerical Ecology*. Elsevier publication، Amsterdam، 853 p.

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.

نام و نام خانوادگی: ... میزان تحصیلات: شغل:

نشانی: ...

تلفن:

دورنگار:

پست الکترونیک:

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

توضیحات:

تاریخ: امضاء:

نشانی: ملایر، بالاتر از 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	امکان‌سنجی تحقق چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی در پایداری توسعه سکونتگاه‌های ناحیه‌ای (مطالعه موردی: شهرستان ساوه) مجید گودرزی، هوشنگ مرادی، حجت‌الله پاشاپور، محمد فرجی دارابخانی
۲۱	چالش‌های فراروی توسعه اقتصاد گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر اردبیل) عبدالرحیم هاشمی دیزج، ژیلا فرزانه سادات زارنجی، مریم جامی اودولو
۳۷	تبیین استراتژی‌های گردشگری با رویکرد توسعه پایدار گردشگری (نمونه مورد مطالعه: شهرستان بستان‌آباد) مسعود حق‌لسان، سعید اربابی بستان‌آباد
۵۵	ارزشگذاری تفریحی و اقتصادی فعالیت‌های شهرداری در پارک آب و آتش تهران محمدتقی رهنمایی، نگین شکروی
۷۳	تحلیل و ارزیابی تکامل مقاصد گردشگرپذیر با استفاده از مدل تلفیقی پرسکات آلن و باتلر (STLC) (مطالعه موردی: مقاصد گردشگرپذیر استان کردستان) ارسطو یاری حصار، بهرام ایمانی، سعید زنگنه شهرکی، آرزو مرادی، برزین ضرغامی
۹۱	ارزیابی و تحلیل مولفه‌های تاثیرگذار در فضاهای بی‌دفاع شهری (مطالعه موردی منطقه یک شهر تبریز) لاچین پهلوان، سعیده فیضی، نگار پهلوان
۱۱۱	تأثیر شاخص تنش برگردشگری خارجی؛ مقایسه تطبیقی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و توسعه یافته منتخب (رویکرد نهادگرایی) سیدمحمد حسینی صالحی، محمد حسن فطرس، محمدحسین ایمانی خوشخو، احمد سرلک
۱۳۳	آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر بازآفرینی در فضاهای گردشگری مطالعه موردی دفاتر تسهیلگری مناطق پیرامون حرم مطهر در شهر مشهد امین فعال جلالی، آرزو فعال جلالی، زینب اباصلتیان نائینی

امکان‌سنجی تحقق چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی در پایداری توسعه سکونتگاه‌های ناحیه‌ای (مطالعه موردی: شهرستان ساوه)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۶ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

مجید گودرزی^{*۱} هوشنگ مرادی^۲ حجت‌الله پاشاپور^۳ محمد فرجی دارابخانی^۴

- ۱- دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
- ۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
- ۳- استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه امام علی، تهران، ایران
- ۴- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

چکیده

هدف این مطالعه بررسی، امکان‌سنجی و تحقق‌بخشی چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه است. نوع تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، پیمایشی مبتنی بر مطالعات میدانی (پرسشنامه‌ای) است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۸ نفر از مدیران و متخصصین دانشگاهی در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. برای تحلیل علمی از مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM استفاده شده است. نتایج بدست آمده بر مبنای ماتریس ارزیابی که عوامل داخلی؛ نقاط قوت و ضعف و عوامل خارجی؛ فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشد. با توجه به امتیازبندی گویه‌های موجود در تحقیق مجموع امتیاز عوامل داخلی (۲/۲۸) (قوت‌ها ۱/۱۳ و ضعف‌ها ۱/۱۵) و عوامل خارجی (۳/۲) (فرصت‌ها ۰/۹۹۳ و تهدیدها ۲/۲) به دست آمده است؛ بنابراین بهترین استراتژی و راهبرد تحقق الگوی گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، راهبرد WO یا تقویت و استفاده از نقاط فرصت در جهت کاهش و خنثی‌سازی نقاط ضعف می‌باشد. با توجه به نتایج حاصله از بین راهبردهای تدوین‌شده، استراتژی رقابتی-تهاجمی (WO) با داشتن بالاترین نمره (۶/۸۲) بالاترین امتیاز را کسب نموده و دارای بیشترین جذابیت در بین استراتژی‌های پژوهش می‌باشد. همچنین خروجی مدل برنامه‌ریزی استراتژیک مذکور با تأکید بر استفاده هر چه بیشتر از موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه و تقویت برنامه‌های مربوط به آن از اولویت بالایی برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری کشاورزی، پایداری توسعه، سکونتگاه‌های ناحیه‌ای، مدل SWOT و QSPM، شهرستان ساوه

* نویسنده رابط: m.goodarzi@scu.ac.ir

مقدمه

رشد و گسترش گردشگری از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است که با سرعت در قرن جدید ادامه یافته است. افزایش سطح درآمد، تنوع در ایام فراغت، تغییرات و نگرش جدید به مفاهیم زندگی ایجاب می‌کند که گردشگری گسترش و توسعه یابد (خانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۲). گردشگری به‌عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در سراسر جهان شناسایی شده است. گردشگری کشاورزی به کشاورزان کمک می‌کند تا کسب‌وکارشان را در برابر نوسانات بازار، گسترش اشتغال در مزرعه، ارائه درآمد خارج از فصل و بهبود پایداری کسب‌وکار محافظت کنند. در طرف تقاضا، افزایش در درآمد و تقاضا برای اشکال تخصصی‌تر از تجارب تعطیلات، رشد را برای فعالیت‌های گردشگری و تفریحی در مناطق روستایی تحریک کرده است. گردشگری کشاورزی پدیده نسبتاً جدیدی نیست؛ و در اوایل قرن ۲۰ ظهور پیدا کرد ولی در اوایل دهه ۱۹۷۰ مورد توجه جدی قرار گرفت (تو و باربیری، ۲۰۱۲)؛ در منابع مختلف از گردشگری کشاورزی تعاریف متعددی شده است (بوندوک، ۲۰۰۹). مفهوم گردشگری کشاورزی بر اساس تعریف ویوور و فل (۱۹۹۷) شامل فعالیت‌های پویای سه گروه ذینفع کلیدی می‌شود ۱- فراهم‌کنندگان گردشگری کشاورزی ۲- بازدیدکنندگان گردشگری کشاورزی ۳- سازمان‌های بازاریابی مقصد، وی معتقد است به‌طور ایدئال سیستم گردشگری کشاورزی موفق سیستمی است که موانع مربوط به هر یک از گروه‌های ذینفع را کاهش و حذف و یا بر آن‌ها غلبه نموده و در عین حال نیازهای هر یک از گروه‌ها نیز برطرف نماید (یانگ، ۲۰۱۲)؛ این شکل از گردشگری کشاورزی در این مفهوم، شکل دشوار ولی در عین حال بسیار آرزومندانه به نظر می‌رسد. دومین ویژگی مربوط به کیفیت گردشگری کشاورزی در مقایسه با گردشگری مرسوم امکان اقلان نیازهای شناختی انسان در درون فرایند تولید مزرعه یا قوم انگار است. سومین ویژگی گردشگری کشاورزی امکان اقلان نیازهای احساسی انسان از قبیل ارتباط مستقیم با حیوانات اهلی، تولیدات گیاهی و محصولات فراوری شده و نیاز به تجربه رؤیایی حومه شهر و هوای روستا است (فرجی دارابخانی و مرادی، ۱۴۰۰: ۱۸). گردشگری کشاورزی به‌عنوان بخشی از گردشگری روستایی، به‌صورت تفریحی است که بر تولید و خدمات در محیط کشتزارها تأثیر قابل‌توجهی دارد (Polucha et al, 2011; Ardestani, 2008; Nechar, 2015). در واقع گردشگری کشاورزی به کشاورزان کمک می‌کند تا پویایی و دوام تولیدات کشاورزی را حفظ نمایند و در عین حال اقتصاد خود را نیز متنوع سازند (ویک، چی و ویک، ۲۰۰۶). به‌طور کلی، مزایای استفاده از گردشگری کشاورزی برای مناطق روستایی می‌تواند فراتر از مسائل مربوط به احیای اقتصادی منجر گردد. بدین ترتیب این رهیافت می‌تواند با ایجاد تعادل میان ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی، توسعه پایدار را در مناطق روستایی نهادینه نماید (راجرسون، ۲۰۱۴). گردشگری، انگیزاننده و موجب تنوع‌بخشی بخش کشاورزی از طریق محصولاتی با ارزش افزوده، محصولات غیر سنتی، میوه‌های ویژه و تخصصی، گل‌ها و محصولات گلخانه‌ای می‌شود. خدمات در بخش کشاورزی محرک خدمات در بخش گردشگری است (ترک چورن، ۱۳۹۳: ۳۳). از نظر اقتصادی گردشگری کشاورزی یک فرصت سرمایه‌گذاری برای جامعه محلی، افزایش درآمد، افزایش سهم قابل‌توجه در توسعه روستایی، اشتغال، تحریک توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، تنوع

بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد ارزش افزوده و در نهایت موجب توسعه پایدار می‌شود. اگر چه گردشگری کشاورزی برتری‌ها و سودمندی‌های زیادی دارد، اما کاستی‌هایی نیز دارد، به‌ویژه در صورت کمبود آموزش و نبود زمینه ترویج مناسب آن در بین کشاورزان و ساکنان و گردشگران، می‌تواند موجب تخریب محیط‌زیست، ساخت‌وسازهای بی‌رویه، نابودی حیات‌وحش و گونه‌های گیاهی، پراکندگی زباله و از دست دادن کیفیت فرهنگ محلی شود (Jomepour & heydari, 2016; heydari et al, 2016; Fathi Saghezchi et al, 2018).

در سال‌های اخیر در بیشتر مناطق کشور، کشاورزی با چالش‌های زیادی روبه‌رو بوده، به‌طوری‌که دیگر پاسخگوی نارسایی‌ها و کاستی‌های اقتصادی روستائیان نیست (Salami et al, 2019). از این‌رو با توجه به ظرفیت‌های موجود کشاورزی برخی از این منطقه‌ها، ایجاد و توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان فعالیت مکمل بخش کشاورزی، یاریگر کشاورزان باشد (Demonja & Bacac, 2011). گردشگری کشاورزی می‌تواند محرک دیگر فعالیت‌های محلی باشد و باعث رونق کسب‌وکارهای محلی شود و از طرق مختلفی نظیر فروش تولیدات کشاورزی، فروش انواع سوغاتی‌ها یا صنایع‌دستی به گردشگران، راه‌اندازی سالن‌های غذاخوری یا رستوران‌ها، انواع مختلف اقامت محله‌ای نظیر هتل، ویلا و خانه‌های ییلاقی به بهبود اقتصاد روستایی کمک کند؛ بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان راهبردی مناسب توسعه روستایی و کشاورزی کمک نماید (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۵: ۲). گردشگری کشاورزی به‌عنوان یکی از راهکارهای توسعه پایداری اقتصاد روستایی و در نهایت توسعه پایدار ناحیه ای از طریق (۱) ایجاد شغل‌های متعدد (۲) تزریق سرمایه (۳) اشتغال پاره وقت یا فصلی و (۴) ایجاد امنیت اقتصادی به‌طور مستقیم و رشد و حفظ صنایع‌دستی و سایر جاذبه‌های روستایی به‌طور غیرمستقیم در چرخه اقتصاد روستایی متمرکز خواهد بود. از آنجا که در مطالعات ناحیه ای فضاهای شهری و روستایی به‌عنوان یک مجموعه واحد جغرافیایی بررسی می‌شود، گردشگری کشاورزی شهری نیز به دنبال چند موضوع در شهرها مطرح می‌گردد، شواهد و مدارک علمی وجود دارد که نشان می‌دهد ارتباط با طبیعت می‌تواند تأثیرات بسیار مثبتی در کیفیت زندگی داشته باشد و کشاورزی شهری یکی از راهکارهایی است که به دنبال پیوند مجدد انسان شهری و طبیعت است. کشاورزی شهری این ظرفیت را دارد که پیوندهای اجتماعی را در مجموعه‌های شهری بالا ببرد و می‌تواند در هر محله یا مکانی که قابلیت پیاده‌سازی دارد، منطقه‌هایی را به کشاورزی شهری اختصاص داد کارشناسان و صاحب‌نظران کشورهای مختلف در بررسی‌های توسعه گردشگری بر اهمیت و ضرورت توجه به پایداری در بخش گردشگری تأکید کرده‌اند و به‌منظور رفع و یا تعدیل عامل‌های ناپایداری در فرایند برنامه‌ریزی و ارزیابی اثرگذاری‌های گردشگری به تدوین و تنظیم شاخص‌ها و معیارهایی پرداخته‌اند (Abdullaev, 2006; Eftekhari et al, 2010).

مطالعه و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری و اولویت‌بندی روستاها از نظر دارا بودن بیشترین و بهترین وضعیت، گام مهمی در انتخاب صحیح برنامه‌ها و سیاست‌ها در منطقه است. شناسایی عوامل تأثیرگذار و مشخص شدن بهترین روستاها که اولویت بالاتری جهت توسعه دارد، منجر

به افزایش کارایی و بهره‌وری از ظرفیت‌های بالقوه موجود و صرفه‌جویی زمانی و مالی است که می‌تواند به تضمین استمرار معیشت، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ارتقای درآمد، متنوع‌سازی اقتصاد روستایی در منطقه منجر شود (منتصری و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۷).

بر پایه پژوهش‌ها و سندهای توسعه شهرستان ساوه، یکی از اصلی‌ترین راهبردهای تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی در جوامع محلی - روستایی و سکونتگاه‌های شهری، تأکید بر استفاده از قابلیت‌های گردشگری است یا به تعبیری می‌توان با توجه به فعالیت اصلی در روستاها از گردشگری کشاورزی به‌عنوان یکی از راهبردهای اساسی در توسعه روستایی بهره جست. توسعه پایدار گردشگری، توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل حفظ ارزش‌ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی گردد (Varmaziyari, 2016). باید گفت که دستیابی به توسعه‌ی گردشگری، بستگی به همکاری جوامع گردشگری به‌عنوان عنصر اساسی محلی دارد زیرا جوامع نقش کلیدی در توسعه گردشگری بشمار می‌روند (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲) به عقیده برد (۲۰۰۷) جهت دستیابی به توسعه‌ی گردشگری پایدار، مشارکت دادن همه ذینفعان ضروری است؛ چرا که بدون حمایت ذینفعان، توسعه‌ی گردشگری به شکل پایدار تقریباً غیرممکن است؛ لذا بررسی و شناخت کامل نگرش‌ها و علائق ذینفعان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر برای مدیریت پایدار در گردشگری ناحیه ای است؛ بنابراین، با توجه به پتانسیل شهرستان ساوه در گردشگری کشاورزی، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه آن ضروری است. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه کدام‌اند؟ در کنار پاسخ به این سؤال، اولویت‌بندی شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه نیز مورد توجه قرار خواهد گرفت.

لویی و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی ویژگی‌های گردشگری کشاورزی و سهم آن در توسعه روستایی ایتالیا پرداختند و نشان دادند محیط‌زیست نقش مهمی در گردشگری کشاورزی داشته و گردشگری کشاورزی می‌تواند تأثیر مثبتی بر محیط‌زیست داشته باشد. فرانسسکا (۲۰۱۶) در بررسی‌های خود ضمن ترویج گردشگری کشاورزی به بحث پایداری نیز توجه کرده و برای رسیدن به گردشگری پایدار، بحث‌های حفاظت زیست‌محیطی، سلامت، رفاه و امنیت غذایی را به‌عنوان شاخص‌های پایداری مورد توجه قرار داده است. پترومن و همکاران (۲۰۱۶) در نتایج بررسی‌های خود بیان کردند گردشگری کشاورزی یک ابزار آموزشی مهم برای آشنایی با کشاورزی و گردشگری، درک فرهنگ‌های سنتی و روستایی، تولید و توزیع محصولات کشاورزی و حفاظت محیط‌زیست است. مالکنشی و روتری (۲۰۱۷) در نتایج بررسی‌های خود نشان دادند گردشگری کشاورزی در بسیاری از کشورهای جهان باهدف توسعه پایدار روستایی ترویج‌شده است. در مطالعات باربیری (۲۰۱۳) نیز بیان شده است گردشگری کشاورزی در مقایسه با سایر کسب‌وکارهای کشاورزی مزایای چندگانه اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی بیشتری برای مزارع، خانواده‌های کشاورز و حتی جامعه ایجاد می‌نماید نتایج مطالعه وی نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی باعث افزایش منافع و سود

مزارع، ایجاد شغل و حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی می‌شود. شیعه و علی پور اشکیکی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری در سواحل شهر رامسر پرداختند که نتایج این تحقیق بیانگر آن است که ارتباط معنی‌داری میان عوامل کیفی با متغیرهای میزان رضایت از محیط گردشگری و احتمال بازگشت مجدد به مقصد گردشگری در سطح آلفا برابر ۵ درصد وجود دارد و گردشگر عوامل دیگری نظیر هزینه سفر، معیارهای اجتماعی و... در احتمال انتخاب مجدد یک مقصد گردشگری را نیز لحاظ می‌نماید و کیفیت‌های محیطی تنها بخشی از این معیارها را شامل می‌شود. مطیعی لنگرودی و حیدری (۱۳۹۱) در مطالعه به بررسی تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران در دهستان بلده از توابع شهرستان تنکابن پرداختند نتایج این تحقیق بیانگر این است که آن‌ها دریافتند که روستاهای جلگه‌ای، پای کوهی و کوهستانی مورد مطالعه در این دهستان از توان بالایی برای ایجاد فعالیت‌های گردشگری کشاورزی برخوردار بوده که مناسب برای توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشد. پژوهش موحد و همکاران (۲۰۲۰) در زمینه تحلیل ادراک ذینفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان نشان داد که سرمایه‌گذاران دارای ادراک بالاتر از سطح متوسط اما ساکنان محلی، مدیران و گردشگران در سطح نامطلوب و متمایل به متوسط قرار داشتند. انصاری و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای به بررسی نقش ذینفعان در توسعه گردشگری ورزشی طبیعت‌محور در استان لرستان پرداختند که نتایج آن نشان داد مهم‌ترین ذینفعان اثرگذار بر گردشگری ورزشی طبیعت‌محور در استان لرستان شامل اداره کل ورزش و جوانان، دفاتر گردشگری و آژانس‌های گردشگری، ساکنین جوامع محلی، میراث فرهنگی و گردشگری استان هستند.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی - بنیادی و از نظر روش‌شناسی توصیفی - تحلیلی است که بر مبنای مطالعات اسنادی (مقالات، کتابها و دیگر منابع قابل استناد) و میدانی (پرسشنامه و مصاحبه) مبتنی است. جامعه آماری آن شهرستان ساوه است حجم نمونه ۱۸ نفر از متخصصان و مدیران مرتبط با حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری می‌باشد که با استفاده روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل استراتژیک SWOT استفاده شده است. با این تفسیر که در ابتدا قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها در قالب جدولی ارائه گردید سپس با عنایت به این موضوع و با در نظر گرفتن اصول مشترک محورهای مقاله اقدام به تدوین پرسشنامه شده است و در پایان تحلیل‌ها منجر به ایجاد راهکارها و پیشنهادها شده است.

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر از روش مدیریت استراتژیک S.W.O.T و ماتریس کمی QSPM به منظور امکان‌سنجی و تحقق گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه استفاده شده است. جهت دستیابی به مهم‌ترین راهبردهای بهره‌گیری از گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه پس از بررسی ادبیات

موضوع و استخراج مهم‌ترین مؤلفه‌ها و دستیابی به یک مدل مفهومی در این راستا به تنظیم پرسشنامه‌هایی بر اساس مؤلفه‌های استخراجی پرداخته و نتایج حاصل از جامعه نمونه جهت شناسایی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و همچنین عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در جدول شماره (۱) در زیر آمده است.

جدول ۱. امکان‌سنجی تحقق گردشگری کشاورزی با استفاده از SWOT

	ضعف Weakens	قوت Strengths
STRATEGIC INQUIRY	<ul style="list-style-type: none"> آگاهی و آموزش ضعیف قوانین دست و پاگیر نبود معافیت‌های مالیاتی تغییر شیوه و سبک زندگی اقامتگاه‌های مناسب جهت اسکان و استراحت گردشگران قوانین مربوط به ارث کمبود نیروی کار عدم پوشش بیمه‌ای محصولات دسترسی محدود به اطلاعات مشکلات و روابط اجتماعی ضعیف چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات تعدد صاحبان بخش کشاورزان یا خرده‌پا بودن آن‌ها همکاری ضعیف تعاونی‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت‌های اقتصادی گردشگری کشاورزی وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات میزان توجه دولت (محلی) به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی توسعه گردشگری و رونق اشتغال و درآمد حفظ سنت‌های فرهنگی بسترسازی مناسب به منظور مشارکت و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی تولید محصولات ارگانیک در شهر فرصت‌های بازار
	تهدید Threat	فرصت Opportunity
APPRECIATIVE INTENT	<ul style="list-style-type: none"> تمایل زیاد مردم به تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی به مسکونی نبود مشارکت محلی عدم همکاری و تعاملات بین بخشی کمبود منابع آبی وجود تعارضات کشاورزی یا فعالیت‌های اولیه و سنتی مجموعه این بخش عدم تأمین امنیت مالی عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌های گردشگری روند افزایشی میزان مهاجرت‌های روستا به شهر فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی عدم سرمایه انسانی متخصص و حرفه‌ای عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی 	<ul style="list-style-type: none"> مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه سیستم اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی گردشگری میزان آگاهی و اطلاع‌رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها بهبود زیرساخت‌های توسعه گردشگری کشاورزی فعالیت‌های جذاب و متنوع بهبود و توسعه الگوی توسعه کارآفرینی شهری یا محلی مشارکت فعال در فرآیندهای تولید رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی حمایت‌ها و سیاست‌گذاری دولتی

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته تعداد ۱۲ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۲ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۱ نقطه فرصت خارجی در برابر ۱۲ نقطه تهدید خارجی تعیین شد. در مجموع نیز تعداد ۲۳ نقطه قوت و فرصت به‌عنوان مزیت‌ها و تعداد ۲۴ نقطه ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌های پیش و روی توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه شناسایی شده است.

جدول ۲. ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی SWOT

نمره نهایی	نمره	ضریب	عوامل تعیین‌کننده	نمره نهایی	نمره	ضریب	عوامل تعیین‌کننده	
نقاط ضعف				نقاط قوت				
۰/۰۸۸	۲	۰/۰۴۴	آگاهی و آموزش ضعیف	۰/۰۷	۲	۰/۰۳۵	نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت‌های اقتصادی گردشگری کشاورزی	عوامل داخلی
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	قوانین دست و پاگیر	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۳۹	وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات	
۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷	نبود معافیت‌های مالیاتی	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶	میزان توجه دولت (محلی) به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	
۰/۰۶۴	۱	۰/۰۳۲	تغییر شیوه و سبک زندگی	۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی	
۰/۰۸۸	۲	۰/۰۴۴	اقامتگاه‌های مناسب جهت اسکان و استراحت گردشگران	۰/۰۹	۲	۰/۰۴۵	توسعه گردشگری و رونق اشتغال و درآمد	
۰/۰۷۲	۱	۰/۰۳۶	کمبود نیروی کار	۰/۰۸۲	۲	۰/۰۴۱	حفظ سنت‌های فرهنگی	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	دسترسی محدود به اطلاعات	۰/۰۸۲	۲	۰/۰۴۱	بسترسازی مناسب به‌منظور مشارکت و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در فعالیتهای گردشگری کشاورزی	
۰/۰۸۰	۲	۰/۰۴۰	مشکلات و روابط اجتماعی ضعیف	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی	
۰/۱۵۹	۳	۰/۰۵۳	چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی	۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها	
۰/۱۲۶	۳	۰/۰۴۲	نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات	۰/۱۴۴		۰/۰۴۸	برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی	
۰/۰۷۰	۲	۰/۰۳۵	تعدد صاحبان بخش کشاورزان یا خرده‌پا بودن آن‌ها	۰/۰۹	۲	۰/۰۴۵	تولید محصولات ارگانیک در شهر	
۰/۱۸۳	۳	۰/۰۶۱	همکاری ضعیف تعاونی‌ها	۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	فرصت‌های بازار	
۱				ضریب				

۲/۱۲			نمره			امتیاز		
۲/۱۴			نمره نهایی					
تهدید			فرصت			عوامل خارجی		
۰/۱۱۸	۳	۰/۰۶۰	تمایل زیاد مردم به تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی به مسکونی	۰/۱۲۶	۳		۰/۰۴۲	مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی
۰/۰۸۴	۲	۰/۰۴۲	نبود مشارکت محلی	۰/۲۰۸	۴		۰/۰۵۲	موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه
۰/۱۴۱	۳	۰/۰۴۷	عدم همکاری و تعاملات بین بخشی	۰/۰۶۴	۲		۰/۰۳۲	سیستم اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی گردشگری
۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	کمبود منابع آبی	۰/۰۷۸	۲		۰/۰۳۹	میزان آگاهی و اطلاع‌رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی
۰/۰۹	۲	۰/۰۴۵	وجود تعارضات کشاورزی یا فعالیت‌های اولیه و سنتی مجموعه این بخش	۰/۰۹۸	۲		۰/۰۴۹	ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	عدم تأمین امنیت مالی	۰/۰۷۰	۲		۰/۰۳۵	بهبود زیرساخت‌های توسعه گردشگری کشاورزی
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌های گردشگری	۰/۰۷۴	۲		۰/۰۳۷	فعالیت‌های جذاب و متنوع
۰/۰۸۲	۲	۰/۰۴۱	روند افزایشی میزان مهاجرت‌های روستا به شهر	۰/۰۸۲	۲		۰/۰۴۱	بهبود و توسعه الگوی توسعه کارآفرینی شهری یا محلی
۰/۱۱۵	۳	۰/۰۵۰	فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت	۰/۰۳۹	۱		۰/۰۳۹	مشارکت فعال در فرآیندهای تولید
۰/۱۷۴	۳	۰/۰۵۸	عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی	۰/۰۶۶	۲		۰/۰۳۳	رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی
۰/۱	۲	۰/۰۵۰	عدم سرمایه‌انسانی متخصص و حرفه‌ای	۰/۰۸۸	۲		۰/۰۴۴	حمایت‌ها و سیاست‌گذاری دولتی
۰/۹۴	۲	۰/۰۴۷	عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی	-----				
۱			ضریب			مجموع		
۲/۲۶			نمره					
۳/۲			نمره نهایی					

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

طبق اطلاعات مندرج در جدول شماره (۳)، مهم‌ترین نقاط قوت (S) در سطح منطقه مورد مطالعه از نظر گردشگری کشاورزی شهری، عواملی نظیر وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی، توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها می‌باشد که مهم‌ترین زمینه‌های توسعه الگوی مورد نظر در شهرستان می‌باشند. از سوی دیگر مهم‌ترین نقاط ضعف (W) در راه توسعه گردشگری کشاورزی شهری در منطقه مورد مطالعه عبارت‌اند از: همکاری ضعیف تعاونی‌ها، چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات. همچنین مهم‌ترین فرصت‌ها (O) جهت ارتقاء و تبدیل آن‌ها به نقاط قوت در زمینه توسعه رویکرد مطرح‌شده در شهرستان ساوه عبارت‌اند از: مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی، موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه، ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها. در نهایت مهم‌ترین نقاط تهدید (T) در زمینه گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه عبارت‌اند از: عدم همکاری و تعاملات بین بخشی، عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی، فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلند مدت، کمبود منابع آبی. بر طبق یافته‌های حاصل از مدل SWOT، عوامل داخلی نقاط قوت و ضعف می‌باشد و عوامل خارجی فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشد. با توجه به امتیازبندی گویه‌های موجود در جدول شماره ۳ مجموع امتیاز عوامل داخلی ۲/۲۸ (قوت‌ها ۱/۱۳ و ضعف‌ها ۱/۱۵) و عوامل خارجی ۳/۲ (فرصت‌ها ۰/۹۹۳ و تهدیدها ۲/۲) به‌دست‌آمده است؛ بنابراین بهترین استراتژی و راهبرد تحقق الگوی گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه در ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی در زیر ارائه شده است.

ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت بین استراتژی‌هایی که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، ماتریس برنامه-ریزی استراتژیک کمی است. این تکنیک مشخص می‌نماید که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده امکان‌پذیر است و در واقع این استراتژی‌ها را اولویت بندی می‌نماید (اعرابی، ۱۳۸۹: ۶۳). با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل swot برای تحقق چشم‌انداز گردشگری کشاورزی منطبق با شرایط منطقه مورد مطالعه فهرست استراتژی‌های انتخاب شده بر اساس تحلیل SWOT که شامل شش استراتژی است، در جدول شماره (۳) در زیر ارائه می‌گردد.

جدول ۳. ماتریس سوات برای برنامه ریزی گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه

تهدیدها (T)	فرصتها (O)	SWOT
<p>۱- تمایل زیاد مردم به تغییر کاربری زمین های کشاورزی به مسکونی ۲- نبود مشارکت محلی ۳- عدم همکاری و تعاملات بین بخشی ۴- کمبود منابع آبی ۵- وجود تعارضات کشاورزی یا فعالیت های اولیه و سنتی مجموعه این بخش ۶- عدم تأمین امنیت مالی ۷- عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی در زیرساخت های گردشگری ۸- روند افزایشی میزان مهاجرت های روستا به شهر ۹- توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت ها ۱۰- عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی ۱۱- عدم سرمایه انسانی متخصص و حرفه ای ۱۲- عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت های کشاورزی</p>	<p>۱- مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری کشاورزی ۲- موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی های زمین شناختی منطقه ۳- سیستم اطلاع رسانی و فعالیت های تبلیغاتی گردشگری ۴- میزان آگاهی و اطلاع رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی ۵- ارتقاء و بهره گیری و تقویت خرده فرهنگ ها ۶- بهبود زیرساخت های توسعه گردشگری کشاورزی ۷- فعالیت های جذاب و متنوع ۸- بهبود و توسعه الگوی توسعه کارآفرینی شهری یا محلی ۹- مشارکت فعال در فرآیندهای تولید ۱۰- رسانه ها و شبکه های اجتماعی ۱۱- حمایت ها و سیاست گذاری دولتی</p>	<p>SWOT</p>
<p>راهبردهای تنوع (st) - استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف: St1 - توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت ها و عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت های کشاورزی</p>	<p>راهبردهای رقابتی - تهاجمی (so) - استراتژی نقاط قوت: So1 - استفاده هر چه بیشتر از موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی های زمین شناختی منطقه و تقویت برنامه های مربوط به آن</p>	<p>قوتها (S) ۱- نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت های اقتصادی گردشگری کشاورزی ۲- وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات ۳- میزان توجه دولت (محلی) به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری ۴- وسعت زمین های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی ۵- توسعه گردشگری و رونق اشتغال و درآمد ۶- حفظ سنت های فرهنگی ۷- بستر سازی مناسب به منظور مشارکت و سرمایه گذاری های دولتی در فعالیت های گردشگری کشاورزی ۸- افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی ۹- توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت ها ۱۰- برگزاری جشنواره ها و رویدادهای کشاورزی ۱۱- تولید محصولات ارگانیک در شهر ۱۲- فرصت های بازار</p>
<p>راهبردهای تدافعی (wt) - استراتژی پرهیز از</p>	<p>راهبردهای بازنگری (wo) - استراتژی فرصتها:</p>	<p>ضعفها (W) ۱- آگاهی و آموزش ضعیف ۲- قوانین دست و پاگیر ۳- نبود معافیت های مالیاتی ۴- تغییر شیوه و سبک زندگی</p>

<p>تهدید:</p> <p>Wt1 - تاکید بر بهبود میزان مشارکتها</p>	<p>Wo1 - چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی</p> <p>Wo2 - بازنگری در نحوه توزیع منابع و امکانات، خدمات و تسهیلات مربوط به گردشگری</p> <p>Wo3 - استفاده از کارشناسان و نیروی انسانی بومی جهت برنامه ریزی ها مربوط به گردشگری</p>	<p>۵- اقامتگاه‌های مناسب جهت اسکان و استراحت گردشگران</p> <p>۶- قوانین مربوط به ارث ۷- کمبود نیروی کار</p> <p>۸- عدم پوشش بیمه‌ای محصولات ۹- دسترسی محدود به اطلاعات</p> <p>۱۰- مشکلات و روابط اجتماعی ضعیف</p> <p>۱۱- چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی ۱۲- نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات</p> <p>۱۳- تعدد صاحبان بخش کشاورزان یا خرده‌پا بودن آن‌ها</p> <p>۱۴- همکاری ضعیف تعاونی‌ها</p>
--	--	--

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

در جدول (۴) مربوط به تحقق چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی نشان داده شده است. ستون‌های نوشته شده، به ترتیب از سمت راست، لیست عوامل داخلی و خارجی و وزن‌های آن می‌باشند که دقیقاً از ماتریس عوامل داخلی و خارجی استنباط گردیده است. در ستون‌های بعدی، استراتژی‌هایی که در ماتریس SWOT بیان شده بود (که شامل $so1, st1, wo1, wo2, wo3$ در $wt1$ در ۶ ستون قرار می‌گیرد که هر ستون خود شامل As (نمره جذابیت) و Tas (کل نمره جذابیت) است. کل نمره جذابیت از حاصلضرب وزن در نمره جذابیت به دست می‌آید. نمره جذابیت می‌تواند ۱ و ۲ و ۳ و ۴ باشد. بالاترین جذابیت ۴، پایین‌ترین جذابیت ۱ خواهد بود. البته بعضی از عوامل استراتژیک، برای استراتژی‌ای ممکن است هیچ جذابیتی نداشته باشد، در این حالت نباید نمره جذابیتی برای آن عامل در نظر گرفته شود. باید توجه داشت که As ها نباید براساس حدس و گمان باشند بلکه باید دقیق، منطقی و قابل توجیه باشند. در پایان باید Tas های مربوط به هر استراتژی را با هم جمع نمود. هر کدام از استراتژی‌هایی که امتیاز بالاتری داشته باشند، آن استراتژی برای سازمان دارای اولویت است. این مورد، عامل مهمی برای سازمان‌ها و نهادهای متولی امر گردشگری کشاورزی در انتخاب از میان استراتژی‌ها می‌باشد.

جدول ۴. ماتریس برنامه ریزی کمی در برنامه ریزی‌های استراتژیک

استراتژیها												ضریب اهمیت	عوامل داخلی و خارجی
Wt1		Wo3		Wo2		Wo1		St1		So1			
Tas	As	Tas	As	Tas	As	Tas	As	Tas	As	Tas	As		
۰/۰۷	۲	۰/۱۰۵	۳	۰/۱۴	۴	۰/۱۰۵	۳	۰/۱۰۵	۳	۰/۱۰۵	۳	۰/۰۳۵	S1
۰/۱۱۷	۳	۰/۱۵۹	۴	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۳۹	S2
۰/۰۷۲	۲	۰/۱۰۸	۳	۰/۱۰۸	۳	۰/۱۰۸	۳	۰/۱۰۸	۳	۰/۱۰۸	۳	۰/۰۳۶	S3
۰/۱۱۰	۲	۰/۱۱۰	۲	۰/۱۱۰	۲	۰/۰۵۵	۱	۰/۱۱۰	۲	۰/۰۵۵	۱	۰/۰۵۵	S4
۰/۱۶	۳	۰/۰۹	۲	۰/۱۶	۳	۰/۱۶	۳	۰/۱۸۰	۴	۰/۱۶	۳	۰/۰۴۵	S5
۰/۰۸۲	۲	۰/۰۸۲	۲	۰/۱۶۴	۴	۰/۴۱	۱	۰/۴۱	۱	۰/۴۱	۱	۰/۰۴۱	S6
۰/۱۲۳	۳	۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	۱	۰/۱۲۳	۳	۰/۱۲۳	۳	۰/۱۳۳	۳	۰/۰۴۱	S7
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	S8
۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	S9

۰/۱۹۲	۴	۰/۱۴۴	۲	۰/۱۴۴	۳	۰/۰۹۶	۲	۰/۱۹۲	۴	۰/۰۹۶	۲	۰/۰۴۸	S۱۰
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۰	۲	۰/۱۸	۴	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۴۵	S۱۱
۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۲	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۱۰۲	۳	۰/۱۰۶	۴	۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	S۱۲
۰/۱۳۲	۳	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۸۸	۲	۰/۱۷۶	۴	۰/۰۸۸	۲	۰/۱۷۶	۴	۰/۰۴۴	W۱
۰/۰۴۶	۱	-	-	۰/۰۴۶	۱	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	W۲
۰/۰۹۴	۲	۰/۰۳۷	۱	۰/۰۹۴	۲	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۳۷	W۳
۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۶۴	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲	W۴
۰/۰۴۴	۱	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۸۸	۲	۰/۰۸۸	۲	۰/۱۳۲	۴	۰/۰۸۸	۲	۰/۰۴۴	W۵
۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶	۱	۰/۱۴۴	۴	۰/۰۳۶	۱	۰/۱۰۸	۱	۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶	W۶
۰/۰۴۶	۱	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲	-	-	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	W۷
۰/۰۸۰	۲	۰/۰۴۰	۱	۰/۰۸۰	۲	۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	W۸
۰/۱۵۹	۳	۰/۱۰۶	۲	۰/۱۵۹	۳	۰/۱۵۹	۳	۰/۱۰۶	۲	۰/۱۴۹	۳	۰/۰۵۳	W۹
۰/۰۸۴	۲	۰/۰۸۴	۲	۰/۱۶۸	۴	۰/۰۴۲	۱	۰/۱۲۶	۳	۰/۰۴۲	۱	۰/۰۴۲	W۱۰
۰/۰۳۵	۱	۰/۰۳۵	۱	۰/۰۷۰	۵	۰/۱۴	۴	۰/۰۷۰	۲	۰/۱۴	۴	۰/۰۳۵	W۱۱
۰/۱۸۳	۳	۰/۱۳۲	۲	۰/۱۸۳	۳	۰/۱۲۲	۲	۰/۱۲۲	۲	۰/۱۲۲	۲	۰/۰۶۱	W۱۲

نقاط
ضعف (W)

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

ادامه جدول ۴. ماتریس برنامه ریزی کمی در برنامه ریزی‌های استراتژیک

استراتژیها												ضریب اهمیت	عوامل داخلی و خارجی
Wt۱		Wor		Wor		Wo۱		St۱		So۱			
Tas	A _s	Tas	As	Tas	A _s	Tas	As	Tas	A _s	Tas	As		
۰/۰۸۴	۲	۰/۱۶۸	۴	۰/۱۶۸	۴	۰/۱۶۸	۴	۰/۱۶۸	۴	۰/۰۸۴	۲	۰/۰۴۲	O۱
۰/۱۰۴	۲	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۶۵	۳	۰/۱۰۴	۲	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲	O۲
۰/۰۹۶	۳	۰/۰۹۶	۳	۰/۰۶۴	۲	۰/۰۶۴	۲	۰/۰۹۶	۳	۰/۰۹۶	۳	۰/۰۳۲	O۳
۰/۱۱۷	۳	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۱۵	۴	۰/۰۳۹	O۴
۰/۰۹۸	۲	۰/۰۴۹	۱	۰/۰۴۹	۱	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۹۶	۴	۰/۰۴۹	۱	۰/۰۴۹	O۵
۰/۰۷	۲	۰/۰۷	۲	۰/۰۷	۲	۰/۰۷	۲	۰/۱۰۵	۳	۰/۰۷	۲	۰/۰۳۵	O۶
۰/۰۷۴	۲	۰/۷۴	۲	۰/۱۱۱	۳	۰/۰۳۷	۱	۰/۷۴	۲	۰/۰۷۴	۲	۰/۰۳۷	O۷
۰/۰۴۱	۱	۰/۰۸۲	۲	۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	۱	۰/۰۸۲	۲	۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	O۸
۰/۱۱۷	۳	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۳۹	O۹
۰/۰۶۶	۲	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۹۹	۳	۰/۰۶۶	۲	۰/۰۶۶	۲	۰/۰۹۹	۳	۰/۰۳۳	O۱۰
۰/۱۳۲	۳	۰/۱۳۲	۳	۰/۰۸۸	۲	۰/۰۸۸	۲	۰/۱۳۲	۳	۰/۰۸۸	۲	۰/۰۴۴	O۱۱
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۰/۱۲۶	۱	-	-	۰/۱۲۶	۱	۰/۵۰۴	۴	۰/۱۲۶	۱	-	-	۰/۱۲۶	T۱
۰/۶۲۴	۳	۰/۴۱۶	۲	۰/۴۱۶	۲	۰/۶۲۴	۳	۰/۴۱۶	۲	۰/۲۰۸	۱	۰/۲۰۸	T۲
۰/۱۲۸	۲	۰/۰۶۴	۱	۰/۱۲۸	۲	۰/۱۲۸	۲	۰/۰۶۴	۱	۰/۱۹۲	۳	۰/۰۶۴	T۳
۰/۰۷۸	۱	۰/۱۵۶	۲	۰/۰۷۸	۱	۰/۲۳۴	۳	۰/۲۳۴	۳	۰/۲۶۴	۳	۰/۰۷۸	T۴
۰/۱۹۶	۲	۰/۱۹۶	۲	۰/۲۹۴	۳	۰/۱۹۶	۲	۰/۰۹۸	۱	۰/۱۹۶	۲	۰/۰۹۸	T۵
۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۰۷۰	۱	۰/۰۷	۱	۰/۱۴	۲	۰/۲۱	۳	۰/۰۷۰	T۶
۰/۰۷۴	۱	۰/۱۴۸	۳	۰/۱۴۸	۳	۰/۱۴۸	۲	۰/۱۴۸	۳	۰/۱۴۸	۲	۰/۰۷۴	T۷

نقاط
فرصت (O)نقاط
تهدید (t)

۰/۱۶۴	۲	۰/۰۸۲	۱	۰/۳۲۸	۴	۰/۲۴۶	۳	۰/۱۶۴	۲	۰/۱۶۴	۲	۰/۰۸۲	T۸
۰/۰۳۹	۱	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۳۹	T۹
۰/۲۶۴	۴	۰/۱۳۲	۲	۰/۱۳۲	۲	۰/۱۳۲	۲	۰/۰۶۶	۱	۰/۰۶۶	۱	۰/۰۶۶	T۱۰
۰/۲۶۴	۳	۰/۲۶۴	۳	۰/۱۷۸	۲	۰/۲۶۴	۳	۰/۱۷۸	۲	۰/۱۷۸	۲	۰/۰۸۸	T۱۱
۰/۳۶	۳	۰/۳۶	۲	۰/۲۴	۲	۰/۴۸	۴	۰/۳۶	۳	۰/۳۶	۳	۰/۱۲	T۱۲
۵/۷۷	-	۵/۶۹	-	۵/۹۳	-	۶/۸۲	-	۶/۶۹	-	۵/۴۴	-	۲/۵۷	جمع

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

با توجه به نتایج حاصله از جمع Tas مربوط به هر استراتژی، استراتژی رقابتی-تهاجمی (WO) بالاترین امتیاز را کسب نموده است. استراتژی مذکور با تأکید بر استفاده هر چه بیشتر از موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی، ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه و تقویت برنامه‌های مربوط به آن از اولویت بالایی برخوردار است. در ادامه نیز به‌منظور اولویت‌بندی گزینه‌های راهبرد برتر، ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی تدوین شد (جدول ۵).

جدول ۵. راهبردهای کلان گردشگری کشاورزی در پایداری سکونتگاه‌های شهری و روستایی شهرستان ساوه

- ایجاد و استقرار صنایع تکمیلی در جهت کاهش میزان مهاجرت‌ها و خالی شدن روستاها از سکنه
- افزایش توجه به بهداشت محیط‌های روستایی و کشاورزی در راستای حفظ سلامت روستاییان و گردشگران
- اتخاذ سیاست‌های اصولی از طریق آموزش، برنامه‌ریزی و مدیریت بهینه و ایجاد سازگاری و هماهنگی کردن سودمندی گروه‌های مختلف از جمله جامعه‌های محلی و کشاورزان، فعالان صنعت گردشگری و گردشگران
- افزایش جشنواره‌های فرهنگی و کشاورزی در مناطق دارای توان بالقوه گردشگری کشاورزی به‌منظور شناساندن قابلیت‌های گردشگری آن‌ها
- تلاش برای حفظ و افزایش نشاط بوم نظام‌های کشاورزی منطقه به علت داشتن تأثیر مثبت در جذب گردشگران کشاورزی
- فراهم کردن خدمات رفاهی مناسب در مناطق کشاورزی برای افزایش رضایت گردشگران البته با رعایت اصول توسعه پایدار
- همکاری و هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های درگیر در کشاورزی، گردشگری و توسعه روستایی
- اطلاع‌رسانی و تبلیغات در مورد بسیاری از توانایی‌ها و جاذبه‌های گردشگری منطقه
- مشارکت در فعالیت‌های مزرعه و آشنایی با انجام فعالیت‌های کشاورزی و نحوه تولید محصولات کشاورزی (تجربه مستقیم فعالیت‌های کشاورزی)
- توجه جامعه محلی به توسعه پایدار و حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی منطقه
- تقویت سیستم اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی گردشگری در منطقه
- تثبیت سکونتگاه‌ها و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها
- بهبود اشتغال و تثبیت درآمد پایدار

- ایجاد و فراهم نمودن امنیت اجتماعی پایدار
- بهبود کیفیت زندگی شهروندان
- مشارکت دادن جامعه محلی در برنامه‌ریزی‌ها
- تقویت شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های بومی و محلی در جهت تبلیغات و بازاریابی محصولات
- تقویت فرهنگ گردشگری و گردشگر پذیری
- توسعه ارتباطات و فناوری‌های زیرساختی
- آموزش و مهارت در نحوه پذیرایی و استقبال از گردشگران
- ایجاد بازارچه‌ها و ویژه فروش محصولات کشاورزی در محدوده شهرها و مناطق بین‌راهی
- به‌کارگیری و استفاده از فناوری‌های هوشمند در جهت تقویت کشاورزی منطقه
- حمایت از بخش خصوصی (میدان دادن به سرمایه‌گذاران در این بخش)
- بهبود و حمایت از فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد (حوزه گردشگری و کشاورزی)

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و جذاب‌ترین منابع اقتصادی جهان به شمار می‌رود، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش‌ازپیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی‌اند؛ و همچنین با ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد، به یکی از بزرگ‌ترین و پرمفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده و بستری جهت ایجاد تغییرات در فضاهای جغرافیایی فراهم آورده است؛ یکی از صنایع در حال رشد است و با توجه به ماهیت گردشگری دارای انواع مختلفی از جمله گردشگری کشاورزی می‌باشد، در گردشگری کشاورزی هدف توسعه پایدار مناطق شهری و روستایی بر اساس تحقق گردشگری پایدار است، ترکیب گردشگری و کشاورزی در واقع منجر به افزایش درآمد صرف محصولات کشاورزی، حضور زنان در فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی، رونق درآمد، ایجاد فرصت‌های جدید درآمدزایی، ترویج و حفظ فرهنگ روستایی، حفظ محیط طبیعی و مزارع روستایی و ... می‌شود که این عوامل در چارچوب رویکرد توسعه پایدار قرار دارند، گردشگری کشاورزی در دهه‌های اخیر در ایران نسبت به کشورهای چون آمریکا، انگلیس، چین و ... در حال شکوفایی و رشد است اما نیازمند توسعه و ترویج بیشتر و همه‌جانبه است، بر اساس مرور ادبیات گردشگری کشاورزی می‌توان این‌گونه مطرح نمود که عواملی از قبیل مشارکت جامعه محلی، رضایت گردشگران، کیفیت خدمات و تنوع محصولات گردشگری، حمایت دولت از جمله مهم‌ترین عواملی هستند که توسعه گردشگری کشاورزی را سرعت می‌بخشند. در حال حاضر بیشتر کشورهای در حال توسعه به دنبال سیاست‌هایی مانند خروج از اقتصاد تک‌محصولی، جلوگیری از مهاجرت‌های گسترده، کاهش بیکاری و مبارزه با آلودگی بیش‌از حد محیط‌زیست و رسیدن به توسعه پایدار می‌باشند که یکی از این سیاست‌ها، توسعه انواع گردشگری از جمله گردشگری کشاورزی است ولی هرگونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری پیامدهای منفی بسیاری به‌ویژه در بُعد زیست‌محیطی به همراه

دارد از این‌رو هم‌زمان با توسعه انواع گردشگری، بررسی و سنجش، تحقق و امکان‌سنجی آن در راستای رسیدن به توسعه پایدار لازم و ضروری است.

پژوهش حاضر به‌منظور امکان‌سنجی و تحقق بخشی گردشگری کشاورزی در توسعه پایدار سکونتگاه‌های ناحیه‌ای شهرستان ساوه با استفاده از راهبرد استراتژیک سوات (SWOT) انجام گرفت. حجم نمونه تحقیق حاضر ۱۸ نفر از متخصصان و مدیران مرتبط با حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری می‌باشد که با استفاده روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. با توجه به تحلیل‌ها و بررسی‌های صورت گرفته در مورد امکان‌سنجی و تحقق چشم‌انداز گردشگری کشاورزی و اثرات آن بر پایداری ناحیه‌ای و بر اساس نظرات نخبگان چنین استنباط می‌شود که شهرستان ساوه به‌طور عام و شهر ساوه به‌طور خاص دارای نقاط قوت و فرصتی می‌باشد؛ ولی به‌منظور رسیدن به الگوی سیستم مدیریتی - یکپارچه بر پایه توسعه پایدار شهری؛ در سطح ناحیه‌ای و استانی نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی ساختاری و عملکردی در زیرساخت‌ها و سایر بخش‌های روساختی و خدماتی می‌باشد؛ و در این راستا استفاده از نقطه نظرات نخبگان و همچنین مشارکت تمامی مسئولان مربوطه و ذینفعان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌گردد.

بر اساس نظر ذینفعان و جدول نهایی مدل سوات SWOT نتایج حاکی از آن است که مهم‌ترین نقاط قوت (S)، ضعف (W)، فرصت‌ها (O) و تهدیدهای (T) موجود در راستای تحقق بخشی این الگوواره و ارائه راهبرد کلان در منطقه مورد مطالعه و با توجه به نتایج ماتریس کمی راهبردی QSPM می‌توان راهبردهای ذیل را به منظور مدیریت هر چه مؤثرتر گردشگری کشاورزی در نظر گرفت به ترتیب عبارت‌اند از: عواملی نظیر وسعت زمین‌ها و تنوع محصولات کشاورزی و باغی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی، توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها؛ همکاری ضعیف تعاونی‌ها، چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات؛ مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی، موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه، ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده فرهنگ‌ها؛ و در نهایت عدم همکاری و تعاملات بین بخشی، عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی، فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، کمبود منابع آبی می‌باشند.

به‌طور کلی توسعه پایدار در صنعت گردشگری اثراتش را در تمام بخش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به‌سرعت نشان خواهد داد که موجب شکوفایی اقتصادی خواهد شد و در نهایت منجر به اشتغال‌زایی، بهره‌وری صنایع محلی، افزایش توان اقتصادی شهر و به‌تبع آن افزایش درآمد سازمان‌های اداره‌کننده شهر (شهرداری‌ها و شوراهای شهر و روستا) برای اداره هر چه بهتر منطقه گردد. بنابراین گردشگری کشاورزی در کشور ایران یکی از طرح‌هایی است که باید در اولویت طرح جامع گردشگری استان‌ها با توجه به محصولات معروف آن‌ها قرار گرفته و حتی به لحاظ اهمیتی که نقش انگیزه گردشگران در انتخاب مقصد دارد باید به‌صورت طرح جامع گردشگری کشاورزان ارائه شود و برای هر یک از این محصولات کشاورزی یک شناسنامه و کُد در نظر گرفته شود تا بتوان آن محصول

را از لحاظ موقعیت جغرافیایی و خصوصیات ژنتیکی به طور دقیق شناسایی کرد و برای تک تک این محصولات فعالیت‌های تبلیغاتی، بازاریابی و فعالیت‌های علمی تحقیقاتی مناسبی صورت گیرد. به نظر می‌رسد توجه به اهداف و اصول توسعه پایدار گردشگری نیازمند همکاری بخش‌ها و نهادهای گوناگون مسئول در تحقق بخشیدن به الگوواره مورد مطالعه است، شناسایی منابع و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و استفاده بهینه از آن‌هاست که در راستای تأمین نیازهای فراغتی جامعه محلی و گردشگران، در مقیاس محلی، ملی و فراملی به کار می‌رود. عوامل کلیدی استراتژیک حاصل از پژوهش حاضر می‌تواند در کانون توجه مدیران و برنامه ریزان محلی و منطقه‌ای قرار گرفته، امکانی مناسب برای توسعه پایدار شهری بر پایه گردشگری کشاورزی پدید آورده، موجب دستیابی منطقه به موقعیت مطلوب در زمینه گردشگری پایدار و رقابتی در عرصه داخلی و بین‌المللی شوند.

منابع و مآخذ:

- ۱- اعرابی، م. ۱۳۸۹. درسنامه برنامه ریزی استراتژیک. دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم: ص ۶۳.
- ۲- امیری، ص.، احسانی فر، ت.، نادری، ن.، رستمی، ف. ۱۳۹۵. ارائه یک مدل مفهومی به‌منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۳(۱): ۱-۱۵.
- ۳- ترکچورن، ط. ۱۳۸۹. تأثیر گردشگری کشاورزی بر اقتصاد محلی و کارآفرینی (منطقه مورد مطالعه: دهستان کترا شهرستان تنکابن). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه هنر اصفهان، اسفند ماه ۸۹.
- ۴- خانی، ف.، قاسمی، ا.، قنبری، ع. ۱۳۸۸. بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای چمخاله شهرستان لنگرود). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۱(۴): ۶۴-۵۱.
- ۵- سالنامه آماری، سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۹۵). استانداری مرکزی.
- ۶- فرجی دارابخانی، م. ۱۴۰۰. تحلیل نقش گردشگری مذهبی اربعین در توسعه پایدار شهرهای گذرگاهی مرزی (مطالعه موردی: شهر مهران). مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، ۲(۲): ۱-۲۴.
- ۷- مطیعی لنگرودی، ح.، حیدری، ز. ۱۳۹۵. تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: دهستان بلده شهرستان تنکابن). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۳): ۱-۲۳.
- ۸- منتصری، ز.، شاطریان، م.، کیانی، ص.، غلامی، ی. ۱۳۹۷. سطح‌بندی توسعه گردشگری روستاهای بخش برزک در شهرستان کاشان. پایان‌نامه کارشناس ارشد اکوتوریسم، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۸(۲): ۹۵-۱۱۴.
- 9- Abdullaev, A. 2006. Ecotourism: the search for an operational definition. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(2): 109-130.
- 10- Ansari, M., Biranvandzadeh, M., Arefi, A. 2020. Investigating the role of stakeholders in the development of naturebased sports tourism in lorestan province. *The Third International Conference on the Development of Geography and Tourism and Sustainable Development of Iran*.
- 11- Ardestani, M. 2008. Principles of rural tourism, the Ministry of Culture and Islamic Guidance. Printing & Publishing Organization.
- 12- Baggy, F.S., Reeder, R.J. 2012. Factors affecting farmer participation in agritourism. *Agricultural and Resource Economics Review*, 41(2): 189-199.
- 13- Barbieri, C. 2013. Assessing the Sustainability of Agritourism in the Us: A Comparison between Agritourism and Other Farm Entrepreneurial Ventures. *Journal of sustainable tourism*, 21(2): 252-70.

- 14- Bondoc, I. 2009. Finding Fun in Food Farming Characteristics of US Agritourism Industry, a master's thesis, University of Florida.
- 15- Byrd, E.T. 2007. Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2): 6- 13.
- 16- Demonja, D., Bacac, R. 2011. Agritourism Development in Croatia. *Studies in Physical Culture and Tourism*, 18(4): 361-370.
- 17- Francesca, D. A. 2016. Green Building for a Green Tourism. A new model of ecofriendly Agritourism. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8: 201 – 210.
- 18- Gao, J., Barbieri, C., Valdivia, C. 2013. Agricultural landscape preferences: Implications for agritourism development, *Journal of Travel Research*, 53(3): 366-379.
- 19- Lupi, C., Claudio, V., Mastronardi, L., giannelli, A., Scardera, A. 2017. Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. *Land Use Policy*, 64: 383-390.
- 20- Malkanthi, S. H. P., Rotary, J. K. 2011. Potential for agritourism development: evidence from srilanka. *The Journal of Agricultural Sciences*, 6 (1): 44-58.
- 21- Movahed, A., Javdan, M., Ghanipour, M. 2020. Analysis of Stakeholders' Perceptions of Tourism Impacts Sustainability in Lahijan. *Urban tourism*, 7(1): 1-15. doi: 10.22059/ jut.2020.290588.733.
- 22- Nechar, M. C., Roma'n G. M., Guerrero M. O., Bustamante L. E. T. 2015. Endogenous practices Aculco agritourism, Mexico, based on the valuation of the cultural patrimony of their plantations (Haciendas). *Tourism in Latin America*, Chapter 10: 175-190.
- 23- Petromana, I., Vargaa, M., Constantinb, E., Petromana, C., Momira, B., Turca, B., Mercea, I. (2016). Agritourism: An Educational Tool for the Students with Agro-Food Profile. *Procedia Economics and Finance*, 39: 83 – 87.
- 24- Polucha, I., Omer elkatib, A., Zukovskis, J. 2011. Organizational aspects of the arrangement and design of green space and infrastructure in the agro – tourism farms: the case study from North-Eastern Poland. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development. Research Papers*, 1 (25): 200 - 207.
- 25- Rogerson, Ch., Rogerson, J.M. 2014. Agritourism and Local Economic Development in South Africa. *Bulletin of Geography. Socioeconomi Series*, 26(26): 93-106.

- 26- Salami, H., Mafi, H., Ansari, V., Peykani, Gh., Mohtashami, T. 2019. Prioritizing the development of agricultural activities with the goal of employment growth. *Agricultural Economics*, 17 (4): 149-173.
- 27- Sznajder, M., Przezbórska, L., Scrimgeour, F. 2009. *Agritourism*, UK: Cabi.
- 28- Varmazyari, H., Asadi, A., Rahimi, A., Faghehi, D. 2016. The Motivation Analysis for Tourists Choice of Agritourism Destination: A Case Study of East Alamut, Iran. *Journal of Rural Research*, 7(4): 644 - 657.
- 29- Veeck, G., Deborah, Ch., Veeck, A. 2006. *America's Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan*. *The Professional Geographer*, 58(3): 235- 48.
- 30- Yang, L. 2012. Impacts and Challenges in Agri-tourism Development in Yunnan, China. *Tourism Planning & Development*, 9(4): 369-81.

