

به نام خدا

فصلنامه‌ی جغرافیایی فضای گردشگری

سال سیزدهم، شماره ۵۱، تابستان ۱۴۰۳

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	تبیین سویه‌های گردشگری خلاق مبتنی بر توسعه پایدار روستایی و ارائه مدل مفهومی (مطالعه موردی: روستای اوان قزوین) مریم نوری
۲۱	تبیین نقش و جایگاه توانمندسازی زنان در توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: فعالان زن صنعت گردشگری استان اردبیل) محمد علیزاده، ولی نعمتی، مهسا صدیق
۴۱	ارزیابی رضایت‌مندی ساکنان از پروژه‌های مسکن ملی با شاخص‌های برنامه‌ریزی محله محور (نمونه موردی: شهر سنندج) فرشید ظهوری، مجید شمس
۵۵	تأثیر ارزش درک شده از رویدادهای گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری (مورد پژوهی: شهر زنجان) ساناز سلمان مهاجر، فیروزه حاجی علی اکبری
۶۹	بررسی تطبیقی سرزندگی در فضاهای گردشگری شهر شیراز (نمونه موردی: آرامگاه حافظ و سعدی) مژگان ساسانی، محبوبه دانشی کهن
۸۵	نقش امنیت منطقه و تأثیر آن بر گردشگری پایدار با رویکرد CPTED و روش پراولونگ (نمونه موردی: شهر بستان‌آباد) داریوش ستارزاده، سعید اربابی بستان‌آباد، رویا اخگری
۹۷	نوع‌شناسی گردشگری شهری بر اساس صنایع خلاق (مطالعه موردی: شهر اصفهان) وحید غرق‌قی شفیعی، علی رشیدپور، سعید شریفی

تبیین سویه‌های گردشگری خلاق مبتنی بر توسعه پایدار روستایی و ارائه مدل مفهومی (مطالعه موردی: روستای اوان قزوین)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۱/۱۷ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۲۴

مریم نوری*

استادیار و عضو هیأت علمی گروه معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهریار، شهریار، ایران

چکیده

توسعه پایدار روستایی فرایندی کیفی، همه‌جانبه، پیچیده، پویا و درون‌زا است که در جهت پاسخگویی به نیازهای اساسی و ارتقای سطح کیفیت زندگی ساکنان روستا صورت می‌پذیرد. با توجه به نقش اساسی گردشگری به‌مثابه سرمایه و توسعه‌دهنده جامعه، گردشگری خلاق به‌عنوان شیوه‌ای نوین از توریسم و گردشگری فرهنگی است که امکان رشد از طریق یادگیری و تجارب جدید را برای گردشگران فراهم می‌سازد و منجر به پویایی، مشارکت و خلاقیت در مکان/محیط مورد نظر می‌شود. روستای اوان در حاشیه‌ی شهر الموت قزوین طی فرآیند ارگانیک بر اساس تعامل بین عوامل طبیعی و انسانی تکامل یافته و دارای دریاچه و پتانسیل‌های طبیعی و چشم‌نوازی است.

پرسش این پژوهش چگونگی تبیین سویه‌های گردشگری خلاق مبتنی بر توسعه پایدار روستایی و ارائه مدل مفهومی در روستای اوان است. پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت پژوهش، از گونه پژوهش‌های کیفی و نوع بنیادی، به لحاظ قصد پژوهش توصیفی-تحلیلی و از نظر منطق پژوهش، استدلال منطقی است. نتایج این پژوهش نشان داد که گردشگری خلاق به‌مثابه سفری با تجربه‌ای تکرارنشده و کنش‌مندان و شامل سویه‌های کالبدی، زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، اقتصادی و راهبردهایشان است. سویه‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار روستایی متناظر با هم و همسو هستند و روستاها مسئله نیستند؛ بلکه خودشان راه‌حل هستند.

واژه‌های کلیدی: روستا، گردشگری خلاق، اوان، توسعه پایدار، مدل مفهومی.

مقدمه و بیان مسئله

روستاها^۱ همواره مکانی برای ابداع، نوآوری و خلاقیت هستند (ایزدی، طیب نیا، کریم زاده، عینالی، ۱۴۰۲). خلاقیت یک فرآیند است و گردشگری خلاق شامل فرایندهایی مانند رقص، آواز، صنایع دستی، آشپزی، نقاشی، جشنواره‌ها است (Prentice & Anderson, 2003:14). می‌توان گفت گردشگری خلاق، یکی از مدل‌های نوین گردشگری است که می‌بایست با توجه به ظرفیت‌های مکانی، فرهنگی-تاریخی و اقتصادی شهرها پیاده‌سازی شود. در واقع گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت‌های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تجارب یادگیری خاص یک مقصد گردشگری، فراهم می‌سازد (Richards & Raymond, 2000). این گونه گردشگری، در عین تأمین رضایت گردشگران، به دنبال افزایش آگاهی گردشگران درباره مسائل پایداری و تشویق آن‌ها به انجام کنش‌های پایدار، همچنین ایجاد تصویر ذهنی و تجربیات معنادار برای آن‌ها است. پایدارتر نمودن گردشگری به معنای برنامه‌ریزی در حیطه‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی کنونی و آتی و تدوین راهبردهای مؤثر در ایجاد توسعه گردشگری است (UNWTO, 2010). پژوهش‌ها پیرامون رابطه میان گردشگری و خلاقیت نشان می‌دهد که روش‌های بسیاری وجود دارد که می‌توان آن‌ها را در جهت ارتقای محصول گردشگری و تجربه بازدیدکنندگان پیوند داد. تجارب گردشگری خلاق مانند یادگیری، چشیدن، دیدن، مشارکت و خرید می‌تواند به برنامه‌های متنوع سفر، برگزاری کارگاه‌ها، دوره‌ها و رویدادها بیانجامد (Richards & Reymond, 2000: 18). گردشگری خلاق به دنبال حداقل و حداکثر کردن آثار منفی و مثبت مرتبط با گردشگری است (Weaver, ۲۰۰۶) و به‌عنوان یک فعالیت چندوجهی می‌تواند تأثیر مثبتی بر جوامع روستایی به‌ویژه مناطق روستایی توسعه‌نیافته و غنی از منابع گردشگری داشته باشد (Muresan et al, 2016)؛ زیرا این مناطق روستایی فقط با توسعه گردشگری مناسب و مبتنی بر توسعه پایدار می‌توانند تقویت شوند (۲۰۱۵ Garau,). در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار گردشگری، هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری در آینده با رویکرد توسعه پایدار انجام می‌شود و توجه اساسی آن به حفظ محیط‌زیست در کنار سود اقتصادی و حفظ محیط اجتماعی است (Tao & Wall, 2009:93). صنعت گردشگری به‌عنوان عامل اساسی و اجتناب‌ناپذیر در توسعه پایدار محسوب می‌شود که منجر به رونق فرصت‌های بزرگ در شهرها و روستاها می‌شود. این صنعت، همپای سایر تحولات اجتماعی، اقتصادی و تکنولوژیکی در جوامع انسانی، مسیر تکاملی خود از گردشگری سنتی به گردشگری خلاق را پیموده است (Richards, 2014:1228). از سویی دیگر، امروزه رویکرد توسعه پایدار به‌عنوان چهارچوبی برای تحلیل سکونتگاه‌های روستایی اهمیت و اعتبار زیادی دارد (Bigdeli Rad, Maleki, 2017).

گردشگری روستایی با رویکرد توسعه پایدار، حفظ ارزش‌ها و باورها، حفاظت از محیط‌زیست، ایجاد فرصت‌های شغلی، کاهش بیکاری، تولید صنایع دستی محلی، افزایش درآمد و سرمایه‌دینفعان و مردم محلی، توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد امکانات؛ برای توسعه پایدار و اقتصادی در مناطق روستایی

^۱ عموماً روستا به محدوده و منطقه‌ای خارج از شهر اطلاق می‌شود که از سه ویژگی خاص شامل: کم بودن جمعیت نسبت به شهر، اقتصاد متکی بر کشاورزی، جنگلداری و دامداری و همچنین اتکا به ساختارهای سنتی برخوردار باشد

تأثیرگذار است (Rawat, 2020). همچنین گردشگری روستایی در راستای توسعه و اجرای سیاست‌های کشورها، بسیار حیاتی است و باعث ایجاد شغل، ترویج فرهنگ و محصولات محلی می‌شود (Lopez, Sanzal et al, 2021). در جوامع روستایی و کوچک، رفاه اقتصادی و فرهنگی و محیط زیستی فرآیندی است که تحقق آن را گردشگری در پیوند با خلاقیت فراهم می‌سازد (۲۰۱۵ Lee & Lee,). صاحب‌نظران توسعه روستایی با در نظر داشتن آثار مثبت فعالیت‌های گردشگری، بر این باورند که ترکیب مناسب خلاقیت، گردشگری، کارآفرینی و می‌تواند در جهت جواب دهی به نیازهای روستاییان، در پی گردشگری مطلوب برای گردشگران باشد. در این رویکرد، پاسخگویی به تقاضای روزافزون گردشگری منوط به نوسازی خدمات و محصول‌های توریستی است (Lordkipanidze, 2005). که زمینه مشارکت ساکنان روستایی در فعالیت‌هایی بر مبنای اقتصاد و گردشگری خالق را فراهم می‌آورد. در این مسیر کشورهایی که به متنوع سازی اقتصادی روی آورده‌اند، در جستجو یا خلق روش‌های جدید، پایداری را به‌عنوان یکی از سناریوهای پرطرفدار پذیرفته‌اند. پرسش اصلی این پژوهش چگونگی تبیین سوبه‌های^۱ گردشگری خلاق مبتنی بر توسعه پایدار روستایی و ارائه مدل مفهومی است. بدین منظور، روستای آوان قزوین به‌عنوان مطالعه موردی مورد تحلیل قرار گرفت.

۱. پیشینه پژوهش

با توجه به این‌که تمرکز پژوهش بر حوزه گردشگری خلاق است، پژوهش‌های ایرانی در این زمینه گردآوری و در جدول ذیل آورده شده است:

جدول ۱. پیشینه پژوهش در حوزه گردشگری خلاق.

پژوهشگر/سال	پژوهش	تأکید
ساره پور جهان، بشری مهاجر، سالار کهزادی ۱۴۰۱	چهارچوب نظریه‌ای برنامه‌ریزی گردشگری خلاق: مرور نظام‌مند	خلاقیت منبعی بارز است که می‌تواند روند برنامه‌ریزی گردشگری را تنوع و غنا بخشد و گردشگری خلاق به‌عنوان ادامه مسیر گردشگری فرهنگی است.
مسعود کاوسی، حمید صابری، مهدی مومنی، احمد خادم الحسینی ۱۴۰۱	تحلیل نقش گردشگری خلاق در توسعه شهری با استفاده از شاخص‌های فضایی موران	خلاقیت در حوزه گردشگری و شهر خلاق یک روش جدید در برنامه‌ریزی شهری است که تفکر، برنامه‌ریزی و عمل خلاقانه مردم در شهرها را توضیح می‌دهد.
اسداله بابایی فرد، یاسمن پاشا، سمیرا آتش‌افروز/۱۴۰۰	بافت‌های فرسوده شهری، فرصتی برای توسعه گردشگری (با نگاهی به وضعیت و قابلیت‌های گردشگری بافت‌های فرسوده کاشان)	با باز زنده سازی بافت‌های قدیمی شهر کاشان، توجه متخصصان برای تبدیل این شهر به مکان‌هایی ارزشمند، با رویکرد توسعه اقتصادی و جاذبه‌های گردشگری و فرهنگی جلب می‌شود.

Variant^۱: سوبه به معنی گونه، نوع، سوگیری. سوگیری یا Bias یکی از کلمات کلیدی در مطالعات و تحقیقات و سنجش و ارزیابی نگرش‌هاست. قبل از تعریف سوگیری و توجه به انواع سوگیری بهتر است به لغت Bias پردازیم. در میان واژگان فارسی - عربی، نزدیک‌ترین واژه به این کلمه مایل بودن و تمایل داشتن است. درست مانند ستونی که به‌صورت قائم نصب نشده و به یک سمت، مایل است. سوگیری واژه‌ای است که در ادبیات علمی و تحقیقی، برای این کلمه انتخاب شده و رواج یافته است. باوجود واضح بودن مفهوم سوگیری، به دلیل تنوعی که در تعریف سوگیری وجود دارد، به‌سادگی نمی‌توان به یک تعریف واحد دست یافت.

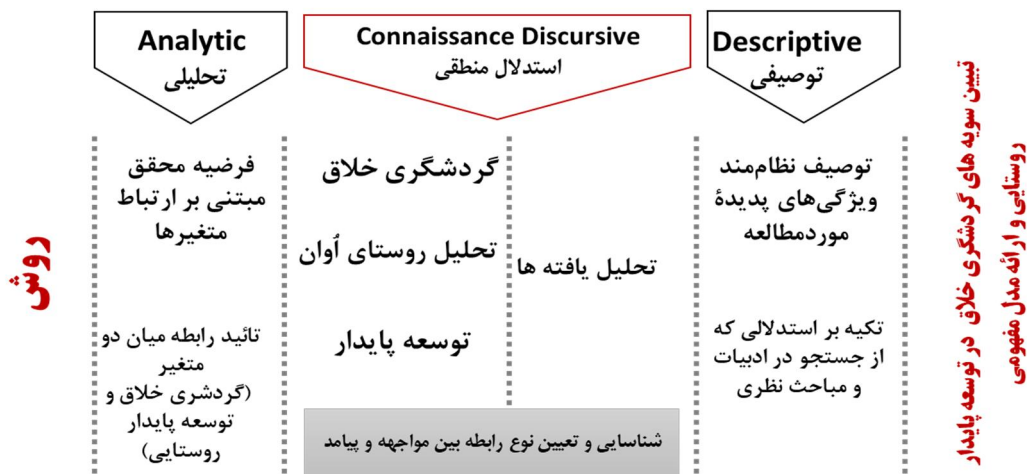
<p>شاخص‌های اقتصادی و پس‌از آن شاخص فرهنگی بیشترین نقش در توانمندسازی ساکنین بافت فرسوده قشم جهت ارتقای گردشگری بوم‌گرا را دارند. همچنین این شاخص‌ها بیشترین همبستگی از نظر اثر توانمندسازی ساکنین بافت فرسوده بر ارتقای سطح گردشگری بوم‌گرا در قشم را از خود نشان داده‌اند.</p>	<p>بررسی تأثیر توانمندسازی بافت فرسوده شهری بر ارتقای گردشگری بوم‌گرا؛ نمونه موردی: شهر ساحلی قشم</p>	<p>اسماعیل قنبری، مهدیه حسینی نیا/ ۱۴۰۰</p>
<p>با توجه به چالش‌های گردشگری انبوه و فرهنگی و فشارهای رقابتی گردشگری، پایداری بیشتر توسعه گردشگری و در نظر گرفتن مزایای مختلف توسعه خلاق گردشگری، گردشگری خلاق نوعی پایدار از گردشگری در قرن ۲۱ است.</p>	<p>تبیین مؤلفه‌های گردشگری خلاق پایدار در کریدورهای طبیعی شهری/ مطالعه موردی: محور زاینده‌رود اصفهان</p>	<p>فایزه‌هاشمی، مسعود تقوایی، نگین صادقی /۱۴۰۰</p>
<p>باوجود فرصت‌های منحصربه‌فرد بافتها چه از منظر جاذبه‌های کالبدی و معماری و چه از منظر آیین‌ها و سنن تاریخی، مشکلات بازآفرینی بافت، کمبودهای شدید زیرساخت‌های گردشگری و دیدگاه‌های محدود و گذرای مدیریت شهری می‌توانند از بزرگ‌ترین موانع فعال‌سازی ظرفیت‌های آن‌ها در این زمینه باشند.</p>	<p>ارزیابی عوامل مؤثر بر گردشگری در بافت تاریخی با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا (محدوده مورد مطالعه: شهر بابلسر)</p>	<p>ساجد سلیمانیان، زهره فنی/۱۴۰۰</p>
<p>شاخص‌هایی بر توسعه گردشگری نقش مهمی دارد، عبارت‌اند از: بعد زیست‌محیطی: جاذبه‌های گردشگری. بعد اجتماعی: شاخص‌های اطلاعات (گردشگری محله، احساس امنیت و آرامش)</p>	<p>توسعه گردشگری در محله تجریش با رویکرد بازآفرینی شهری</p>	<p>علی شمعی، مهسا دلفان نسب، حبیب‌الله فصیحی/۱۳۹۹</p>
<p>بافت تاریخی، به‌منزله مرکز و قلب تپنده شهر، بستر جذاب مکان خلاق است و هدف آن پویایی اقتصاد و فرهنگ است. اگر لایه‌های گوناگون سازنده بافت‌های تاریخی شهرهای ایران رمزگشایی شوند، الگوی موردنظر قابلیت تعمیم‌پذیری و بهره‌برداری با رویکرد ذکرشده را خواهند داشت.</p>	<p>الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ محور با تأکید بر ایده شهر خلاق</p>	<p>سعید اردلان، کرامت‌الله زیباری، نوید سعیدی رضوانی، کیومرث حبیبی /۱۳۹۹</p>
<p>گردشگری خلاق، گردشگران را در فعالیتهای مختلف مانند صنایع‌دستی، هنر و دیگر فعالیت‌ها با خصلت‌های محلی درگیر می‌کند و این رویکرد بیشتر بر رویدادها و اتفاقات روزمره زندگی یک فرهنگ تأکید دارد، نه میراث فرهنگی ملموس و کالبدی آن.</p>	<p>پذیرش گردشگری خلاق در تجربه شهروندان و گردشگران شهرهای پشتیبان گردشگری</p>	<p>شمیم گل‌رخ، محسن مطهریان /۱۳۹۸</p>
<p>نه‌تنها شهر دارای ظرفیت زیادی برای گردشگری خلاق است، بلکه با سرمایه‌گذاری در امور فرهنگی در کنار تبدیل شدن به مکانی برای جذب طبقه خلاق، سرمایه‌های انسانی ارزشمندی را پرورش داده و به شهر خلاق تبدیل شود.</p>	<p>سنجش ظرفیت‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز</p>	<p>فرشته دوستی، محمد حسن زال، مهدی رمضان زاده /۱۳۹۸</p>
<p>شاخص‌های گردشگری خلاق شامل مشارکت، تسهیلات رفاهی و خدماتی، جاذبه‌های فرهنگی و بناهای تاریخی، تبلیغات و خلق ارزش است.</p>	<p>تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل گردشگری خلاق در بافت‌های فرسوده شهر اصفهان (نمونه: محله جویباره)</p>	<p>صدیقه کیانی سلمی، حامد صفری /۱۳۹۸</p>
<p>گردشگری خلاق مدل مؤثری است که در توسعه صنایع فرهنگی و در راستای سازوکارهای اقتصادی جدید، نقش خاطره‌ای شهرها در دو بعد کالبدی-بصری و محتوایی-رویدادی نقش مؤثری دارد. در این گردشگری، جاذبه‌ها و فضاهای تاریخی همراه با عناصر فرهنگی در بخش‌های تاریخی، به‌عنوان مجموعه‌ای فرهنگی عمل کرده و عرصه‌های خلاقانه‌ای را فراهم می‌سازد.</p>	<p>بررسی نقش گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی</p>	<p>احمد پوراحمد، نرگس احمدی فرد/ 1397</p>
<p>گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت‌های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تقویت تجربه زیسته فراهم می‌سازد. هر چه گردشگر خلاق تعامل بیشتری با محیط و مقصد خلاق داشته باشد، گردشگری خلاق در عالی‌ترین شکل خود محقق می‌شود.</p>	<p>طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق</p>	<p>مهرنوش بسته نگار، علی حسینی، مرتضی خاکزار /۱۳۹۶</p>

پتانسیل کشور و به‌خصوص کلان‌شهرها و قابلیت شهرهای ایران بر اساس بسترهای جذب توریست در گردشگری خلاق اعم از فرهنگ، سنت‌های بومی، گویش محلی، صنایع‌دستی و...سنجیده شده و با برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت، شهرهای ایران، می‌تواند در رأس شبکه شهرهای خلاق قرار گیرند.	الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی	محمدرحیمی، فاطمه پازند/۱۳۹۵
---	--	--------------------------------

منبع: نگارنده

۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت پژوهش، از گونه پژوهش‌های "کیفی" از نوع "بنیادی"، به لحاظ قصد پژوهش، "توصیفی-تحلیلی" و از نظر منطق پژوهش، "استدلال منطقی"^۱ است. در استدلال منطقی، محقق به شناسایی و تعیین نوع رابطه بین مواجهه و پیامد می‌پردازد تا در حین پژوهش، علاوه بر تأیید رابطه میان دو متغیر، به ترسیم مدل بیانجامد. این پژوهش در دو گام صورت گرفت. گام اول، مطالعات کتابخانه‌ای درباره بررسی پیشینه و سابقه موضوع و گام دوم، تحلیل و تلخیص آن‌ها در قالب مفهوم‌سازی از طریق استدلال منطقی است. مطالعه کتابخانه‌ای امکان بازخوانی ارتباط میان گردشگری خلاق و توسعه پایدار روستایی و شناخت و تحلیل روستای آوان را فراهم ساخت. در سنجش تحلیلی این پژوهش، فرضیه محقق مبنی بر ارتباط متغیرها (گردشگری خلاق و توسعه روستایی) با هم سنجیده شد. سپس استدلال منطقی برای استخراج مفهوم و سوبه‌های گردشگری خلاق در توسعه پایدار روستایی و ارائه مدل مفهومی صورت گرفت.



تصویر ۱. نمودار گام‌های روش پژوهش مقاله. ترسیم: نگارنده.

^۱ استدلال‌ها ابزارهایی هستند که برای اقتناع عقلانی به کار می‌بریم (کانوی، مانسون ۱۳۹۱: ۱۹). استدلال منطقی به ساختارهای منطقی با توان تبیینی بالا منجر می‌شود و به‌عنوان راهبردی پژوهشی، از این نظر که قادر به تدوین ادبیات نظری گسترده‌ای در یک سامانه مفهومی است، از توان بالایی برخوردار است (گروت و دیگران، ۱۳۹۶: ۳۳۴). استدلال منطقی، نوعی شناسایی حرکتی است، حرکت از مقدمات به سمت نتیجه. این حرکت مستلزم طی مراحل طی مراحل است و در آن نوعی پیوستگی و تدریج وجود دارد. بر اساس چنین مشخصه‌ای، استدلال منطقی را شناسایی حرکتی یا منطقی^۱ می‌نامند (خوانساری، ۱۳۹۶: ۳۰) (نوری، عزیزی، موسی پور، ۱۴۰۰: ۱۰۴).

۳. چارچوب مفهومی و نظری

۳-۱. گردشگری خلاق

نخستین بار مفهوم گردشگری خلاق^۱ در سال ۱۹۹۳ م. توسط باتلر و پریس^۲ مطرح شد. این مفهوم به تدریج تغییر کرد و توسط محققان دیگری گسترش یافت (Lee et al. 2015). ریچاردز و ریموند^۳ در سال ۲۰۰۰ م. گردشگری خلاق را به عنوان یادگیری مهارتی که بخشی از فرهنگ یک کشور یا یک اجتماع در حال بازدید در تعطیلات است، تعریف می کنند. این ایده برای اشکال متنوع خلاق گردشگری در یک پروژه اروپایی به نام یوروتکس سرچشمه گرفت که هدفش تشویق تولید صنایع دستی از طریق گردشگری بود. ایده گردشگری خلاق نه فقط به جهت برآوردن همه نیازها و خواسته های گردشگر مطرح شده است، بلکه با طیفی وسیعی از برنامه های سیاست گذاری معاصر شکل گرفته است. گردشگری خلاق به دلایل مختلف گزینه های کلیدی توسعه شناخته می شود و می تواند به اهدافی مشخص خدمت کند.

نظریات مهم نظریه پردازان و پژوهشگران مطرح در حوزه گردشگری خلاق	
گردشگری خلاق یکی از مدل های نوین گردشگری است که می بایست با توجه به ظرفیت های مکانی، فرهنگی-تاریخی و اقتصادی شهرها پیاده سازی شود.	باتلر و پریس / ۱۹۹۳ م.
گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره ها و تجارب یادگیری خاص یک مقصد گردشگری فراهم می کند که خود از مشخصه های اصلی مقاصد گردشگری متولی این فعالیت هاست.	ریچاردز و ریموند / ۲۰۰۰ م.
مطالعه «خلاقیت و گردشگری»، به تجزیه و تحلیل رابطه در حال توسعه بین گردشگری و خلاقیت، مخصوصاً در مطالعات گردشگری و تحقیقات علوم اجتماعی می پردازد.	ریچاردز / ۲۰۱۱ م.
گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره ها و تجارب یادگیری خاص یک مقصد گردشگری فراهم می کند که خود از مشخصه های اصلی مقاصد گردشگری متولی این فعالیت هاست.	ریچاردز و مارکیس / ۲۰۱۲ م.
شناخت بهتر انواع گردشگران خلاق از طریق بررسی ترکیب تجارب کلی آنان امکان پذیر است.	سیو کیان تان و همکاران / ۲۰۱۴ م.
حمایت از سرمایه گذاری در فناوری و کارآفرینان و همچنین حفاظت از مالکیت معنوی از اولویت ها و سیاست های مناسب در زمینه گردشگری خلاق است.	لی و لی / ۲۰۱۵ م.
در توسعه مقصد توریستی مبتنی بر اقتصاد خلاق دریافت مشارکت جامعه در توسعه گردشگری خلاق و توسعه پایدار تأثیر دارد.	سنگ چومونگ / ۲۰۱۸ م.
تخصص و انعطاف پذیری در صنایع فرهنگی به صنایع خلاق تبدیل می شوند. توسعه فرهنگ مدرن و اثرات فناوری جدید راهی به سوی استراتژی های آینده است.	کومنین و انگلند / ۲۰۱۸ م.
صنایع فرهنگی و دستی در رونق گردشگری و ایجاد خلاقیت جهت توسعه گردشگری تأثیر بسزایی دارد.	انجیلینا / ۲۰۲۱ م.

تصویر ۲. نظریات مهم نظریه پردازان مطرح در حوزه گردشگری خلاق. منابع: (Lee & Angelina, 2021) (Lee, 2015) (Richards, (Raymond, 2000) (Siow Kian et.al, 2013) (Sangchumnong, 2018) (Richards, Marques, 2012) تحلیل: نگارنده.

¹ creative tourism

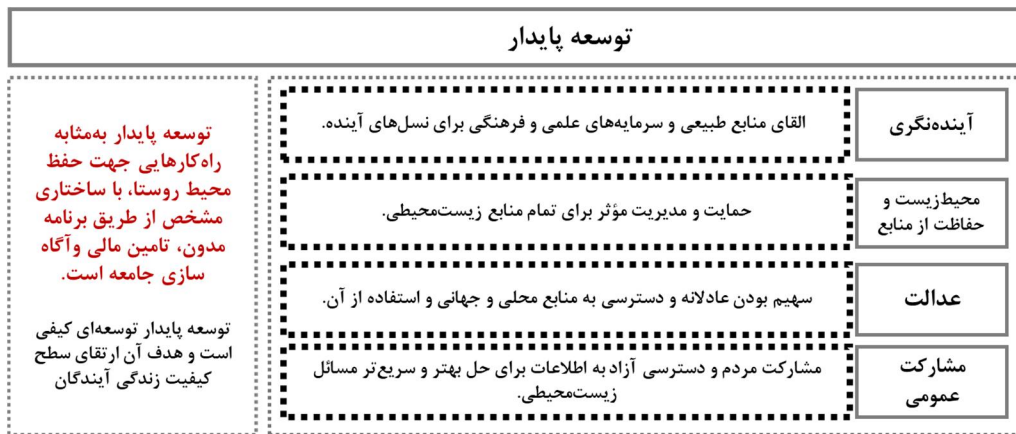
² butler

³ Richards & Raymond

در سال ۲۰۰۶ م. مفهوم گردشگری خلاق توسط فرهنگ و علوم آموزشی جامعه ملل (یونسکو) در برنامه شبکه شهرهای خلاق به رسمیت شناخته شد (UNESCO, 2006). گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت‌های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تجارب یادگیری خاص یک مقصد گردشگری فراهم می‌کند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۶). در این نوع گردشگری، نوع رابطه میان مردم اهمیت بسیاری دارد و به گردشگر به مثابه بازدیدکننده این امکان را می‌دهد تا مانند افراد محلی زندگی کند (Richards, 2014). همچنین با بهره‌گیری از صنایع خلاق و تکیه بر تعامل دوسویه با گردشگر، درصدد خلق تجربه‌ای تازه و لذت‌بخش است و گردشگر به تعامل بیشتر آموزشی، اجتماعی و همچنین مشارکت با مکان، فرهنگ زندگی و مردم تشویق می‌شود. گردشگری خلاق با هدف کسب تجربیات خاطره‌انگیز گردشگر، تأثیر بسزایی بر انسجام جامعه محلی و تعامل گردشگر و میزبان دارد و در نهایت منجر به قصد سفر مجدد گردشگر می‌گردد (Richards & Marques, 2012). در جدول زیر، نظریه‌پردازان و پژوهشگران مطرح در حوزه گردشگری خلاق آورده شده است (تصویر ۲).

۴-۲. توسعه پایدار روستایی

در تعریف توسعه پایدار، چهار ویژگی مشارکت عمومی (مشارکت مردم و دسترسی آزاد به اطلاعات برای حل بهتر و سریع‌تر مسائل زیست‌محیطی)، محیط‌زیست و حفاظت از منابع (حمایت و مدیریت مؤثر برای تمام منابع زیست‌محیطی)، عدالت (به سهیم بودن عادلانه و دسترسی به منابع محلی و جهانی و استفاده از آن) و آینده‌نگری (القای منابع طبیعی و سرمایه‌های علمی و فرهنگی برای نسل‌های آینده) نهفته است (Edwards, 1999: 265). در توسعه پایدار، هر نسلی آب‌وهوا و منابع زمین را حفظ می‌کند و بر این مهم تأکید دارد که در فرایند مصرف منابع طبیعی و زیست‌محیطی توسط نسل کنونی، امکان مصرف این منابع برای نسل‌های آینده نیز فراهم باشد (پرمن، ۱۳۸۲: ۱۰۸). با به‌کارگیری اصول و رهیافتهای توسعه پایدار در مطالعات توسعه‌ی شهرها می‌توان یک شهر یا روستای پایدار را رقم زد. مکانی که در آن، عدالت اجتماعی و فضایی تحقق یابد و توزیع بهینه خدمات و امکانات به نفع تمامی اقشار و گروه‌های اجتماعی جامعه باشد. توسعه‌ی روستایی هنگامی در راستای پایداری حرکت می‌کند که راه‌کارهای کارآمد جهت تأمین مطلوب نیازهای خدماتی ساکنان ارائه داده و نرخ مطلوبی از رشد اشتغال، اقتصادی، رفاه اجتماعی و محیط‌زیست پاک را به وجود آورد (خزایی، مرصوسی، ۱۳۹۳). بنا بر تعریف گزارش برانتلند اکثر پژوهشگران توسعه پایدار را در سه بعد زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی مورد بررسی قرار می‌دهند (Tanguay, 2009).