چالش های فراروی توسعه اقتصاد گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر اردبیل)^۱

عبدالرحیم هاشمی دیزج^{۱*} ژیلا فرزانه سادات زارنجی^۲ مریم جامی اودولو^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۱۷ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۱۰

- ۱- دانشیار گروه اقتصاد، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
- ۲- دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
- ۳- دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به عنوان سومین صنعت، اهرم اقتصادی مهم برای تأمین منابع مادی در شهرها در دستور کار قرار گرفته است. به گونه ای که با مدیریت و ساماندهی، پتانسیل با ارزشی چون گردشگری می توان منابع درآمدی خوبی برای شهرها ایجاد نموده و به توسعه ی پایدار شهری نایل آمد. از این رو هدف اصلی این پژوهش شناسایی چالش های فراروی توسعه اقتصاد گردشگری شهری می باشد که به صورت موردی در شهر اردبیل انجام یافته است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - اکتشافی است و جامعه ی آماری تحقیق را کارشناسان آشنا به صنعت گردشگری شهر اردبیل تشکیل میدهند که به روش گلوله برفی، تعداد ۱۵ نفر از آنها به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. برای سنجش پایایی پرسشنامه، از روش آزمون مجدد استفاده شده است. در این خصوص مجموع هم بستگی بین پاسخ های اعلام شده از طرف کارشناسان، بار اول، برابر با ۰/۷۸۰ و بار دوم برابر ۰/۷۶۳ محاسبه شد. که نشان از پایایی قابل قبول پرسشنامه دارد. برای روایی ابزار تحقیق نیز از روش تحلیل محتوایی، جهت تجزیه و تحلیل داده ها نیز از مدل سازی ساختاری - تفسیری (ISM) استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد چالش های آموزشی، ناآگاهی با قدرت نفوذ ۹ و چالش برنامه ریزی و سازمانی با قدرت نفوذ ۸ بیشترین تاثیر، چالش اجتماعی - فرهنگی نیز با قدرت نفوذ ۵ کمترین تاثیر را دارند.

واژه های کلیدی: توسعه گردشگری، اقتصاد گردشگری، چالش ها، مدل ساختاری - تفسیری (ISM)

^۱ این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی تحت حمایت مالی دانشگاه محقق اردبیلی می باشد.

* نویسنده رابط: hashemi@uma.ac.ir

مقدمه

گسترش پدیده شهرنشینی به همراه افزایش درآمدهای عمومی و نیز تغییرات سبک زندگی مردم، انگیزه مسافرت و افزایش اهمیت اوقات فراغت برای تامین احتیاجات روحی انسان به امری ضروری مبدل شد. این مهم منجر به ظهور پدیده ای جهانی به نام صنعت گردشگری شده است از سوی دیگر، محیط های شهری به عنوان مراکز تمدن، فرهنگ، سیاست و گاه با ارزشمندترین منابع گردشگری چون پارک ها، چشم اندازهای طبیعی و فضاهاى تاریخی محسوب می شوند (سرایى، ۱۳۹۲: ۲۱). بنابراین گردشگری از مهمترین فعالیت های انسان معاصر است که علاوه بر تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسانها را دگرگون ساخته است. در واقع این صنعت به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع ترین صنایع در دنیا مطرح شده است. بدین نحو با رشد تصاعد گونه خود تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی به دنبال داشته است به همین خاطر از گردشگری می توان به عنوان یک منبع اصلی درآمد و اشتغال زایی نام برد (بیرانوندزاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۵۶). در طول نیم قرن گذشته گردشگری به عنوان فعالیتی اقتصادی و اجتماعی، رشد و توسعه چشمگیری داشته است. گردشگری فعالیتی پیچیده و در حال گسترش است که نوش دارویی موثر برای رونق بخشیدن به وضعیت معیشت، اشتغال و فرهنگ کشورها محسوب می شود (کاجنیواسکا، ۲۰۱۵: ۵۰۱). گردشگری با رشد تعداد گردشگران و افزایش هزینه کرد آنها همراه است و پیش بینی می شود که این شرایط در آینده نیز ادامه یابد (دویر، ۲۰۱۶: ۲۹). گردشگری در اقتصاد جهانی اهمیت زیادی دارد و از منابع مهم درآمدهای ارزی کشورهاست به طوری که بخش بزرگی از برنامه ریزی و سرمایه گذاری ها در جهان فعلی را به خود اختصاص داده است (هادسون، ۲۰۱۶: ۲۹).

در این میان نواحی شهری به علت آنکه جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها معمولاً "جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یاد بود، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی، و مکان هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارند که خود گردشگران بسیاری را جذب می کند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۸۹). به عبارت دیگر، محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات، حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر از آن استفاده می کنند (فرج زاده اصل، ۱۳۸۴: ۴۱). بنابراین گردشگری به طور عام و گردشگری شهری به طور خاص بر اقتصاد شهرهای دنیا تأثیرگذار است. این پدیده نه چندان نوظهور معادلات اقتصادی جهان را به طور گسترده ای تحت تأثیر خود قرار داده است چنانچه هم اکنون بسیاری از اقتصادهای کلان دنیا علی الخصوص اقتصادهای شهری وابستگی شدید به آن دارند (قهرمانی فرد و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۸). مدیریت و توسعه گردشگری شهری به عنوان یک وزنه تعادلی جهت دستیابی به گردشگری پایدار شهری می باشد. بنابراین هرگونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری شهری بنا به پیچیدگی جریان گردشگری در عصر حاضر پیامدهای منفی بسیاری را به دنبال دارد. در این راستا نگرش ویژه به گردشگری شهری می

تواند یکی از مهمترین عوامل توسعه پایدار شهری تلقی گردد (زندمقدم و طوسی نژاد، ۱۴۰۱). شهر اردبیل از جمله شهرهای تاریخی دارای هویت و سابقه شهری برجسته به عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگری می باشد. اما علی رغم ویژگی های ممتاز به لحاظ بار فرهنگی و تاریخی و موقعیت برجسته آن تا به حال نتوانسته از مواهب این صنعت در راستای توسعه اقتصادی به نحو شایسته ای استفاده کند. از این رو هدف اصلی این پژوهش بررسی چالش های فراروی توسعه اقتصاد گردشگری شهری در شهر اردبیل می باشد.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری شهری: گردشگری شهری اغلب به منظور بهبود کیفیت زندگی در جوامع محلی به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته و در فرایند جهانی شدن اهمیت روز افزونی یافته است و همچنین پویایی اقتصاد شهری را به ارمغان می آورد (Khoshkham et al., 2014:16). مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است (دیناری ۳ : ۱۳۸۴). نواحی شهری به دلیل آن که جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند (Timothy & wall, 1995:6). شهرها به لحاظ داشتن تاریخ طولانی و استقرار نمادهای باستانی، تاریخی، و فرهنگی، ارزش های ملی هرکشوری به حساب می آیند (رستگار و همکاران ۱۵۶ : ۱۳۹۰). در واقع، چون شهرها جاذبه های متنوع و بزرگی از قبیل موزه ها، بناهای یاد بود، تئاترها، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهربازی ها، مراکز خرید، و مناطقی که معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور را دارند (خاکسپاری و همکاران ۱۳۲ : ۱۳۹۲) و از سوی دیگر به دلیل پایین بودن هزینه و زمان جابه جایی برای دستیابی به مقاصد گردشگری، در نتیجه گردشگران بسیاری را جذب می کنند (Coper et al, 1998:42). گردشگری شهری عبارت است از مسافرت به شهرها با انگیزه های مختلف بر اساس جذابیت های مختلف و امکانات تسهیلاتی که شهر دارد و در شخص ایجاد جذابیت می کند (به طور کلی و عمده، توریسم شهری دو انگیزه و هدف اصلی را دنبال می کند که عبارت است از اهداف تجاری و اهداف فرهنگی (قربانی و همکاران ۳۳ : ۱۳۹۲). نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت های مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، و مانند این ها است. دومین شرط برای تضمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری شهری، تنسيق و آمایش جاذبه های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه ها را بیش از پیش آسان کند (دیناری ۱۵ : ۱۳۸۴).

اقتصاد شهری: گردشگری در تقویت بنیه اقتصادی، کاهش بی تعادلی های منطقه ای و ارتقاء شاخص های توسعه و همچنین ثبات اقتصادی در سطح کلان نقش موثری را ایفا می کند (یاوری و همکاران، ۱۳۹۱:۲۷). قسمت اعظم درآمدهای ناشی از گردشگری بیشتر به مناطقی اختصاص دارد که از اوضاع اقتصادی و رفاهی بهتری برخوردار باشند که این عامل خود می تواند باعث افزایش و رشد

اقتصادی در آن منطقه گردد. این عامل شاید یکی از مهمترین نتایج حاصل از جذب گردشگر باشد زیرا بخش اعظمی از درآمد، سرمایه گذاری، سودآوری و... در این حوزه وجود دارد از آنجایی که در دنیای تجارت قدرت اقتصادی حرف اول را می زند. لذا این عامل بسیار مهم و حیاتی می باشد که می تواند بر کسب درآمد نقش به سزایی داشته باشد افزایش درآمد در نهایت می تواند منجر به افزایش رفاه گردد. بنابراین می توان بیان داشت افزایش جذب گردشگر می تواند باعث ایجاد انگیزه در سرمایه گذاران گردد (بهمنی، و نامیان، ۱۳۹۹:۱۵۸). در بسیاری از کشورهای جهان گردشگری را به عنوان یکی از بخش های کلیدی برای توسعه و پیشرفت اقتصادی در نظر می گیرند و مهم ترین اثر آن ایجاد اشتغال و درآمد است. میزان این تاثیر بستگی به نوع سرمایه گذاری و جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی دارد (نوربخش و همکاران، ۱۳۸۹:۷۳).

چالش های توسعه اقتصاد صنعت گردشگری شهری: از مهم ترین چالش های صنعت

گردشگری می توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- **سازمانی:** نبود یک سازمان یا وزارتخانه مشخص به عنوان متولی صنعت که در نتیجه وجود سازمان های موازی، باعث ناهماهنگی و تداخل وظایف فراوان می گردد. از طرفی وجود چند سازمان مختلف و عدم تدوین و اجرای یک برنامه جامع و یکپارچه برای توسعه گردشگری، این صنعت را با مشکلات عدیده ای مواجه می سازد (مدهوی، و ناصرپور، ۱۳۸۲:۳۳).

۲- **فرهنگی - اجتماعی:** تفاوت های فرهنگی بین مناطق گردشگری و آگاهی کم میزبانان نسبت به نیازها و خواسته های گردشگران و از طرف دیگر عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان، ضمن بروز مشکلات عدیده، مانع عمده ای در گسترش صنعت گردشگری است. اغلب در نقاط و مکان های مختلف های مختلف ساکنان یک محل یا افراد یک جامعه به علت ناآگاهی یا دیدن برخی اعمال از جهانگردان و همچنین تفاوت فرهنگی بین میزبانان و گردشگران از این صنعت برداشت ناخوشایند و منفی دارند و یا کارکردن در بعضی از مشاغل مربوط به گردشگری از طرف افراد بومی مشاغل سطح پایین تلقی شده و ساکنان بومی حاضر به کار کردن در این مشاغل نیستند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹:۳۱۶).

۳- **بازار:** عوامل بازار مانند: سطح درآمد، هزینه سوخت، امنیت شغلی، عوامل فصلی و انگیزه های مسافرت، ارتباط مستقیم با گسترش صنعت گردشگری دارد. بیشتر عوامل بازار از کنترل محل یا مقصد گردشگران خارج است و توانایی این محل ها در جذب گردشگر در بلند مدت، نیاز به برنامه ریزی و انعطاف پذیری دارد. بنابراین برای تدوین یک استراتژی باید تحقیقات جامعی از وضع بازار صورت گیرد (وای گی، ۱۳۷۷:۳۱۵ و ناصری، ۱۳۷۵:۱۰۳-۱۰۴).

۴- **برنامه ریزی:** فقدان برنامه ریزی برای توسعه ی گردشگری به ناآگاهی از نیاز گردشگران میانجامد (Clarke, 2005:91). فقدان برنامه ریزی و مدیریت مناسب سبب

کاهش ظرفیت ها، ضعیف شدن جاذبه ها، از دست دادن مشتریان و گردشگران و به تأخیر افتادن توسعه می شود (مطیعی لنگرودی و نصرتی، ۱۳۸۹: ۷۳).

۵- آموزشی: متاسفانه به علت جوان بودن این وضعیت در اغلب کشورهای در حال توسعه نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کم است و حتی مراکز آموزشی برای تربیت نیروی انسانی مورد نیاز هم وجود نداشته و یا بسیار محدود است (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۴: ۳۴).

۶- زیربنایی: کمبود و نامطلوب بودن وسایل حمل و نقل مسافری، جاده های بین شهری، مراکز خرید، تاسیسات اقامتی، شبکه های آب، برق، مخابرات، فاضلاب و بهداشت در مناطق گردشگری یکی از موانع عمده توسعه به حساب می آیند (ناصری، ۱۳۷۵: ۱۰۷). بنابراین هرچند با توجه به شرایط هر کشور یا منطقه، موانع توسعه صنعت گردشگری متفاوت است، اما به طور کلی توسعه صنعت گردشگری نیازمند یک مدیریت منسجم و کارآمد بوده که موانع و مشکلات را شناسایی کرده و توانایی اجرای استراتژی های تدوین شده را داشته باشد. (مدهوشی و ناصرپور، ۳۳-۱۳۸۲: ۳۵).

۷- نارسایی های اقتصادی: عدم حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق نکردن به سرمایه گذاری در بخش گردشگری، سیاست های نامناسب اقتصادی، افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و غیره در بخش گردشگری (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). به علت عدم سودآوری، حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه ای و محدود کننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول، افزایش نرخ مالیات، عوارض بیمه و... در بخش گردشگری، حمایت نکردن از سرمایه گذاری در صنعت گردشگری (دولتی و خصوصی)، سیاست های نامناسب اقتصادی، فقدان تسهیلاتی همچون وام های بلند مدت با بهره کم برای بخش خصوصی، واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی، حذف تشریفات زاید و دست پاگیر اداری برای ایجاد هتلها و مراکز رفاهی، تضمین امنیت سرمایه گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوصی.

۸- دولتی: کمبود و نارسایی خدمات زیربنایی مانند راه ها، امکانات رفاهی تفریحی، بهداشتی، پزشکی و سایر فعالیت های انسان ساخت مورد نیاز گردشگران و همچنین پاسخگو نبودن هتلها و مراکز اقامتی به نیازهای گردشگران، از جمله چالش های پیش روی گردشگران بوده است (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱). یکی دیگر از مسائل پیش روی توسعه گردشگری، امنیت مقصد گردشگری است. با توسعه تروریسم بین المللی و بررسی ارتباط آن با گسترش گردشگری، محققان به این نتیجه دست یافته اند که تروریسم می تواند اثر کوتاه مدتی بر جذب گردشگر داشته باشد؛ فقط در ۵ درصد کشورهای مورد بررسی آثار بلند مدت تروریسم بر صنعت گردشگری مشاهده شده است (Liu & Pratt, 2017).

۹- **فرهنگی و تبلیغاتی:** مشکلات ذهنی، رسوبات منفی و وجود پندارهای نادرست در مورد گردشگران، ضعف ساختاری در مورد تبلیغات و اطلاع رسانی، عدم به کارگیری اصول و روش های صحیح برقراری ارتباط با جهانگردان (زمانی فراهانی، ۱۳۹۲: ۶۶).

۱۰- **ناآگاهی:** ناآگاهی مردم و مسئولین محلی از پتانسیل های منطقه ی خود برای کسب و کار و مزایای مربوط به آن نمونه ای از این چالش است. ناآگاهی یا کم آگاهی از گردشگری در درآمدزایی و اشتغال اثرگذار است و در نهایت، شهر دارای پتانسیل را به انزوا می کشاند (Sharpley, 2002: 235).

پیشینه پژوهش

در رابطه با مسئله اصلی پژوهش حاضر مطالعات چندی در سطح داخلی و خارجی انجام شده است که در ادامه به شماری از این پژوهش ها اشاره می گردد؛ هارتمن و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله ای تحت عنوان آینده مدیریت مقاصد گردشگری به بررسی مدیریت مقصد گردشگری در کشور هلند پرداخته اند. روش تحقیق از نوع کیفی و بر اساس مصاحبه های عمیق صورت گرفته است. نتایج نشان می دهد در مورد آینده توسعه مقصد گردشگری، ایجاد شبکه های بازیگر مولد اهمیت پیدا میکند و بیشتر در دستور کارهای سیاسی ظهور می کند. الزبون (۲۰۱۹)، در پژوهشی تحت عنوان "گردشگری داخلی در اردن: الگوها، چالشها و فرصتها"، به این نتیجه رسیده است که چالش های اصلی گردشگری داخلی اردن به ترتیب با جنبه های اقتصادی، خدماتی و فرهنگی - اجتماعی ارتباط دارند. بهولا (۲۰۱۵)، در مقاله ای با عنوان «چالش ها و فرصت های گردشگری و پایداری مناطق گرنادا، باربادوس و توباگو»، به این نتیجه دست یافت که چالش حفظ محیط زیست و چالش پاسخگو بودن به نیازهای گردشگران از مهمترین چالش های گردشگری این مناطق اند. لیتاوو (۲۰۱۱) در پژوهشی با "عنوان رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی بر روی کشورهای پرتغال و کشورهای همسایه طی سال های ۲۰۰۸-۱۹۹۵" به این نتیجه رسیدند که گردشگری اثرمعناداری بر رشد اقتصادی دارد. میچل و هال (۲۰۰۵) و بام و زاواس (۲۰۰۸) بر اهمیت عامل عدم اطلاع رسانی و فرهنگ سازی جذب گردشگر به مثابه ی چالشی اساسی در سکونتگاه تأکید دارند. متقی (۱۳۹۹) در پژوهشی به تحلیل مقایسه ای گردشگری منطقه ای با رویکرد درآمد محور پرداخته است. نتایج حاصله از تحقیق نشان داد که متغیرهای نرخ ارز، شاخص قیمت خرده فروشی (CPI) و تولید ناخالص داخلی سرانه از مهمترین عوامل اثرگذار بر گردشگری جهانی همه کشورها و هر سه گروه کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا، محسوب می شود. بیرانوندزاده (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان "مطالعه اهمیت

دره خرم آباد در توسعه پایدار گردشگری استان لرستان و فراهم نمودن زمینه ثبت در فهرست جهانی " به این نتیجه رسیده اند؛ نتایج حاصل از شاخص های فرهنگی در شهر خرم آباد نشان میدهد که وجود موزه ها تاریخی و فرهنگی معتبر از لایه های تاریخی، تعدد بناها و یاد بود ادوار گذشته و پل های تاریخی و با کاربری ها مختلف و نقش آنها در ادوار مختلف به ترتیب در جایگاه های اول تا سوم واقع شده اند و نشان دهنده میزان اهمیت آن در بین مولفه های مورد سنجش می باشد. مهدیان بروجنی و احمدوند (۱۳۹۳)، در تحقیقی، چالش های توسعه ی گردشگری روستایی در منطقه دنا را از طریق مدل تحلیل عاملی در هشت مانع مهم سازمانی، اجتماعی، اقتصادی، مردمی، ارتباطی، فرهنگی، تسهیلاتی و رفاهی با قدرت تبیین ۶۶/۴۵ درصد از واریانس کل دسته بندی کرده اند. قبادی و همکاران (۱۳۹۱)، در مطالعه ای، مشکلاتی از قبیل نبود امکانات زیربنایی و رفاهی، ناآگاهی روستاییان و مسئولان از گردشگری روستایی، کم رنگ شدن جاذبه های فرهنگی روستا، نبود شبکه ی اطلاع رسانی مناسب و عدم حمایت و توجه کافی دولت را مهمترین مشکلات توسعه ی گردشگری روستایی در روستای خانقاه استان کرمانشاه دانسته اند. مدهوشی و ناصرپور (۱۳۸۲)، در تحقیقی، چالش های توسعه ی صنعت گردشگری در استان لرستان را به پنج دسته مجزا شامل موانع سازمانی و ساختاری، موانع فرهنگی - اجتماعی، موانع موجود در بازار، موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص و موانع زیربنایی تفکیک کرده اند. تقدیسی و دانشور (۱۳۸۶)، در الگویی که برای برنامه ریزی نواحی روستایی ارائه داده اند، مشکلات و تنگناهای بخش گردشگری روستایی را به مشکلات امور زیربنایی از جمله کمبود تجهیزات و تسهیلات فیزیکی، مشکلات عمومی و اجتماعی مانند نارسایی سیاست ها و اهداف برنامه ریزی گردشگری، ضعف مدیریت و تبلیغات و در آخر، مشکلات و مسائل مربوط به عوامل زیست محیطی دسته بندی کرده اند.

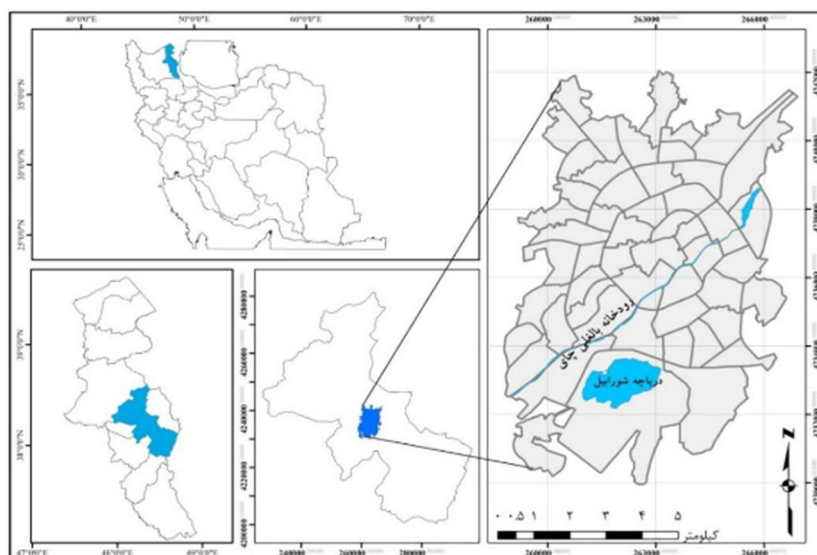
روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر توصیفی- اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق ۱۵ نفر از کارشناسان و اساتید شهر اردبیل هستند که به روش گلوله برفی به شناسایی کارشناسان اقدام شد. در این راستا بعد از شناسایی شاخص های مربوطه از طریق مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه با کارشناسان، روایی محتوایی شاخص ها به دست آمد و نهایتاً پرسشنامه تخصصی میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیر شاخص ها، باز هم از طریق همان ۱۵ کارشناس مربوطه مورد ارزیابی قرار گرفت و برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدلسازی ساختاری- تفسیری (ISM) استفاده شد. لازم به ذکر است برای سنجش پایایی پرسشنامه ISM، از روش آزمون مجدد استفاده شده است. به گونه ای که پرسشنامه ی مربوطه، دوبار و به فاصله

زمانی یک هفته، توسط ۱۵ نفر از کارشناسان مربوطه تکمیل شد. در این خصوص مجموع همبستگی بین پاسخ‌های اعلام شده از طرف کارشناسان، بار اول، برابر با ۰/۷۸۰ و بار دوم برابر ۰/۷۶۳ محاسبه شد. با توجه به اینکه همبستگی پاسخ‌ها بالاتر از ۰/۷۰ بود، می‌توان گفت پرسشنامه پایایی قابل قبولی دارد. برای پایایی آن از روش آزمون مجدد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدلسازی ساختاری-تفسیری (ISM) و تحلیل میک مک استفاده شد.

محدوده مورد مطالعه

شهر اردبیل از دیرباز به لحاظ موقعیت خاص جغرافیایی و داشتن بناهای متعدد تاریخی از جایگاه ویژه‌ای در گردشگری برخوردار بوده است و با دارا بودن جاذبه‌های گردشگری بسیار همچون مقبره‌ی شیخ صفی اردبیلی که تنها اثر ثبت جهانی شده استان است. بازار سرپوشیده و دریاچه‌ی زیبای شورابیل دارای امکانات تفریحی، ورزشی و فرهنگی بسیاری همراه با آب و هوای بسیار مناسب مخصوصاً در فصول گرم سال میزبان گردشگران بی شمار داخلی و خارجی می باشد و سایر امکانات از جمله: اسکله‌ی قایقرانی، دومیدانی، دوچرخه سواری، گنجینه تاریخ طبیعی، نمایشگاه بین المللی، مجموعه شهربازی، رستوران در دریاچه و... که میتواند مورد استفاده‌ی گردشگران قرار گیرد. با توجه به ویژگی‌ها و تغییرات بنیادی که از سال ۱۳۷۲ به بعد به وقوع پیوسته از جمله تبدیل شهر اردبیل به مرکز استان اردبیل و پتانسیل‌های توریستی، تفریحی و کشاورزی مستعد آن، توسعه‌ی فضایی شهر سرعت گرفته که این توسعه در جهات مختلف خود را نمایان کرده است و به تبع آن تراکم در شهر اردبیل به پایین ترین میزان خود یعنی ۸۴ نفر در هکتار رسیده است. همچنین طی این دوره، نرخ رشد مساحت شهر ۳/۸۳ درصد و نرخ رشد جمعیت آن ۳/۶۵ درصد بوده است که نشانگر سبقت گرفتن نرخ رشد مساحت شهر از نرخ رشد جمعیت آن می باشد. جدا شدن استان اردبیل از استان آذربایجان شرقی و تبدیل شهر اردبیل به مرکز استان را می توان از دلایل اصلی توسعه‌ی فضایی بالایی شهر اردبیل در این دوره‌ی زمانی محسوب کرد (منتظر و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۳۳). در حال حاضر براساس مصوبات شورای شهر و شهرداری اردبیل و تأیید استانداری و وزارت کشور، شهر اردبیل به پنج منطقه شهرداری، ۱۵ ناحیه شهری و ۵۱ محله اصلی تقسیم شده است. در حال حاضر، شهر اردبیل در محدوده‌ای به مساحت بیش از ۶۲۰۰ هکتار گسترده شده است و براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، دارای جمعیتی بالغ بر ۵۲۹۳۷۴ نفر بوده است.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی شهر اردبیل

یافته های پژوهش

مدل ساختاری - تفسیری ISM

روش ISM با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف به تحلیل ارتباط بین شاخص ها می پردازد. مدل ساختار تفسیری قادر است ارتباط بین شاخص ها که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته اند، را تعیین نماید. در واقع این روش با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف به تحلیل ارتباط بین شاخص ها می پردازد. به گونه ای که در آن مجموعه ای از عناصر مختلف و مرتبط با همدیگر در یک مدل سیستماتیک جامع ساختار بندی می شوند. این مدل می تواند به اولویت بندی و تعیین سطح عناصر یک سیستم اقدام کند که می تواند به مدیران برای تصمیم گیری بهتر کمک شایانی نماید. در این خصوص جهت رسیدن به هدف اصلی پژوهش حاضر از مدلسازی ساختاری - تفسیری (ISM) استفاده شده است، مراحل انجام این مدل به شرح زیر می باشد.

گام اول: تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM)

به منظور بررسی میزان تاثیر هر یک از شاخص ها (چالش ها) نسبت به همدیگر در ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM) در این خصوص ابتداء پرسشنامه ۱۰*۱۰ و به صورت مقایسه دو به دویی طراحی شد. در واقع پس از شناسایی شاخص های زیربنایی موضوع مورد مطالعه یک ماتریس مربع $n \times n$ از شاخص های موجود طراحی می شود. این ماتریس همان پرسشنامه ISM است. به این صورت که ۱۰ چالش (سازمانی، اجتماعی - فرهنگی، بازار، برنامه ریزی، فرهنگی - تبلیغاتی، زیربنایی، نارسایی اقتصادی، دولتی، آموزشی، ناآگاهی) انتخاب شده و از کارشناسان خواسته شد که نوع ارتباطات دویه دویی چالش ها را مشخص کنند. بدین معنی در این گام خبرگان معیارها را به صورت زوجی با یکدیگر در نظر می گیرند و براساس قوائد زیر به مقایسات زوجی پاسخ می دهند.

بدین منظور از چهار نماد (V,A,X,O) به شرح زیر استفاده می‌گردد.
 نماد V : یعنی عامل سطر i باعث محقق شدن عامل ستون j می‌شود.
 نماد A : عامل ستون j باعث محقق شدن عامل سطر i می‌شود.
 نماد X : هر دو عامل سطر و ستون باعث محقق شدن یکدیگر می‌شوند (عامل i و j رابطه دوطرفه دارند).
 نماد O : بین عامل سطر و ستون هیچ ارتباطی وجود ندارد.

جدول ۱: ماتریس خود تعاملی ساختاری چالش‌های توسعه اقتصاد گردشگری شهری (از نظر خبرگان)

ناآگاهی	آموزشی	دولتی	نارسانی اقتصادی	زیربنایی	آموزشی	برنامه ریزی	بازار	فرهنگی-اجتماعی	سازمانی	J I
X	X	A	V	V	X	X	V	V	-	سازمانی
X	X	A	X	A	A	A	X	-		اجتماعی-فرهنگی
A	A	X	X	A	A	V	-			بازار
X	X	X	X	X	A	-				برنامه ریزی
A	A	A	X	X	-					فرهنگی-تبلیغاتی
A	X	X	X	-						زیربنایی
X	A	X	-							نارسانی اقتصادی
A	A	-								دولتی
X	-									فرهنگی و تبلیغاتی
-										ناآگاهی

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

همان گونه که در جدول (۱) قابل ملاحظه است با استفاده از نمادهای مندرج در جدول فوق الگوی روابط علی میان متغیرها تعیین یافت. به گونه ای که از ابعاد و شاخص‌های مورد مطالعه و مقایسه آنها با استفاده از چهار حالت (O,X,A,V) (روابط مفهومی تشکیل شد. این ماتریس که توسط خبرگان و متخصصین فرآیند محوری تکمیل یافته حاکی از آن است که ارتباط اکثر شاخص‌ها از نوع نماد X و A بوده که این امر بیانگر ارتباط دوطرفه شاخص‌ها با یکدیگر می‌باشد.

گام دوم: ماتریس دسترسی اولیه

ماتریس دسترسی اولیه از تبدیل ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (۰ و ۱) حاصل می‌گردد. برای استخراج ماتریس دسترسی، باید در هر سطر عدد یک، جایگزین علامت‌های

V و X و عدد صفر، جایگزین علامت‌های A و O در ماتریس دسترسی اولیه شود. پس از تبدیل تمام سطرها، نتیجه حاصله، ماتریس دسترسی اولیه خواهد بود. در مرحله بعد باید روابط ثانویه بین متغیرها کنترل شود. رابطه ثانویه به گونه‌ای است که اگر متغیر J منجر به متغیر I شود و این متغیر به K منجر شود، پس متغیر J منجر به متغیر K خواهد شد. با تبدیل نمادهای روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک بر حسب قوائد زیر می‌توان به ماتریس دست پیدا کرد. این قوائد به صورت زیر است:

اگر خانه I_j در ماتریس SSIM نماد V گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دسترسی عدد ۱ می‌گیرد و خانه قرینه آن، یعنی خانه I_j عدد صفر می‌گیرد.

اگر خانه I_j در ماتریس SSIM نماد A گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دسترسی عدد صفر می‌گیرد و خانه قرینه آن، یعنی خانه I_j عدد ۱ می‌گیرد.

اگر خانه I_j در ماتریس SSIM نماد X گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دسترسی عدد ۱ می‌گیرد و خانه قرینه آن، یعنی خانه I_j عدد ۱ می‌گیرد.

اگر خانه I_j در ماتریس SSIM نماد O گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دسترسی عدد صفر می‌گیرد و خانه قرینه آن، یعنی خانه I_j عدد صفر می‌گیرد.

با توجه به قوانین تکنیک ISM، ماتریس دسترسی اولیه مطابق جدول (۲) تبدیل می‌شود.

جدول ۲. ماتریس دسترسی اولیه

ناآگاهی	آموزشی	دولتی	نارسانی اقتصادی	زیربنایی	فرهنگی - تبلیغاتی	برنامه ریزی	بازار	اجتماعی - فرهنگی	سازمانی	J I
۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	-	سازمانی
۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	-	۱	اجتماعی - فرهنگی
۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	-	۱	۱	بازار
۱	۱	۱	۱	۱	۰	-	۱	۱	۱	برنامه ریزی
۰	۰	۰	۱	۱	-	۱	۱	۱	۱	فرهنگی - تبلیغاتی
۰	۱	۱	۱	-	۱	۱	۱	۱	۰	زیربنایی
۱	۰	۱	-	۱	۱	۱	۱	۱	۰	نارسانی اقتصادی
۰	۰	-	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	دولتی
۱	-	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	آموزشی
-	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	ناآگاهی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

گام سوم: ماتریس دسترسی نهایی

پس از تشکیل ماتریس دسترسی اولیه چالش‌های فراروی اقتصاد گردشگری با دخیل نمودن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترسی نهایی تشکیل می‌شود تا ماتریس دسترسی اولیه سازگار شود. در این مرحله، کلیه روابط ثانویه بین متغیرها، بررسی می‌شود تا ماتریس دسترسی نهایی به دست آید. در این ماتریس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نشان داده می‌شود. قدرت نفوذ هر متغیر عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی (شامل خودش) که می‌تواند در ایجاد آنها نقش داشته باشد. میزان وابستگی عبارت است از تعداد نهایی متغیرهایی که موجب ایجاد متغیر مذکور می‌شوند.

جدول ۳. ماتریس دسترسی نهایی

قدرت نفوذ	۱۰. ناآگاهی	۹. آموزشی	۸. دولتی	۷. نارسایی اقتصادی	۶. زیربنایی	۵. فرهنگی - تبلیغاتی	۴. برنامه ریزی	۳. بازار	۲. اجتماعی - فرهنگی	۱. سازمانی	J I
۸	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	-	۱. سازمانی
۵	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	-	۱	۲. اجتماعی - فرهنگی
۶	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	-	۱	۱	۳. بازار
۸	۱	۱	۱	۱	۱	۰	-	۱	۱	۱	۴. برنامه ریزی
۶	۰	۰	۰	۱	۱	-	۱	۱	۱	۱	۵. فرهنگی و تبلیغاتی
۷	۰	۱	۱	۱	-	۱	۱	۱	۱	۰	۶. زیربنایی
۷	۱	۰	۱	-	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۷. نارسایی اقتصادی
۷	۰	۰	-	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸. دولتی
۹	۱	-	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۹. آموزشی
۹	-	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۰. ناآگاهی
-	۶	۶	۷	۹	۷	۹	۸	۹	۱۰	۸	میزان وابستگی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

مطابق جدول (۳) علاوه بر سازگاری ماتریس دستیابی اولیه، قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر مولفه مشخص می‌شود. قدرت نفوذ همان میزان تاثیرگذاری یک مولفه بر مولفه‌های دیگر است که از جمع اعداد هر سطر برای هر مولفه در ماتریس دستیابی نهایی لحاظ می‌گردد. میزان وابستگی هم مقدار تاثیرپذیری یک مولفه از سایر مولفه‌های دیگر را نشان می‌دهد که از جمع اعداد هر ستون در ماتریس دریافتی نهایی برای هر مولفه بدست می‌آید. در این خصوص با عنایت به جدول (۳) چالش‌های آموزشی، ناآگاهی با قدرت نفوذ ۹ و چالش برنامه ریزی و سازمانی نیز با قدرت نفوذ ۹ بیشترین تاثیر، چالش اجتماعی - فرهنگی نیز با قدرت نفوذ ۵ کمترین تاثیر را دارند.

نتیجه گیری

در عصر حاضر صنعت موجب گسترش روابط بین ملت ها شده و به منزلهٔ ایجادکنندهٔ فرصت های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات اجتماعی فرهنگی مطرح می شود. با مدیریت و ساماندهی، پتانسیل با ارزشی چون گردشگری می توان منابع درآمدی خوبی برای شهرداری ایجاد نمود. لذا نگرش ویژه به اقتصاد گردشگری شهری میتواند یکی از مهمترین عوامل توسعه پایدار شهری تلقی گردد. شهر اردبیل به عنوان یکی از شهرهای توریستی و با دارا بودن پتانسیل های بالای جذب گردشگر می تواند موجبات توسعه اقتصاد گردشگری را فراهم نماید. بنابراین توسعه ی اقتصاد گردشگری در این شهر منوط به رفع چالش های اصلی و تأثیرگذار در این رابطه است. از این رو، به کارگیری مدلی کاربردی که بتواند چالش های فراروی توسعه اقتصاد گردشگری را به وضوح نشان دهد حایز اهمیت است چرا که می تواند به اخذ تصمیمات بهتر مدیران و مسئولان در این زمینه منجر گردد. بدین منظور در این پژوهش سعی شد مهمترین چالشهای توسعه اقتصاد گردشگری شهرداری اردبیل با استفاده از مدل ساختاری- تفسیری (ISM) شناسایی شوند و میزان تأثیر هریک از آنها در یکدیگر مورد ارزیابی قرار گیرد. مدل ساختاری تفسیری با فراهم نمودن نظم و چارچوبی جهت دار برای مسائل پیچیده، به تصمیم گیرندگان تصویری واقعی از وضعیت متغیرها را می دهد. بر این اساس، ۱۰ چالش (سازمانی، اجتماعی- فرهنگی، بازار، برنامه ریزی، فرهنگی و تبلیغاتی، زیربنایی، نارسایی اقتصادی، دولتی، آموزشی، ناآگاهی) به عنوان چالش نهایی شناسایی شدند. نتایج حاصل از مدل به کار رفته در پژوهش حاضر نشان داد چالش های آموزشی، ناآگاهی با قدرت نفوذ ۹ و چالش برنامه ریزی و سازمانی نیز با قدرت نفوذ ۹ بیشترین تاثیر، چالش اجتماعی- فرهنگی نیز با قدرت نفوذ ۵ کمترین تاثیر را دارند. نتایج این تحقیق نتایج تحقیقات میچل و هال (۲۰۰۵)، بام و زاواس (۲۰۰۸) مبنی بر چالش های عدم اطلاع رسانی و فرهنگ سازی جذب گردشگر، الزبون (۲۰۱۹)، مبنی بر ارتباط جنبه های اقتصادی، خدماتی و فرهنگی - اجتماعی با یکدیگر، مدهوشی و ناصرپور (۱۳۸۲) مبنی بر وجود چالش های سازمانی و ساختاری، موانع فرهنگی - اجتماعی، موانع موجود در بازار، موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص و موانع زیربنایی در حوزه ی گردشگری، تقدیسی و دانشور (۱۳۸۶) مبنی بر وجود چالش های زیربنایی، اجتماعی و زیست محیطی در حوزه گردشگری هم سو می باشد.

منابع و مآخذ:

- ۱- بیرانوندزاده، م. ۱۳۹۷. مطالعه اهمیت دره خرم آباد در توسعه پایدار گردشگری استان و فراهم نمودن زمینه ثبت در فهرست جهانی، طرح پژوهشی، کارفرما: اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان
- ۲- بیرانوندزاده، م؛ سبحانی، ن؛ نجفی، ا؛ رشیدی، س. ۱۳۹۹. گردشگری شهری و نقش آن در توسعه اقتصاد شهری (مورد: شهر شاهین دژ). مهندسی جغرافیای سرزمین، ۸(۴): ۳۷۰-۳۵۵.
- ۳- بهمنی، پ؛ نامین، ف. ۱۳۹۹. طراحی مدل اقتصاد گردشگری شهری با رویکرد ساختاری تفسیری، مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۲(۴): ۱۷۷-۱۵۷.
- ۴- پاپلی یزدی، م.ح، سقایی، م. ۱۳۸۵. گردشگری، ماهیت و مفاهیم، چاپ اول، تهران، انتشارات سمت
- ۵- تقدیسی، س.، دانشور، ف. ۱۳۸۶. توریسم روستایی، تصویری مجازی یا الگویی حقیقی در برنامه ریزی روستایی، مجله ی جغرافیا و توسعه ناحیه ای، ۸(۴): ۱۷۹-۱۹۲.
- ۶- دیناری، احمد. ۱۳۸۴، گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد: انتشارات دانشگاه مشهد.
- ۷- رستگار، م.، غلامی، م.، ز، م.، مقدم، م. ۱۳۹۰. تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری پایدار شهری مجموعه مقالات همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، با استفاده از مدل سوات، نمونه موردی، زنجان مردوشت، ۱۴۸-۱۶۰
- ۸- زمانی فراهانی، ح. ۱۳۹۲. شناخت صنعت جهانگردی ایران و جهان. تهران: انتشارات زهد.
- ۹- سراپی، م. ح.، شمشیری، م. ۱۳۹۲. بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز، جغرافیا و برنامه ریزی، در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SOWT، ۱(۲۴): ۸۸۰-۶۹.
- ۱۰- سازمان جهانی جهانگردی. ۱۳۷۹. برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، مترجم، محمود عبدالله زاده ویرایش تخصص نصرالله مستوفی، چاپ اول، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی
- ۱۱- خاکسپاری، ع؛ ابراهیم نیا سم اکوش، س.، دامادی، م.، معزز، و. ۱۳۹۲، ارزیابی تأثیرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری شهری بر نحوه زندگی مردم شهر بابلسر، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲): ۱۲۶-۱۴۷.
- ۱۲- فرج زاده اصل، م. ۱۳۸۴. سیستم مطالعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم، چاپ اول، تهران: سمت.
- ۱۳- قهرمانی فرد، ح؛ حسین زاده دلیر، ک؛ موسی، م. س. ۱۴۰۰. شناخت و ارزیابی پیشران های حیانی موثر بر آینده توسعه گردشگری مطالعه موردی: کلان شهر تبریز، فصلنامه گردشگری شهری، ۱(۸): ۸۲-۶۷.
- ۱۴- قبادی، پ.، پایزن، ع.، زرافشانی، ک.، گراوندی، ش. ۱۳۹۱. مطالعه وضعیت گردشگری روستایی در روستای خانقاه از دیدگاه اهالی روستا: با استفاده از تئوری بنیانی، فصلنامه مسکن و محیط روستا، ۱۳۷(۳۱): ۸۲-۷۱
- ۱۵- متقی، س. ۱۳۹۹. تحلیل مقایسه ای گردشگری منطقه ای با رویکرد درآمد محور، نشریه گردشگری شهری، ۲(۷): ۸۵-۹۶

- ۱۶- مدهوشی، م.، ناصرپور. ۱۳۸۲. ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۲۸: ۲۵-۲۸.
- ۱۷- محسنی، ر.ع. ۱۳۸۸. گردشگری پایدار در ایران: کارکرد، چالش ها و راهکارها. فصلنامه فضای جغرافیایی، ۹(۲۸): ۱۷۱-۱۴۹
- ۱۸- مهدیان بروجنی، م.، احمدوند، م. ۱۳۹۳. واکاوی موانع و چالش های توسعه ی گردشگری روستایی در منطقه ی دنا؛ دیدگاه جامعه میزبان. جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، ۱۰ (۴): ۱۲۸-۱۱۳.
- ۱۹- موسایی، م.، هاشمی، س.، ابراهیمی، م. ۱۳۹۱. بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالش ها، راهکارها، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد شوشتر، ۶(۱۶): ۵۰-۲۵.
- ۲۰- منتظر، ف.، نظم فر، ح.، یزدانی، م.ح. ۱۳۹۷. تحلیل توسعه ی فضایی شهر اردبیل در دوره ی زمانی (۱۳۳۵-۱۳۹۰). مطالعات عمران شهری، ۲(۵): ۱۲۰-۱۳۶
- ۲۱- نوربخش، م.، اکبرپور، م. ۱۳۸۹. نقش گردشگری در اقتصاد کلان شهرها، ویژه نامه اقتصاد گردشگری، ۲(۲): ۲۱-۳۴
- ۲۲- واگی، چ. ۱۳۷۷. جهانگردی در چشم اندازی جامع، مترجمان: علی پارسائیان و محمد اعرابی، چاپ اول، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی
- ۲۳- یآوری، ح.، خوشنویس، م.، غلامی، ا. ۱۳۹۱. اقتصاد گردشگری، تهران، انتشارات، سیمای دانش، چاپ اول

24-Alzbun.N.M.2019. " Domestic Tourism in Jordan:Patterns,Challenges and Opportunities" Journal of Enviromental Management and Tourism.2(34).281-291

25-Dwyer, L.2016. Planning for Sustainable Tourism: An Alternative Paradigm, International Journal of Tourism and Spirituality, 1(1): 28-43

26-Cooper, C., J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill & R. Shepherd.1998. Tourism: Principles and Practice, 2nd Ed. New York: Longm

27-Hudson, S. Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J. 2016. The influence of social media interactions on consumer–brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors, International Journal of Research in Marketing, 33(1): 27-41

28-Kachniewska, M.A.2015. Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas, Worldwide, Hospitality and Tourism Themes, 7(5): 500-515

29-Leitao, N. C.2011,. " Tourism and economic growth: a panel data approach

30-Liu, A.,A & Pratt,S.2017. Tourisms Tourism .terrorism to resilience and vulnerability and resilience to terrorism.Tourism Mangement 60,404-417

31-Mitchell,M.,& Hall,D.R .2005. Rural Tourism and Sustanable Business:Key themes and issues (pp.3-14).Channel View Publications

-
- 32-Sharpley,R.2002. “Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification : The Case of Cyprus”.Tourism Management, 23(3), 233-24
- 33-Timothy, D. J. and Wall, G.1995. Tourist Accommodation in an Asian historic city, The Journal of Tourism Studies, 6(2): 23-24
- 34-Tourism .M .H ,Paul,B.20115. :Sustainability for Opportunities the and Challenges .“Tobago and ,Barbados ,Grenada of Study Case A ,Management Hospitality and Tourism of Journal 204-213. ,(9-10)3

تبیین استراتژی‌های گردشگری با رویکرد توسعه پایدار گردشگری (نمونه مورد مطالعه: شهرستان بستان آباد)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۰۶ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

مسعود حق لسان^{*۱} سعید اربابی بستان آباد^۲

- ۱- استادیار گروه معماری و شهرسازی، واحد ایلخچی، دانشگاه آزاد اسلامی، ایلخچی، ایران
- ۲- دانشجوی دکتری شهرسازی، گروه معماری و شهرسازی، واحد بین‌المللی ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

چکیده

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راه‌های توسعه و رشد اقتصادی در جهان به شمار می‌رود. اما در ایران به دلایل فراوان هنوز جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده است. هدف از مطالعه پژوهش پیشرو، بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری شهرستان بستان آباد و انتخاب استراتژی مناسب برای صنعت گردشگری منطقه است. این پژوهش بر اساس مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و مدل برنامه‌ریزی استراتژیک QSPM و ماتریس داخلی و خارجی (IFE) و (EFE) به بررسی میدانی از طریق توزیع پرسشنامه بین گردشگران و همچنین مصاحبه با کارشناسان حوزه گردشگری پرداخته است. تحلیل‌های حاصل از مدل SWOT از مجموع امتیاز حاصل از فرصت‌ها (OW) بیشتر از سایر راهبردهاست و نشانگر راهبرد مناسب برای توسعه پایدار شهرستان بستان آباد است و همچنین جدول اولویت‌بندی استراتژی‌های انتخاب‌شده QSPM بیانگر آن است که از میان چهار استراتژی برگزیده، استراتژی توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت به دلیل وجود مزیت‌های نسبی، نسبت به دیگر استراتژی‌ها از اولویت بالایی برخوردار است. نتایج حاصل از ارزیابی و اولویت‌بندی راهبردها نشان می‌دهند که توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت با بالاترین امتیازها به ترتیب ۱۰/۶۳ و ۸/۰۸ بیشترین سهم را در جهت توسعه گردشگری شهرستان دارد. توسعه کشاورزی با امتیازهای ۹/۹۶ و ۶/۹۸ و راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی با امتیازهای ۹/۸ و ۷/۲۵ راهکارهای مناسبی برای بهبود و توسعه پایدار گردشگری مدنظر قرارداد. در نهایت شهرستان بستان آباد نیاز به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف جهت ایجاد فرصت شغلی و توسعه کشاورزی با ایجاد منطقه ویژه اقتصادی در جهت جذب سرمایه به شهرستان می‌تواند در ایجاد کسب‌وکار و گردشگری پایدار کمک نماید.

واژه‌های کلیدی: گردشگری شهرستان بستان آباد، مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT، مدل برنامه‌ریزی استراتژیک QSPM، توسعه پایدار گردشگری

مقدمه

امروزه پدیده گردشگری به لحاظ درآمدزایی فراوان آن، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته که سرمایه زیادی را به این بخش اختصاص دهند. جلب و جذب گردشگر به منظور بازدید از مکان‌های دیدنی نیازمند به سرمایه‌گذاری در زمینه آماده‌سازی مکان‌های مورد بازدید، احداث جاده‌های مطلوب و قابل دسترس، هتل‌های چند ستاره است (کریم پور ریحان و همکاران، ۱۳۹۶). شهرها و نظام سکونتگاهی اهمیت فزاینده‌ای دارد، بر اساس آمار سازمان ملل در آغاز قرن بیست و یکم بیش از ۵۰ درصد مردم در شهرها زندگی می‌کنند (گلودزاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۰۱). شهرها به‌عنوان یکی از عظیم‌ترین دستاوردهای فرهنگ و تمدن و یکی از فراگیرترین پدیده‌های اجتماعی عصر حاضر هستند (هاوری، ۱۳۷۶: ۱۲). در دهه‌های اخیر اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره به‌طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (Thomas & Sambrook, 2005: 18). توسعه گردشگری به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. ارزهای به‌دست‌آمده از فعالیت‌های گردشگری، در تنظیم تراز پرداخته‌ای بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای کمتر توسعه‌یافته که معمولاً وابسته به محصول اند، مؤثر واقع شده است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۷).

یکی از راه‌های داشتن گردشگری و توسعه پایدار و زمینه‌های بهبود وضعیت درآمدی ساکنین این شهرستان در حوزه گردشگری توجه به زیرساخت‌ها همچون ساخت هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، هتل آپارتمان‌ها و ... می‌باشد که بدون در نظر گرفتن موارد فوق و عدم سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف گردشگری نمی‌توان به توسعه گردشگری رسید که مستلزم توجه کافی به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف به صنعت گردشگری است. می‌توان امیدوار بود که با سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری، منطقه بستان‌آباد می‌تواند به قطب بزرگ گردشگری در منطقه تبدیل شود به‌نحوی که در میان مدت و بلندمدت درآمدهای ارزی حاصل از آن به‌عنوان عاملی مؤثر در برون‌رفت از اقتصاد تک‌محصولی مطرح گردد. در این مطالعه شهرستان بستان‌آباد از حیث تدوین و تحلیل استراتژی گردشگری و توسعه پایدار مورد بررسی قرار گرفته است. شهرستان بستان‌آباد با توجه به قرارگیری در سه‌راهی بین استان‌های شمالی و غربی و مرکزی و به جهت موقعیت آب و هوایی یکی از نقاط مهم برای گردشگری می‌تواند باشد. ولی با عنایت به عدم مطالعه کافی در این مقوله و عدم توجه به زیرساخت‌های گردشگری در این شهرستان موجب گردید نسبت به مطالعه و تدوین و تحلیل استراتژی گردشگری و توسعه پایدار اقدام نمائیم و با توجه به توضیحات فوق یکی از پراهمیت‌ترین و اولویت دارترین مقوله برای رشد و همچنین اشتغال‌زایی توجه به گردشگری این شهرستان می‌باشد.

هدف و سؤال اصلی

هدف اصلی مقاله بررسی عوامل و استراتژی‌های مؤثر در گردشگری شهرستان و توسعه پایدار شهرستان بستان‌آباد می‌باشد. بدین منظور این پرسش در این پژوهش مطرح شده است: عوامل و

استراتژی‌های مؤثر در گردشگری شهرستان بستان‌آباد با رویکرد توسعه پایدار گردشگری شهرستان چیست؟

ادبیات موضوع

پیشینه تحقیق

مطالعات متعددی با موضوع راهبردهای توسعه پایدار گردشگری در فضاهای شهری هم در داخل کشور و هم در خارج از کشور انجام شده است که در ادامه به برخی از این مطالعات اشاره شده است: یزدان‌شناس و همکاران (۱۴۰۱) با استفاده از شیوه سوات (SWOT) و نتایج تحلیل ماتریس داخلی و خارجی (IFE) و (EFE) نسبت به شناسایی مجموعه نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای رود دره‌های منطقه یاسوج پرداختند. مهدوی توکلی (۱۴۰۰) بر پایه برنامه‌ریزی راهبردی مشارکتی نسبت به تحلیل و اولویت‌بندی راهبردها با استفاده از الگوی تحلیلی سوات برای راهبردهای توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی اقدام کردند. شگوری و همکاران (۱۴۰۰) با استفاده از روش SWOT و QSPM و تحلیل نتایج با استفاده از ماتریس داخلی و خارجی (IFE) و (EFE) نسبت به شناسایی راهبردها و استراتژی‌های گردشگری و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار شهر تبریز پرداختند. حیدری و همکاران (۱۳۹۹) با استفاده از تکنیک متا سوات (META SWOT) نسبت به شناسایی موانع توسعه گردشگری شهر مشهد و تعیین راهبردهای گردشگری ورزشی اقدام نموده‌اند. فلاحی و آزادی (۱۳۹۸) با بهره‌گیری از ماتریس SWOT و تحلیل پوششی داده‌های فازی نسبت به تعیین رتبه‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری استان کرمانشاه پرداختند. حیدری و حضرتی (۱۳۹۷) با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره و تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک SWOT نسبت به شناسایی توانمندا و محدودیت‌های گردشگری شهرستان خدابنده پرداختند. از نظر کولب (۲۰۰۶) یک شهر به‌مثابه یک محصول می‌تواند یک کالا، خدمات، ایده یا تجربه باشد. بازاریابی گردشگری شهری، امری منحصربه‌فرد است، چراکه محصولی مرکب از کالا، خدمات، ایده بوده و تجارب گوناگونی را ارائه می‌نماید. یک شهر شامل کالاهای فیزیکی است از قبیل ساختمان‌ها و معماری آنها، پارک‌ها، خیابان‌ها، المان‌های یادمانی، سیستم حمل‌ونقلی و ... مناظر عینی، جزئی مهم در توسعه وجهه شهر محسوب می‌شوند؛ خواه شهر تاریخی باشند یا سنتی یا مدرن. ویژگی‌ها و اجزای جغرافیایی و طبیعی مانند رودخانه، کوه‌ها، اقیانوس نیز بر تنوع و غنای تجارب شهر می‌افزاید. خدمات فرهنگی و ساختمان‌های مذهبی همچنین اجزای مهمی از محصول فیزیکی شهر هستند که در وجهه شهر نقش ایفا می‌نمایند.

مبانی نظری

گردشگری

انسان‌ها در طی تاریخ با اهداف و مقاصد خاصی مسافرت می‌کردند. برای انسان‌های اولیه این حرکت تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل تا عمل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشنندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان، در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است (McInosh & Chalres, 1995: 9).

توسعه گردشگری

توسعه گردشگری عبارت است از گسترش صنعت گردشگری و جذب گردشگران به کشور با استفاده از منابع موجود، به‌گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامع و انتظارات گردشگران، وحدت، یکپارچگی، هویت فرهنگی و سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردمان کشور و میهمانان آنها را به‌طور متوازن و پیوسته در حد بهینه تأمین کند (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۱۳۱-۱۳۲). امروزه گردشگری شهری برای بسیاری از مدیران و مسئولان به‌صورت یک امر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نمادین مهم مطرح است. گردشگری شهری به‌نوعی فرآیند رقابتی میان کلان‌شهرهای جامعه تبدیل‌شده که مدیریت شهری با ارائه تعاریف، تعیین اهداف، داوری میان گزینه‌های گوناگون در زمینه سرمایه‌گذاری و آمایش، ایجاد ساختار مدیریت مناسب و تجاری کردن فرآورده‌های گردشگری شهری گام مؤثری در توسعه پایدار محلی بردارند. بهره‌برداری از امکانات شهری برای گردشگری شهری در ایران از کشورهای منطقه و در حال توسعه، کمتر بوده است. مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد پروژه‌های تحقیقاتی و ارزیابی توسعه پایدار کشورها شده است. از هنگامی که اوقات فراغت برای زندگی شهرنشینی اهمیت یافت و تعداد گردشگران شهری افزایش یافت، گردشگری شهری به‌عنوان یک مقوله مهم در توسعه پایدار محلی و شهری تبدیل گشت. درک گردشگری شهری و نتیجه چرخه زندگی (Life Cycle) در اهداف شهری، روش‌های پیچیده‌ای را برای تحلیل اشکال و عملکردها در بردارد. در حال حاضر پژوهش‌ها و روش‌های جدیدی برای عملکرد گردشگری و گردشگران در محیط شهری در حال انجام و هدف بسیاری از بررسی‌های مقابله‌ای است (دیناری، ۱۳۸۹).

مفهوم و اهمیت گردشگری

امروزه پدیده گردشگری، به لحاظ درآمدزایی فراوان آن، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته که سرمایه گردشگری از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان شود (انوری آریا و نساچ، ۱۳۸۶).

توسعه پایدار

فرایندی که آینده‌ای مطلوب را برای جوامع بشری متصور می‌شود که در آن شرایط زندگی و استفاده از منابع بدون آسیب رساندن به یکپارچگی، زیبایی و ثبات نظام‌های حیاتی، نیازهای انسان را برطرف می‌سازد (خدابخش زاده و همکاران، ۱۳۹۹).

رهیافت گردشگری پایدار شهری

گردشگری حوزه‌ای وسیع و مملو از ظرفیت‌های رقابتی است که در صورت اتخاذ نگرشی جامع و فراهم نمودن زیرساخت‌های گردشگری پایدار، شهرها، مناطق و کشورها می‌توانند به‌عنوان یک مزیت رقابتی از دستاوردهای آن برخوردار شوند. رقابت‌پذیری گردشگری دارای تعاریف، ویژگی‌ها و ابعاد گوناگونی است ابعاد حقوقی، مدیریتی، رفاهی و خدماتی و ... را شامل می‌شود. گردشگری شهری متأثر از عوامل محیط بیرونی و داخلی است که عوامل محیط بیرونی شامل عوامل سیاسی و قانونی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و طبیعی و زیست‌محیطی است؛ همچنین عوامل محیط داخلی شامل مخاطرات گردشگری، منابع گردشگری (منابع تاریخی - فرهنگی و منابع طبیعی) و زیرساخت‌های گردشگری و تفریح است (Cibinskiene & Snieskiene, 2015: 23).

استراتژی

استراتژی عبارت است از تعیین آرمان‌ها و اهداف بلندمدت برای شرکت و پذیرش مجموعه‌ای از اقدامات و تخصیص منابع لازم برای تحقق آنها (Chandler, 1993).

برنامه‌ریزی استراتژیک

برنامه‌ریزی استراتژیک یک نوع برنامه‌ریزی فرایندی است. دلیل فرایندی بودن برنامه‌ریزی در نوع و گونه پدیده‌هایی است که برای آنها برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد. در برخورد و برنامه‌ریزی این پدیده‌ها از آنجا که در حال تغییر هستند باید به‌گونه‌ای این برنامه‌ریزی انجام گیرد که قابلیت بازخورد و تطبیق با شرایط جدید در آن وجود داشته باشد. در برنامه‌ریزی استراتژیک اصل اساسی بر این است که با بهره جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی و با کاهش دادن آنها به تدوین راهبرد پرداخت و از سوی دیگر در تدوین این استراتژی‌ها، هدف این نیست که بهترین استراتژی مشخص شود (Evan et al., 2003: 4).

منطقه مورد مطالعه

شهرستان بستان‌آباد با وسعت ۲۷۹۵ کیلومتر مربع (۱/۶ درصد مساحت استان) در ۴۵ کیلومتری تبریز واقع شده است و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۶۷۹ تا ۱۷۴۰ متر می‌باشد. این شهرستان از سمت شمال با شهرستان هریس، از سمت شرق با شهرستان‌های سراب و میانه، از سمت غرب با

شهرستان‌های تبریز و مراغه و از سمت جنوب با شهرستان هشترود هم‌مرز است. به‌طور کلی شهرستان بستان‌آباد در منطقه کوهستانی واقع شده است. شمال آن در امتداد کوه‌های موروداغ و بزغوش به نام تک آلتی و گردنه معروف شبلی قرار گرفته است. مرتفع‌ترین نقطه شهرستان، کوه سهند به ارتفاع ۳۷۷۲ متر است. ارتفاع شهرستان بستان‌آباد از سطح دریا ۱۷۴۰ متر است. ارتفاعات شهرستان شامل کوه سهند، کوه شبلی، کوه تک آلتی، بیوک داغ، قباغ داغ، دروانه داغ، بزداغ و کوه حیدرآباد هستند. بلندترین و معروف‌ترین قله شهرستان، کوه سهند با ۳۷۷۲ متر ارتفاع است. بستان‌آباد منطقه‌ای است کوهستانی که سراسر قسمت جنوبی‌اش را کوه‌های پربرف و مرتفع پوشانده است. شمال آن در امتداد کوه‌های بزغوش و غرب این شهرستان در امتداد کوه‌های موروداغ به ارتفاع ۲۹۶۰ متر در دنباله کوه‌های موروداغ و بزغوش بنام تک آلتی و گردنه معروف شبلی قرار گرفته است. مرتفع‌ترین نقطه شهرستان کوه سهند به ارتفاع ۳۷۷۲ متر است. آب‌وهوای بستان‌آباد به دلیل قرار گرفتن در دامنه کوهستان سهند در زمستان سرد و پربرف و دوره یخبندان طولانی و در تابستان معتدل و مطبوع است. هوای این شهرستان شش ماه از سال خشک و شش ماه دیگر مرطوب است. بستان‌آباد در محل شهر باستانی و گمشده تاریخی «اوجان» بنا شده است. اوجان پایتخت ییلاقی در دوره ایلخانان مغول بوده که بعداً در اثر حوادث روزگار، به کلی منهدم شده است. این منطقه به جهت آنکه در مسیر ارتباطی جاده ابریشم قرار داشته و از آب‌وهوای مناسب دامنه سهند برخوردار بوده که همواره دارای جمعیت بوده و در متون تاریخی بازمانده از گذشته به اسامی «اوجن» و یا «اوجان» آمده است. نام‌گذاری و وجه‌تسمیه آن به دلیل سرسبزی، خرمی و چمنزارهای این منطقه مربوط است. از جمله آثار تاریخی بستان‌آباد به موارد زیر می‌توان اشاره کرد: ۱- مقبره خسته قاسم ۲- مسجد جانبهان ۳- خانه پدری استاد شهریار ۳- حمام قره چمن ۴- پل قره چمن ۵- آبگرم معدنی.



شکل ۱: موقعیت شهرستان بستان‌آباد در کشور ایران



شکل ۲: نقشه هوایی شهر بستان‌آباد

روش پژوهش

این پژوهش با توجه به اهداف و مؤلفه‌های موردبررسی یک کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق گردشگران، و بازدیدکنندگان از جاذبه‌های گردشگری شهرستان بستان‌آباد هستند. نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران برای گردشگری ۳۵۴ نفر محاسبه گردیده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی استفاده شده است بنابراین ابزار جمع‌آوری اطلاعات از یک سو کتب، مقالات علمی پژوهشی، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و سایر اسناد و مدارک اعم از ابزار پرسشنامه، و برای تکمیل داده‌ها از آمارهای رسمی سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، دفاتر خدمات گردشگری، راهنماهای تور، بروشورهای سازمان‌های فعال در عرصه گردشگری است. در این پژوهش برای تعیین نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری شهرستان بستان‌آباد از روش ماتریس عوامل درونی (IFE) و ماتریس عوامل خارجی (EFE) همچنین جهت اولویت‌بندی استراتژی‌ها از ماتریس برنامه‌ریزی کمی (QDPM) استفاده شده است.

یافته‌ها

پس از شناسایی نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها آنها را در ماتریس مخصوص قرار داده و به ترتیب مراحل زیر طی می‌گردد:

عوامل درونی (ضعف): ۱۳ شاخص: مهاجرت و کاهش جمعیت، بیکاری، نبود بازار محلی، قومیت‌گرایی، نبود بودجه و تأمین اعتبارات، عدم وجود پارکینگ مناسب کامیون، مشکل معابر و حمل‌ونقل در داخل شهر، عبور خط آهن از مزارع، منظر نامناسب رودخانه، عدم وجود بهداشت کافی در آب‌گرم، وجود احشام در سطح شهر، کمبود امکانات رفاهی و فرهنگی، نبود میدان تره‌بار

عوامل درونی (نقاط قوت): ۱۰ شاخص: وجود آب‌گرم، حمل‌ونقل ترانزیتی، کشاورزی، دامداری، وجود ۷۰۰۰ دستگاه کامیون، وجود راه‌آهن، اقلیم مناسب، مسیر جاده ابریشم، CNG

عوامل بیرونی (تهدیدها): ۱۰ شاخص: کاهش آب تالاب قوری گل، کمبود صنایع تبدیلی و بسته‌بندی، تغییر کاربری‌های فضای سبز، تغییر کاربری‌های غیرقانونی زمین زراعی به سایر کاربری‌ها، عدم جذب سرمایه‌گذار، کاهش آب‌های زیرزمینی، کاهش آب‌های زیرزمینی، مشکل عبور و مرور در

زمان یخبندان، نبود زیرساخت‌های مناسب، زیرنظر بودن صنایع در خارج از شهرستان، آلودگی حشرات موزی در تالاب

عوامل بیرونی (فرصت‌ها): ۱۳ شاخص: تالاب قوری گل، سد الخلیج، سد کلکان، سد جوگان، معادن پوکه، پرلیت و سنگ لاشه، نزدیکی به خشکناپ، عبور آزادراه از کنار شهر، نزدیکی به کوه سه‌پند، ایجاد پارکینگ‌های خارج شهر، عبور رودخانه از داخل شهر، شهرک صنعتی، کارخانه‌های فولاد، درآمدزایی از کامیون‌ها

به هرکدام از آنها صفر تا یک ضریب داده شد بطوریکه حاصل مجموع ضرایب عدد یک شود. به هرکدام از عوامل از ۱ تا ۴ نمره داده شد. (۱ برای ضعف و تهدید اساسی، ۲ ضعف و تهدید عادی، ۳ قوت و فرصت عادی و ۴ برای قوت و فرصت بسیار بالا) جهت تعیین نمره نهایی، ضریب هر عامل در نمره آن ضرب گردید. مجموع نمره‌های نهایی محاسبه شد تا نمره نهایی عوامل داخلی مشخص شود.

جدول ۱: ماتریس عوامل درونی (IFE)

عوامل درونی (نقاط قوت)				عوامل درونی (ضعف)			
امتیاز وزنی	امتیاز	وزن	Strenght	امتیاز وزنی	امتیاز	وزن	Weakness
۰,۴	۴	۰,۱	وجود آبگرم S1	۰,۲	۲	۰,۱	مهاجرت و کاهش جمعیت W1
۰,۴	۴	۰,۱	حمل و نقل ترانزیتی S2	۰,۲	۲	۰,۱	بیکاری W2
۰,۳۶	۴	۰,۰۹	کشاورزی S3	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	نبود بازار محلی W3
۰,۳۲	۴	۰,۰۸	دامداری S4	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	قومیت‌گرایی W4
۰,۲۸	۴	۰,۰۷	وجود ۷۰۰۰ دستگاه کامیون S5	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	نبود بودجه و تأمین اعتبارات W5
۰,۲۴	۴	۰,۰۶	نزدیکی به تبریز و اردبیل S6	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	عدم وجود پارکینگ مناسب کامیون W6
۰,۱۵	۳	۰,۰۵	وجود راه آهن S7	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	مشکل معابر و حمل و نقل در داخل شهر W7
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	اقلیم مناسب S8	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	عبور خط آهن از مزارع W8
۰,۰۹	۳	۰,۰۳	مسیر جاده ابریشم S9	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	منظر نامناسب رودخانه W9
۰,۰۶	۳	۰,۰۲	S10 CNG	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	عدم وجود

						بهداشت کافی در آبگرم W10
۲,۴۲	-	جمع	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	وجود احشام در سطح شهر W11
			۰,۰۱	۱	۰,۰۱	کمبود امکانات رفاهی و فرهنگی W12
			۰,۰۱	۱	۰,۰۱	نبود میدان تره‌بار W13
			۰,۵۶	-		جمع

جدول ۲: ماتریس عوامل خارجی (EFE)

عوامل بیرونی (فرصت‌ها)				عوامل بیرونی (تهدیدها)			
امتیاز وزنی	امتیاز	وزن	Opportunities	امتیاز وزنی	امتیاز	وزن	Threats
۰,۴	۴	۰,۱	تالاب قوری گل O1	۰,۴	۴	۰,۱	کاهش آب تالاب قوری گل T1
۰,۴	۴	۰,۱	سد الخلیج O2	۰,۱۵	۳	۰,۰۵	کمبود صنایع تبدیلی و بسته‌بندی T2
۰,۳۶	۴	۰,۰۹	سد کلکان O3	۰,۰۶	۲	۰,۰۳	تغییر کاربری‌های غیر
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	سد جوگان O4	۰,۰۸	۲	۰,۰۴	قانونی زمین زراعی به سایر کاربری‌ها T4
۰,۳۲	۴	۰,۰۸	معادن پوکه - پرلیت و سنگ لاشه O5	۰,۰۴	۲	۰,۰۲	عدم جذب سرمایه‌گذار T5
۰,۰۸	۲	۰,۰۴	نزدیکی به خشکناپ O6	۰,۰۶	۲	۰,۰۳	کاهش آب‌های زیرزمینی T6
۰,۲۱	۳	۰,۰۷	عبور آزادراه از کنار شهر O7	۰,۰۴	۲	۰,۰۲	مشکل عبور و مرور در زمان یخبندان T7
۰,۰۶	۲	۰,۰۳	نزدیکی به کوه سهند O8	۰,۰۴	۲	۰,۰۲	نبود زیرساخت T8
۰,۰۴	۲	۰,۰۲	ایجاد پارکینگ‌های خارج شهر O9	۰,۰۴	۲	۰,۰۲	صنایع زیر نظر استان است T9
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	رودخانه داخل	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	آلودگی حشرات

			شهر O10			موزی در تالاب
۰,۳۲	۴	۰,۰۸	شهرک صنعتی O11	۰,۹۲	-	جمع
۰,۰۴	۲	۰,۰۲	جذب سرمایه‌گذار			
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	درآمدزایی از کامیون‌ها O13			
۲,۲۶	-		جمع			

اولویت‌بندی استراتژی‌ها با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی کمی (QSPM)

روش‌های کمی از روابط منطقی بین پدیده‌ها حاصل می‌شوند، می‌توانند ارزیابی منطقی و دقیقی از ویژگی‌ها و روابط بین پدیده‌ها ارائه کنند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۸). یکی از تکنیک‌های بسیار رایج در اولویت‌بندی استراتژی‌ها، ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM می‌باشد. این تکنیک مشخص می‌نماید که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده (خروجی آنالیز SWOT) امکان‌پذیر می‌باشد و استراتژی‌ها را اولویت‌بندی می‌نماید. مدل qspm مانند اکثر تکنیک‌ها نیازمند یک قضاوت خوب، خبرگی و آگاهی است. در صورتی که در این ارزیابی یک استراتژی توان مواجه با شرایط درون و برون‌سازمانی را نداشته باشد، باید از فهرست استراتژی‌های قابل اولویت‌بندی خارج شود (محمودی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱۲-۱۱۴). این مدل فرآیند ایجاد یک برنامه‌ریزی درازمدت برای هدایت سازمان به سوی یک هدف است. این فرآیند بررسی می‌کند که سازمان در حال حاضر در کجا قرار دارد، فرصت‌ها و تهدیدات موجود را ارزیابی می‌کند، این که چه سرنوشتی مطلوب‌تر است و چگونه می‌توان به آنجا رسید را تعیین می‌کند. در واقع می‌توان آن را یک مدیریت راهبردی قلمداد کرد که به بررسی محیطی (هم داخلی و هم محیط خارجی)، تدوین راهبرد (برنامه‌ریزی درازمدت یا راهبردی)، اجرا راهبرد، ارزیابی و کنترل می‌پردازد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۸).

ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)

این روش جذابیت نسبی استراتژی را مشخص می‌کند. با استفاده از این روش می‌توان به صورت عینی استراتژی‌های گوناگون را در زمره بهترین استراتژی‌ها مشخص کرد برای ارائه ماتریس ارزیابی استراتژیک کمی باید شش مرحله به این شرح را طی کرد:

جدول ۳: امتیازات جذابیت

جذاب نمی‌باشد.	۱
تا حدودی جذاب است.	۲
در حد قابل قبول جذاب است.	۳
بسیار جذاب است.	۴

مرحله نخست- تشکیل ماتریس (برنامه‌ریزی راهبردی کمی): در اولین مرحله عوامل داخلی و خارجی در سمت راست ماتریس و استراتژی‌های که از روش ماتریس SOWT به‌دست‌آمده‌اند را در ماتریس برنامه‌ریزی کمی فهرست می‌شوند.

مرحله دوم- تعیین ضریب عوامل داخلی و خارجی: در این مرحله به هر یک از پارامترهای درونی و بیرونی ضریب تعلق می‌گیرد (ضریب همان ضریبی است که در قسمت ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی به‌دست‌آمده‌اند).

مرحله سوم- تعیین امتیاز جذابیت راهبردها: در این مرحله بر اساس جدول زیر نسبت امتیازدهی اقدام می‌کنیم. برای مشخص کردن نمرات جذابیت باید عوامل داخلی و خارجی را که در توانمندسازی نقش عمده‌ای دارند، بررسی نمود و همچنین در این مرحله استراتژی‌ها را کمی سازی کرده و به‌وسیله ماتریس QSPM بر اساس میزان جذابیت (اولویت) بر اساس جدول زیر مرتب می‌کنیم.

جدول ۴: استراتژی‌های شهرستان بستان آباد

۱	توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت
۲	توسعه کشاورزی
۳	ایجاد اشتغال
۴	راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی

مرحله چهارم- احتساب امتیاز جذابیت استراتژی‌ها: در این مرحله امتیازهای مشخص شده در ضریب عامل مربوطه ضرب می‌شود تا جمع امتیازهای جذابیت به دست آیند.

مرحله پنجم- احتساب نمرات جمع جذابیت نهایی استراتژی‌ها: از مجموع نمرات جذابیت هر ستون جدول برنامه‌ریزی کمی راهبردها، امتیاز نهایی هر یک از راهبردها به دست می‌آیند و بدین شکل استراتژی‌های مهم و جذاب نشان داده می‌شود.

جدول ۵: برنامه‌ریزی کمی راهبردها امتیاز نهایی هر یک از استراتژی‌ها

راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی		ایجاد اشتغال		توسعه کشاورزی		توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت		امتیاز وزن‌دار	SWOT
TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS		
۱,۶	۴	۱,۲	۳	۰,۴	۱	۱,۶	۴	۰,۴	وجود آبگرم
۰,۳۶	۳	۰,۳۶	۳	۰,۴۸	۴	۰,۴۸	۴	۰,۱۲	اقلیم مناسب
۱,۲	۳	۱,۶	۴	۱,۶	۴	۱,۶	۴	۰,۴	حمل‌ونقل ترانزیتی
۰,۳۶	۴	۰,۲۷	۳	۰,۳۶	۴	۰,۳۶	۴	۰,۰۹	مسیر جاده ابریشم
۰,۸۴	۳	۱,۱۲	۴	۱,۱۲	۴	۰,۸۴	۳	۰,۲۸	تولیدات متنوع زراعی
۰,۷۲	۳	۰,۹۶	۴	۰,۴۸	۲	۰,۹۶	۴	۰,۲۴	سوغات مخصوص فطیر

۱,۱۲	۴	۱,۱۲	۴	۱,۱۲	۴	۱,۱۲	۴	۰,۲۸	وجود ۷۰۰۰ کامیون
۰,۹۶	۴	۰,۷۲	۳	۰,۷۲	۳	۰,۹۶	۴	۰,۲۴	نزدیکی به تبریز اردبیل
۰,۶	۴	۰,۴۵	۳	۰,۴۵	۳	۰,۶	۴	۰,۱۵	وجود راه آهن
۰,۶۴	۲	۰,۹۶	۳	۰,۹۶	۳	۰,۶۴	۲	۰,۳۲	دامداری
۰,۱۲	۲	۰,۱۸	۳	۰,۱۲	۲	۰,۱۸	۳	۰,۰۶	CNG
۰,۷۲	۲	۱,۰۸	۳	۱,۴۴	۴	۰,۷۵	۲	۰,۳۶	کشاورزی
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	وجود احشام در سطح شهر
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	عدم وجود بهداشت کافی در آبگرم
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	منظر نامناسب رودخانه
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	نبود بودجه و تأمین اعتبارات
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	عدم وجود پارکینگ مناسب برای کامیون ها
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	مشکل معابر و حمل و نقل
۰	۲	۰	۱	۰	۱	۰	۳		جاده ترانزیتی در داخل شهر
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۲	۲	۰,۰۱	عبور خط آهن از مزارع
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	کمبود امکانات رفاهی و فرهنگی و ورزشی
۰,۰۳	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	قومیت گرایی
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۴	۴	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	نبود میدان تره بار
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۱۶	۴	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	نبود بازار محلی
۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	مهاجرت و کاهش جمعیت
۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	بیکاری
۹,۸		۱۰,۵۸		۹,۹۶		۱۰,۶۳			جمع
۰,۲۷	۲	۱,۰۸	۳	۱,۴۴	۴	۱,۴۴	۴	۰,۳۶	سد کلکان
۰,۰۲	۲	۰,۰۳	۳	۰,۰۴	۴	۰,۰۴	۴	۰,۰۱	سد جوقان
۰,۸	۲	۱,۲	۳	۱,۶	۴	۱,۶	۴	۰,۴	سد الخلیج
۱,۲	۳	۱,۲	۳	۱,۶	۴	۱,۶	۴	۰,۴	تالاب قوری گل
۰,۰۲	۲	۰,۰۱	۱	۰,۰۳	۳	۰,۰۳	۳	۰,۰۱	رودخانه داخل شهر
۰,۹۶	۳	۱,۲۸	۴	۰,۶۴	۲	۰,۶۴	۲	۰,۳۲	معادن فعال پوکه - پرلیت و سنگ لاشه
۰,۸۴	۴	۰,۴۲	۲	۰,۲۱	۱	۰,۴۲	۲	۰,۲۱	عبور آزادراه از کنار شهر

۰,۱۶	۲	۰,۲۴	۳	۰,۰۸	۱	۰,۲۴	۳	۰,۰۸	نزدیکی به خشکناپ (دیوار شهریار)
۰,۱۸	۳	۰,۱۸	۳	۰,۰۶	۱	۰,۲۴	۴	۰,۰۶	نزدیکی به کوه سهند (پیست اسکی)
۰,۱۲	۳	۰,۰۸	۲	۰,۰۴	۱	۰,۰۸	۲	۰,۰۴	جذب سرمایه‌گذار
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۸	۲	۰,۰۴	ایجاد پارکینگ‌های خارج شهر کامیون‌ها که درآمدزایی دارد.
۱,۲۸	۴	۱,۲۸	۴	۰,۳۲	۱	۰,۶۴	۲	۰,۳۲	شهرک صنعتی
۰,۴	۱	۰,۴	۱	۰,۴	۱	۰,۴	۱	۰,۴	کاهش آب قوری گل
۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۲	۱	۰,۴	۲	۰,۲	کمبود صنایع تبدیلی و بسته‌بندی
۰,۱	۱	۰,۱	۱	۰,۱	۱	۰,۱	۱	۰,۱	تغییر کاربری‌های غیرقانونی زمین زراعی به سایر کاربری‌ها
۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۳	۰	عبور آزادراه از کنار شهر
۰,۰۱	۱	۰,۰۱	۱	۰,۰۲	۲	۰,۰۱	۱	۰,۰۱	آلودگی به حشرات موزی در تالاب
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	مشکل عبور و مرور در زمان یخبندان
۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	تگرگ
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۸	۲	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	نبود زیرساخت‌ها
۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	صنایع زیر نظر مرکز استان می‌باشند
۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	کاهش آب‌های زیرزمینی
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	عدم جذب سرمایه‌گذار
۷,۲۵		۷,۸۷		۶,۹۸		۸,۰۸			جمع

مرحله ششم- اولویت‌بندی نهایی استراتژی‌ها: در مرحله پایانی می‌توان با مقایسه عددها و نمره‌های جذابیت هریک از راهبردهای آنها را بر مبنای اولویت به ترتیب اعداد و نتایج جذابیت از بالا به پایین بر اساس جدول اولویت‌بندی ترسیم کرد.

جدول ۶: اولویت‌بندی نهایی راهبردها

امتیازات	ماتریس عوامل بیرونی (EFE)	امتیازات	ماتریس عوامل درونی (IFE)
۸,۰۸	توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت	۱۰,۶۳	توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت
۷,۸۷	ایجاد اشتغال	۱۰,۵۸	ایجاد اشتغال
۷,۲۵	راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی	۹,۹۶	توسعه کشاورزی
۶,۹۸	توسعه کشاورزی	۹,۸	راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی

نتایج یافته‌ها

نتایج حاصل از ارزیابی و اولویت‌بندی راهبردها نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در میان‌مدت و بلندمدت در بررسی استراتژی‌های شهرستان بستان‌آباد با بالاترین امتیازها به ترتیب با ۱۰,۶۳ و ۸,۰۸ بیشترین سهم را در جهت توسعه گردشگری شهرستان را دارد که باید مسئولین ذی‌ربط نسبت به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف شهرستان در میان‌مدت و بلندمدت اقدام نمایند. راهبرد بعدی ایجاد اشتغال می‌باشد که با امتیازهای ۱۰,۵۸ و ۷,۸۷ در اولویت دوم قرار دارد که با سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف نسبت به ایجاد اشتغال و ایجاد فرصت‌های شغلی به جهت بهبود وضعیت درآمدی ساکنان در حوزه گردشگری را فراهم آورد و همچنین توسعه کشاورزی با امتیازهای ۹,۹۶ و ۶,۹۸ و راه‌اندازی منطقه ویژه اقتصادی با امتیازهای ۹,۸ و ۷,۲۵ راهکارهای مناسبی برای بهبود و توسعه پایدار گردشگری مدنظر قرار می‌گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری در عصر حاضر به‌عنوان یکی از صنایع مهم مؤثر در توسعه پایدار شهری و گردشگری پایدار شهری است. تحقق گردشگری پایدار، یک فرایند مداوم است که نیاز به نظارت پیوسته اثرات و در صورت لزوم، انجام اقدامات پیشگیرانه و اصلاحی دارد. با توجه به پژوهش حاضر می‌توان نتیجه گرفت امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع توسعه پایدار و تأثیرگذار در توسعه و بهبود گردشگری پایدار است. فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای شهرها و شهرهای جهانی از جمله شهرهای ایران می‌باشد. این صنعت در ساختارهای فضایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی عصر پسامدرن در جامعه حال حاضر شهری ایران بسیار بااهمیت است؛ بر اساس چنین ویژگی، امروزه گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی و تفریحی مدرن یکی از اهداف مهم برنامه ریزان مدیریت شهرهای جامعه در حوزه گردشگری شهری است. توسعه گردشگری شهری با ارتقای ابعاد کمی و کیفی با حداکثر بازده یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های عمده مدیریت اجرایی شهرها در عصر حاضر می‌باشد. وجود جاذبه‌های متنوع در شهرها چون اماکن تاریخی، فضاهای سبز، مراکز فرهنگی، امکانات ورزشی، تسهیلات مهمان‌نوازی، مراکز خرید و بازارها و ... جزء پارامترهای مهم شکل‌گیری گردشگری شهری از نظر اقتصادی می‌باشد. صنعت توریسم و گردشگری

فعالیت‌های مختلفی را در بر گرفته و با بخش‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در ارتباط است. بنابراین از عوامل و استراتژی‌های مؤثر در گردشگری شهرستان بستان‌آباد با رویکرد توسعه پایدار گردشگری شهرستان، مطالعه همه‌جانبه آثار مثبت و منفی و نگاه منطقه‌ای به توسعه گردشگری است. در این راستا برنامه‌ریزی، تعیین استراتژی‌ها و مدیریت کارآمد برای تقویت اثرات مثبت و کاهش اثرات منفی در جهت ایجاد نگرشی مثبت به اثرات گردشگری در جامعه مدنظر است. امروزه به دلیل آثار چشمگیر فعالیت‌های گردشگری در مناطق پذیرنده گردشگران توجه ویژه‌ای به این بخش از فعالیت‌های معطوف شده است. توسعه گردشگری بر اجزای اقتصادی جامعه اثرگذار است.

منابع و مآخذ

- ۱- الوانی، س م، پیروز بخت، م. ۱۳۸۵. فرایند مدیریت جهانگردی. انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۲- انوری آریا، م.، نساچ، م. ۱۳۸۶. بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضای شهری. همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری، توسعه پایدار، اسلام‌شهر.
- ۳- حیدری، م ت.، حضرتی، م. ۱۳۹۷. تحلیل راهبردهای مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهرستان خدابنده با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره. جغرافیایی فضای گردشگری، ۷(۲۸): ۳۵-۵۲.
- ۴- حیدری، ر.، طالبپور، م.، نظری، ا.، شجاع، ک.، جابری، س. ۱۳۹۹. تدوین راهبردهای رقابت‌پذیری و توسعه گردشگری ورزشی در شهرها مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد. گردشگری شهری، ۷(۱): ۱۴۳-۱۵۹.
- ۵- خدابخش زاده، ا.، قهرمان تبریزی، ک.، شریفیان، ا. ۱۳۹۹. تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان. مدیریت ورزشی، ۱۲(۱): ۲۴۱-۲۵۷.
- ۶- دیناری، ا. ۱۳۸۹. گردشگری شهری در ایران و جهان. انتشارات واژگان خرد.
- ۷- شگوری، م.، بیگ بابایی، ب.، نوروزی ثانی، پ. ۱۴۰۰. تدوین استراتژی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری کلان‌شهر تبریز با استفاده از روش SWOT و QSPM. جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۱(۴۳): ۴۰۷-۴۲۱.
- ۸- عباسی، م.، شاکرمی، ن.، ملک، ر ح. ۱۳۹۷. برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری، نمونه مورد مطالعه: شهر خرم‌آباد. آمایش جغرافیایی فضا، ۸(۲۸): ۱۵۵-۱۶۸.
- ۹- فلاحی، ا.، آزادی، س. ۱۳۹۸. رتبه‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری استان کرمانشاه با بهره‌گیری از ماتریس SWOT و تحلیل پوششی داده‌های فازی (Fuzzy Dea). جغرافیایی فضای گردشگری، ۸(۳۱): ۷۳-۸۸.
- ۱۰- کاظمی، م. ۱۳۸۷. تحلیل اراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار. جغرافیا و توسعه، ۶(۱۲): ۸۱-۱۰۰.
- ۱۱- کریم پورریحان، م.، شریف جاهد، ش. ۱۳۹۶. مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری استان کرمان با تأکید بر گردشگری کویر شهداد. جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۷(۲۸): ۷-۱۸.
- ۱۲- گلوردزاده، ر.، سهامی، ح ا.، پورموسوی، س م. ۱۳۹۷. برنامه‌ریزی راهبردی بافته‌ای فرسوده شهری از منظر پدافند غیرعامل مورد مطالعه: شهر یزد. آمایش جغرافیایی فضا، ۸(۲۷): ۲۰۱-۲۱۶.

- ۱۳- محمودی، ف، یوسف نژاد، ع ا. محمدپور، م. ۱۳۹۱. راهنمای تدوین برنامه‌های استراتژیک برای شهرها. انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیارهای کشور.
- ۱۴- مهدوی توکلی، آ. ۱۴۰۰. راهبردهای توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی بر پایه برنامه‌ریزی راهبردی مشارکتی. نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۳(۲): ۲۷۱-۲۹۰.
- ۱۵- هاوری، د. ۱۳۷۶. عدالت اجتماعی و شهر. مترجم فرخ حسامیان، محمدرضا حائری و بهروز منادی زاده. انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- ۱۶- یزدان‌شناس، س ی، رضایی، م ر، استقلال، ا، سرایی، م ح، الحسینی المدرسی، س ع. ۱۴۰۱. تحلیل راهبردی توسعه گردشگری رود دره‌های منطقه یاسوج. پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱۳(۵۱): ۱۰۳-۱۲۰.
- 17-Chandler, A. D. 1993. Strategy and structure: chapters in the history of the industrial enterprise. (Vol. 120) MIT press.
- 18-Cibinskiene, A., Snieskiene, G. 2015. Evaluation of city tourism competitiveness. 20th International Scientific Conference Economics and Management - 2015 (ICEM-2015), Procedia - Social and Behavioral Sciences 213, 105 – 110.
- 19-Evan, N, Campbell, D, Stonehouse, G. 2003. Strategic Management for TRAVEL and Tourism. Butterworth.
- 20-Kolb, B. M. 2006. Tourism Marketing for Cities and Towns Using Branding and Events to Attract Tourist. Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier.
- 21-Lepold, A. 1949. a send county Almance. axford university press.
- 22-McInosh, W. R. Chalres, R. G. 1995. Tourism Principles, practices, Philosophis, United Statates of America. John Wiley & Sons, Inc.
- 23- Thomas Rpigozzi, B. Sambrook, R. 2005. Tourist Carrying Caribbean, the PROFESSIONAL Geographer, 57(1): 13-20.

ارزشگذاری تفریحی و اقتصادی فعالیت های شهرداری در پارک آب و آتش تهران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۰۶ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

محمدتقی رهنمایی^۱ نگین شکروی^{*۲}

۱- استاد گروه جغرافیا، دانشگاه تهران

۲- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم دانشگاه تهران

چکیده

با توجه به تقاضای روزافزون مردم به تفرجگاهها و مراکز تفریحی، تجزیه و تحلیل در مورد این مسئله از نقطه نظر اقتصادی و اجتماعی و همچنین پیش بینی نیازهای تفرجگاهی و اوقات فراغت در آینده کاری است که با وجود دشواری به علت ضرورت الزامی است. امروزه ارزشگذاری اقتصادی پارک ها و فضاهای سبز تفریحی به عنوان ابزار مدیریتی مؤثری جهت تصمیم گیری در زمینه برنامه ریزی طرح های توسعه ای مورد استفاده مدیران شهری قرار می گیرد، بنابراین ایجاد مدل و شاخص سازی برای ارزشگذاری تفریحی فضاهای سبز شهری نیاز مبرم می باشد. هدف این تحقیق برآورد ارزش فعالیت های شهرداری در زمینه فضاهای سبز و تفریحی پارک آب و آتش می باشد. روش مورد استفاده توصیفی- تحلیلی می باشد که برای جمع آوری داده ها از روش پیمایشی (پرسشنامه) و کتابخانه ای استفاده شده است و برای تحلیل داده ها از روش ارزشگذاری هزینه سفر فردی و همچنین از نرم افزار spss و stata کمک گرفته شده است. داده های مورد نیاز از طریق تکمیل مجدد پرسشنامه در سال ۱۴۰۰ از ۱۶۰ بازدید کننده از پارک جمع آوری شد. نتایج نشان می دهد که ارزش تفریحی پارک آب و آتش در سطح بالایی قرار دارد. همچنین میزان هزینه و کیفیت پارک تاثیر زیادی در تعداد بازدید کننده ها داشته است، ضریب تغییر هزینه ی سفر در میزان بازدید از پارک تاثیر زیادی دارد و کشش تقاضا برای بازدید از پارک در حد بالا می باشد.

واژه های کلیدی: ارزش تفریحی، ارزش اقتصادی، پارک شهری، هزینه سفر فردی، پارک آب و آتش.

مقدمه

در چند دهه ی گذشته، شهرها به عنوان یکی از مهمترین مقاصد گردشگری در بین گردشگران شناخته شده (ادوارد و همکاران، ۲۰۰۸: ۱۰۳۲) و به دنبال آن، گردشگری شهری مورد بررسی و تحقیق بسیاری از محققان قرار گرفته است (پوتوف، ۲۰۰۶: ۱۵). میزان تفریح و اوقات فراغت به خدمات تفرجگاهی و گردشگری وابسته است. درک این روابط برای موفقیت مدیران و اجرای سیاست گذاری آنها در خدمات رسانی بخش گردشگری حائز اهمیت است (Song et al., 2019). یکی از عوامل توسعه پایدار، با ارزش تلقی نمودن سرمایه های طبیعی است. بیان ارزشی منابع طبیعی، به ناچار ما را به سوی پرسش هایی درباره نحوه و میزان ارزش گذاری منابع زیست محیطی راهنمایی میکند (امامی و قاضی: ۱۳۸۷). مدیریت صحیح تسهیلات، امکانات تفریحی و فضای سبز یک منطقه تاثیر چشم گیری بر اقتصاد آن می گذارد. یکی از عوامل توسعه پایدار، با ارزش تلقی نمودن سرمایه های طبیعی است. ایجاد جامعه ای سالم. سازنده برای تداوم پیشرفت و توسعه اقتصادی، نیاز به حفظ، توسعه و نگهداری تفرجگاه ها و مناطق توریستی جهت جوابگویی به تقاضای روز افزون انسان ها دارد (مجابی و منوری، ۱۳۸۴). ارزشگذاری اقتصادی به معنی تعیین ارزش های کمی کالاها و خدماتی است که منابع زیست محیطی فراهم میکنند. این کالاها و خدمات ممکن است قیمت های بازاری یا قیمت های غیربازاری داشته باشند. و انکار آن در درازمدت نتیجه ای جز پشیمانی نخواهد داشت (Kant, 2007: 73) و (آرمبرجت; ۲۰۱۴). از آنجاکه عمده کالاها و خدمات زیست محیطی غیر بازاری و در حکم کالای عمومی محسوب میشوند، ارزش گذاری اقتصادی آنها به سادگی کالاهای خصوصی نیست (آرمبرجت; ۲۰۱۴). فضای سبز یکی از مهمترین نظام های حیات بخش انسان به شمار می رود و اهمیت آن نه تنها به دلایل اقتصادی بلکه به دلایل زیست محیطی (هیبرد، ۲۰۰۱؛ ۲۲۰) و اجتماعی نیز می باشد. یک منبع لازم برای زندگی است. یکی از مهمترین اهداف طراحی و ایجاد فضای سبز به ویژه بوستان ها ی شهری فراهم ساختن محیطی امن و آرام و آسوده برای گذراندن اوقات فراغت مردم است به نحوی که آسایش جسمی و روحی استفاده کنندگان تامین گردد. بنابراین باید مجموعه ای از تاسیسات و امکانات رفاهی لازم و متناسب با شرایط محل و نیازهای افراد بازدید کننده تدارک دید، به هر حال در اغلب فضاهای سبز متناسب با امکانات و بافت شهری موجود، خدماتی در زمینه های ورزشی، فرهنگی و تفریحی مردم ارائه می شود (ایران نژاد، تجملیان: ۱۳۹۰؛ ۱۵۹). که بر ویژگی های زیست محیطی شهرها و همچنین بر نیازهای تفریحی و تفرجی تاثیر مهمی دارد. با توجه به وجود شواهد بسیاری که از ارزش بالای این فضاها حکایت می کنند و نیز نیاز رو به افزایش آدمی به تفریح و تفرج، داشتن برآوردی نزدیک به واقعیت از ارزش اقتصادی کارکرد تفرجگاهی منابع طبیعی و انسانی، ضرورت انکارناپذیری پیدا می کند. در همین راستا به نظر می رسد که در صورت برخورداری این قبیل منابع از قیمت و بهای واقعی و عدم تلقی رایگان بودن آنها، می تواند تا حدود زیادی از تخریب و نابودی آنها جلوگیری نماید. در این میان یکی از مولفه های مهمی که در مورد کارکرد فضاهای سبز و از جمله پارک های شهری از دیر باز مورد توجه و شناخت انسان بوده، استفاده از فضاهای سبز در

راستای گردشگری و لذت بردن از جاذبه های طبیعی و انسانی آن است. ارزش اقتصادی چنین کارکردی آنچنان است که کمتر کسی در چشمگیر بودن آن تردید دارد. فضاهای گردشگری و گذران اوقات فراغت متعدد و متنوعی از جمله سینما، تئاتر، پارک، جنگل و... در ایران وجود دارند که از میان آنها پارک ها نقش عمده ای در گذران اوقات فراغت، تفریح و تفرج گردشگران برعهده دارد (شکروی، ن، ۳: ۱۳۹۲) برای اداره یک مرکز تفرجگاهی، نیاز به ایجاد مدیریتی کارآمد در زمینه توسعه و حفاظت از ارزشهای تفریحی آن است. بنابراین برای دستیابی به این هدف، به کارگیری سایر روشها جهت ارزشگذاری خدمات و منافع کیفی این تفرجگاه، به ویژه در زمینه ارزشهای زیست محیطی آن ضروری است (مرادی و همکاران؛ ۱۴۰۰) و (Costanza et al. 1997, 6). روش های مختلفی برای تعیین منحنی تقاضا برای پارک ها و سایر کالاهای عمومی ارائه شده است که امکان ارزیابی مقادیر مختلف ارزش پارک ها وجود دارد. (لنس دل، گنگ ادهاران؛ ۲۰۰۳) برای اداره مرکز تفرجگاهی، به ایجاد مدیریتی کارآمد در زمینه توسعه و حفاظت از آن نیاز است. برای دستیابی به این هدف، به کارگیری سایر روش ها به منظور ارزشگذاری خدمات و منافع کیفی ضروری است. (مافی غلامی و همکاران ۱۳۹۰، ۱۵). همانطور که نتیجه گیری می شود، روش هزینه سفر مهمترین و پرکاربردترین تکنیک برای اندازه گیری مازاد تفریح مصرف کننده است. (لنس دل، گنگ ادهاران؛ ۲۰۰۳) به عبارتی، یکی از روشهای مناسب برای ارزشگذاری مکانهای تفریحی روش هزینه سفر است (پوربلیغی و حجازی، ۱۳۹۷) بر اساس این روش، فرض می شود که ارزش مکان های تفریحی به شدت با هزینه هایی که مردم برای تفریح استفاده می کنند، مرتبط است. (لنس دل، گنگ ادهاران؛ ۲۰۰۳). و از قیمت های واقعی بازار برای قیمت گذاری غیربازاری محیط زیست استفاده می کند (Khorshiddust, 1997, 94; Kamf, 2000, 135).

طرح مسئله

فضای سبز به عنوان جزئی از نظام کالبدی شهر که انسان همواره با آن در تماس بوده و هدف از طراحی آن توجه به نیازهای انسانی و فرهنگی جامعه است. ولی برای ایجاد، نگهداری آن باید از لحاظ تمام ارزش های اقتصادی (تفریحی، اکولوژیکی، اجتماعی و فرهنگی) مورد ارزشیابی قرار گیرد، تا ادامه فعالیت های شهرداری در این زمینه به صورت آگاهانه باشد و از طرفی میزان تأثیرگذاری این مکان ها به بیشترین حد خود برسد. در واقع ارزش گذاری اقتصادی منابع تفریحی و پارک ها بعنوان ابزار مدیریتی موثری جهت تصمیم گیری در زمینه برنامه ریزی طرح های توسعه ای مورد استفاده مدیران محیط زیست و پارک ها قرار می گیرد. امروزه بدلیل نقشی که این فضاها در زندگی شهری دارند، به عنوان عامل کلیدی در ارتقای کیفیت زندگی شهروندان و در نتیجه شکل گیری شهری پایدار را سبب می شود. زیرا در شادابی، نشاط، سلامتی روحی و جسمی، تخلیه هیجان، تعامل اجتماعی و ... مردم اثر قابل توجهی دارند و همین موجبات افزایش بازدهی اقتصادی و بهره وری در کار و از طرفی موجب کاهش هزینه های درمان و خدمات پزشکی می شود. باتوجه به تقاضای روز افزون مردم به تفرجگاه ها و مراکز تفریحی، طبیعی، تحلیل های اقتصادی و اجتماعی و بررسی کامل

خواسته های مردم و همچنین پیش بینی نیازهای تفریحی و اوقات فراغت افراد برای فراهم آوردن امکانات و تسهیلات لازم امری بدیهی و الزامی است. همچنین آگاهی از ارزش های اقتصادی تفرجگاه ها برای انجام مدیریت صحیح در اجرای طرح های توسعه ای و بهره برداری پایدار از آنها، ضرورتی انکارناپذیر است. با توجه به اینکه ارزش گذاری تفریحی در کشور ما بندرت صورت گرفته است، نیاز مبرم بررسی های علمی در این زمینه دیده می شود. روش هزینه سفر بیشتر برای تحقیق ارزش اقتصادی بر مبنای قیمت های بازاری استفاده می شود، این روش براساس رفتار واقعی می باشد و روشی کم هزینه است، در نتیجه این روش در تحقیق حاضر مورد تاکید و استفاده قرار گرفته است.

ضرورت تحقیق

امروزه نیاز به شناخت و برآورد ارزش دارایی های محیط زیست و فضاهای سبز در سرمایه گذاری ها، قیمت گذاری ها، تعیین سیاست های توسعه اقتصادی، اجرای پروژه های عمرانی، صنعتی و تصمیم گیری های مربوط به کاربری اراضی کاملاً مشهود است. در محاسبات اقتصادی جهان پیشرفته کنونی، که برای برآورد هزینه تامین کالاها و خدمات غالباً هزینه های مربوط به دارایی های زیست محیطی نیز مورد شناسایی قرار می گیرد. به طور کلی هزینه یا بهای کالاها و خدمات زیست محیطی، در برگزیده صدمه ها، تخریب ها و آسیب هایی است که در اثنای تولید، توزیع و مصرف کالا ها و خدمات بر محیط تحمیل می گردد.

امروزه گردشگری و از سویی محاسبه ارزش پولی مکان های تفریحی و تفرجگاه ها که نقش مهمی در زندگی انسان ها دارند، برای فهم آسانتر این ارزش برای برنامه ریزان و مصرف کنندگان، به جهت حفظ و نگهداری و بهره برداری صحیح و پایدار از آنها کاری بس ضروری است. گردشگری و گذران اوقات فراغت در جهان امروز به صنعت بزرگی تبدیل شده است و علاوه بر آن بیش از هر زمان دیگر اهمیت محیط های طبیعی و فضاهای سبز از بعد گردشگری و گذران اوقات فراغت، به عنوان تضمینی برای حفظ سلامتی انسان و جامعه تلقی می شود، برای اساس رشد و توسعه این صنعت همراه با سایر شاخه های اقتصادی دور از انتظار نیست. براساس آمار ارائه شده به وسیله سازمان گردشگری (WTO) پیش بینی می شود که تعداد گردشگران جهان تا سال ۲۰۲۰ به ۱٫۶ میلیارد نفر برسد، روند رو به رشد گردشگری بین المللی در سال ۲۰۱۴ ادامه یافته است و تعداد گردشگران بین المللی نسبت به سال ۲۰۱۳ با افزایش ۴۸ میلیون نفری یا ۴٫۴ درصدی رو به رشد و به رکورد جدید ۱۱۳۵ میلیون نفر رسید (مجله دنیای اقتصاد، شماره ۳۴۹۵ : ۹۴) و با توجه به اینکه ورود هر گردشگر خارجی می تواند چهار تا ده فرصت شغلی در کشور میزبان ایجاد کند، می توان به اهمیت این صنعت پی برد. این در حالی است که سهم درآمد ارزی ایران از بخش گردشگری، کمتر از یک درصد درآمد گردشگری جهان می باشد و کشور ایران علیرغم اینکه از نظر جاذبه های گردشگری جزء رده های بالای جهان می باشد، ولی متأسفانه از نظر جذب توریسم و توسعه صنعت گردشگری در رتبه های پایین جهان قرار گرفته است که دلیل عمده این عقب ماندگی، عدم شناخت ارزش گردشگری است. در ایران و سایر کشورهای جهان هدف از پارک های شهری فراهم آوردن امکانات تفریحی می باشد.

عناصر و جاذبه های طبیعی (گیاه، آب، و...) هم در خدمت این امر قرار می گیرند. پارکهای شهری انواع گوناگونی دارند (پارک های همسایگی، محلی، منطقه ای و شهری) که هدف مشترک آنها فراهم آوردن امکانات جهت پر کردن وقت فراغت شهروندان با تفرج سالم می باشد. حوزه خدمات هریک از این پارک ها با عنوان شان تطابق دارد و همانطور ارتباط مستقیم با نوع وقت فراغت دارند. تقاضای تفرجی برای دو نوع (روزانه، هفتگی) از سه نوع وقت فراغت عمده شهروندان (روزنامه، هفتگی و سالانه) عمدتاً از طریق پارک های شهری برآورده می شود و در ارتباط با فراغت سالانه نیز معمولاً نیاز های تفرجی شهروندان با درآمد کم را این گونه پارک ها پوشش می دهند.

اما آنچه بر ضرورت انجام این تحقیق تاکید می ورزد در کشور ایران در راستای توجه به پارک و ایجاد فضاهای تفریحی در حل معضلات شهری و توسعه صنعت گردشگری هیچ گونه ارزشگذاری اقتصادی به ویژه تفریحی صورت نگرفته است که روش خوبی برای توجیه اقتصادی فعالیت های شهرداری در زمینه احداث پارک شهری می باشد. لذا در این تحقیق تلاش می-شود تا با در نظر گرفتن متغیرها و شاخص-های ارزشگذاری تفریحی در زمینه فعالیت های شهرداری در پارک های شهری ارزشگذاری اقتصادی به شیوه ی تفریحی انجام شود .

بنابراین-مطالعات ارزشگذاری تفریحی در پارک های شهری برای آن انجام می-شود که مشخص کند ایجاد و بارگذاری یک پروژه یا فعالیت شهرداری در این فضا سودآور خواهد بود یا خیر و اگر چنین است تحت چه شرایطی؟

پیشینه تحقیق

مافی غلامی و یارعلی(۱۳۹۱) جهت ارزشگذاری تفرجی تالاب بین المللی چغاخور از روش هزینه سفر منطقه ای استفاده کرده و میزان ارزش تفرجی روزانه را حدود 44 میلیون تومان برآورد کردند. نتایج نشان داد که متغیرهایی مانند سن، سطح سواد و درآمد ماهانه بازدیدکنندگان تأثیر چشمگیری بر استفاده از تفرجگاهها دارند. قائمی (۱۳۹۰) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به ارزشگذاری اقتصادی تالاب چغاخور پرداخته است و ارزش تخمین زده شده با استفاده از روش هزینه سفر، معادل ۲۰۳۸۹۸۰۶۹۶ ریال به ازای هر هکتار برآورد می-گردد، در پژوهشی دیگر که ارزش تفریحی و گردشگری پارک ائل گلی تبریز مورد بررسی قرار گرفته، این ارزش ۱۵۹۴۲۰۰ ریال در روز برآورد شده است. همچنین ارزش تفریحی سالانه پارک ملی گلستان بر اساس روش TC، ۸۳۳۹۵ ریال در هکتار بدست آمده است. یکی از اولین افرادی که در سال ۱۳۵۱ مسئله تفرجگاهها را در ایران مطرح نمود علی یخکشی است، او در سال ۱۳۵۶ با انتشار کتابی با عنوان (مقدمه ای بر پارک های ملی و جنگلی ایران) به ارزیابی و مدیریت تفرجگاهها پرداخت. ارزش تفریحی پارک سی سنگان در سال ۱۳۵۳ با استفاده از روش TC مورد بررسی قرار گرفته که ۸۹۶۰ ریال برآورد شده است که این مقدار در سال ۱۳۶۸ با استفاده از روش کلاسون به ۲۶۰۸۲۰۰ ریال در هکتار رسیده است، در سال ۱۳۸۳ ارزش تفریحی پارک جنگلی سی سنگان با استفاده از روش CV برآورد شده که متوسط تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای ارزش تفریحی این پارک ۲۴۷۷ ریال برای هر بازدید است.

آلبرینا^۱ و همکاران در مقاله ی خود در سال ۲۰۰۶ از روش هزینه سفر فردی برای تخمین ارزش های مصرفی ۴ مکان فرهنگی در ارمنستان پرداخته اند. نتایج نشان می دهد که ضریب هزینه سفر منفی می باشد و افراد با تحصیلات پایین تر کمتر از این مکان ها بازدید می کنند و سن رابطه ی مستقیم با تابع تقاضا داشته است و با تغییر در کیفیت مکان، تغییر اضافه رفاه مصرف کنندگان معادل ۲۰ دلار در هر سال می باشد. (آقا کاظم جوراب باف: ۴۴). چن^۲ و همکاران (۲۰۰۴) با کاربرد روش هزینه سفر منطقه ای به برآورد تقاضای تفریح در جزیره زیامن چین اقدام کرده و منافع تفریحی سواحل شرقی این جزیره را در حدود ۵۳ میلیون دلار تخمین زدند. مندس^۳ (۲۰۰۳) با استفاده از روش هزینه سفر، ارزش تفریحی پارک ملی پندا گریس در لیسبون را محاسبه کرده و نتیجه گرفت که ارزشگذاریهایی متفاوت هزینه فرصت زمان میتواند منجر به برآوردهای متفاوتی از ارزش تفریحی منطقه شود. امانوئل و همکاران در سال ۲۰۱۳ برای برآورد ارزش تفریحی پارک ملی کاکوم در غنا یک تکنیک ارزیابی اقتصادی به نام روش هزینه سفر استفاده کردند و ارزش تفریحی پارک را ۹۸۱،۱۸۸ GH برآورد کردند و بر اساس یافته ها، مطالعه موارد زیر را توصیه شد: افزایش تبلیغات پارک، فراهم کردن امکانات اضافی در پارک و آموزش عمومی در مورد اهمیت تفریح. در سال ۱۴۰۰ بادام فیروز و همکاران به برآورد ارزش پارک ملی و منطقه حفاظت شده کرخه پرداختند که ارزش خالص فعلی کارکرد تفرجگاهی در کل منطقه، ۵۰/۶۳ میلیارد ریال خواهد بود. در سال ۱۴۰۰ مرادی و همکاران ارزش اقتصادی جاذبه های گردشگری با استفاده از روش هزینه سفر باغ نمیر را برآورد کردند که نتایج نشان می دهد مازاد مصرف کننده در هر بازدید بیست و یک هزار ریال و کل متوسط ارزش تفریحی خانوار در سال ، نهصد و سیزده هزار و پانصد ریال می باشد.

مبانی نظری

ارزش تفریحی

اقتصاددانان ارزش منابع تفریحی و پارکها را از نظر مردم، برآورد مبالغی که مردم مایلند برای استفاده یا افزایش خدمات پرداخت کنند، ارزیابی می کنند. ضرورتی ندارد تا خدمات منابع تفریحی و مطبوع بودن آنها در بازار خرید و فروش شوند تا ارزش آنها به ریال تعیین کرد. آنچه لازم است برآورد مقدار قدرت خرید است که مردم مایلند در ازای استفاده از خدمات منابع تفریحی و لذت بردن از مطلوبیت آنها بپردازند. (امیرنژاد و همکاران؛ ۱۳۸۸).

ارزش اقتصادی

ارزش اقتصادی که یک ارزش ابزاری می باشد، در ارتباط با هدف حداکثرسازی رفاه بشر به کار گرفته می شود. این ارزش انسان مدارانه می باشد یعنی آن ارزشی که برای انسان ها براساس

1 - Alberina

2 - Chen

3- Mendes

ترجیحات پایه ریزی شده است. اقتصاددانان عموماً فرض میکنند که افراد، نه دولت، بهترین قاضی برای خواسته های خود هستند. بنابراین تئوری ارزش گذاری اقتصادی براساس ترجیحات افراد و انتخاب های آن ها بنا شده است. افراد ترجیحات خود را از طریق انتخاب ها و روابط جایگزینی و محدودیت های معین مثل محدودیت هایی در زمینه درآمد و یا زمان قابل دسترس بیان می کنند. ارزش اقتصادی یک کالای خاص یا یک خدمت به وسیله ی حداکثر مقداری که شخص تمایل به پرداخت دارد تا آن کالا را بدست آورد سنجش می شود. ارزش اقتصادی عبارت است از یک مبلغ بیان شده بر حسب پول که در ازای کسب دارایی با حقوق ناشی از دریافت منافع آینده از طریق استفاده از دارایی، قابل پرداخت است. بنابراین ارزش اقتصادی هر دارایی همان ارزش پولی آن است (rezaee,2011:137)

پارک شهری

پارک قطعه زمینی است در داخل یا نزدیک شهرها که معمولاً با امکاناتی نظیر زمین های بازی، گردشگاهها و زمین های ورزشی برای استفاده عمومی تجهیز می شود (مجنونیان، ۱۳۷۴). پارکها و فضاهای سبز در شهرها نه تنها ضامن سلامت جسم و روح شهروندان هستند بلکه محیط های شهری را برای کار و زندگی دلچسب و جذاب می کند. همچنین نقش بسیار مهم و ارزشمندی در پایداری محیط زیست شهرها دارند و موجب خنک شدن و تمیزی هوا می شوند. (هوشیاری و همکاران، ۱۳۹۵).

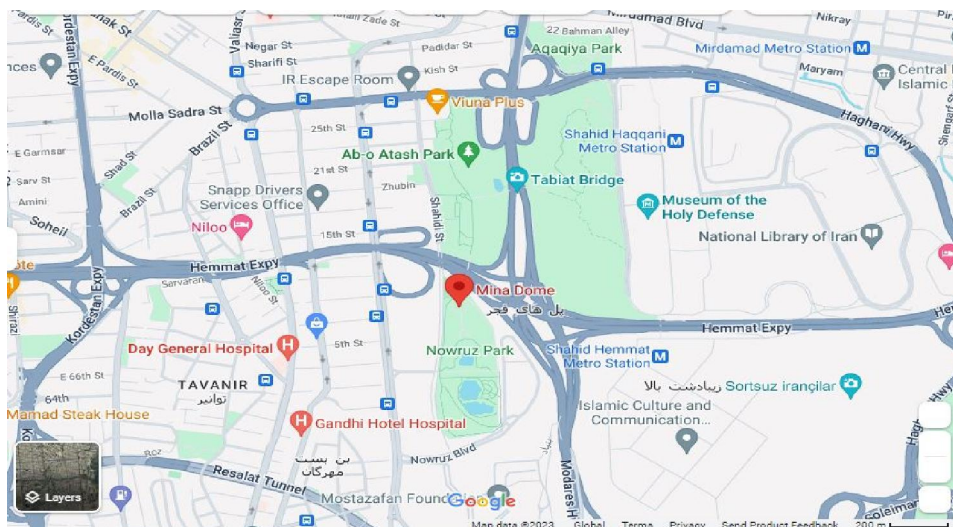
هزینه سفر فردی

روش هزینه سفر به عنوان ارزش غیربازاری یک کالای محیط زیستی در نظر گرفته می شود، از جمله مزایای آن می توان به هزینه کم، قوی و قابل اعتماد بودن، کاربرد آسان، نیاز به جامعه کوچک، سادگی تفاسیر و توجیه نتایج اشاره کرد. (عبدشاهی، ۱۳۹۷).

پارک آب و آتش

پارک آب و آتش تداعی کننده عبور از مسیر آب و آتش در سفر است. در این محوطه چهار برج آتش با معماری سنگ و خاک و آجر با ارتفاع حدود ۱۰ متر قرار دارند که محوطه آن ها با جریانات و فواره ها و آب نماهای متنوع تلفیق شده است. طرح محوطه این محدوده نرم و ملایم فاقد عناصر عمودی مکمل است. در جانمایی برج های آتش نیز سعی شده است که حداکثر فاصله را با بافت مسکونی غربی داشته باشند و در خط الراس یال مشرف به بزرگراه مدرس قرار گیرند. سطح این پارک حدود ۲۴۰۰۰ متر مربع و در تاریخ ۱۳۸۸ افتتاح گردید. این بوستان دارای آلاچیق های متعدد برای استراحت می باشد. این آلاچیق ها دارای دو نوع با میز و صندلی و یک نوع مخصوص پهن کردن زیرانداز می باشد و در این آلاچیقها از مناظر زیبای تپه های عباس آباد لذت برد. این پارک دارای ۲ در ورودی می باشد یکی از اتوبان شهید حقانی و دیگری از کوچه کنار پارک در ضلع غربی پارک که

این ضلع غربی دالانی با سقفی چوبی است که در تابستان با گل و گیاه پوشیده می شود و بسیار زیبا و دلنشین است.