تصویر ۳. مفاهیم کلیدی توسعه پایدار: مشارکت عمومی، محیط زیست و حفاظت از منابع، عدالت و آینده نگری. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

در چند دهه اخیر، توسعه پایدار روستایی از دغدغه های اصلی توسعه در ایران و اکثر کشورهای در حال توسعه بوده است. توسعه روستایی به مثابه راهبردی مهم برای تأمین نیازهای اساسی و توزیع بهینه منافع ناشی از توسعه ملی تلقی شده و بدین منظور نیز با شیوه هایی متعدد، الگوهایی متنوع برای توسعه پایدار روستایی تجربه شده است که بیشتر آن ها با دستاوردهای مطلوب همراه نبوده (DHV, 1979). توسعه پایدار روستایی پدیده ای با ابعاد متنوع است و حفظ آینده روستا بدون شناخت جنبه های مختلف سکونت در روستا، ممکن نیست. پایداری توسعه روستایی به دلیل ارتباط فزاینده توسعه روستایی با افزایش توان جمعیت هدف برای تعیین سرنوشت آینده خود، بسیار اهمیت دارد.

۴-۳. کنکاشی در اصول مشترک توسعه پایدار روستایی و گردشگری خلاق


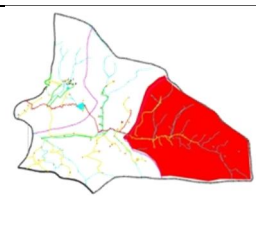
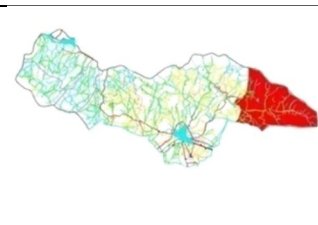
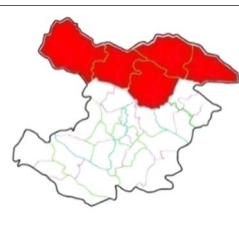
گردشگری خلاق به دنبال تأمین رضایت گردشگران و افزایش آگاهی آن ها درباره مسائل پایداری و تشویق آن ها به انجام کنش های پایدار، همچنین ایجاد تصویر ذهنی و تجربیات معنادار برای آن ها است. پایداری تر نمودن گردشگری به معنای برنامه ریزی در حیطه های کنونی و آتی و تدوین راهبردهای مؤثر در ایجاد توسعه گردشگری است (UNWTO, 2010). تغییر به سمت خلاقیت در گردشگری می تواند بخشی از تحولات بر اساس تجربیات گردشگری باشد. گردشگری مبتنی بر خلاقیت، نیازی به داشتن میراث ساخته شده فراوان و همچنین نگهداری از سازه های قدیمی ندارد. مواد اولیه گردشگری خلاق نه تنها توسط تولیدکنندگان، بلکه توسط خود گردشگران نیز ایجاد می شود و این امر مستلزم مصرف خلاق و تولید خلاقانه از طرف گردشگر است (Richards & Wilson, 2006:1217). از سویی دیگر، مدیریت و برنامه ریزی فضاهای روستایی در جهت رونق گردشگری نیازمند توجه به رویکردهای خلاق در توسعه پایدار و گردشگری روستایی است. همچنین توسعه پایدار بر برقراری تعادل پایدار میان ابعاد اقتصادی، محیطی و اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری تأکید دارد و پایداری در توسعه گردشگری خلاق، زمانی محقق می شود که این شرایط مهیا شود: بهره گیری از منابع محیطی به صورت بهینه، احترام به ارزش های اجتماعی- فرهنگی جوامع

میزبان و حفظ میراث فرهنگی سنتی، تداوم فعالیت‌های اقتصادی معتبر و پایدار و تأمین مزایای اقتصادی- اجتماعی برای سهامداران (UNEP, 2015).

۴-۴. کنکاشی در شناخت و تحلیل روستای اوان

روستای اوان در عرض جغرافیایی ۳۶ درجه و ۲۹ دقیقه در شهرستان قزوین بخش رودبار الموت، دهستان معلم کلاپه واقع شده است. این روستا از سمت شمال، جنوب و شرق به باغات و زمین‌های کشاورزی و از سمت غرب به دره محدود می‌شود (طرح‌های روستای اوان)

جدول ۲. محل قرارگیری روستای اوان در شهر قزوین

قرارگیری روستای اوان			
روستاهاى اوان	دهستان معلم کلاپه	بخش رودبار الموت	شهرستان قزوین
			

منبع: (بنیاد مسکن. انقلاب اسلامی، ۱۳۹۰)

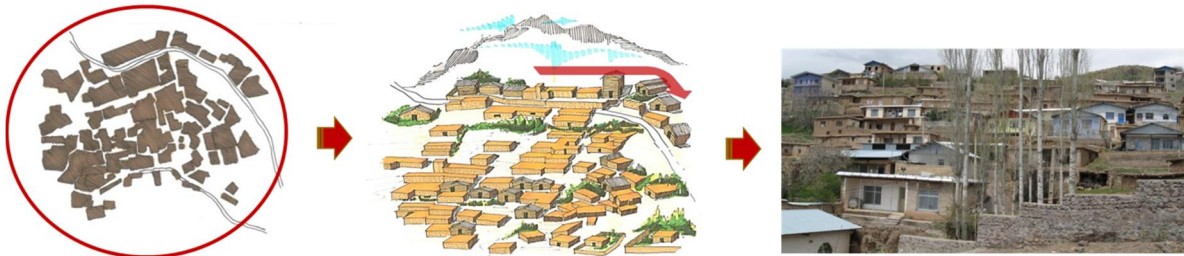
در مورد وجه تسمیه روستا سه نظریه وجود دارد: اوان یعنی سرچشمه آب‌های، آب+ بان (محل حفاظت آب‌ها و کنترل آن)، اوان به معنای (آبان پشت) گرفته شده از در اوستا. در تصویر ۴، تصاویر کلی از سیمای روستا و دریاچه اوان مشاهده می‌شود. معماری بومی در محیط‌های روستایی دارای مختصاتی به کل متفاوت است و شیوه‌های تولید معماری در آن واجد درون‌مایه‌های ارزشمندی است که می‌تواند مورد استخراج و مطالعه قرار بگیرد (نوری، عزیزی، نصیر سلامی، ۱۳۹۸: ۵۱).



تصویر ۴. سیمای کلی روستا و دریاچه اوان. منبع: نگارنده.

با توجه به اینکه روستا در اقلیم کوهستانی و بروی دامنه‌ای کاسه‌ای شکل واقع شده است، جهت‌گیری اصلی آن رو به جنوب است و با حرکت دامنه جهت‌گیری خانه‌ها نیز به سمت جنوب

غربی منحرف می‌شود. به دلیل شیب زیاد سایت خانه‌ها به صوری پلکانی ساخته شده‌اند. بدین صورت که پشت‌بام هر خانه حیاط خانه بالایی است. روستای اوان و روستای آتان جزو معدود روستاهای الموت می‌باشند که دارای بافت ارزشمند است. با توجه به اینکه دریاچه اوان در ضلع جنوب روستا قرار دارد دید متقابل زیبایی بین روستا و دریاچه به وجود آمده است. همچنین به هنگام ورود به روستا می‌توانید دید کاملی از خانه‌های روستایی و بافت زیبای آن داشته باشید (تصویر ۵).



تصویر ۵. نمایش بافت روستای اوان. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

تحلیل نظام کالبدی روستای اوان

وسعت کل روستای اوان و زمین‌های مربوط به آن جمعاً ۲۲۲ هکتار شامل مناطق مسکونی روستا حدود ۱۲ هکتار و اراضی کشاورزی روستا ۲۱۰ هکتار است. تجمع عناصری نظیر دفتر مخابرات، خانه بهداشت، واحدهای تجاری، دفتر تعاونی روستا و حمام در کنار یکدیگر باعث شکل‌گیری مرکز روستا شده‌اند. عناصر تشکیل‌دهنده‌ی مرکز روستا در حاشیه‌ی فضای بازی قرار گرفته‌اند که حالت میدان گاهی را به وجود آورده‌اند. این میدان گاه در بین حمام، خانه بهداشت، دفتر تعاونی روستا و دفتر و در قسمت جنوب غربی مرکز باغات قرار دارند. به این صورت تنوع بصری مناسبی در مرکز ایجاد شده است (بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، ۱۳۹۰)

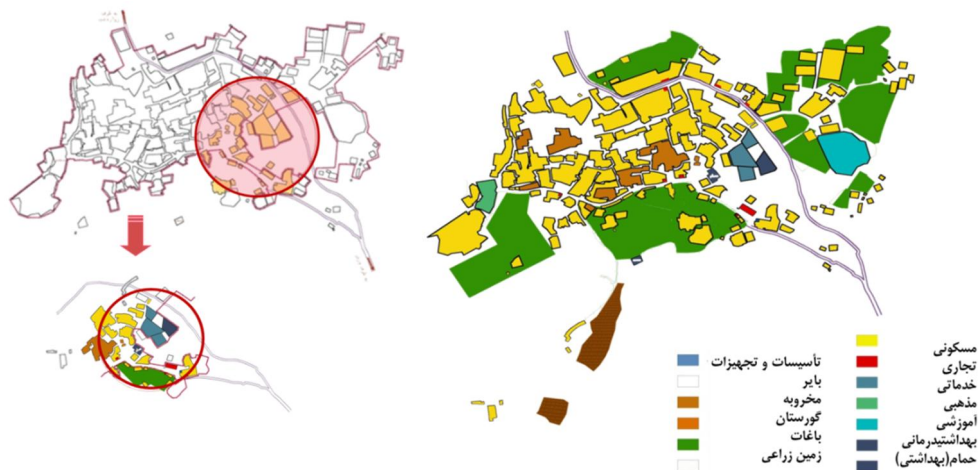
کاربری مسکونی: مسکونی سطحی در بافت روستا شامل ۲۳۲۰۷/۹ مترمربع است. بنابراین سرانه مسکونی معادل ۱۲۷/۵ مترمربع و ۵۷/۴ درصد از کل مساحت روستا را شامل می‌شود.

کاربری آموزشی: سطحی معادل ۳۵۸۴/۴ مترمربع است و سرانه این کاربری که شامل دو مدرسه‌ی مدرسه ابتدائی شهید طاهری و مدرسه راهنمایی ناطق نوری است، ۱۰/۶ مترمربع است.

کاربری بهداشتی-درمانی: شامل خانه بهداشت و یک حمام عمومی بوده که شامل ۷۵۰/۱ مترمربع مساحت دارند و سرانه آن معادل ۲/۲ مترمربع است که یک درصد از کل مساحت روستا را در بر گرفته است.

کاربری مذهبی: شامل یک باب مسجد است که ۱۱۴۹/۷ مترمربع مساحت دارد. سرانه فضای مذهبی روستا ۳/۴ مترمربع است.

کاربری خدماتی: شامل شرکت تعاونی روستایی است که ۱۵۲/۶ مترمربع مساحت دارد و سرانه آن معادل ۰/۵ مترمربع است.



تصویر ۶. نقشه کاربری اراضی روستای آوان. ترسیم و تحلیل: نگارنده

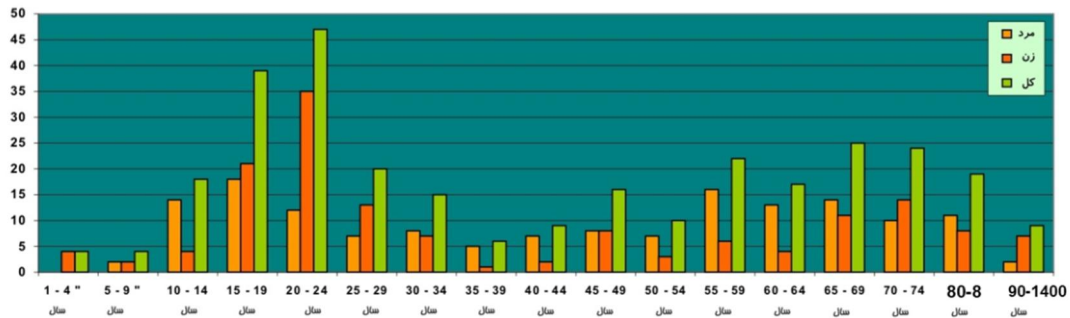
جهت بررسی کیفیت ابنیه روستای آوان با توجه به مطالعات و بررسی میدانی انجام‌شده و برداشت کلی از وضعیت مسکن و ابنیه آن‌ها را در چهار دسته نیمه‌تمام، نوساز، مرمتی، تخریبی و مخروبه با شاخص‌های عمده یعنی نوع مصالح، قدمت و ساخت و وضعیت کالبدی تقسیم‌بندی شد.



تصویر ۷. نقشه کیفیت ابنیه روستای آوان. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

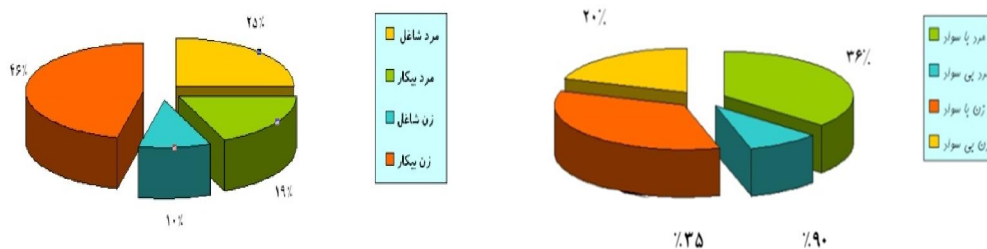
۴-۵. تحلیل نظام اجتماعی روستای آوان

جمعیت فعلی روستا حدود ۱۳۵ خانوار روستایی است که دائماً ساکن هستند و نیز ۴۵۰ خانوار به صورت فصلی (در تابستان) مهاجرت می‌کنند؛ بنابراین جمعیت روستا به دودسته‌ی اصلی تقسیم می‌شود: ساکنین روستایی که با کشاورزی و دامداری امورات زندگی‌شان را می‌گذرانند و مهاجران فصلی که از اول بهار تا پایان پاییز (فقط فصل کشاورزی) به روستا می‌آیند. در نمودار مشاهده می‌شود که نرخ رشد جمعیت در ۲۰ سال اخیر، منفی بوده و به دلیل عدم اشتغال، مهاجرت به شهرهای اطراف صورت می‌گیرد.



تصویر ۸. نمودار سیر جمعیتی روستای اوان تا سال ۱۴۰۰. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

همچنین با بررسی شکل ۹ و ۱۰، نمودار نسبت جمعیت شاغل به بیکار به تفکیک جنسیت و نمودار نسبت جمعیت باسواد به بی‌سواد به تفکیک جنسیت، به این نتیجه رسیدیم که ۳۵ درصد زنان باسواد و ۳۶ درصد مردان باسواد در این روستا، بیکار هستند و به پیشه خاصی اشتغال ندارند. این میزان، جمعیت زیادی از روستا را شامل می‌شود که باید برای آن‌ها استراتژی ویژه‌ای در نظر گرفت:



تصویر ۹. نمودار نسبت جمعیت شاغل به بیکار به تفکیک جنسیت. تصویر ۱۰. نمودار نسبت جمعیت باسواد به بی‌سواد به تفکیک جنسیت. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

۴-۶. تحلیل نظام گردشگری در روستای اوان

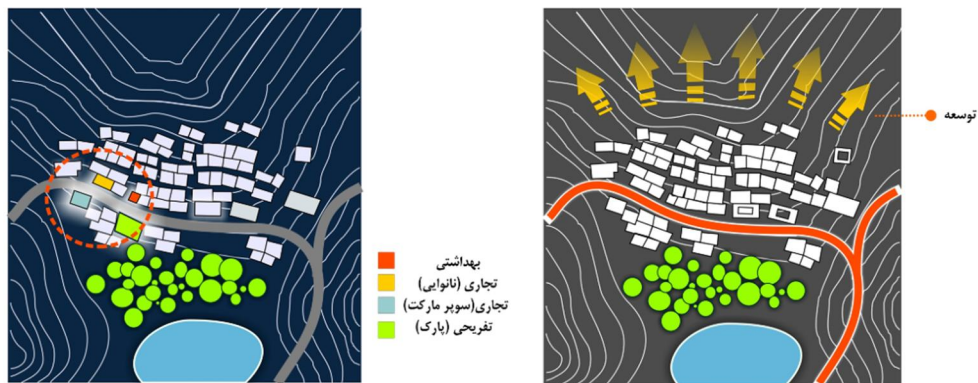
روستای اوان به دلیل وجود دریاچه و طبیعت زیبایش، گردشگران زیادی را به خود جذب کرده و ورود این گردشگرها به روستا تأثیراتی با خود به همراه داشته است. دریاچه زیبای اوان در نیمه شمالی الموت، در دامنه کوه خشچال، در میان چهار روستای اوان، وربن، زواردشت و زرآباد شهر قزوین قرار دارد. آب‌وهوای این منطقه و روستای اوان، بسیار خنک و دلپذیر است. این دریاچه به‌عنوان یکی از آثار طبیعی ملی کشور ثبت‌شده و منظره‌های اطراف دریاچه، سوژه فوق‌العاده‌ای برای عکاسی هستند. دریاچه اوان، هر فصل از سال جلوه خاصی به خود می‌گیرد. علاوه بر سرسبزی و زیبایی کوه‌های اطراف روستا و دریاچه اوان، وجود جاده آسفالت و مسیر مناسب باعث شده که بازدید از این دریاچه در بین اولویت‌های گردشگران قزوین جای بگیرد. فضای اطراف دریاچه نیز برای برپایی کمپ و بساط پیک‌نیک کاملاً مناسب است و به همین جهت دوستداران طبیعت را به سمت خود می‌کشاند.



تصویر ۱۱. تصاویر دریاچه زیبای اوان در اطراف روستای اوان. منبع: نگارنده.

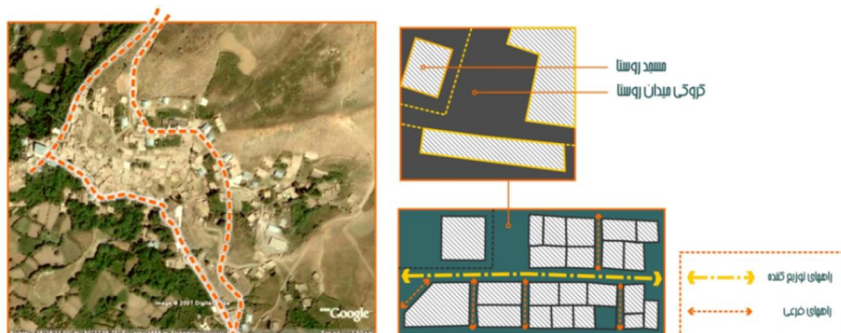
۴. یافته‌های تحقیق

محدوده توسعه بافت روستای اوان و توسعه کاربری‌ها تا سال ۱۴۰۰ در دیاگرام زیر نمایش داده شده است. روستا به سمت اطراف و در جهت شمال غربی - جنوب شرقی توسعه پایدار پیدا کرده است (شکل ۱۲ و ۱۳).



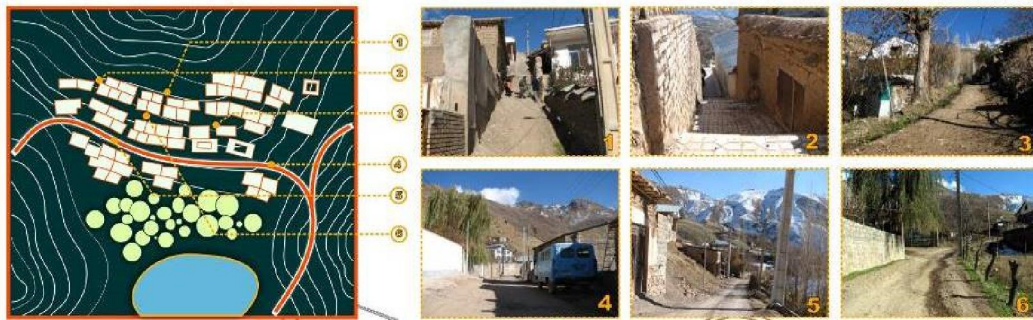
تصویر ۱۲. محدوده توسعه بافت روستای اوان تصویر ۱۳. محدوده توسعه کاربری‌ها تا سال ۱۴۰۰، ترسیم و تحلیل: نگارنده

مسیرهای داخلی روستا، به دو دسته اصلی و توزیع‌کننده، فرعی و ختم‌کننده تقسیم می‌شود. پیرامون روستا، مسیر فرعی وجود دارد که ارتباط با روستاها و شهرهای اطراف، از این طریق صورت می‌گیرد (تصویر ۱۴).



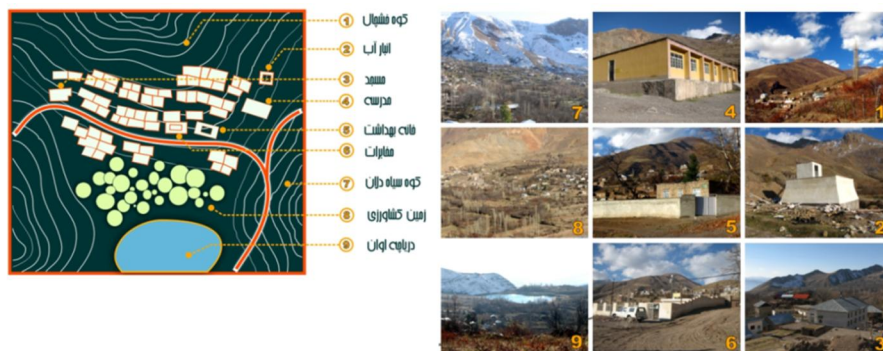
تصویر ۱۴. نمایش گرافیکی مسیرهای داخلی روستا: دو دسته اصلی و توزیع‌کننده، فرعی و ختم‌کننده. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

چند نمونه از مسیرهای داخلی روستای اوان، در دیاگرام زیر نمایش داده شده است:



تصویر ۱۵. چند نمونه از مسیرهای داخلی روستای اوان. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

در تصویر زیر، جانمایی کاربری‌های اصلی روستا و موقعیت دریاچه اوان در راستای توسعه پایدار روستا، مشاهده می‌شود. اطراف دریاچه اوان و نزدیک زمین‌های کشاورزی، مناسب‌ترین مکان جهت ایجاد سکونتگاه گردشگری و اقامتگاه است.



تصویر ۱۶. جانمایی کاربری‌های اصلی روستا و موقعیت دریاچه اوان در راستای توسعه پایدار روستا. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

گردشگری خلاق شامل سویه‌های کالبدی، زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، اقتصادی است که راهبردهای هر کدام در جدول ۴، بسط داده شد.

جدول ۴. تبیین سوبه‌های گردشگری خلاق: کالبدی، زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، اقتصادی و راهبردها.

سوبه	راهبرد گردشگری خلاق
کالبدی	<p>بهسازی، نوسازی و بازسازی بافت فرسوده روستایی.</p> <p>تأمین زیرساخت جهت حفظ سکونتگاه‌های موجود و توسعه سکونتگاه‌های روستا به سمت جنوب شرقی و در سمت زمین‌های کشاورزی اطراف دریاچه.</p> <p>توجه به کیفیت فضایی و فضاها متنوع و انعطاف‌پذیر در طراحی.</p> <p>طراحی خلاقانه در راستای گردشگری خلاق.</p> <p>طراحی سازگار با اقلیم و مصالح بومی.</p> <p>تقویت زیرساخت‌های کالبدی موجود روستا و توجه به دسترسی‌ها.</p> <p>ایجاد نمادها و نشانه‌های خلاق.</p> <p>طراحی شبکه‌های خدمات‌رسانی و زیربنایی در جهت تداوم برقراری خدمات مربوطه.</p> <p>تداوم جریان زندگی و فعالیت با ارتقاء سطح گردشگری خلاق.</p> <p>تهیه طرح ایجاد پناهگاه‌های مقیاس روستا و محلات در مکان‌های مناسب.</p>
زیست‌محیطی	<p>مشارکت گردشگران در حفظ محیط‌زیست روستا.</p> <p>کمک به حفاظت منابع طبیعی و محیط‌زیست دریاچه و روستا.</p> <p>مسئولیت‌پذیری و افزایش آگاهی روستاییان نسبت به و محیط‌زیست.</p> <p>استفاده از مصالح و مواد قابل بازیافت.</p> <p>بهسازی چشم‌اندازهای طبیعی دریاچه و روستا.</p> <p>بهره‌گیری از فضای سبز روستا و دریاچه در جهت جذب گردشگر.</p>
فرهنگی	<p>ایجاد جنب‌وجوش و نشاط بین روستاییان.</p> <p>تقویت ارتباط بین فرهنگی از طریق تماس گردشگران با افراد روستا.</p> <p>برگزاری فستیوال و جشن‌های محلی.</p> <p>اطلاع‌رسانی و تبلیغ در جهت آگاهی گردشگران.</p> <p>ایجاد گروه‌های خلاق فرهنگی در میان روستاییان.</p> <p>تشویق به کاهش سطح آلودگی‌های محیطی در محلات روستا.</p>
اجتماعی	<p>افزایش همدلی و دل‌بستگی به مکان در ساکنین روستا.</p> <p>اجتماع‌پذیری از طریق رابطه میان روستاییان و گردشگران.</p> <p>ایجاد سرزندگی در روستاییان.</p> <p>جلوگیری از مهاجرت ساکنین فعلی روستا.</p> <p>تقویت خاطره‌انگیزی در ذهن گردشگران.</p> <p>تقویت ارزش‌ها و سنت‌های محلی و بومی روستا.</p> <p>احیا هنرها و صنایع‌دستی محلی روستا.</p> <p>بهبود کیفیت زندگی اجتماعی روستاییان.</p> <p>تشویق به حفاظت بیشتر آثار تاریخی و فرهنگی.</p>
مدیریتی	<p>تمرکززدایی از شهرها به سمت روستاها.</p> <p>ایجاد سازمان‌های مردم‌نهاد.</p> <p>مطلوبیت زیرساخت‌های فراغتی و تفریحی.</p> <p>مدیریت گردشگران و بازدیدکنندگان.</p> <p>مشارکت روستاییان در برنامه‌ریزی گردشگری منطقه.</p> <p>ساماندهی در حاشیه‌نشینی اطراف روستا و دریاچه.</p>

اقتصادی	<p>بهره‌گیری از فناوری‌های معاصر در راستای ایجاد جذابیت بیشتر گردشگری خلاق.</p> <p>رشد ساخت‌وساز در سطح روستا و اطراف.</p> <p>توسعه بخش خدمات و تولیدی روستا.</p> <p>بهره‌گیری از نیروهای محلی روستا در گردشگری.</p> <p>افزایش درآمد جوانان روستا و ایجاد اشتغال.</p> <p>ورود سرمایه‌داران از شهرهای بزرگ اطراف به روستا.</p> <p>معرفی روستا به‌عنوان مرکز گردشگری.</p> <p>افزایش قیمت زمین و ملک در روستا.</p>
----------------	---

مأخذ: نگارنده

۵. بحث و نتیجه‌گیری

چالش کنونی توسعه روستاهای امروز، فرصتی برای تداوم بهتر خود روستاها و پایداری آن‌ها است و از اهداف اساسی توسعه پایدار روستایی، ارتقای شاخص‌های پایداری در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی در بافت روستاهاست.



تصویر ۱۷. مدل مفهومی تبیین سوبه‌های گردشگری خلاق مبتنی بر توسعه پایدار روستایی. ترسیم و تحلیل: نگارنده.

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که:

- گردشگری خلاق به‌مثابه سفری با تجربه‌ای تکرارنشده و کنش‌مندانه است. در این سفر، مکان از طریق یادگیری مشارکتی با تأکید بر ویژگی‌های خاص کالبدی خود با گردشگران (خالق سرزندگی در مکان)، ارتباطی دوسویه و عمیقی برقرار می‌کند.
- گردشگری خلاق شامل سوبه‌های کالبدی، زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی، اقتصادی است که راهبردهای هر کدام، در مقاله بسط داده شد.
- توسعه پایدار توسعه پایدار توسعه‌ای کیفی است و هدف آن ارتقای سطح کیفیت زندگی آیندگان است. توسعه روستایی به‌مثابه راه‌کارهایی جهت حفظ محیط روستا، با ساختاری مشخص از طریق برنامه مدون، تأمین مالی و آگاه‌سازی جامعه؛ بنابراین تأکید این توسعه بر واژگان محیط، ساختار، برنامه، تأمین و جامعه است.
- تبیین شد سوبه‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار روستایی متناظر با هم و همسو هستند. متخصصان حوزه گردشگری خلاق و توسعه پایدار روستایی بایستی اهدافشان را در یک راستا تبیین کنند و همگام به‌سوی این اهداف، حرکت کنند و بر روی اهداف مشترک، سرمایه‌گذاری و تأکید بیشتری داشته باشند.
- از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های طبیعی روستاها توان در جهت تداوم جریان زندگی در روستاها، ارتباط مؤثر ساکنین و مشارکت گردشگران در حفظ محیط‌زیست روستاها، تعامل سودمند، همزیستی و هم‌نشینی آگاهانه و... در نهایت توسعه پایدار روستاها بهره‌جست و شاهد روستاهای فعال، همواره در حال توسعه و پایدار باشیم.
- روستاها مسئله نیستند؛ بلکه خودشان راه‌حل هستند. گردشگری خلاق راه‌حل بسیاری از مسائل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی روستاییان و پاسخ‌گوی نیازهای ساکنانش است. روستاهایی که توسعه آن‌ها در جهت ارتقای گردشگری خلاق صورت پذیرد، دل‌بستگی ساکنانش را به محیط بیشتر و ماندگارتر می‌کند. مدل مفهومی تبیین سوبه‌های گردشگری خلاق مبتنی بر توسعه پایدار روستایی با مطالعه موردی روستای آوان قزوین در تصویر ۱۷ ترسیم و نمایش داده شده است.