منبع: google map

روش تحقیق

با توجه به ماهیت تحقیق از روش توصیفی- تحلیلی استفاده شده است، همچنین برای گردآوری داده ها از روش پیمایشی (پرسشنامه) استفاده شده است، برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آماری از جمله تحلیل رگرسیونی استفاده شده است، همچنین از نرم افزار های SPSS و STATA در تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. در این تحقیق به منظور ارزش گذاری پارک از روش هزینه سفر فردی استفاده شده است. روش هزینه سفر یک روش برای تعیین ارزش های تفریحی و فرهنگی اکوسیستم، با استفاده از برآورد منحنی تقاضا برای مکان تفریحی و تعیین ارزش آن می باشد. این روش بر پایه هزینه هایی که فرد واقعا میپردازد تا به بازدید یک مکان تفریحی برود استوار است. برای ارزش گذاری با استفاده از این روش تعریف یک دوره زمانی بسیار با اهمیت می باشد. جامعه آماری تحقیق افراد حاضر در پارک هستند که از پارک بازدید داشته اند. بدلیل عدم تعیین ورودیه برای این پارک نمی توان جامعه آماری قابل اطمینانی را بیان کرد لذا برای اطمینان بیشتر و دقت در آمار تعداد افراد بازدید کننده در طول سال در روزهای متوالی و در فصل های مختلف در ساعات مشخص به شمارش تعداد افراد بازدید کننده پرداخته شد. در تحقیق حاضر برای تامین نمونه لازم جهت برآورد ارزش تفریحی- اقتصادی از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است، ابتدا ۳۰ پرسشنامه با هدف انجام یک پیش آزمون در روز سال در میان بازدیدکنندگان پارک توزیع گردید و براساس آن واریانس هزینه هر بار سفر برآورد شد. سپس با ضریب اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۱۰ درصد برای تعیین ارزش تفریحی، تعداد نمونه های لازم به صورت زیر با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شدند:

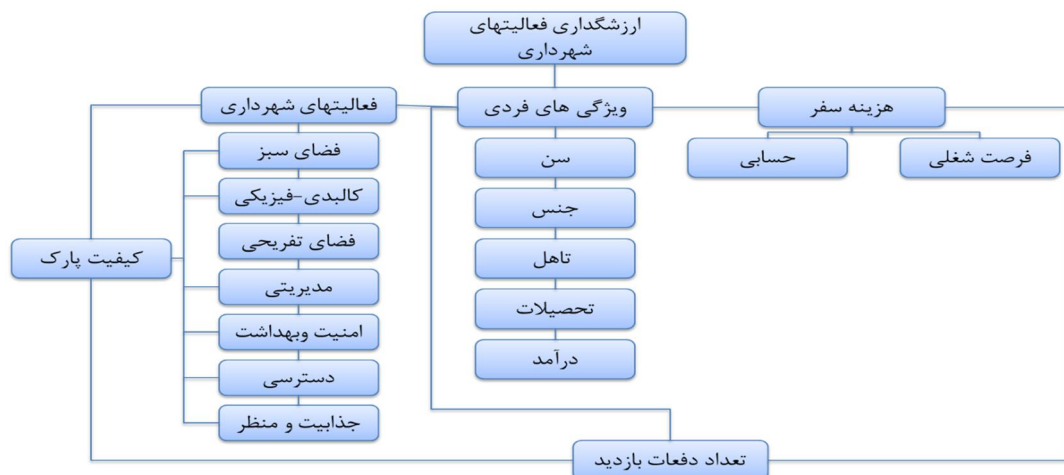
$$n = \frac{1.95^2 \times 0.65^2}{0.1^2} = \frac{1.6066}{0.01} = 160.66$$

بنابراین، تعداد نمونه های لازم برای برآورد ارزش تفریحی پارک آب و آتش در حدود ۱۶۱ می باشد. بعد از اصلاح پرسشنامه اولیه، پرسش نامه نهایی تنظیم گردید و برای محاسبه نتایج نهایی این تحقیق حدود ۱۷۵ پرسشنامه توسط بازدیدکنندگان سایت، در روزهای (شنبه تا جمعه) ماه های فروردین تا دی تکمیل شد که از این ۱۷۵ عدد، ۱۶۰ پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت و ۱۵ پرسشنامه بدلیل ناقص بودن حذف گردید، در گام بعدی براساس مقادیر متغیر مورد نظر، هزینه هربار سفر فرد بر مکان مورد مطالعه، با استفاده از تکنیک حذف داده های به منظور ایجاد داده های همگن، ۵ درصد از پرسشنامه که در آن ها داده ی پرت برای متغیر مورد حاصل می شد، کنار گذاشته شد. در نهایت بر اساس ۱۶۰ پرسشنامه به مطالعه موضوع خواهیم پرداخت. به منظور سنجش روایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است مقدار آلفای کرونباخ در این تحقیق برای پرسش های مطرح شده از ۱۶۰ نفر، مقدار ۰٫۸۷۴ بدست آمد که نشانگر یک آزمون پایا است. با توجه به اینکه هدف این تحقیق ارزش گذاری فعالیت های شهرداری بوده است و از آنجاییکه از روش هزینه سفر استفاده شده است در این تحقیق ۳ متغیر اصلی برای تجزیه و تحلیل و برآورد اهداف تحقیق استفاده شده است که شامل سه متغیر زیر می باشد:

۱- کیفیت پارک (متغیر مستقل یک) ۲- هزینه سفر (متغیر مستقل دو) ۳- تعداد دفعات بازدید در سال (متغیر وابسته) همچنین برای بیان بهتر جزئیات از متغیرهای میانی از جمله ویژگی های فردی (سن، جنس، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات، شغل و درآمد) استفاده شده است.

سطح و واحد تحلیل داده ها

با توجه به ماهیت تحقیق و روش مورد استفاده یعنی روش هزینه سفر که مبتنی بر میزان تقاضا و حضور افراد در سایت مورد بررسی می باشد در نتیجه واحد تحلیل تحقیق شامل کسانی می باشد که در زمان جمع آوری داده ها در سایت مورد نظر حضور داشتند.



نمودار (۱) مدل مفهومی تحقیق منبع: یافته های تحقیق

یافته ها

جدول (۲) متغیرهای تحقیق

متغیر	طبقات	درصد	متغیر	طبقات	درصد	متغیر	طبقات	درصد	متغیر	طبقات	درصد
سن	کمتر از ۲۰	۳,۱	وضعیت فصول	بهار	۳۲,۳	میزان تحصیلات	زیردیپلم	۱۱,۲	اولویت سرمایه گذاری	زیرساختی	۱۶
	۴۰-۲۰	۷۰		تابستان	۴۰,۴		دیپلم و فوق دیپلم	۱۸,۰		تفریحی	۵۲
	۴۰-۶۰	۲۴		پاییز	۱۶,۱		لیسانس	۴۲,۲		زیست محیطی	۲۱
	۶۰ و بالاتر	۳,۱		زمستان	۱۱,۲		فوق لیسانس و بالاتر	۲۸,۶		خدماتی	۱۱
جنس	زن	۵۰	وضعیت دسترسی	موتورسیکلت	۴,۹۷	وضعیت اشتغال	کارمند	۴۰,۴	علت بازدیداز پارک	توصیه دوستان	۱۴
	مرد	۵۰		نقلیه عمومی	۲۶,۷۱		آزاد	۲۴,۸		نزدیکی به محل سکونت	۹,۹
وضعیت تاهل	مجرد	۵۷	وضعیت دسترسی	وسیله شخصی	۵۰,۳۱	وضعیت اشتغال	مدرس	۹,۹	پیاده روی و ورزش	گردش و تفریح	۳۷
							خانه دار	۱,۹			
	کارگر	۵,۶					زیبایی طبیعی پارک	۱۲			
	بازنشسته	۱,۲					جذابیت پارک	۱۷			
متاهل	۴۳	دانش آموز و دانشجو	۱۶,۲	قرارهای دوستانه	۳,۱						

منبع: یافته های تحقیق

تجزیه تحلیل و یافته های تحقیق

براساس نتایج بدست آمده دلایل استفاده از پارک در ۷ مولفه اصلی توصیه دوستان ، نزدیکی به محل سکونت ، گردش و تفریح، زیبایی طبیعی پارک، جذابیت پارک، پیاده روی و ورزش، قرارهای دوستانه بوده است که مولفه گردش و تفریح با ۳۶,۶ درصد و جذابیت پارک و زیبایی طبیعی پارک به ترتیب بیشترین سهم را شامل می شوند. قرارهای دوستانه و پیاده روی و ورزش کمترین سهم را شامل می شوند. نتایج نشان می دهد که نقش اصلی پارک تفریحی بوده است و از آن به عنوان یک مکان تفریحی و گذران اوقات فراغت استفاده می کنند، از طرفی نقش پارک به عنوان مکان پیاده روی و ورزش نامحسوس بوده است که دلیل اصلی آن نبود امکانات مناسب برای پیاده روی و ورزش بوده است، همچنین با وجود حذف برخی از امکانات و تجهیزات تفریحی از جمله خودران و... با این وجود علت اصلی استفاده از پارک نقش تفریحی پارک می باشد. در نتیجه براساس سلیقه استفاده کنندگان از پارک در برنامه ریزی باید امکانات تفریحی و گردش پارک افزایش و تقویت گردد. اولویت سرمایه گذاری از دید بازدیدکنندگان چهار مولفه زیرساختی، تفریحی، زیست محیطی و خدماتی به عنوان

اولویت های برنامه ریزی انتخاب شده بود که مولفه تفریحی با ۵۲,۲ درصد در ارائه خدمات بهتر از ارجحیت بیشتری برخوردار بوده است. مولفه زیست محیطی با ۲۱,۱ درصد در اولویت بعد قرار دارد، همچنین مولفه های زیرساختی و خدماتی به ترتیب با ۱۵,۵ و ۱۱,۲ در اولویت های بعدی قرار دارند، این نتایج نیز نشان دهنده بالا بودن گرایش و خواست مردم به نقش تفریحی پارک دارند، به عبارتی دیدگاه مردم نسبت به پارک آب و آتش به عنوان یک مکان تفریحی و گذران اوقات فراغت می باشد و از آن به عنوان مکان تفریحی استفاده می کنند.

جدول (۳) شاخص ها و انحراف از میانگین

مولفه ها	شاخص ها	میانگین	انحراف از میانگین	مولفه ها	شاخص ها	میانگین	انحراف از میانگین
فضای سبز	کمیت	۳,۳۰	۱,۰۸	امنیت و بهداشت	سطل زباله	۹۱,۲	-۰,۸۷
	کیفیت	۴۳,۳	۱۳,۱		آب شرب و آبخوری	۲,۸۲	-۰,۷۵
کالبدی فیزیکی	تعداد نیمکت	۹۲,۲	۰,۹۴	امکانات بهداشتی	۹۴,۲	-۰,۹۷	
	محل پیک نیک	۳,۱۷	۰,۹۷	امنیت و حراست	۳,۴۰	-۰,۹۵	
	سنگفرش	۴۴,۳	۱,۱۳	بهداشت محیط	۳,۶۰	-۰,۸۶	
فضای تفریحی	محل بازی بچه ها	۳,۲۲	۱,۰۴	کیفیت غذا	۲,۹۹	-۰,۸۳	
	آبنما	۳,۶۶	۱,۰۰	رستوران	۳,۳۰	-۰,۹۲	
	زمین بازی و ورزش	۳,۳۱	۱,۰۶	روشنایی	۳,۳۸	-۱,۰۳	
	میزان آرامش	۳,۳۹	۰,۹۱	دسترسی آسان	۲,۹۴	-۱,۰۷	
مدیریتی	هیجان و نشاط	۳,۶۴	۱,۰۳	پارکینگ	۷۵,۲	-۰,۶۱	
	ارائه خدمات و تسهیلات به	۲,۹۴	۰,۵۱	راه و معابر در پارک	۳,۸۳	-۰,۸۹	
	راهنما	۷۴,۲	۰,۸۵	دریهای ورودی	۲,۸۶	-۱,۰۷	
	تشکیلات اداری	۹۹,۲	۰,۹۰	تنوع نسبت به پارکهای دیگر	۳,۳۳	-۱,۵۱	
	تابلو راهنما	۳,۰۹	۰,۹۸	جذابیت و منظر			

منبع: یافته های تحقیق

تحلیل آمار استنباطی و اقتصادی داده ها

۱- اعداد صحیح غیر منفی: متغیر وابسته (تعداد دفعات بازدید از سایت در یک دوره یکساله) فقط اعداد صحیح مثبت و قابل شمارش می باشد.

۲- برش: هر نمونه انتخاب شده از درون سایت فقط شامل افرادی می باشد که حداقل یکبار به بازدید از سایت آمده اند و طبیعتاً تمامی اطلاعات در مورد افرادی که به بازدید نمی آیند در نمونه مورد نظر لحاظ نمی گردد،

بنابراین بدلیل ویژگی متغیر وابسته (تعداد دفعات سفر)، اگر این متغیر از توزیع نرمال پیروی کند تمام محاسبات دارای خطا شده و تخمین پارامترهای مدل با استفاده از روش OHS ناسازگار خواهند

بود. لذا یکی از بهترین توزیع ها برای جلوگیری کردن از ایجاد ناسازگاری، استفاده از توزیع پواسن برای متغیر وابسته می باشد.

توزیع پواسن:

توزیع های پواسن به متغیرهایی مربوط می شود که در واحد زمانی یا مکانی اتفاق می افتد، شکل کلی توزیع پواسن برای متغیر وابسته ی Y (تعداد دفعات سفر) به صورت زیر می باشد:

$$f(x_i | y_i) = \frac{\exp(-\lambda) \cdot \lambda_i^{y_i}}{y_i!} \quad y_i = 0, 1, 2, 3 \dots \quad (1-1)$$

که λ پارامتر پواسن برای فرد i ام به صورت زیر تعریف می شود:

$$\lambda_i = \exp(\beta_0 + \beta_1 \cdot X_{1i} + \beta_2 \cdot X_{2i} + \dots) \quad i = 1, 2, 3, \dots, n$$

(۱-۲)

در معادله (۲-۴)، β ها پارامترهای مدل و X ها متغیر های مستقل مدل هستند. با استفاده از روش حداکثر درست نمایی توزیع پواسن (۱-۱) پارامترهای β برآورد شده و مهمتر از همه آنکه Y و λ با یکدیگر هم ارز خواهند بود. یعنی λ همان متغیر وابسته ی ما می باشد. زیرا نمایانگر تعداد دفعات بازدید از سایت در طول یک دوره ی یک ساله است. لازم به ذکر است که توزیع پواسن، تنها توزیعی است که مقدار میانگین و واریانس آن با هم برابر بوده و هر دو معادل با پارامتر پواسن یعنی λ می باشند.

توزیع پواسن بریده شده:

در توزیع پواسن متغیر وابسته چون متغیر Y مربوط به داده های درون سایت از یک شروع می شود (نه از صفر) لذا استفاده از معادله (۱-۱) باعث می شود که تخمین ها دچار خطا گردند بنابراین برای حل این مشکل و همچنین برای در نظر گرفتن ویژگی دوم از توزیع پواسن بریده شده استفاده می کنیم.

به عبارتی دیگر با توجه به ویژگی دوم هنگامی که داده ها از درون سایت جمع آوری می شوند استفاده از شکل معمولی توزیع پواسن تخمین ها را دچار خطاهای آماری می کند، (یعنی متغیر وابسته صفر را شامل نمی شود و از یک شروع می گردد) حال اگر این مشکل حل گردد منجر به برآورد بیش از حد اضافه رفاه می شود.

برای تصحیح مشکل برش در مدل پواسن به متغیر وابسته مساوی با $y-1$ در نظر گرفته می شود. بنابراین تابع توزیع پواسن به شکل زیر خواهد بود که اصطلاحاً به آن توزیع پواسن بریده شده (در صفر)^۱ می گویند:

$$h(y_i | X_i) = \frac{\exp(-\lambda) \cdot \lambda_i^{y_i-1}}{(y_i-1)!} \quad y_i \geq 1 \quad (3-1)$$

^۱ Zero-Truncated Poisson Distribution

که همانند قبل با استفاده از روش حداکثر درست نمایی توزیع پواسن بریده شده (۱-۳) پارامترهای β در معادله (۱-۲) به درستی تخمین زده می شوند، لازم به ذکر است که در تابع توزیع پواسن بریده شده مقدار میانگین برابر است با $(\lambda + 1)$ بوده، ولی مقدار واریانس معادل با λ می باشد. در این تحقیق با توجه به دو ویژگی داده های مربوط به متغیر وابسته برای تخمین پارامترها از روش توزیع پواسن بریده شده استفاده شده است، همچنین از نرم افزار stata پارامترها برآورد گردیدند.

نتایج حاصل از مدل رگرسیونی پواسن بریده شده برای داده های مربوط به پارک

جدول زیر به طور نسبتاً جامعی برای مقادیر برآورد شده برای پارامترها می پردازد. اولین ستون مربوط به نام متغیرهای مدل می باشد. سه پارامتر در این پژوهش وجود دارند که یکی از آنها مقدار عرض از مبدا و دو پارامتر دیگر عبارتند از هزینه ی هر بار سفر به پارک آب و آتش و دیگری سطح کیفیت پارک.

جدول (۴) نتایج حاصل از رگرس کردن تعداد دفعات سفر بر روی هزینه سفر و سطح کیفیت پارک آب و آتش با مدل رگرسیونی پواسن بریده شده.

وضعیت معناداری	سطح معناداری	دامنه اطمینان ۹۵ درصدی		خطای استاندارد	ضرایب	متغیرهای توضیحی مدل
		حد بالا	حد پایین			
معنی دار	$p < 0,05$	۱,۹۸۲	۱,۲۱۱	۱۹۶۵	۱.۵۹۶	عرض از مبدا
معنی دار	$p < 0,05$	-۰,۵۰	-۰,۲۳	۰۰۶۹	-۰,۳۷۳	هزینه سفر
معنی دار	$p < 0,05$	۰,۳۲	۰,۳۰۱	۰۶۸۷	۰,۱۶۷	سطح کیفیت پارک

جدول (۵) تعداد بازدید سالانه از پارک آب و آتش

تعداد بازدید در سال	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱	۶	۳,۷	۳,۷
۲	۴۴	۲۷,۳	۳۱,۱
۳	۲۲	۱۳,۷	۴۴,۷
۴	۱۶	۹,۹	۵۴,۷
۵	۱۶	۹,۹	۶۴,۶
۶	۱۱	۶,۸	۷۱,۴
۷	۱۱	۶,۸	۷۸,۳
۸	۷	۴,۳	۸۲,۶
۹	۷	۴,۳	۸۷,۰
۱۰	۱۰	۶,۲	۹۳,۲

۱۱	۱	۰,۶	۹۳,۸
۱۲	۴	۲,۵	۹۶,۳
۱۴	۴	۲,۵	۹۸,۸
۱۵	۲	۱,۲	۱۰۰

فرضیه اول: با توجه به نتایج بالا فرض تحقیق مبتنی بر « بنظر می رسد ضریب تغییر هزینه ی سفر ، در میزان بازدید از پارک تاثیری ندارد.» نتایج مدل نشان می دهد که در سطح خطای ۰,۰۵ معنادار می باشد، و فرض صفر تحقیق مبتنی بر عدم وجود معناداری رد می شود. از طرفی ضریب تغییر منفی می باشد یعنی با افزایش میزان هزینه سفر تعداد بازدید بازدیدکننده ها از پارک به میزان قابل توجهی کاهش می یابد

جدول (۶) ضریب تغییر هزینه سفر

وضعیت معناداری	معناداری سطح	دامنه اطمینان ۹۵		خطای استاندارد	ضرایب	توضیحی متغیرهای مدل
		حد بالا	حد پایین			
معنی دار	P<0.05	۱,۹۸۲	۱,۲۱۱	۱,۹۶۵	۱,۵۹۶	عرض از مبدا
معنی دار	P<0.05	-۰,۵۰	-۰,۲۳	۰,۰۶۹	-۰,۳۷۳	هزینه سفر
معنی دار	P<0.05	۰,۰۳۲	۰,۳۰۱	۰,۶۸۷	۰,۱۶۷	سطح کیفیت پارک

فرضیه دوم : با توجه به نتایج بالا فرض تحقیق مبتنی بر « بنظر می با افزایش فعالیت های شهرداری در پارک آب و آتش ضریب متغیر سطح کیفیت مثبت می باشد.» نتایج مدل نشان می دهد که در سطح خطای ۰,۰۵ معنادار می باشد، و فرض صفر تحقیق مبتنی بر عدم وجود معناداری رد می شود. از طرفی ضریب تغییر کیفیت پارک مثبت می باشد یعنی با افزایش میزان فعالیت های شهرداری تعداد بازدید بازدیدکننده ها از پارک به میزان قابل توجهی افزایش می یابد.

جدول (۷) ضریب متغیر سطح کیفیت پارک

وضعیت معناداری	معناداری سطح	دامنه اطمینان ۹۵		خطای استاندارد	ضرایب	توضیحی متغیرهای مدل
		حد بالا	حد			
معنی دار	P<0.05	۱,۹۸۲	۱,۲۱۱	۱,۹۶۵	۱,۵۹۶	عرض از مبدا
معنی دار	P<0.05	-۰,۵۰	-۰,۲۳	۰,۰۶۹	-۰,۳۷۳	هزینه سفر
معنی دار	P<0.05	۰,۰۳۲	۰,۳۰۱	۰,۶۸۷	۰,۱۶۷	کیفیت پارک سطح

فرضیه سوم: بنظر می رسد کشش تقاضا برای بازدید از پارک آب و آتش در حد بالا می باشد. با جاگذاری معادله رگرسیونی بدست آمده در فرمول کلی کشش تقاضا نسبت به قیمت (هزینه سفر) رابطه زیر حاصل می شود

$$E_{v,TC} = (-0.0373122) * 2011145 = -75040$$

قدر مطلق کشش تقاضای سفر در نقطه میانگین کمتر از ۱ است و لذا سفر به پارک دارای تقاضای باکشش نمی باشد.

فرضیه چهارم: بنظر می رسد با بهبود سطح کیفیت پارک آب و آتش و با فرض عدم تغییر در هزینه سفر، اضافه رفاه هر بازدید کننده افزایش می یابد

$$CS_{TC^*,Q^*} = \int_{TC^*}^{\infty} \exp(\beta_0 + \beta_1 \cdot TC^* + \beta_2 \cdot Q^*) \cdot dTC = -\frac{1}{\beta_1} \cdot V^*$$

با توجه به نتایج بدست آمده اگر میانگین کیفیت سایت افزایش یابد مقدار اضافه رفاه بدست آمده، افزایش می یابد.

فرضیه پنجم: بنظر می رسد در بالاترین سطح کیفی پارک آب و آتش، اگر هزینه ی سفر طوری افزایش یابد که تعداد دفعات بازدید هر فرد از پارک در همان مقدار اولیه باقی بماند، در نتیجه تغییری در رفاه ایجاد نمی گردد

با جاگذاری سطح کیفیت عالی پارک و متوسط تعداد دفعات بازدید در سال در مدل رگرسیونی برآورد شده و رابطه اضافه رفاه، تغییری در اضافه رفاه سالانه فرد رخ نخواهد داد.

$$TC_{max} = 319.1001$$

نتیجه گیری

با توجه به تقاضای روزافزون مردم به تفرجگاهها و مراکز تفریحی، تجزیه و تحلیل در مورد این مسئله از نقطه نظر اقتصادی و اجتماعی و بررسی کامل خواسته های مردم و همچنین پیش بینی نیازهای تفرجگاهی و اوقات فراغت در آینده کاری است که با وجود دشواری به علت ضرورت الزامی است. از آنجاییکه امروزه ارزشگذاری اقتصادی پارک ها و فضاهای سبز تفریحی به عنوان ابزار مدیریتی مؤثری جهت تصمیم گیری در زمینه برنامه ریزی طرح های توسعه ای مورد استفاده مدیران و مسئولان شهری قرار می گیرد، بنابراین ایجاد مدل و شاخص سازی برای ارزشگذاری تفریحی پارک ها و فضاهای سبز شهری نیاز مبرم می باشد، نتایج نشان داد که تعداد بازدیدکنندگان تابعی از مسافت یا هزینه سفر است. به طوری که با افزایش فاصله و در نتیجه افزایش هزینه سفر، تعداد بازدیدکنندگان کاهش می یابد. با توجه به اینکه بیش از ۶۶ درصد از بازدیدکنندگان مابین ۲۰ الی ۳۵ سال قرار دارد، این قشر از جامعه با توجه به ویژگی های گروه سنی نیازها و خواسته های ویژه ای دارند که در برنامه ریزی های آتی فعالیت های پارک هرچقدر به این قشر توجه کند، دارای نتایج مثبتی خواهد شد. همچنین نصف بازدیدکنندگان از پارک آب و آتش قشر زنان می باشند و باید نصفی از فعالیت های شهرداری و المان و مبلمان پارک آب و آتش به زنان اختصاص یابد بنابراین ضروری است که به

نیاز این قشر از جامعه توجه زیادی شود، در حالیکه با توجه به یافته ها و مشاهدات نگارنده، عناصر خیلی کمی برای این قشر در نظر گرفته شده است. با توجه به اینکه ضریب هزینه سفر منفی و ضریب سطح کیفیت پارک مثبت می باشد، این بدان معناست که هر چقدر هزینه هر بار سفر فرد به پارک افزایش (کاهش) یابد، تعداد دفعات بازدید آن فرد از پارک کاهش (افزایش) می یابد. بنابراین روی منحنی تقاضا به سمت بالا (پایین) حرکت می کنیم، همچنین با بهبود (تخریب) سطح کیفیت پارک در همان هزینه سفر اولیه، تعداد دفعات بازدید هر فرد افزایش (کاهش) می یابد، لذا منحنی تقاضای سفر به سمت بالا و راست (پایین و چپ) حرکت می کند. اگر در سطح کیفیت ۳,۰۶۹۶ (از حداکثر سطح کیفی یعنی ۵)، هزینه های هر بار سفر فرد به پارک آب و آتش به میزان ۲۰ درصد افزایش یابد، کاهش در نرخ بازدید سالانه از پارک معادل با ۱۲ درصد رخ می دهد. حال کاهش در اضافه رفاه سالانه هر فرد که از ضرب آن در تعداد کل بازدید کنندگان پارک آب و آتش در طول یکسال میزان کاهش در اضافه رفاه سالانه ی تمام بازدید کنندگان بدست می آید. کاهش تقاضای بازدید هر فرد از پارک آب و آتش برابر با ۰,۵۵۰۲۹۵۳- می باشد، بنابراین با یک درصد افزایش در میانگین هزینه ی سفر فرد، تعداد دفعات بازدید سالانه ی او از این پارک، کمتر از یک درصد کاهش می یابد که این بدان معناست که قدر مطلق کاهش تقاضای سفر در نقطه ی میانگین کمتر از یک بوده و لذا سفر به پارک دارای تقاضای با کاهش نمی باشد.

منابع و مأخذ:

- ۱- امامی میبدی، علی و قاضی، مرتضی ۱۳۸۷، برآورد ارزش تفریحی پارک ساعی تهران با روش ارزشگذاری مشروط، فصلنامه پژوهش های اقتصادی ایران، شماره ۳۶.
- ۲- امیرنژاد، حمید عطایی، کمال و مهجوری، کمیل ۱۳۸۸، تعیین ارزش تفریحی پارک های شهری، پارک ائل گلی تبریز، مجله دانش کشاورزی، جلد ۱۹، شماره ۲.
- ۳- ایران نژاد پاریزی، محمدحسین و تجملیان، مهدیه (۱۳۹۰)، بوستان ها و فضای سبز شهری، انتشارات دانشگاه یزد.
- ۴- پوربلیغی، مجید و حجازی، رخشاد. (۱۳۹۷). ارزشگذاری اقتصادی تفرجگاه طبیعی ژئوپارک قشم با استفاده از روش هزینه سفر. فضای گردشگری، ۲۷(۷)، ۳۴-۱۷.
- ۵- شکروی، نگین، پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد، ارزشگذاری اقتصادی فعالیت های شهرداری در پارک ها نمونه موردی پاک آب و آتش تهران، دانشگاه تهران. ۱۳۹۳
- ۶- عبد شاهی، عباس انسان، ابراهیم (۱۳۹۷)، ارزشگذاری اقتصادی کارکرد تفرج گاهی پارک ساحلی اهواز با استفاده از روش هزینه سفر انفرادی، نشریه: علوم و تکنولوژی محیط زیست سال: ۱۳۹۷، دوره: ۲۰، شماره: ۲ (مسلسل ۷۷) صفحات: ۱۹۱-۲۰۲
- ۷- مافی غلامی، داوود و نوری کمری، اکرم و یارعلی، نبی الله (بهار ۱۳۹۰)، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۷۵.
- ۸- مجابی، سید محمد و منوری، مسعود (۱۳۸۴)، ارزش گذاری اقتصادی پارکهای پردیسان و لویزان، علوم محیطی، شماره ۷
- ۹- مجله دنیای اقتصاد، شماره ۳۴۹۵ : ۹۴، گزارش سالانه UNWTO، <https://donya-e-eqtesad.com>
- ۱۰- مجنونیان، هنریک (۱۳۷۴)، مباحثی پیرامون پارک ها، فضای سبز تفریح گاه ها، انتشارات سامان پارک ها و فضای سبز، تهران
- ۱۱- مرادی، غلامحسین و اپرا جونقانی، الهام و سلطانی بابوکانی، افسانه و دهقان بنادکوکوی، فرناز، ۱۴۰۰، برآورد ارزش اقتصادی جاذبه های گردشگری با استفاده از روش هزینه سفر (مورد پژوهش: باغ نمیر استان یزد، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۶، زمستان ۱۴۰۰، شماره ۵۶، ۳۳۹-۳۰۹)
- ۱۲- هوشیاری، زهرا ملک نیا، رحیم نقوی، حامد برازمنند، سحر (۱۳۹۵). مروری بر فواید پارک های شهری، همایش: کنفرانس ملی دیده بانی آینده زمین با محوریت آب و هوا کشاورزی و محیط زیست سال: ۱۳۹۵ | دوره برگزاری: ۱

- 1- Armbrecht, J. (2014). "Use value of cultural experiences: A comparison of contingent valuation and travel cost", Journal of Tourism Management, No. 42, PP. 141- 14 8.
- 2- Costanza R., d'Arge, R., Groot, R., Farber, S., Grasso, M., Hannon, B., Limburg, K., Naeem, S., O'Neill, R. V., Paruelo, J., Raskin, R. J., Sutton P.,

- Van Den Belt, M., 1997, The Value of The World's Ecosystem Services and Natural Capital, *Ecological Economics*, (25) 3-15.
- 3- Edwards, D., Tony, G. and Bruce, H.(2011) Urban tourism research Developing an Agenda *Annals of Tourism Research*, 35(4): 1032-1052
 - 4- Kamf, H., 2000, Economic in Strait of Ecology, Publication of Organization of Environment Conservation, Tehran, Iran, 248 Pp.
 - 5- Kant, S., 2007, Economic Perspectives and Analyses of Multiple Forest Values and Sustainable Forest Management, *Forest Policy and Economics* (9) 733 740.
 - 6- Khorshiddust, A., 1997, The Role of Valuation Methods and Economic Analysis in Environment Assessment, *Journal of Environmental Studies*, (20) 93-102.
 - 7- Pothof, R. (2006). Urban Heritage Tourism- A Case Study of Dubrovnik, Thesis Bournemouth University, UK.
 - 8- Rezaee, Zabihollah. 2011. Financial services firms, Governance, Valuations, Mergers and Acquisitions., *Vaily Journal*. Third edition
 - 9- Song, C., et al. 2019. Physiological effects of forest-related visual, olfactory, and combined stimuli on humans: An additive combined effect *Urban Forestry & Urban Greening*, Vol 44, p. 126437. - Sussman, N., & Zohar, O. 2018. Has inflation targeting become less credible? *BIS Working Papers*, no 729.
 - 10- Hibberd, B, G (2001), Ground rule in urban forestry, *Journal of agric and for*, vol12.
 - 11- Lansdell N., Gangadharan L. (2003): Comparing travel cost models and the precision of their consumer surplus estimates: Albert Park and Maroondah Reservoir. *Australian Economic Papers*, 42: 339–417.

تحلیل و ارزیابی تکامل مقاصد گردشگر پذیر با استفاده از مدل تلفیقی پرسکات آلن و باتلر (STLC) (مطالعه موردی: مقاصد گردشگر پذیر استان کردستان)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۱۷ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۲۱

ارسطو یاری حصار^{۱*} بهرام ایمانی^۲ سعید زنگنه شهرکی^۳ آرزو مرادی^۴ برزین ضرغامی^۵

- ۱-دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری و روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
- ۲-دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری و روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
- ۳-دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
- ۴-دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل
- ۵- استادیار جهاد دانشگاهی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

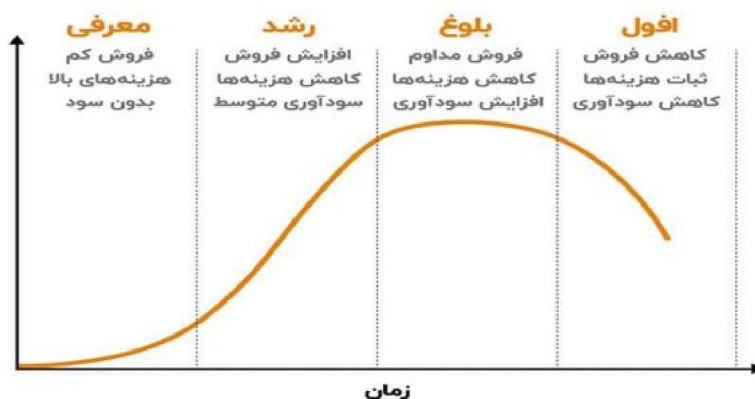
چکیده:

موضوع چرخه تکامل حیات مقاصد گردشگری در ایران موضوعی نسبتاً جدید است. این رویکرد می تواند چارچوب مناسبی را به منظور درک مناسبات حاکم بر فعالیت های مقاصد گردشگری و برنامه ریزی تحول آن ها به منظور نیل به گردشگری پایدار فراهم نماید. پژوهش حاضر می کوشد با استفاده از مدل تلفیقی پرسکات آلن و باتلر (چرخه حیات گردشگری پایدار)، روستاهای هدف گردشگری استان کردستان را از منظر تکامل چرخه حیات گردشگری پایدار مورد ارزیابی قرار دهد. در این پژوهش برای سنجش جایگاه مقاصد گردشگری مورد مطالعه در چرخه تکاملی گردشگری پایدار از مدل تلفیقی STLC استفاده شده است. حجم جامعه نمونه در این تحقیق برابر ۳۵۶ نفر است. نتایج این بررسی نشان می دهد که اغلب روستاهای مورد مطالعه در مراحل مداخله و درگیری یا شروع توسعه از مراحل چرخه حیات گردشگری پایدار قرار گرفته و راهبرد اصلی در روستاهای واقع در مرحله مداخله و درگیری مشارکت جامعه محلی و گسترش زیرساخت های گردشگری می باشد.

واژه های کلیدی: چرخه حیات گردشگری، گردشگری پایدار، مقاصد گردشگری، کردستان

بیان مسئله:

از مباحث مهم و کلیدی در برنامه ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه می باشد. زیرا در طی ۱۵۰ سال اخیر، گردشگری شاهد یک الگوی تکاملی توسعه گردشگاه بوده است (لومسدن ۱۳۹۶: ۴۰۰). تبیین چنین فرآیند تکاملی پویا برای مقصدهای گردشگری از شیوه های مختلفی امکان پذیر می باشد که یکی از مهم ترین آنها، استفاده از مدل چرخه حیات می باشد. (مهدوی و همکاران ۱۳۹۳: ۳۹). مفهوم چرخه حیات اولین بار در سال ۱۹۳۹ توسط گیلبرت (Gilbert, 1939; 16) و سپس توسط کریستالر در سال ۱۹۶۴ مطرح گردید. کریستالر عنوان کرد که مناطق گردشگری فرایند رشد تدریجی یکسانی را دنبال می کنند که این فرایند شامل مراحل (کشف، رشد، بلوغ، افول) است (سعیداردکانی ۱۳۸۲: ۵۵) این مفهوم به عنوان فرآیند تولد تا زوال موجودات از علوم زیستی وارد اقتصاد، مدیریت، برنامه ریزی و ادبیات گردشگری به عنوان مدل توسعه محصولات، خدمات و مقاصد شده است. (مهدوی و همکاران ۱۳۹۳: ۱۲) از این رو امروزه مفهوم چرخه حیات به عنوان یک بحث علمی جهت برنامه ریزی و مدیریت توسعه ی مقاصد و محصولات گردشگری، تحلیل و تبیین مکانیسم پویای توسعه ی گردشگری، منعکس نمودن نیروهای داخلی و مؤلفه های خارجی رشد، و الگوی رفتاری نظام توسعه ی گردشگری مد نظر جامعه علمی قرار گرفته است. از طریق مدل چرخه حیات، می توان تغییرات زمانی فرایند گردشگری را با توجه به الگوی رفتاری گردشگران در مقاصد گردشگری و میزان جذابیت مقاصد، مورد تحلیل قرار داد. بر این اساس، برنامه ریزان و مدیران گردشگری به ویژه گردشگری روستایی میتوانند از مفهوم چرخه ی حیات گردشگری به عنوان چارچوبی مفید برای توصیف نحوه عمل فرآیند توسعه مقاصد گردشگری استفاده کنند. به عبارتی از طریق چرخه ی حیات گردشگری میتوان به درک رابطه بین بازار گردشگری، جاذبه های محیط و رقابت دست یافت (یاری حصار و همکاران ۱۳۹۴: ۲۲). برای رسیدن به این مهم ضروری است تا با شناخت چرخه حیات مقصد گردشگری در نواحی روستایی و جایگاه آنها در وضعیت فعلی این چرخه، ارزیابی علمی و دقیقی از وضعیت توسعه گردشگری و اثرات و پیامدهای آن بر روی محیط، اجتماع و اقتصاد جوامع روستایی گردشگرپذیر به عمل آید تا از این طریق پایداری یا ناپایداری توسعه گردشگری مورد تبیین قرار گیرد. (شعبانی فرد و همکاران ۱۳۸۸: ۵۴ به نقل از داوود مهدوی و همکاران ۱۳۹۳) تبیین گردشگری فرآیند تکاملی پویا برای مقصدهای گردشگری از شیوه های مختلفی امکان پذیر می باشد. که یکی از مهمترین آنها استفاده از مدل چرخه حیات می باشد (یاری حصار و دیگران ۱۳۹۴: ۴۲). مدل چرخه حیات باتلر، مدل ساده ای است که مبتنی بر مفهوم - چرخه عمر محصول - می باشد. (سعیداردکانی ۱۳۸۲: ۶۶) (شکل ۱)



شکل ۱: چرخه عمر اقتصاد گردشگری (سعیداردکانی: ۱۳۸۲: ۶۶)

باتلر بر مبنای پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه الگوهای توسعه مقصد، الگوی حیات گردشگری (TALK) را ارائه نمود. (Battler, 1980:5) وی چرخه حیات محصول را به نحوی مورد تغییر قرار داد که بتوان آن را با الگوهای گردشگری تطبیق داد. (آلواژ ولورنکو، ۲۰۰۵:۳) در این مدل، توسعه و تکامل گردشگری شامل شش مرحله اکتشاف، مشارکت، توسعه، تثبیت، رکود، نزول و یا احیا مجدد می‌گردد. (مور و وایت، ۲۰۰۵:۱۳؛ احدابراهیم پور و همکاران ۱۳۹۹: ۱۷) مدل باتلر را در خصوص چرخه حیات مقصد گردشگری یکی از بهترین ابزارها در زمینه توسعه گردشگری میدانند که از انتشار اولیه در ابتدای دهه هشتاد میلادی تاکنون در فاصله زمانی بیش از چهل سال به عنوان یک نظریه معتبر علمی مورد پذیرش متخصصین حوزه گردشگری بوده است. مدل چرخه حیات باتلر در بسیاری از کشورهای توسعه یافته به فراوانی مورد استفاده قرار گرفته است اما در ایران مطالعات بسیار محدودی در این زمینه انجام شده است. (کیانی سلمی و همکاران ۱۳۹۶: ۴۰) از این رو می‌توان بیان کرد که شناخت چرخه عمر مقاصد گردشگری میتواند به مدیران در رونق بخشی توسعه پایدار گردشگری کمک کرده و از زوال و ناپایداری گردشگری جلوگیری کند. (مهدوی و همکاران ۱۳۹۳: ۲۰) با توجه به پیوند و رابطه متقابل بین توسعه گردشگری و پایداری در مناطق روستایی، چرخه حیات توسعه گردشگری مناطق روستایی شکل دهنده چرخه حیات گردشگری پایدار مناطق می‌باشد. از سوی دیگر چرخه یک الگوی گردشگری پایدار روستایی می‌تواند با استفاده مناسب از ظرفیت‌های موجود در این بخش و ارزیابی‌های پیوسته برای آسیب‌شناسی فرآیند توسعه گردشگری و آینده‌نگری از افول و پیری جلوگیری نموده و در دوران بلوغ به یک جهش توسعه‌ای منجر شود (مهدوی و همکاران ۱۳۹۳: ۱۹).

ارزیابی چرخه حیات از جمله مهم‌ترین و جدیدترین ابزارهای پویا و در حال تکامل برای ارزیابی اثرات توسعه و برای پایش اثرات و نیل به توسعه پایدار است (Grace 2015:20) و میتوان آن را به صورت ابزاری تشریح کرد که ایجاد چشم اندازی استراتژیک مدیریت پایدار محصول را محقق سازد این روش امکان ارزیابی اثرات را از طریق چرخه حیات محصول فراهم می‌نماید (روسو و پیرینی ۲۰۱۰: ۲۰۷؛ به نقل از جاودان و همکاران ۱۳۹۸) چارچوب مفهومی چرخه حیات مدت‌ها است به عنوان مدلی کاربردی مورد توجه محققان مختلف قرار گرفته است. که در حوزه برنامه ریزی گردشگری

برای پیش بینی تغییرات در یک دوره بلندمدت و تدوین راهبردهای کاربری زمین توسعه اقتصادی و بازاریابی پتانسیل های بالایی دارد (ضیایی و همکاران ۱۶:۱۳۹۲). رویکرد چرخه تکامل حیات مقاصد گردشگری می تواند چارچوب مناسبی را به منظور درک مناسبات حاکم بر فعالیت های مقاصد گردشگری و برنامه ریزی تحول آنها به منظور نیل به گردشگری پایدار فراهم نماید. بی توجهی به مدیریت چرخه حیات منجر به حرکت گردشگری در مقاصد به سوی آستانه های بحرانی (ناپایداری و زوال زودرس) می گردد. (ضیائی و صالحی نسب: ۱۳۸۷: ۸۱) براین اساس هدف از پژوهش حاضر، سنجش و ارزیابی چرخه حیات گردشگری مقاصد گردشگر پذیر استان کردستان بر اساس مدل چرخه حیات گردشگری می باشد تا از طریق شناخت دقیق وضع موجود بتوان به تداوم حیات گردشگری و توسعه پایدار گردشگری در آنها کمک کرد. این پژوهش تلاش داد تا به سوالات زیر پاسخی در خور بدهد:

- ۱) روستاهای هدف گردشگری مورد مطالعه در استان کردستان در چه سطحی از پایداری (گردشگری) قرار گرفته اند؟
- ۲) روستاهای مقصد گردشگری این تحقیق در کدام مرحله از سیکل حیات گردشگری قرار دارند؟
- ۳) راهبردها و راهکارهای پایداری و ارتقاء وضعیت گردشگری روستاهای مورد مطالعه بر اساس نتایج مدل های مبنایی پرسکات آلن و چرخه حیات گردشگری باتلر کدامند؟

روش شناسی تحقیق:

پژوهش پیش رو از نوع مطالعات توسعه ای و به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. در این مقاله، به منظور گردآوری اطلاعات از روش های کتابخانه ای و روش های میدانی بهره گرفته شده است. ابزار اصلی در روش میدانی را پرسشنامه و ابزار اصلی روش کتابخانه ای را فیش برداری تشکیل می دهد. روستاهای مورد مطالعه در این پژوهش مشتمل بر ۱۹ روستای گردشگر پذیر در شهرستانهای مختلف استان کردستان واقع در غرب کشور می باشد و عبارتند از: پالنگان (پلنگان)، دولو، نوره، ینگچه، نگل، سلین، بلبر، نران، دزلی، نی، کانی سانان، قمچقای، میانه، سبدلو، مجسه، مولان آباد، شوی، هفتاش و پارسانیان. جامعه آماری این پژوهش مشتمل بر ۱۷۳۸۹ نفر جمعیت (۴۹۹۱ خانوار) است. جامعه نمونه که از طریق روش نمونه گیری کوکران با ضریب اطمینان ۹۵ درصد انتخاب شده است. شامل ۳۵۶ نفر است. اطلاعات میدانی مورد نیاز در این مطالعه از طریق پرسش نامه گردآوری شده است. جدول زیر اطلاعات تفصیلی روستاهای مورد مطالعه را نشان می دهد.

جدول ۱: ویژگی های توصیفی مقاصد گردشگری مورد مطالعه

نام روستا	شهرستان	دهستان/شهر	بخش	خانوار	جمعیت
سبدلو	بانه	شوی	مرکزی	۴۳۲	۱۶۲۰
شوی	بانه	شوی	مرکزی	۴۴۶	۱۶۱۳
هفتاش	بانه	بوئین	ننور	۴۸	۱۸۱

۱۱۲	۳۰	مرکزی	شوی	بانه	مجسه
۲۷۱	۷۷	کرانی	کرانی	بیجار	قمچقایی
۶۰۹	۱۷۴	موچش	عولان	سنندج	دولاو
۸۳۲	۲۵۱	مرکزی	آرندان	سنندج	نوره
۱۷۱۹	۵۱۳	کلاترزان	نگل	سنندج	نگل
۵۰۶	۱۷۶	مرکزی	نران	سنندج	نران
۱۲۲۴	۳۶۲	کلاترزان	نگل	سنندج	میانه
۵۶۱	۱۶۵	اورامان	شالیار	سروآباد	بلبر
۷۲۳	۲۰۶	اورامان	شالیار	سروآباد	سلین
۲۷۳۳	۸۲۷	مرکزی	دزلی	سروآباد	دزلی
۲۹۴	۶۸	امام	امام	سقز	پارسانیان
۵۱۳	۱۲۲	امام	خورخوره	سقز	مولان آباد
۸۰۹	۲۱۵	مرکزی	ژاو رود	کامیاران	پالنگان
۶۴۰	۱۹۰	مرکزی	زریوار	مریوان	کانی سانان
۲۶۹۱	۷۶۲	مرکزی	زریوار	مریوان	نی
۳۴۷	۱۰۱	خاومیرآباد	خاومیرآباد	مریوان	ینگجه

مأخذ: مرکز آمار ایران؛ ۱۳۹۵

در این پژوهش به منظور ارزیابی جایگاه روستاهای مورد مطالعه در چرخه حیات گردشگری و شناخت چرخه تحول آنها از مدل تلفیقی پرسکات آلن- باتلر (STLC)^۱ استفاده شده است. مطابق روش شناسی این مدل ابتدا جهت مشخص کردن جایگاه و وضعیت هریک از روستاهای هدف گردشگری در چرخه حیات، شاخص های مربوط به هریک از مراحل هفت گانه مشخص گردید و سپس سطوح پایداری فعالیت های گردشگری در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی در قالب سیستم "رفاه انسانی"^۲ و "رفاه اکوسیستم"^۳ مورد سنجش قرار گرفته است. (جدول ۲)

جدول ۲: چارچوب سازمان دهی شاخص های تحقیق

شاخص ها	مراحل	شاخص ها	مراحل
الگوی غالب گردشگری	تثبیت مرحله چهارم	متوسط تعداد گردشگران در روز	مرحله اول اکتشاف
سطح رقابت واحدهای گردشگری با مناطق اطراف		درصد گردشگران انفرادی و ماجراجو	
نسبت امکانات اقامتی و رفاهی		میزان تماس بین مردم و گردشگران	
سهم گردشگری از اقتصاد روستا		میزان افزایش تعداد گردشگران	
تعداد واحد های خدماتی	مرحله دوم درگیر	امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی	مرحله دوم
مشکلات زیست محیطی		درصد گردشگران با اقامت شبانه	
مشکلات اجتماعی	پنجم	مشارکت مردم محلی در گردشگری	

¹ - Sustainable Tourism Life Cycle (STLC)

² -Human Welfare

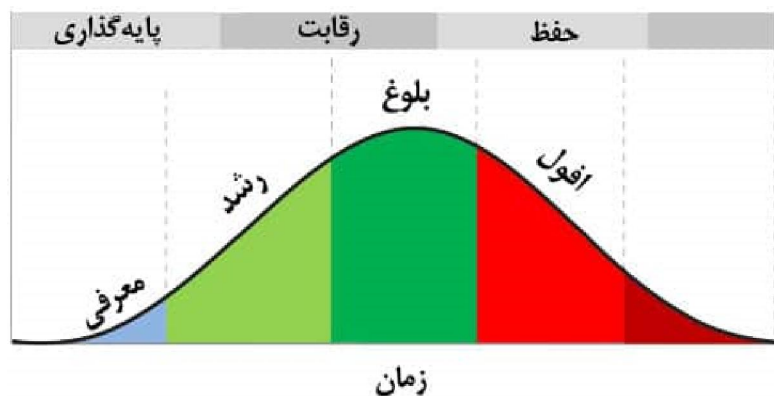
³ Ecosystem Welfare

مشکلات اقتصادی		میزان علاقه مردم به توسعه گردشگری	شدن و	
ظرفیت تحمل محیطی (تعداد گردشگران به مساحت روستا)		نگرش مردم نسبت به گردشگران	مداخله	
متوسط تعداد گردشگران در فصل اوج گردشگری		وجود الگوی فصلی گردشگری در روستا	محلی در	
درصد گردشگران گروهی برنامه ریزی شده و سازمان یافته		توسعه بازار / بازارچه در مقصد	گردشگری	
سطح ناراضی‌تی ساکنین از ورود گردشگران		بازاریابی توسط مردم		
تعداد جاذبه های انسان ساخت جدید		تعداد زیرساخت های توسعه یافته از گردشگری		
تعداد پروژه های زیبا سازی توسعه و احیای مجدد جاذبه ها		سطح مشارکت مردم محلی در برنامه ریزی و توسعه		
بهره برداری از منابع بکر طبیعی به جا مانده از قبل		تعداد گردشگران گروهی و سازمان یافته		
کاهش سریع تعداد بازدید کنندگان	تجدید حیات / افول	سطح تغییرات در ظاهر فیزیکی و طبیعی روستا	مرحله توسعه	مرحله سوم
کاهش میزان سود واحدهای تجاری و توریستی		درصد مالکیت محلی در واحدهای گردشگری		
اشباع ظرفیت مقصد توسط صنعت گردشگری		شاخص آزدگی مردم روستا		
انباشت زباله های گردشگری		نسبت گردشگران به مردم محلی در فصل اوج		
		توسعه منطقه تجاری تفریحی		

(منبع: یاری و همکاران، ۱۳۹۵)

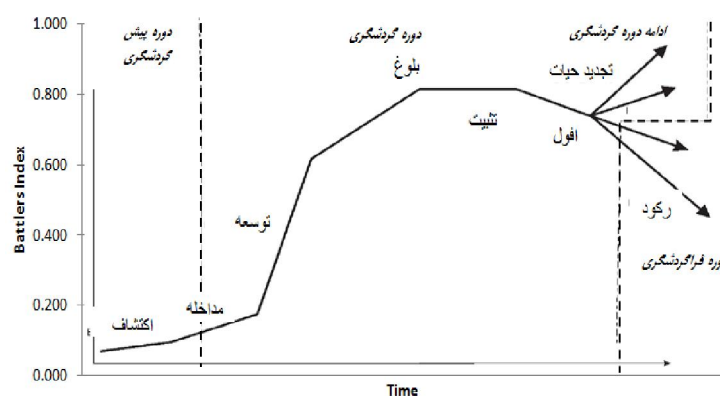
مبانی نظری:

پیرامون گردشگری و برنامه ریزی آن از گذشته تا اکنون مطالعات بسیاری توسط پژوهشگران و محققان صورت پذیرفته است. به گونه ای که از دهه ۱۹۳۰ به بعد گردشگری و تفریح سوژه تحقیقات جغرافیایی انگلو ساکسون و آمریکا بوده است. طی دهه ۱۹۶۰ میلادی بازبینی های تأثیرگذاری در مورد جغرافیای گردشگری و تفریح انجام گرفته و جغرافیای گردشگری در کمک های اساسی به توسعه محیطی در علوم منطقه ای مطرح گردید. (Hall and Page, 2002: 10)



شکل ۲: چرخه کلی عمر گردشگری (Hall and Page, 2002: 10)

باتلر معتقد است که مقصد نیز همانند محصولات است. بنابراین، می توان انتظار داشت که همانند آنها چرخه‌ی زندگی داشته باشد. زیرا همانند سایر محصولات، مقصد تولید می‌شود، به بازار عرضه شده، در دسترس گردشگران (مصرف‌کنندگان) قرار می‌گیرد و در یک محیط رقابتی ساخته می‌شود. هر چند با گذشت زمان، مقصدها، می‌تواند کاهشی در جذابیت‌هایشان (درخواست کالا) و تعداد گردشگران ورودی (سهم از بازار کالا) داشته باشند (مهدوی و دیگران ۱۳۹۳: ۲۲ به نقل از لندروت و وانپیل، ۲۰۰۱). او مدل خود را در سال ۱۹۸۰ با توجه به تحقیقاتی که در زمینه توسعه گردشگری انجام داد با عنوان «چرخه زندگی مقصد» ارائه داد (Anagnostopoulou et al. 1996). او برای توسعه گردشگری مراحل مختلفی را بر می‌شمرد (باتلر، ۱۹۸۰؛ Moore and Whitehall, 2005:112؛ لومسدن، ۱۳۹۶؛ کاتلر، ۱۳۸۳؛ فرهنگی و علی محب، ۱۳۷۷، Greiner and et al., 2004:5). بر اساس دورنمای توسعه ای، یک مقصد در زمان رشد و ترقی خود توجه بازارهای متفاوتی را به خود جلب می‌کند (لومسدن، ۱۳۹۶:۳۴۴) ارزیابی چرخه حیات را می‌توان به سیستم برنامه ریزی سازمان‌ها و فعالیت‌ها نیز تشبیه کرد که نیازمند سرمایه‌گذاری‌های عظیمی در بخش‌های عملیاتی، نیروی انسانی و فنی است (جاودان و همکاران ۱۳۹۸: ۳۲) چرخه حیات سازمان‌ها و فعالیت‌ها؛ مانند چرخه حیات محصول شامل تولد، رشد، بلوغ، پیری و مرگ است. (زارع، ۱۳۸۳:۳ به نقل یاری حصار و همکاران ۱۳۹۳). بررسی روند تکاملی الگوها و مدل‌های تشریح‌کننده فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی نشان می‌دهد که در طی بیش از ۶۰ سال گذشته، پژوهش‌های بسیاری در زمینه پیش‌بینی فرآیند و مسیر توسعه مقصدهای گردشگری صورت گرفته است. (Swarbrooke 1991; 256)



شکل ۳: روند توسعه گردشگری بر اساس مدل چرخه حیات گردشگری (Butler, 1993 و لاندتورپ و وانپیل، ۲۰۰۱)

طی دهه‌های گذشته، الگوها و مدل‌های گوناگونی در زمینه پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری مطرح شده است (ضرغام بروجنی و دلشاد، ۱۴۵:۱۳۹۰). نخستین مطالعات صورت گرفته برای تشریح فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی را می‌توان به تلاش‌های گیلبرت در زمینه تعیین سیر تکاملی مقصدهای تفرجگاهی در سال ۱۹۳۹م نسبت داد. (کوهن ۱۹۷۲: ۲۲) و نیز مطالعاتی در زمینه ریخت‌شناسی مقصدهای تفرجگاهی، ساحلی به انجام رسانید که منجر به ارائه

الگوی توسعه خاصی نگردید (پربدوکس، ۲۰۰۴:۲۲۵). والتر کریستالر (۱۹۶۴) از نخستین افرادی است که به مفهوم چرخه حیات مقصدهای تفرجگاهی اشاره کرده است. باتلر برای توسعه گردشگری در مقصدمراحل مختلفی رابیان کرد (فرهنگی و همکاران ۱۳۷۹: ۳۸۲). باتلر در مدل توسعه تفرجگاهها و مکانهای گردشگری از مفهوم چرخه حیات تولید فعالیتهای گردشگری در مکان و زمان معینی استفاده کرده است. اولین مرحله در فرآیند توسعه گردشگری مرحله «کشف» است. باتلر عقیده دارد که برای یک شهر تعداد معدودی گردشگر وجود دارد و اثرات اقتصادی گردشگری کم است. گردشگران به اندازه ای نیست که سبب فراهم آوردن امکانات خاصی باشد، زیرا عوائد دریافتی کم است. ارتباط گردشگری با اقتصاد محلی بسیار کم است و افراد محلی، منطقه خود را در کنترل خود دارند. (رودریگز، پارلویز و یانس اسیونز، ۲۰۰۸) ارتباط با گردشگران معمولاً صمیمی است و با آنها به عنوان مهمان افتخاری رفتار می شود. این مرحله، مرحله کشف نامیده می شود. فعالیت گردشگری به صورت رسمی وجود ندارد و در حاشیه قرار می گیرد. در این مرحله گردشگران معمولاً ناگزیر به تطبیق خود با شرایط محلی هستند (Johnston, 2001:33). مرحله دوم به عنوان مرحله «وارد عمل شدن» نامیده می شود. این مرحله افزایش فعالیت های گردشگری است. در این مرحله تعداد گردشگران شروع به افزایش می کند. در این مرحله معمولاً گردشگران مدت اقامت کوتاهتر اما با تعداد بیشتری به یک مکان مقصد می آیند. مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی گردشگری می کنند. مهمانخانه ها و هتل های کوچک و مکان هایی برای غذا خوردن احداث می شود که به فراهم آوردن راهنما و فعالیت های گردشگری کوچک می پردازند. بعضی از مردم به سادگی یک یا دو اتاق برای گردشگران، در خانه های خود فراهم می کنند. (Andriotis, 2001:40) تعداد گردشگران به اندازه ای است که عوائد کافی به همراه دارد. مرحله اثرات افزایشی وجود می آید یعنی فراهم آوردن امکانات گردشگری امکانات بعدی را با خود به همراه می آورد و جذب یک گردشگر سبب جذب گردشگرهای بعدی می شود. خدمات رسانی به گردشگران به صورت رسمی صورت می گیرد و اجتماع، به تدریج خود را با فعالیت های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق می دهد. در مرحله توسعه، رشد سریع گردشگر و تغییرات دراماتیک در همه جنبه های بخش گردشگری در یک مدت زمان نسبتاً کوتاه بوجود می آید. این مرحله نیز مانند سایر مراحل مدل به صورت انتقالی صورت می گیرد تا اینکه به سرعت صورت گیرد. نرخ رشد واقعی گردشگری و خصوصیات رشد بستگی به عوامل جاذب و تلاش هایی دارد که برای کنترل مدیریت گردشگری می شود. مقصد گردشگری وارد یک سیستم یکپارچه رسمی گردشگری می شود که سیستمی از شرکت ها و بنگاه های غیرمحلی و فراملی است و فعالیت گردشگری در قالب یک ساختار کاملاً سازمان یافته صورت می گیرد. هتل های کوچک تبدیل به هتل های بزرگ می شوند. در این مرحله دورنمای گردشگری شکل گرفته و مقصد حالتی فراملی می یابد (یونپ ۲۰۰۹:۶) مرحله چهارم با عنوان «تحکیم بخشی» نامیده می شود (Butler, 2001:26). در این مرحله نرخ رشد گردشگران و سایر فعالیت های مربوط به گردشگری کاهش می یابد گرچه تعداد واقعی گردشگران در حال افزایش است. برطبق نظر باتلر، کل تعداد بازدیدکنندگان در یکسال بیش از جمعیت ساکن در مقصد است. آنچه در

این مرحله اهمیت دارد این است که سطح توسعه گردشگری بیش از ظرفیت های کشش محیطی، اقتصادی و اجتماعی مقصداست و سبب روبه زوال رفتن محصول گردشگری می شود. در این مرحله گردانندگان گردشگر و زنجیره هتل ها سفرهای توریستی را ترتیب می دهند و مقصد، جزئی از یک سیستم یکپارچه می شود و گردشگر بر اقتصاد منطقه غالب است. جاذبه های موجود حالت تخصصی و غیرمنحصر به فرد به خود می گیرند. علاوه بر این فصلی بودن فعالیت گردشگری مانعی برای اقتصاد منطقه است (Prideaux, 2000; Andriotis, 2001). مرحله رکود مرحله بعدی است که به آن مرحله اشباع نیز گفته می شود. در مرحله رکود مشکل افزایش ظرفیت بر یا ظرفیت بیش از اندازه شکل می گیرد و این مساله سبب زوال محصول گردشگری می شود. مقصد ممکن است دارای امکانات بالای گردشگری باشد اما سبب افزایش گردشگران نشود. گردشگران مراجعه کننده معمولاً تکراری هستند. ممکن است مرحله رکود برای مدتی وجود داشته باشد و پس از آن، ممکن است دو حالت افزایش و یا کاهش در تعداد گردشگران مراجعه کننده به وجود آید. حالت کاهش زمانی وجود می آید که گردشگرانی که مکرر می آیند با محصولاتی که عرضه می شود راضی هستند. بعضی از بازدیدکنندگان قبلی فوت کرده اند یا قادر به سفر کردن نیستند. در این مرحله معمولاً تلاشی توسط کسانی که فعالیت گردشگر را در مقصد کنترل می کنند صورت نمی گیرد و یا تلاش ها ناموفق هستند. رفتار مردم نسبت به گردشگری حالت مطلوبی ندارد و کسانی که جدیداً در صنعت گردشگری شروع به رقابت کرده اند، مخصوصاً « فرصت های مداخله گر» شروع به منحرف کردن و تسخیر بازارهای سنتی گردشگری کرده اند. هرچه تعداد گردشگران کم می شود، هتل ها و امکانات تخصصی کمتر مورد استفاده قرار می گیرند. منظور از فرصت های مداخله گر فراهم آوردن فرصت های گردشگری در مکان های دیگری است که بازار گردشگری را به طرف خود جذب می کنند. مرحله نوسازی: که منظور از آن، تجدید ساختار مقصد است. در مدل باتلر اینگونه شرح داده می شد که بعد از مرحله رکود؛ مرحله تجدید ساختاری اتفاق می افتد. به عقیده باتلر تجدید ساختار زمانی اتفاق می افتد که محصولات جدید گردشگری عرضه شده و یا تصویری جدید متفاوت از مقصد برای مردم بوجود آید. باتلر یکی از سه حالت های ممکن بعد از مرحله رکود پیشنهاد می کند. سه حالت ممکن عبارتند از کاهش، ادامه حالت رکود و تجدید ساختار (رودریگز، پارلویز و یانس اسپیونز، ۲۰۰۸). در حالیکه به نظر میرسد که ابتدا مرحله کاهش و بعد مرحله تجدید سازی اتفاق می افتد. توصیه می شود که آنچه به عنوان محصولات جدید گردشگری عرضه می گردد حالت جدید و منحصر به فرد داشته باشد. استنباط از تجارب به دست آمده این است که مرحله تجدید سازی کمتر به صورت «خود به خود» صورت می گیرد بلکه به طی یک مرحله سنجیده و یا به کارگیری استراتژی های مناسب ایجاد می شود. (McKercher, 2015:65). آنچه در مدل باتلر برای آینده پیش بینی شده یک گزینه از میان چند گزینه است که عبارتند از: تجدید حیات مکان توریستی، ادامه رشد با آهنگی آهسته یا ادامه وضع موجود تا زمانی مشخص و یا طی مسیر به سمت افول گردشگری (غازی ۱۳۷۹: ۴۱)

این مدل هفت مرحله توسعه و تکامل مقصد گردشگری را در بر میگیرد که همانطوریکه در بالا گفته شد شامل (اکتشاف، مشارکت، توسعه، تثبیت یا بلوغ، رکود، نزول یا احیای مجدد است). (موور وایت هال

۲۰۰۵، ۱۱۳) و آن را به چرخه حیات گردشگری تغییر داد. مطابق تئوری باتلر چرخه حیات گردشگری به سه دوره اصلی در مقاصد گردشگری تقسیم می شود: دوره پیش گردشگری، دوره گردشگری، دوره فراگردشگری (آندریوتیس ۲۰۰۱: ۴۱)

یافته های تحقیق:

مطابق این مدل، روستاهای مورد مطالعه در طیفی از مراحل مختلف پایداری قرار می گیرند. نتایج بررسی های صورت گرفته در روستاهای مورد مطالعه نشان میدهد که به طور کلی وستاهای منطقه مورد مطالعه از منظر گردشگری در سطح پایداری متوسط قرار دارند. (جدول ۳) همچنین بررسی و مقایسه سطوح پایداری در ابعاد مختلف نشان می دهد که بعد زیست محیطی به واسطه حجم بالای فشار اکولوژیک از پایین ترین سطح پایداری برخوردار است. ابعاد اقتصادی و اجتماعی به ترتیب در سطوح بعدی پایداری جای گرفته اند. همچنین جدول ۴ وضعیت مقاصد مورد مطالعه را از نظر رفاه اکوسیستم و رفاه انسانی نشان می دهد.

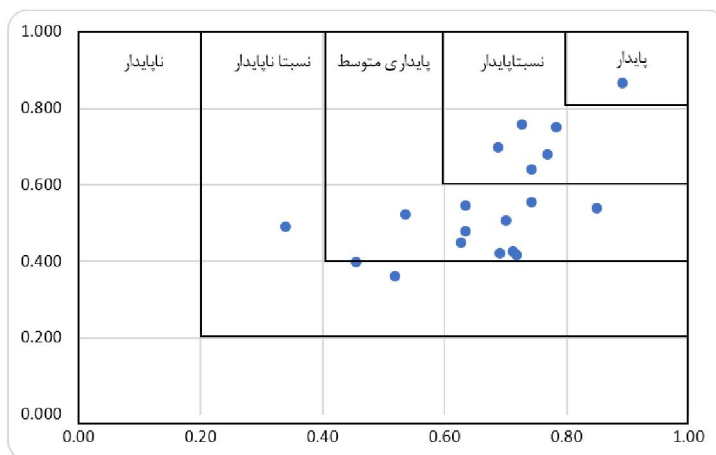
جدول ۴: رفاه اکوسیستم و رفاه انسانی

ابعاد پایداری								مقاصد گردشگری مورد مطالعه			
مراحل	اجتماعی		اقتصادی		زیست محیطی		پایداری کل		روستا	رفاه اکوسیستم	رفاه انسانی
	ارزش	سطح	ارزش	سطح	ارزش	سطح	ارزش	سطح			
سبدلو	۰,۵۱۲	متوسط	۰,۸۸۸	پایدار	۰,۶۸۸	خوب	۰,۶۹۶	خوب	سبدلو	۰,۶۸۸	۰,۷۰۰
شوی	۰,۵۱۱	متوسط	۰,۵۶۵	متوسط	۰,۸۴۹	پایدار	۰,۶۴۲	خوب	شوی	۰,۸۴۹	۰,۵۳۸
هفتاش	۰,۳۲	ضعیف	۰,۴۷۸	متوسط	۰,۴۵۵	متوسط	۰,۴۱۸	متوسط	هفتاش	۰,۴۵۵	۰,۳۹۹
مجسه	۰,۵۷۷	متوسط	۰,۵۳۲	متوسط	۰,۷۴۳	خوب	۰,۶۱۷	خوب	مجسه	۰,۷۴۳	۰,۵۵۵
قمچقای	۰,۳۵۴	ضعیف	۰,۶۹۳	خوب	۰,۵۳۵	متوسط	۰,۵۲۷	متوسط	قمچقای	۰,۵۳۵	۰,۵۲۴
دولاو	۰,۴۱۶	متوسط	۰,۵۴۴	متوسط	۰,۶۳۳	خوب	۰,۵۳۱	متوسط	دولاو	۰,۶۳۳	۰,۴۸۰
نوره	۰,۴۰۱	ضعیف	۰,۴۳۹	متوسط	۰,۶۹۱	خوب	۰,۵۱۰	متوسط	نوره	۰,۶۹۱	۰,۴۲۰
نگل	۰,۷۵۶	خوب	۰,۷۴۳	خوب	۰,۷۸۴	خوب	۰,۷۶۱	خوب	نگل	۰,۷۸۴	۰,۷۵۰
نران	۰,۳۴۹	ضعیف	۰,۴۸۷	متوسط	۰,۷۱۸	خوب	۰,۵۱۸	متوسط	نران	۰,۷۱۸	۰,۴۱۸
میانه	۰,۴۵۱	متوسط	۰,۴۴۴	متوسط	۰,۶۲۶	خوب	۰,۵۰۷	متوسط	میانه	۰,۶۲۶	۰,۴۴۸
بلبر	۰,۸۱۲	پایدار	۰,۵۴۸	متوسط	۰,۷۶۹	خوب	۰,۷۱۰	خوب	بلبر	۰,۷۶۹	۰,۶۸۰
سلین	۰,۷۰۵	خوب	۰,۵۷۴	متوسط	۰,۷۴۳	خوب	۰,۶۷۴	خوب	سلین	۰,۷۴۳	۰,۶۴۰
دزلی	۰,۸۴۱	پایدار	۰,۶۷۲	خوب	۰,۷۲۷	خوب	۰,۷۴۷	خوب	دزلی	۰,۷۲۷	۰,۷۵۷
پارسانیان	۰,۶۷۱	خوب	۰,۳۱۱	ضعیف	۰,۳۳۹	ضعیف	۰,۴۴۰	متوسط	پارسانیان	۰,۳۳۹	۰,۴۹۱
مولان آباد	۰,۳۹۳	ضعیف	۰,۳۲۸	ضعیف	۰,۵۱۸	متوسط	۰,۴۱۳	متوسط	مولان آباد	۰,۵۱۸	۰,۳۶۱
پالنگان	۰,۸۰۲	خوب	۰,۹۳۲	پایدار	۰,۸۹۱	پایدار	۰,۸۷۵	پایدار	پالنگان	۰,۸۹۱	۰,۸۶۷
کانی سانان	۰,۳۹۹	ضعیف	۰,۴۵	متوسط	۰,۷۱۲	خوب	۰,۵۲۰	متوسط	کانی سانان	۰,۷۱۲	۰,۴۲۵
نی	۰,۴۹۳	متوسط	۰,۵۱۸	متوسط	۰,۶۹۹	خوب	۰,۵۷۰	متوسط	نی	۰,۶۹۹	۰,۵۰۶
ینگچه	۰,۵۳۴	متوسط	۰,۵۵۹	متوسط	۰,۶۳۵	خوب	۰,۵۷۶	متوسط	ینگچه	۰,۶۳۵	۰,۵۴۷

جدول ۵: طبقات پنج گانه پیشنهادی پرسکات-

-آلن جهت طبقه بندی سطوح پایداری

سطح پایداری	ارزش پایداری
ناپایدار	۰-۲۰
پایداری ضعیف	۲۰-۴۰
پایداری متوسط	۴۰-۶۰
پایداری خوب	۶۰-۸۰
پایدار	۸۰-۱۰۰



شکل: موقعیت مقاصد گردشگری در مدل پرسکات آلن

رفاه انسانی

گام بعدی در این مطالعه تبیین جایگاه روستاهای مورد مطالعه در چرخه حیات گردشگری باتلراست. در این مرحله و در پاسخ به سوال دوم (مقاصد گردشگری مورد مطالعه در کدام مرحله از چرخه حیات گردشگری قرار دارند؟) و پس از تحلیل شاخصهای مختص هر مرحله از مدل باتلر، جایگاه هر کدام از روستاهای هدف گردشگری در استان کردستان به تفکیک تبیین و مشخص شده است. (جدول ۶)

جدول ۶: وضعیت قرارگیری روستاهای مورد مطالعه در مراحل چرخه حیات گردشگری

مرحله چرخه حیات	کل	جایگاه (TLC)	در	شاخص باتلر (BI)	نام روستا	
مداخله و درگیری (شروع توسعه)	۰,۳۸۴	اکتشاف		۰,۱۳۸	مولان آباد	
				۰,۱۹۳	نوره	
				۰,۱۹۳	ینگچه	
		مداخله و درگیری			۰,۲۶۵	نران
					۰,۲۷۹	قمچقای
					۰,۲۸۷	دولاو
					۰,۳۰۶	میانه
					۰,۳۱۳	کانی سانان
					۰,۳۴۲	پارسانیان
					۰,۳۴۹	مجسه
		توسعه			۰,۳۸۵	سلین
					۰,۳۸۶	هفتاش
					۰,۴۱۵	نی
					۰,۴۷۴	شوی
					۰,۴۸۱	نگل
			۰,۵۲۹	سبدلو		
تشبیت / بلوغ			۰,۵۳۹	دزلی		
			۰,۶۷۲	بلبر		
			۰,۷۶۷	پالنگان		

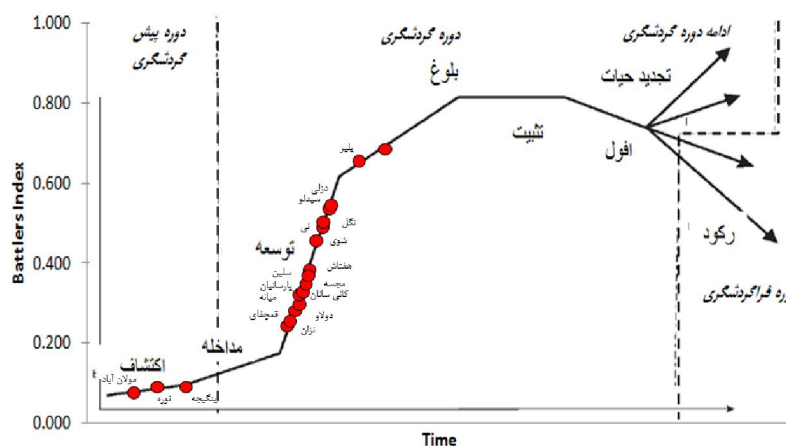
منبع: یافته های پژوهشگران ۱۴۰۱

بر اساس چارچوب تعریف شده مدل باتلر، روستاهای استان کردستان از منظر چرخه تکامل در مرحله مداخله و درگیری و سپس توسعه قرار گرفته اند. و این بخوبی نمایانگر این است که اهمیت گردشگری بر روی تکامل فعالیت های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه اثرگذار است. نتایج (جدول ۵) نیز نمایانگر آنست که بین محورهای گردشگری و سطح پایداری روستاهای هدف گردشگری ارتباط مستقیم وجود دارد.

نتیجه گیری و پیشنهادات:

به منظور تحول در چرخه حیات گردشگری در مناطق روستایی مورد مطالعه ضرورت دارد تا سیستم فراگیر و همه جانبه ای از پارامترها مدنظر قرار گرفته شود تا از این طریق توسعه پایدار گردشگری روستایی در سطح عمیق تری مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرد و با توجه به اینکه، پارادایم جدید توسعه پایدار گردشگری دارای ابعاد مختلف زیست محیطی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی است. در مقاله حاضر نیز سعی شده با بهره گیری از ابزارهای ارزیابی پایداری هم چون بارومتر و مدل باتلر، به تحلیل وضعیت پایداری گردشگری در جامعه نمونه پرداخته شود بررسی مقاصد گردشگری بر اساس چارچوب آلن-باتلر نشان می دهد که رسیدن به تکامل مستلزم تفکیک شاخص های برنامه ریزی در هر مرحله از چرخه حیات مقاصد گردشگری است؛ به عبارت دیگر، گام های برنامه ای و اقدامات توسعه ای قابل انجام برای ارتقاء فعالیت های گردشگری به جایگاه روستاهای مورد مطالعه در مراحل شش گانه باتلر بستگی دارد و به همین دلیل تحلیل مقاصد گردشگر پذیر با رویکرد پیشنهادی ضروری خواهد بود و لذا در مقاله حاضر سعی شده با بهره گیری از مدل تلفیقی آلن-باتلر به تحلیل جایگاه مقاصد گردشگری مورد مطالعه در استان کردستان پرداخته شود. با توجه به اینکه، پارادایم جدید توسعه پایدار گردشگری دارای ابعاد مختلف زیست محیطی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی است. نتایج حاصله نشانگر این واقعیت است که فقدان رویکرد مشخص در مقاصد مورد مطالعه باعث شده تا در مجموع روستاهای استان کردستان در مراحل آغازین تکاملی خویش (نوپایی گردشگری) قرار بگیرند. بررسی مقاصد گردشگری بر اساس چارچوب آلن-باتلر نشان می دهد که رسیدن به تکامل مستلزم تفکیک شاخص های برنامه ریزی در هر مرحله از چرخه حیات مقاصد گردشگری است؛ به عبارت دیگر، گام های برنامه ای و اقدامات توسعه ای قابل انجام برای ارتقاء فعالیت های گردشگری به جایگاه روستاهای مورد مطالعه در مراحل شش گانه باتلر بستگی دارد و به همین دلیل تحلیل مقاصد گردشگر پذیر با رویکرد پیشنهادی ضروری خواهد بود و لذا در مقاله حاضر سعی شده با بهره گیری از مدل تلفیقی آلن-باتلر به تحلیل جایگاه مقاصد گردشگری در استان کردستان پرداخته شود. نتایج حاصله نشانگر این واقعیت است که فقدان رویکرد مشخص در مقاصد مورد مطالعه باعث شده تا در مجموع روستاهای فوق الذکر تکامل زیادی در مراحل گردشگری خویش بدست نیاورند. بر این اساس، روستای سبدلو (با امتیاز ۰,۵۲۹) و شوی (با امتیاز ۰,۷۴۷) و نگل (با امتیاز ۰,۴۸۱) و دزلی (با امتیاز ۰,۵۳۹) و نی (با امتیاز ۰,۴۱۵) در مرحله توسعه در رابطه با فعالیت گردشگری و روستای هفتاش (با امتیاز ۰,۳۸۶) و مجسه (با امتیاز ۰,۳۴۹) و قمچقایی (با امتیاز ۰,۲۷۹) و دولاو (با امتیاز ۰,۲۸۷) و

نران (با امتیاز ۰,۲۶۵) و میانه (با امتیاز ۰,۳۰۶) و سلین (با امتیاز ۰,۳۸۵) و پارسانیان (با امتیاز ۰,۳۴۲) و کانی سانان (با امتیاز ۰,۳۱۳) در مرحله مداخله و درگیری در رابطه با فعالیت گردشگری و روستای بلبر (با امتیاز ۰,۶۷۲) و پالنگان (با امتیاز ۰,۷۶۷) در مرحله تثبیت و بلوغ در رابطه با فعالیت گردشگری و روستای نوره (با امتیاز ۰,۱۹۳) و مولان آباد (با امتیاز ۰,۱۳۸) و ینگچه (با امتیاز ۰,۱۹۳) در مرحله اکتشاف در رابطه با فعالیت گردشگری قرار دارند.



شکل ۴: چرخه حیات گردشگری و جایگاه مقاصد مورد مطالعه در این چرخه

تحلیل نتایج کلی نشان می‌دهد که از منظر دوره‌های تکاملی نیز روستاهای بلبر و پالنگان در دوره های فراگردشگری، روستاهای مولان آباد، نوره و ینگچه در دوره پیش گردشگری و سایر روستاها در دوره گردشگری قرار گرفته اند. (جدول ۷)

جدول ۷: پراکندگی مقاصد مورد مطالعه در دوره های کلان چرخه حیات گردشگری باتلر

مقاصد	دوره های چرخه حیات گردشگری
مولان آباد- نوره - ینگچه	دوره پیش گردشگری
نران- قمچقای- دولاو- میانه- کانی سانان- پارسانیان- مجسه- سلین- هفتاش- نی- شوی- نگل- سیدلو- دزلی-	دوره گردشگری
بلبر- پالنگان	دوره فراگردشگری

بر این اساس و با توجه به این نتایج، پیشنهاد می‌گردد برای رفع موانع و چالش‌های موجود، نسبت به بازنگری در برنامه ها و سیاست‌های اجرایی اقدام نموده و توجه لازم در استفاده و به کارگیری اصول و راهبردها پارادایم توسعه پایدار گردشگری روستایی در این روستاها بر اساس جایگاه مقاصد در چرخه تکاملی آنان به عمل آید. از جمله راهکارهای پیشنهادی برای تکمیل و حرکت پایدار در راستای تکامل مراحل چرخه حیات در روستاهای مورد مطالعه میتوان به موارد زیر اشاره نمود:

- ایجاد و گسترش و توزیع امکانات استراحتگاهی (سکوها، آلاچیق و سایبان، رستوران...) و همچنین ایجاد مراکز خدماتی (قهوه خانه های سنتی و ...).

- شناسایی دقیق وضعیت گردشگران (مانند مدت اقامت، اهداف سفر، زمان بازدید و شناسایی نیاز گردشگران و...)
 - برگزاری طرح ها و همایش هایی جهت آموزش جامعه محلی و ارتقا سطح دانش عمومی مردم بومی منطقه در رابطه با مزیت های گردشگری و تبادلات فرهنگی با گردشگران.
 - اجرای طرح های مشارکتی (همایش، اردو، مسابقات، مراسمات محلی و ...) بین اداره ها و نهاد های مختلف از جمله میراث فرهنگی و گردشگری، محیط زیست، جهاد کشاورزی و ...
- مهم ترین راهبردهای تحول در روستاهای مورد مطالعه (سوال سوم پژوهش) به شرح جدول زیر خواهند بود.

جدول ۷. راهبردهای کلی تکامل چرخه حیات گردشگری پایدار در روستاهای مورد مطالعه بر اساس رویکرد

تلفیقی آلن-باتلر

ردیف	وضعیت در TALK	روستاها	راهبردها
۱	تثبیت / بلوغ	بلبر پالنگان	<ul style="list-style-type: none"> • کاهش ظرفیت باراکولوژیک • به روز کردن نظام خدمات رسان مطابق استانداردهای منطقه و جهانی • آموزش گردشگران در حوزه های زیست محیطی و فرهنگی
۲	توسعه	سبدلو شوی نگل دزلی نی	<ul style="list-style-type: none"> • تکمیل زیرساخت های اقامتی، پذیرایی، رفاهی و تفریحی • ایجاد و توسعه نظام حسابداری گردشگری در مراکز گردشگری • گسترش جذب سرمایه های بخش خصوصی • توسعه صنایع محلی و کالاهای بومی • افزایش تنوع در خدمات ارائه شده به گردشگران • ارتقای سطح کیفی خدمات ارائه شده به گردشگران • آموزش حفاظت از محیط زیست به جامعه محلی • آموزش جامعه محلی در زمینه های مکانیزم ها و روش های خدمات رسانی به گردشگران
۳	مداخله / درگیری	هفتاش مجسه قمچقای دولاو نران میانه سلین پارسانیان کانی سانان	<ul style="list-style-type: none"> • درگیر کردن ذینفعان محلی • ایجاد و توسعه زیرساخت های خدمات و رفاهی • توسعه سازمانهای مردم نهاد • توسعه جاذبه های گردشگری پذیر • شناسایی سرمایه گذاران بخش خصوصی • تکمیل زیرساخت های اقامتی و تفریحی • گسترش نظام تبلیغات و اطلاع رسانی به منظور معرفی ظرفیت ها و فرصت های گردشگری
۴	اکتشاف	نوره مولان آباد پنگیجه	<ul style="list-style-type: none"> • آموزش جامعه محلی • توسعه خدمات زیربنایی • شناسایی جاذبه های گردشگری پذیر • شناسایی زیرساخت های سرمایه گذاری

مأخذ: نگارندگان

منابع و ماخذ:

- (۱) ابراهیم پور، احد ۱۳۹۹ الگوریتم پیشنهادی برای تشخیص جایگاه مقصد گردشگری در چرخه حیات، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۳۵، صص ۱۷-۳۵
- (۲) اردکانی، سعید ۱۳۸۲ کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت، تحمل پذیری در توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۲، صص ۶۷-۹۴.
- (۳) جاودان، مجتبی ۱۳۹۸ تحلیلی بر چرخه حیات اجتماعی در مقصدهای گردشگری فرهنگی مورد مطالعه: شهر ماسوله، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۲، صص ۳۲-۵۹
- (۴) دلشاد، علی ۱۳۹۱، مدل سازی مقصد تفرجگاهی کلاردشت با استفاده از الگوی طیف توسعه تفرجگاه (ROS)، مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران، تهران.
- (۵) شعبانی فرد، محمد، پوراحمد، احمد، حسینی، علی، رشیدی، مصطفی ۱۳۸۸ بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدل سازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی-نمونه موردی: منطقه ۱۲ تهران، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره ۱۴، صص ۲۲-۴
- (۶) زرغام بروجنی، حمید، دلشاد، علی ۱۳۹۰ ارائه الگوی مناسب توسعه گردشگری در کلاردشت، مجله علمی و ژوهشی گردشگری و توسعه، شماره اول، صص ۱۷۲-۱۴۴.
- (۷) زرغام بروجنی، حمید، نیک بین، مهنا ۱۳۹۱، سنجش پایداری توسعه گردشگری در جزیره کیش، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی، شماره دوم، صص ۱۴۰-۱۶۵
- (۸) ضیایی، محمود، حسن پور، محمود ۱۳۹۲ تدوین حوزه های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از تطبیق تئوریک و کاربردی مدل چرخه حیات مقصد و شاخص رنجش داکسی (موردشناسی: مصر، فرحزاد، محمدآباد کوره گز، ابوزیدآباد، بندریگ و عشین، ریگ جن، جندق) ، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری منطقه ای، شماره ۹، صص ۲۸-۱۵
- (۹) ضیایی، محمود و صالحی نسب، زهرا ۱۳۸۷ گونه شناسی گردشگران خانه های دوم و بررسی اثرات کالبدی آنها بر نواحی روستایی (مطالعه موردی: رودبار قصران)، فصلنامه پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶ صص ۸۴-۷۱
- (۱۰) غازی، ایران ۱۳۷۹، نگرشی تحلیلی بر مدل تکامل فضایی در برنامه ریزی توسعه گردشگری، پاییز و زمستان ۱۳۷۹ - شماره ۲۲، صص ۴۱-۵۴
- (۱۱) فرهنگی، ع، محب علی، ۱۳۷۹، مدیریت بازار (مدیریت بازاریابی)، شماره ۴، نشر امیرکبیر، صص ۳۸۲
- (۱۲) کیانی سلمی، صدیقه ۱۳۹۶، ارزیابی فرایند توسعه گردشگری بر اساس مدل چرخه حیات مقصد نمونه موردی (شهرستان بویراحمد)، فصلنامه فضای گردشگری، شماره ۲۲، صص ۴۰
- (۱۳) لومسدن، ل ۱۳۹۶، بازاریابی گردشگری، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، شماره ۴، ناشر دفتر پژوهش های فرهنگی، صص ۴۰۸
- (۱۴) مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵، نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن، کردستان.

- ۱۵) مهدوی، داوود ۱۳۹۳، ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی ایران با تاکید بر پارادایم توسعه گردشگری، دانشگاه تربیت مدرس تهران، شماره ۱۴، صص ۱-۳۹
- ۱۶) مهدوی، داوود، رکن الدین افتخاری، سجاسی قیداری (۱۳۹۳)، ارزیابی فرایند توسعه گردشگری روستاهای تاریخی- فرهنگی با استفاده از مدل چرخه حیات گردشگری مقصد، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱ صص ۱۱-۳۲
- ۱۷) یاری حصار، ارسطو (۱۳۹۰)، سنجش و ارزیابی پایداری روستاهای حوزه کلانشهری؛ مطالعه موردی: کلانشهر تهران، دانشگاه تهران، فصلنامه پژوهش های روستایی، شماره ۸، صص ۸۹-۱۲
- ۱۸) یاری حصار، ارسطو، حیدری ساربان (۱۳۹۴) سنجش و ارزیابی چرخه حیات گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: بررسی تطبیقی روستاهای واقع در محورهای گردشگری استانهای تهران و البرز) مجله پژوهش برنامه ریزی روستایی شماره ۲۴، صص ۲۲-۶۹
- 19) Alvares, Daniela, Lourenco, Julia 2005, "Life Cycle Modeling for Tourism Area", Guimaraes, Portugal, University of Minho(56):45-76
- 20) Anagnostopoulou, K., Arapis, T., Bouchy, I. and Micha, I. 1996 Tourism and the Structural Funds - The Case for Environmental Integration. Athens: RSPB.
- 21) Andriotis, K. (1997). Strategies on resort areas and their life cycle stages. *Tourism Review*. 56(1/2): 40-43
- 22) Andriotis, K. (2001). Strategies on resort areas and their life cycle stages. *Tourism Review*. 56(1/2): 40-43.
- 23) Blances, f. Gonzelez, M. Lozano-oyola, M. Perez, F. 2010 The assessment of sustainable tourism: application to Spanish coastal destinations. 23: 39-70
- 24) Bulter, R. W 2001 The concept of a Tourist Area Cycle of evolution: implication for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24 (1), 5-16.
- 25) Butler, R. W. 2001 The Resort Cycle, Two Decades On Tourism in the 21th century, lessons from experience conference, UK, London: Continuum Publishing, : 264-299
- 26) Butler, R. W 1980 The concept of a Tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. 56:50-73
- 27) Gets, D. and cheyne, J 2002 Special event motives and behaviors In C Ryand (ed), the tourism Experience: A new Introduction, 2nd edn London Continuum Books.
- 28) Gilbert, E 1939. The Growth of Island and seaside Health Resorts In England *Scotish Geographical Magazine* 55, 16-32
- 29) Grace K.S. Ho, McKercher, B. (2015). Destination Marketing, routledge, 1st edition 65, 20-42

- 30) Greiner, R., Mayocchi, C., Larson, S., Stoeckl, N. and Schweigert, R. (2004). Benefits and costs of tourism for remote communities - Case study for the Carpentaria Shire in north-west Queensland, CSIRO Sustainable Ecosystems: Townsville and Tropical Savannas, CRC: Darwin. Canadian Geographer, XXIV(1), 5-16
- 31) Hall, P. 2002 Can cities be sustainable?, World Bank, Washington, September 5, 10-22
- 32) Johnston, C.S. (2001). Shoring the foundations of the destination life cycle model, part 1: Ontological and epistemological considerations. Tourism Geographies. 3(1), pp. 2- 28.
- 33) Luis, Garary .(2001) Universitat obert de catalunya spain. Gemma ca novel Universitat Auto noma Barcelona, spain. Life cycles , stage and tourism history , The catalonia 10-6
- 34) McKercher, B. (2015). Destinations as Products? A Reflection on Butler's Life cycle, Tourism Recreation Research, Volume 30, 2005 - Issue 3
- 35) Moore, W. and Whitehall, P. (2005). The Tourism Area Lifecycle and Regime Switching Model, Central Bank of Barbados, Barbados, Journal of Annals of Tourism Research, 32(1): 112-126.
- 36) Moore, Winston, Whitehall, Peter (2005); "The Tourism Area Lifecycle and Regime Switching Model, Central Bank of Barbados, Barbados", Annals of Tourism Research, Vol, 32, No. 1, pp: 112-126.
- 37) Prideaux, B. 2000 The resort development spectrum – a new approach to modelling resort development. Tourism Management. 21(3), pp.225-240.
- 38) Prideaux, Bruce 2004; "The Resort Development Spectrum: The Case of the Gold Coast. Australia", Tourism Geographies, 6: 1, pp: 26-58.
- 39) Russo, A and Perrini, F. (2010) Inversiting Stakeholder theory and social capital; CSR in large firms and smes, journal of Business ethics, 91(2), 207-221
- 40) Svend, Lundtorp & Stephen, Wanhill. (2001), the resort life cycle theory, Generating Processes and Estimation, Annals of Tourism Research, Vol. 28, No. 4, pp. 947–964.
- 41) Swarbrooke, J. (1999) Sustainable Tourism Management , Cabi publication Kondon UK; 256-276.

ارزیابی و تحلیل مولفه های تاثیر گذار در فضاهای بی دفاع شهری (مطالعه موردی منطقه یک شهر تبریز)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۱۶ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

لاچین پهلوان^{*۱} سعیده فیضی^۲ نگار پهلوان^۳

- ۱- استادیار گروه معماری، واحد آذرشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آذرشهر، ایران
- ۲- استادیار گروه معماری و شهرسازی، واحد آذرشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آذرشهر، ایران
- ۳- دانشجوی دکتری تخصصی گروه شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

چکیده:

فضای شهری بستر زندگی و فعالیت شهروندان به شمار می‌رود و با عطف به خصوصیات افراد و گروه‌های سنی، اجتماعی و جنسی، می‌بایست قادر باشد محیط امن، سالم، پایدار و جذابی مهیا سازد و به شیوه مناسبی به نیازهای گوناگون تمام اقشار جامعه پاسخ دهد. در پژوهش حاضر به تحلیل مولفه های تاثیر گذار در فضاهای بی دفاع در سطح محلات منطقه یک شهرداری تبریز پرداخته شد.

روش تحقیق: ابتدا با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای مولفه‌ها، ابعاد و زمینه‌های موثر در فضاهای بی دفاع تحلیل شدند. ۱۲ مولفه مورد بررسی در ۳ گروه دسته‌بندی شد و تاثیر این مولفه‌ها به تفکیک مورد بررسی قرار گرفت. همچنین با استفاده از تحلیل واریانس یک طرفه، ۱۳ محله منطقه یک شهر تبریز با یکدیگر مقایسه شدند. همچنین رتبه‌بندی محلات منطقه یک شهر تبریز با استفاده از مدل ویکور انجام شد. نتایج حاصله نشان داد که در میان ۳ معیار مورد بررسی (کالبدی، محیطی و اقتصادی- اجتماعی)، مولفه‌های کالبدی- محیطی مهم‌ترین تاثیر را در شکل‌گیری فضاهای بی دفاع در این محلات داشته است. بعضی محلات از نظر فضاهای بی دفاع از نوع فضای گم، کنج‌ها، نبود روشنایی، سطوح L شکل و U شکل کوچه و خیابان و زیرگذرها و پل‌ها اختلاف معنی‌داری با یکدیگر نشان دادند.

واژه های کلیدی: فضاهای بی دفاع شهری، امنیت، بهسازی کالبدی، ساماندهی شهری

مقدمه:

فضاهای شهری براساس قابلیت دفاع و ایجاد محیطی امن برای شهروندان به دو گروه فضاهای قابل دفاع و فضاهای بی‌دفاع طبقه‌بندی می‌گردند. فضاهای بی‌دفاع فضاهایی محسوب می‌شوند که امکان حادث شدن آسیب اجتماعی در آنها بیشتر از فضاهای دیگر می‌باشد یا فضاهایی به شمار می‌روند که از جنبه‌های حفاظتی مرده ولی از نظر حادث شدن مسائل نابهنجار فضایی فعال و زنده می‌باشند. این فضاها معلول حوادث و رخدادهایی می‌باشند که در سطح شهر بروز می‌دهند زیرا به دلیل بزرگ شدن یا بزرگ بودن شهر و عدم نظارت کافی و مطلوب فیزیکی و اجتماعی فضاهایی خلق می‌شوند که فعالیت‌های غیرمجاز و متضاد با هنجارهای جامعه در آن مراکز اتفاق می‌افتد و اثرات نامطلوبی و مخربی بر بدنه‌ی جامعه می‌گذارد و منجر به بروز انواع جرم‌ها و خشونت‌ها می‌گردند (راپوپورت، ۱۳۸۴: ۵۸). به بیان دیگر، فضاهای بی‌دفاع شهری مکان‌هایی در شهرها به شمار می‌آیند که با توجه به خصوصیات فیزیکی در مقایسه با سایر مناطق شهری محل‌های مناسب‌تری جهت رخداد جرایم می‌باشند. این فضاها عموماً به کسی متعلق نیست و اگر دارای مالکی باشد از آنها محافظت نمی‌کند. شماری از این فضاها از دید عموم مردم پنهان هستند به گونه‌ای که آنها به عنوان فضاهای دنج و امن جهت رفتارهای انحرافی و نابهنجار مد نظر قرار می‌گیرند. فضاهای باقی‌مانده پیرامون ساختمان‌های بلند، گوشه‌ها و کنج‌های متروک، پارکینگ و اراضی موجود در بخش‌های حاشیه‌ای جاده به ندرت مورد استفاده قرار می‌گیرند (دریابری^۱، ۲۰۱۴: ۳۲۷) مشخصه‌های فضاهای بی‌دفاع شهری شامل این موارد می‌باشند: فقدان برخورداری از روشنایی و نور کافی و مطلوب در ساعت‌های مختلف، در معرض تخریب واقع شدن فضا، رها و متروک شدن فضا، فقدان رؤیت بصری از فضاهای پیرامون، شلوغ بودن فضا در ساعت‌های خاص، فضایی بی‌نظم از جنبه فیزیکی و فعالیت‌های جاری، دارای کنج و گوشه، تنگ و باریک، پرت و منزوی، داشتن توالی و امتداد و نیز داشتن تراکم ساختمانی. به طور خلاصه، مشخصه اساسی فضاهای بی‌دفاع شهری نبود یا کاهش عنصر نظارت اجتماعی محسوب می‌گردد و در آنها رفت و آمد اندک است (قلیچ و عماری، ۱۳۹۱: ۳۳).

با توجه به موارد فوق‌الذکر می‌توان نتیجه گرفت که ساختار فیزیکی فضا یا به تعبیری دیگر فرم فضا در نحوه‌ی شکل‌گیری یک فضای بی‌دفاع، نقشی انکارناپذیر برعهده دارد و بنابراین توجه به کیفیت‌های فرم فضا اهمیت قابل‌توجهی پیدا می‌کند (عزیزی و شعبان‌جولا، ۱۳۹۳: ۷۹۵). ضعف نظارت و حس تعلق خاطر به فضاهای بی‌دفاع جزو مهم‌ترین مشخصه‌های اجتماعی این فضاها به شمار می‌آید (یوسفی و جوهری، ۱۳۹۳: ۱۳۱). ترس و ناامنی ناشی از فضاهای بی‌دفاع که در فضاهای شهری ایجاد می‌شوند را می‌توان به‌واسطه طراحی مطلوب و مناسب و کاربری کارآمد از فضا و محیط ساخته‌شده که منجر به کاهش فرصت‌های مجرمانه، کاهش ترس و ناامنی و ارتقاء کیفیت زندگی می‌گردد، تا حد زیادی کاهش داد (یوسفی و جوهری، ۱۳۹۳: ۱۳۲). می‌توان بیان داشت در پیشگیری از حادث شدن تعداد زیادی از جرائم، فضاهای شهری و کیفیت محیط می‌تواند فاکتور موثر و تعیین‌کننده محسوب شود. بررسی و تعمق در گزارش جرم‌ها بیانگر این است که فضاهای بی‌دفاع در

¹ -Daryabari

رخداد جرم‌های سنگین، به‌خصوص جرم‌های پیوسته، یکی از اساسی‌ترین فاکتورها به شمار می‌رود. همچنین، فضاهای بی‌دفاع فاکتور بسیار مهم و اثرگذاری در پایین آوردن کیفیت زندگی محسوب می‌شوند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳). کوشش در جستجوی راهکارهای تاثیرگذار در کاهش فضاهای ناامن و بی‌دفاع شهری به دلیل نقش مهمی که اینگونه فضاها می‌توانند در جامعه و در ایجاد امنیت ایفا کنند مبدل به مسئله‌ای جدی و قابل بحث گردیده است (آقابالو و همکاران، ۱۳۹۳: ۱). بنابراین، شناسایی پهنه‌های جرم‌زا و فضاهای بی‌دفاع و اثر کالبد و بافت فیزیکی محیط در نامنی محل می‌تواند مهم‌ترین فاکتور در تشخیص و بازشناسی آسیب‌های اجتماعی در محله مطالعاتی به شمار آید. در پژوهش حاضر منطقه یک شهرداری تبریز از نظر توزیع جغرافیایی فضاهای بی‌دفاع و عوامل موثر در شکل‌گیری این فضاها مورد بررسی قرار می‌گیرد. منطقه یک شهرداری تبریز از لحاظ موقعیت جغرافیایی از شمال به اتوبان پاسداران و از جنوب به خیابان امام خمینی و هفده شهریور و از شرق به خیابان آبرسان و رجائی و از غرب به خیابان فلسطین محدود می‌گردد، البته منطقه بازار مرکز این منطقه جزو شهرداری منطقه هشت می‌باشد. این منطقه با جمعیتی معادل ۲۱۱۳۰۲ نفر و مساحتی حدود ۱۵۴۷ هکتار دارای تراکم ناخالص جمعیتی حدود ۱۳۷ نفر در هکتار است. همچنین، این منطقه دربرگیرنده ۵۵۲/۴ هکتار کاربری مسکونی بوده و بدین واسطه دارای تراکم خالص جمعیتی معادل ۳۸۳ نفر در هکتار می‌باشد. شناخت ابعاد و زمینه‌های موثر در فضاهای بی‌دفاع شهری می‌تواند یکی از موثرترین و مهم‌ترین عوامل بازدارنده جرائم و آسیب‌های اجتماعی در این منطقه به شمار آید. با طراحی مطلوب و کاربری مؤثر محیط از ارتکاب جرم پیشگیری نموده و علاوه بر ارتقا کیفیت زندگی بر ترس ناشی از جرم نیز می‌توان غلبه یافت (کروو، ۲۰۰۰: ۴۶)^۱

ضرورت انجام پژوهش:

احساس ایمنی و امنیت در فضاهای شهری از با اهمیت‌ترین شاخص‌های کیفیت فضا به شمار می‌رود و با وجود آنکه مساله امنیت در هر جامعه مساله‌ای بسیار پیچیده محسوب می‌شود و دارای ابعاد گوناگون و مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌باشد همچنین باید بر جمعیت، سن و طبقه، به نیازهای ملموس و محسوس شهروندان نیز توجه داشت (تبریزی و مدنی پور، ۲۰۰۶: ۹۳۵)^۲. ولی در تامین این ضرورت نباید از نقش و اثرگذاری فاکتورهای محیطی غافل گردید.

در حال حاضر، با رشد و توسعه شهرنشینی و افزایش رفتارهای ناهنجار شهری به‌خصوص جرایم، مقوله پیشگیری محیطی جرائم به‌واسطه برنامه‌ریزی و طراحی محیطی اهمیت شایان توجهی پیدا نموده است. فضاهای قابل دفاع و امن به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم کیفیت زندگی مطرح گردیده است. توجه به امنیت شهری به عنوان بستر اصلی برای برقراری ارتباطات اجتماعی و عرضه خدمات عمومی و در نتیجه ایجاد شهری پایدار و سالم، مورد پذیرش کلیه نظریه‌پردازان شهری می‌باشد. بدیهی می‌باشد که بدون توجه به این فاکتور شرایط و زمینه‌های توسعه پایدار و مطلوب

^۱- Crow

^۲- tabrizi

شهری را نمی‌توان مهیا نمود (آهنگر سریزدی، ۱۳۹۴: ۱۸). توجه به مقوله‌ی امنیت از بعد غیر انتظامی، موضوع نوینی به شمار می‌رود و طبیعتاً کمبود پژوهش‌ها و مطالعات در این خصوص امری بدیهی می‌باشد. در راستای حذف یا حداقل کاهش فضاهای بی‌دفاع شهری، شناسایی و تشخیص مناطق جرم خیز و ناامن (غیر قابل دفاع) و دلایل ایجاد این فضاها در سطح شهر از اولین و ضروری‌ترین اقدامات محسوب می‌گردد. پراکنش فضاهای ایمن بیشتر در نزدیکی معابر اصلی و خیابان‌هایی واقع شده که بیشترین میزان روشنایی را در شب دارا می‌باشد. (شجاعیان و رحیم‌پور، ۱۳۹۶)

پس از آن امکان مبارزه با این عوامل و پاکسازی شرایط کالبدی، اجتماعی و فرهنگی میسر می‌شود. با استفاده از نتایج این تحقیق می‌توان پراکندگی مکانی فضاهای بی‌دفاع شهری در محدوده منطقه یک شهرداری تبریز را ارزیابی کرد و به شناسایی و تشخیص دلایل اصلی شکل‌گیری این فضاها پرداخت. آنگاه می‌توان از شکل‌گیری فضاهای ناامن در آینده پیشگیری کرد و یا نواحی را که در آینده امکان ناامنی آنها بالا می‌باشد را شناسایی و کنترل نمود. از آنجا که الگوهای مکانی پراکندگی بزهکاری متأثر از نوع کاربری اراضی و خصوصیات کالبدی و یا جمعیتی است و این فاکتورها در ایجاد مکان‌های ناامن و غیرقابل دفاع موثر می‌باشند لذا یکی دیگر از جنبه‌های اهمیت این پژوهش در این است که به کمک آن می‌توان نسبت به تغییر این شرایط و ویژگی‌ها، احیاء و بازطراحی فضاها اقدام کرد و از طرفی برخی محدودیت‌ها و شرایط بازدارنده جهت ارتکاب جرم و بزهکاری را ایجاد نمود و بدین طریق ضمن ارتقاء سطح امنیت اجتماعی، در استفاده از امکانات و منابع صرفه‌جویی می‌گردد و جامعه نیز با سهولت بیشتری راه سلامت را طی خواهد نمود.

اهداف پژوهش:

- شناخت پراکنش جغرافیایی فضاهای بی‌دفاع در منطقه مورد مطالعه
- شناخت مهم‌ترین عوامل موثر در شکل‌گیری فضاهای بی‌دفاع در منطقه مطالعاتی
- رتبه‌بندی و پهنه‌بندی منطقه مورد مطالعه براساس شاخص‌های فضاهای بی‌دفاع شهری

پیشینه تحقیق:

از دهه ۱۹۶۰ ارزیابی عوامل تاثیرگذار بر امنیت و جرم در فضاهای شهری توجه محققان حوزه‌های علوم اجتماعی، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و شهرسازی را به خود جلب نموده است. محققان علوم اجتماعی بیشتر تلاش می‌کنند اثرگذاری فاکتورهای اجتماعی و روانشناختی جرم و جنایت و امنیت در فضاهای شهری را مورد مطالعه و تحلیل قرار دهند. در مقابل، محققان جغرافیا و شهرسازی در تلاش هستند تا تأثیر فاکتورهای کالبدی و محیطی و نقشی که فضاهای بی‌دفاع بر جرم و احتمال رخداد آن دارند را مورد مطالعه قرار دهند.

نیومن^۱ (۱۹۷۲) در کتاب «فضاهای قابل دفاع» به چارچوب کالبدی و محیطی یک محله مطلوب و امن، که در آن ساکنان بتوانند محیط پیرامون خانه‌های خود که شامل خیابان‌ها و فضاهای

^۱ - Newman

باز پیرامون ساختمان‌ها و همچنین فضاهای داخلی از قبیل لابی، راهروها و پله‌ها هستند را به سهولت مورد نظارت قرار داده، تمرکز نموده و فاکتورهای محدودکننده محیطی را مورد اشاره قرار می‌دهد. (کروو، ۲۰۰: ۴۶)

مری^۱ (۱۹۸۱) در تحقیقی با عنوان فضاهای قابل دفاع بی‌دفاع^۲، به بررسی رابطه‌ی جرم و فضاها پرداخته است. فضاهای پرت و دور افتاده‌ی دور از دید، فضاهای تنگ و باریک، راهروهای کم نور بین ساختمان‌ها، شکاف‌های موجود که امکان برداشتن چیزی را می‌دهد، پیاده‌روهای در امتداد خیابان که با ستون‌های بتونی و فرو رفتگی‌های ممتد در هم ریخته و بی‌نظم بود که نیمی از جرائم رخ داده را به خود اختصاص داده بودند.

بیلر^۳ (۲۰۱۱) در تحقیقی به ارزیابی و سنجش امنیت در فضاهای عمومی شهر برلین پرداخته است. از شاخص‌های مورد استفاده در این تحقیق می‌توان به علائم، مالکیت، استراحتگاه، روشنایی، تزئینات بصری و هنری، دسترسی دوربین‌های امنیتی و غیره اشاره کرد.

تیلور^۴ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «جرائم و مکان مقیاس کوچک در لندن» چهار گزاره زیر را در شکل‌گیری کانون‌های جرم‌خیز در لندن مؤثر دانسته است: الف: وجود امکانات و تسهیلات مناسب بزهکاری ب: ویژگی مکانی و عدم مدیریت اصولی. ج: وجود اموال یا اشیایی که مطلوب بزهکاران است. د: تعداد بیشتر بزهکاران

هیلر^۵ (۲۰۱۴) معتقد است، که الگوهای حرکت توسط فضاهای خصوصی شده، با مردمی که در این فضاها حضور دارند، به وسیله ایمنی استفاده‌کنندگان از این فضاهای شهری افزایش پیدا می‌کند. وی با طرح عنوان «میزان توانایی مکان‌ها و فضاهای شهری در جلب مشارکت‌های شهروندان»، عنوان می‌کند که بین میزان ارتکاب جرائم اجتماعی و بزهکاری در گروه‌های مختلف سنی و نسلی و ایمنی ایجاد شده بر اثر تعامل مطلوب شهروندان ارتباط مستقیم وجود دارد.

سوهن^۶ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «جرایم مسکونی و محیط ساخته‌شده محله؛ بررسی اثربخشی پیشگیری از جرم از طریق طراحی محیطی (سی پی تی ای دی)^۷ به این نتیجه رسیده است که تعداد طبقه ساختمان، تراکم در ایستگاه اتوبوس، تراکم خیابان، تراکم تقاطع‌ها، متوسط درآمد خانوار در محله و فاصله محله از نزدیک‌ترین ایستگاه پلیس به‌طور قابل توجهی با جرم و جنایت‌های خیابانی مرتبط می‌باشد.

¹ - Merry

² - defensible space undefensible

³ - Beeler

⁴ - Taylor

⁵ - Hiller

⁶ - Sohn

⁷ -CPTED

ها^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله‌ای به مقایسه فضاهای قابل‌دفاع در مسکن‌های متناسب با رویکرد (سی پی تی ای دی) و مسکن‌های بدون رعایت اصول رویکرد (سی پی تی ای دی) پرداخته‌اند.

محسنی تبریزی و همکاران (۱۳۹۰) رابطه فضاهای بی‌دفاع شهری و خشونت را در شهر تهران بررسی کردند. در این پژوهش فضاهای مورد مطالعه بر اساس نوع خشونت و با توجه به اهداف تحقیق و امکان دسترسی و محدودیت زمانی و مالی ۱۲ فضای شهری عمومی از میان ۱۰۸ فضای شهری عمومی آلوده یا جرم خیز تهران هستند، عدم پیوند ارتباطی با فضاهای نمایان، وجود نقاط فرو رفته و یا برآمده، داشتن مرز و محدوده مشخص و کم بودن ساختمان‌ها نیز از ویژگی‌های تفکیک‌کننده فضاهای دارای نزاع و درگیری از دیگر فضاها هستند. توالی و امتداد نیز از ویژگی‌های متمایزکننده فضاهای دارای مزاحمت از دیگر فضاها هستند.

محسنی و همکاران (۱۳۹۵) به تبیین جامعه‌شناختی رابطه بین فضاهای بی‌دفاع شهری با خشونت‌های شهری در شهر تهران پرداختند. هدف اصلی این پژوهش، «سنجش رابطه‌ی بین فضاهای بی‌دفاع با خشونت‌های شهری» است.

شجاعیان و رحیم‌پور (۱۳۹۶) رابطه کانون‌های وقوع جرم و فضاهای بی‌دفاع را بررسی کردند. هدف از این پژوهش شناسایی فضاهای بی‌دفاع و جرم‌خیز در محله‌های پردیس شهر اهواز با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی موردی و پیمایشی و تهیه نقشه شاخص‌های مورد مطالعه (میزان روشنایی، نوع کاربری، میزان و موقعیت جرائم، فاصله از معابر اصلی) در محیط آرک جی ای اس^۲ می‌باشد طالب‌پور (۱۳۹۶) در پژوهشی به مطالعه‌ی ویژگی‌های فضاهای شهری و نقش آن در احساس امنیت شهروندان با استفاده از نظریات گوناگون جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و طراحی شهری پرداخته است.

علیزاده و عنبری (۱۳۹۶) نقش فضاهای بی‌دفاع شهری در وقوع جرم را در پارک‌های منطقه ۹ مشهد بررسی کردند.

فرهادی خواه و همکاران (۱۳۹۷) به ارزیابی فضاهای بی‌دفاع شهری محله هرنندی تهران با استفاده از مدل سافتی آیدیت^۳ پرداختند.

ویژگی‌های فضاهای بی‌دفاع شهری:

فضاهای بی‌دفاع شهری حامل مفاهیم و نمادهای ویژه خود می‌باشند و بدین ترتیب می‌توانند اثرات قابل‌توجهی بر تفسیر افراد از موقعیت خود و واکنش نسبت به آن موقعیت‌ها بگذارند. به عنوان نمونه مکان‌های عمومی از قبیل پارک‌ها می‌توانند در ساعت‌های مختلف به عنوان فضای بی‌دفاع به کار گرفته شوند؛ زیرا مردم غالباً مبتنی بر درک و شناخت نشانه‌های محیطی رفتار می‌کنند. این امر بر اساس مشاهداتی می‌باشد که همان افراد در محیط‌های کاملاً متفاوت رفتار می‌کنند. زیرا محیط با

¹ - Ha

² - ArcGIS

³ - Safety audit

فراهم نمودن اشارات بر رفتار اثرگذار می‌باشد و افراد با ویژگی‌های شخصی خویش موقعیت‌های اجتماعی را تفسیر و مورد قضاوت قرار می‌دهند و بر اساس آن رفتار می‌نمایند. به تعبیر دیگر، موقعیت اجتماعی منتج از تاثیر محیط، بر رفتار افراد اثرگذار است (قلیچ و عماری، ۱۳۹۴: ۴۸). مشخصه اساسی فضاهای بی‌دفاع شهری نبود یا کاهش امکان نظارت و کنترل اجتماعی و برقراری امنیت برای بروز انواع آسیب‌های اجتماعی و جرایم می‌باشد. خصیصه عمده این فضاها نبود مولفه نظارت و کنترل اجتماعی محسوب می‌شود و در آن‌ها رفت و آمد اندک می‌باشد. فضاهای بی‌دفاع از کژکارکردهایی برخوردار می‌باشند که چند مورد از کم‌ضررترین تا پرضررترین آن‌ها را می‌توان بدین شرح برشمرد: حاشیه‌نشینی، کارتن‌خوابی، انباشت زباله، تکدی‌گری، مکان تجمع ولگردان، انواع سرقت‌ها و آدم‌کشی (قلیچ و عماری، ۱۳۹۴: ۴۷). ضعف کنترل و نظارت و تعلق خاطر به فضاهای بی‌دفاع از اساسی‌ترین خصوصیات اجتماعی این فضاها به شمار می‌رود (یوسفی و جوهری، ۱۳۹۳: ۱۳۱).

علاوه بر موارد فوق‌الذکر، فضاهای بی‌دفاع دارای اثرات اجتماعی دیگری نیز می‌باشند که مهم‌ترین آن‌ها تقلیل امنیت اجتماعی و کاهش سلامت اجتماعی می‌باشد که این خود ناشی از آسیب‌های زیر می‌باشد:

- شیوع و گسترش آسیب‌های اجتماعی
 - بروز و شیوع طیف متنوعی از جرم‌ها
 - تقلیل اثرگذاری برنامه‌های اجرایی کاهش آسیب‌ها (قلیچ و عماری، ۱۳۹۳: ۴۸).
- در ادامه چند مورد از مهم‌ترین خصوصیات فضاهای بی‌دفاع شهری نام برده می‌شود:
- خصوصیات نظیر کمبود و فقدان نور، ساختمان‌های مخروبه و متروکه، ساختمان‌های نیمه‌کاره، مشاهده بصری محدود و عدم نمایش بصری، بی‌نظمی فیزیکی، (وجود محل‌هایی با قابلیت) دام افتادن، فرصت محدود جهت نظارت و کنترل، وجود گوشه و کنار و کنج، پیچ و خم، مکان‌های محصور مجاور با فضاهای غیر قابل مشاهده، تراکم ساختمانی، کمبود ساختمان، فقدان مرزها و محدوده‌های قابل اندازه‌گیری را می‌توان به‌عنوان خصوصیات فیزیکی فضاهای بی‌دفاع به حساب آورد.

- مهم‌ترین مشخصه‌های اجتماعی فضاهای بی‌دفاع بدین شرح‌اند: عدم استفاده یا عدم استفاده‌ی مداوم، آرام و خلوت بودن، ازدحام بیش از حد، تراکم، فقدان حضور انسان، فقدان حضور مسئول کنترل و نظارت (نیروی حفاظتی) بی‌نظمی و آشفتگی در فعالیت‌ها، کاهش کنترل و نظارت توسط مردم، فقدان ارتباط بین فضا و مردم، و فقدان وجود این ارتباط در ساعت‌های خاص و نیز تراکم فعالیت‌ها.

- مهم‌ترین مشخصه‌های فیزیکی - اجتماعی فضاهای بی‌دفاع را می‌توان بدین شرح برشمرد: فضاهای متروک و رهاشده، نبود علائم و نشانه‌های شناسایی، هویت و تعریف ضعیف و نارسا، فقدان نور و روشنایی، فقدان معنی‌دار بودن منظره یا ضعف در این منظره، ساختار پیچیده و درهم، تنوع فعالیت‌ها، تناسب ضعیف و نارسا یا عدم وجود تناسب، باریک و تنگ بودن، نبود تفکیک فضاهای

عمومی و خصوصی، ارتباط ضعیف ساختمان‌ها با خیابان یا با سایر فضاهای باز (دریابری، ۲۰۱۴: ۳۲۸)

هدف اساسی برنامه‌ریزی شهری فراهم نمودن شرایط مطلوب جهت رشد و توسعه جامعه و رفاه شهروندان می‌باشد؛ بنابراین هر گونه برنامه‌ریزی برای شهر بدون درک و شناخت خصوصیات انسانی و محیطی امکان‌پذیر نخواهد بود. در واقع، مبنای هر پژوهش شهری مطلوب، ارزیابی و شناخت مشخصه‌های طبیعی، انسانی و کالبدی آن شهر محسوب می‌شود. بدین ترتیب جهت بررسی می‌بایست تمامی مولفه‌ها و عناصر شهری به صورت نظام‌مند مورد ارزیابی واقع شوند. انجام تغییرات و دگرگونی در طراحی کالبدی محیط به ره‌اشدن یا آزادسازی رفتارهای پنهانی ساکنین منجر می‌شود و آنها را تشویق می‌نماید تا جهت حفظ آزادی و اموال خود تمهیدات و تدابیری رفتاری را اتخاذ کنند که این فعالیت‌های رفتاری مانع اساسی در برابر ناهنجاری‌های اجتماعی در محل به شمار آیند (علیمردانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸).