منابع و مآخذ:

۱. ایزدی، ع.، طیب نیا، س. ه.، کریم زاده، ح.، عینالی، ج. ۱۴۰۲، تحلیل نقش مدیریت مبتنی بر حکمروایی خوب روستایی در شکل‌گیری سکونتگاه‌های خلاق در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان رشتخوار)، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، آبان.
۲. بنیاد مسکن انقلاب اسلامی (۱۳۹۰)، طرح‌های روستای آوان.
۳. پرمین راجرز، ی.، مک گسیل، ری جی. ۱۳۸۲، اقتصاد محیط‌زیست و منابع طبیعی، تهران، نشر نی.
۴. حسنی، ع.، بسته نگار، م. و خاکزار بفرویی، م. ۱۳۹۶. طراحی مدل مفهومی گردشگری خالق، فصلنامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه، سال، شماره ۶.
۵. خزایی، ک.، مرصوصی، ن.، ۱۳۹۳، توزیع فضایی خدمات شهری و نقش آن در توسعه پایدار شهر مطالعه موردی مادرشهر تهران، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، شماره ۱۸، دوره پنجم.
۶. خوانساری، م. ۱۳۹۶، منطق صوری، تهران: نشر دانشگاه تهران.
۷. بنیاد مسکن انقلاب اسلامی (۱۳۹۰)، طرح‌های روستای آوان.
۸. کانوی، د.، و راند، م. ۱۳۹۱، مبانی استدلال. ترجمه تورج قانونی. تهران: نشر ققنوس.
۹. گروت، ل.، وانگ، و. ۱۳۹۶، روش‌های تحقیق در معماری. ترجمه علیرضا عینی فر. تهران: نشر دانشگاه تهران.
۱۰. نوری، م.، عزیز، ش.، نصیر سلامی، م. ر. ۱۳۹۸، تبیین جایگاه اصول راهنما در فهم معمار بومی از مسئله طراحی معماری (مطالعه موردی: روستای سراج‌محله). مسکن و محیط روستا. ۳۸ (۱۶۵): ۴۹-۶۴. DOI: 10.22034/38.165.49
۱۱. نوری، م.، عزیز، ش.، موسی پور، م. ر. ۱۴۰۰، تبیین جایگاه تکنیک‌های استعاره و قیاس در فرایند طراحی معماری: از فهم تا حل مسئله. هویت شهر، ۱۵(۳)، ۱۰۳-۱۱۸. doi: 10.30495/hoviatshahr.2021.16034
12. Angelina, D. 2021. Indicators for Cultural and Creative Industries' Impact Assessment on Cultural Heritage and Tourism, Journal of Sustainability, Vol.13, No14, pp.1-13.
13. Bigdeli Rad, V., Maleki, Sh. 2020, Identification of Effective Criteria on Social and Economic Sustainability in Rural Areas of Iran, Human Geography Research Volume 52, Issue 1, April, 10.22059/JHGR.2018.253223.1007653.
14. Comunian, R., England, L. 2018, Creative clusters and the evolution of knowledge and skills: From industrial to creative glassmaking, Volume 99, February 2019, Pages 238-247, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.02.009>
15. DHV Consulting Engineers. 1979, Guidelines for Rural Centre Planning. New York: Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP).

16. Edwards, B. 1999, Sustainable Architecture, Second Edition, Architectural Press, Oxford.
17. Biggs, S. D. (1989). Resource- Poor.
17. Garau, Ch. 2015, Perspectives on Cultural and Sustainable Rural Tourism in a Smart Region: The Case Study of Marmilla in Sardinia (Italy), Sustainability, 7(6), 6412-6434; <https://doi.org/10.3390/su7066412>
18. Lee, J., Lee, H .2015, Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, Procedia Computer Science 55 (2015) 479 – 484.
19. Lordkipanidze, M., Brezet, JC., & Backman, M. 2005. The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. Journal of Cleaner Production, 13, 787-798.
20. Lopez. H. Da S. Remoaldo. P. C, Ribeiro. V & Martín Vide. J .2021, Effects of COVID-19 pandemic on tourist risk perceptions- the case study of Porto, Sustainability, 13(11),
21. Muresan, Iulia C., Camelia F. Oroian, Rezhenn Harun, Felix H. Arion ,Andra Porutiu, Gabriela O. Chiciudean, Alexandru Todea and Ramona Lile .2016, Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development, Sustainability, 8(1), 100; <https://doi.org/10.3390/su8010100>.
22. Rawat, S. 2020. Rural Tourism and Sustainable development in Darjeeling Hills, West Bengal, Case study of Lepchajagat UGC care group I listed Journal, 10(5), 18-34.
23. Richards, G. and Raymond, C., 2000, Creative Tourism. In Atlas News No. 23. pp. 16-20. ISSN 1388-3607.
24. Richards, G. 2014, Creativity and tourism in the city. Current Issues in Tourism, 17:2, 119-144.
25. Richards, G. & Marques, L. .2012., Exploring creative tourism: Introduction, Journal of Tourism Consumption and practice, Volume 4, No.2, 1_11.
26. Richards. G. & Julie W .2006, Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to The Serial Reproduction of Culture?, Tourism Management, 27(6):1209-1223, DOI:10.1016/j.tourman.2005.06.002.
27. Tao, T. C, Wall, G. 200). Tourism as a sustainable livelihood strategy, Tourism management, 30(1), 90-98.
28. Tanguay, Georges A., 2009, measuring the sustainability of Cities: A survey-based analysis of the use of local indicators, scientific series, Montreal, p: 1.
29. Sangchumngong, unkrisa. 2018, Development of a sustainable tourist destination based on the creative economy: A case study of Klong Kone Mangrove Community, Thailand, February, Kasetsart Journal of Social Sciences, DOI:10.1016/j.kjss.2018.02.002.

-
30. Siow-Kian, T., Shiann-Far, K., Ding-Bang L. 2013, A MODEL OF 'CREATIVE EXPERIENCE' IN CREATIVE TOURISM, Annals of Tourism Research, Volume 41, April 2013, Pages 153-174.
 31. UNWTO – World Tourism Organization. 2012. Sustainable Development of Tourism.
 32. UNESCO. 2006, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27.

تبیین نقش و جایگاه توانمندسازی زنان در توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: فعالان زن صنعت گردشگری استان اردبیل)^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۱/۲۴ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۳۰

محمد علیزاده^{۱*} ولی نعمتی^۲ مهسا صدیق^۳

- ۱- استادیار گروه ایران شناسی، دانشکده ایران شناسی، دانشگاه ولی عصر رفسنجان
- ۲- استادیار گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی
- ۳- دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی

چکیده:

یکی از مهمترین معیارها برای سنجش توسعه‌یافتگی در هر کشوری اعتبار زنان در آن کشور می‌باشد. با وجود این که نیمه‌ای از جمعیت کل جهان را زنان تشکیل می‌دهند فقط یک دهم از درآمد جهان و یک صدم از مالکیت اموال و دارایی‌های جهان به زنان اختصاص دارد. گردشگری ابزاری برای توانمندسازی زنان از جنبه‌های مختلف است و می‌تواند زنان را برای توانمندسازی اقتصادی، آموزشی و سیاسی یاری نماید. لذا با توجه به اهمیت این موضوع، این پژوهش در پی بررسی تبیین نقش و جایگاه توانمندسازی زنان در توسعه پایدار گردشگری است. جامعه آماری این پژوهش فعالان زن شاغل در صنعت گردشگری استان اردبیل است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار PLS انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که توانمندسازی زنان در ابعاد روانشناختی، سیاسی و اجتماعی نقش مهم و کلیدی جهت مشارکت زنان در توسعه پایدار گردشگری دارد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که این عوامل از طریق متغیر میانجی (مشارکت در گردشگری) متغیر وابسته را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، توانمندسازی، زنان، استان اردبیل.

^۱ مقاله حاضر برگرفته از طرح داخلی نوع ۱ است که با حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان به انجام رسیده است.

* نویسنده رابط: m.alizadeh@vru.ac.ir

مقدمه

یکی از مهمترین معیارها برای سنجش توسعه‌یافتگی در هر کشوری اعتبار زنان در آن کشور می‌باشد. با وجود این که نیمی از جمعیت کل جهان را زنان تشکیل می‌دهند و دوسوم ساعات کار را زنان به فعالیت می‌پردازند، فقط یک دهم از درآمد جهان و یک صدم از مالکیت اموال و دارایی‌های جهان به زنان اختصاص دارد (نیازی، ۱۳۹۱). لذا این نیاز احساس می‌شود که می‌بایست زنان در زمینه‌های مختلفی توانمند شوند تا بتوانند از این طریق نقش خود را در جامعه بیشتر نمایان سازند. زیرا توانمندسازی زنان با کیفیت زندگی و مسائل اساسی حقوق بشر در ارتباط است (جکسون^۱، ۲۰۱۰: ۲۳). توانمندسازی زنان یکی از اهداف توسعه از دیدگاه انسانی و عدالت محورانه است، در واقع به معنای افزایش شناخت و خودآگاهی، قابلیت اعتماد و گسترش آزادی انتخاب زنان توسط خودشان است (شادی‌طلب، ۱۳۸۴: ۵۴). توانمندسازی فرایندی است که طی آن زنان از خواسته‌های درونی خود آگاه می‌شوند، جرأت دستیابی به هدف را در خود تقویت می‌کنند و از توانایی لازم برای عملی ساختن خواسته‌های خود برخوردار می‌شوند. نظریه‌های توانمندسازی خواستار قدرت دادن به زنان نه به معنای برتری یک فرد بر فرد دیگر، بلکه به معنای افزایش توان آنها برای اتکا به خود و گسترش حق انتخاب در زندگی هستند (کتابی و همکاران، ۱۳۸۲: ۳).

یکی از صناعی که توانایی حضور زنان در سطحی گسترده را دارد، گردشگری است. گردشگری امروزه به یکی از پر درآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده است و بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی کشورها را تشکیل می‌دهد. گردشگری با ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع می‌تواند ابزار مهمی برای توانمندسازی زنان باشد. سازمان جهانی گردشگری نیز توانمندسازی را جنبه‌ای مهم از برابری جنسیتی معرفی نموده که بر این اساس زنان و مردان می‌توانند بر زندگی، دانش و مهارت‌های خود کنترل داشته باشند و از فرصت‌های برابر استفاده نموده و اعتماد بنفس و خودتکایی را در آنان افزایش می‌دهد (سازمان جهانی گردشگری^۲، ۲۰۱۰). گردشگری ابزاری برای توانمندسازی زنان از جنبه‌های مختلف است و می‌تواند زنان را برای توانمندسازی اقتصادی، آموزشی و سیاسی یاری نماید. همچنین شکلی از توانمندسازی که از سوی گردشگری ایجاد می‌شود برای از حاشیه درآوردن جامعه‌ی محلی است، به گونه‌ای که صدای آنان شنیده شود (سوتا^۳، ۲۰۱۲: ۴۱۷). باتلر بر این باور است که توسعه‌ی گردشگری به افزایش فرصت‌های شغلی زنان، ارتقای پایگاه اجتماعی، ایجاد اشتغال و خودکفایی، ایجاد فرصت‌های دستیابی به موقعیت و جایگاه مدیریت و رهبری، و افزایش فرصت‌های آنها برای فعالیت و موقعیت‌های جانبی می‌پردازد (مهدوی، ۱۳۸۱: ۷۷).

1. Jakson

2. World Tourism Organisation

3. Sutawa

همچنین گردشگری ابزاری قدرتمند برای توسعه است و موفقیت توسعه گردشگری در یک منطقه نیز نیازمند تعادل بین جنبه‌های محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد که منجر به گردشگری پایدار خواهد شد. توسعه گردشگری پایدار به عنوان فرایند مستمری تعریف می‌شود که تأثیرات فعلی و آینده‌ی اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی گردشگری را کاملاً مورد توجه قرار می‌دهد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۰). توسعه پایدار نیز بدون توجه به نقش زنان امکان‌پذیر نمی‌باشد. اما در واقع به این نقش در برنامه‌ریزی‌های محلی و منطقه‌ای توجه‌ای نشده و هنوز زنان نتوانسته‌اند در روند توسعه جایگاه خاصی کسب نمایند. در حالی که بر اساس اهداف توسعه هزاره سازمان ملل، برابری جنسی و توانمندسازی زنان روش‌های مؤثری برای مبارزه با فقر، گرسنگی و بیماری و ایجاد توسعه‌ی پایدار به معنای واقعی می‌باشد (پیرل^۱، ۲۰۰۳: ۴؛ لوکاس^۲، ۲۰۰۱: ۱۸۶).

پس مشارکت زنان را می‌توان به عنوان عامل اصلی موفقیت برنامه‌های توسعه در نظر گرفت و حضور و فعالیت زنان در شکل‌دهی برنامه‌ها ضروری است تا احساس نمایند برنامه‌ها متعلق به آنان می‌باشند. اما در صورتی که مشارکت با توانمندسازی همراه نباشد، گردشگری پایدار در مقصد تحقق پیدا نمی‌کند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد گردشگری توانمندسازی و مشارکت زنان را درون جامعه تسهیل می‌نماید (شیونز^۳، ۲۰۰۰). وقتی زنان احساس نمایند که گردشگری این فرصت را برایشان فراهم می‌آورد، احتمال مشارکت آنها بیشتر می‌شود که به نوبه‌ی خود بر توسعه پایدار گردشگری نیز تأثیر می‌گذارد (بولی^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). از این رو در این بررسی به تأثیر مستقیم توانمندسازی زنان (از نظر روان‌شناختی، سیاسی و اجتماعی) و تأثیر غیرمستقیم آن از طریق مشارکت گردشگری، بر توسعه گردشگری پایدار استان اردبیل پرداخته‌ایم که نتایج قابل توجهی برای محققین، برنامه‌ریزان و سیاستگذاران این استان در بر دارد.

در زمینه توانمندسازی در گردشگری مطالعات مختلفی انجام شده است که می‌توان به تحقیقات ذیل اشاره نمود. شاهکویی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی به نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی پرداخته است. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اقتصادی زنان در رتبه اول اهمیت قرار دارد. یعنی گردشگری باعث شده است که زنان از درآمد بیشتر، فرصت‌های شغلی و رفاه بالاتری برخوردار باشند. وثوقی و قاسمی (۱۳۹۳) در پژوهش خود به توانمندسازی در اکوتوریسم روستایی در جزیره قشم پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که توسعه اکوتوریسم میزان توانمندسازی اجتماعی، اقتصادی، و روانی زنان را به‌طور معناداری در روستای مطالعه‌شده افزایش داده است. راهپیکر و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی به موضوع نقش توسعه گردشگری غذا در توانمندسازی زنان مریوان پرداختند. یافته‌های این پژوهش

1. Pearl

2. Lucas

3. Scheyvens

4. Boley

نشان می‌دهد که صنعت گردشگری به نوبه خود توانسته روی توانمندسازی زنان به عنوان بخشی حائز اهمیت در جامعه هم از لحاظ اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و هم از لحاظ روانشناختی مؤثر باشد. حجاریان (۱۴۰۲) در پژوهش خود به بررسی کاربرد گردشگری جامعه محور در توانمندسازی زنان روستایی پرداخته است. نتایج نشان دادند که وضعیت توانمندسازی در سطح مطلوبی قرار دارد. در سطح بین‌المللی نیز تحقیقات مختلف در این خصوص انجام شده است. به طور مثال پژوهش فرگوسن^۱ (۲۰۱۱) بر این موضوع تأکید دارد که درست است که از نظر تئوری گردشگری ممکن است به برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان کمک کند اما برای اینکه این ظرفیت را افزایش داد باید در رویکردهای موجود، اصلاحات اساسی انجام گیرد. همچنین چوگ^۲ (۲۰۱۲) در پژوهش خود بر توانمندسازی زنان از طریق گردشگری پرداخته است و بر خلاف فرگوسن معتقد است که گردشگری در این منطقه باعث توانمندسازی زنان شده است. کال و میرانز^۳ (۲۰۲۱) در خصوص توانمندسازی زنان در آفریقای جنوبی نشان داد که تعدادی از زنان در دو سطح اقتصادی و اجتماعی توانمند شده‌اند اما باید گفت جنبه‌های از ناتوانی زنان مشاهده می‌شود. تریستانتی^۴ و همکاران (۲۰۲۲) به مرور نظامند پژوهش‌های حوزه نقش زنان در گردشگری پرداخته است. بر اساس یافته‌های آنها تفاوت‌هایی در نقش زنان و مردان دیده می‌شود. زنان در حمایت و پشتیبانی از بخش گردشگری یعنی حفظ فرهنگ و توسعه گردشگری نقش مهمی دارند.

مبانی نظری

توانمندسازی زنان

از توانمندسازی تعاریف متعددی ارائه شده است. از جمله کالر و ام بی وو^۵ (۱۹۹۱) توانمندسازی زنان را فرایندی تعریف می‌کنند که به وسیله‌ی آن زنان برای سازماندهی خودشان توانمند می‌شوند و اعتماد به نفس خود را افزایش می‌دهند و از حقوق خود برای انتخاب مستقل و کنترل بر منابع، که منجر به از بین رفتن جایگاه فرودستی ایشان می‌گردد؛ دفاع می‌کنند (مالهاترا^۶، ۲۰۰۲: ۵). همچنین، اگبومه توانمندسازی را به معنای دستیابی بیشتر زنان به منابع و کنترل بر زندگی خود می‌داند که موجب احساس استقلال و اعتماد به نفس بیشتری در آنها می‌شود (اگبومه^۷،

^۱. Ferguson

^۲. Chugh

^۳. Call and Mearns

^۴. Tristanti

^۵. Keller and Mbwewe

^۶. Malhatra

^۷. Ugbomeh

۲۰۰۱: ۲۳۹). فارست توانمندسازی را به معنای به چالش کشیدن مناسبات سنتی قدرت بین زن و مرد و تلاشی برای باز توزیع قدرت و منابع جهت یاری به فقرا تعریف می‌کند (فارست^۱، ۱۹۹۹: ۱۰۱). «توانمندسازی زنان به این معنی است که آنان بر شرم بی‌مورد خود فائق آیند؛ کردار و گفتارشان حاکی از اعتماد به نفس و اطمینان خاطر باشد؛ قادر به ارزیابی صحیح و شناخت واقعی خویشتن باشند؛ به استعدادها و محدودیت‌های درونی خویش آگاه باشند؛ قدرت رویارویی با دشواری‌ها را داشته باشند و بتوانند با افزایش توانمندی خویش به هدف‌های مورد نظر دستیابی حاصل کنند» (فرخی، ۱۳۷۶: ۷۶)

«توانمندسازی به تدارک و تسلط بیشتر بر منابع و کسب منافع برای زنان اطلاق می‌شود. توانمندسازی فرایندی است که طی آن افراد، برای غلبه بر موانع پیشرفت، فعالیت‌هایی انجام می‌دهند که باعث تسلط آنها در تعیین سرنوشت خود می‌شود. این واژه به مفهوم غلبه بر نابرابری‌های بنیانی است. توانمندسازی یک زن به این مفهوم است که او برای انجام برخی از کارها توانایی جمعی پیدا می‌کند و این امر به رفع تبعیض‌های جنسیتی در جامعه مؤثر واقع می‌گردد» (دفتر امور زنان ریاست جمهوری و صندوق کودکان سازمان ملل متحد، ۱۳۷۲: ۱۴). توانمندسازی در حال حاضر یکی از موضوعات مورد بحث در تمامی جنبه‌های زندگی انسانی می‌باشد.

توانمندسازی زنان از طریق گردشگری

در اغلب کشورهای در حال توسعه، نابرابری و تبعیض جنسی مانع اصلی برای توسعه است. برای دستیابی به اهداف توسعه‌ی هزاره‌ی سوم در سال ۲۰۱۵، یکی از مهمترین جنبه‌های تلاش برای لغو شکاف بین زنان و مردان از نظر ظرفیت، دسترسی به منابع و فرصت‌ها و آسیب‌پذیری در مقابل خشونت و درگیری خواهد بود (بوشان^۲ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱). مشارکت زنان نقش مهمی در توسعه پایدار گردشگری دارد، زیرا با افزایش اثرات مثبت گردشگری و کاهش اثرات منفی آن ارزش جامعه را افزایش می‌دهد. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد گردشگری توانمندسازی و مشارکت زنان را درون جامعه تسهیل می‌نماید (شیونز^۳، ۲۰۰۰). وقتی زنان احساس نمایند که گردشگری این فرصت را برایشان فراهم می‌آورد، احتمال مشارکت آنها بیشتر می‌شود که به نوبه‌ی خود بر توسعه پایدار گردشگری نیز تأثیر می‌گذارد (بولی^۴ و همکاران، ۲۰۱۷).

بر اساس مدل شیونز (۱۹۹۹) درباره‌ی توانمندسازی، می‌توان چنین استدلال نمود که مشارکت اقتصادی زنان در صنعت گردشگری مشروط به میزان توانمندی آنها از لحاظ روانی، سیاسی و

1. Forrest

2. Buhsan

3. Scheyvens

4. Boley

اجتماعی است (مک میلان^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). زنانی که از لحاظ روانشناختی توانمند هستند تمایل دارند در شکل‌دهی به نقش‌ها و حوزه‌ی کاریشان مستقل عمل نمایند، که آنها را قادر می‌سازد وظایفشان را بهتر انجام دهند و زندگی حرفه‌ای خود را ارتقا دهند (بودریز^۲ و همکاران، ۲۰۰۴). از سوی دیگر، زنانی که از جهت سیاسی توانمند هستند از طریق قوانینی که حامی زنان می‌باشند می‌توانند وجود خود را در پست‌های ارشد گردشگری ثابت کنند و در برابر پیچیدگی و دشواری‌هایی که برای تأمین معاش خود در گردشگری دارند مقاومت‌ر باشند (سنگرانلی^۳ و همکاران، ۲۰۱۴؛ لندمن^۴ و همکاران، ۲۰۰۹؛ ساندستورم^۵ و همکاران، ۲۰۱۷). زنانی که از لحاظ اجتماعی توانمند هستند، ممکن است از طریق فرهنگ‌ها و هنجارهای حمایت‌کننده مسیر موفقیت خود را در صنعت گردشگری هموار و مملو از فرصت‌ها برای رشد در سطوح مختلف بیابند (آنجو^۶ و همکاران، ۲۰۰۲؛ چوداری^۷ و همکاران، ۲۰۱۲؛ فلینتان^۸، ۲۰۰۸؛ قلی‌پور^۹ و همکاران، ۲۰۱۰؛ جو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۰؛ موسدل^{۱۱} و همکاران، ۲۰۰۵).

از آنجا که گردشگری با روند رشد سریع خود فرصت‌های اشتغال زیادی را فراهم می‌کند، زنان می‌توانند بسیاری از این فرصت‌ها را اشغال کنند. نتایج تحقیقات حاکی از این است که اشتغال زنان در گردشگری مزیت‌هایی برای ایشان دارد. این مزیت‌ها عبارتند از:

- به وجود آوردن فرصت‌های کارآفرینی در خانه برای زنان به ویژه در صنایع دستی، محصولات غذایی و راهنمای محلی؛
- ایجاد مشاغل پاره وقت برای زنان؛
- توانمندسازی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی زنان (خواجه شاهکویی، ۱۳۹۱؛ وثوقی و قاسمی، ۱۳۹۳؛ حیدری ساریان و همکاران، ۱۳۹۳)
- قادر ساختن زنان به کسب توانایی‌های جدید (عفیف و الشریف^{۱۲}، ۲۰۱۴: ۵۸)

قدرت گردشگری به گونه‌ای است که می‌تواند به بهبود معیشت با کاهش فقر، حفظ و بهبود پایداری محیط زیست، ارتقای برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان کمک کند (آتلیجیس^{۱۳}، ۲۰۰۸: ۷).

1. McMillan

2. Boudrias

3. Cingranelli

4. Landman

5. Sundstrom

6. Anju

7. Chaudhary

8. Flintan

9. Gholipour

10. Joo

11. Mosedale

12. Afifi & Al-Sherif

13. Ateljevic

توانمندسازی زنان و توسعه گردشگری پایدار

سازمان جهانی گردشگری، گردشگری پایدار را این گونه تعریف می‌کند: گردشگری ای پایدار است که همزمان با حفظ و افزایش فرصت‌ها برای آینده، نیازهای مناطق میزبان و گردشگران حاضر را تأمین می‌کند. مدیریت تمامی منابع به چنان دقتی انجام می‌شود که نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیباشناختی و توسعه گردشگری به گونه‌ای تأمین شود که تمامیت فرهنگی، فرایندهای ضروری زیست محیطی، تنوع زیستی و سیستم‌های بقای حیات، حفظ شود (ضرغام، ۱۳۹۱: ۲۶).

مفهوم توسعه پایدار ناظر بر این واقعیت انکارناپذیر است که ملاحظات مربوط به اکولوژی می‌تواند در فعالیت‌های اقتصادی به کار گرفته شود. در واقع توسعه پایدار بر پایه هوشیاری انسان نسبت به خودش و نسبت به منابع طبیعی کره زمین استوار است و خواهان یک سبک زندگی پایدار برای همه انسان‌ها است و مخالف مصرف بیش از اندازه، اتلاف منابع و بی‌توجهی به نسل‌های آینده و قطع رابطه با گذشته است. بنابراین توسعه پایدار را می‌توان حالتی از تعادل و توازن بین ابعاد مختلف (طبیعی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و...) توسعه دانست. از توسعه پایدار تعاریف متعدد و متفاوتی به عمل آمده است اما تعریف کامل و مورد قبول به وسیله کمیسیون براتلند که نقل قولی با ارزش است انجام شده است: توسعه‌ای است که نیازهای نسل حاضر را تأمین کند بدون اینکه توانایی نسل‌های آینده را برای برآوردن نیازهایشان از بین ببرد (شایان و همکاران، ۱۳۹۰).

به عقیده‌ی سگر^۱ یکی از اصول توسعه پایدار، اصل مشارکت عمومی و دسترسی به اطلاعات و عدالت است. این اصل معتقد است که مردم باید قادر به مشارکت در روندهای تصمیم‌گیری باشند، که بر رفاه و زندگی‌شان مؤثر است (سگر، ۲۰۰۴: ۶۹).

یانگ (۱۹۹۳) در کتابش به نام «برنامه‌ریزی و توسعه با زنان» درگیری زنان را در همه‌ی سطوح تفکر، برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی توسعه را به عنوان ظرفیت‌سازی برای تغییر نه تنها در میان زنان، بلکه برای جوامع وسیع‌تر می‌بیند. او اشاره می‌کند که به دلیل اینکه زنان منابع با ارزشی هستند، تنها نباید به عنوان کارگران ساده برای استراتژی‌های توسعه طرح‌ریزی شده به وسیله دیگران دیده شوند، بلکه نیازمند آن هستند که به عنوان برنامه‌ریزان و طراحان توسعه به کار گرفته شوند (لوکاس^۲، ۲۰۰۱: ۱۸۷). در اینجا مشارکت در تصمیم‌گیری اشاره به حضور فعال در طراحی، اجرا و بازنگری فعالیت‌های توسعه پایدار در همه‌ی سطوح دارد (وانگی، ۲۰۰۱: ۱۲).

لوکاس معتقد است مشارکت زنان در روند تصمیم‌گیری‌ها یک روند توانمندسازی است، فرصت‌هایی برای تصمیم‌گیری و تفکر جمعی فراهم می‌آورد، ظرفیت تفکر انتقادی را افزایش و موضوعات عدالت اجتماعی و کنش جمعی نسبت به اهدافی را که جامعه از آن نفع می‌برد، مجدداً به نمایش می‌گذارد. او ادامه می‌دهد هنگامی که به زنان فرصت داده می‌شود می‌توانند با شرایط وفق

^۱. Segger

^۲. Lucas

یافته و بر عوامل بیرونی که زندگی خود و خانواده‌شان را شکل می‌دهد، تأثیر بگذارند (لوکاس، ۲۰۰۱: ۱۸۷).

اجلاس سازمان ملل روی توسعه و محیط زیست^۱ (UNCED) در ریو دوژانیرو در سال ۱۹۹۲ اتفاق مهمی برای زنان سراسر جهان بود. زیرا نقش قاطع زنان در دستیابی به نوعی متفاوت از توسعه را که به طور اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی پایدار باشد، بازشناسی کرد و سهم اساسی آنان را در مدیریت محیط زیست و توسعه بیشتر مورد تأکید قرار داد (کرال^۲، ۲۰۰۲: ۲۴۹؛ وانگی، ۲۰۰۱: ۲). در دستور کار ۲۱ این اجلاس، زنان به عنوان یک گروه اصلی که مشارکت آنان در دستیابی به توسعه پایدار ضروری است، مورد توجه قرار گرفته‌اند (رینولدز^۳ و همکاران، ۲۰۰۲: ۱؛ وانگی، ۲۰۰۱: ۲). بر اساس خطمشی اقدام در این اجلاس، توانمندسازی زنان، مشارکت کامل و برابری زنان، پایه‌هایی برای صلح و توسعه پایدار هستند. بر اساس این خط مشی سیاست‌هایی که زنان و مردان را به طور یکسان در بر نگیرد، در بلند مدت موفق نخواهد بود (کارول، ۲۰۰۲: ۲۴۹). این امر در سایر اجلاس‌های جهانی و منطقه‌ای و به ویژه اجلاس هزاره سازمان ملل نیز مورد تأکید قرار گرفت. بر اساس اهداف توسعه هزاره، برابری جنسی و توانمندسازی زنان به عنوان روش‌های مؤثر در مبارزه با فقر، گرسنگی و بیماری و ایجاد توسعه‌ای که به طور واقعی پایدار باشد، در نظر گرفته شده است (پیرل^۴، ۲۰۰۳: ۴؛ لوکاس، ۲۰۰۱: ۱۸۶). بنابراین مشارکت زنان را می‌توان به عنوان عامل اصلی در موفقیت برنامه‌ها به شمار آورد و از این لحاظ زنان می‌باید در شکل دادن به برنامه‌ها دخالت نمایند و احساس نمایند که برنامه‌ها متعلق به آنان است (صفری‌شالی، ۱۳۸۰).

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش فعالان زن در حوزه گردشگری استان اردبیل است و از بین این افراد به صورت هدفمند ۳۰ نفر از فعالان انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌ها به دو صورت پیمایشی (پرسش‌نامه) و برای کسب اطلاعات بیشتر از نمونه‌های آماری از مصاحبه استفاده شده است. مدل مفهومی و پرسش‌نامه این پژوهش برگرفته از پژوهش الشایر و همکاران (۲۰۲۱) می‌باشد. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار PLS استفاده شده است.

استان اردبیل یکی از استان‌هایی است که در سال‌های گذشته به دلایل مختلفی مانند گرمایش جهانی مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. این استان دارای ظرفیت‌های گردشگری بی‌شماری است که بیشتر آن‌ها در قالب بوم‌گردی است. به طور مثال سرعین دارای آب‌های گرم درمانی، روستای تاریخی کنزق، پیست اسکی آلوراس، روستای گردشگری بیلهدرق، تپه باستانی آناهیتا است.

¹. United Nations Conference on Sustainable Development

². Corral

³. Reynolds

⁴. Pearl

شهرستان خلخال دارای جاذبه‌های مختلفی مانند تفرجگاه اندبیل و ازناو، منطقه محافظت شده آق‌داغ، نوروز نمای روستای ترازوج می‌باشد. مشگین‌شهر با نزدیکی به سبلان و دارا بودن آثار تاریخی و طبیعی مانند پل معلق، بقعه شیخ حیدر از استان‌های در حال رشد گردشگری کشور است. قرار گرفتن این استان در جوار استان گیلان که سالیانه گردشگران زیادی را پذیرا است، موقعیت ویژه‌ای به این استان اعطا نموده است. نقشه شماره ۱ موقعیت این استان را به خوبی نمایش می‌دهد.



نقشه شماره ۱: موقعیت استان اردبیل (مأخذ: fams.ir)

یافته‌های پژوهش

جهت آزمون مدل ساختاری پژوهش، از نرم‌افزار Smart-PLS و روش تحلیل عاملی تأییدی^۱ استفاده شده است. روش تحلیل عاملی تأییدی جهت بررسی اعتبار و یا روایی پرسشنامه و مؤلفه‌های یک مدل به کار می‌رود و نرم‌افزار Smart-PLS به حجم نمونه مورد بررسی برخلاف نرم‌افزارهای دیگر حساس نمی‌باشد؛ نمونه مورد بررسی پژوهش ۳۰ نفر از فعالان زن بخش گردشگری استان اردبیل بودند که دارای حجم پایین می‌باشد و برای آزمون مدل نیازمند نرم‌افزارهایی بود که این محدودیت را رفع کرده‌اند. برای آزمون مدل دو گام اصلی نیاز است. در گام اول مدل اندازه‌گیری سنجیده می‌شوند و در گام دوم، مدل ساختاری مورد آزمون قرار می‌گیرد. به عبارتی، برای آزمون مدل، هر یک از بارهای عاملی، معناداری بارهای عاملی، آزمون مدل اندازه‌گیری (رابطه میان

^۱. Confirmatory Factor Analysis

متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار)، آزمون مدل ساختاری (رابطه میان متغیرهای پنهان) و بررسی کیفیت مدل اندازه‌گیری (بیرونی) و مدل ساختاری (درونی) مورد اندازه‌گیری قرار می‌گیرند. در ادامه به تحلیل هر یک از این شاخص‌ها می‌پردازیم.

گام اول: آزمون مدل اندازه‌گیری

آزمون مدل اندازه‌گیری شامل بررسی پایایی (آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)، روایی سازه‌ها (روایی همگرا و روایی واگرا) و آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری می‌باشد. در جدول شماره (۱) میزان بار عاملی^۱ (مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه)، معنی‌داری بارهای عاملی (مقادیر T) هر یک از متغیرهای آشکار، به همراه روایی و پایایی شاخص‌ها ذکر شده است.

جدول ۱. بررسی بارهای عاملی و معنی‌داری آنها

مؤلفه‌های اصلی	شاخص‌ها	حروف اختصاری	بارهای عاملی	معنی‌داری (t مقدار)
توانمندسازی روان‌شناختی	احساس افتخار به گردشگری در منطقه خودم دارم و این موضوع باعث می‌شود من از اینکه ساکن محل زندگی خودم هستم حس افتخار کنم	Pscy 1	۰,۴۵۵	۷,۸۴۸
	فعالیت در حوزه توسعه گردشگری احساس ویژه‌ای به من می‌دهد، زیرا مردم برای دیدن ویژگی‌های منحصر به فرد منطقه‌ام به اینجا سفر می‌کنند	Pscy 2	۰,۸۳۳	۸,۰۲۰
	فعالیت در حوزه توسعه گردشگری در استانم باعث می‌شود که بخواهم درباره چیزهایی که در منطقه ارائه می‌دهیم با دیگران صحبت کنم	Pscy 3	۰,۵۴۸	۱۵,۰۴
	برنامه‌ریزی واقع‌گرایانه گردشگری در منطقه‌ام به من یادآوری می‌کند که فرهنگ منحصر به فردی برای اشتراک‌گذاری با دیگران دارم	Pscy 4	۰,۸۳۴	۲۲,۴۲۹
	توسعه گردشگری در منطقه‌ام باعث می‌شود که بخواهم برای خاص نگه داشتن محل زندگی خودم اقدامی انجام دهم	Pscy 5	۰,۸۹۰	۳۴,۲۰
توانمندسازی اجتماعی	فعالیت در حوزه گردشگری باعث می‌شود احساس کنم ارتباط بیشتری با جامعه خود دارم	Social 1	۰,۵۵۹	۲۵,۲۷۰
	فعالیت در حوزه گردشگری «روحیه جمعی» را در من تقویت می‌نماید	Social 2	۰,۸۲۰	۴۱,۳۵۲
	فعالیت در گردشگری برای من راه‌هایی را فراهم می‌کند تا در جامعه خودم مشارکت داشته باشم	Social 3	۰,۸۸۵	۹,۱۴۲
توانمندسازی سیاسی	احساس می‌کنم در تصمیمات توسعه گردشگری در منطقه خودم سهیم هستم	Political 1	۰,۶۲۳	۳,۵۳۸
	وقتی صحبت از فعالیت در گردشگری می‌شود احساس می‌کنم به فرایند تصمیم‌گیری دسترسی دارم	Political 2	۰,۹۰۴	۲۳,۶۴۸

^۱. Loading Factor

۵,۱۸۴	۰,۵۷۲	Political 3	احساس می‌کنم رای من در چگونگی توسعه گردشگری در منطقه‌ام مؤثر است	
۳,۹۱۰	۰,۶۴۷	Political 4	احساس می‌کنم می‌توانم نگرانی‌هایم را درباره‌ی توسعه گردشگری منطقه خودم با دیگران مطرح کنم	
۶,۰۰۴	۰,۵۵۷	Tourism In 1	من از شرکت در فعالیتهای گردشگری خوشحالم	مشارکت گردشگری
۳,۲۱۹	۰,۴۴۴	Tourism In 2	من فعالیتهای گردشگری را با اهمیت می‌دانم	
۱۰,۰۱۰	۰,۶۷۰	Tourism In 3	زمانی که مشارکت در یک فعالیت گردشگری پایین باشد، ناراحت می‌شوم	
۱۰,۳۲۳	۰,۷۳۷	Tourism In 4	زمان انتخاب از بین انواع مختلف فعالیتهای گردشگری، احساس سردرگمی می‌کنم	
۲۱,۳۳۸	۰,۸۵۰	Tourism In 5	انتخاب یک فعالیت گردشگری نسبتاً پیچیده است	
۳۳,۵۹۹	۰,۸۸۸	STD 1	من از توسعه‌ی ابتکارات جامعه محور گردشگری پایدار حمایت می‌نمایم	توسعه پایدار گردشگری
۲,۴۳۴	۰,۹۱۸	STD 2	من در طرح‌های توسعه‌ی گردشگری پایدار مشارکت می‌کنم	
۱۳,۸۲۲	۰,۳۳۸	STD 3	من سعی می‌کنم استانداردهای محیطی را برای کاهش اثرات منفی گردشگری اتخاذ می‌نمایم	
۵,۱۵۹	۰,۵۸۱	STD 4	من در تبادلات فرهنگی بین ساکنین محلی و بازدیدکنندگان مشارکت می‌نمایم	
۱۵,۲۶۵	۰,۷۲۳	STD 5	من با طرح‌های برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری همکاری می‌نمایم	
۲۶,۷۴۰	۰,۸۵۸	STD 6	من در ترویج برنامه‌های آموزشی و حفاظت از محیط زیست مشارکت می‌نمایم	

مأخذ: (نگارندگان، ۱۴۰۳)

با توجه به جدول شماره (۱) و شکل شماره (۱) تمامی بارهای عاملی بالای ۰,۴ و قابل قبول است. همانطور که نتایج نشان می‌دهد تمام مقادیر به دست آمده بیشتر از ۱,۹۶ می‌باشد و با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که بارهای عاملی معنادار هستند.

برای بررسی پایایی یا همسانی درونی^۱ بین متغیرهای آشکار در مدل اندازه‌گیری از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۲ استفاده شده است. همچنین، از شاخص روایی همگرا^۳ جهت سنجش میزان تبیین متغیر پنهان توسط متغیرهای آشکار استفاده شده است. در این راستا، معیار میانگین واریانس استخراج شده^۴ به عنوان شاخصی برای سنجش اعتبار درونی مدل اندازه‌گیری به کار گرفته شده است که در جدول شماره (۲) قابل مشاهده است.

1. Internal consistency

2. Composite Reliability

3. Convergent Validity

4. Average Variance Extracted

جدول ۲. بررسی روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

مؤلفه‌های اصلی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا	$Q^2(1- SSE/SSO)$
توانمندسازی روان‌شناختی	۰,۹۰۴	۰,۸۶۵	۰,۸۴۵	۰,۷۳۰
توانمندسازی اجتماعی	۰,۶۹۹	۰,۷۸۵	۰,۷۸۱	۰,۴۲۲
توانمندسازی سیاسی	۰,۸۵۳	۰,۸۵۶	۰,۸۳۱	۰,۳۲۳
مشارکت گردشگری	۰,۹۵۲	۰,۹۰۶	۰,۹۲۰	۰,۴۹۲
توسعه پایدار گردشگری	۰,۸۵۹	۰,۸۶۵	۰,۷۱۷	۰,۵۳۵

ماخذ: (نگارندگان، ۱۴۰۳)

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود مقادیر مربوط به هر دو شاخص بالاتر از ۰,۷ می‌باشد و می‌توان نتیجه گرفت که مدل اندازه‌گیری از همسانی درونی قابل قبولی برخوردارند. برای شاخص روایی همگرا، حداقل مقدار ۰,۵ در نظر گرفته شده است که بر اساس نتایج، تمامی متغیرهای پنهان از روایی همگرایی قابل قبولی برخوردار هستند. برای مثال، متغیر توانمندسازی روان‌شناختی ۸,۴۵۰ واریانس متغیرهای آشکار خود را تبیین می‌کند.

در نهایت، کیفیت مدل اندازه‌گیری توسط شاخص اشتراک یا روایی متقاطع^۱ محاسبه می‌شود که در ستون آخر جدول شماره (۲) نشان داده شده است. این شاخص توانایی مدل مسیر را در پیش‌بینی متغیرهای آشکار از طریق مقادیر پنهان متناظرشان می‌سنجد. همانطور که نتایج نشان می‌دهد، شاخص اشتراکی مربوط به تمام متغیرها مثبت می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت کل مدل اندازه‌گیری از کیفیت مناسبی برخوردار می‌باشد. جهت بررسی روایی واگرا یا تشخیصی^۲ نیز از روش آزمون فورنل و لارکر استفاده شده است (جدول شماره ۳).

جدول ۳. بررسی روایی واگرای متغیرهای پنهان پژوهش

توسعه پایدار گردشگری	مشارکت گردشگری	توانمندسازی سیاسی	توانمندسازی اجتماعی	توانمندسازی روان‌شناختی	
				۰,۹۱۹	توانمندسازی روان‌شناختی
			۰,۸۳۳	۰,۸۱۵	توانمندسازی اجتماعی
		۰,۹۱۱	۰,۷۴۸	۰,۶۳۸	توانمندسازی سیاسی
	۰,۹۵۹	۰,۸۱۳	۰,۷۵۱	۰,۸۵۱	مشارکت گردشگری
۰,۸۴۶	۰,۷۶۵	۰,۷۱۲	۰,۷۶۸	۰,۷۰۴	توسعه پایدار گردشگری

ماخذ: (نگارندگان، ۱۴۰۳)

همانطور که نتایج جدول فوق نشان می‌دهد از ۵ متغیر پنهان در مدل، تمام متغیرهای پنهان دارای روایی واگرا می‌باشند.

^۱. Commuality (CV COM)

^۲. Discriminant Validity

گام دوم: آزمون مدل ساختاری و فرضیه‌های پژوهش

جهت برازش مدل ساختاری و آزمون فرضیه‌های تحقیق از سه معیار اصلی شاخص ضریب تعیین (R^2)، معناداری ضرایب مسیر (بتا) و شاخص افزونگی یا ارتباط پیش‌بین (Q^2) استفاده شده است که در جدول شماره (۴) نشان داده شده است. مدل پژوهش حاضر در حالت تخمین ضرایب و حالت معناداری در شکل ۱ و ۲ نمایش داده شده است.

معیار اساسی ارزیابی متغیرهای مکنون درون‌زای مدل مسیر، ضریب تعیین می‌باشد که مقادیر ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ برای متغیرهای وابسته در مدل مسیر ساختاری (درونی) به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی توصیف شده است. هرچه مقدار این شاخص بیشتر باشد، نشان می‌دهد متغیر مستقل توان پیش‌بینی بیشتری دارد و تأثیر بیشتری بر متغیر وابسته می‌گذارد. بر این اساس، ضریب تعیین متغیر وابسته مشارکت گردشگری (۰,۷۴۹) و ضریب تعیین متغیر وابسته توسعه پایدار گردشگری نیز (۰,۷۹۰) است که بر اساس طیف بالا، متغیرهای مستقل از توان بالایی در پیش‌بینی متغیرهای وابسته برخوردار هستند. در نهایت، کیفیت مدل ساختاری توسط شاخص افزونگی^۱ (CV Red) محاسبه می‌شود و هدف این شاخص بررسی توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی (Blindfolding) است. در واقع نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل در تبیین متغیرهای وابسته موفق بوده‌اند یا خیر و میزان آن چه مقدار است. مقادیر Q^2 بالای صفر نشان می‌دهند که مقادیر مشاهده شده خوب بازسازی شده‌اند و مدل توانایی پیش‌بینی را دارد. در مورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرهای پنهان درون‌زا، سه مقدار ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی معرفی کرده‌اند. بر اساس نتایج پژوهش، مقادیر Q^2 برای تمام متغیرهای درون‌زا بالای صفر است که عبارتند از مشارکت گردشگری (۰,۳۹۲) و توسعه پایدار گردشگری (۰,۳۶۲) است که نشان می‌دهد هر دو متغیر از شدت بالایی برخوردار هستند و بالای حد متوسط و قوی قرار دارند، بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت مدل ساختاری از کیفیت بسیار مناسبی برخوردار است. لازم به ذکر است شاخص‌های برازش R^2 و Q^2 فقط مربوط به متغیرهای وابسته و میانجی هستند.

^۱. Construct Crossvalidated Redundancy

جدول ۴. نتایج فرضیه‌های پژوهش

شماره	فرضیه‌های تحقیق	ضریب مسیر	معناداری ضرایب مسیر (آماره t)	نتیجه
فرضیه ۱	توانمندسازی روانشناختی زنان تأثیر مثبتی بر مشارکت زنان در گردشگری دارد	۰,۶۲۳	۹,۲۱۴	تأیید
فرضیه ۲	توانمندسازی سیاسی زنان تأثیر مثبتی بر مشارکت زنان در گردشگری دارد	۰,۹۶۲	۸,۶۵۶	تأیید
فرضیه ۳	توانمندسازی اجتماعی زنان تأثیر مثبتی بر مشارکت زنان در گردشگری دارد	۰,۷۰۲	۵,۶۳۰	تأیید
فرضیه ۴	توانمندسازی روان شناختی زنان تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری پایدار دارد	۰,۵۴۹	۳,۸۹۵	تأیید
فرضیه ۵	توانمندسازی سیاسی زنان تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری پایدار دارد	۰,۵۶۵	۹,۶۵۶	تأیید
فرضیه ۶	توانمندسازی اجتماعی زنان تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری پایدار دارد	۰,۵۷۱	۴,۵۲۵	تأیید
فرضیه ۷	مشارکت زنان در گردشگری تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری پایدار دارد	۰,۶۳۵	۳,۵۵۲	تأیید

مأخذ: (نگارندگان، ۱۴۰۳)

بر اساس جدول فوق، شاخص تأیید فرضیه‌ها در مدل ساختاری، معنادار بودن ضرایب مسیر است که مرتبط با متغیرهای پنهان مدل است. چنانچه مقدار بدست آمده بالای حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه تأیید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره تی ۱,۶۴، ۱,۹۶ و ۲,۵۸ مقایسه می‌شود. بر اساس جدول شماره (۴)، در سطح ۰,۹۵، همه فرضیه‌ها دارای آماره t بالای ۱,۹۶ هستند و فرضیه تأیید شده‌اند بر اساس فرضیه‌های پژوهش، توانمندسازی روان‌شناختی و سیاسی زنان علاوه بر اینکه خودشان به تنهایی منجر به توسعه پایدار گردشگری می‌شوند، از طریق مشارکت زنان در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری نیز بر توسعه پایدار گردشگری نقش مهمی دارند.

برای آزمون کلی مدل معادلات ساختاری از شاخص نیکویی برازش^۱ استفاده می‌شود که جامع‌ترین و بهترین شاخص برازش مدل در PLS است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را با هم مدنظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود. این شاخص با سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و

^۱. Goodness of Fit

قوی مورد سنجش قرار می‌گیرد و بر اساس نتایج پژوهش، نیکویی برازش مدل مورد نظر ۰,۵۸۱ به دست آمده است که نشان‌دهنده مطلوبیت قوی کلی مدل است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که باید زنان در زمینه مهارت‌هایشان توانمندتر شوند و پس از توانمندی با قرار گرفتن در پست‌های کلیدی کسب و کارهای گردشگری می‌توانند زمینه‌ساز توسعه پایدار گردشگری شوند که همراستا با نتایج اونتیوروس^۱ و کاریلو^۲ (۲۰۱۵) است که بیان می‌کنند در صورتی که زنان ریاست کسب و کار خودشان را بر عهده داشته باشند این توانمندسازی ارتقا می‌یابد. از طرف دیگر به دلیل مسائل و کلیشه‌های جنسیتی توانمندی اجتماعی زنان در سطح پایین‌تری نسبت به سایر مؤلفه‌ها قرار دارد. در کل نتایج پژوهش نشان داد که گردشگری منجر به ارتباط بیشتر با جامعه به خصوص مردان نشده است و از طرفی به دلیل نگاه‌های محدود جامعه به زنان منجر به شکل‌گیری روحیه جمعی و مشارکت آنها در فعالیت‌های گردشگری نشده است که همراستا با نظر بولی و مک‌گی (۲۰۱۴) می‌باشد. هم‌چنین زنان به برخی از نابرابری‌ها جنسیتی در کسب موقعیت‌های شغلی یا ارتباط با افراد اشاره کردند که همراستا با دیدگاه بولی و همکاران (۲۰۱۷) جو و همکاران (۲۰۲۰) است. هم‌چنین نتایج نشان دادند که صرفاً با توانمندسازی زنان نمی‌توان به توسعه پایدار گردشگری دست یافت بلکه با مشارکت فعالانه و اجتماعی آنها است که توسعه پایدار گردشگری محقق خواهد شد. لذا مشارکت زنان در راستای توسعه پایدار گردشگری حیاتی و مهم است که متناسب با نتایج سیبلی (۲۰۱۰) می‌باشد. به عبارتی دیگر، اگر زنان از لحاظ اجتماعی توانمند نباشند یا به طور کامل در توسعه گردشگری مشارکت نداشته باشند، بدون شک توسعه پایدار گردشگری محقق نخواهد شد. پس به نظر می‌رسد زنان باید در جامعه حضور داشته باشند و در صورت عدم حضور آنها نمی‌توان به توسعه پایدار گردشگری امید داشت که مورفی و مورفی (۲۰۰۴) نیز به آن اشاره کرده‌اند.

به طور کلی این پژوهش به سیاست‌گذاران یادآوری می‌کند که در جوامع محلی نقش حیاتی زنان را در صنعت گردشگری تقویت کنند و به جوامع محلی نشان دهند که بدون حضور زنان توسعه پایدار گردشگری محقق نخواهد شد. لذا کم‌ارزش شمردن زنان شاغل و مسائل مربوط به ارزش‌های فرهنگی و نابرابری جنسیتی باید بصورت کامل نه تنها از نظر سیاسی بلکه از نظر اجتماعی با مشارکت جوامع محلی مورد توجه قرار بگیرد تا زنان با جوامع خود حس انسجام بیشتری داشته باشند. نکته دیگر اینکه، سیاست‌گذاران و جوامع محلی باید حس غرور و افتخار را در زنان تقویت نمایند و آگاهی آنها را نسبت به ارزش گردشگری در کشورشان تقویت نمایند تا مهارت‌ها و تجارب خود را با

¹. Ontiveros

². Carrillo

بازدیدکنندگان به اشتراک بگذارند. سازمان‌های گردشگری، به عنوان مثال هتل‌ها، باید فرصت تعامل زنان در جامعه را فراهم سازند و فرصت‌های پیشرفت و جایگاه‌های مدیریتی را برایشان ایجاد نمایند و با مشارکت آنها روحیه جمعی را ارتقا دهند.

نکته مهم دیگری که این پژوهش به ما متذکر می‌شود این است که مسائل علوم انسانی و اجتماعی را نمی‌توان یک بعدی بررسی نمود بلکه لازمه آن رویکرد چند بعدی است. به زبان ساده برای تنها توانمندسازی روانشناختی کافی نبود بلکه باید سایر ابعاد توانمندسازی را مطرح نظر قرار داد. همان گونه که نتایج این پژوهش نشان داد زنان از جهت روانشناختی و سیاسی توانمندند، اما از توانمندی اجتماعی کمی برخوردارند که تأثیر ناچیزی بر توسعه پایدار گردشگری دارد. پس سیاست‌گذاران باید زنان را در تمامی ابعاد (سیاسی، اجتماعی، روانشناختی) توانمند سازند و کاملاً در گردشگری مشارکت داشته باشند تا تأثیر مثبتی بر توسعه پایدار گردشگری داشته باشند. در نهایت اینکه تحقیقات نشان دادند که درک فرهنگ و آداب رسوم جامعه توسط سیاست‌گذاران و پژوهشگران بسیار مهم است، زیرا منجر به شکل‌دهی توانمندی اجتماعی می‌شود.

منابع و مأخذ:

- ۱- احمدی، س.، صلاحی مقدم، ن.، ۱۳۹۲. گردشگری روستایی فرصتی برای توانمندسازی زنان روستایی. اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت گردی و جغرافیا، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.
- ۲- حجاریان، ا.، ۱۴۰۲. ارزیابی کاربست گردشگری جامعه محور در توانمندسازی زنان روستایی. گردشگری و اوقات فراغت، ۸(۱۶)، ۲۹۶-۲۷۳.
- ۳- حیدری ساریان، و.، یاری، ا.، ۱۳۹۳. بررسی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی. مطالعه موردی: روستای ده زیارت، شهرستان بوانات، استان فارس. اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز، همدان.
- ۴- خواجه شاهکویی، ع.، خوش فر، غ.، کریمی، ل.، ۱۳۹۱. نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی؛ مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری. دوره‌ی یکم. شماره سوم. ۱۱۴-۹۵.
- ۵- دفتر امور زنان نهاد ریاست جمهوری و صندوق کودکان سازمان ملل متحد. ۱۳۷۲. نقش زنان در توسعه، تهران: روشنگران.
- ۶- راهپیکر، و.، تبریزی، ن.، میرزائی، ر.، ۱۴۰۳. نقش توسعه گردشگری غذا در توانمندسازی زنان (مطالعه موردی: شهرستان مریوان). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۲۷-۱.
- ۷- شادی‌طلب، ژ.، وهابی، م.، ورمزیار، ح.، ۱۳۸۴. فقر درآمدی، فقط یک جنبه از فقر زنان سرپرست خانوار. فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی. سال چهارم. شماره ۱۷.
- ۸- شایان، ح.، حسین‌زاده، ر.، خسروبیگی، ر.، ۱۳۹۰. ارزیابی پایداری توسعه روستایی مطالعه‌ی موردی: شهرستان کمیجان. فصلنامه جغرافیا و توسعه. ۱۰۲-۱۰۱.
- ۹- صفری شالی، ر.، ۱۳۸۰. نقش توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان در توسعه پایدار روستایی». مجموعه مقالات همایش اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایر، معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد کشاورزی.
- ۱۰- زرغام بروجنی، ح.، ۱۳۹۱. برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی رویکردی همپیوند و پایدار. انتشارات مهکامه، چاپ دوم.
- ۱۱- فرخی، ط.، ۱۳۷۶. نقش زنان در توسعه پایدار، تواناسازی زنان، ماهنامه‌ی تعاون، دوره‌ی جدید، شماره ۷۴، ۷۹-۷۶.
- ۱۲- کتابی، م.، یزدخواستی، ب.، فرخی‌راستایی، ز.، ۱۳۸۲. توانمندسازی زنان برای مشارکت در توسعه. فصلنامه زن در توسعه و سیاست، شماره ۷.

- ۱۳- مهدوی، د.، ۱۳۸۱. نقش توریسم در توسعه‌ی نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه‌ی مدل استراتژیک؛ مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. جغرافیا. تهران. دانشگاه تربیت مدرس. ۳۰۸ صفحه.
- ۱۴- نیازی، م.، ۱۳۹۱. دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی زنان فارغ التحصیل دانشگاهی. اولین همایش ملی کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر.
- ۱۵- وثوقی، ل.، قاسمی، م.، ۱۳۹۳. اکوتوریسم و توانمندسازی زنان روستایی؛ مورد مطالعه: روستای شیب دراز جزیره‌ی قشم. زن در توسعه و سیاست. دوره دوازده. شماره ۴. ۶۱۰-۵۹۳.

1. Pottine, M., Casentini, B., Fazi, S., Giovanardi, F. 2007. A revision of TRIX for tropic status assessment in the European Water Framework Directive application. *Journal of Environmental Pollution*, 24(3):413-426.
2. Afifi, G., AL-Sherif, N. 2014. Women Occupational Empowerment In The Omani Tourism Sector. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. Vol 5, Issue 1, 53- 84.
3. Anju, M., Sidney, R., & Boender, C. 2002. Measuring women's empowerment as a variable in international development. In Background paper, World Bank workshop on poverty and gender: International Centre for Research on women, June 28.
4. Ateljevice, I . 2008. Empowering Women through Tourism Project. Wageningen University the Netherlands.
5. Boley, B. B., & Mc Gehee, N. G., 2014, Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS), *Tourism Management*, vol. 45, pp 85-94.
6. Boley, B. B., Ayscue, E., Maruyama, N., & Woosnam, K. M. 2017. Gender and empowerment: Assessing discrepancies using the resident empowerment through tourism scale. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 113–129.
7. Boudrias, J. S., Gaudreau, P., & Laschinger, H. K. S. 2004. Testing the structure of psychological empowerment: Does gender make a difference? *Educational and Psychological Measurement*, 64(5), 861–877.
8. Buhsan, H., Mohanty, K. 2015. Empowering Women through Tourism Development. *Odisha Review*.
9. Call, C. E. Mearns, K. F. 2021. empowering women through community-based tourism in the western cape, south Africa, *Tourism Review International*, Vol. 25, pp. 157–171.
10. Chaudhary, A., Chani, M. I., & Pervaiz, Z. 2012. Analysis of different approaches to women's empowerment: A case study of Pakistan. *World Allied Sciences Journal*, 16 (7), 971–980.

11. Cingranelli, D. L., & Richards, D. 2014. The CIRI human rights data project. *Human Rights Quarterly*, 2(2), 401–424.
12. Cole, S. 2006. Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14 (6), pp 629-644.
13. Corral, T. 2002. Women's Sustainable Development Agenda. *Natural Resources Forum* 26, 249- 253.
14. Ferguson, L. 2011. Promoting gender equality and empowering women? Tourism and the third Millennium Development Goal. *Current Issues in Tourism*, 14(3), 235–249.
15. Flintan, F. 2008. Report on women's empowerment in pastoral societies. Available at: https://cmsdata.iucn.org/downloads/gender_format.pdf.
16. Forrest. W.D. 1999. Education and Empowerment, Oxford University Press and Community Development Journal, Vol. 34 NO. 2, PP: 93- 107.
17. Gholipour, A., Rahiman, A., Mirzamani, A., & Zehtabi, M. 2010. Impact model of women's empowerment. *International Business Research*, 3(1), 57–65.
18. Jakson, M.,A . 2010. Empowering Women of Nepal: An experience of empowerment in the land of the Himalaya. M.A Thesis, Prescott College in Adventure education.
19. Joo, D., Woosnam, K. M., Strzelecka, M., & Boley, B. B. 2020. Knowledge, empowerment, and action: Testing the empowerment theory in a tourism context. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 69–85.
20. Krishna, P. 2014. Woman Empowerment through Entrepreneurship in Service Sector with special Reference to SHGs in Tourism. *Social Science*, Vol 3, Issue,9.
21. Landman, T., & Carvahlo, E. (2009). *Measuring human rights*. New York: Routledge.
22. Lucas, E. 2001. Social Development Strategies of a Non-governmental Grassroots Women's Organization in Nigeria. *International Journal of Social Welfar*. 10:185- 193.
23. Malhatra, S., R. schuler and C. Boender .2002. Measuring Womens Empowerment as a Variable in International Development, [http://sitere sources. Worldbank.org](http://sitere.sources.Worldbank.org).
24. McMillan, C., O'Gorman, K., & MacLaren, A. 2011. Commercial hospitality: A vehicle for the sustainable empowerment of Nepali women. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(2), 189–208.
25. Mosedale, S. 2005. Assessing women's empowerment: Towards a conceptual framework. *Journal of International Development*, 17(2), 243–257.

26. Movono, A., & Dahles, H. 2017. Female empowerment and tourism: A focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 681-92.
27. Mwangi, E. 2001. Not yet Paradise: Gender, Environment And Sustainable Development In Africa. Available Electronically At: [www. World summit 2002. org/texts/ EstherMwangi. Pdf](http://www.worldsummit2002.org/texts/EstherMwangi.Pdf).
28. Ontiveros, M. M. & Carrillo, 2015. Tourism, female work and women's empowerment at Bahíals de Huatulco, Oaxaca. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 24 No. 2 pp 316-335
29. Pearl, R. 2003. Common Ground. Women's Access to Natural Resources and The United Nations Millennium Development Goals. Printed on Recycled, Chlorine- free Paper By Astoria Graphics, Inc.
30. Reynolds, F. Goldsmith, J. 2002. Women And Sustainable Development- From Local To International Issues. The Millennium Papers Issue 3 Is Edited By Amy Cruse.
31. Scheyvens, R. 2000. Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism: Experiences from the Third World. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(3), 232-249.
32. Segger, M. 2004. Significant Developments In Sustainable Development Law And Governance: A Proposal. *Natural Resources Forum* 28, 61- 74.
33. Sundstrom, A., Pamela, P., Yi-Ting, W., & Staffan, I. L. 2017. Women's political empowerment: A new global index, 1900-2012. *World Development*, 94(1), 321-335.
34. Sutawa, G. K. 2012. Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia Economics and Finance*, 4, 413-422.
35. Trisanti, T. Astuti Nurhaeni, I. D. Devi Sakuntalawati, R. 2022. The Role of Women in Tourism: A Systematic Literature Review, *KnE Social Sciences*,
36. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). .2020b. Sustainable development. <https://www.unwto.org/sustainable-development> (accessed January 17, 2020).
37. World Tourism Organisation. 2010. Global report on women in tourism. Available at: [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files /pdf/global _report_on_women_in_tourism_pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/_pdf/global_report_on_women_in_tourism_pdf).(Accessed 31 May 2017).
38. Rewal Chugh, S. 2012. Empowering women through tourism: A study of Kullu Valley. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 1(2), 215-227.
39. <https://www.fasms.ir/>

ارزیابی رضایت‌مندی ساکنان از پروژه‌های مسکن ملی با شاخص‌های برنامه‌ریزی محله محور (نمونه موردی: شهر سنندج)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۲۵ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۳۰

فرشید ظهوری^۱ مجید شمس^{*۲}

۱. دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.
۲. استاد تمام، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد ملایر، دانشگاه آزاد اسلامی، ملایر، ایران.