همگام با افزایش شدید جمعیت شهر تبریز، توسعه کالبدی آن نیز با سرعت بالایی اتفاق افتاده است؛ به طوری که وسعت شهر تبریز که در سال ۱۳۳۵ بالغ بر ۱۷۷۰ هکتار بود در سال ۱۳۵۵ به حدود ۴۵۸۰ هکتار و در سال ۱۳۶۵ به حدود ۱۴۰۰۰ هزار هکتار رسید. ارقام نشان می‌دهد که مساحت شهر تبریز بین سال‌های ۶۵-۱۳۳۵ قریب به هشت برابر افزایش پیدا نموده است و به‌ویژه شدت این رشد و توسعه به طور عمده بین سال‌های ۶۵-۱۳۵۵ صورت گرفته است، به گونه‌ای که مساحت شهر در طی این دوره زمانی از ۴۵۸۰ هکتار به ۱۴۰۰۰ هکتار بالغ شد. این رشد شتابان موجب گردیده تا علاوه بر ایجاد کوی‌ها و شهرک‌های جدید در پیرامون شهر، شماری از روستاهای حوزه نفوذ (همراه با اراضی کشاورزی و بایر همراه آنها) نیز با جذب جمعیت، در آن ادغام گردیده و جزو محدوده شهری به شمار آید. مطالعات بیانگر این است که در نتیجه رشد و توسعه کالبدی-فیزیکی شهر تبریز، زمین‌های زراعی حاصلخیز، باغات و به همین نحو تقریباً ۱۰ روستا در داخل بافت فیزیکی شهر جای گرفته و سرانجام با رشد فیزیکی شهر در آن ادغام شده‌اند؛ به عنوان مثال روستاهای بارنج در شرق، لاله، لواسان امامیه... در جنوب و جنوب غربی، قراملک در سمت غرب و ائل‌گلی (شاه‌گلی) در جنوب شرقی را می‌توان برشمرد و به آهستگی باسمنج نیز جذب تبریز می‌گردد (سازمان برنامه و بودجه استان آذربایجان شرقی، ۱۳۹۶).

روش پژوهش:

در پژوهش حاضر با توجه به شاخص‌های مورد استفاده در ارزیابی فضاهای بی‌دفاع منطقه یک شهرداری تبریز، پرسش‌نامه‌هایی تنظیم گردیده و در سطح محلات مختلف منطقه یک شهر توزیع شد. پس از اجرای فرایند پرسشگری، اطلاعات حاصله مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. به این ترتیب که در مورد هر فرضیه تحقیق، آزمون‌های تی تک نمونه‌ای^۱ و تحلیل واریانس یک‌طرفه

¹ - One sample T-test

(آنوا) مورد استفاده قرار گرفت. همچنین برای رتبه‌بندی محلات شهر تبریز از نظر فراوانی فضاهای بی‌دفاع شهری از روش ویکور استفاده به عمل آمد.

جامعه آماری پژوهش حاضر مشتمل بر جوانان و میانسالانی هستند که در سطح منطقه یک شهر تبریز سکونت دارند. کل جمعیت منطقه یک شهرداری تبریز مطابق داده‌های آماری موجود در سرشماری‌ها عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ برابر با ۲۱۸۶۴۷ نفر می‌باشد.

اندازه یا حجم نمونه بر این اساس در پژوهش حاضر به منظور دسترسی به جامعه آماری مربوطه از نمونه‌گیری سیستماتیک بهره گرفته شد که در آن انتخاب واحد نمونه‌گیری بر اساس تصادف مشخص می‌گردد.

نحوه جمع‌آوری داده‌ها: در این پژوهش تعداد ۱۳۱ پرسشنامه در سطح محلات منطقه یک شهرداری تبریز توزیع گردید. برای پاسخ‌گویی به سوالات طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای به کار بسته شد. در این پژوهش گزینه‌های پاسخنامه به صورت جداول ... می‌باشد.

روش تحلیل اطلاعات: در تحقیق حاضر، روش تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده مبتنی بر روش‌های آماری و توصیفی است. به منظور تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های تی‌تک نمونه‌ای و تحلیل واریانس و همچنین به منظور سطح‌بندی محلات از روش ویکور استفاده به عمل آمد.

بعد از گردآوری و طبقه‌بندی داده‌ها در این پژوهش، داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل شده است. ابتدا یافته‌هایی بر اساس آمار توصیفی ارائه شده و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است. در نهایت با استفاده از روش ویکور محلات منطقه یک شهرداری تبریز از نظر پراکندگی فضاهای بی‌دفاع شهری رتبه‌بندی می‌گردند.

بررسی ویژگی‌های توصیفی جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان

سطح تحصیلات: یافته‌های حاصل از پرسشنامه‌ها در جدول (۱) نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی از نظر سطح مدرک دانشگاهی را افراد با مدرک لیسانس با ۸۲ فراوانی تشکیل می‌دهند و کمترین فراوانی مربوط به مدرک دکتری می‌باشد.

جدول ۱. توزیع فراوانی سطح تحصیلات پاسخ‌گویان

شرح	فراوانی	درصد
سیکل	۲۷	۱۲/۳
دیپلم	۳۵	۱۵/۹
فوق دیپلم	۱۷	۷/۷
لیسانس	۸۲	۳۷/۳
فوق لیسانس	۵۵	۲۵
دکتری	۴	۱/۸
جمع	۲۲۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش نویسندگان

شغل: از آمار و ارقام جدول (۲) چنین استنباط می‌شود که از کل پاسخگویان، ۵۴/۱ درصد دارای شغل آزاد و ۲۱/۴ درصد دارای شغل دولتی و ۲۴/۵ درصد محصل و دانشجو می‌باشند. بیشترین فراوانی متعلق به مشاغل آزاد می‌باشد.

جدول ۲. توزیع فراوانی وضعیت شغلی پاسخ‌گویان

شرح	فراوانی	درصد
آزاد	۱۱۹	۵۴/۱
دولتی	۴۷	۲۱/۴
محصل	۵۴	۲۴/۵
جمع	۲۲۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش نویسندگان

تحلیل ابعاد و زمینه‌های موثر در فضاهای بی‌دفاع شهری در منطقه یک شهر تبریز:

آزمون‌های مقایسه میانگین به سه دسته تقسیم می‌شوند: تی تک نمونه‌ای، تی دو نمونه مستقل و آزمون تی زوجی. آزمون تی تک نمونه‌ای جزء آزمون‌های مقایسه میانگین به شمار می‌رود. در این پژوهش زمینه‌های موثر در فضاهای بی‌دفاع شهری در ۳ گروه دسته‌بندی گردید: معیارهای محیطی، کالبدی و اقتصادی-اجتماعی. تعداد مولفه‌های معیار محیطی ۴ مورد می‌باشد که عبارتند از: وجود بن‌بست‌ها، ساختمان‌های نیمه تمام و متروک، معابر کم عرض و عدم نمایانی فضا. مولفه‌های معیار کالبدی نیز شامل عدم استفاده از نور، عدم خوانایی فضا و درهم ریختگی و آشفتگی فضا می‌باشد. عدم حس تعلق، ساکنان کم درآمد، وضعیت اقتصادی ساکنین، سواد ساکنین و رضایت از خدمات نیز مولفه‌های معیار اقتصادی-اجتماعی می‌باشند.

در این قسمت از پژوهش با استفاده از آزمون t در نرم‌افزار مینی‌تب به بررسی تاثیر وجود بن‌بست‌ها، فضاهای کنج و زیرگذرها بر فضاهای بی‌دفاع شهری در منطقه یک شهر تبریز پرداخته شده است. لازم به توضیح است که در زمینه آزمون‌های مربوط به مقایسه میانگین، تفاوتی بین نرم‌افزار مینی تب^۱ و اس پی اس اس^۲ وجود دارد و می‌توان گفت که مینی تب از قابلیت‌های بیشتری نیز برخوردار می‌باشد. به عنوان مثال در آزمون تی تک نمونه‌ای، تعداد گزینه‌های مربوط به فرض جانشین ۳ مورد بوده و دو مورد بیشتر از اس پی اس اس می‌باشد. به همین دلیل در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل آماری داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه از نرم‌افزار مینی تب استفاده شد. فرض صفر و جانشین این آزمون به صورت زیر نوشته می‌شود:

فرض صفر: وجود بن‌بست‌ها، فضاهای کنج و زیرگذرها بر فضاهای بی‌دفاع شهری تاثیر ندارد.

$$H_0: \mu = 3$$

^۱ -MINITAB

^۲ - SPSS

فرض جانشین: وجود بن بست‌ها، فضاهای کنج و زیرگذرها بر فضاهای بی‌دفاع شهری تاثیر دارد.

$$H_1: \mu > 3$$

با توجه به نتایج حاصل از بررسی وجود بن بست‌ها و فضاهای کنج بر فضاهای بی‌دفاع شهری در جدول (۳) می‌توان نتیجه‌گیری نمود که با توجه به این که میانگین به دست آمده $3/23$ است بنابراین وجود بن بست‌ها، فضاهای کنج و زیرگذرها بر ناامنی فضاهای شهری در منطقه یک شهر تبریز تاثیر دارد. با این حال اتکا به میانگین از نظر آماری صحیح نمی‌باشد؛ بنابراین لازم است به بررسی مقدار سطح معناداری نیز پرداخته شود؛ به این ترتیب با توجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده ($0/046$) کوچکتر از آلفا در سطح $0/05$ است در نتیجه فرض صفر رد می‌شود و فرض جانشین (تحقیق) پذیرفته می‌شود. لذا با 95% اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که عوامل یاد شده بر ناامنی فضاهای شهری تاثیر دارد. گذشته از این، زمانی که مقدار T مشاهداتی با T بحرانی نیز مقایسه می‌گردد نتایج قبلی تایید می‌شود. مقدار بحرانی با استفاده از جدول آماری مربوطه، $1/645$ به دست می‌آید که کوچکتر از $1/71$ می‌باشد. بنابراین فرض صفر رد می‌شود.

جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون T برای تاثیر معیارهای کالبدی بر شکل‌گیری فضاهای بی‌دفاع شهری

مؤلفه	میانگین	انحراف	خطای استاندارد میانگین	آماره T	پی-ولیو ^۱
وجود بن بست‌ها	۳/۲۳۴	۱,۰۹۵	۰,۱۳۷	۱/۷۱	۰,۰۴۶
ساختمان‌های نیمه تمام	۳/۱۰۹	۱/۱۱۴	۰/۱۳۹	۰/۷۹	۰/۲۱۸
معايير کم عرض	۳/۲۸۱	۱/۲۶۶	۰/۱۵۸	۱/۷۸	۰/۰۴
عدم نمایانی فضا	۲/۶۲۵	۰/۸۸۲	۰/۱۱	-۳/۴۰	۰/۹۹۹

منبع: یافته‌های پژوهش نویسندگان

دومین معیار مورد بررسی تاثیر ساختمان‌های نیمه‌تمام و رهاشده یا متروک بر فضاهای بی‌دفاع شهری منطقه یک شهر تبریز است. با توجه به اینکه مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده $0/218$ می‌باشد و این مقدار بزرگتر از آلفا در سطح $0/05$ است بنابراین فرض جانشین یا همان فرض تحقیق رد می‌شود. بنابراین علی‌رغم اینکه میانگین بزرگتر از 3 می‌باشد ولی معنی‌دار نیست و نمی‌توان نتیجه‌گیری کرد که ساختمان‌های نیمه تمام و رهاشده بر ناامنی فضای شهری در این منطقه تاثیر معنی‌داری دارد. سومین عامل کالبدی بررسی شده در این پژوهش نقش شبکه معابر کم عرض می‌باشد. میانگین این عامل برابر با $3/281$ می‌باشد که با توجه به سطح معناداری آن تاثیر این عامل معنادار می‌باشد. بنابراین چون مقدار سطح معناداری این عامل $0/04$ و کوچکتر از $0/05$ است فرض صفر رد می‌شود و معنادار بودن فرض تحقیق تایید می‌شود. عامل دیگر جهت تایید یا رد فرض صفر، مقایسه مقدار T مشاهداتی با بحرانی است که بزرگتر بودن مقدار مشاهداتی از بحرانی نشان‌دهنده رد فرض صفر می‌باشد. در بین عوامل مورد بررسی، میانگین عامل نمایانی فضا کمتر از عدد 3 می‌باشد

¹ - P- value

بنابراین این عامل تاثیر کمتری بر فضاهای بی‌دفاع شهری دارد. با توجه به اینکه آزمون انجام شده یک دامنه‌ای (وان تایلد)^۱ می‌باشد بنابراین بهتر است به مقدار آماره آزمون نیز توجه شود. پس با توجه به مقدار آماره T نیز فرض‌های آماری مطرح شده بررسی می‌شود. لازم به ذکر است که قدر مطلق آماره محاسباتی با مقدار بحرانی جدول مقایسه می‌شود بنابراین در مورد عامل عدم نمایانی فضا، مقدار آماره T به دست آمده بزرگتر از مقدار بحرانی است و فرض صفر رد می‌شود.

با توجه به جدول فوق، در بین ۴ معیار مورد بررسی موثر در فضاهای بی‌دفاع شهری میانگین عامل عدم نمایانی فضا پایین‌تر از ۳ می‌باشد. در نتیجه این عامل تاثیر کمی بر فضاهای بی‌دفاع در منطقه یک شهر تبریز دارد.

این موضوع نشان دهنده این است که احتمالاً میانگین جامعه مورد نظر مساوی مقدار تست شده باشد. چنین وضعیتی برای سایر مولفه‌های مربوط به معیار کالبدی به استثنای مولفه معابر کم عرض صدق می‌کند. در هیستوگرام مربوط به این مولفه عدد مبنا در خارج از بازه اطمینان قرار می‌گیرد و کوچکتر از آن است. بنابراین می‌توان گفت که میانگین جامعه بزرگتر از ۳ است.

جدول ۴. نتایج آزمون T برای تاثیر معیارهای محیطی بر فضاهای بی‌دفاع شهری

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین	آماره T	پی-ویلیو
عدم استفاده از نور	۳/۳۳۴	۱,۲۱۱	۰,۱۵۱	۲/۲۷	۰,۰۱۳
عدم خوانایی فضا	۲/۸۷۵	۱	۰/۱۲۵	-۱	۰/۸۳۹
آشفتگی فضا	۳/۰۳۱	۱/۰۵۴	۰/۱۳۲	۰/۲۴	۰/۴۰۷

منبع: یافته‌های پژوهش نویسندگان

آزمون تی برای سه مولفه مربوط به معیارهای محیطی نیز انجام شد. با توجه به جدول (۴) نتایج نشان داد میانگین مولفه عدم استفاده از نور و روشنایی و آشفتگی فضا بیشتر از عدد ۳ می‌باشد. با مقایسه مقادیر T محاسباتی با T بحرانی جدول مشخص می‌شود که تاثیر عامل عدم استفاده از نور معنی‌دار می‌باشد در حالی که با توجه به اینکه مقدار آماره آزمون برای عامل آشفتگی فضا از مقدار بحرانی کمتر می‌باشد در نتیجه فرض صفر پذیرفته می‌شود و نتیجه گرفته می‌شود که این عامل بر فضاهای بی‌دفاع شهری تاثیر معنی‌داری ندارد. میانگین عدم خوانایی فضا برابر با ۲/۸۷ می‌باشد که نشان دهنده تاثیر کمتر این عامل در منطقه یک شهر تبریز بر فضاهای بی‌دفاع می‌باشد.

¹ - one-tailed

جدول ۵. نتایج آزمون T برای تاثیر معیارهای اقتصادی-اجتماعی بر فضاهای بی دفاع شهری

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین	آماره T	پی-ولیو
عدم حس تعلق	۳/۲۸	۱/۰۲۷	۰/۱۲۸	-۱/۷۲	۰/۸۸۶
ساکنان کم درآمد	۲/۷۵	۱/۴۱۴	۰/۱۷۷	-۱/۴۱	۰/۹۱۹
وضعیت اقتصادی ساکنین	۲/۸۴۴	۱/۳۸۳	۰/۱۷۳	-۰/۹	۰/۸۱۵
سواد ساکنین	۲/۸۲۸	۱/۲۰۳	۰/۱۵	-۱/۱۴	۰/۸۷۱
رضایت از خدمات	۲/۷۶۶	۱/۱۹۲	۰/۱۴۹	-۱/۵۷	۰/۹۴

منبع: یافته های پژوهش نویسندگان

در بین معیارهای اقتصادی-اجتماعی موثر بر فضاهای بی دفاع شهری در جدول (۵)، به استثنای مولفه عدم حس تعلق، میانگین همه مولفه ها پایین تر از عدد ۳ می باشد که نشان می دهد از نظر پاسخ دهندگان پرسشنامه ها این عوامل بر شکل گیری فضاهای بی دفاع شهری تاثیر کمی دارند. در میان مولفه های مورد بررسی، عدم حس تعلق بر شکل گیری فضاهای بی دفاع شهری تاثیر معناداری دارد به دلیل این که مقدار آماره آزمون $1/72$ است که بزرگتر از مقدار بحرانی $(1/645)$ در سطح اطمینان $0/05$ می باشد.

جدول ۶. گروه بندی محلات با استفاده از آزمون توکی

نام محله	گروه	نام محله	گروه
ایده لو	B C D	شهید بهشتی	A B
بیلانکوه	C D E	گلپارک	B C
پل سنگی	C D E	عباسی	A B C
سیلاب قوشخانه	A B C	کلانتر کوچه	E
ملا زینال	B C D	باغمیشه	A B C
ولیعصر	E	گلکار	A
یوسف آباد	D E		

منبع: یافته های پژوهش

در جدول (۶) با استفاده از آزمون توکی محلات مختلف منطقه یک شهر تبریز گروه بندی شدند. نتایج حاصل از گروه بندی محلات به صورت زیر می باشد. لازم به ذکر است که محلاتی که حرف مشترک دریافت نکرده اند وضعیت متفاوتی دارند. دریافت حرف مشترک به معنای داشتن وضعیت مشابه می باشد. در بین ۱۳ محله منطقه یک شهر تبریز میانگین فضاهای بی دفاع $(2/59)$ در محله گلکار بالاترین و در محله ولیعصر $(1/55)$ پایین ترین می باشد. می توان بر حسب میانگین فضاهای بی دفاع (از بیشتر به کمتر) ترتیب محلات را به این صورت نوشت: گلکار، شهید بهشتی، سیلاب قوشخانه، باغمیشه، عباسی، گلپارک، ملازینال، ایده لو، بیلانکوه، پل سنگی، یوسف آباد، کلانتر کوچه و ولیعصر.

به این ترتیب ۱۳ محله منطقه یک شهر تبریز از نظر فضاهای بی‌دفاع به ۵ گروه طبقه‌بندی شدند. در گروه اول محله گلکار، شهید بهشتی، سیلاب قوشخانه، باغمیشه و عباسی جای گرفته‌اند. گروه دوم شامل محلات شهید بهشتی، سیلاب قوشخانه، باغمیشه، عباسی، گلپارک و ملا زینال می‌شود. تعداد محلاتی که در گروه سوم جای گرفته‌اند بیشتر از گروه‌های دیگر می‌باشد. محلات سیلاب قوشخانه، باغمیشه، عباسی، گلپارک، ملا زینال، ایده‌لو، پل سنگی و بیلانکوه در این گروه جای گرفته‌اند. محلات ملا زینال، ایده‌لو، پل سنگی، بیلانکوه و یوسف آباد جزء گروه چهارم هستند. محلات پل سنگی، بیلانکوه، یوسف آباد، کلانتر کوچه و ولیعصر در گروه پنجم واقع شدند. به این ترتیب محلاتی که وضعیت متفاوتی دارند محله گلکار و ولیعصر می‌باشند و وضعیت این دو محله از نظر فضاهای بی‌دفاع با یکدیگر متفاوت است.

رتبه‌بندی نواحی منطقه یک شهر تبریز بر اساس شاخص‌های فضاهای بی‌دفاع:

در پژوهش حاضر، مدل ویکور در راستای رتبه‌بندی کردن گزینه‌های مختلف به کار بسته شد. ویکور، یکی دیگر از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره برای حل یک مسئله تصمیم‌گیری گسسته با معیارهای نامتناسب واحدهای اندازه‌گیری مختلف و متعارض توسط اپروکویک و تیزنگ ایجاد شده است. (پورا احمد، شهبازپور، ۹۴: ۵۵). در این مدل رتبه‌بندی محلات منطقه یک شهرداری تبریز بر اساس شاخص‌های فضاهای بی‌دفاع شهری به شرح در جدول (۷) بررسی شده است.

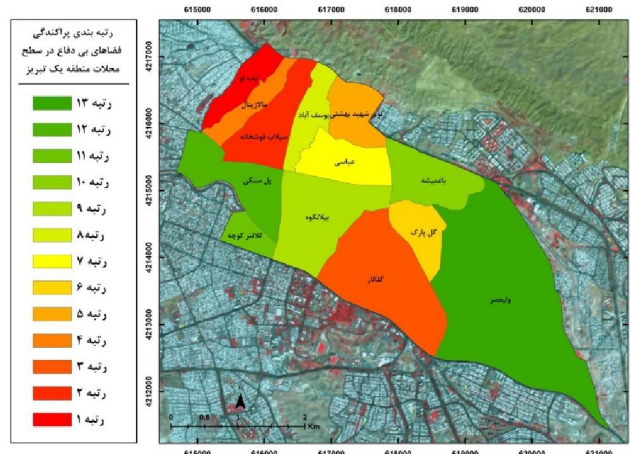
جدول ۷. تعیین شاخص مطلوبیت (S) و شاخص ناراضی (R) و مقدار Q

Q	R	S	رضایت از خدمات	سواد ساکنان	وضعیت اقتصادی ساکنان	آشنایی فضا	عدم خوانایی فضا	عدم نمایشی فضا	ساکنان کم درآمد	معیار کم عرض	ساختن نهادهای	عدم روشیایی	عدم حس تعلق	بین بست ها
۱/۰۰	۰/۰۲۴	۰/۰۸۷	۰/۰۰۵	۰/۰۱۱	۰/۰۰۷	۰/۰۲۴	۰/۰۰۵	۰/۰۰۵	۰	۰/۰۰۱	۰	۰/۰۰	۰/۰۰۷	۰/۰۲۳
۰/۴۵۲	۰/۱۱۹	۰/۵۵۹	۰/۰۰۸	۰/۰۲۸	۰/۰۳۸	۰/۰۵۸	۰/۰۲۲	۰/۰۲۸	۰/۱۱۹	۰/۰۱۱	۰/۱۰۳	۰/۰۴۵	۰/۰۱۲	۰/۰۰۸۹
۰/۲۱۶	۰/۱۵۹	۰/۷۶۳	۰/۰۱۱	۰/۰۴۰	۰/۰۵۱	۰/۰۹۶	۰/۰۲۴	۰/۰۳۷	۰/۱۱۹	۰/۰۱۳	۰/۱۲۴	۰/۱۵۹	۰/۰۰۷	۰/۰۰۸۲
۰/۹۴۹	۰/۰۳۹	۰/۰۰۹	۰	۰/۰۰۷	۰	۰/۰۰۸	۰	۰	۰	۰	۰/۰۲۱	۰/۰۲۱	۰/۰۰۳	۰/۰۳۹

ملازینال	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۱۶	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰	۰	۰/۰۱۱	۰/۰۱۲	۰/۰۰۱	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۵۶	۰/۰۰۳	۰/۷۳۴
ولیعصر	۰/۱۳۳	۰/۰۱۹	۰/۱۹۱	۰/۱۸۶	۰/۰۱۵	۰/۱۶۶	۰/۰۲۵	۰/۰۲۷	۰/۰۹۶	۰/۰۷۰	۰/۰۳۹	۰/۰۱۲	۰/۹۷۸	۰/۱۹۱	۰
یوسف آباد	۰/۰۳۳	۰/۰۱۰	۰/۰۳۲	۰/۱۵۳	۰/۰۰۲	۰/۰۳۳	۰/۰۱۷	۰/۰۰۷	۰/۰۱۹	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۳۱۷	۰/۱۵۳	۰/۴۸۵
کوی شهید بهشتی	۰/۰۵۲	۰/۰۰۴	۰/۰۵۷	۰/۰۸۷	۰/۰۰۷	۰/۰۹۰	۰/۰۲۰	۰/۰۱۰	۰/۰۳۸	۰/۰۱۶	۰/۰۲۲	۰/۰۰۶	۰/۴۰۸	۰/۰۹۰	۰/۶۲۲
گل پارک	۰/۰۴۷	۰/۰۰۷	۰/۰۴۸	۰/۰۶۲	۰/۰۰۴	۰/۰۹۵	۰/۰۱۴	۰/۰۲۴	۰/۰۴۸	۰/۰۳۵	۰/۰۲۹	۰/۰۰۸	۰/۴۲۱	۰/۰۹۵	۰/۶۰۱
عباسی	۰/۰۳۰	۰	۰/۰۰۶	۰/۱۱۷	۰/۰۰۴	۰/۰۷۹	۰/۰۰۶	۰/۰۱۵	۰/۰۲۴	۰/۰۲۹	۰/۰۲۲	۰/۰۰۸	۰/۴۴۹	۰/۱۱۷	۰/۵۱۷
کلانتر کوچه	۰/۰۸۹	۰/۰۱۳	۰/۱۰۸	۰/۱۵۳	۰/۰۱۲	۰/۱۴۷	۰/۰۲۴	۰/۰۲۵	۰/۰۸۶	۰/۰۶۰	۰/۰۳۱	۰/۰۰۷	۰/۷۵۶	۰/۱۵۳	۰/۳۳۹
باغمیشه	۰/۰۸۰	۰/۰۱۳	۰/۰۷۰	۰/۰۰۴	۰/۰۰۹	۰/۱۳۸	۰/۰۱۳	۰/۰۲۲	۰/۰۷۷	۰/۰۶۹	۰/۰۴۸	۰/۰۰۶	۰/۵۴۹	۰/۱۳۸	۰/۴۰۱
گلکار	۰/۰۱۲	۰/۰۰۵	۰/۰۳۲	۰/۰۴۱	۰/۰۰۴	۰/۰۴۷	۰/۰۰۹	۰/۰۱۸	۰	۰/۰۲۹	۰/۰۲۹	۰/۰۰۸	۰/۲۳۴	۰/۰۴۷	۰/۸۶۷

منبع: یافته های پژوهش نویسندگان

در شکل ۱، رتبه بندی محلات منطقه یک شهر تبریز از نظر فراوانی فضاهای بی دفاع شهری ارائه شده است. بر این اساس، محله ایده لو و سپس محله سیلاب قوشخانه از بالاترین میزان فضاهای بی-دفاع شهری برخوردار می باشند. این در حالی است که محلات ولی عصر و پل سنگی دارای کمترین فضاهای بی دفاع شهری می باشند.



شکل ۱. رتبه‌بندی محلات منطقه یک شهرداری تبریز از نظر فراوانی فضاهای بی‌دفاع شهری با استفاده از مدل ویکور
منبع: یافته‌های پژوهش نویسندگان

نتیجه‌گیری:

در بخش اول پژوهش ۱۳ محله منطقه یک شهر تبریز از نظر فضاهای بی‌دفاع به صورت کلی و ترکیبی مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های حاصل از آنالیز واریانس نشان داد که از نظر فضاهای بی‌دفاع ۱۳ محله منطقه یک شهر تبریز در ۴ گروه قابل تقسیم‌بندی می‌باشند. در بین محلات مورد بررسی تنها محله گلکار و ولیعصر در هیچ گروه‌بندی وارد نشدند و بنابراین با یکدیگر از نظر فضاهای بی‌دفاع اختلاف معنی‌داری دارند. حداقل فضاهای بی‌دفاع در محله ولیعصر و حداکثر آن در محله گلکار مشاهده شده است.

در بخش دوم پژوهش حاضر پس از تفکیک انواع فضاهای بی‌دفاع بر حسب محلات مختلف، با استفاده از آنالیز واریانس یک طرفه محلات مختلف از نظر هر یک از فضاهای بی‌دفاع با یکدیگر مورد مقایسه قرار گرفتند. از بین ۹ فضای بی‌دفاع مورد بررسی، ۱۳ محله از نظر فضای بی‌دفاع از نوع ساختمان نیمه‌تمام، ساختمان بدون متولی، طرح‌های در دست اجرا یا رها شده و فضاهای بدون کارکرد با یکدیگر اختلاف معنی‌داری نداشتند و همه در یک گروه قرار گرفتند. در حالی که از نظر ۵ نوع فضای بی‌دفاع دیگر (فضای گم، کنج‌ها، نبود روشنایی، سطوح L شکل و U شکل خیابان‌ها و کوچه‌ها و زیرگذرها و پل‌ها) ۱۳ محله به گروه‌های مختلف تقسیم‌بندی شدند. لازم به ذکر است که هر چقدر تعداد گروه‌های حاصل از تقسیم‌بندی بیشتر باشد نشان دهنده اختلاف بیشتر محلات می‌باشد.

عوامل مورد بررسی در ۳ گروه به نام معیارهای کالبدی، محیطی و اقتصادی-اجتماعی دسته‌بندی شدند. عواملی که میانگین بالاتر از ۳ کسب نمودند به عنوان عوامل دارای تاثیر بیشتر بر شکل‌گیری فضاهای بی‌دفاع شناخته شدند. نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای جهت استخراج عوامل موثر در شکل‌گیری فضاهای بی‌دفاع نشان داد که عواملی مانند وجود بن‌بست‌ها، معابر کم عرض، عدم استفاده از نور و روشنایی، آشفته‌گی فضا و عدم حس تعلق و به بیان ملموس‌تر نداشتن علاقه به یک مکان از زمینه‌های موثر در شکل‌گیری فضاهای بی‌دفاع می‌باشند. در حالت کلی، می‌توان

بیان داشت که مولفه های کالبدی و محیطی بیش از شرایط اقتصادی- اجتماعی بر شکل گیری فضاهای بی دفاع در سطح محلات منطقه یک شهر تبریز دخالت دارند. رتبه بندی محلات منطقه یک شهر تبریز با استفاده از مدل ویکور نیز نشان داده که بیشترین فضاهای بی دفاع در محلاتی پراکنده می باشند که از شرایط نامناسب کالبدی، از قبیل فقدان یا کافی نبودن نورپردازی، وجود کوچه های بن بست، آسفتگی فضا و ناخوانایی فضا برخوردار می باشد.

پیشنهادات پژوهش:

با توجه به بررسی های انجام شده، جهت پیشگیری از بروز فضاهای بی دفاع و افزایش امنیت در سطح محلات مختلف شهری موارد زیر پیشنهاد می گردد:

- نورپردازی مناسب و از بین بردن فضاهای تاریک فاقد نور.
- ساماندهی مناسب و استقرار عناصر مختلف مبلمان شهری با الگوی توزیع یکنواخت در سطح محلات.
- انجام اقدامات مربوط به بهسازی کالبدی در محلات مختلف شهر.
- استفاده از جملات آموزشی در ارتباط با وظایف شهروندی در انظار عمومی.
- استفاده از حفاظ های قابل دید به جای دیوار و عناصر غیر قابل رویت جهت بالا بردن امنیت.

منابع و مآخذ:

- ۱- ایزدی، م. حقی، م. ر. ۱۳۹۴. "ارتقای احساس امنیت در فضاهای عمومی با بهره‌گیری از طراحی شهری نمونه مطالعه: میدان امام شهر همدان". نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی، دوره ۲۰، شماره ۲. صص ۵-۱۲.
- ۲- آقابالو، ا. فلاح زاده، م. ضیابخش، ن. ۱۳۹۳. "ارتقای امنیت فضاهای بی‌دفاع شهری تأثیر آن بر حضور اجتماعی افراد"، دومین همایش ملی پژوهش‌های کاربردی در عمران، معماری و مدیریت شهری. تهران: دانشگاه جامع علمی کاربردی.
- ۳- آهنگر سریزدی، ن. ۱۳۹۴. "شناسایی و تدوین راهکارهای ارتقاء امنیت اجتماعی بانوان در فضاهای بی‌دفاع شهری (محدوده مورد مطالعه: محله نواب)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی. واحد شهر قدس.
- ۴- پوراحمد، ا. شهبازپور، ا. خلیجی، م. ع. ۱۳۹۴. "بهره‌گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره در ارزیابی قابلیت‌های گردشگری نمونه‌ی موردی استان سمنان". مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ششم. شماره بیست و یکم، صص ۵۰-۶۶.
- ۵- راپوپورت، آ. ۱۳۸۴. معنی محیط ساخته شده. ترجمه فرح حبیب، نشر پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- ۶- سازمان برنامه و بودجه استان آذربایجان شرقی. ۱۳۹۶. چکیده نتایج جمعیتی سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵. استانداری آذربایجان شرقی.
- ۷- سلیمانی، ع. ر. آقایی، ن. احمدزاده، ط. ۱۳۹۴. "تحلیل تأثیر عوامل فیزیکی-اجتماعی بر نوع جرائم در فضاهای بی‌دفاع شهر ارومیه". فصلنامه دانش انتظامی، سال هشتم، شماره ۲۶، صص ۱۷-۱. آذربایجان غربی: دفتر تحقیقات کاربردی.
- ۸- شجاعیان، ع. رحیم‌پور، ن. ۱۳۹۶. "بررسی رابطه کانون‌های وقوع جرم و فضاهای بی‌دفاع با استفاده از GIS (مورد مطالعه: محله‌های پردیس شهر اهواز)". پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال پنجم، شماره هفدهم. صص ۱۰۱-۱۳۰.
- ۹- طالب‌پور، ا. ۱۳۹۶. "رابطه‌ی فضاهای بی‌دفاع شهری با احساس امنیت اجتماعی (مطالعه‌ی موردی: شهروندان شهر تهران)". مطالعات جامعه‌شناختی شهری (مطالعات شهری). دوره ۷، شماره ۲۲، صص ۱۳۵-۱۵۶.
- ۱۰- عزیزی، م. م. شعبان‌جولا، ا. ۱۳۹۳. "ارزیابی کالبد محله‌های قدیمی شهری در پاسخ‌دهی به احساس امنیت (نمونه موردی: محله ملک‌آباد شهر قزوین)". پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۴، صص ۷۹۱-۸۰۸.
- ۱۱- علیمردانی، م. شرقی، ع. مهدنشین، ن. ۱۳۹۵. "بررسی نقش امنیت در سرزندگی و حیات شبانه فضاهای عمومی شهری (نمونه موردی: خیابان امام مرند حد فاصل خیابان شهید رنجبری و خیابان هفت تیر)". فصلنامه هنرهای کاربردی، شماره ۱۸، صص ۲۶-۱۵.

- ۱۲- فرهادی خواه، ح. زیاری، کا. کلاتری، م. ۱۳۹۷. "ارزیابی فضاهای بی‌دفاع شهری با استفاده از مدل Safety audit (مطالعه موردی: محله هرنندی تهران)". فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۱۳، شماره ۱ (پیاپی ۴۲)، صص ۱۹-۳۶.
- ۱۳- محسنی تبریزی، ع. ر. قهرمانی، س. یا‌هک، س. ۱۳۹۰. "فضاهای بی‌دفاع شهری و خشونت (فضاهای بی‌دفاع شهر تهران)". جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و دوم، شماره ۴ صص ۵۱-۷۰.
- ۱۴- محسنی، رع. میکائیلی، ج. طالب‌پور، ا. ۱۳۹۵. "تبیین جامعه‌شناختی رابطه بین فضاهای بی‌دفاع شهری با خشونت‌های شهری (مورد مطالعه شهر تهران)". دو فصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، دوره ۵، شماره ۹، صص ۱۲۵-۱۵۴.
- ۱۵- یوسفی، ع. جوهری، ل. ۱۳۹۲. "فضاهای بی‌دفاع شهری و برخی از آثار آن در کلان‌شهر مشهد". اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار. تهران.

- 16-Beeler, J. 2011, Security Planning for Public Space. Testing a proposed CPTED Rating in strument in Berlin, Germany. European Journal on Criminal Policy and Research. Vol. 17: 7-28.
- 17-Crowe, T. 2000. Crime Prevention Through Environmental Design: Applications of Architectural Design and Space Management Concepts, 2nd ed., Butterworth-Heinemann, Oxford.
- 18-Daryabari, J. 2016. Urban Defenseless Spaces, Threatening Factor to the Urban Sustainable Development, MARTINIA, VOL.5 NO.2 Page: 323-332.
- 19-Ha, Taehoon; Oh, Gyeong-Seok; Park, Hyeon-Ho. 2015. Comparative analysis of Defensible Space in CPTED housing and non-CPTED housing. International Journal of Law, Crime and Justice 43, 496-511.
- 20-Hiller, B. 2014. Do burglars understand defensible space? New evidence on the relation insecurity, Chicago School. In The Oxford Handbook of Criminology, (eds) Maguire, R Moranand R Reiner. Clarendon Press, Oxford.
- 21-Sally,M. 1981. Defensible Space undefended: Social Factors in Crime Control Through Environmental Design. Urban Affairs Review, Volume 16, Issue 4, pp. 397-422.
- 22-Sohn,D,W.2016. Residential crimes and neighbourhood built environment: Assessing the effectiveness of crime prevention through environmental design (CPTED), Cities 52 . 86-93.
- 23-Tabrizi, R. L. & Madanipour.A. 2006. Crime and the City: Domestic Burglary and the Built Environment in Tehran. Habitat International. Vol. 30. Issue 4. Pp. 932-944.
- 24-Taylor, R. 2012. Crime and Small Scalle Place.What we need to know Crime and Place. Plenary paper of tne.

تأثیر شاخص تنش بر گردشگری خارجی؛ مقایسه تطبیقی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و توسعه یافته منتخب (رویکرد نهادگرایی)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۰۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۱۵

سیدمحمد حسینی صالحی^۱ محمد حسن فطرس* محمدحسین ایمانی خوشخو^۳ احمد سرلک^۴

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

۲- استاد گروه اقتصاد، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۳- استاد گروه گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

۴- دانشیار گروه اقتصاد، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

چکیده

در دوران اخیر، شاخصهای رشد و توسعه، دلالت بر فاصله عمیق تر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه از جمله کشورهای اسلامی داشته و رویکرد رشد درونزا و استفاده از ظرفیت های داخلی و منابع پایدار تقویت شده است. در دو دهه گذشته صنعت گردشگری بعنوان منبع پویای رشد و توسعه مورد توجه کشورهای بویژه توسعه یافته قرار گرفته است. کشورهای اسلامی با انبوه جاذبه های خاص فرهنگی، تاریخی و طبیعی می توانند با ایجاد بسترهای لازم از این ظرفیت به نحو بهینه استفاده نمایند.

در این پژوهش تطبیقی، به بررسی عوامل موثر بر گردشگری با تاکید بر شاخص تنش در دو گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و کشورهای توسعه یافته طی سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹ پرداخته ایم. یافته های تحقیق به تاثیر مثبت و معنادار متغیرهای تنش، میزان گردشگران دوره قبل، درجه بازبودن اقتصاد و زیرساخت های حمل و نقل بر گردشگری خارجی دلالت دارد. البته ضریب تخمینی شاخص تنش در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بزرگتر است. همچنین ضریب برآوردی هزینه های عمومی در آموزش در کشورهای توسعه یافته مثبت و معنی دار بوده و در خصوص تاثیر شاخص قیمت مصرف کننده بر گردشگری خارجی، ضرایب برآوردی دو گروه کشورها بواسطه نقش قدرت خرید ارز، با یکدیگر متناقض (در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مثبت اما در کشورهای توسعه یافته منفی) می باشد.

واژه های کلیدی: گردشگری، تنش، نهادگرایی، روش GMM

مقدمه

در دنیای امروز، هدف اصلی دولت‌ها و جوامع، استفاده بهینه از منابع کمیاب موجود و حرکت به سمت رشد و توسعه پایدار است. براین اساس استفاده از منابع پایدار و تجدید پذیر اهمیت بیشتری یافته و الگوهای رشد درون‌زا با تاکید بر این منابع در سیاستگذاری‌های توسعه مورد توجه قرار گرفته است. از کارآمدترین صنایع، به‌منظور رشد و توسعه پایدار مبتنی بر عوامل درون‌زای اقتصاد، صنعت گردشگری است. با توجه به این‌که این صنعت صنایع بالادستی و پایین دستی گسترده‌ای داشته و محرک آن‌ها بشمار می‌رود، امروزه از اولویت‌های دولت‌های توسعه‌گرا به‌شمار می‌رود. همراه با گسترش مبادلات و روابط بین‌المللی در چارچوب سیاست‌های رشد و توسعه، دولت‌ها با مشارکت بخش خصوصی درصدد جذب بیشتر گردشگر خارجی و سرمایه‌گذاری گسترده در این بخش‌اند. در جهان امروز صنعت گردشگری، به عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی و سومین صنعت جهان بعد از صنعت نفت و خودرو، منبعی برای رشد تولید، درآمدزایی، اشتغال و توسعه کشورهای شناخته می‌شود. در بسیاری از کشورهای اسلامی به‌واسطه زیست بوم و طبیعت خاص یا سایر جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی، صنعت گردشگری درکنار سایر صنایع، می‌تواند بعنوان عاملی محرک و پایدار برای رشد و توسعه این کشورها نقش بسزایی داشته باشد.

طبق آمار سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)^۱ تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ با رشد ۴ درصدی، ۱٫۵ میلیارد نفر ثبت شده این درحالی است که در سال ۲۰۱۸ با رشد ۶ درصدی همراه بوده و به ۱/۴ میلیارد نفر رسیده است. بالاترین رشد در سالهای اخیر مربوط به سال ۲۰۱۷ با ۷ درصد رشد و مجموع ۱ میلیارد و ۳۲۳ میلیون نفر گردشگری بوده است به نحوی که مجموع درآمد این صنعت بزرگ در این سال، به ۱/۲۳ تریلیون دلار رسیده است.

ازدلیل کاهش رشد گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ می‌توان به عواملی چون عدم اطمینان پیرامون برگزیت (خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا)، افت اقتصاد جهانی و ناآرامی‌ها و تنش‌های ژئوپلیتیکی اشاره کرد. البته با شیوع ویروس کرونا شاهد افت و رکود شدید گردشگری بین‌المللی از سال ۲۰۲۰ به بعد بوده ایم به نحوی هنوز هم به لحاظ شاخصهای گردشگری، وضعیت به سال‌های ماقبل کرونا بازنگشته است. به نحوی که بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲ بیش از ۹۰۰ میلیون گردشگر به سراسر جهان سفر کرده‌اند که معادل ۶۳ درصد وضعیت سالهای قبل از پاندمی کرونا می‌باشد.

به جهت تاکید بر اهمیت جایگاه این صنعت در اقتصاد جهانی می‌توان به گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC)^۲ اشاره کرد که طبق بررسی ۱۸۵ کشور از ۲۵ منطقه جهان، بخش سفر و گردشگری سهمی ۱۰/۴ درصدی از تولید ناخالص داخلی جهان را در سال ۲۰۱۸ داشته و بیش از ۳۱۹ میلیون شغل، معادل ۱۰ درصد از کل اشتغال جهان، در این سال به‌واسطه این بخش ایجاد شده و پیش‌بینی شده است تا سال ۲۰۳۲، سهم صنعت گردشگری از تولید ناخالص داخلی

1. World Tourism Organization

2. The World Travel and Tourism Council

جهان هر سال ۵٫۸ درصد رشد خواهد کرد. نکته قابل تأمل این‌که براساس آمار سازمان جهانی گردشگری، از مجموع ۱٫۵ میلیارد نفر گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹، سهم اروپا از ورود گردشگران ۷۴۲ میلیون نفر معادل ۵۱ درصد و سهم آمریکا ۲۲۰ میلیون نفر معادل ۱۵ درصد بوده است. در مقابل سهم آفریقا و خاورمیانه (که عمده کشورهای اسلامی را شامل می‌شود) به ترتیب ۷۱ میلیون نفر معادل ۵ درصد و ۶۴ میلیون نفر معادل ۴ درصد بوده است. نمونه موفق گردشگری در کشورهای اسلامی کشور ترکیه است که در سال ۲۰۱۹ سهم ۳٫۴ درصدی از گردشگری جهانی معادل ۵۱٫۲ میلیون نفر را داشته است. با نگاهی به اختلاف سهم کشورها در گردشگری بین‌المللی درمی‌یابیم چنانچه کشورهای درحال توسعه به‌صورت جدی به شناسایی عوامل ایجاد این شکاف نپردازند و با توجه به یافته‌های علمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسبی اتخاذ نشود، خود را از مزایا و عایدات این صنعت، که در قرن بیست‌ویک به‌منزله موتور محرکه اقتصاد نام برده می‌شود، محروم کرده‌اند (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۲).

دراکثر تحقیقات در خصوص تحلیل عوامل مؤثر در گردشگری، عمدتاً تأکید بر متغیرهای سمت عرضه، سمت تقاضا و عوامل ارتباطی یا عوامل برون‌زا و روان‌شناختی بوده و کمتر به تأثیر عوامل اجتماعی و نهادی در جذب گردشگر توجه شده است. مهم‌ترین کارکرد عوامل نهادی (نظیر وضعیت تنش‌ها، ریسک سیاسی و ثبات، کیفیت حکمرانی و...) کاهش عدم اطمینان و هزینه‌های مبادله در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جوامع است.

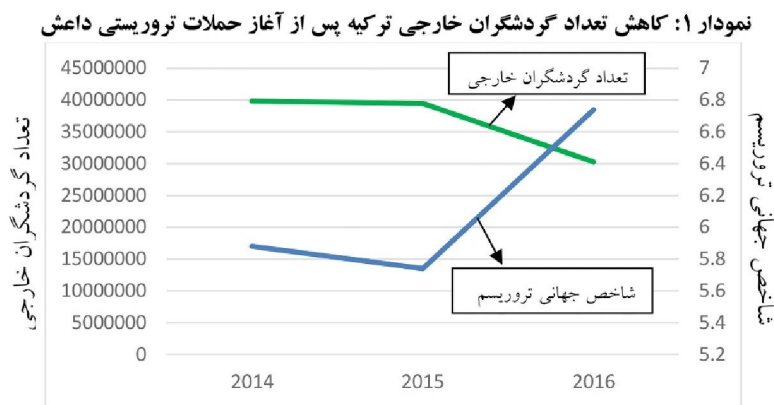
همراه با موج انتقادی به سیاست‌های نئوکلاسیک، از منظر نهادگرایی، شاخص‌های نهادی در توسعه اقتصادی و گردشگری کشورها در عرصه‌های گوناگون تأثیرگذار بوده و بی‌شک کشورهایی در صحنه بین‌المللی در حوزه گردشگری موفق‌اند که با افزایش جاذبه‌ها و کاهش دافعه‌ها، موجب جذب گردشگران از سایر نقاط جهان شوند. به‌رغم اهمیت تعیین‌کننده عوامل نهادی در جذب گردشگر بین‌المللی، تاکنون تحقیقات جامعی در این خصوص صورت نگرفته است (تلیابی و شاه‌آبادی، ۱۳۹۵). از جمله متغیرهای نهادی مهم که تأثیرات کوتاه و بلند مدت بر روند گردشگری دارد تنش در ابعاد مختلف آن در کشورهای مقصد است. در بررسی پراکندگی گردشگری جهان بخش عمده تنش‌ها و ناامنی در مناطقی از آسیا، خاورمیانه و آفریقا مشاهده می‌شود جایی که اکثر کشورهای اسلامی در آن قرار گرفتند.

متأسفانه در سالیان اخیر صنعت گردشگری در بسیاری از کشورهای اسلامی تحت تأثیر بی‌ثباتی سیاسی و نبود یا کمبود حاکمیت قانون قرار گرفته و از این منظر لطمات شدیدی بر پیکر این صنعت وارد شده است حوادثی نظیر: وقوع انقلاب‌ها، اختلافات قومی و مذهبی همچنین دخالت‌های نظامی و گسترش خشونت در این کشورها به بی‌ثباتی سیاسی و کمبود یا نبود حاکمیت قانون منجر شده است. کندی رشد گردشگری سال ۱۹۹۱ ناشی از جنگ خلیج فارس، کاهش بازدهی صنعت هتل داری آمریکا بعد از حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ همچنین کاهش ۳۰ درصدی گردشگری

خارجی مصر طی سال‌های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۵ به دلیل ۱۲۰ حمله تروریستی از تاثیرات ابعاد مختلف تنش و ناامنی بر صنعت گردشگری می‌باشد (صامتی و همکاران ۱۳۹۴).

وقوع جنگ، گسترش تروریسم، گسترش روزافزون ناامنی، کنترل‌های شدید مرزی، اعمال مقررات سختگیرانه در صدور ویزا، وجود تعارض عقیدتی بین کشورها و بی‌ثباتی سیاسی - امنیتی برخی از کشورها از جمله چالش‌های مطرح در برابر گردشگری در گذشته و در آینده نیز به عنوان یک متغیر پویا در این حیطه مطرح خواهد بود (حیدری چپانه و همکاران ۱۳۹۰).

به عنوان نمونه ای از شواهد تجربی تاثیر تنش و بروز خشونت، روند کاهنده تعداد گردشگران خارجی ترکیه پس از آغاز حملات تروریستی داعش در سال ۲۰۱۵ را در نمودار یک می بینیم (شاه ابادی و همکاران ۱۳۹۹).



منبع: بانک جهانی و شاخص جهانی تروریسم.

هدف این پژوهش، تحلیل کمی (مبتنی بر روش‌های اقتصادسنجی) و بررسی تطبیقی تأثیر مولفه‌های مختلف شاخص تنش (تنش داخلی، تنش خارجی، تنش قومی و تنش مذهبی) در کنار سایر عوامل و متغیرهای اقتصادی، بر گردشگری بین‌المللی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و کشورهای توسعه‌یافته منتخب است.

در این تحقیق، ابتدا به مبانی نظری گردشگری، نهادگرایی و شاخص تنش در بخش دوم، به بررسی مطالعات تجربی تحقیق می‌پردازیم. در بخش سوم، روش تحقیق مبتنی بر روش‌های اقتصادسنجی بیان شده و در بخش چهارم، به معرفی شکل تبعی مدل تحقیق و نتایج برآورد آماری پرداخته شده است. در پایان نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی همراه با محدودیت‌های پژوهش ارائه شده است.

مبانی نظری

در این قسمت، بعد از بیان مبانی نظری گردشگری به عوامل مؤثر در صنعت گردشگری، نهادها و مولفه‌های شاخص نهادی تنش و ارتباط این شاخص با گردشگری پرداخته شده است.

گردشگری

بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری: گردشگری فعالیت افرادی است که برای استراحت، کار و علل دیگر به خارج از محل سکونت معمول خود سفر می‌کنند و حداکثر به مدت یک‌سال در آنجا می‌مانند. سازمان همکاری و توسعه^۱ (OECD) جهانگرد را شخصی می‌داند که خارج از محل اقامت همیشگی خود دست‌کم ۲۴ ساعت در حال گردش و سیاحت باشد. در گردشگری خارجی (بین‌المللی)، افراد برای حداکثر دوازده ماه به کشوری که محل اقامت معمولی‌شان نیست سفر می‌کنند و هدف اصلی آن‌ها نیز انجام کاری با دریافت مزد نیست. با توجه به تنوع تقسیم‌بندی گردشگری، انواع گردشگری از لحاظ هدف به‌اختصار در جدول (بیان شده است) (مریدی، ۱۳۹۵)

جدول ۱: انواع گردشگری از لحاظ هدف

گردشگری تفریحی	بیشتر افرادی که در کشورهای گوناگون اقدام به سفر می‌کنند، گردشگرانی هستند که به منظور هدف‌های تفریحی و گردش و سیری کردن ایام تعطیل راهی سفر می‌شوند.
گردشگری درمانی	این نوع گردشگری شامل افراد و گروه‌هایی است که برای استفاده از تغییر آب و هوا (با هدف پزشکی و درمانی) استفاده از آب‌های معدنی، گذران دوران نقاهت، معالجه و نظایر آن اقدام به مسافرت می‌کنند.
گردشگری ورزشی	هر نوع مسافرتی که به‌منظور فعالیت‌های ورزشی باشد، گردشگری ورزشی نامیده می‌شود. مانند اسکی، پیاده‌روی، کوه‌پیمایی و کوه‌نوردی.
گردشگری سیاسی	مسافرت به‌منظور شرکت در اجلاس و مجامع و بین‌المللی، کنگره‌ها و سمینارهای سیاسی، جشن‌های ملی و مذهبی، مراسم و بپه سیاسی، مانند تدفین رهبران و شخصیت‌های سیاسی، پیروزی رهبران و احزاب و به حکمت رسیدن آن‌ها، گردشگری سیاسی نامیده می‌شود.
گردشگری تاریخی	اماکن تاریخی و آثار باستانی: موزه‌ها از اماکنی هستند که هر ساله تعداد کثیری از جهان‌گردان را جذب می‌کنند، و نمونه‌های بارز این قبیل جهان‌گردی در ممالک مشرق‌زمین و ایران قابل رؤیت است.
گردشگری مذهبی و زیارتی	هر ساله میلیون‌ها نفر از جهان‌گردان برای زیارت اماکن مقدسه خویش راهی ممالک دیگر می‌شوند. این قبیل جهان‌گردی که نمونه بارز آن در مشرق‌زمین دیده می‌شود از مشهورترین انواع جهان‌گردی قلمداد می‌شود.
گردشگری اجتماعی	در این گردشگری عمدتاً هدف‌های اجتماعی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و امثال آن مدنظر است. دیدار دوستان و خویشاوندان نیز از نوع گردشگری اجتماعی به‌شمار می‌آیند.
گردشگری تجاری و بازرگانی	مهم‌ترین مسافرت‌هایی که تحت این عنوان صورت می‌گیرد عبارت‌اند از: سفرهایی که افراد برای شرکت در بازارهای مکاره، نمایشگاه‌های کالا و صنایع و یا سرکشی و بازدید از تأسیسات کارخانه‌ها و نظایر آن می‌کنند و می‌توانند با شرایط آسان‌تر و با فرصت بهتری از نقاط دیدنی کشور بازدید کنند.
گردشگری فرهنگی و آموزشی	این نوع گردشگری آشنایی با موارد فرهنگی و هنری، آداب و رسوم، بناها و آثار تاریخی و با هدف‌های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی صورت می‌گیرد.

مأخذ: نگارندگان

¹ - Organisation for Economic Co-operation and Development

گردشگری و عوامل مؤثر

الف) متغیرهای سمت تقاضا^۱: شامل وضعیت متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگر فرست می باشد که در ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تأثیرگذار است. متغیرهایی همچون میزان درآمد شخصی قابل تصرف، توزیع درآمد و میزان اوقات فراغت، انتظارات مصرف‌کنندگان و سیاست‌های مالی و نظارتی بر مخارج جهانگردان را می‌توان برشمرد.

ب) متغیرهای سمت عرضه^۲: مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگرپذیر که در ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران ورودی تأثیرگذار است مواردی نظیر: زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سطح زیرساخت حمل‌ونقل، میزان رقابت و کیفیت عرضه محصول جهانگردی

ج) عوامل ارتباطی^۳: متغیرهای ارتباطی نیز به آن دسته از متغیرهایی اطلاق می‌شود که در دو کشور با یکدیگر مرتبط‌اند. از جمله تبلیغات منطقه گردشگرفرست در گردشگرپذیر، نرخ ارز، مدت زمان و هزینه سفر (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۲).

همانگونه که اشاره شد اکثر مطالعات، بر متغیرهای اقتصادی مؤثر در گردشگری تأکید داشته‌اند در مقابل نهادگرایان معتقدند مؤلفه‌های نهادی (در حکم نظام‌هایی از هنجارها، قواعد، قوانین، آداب، عادات و روابط اجتماعی و ...) بر متغیرهای اقتصادی نظیر رشد و توسعه اقتصادی و جذب گردشگر مؤثرند. برخی از صاحب‌نظران همچون ویت^۴ (۱۹۹۵)، لیم (۱۹۹۷)، لیم و مک آلر^۵ (۲۰۰۲) و سیکورا و نوناس^۶ (۲۰۰۸) معتقدند نهادها و سطح توسعه در کشور مقصد از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده ورود گردشگر بوده که از اهمیت تأثیر آن‌ها غفلت شده است. (تلیابی و شاه‌آبادی، ۱۳۹۵)

نهادها^۷ و مکتب نهادگرایی

از دیدگاه نورث^۸ (۱۹۹۱) نهادها قوانین بازی در جامعه‌اند. در یک تعبیر کلی، نهادها مشتمل بر باورها، رفتارها (حوزه عقلانی یا غیرعقلانی)، سنت‌ها و ضوابط و مقررات حقوقی‌اند. از این لحاظ نهادهای خوب به منزله ایجادکننده ساختاری انگیزشی مطرح شده که باعث کاهش ناطمینانی، تشویق کارایی و بنابراین کمک به بهبود عملکرد اقتصادی می‌شود. نهادها را می‌توانیم به دو بخش رسمی و غیررسمی تقسیم کنیم. در میان نهادهای رسمی، می‌توان از مقررات، قانون‌های اساسی، قراردادهای و حقوق مالکیت نام برد. این نهادها در جامعه مشروعیت بالایی دارند و تخلف از آن‌ها به مجازات منجر

^۱ - Demand side Variables

^۲ Supply side Variables

^۳ .Relationship Factors

^۴ .Witt

^۵ .Lim & M. Aleer

^۶ .Sequeira and Nunes

^۷ .characteristics

^۸ .North

خواهد شد. نهادهای رسمی را دولت، مؤسسه‌های خصوصی یا دیگر افراد در جوامع مدنی تشکیل می‌دهند. در میان نهادهای غیررسمی، می‌توان هنجارها، اخلاق، رسوم، محرمات و ایدئولوژی‌ها را نام برد. این نهادها قوانین رفتاری غیررسمی جامعه‌اند که بخشی از فرهنگ به‌شمار می‌روند (ابوجعفری، ۱۳۸۵). براساس دیدگاه مکتب اقتصاد نهادگرا، عوامل و متغیرهای کمی به‌تنهایی تعیین‌کننده وضعیت اقتصادی کشورها نبوده و نهادها در حکم عوامل زیربنایی رفتارها و عملکرد اقتصادی می‌باشند به نحوی که توجه به بهبود وضعیت نهادی به ارتقای عملکرد اقتصادی و توسعه منجر خواهد شد.