چکیده:

عدم برنامه‌ریزی مناسب مسکن برای اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر شهری و همچنین سهل بودن ورود افراد سودجو به بخش مسکن و استفاده برای سودآوری‌های نامتعارف باعث شده است که روزه‌روز نیاز به برنامه‌ریزی مناسب مسکن برای ساکنین را بیشتر احساس کنیم از طرفی یکی از مواردی که در بحث مدیریت شهری باید مورد توجه قرار گیرد موضوع رضایت‌مندی ساکنین در مجتمع‌ها و سایت‌های مسکن می‌باشد. از این رو هدف اصلی این مقاله ارزیابی رضایت‌مندی ساکنان از پروژه‌های مسکن ملی با شاخص‌های برنامه‌ریزی محله محور در ابعاد کالبدی، اقتصادی، زیست‌محیطی و امکانات رفاهی به مثابه راهبردی جهت کارایی سایت‌های نهضت ملی مسکن در شهر سنندج می‌باشد. این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی می‌باشد و داده‌های تحقیق به روش کتابخانه‌ای و اسنادی و با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده که تجزیه و تحلیل با روش کمی و کیفی صورت گرفته است.

واژه‌های کلیدی: مسکن ملی، برنامه‌ریزی محله محور، رضایت‌مندی، ارزیابی، شهر سنندج.

مقدمه:

در ایران جمعیت شهرنشینی کشور از سال ۱۳۳۵ تا ۱۳۹۵ از پنج میلیون و ۹۵۴ هزار نفر به حدود ۵۴ میلیون نفر افزایش یافته و نرخ شهرنشینی از ۳۱,۴ درصد به بالاتر از ۷۳ درصد رسیده است (مرکز آمار ایران، نتایج سرشماری‌های عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۳۵-۱۳۹۵). براساس مطالعات موجود خط فقر در خانوارهای شهری ایران طی ده سال اخیر از دهک‌های اول تا سوم به طرف دهک‌های چهارم تا پنجم در حال خزش است (زیاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹). مسکن نوعی دارایی به حساب می‌آید که خانواده‌ها بر روی آن سرمایه‌گذاری مالی می‌کنند و سهم زیاد و قابل توجهی از ترازنامه مالی خانواده را به خود اختصاص می‌دهد (1999, et al & Bernanke). با توجه به اهمیت مسکن در زندگی افراد، نیاز به برنامه‌ریزی مسکن بیشتر احساس می‌شود. این مسئله به قدری حایز اهمیت است که قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصل ۳۱ به تصریح داشتن مسکن را حق هر ایرانی دانسته و دولت را مسئول تأمین این نیاز، به ویژه برای افراد نیازمند جامعه شناخته است داشتن مسکن متناسب با نیاز، حق هر فرد و خانواده ایرانی است و دولت موظف است با رعایت اولویت برای آنها که نیازمندترند، بخصوص نیازمندان و کارگران زمینه اجرای این اصل فراهم کند. همچنانکه مشخص است به دلیل رشد سریع جمعیت که در چند دهه گذشته در کشورمان صورت گرفت دولت نتوانست به این هدف برسد و درصد زیادی از مردم به خصوص قشر آسیب پذیر از کمبود مسکن و یا کیفیت پایین مسکن‌هایشان رنج می‌برند. کمبود مسکن و کیفیت نامطلوب مسکن موجود، همواره به عنوان یکی از معضلات اجتماعی - اقتصادی در کشور ما مطرح بوده است به گونه‌ای که همیشه برای حل این مشکل برنامه‌های گوناگونی تدارک دیده شده است اما برنامه‌ریزی‌های انجام شده برای حل این مساله کمتر با موفقیت همراه شده به طوری که ما با داشتن بیش از ۷۵ سال سابقه برنامه‌ریزی و داشتن سازمان برنامه، هنوز موفق به حل مشکل تأمین مسکن نشده‌ایم و این معضل اجتماعی هنوز با اشکال مختلف چهره می‌نماید. وجود چنین شرایطی، موجب فراهم گشتن زمینه مناسب به منظور طرح مسکن اجتماعی به عنوان یکی از شیوه‌های تأمین مسکن در برنامه دوم و سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور گردید، که این امر در برنامه چهارم توسعه با جدیت کامل با اجرای مسکن اجتماعی با عنوان مسکن مهر تا حدودی جامه عمل پوشید (پورمحمدی، ۱۳۹۱). در واقع آنچه طی سال‌های اخیر به نام پروژه مسکن مهر و به طور کلی تر مسکن ملی در وزارت راه و شهرسازی مطرح شده، تجربه‌ای جدید برای تأمین مسکن گروه‌های کم درآمد بوده است (نسترن و رعنائی، ۱۳۹۰). از طرفی یکی از جنبه‌های رضایت از زندگی، رضایت از محیط مسکونی و به تبع آن رضایت مسکونی می‌باشد. امروزه با توسعه جوامع انسانی و تغییر شیوه زندگی و سکونت مردم، توجه طراحان و برنامه‌ریزان به کیفیت فضاها و محیط ساخته شده به منظور تأمین رضایت ساکنان افزایش یافته است در نظر گرفتن دیدگاه‌ها و انتظارات ساکنان در طراحی و خلق فضا و... حس تعلق به محیط را در آنها افزایش داده و در رضایت‌مندی ساکنان مجتمع‌های مسکونی مؤثر است. رضایت مسکونی یکی از بیشترین موضوعات بررسی شده در زمینه محیط‌های مسکونی است، زیرا ثابت شده که رضایت مسکونی بخشی از حوزه رضایت از زندگی می‌باشد (برقی و همکاران، ۱۳۹۰). در این میان رویکرد

محله محور بهترین رویکرد در راستای دست‌یابی به برنامه‌ریزی مشارکتی محسوب می‌شود که در آن شاهد عینیت یافتن مفاهیمی همچون عدالت اجتماعی، حق انتخاب برای شهروندان، رضایت‌مندی و ایجاد فرصت‌های برابر برای گروه‌های مختلف باشیم. از اهداف مدیریت محله محور می‌توان برقراری عدالت اجتماعی، افزایش آموزش، ارتقای کیفیت زندگی، رضایت ساکنین، افزایش بستر سلامتی در محله و بهبود مساله مسکن و اشتغال را نام برد. در این رویکرد جوامع محلی و ارایه دهندگان خدمات تلاش می‌کنند تا با همکاری و مساعدت یکدیگر سطح کیفیت زندگی و خدمات را ارتقا دهند. نکته اساسی در مدیریت محله محور آن است که نباید منجر به افزایش سطح توقعات مردم شود بلکه هدف بهره‌مندی از نیرو اندیشه و مهارت‌های موجود در محله است. دایره تعریف شدن عمل مدیریت محله‌ای و بهره‌گیری از مدیران ارشد کافی برای کنترل و هماهنگی از پیش نیازهای لازم برای مدیریت شهری است و همگامی جامعه متخصصین و کارشناسان با بدنه اجتماعی محله‌ها و اجتماع محلی، تأثیر فراوانی در خروجی مثبت این فرآیند دارد. شهر سنندج با توجه به سهم جمعیتی بالایی که در استان دارد و البته سهم بالای بیکار که عمدتاً فاقد مسکن مناسب و درآمد کافی بوده و از روی اجبار میل به حاشیه‌نشینی و یا سکونت در مساکن غیر استاندارد را دارند. این نوع از سکونت و شهرنشینی سبب ایجاد مشکلات فراوانی به لحاظ اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی برای شهر می‌شود. این قشر ضعیف با توجه به نداشتن امکانات مالی مناسب توانایی تأمین مسکن مناسب را ندارند و این امر سبب بروز مشکلات عدیده‌ای هم برای این افراد و هم برای سایر شهروندان می‌شود. از این رو نیاز است تا توجه جدی به این افشار شده و اقدام به تأمین حداقل‌هایی از سوی دولت برای آن‌ها بشود. با توجه به مشکلاتی که به صورت مختصر بیان شد پژوهش حاضر می‌تواند به بهبود رضایت ساکنان در پروژه‌های مسکن مهر و پروژه‌های در حال انجام به نام نهضت ملی مسکن از جنبه‌های مختلف مسکن ملی با رویکرد محله محور بیانجامد سازمان‌های ذیربط را در جهت برنامه‌ریزی هر چه بهتر مجتمع‌های مسکن ملی یاری نماید. از این رو پژوهش حاضر در پی تحلیل مؤلفه‌های رضایت‌مندی از پروژه‌های مسکن مهر با مؤلفه‌های رضایت‌مندی به مثابه راهبردی جهت رضایت‌مندی ساکنان در پروژه‌های نهضت ملی مسکن است. و در پاسخ به استدلال تحقیق فرضیه‌های زیر مطرح شده است:

الف) وضعیت مؤلفه‌های رضایت‌مندی از سایت‌های مسکن مهر در سنندج پایین و با مؤلفه‌های رضایت‌مندی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

ب) در اجرای پروژه‌های مسکن ملی در شهر سنندج از شاخص‌ها برنامه‌ریزی محله محور استفاده نشده است.

از این رو در مقاله حاضر کوشیده شده است قیاسی بین میزان رضایت‌مندی ساکنین در پروژه‌های مسکن ملی (سایت مسکن مهر بهاران سنندج) و تطبیق آن با مؤلفه‌های نظام برنامه‌ریزی محله محور صورت گیرد تا نواقص و ایرادات مربوطه آشکار و راهنمایی جهت کارایی بهتر سایت پروژه‌های نهضت ملی مسکن در سنندج گردد.

مبانی نظری:

مسکن ملی

دولت موظف است از طریق حمایت‌های لازم از قبیل تأمین زمین مناسب و کاهش یا حذف بهای زمین از قیمت تمام شده مسکن، تأمین تسهیلات بانکی ارزان قیمت، اعمال معافیت‌های مالیاتی و تأمین سایر نهاده‌های مورد نیاز بخش مسکن در چارچوب مفاد این قانون، تدوین نظامات و مقررات ملی ساخت و ساز و اعمال نظارت بر تحقق آنها و افزایش ظرفیت سرمایه گذاری در بخش تولید و عرضه مسکن با هدف تأمین مسکن برای فاقدین مسکن (جهت هر خانوار یک‌بار) با رعایت مقررات ملی ساختمان و الگوی مصرف مسکن و اصول شهرسازی و معماری اقدام نماید. از این رو به موازات برنامه انبوه‌سازی مسکن در دولت‌های پیشین، طرح نهضت ملی مسکن در دولت سیزدهم کلید خورد تا دولت بتواند علاوه بر تحقق جهش تولید مسکن و قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن، با ارائه انواع امکانات و مشوق‌ها از جمله ارائه زمین ارزان قیمت شرایط خانه‌دار شدن عده کثیری از مردم را تسهیل و مقرر گردید در چشم‌انداز طرح ملی مسکن تا سال ۱۴۰۴ بالغ بر چهار میلیون مسکن در کشور ساخته و تحویل متقاضیان شود.

برنامه‌ریزی محله محور و رضایت‌مندی

برای تعریف محله هر کسی از حیطه‌های مختلف علمی با توجه به زمینه‌های نظری خاص خود و زاویه نگاه به مفهوم محله، به شرح و کاربست آن پرداخته‌اند که نشان از چند وجهی و پیچیده بودن محله دارد (Glass, 2016). به طور خلاصه می‌توان گفت که محله محدوده‌ای جغرافیایی - اجتماعی است که دارای پیوستگی اجتماعی بوده و عموماً کالبدی پیوسته نیز دارد که مرز و حدود آن تابع ویژگی‌های کالبدی؛ از جمله ساختار فیزیکی و کالبدی بناها و شکل بصری آنها، نوع دسترسی‌ها و وضعیت توپوگرافی طبیعی آن و... ویژگی‌های فردی و جمعی ساکنین (بعد محتوایی - باطنی)؛ مانند روابط اجتماعی، فرهنگ، تجارب، اکتسابات و... است و چون این ویژگی‌ها متغیر است لذا حدود و تعریف محله برای افراد مختلف و در مکان‌های متفاوت، متغیر است. بنابراین علت پیچیدگی معنای محله را می‌توان به عواملی چون انتزاعی بودن مفهوم محله، یکسان نبودن تعریف محله در علوم مختلف، متغیر بودن عوامل تشکیل دهنده و تغییر معنا در طول زمان نسبت داد. این عوامل بر این موضوع تأکید می‌کنند که محلات شهری در طول زمان‌های مختلف و در جغرافیای غیر یکسان، شکل متفاوتی از خود نشان داده و ویژگی‌ها و عملکردهای گوناگونی دارند. لذا برای شناخت دقیق آن باید این مفهوم را در گذشته و امروز ایران و تا حدی در جوامع مختلف بررسی کرد (فتحی و چاره‌جو، ۱۴۰۰). محلات در نظام سنتی شهرسازی ایران عموماً دارای ویژگی‌های زیر بوده است:

الف) استقلال و خودکفایی نسبی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، خدماتی، مدیریتی (پایین به بالا و...)

ب) ارتباطات اجتماعی مستحکم و پیوسته

ج) چهارچوب کالبدی مشخص با عناصر کالبدی تعریف شده (مرکز محله، شبکه ارتباطی، بازارچه و...)

(د) هویت اجتماعی و کالبدی

(ه) شکل‌گیری تدریجی

ذکر این نکته نیز ضروری است که در گذشته محله تحت شرایط اقتصادی - اجتماعی زمان خود کارکردی مناسب به عنوان سکونتگاه در قالب سلول‌های شهری ارائه می‌داد و تغییراتی که در طول زمان در عناصر متشکله آن به وجود آمد ناشی از تغییرات در مناسبات اجتماعی به طور اعم و تغییرات شرایط محلی به طور اخص بوده است (شادی شگری یزدان آباد و همکاران، ۱۴۰۰). از طرفی مهم‌ترین تغییرات محلات در نظام مدرنیته شهرسازی به قرار زیر بوده است:

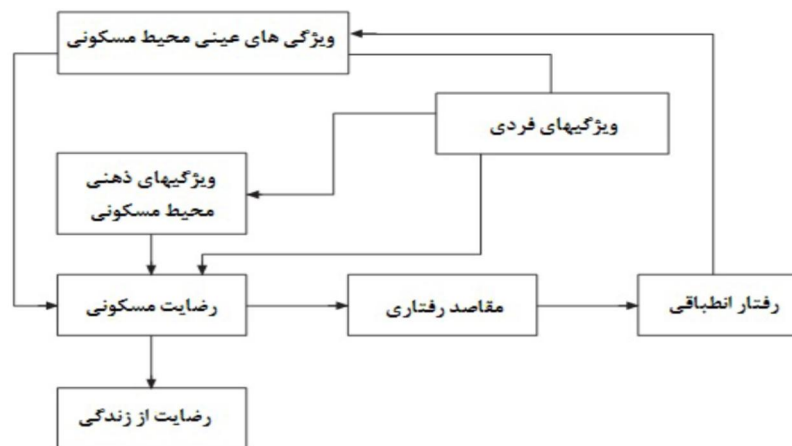
(الف) تحول کالبدی و کارکردی عناصر تشکیک دهنده ساختار محله (شبکه معابر، مرکز محله، تأسیسات محله، میادین، مساکن)

(ب) تغییر و تحول در روابط و مناسبات اجتماعی افراد ساکن در محله

(ج) تغییر و تحول در روابط و مناسبات اقتصادی افراد ساکن در محله (قادری و همکاران، ۱۳۹۵)

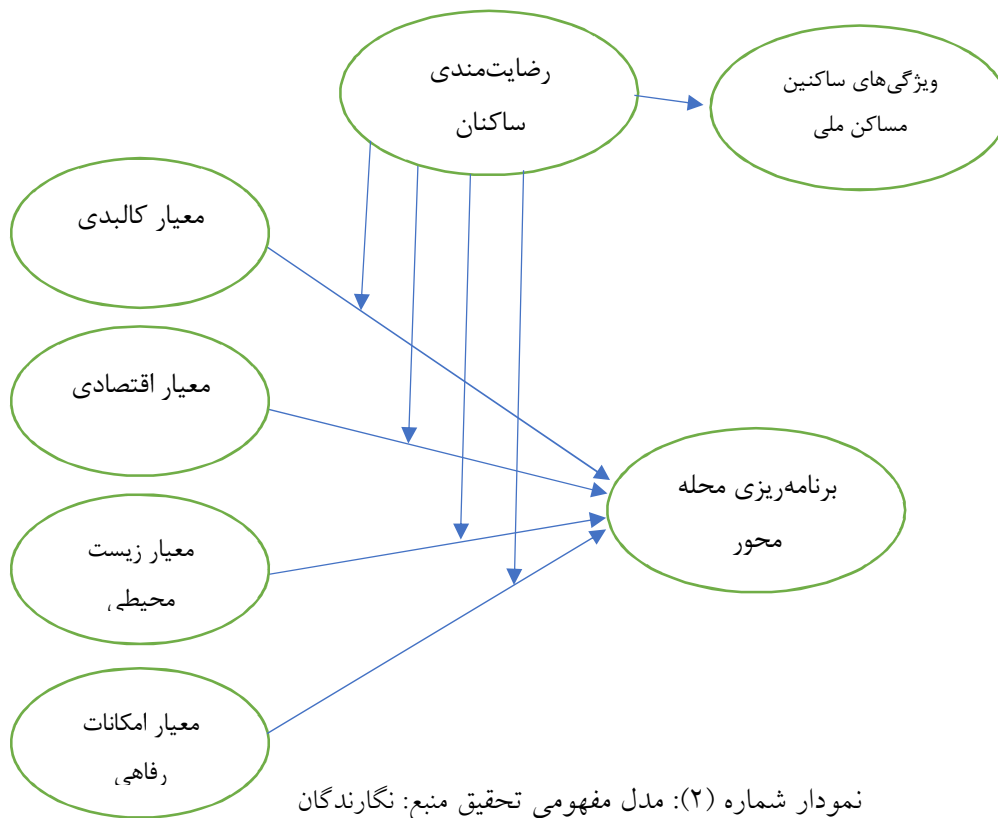
در نهایت در دوره معاصر از اواسط قرن نوزدهم در پی چاره‌جویی برای هویت بخشیدن، به نظام شهری یکی از موضوع‌های مهم شهرسازی، فکر ایجاد سلسله مراتب شهری و انتظام آن بر پایه واحدی معین بود. در دهه ۱۹۲۰ و در پی چاره‌جویی در مورد پیامدهای ناگوار انقلاب صنعتی، سیل هجوم جمعیت به سوی مادر شهرهای صنعتی آمریکا و عدم بهسازی شرایط به هم ریخته کالبدی و اجتماعی این شهرها، برای اولین بار طرحی با عنوان واحدهای همسایگی، در قالب بخشی از طرح منطقه‌ای نیویورک، توسط کلارنس پری ارائه شد البته مهم‌ترین انگیزه پری در ارائه طرح واحد همسایگی اثبات لزوم ایجاد خدمات اساسی بود که باید در نزدیکی ساختمان‌های مسکونی مستقر می‌شدند. از این رو عرصه استقرار این خدمات را همسایگی خانوادگی نامید. این مجموعه‌ها می‌توانستند واحدهای بنیادی در سلسله مراتب شهری نیز به حساب آیند. انگیزه دیگر پری از مطرح کردن واحد همسایگی تقویت زندگی جمعی در شهرهای صنعتی آمریکا بود که به صورت تهدید آمیزی دچار ضعف شده بود. وی اعتقاد داشت که اگر طرح‌ها منصفانه و دقیق تهیه شوند می‌توانند محرک آن نوع زندگی باشند (حقیقتیان و همکاران، ۱۳۹۴). رویکرد برنامه‌ریزی محله محور با مبنا قرار دادن محله‌ها، آنها را همچون منابعی پویا در راه ایجاد توسعه، انسجام اجتماعی و هویت بخشی به کار می‌گیرد. رویکرد مذکور، در جستجوی تعامل اجتماعی بوده و مشارکت بازیگران محلی را در دستور کار خود قرار داده است و یکی از مهمترین و اسان‌ترین گام‌هایی که این رویکرد می‌تواند بردارد، تحقق‌پذیری و برنامه‌ریزی در جهت دستیابی به پایداری اجتماعی در سطح محله است (واحدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵). مفهوم رضایت‌مندی که به عنوان تابعی از میزان کامروایی و ارضای نیازهای جسمی و روانی فرد تعریف می‌شود، مفهومی برخاسته از نظریه‌های انگیزش و نیازها در روانشناسی است که همه زمینه‌ها و ابعاد زندگی را در بر می‌گیرد. در واقع مفهوم رضایت‌مندی بر دامنه گسترده‌ای از تمایلات و مطلوبیت‌ها برای رفع نیازهای پایه انسان اشاره دارد. بسیاری از افراد به چیزهایی که نمی‌توانند داشته باشند، تمایل دارند و بنابراین به دلایل مختلف باید این نیازهای خود را از مناطقی که تمایل کمتری نسبت به آنها وجود دارد، انتخاب و تأمین نمایند. وقتی آنچه را که تمایل داریم بتوانیم انتخاب و کسب

نمائیم، رضایتمان حاصل می‌شود. هر چند که ممکن است این رضایت مندی طیف مختلفی را پوشش دهد (رفیعیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۸). یکی از جنبه‌های رضایت از زندگی، رضایت از محیط مسکونی و به تبع آن رضایت مسکونی می‌باشد. در واقع رضایت زندگی وابستگی نزدیکی با رضایت مسکونی دارد. این مفهوم، ساختار ادراکی پیچیده‌ای می‌باشد که از رشته‌های مختلف جامعه‌شناسی، برنامه‌ریزی، جغرافیا، بهزیستی و غیره شکل گرفته است (Johansson & Campbell et al, 1976, 1998, Montgomery lu, 1999). در مطالعات مختلف، محیط‌های مسکونی و ویژگی‌های عینی و ذهنی با تنوعات رضایتی، مشخص گردیده‌اند، چنان که اوگو رضایتمندی سکونتی را درجه رضایت افراد از وضعیت‌های کنونی خود می‌داند و آن را روشی غیرمالی و ارکانی در جهت ارزیابی کیفیت مسکن می‌داند (Teck hong, 2012:109: Braubach,2007). نکته‌ای که بایستی در کلیه طرح‌های شهری و به خصوص طراحی مجتمع‌های مسکونی مدنظر قرار گیرد، بحث طراحی این پروژه‌ها متناسب با ویژگی‌ها و خصوصیات ساکنان آینده آنها می‌باشد تا بتوان با ساخت و ساز مناسب، حس تعلق، رضایت مسکونی و به طور کلی، رضایت از زندگی را در این مکان‌ها بالا برد.



نمودار شماره (۱): ویژگی‌های عینی محیط مسکونی

منبع: نگارندگان



محدوده مورد مطالعه:

شهر سنندج مرکز استان کردستان در ارتفاعات غربی ایران و در منطقه کوهستانی رشته جبال زاگرس قرار گرفته و در ۳۵ درجه و ۲۰ درجه شمالی و ۴۷ درجه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ و ۵ درجه طول غربی از نصف‌النهار تهران قرار دارد. این شهر دارای اقلیم، نیمه خشک مدیترانه‌ای برخوردار است. متوسط ارتفاع شهر سنندج از سطح دریا معادل ۱۵۳۵ متر و در پست‌ترین نقطه ۶۰۰ متر و ارتفاع کوه آبیدر در بلندترین نقطه به ۲۵۵۰ متر می‌رسد. بطور کلی شهر سنندج بصورت طبیعی در یک جام فضایی محصور گردیده و ورودی‌های شهر بدان اشرف دارند. محدوده ۱۱۰ هکتاری سایت مسکن مهر بهاران سنندج در حد فاصل منطقه ویلاشهر و مجاور گذرگاه موجود ۲۴ متری که در قسمت شمال اراضی واقع شده است و خیابان ۳۵ متری موجود در شرق و همچنین کنارگذر ۳۵ متری پیشنهادی طرح جامع که در قسمت جنوب و غرب اراضی واقع شده است. در وضعیت قبل از احداث مسکن مهر اراضی به صورت بایر و در طرح شهرک بهاران کاربری آن فضای سبز بوده است که در طرح پیشنهادی که توسط مشاور طرح جامع تهیه شده و در کمیسیون ماده پنج تأیید گردیده است کاربری آن به مسکونی تبدیل شده است. اراضی مذکور از طرف سازمان مسکن و شهرسازی وقت جهت احداث ۷۶۰۰ واحد مسکن مهر در نظر گرفته شده که تا این تاریخ حدود ۶۰۰۰ واحد مسکن مهر در سایت احداث گردیده است. محدوده ۱۷ هکتاری سایت نهضت ملی مسکن زاگرس سنندج در حد فاصل منطقه ویلاشهر و مجاور کمربندی آبیدر واقع شده است و معبر

۳۶ متری موجود در غرب سایت اتصال میدان قبا شهرک بهاران به کمربندی آبیدر در طرح جامع قرار گرفته است. در وضعیت قبل از احداث طرح نهضت ملی مسکن اراضی به صورت بایر و در طرح شهرک بهاران کاربری آن در قسمت‌هایی فضای سبز و مسکونی بوده است که در طرح پیشنهادی که توسط مشاور طرح تهیه شده و در کمیسیون ماده پنج تأیید گردیده است کاربری آن به مسکونی تبدیل شده است، اراضی مذکور از طرف اداره کل راه و شهرسازی جهت احداث ۱۲۰۰ واحد نهضت ملی مسکن در نظر گرفته شده است.



شکل شماره (۱) موقعیت شهر سنندج

منبع: سایت مرکز آمار

روش تحقیق:

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی- توسعه‌ای و از نظر روش، توصیفی - تحلیلی است. روش جمع‌آوری اطلاعات از طریق مراجعه به کتابخانه، مراکز علمی تحقیقاتی و سازمان‌های ذیربط، پرسشنامه، مصاحبه، مشاهده و برداشت میدانی، منابع اینترنتی و استفاده از آمارهای موجود صورت گرفته است. آزمون‌های انجام گرفته در سطح اطمینان ۹۵ درصد انجام می‌گیرد که بر این مبنا سطح خطای آزمون‌های انجام گرفته پنج درصد می‌باشد. نمونه آماری که با استفاده از فرمول شارل کوکران در سایت مسکن مهر بهاران سنندج انتخاب شده، ۲۱۷ مورد پرسشنامه را شامل می‌شود از آزمون t تک نمونه‌ای و تعیین ضرایب همبستگی به منظور آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. از آنجایی که استفاده از آزمون t مشروط بر مشخص نبودن انحراف معیار و شرط لازم انجام آزمون نیز محاسبات انحراف معیار است باید ترتیبی اتخاذ شود تا برآوردی از انحراف معیار جامعه برای نمونه‌ها به دست آید. در واقع آزمون t تک نمونه‌ای بر این مفروضه استوار است که تعداد n مشاهده به صورت تصادفی مستقل، از جامعه‌ای با توزیع نرمال استخراج شده و یک متغیر با مقیاس فاصله‌ای تنظیم شده است (مهدوی و طاهرخانی، ۲۳۰: ۱۳۸۵-۲۲۹). که در نهایت برای انجام عملیات محاسباتی، ترسیم نمودار از نرم‌افزار Excel و همچنین برای ترسیم نقشه‌ها از نرم‌افزار Arc GIS استفاده شده است. نرم‌افزار مورد استفاده در قسمت آزمون‌ها نیز نرم‌افزار آماری IBM SPSS Statistics 21 بوده است.

نتایج و بحث:

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که جامعه آماری مورد مطالعه از سرپرستان خانوار مسکن مهر تشکیل شده که تعداد آنها برابر با ۲۱۷ نفر می‌باشد که از این ۲۱۷ نفر ۶۰,۳۶ درصد مرد و ۳۹,۶۴ درصد زن می‌باشند که توزیع سن پاسخگویان در چهار طبقه زیر ۲۸ سال، بین ۲۸ تا ۳۸ سال، ۳۸ تا ۴۸ سال و ۴۸ سال و بیشتر بررسی می‌شوند که بیشترین فراوانی را در بین نمونه در طبقه سنی ۳۸ تا ۴۸ سال با ۲۸,۵۷ درصد و کمترین فراوانی نیز در طبقه سنی ۴۸ سال و بیشتر با ۱۹,۸۳ درصد شاهد هستیم از میان افراد فوق تحصیلات پاسخگویان در پنج طبقه بررسی گردید که شامل زیر دیپلم، دیپلم و فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس، دکترا و بالاتر می‌باشد. بیشترین فراوانی را در طبقه دیپلم و فوق دیپلم با ۳۸,۲۴ درصد و کمترین فراوانی نیز در طبقه دکترا و بالاتر با ۶,۰۲ درصد می‌باشد که براساس مدت سکونت ۴ طبقه سنی در نظر گرفته شده است که شامل زیر ۲ سال، ۲ تا ۵ سال، ۵ تا ۸ سال، ۸ سال و بیشتر می‌باشد. بیشترین فراوانی را در بین نمونه مربوط به پاسخگویانی است که مدت سکونت آنها ۸ سال و بیشتر است و کمترین فراوانی نیز مربوط به پاسخگویان با مدت سکونت زیر ۲ سال است و سرپرست خانوار به دو دسته زن و مرد تقسیم می‌شود که براساس نتایج بدست آمده شاهد ۷۰,۵ درصد سرپرست مرد و ۲۹,۵ درصد سرپرست زن در بین نمونه آماری می‌باشیم که بر اساس تعداد افراد خانواده پرداخته می‌شود. سه طبقه در ارتباط با تعداد افراد خانواده برای پاسخگویان تعریف شده است که شامل طبقه کمتر از سه نفر، ۳-۴ نفر، ۵ نفر و بیشتر می‌باشد. بیشترین فراوانی را در بین نمونه در طبقه ۵ نفر و بیشتر با ۴۶,۵۶ درصد و کمترین فراوانی نیز در طبقه کمتر از سه نفر با ۱۴,۷۴ درصد شاهد هستیم همچنین با توجه به اینکه یکی از شروط قرار گرفتن افراد در نمونه آماری داشتن سقف درآمد نه میلیون تومان بوده است بنابراین در این بخش سطح درآمد به سه طبقه سه میلیون، سه میلیون تا شش میلیون، شش میلیون تا نه میلیون تقسیم می‌شود. بیشترین فراوانی در بین نمونه در سطح درآمد سه تا شش میلیون تومان با ۴۰,۰۹ درصد و کمترین فراوانی نیز در طبقه دو تا پنج سال با ۲۶,۷۴ درصد شاهد هستیم و در نهایت طبق بررسی‌های صورت گرفته که به طور خلاصه به آنها پرداخته شده مدل مفهومی در باب ارتباط ویژگی‌های ساکنین، رضایت‌مندی و معیارهای مربوطه و در نهایت برنامه‌ریزی محله محور تشکیل و پیشنهادهای به دست آمده ارائه گردیده است.

جدول شماره (۱) معیارها و زیرمعیارهای رضایت‌مندی مجتمع‌های مسکن مهر

هدف	معیارها	زیرمعیارها	پاسخ
سنجش رضایت‌مندی از	کالبدی	نوع واحد مسکونی، ابعاد واحد مسکونی، تعداد واحد مسکونی موجود در مجتمع، هزینه‌های تعمیر و نگهداری، سبک معماری	در قالب ۸ سؤال با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای
	اقتصادی	هزینه خرید، تسهیلات وام مسکن	در قالب ۴ سؤال با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای
	زیست	فضای سبز مناسب، هوا و جریان باد مناسب،	در قالب ۶ سؤال با طیف

لیکرت ۵ گزینه‌ای	آلودگی صوتی، بو، آلودگی، زباله	محیطی	مسکن
در قالب ۴ سؤال با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای	امکانات مجتمع، پارکینگ مجتمع، نحوه مدیریت ساختمان، نگهبانی، فضای سبز، خدماتی، درمانی، تفریحی، تجاری، سرویس‌های بهداشتی، خدمات پستی، تاسیسات آتش نشانی	امکانات رفاهی	مهر

منبع: نگارنده

فرضیه نخست تحقیق:

الف) وضعیت مؤلفه‌های رضایتمندی از سایت‌های مسکن مهر در سنجش پایین‌تر از سطح متوسط بوده و همچنین بین رضایتمندی از مجتمع‌های مسکن مهر و مؤلفه‌های رضایتمندی سکونتی ارتباط مستقیم و معنا داری وجود دارد.

جدول شماره (۲) رابطه رضایتمندی از مجتمع‌های مسکن مهر و معیارهای آن

رضایتمندی مسکن مهر	معیار کالبدی	اقتصادی	زیست محیطی	امکانات رفاهی
ضریب	۰,۶۷۰	۰,۵۸۸	۰,۵۶۰	۰,۶۵۰
سطح معنادار	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
تعداد	۲۱۶	۲۱۵	۲۱۵	۲۱۷

منبع: یافته‌های تحقیق

برای ارتباط بین رضایتمندی مجتمع‌های مسکن مهر و مؤلفه‌های آن از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده که رابطه‌ای معنادار و مستقیمی بین رضایتمندی مسکن مهر با معیارهای کالبدی، اقتصادی، زیست محیطی و امکانات رفاهی دارد و در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنی‌دار هستند.

رضایتمندی ساکنان از بعد کالبدی

با توجه به جدول ذیل براساس آماره آزمون (T) و همچنین حد پایین منفی و حد بالای مثبت مشخص می‌گردد که رضایتمندی در بعد کالبدی در حد متوسط و بین ۲,۹۲ تا ۳,۰۶ می‌باشد. گرچه این شاخص در حد متوسط است اما باید در ارتقاء آن کوشید و آن را بهبود داد.

جدول شماره (۳) بعد کالبدی با توجه به آزمون t تک نمونه‌ای

میانگین جامعه (احتمال ۹۵ درصد)		مقدار آزمون: ۳				
حداکثر میانگین	حداقل میانگین	فاصله اطمینان		اختلاف میانگین	سطح معناداری	T
		حد بالا	حد پایین			
۳,۰۶	۲,۹۲	۰,۰۶	-۰,۰۸	۰,۲۹۱	۰,۰۶۴	۱,۸۴

منبع: یافته‌های تحقیق

رضایت‌مندی ساکنان از بعد اقتصادی:

با توجه به جدول ۴-۱۸ در مورد رضایت‌مندی ساکنین از بعد اقتصادی پروژه‌های مسکن ملی شهر سنندج بر اساس آماره آزمون (T) و همچنین حد پایین و حد بالای منفی مشخص می‌گردد که رضایت‌مندی در بعد اقتصادی از حد متوسط پایین‌تر و بین ۲,۸۳ تا ۲,۹۱ می‌باشد. در واقع این نشان از ضعف در بعد اقتصادی و عدم رضایت مطلوب ساکنین از بعد اقتصادی دارد.

جدول شماره (۴) بعد اقتصادی با توجه به آزمون t تک نمونه‌ای

میانگین جامعه (احتمال ۹۵ درصد)		مقدار آزمون: ۳				
		فاصله اطمینان		اختلاف میانگین	سطح معناداری	T
حداکثر میانگین	حداقل میانگین	حد بالا	حد پایین			
۲,۹۱	۲,۸۳	-۰,۰۹	-۰,۱۷	۰,۱۷۴	۰,۰۰۱	۲,۲۱

منبع: یافته‌های تحقیق

رضایت‌مندی ساکنان از بعد زیست محیطی:

براساس نتایج جدول ذیل طبق آماره آزمون (T) و همچنین حد پایین منفی و حد بالای مثبت مشخص می‌گردد که رضایت‌مندی در بعد زیست محیطی در حد متوسط و بین ۲,۸۹ تا ۳,۰۲ می‌باشد. گرچه این شاخص در حد متوسط است اما باید در ارتقاء آن کوشید و آن را بهبود داد.

جدول شماره (۵) بعد زیست محیطی با توجه به آزمون t تک نمونه‌ای

میانگین جامعه (احتمال ۹۵ درصد)		مقدار آزمون: ۳				
		فاصله اطمینان		اختلاف میانگین	سطح معناداری	T
حداکثر میانگین	حداقل میانگین	حد بالا	حد پایین			
۳,۰۲	۲,۸۹	۰,۰۲	-۰,۱۱	۰,۲۸۸	۰,۰۷۱	۱,۵۶

منبع: یافته‌های تحقیق

رضایت‌مندی ساکنان از بعد امکانات رفاهی:

براساس آماره آزمون (T) و همچنین حد پایین و حد بالای منفی مشخص می‌گردد که رضایت‌مندی در بعد امکانات رفاهی از حد متوسط پایین‌تر و بین ۲,۰۱ تا ۲,۱۹ می‌باشد. در واقع این نشان از ضعف و عدم استانداردهای لازم برای امکانات رفاهی در تأمین مسکن با نظام برنامه‌ریزی محله محور در شهر سنندج می‌باشد.

جدول شماره (۶) بعد امکانات رفاهی با توجه به آزمون t تک نمونه‌ای

میانگین جامعه (احتمال ۹۵ درصد)		مقدار آزمون: ۳				
		فاصله اطمینان		اختلاف میانگین	سطح معناداری	T
حداکثر میانگین	حداقل میانگین	حد بالا	حد پایین			
۲,۱۹	۲,۰۱	-۰,۱۲	-۰,۱۸	۰,۱۲۴	۰,۰۰۰	۲,۳۹

منبع: یافته‌های تحقیق

فرضیه دوم تحقیق:

ب) در اجرای پروژه‌های مسکن ملی در شهر سنندج از شاخص‌ها برنامه‌ریزی محله محور استفاده نشده است. با توجه به اندازه واحدهای مسکونی، یکنواختی الگوهای مورد استفاده در طراحی واحدهای مسکونی، خدمات و... (خصوصاً در مجموعه سازی‌ها) به نظر می‌رسد خلأهای حاکم بر الگوی مسکن مزبور مورد توجه قرار داده نشده است. تأمین فضاهای عمومی و خدماتی در این مجموعه‌ها در تعدیل این خلأ از این نمونه، ضروری می‌باشد. منابع مالی اقشار آسیب پذیر با توجه به تعریف خط فقر و برنامه مالی اجرای پروژه چون هزینه‌های آماده سازی، بازپرداخت اقساط وام، پرداخت‌های حین اجرا پروژه و نرخ تورم سالیانه تناسب ندارد. در کنار مشکلات موجود این طرح یک مزایای خوبی را نیز می‌تواند به همراه داشته باشد که افزایش میزان دسترسی شهروندان و گروه‌های آسیب‌پذیر را به مسکن و تلاش در جهت کاهش هزینه‌های ساخت داشته باشد.

استنتاج نهایی:

با توجه به جدول و نتایج مربوطه می‌توان گفت که میزان رضایتمندی کلی از مجتمع‌های مسکن مهر در حد پایین تر از حد متوسط است. در نتیجه می‌توان گفت فرضیه نخست تأیید می‌شود و ارتباط مستقیمی بین رضایتمندی از مجتمع‌های مسکن مهر و مؤلفه‌های رضایتمندی سکونتی وجود داشته و مشخص گردید رعایت و اجرای برنامه‌ریزی محله محور به طور مناسب بکار گرفته نشده است.

نتیجه‌گیری:

در این تحقیق رویکرد برنامه‌ریزی محله محور در سایت‌های مسکن ملی جهت استفاده و کارایی بهتر جهت ساکنین مبنا قرار داده شده است که منجر به ایجاد توسعه، رضایتمندی، انسجام اجتماعی و هویت بخشی می‌گردد. رویکرد مذکور، در جستجوی تعامل اجتماعی بوده و مشارکت بازیگران محلی را در دستور کار خود قرار می‌دهد.

پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد «محله محوری» انجام شده و بر این مبنا استوار است که محله‌گرایی، مسائل و مشکلات ناشی از شهرنشینی را کاهش می‌دهد بنابراین لازم است مدیریت

شهری، برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات خود را بر محور قرار دادن محلات و کمک گرفتن از ساکنان هر محله، پایه‌گذاری کند. رشد و پرورش توانمندی‌های اجتماعات محله‌ای به ارتقای سطح کیفیت زندگی و شاخص رضایت از زندگی منجر می‌شود و بر افزایش سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی می‌گذارد. هم‌چنین، همبستگی اجتماعی را بالا می‌برد. لذا می‌بایست به مردم اجازه نقش آفرینی داده شود، می‌توانند مشکلات سطح محلی را بهتر حل و فصل کنند. از این رو، باید کارکردها و مسئولیت‌های معینی را به نهادهای مردمی واگذار کرد.

همچنین چگونگی ارتباط دو سویه انسان و محیط پیرامون به طور فزاینده‌ای در توسعه شهری حائز اهمیت است و این در حالی است که طرح‌های مسکن ملی با رویکرد شهرسازی مدرن و ضرورت پاسخگویی سریع به نیازهای مسکن و با هدف اسکان اقشار کم درآمد به شکل کاملاً کمی به ساخت و سازهای انبوه در زمین‌های حاشیه‌ای شهرها پرداخته و با بی توجهی به نقش اجتماعی فرهنگی انسان در محیط و تفکیک اجتماعی و تمرکز فقر، مجتمع‌های مسکونی خوابگاهی بی روح و ملال تباری را به وجود آورده است که نابرابری‌های اجتماعی را دامن می‌زند و شبه زاغه‌های را پدید می‌آورد که مستعد جرم‌زایی، خشونت و ناامیدی اجتماعی است. این طرح در حقیقت مفهوم مسکن را تا حد سرپناه تنزل می‌دهد و دیدی کاملاً کالبدی نسبت به این مقوله مطرح می‌کند و در صورت ادامه آن به شکل فعلی بی‌شک صدمات جبران‌ناپذیری به ساختار اجتماعی شهرهای ایران خواهد زد که پیامدهای آن به مراتب بیشتر از اصلاح وضع فعلی آن صدمه وارد می‌نماید.

پیشنهادات کاربردی تحقیق:

- محله محوری اساس طرح می‌باشد تا امکان پیوستگی اجتماعی در کنار یکدیگر فراهم شود و در این راستا خدماتی مانند فضای سبز، مدرسه، مسجد، درمانگاه، واحدهای تجاری، جایگاه سوخت، فضای بازی و بوستان هم جزء پیش‌بینی‌ها و اساس طرح باید باشد.
- مشارکت مردم به منظور ارتقای رشد برابر در محلات و سایت‌های نهضت ملی مسکن، مسکن مهر و... در راستای بهبود کیفیت زندگی تمامی ساکنین محلات
- ایجاد یا تقویت سیستم نظارتی قوی بر پیشبرد سیاست‌های مسکن گروه‌های آسیب‌پذیری در راستای کاهش ساخت و سازهای غیرمجاز در محدوده شهر و ترغیب گروه‌های آسیب‌پذیر به ساخت و سازهای قانونی
- کنترل استانداردهای مسکن در پروژه‌های تأمین مسکن گروه‌های آسیب‌پذیر و همچنین تأمین استانداردهای سرانه در تأمین مسکن گروه‌های آسیب‌پذیر و کاهش فشار بر سرانه سایر شهروندان
- میزان همخوانی طرح‌های مسکن با نظام برنامه‌ریزی محله محور
- مشارکت ساکنان در کنترل اجتماعی مجتمع‌های مسکونی خویش
- ایجاد فضاهای اجتماعی به منظور پویایی و سرزندگی محیط زندگی
- استقرار مراکز خرید نقش بسزایی در برآورده کردن نیازهای روزانه ساکنان دارد.

منابع و مأخذ:

۱. برقی، حامد، ۱۳۹۰. رضایت‌مندی ساکنان روستایی در تبدیل نقاط روستایی به شهر، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا، شماره ۲، ص ۳۵-۶۳.
۲. پورمحمدی، م، ۱۳۹۱. برنامه‌ریزی مسکن، چاپ دهم. انتشارات سمت. ۱۷۲ صفحه.
۳. حقیقتیان، م، عوامل مؤثر بر شادمانی، فصلنامه علمی راهبردی اجتماعی فرهنگی، شماره ۲، ص ۲۶-۴۷.
۴. رفیعیان، مجتبی، عسگری زاده، زهرا، ۱۳۸۸. رضایت مندی شهروندان از محیط‌های سکونتی شهری، مجله علوم محیطی، سال هفتم، شماره اول، پاییز ۱۳۸۸، ص ۴۱-۶۸.
۵. زیاری، ک، آقاجانی، م، ۱۳۹۰. بررسی وضعیت مسکن گروه‌های درآمدی و برآورد مسکن گروه‌های آسیب‌پذیر (نمونه موردی استان هرمزگان)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳ (پیاپی ۹۸)، ص ۲۹-۵۵.
۶. شکری یزدان آباد، ش، بهزادفر، م، عوامل مؤثر بر تحقیق برنامه‌ریزی محله مینا، مجله مطالعات ساختار و کارکرد شهری، شماره ۱، ص ۵۳-۸۴.
۷. فتحی، ع، چاره جو، ف، بررسی نقش مشارکت شهروندان در برنامه‌ریزی و توسعه پایدار محله‌ای شهر سنندج، جغرافیا و آمایش شهری منطقه ای، شماره ۴، ص ۳۶-۶۲.
۸. مهدوی، م، طاهرخانی، م، ۱۳۸۵. کاربرد آمار در جغرافیا. نشر قومس، تهران. ۲۱۰ صفحه.
۹. نسترن، م، رعنائی، آ، ۱۳۹۰. تحلیلی بر مفهوم مشارکت و کار گروهی در پروژه‌های آماده سازی اراضی مسکن مهر، فصلنامه معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۴، ص ۱۱۱-۱۲۳.
۱۰. واحدی یگانه، ف، محمدی، آ، ۱۳۹۵. نقش پروژه‌های محرک توسعه در سیاست‌های بازآفرینی. فصلنامه اقتصاد و برنامه‌ریزی، شماره ۳، ص ۲۳-۴۸.
11. Bernanke, B.S, Gerler, M and Gilchrist, s.1999, The financial accelerator in A quantitative business cycle framework. In J. B. Taylor&M. Woodford (Eds), Handbook of Macroeconomics.340-360.
12. Teck-Hong. T, (2012), Housing satisfaction in medium-and high-cost housing: The case of Greater Kuala Lumpur, Malaysia, Habitat International 36. 221-240.
13. Glass, j., simon,r., Andersson, M, Effects of work-Family Reconciliation policies in 22 OECD Countries. 410-430.
14. Montgomery, H., Johansson, U.S (1988), Life values: their structure and relation to life conditions. Applied Behavioral Economics, Vol 1,420-437.

تأثیر ارزش درک شده از رویدادهای گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری (مورد پژوهی: شهر زنجان)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰

ساناز سلمان مهاجر^۱ فیروزه حاجی علی اکبری^{*۲}

۱- کارشناس ارشد دانشکده مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

۲- استادیار گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

چکیده

تحقیقات اخیر در حوزه اثرات کلی گردشگری توجه زیادی به صنعت رویدادها نداشته‌اند. بنابراین هدف اصلی این مطالعه ارائه راهکاری برای جذب بیشتر گردشگران به شهر زنجان و افزایش علاقه آنان به بازدید از آن و ارتقای رتبه آن در جذب گردشگر است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است، همچنین این تحقیق به شیوه پیمایشی صورت می‌گیرد. جامعه آماری آن گردشگران بازدید کننده از جشنواره آش و نمایشگاه‌های کاسپین شهر زنجان در بازه زمانی ۱۹ الی ۲۲ مهر ماه سال ۱۴۰۱ می‌باشد و نمونه آماری ۳۸۴ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران به روش تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد بومی شده یوپی‌نگ و همکاران (۲۰۱۶) می‌باشد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از روایی صوری و تحلیل عاملی مورد تأیید قرار گرفته و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ کل (۰/۸۴۱) مورد تأیید قرار گرفت. در تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. تحلیل‌های توصیفی از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴ و تحلیل‌های استنباطی و آزمون فرضیه‌های پژوهش از نرم‌افزار لیزرل استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ارزش ادراک شده رویداد اثر مثبتی بر ارزش ادراک شده سفر و همچنین ارزش درک شده سفر اثر مثبتی بر وفاداری به مقصد گردشگری را دارد.

واژه‌های کلیدی: ارزش درک شده، رویداد گردشگری، ارزش ادراک شده از سفر، استراتژی رویدادها، وفاداری به مقصد گردشگری.

مقدمه:

امروزه گردشگری تأثیرات مهمی روی اقتصاد، فرهنگ و مناطق پذیرش شده گردشگری بر جا گذاشته، زیرا گردشگری نه تنها گامی برای تقویت فرهنگ‌ها و اقوام گوناگون است بلکه گامی برای پیشرفت اقتصادی و اجتماعی می‌باشد (هادی زاده و همکاران، ۱۴۰۳). گردشگری از جمله صنایع مهمی است که کشورها برای پیشرفت و رونق اقتصادی به آن توجه می‌کنند (گومز و همکاران، ۲۰۱۸). فرهنگ هر جامعه، بستر مناسبی برای رشد و توسعه گردشگری است (زیاری و همکاران، ۱۳۹۴). مهمترین شاخصهای فرهنگی جذب گردشگران (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۲، آزاد هفر ۱۳۹۷)، برگزاری رویدادها است (Higgins-Desbiolles, 2017). دهه 1990 میلادی عصر گرایش طیف گسترده‌ای از مردم به سوی انواع پایدارتر و سود آورتر گردشگری دانسته می‌شود مانند اکوتوریسم، گردشگری فرهنگی، گردشگری محلی، گردشگری صنعتی و گردشگری رویدادها. در این بین، مورد آخر یعنی گردشگری رویدادها رشد قابل توجهی را در سالهای اخیر تجربه کرده است. رویدادها، بخشی ضروری از محصول گردشگری مقصد هستند که بر جذب گردشگر در زمان کاهش تقاضا، بهبود تصویر مقصد و جذب حمایت رسانه‌ها اثرگذار هستند (بد و همکاران، ۱۴۰۲). جشنواره‌ها و رویدادها جز سریعترین بخش‌های در حال رشد گردشگری در جهان است و مدیران مقاصد گردشگری دریافته‌اند که باید جاذبه‌های نوین، هیجان انگیز، بکر را به مجموعه داشته‌های گردشگری مقصدهای خود بیفزایند تا شمار متقاضیان بازدید از آن مقاصد مطابق خواسته‌ها و اهداف در نظر گرفته شده گردشگری پیش رود (جهانیان و شیخونی، ۱۴۰۲). گردشگری رویداد، نیازمند وجود بسترهای متعددی است؛ زیرا گردشگری، فعالیتی سیستمی، گسترده و چندبخشی پیچیده و متشکل از خرده بخش‌های متعدد و در تعامل با یکدیگر است (منوچهری و همکاران، ۱۴۰۲). جاذبه‌های گردشگری یک مقصد تنها به ویژگیهای محیطی یا صنایع دستی و نظایر آن خلاصه نمی‌شود بلکه رویدادهایی که در یک مقصد رخ می‌دهند خود می‌توانند به عنوان منبع مهمی برای جذب گردشگران به حساب آیند. طی سالهای اخیر تحقیقات زیادی در رابطه با اثرات کلی گردشگری به ویژه اثرات اقتصادی انجام شده است اما هیچکدام از آنها به اثراتی که انواع خاصی از گردشگری‌ها از جمله صنعت رویدادها با خود به همراه دارند توجهی نکرده‌اند (گتز، 2016). با وجود اینکه ایران کشوری پهناوری با سابقه تاریخی و تمدن کهن که دارای جاذبه‌های طبیعی و انسانی جذاب و توریسم‌پذیر زیادی است (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷)، مهمترین مساله موجود در کشور ما در ارتباط با گردشگری رویدادها عدم پرداختن به این بخش علی‌رغم وجود پتانسیل‌های فراوان می‌باشد. گردشگری رویدادهای محلی، یکی از انواع گردشگری است که می‌تواند نقش مهمی در توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی جوامع داشته باشد (عباسی و همکاران، ۱۴۰۲). صنعت گردشگری استان زنجان یکی از بخش‌های مهم برای درآمدزایی است اما از این ظرفیت تاکنون بهره خوبی گرفته نشده است. امروز مسئولان استان زنجان برای جذب گردشگر بیشتر دست به آزمون و خطای برنامه‌هایی می‌زنند تا شاید درصدی از گردشگران ورودی به استان افزایش یابد. این در حالی است که استان با توجه به هر دوره و بر اساس فرهنگ آن دوره از نظر

هنری، معماری و فرهنگی و تاریخی قابل تحقیق و با ارزش بسیار است. لذا وجود یک استراتژی جهت رونق گرفتن صنعت گردشگری در استان می‌تواند به جذب گردش بیشتر کمک کند. به نظر می‌رسد برپایی همزمان چندین رویداد گردشگری بتواند باعث جذب گردشگران شده و آنها را به بازدید از جاذبه‌های استان علاقه‌مند سازد. برگزاری چندین باره جشنواره آش ایرانی در منطقه ائل داغی گاوازنگ زنجان که به قدیمی‌ترین جشنواره ملی غذا در کشور تبدیل شده و همچنین برگزاری نمایشگاه بین‌المللی کاسپین زنجان که در نوع خود بینظیر است، یکی از استراتژی‌های گردشگری رویداد می‌باشد. امروزه گردشگری غذا به یکی از گونه‌های گردشگری تبدیل شده است که کشورهای بسیاری به اهمیت آن به عنوان یکی از منابع جذب گردشگر پی برده‌اند (بهار، و همکاران، ۱۴۰۲). ولی با این حال منطق (پایه و اساس)، مزایا و چالش‌های این استراتژی مشخص نیست. در این تحقیق بررسی می‌کنیم آیا ارزش درک شده از رویدادهای گردشگری از طریق ارزش ادراک شده از سفر و تعدیل گری استراتژی رویدادها بر وفاداری به مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارد.

فرضیه ۱: ارزش ادراک شده‌ی رویداد اثر مثبتی بر ارزش ادراک شده‌ی سفر دارد.

فرضیه ۱-۱: ارزش اقتصادی (ارزش ادراک شده‌ی رویداد)، اثر مثبتی بر ارزش ادراک شده‌ی سفر دارد.

فرضیه ۱-۲: ارزش اجتماعی (ارزش ادراک شده‌ی رویداد)، اثر مثبتی بر ارزش ادراک شده‌ی سفر دارد.

فرضیه ۱-۳: ارزش کسب شده (ارزش ادراک شده‌ی رویداد)، اثر مثبتی بر ارزش ادراک شده‌ی سفر دارد.

فرضیه ۲: ارزش ادراک شده‌ی سفر اثر مثبتی بر وفاداری به مقصد گردشگری دارد.

فرضیه ۳: استراتژی بسته‌بندی رویداد، اثر ارزش ادراک شده‌ی رویداد بر ارزش ادراک شده‌ی سفر را افزایش می‌دهد.

فرضیه ۴: استراتژی بسته‌بندی رویداد، اثر ارزش ادراک شده‌ی سفر بر وفاداری به مقصد گردشگری را افزایش می‌دهد.

پیشینه پژوهش

منوچهری، محمدی و اسکندری (۱۴۰۲) در مقاله‌ای تحت عنوان: "تحلیلی کیفی بر توسعه گردشگری رویدادمحور مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان" بیان کردند که نیاز است در راستای بهره‌مندی و توسعه منافع گردشگری جشنواره، آموزش و حرفه‌ای سازی فعالان و ذینفعان در شیوه جذب و بازاریابی بخش گردشگری در کنار برجسته سازی و تقویت بخش هنری، مدنظر قرار گیرد. سارا اسماعیلیان و محمد حقیقی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان: "بررسی تأثیر برگزاری رویدادهای فرهنگی جشنواره موسیقی (بر جذب گردشگر به جزیره کیش)" بیان کردند که رویدادهای موسیقی در سراسر جهان یکی از عوامل کلیدی برای جذب گردشگران بوده است. جهانیان و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای تحت عنوان: "عوامل مؤثر بر جذب گردشگران در گردشگری رویداد بزرگداشت حکیم ابوالقاسم فردوسی در شهر طوس" بیان کردند که با گسترش و

رشد گردشگری و افزایش آگاهی مسافران و گردشگران، باید خدمات و محصولات ویژه را ارائه کرد تا بتوان نیازهای مسافران کنونی را تأمین نمود. موسوی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای تحت عنوان: "تحلیل نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری بوم گردی شهرستان زنجان" بیان کردند که عوامل فرهنگی و اجتماعی تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری دارند. پینار یوروک، عایشه آکیول، گل حیات شمشک (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان: "تجزیه و تحلیل اثرات اجتماعی رویدادها بر رضایت و وفاداری بیان میکند که جشنواره‌ها و رویدادها روز به روز در حال افزایش‌اند و بر محبوبیت آنها افزوده می‌شود.

ارزش اقتصادی رویداد 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. در سالهای اخیر اقتصاددانان بیان داشتند که هزینه سفر بهترین ابزار ارزش گذاری برای تفریحی است (کارتیس، ۲۰۰۳؛ ارنه‌هارت، ۲۰۰۳؛ اندرسون، ۲۰۱۰؛ به نقل از خوش اخلاق و همکاران، ۱۳۹۳) برای عملیاتی سازی این متغیر از شاخص‌های مقرون به صرفه بودن زمان رفت و آمد، پس‌انداز پول و کاستن هزینه اضافی، ارزش پولی برای بازدید، ارزش زمان صرف شده برای بازدید، لذت بردن از بازدید، سرگرم کننده و خوشایند بودن بازدید، در قالب ۶ سؤال که حداقل نمره ۶ و حداکثر نمره ۳۰ خواهد بود.

ارزش اجتماعی رویداد را "مدل‌های کلی رفتار" احکام جمعی و هنجارهای کارکردی که مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه قرار گرفته‌اند، میدانند. ورود گردشگران به یک مقصد روابط و تعاملاتی بین آنان و میزبانان ایجاد می‌کند (حاجی حسن، ۱۳۹۷). برای عملیاتی سازی این متغیر از شاخص‌های داشتن فرصت‌های اجتماعی زیاد، احساس خوب به دیگران داشتن و فرصت تعامل با دیگران در قالب ۳ سؤال با حداقل نمره ۳ و حداکثر نمره ۱۵ خواهد بود.

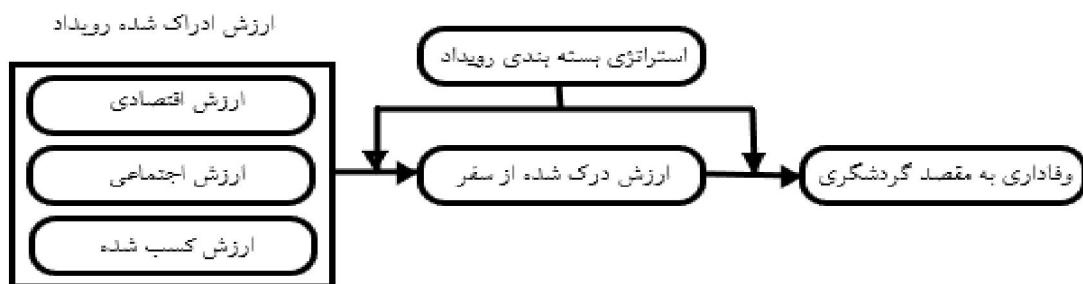
ارزش کسب شده به ارزیابی کلی مصرف کننده از مزایای خدمت (کالا) بر اساس ادراکشان از آنچه دریافت کرده‌اند و آنچه برای گرفتن آن خدمت کرده‌اند اطلاق میشود. به عبارت دیگر میتوان گفت کیفیت درک شده همان تبادل مزایای دریافتی و هزینه‌های پرداختی است (زارعی و همکاران، ۱۳۹۱). برای عملیاتی سازی این متغیر از شاخص‌های به دست آوردن یک راه خوب برای کسب تجربه، ارضا شدن حس کنجکاوی، توسعه بهتر دانش، یادگیری جدید در قالب ۴ سؤال با حداقل نمره ۴ و حداکثر نمره ۲۰ خواهد بود.

استراتژی بسته‌بندی رویداد به عمل برگزاری رویدادهای مشترک به اصطلاحی بنام اشاره می‌کند، یعنی مفهومی که از بسته‌بندی محصول به عاریه (امانت) گرفته شده است. رویدادهای بسته‌بندی شده فرصت‌های جدیدی را برای گردشگران، سازمان دهندگان رویداد، مدیران محل برگزاری، و مقاصد (پایانه‌ها) ایجاد می‌کند که با برگزاری هم زمان رویداد و سفر در پی جذب گردشگر باشند (یوینینگ و همکاران: ۲۰۱۶: ۵). برای عملیاتی سازی این متغیر از شاخص‌های دارا بودن

استاندارد کیفی قابل قبول، خدمات استاندارد ارائه شده، برنامه‌ریزی خوب انجام کارها، در قالب ۳ سؤال با حداقل نمره ۳ و حداکثر نمره ۱۵ خواهد بود.