تنش^۱

تنش در اشکال مختلف خود تاثیرات مستقیم و پایداری بر تصمیم‌گیری گردشگران به انتخاب یک مقصد داشته و تصویر ذهنی نامطلوبی را بر در بازار گردشگری جهانی وجود می‌آورد نتیجه تنش سلب احساس امنیت در گردشگران و کاخ و کاهش تقاضای گردشگری برای کشور مورد نظر خواهد بود.

پیزام و منسفلد^۲ (۲۰۰۶) فاکتورهای امنیتی موثر بر گردشگری را به چهار گروه متمایز تقسیم کردند

۱- جرایم: دزدی، تجاوز، قتل، آدم‌ربایی ۲- تروریسم: محلی، بین‌المللی، مرزی

۳- جنگ: مرزی، قومی، فرسایشی ۴- ناآرامی‌های سیاسی: کودتا، شورش، قیام

آنها بیان می‌دارند کودتا در فیجی، شورش در چیپاس مکزیک یا قیام مردم فلسطین مصادیقی از تاثیر فاکتورهای مذکور بر گردشگری می‌باشد.

در تحقیق حاضر متغیر نهادی تنش در ابعاد مختلف آن شامل: تنش داخلی، تنش خارجی، تنش نژادی، تنش مذهبی، برگرفته از مولفه‌های ریسک سیاسی^۳ در چارچوب شاخص راهنمای بین‌المللی ریسک کشوری^۴ (ICRG) به عنوان متغیر توضیحی اصلی مورد نظر قرار گرفته است. رتبه‌بندی گروه خدمات ریسک سیاسی (PRS)^۵ برای شاخص راهنمای بین‌المللی ریسک کشوری (ICRG) متشکل از ۲۲ متغیر در ۳ زیرگروه از ریسک است که عبارت‌اند از: ریسک سیاسی، ریسک مالی و ریسک اقتصادی. برای هر یک از زیرگروه‌ها شاخص جداگانه‌ای ساخته می‌شود که در آن شاخص ریسک سیاسی ۱۰۰ امتیاز، ریسک مالی ۵۰ امتیاز و ریسک اقتصادی ۵۰ امتیاز دارد. از آنجایی که هدف تحقیق بررسی تاثیر تنش بر گردشگری بین‌المللی می‌باشد بنابراین به تبیین زیر گروه ریسک سیاسی که متغیرهای تنش جزوه مولفه‌های مهم آن می‌باشد پرداخته و میانگین وزنی چهار نوع تنش ذکر شده را در مدل لحاظ خواهیم نمود.

¹ tension

² - pizam and mansfeld

³ - Political Risk

⁴ - International Country Risk Guide

⁵ . Political Risk Services

جدول ۲: مؤلفه‌های ریسک سیاسی

مؤلفه	امتیاز (حداکثر)	مؤلفه	امتیاز (حداکثر)
ثبات حکومت	۱۲	دخالت نظامیان در سیاست	۶
شرایط اجتماعی و اقتصادی	۱۲	حاکمیت نظم و قانون	۶
ریسک مصادره	۱۲	تنش مذهبی	۶
تنش خارجی	۱۲	پاسخ‌گویی حکومت	۶
تنش داخلی	۱۲	تنش‌های نژادی	۶
فساد	۶	کیفیت دیوان سالاری	۴
		امتیاز کل	۱۰۰

تنش (درگیری) داخلی^۱: ارزیابی خشونت سیاسی در کشور و تأثیر واقعی یا بالقوه آن بر حکمرانی با ۳ مؤلفه؛ جنگ داخلی / تهدید کودتا، خشونت سیاسی / تروریسم و اغتشاش شهری است. تنش (درگیری) خارجی^۲: ارزیابی دو نوع ریسک برای حکومت است شامل فشار خارجی بدون خشونت (فشارهای دیپلماسی، محدودیتهای تجاری و...) و فشار خارجی همراه با خشونت (درگیری مرزی و جنگ کامل).

تنشهای مذهبی^۳: ممکن است از تسلط جامعه یا/و حکومت توسط یک گروه مذهبی برآید. جلوگیری از آزادی مذاهب تهدیدی برای سرمایه‌گذاری خارجی (جذب گردشگران خارجی) محسوب میشود

تنشهای نژادی^۴: ارزیابی درجه تنشها در یک کشور نسبت به تقسیمات نژادی، ملی و زبانی است. امتیاز پایینتر به کشورهایی داده میشود که تنشهای نژادی و ملی به دلیل مقابله گروههایی که متعصب و بیمیل به توافق میباشند، به میزان بالایی وجود دارد و به کشورهایی امتیاز بالا داده میشود که اینگونه کشمکش‌ها حداقل باشند. (احمدیان، ۱۳۹۰)

پیشینه تحقیق**الف) مطالعات خارجی**

هال سی ام^۵ (۱۹۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری و ثبات سیاسی: نقش انقلاب، تروریسم و خشونت سیاسی بر گردشگری» درباره رابطه بین گردشگری و ثبات سیاسی، با تأکید ویژه

^۱ - Internal Conflict

^۲ - External Conflict

^۳ - Religion tensions

^۴ - Ethnic tensions

^۵ - Hall, C.M

بر اثرهای خشونت سیاسی، تروریسم و جنگ بر رفتار گردشگر و توسعه گردشگری بحث می کند. جنگ ها، کودتاها و انقلابها، حتی اگر دارای طبیعتی نسبتاً کم شدت باشند، نه تنها برای زیرساختهای گردشگری و ورودی ها؛ بلکه برای تصور بلندمدت از مقصد به شدت ویرانگرند.

استینر^۱ (۲۰۰۶) به بررسی وضعیت گردشگری کشورهای عربی پرداخته است که به رغم جاذبه های گردشگری، درآمد چندانی از گردشگری نداشته اند. نتایج بررسی او نشان داد مهم ترین علل فقدان درآمدزایی گردشگری در این کشورها، متغیرهای نهادی مانند نبود امنیت، تهدیدهای اجتماعی و روانی و متغیرهای اقتصادی مانند بهینه نبودن خدمات رسانی است.

فلچر^۲ (۲۰۰۸) از دانشگاه استنفورد به تاثیر بی ثباتی سیاسی بر محصول آسیب پذیر جهانگردی در فیجی و کنیا پرداخته اند. مقاله، طبیعت حملات و پیامد آنها از لحاظ تأثیر بر گردشگری و حجم درآمدها را مورد بررسی قرار می دهد. نتایج بدست آمده نشان می دهد که رویدادهای سیاسی مانند کودتا و مسائل سیاسی داخلی اثرات به مراتب شدیدتر در سطح فعالیتهای گردشگری نسبت به حملات تروریستی تا سطح پایین تا متوسط دارند.

سیکورا و نوناس^۳ (۲۰۰۸) به بررسی تأثیر شاخص راهنمای بین المللی ریسک کشوری در گردشگری برای ۱۲۰ کشور در فاصله سالهای ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۲ پرداختند. برآورد آنان از میزان گردشگران، در قالب مدل پنل دیتای پویا (GMM)، نشان داد یک درصد افزایش در ریسک کشوری، ۲ درصد گردشگری خاص کشورها را کاهش می دهد. آنان نتیجه گرفتند در برآورد گردشگری از متغیر ریسک کشوری غفلت شده است.

ب) مطالعات داخلی

حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعات خود با بررسی نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری خاورمیانه نشان می دهند نوسان شدید در ورودی گردشگران منطقه خاورمیانه ارتباط بسیار نزدیکی با تحولات سیاسی در عرصه جهانی (نظیر استراتژی مبارزه با تروریسم بین الملل)، فضای سیاسی - امنیتی منطقه خاورمیانه (چون تشدید اقدامات گروه های بنیادگرا) و شرایط داخلی کشورهای این منطقه (چون رژیم های استبدادی) دارد.

امامقلی پور و آسمانه (۱۳۹۰) به بررسی تأثیر شاخص نهادی حکمرانی خوب در گردشگری در کشورهای عضو OECD طی دوره زمانی ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۲ پرداخته است. این مطالعه با استفاده از روش داده های تابلویی پویا (GMM) نشان می دهد که کیفیت حکمرانی، تولید ناخالص داخلی و تعداد گردشگران دوره های گذشته، تأثیر مثبت و معنی دار و نرخ ارز تأثیر منفی در ورود گردشگران داشته است.

^۱ - Steiner

^۲ - flecher

^۳ - Sequeira & Nunes

شریفی رنانی و همکاران (۱۳۹۲) با استفاده از داده‌های تابلویی به مطالعه تأثیر شاخص‌های حکمرانی در جذب گردشگر در کشورهای منتخب اوپک (۲۰۱۱-۱۹۹۶) پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان داد متغیرهای نهادی مانند حاکمیت قانون، ثبات سیاسی، کارایی و اثربخشی دولت و کنترل فساد و همچنین متغیرهای اقتصادی، مانند نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی تأثیر مثبت و معنی‌داری در ورودی تعداد گردشگران خارجی دارد.

موسوی شفاپی و همکاران (۱۳۹۱) بررسی تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد پس از حملات مذکور که به بروز جنگ، تروریسم و بی‌ثباتی رژیم‌های حاکم منطقه انجامید به دلیل مخدوش کردن چهره مسلمانان منطقه و همچنین ایجاد تصویر منفی نسبت به این کشورها باعث رکود در صنعت گردشگری آنها شده است.

روش تحقیق

در این مطالعه روش تحقیق، برحسب روش گردآوری داده‌ها، توصیفی مبتنی بر تحلیل همبستگی بوده و از نظر هدف، پژوهش کاربردی، و به لحاظ ماهیت متغیرها تحقیقی کمی است. در خصوص جامعه آماری این مطالعه تطبیقی، تعداد ۲۵ کشور توسعه‌یافته^۱ و ۲۵ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی^۲ (داده‌های آماری در دسترس داشتند) از قاره‌ها و مناطق متنوع جغرافیایی برای دوره زمانی ۲۰۱۹-۲۰۰۵ انتخاب و داده‌های مربوط به آنها از منابع آماری بین‌المللی نظیر بانک جهانی (WB)،^۳ گروه خدمات ریسک سیاسی (PRS) و سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) استخراج شد.

به لحاظ نوع داده‌ها و ساختار موضوع مطالعه شده، از داده‌های تلفیقی سری زمانی و مقطعی (داده‌های تابلویی) به صورت پویا استفاده شده است. این روش ترکیبی، محیطی غنی از اطلاعات را برای گسترش روش‌های برآورد و نتایج نظری فراهم می‌کند و مزایایی نظیر محدود شدن ناهمسانی واریانس، حداقل شدن تورش‌ها، کاهش هم‌خطی و افزایش درجات آزادی و کارایی را داراست (Baltagi, 2008). در چارچوب روش داده‌های تابلویی، از جمله روش‌های مناسب، به‌ویژه برای حل مشکل درون‌زابدن^۴ شاخص‌های نهادی و همبستگی آن با دیگر متغیرهای توضیحی و برآورد صحیح از مدل، تخمین با استفاده از گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM)^۵ داده‌های تابلویی پویا^۶ است. روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) علاوه بر کاربرد در متغیرهای نهادی، هنگامی به کار می‌رود که

^۱ شامل بلژیک، فنلاند، استرالیا، دانمارک، نروژ، فرانسه، آلمان، آمریکا، اسپانیا، انگلیس، یونان، ژاپن، کره جنوبی، ایتالیا، روسیه، هلند، لهستان، پرتغال، سوئد،

سوئیس، سنگاپور، ایرلند، اتریش، کانادا، و نیوزلند

^۲ شامل کشورهای مراکش، مالزی، الجزایر، بحرین، قطر، امارات، عربستان، نیجریه، عمان، کویت، لیبی، ترکیه، ساحل عاج، کامرون، آذربایجان،

سنگال، ایران، عراق، جمهوری سوریه، مصر، اردن، لبنان، تونس، بنگلادش، اندونزی

^۳ World Bank

^۴ Endogeneity

^۵ Generalized Method of Moments

^۶ Dynamic Panel Data

تعداد مقاطع متغیرها (N) بیشتر از طول زمانی (T) باشد (Bond, 2002; Baltagi, 2008). اهم مزایای روش GMM پویا عبارت‌اند از:

لحاظ کردن ناهمسانی‌های فردی، حذف تورش‌های موجود در رگرسیون‌های مقطعی، کاهش یا رفع هم‌خطی به سبب استفاده از متغیرهای وابسته و وقفه‌دار، حل مشکل درون‌زاد بودن متغیرهای نهادی به سبب استفاده از متغیر وابسته با وقفه در حکم متغیر ابزاری. همچنین این روش تأثیر بسیاری از متغیرها همانند فرهنگ، قومیت، و مذهب را بعنوان عواملی که بر متغیر تابع موثر بوده و می‌تواند با نهاد هم‌بسته باشند از راه تفاضل‌گیری از داده‌های آماری، حذف می‌نماید (Baltagi, 2008).

مدل و معرفی متغیرها

با نگاهی به مطالعات تجربی انجام شده، از جمله مطالعات سیکورا و نوناس^۱ (2008) و امامقلی‌پور و آسمانه (۱۳۹۰)، براساس ماهیت متغیرهای تحقیق الگوی اقتصادسنجی طبق روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) به تفکیک برای دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی منتخب ذکر شده برای دوره زمانی ۲۰۱۹-۲۰۰۵ به صورت زیر است:

$$L(\text{Tour}_{i,t}) = \alpha_1 L(\text{Tour}_{i,t-1}) + \alpha_2 L(\text{TEN}_{i,t}) + \alpha_3 L(\text{OP}_{i,t}) + \alpha_4 L(\text{CPI}_{i,t}) + \alpha_5 L(\text{EGDU}_{i,t}) + \alpha_6 L(\text{INFRA}_{i,t}) + \varepsilon_{it} + \mu_i$$

$$I = 1, 2, 3, \dots, N \quad t = 1, 2, 3, \dots, T$$

$L(\text{Tour}_{i,t})$: لگاریتم تعداد گردشگران ورودی هر دوره برای کشورهای منتخب بعنوان متغیر

تابع.

$L(\text{Tour}_{i,t-1})$: لگاریتم تعداد گردشگران ورودی دوره قبل برای کشورهای منتخب.

میزان گردشگران دوره قبل، بعنوان منغیر بیان کننده تصویر گردشگران از مقاصد گردشگری به منزله شکل دهنده انگیزه‌ها، انتظارات و مطلوبیت آنها، به پیروی از مطالعات گارین^۲ (۲۰۰۷)، راسخی و همکاران (۱۳۹۳)، امامقلی‌پور و آسمانه (۱۳۹۰) در مدل لحاظ شده است. البته از لحاظ اقتصادسنجی به عنوان متغیر ابزاری در روش گشتاورهای تعمیم یافته شناخته می‌شود.

$L(\text{TEN}_{i,t})$: لگاریتم میانگین وزنی مولفه‌های تنش داخلی، تنش خارجی، تنش مذهبی، تنش

نژادی در هر دوره برای کشورهای منتخب.

$L(\text{OP}_{i,t})$: لگاریتم درجه باز بودن اقتصاد^۳ (مجموع صادرات و واردات به نسبت تولید ناخالص

داخلی) هر دوره برای کشورهای منتخب.

گسترش ارتباطات تجاری بین کشورها به مثابه عاملی ارتباطی و تقویت کننده گردشگری و تعاملات بین کشورها اهمیت بسزایی دارد لذا به پیروی از مطالعات کالیسکان^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، پورفرج و همکاران (۱۳۸۷) متغیر درجه باز بودن اقتصاد، در مدل لحاظ شده است

^۱ - Sequeira & Nunes

^۲ - Garin

^۳ - The Openness Degree Of Economy

$L(CPI_{i,t})$: لگاریتم شاخص قیمت مصرف کننده^۲ هر دوره برای کشورهای منتخب.

این شاخص در کشور مقصد بعنوان متغیر بیان کننده هزینه سفر و گردشگری به پیروی از مطالعات نوده و سایمن^۳ (۲۰۰۵)، راسخی و همکاران (۱۳۹۲)، سونگ و لی (۲۰۰۹) در شکل تبعی لحاظ شده است.

$L(EGDU_{i,t})$: لگاریتم هزینه های عمومی در آموزش^۴ هر دوره برای کشورهای منتخب.

سطح آموزش و فرهنگ جامعه مقصد گردشگری بر ارتباط دوسویه بین میزبان و میهمان، کیفیت خدمات و رضایتمندی گردشگران تاثیرات قابل توجهی دارد. بنابراین به پیروی از مطالعات ماسیدا و ایتزو^۵ (۲۰۱۲) و شاه آبادی و تلیایی (۱۳۹۵) از متغیر هزینه های عمومی در آموزش، استفاده شده است.

$L(INFRA_{i,t})$: لگاریتم زیرساخت های حمل و نقل^۶ هر دوره برای کشورهای منتخب.

وضعیت زیرساخت های حمل و نقل هوایی، جاده ای، ریلی و دریایی در کشور میزبان بر تمایل و تسهیل ورود گردشگران تاثیرات قابل توجهی دارد. بنابراین سرمایه گذاری و گسترش زیرساخت های حمل و نقل (بویژه صنعت حمل و نقل هوایی) یکی از مهم ترین اقدامات دولت ها جهت توسعه صنعت گردشگری است. در این پژوهش به پیروی از مطالعات شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲) از متغیر میزان حمل و نقل هوایی استفاده شده است.

ε_{it} : جزء اخلال.

μ_i : بیان کننده تأثیرات ثابت^۷ برای هر کشور (همان طور که در مزایای روش GMM اشاره شد، به سبب تفاضل گیری حذف خواهد شد).

چنانچه در مدل به جز $L(Tour_{i,t-1})$ و $L(TEN_{i,t})$ سایر متغیرهای توضیحی را با نماد (X_{it}) در قالب بردار $1 \times k$ ، شامل k متغیر توضیحی (متغیر کنترل) بشناسیم، مدل به صورت ذیل بیان می شود:

$$L(Tour_{i,t}) = \alpha_1 L(Tour_{i,t-1}) + \alpha_2 L(TEN_{i,t}) + \gamma X_{it} + \varepsilon_{it} + \mu_i$$

دو مورد در تخمین این معادله مدنظر قرار می گیرد: تأثیرات ثابت (μ_i) و متغیر وابسته وقفه دار در معادله. برای حل این مسائل، ارلانو و بوند (1991) تخمین زنده روش گشتاورهای تعمیم یافته تفاضلی مرتبه اول را پیشنهاد می دهند که شامل حذف تأثیرات ثابت با گرفتن تفاضل مرتبه اول از معادله است. پس از تفاضل گیری مرتبه اول در مدل خواهیم داشت:

$$\Delta L(Tour_{i,t}) = \alpha_1 \Delta L(Tour_{i,t-1}) + \alpha_2 \Delta L(TEN_{i,t}) + \gamma \Delta X_{it} + \Delta \varepsilon_{it}$$

یکی از نتایج تبدیل مدل آن است که تمامی متغیرهایی که در طی زمان ثابت اند (همانند تأثیرات ثابت کشوری) در مدل حذف می شوند (μ_i حذف می شود) اما مسئله مهم دیگر در این

¹ - Caliskan

² - Consumer price Index

³ - naude and Saayman

⁴ - Public Spending on education

⁵ - Massidda and Etzo

⁶ - Transportation Infrastructure

⁷ - Fixed Effect

مدل، درون‌زابدون احتمالی متغیرهای کنترل و نیز هم‌بستگی بین جزء اخلاص ε_{it} و متغیر وابسته با وقفه $L(\text{Tour}_{i,t-1})$ است. برای اینکه تخمین‌گر GMM بتواند برآوردی سازگار و بدون تورش ارائه دهد، لازم است که اعتبار شرایط گشتاور^۱ یعنی شرط زیر برآورده شود (Arellano & Bond, 1991):

$$E[\Delta \varepsilon_{it} L(\text{Tour}_{i,t-1})] = E[\Delta \varepsilon_{it} X_{i,t-k}] = 0 \quad \forall k > 1$$

این موضوع از طریق آزمون‌های بیان‌شده در نتایج برآورد، ارزیابی خواهد شد. برای اطمینان از مناسب‌بودن روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) دو آزمون مطرح است؛ یکی آزمون سارگان (آزمون عدم هم‌بستگی سریالی جملات خطا و متغیر ابزاری) جهت بررسی صحت و اعتبار متغیرهای ابزاری و دیگری آزمون آرلانو - بوند با هدف اعتبار برآورد به روش GMM مبنی بر این‌که در تخمین به این روش، باید جملات اخلاص دارای هم‌بستگی سریالی مرتبه اول $AR(1)$ بوده، اما دارای هم‌بستگی سریالی مرتبه دوم $AR(2)$ نباشند (Baltagi, 2008).

نتایج تخمین

نتایج برآورد مدل با استفاده از نرم‌افزار اقتصادسنجی stata برای دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و عضو سازمان کنفرانس اسلامی منتخب به صورت زیر است:

جدول ۳: نتایج تخمین به روش GMM برای کشورهای توسعه‌یافته منتخب

متغیر توضیحی	ضرایب	Z	مقدار احتمال P-Value
$L(\text{Tour}_{i,t-1})$	۰/۵۷۱۶	۱۶/۳۲	۰/۰۰
$L(\text{TEN}_{i,t})$	۰/۴۳۱۷	۲/۶۹	۰/۰۳۱
$L(\text{OP}_{i,t})$	۰/۴۱۹۷	۴/۹۴	۰/۰۰
$L(\text{CPI}_{i,t})$	-۰/۳۶۱۹	-۲/۸۹	۰/۰۲۹
$L(\text{EGDU}_{i,t})$	۰/۳۱۲۳	۳/۴۲	۰/۰۰۲
$L(\text{INFRA}_{i,t})$	۰/۱۹۰۶	۴/۰۹	۰/۰۰
cons	۱/۸۶۰۳	۲/۳۵	۰/۰۰۵

جدول ۴: آزمون سارگان

Chi2(119)	۲۱/۷۶۲۳
Prob> Chi2	۱/۰۰۰

برطبق نتایج آزمون سارگان، فرض صفر یعنی مناسب و معتبربودن متغیرهای ابزاری را نمی‌توان رد کرد.

^۱- Moment Conditions

جدول ۵: آزمون آرلانو - بوند (خودهمبستگی مرتبه اول و دوم)

order	z	Prob>z
AR(1)	-۲/۲۲۱۹	۰/۰۲۴۶
AR (2)	۰/۸۲۱۴	۰/۴۱۱۲

برطبق نتایج این آزمون آرلانو - بوند، خودهمبستگی پسماندهای مرتبه اول AR(1) وجود دارد که صحت اعتبار نتایج مدل آزمون شده براساس روش GMM را تأیید می کند.

براساس نتایج تخمین در جدول ۳، ضریب تخمینی گردشگران دوره قبل مثبت و معنی دار است؛ به طوری که یک درصد تغییر در میزان گردشگران دوره قبل منجر به واکنش ۰/۵۷۱۶ درصدی میزان گردشگران دوره جاری خواهد شد. به لحاظ تئوری نیز دلالت دارد بر اینکه تعداد گردشگران دوره قبل در نگرش و انگیزه گردشگران دوره جاری مؤثر است.

ضریب تخمینی شاخص تنش (TEN) مثبت و معنی دار است. طبق نتایج برآورد در این کشورها، یک درصد تغییر در مقدار این شاخص، منتج به واکنش ۰/۴۳۱۷ درصدی در میزان گردشگر خواهد شد. زیرا وضعیت مناسب نهادی (تنش داخلی و خارجی، تنش مذهبی و نژادی) به نحو مستقیمی در تمایل ورود گردشگران به کشورها مؤثر است.

ضریب برآوردی درجه بازبودن اقتصاد (OP)، تأثیر مثبت و معنی داری بر گردشگری خارجی این گروه کشورها دارد؛ به نحوی که یک درصد تغییر در این عامل باعث واکنش ۰/۴۱۹۷ درصدی در ورودی گردشگران می شود؛ زیرا هرچه تعاملات تجاری کشورها بیشتر باشد، فرصت معرفی جاذبه های گردشگری فراهم شده، در نهایت بر رونق صنعت گردشگری مؤثر خواهد بود.

ضریب تخمین زده شده برای شاخص قیمت مصرف کننده (CPI) در این گروه کشورها منفی و معادل ۰/۳۶۱۹- و از نظر آماری معنی دار است. زیرا افزایش سطح این شاخص به معنی افزایش قیمت کالاها و خدمات حوزه گردشگری و هزینه سفر شده و تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری خواهد داشت.

ضریب برآوردی برای هزینه های عمومی در آموزش (EGDU) مثبت و معنی دار است؛ به طوری که انتظار می رود یک درصد تغییر در این آن، به واکنش ۰/۳۱۲۳ درصدی در ورودی گردشگران خارجی منجر شود که نشان دهنده تأثیر مستقیم سطح آموزش کشور مقصد بر گردشگری این گروه کشورهاست.

ضریب تخمینی زیرساخت های حمل و نقل (INFRA) مثبت و معنی دار، معادل ۰/۱۹۰۶ است که تأیید می نماید سرمایه گذاری و تامین زیرساخت های حمل و نقل، به ویژه حمل و نقل هوایی، به منظور ایجاد تسهیلات و انتقال گردشگران تأثیرات قابل توجهی بر گردشگری بین المللی این گروه کشورها دارد.

همان طور که مشاهده می شود، عرض از مبدأ در این برآورد، مثبت و معنی دار است.

جدول ۶: نتایج تخمین به روش GMM برای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی

متغیر توضیحی	ضرایب	Z	مقدار احتمال P-Value
L(Tour _{i,t-1})	۰/۹۴۰۹	۲۴/۶۲	۰/۰۰
L(TEN _{i,t})	۱/۲۱۳۲	۵/۸۹	۰/۰۰
L(OP _{i,t})	۰/۲۳۰۷	۴/۶۳	۰/۰۰
L(CPI _{i,t})	۰/۰۱۲۸	۲/۲۶	۰/۰۳۱
L(EGDU _{i,t})	۰/۰۰۳۴	۰/۴۶	۰/۶۰۲
L(INFRA _{i,t})	۰/۱۰۲۸	۳/۱۳	۰/۰۰۲
cons	۲/۱۴۲۳	۴/۴۲	۰/۰۰

جدول ۷: آزمون سارگان

Chi2(119)	۲۴/۱۱۵۸
Prob> Chi2	۱/۰۰۰

برطبق نتایج آزمون سارگان، فرض صفر یعنی مناسب و معتبر بودن متغیرهای ابزاری را نمی‌توان رد کرد.

جدول ۸: آزمون آرلانو - بوند (خودهم‌بستگی مرتبه اول و دوم)

order	Z	Prob>Z
AR (1)	-۲/۶۶۲۱	۰/۰۱۸۳
AR (2)	۱/۳۲۱۵	۰/۱۱۸۴

برطبق نتایج آزمون آرلانو - بوند، خودهم‌بستگی پسماندهای مرتبه اول AR(1) وجود دارد که صحت اعتبار نتایج مدل آزمون شده براساس روش GMM را تأیید می‌کند. براساس نتایج تخمین در جدول ۵، برای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، ضریب تخمین گردشگران دوره قبل، مثبت و معنی‌دار است؛ به این معنا که یک درصد تغییر در گردشگران دوره قبل، باعث واکنش ۰/۹۴۰۹ درصدی در گردشگران دوره جاری خواهد شد. این ضریب بیشتر از ضریب تخمینی آن برای کشورهای توسعه‌یافته است؛ بنابراین می‌توان گفت با توجه وضعیت ناکارآمد نهادی و زیر ساختی در این کشورها، ارتقاء تصویر گردشگران از مقاصد گردشگری اسلامی به‌منزله شکل‌دهنده انگیزه‌ها، انتظارات و مطلوبیت آنها تأثیرات بمراتب بیشتری بر جریان گردشگری دوره‌های آتی دارد.

ضریب برآوردی شاخص تنش (TEN) مثبت و معنی‌دار است. طبق نتایج برآورد در این کشورها، یک درصد بهبود در این شاخص، منجر به واکنش نسبتاً بالای ۱/۲۱۳۲ درصدی در ورودی گردشگران خواهد شد. از دیدگاه مکتب نهادگرایان، علاوه بر متغیرهای کمی اقتصادی، شاخص‌های

نهادی (مانند تنش و مناقشات) تأثیرات عمیقی در وضعیت اقتصادی و از جمله صنعت گردشگری دارد. به‌ویژه این‌که در گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی این شاخص‌های نهادی وضعیت مناسبی نداشته (عموماً در مناطق پر تنش) و ارتقای این مؤلفه‌های نهادی در بهبود وضعیت صنعت گردشگری آن‌ها تأثیرات بنیادی و شدیدتری را نشان می‌دهد.

ضریب تخمین درجهٔ بازبودن اقتصاد (OP)، مثبت و به لحاظ آماری معنی‌داری است یک درصد تغییر در این متغیر باعث واکنش ۰/۲۳۰۷ درصدی در گردشگری خارجی شده است. چراکه، با تقویت تجارت بین‌المللی فرصت بهتری برای ترسیم تصویر مطلوب از مقصد و معرفی جاذبه‌های گردشگری فراهم می‌شود.

در گروه منتخب کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی ضریب تخمینی برای شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) مثبت اما بسیار کوچک و معادل ۰/۰۱۲۸ و از نظر آماری معنی‌دار است. به نظر می‌رسد در این کشورها سطح قیمت‌ها تأثیر قابل ملاحظه‌ای در تقاضای گردشگری نداشته بلکه جاذبه‌های محیطی و عوامل نهادی و زیرساختی تعیین‌کننده اصلی تمایل سفر به این کشورهاست. ضریب برآوردی هزینه‌های عمومی در آموزش (EGDU)، برای گروه کشورهای اسلامی منتخب مثبت و بسیار کوچک معادل ۰/۰۰۳۴ و اما به لحاظ آماری معنی‌دار نیست؛ بنظر می‌رسد با توجه به جذابیت‌های بالای گردشگری در عموم این کشورها، ترجیحات گردشگران بیشتر تحت تأثیر وضعیت نهادی این کشورها (مناقشات، تروریسم، ثبات سیاسی و ...) بوده و وضعیت آموزش مقصد گردشگری چندان قابل توجه نباشد.

ضریب تخمینی زیرساخت‌های حمل‌ونقل (INFRA) مثبت و معنی‌دار بوده؛ به‌نحوی که یک درصد تغییر در زیرساخت‌های حمل‌ونقل واکنشی ۰/۱۰۲۸ درصدی بر ورودی گردشگران خارجی را نشان می‌دهد. از آنجاکه برای گردشگری بین‌المللی یکی از عوامل مهم، زیرساخت‌های حمل‌ونقل به‌ویژه هوایی است، این ضریب تخمینی تأییدکنندهٔ این تأثیر و مطابق با مطالعات مشابه است. درنهایت در جدول ۶ برآورد عرض از مبدأ مثبت و معنی‌دار است.

تحلیل نتایج

پژوهش حاضر به بررسی شاخص تنش بعنوان یک عامل نهادی در کنار سایر عوامل (نظیر زیرساخت‌های حمل‌ونقل، شاخص قیمت مصرف‌کننده، هزینه‌های عمومی در آموزش و درجهٔ بازبودن اقتصاد) پرداخته است. در این پژوهش تطبیقی، به تفکیک ۲۵ کشور توسعه‌یافته و ۲۵ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی (که داده‌های آماری آن‌ها در دسترس بود) انتخاب شده و با استفاده رهیافت داده‌های تابلویی پویا (GMM) در خصوص تخمین مدل پیشنهادی اقدام شد. نتایج تخمین مدل، فرضیهٔ اصلی تحقیق مبنی بر تأثیر مثبت، معنی‌دار و قابل توجه شاخص نهادی تنش در گردشگری خارجی را تأیید می‌نماید.

براساس نتایج برآورد، در هر دو گروه کشورها، ضریب تخمین برای گردشگران ورودی دوره قبل مثبت و معنی دار است و با نتایج مطالعه سیکورا و نوناس (۲۰۰۸) و امامقلی پور و آسمانه (۱۳۹۰) مطابقت دارد. البته این ضریب برای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (۰/۹۴۰۹) و بزرگتر از کشورهای توسعه یافته منتخب (۰/۵۷۱۶) بوده و تایید می نماید با توجه چالش های زیرساختی و ریسک های بالقوه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، وضعیت گردشگران دوره قبل تصویر مقصد گردشگری را برای گردشگران دوره جاری ترسیم می نماید و توجه به رضایتمندی آنها منجر به تقویت جاذبه ها و انگیزه گردشگران آتی خواهد شد.

همانگونه که در ادبیات پژوهش و نتایج تخمین مدل مشخص شد، در هر دو گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و توسعه یافته، شاخص نهادی تنش تأثیر درخور ملاحظه، مثبت و معنی داری بر ورودی گردشگر دارد و موید فرضیه اصلی تحقیق بوده و با نتایج مطالعات میرانی (۱۳۹۸) و سیکورا و نوناس (۲۰۰۸) همسو است. رفع تنشها، برقراری ثبات سیاسی و امنیت، محیط نهادی مناسب و ذهنیت مطلوب را برای تقاضای گردشگری خارجی فراهم می نماید. طبق جداول نتایج تخمین، شدت تأثیر این شاخص در کشورهای اسلامی (۱/۲۱۳۲) در مقابل کشورهای توسعه یافته (۰/۴۳۱۷) بیشتر است. به معنی دیگر با توجه به وضعیت مناقشات تروریسم و بنیادگرایی افراطی در برخی کشورهای اسلامی و ذهنیت منفی جهانی و دافعه گردشگری ناشی از آن، انجام اصلاحات نهادی، تنش زدایی و تامین امنیت پایدار با شدت بیشتری بر ترمیم تصویر مقاصد گردشگری اسلامی و ارتقاء گردشگری بین المللی آنها موثر است.

ضرایب تخمینی در هر دو گروه کشورها، نشان می دهد فارغ از تاثیر سایر عوامل، درجه بازبودن اقتصاد تأثیر مثبت و معنی دار بر ورودی گردشگر خارجی دارد که همسو با مطالعات پورفرج و همکاران (۱۳۸۷) و شاه آبادی و همکاران (۱۳۹۰) بوده و تأیید می نماید با تقویت تجارت بین المللی علاوه بر رونق گردشگری تجاری، زمینه ارتقای تعاملات و جذب گردشگر فراهم خواهد شد. البته ضریب برآوردی این متغیر در کشورهای توسعه یافته بزرگتر و دلالت دارد سهم بالای این کشورها در تجارت جهانی تاثیرات به مراتب بیشتری بر صنعت گردشگری آنها داشته است.

در هر دو گروه کشورها، زیرساخت های صنعت حمل و نقل تأثیر مثبت با ضرایب متفاوت بر میزان ورودی گردشگران خارجی داشته است. این نتیجه با عموم مطالعاتی که به عوامل موثر بر گردشگری پرداخته اند - از جمله مطالعات سیاح و شاه آبادی (۱۳۹۲)، رحمانی و رهنما (۱۳۹۹) - مطابقت دارد. بنابراین با توجه به مشکلات زیرساختی در صنعت حمل و نقل برخی کشورهای کمتر توسعه یافته اسلامی، سرمایه گذاری در این بخش اهمیت ویژه ای خواهد داشت.

ضریب برآوردی هزینه های عمومی در آموزش (EGDU) در گروه کشورهای توسعه یافته منتخب مثبت و معنی دار و با نتایج مطالعات لیم (۱۹۹۷) و راسخی (۱۳۹۲) مطابقت دارد. در حالی که در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، این ضریب به لحاظ آماری معنی دار نبوده و با نتایج مطالعات شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲) مطابقت دارد. استنباط می شود انگیزه سفر گردشگران به

کشورهای اسلامی آثار تاریخی، طبیعی و فرهنگی بوده و وضعیت آموزش جامعه مقصد، جاذبه یا دافعه‌ای را برای گردشگران ایجاد نمی‌کند.

تخمین ضریب برای شاخص قیمت مصرف کننده (CPI) در کشورهای توسعه‌یافته منفی (کوچک) و با قواعد کلاسیک اقتصادی منطبق است و رابطه معکوس قیمت (هزینه) و تقاضای گردشگری را نشان می‌دهد. در مقابل این ضریب کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی تأثیر کم اما مثبت را نشان می‌دهد و برخلاف نتایج پژوهش‌های مشابه از جمله مطالعات سیاح و شاه‌آبادی (۱۳۹۲) است. در خصوص مثبت بودن ضریب (بر خلاف کشورهای توسعه یافته) استنباط می‌شود بالا بودن شاخص قیمت مصرف کننده در کشور مقصد به معنای تقویت ارزهای خارجی، افزایش قدرت خرید گردشگران و ارتقاء رقابت پذیری قیمتی این کشورها بوده بنابراین اثرات مثبت محدودی را بر ورودی گردشگران بین‌المللی خواهد داشت.

بعنوان شواهد آماری در تأیید نتیجه اصلی تحقیق؛ طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری، در حالیکه از مجموع ۱,۵ میلیارد نفر گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹، سهم اروپا و آمریکا مجموعاً ۶۶ درصد بوده در مقابل سهم آفریقا و خاورمیانه (عمدتاً شامل کشورهای اسلامی) جمعاً ۹ درصد بوده است. همچنین طبق گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری سال ۲۰۱۹ مجمع جهانی اقتصاد^۱، در بین ۱۴۰ کشور جهان، ایران ارزان‌ترین کشور جهان بوده و از لحاظ رقابت‌پذیری قیمتی، رتبه اول را دارد. این شکاف عمیق بین دو گروه کشورهای مورد مطالعه، قدرت تأثیرات بالقوه کیفیت نهادی (از جمله تنش و مناقشات، ثبات، امنیت و ...) را در گردشگری، نشان می‌دهد.

پیشنهادات

الف) وضع یا اصلاح قوانین به منظور حمایت از بخش گردشگری و سیاست‌گذاری‌های هدفمند به منظور ارتقاء و بهبود شاخص‌های نهادی نظیر تنش‌زدایی داخلی و بین‌المللی، وفاق ملی، رفع تبعیض‌ها، تثبیت امنیت، حمایت‌های حقوقی و ... باید از اولویت‌های کشورهای اسلامی و از جمله کشور ایران باشد.

ب) گسترش و حمایت از تجارت خارجی (واردات و صادرات) و تسهیل هر چه بیشتر مبادلات بین‌المللی بویژه در ارتباط با کشورهایی که متقاضیان بالقوه گردشگری می‌باشند. سیاست‌گذاران باید از پیوند متقابل تجارت و گردشگری بهره برده و در تجارت خارجی، معرفی جاذبه‌های گردشگری کشورهای اسلامی در حکم مقاصد مطلوب سفر را مدنظر قرار دهند.

ج) تخصیص منابع و سرمایه‌گذاری گسترده در زیرساخت‌های بخش حمل‌ونقل با مشارکت بخش خصوصی داخلی و خارجی و گسترش خطوط هوایی، بمنظور تسهیل سفر گردشگران، مورد تأکید است.

¹. World Economic Forum

د) ایجاد سازمان گردشگری کشورهای اسلامی به منظور انعقاد توافق‌نامه‌ها در حوزه امنیت و تبادل گردشگر، وضع قوانین و سازوکارهای حمایتی و تاسیس صندوق تسهیلات گردشگری جهت کمک به ارتقاء زیرساخت‌های گردشگری کشورهای اسلامی، پیشنهاد میگردد.

در خصوص اهم محدودیت‌های پژوهش می‌توان اشاره کرد عوامل مؤثر بر گردشگری بین‌المللی در مطالعات متعدد بررسی شده‌اند، اما در این تحقیق به جهت برآزش کارا تر و محدودیت داده‌ها، مجبور به انتخاب محدود عوامل مؤثر شده‌ایم. همچنین علیرغم اینکه شاخص تنش بعنوان متغییر نهادی و بصورت کمی در این پژوهش استفاده شده اما داده‌ها یا وضعیت برخی نهادهای غیررسمی و کیفی مانند فرهنگ‌ها، هنجارها، آداب و رسوم، ایدئولوژی‌ها و ... که به نحوی تاثیرات قابل توجهی بر وضعیت تنش‌ها، مناقشات و ثبات یک کشور دارد، بصورت داده‌های قابل استفاده، در دسترس محققین نمی‌باشد.

منابع و مآخذ:

- ۱- ابوجعفری، روح‌الله (۱۳۸۵). «برداشت‌های اقتصاد نهادگرا و مطالعات اقتصاد اسلامی». فصلنامه اندیشه صادق، شماره ۲۲، ص ۱۲۲-۱۴۵.
- ۲- احمدیان، مریم (۱۳۹۰). معرفی و نقد شاخص راهنمای ریسک بین‌المللی کشوری. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات محیط کسب‌وکار.
- ۳- اشرفی‌پور، محمدعلی و نقیب، رسول (۱۳۹۱). «بررسی اثرات حکمرانی خوب بر توسعه صنعت توریسم». دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد سنندج.
- ۴- امامقلی‌پور، سارا و آسمانه، زهرا (۱۳۹۰). «تعیین ارتباط بین گردشگری و حکمرانی در کشورهای عضو OECD با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته GMM». اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران.
- ۵- پورفرج، علیرضا، عیسی‌زاده روشن، یوسف و چراغی، کبری (۱۳۸۷). «فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی». فصل‌نامه اقتصاد و تجارت نوین، دوره ۴، شماره ۱۳، ص ۴۶-۶۶.
- ۶- تلیایی، فریبا و شاه‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۹۵). «تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای درحال توسعه منتخب». فصل‌نامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۶، ص ۸-۳۰.
- ۷- حیدری، چپانه و رحیم سلطانی، ناصر (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری مطالعه موردی منطقه خاورمیانه، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۵، پیاپی ۵۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۳، ص ۲۰۹-۲۲۸.
- ۸- خداپرست مشهدی، مهدی و فلاحی، محمدعلی (۱۳۹۵). «بررسی نقش کیفیت نهادی بر توسعه مالی در کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی». دوفصل‌نامه اقتصاد پولی و مالی، دوره بیست‌وسوم، شماره ۱۱، ص ۲۶-۴۵.
- ۹- راسخی، سعید و حسینی، سپیده (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر بر تراکم گردشگری در کشورهای درحال توسعه منتخب». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، ص ۶۹-۸۶.
- ۱۰- رحمانی، فاطمه و رهنما، علی (۱۳۹۹). تأثیر شاخص‌های رقابت پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا. دو فصل‌نامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هشتم، شماره ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، ص ۱۴۴-۱۱۳.
- ۱۱- سیاح، علی (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های حمل‌ونقل و شاخص حکمرانی بر تقاضای گردشگری کشورهای منتخب توسعه‌یافته و درحال توسعه طی دوره ۲۰۰۰-۲۰۱۱. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد دانشگاه بوعلی سینا.

- ۱۲- شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی (۱۳۹۲). «تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری (رویکرد پنل دیتا)». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، ص ۲۵-۴۳.
- ۱۳- شریفی رنالی، حسین، سجادیه خواجهویی، فرزاد و ترابی، افسانه (۱۳۹۲). «نقش حکمرانی خوب در جذب گردشگر (مطالعه موردی: کشورهای منتخب «OPEC»»». اولین همایش الکترونیکی ملی چشم‌انداز اقتصاد ایران با رویکرد حمایت از تولید ملی.
- ۱۴- صامتی و همکاران (۱۳۹۴)، نتایج مطالعات آنها در مورد تقاضای گردشگری کشورهای اسلامی منتخب در طی دوره ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۲ با استفاده از روش داده‌های پانل، نشان داد که ثبات سیاسی و حاکمیت قانون در این گروه کشورها تأثیر مثبت و معنی‌داری بر افزایش ورود گردشگران خارجی داشته است
- ۱۵- مریدی، مرضیه (۱۳۹۵). بررسی نقش گردشگری در توسعه اشتغال کلانشهرها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت شهری، دانشکده مدیریت، واحد علوم تحقیقات تهران.
- ۱۶- میرانی، نینا (۱۳۹۶). بررسی نقش کیفیت نهادی بر توسعه صنعت گردشگری پزشکی در ایران: رویکرد پویایی‌های سیستمی. پایان‌نامه دکتری، رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تبریز.
- ۱۷- ندیری، محمد و محمدی، تیمور (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر ساختارهای نهادی بر رشد اقتصادی با روش گشتاورهای تعمیم یافته». فصل‌نامه مدل‌سازی اقتصادی، سال پنجم، شماره ۱۵، ص ۱-۲۴.
- ۱۸- موسوی شفاپی، مسعود، حسینی بیدختی، علی اکبر و اسماعیل شهابی، سید مجتبی (۱۳۹۱). تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، فصل‌نامه روابط خارجی، سال چهارم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۱، ص ۲۴۰-۲۱۱.
- 19-Aslan, A., Kula, F., & Kaplan, M. (2009). "International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach". *A Research Journal of International Studies*, 9; p. 64-75.
- 20-Arellano, M., & Bond, S. (1991). "Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations". *Review of Economic Studies*, 58(12), 277-297.
- 21-Baltagi, B. H. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. West Sussex: Wiley.
- 22-Barro, R. J. and X. Sala-i-Martin. (2004). *Economic Growth*, 2nd ed. Cambridge: MIT Press.
- 23-Flecher, J., & Morakabati, Y. 2008. Tourism Activity Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: the Cases of Fiji and Instability Kenya.
- 24-Hall, C.M. (1994) *Tourism and Politics*, John Wiley and Sons, Brisbane
- 25-Kaufmann, D., Kraay, A. and Mastruzzi, M. (2009). "Governance matters VIII: Aggregate and individual governance indicators 1996-2008". *World bank policy research working paper*, 4978.

-
- 26-Lee, S. (2015). "Research note: Quality of government and tourism destination competitiveness". *Tourism Economics*, 21(4), 881–888.
- 27-North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press. New York.
- 28-Nunkoo, R., Ramkisoon, H. and Gursoy, D. (2012). "Public trust in tourism institutions". *Annals of Tourism Research*, 39(3), p. 1538–1564.
- 29-Rigobon, R., & Rodrik, D. (2005). "Rule of law, democracy, openness and income". *Economics of Transition*, 13(3), p. 533–64.
- 30-Saha, S., Su, J. J., & Campbell, N. (2017). "Does political and economic freedom matter for inbound tourism? A cross-national panel data estimation". *Journal of Travel research*, 56(2), 221-234.
- 31- Sequeira, T. N., & Nunes, P. M. (2008). "Does country risk influence international tourism? A dynamic panel data analysis". *Economic Record*, 84(265), 223-236.

آسیب شناسی عملکرد دفاتر بازآفرینی در فضاهای گردشگری مطالعه موردی دفاتر تسهیلاتی مناطق پیرامون حرم مطهر در شهر مشهد

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۱۸

امین فعال جلالی*^۱ آرزو فعال جلالی^۲ زینب اباصلتیان نائینی^۳

- ۱- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
- ۲- دانشجوی کارشناسی ارشد ژئومورفولوژی دانشگاه حکیم سبزواری
- ۳- دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

چکیده

بافت‌های تاریخی در عین حالی که بیانگر گویای میراث کهن به شمار می‌روند، محلی برای انتقال پیام فرهنگ و تمدن میان نسل قدیم و جدید هستند. مروری بر فضاهای تاریخی، گویای آن است که همواره نگهداری و مرمت بناهای تاریخی در حال انجام بوده ولی شیوه آن در هر دوره متفاوت است. بافت پیرامونی اطراف حرم مطهر در شهر مشهد با دارا بودن آثار تاریخی و مذهبی ارزنده ای از جمله خانه‌های تاریخی، مساجد تاریخی، باغ‌های تاریخی، کاروانسراها و... به علت قرار گیری آنها در میان بافت فرسوده از مشکلاتی چون دید و منظر، مقاومت، دسترسی، نارسایی‌های مربوط به بافت فرسوده در زمینه تأسیسات شهری، عدم استحکام ابنیه و ... رنج می‌برند و نیازمند بازآفرینی هستند که این اقدام علیرغم تاسیس دفاتر بازآفرینی توفیق چندانی برای حفظ و نگهداری این آثار به جای آورده نشده است. هدف پژوهش آسیب شناسی عملیاتی دفاتر تسهیلاتی در محدوده بافت مرکزی با تاکید بر گردشگری می باشد. محدوده پژوهش پیرامون حرم مطهر بوده و روش آن کمی و کیفی بر اساس مصاحبه در بازه زمانی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ بوده و مخاطبان از بین مدیران دفاتر تسهیلاتی به تعداد ۲۸ نفر انتخاب شدند. نتایج نشان داد دانش بازآفرینی کارشناسان شهری و سایر دستگاه‌ها با ضریب اهمیت ۰/۱۸۴، نگاه بخشی مدیریت شهری به گردشگری ضریب ۰/۱۱۰، ضعف در منابع مالی سازمان بازآفرینی با ضریب ۰/۰۹۹، ضعف در تخصص کارشناسان سازمان بازآفرینی با ضریب ۰/۰۹۵، عدم تمایل به همکاری سایر دستگاه‌ها با ضریب وزنی ۰/۰۸۶ و ضعف در نظام ارزیابی سازمان بازآفرینی به ترتیب اولویت به عنوان مهمترین عوامل آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله در مناطق پیرامونی حرم مطهر شناخته شدند.

واژه های کلیدی: دفاتر تسهیلاتی شهری، بافت تاریخی، بازآفرینی، تحلیل خوشه ای، گردشگری

مقدمه

گذشت زمان و اصول حاکم بر توالی شهری و جابجای درونی جمعیت و مهاجرفرستی از محلات مرکزی شهر به مناطق حاشیه ای باعث گردیده که قسمت‌هایی از بافت شهری به مرور زمان فرسوده و تبدیل به بافت‌های تاریخی شوند که این فرسودگی از ابعاد مختلفی (فرسودگی کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی) قابل بررسی است (رفیعیان، ۱۳۹۵: ۳). امروزه در شهرهای بزرگ پدیده افت کیفیت محیطی، منزلت اجتماعی و سرزندگی اقتصادی از مشکلات اساسی محسوب می‌شود که این امر در ایران نیز در بخش عمده‌ای از شهرها به ویژه در بخش‌های مرکزی شهر قابل مشاهده است (Elmqvist et al, 2015: 106) و عمدتاً در این محدوده‌ها جاذبه‌های تاریخی، سرمایه انسانی، مالی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در معرض خطر قرار خواهد گرفت (جودی پیرانفر، ۱۳۹۴: ۳۴). در این محدوده‌ها به دلیل در مرکزیت قرار گرفتن، ارزش زمین افزایش پیدا کرده و به دنبال آن آثار تاریخی و میراث فرهنگی به جای مانده از گذشته که دارای اهمیت گردشگری است، عمدتاً تغییر کاربری داده و به مرور زمان دستخوش نابودی قرار می‌گیرند (Lucci et al, 2018: 302)، به دنبال این وضعیت، مرمت بافت‌های فرسوده شهری با رویکرد نگهداری از بافت‌های تاریخی و حفاظت از میراث فرهنگی و تاریخی بجای مانده با سیاست بازآفرینی شهری، به عنوان یکی از راهکارهای مهم بازسازی فضاهای شهری برای بازگرداندن مجدد آنها به حیات زنده شهری و مستعد نمودن آنها برای توسعه گردشگری شهری و قرار گرفتن در کانون توجه تصمیم‌سازان، تصمیم‌گیران و مدیران شهری و متخصصان حوزه گردشگری شهری، محسوب می‌شود (تاجر و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۹).

در زمینه‌های بهسازی و بازآفرینی شهری؛ بازآفرینی بافت‌های تاریخی یکی از مهمترین اهداف می‌باشند که می‌توان از آنها در جهت فعالیتهای گردشگری استفاده نمود. گردشگری با استفاده از کاربری‌های جدید باعث هویت‌بخشی و تاریخ‌پنداری منطقه و حس تعلق و مکان‌زندگی می‌شود. بازآفرینی بافت‌های تاریخی در سیمایی یک محله و منطقه حیات‌زندگی ایجاد می‌کنند (تایسدل و هدث ۱۹۹۶: ۶۹). ایجاد فعالیتهای جدید اجتماعی و اقتصادی با کاربری‌های گردشگری و استفاده از فرهنگ بومی و محلی به عنوان ابزاری برای بازنده‌سازی محله‌های تاریخی شهری است که توسط بازآفرینی شهری انجام می‌پذیرد (مورا و ادب، ۱۳۸۷: ۴۲). رویکرد توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی، شروعی برای تنوع‌بخشی فشرده برای بازسازی فرهنگی، کالبدی، اقتصادی و اجتماعی این محدوده‌ها است. مقصود از گردشگری در بازآفرینی شهری نوعی گردشگری است که هدف اصلی آن کشف میراث هنر معماری یک شهر است (استرانک و همکاران، ۲۰۱۵). فعالیتهای گردشگری برای نواحی داخل شهر زمینه را برای بازآفرینی محله‌های فرسوده، گردش فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی به همراه خواهد داشت (تایسدل و هدث، ۱۹۹۶: ۷۰) و با توجه به قابلیت‌های محلات تاریخی و همچنین ظرفیتهای جامعه و نیازهای گردشگران به بازدید از فضاهای تاریخی بتوان از قابلیت‌های این بخش در جهت پیشرفت و توسعه شهری استفاده کرد (موحد و کهزادی، ۱۳۸۹: ۷۸). توسعه گردشگری شهری باعث اثربخشی مؤثر بر بافت‌های فرسوده و تاریخی شهری و باعث افزایش اعتماد و امکان سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف شهر می‌شود (موحد و کهزادی، ۱۳۸۹: ۸۱). اگر بازآفرینی شهری با رویکرد گردشگری با اهداف اجتماعی و اقتصادی برای اهالی منطقه شکل بگیرد منجر به

رفاه کلی جامع شهری می‌شود و تسویه فضاهای شهری و بهبود کیفیت زندگی را به همراه خواهد داشت (پوریسکا، ۲۰۱۰: ۱۳۶).

در این راستا توسعه گردشگری با به کار بردن رویکردهای نوسازی و بهسازی فضاهای تاریخی و بافت کهن شهری، از جمله احیای بافت‌های فرسوده، مداخلات اجتماع محوری با تسهیلگری مدیریت شهری در دستور کار دست‌اندرکاران نوسازی بافت‌های فرسوده و سکونت‌گاه‌های غیررسمی قرار گرفت (توکلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۹۶) که تأسیس و راهبری دفاتر توسعه محلی در مراکز محلاتی از شهر که دارای بافت‌های فرسوده و تاریخی، یکی از مهم‌ترین این راهکارها جهت بازآفرینی این مناطق می‌باشد (شاهی اردبیلی، ۱۴۰۰: ۳۵). یکی از شهرهایی که در محدوده مرکزی آن در کنار بافت فرسوده دارای آثار تاریخی فراوانی می‌باشد، شهر مشهد است. این شهر به دلیل برخورداری از قدمت زیاد و سابقه سکونت‌ی بالا، به مرور برخی از محلات آن در مجاورت محلات جدید جزء مناطق قدیمی و تاریخی شده‌اند که با توجه به پیشرفت و نیازهای جامعه کنونی نیازمند بازنگری و بازآفرینی هستند. فراوانی بافت‌های فرسوده و تاریخی در پیرامون حریم رضوی شهر مشهد به عنوان مهم‌ترین جاذبه گردشگری ایران، ضرورت بازآفرینی را به جهت بهبود فضاهای شهری برای استفاده شهروندان و گردشگران ضروری می‌سازد.

بر این اساس بازآفرینی بافت‌های تاریخی در محدوده حرم مطهر شهر مشهد، به دلیل جایگاه ویژه گردشگری این محدوده یکی از مهمترین دغدغه‌های مدیریت شهری است که دارای جایگاه حائز اهمیتی می‌باشد. موفقیت طرح‌های نوسازی و بهسازی و ایجاد فضای مناسب گردشگری منوط به بازآفرینی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بوده تا بتوان از حداکثر ظرفیت فضاهای شهری این محدوده در راستای خدمات‌رسانی به گردشگر و شهروندان بهره کافی را برد. در این راستا شهرداری مشهد از طریق سازمان نوسازی به منظور تسهیل در امر نوسازی و بهسازی و بازآفرینی در محلات پیرامونی حرم مطهر در راستای بهبود فضای شهری و توسعه شهری، اقدام به تأسیس دفاتر خدمات نوسازی محله با رویکرد بازآفرینی آثار باستانی و تاریخی، ارزش‌های مذهبی، احیای گردشگری و در نهایت حفاظت از میراث به فراموش گذاشته شده این بخش نموده تا به عنوان رابط و واسط بین شهرداری و ساکنین (مالکین) بافت‌های فرسوده فوق‌الذکر را هدف بازسازی و بازپیرایی قرار دهد. به همین منظور تاکنون ۵ دفتر خدمات نوسازی بافت فرسوده زیر نظر سازمان نوسازی شهر مشهد در منطقه پیرامونی حرم مطهر تأسیس گردیده است (سازمان بازآفرینی شهرداری مشهد، ۱۴۰۰). این دفاتر مجموعه‌ای متشکل از کارشناسان اجتماعی، شهرسازی، اقتصادی و حقوقی است که وظیفه آن اعتماد سازی، آگاه‌سازی، نهادسازی و پیگیری اجرای پروژه‌های توسعه‌ای، نوسازی، توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی است، این دفاتر پس از حضور در محلات با رویکرد اجتماع محور و ارتباط با شهروندان، مساجد، نهادها و فعال سازی کارگروه‌های تخصصی که با حضور کنشگران محلی همراه است ضمن اخذ مشارکت مردم و احصاء نیازهای آنان به عنوان حلقه‌ای میانی با هماهنگی دستگاه‌های متولی در امر بازآفرینی، اقدام به تهیه و تدوین سند توسعه محله کرده‌اند. این دفاتر علیرغم عملکرد گسترده‌ای که در راستای نوسازی محلات هدف شهری دارند، اما همواره با عوامل بازدارنده و موانعی از جمله کمبود منابع مالی، عدم همکاری بین‌سازمانی، کمبود دانش بازآفرینی، اولویت اجرا در اقدامات عمرانی و ساختمانی، نبود الگوی از پیش تعیین شده و ... مواجه هستند که تحقق اهداف بازآفرینی شهری را با چالش همراه ساخته است. اکنون باگذشت

بیش از دو سال از تأسیس این دفاتر، می‌توان چالش‌ها و مسائلی که در فرآیند کار با آن مواجه بوده اند را با وضوح بیشتری مشاهده کرد که چه مشکلاتی بر سر راهشان وجود دارد. بنابراین لازم است به منظور ارتقاء عملکرد و افزایش اثربخشی دفاتر بازآفرینی، به این مسئله پرداخته شود که چه موانع و بازدارنده‌هایی در حوزه‌های گوناگون به خصوص در راستای توسعه گردشگری بافت‌های تاریخی (در سطح محلات، در سطح دفاتر، در سطح سازمانی و بین نهادی) می‌توانند سد راه موفقیت دفاتر شوند مقاله پیش رو با هدف آسیب شناسی و ارائه پیشنهادات در راستای بهبود عملکرد، فعالیت دفاتر بازآفرینی محدوده مورد مطالعه را در بازه زمانی تأسیس دفاتر مورد بررسی قرار داده است و می‌خواهد بررسی کند که دفاتر بازآفرینی و نوسازی شهری محدوده مورد مطالعه در زمینه توسعه گردشگری با چه کمبود و کاستی‌هایی روبه رو هستند؟

ادبیات پژوهش

فرسودگی شهری یک پدیده است و گستره واژگان و مفاهیم پایه مرتبط با آن نیز گستره وسیعی را در برمی‌گیرد که متناسب با سطح فرسودگی، آنها را می‌توان در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، کالبدی، زیست محیطی و مدیریتی دسته‌بندی کرد (شفیعی دستجردی و صادقی، ۱۳۹۶: ۷).