ارزش درک شده سفر شامل منافع و هزینه‌هایی است که ناشی از خرید و مصرف محصولات یا خدمات می‌باشد. ارزش مشاهده شده شرکت در سفر، که از حس خوب (یا بد) شرکت در این سفر حکایت دارد، و در واقع تصویر ذهنی این سفر در ذهن گردشگر را ترسیم می‌کند (یوینگ و همکاران: ۲۰۱۶: ۵). برای عملیاتی سازی این متغیر از شاخص‌های بالا بودن ارزش کسب تجربه در بازدید، ارزشمند بودن تجربیات کسب شده جدید، ارضا شدن نیازها و خواسته‌ها در بازدید، راضی بودن از تجربه بازدید، در قالب ۴ سؤال با حداقل نمره ۴ و حداکثر نمره ۲۰ خواهد بود.

وفاداری به مقصد گردشگری همراه با ترکیب یک مفهوم مشابه، نیت گردشگران برای بازدید مجدد، توصیه به محصولات گردشگری، جاذبه‌ها و فرهنگ‌ها در آن مقصد را برای سایر گردشگران بالقوه نشان می‌دهد (یوینگ و همکاران، ۲۰۱۶: ۵). برای عملیاتی سازی این متغیر از شاخص‌های: استان زنجان ارزش یکبار دیدن را دارد، زنجان یک مقصد گردشگری زیبا است، داشتن تنوع جاذبه‌های توریستی در زنجان، داشتن مکان‌های زیادی (طبیعت) برای گردشگری و سرگرمی، دارا بودن زیر ساخت‌های رضایت بخش، تمایل به بازدید مجدد، توصیه به دیگران در قالب ۷ سؤال با حداقل نمره ۷ و حداکثر نمره ۳۵ خواهد بود.

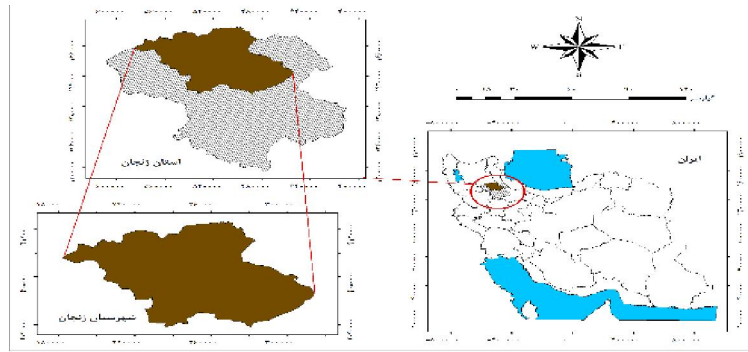


شکل ۱ مدل مفهومی مطالعه

ماخذ: برگرفته از مبانی نظری و مطالعه یوینگ و همکاران: ۲۰۱۶

محدوده مورد مطالعه

استان زنجان در شمال غربی ایران قرار گرفته است. این استان دارای ۸ شهرستان (زنجان، ابهر، ایجرود، خدابنده، خرمدره، سلطانیه، طارم و ماهنشان) و ۱۲۱۰ آبادی است که از این تعداد، ۹۷۸ آبادی دارای سکنه و بقیه خالی از سکنه هستند است. در این تحقیق شهرستان زنجان به عنوان محدوده مورد مطالعه انتخاب شده است. وسعت استان برابر ۲۲۱۶۴ کیلومتر مربع و ۱/۴۳ درصد کل کشور را شامل می‌شود فاصله شهرستان زنجان تا تهران ۳۳۰ کیلومتر می‌باشد و بر اساس سرشماری عمومی مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ دارای جمعیتی بالغ بر ۵۲۱۳۰۲ نفر بوده است. موقعیت جغرافیایی شهرستان زنجان مبتنی بر ۴۸ درجه و ۲۸ تا ۳۰ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ و ۳۶ درجه و ۴۰ تا ۴۱ دقیقه عرض شمالی از خط استوا است.



شکل ۲ موقعیت جغرافیایی شهر زنجان

منبع: www.StoreGIS.com

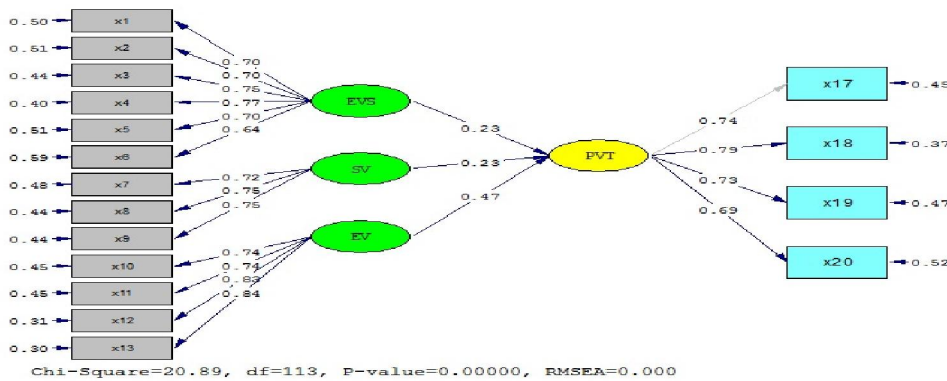
روش تحقیق

این پژوهش بر اساس ماهیت و روش، توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد. پژوهش از آن جهت توصیفی-علی است که متغیرهای پژوهش بر اساس وضع موجود مورد بررسی قرار می‌گیرند و آنچه را که هست توصیف و تفسیر می‌کنند و به شرایط و روابط موجود و فرآیندهای جاری توجه شده و نیز از آن جهت پیمایشی است که پژوهشگر به بررسی رفتار نمونه همگن می‌پردازد و برآیند اطلاعات گردآوری شده امکان قضاوت در مورد جامعه پژوهش را فراهم می‌کند. این پژوهش از لحاظ زمانی جزو تحقیقات مقطعی است زیرا در یک مقطع زمانی انجام می‌گیرد. جامعه آماری این مطالعه، گردشگران بازدیدکننده از جشنواره آتش و نمایشگاه‌های کاسپین شهر زنجان می‌باشد. نمونه آماری این پژوهش ۳۸۴ نفر از گردشگران می‌باشد که پرسشنامه بین آنها توزیع و جمع آوری شده است. روش نمونه‌گیری مورد استفاده در انتخاب نمونه این تحقیق، روش نمونه‌گیری تصادفی است که به صورت کاملاً تصادفی از بین گردشگران انتخاب شده است. در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران که یکی از روش‌های معتبر برای تعیین حجم نمونه است استفاده شده است. در این تحقیق ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می‌باشد که از استاندارد بومی شده (یوینگ و همکاران، ۲۰۱۶) استفاده می‌شود. پرسشنامه‌ای که سؤالات آن با استفاده از طیف پنج تایی لیکرت تهیه شده است که نحوه نمره‌گذاری به صورت "کاملاً موافقم (۵)، موافقم (۴)، نظری ندارم (۳)، مخالفم (۲)، کاملاً مخالفم (۱)" است و دارای سؤالات عمومی شامل (محل اقامت، جنسیت، میزان تحصیلات، سن و درآمد سالانه) می‌باشد که این سؤالات در ابتدای پرسش‌نامه قرار گرفته است و همچنین شامل ۲۷ سؤال تخصصی که شامل (...) در مورد متغیرها می‌باشد. پرسش‌نامه‌ها بین گردشگرانی که در جشنواره آتش زنجان و نمایشگاه کاسپین زنجان حضور داشتند در مدت یک هفته توزیع شد و از پاسخ دهندگان خواسته شد تا میزان موافقت یا مخالفت خود با هر سؤال را روی یک مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت اعلام نمایند برای تعیین روایی پرسشنامه ابتدا توسط استاد راهنما و چند تن از اساتید و متخصصان بررسی شد، سپس برای ارزیابی گویه‌های پرسشنامه از آزمون kmo استفاده شد که تحلیل عاملی ارزش اقتصادی ۰/۸۰۲، ارزش اجتماعی ۰/۷۶، ارزش کسب شده ۰/۷۸۲، استراتژی بسته‌بندی رویداد ۰/۸۱، ارزش درک شده سفر ۰/۷۸۱، وفاداری به مقصد گردشگری ۰/۷۸۱ می‌باشد که بیانگر

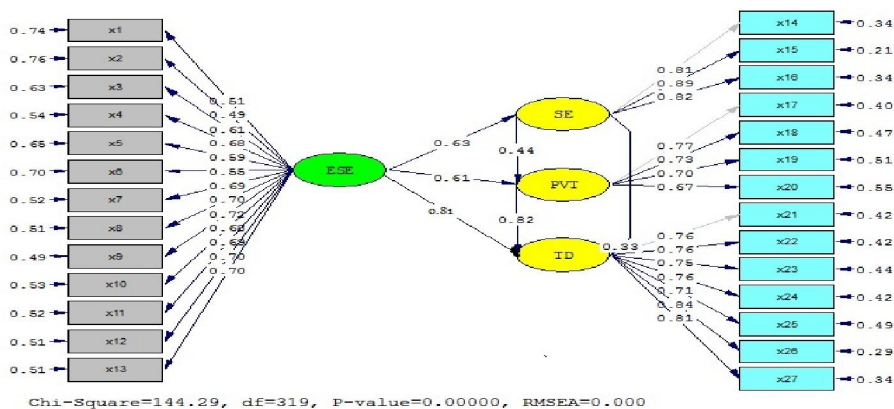
این موضوع است که انجام تحلیل عاملی برای این گویه‌ها مناسب می‌باشد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که با توجه با اینکه ضریب آلفای کرونباخ کل برابر ۰/۸۴۱ می‌باشد نتیجه می‌گیریم پرسشنامه از پایایی درونی مناسبی برخوردار است. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی (فرآوانی، درصد، میانگین، مدو انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون کولموگروف اسمیرنف، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون همزمان) استفاده شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری از تحلیل آماری تأییدی، شاخص‌های نیکویی برازش استفاده شد.

یافته‌ها:

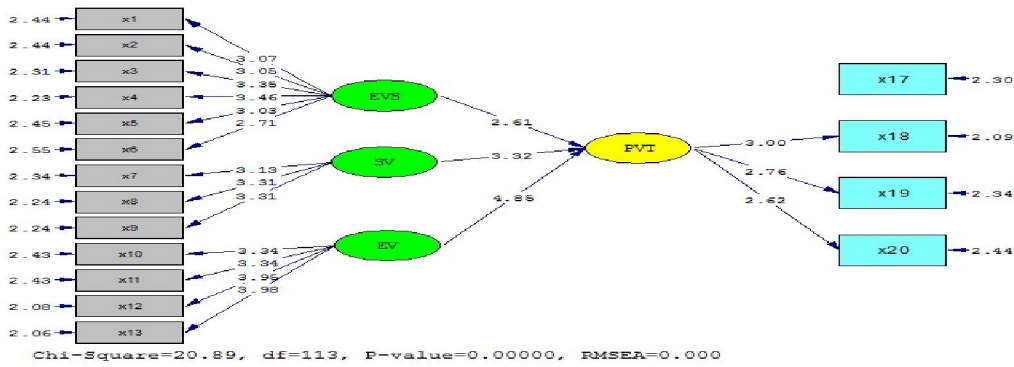
در بخش ارایه نتایج نخست ویژگی‌های جمعیتی جامعه آماری گفته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که از نظر جنسیت ۲۲۸ زن و ۱۵۶ مرد و اکثریت آنها در گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال به تعداد ۱۳۶ نفر بوده‌اند. اکثریت نمونه آماری به تعداد ۱۴۴ نفر دارای تحصیلات کارشناسی و محل اقامت اکثریت به تعداد ۲۰۱ نفر در شهر زنجان و سطح درآمد اکثریت پاسخ دهندگان به تعداد ۱۲۷ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان بوده است. مدل نهایی این تحقیق با توجه به مدل مفهومی و با پشتوانه مبانی نظری تدوین شده است، این مدل در حالت Standard Solution و T-Valuse قرار دارد:



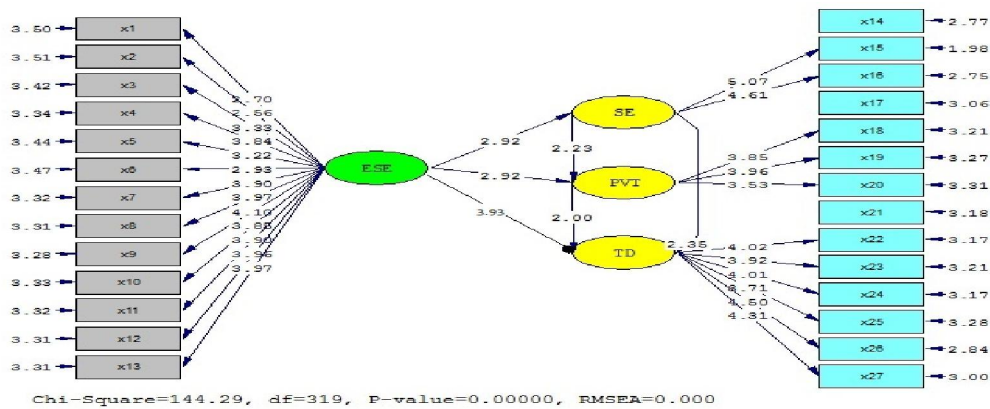
شکل ۲ مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های فرعی در حالت Standard Solution
 ماخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۳ مدل معادلات ساختاری آزمون فرضیه اصلی در حالت Standard Solution ماخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۴ مدل معادلات ساختاری فرضیه‌های فرعی در حالت T-Valuse
 مأخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۵ مدل معادلات ساختاری آزمون فرضیه اصلی در حالت T-Valuse
 مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۱ شاخص‌های برازش مهم مدل ترسیمی (فرضیه‌های فرعی)

شاخص	نام شاخص	اختصار	معادل انگلیسی	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش شاخص نیکویی برازش	GFI	Goodness of Fit Index	۰/۹۷	بزرگتر از ۵ درصد
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده شاخص برازش تطبیقی	AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index	۰/۹۲	>۹۰%
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	Root Mean Square Residual	۰/۰۰۰	<۱۰%
			CFI	۱/۰۰	>۹۰%

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۲ شاخص‌های برازش مهم مدل ترسیمی (آزمون فرضیه اصلی)

شاخص	نام شاخص	اختصار	معادل انگلیسی	مقدار	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش مطلق	سطح تحت پوشش شاخص نیکویی برازش	GFI	Goodness of Fit Index	۰/۹۱	بزرگتر از ۵ درصد
شاخص‌های برازش تطبیقی	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index	۰/۹۵	>۹۰%

CFI > ۹۰٪	۱/۰۰	Comparative Fit Index	CFI	شاخص برازش تطبیقی	
< ۱۰٪ RMSEA	۰/۰۰۰	Root Mean Square Residual	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطالی برآورد	شاخص‌های برازش مقتصد

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۳ ضرایب مسیر مدل معادلات ساختاری آزمون فرضیه‌ها

T	ضریب B استاندارد شده	مسیر (Formative- Reflective)		
۲/۹۲	۰/۶۱	ارزش ادراک شده سفر (PVT)	←	ارزش ادراک شده رویداد (ESE)
۲/۹۲	۰/۶۳	استراتژی بسته‌بندی رویداد (SE)	←	ارزش ادراک شده رویداد (ESE)
۲/۰۰	۰/۸۲	وفاداری به مقصد گردشگری (TD)	←	ارزش ادراک شده سفر (PVT)
۲/۳ ۲	۰/۴۴	وفاداری به مقصد گردشگری (TD)	←	استراتژی بسته‌بندی رویداد (SE)
۲/۳۵	۰/۳۳	وفاداری به مقصد گردشگری (TD)	←	استراتژی بسته‌بندی رویداد (SE)
۳/۹۳	۰/۸۱	وفاداری به مقصد گردشگری (TD)	←	ارزش ادراک شده رویداد (ESE)
۲/۶۱	۰/۲۳	ارزش ادراک شده سفر (PVT)	←	ارزش اقتصادی (EVS)
۳/۳۲	۰/۲۳	ارزش ادراک شده سفر (PVT)	←	ارزش اجتماعی (SV)
۴/۸۵	۰/۴۷	ارزش ادراک شده سفر (PVT)	←	ارزش کسب شده (EV)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در ارتباط با فرضیه اصلی اول با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۲)، ضریب استاندارد مسیر بعد ارزش ادراک شده رویداد و ارزش ادراک شده سفر مقدار ۰/۶۱ و $(T=۲/۹۲)$ بنابراین با توجه به T این مسیر $(T=|۲/۹۲|>۱/۹۶)$ می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد فرضیه تأیید می‌شود. یعنی ارزش ادراک شده رویداد تأثیر معناداری بر ارزش ادراک شده سفر دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در ارزش ادراک شده رویداد، ما شاهد افزایش ۰/۶۱ واحدی در کاربرد ارزش ادراک شده سفر هستیم. این بدان معناست که ارزش ادراک شده رویداد با ارزش ادراک شده سفر رابطه مستقیم دارد.

در ارتباط با فرضیه فرعی اول با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۱)، ضریب استاندارد مسیر ارزش اقتصادی و ارزش ادراک شده سفر مقدار ۰/۲۳ و $(T=۲/۶۱)$ بنابراین با توجه به T این مسیر $(T=|۲/۶۱|>۱/۹۶)$ می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد فرضیه تأیید می‌شود. یعنی ارزش اقتصادی تأثیر معناداری بر ارزش ادراک شده سفر دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در ارزش اقتصادی، ما شاهد افزایش ۰/۲۳ واحدی در کاربرد ارزش ادراک شده سفر هستیم. این بدان معناست که ارزش اقتصادی با ارزش ادراک شده سفر رابطه مستقیم دارد.

در ارتباط با فرضیه فرعی دوم با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۱)، ضریب استاندارد مسیر بعد ارزش اجتماعی و ارزش ادراک شده سفر مقدار $0/۲۳$ و $(T=۳/۳۲)$ بنابراین با توجه به T این مسیر $(T=|۳/۳۲|>۱/۹۶)$ می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد فرضیه فرعی تأیید می‌شود. یعنی ارزش اجتماعی تأثیرمعدناداری بر ارزش ادراک شدهی سفر دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در ارزش اجتماعی، ما شاهد افزایش $0/۲۳$ واحدی در ارزش ادراک شدهی سفر هستیم. این بدان معناست که ارزش اجتماعی با ارزش ادراک شدهی سفر رابطه مستقیم دارد.

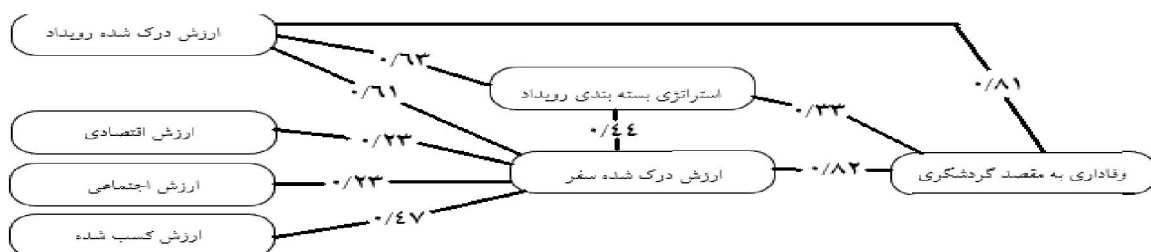
در ارتباط با فرضیه فرعی سوم با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۱)، ضریب استاندارد مسیر ارزش کسب شده و ارزش ادراک شدهی سفر مقدار $0/۴۷$ و $(T=۴/۸۵)$ بنابراین با توجه به T این مسیر $(T=|۴/۸۵|>۱/۹۶)$ می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد، فرضیه تأیید می‌شود. یعنی ارزش کسب شده تأثیرمعدناداری بر ارزش ادراک شدهی سفر دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در ارزش کسب شده، ما شاهد افزایش $0/۴۷$ واحدی در ارزش ادراک شدهی سفر هستیم. این بدان معناست که ارزش کسب شده با ارزش ادراک شدهی سفر رابطه مستقیم دارد.

در ارتباط با فرضیه دوم اصلی با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۲)، ضریب استاندارد مسیر بعد ارزش ادراک شده سفر و وفاداری به مقصد گردشگری مقدار $0/۸۲$ و $(T=۲/۰۰)$ لذا با توجه به T این مسیر $(T=|۲/۰۰|>۱/۹۶)$ می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد فرضیه تأیید می‌شود. یعنی ارزش ادراک شدهی سفر تأثیرمعدناداری بر وفاداری به مقصد گردشگری دارد. به عبارتی با یک واحد تغییر در ارزش ادراک شدهی سفر، شاهد افزایش $0/۸۲$ واحدی در وفاداری به مقصد گردشگری هستیم. این بدان معناست که ارزش ادراک شدهی سفر با وفاداری به مقصد گردشگری رابطه مستقیم دارد.

در ارتباط با فرضیه سوم اصلی با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۲)، ضریب استاندارد مسیر بعد ارزش ادراک شده رویداد و استراتژی بسته‌بندی رویداد مقدار $0/۶۳$ و $(T=۲/۹۲)$ و ضریب استاندارد مسیر بعد استراتژی بسته‌بندی رویداد و ارزش ادراک شده سفر مقدار $0/۴۴$ و $(T=۲/۲۳)$ است. بنابراین با توجه به ضرایب استاندارد مسیر مستقیم بین متغیرها، ضریب غیرمستقیم بین ارزش ادراک شده رویداد و ارزش ادراک شده سفر بواسطه استراتژی بسته‌بندی رویداد مقدار $0/۲۷$ و $(T=|۲/۹۲|>۱/۹۶)$ که معناداری رابطه بین ارزش ادراک شده رویداد و ارزش ادراک شده سفر بواسطه استراتژی بسته‌بندی رویداد را نشان می‌دهد، همچنین با توجه به مقدار ضریب غیر مستقیم رابطه بین ارزش ادراک شده رویداد و ارزش ادراک شده سفر بواسطه استراتژی بسته‌بندی رویداد $(0/۲۷)$ که در مقایسه با ضریب مستقیم رابطه بین ارزش ادراک شده رویداد و ارزش ادراک شده سفر $(0/۶۱)$ کمتر می‌باشد. می‌توان نتیجه گرفت با احتمال ۹۵ درصد فرضیه تأیید می‌شود این بدان معناست که استراتژی بسته‌بندی رویداد، اثر ارزش ادراک شدهی رویداد بر ارزش ادراک شده سفر را افزایش می‌دهد.

در ارتباط با فرضیه چهارم اصلی با توجه به الگوی تحلیل مسیر و مقادیر جدول (۲)، ضریب استاندارد مسیر بعد ارزش ادراک شده رویداد و استراتژی بسته‌بندی مقدار $0/۶۳$ و $(T= ۲/۹۲)$ و

ضریب استاندارد مسیر بعد استراتژی بسته‌بندی رویداد و وفاداری به مقصد گردشگری مقدار $0/33$ و ($T=2/35$) است. بنابراین با توجه به ضرایب استاندارد مسیر مستقیم بین متغیرها، ضریب غیرمستقیم بین ارزش ادراک شده رویداد و ارزش ادراک شده سفر بواسطه استراتژی بسته‌بندی رویداد مقدار $0/20$ و ($T=|2/92| > 1/96$) که معناداری رابطه بین ارزش ادراک شده رویداد و وفاداری به مقصد گردشگری بواسطه استراتژی بسته‌بندی رویداد را نشان می‌دهد، همچنین با توجه به مقدار ضریب غیرمستقیم رابطه بین ارزش ادراک شده رویداد و وفاداری به مقصد گردشگری بواسطه استراتژی بسته‌بندی رویداد ($0/20$) که در مقایسه با ضریب مستقیم رابطه بین ارزش ادراک شده رویداد و وفاداری به مقصد گردشگری ($0/81$) کمتر می‌باشد. می‌توان نتیجه گرفت با احتمال 95 درصد فرضیه تأیید می‌شود. این بدان معناست که استراتژی بسته‌بندی رویداد، اثر ارزش ادراک شده رویداد وفاداری به مقصد گردشگری را افزایش می‌دهد. در جدول شماره (۳) خلاصه ضرایب مسیر معادلات ساختاری آزمون فرضیه‌های این تحقیق را نمایش می‌دهد، در این جدول مقادیر هر دو مدل در حالت T و استاندارد آورده شده است.



شکل ۶ مدل نهایی پژوهش منبع: یافته‌های تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

مبانی نظری و ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که به کارگیری بسته‌بندی استراتژی رویدادها و تأثیر ارزش درک شده از رویدادهای گردشگری می‌تواند راهی باشد تا گردشگران بیشتری را جذب کرده و بدین صورت وفاداری گردشگران را افزایش داد. در حال حاضر دولت‌ها از رویدادها به عنوان بخشی از استراتژی در توسعه اقتصادی، سازماندهی به ملت و بازاریابی مقصد استفاده می‌کنند. اقتصاددانان رویدادها را همچون عناصر کلیدی در استراتژی بازاریابی و ترویج تصوراتشان پذیرفته‌اند. با توجه به گسترش روزافزون گردشگری در جهان و با توجه به ظرفیتی که کشورمان ایران در اکثر زمینه‌های گردشگری داراست، می‌توان با برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب به بهترین نحو از منابع سرشار موجود در جهت رونق انواع مختلف گردشگری و به طور خاص گردشگری رویداد استفاده نماییم. هر چند با وجود فرصت‌های بسیار در زمینه بهره‌گیری از رویدادها، هنوز توجه خاصی به این شاخه از گردشگری در ایران نشده است.

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان دادند که ارزش ادراک شده رویداد شامل: ارزش اقتصادی، ارزش اجتماعی و ارزش کسب شده رابطه مثبت و مستقیمی با ارزش ادراک شده سفر دارد. لذا مبتنی بر این یافته می‌توان گرفت که بسته‌بندی رویدادها زمانی بهترین نتیجه و فعالیت را خواهد

داشت که با توجه به ارزشهای اقتصادی، اجتماعی و ارزش کسب شده، به دنبال بهبود ارزش درک شده رویداد بر ارزش درک شده سفر باشیم، چرا که گردشگران با شرکت در رویدادهای متعدد در یک سفر و به یک مقصد گردشگری تمایل به کسب تجربه بیشتر و ارتقا دانش، تعامل بیشتر با دیگران و همچنین مقرون به صرفه بودن هزینه‌ها و زمان صرف شده را خواستارند. یافته‌های این فرضیه با نتایج تحقیق جهانیان و شیخونی (۱۴۰۲) و موسوی و همکاران (۱۴۰۲) که عوامل فرهنگی و اجتماعی تأثیر مثبت بر توسعه گردشگری دارد و باید خدمات و محصولات ویژه خاصی برای گردشگران ارائه کرد، هم راستا می‌باشد.

یافته‌های حاصل از فرضیه دوم نشان داد که ارزش درک شده سفر اثر مثبتی بر وفاداری به مقصد گردشگری دارد، لذا برای مقصدهایی که منابع طبیعی محدود دارند یا آنهایی که خواهان تنوع بخشیدن به برنامه‌های گردشگری هستند، رویدادهای گردشگری نقش حیاتی در توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کنند. نتایج این فرضیه با تحقیق اسماعیلیان و همکاران (۱۳۹۴) که رویدادها یک عمل مهم برای جذب گردشگر هستند، هم راستا می‌باشد.

یافته‌های حاصل از آزمون سوم و چهارم نشان داد که ممکن است در بسته‌بندی رویدادهای گردشگری تأثیر یک رویداد بیشتر از دیگری باشد. در این پژوهش شرکت در جشنواره آس ایرانی لذت‌بخش‌تر بوده و بازدید کنندگان در کنار خانواده می‌توانند از آن لذت ببرند، اما شرکت در نمایشگاههای کاسپین ممکن است به سبب آگاهی یا تخصص در زمینه صنعت مبیل، پوشاک و... باشد. اما باید توجه داشت که به کارگیری استراتژی بسته‌بندی رویدادها علاج قطعی برای جذب گردشگر نیست، بلکه سازماندهی و مدیریت درست می‌تواند در جذب گردشگران و وفاداری آنها مؤثر باشد. همچنین باید توجه داشت که سازگاری رویدادها نیز دارای اهمیت است. رویدادهایی که مضامین یکسان یا مکمل یکدیگر داشته باشند بهتر می‌تواند در جذب گردشگر و تمایل آنها به بازدید از هر رویداد کمک کند. نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق منوچهری و همکاران (۱۴۰۲) که برای توسعه منافع گردشگری باید آموزش حرفه‌ای در شیوه جذب و نگهداری و بازاریابی گردشگران دید، هم راستا می‌باشد. با توجه به تأیید فرضیه‌ها پیشنهاد می‌شود مسئولان مجری رویدادها با ترتیب دادن سرویس‌های مخصوص حمل و نقل رایگان برای گردشگران، تهیه و ارائه بروشورهایی که تاریخچه رویداد و فرهنگ آن مردم، سنت‌ها و... در آن باشد، افزایش کیفیت برگزاری رویدادها برای گردشگران، تصویر بهتری از مقصد در ذهن آنها به جای گذارند.

منابع و مأخذ:

- ۱- آزاده فر، م. ۱۳۹۷. طراحی بسته‌های گردشگری موسیقی، هنرهای نمایشی و موسیقی، دوره، ۲۳، شماره ۱. ۷۷-۸۶.
- ۲- اسماعیلیان، س. ۱۳۹۴. بررسی تأثیر برگزاری رویدادهای فرهنگی (جشنواره موسیقی) بر جذب گردشگر به جزیره کیش (مطالعه موردی: جزیره کیش). اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه‌ریزی پایدار ایران، تهران، ۲۷ آبان. ۱۴۴-۱۶۰.
- ۳- بد، درمان، ف. ۱۴۰۲. آسیب شناسی گردشگری رویداد در ایران، مجله گردشگری فرهنگ، ۴(۱۳)، صص ۶۲-۷۳.
- ۴- بهاری، ج، بهاری، ش، محمدی، س. ۱۴۰۲. تأثیر رسانه‌ها بر ترویج گردشگری غذایی در شهرستان بجنورد؛ در مراحل پیش از سفر، هنگام سفر و پس از آن، علوم جغرافیایی، دوره، ۲۰، شماره، ۴۶، صص ۷۵-۵۴.
- ۵- حاجی حسن، م. ۱۳۹۷. نقش ارتباطات انسانی در اثربخشی فرهنگی و اجتماعی گردشگری. میراث و گردشگری، ۳(۹)، ۱۴۹-۱۶۶.
- ۶- جهانیان، م، شیخونی، س. ۱۴۰۲. عوامل مؤثر بر جذب گردشگران در گردشگری رویداد بزرگداشت حکیم ابوالقاسم فردوسی در شهر طوس، مجله گردشگری فرهنگ، ۴(۱۳)، ۲۳-۱۴.
- ۷- خوش اخلاق، ر، صفائی فرد، س. و، ورشوساز، ب. ۱۳۹۳. ارزش گذاری اقتصادی سایت‌های تفریحی با استفاده از رویکرد هزینه سفر انفرادی تک منظوره، مطالعه موردی: سایت دربند تهران. فصلنامه علوم اقتصادی. دوره ۸، شماره ۲۷، صص ۱۲۶-۱۰۷.
- ۸- رضوانی، م، طیبی، ص، حاتمینواد، ح. ۱۳۹۲. نق رویدادهای فرهنگی در اقتصاد گردشگری شهری با تأکید بر مدل LQ مورد مطالعاتی: نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران (برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال، ۲، شماره، ۷، صص ۱۸۱-۱۶۳).
- ۹- زارعی، م، سیدجوآدین، س، رحیم پور، ع، باقری، م. ۱۳۹۱. تبیین مسائل صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران، اندیشه مدیریت راهبردی، سال ششم، شماره اول، بهار و تابستان، شماره پیاپی ۱۱، ۱۰۶-۷۳.
- ۱۰- زبیری، ک، سرخ کمال، ک، زبیری، ر. ۱۳۹۴. تکنیک‌های برنامه‌ریزی گردشگری، تهران: دانشگاه تهران. ۳۴۲ صفحه.
- ۱۱- عباسی، م، شاکرمی، ن، ملک، ر. ۱۳۹۷. برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری نمونه مورد مطالعه: شهر خرم آباد. مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۸(۲۸)، ۱۶۸-۱۵۶.
- ۱۲- عباسی، ع، عسکری فر، ک، خادمی، ن. ۱۴۰۲. عوامل جذب گردشگران رویداد به جشنواره‌های محلی (مورد مطالعه: جشنواره گل و گلاب میمند فارس)، مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۸، شماره ۶۳، ۷۲-۴۱.
- ۱۳- منوچهری، س، محمدی، س، اسکندری، ح. ۱۴۰۲. تحلیلی کیفی بر توسعه گردشگری رویداد محور مبتنی بر جشنواره بین‌المللی تئاتر خیابانی شهر مریوان. جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای، ۱۳(۴۶)، ۱-۳۲.
- ۱۴- موسوی، ن، حاجی علی اکبری، ف، درودی، ه. ۱۴۰۲. تحلیل نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری بوم گردی شهرستان زنجان، گردشگری شهری، دوره ۹، شماره ۱.