نظریه‌ها و رهیافت‌های مواجهه با نواحی فرسوده شهری

بر اساس علل رکود و افت/فرسودگی در شهرها و نواحی شهری، نظریه‌ها و رهیافت‌های مختلفی وجود دارد. هر یک از این رهیافت‌ها، در شرایط انضمامی خاصی قابل به کارگیری است (رفیعیان و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۵).

جدول شماره ۱. نظریه‌ها و رهیافت‌های مواجهه با نواحی فرسوده شهری

نظریه‌های فرسوده شهری	توضیحات
رهیافت اعیان سازی	اعیان سازی، مجموعه فعالیت‌هایی است که به منظور اصلاح و بهبود مسکن و محیط مسکونی و تغییر در ترکیب واحدهای همسایگی و جایگزینی گروه‌های کم درآمد به وسیله ساکنان با درآمد متوسط و بالا در بخش مرکزی شهر انجام می‌گیرد.
نظریه فقر و محرومیت شهری	برنامه‌ریزی اجتماعی بر مسائل اجتماعی، به ویژه مردم به جای فضاها و بناهای شهری متمرکز می‌شود. در نتیجه، از طریق تحلیل علت‌های اساسی محرومیت و فقر شهری، مقدمات لازم برای اجرای سیاست‌ها، با جهت‌گیری رفع نیازهای اساسی فراهم می‌شود.
رهیافت مکان‌گزینی سکونت	انتخاب مکان سکونت و به طور خاص مکان‌گزینی مجدد در درون شهر تابع سیستم فعالیت‌های خانوار است که شامل رشته وسیعی از کار و تلاش برای فعالیت‌های اجتماعی، اوقات فراغت تا خرید می‌گردد.
رهیافت نوسازی - ترک اجباری	اصل اساسی این رهیافت، تفسیر احیاء شهری برحسب نوسازی و ترک اجباری است که به وسیله آن، بخش‌های کارگر نشین قدیمی شهر به عنوان ناحیه اداری جدید و آپارتمان‌های لوکس تجدید توسعه شده، و در خلال این مدت، ساکنان اولیه به دیگر بخش‌ها حرکت داده می‌شوند که اغلب جهت حرکت نیز به طرف حومه‌هاست و در نتیجه این فرآیند، مرکز شهر بعد از نوسازی به وسیله طبقه متوسط تصرف شده و جایگزین می‌گردند.

این رهیافت زمانی به کار گرفته می‌شود که خرابی و وضع کالبدی، اجتماعی، اقتصادی محدوده‌هایی از شهر به حدی باشد که بایستی تخریب و نوسازی شوند.	رهیافت تخریب و پاکسازی و توسعه مجدد
محوطه‌هایی که چنان نامطلوب اند که قابل علاج نباشد اما از نظر اقتصادی مقرون به صرفه بوده و می‌توان آن را مرمت کرد؛ از جمله می‌توان طرح داخلی بنا را تغییر داد یا نمای آن را عوض کرد، نواقص لوله کشی آب، سیمکشی و... را مرتفع نمود، به طوریکه این اصلاحات بتواند با هزینه مناسبی انجام شود. در این حالت، رهیافت توانبخشی، نوعی بهسازی کالبدی محسوب می‌گردد.	رهیافت توانبخشی - بهسازی
رهیافت مرمت (نوگردانی) تدریجی را یک فرآیند ممتد ساخت مجدد و نوسازی کوچک مقیاس که شادابی یک محله را در پاسخ به نیازهای اجتماعی و کالبدی، و تغییرات آنها در طول زمان، تحکیم کند، تعریف کرده اند. به دلیل محدود بودن کارکرد این رهیافت، آن را مرمت کاهش یافته نیز نام نهاده‌اند.	رهیافت ترکیبی پاکسازی و اصلاح
رهیافت اصلاح جامع دربردارنده دو عنصر اصلی زیر بوده - اصلاح مسکونی - اصلاح محیطی	رهیافت اصلاح جامع
ارتقاء محیطی از ساماندهی کالبدی، اجتماعی، اقتصادی، سازمانی و زیست محیطی تشکیل می‌شود که با همکاری شهروندان به صورت کلی، گروه‌های محلی، بخش تجاری و مقامات محلی به اجرا درمی‌آید.	رهیافت ارتقاء درجه محیطی
در اغلب کشورهای دارای اقتصاد بیشتر توسعه یافته، هدف، بخشیدن حیات دوباره ای به مرکز شهرها است که در کشورهای دارای اقتصاد کمتر توسعه یافته، به برنامه‌های کیفی نیز توجه کرده و آنها را لزوماً با احتیاجات کمی پیوند می‌دهند.	رهیافت تجدید حیات شهری
هر تولید صنعتی دارای یک چرخه حیات محتمل است که این چرخه شامل چهار مرحله نوآوری، رشد یا گسترش، بلوغ، و فرسودگی و رکود است.	نظریه چرخه افت

احمدصفری، ۱۳۹۷، کریم زاده و همکاران، ۱۳۹۶، نجفی و همکاران، ۱۳۹۸، آریانا و همکاران، ۱۳۹۷، مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهری تهران، ۱۳۹۴

جایگاه دفاتر تسهیلاتی در بازآفرینی شهری

دفاتر تسهیلاتی محلی، با این رویکرد شکل گرفتند که با رویکرد بخشی بین دولت و مردم، در جهت دفاع از منافع خاصی همچون مسائل اجتماعی، فرهنگی، کالبدی، اقتصادی و ... تشکیل گردیده‌اند (Alizaehmoghadam & Zakerian, 2019: 10). یکی از نیازهای شهروندان ساکن بافت‌های فرسوده و قدیمی در شهرها، ورود نهادهای مردم محور جهت بازآفرینی است چرا که توجه به این بافت‌ها جهت جلب مشارکت بخش خصوصی و رفع ناپایداری آنها، به موضوعی محوری تبدیل شده و سازمان‌های غیردولتی را به تکاپوی بازآفرینی در شهر با حفظ ویژگی‌های اصلی کالبدی و فعالیتی سوق داده است (Ramsey, 2017: 46). دفاتر تسهیلاتی محلی می‌توانند به گسترش فضای عمومی در جامعه کمک کنند، به جزئی از پارادایم توسعه در جامعه تبدیل شوند، فضای اعتماد عمومی در جامعه را گسترش دهند و به کوچک شدن دولت کمک نمایند (Wagner, 2019: 529). این دفاتر می‌توانند در کاهش چالش‌های زیست‌محیطی نقش موثری ایفا نمایند (سازمان نوسازی شهر تهران، ۱۳۹۵)، همچنین قادرند به همسوسازی مردم و شهرداری‌ها و سازمان‌های مدیریت شهری در راستای بازآفرینی شهری یاری کنند و نیز اجرای برنامه‌های مناسب با نیازهای شهروندان را موجب شوند (Schram-Bijkerk et al, 2018: 866).

دفاتر تسهیلگری محلی به عنوان مولفه اصلی در انتظام بخشی مجدد به محیط در بازآفرینی این نوع بافت‌ها می‌باشد (پیوسته گر و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲۶). باید توجه داشت که بافت‌های فرسوده در شهرها با توجه به آسیب‌های اجتماعی بالا و عدم نظارت صحیح مدیریت شهری در ارائه خدمات موثر در حال تراکنش و پخش به سایر بافت‌ها و بخش‌های شهری می‌باشد (Dixon et al, 2011: 970)، مشکلاتی که بازآفرینی در پی راه حل آن‌ها بوده و ورود دفاتر تسهیلگری محلی با رویکردهای توسعه از پایین به بالا در حل مشکلات اجتناب ناپذیر می‌نماید (Azpeitia Santander et al, 2018: 5). حل مسائل و مشکلات سکونتگاه‌های نابسامان در مجموعه بافت‌های شهری تنها از طریق صرف هزینه و تزریق بودجه سر نخواهد شد، بلکه مدیریت خردمندانه و باورمند شهری را به همراه مشارکت واقعی و مردمی اجتماعات محلی طلب می‌کند (Della Spina, 2019: 4). در این راستا، تعامل مستمر و مداوم با اجتماعات محلی در جهت تحقق مشارکت فعال دفاتر تسهیلگری برخاسته از آن، از الزامات حل مسئله می‌باشد.

گردشگری و بازآفرینی فضای شهری

حیات بافت‌های کهنه و تاریخی که امروزه کانون هسته ای مرکزی محله شهرها را تشکیل می‌دهند در طی زمان‌های گذشته بر پایه آداب و رسوم و سنت‌های بومی بوده و دارای ارزش اقتصادی هستند. مهم‌ترین این بافت‌ها در حال حاضر حفظ و نگهداری از هویت عینی و ذهنی شهر، پاسداری خاطره‌ها، حوادث مهم و یادمان‌ها می‌باشد. از این رو نیاز است تا فعالیت‌هایی در درون خود جایی دهند که علاوه بر مراقبت از آن، با هدف زنده نگه داشتن یادمان‌ها و انطباق دادن آنها با زمان حال باشد (حیدری و مشیکینی، ۱۳۹۰: ۷۶). در چنین فضاهای با توسعه فعالیت‌های گردشگری، حفظ بناها و عناصر تاریخی خود موفق می‌شوند و با حضور مداوم شهروندان و گردشگران این امر را میسر می‌سازد و علاوه بر جنبه درآمدزایی از آن محل هویت شهر حفظ شده و کاربری مربوطه در برابر آسیب‌ها و تخریب حفظ می‌گردد. برپایی نمایش‌های گوناگون، برپایی جشن‌ها، اشکال گوناگون تعاملات اجتماعی و فرهنگی و ایجاد فضاهای گفتامانی، بر پویایی و زنده نگه داشتن بافت‌های فرسوده دارای ارزش تاریخی مراکز شهری مؤثر خواهد بود. فضای بافت‌های فرسوده با ارزش تاریخی زمینه ساز رشد صنعت گردشگری و جلب گردشگران داخلی و خارجی و رونق اقتصادی در مرکز شهر با ایجاد فعالیت‌های گردشگری امکان پذیر می‌سازد و حیات تازه ای در روح شهر می‌دمد. اقتصاد پایدار با تأکید بر گردشگری در مناطق تاریخی می‌تواند منشأ بهره برداری اقتصادی فراوانی برای مراکز شود که خود می‌تواند بهانه‌ای برای تجدید حیات مراکز تاریخی باشد که با شناخت نقاط تاریخی مانع تخریب بافت‌های فرسوده شد و با احیای دوباره اندام‌های صدمه دیده فرسوده شهرها ریشه در همین جایگاه دارد و به نظر می‌رسد که مؤثرترین راه برای احیای دوباره بافت‌های تاریخی و ایجاد فعالیت‌ها مجدد در این مناطق باشد.

پیشینه پژوهش

در ادامه به برخی از مطالعات انجام شده در راستای آسیب شناسی دفاتر تسهیلگری اشاره شده است.

جدول شماره ۲. جدول پیشینه پژوهش

نویسنده و سال	عنوان	نتایج
حقیقت نائینی و همکاران (۱۴۰۱)	آسیب شناسی برنامه های بازآفرینی شهری از منظر سلامت روانی: بررسی دیدگاه خبرگان	نتایج نشان داد که موانع دستیابی به برنامه بازآفرینی پشتیبان سلامت روانی، در سه حوزه «رویکردهای سیاست گذاری»، «فرآیند تهیه و اجرا» و «فرآیند نظارت و ارزیابی» قابل پیگیری است. بر اساس نتایج دیگر، پیامدهای منفی برنامه های فعلی بازآفرینی روی سلامت روانی بیشتر از پیامدهای مثبت آنها بوده که مهم ترین موارد «تبعیض و نابرابری» و «استرس و اضطراب» است.
تقوایی و طاهری (۱۳۹۹)	بررسی تاثیر بازآفرینی شهری بر گردشگری شهری (مطالعه موردی منطقه سه شهر اصفهان)	یافته های پژوهش نشان می دهد که بازآفرینی شهری بر گردشگری شهری شهر اصفهان مؤثر بوده است ($R = 0/342$). و به میزانی که بازآفرینی شهری تغییر یابد، گردشگری شهری نیز به همان میزان تغییر می یابد. هم چنین بازآفرینی شهری بر مؤلفه های تعاملات اجتماعی ($R = 0/142$)، سرزندگی ($R = 0/409$)، ایجاد حس تعلق مکانی گردشگران ($R = 0/340$) تأثیر می گذارد بازآفرینی فضاهای شهری بر رشد و توسعه گردشگری شهری شهر اصفهان اثرات مثبت رونقی دارد.
سواری (۱۳۹۹)	ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در روند بازآفرینی بافت ناکارآمد منطقه ثامن مشهد (مطالعه موردی: قطاع یک)	یافته های این تحقیق نشان می دهد که مشکل نوسازی و بهسازی بافت فرسوده مشهد صرفاً ضعف عملکرد مدیران و همچنین عدم مشارکت ساکنان آن نیست. بلکه بر عکس تاکنون اقداماتی هم در جهت مشارکت ساکنان و بهسازی این بافت صورت گرفته است. مشکل اصلی، ضعف عملکرد در تدوین این اقدامات بوده است. لذا اتخاذ رویکرد مناسب و ترویج و آموزش مدیران و ساکنان، گام نخست اصلاح برنامه های نوسازی و بهسازی شهری در مشهد و خصوصاً منطقه ثامن است.
عبدود (۱۴۰۰)	بازآفرینی بافت تاریخی با رویکرد مکان سازی گردشگری (نمونه مطالعاتی: بخش مرکزی شهر ارومیه)	نتایج نشان داد ساخت چنین مکان هایی علاوه بر رونق اقتصادی شهر باعث تقویت ویژگی های فرهنگی و هنری شهری و در نتیجه آن حس تعلق به مکان و تقویت هویت شهری و شهروندی می گردد و موجب احیای بافت های تاریخی و قدیمی می شود و همچنین محیطی برای جذب توریست داخلی و خارجی گردد و به مکانی گردشگر محور تبدیل شود.
شفیعی دارافشانی (۱۳۹۸)	ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در بازآفرینی بافت های فرسوده شهری (نمونه مورد مطالعه: مناطق ۳ و ۷ اصفهان)	با توجه به وضعیت اجتماعی - اقتصادی ساکنان بافت، روند بهسازی و نوسازی درون بافت کند گردیده، بطوری که این عوامل سبب فرسوده شدن و تخریب بیشتر بافت مناطق سه و هفت اصفهان شده است.

مأخذ: یافته های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

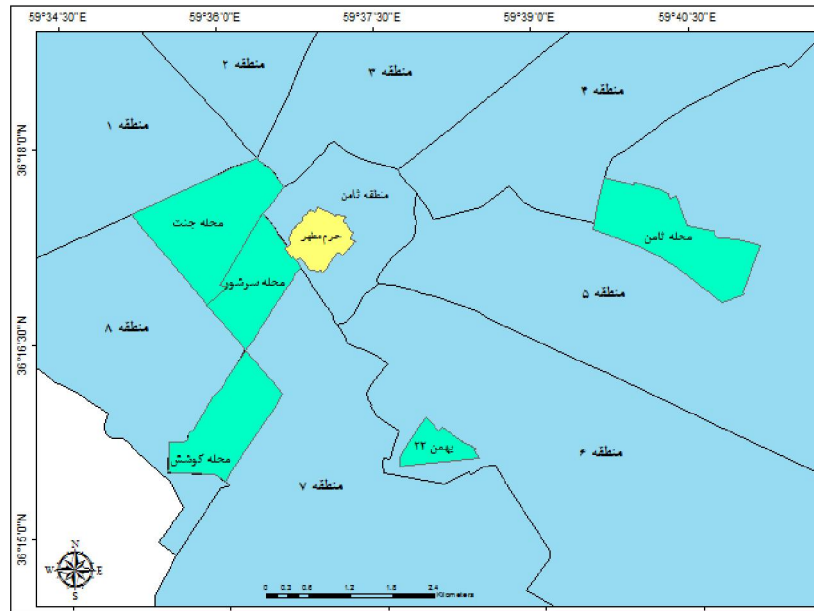
روش بررسی

این تحقیق به لحاظ هدف از نوع کاربردی بوده و روش بررسی آن به صورت توصیفی - تحلیلی انجام شده است. در این پژوهش ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و نظرات کارشناسان مسلط به شرایط جغرافیایی محدوده مورد مطالعه و فعال در حوزه بازآفرینی، مبانی نظری پیرامون بازآفرینی و آسیب شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله شناسایی گردید. در این پژوهش ابتدا با فعالین در حوزه بازآفرینی (مدیران و کارشناسان سازمان بازآفرینی، مدیران دفاتر و اعضای شورای راهبری) مصاحبه انجام گردید. در مرحله بعد با ورود مصاحبه ها به محیط نرم افزاری Maxqda و بهره گیری از روش تحلیل محتوا، مصاحبه ها کدگذاری و

متغیرها و شاخص‌های موثر در آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محلات پیرامون حرم مطهر در شهر مشهد شناسایی گردید.

جامعه آماری این پژوهش ۵ دفتر توسعه محله (تسهیلگری) سازمان بازآفرینی فضاهای شهری شهرداری مشهد در مناطق پیرامونی حرم مطهر می‌باشد. سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه نظرات مدیران دفاتر توسعه پیرامون آسیب‌های دفاتر توسعه شناسایی گردید. در ادامه با استفاده از نظرات کارشناسان و متخصصان مراحل قبل روابط بین متغیرهای تحقیق شناسایی گردید. سپس با استفاده از روش فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP) ساختار شبکه‌ای آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله در محیط نرم‌افزاری Super Decisions ترسیم گردید. در مرحله بعد با استفاده از پرسشنامه ۹ کمیتهی توماس ال ساعتی و توزیع آن بین کارشناسان و متخصصین مرحله قبل، مقایسات زوجی عناصر تصمیم با توجه به معیارهای کنترلی و هدف تحقیق، صورت‌گرفت. سپس برای تعیین ضریب و ارزش نهایی معیارها با محاسبه نتایج اولیه هر ماتریس و ترکیب آن‌ها با یکدیگر ابتدا ابر ماتریس غیر وزنی تشکیل شد. آنگاه با نرمالیزه کردن آن ابر ماتریس وزنی و نهایتاً ابر ماتریس حدی به دست آمد. پس از آن با محاسبه نتایج ماتریس خوشه‌ها و نرمال سازی ضریب عناصر در ابر ماتریس حدی، نتیجه نهایی عناصر و اولویت‌بندی عناصر تصمیم مشخص شد.

مناطق پیرامونی حرم مطهر شامل منطقه ۸، منطقه ثامن و منطقه ۷ می‌شود (مرکز آمار، ۱۳۹۸) که به لحاظ گردشگری دارای بافت‌های متعدد تاریخی و هویتی بوده و همه روزه پذیرای تعداد زیاد از گردشگران به واسطه وجود حرم مطهر امام رضا می‌باشند که بیش تر محلات آن به عنوان محلات قدیمی و هویتی شهر است (شهرداری مشهد، ۱۴۰۱). در این محدوده حدود ۷۰ درصد خانه‌های تاریخی مشهد همچون: موزه مکتب‌خانه توکلی، خانه داروغه، کوزه‌کنانی، پریشانی، اکبرزاده، خانه امیری، باغ خونی، مسجد گوهرشاد، خانه رجایی، خانه پیشه‌وران و... موزه‌های تاریخی، آثار باستانی شهری و... قرار دارد و دارای ارزش گردشگری بالایی هستند. دفاتر توسعه محلی تحقیق شامل دفتر ثامن، سرشور، جنت، کوی ۲۲ بهمن و کوشش می‌باشد (معاونت آمار و اطلاعات شهرداری مشهد، ۱۴۰۱).



شکل شماره ۱. معرفی محدوده پژوهش

مأخذ: نویسندگان، ۱۴۰۲

یافته‌ها

اولین مرحله از فرآیند تحلیل شبکه‌ای تعیین روابط و ارتباطات بین عناصر تصمیم می‌باشد تا از این طریق بتوان مساله را به یک ساختار شبکه‌ای تبدیل کرد. برای این منظور در این پژوهش پس از تحلیل مصاحبه‌های عمیق صورت گرفته با کارشناسان و متخصصان امر در فرآیند بازآفرینی و دفاتر توسعه محله مناطق مورد مطالعه، مصاحبه‌های صورت گرفته با استفاده از روش تحلیل محتوا و نرم‌افزار Maxqda تحلیل گردید. در این مرحله پس از کدگذاری مصاحبه‌های صورت گرفته و مشخص شدن متغیرها و شاخص‌های موثر در آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله در زمینه گردشگری ساختار شبکه‌ای آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله ترسیم گردید. در این پژوهش پس از مشخص شدن متغیرها و شاخص‌های موثر در آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله با استفاده از نظرات متخصصان و کارشناسان روابط بین متغیرهای تحقیق مشخص گردید. در این مرحله معیارها و زیر معیارهای آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله از نظر عملکرد در بخش گردشگری، بر اساس معیارهای کنترلی و روابط درونی خود و ماتریس ۹ کمیتی توماس ال ساعتی در قالب پرسشنامه توسط کارشناسان به صورت زوجی مورد مقایسه قرار گرفتند.

تشکیل ابر ماتریس حد

هدف از به حد رساندن سوپر ماتریس موزون این است که تأثیر دراز مدت هر یک از عناصر تصمیم در یکدیگر به دست آید. برای واگرایی ضریب اهمیت هر یک از عناصر ماتریس موزون، آن را به توان k که یک عدد اختیاری بزرگ است می‌رسانیم تا اینکه همه عناصر سوپر ماتریس همانند هم

۰/۰۳۷، زیر معیار رویکرد خطا و آزمون ۰/۰۰۳، زیر معیار ضعف در جایگاه سازمان ۰/۰۳۰، زیر معیار ضعف در منابع مالی سازمان ۰/۰۹۹، زیر معیار ضعف در نظام ارزیابی ۰/۰۵۰ و زیر معیار ضعف در تخصص سازمان ۰/۰۹۵ بوده است.

پس از محاسبه سوپر ماتریس حد، آخرین مرحله برای تعیین ارزش و ضریب نهایی عناصر، محاسبه نتایج ماتریس خوشه‌ها و نرمال سازی ضریب زیر معیارها در ابر ماتریس حد توسط ضریب خوشه‌ها می‌باشد. جدول شماره ۴ نشان دهنده ماتریس خوشه‌های آسیب شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله مناطق پیرامونی حرم مطهر است.

جدول شماره ۴. ماتریس خوشه‌های تصمیم

معیار	دفتر	ویژگی‌های اجتماع محلی	مدیریت شهری	سازمان بازآفرینی
دفتر	۰/۱۵	۰/۲۳	۰/۲۲	۰/۲۲
ویژگی‌های اجتماع محلی	۰/۰۶	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۴
مدیریت شهری	۰/۶۳	۰/۴۶	۰/۵۰	۰/۵۰
سازمان بازآفرینی	۰/۱۶	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۲۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

نتایج حاصل از ماتریس خوشه‌ها نشان می‌دهد که بیشترین میزان ارتباط و اثر مربوط به معیار (خوشه) مدیریت شهری است. پس از آن معیار سازمان بازآفرینی، دفتر و ویژگی‌های محله دارای اهمیت می‌باشند.

تعیین اوزان نهایی عناصر آسیب شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله

در این مرحله برای تعیین وزن نهایی زیر معیارها و نحوه اولویت‌بندی آن‌ها ضرایب ابر ماتریس در ضرایب ماتریس خوشه‌ها نرمال شده است.

بر اساس نتایج حاصل از فرآیند تحلیل شبکه‌ای با توجه به شکل زیر، زیرمعیار دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاه‌ها با ضریب اهمیت ۰/۱۸۴، نگاه بخشی مدیریت شهری و سایر دستگاه‌ها به گردشگری با ضریب ۰/۱۱۰، ضعف در منابع مالی سازمان بازآفرینی با ضریب ۰/۰۹۹، ضعف در تخصص کارشناسان سازمان بازآفرینی با ضریب ۰/۰۹۵، عدم تمایل به همکاری سایر دستگاه‌ها با ضریب وزنی ۰/۰۸۶ و ضعف در نظام ارزیابی سازمان بازآفرینی در رتبه‌های اول تا ششم اهمیت از نظر آسیب‌شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله شهر مشهد قرار دارند. همچنین زیر معیار رویکرد خطا و آزمون با ضریب وزنی ۰/۰۰۳، زیر معیار میزان همکاری شورای محله با دفتر با ضریب وزنی ۰/۰۰۶، زیر معیار مسائل انگیزشی کارشناسان دفتر با ۰/۰۱۱ دارای اهمیت کمتری نسبت به سایر زیرمعیارها هستند. باید توجه داشت اختصاص وزن کم برای برخی از زیر معیارها به معنای به اهمیت بودن آن زیر معیار نیست بلکه با توجه به وجود ساختار شبکه‌ای مسائل حل مسائل با اولویت بالاتر احتمالاً حل مسائل با وزن کمتر را به همراه خواهد داشت (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵. اوزان و رتبه عناصر آسیب شناسی عملکرد دفاتر توسعه محله

رتبه اهمیت	حد	رتبه	متغیر	رتبه اهمیت	حد	نرمال شده	متغیر
۱۳	۰/۰۳	۰/۱۰	میزان همکاری با ساکنین	۱	۰/۱۸	۰/۴۸	دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری
۱۴	۰/۰۲	۰/۰۹	میزان همکاری دفتر با شهرداری منطقه و سازمان گردشگری	۲	۰/۱۱	۰/۲۹	نگاه بخشی به گردشگری
۱۵	۰/۰۲	۰/۰۹	میزان اعتماد سازی در محله	۳	۰/۱۰	۰/۳۱	ضعف در منابع مالی
۱۶	۰/۰۲	۰/۰۸	میزان ارتباط با معتمدین	۴	۰/۱۰	۳۰	ضعف در تخصص سازمان
۱۷	۰/۰۲	۰/۰۷	تجارب تسهیلاتگران	۵	۰/۰۹	۰/۲۳	عدم تمایل به همکاری سازمانها
۱۸	۰/۰۲	۰/۰۷	تعهد و مسئولیت	۶	۰/۰۵	۰/۱۶	ضعف در نظام ارزیابی
۱۹	۰/۰۲	۰/۴۵	شرایط اجتماعی و اقتصادی محله	۷	۰/۰۴	۰/۱۲	عدم وجود سند جامع بازآفرینی شهری
۲۰	۰/۰۱	۰/۳۵	ضعف در اعتماد به مدیریت شهری	۸	۰/۰۳	۰/۱۲	دانش تسهیلاتگران دفاتر
۲۱	۰/۰۱	۰/۰۴	مسائل انگیزشی کارکنان دفتر	۹	۰/۰۳	۰/۱۱	میزان همکاری دفتر با سایر سازمانها
۲۲	۰/۰۱	۰/۲۰	میزان همکاری شورای محله با دفتر	۱۰	۰/۰۳	۰/۱۰	ضعف در جایگاه سازمان
۲۳	۰/۰۰	۰/۰۱	رویکرد آزمون و خطا	۱۱	۰/۰۳	۰/۱۱	تخصص گردشگری تسهیلاتگران
				۱۲	۰/۰۳	۰/۱۰	پیشینه شرکت در امر بازآفرینی

مأخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

همچنین در ادامه به منظور بررسی وجود رابطه معنادار و سطح همبستگی بین متغیرهای پژوهش از آزمون همبستگی در نرم افزار SPSS استفاده شده است. همانطور که نتایج به دست آمده نشان می‌دهد با میزان سطح معناداری کم تر از ۰/۰۵ بین متغیر دانش بازآفرینی در سازمان و دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاهها میزان همبستگی ۰/۵۹ می‌باشد که نشان از وجود همبستگی بالا دارد (جدول شماره ۶).

جدول شماره ۶. بررسی سطح همبستگی بین دانش بازآفرینی در سازمان و دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاهها

متغیر	دانش بازآفرینی در سازمان	دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاهها
دانش بازآفرینی در سازمان	همبستگی پیرسون	۰/۵۸۶
	Sig سطح معناداری	۰/۰۰۱
	جامعه	۲۸
دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاهها	همبستگی پیرسون	۰/۵۸۶
	Sig سطح معناداری	۰/۰۰۱
	جامعه	۲۸

مأخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

همچنین برای بررسی وجود رابطه معنادار و سطح همبستگی بین متغیرهای پژوهش از آزمون همبستگی در نرم افزار SPSS استفاده شده است. همانطور که نتایج به دست آمده نشان می‌دهد با میزان سطح معناداری کم تر از $0/05$ بین متغیر دانش بازآفرینی در سازمان و متغیر میزان همکاری سایر دستگاه‌ها و مناطق، میزان همبستگی $0/45$ می‌باشد که نشان از وجود همبستگی بالا دارد (جدول شماره ۷).

جدول شماره ۷. بررسی سطح همبستگی بین دانش بازآفرینی در سازمان و متغیر میزان سایر دستگاه‌ها و مناطق

میزان سایر دستگاه‌ها و مناطق	دانش بازآفرینی در سازمان	متغیر	
$0/452$	۱	همبستگی پیرسون	دانش بازآفرینی در سازمان
$0/016$		Sig سطح معناداری	
۲۸	۲۸	جامعه	
۱	$0/452$	همبستگی پیرسون	میزان همکاری سایر دستگاه‌ها و مناطق
	$0/016$	Sig سطح معناداری	
۲۸	۲۸	جامعه	

مأخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

برای بررسی وجود رابطه معنادار و سطح همبستگی بین متغیر دانش بازآفرینی در سازمان و میزان همکاری سایر دستگاه‌ها و مناطق و متغیر دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاه‌ها میزان همبستگی $0/58$ می‌باشد که نشان از وجود همبستگی بالایی با سطح معناداری کمتر از $0/05$ دارد (جدول شماره ۸).

جدول شماره ۸. بررسی سطح همبستگی بین همکاری سایر دستگاه‌ها و مناطق و دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاه‌ها

دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاه‌ها	دانش بازآفرینی در سازمان	متغیر	
$0/579$	۱	همبستگی پیرسون	میزان همکاری سایر دستگاه‌ها و مناطق
$0/000$		Sig سطح معناداری	
۲۸	۲۸	جامعه	
۱	$0/579$	همبستگی پیرسون	دانش بازآفرینی کارشناسان مدیریت شهری و سایر دستگاه‌ها
	$0/000$	Sig سطح معناداری	
۲۸	۲۸	جامعه	

مأخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

برای بررسی وجود رابطه معنادار و سطح همبستگی بین متغیر ویژگی‌های دفتر و میزان مشارکت دفتر، سطح همبستگی $0/070$ می‌باشد که نشان از عدم وجود همبستگی با سطح معناداری

بالتر از ۰/۰۵ (۰/۷۲۴) دارد. بر این اساس می‌توان بیان نمود که بین ویژگی‌های دفاتر تسهیلگری و میزان مشارکت مردم محله همبستگی و رابطه معناداری وجود ندارد (جدول شماره ۹).

جدول شماره ۹. بررسی سطح همبستگی بین ویژگی‌های دفاتر و مشارکت محله

مشارکت محله	ویژگی‌های دفتر	متغیر	
۰/۷۰	۱	همبستگی پیرسون	ویژگی‌های دفتر
۰/۷۲۴		سطح معناداری Sig	
۲۸	۲۸	جامعه	
۱	۰/۷۰	همبستگی پیرسون	مشارکت محله
	۰/۷۲۴	Sig سطح معناداری	
۲۸	۲۸	جامعه	

مأخذ: یافته‌های تحقیق با استفاده از منابع در دسترس، ۱۴۰۲

بحث و نتیجه گیری

- مهم ترین نتایج به دست آمده باتوجه به یافته‌های پژوهش به شرح زیر می باشد
- نامشخص بودن نقش و جایگاه سازمان بازآفرینی و دفاتر توسعه محله در سیستم مدیریت شهری سبب بروز عدم تمایل در همکاری با سازمان بازآفرینی و نامشخص بودن نحوه تعاملات بین دفاتر و سایر بخش‌های مدیریت شهری به ویژه، شهرداری محدوده مورد مطالعه شده است.
- عدم تعریف جایگاه، نقش و به تبع عدم پذیرش قطعی سازمان بازآفرینی و دفاتر توسعه محله به عنوان عناصر تسهیلگر بین نهادی توسط سایر دستگاه‌ها موثر در فرآیند توسعه گردشگری تاریخی در محلات پیرامون حرم مطهر
- تکیه بر نظرات فردی بدون توجه به نقش دفاتر در فرآیند توسعه گردشگری محلات هدف بازآفرینی و مجموعه مطالعات صورت گرفته توسط دفاتر به دلیل تمایل به انجام اقدامات بخشی
- مشخص نبودن سیاست‌های کلان بازآفرینی و حرکت به سمت مسائل کالبدی صرف و عدم توجه به بازسازی بافت‌های تاریخی آسیب دیده با رویکرد گردشگری
- مشخص نبودن نوع رویکرد در برخورد با انواع گونه‌های هدف بازآفرینی در بافت‌های دارای ارزش گردشگری
- حرکت به سمت نتیجه‌محور بودن علارغم فرآیند محور بودن بازآفرینی شهری بویژه در حوزه مسائل اجتماعی
- استاندارد پایین پیرامون انتخاب شرکت مرکزی جهت احداث دفتر توسعه محله
- فقدان نگاه سیستمی و جامع و ضعف در تخصص علمی و آگاهی عوامل سازمان نسبت به بازآفرینی و مسائل دفاتر توسعه محله
- انتخاب محلات هدف بدون توجه به بسترهای مشارکتی و یا اعمال نظرات مدیریتی
- عدم توجه به استانداردهای لازم برای مکان یابی دفاتر توسعه محله
- نبود سازوکار مناسب به منظور تامین مالی دفاتر توسط سازمان بازآفرینی فضاهای شهری

- عدم انتخاب چند محله به عنوان پایلوت و مبنا برای مشخص شدن موارد احتمالی عدم موفقیت و مشخص شدن
 - ارائه دستورالعمل‌ها و گزارش‌های آنی و خلق ساعه بدون توجه به شرح خدمات
 - ایجاد گسست اجتماعی بین ارتباط دفاتر توسعه محله و ساکنین محلات هدف به دلیل قطع همکاری اعضای دفتر با شرکت مرکزی به خاطر مسائلی از جمله پایین بودن حقوق، عدم تناسب بین حجم انتظارات و میزان حقوق و ...
 - عدم تناسب بین انتظارات شرکت مرکزی از دفاتر و انتظارات سازمان از دفاتر و نگاه صرف اقتصادی شرکت مرکزی به دفاتر توسعه محله بدون توجه به هدف بازآفرینی
 - عدم وجود انعطاف بین شرح خدمات و شرایط مکانی و زمانی محله
 - ضعف در تخصص علمی نیروهای به کار رفته در دفاتر به دلیل مسائل مالی و عدم استفاده از متخصصین گردشگری در خصوص بازسازی بافت‌های تاریخی محله
 - عدم ارائه تعریف عملیاتی از بندهای شرح خدمات و برداشت سلیقه ای دفاتر از بندهای شرح خدمات
 - همراستایی و همپوشانی فعالیت دفاتر توسعه محله با برخی از قسمت‌های شهرداری از جمله شورای اجتماعی محلات، اداره فرهنگ و اجتماعی مناطق و ...
 - عدم هماهنگی اداری و سازمانی بین سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، نوسازی و بازآفرینی شهری و شهرداری
 - عدم رعایت حداقل نیروی لازم در هر بخش توسط دفاتر و عدم نظارت بر حضور نیروهای تسهیلگر در دفاتر توسعه محله توسط سازمان بازآفرینی
- باتوجه نتایج و یافته‌های بدست آمده پیشنهادات به شرح زیر ارائه می‌گردد:
- تدوین سند راهبردی بازآفرینی با نگاه گردشگری تاریخی و فرهنگی به منظور مشخص شدن مأموریت، اهداف، سیاست‌ها و ... سازمان بازآفرینی در جهت توسعه گردشگری تاریخی مناطق پیرامونی حرم مطهر
 - برگزاری دوره‌های توجیهی در خصوص شهرسازی برای کارشناسان سایر دستگاه‌ها، به منظور آگاه شدن با نقش و جایگاه سازمان بازآفرینی و دفاتر توسعه محله
 - برگزاری دوره‌های آموزشی در راستای استفاده از ظرفیت‌های گردشگری میراث فرهنگی و بافت‌های باارزش تاریخی شهری در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری و جذب گردشگر
 - شفاف سازی مجموعه انتظارات از دفاتر توسعه محله، توسط سازمان بازآفرینی و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری برای شرکت‌های مرکزی
 - استفاده از ظرفیت‌های مردمی و افراد صاحب تجربه در راستای بافت‌های تاریخی
 - بهره گیری از کارشناسان و متخصصان توانمند در دفاتر توسعه محله

منابع و مأخذ:

۱. احمد صفاری، الف. ۱۳۹۷. بازآفرینی مفهوم بافت شهری در قزوین. مطالعات باستان شناسی پارسه، ۲(۵): ۹۵-۱۱۰.
۲. آریانا، الف.، محمدی، م.، و کاظمیان، غ. ۱۳۹۷. مدل مدیریت تعارض ذینفعان بازآفرینی شهری برپایه حکمروایی همکارانه. نامه معماری و شهرسازی، ۱۱(۲۱): ۱۲۳-۱۴۳.
۳. پیوسته گر، یو.، محمد دوست، س.، حیدری، رحیمی، ع. ۱۳۹۶. ذهنیت سنجی در خصوص عملکرد دفاتر تسهیلهگری بافت‌های فرسوده شهری در فرایند بازآفرینی شهری جامع پایدار(نمونه موردی دفاتر تسهیلهگری کلان شهر شیراز). نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۸(۳۰): ۲۲۵-۲۴۴.
۴. تاجر، ع.، سعادت‌ی وقار، پ.، رباطی، حیدری، م. ۱۳۹۶. نقش پیکره بندی فضایی در اجتماع پذیری سکونتگاه‌های غیر رسمی مطالعه موردی محله حصار شهر همدان، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، ۲۶(۱): ۷۲-۵۷.
۵. تقوایی، م.، طاهری، الف. ۱۳۹۹. بررسی تاثیر بازآفرینی شهری بر گردشگری شهری (مطالعه موردی منطقه سه شهر اصفهان)، نشریه: مطالعات مدیریت شهری، ۱۲(۴۱): ۱۷-۲۷.
۶. جودی پیرانفر، م. ۱۳۹۴. آسیب شناسی دفاتر خدمات نوسازی محله، معاونت مطالعات و برنامه ریزی مدیریت، امور اجتماعی و فرهنگی مدیریت مطالعات و برنامه ریزی امور اجتماعی و فرهنگی، دانش شهر، ۳۰(۱): ۴۲-۱.
۷. حقیقت نائینی، غ.، فراهانی، ح.، فنائی، س. ۱۴۰۱. آسیب‌شناسی برنامه‌های بازآفرینی شهری از منظر سلامت روانی: بررسی دیدگاه خبرگان، تحقیقات جغرافیایی، جلد ۳۷ شماره ۳ صفحات ۳۲۷-۳۲۷.
۸. رفیعیان، م. ۱۳۹۵. ماهیت، ظرفیت و آینده دفاتر محلی نوسازی(آسیب شناسی و ارائه راهکار)، چاپ اول، شهرداری تهران، مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهری تهران، ۱۴۹-۱.
۹. رفیعیان، م.، بمانیان، رفیعیان، م. ۱۳۸۹. شناسایی پهنه‌های زمینه ساز توسعه خلاق بافت‌های فرسوده با رویکرد گردشگری در برنامه ریزی شهری نمونه موردی محله امامزاده یحیی، ناحیه ۲ منطقه ۱۲ شهرداری تهران.
۱۰. سازمان نوسازی شهر تهران. ۱۳۹۵. تسهیلهگری: تأسیس و راه اندازی دفاتر تسهیلهگری نوسازی در بافت‌های فرسوده شهر تهران.
۱۱. شاهی اردبیلی، ر. ۱۴۰۰. بررسی تاثیر سیاست بازآفرینی در ارتقاء بخشی به مطلوبیت و هویت شهری- مورد مطالعه منطقه ۸ شهرداری مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان خراسان رضوی، مرکز پیام نور مشهد.
۱۲. شفیعی دارافشانی، ع. ۱۳۹۸. ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در بازآفرینی بافت‌های فرسوده شهری (نمونه مورد مطالعه: مناطق ۳ و ۷ اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان اصفهان، مرکز پیام نور اصفهان.

۱۳. شفیعی دستجردی، م.، صادقی، ن. ۱۳۹۶. بررسی تحقق پذیری طرح‌های بازآفرینی بافت فرسوده شهری به روش تلفیقی تحلیل شبکه ای - کارت امتیازی متوازن، نمونه موردی: بافت فرسوده زینبیه اصفهان، نشریه باغ نظر، ۱۴ (۴۶): ۵-۱۴.
۱۴. شه سواری، ب. ۱۳۹۹. ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در روند بازآفرینی بافت ناکارآمد منطقه ثامن مشهد (مطالعه موردی: قطاع یک)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان خراسان رضوی، مرکز پیام نور مشهد.
۱۵. شهرداری مشهد، واحد خدمات شهرداری سازمان بازآفرینی شهری. ۱۴۰۱.
۱۶. عبدود، م. ۱۴۰۰. بازآفرینی بافت تاریخی با رویکرد مکان‌سازی گردشگری (نمونه مطالعاتی: بخش مرکزی شهر ارومیه)، نشریه مطالعات طراحی شهری و پژوهشهای شهری، ۳ (۱۶)، ۶۴-۵۱.
۱۷. کریم زاده، ع.، شهریاری، س.، و اردشیری، م. ۱۳۹۶. تبیین سیاست‌های فرهنگی تاثیرگذار بر بازآفرینی شهری فرهنگ محور (با تاکید بر تجارب بازآفرینی شهری استان بول ترکیه)، هویت شهر، ۱۱ (۲۹): ۹۵-۱۰۶.
۱۸. مرکز آمار کشور (۱۳۹۸)، فصل اول سرزمین، آب و هوا.
۱۹. مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهری تهران. ۱۳۹۴. آسیب شناسی دفاتر خدمات نوسازی محله، دانش شهر شماره ۳۰۰، معاونت مطالعات و برنامه ریزی مدیریت، امور اجتماعی و فرهنگی مدیریت مطالعات و برنامه ریزی امور اجتماعی و فرهنگی.
۲۰. معاونت آمار و اطلاعات شهرداری مشهد، ۱۴۰۱.
۲۱. نجفی، م.، رشادت جو، ح.، و استعلاجی، ع. ۱۳۹۸. نقش بازآفرینی شهری در زیست پذیری شهری (نمونه مطالعاتی: محله جاوید زنجان)، مطالعات مدیریت شهری، ۱۱ (۴۰): ۱-۱۶.
22. Alizaehmoghadam, S., & Zakerian, M. (2019). Urban Recreation a Cultural Approach in Historical Textures (Case Study: Moses Beyki Historical Complex, Yazd, Iran). *International Journal of Applied Arts Studies (IJAPAS)*, 4(1), 7-24.
23. Azpeitia Santander, A., Azkarate Garai-Olaun, A., & De la Fuente Arana, A. (2018). Historic urban landscapes: A review on trends and methodologies in the urban context of the 21st century. *Sustainability*, 10(8), 1-10.
24. Della Spina, L. (2019). Multidimensional assessment for “culture-led” and “community-driven” urban regeneration as driver for trigger economic vitality in urban historic centers. *Sustainability*, 11(24), 1-20.
25. Dixon, T., Otsuka, N., & Abe, H. (2011). Critical success factors in urban brownfield regeneration: an analysis of ‘hardcore’ sites in Manchester and Osaka during the economic recession (2009–10). *Environment and Planning A*, 43(4), 961-980.
26. Elmqvist, T., Setälä, H., Handel, S. N., van der Ploeg, S., Aronson, J., Blignaut, J. N., ... & de Groot, R. (2015). Benefits of restoring ecosystem

- services in urban areas. *Current opinion in environmental sustainability*, 14, 101-108.
27. Lucci, P., Bhatkal, T., & Khan, A. (2018). Are we underestimating urban poverty?. *World development*, 103, 297-310.
28. Ramsey, E. (2017). Virtual Wolverhampton: Recreating the historic city in virtual reality. *ArchNet-IJAR: International Journal of Architectural Research*, 11(3), 42-57.
29. Schram-Bijkerk, D., Otte, P., Dirven, L., & Breure, A. M. (2018). Indicators to support healthy urban gardening in urban management. *Science of the Total Environment*, 621, 863-871.
30. Wagner, A. (2019). Recreating Cities as Bodies of Power, Knowledge and Space. *International Journal for the Semiotics of Law-Revue internationale de Sémiotique juridique*, 32, 527-531.

***Pathology of the Performance of Regeneration Offices in Tourist Spaces
A Case of Facilitation Offices in the Vicinity of the Holy Shrine in Mashhad***

Amin Faal Jalali*¹; Arezoo Faal Jalali²; Zynab Abasaltian Naini

1. PhD student in Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Faculty of Literature and Humanities, Mashhad, Iran (Corresponding author, email address: Amin.fa90@Gmail.com)
2. Master's student in Geomorphology, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran
3. Master's degree in Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Abstract

Historical contexts serve as significant carriers of ancient heritage, conveying cultural and civilizational messages across generations. The surroundings of the holy shrine in Mashhad boast valuable historical and religious landmarks such as historic houses, mosques, gardens, and caravanserais. However, due to their integration within aging urban fabric, these sites face challenges including visual degradation, structural integrity issues, accessibility constraints, and deficiencies in urban infrastructure. Despite the establishment of regeneration offices, efforts to preserve and maintain these sites have not been entirely successful. This research aims to assess the operational pathology of facilitation offices, particularly focusing on tourism, within the central fabric surrounding the holy shrine. The study employs a mixed-method approach, combining qualitative interviews conducted between 1401-1402 with 28 managers of facilitation offices. Findings highlight critical factors contributing to operational pathology, including the knowledge of urban regeneration experts and related entities (coefficient of importance = 0.184), urban management's perspective on tourism (coefficient = 0.110), financial resource inadequacies within regeneration organizations (coefficient = 0.099), expertise deficiencies among regeneration experts (coefficient = 0.095), reluctance to collaborate with other entities (coefficient = 0.086), and weaknesses in the evaluation system of regeneration organizations. These results prioritize key areas requiring intervention for enhancing the performance of neighborhood development offices in the vicinity of the holy shrine.

Keywords: urban facilitation offices, historical context, regeneration, cluster analysis, tourism

The Impact of Tension Index on Foreign Tourism: A Comparative Analysis of Member Countries of the Organization of Islamic Cooperation and Selected Developed Nations (A Characterization Approach)

Seyed Mohammad Hosseini Salehi¹; Mohammad Hasan Fotros^{2*}; Mohammad Hossein Imani Khoshkho³; Ahmad Sarlak⁴

1. PhD student in economics, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran
2. Professor, Department of Economics, Bu-Ali Sina University, Hamadan, Iran (Corresponding author; email address: fotros@basu.ac.ir)
3. Professor, Department of tourism, Science and Culture University, Tehran, Iran
4. Associate Professor, Department of Economics, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

Abstract

In recent years, global growth and development indicators have underscored a widening gap between developed and developing countries, including Islamic nations, prompting a shift towards endogenous growth strategies and the utilization of domestic capacities and sustainable resources. The tourism industry has emerged as a dynamic driver of growth and development, particularly in developed countries, over the past two decades. Islamic countries, rich in cultural, historical, and natural attractions, have the potential to optimize this capacity by establishing necessary platforms. This comparative research investigates the factors influencing tourism, with a specific emphasis on the tension index, across two groups: member countries of the Organization of the Islamic Conference and developed countries from 2005 to 2019. The findings reveal a positive and significant impact of tension variables, previous period tourist numbers, economic openness, and transportation infrastructure on foreign tourism. Notably, the estimated coefficient of the tension index is larger in member countries of the Organization of the Islamic Conference. Furthermore, the study identifies a positive and significant relationship between public spending on education and tourism in developed countries. Contradictory trends in the effect of the consumer price index on foreign tourism between the two groups highlight differences in purchasing power dynamics.

Keywords: tourism, tension, characterization, GMM method

***Assessment and Analysis of Influential Components in Defenseless Urban Spaces
(A Case of District One in Tabriz)***

Lachin Pahlavan^{1*}; Saide Faizi²; Negar Pahlavan³

1. Assistant Professor, Department of Architecture, Azarshahr Branch, Islamic Azad University, Azarshahr, Iran
(Corresponding author; email address: lachin.pahlavani@gmail.com)

2. Assistant Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Azarshahr Branch, Islamic Azad University, Azarshahr, Iran

3. P.H.D student of Urban Planning Department, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Abstract

In this research, the analysis of influential components in vulnerable urban spaces at the neighborhood level within one municipality of Tabriz is conducted. Urban spaces are pivotal for citizens' life and activity, aiming to provide safe, healthy, stable, and attractive environments that cater to diverse societal needs based on individual characteristics, age, social groups, and gender. The study utilized the T-test to analyze components, dimensions, and effective areas in vulnerable spaces, categorizing twelve investigated components into three groups and assessing their impact separately. Additionally, one-way variance analysis was employed to compare 13 neighborhoods in Tabriz city, with subsequent ranking using the Vicor model. Results highlight that physical-environmental components exerted the most significant impact on the formation of vulnerable spaces, revealing notable differences among localities concerning missing spaces, corners, inadequate lighting, and specific alley and street configurations like L-shaped and U-shaped layouts, underpasses, and bridges.

Keywords: defenseless urban spaces, security, physical improvement, urban organization

***Analysis and Evaluation of the Evolution of Tourist Destinations Using the Combined
Persuade-Allen-Butler Model (STLC)
A Case of Tourist Destinations in Kurdistan Province***

Arastoo Yari Hesar^{1*}; Bahram Imani²; Saeed Zanganeh Shahraki³; Arezoo Moradi⁴; Barzin Zarghami⁵

1. Associate Professor, Department of Rural & Urban Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran (Corresponding author; email address: a_yari@uma.ac.ir)
2. Associate Professor, Department of Rural & Urban Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
3. Associate Professor, Department of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran
4. Master's student, Department of Rural & Urban Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
5. Assistant Professor of ACECR - University of Science and Culture

Abstract

The life cycle of tourism destinations in Iran is a relatively new subject that offers a valuable framework for understanding the dynamics of tourist activities and planning their transformation towards sustainable tourism. This study aims to evaluate target villages for tourism development in Kurdistan province using the integrated model of Prescott, Allen, and Butler (Sustainable Tourism Life Cycle - STLC). The evolution of sustainable tourism in these villages is assessed based on the STLC model. The sample size for this research consists of 356 individuals. The survey results indicate that most of the studied villages are in the intervention and conflict stages or at the early stages of development in the sustainable tourism life cycle. The primary strategy recommended for villages in the intervention and conflict stages is community participation and the expansion of tourism infrastructure.

Keywords: sustainable tourism life cycle, sustainable tourism, tourism destinations, Kurdistan

Recreational and Economic Valuation of Municipal Activities in Tehran Ab-o-Atash Park**Mohammad Taqi Rahnemai¹; Negin Shokravi^{2*}**

1. Professor of Tehran University, Tehran, Iran

2. Master of Science in Geography and Tourism Planning, Tehran University, Tehran, Iran (Corresponding author; email address: negin.shokravi@gmail.com)

Abstract

This article addresses the increasing demand for parks and entertainment centers, emphasizing the necessity of analyzing them from economic and social perspectives. Despite challenges, it underscores the importance of anticipating future requirements. Evaluating the economic value of these spaces is crucial for city officials and development project managers. The research focuses on assessing the recreational value of Aab-o-Aatash Park using a descriptive-analytic method and questionnaires from 160 park visitors. Findings reveal the park's high recreational value, with expenses and park quality impacting visitor numbers and facilities. This highlights the role of governors in improving park quantity and quality to enhance its economic value. The study underscores the significance of ongoing park improvements to elevate their economic and social contributions.

Keywords: recreational value, municipal activity, park quality, individual travel cost, Ab-o-Atash Park

Explanation of Tourism Strategies with a Sustainable Development Approach (A Case of Bostan Abad)

Masoud Haghlesan^{1*}, Saeed Arbabi Bostan Abad²

1. Assistant Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Ilkhchi Branch, Islamic Azad University, Ilkhchi, Iran (Corresponding author; email address: Ma.Haghlesan@iau.ac.ir)

2. Ph.D. Candidate in Urban Planning, Department of urban planning, Aras international branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Abstract

Tourism is considered one of the most important drivers of development and economic growth worldwide. However, in Iran, it has not yet reached its full potential due to various reasons. The primary aim of this leading research study is to investigate the advantages and limitations of tourism in Bostanabad city and to identify the most suitable strategy for the region's tourism industry. Utilizing a combined approach of the SWOT strategic analysis model, the QSPM strategic planning model, and the Internal and External (IFE) and (EFE) matrices, this research conducted a field investigation through the distribution of questionnaires among tourists and interviews with tourism experts. Analysis using the SWOT model revealed that the strategy leveraging Opportunities and addressing Weaknesses (OW) scored highest among all strategies, indicating its appropriateness for achieving sustainable development in Bostanabad city. Additionally, the priority table generated from the QSPM analysis identified tourism development as the medium and long-term strategy with relative advantages and a high priority over other strategies.

Keywords: tourism of Bostan Abad, SWOT Strategic Analysis Combined Model, QSPM Strategic Planning Model, Sustainable Development of Tourism

***Challenges Ahead of Urban Tourism Economic Development
(A Case of Ardabil)***

Abol Rahim Hashemi Dizaj^{1*}, Zhila Farzanehsadat Zaranji², Maryam Jami Odolu³

1. Associate Professor, Department of Economics, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran (Corresponding author; email address: E-Mail:hashemi@uma.ac.ir)

2. Ph.D. in Geography and Urban Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

3. Ph.D. in Geography and Urban Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

Abstract

The tourism industry, ranking as the third-largest sector, plays a crucial role in providing economic resources for cities. Effective management of tourism potential can create substantial income and support sustainable urban development. This research aims to identify challenges obstructing urban tourism development, focusing on Ardabil city as a case study. Employing a descriptive-exploratory approach, the study involves experts familiar with Ardabil's tourism industry as the research population. Fifteen experts were selected using the snowball sampling method as the statistical sample. The questionnaire's reliability was assessed through the retest method, yielding an initial correlation of 0.780 and a repeated correlation of 0.763, indicating acceptable reliability. Validity was ensured through content analysis, with data analyzed using Structural Interpretive Modeling (ISM). Findings reveal that an organization with an influence power of 8 has the greatest impact, while socio-cultural challenges hold the least influence at 5.

Keywords: tourism development, tourism economy, challenges, structural-interpretive model (ISM)

***The Feasibility of Realizing the Vision of Agricultural Tourism Development in the Sustainability of Regional Settlements Development
A case of Saveh***

Majid Goodarzi^{1*}, Hoshang Moradi², Hojatullah Pashapur³, Mohammad Faraji Darabkhani⁴

1. Associate Professor of Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Corresponding author; email address: m.goodarzi@scu.ac.ir)

2. PhD Student of Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

3. Assistant Professor of Political Geography, Imam Ali University, Tehran, Iran

4. Assistant Professor, Department of Geography and Urban Planning, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this study is to investigate the feasibility and realization of agricultural tourism development in Saveh city. The current type of research is applied in terms of purpose and nature, employing a survey based on field studies (questionnaire). The statistical population of this research includes 18 university managers and experts in the field of tourism and urban planning, who were selected using purposive sampling. For scientific analysis, the combined model of SWOT strategic analysis and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) has been used. The results obtained from the evaluation matrix show that internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) were assessed. According to the scoring of the items in the research, the total score of internal factors is 2.28 (strengths 1.13 and weaknesses 1.15) and external factors 3.2 (opportunities 0.993 and threats 2.2). Therefore, the best strategy for realizing the agricultural tourism model in the study area is the WO strategy, which involves leveraging strengths to exploit opportunities and mitigate weaknesses. Among the developed strategies, the competitive-aggressive (WO) strategy scored the highest (6.82) and is the most attractive among the research strategies. The output of the strategic planning model emphasizes leveraging the region's proximity and access to population centers, geological features of the area, and strengthening related programs as high priority actions.

Keywords: agricultural tourism, development sustainability, regional settlements, SWOT and QSPM model, Saveh

The Feasibility of Realizing the Vision of Agricultural Tourism Development in the Sustainability of Regional Settlements Development A case of Saveh

Majid Goodarzi, Hoshang Moradi, Hojatullah Pashapur, Mohammad Faraji Darabkhani

Challenges Ahead of Urban Tourism Economic Development (A Case of Ardabil)

Abol Rahim Hashemi Dizaj, Zhila Farzanehsadat Zaranji, Maryam Jami Odolu

Explanation of Tourism Strategies with a Sustainable Development Approach (A Case of Bostan Abad

Masoud Haghlesan, Saeed Arbabi Bostan Abad

Recreational and Economic Valuation of Municipal Activities in Tehran Ab-o-Atash Park

Mohammad Taqi Rahnemaei ; Negin Shokravi

Analysis and Evaluation of the Evolution of Tourist Destinations Using the Combined Persuade-Allen-Butler Model (STLC) A Case of Tourist Destinations in Kurdistan Province

Arastoo Yari Hesar, Bahram Imani; Saeed Zanganeh Shahraki; Arezoo Moradi; Barzin Zarghami

Assessment and Analysis of Influential Components in Defenseless Urban Spaces (A Case of District One in Tabriz)

Lachin Pahlavan; Saide Faizi; Negar Pahlavan

The Impact of Tension Index on Foreign Tourism: A Comparative Analysis of Member Countries of the Organization of Islamic Cooperation and Selected Developed Nations (A Characterization Approach)

Seyed Mohammad Hosseini Salehi; Mohammad Hasan Fotros; Mohammad Hossein Imani Khoshkho; Ahmad Sarlak

Pathology of the Performance of Regeneration Offices in Tourist Spaces (A Case of Facilitation Offices in the Vicinity of the Holy Shrine in Mashhad)

Amin Faal Jalali; Arezoo Faal Jalali; Zynab Abasaltian Naini

Abstracts

In

English

In the Name of God

Geographical Journal of Tourism Space

Vol. 13 †No. 49 †Winter 2024

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 †Hosseyh

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