- ۱۵- هادی زاده، م، مکوندی، ک، مکوندی، ع. ۱۴۰۳. برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری. پژوهش‌های معاصر در علوم و تحقیقات، پیاپی ۵۸، صص ۵۲-۵۹.
- 16-Anderson, D.M. 2010. Estimating the economic value of ice climbing in Hyalite Canyon: an application of travel cost count data models that account for excess zeros. *Journal of Environmental Management*. 91: 1012-1020.
- 17-Curtis, J. A. 2003. Demand for water-based leisure activity, *Journal of Environmental planning and Management* . 46 (1): 65-77
- 18-Earnhart , D. 2003. Do travel cost models value transportation properly?. *Transportation Research Part D Transport and Environment*. 8, 397-414.
- 19-Gomez,M,Fernandez,A.C,Molina,A.Aranda,E. 2018.City branding in European capitals.An analysis from the visitor perspective.*Journal of Destination marketing & management*.7.pp: 190-201.
- 20-Higgins-Desbiolles, F. 2017. Event tourism and event imposition: A critical case study from Kangaroo Island, South Australia, *Tourism Management*, No.64, pp.73-86.
- 21-Donald Getz , Stephen J. Page.2016. “Progress and prospects for event tourism research ”,*Tourism Management* , Vol .52 , pp : 593- 631 .
- 22-Pinar Yürük, Ayse Akyol, Gülhayat Golbas Simsek .2017. “Analyzing the effects of social impacts of events on satisfaction and Loyalty” , *Tourism Management* , Vol .60 , pp : 367- 378 .
- 23-Yueying Hazel Xu, Ip Kin Anthony Wong , Xiuchang Sherry Tan .2016. “Exploring event bundling: The strategy and its impacts”, *Tourism Management* ,Vol.52, pp :455-467 .

بررسی تطبیقی سرزندگی در فضاهای گردشگری شهر شیراز (نمونه موردی: آرامگاه حافظ و سعدی)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰

مژگان ساسانی^{*۱} محبوبه دانشی کهن^۲

۱- استادیار گروه معماری، واحد داریون، دانشگاه آزاد اسلامی، داریون، ایران.

۲- کارشناس ارشد معماری منظر، مؤسسه آموزش عالی حافظ، شیراز، ایران.

چکیده:

در سال‌های اخیر توجه به کیفیت فضاهای گردشگری شهری به صورت گسترده‌ای در مطالعات بسیاری از رشته‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته است و به عنوان یکی از اهداف اصلی برنامه‌ریزان و مسئولان شهری مطرح می‌شود. این پژوهش با این پیش فرض که سرزندگی در فضاهای گردشگری سبب تقویت کیفیت فضایی شده و به جذب گروه‌های مختلف سنی در فضاهای گردشگری کمک می‌کند، در پی پاسخگویی به این دو سؤال است که: "۱. چه معیارهایی بیشترین و کمترین نقش را در ارتقاء سرزندگی فضاهای گردشگری دارند؟" و "۲. از میان این دو فضای گردشگری مورد مطالعه (حافظیه و سعدیه) کدام یک سرزنده‌تر است؟" در راستای پاسخگویی به سؤالات پژوهش، ابتدا با مرور سابقه موضوع مفاهیم و نظریه‌های مرتبط تحلیل شد. سپس در مکان‌های مورد پژوهش، پرسشنامه‌های مناسب توزیع شد. اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه، از طریق نرم‌افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفت. لازم به ذکر است که روش تحقیق در این مقاله ترکیبی از مطالعه موردی با روش کمی تحلیل همبستگی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که متغیرها در دو گروه دارای تفاوت معناداری نمی‌باشند.

واژه‌های کلیدی: سرزندگی، فضای شهری، شیراز، حافظیه، سعدیه.

مقدمه

اگر شهر را به مانند یک موجود زنده فرض کنیم برای ادامه زندگی به سرزندگی و نشاط نیازمند است. واضح است که لازمه سرزندگی فضاهای شهری، حضور مردم در شهر است (خستو و رضوانی، ۱۳۸۹). از مشکلات جدی امروزه در عصر تکنولوژی، کاهش احساس شادی و سرزندگی است. از آنجا که رسالت هنر معماری بهبود وضعیت زیستی بشر از طریق افزایش کیفیت فضا می‌باشد؛ و این امر زمانی محقق می‌شود که نه تنها پاسخگوی جنبه‌های عملکردی و زیبایی شناختی باشد، بلکه نیازهای روانی و رویاهای روزمره‌ی افراد را نیز برآورده سازد. لذا می‌توان سرزندگی را جزئی جدایی ناپذیر از یک معماری مطلوب دانست که در صدد است حسن نشاط را به مخاطبان فضا منتقل کند. (هاشم پور و کایینی، ۱۳۹۴) فضاهای عمومی، مهم‌ترین بخش شهرها و محیط‌های شهری به شمار می‌آیند. در چنین عرصه‌هایی، بیشترین تماس و تعامل بین انسان‌ها رخ می‌دهد. (پوراحمد، ۱۳۸۸) کیفیت فضاهای عمومی نشان دهنده‌ی کیفیت کلی زندگی شهری است، برای همین در ادبیات طراحی شهری و برنامه‌ریزی شهری به اهمیت فضاهای عمومی تأکید دارند. بی‌تردید محیط شهری موفق و سرزنده محیطی است که استعدادها را پرورش داده است و جذب می‌کند و قادر است بخشهای جدیدی را به ابعاد اقتصادی فرهنگی اجتماعی مدیریتی شهر برافزاید (عارف حسینی، ۱۴۰۰)، بنابراین درک سرزندگی شهری برای نظارت بر توسعه رشد خلاق شهری و شهرنشینی مردم گرا امری ضروری است. (حیدرزاده و حقی، ۱۴۰۰) فضای عمومی سرزنده بستر و زمینه‌ای را فراهم می‌آورد تا شهروندان فعالیت‌های مشترک را تجربه کنند. (مدنی پور، ۱۳۹۱) امروزه شهرهای موفق شهرهایی هستند که متناسب با ارزشها، هنجارها و خواسته‌های ساکنینش توسعه یافته و فضاهایی خالق، پویا و سرزنده را برای حضور آنان فراهم می‌آورند. (ستاری فرد، ۱۳۹۴) شناسایی عوامل مؤثر در سرزندگی یک فضا میتواند در جهت تحلیل وضع موجود و تصمیمات آتی به منظور ارتقای سطح کیفی فضاهای عمومی شهر و جلوگیری از تکرار نواقص در ساخت مکانها و فضاهای شهر مؤثر واقع گردد. امروزه شهرهای بزرگ با رشد بالای جمعیت و توسعه بی‌حد کالبدی مواجه هستند از این رو سبب شده است تا شهرها با مسائل و تنگناهایی چون کاهش کیفیت زندگی، جدایی محل کار از سکونت، دوری از طبیعت، کاهش فضاهای تفریحی و گذران اوقات فراغت، کاهش فضای عمومی و باز و در نهایت عدم سرزندگی و پایداری مواجه گردند (میکائیلی هاچه سو و آذر، ۱۳۹۶) سرزندگی شهری یعنی ظرفیت شهر برای پاسخ دادن و انطباق با شرایط حیات و زندگی فرد در میان جمع بودن و آنچه به فضا زندگی می‌بخشد مردم و حضور فعال و پر شور و نشاط آنها در فضا است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۵) فضای سرزنده شهری فضایی است که در آن حضور قابل توجهی از افراد و تنوع آنها (به لحاظ سن و جنس) در گستره زمانی وسیعی از روز که فعالیت آنها عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بوده و دارای دو رویه است که یک رویه آن به بینش فرهنگ مردم و ادراک آنها وابسته است و دیگری به کیفیت و زیبایی فضاهای شهری و معماری مربوط میشود که با هم ارتباط متقابل دارند (طیبیان و موسوی، ۱۳۹۵) فضای شهری سرزنده باید به این گونه باشد که مردم بیایند و بمانند. برای فراهم بودن زمینه

جذب افراد به فضا و سپس ماندن آنها باید نخست عناصر و عوامل جذب کننده موجود باشد سپس رضایت و آسایش نیز فراهم باشد. بنابراین می‌توان دو عامل جذابیت و رضایت را به عنوان ملزومات اولیه سرزندگی یک فضای شهری در نظر گرفت. (خستو، ۱۳۸۹). هدف از انجام این پژوهش رسیدن به معیارها و عواملی است که بر روی سرزندگی تأثیرگذار هستند و اینکه این عوامل در بافت‌های تاریخی و به طور ویژه "حافظیه و سعدیه" تا چه حد می‌تواند بر احیاء و باز زنده کردن و کاهش فرسودگی و جذب گردشگران مؤثر باشد.

پیشینه پژوهش

سرزندگی از لحاظ لغوی در فرهنگ لغت دهخدا، به معنای نشاط و شادی، سبکی و چالاکي، خوشی و خوشحالی آمده است. در تعریف سرزندگی می‌توان گفت که احساس سرزندگی با احساس شادمانی ارتباط نزدیکی دارد و به عنوان یکی از تجارب درونی سرشار از انرژی معرفی می‌گردد. (هاشم پور و کایینی، ۱۳۹۴). در لغتنامه شهرسازی رابرت کوان^۱، سرزندگی و زیست پذیری در کنار هم آمده و اینگونه معنی شده است: "Vitality and Viability" که ویژگی مراکز شهرهای کوچک و بزرگ موفق است. سرزندگی شهر بازتاب سطح شلوغی آن در اوقات مختلف روز و در بخشهای مختلف است؛ در صورتی که زیست پذیری میزانی برای سنجش ظرفیت آن برای جذب سرمایه برای بقاء، بهبود و تطابق نیازهای متغیر است (خستو و همکاران، ۱۳۸۹). چارلز لاندري^۲ مفهوم سرزندگی را به گونه‌ای متفاوت بررسی نموده؛ او ۹ معیار مؤثر را برای شناسایی یک شهر سرزنده و زیست‌پذیر برمی‌شمارد: تنوع، دسترسی، امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت، ارتباط و تشریک مساعی، ظرفیت سازمانی و رقابت (Landry, 2000). جیکوبز^۳ (۱۹۶۱) در اثر خود "مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکا"، ۵ معیار را برای محیطی با کیفیت مطلوب و سرزنده تعیین می‌نماید: در نظر گرفتن فعالیتهای مناسب پیش از توجه به نظم بصری محیط، اختلاط کاربری چه از نظر نوع استفاده و چه حضور ابنیه با سن‌های مختلف کنار هم، توجه به خیابان، نفوذپذیری بافت، اختلاط اجتماعی و انعطاف پذیری فضاها. جین^۲ و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله «ارزیابی سرزندگی شهرها و شناسایی شهرهای متروکه در چین بر اساس داده‌های جغرافیایی به بررسی و تصویرسازی شهرهای متروکه بر اساس نظریه سرزندگی شهری می‌پردازد. نتایج یک پیشرفت چشمگیری از توسعه‌های مسکونی و شهرهای متروکه چین را نشان می‌دهد. شواهد نشان دهنده این است که شهرهای متروکه در مناطق تازه توسعه یافته چین در حال گسترش است. همچنین در شهرسازی مدرن چین که در قالب توسعه مجتمع‌های مسکونی خود را نشان داده است سرزندگی شهری دیده نمی‌شود. در نهایت پس از بررسی نظریه‌های گوناگون جدول (۱) شکل گرفته است.

1 Robert Cowan

2 Charles Landry

3 Jane Jacobs

جدول (۱): تعریف سرزندگی از دیدگاه نظریه پردازان مختلف

سرزندگی	نظریه پردازان
قابلیت مکان برای تأمین تنوعی از فعالیت‌ها و استفاده کنندگان با پیش زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با هدف تنوع تجربیات و تعاملات اجتماعی	دادپور، ۱۳۹۰
امکان برقراری برخوردها و کنش‌های مفید بین افراد و تماشا کردن دیگران	جیکوبز، ۱۹۶۱
فراهم آوردن امکان زندگی راحت در یک شهر	جکوبز و اپلیارد ^۱ ، ۱۹۸۷
جاییکه افراد بتوانند در محیطی ایمن (به ویژه برای کودکان)، آسایش و سلامتی، به دور از تراکم جمعیت، آلودگی‌های صوتی و هوا زندگی کنند.	اپلیارد، ۱۹۸۲
هماهنگی محیط با نیازهای بیولوژیکی انسان	لینچ ^۲ ، ۱۹۸۱
هویت داشتن، وجود زندگی اجتماعی در شهر، خوشبختی و پیشرفت اجتماع و اشخاص و پایداری اکولوژیکی	سالزانو ^۳ ، ۱۹۹۷
امکان تماشای مردم و شنیدن صدای آنها، امکان گرد هم آمدن غیر رسمی مردم در عرصه‌های عمومی، فرصت اجتماعی شدن برای کودکان و جوانان در عرصه‌های عمومی، تأیید و ارزش قائل شدن همه شهروندان برای یکدیگر و احترام به معرفت و آگاهی تمام ساکنان	لنارد ^۴ ، ۱۹۹۷
میزان سازگاری یک محل با فعالیت‌های غالب آن	گروه کرمونا ^۵ ، ۲۰۰۴
حیات و زندگی فرد در میان جمع بودن است و آنچه به یک فضا زندگی می‌بخشد مردم و حضور فعال و پرشور و نشاط آنها در فضا است	پاکزاد، ۱۳۸۲
تنوع فعالیت‌هایی که در یک مکان در ۲۴ ساعت در روز، هفت روز هفته، رخ می‌دهد، شاخصی از سرزندگی مکان است.	چپ من ^۶ ، ۱۳۸۶
سرزندگی شهری، صفت و کیفیتی است که در ذات محیط کالبدی و معماری و مستقل از ناظر وجود دارد. محیط کالبدی مناسب، خود به خود به ایجاد سرزندگی می‌انجامد.	گلکار، ۱۳۸۶
حضور پویا و فعال مردم در تمام طول شبانه روز در محیط‌های شهری	خستو، ۱۳۸۸
تنوعی از کابری‌های روزانه و شبانه، موسسه‌های آموزش برای تضمین حیات و سرزندگی، مکان‌ها و خیابان‌های امن و فروشگاه‌هایی با ویتربین‌های باشکوه	گل ^۷ ، ۱۳۸۹
سرزندگی را در کنار تنوع از اجزای اصلی سازنده فعالیت در یک فضای	مونتگومری ^۱ ، ۱۹۹۸

1 Alan Jakubzyk & Donald Aplyard

2 Kevin A. Lynch

3 Salzanv, Carmela

4 Henry Leonard

5 Carmona 's Group

6 Chapman

7 Jan Gehl

شهری بر شمرده و معتقد است سرزندگی موجب تمایز مناطق موفق شهری از یکدیگر می‌شود.	
سرزندگی احساس سرزنده بودن است که تحریک و اجباری به انجام آن نیست.	بوستیک ^۲ ، ۲۰۰۳
سرزندگی را در مقیاس انسانی در غالب پیاده راه‌ها، ترکیب خرید و گردش و ورودی‌های زیاد به فضای عمومی می‌داند.	کریر، ۱۳۸۴

منبع: نگارندگان

معیارها و مؤلفه‌های مؤثر بر سرزندگی

برای رسیدن به کلّیتی در مورد معیارهای سرزندگی، پس از بررسی مؤلفه‌های مختلفی که نظریه پردازان گوناگون در رابطه با سرزندگی عنوان نموده‌اند، مؤلفه‌ها طبقه‌بندی گردید و نتیجه آن در جدول شماره (۲) ارائه گردیده است.

جدول (۲): معیارها و مؤلفه‌های مؤثر بر سرزندگی

عوامل مؤثر بر سرزندگی	نظریه پردازان
چپ من، ۱۹۹۶	تنوع جاذبه‌ها، قابلیت دسترسی و اتصال‌ها، آسایش
جیکوبز، ۱۳۸۶	امنیت، آسایش و آرامش اقلیمی، اختلاط کاربری و فعالیت شبانه روزی، نفوذپذیری، حضورپذیری مردم، شفافیت، خوانایی، تنوع و جذابیت
هشتچین، ۱۴۰۰	تنوع کالبدی، جذابیت، ایمنی، آسایش اقلیمی
حسینی، ۱۴۰۰	فرهنگی، اجتماعی، کالبدی، اقتصادی
لینچ، ۱۳۷۶	امنیت، آسایش اقلیمی
گل، ۱۳۸۷	آرامش و آسایش اقلیمی، امنیت، شفافیت، زیبایی بصری
شفتو ^۳ ، ۲۰۰۸	خوانایی، تنوع و جذابیت، زیبایی بصری، انعطاف‌پذیری، امنیت، آسایش و آرامش اقلیمی، تنوع کاربری و فعالیت شبانه روزی، نفوذپذیری، حضورپذیری مردم
کارمونا، ۱۳۸۸	تنوع کاربری، نفوذپذیری، حضورپذیری مردم، شفافیت، تنوع کالبدی
اسکوئی، ۱۴۰۰	روانی اجتماعی، کالبدی فضایی، تسهیلات رفاهی و خدماتی
کریر، ۱۳۸۴	تنوع اختلاط کاربری‌ها و فعالیت شبانه روزی، نفوذپذیری، خوانایی
تیبالدز ^۴ ، ۱۳۸۸	تنوع کاربری، تنوع کالبدی
انجمن AIA ^۵ ، ۲۰۰۵	خوانایی، تنوع کالبدی، زیبایی بصری، امنیت، تنوع کاربری، نفوذپذیری، حضورپذیری مردم
گلکار، ۱۳۸۶	تنوع کالبدی، زیبایی بصری، امنیت، تنوع کاربری، حضورپذیری مردم
پامپر، ۲۰۰۷	موقعیت مکان، اندازه مکان، برنامه‌ریزی مکان، طرح مکان

1 Jon Montgomery

2 Bostic

3 Henry Shaftoe

4 Tybaldz

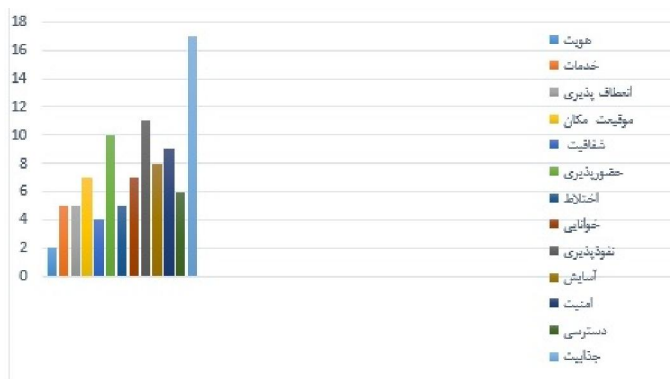
5 American Institute of Architects(AIA)

مونتگومری، ۱۹۹۸	تعداد افراد در خیابان در طی تمام طول روز و شب، استفاده از خدمات، تعداد رخدادهای فرهنگی و مراسم طی سال، حضور فعالیتهای زندگی در خیابان و به طور کلی احساس زنده بودن مکان
خراسانی زاده، ۱۳۹۹	تنوع کاربری، فعالیت اجتماعی و تعاملات، آسایش و راحتی، جذب مردم، کیفیت منظر، احساس شادی
راد جهانبانی و پرتوی، ۱۳۹۰	نشاط و سرزندگی ساکنان، سرزندگی فعالیتها و مغازهها، سرزندگی حرکت افراد پیاده
پاکزاد، ۱۳۸۶	تنوع در کالبد، عملکرد و کاربری، بهره گیری از عناصر طبیعی، دعوت کنندگی و حضور افراد، امنیت
لاندری، ۲۰۰۰	تنوع، دسترسی، ایمنی و امنیت، هویت و تمایز، خلاقیت و ارتباط، تشریک مساعی، ظرفیت سازمانی و رقابت
جعفری، ۱۳۸۹	گوناگونی فعالیتها، کیفیت امنیت محیط برای فعالیتها، تناسب بصری، غنای حسی، گوناگونی فرمها، تنوع رنگ، امنیت، آسایش اقلیمی، کیفیت اصوات و رایحه محیط، تقلیل آلودگیها
واپت ^۱ ، ۱۹۸۰	نفوذپذیری کالبدی و بصری، عدم اختلاف سطحهای شدید در فضاهای شهری، تأمین امکانات برای نشستن
گومز ^۲ ، ۲۰۲۲	تنوع عملکردی، تعاملات اجتماعی، دسترسی، تمرکز

منبع: نگارندگان

ارزش گذاری معیارهای سرزندگی بر اساس نظریه اندیشمندان

با توجه به مؤلفه‌های مطرح شده از هر یک از نظریه پردازان، ۱۳ آیتم پرتکرار در این مباحث مطرح می‌گردد که برای دستیابی مشخص‌تر به مؤلفه‌های مطرح شده از دید نظریه‌پردازان و همچنین میزان اهمیت هر کدام با توجه به میزان تکرارشان در نمودار زیر، آنالیزهای مربوطه استخراج می‌گردد.



نمودار(۱): ارزش گذاری معیارهای سرزندگی بر اساس نظریه اندیشمندان

منبع: نگارندگان

¹William-h-whyte

²Gomez Varo

با توجه به نمودار فوق مؤلفه "تنوع و جذابیت" به عنوان مهمترین فاکتور به دلیل بیشترین تکرار و بعد از آن مؤلفه "نفوذپذیری" و "حضورپذیری افراد" به ترتیب در رتبه دوم و سوم اهمیت قرار می‌گیرند. در نهایت هفت مؤلفه اصلی در این زمینه که بیشترین میزان ارزش را در نمودار داشتند که عبارتند از: جذابیت، نفوذپذیری، حضورپذیری، امنیت، آسایش، موقعیت مکان و خوانایی انتخاب شدند.

محدوده مورد مطالعه

شیراز یک از شهرهای بزرگ ایران و مرکز استان فارس است. این شهر همواره به عنوان یکی از بزرگترین مراکز فرهنگی تاریخی در عرصه ملی و بین‌المللی مطرح بوده است و به دلیل آثار ارزشمند تاریخی، جاذبه‌های طبیعی و کالبدی همیشه مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی بوده است. شیراز با وجود چهره‌های برجسته ادبی فرهنگی و تاریخی در عرصه ملی و بین‌المللی به پایتخت شعر و ادب ایران مشهور است و علاوه بر جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی با دارا بودن اماکن و بقاع فراوان مذهبی و وجود حرم حضرت شاهچراغ (ع) به عنوان سومین حرم اهل بیت در ایران شناخته شده است. از سوی دیگر مطابق پیش نویس برنامه ملی توسعه گردشگری، وظیفه‌ای بزرگ بر دوش شهر قرار گرفته و آن را با بیش از ۱۵۰ جاذبه تاریخی فرهنگی و طبیعی مرکز پنجمین منطقه گردشگری کشور به عنوان قلب پرشیا معرفی میکند. (مهندسان مشاور شهر و خانه، ۱۳۸۲) در این پژوهش شهر شیراز به عنوان شهری با سابقه تاریخی و فرهنگی و محل زندگی، هنرمندان، شاعران و عارفان، به عنوان بستر تحقیق انتخاب شده است. نمونه‌های موردی پژوهش نیز باغ آرامگاه حافظ و سعدی است که از جمله شخصیت تأثیرگذار در حوزه فرهنگ هستند.

■ حافظیه

حافظیه آرامگاه خواجه شمس‌الدین محمد متخلص به حافظ و ملقب به لسان‌الغیب است که در سال ۷۲۶ هجری قمری در شیراز به دنیا آمد و در همین شهر نیز به کسب علم و دانش مشغول گردید. وی نزد استادان معروف آن دوره به کسب علم و دانش پرداخت و سپس وارد عالم سیر و سلوک گردید. وی در سال ۷۹۱ هجری قمری چشم از جهان فروبست و او را در گورستان مصلاهی شیراز به خاک سپردند. شصت و پنج سال پس از درگذشت حافظ شمس‌الدین محمد یغمایی بر فراز قبر حافظ ساختمان گنبدی ساخت. از زمان ساخت بنا تاکنون تعمیرهای بسیاری انجام گرفته اما بنیادی‌ترین کار در زمان کریمخان زند انجام گرفت. او ساختمانی اساسی بر آرامگاه حافظ ساخت (خرمایی، ۱۳۸۸). در طراحی الگوی بنای حافظیه می‌توان به این موضوع اشاره کرد که محل قرارگیری آرامگاه همانند الگوی قرارگیری کوشک در باغ است. علاوه بر آن نشاندهنده نظم، تعادل، مرکزگرایی، محورگرایی، درونگرایی و هندسه خاص و چهاربخشی معماری باغ-آرامگاه است (یارمحمودی، ۱۴۰۰).

■ سعدیه

آرامگاه سعدی در کوی سعدی و تنگ سعدی در شما شیراز قرار دارد و زیارتگاه عارفان و دوستداران او می‌باشد. آرامگاه کنونی او پس از ویرانی آرامگاهی که بر فراز قبر سعدی کریم خان زند می‌سازد در سال ۱۳۳۱ خورشیدی ساخته می‌شود. از زمان مرگ سعدی تا به امروز آرامگاه وی را افراد بسیاری بازسازی کرده‌اند. در زمان زندیه کریمخان زند بنایی ارزشمند بر قبر سعدی ساخت و سنگ مزاری که هنوز باقی است را تهیه و بر آن نصب کرد. بنایی که کریمخان از آجر ساخته بود به صورت دو طبقه بود. (خرمایی، ۱۳۸۸) مقبره به صورت برون‌گرا طراحی شده، زیرا سعدی اهل سفر و گشت و گذار بوده است. دیدن مقبره به سهولت و به محض ورود به باغ، نشان دهنده سادگی و صمیمیت شاعر است. محورگرایی در آرامگاه سعدی به گونه‌ای است که در ذهن ناظر از بدو ورود، درک اولیه‌ای از باغ حاصل می‌شود. بنابراین محور اصلی باغ، عریضتر و در حدفاصل ورودی و مقبره قرار دارد به علاوه حضور پررنگ عنصر آب در محور اصلی باغ-آرامگاه، نشان دهنده اهمیت و مقدس بودن آن است (یارمحمودی، ۱۴۰۰).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش توصیفی تحلیلی است که با هدف بررسی سرزندگی شهری و وضعیت شاخص‌های آن در آرامگاه حافظ و سعدی در شهر شیراز انجام شده است. گردآوری اطلاعات به دو صورت اسنادی (کتابخانه‌ای) و پیمایشی (پرسشنامه) صورت گرفته است. در ابتدا از طریق بررسی متون داخلی و خارجی مرتبط با موضوع شاخص‌ها و متغیرهای مورد نیاز در موضوع سرزندگی شهری استخراج شد، بدین صورت که هفت شاخص جدآییت، نفوذپذیری، حضور پذیری، امنیت، آرامش، موقعیت مکان و خوانایی برای پژوهش در نظر گرفته شد. جامعه آماری پژوهش شامل بازدیدکنندگان بالای ۱۸ سال می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۰۰ نفر انتخاب شد که برای دقت بیشتر ۲۴۰ پرسشنامه با شیوه غیرتصادفی جمع آوری شد. برای بررسی روایی پرسشنامه از نظر متخصصان در این حوزه استفاده شد. همچنین برای سنجش پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتیجه به دست آمده نشان دهنده پایایی بالای ابزار مورد نیاز بوده است. برای تحلیل و تجزیه پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار spss استفاده شد.

پایایی پرسشنامه

در این مطالعه ۳۰ پرسشنامه قبل از توزیع نهایی، در بین گروه هدف توزیع شد، داده‌ها وارد برنامه نرم‌افزاری SPSS گردید و آلفای کرونباخ پرسشنامه بدست آمد؛ که نتایج حاصله از آن در جدول شماره ۳، ارائه شده است.

جدول (۳): مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده متغیرها

متغیرها	آلفای کرونباخ
امنیت	تک سؤال
تنوع و جذابیت	۰/۷۸
نفوذپذیری	۰/۷۱۱
موقعیت مکان	۰/۶۵۰
حضورپذیری	۰/۶۹۲
آسایش	۰/۷۳۵
خوانایی	۰/۷۰۵
سرزندگی در فضا	۰/۸۳۴

منبع: نگارندگان

مقدارهای آلفای کرونباخ بدست آمده برای متغیرهای پژوهش از ۰/۶۵۰ تا ۰/۸۳۴ نوسان می کند که همگی قابل قبولی می باشند و پایایی پرسشنامه را تأیید می کنند.

اطلاعات توصیفی یافته های پژوهش

در این بخش به بررسی نتایج و تجزیه و تحلیل آماری اطلاعات جمع آوری شده می پردازیم. ابتدا یافته های توصیفی متغیرهای پژوهش و پس از آن نتایج تحلیل هایی که برای بررسی سؤالات و فرضیه های پژوهش صورت گرفته اند. لازم به ذکر است که تحلیل ها با استفاده از نرم افزار SPSS 20 انجام شده است. به منظور بررسی اطلاعات توصیفی، میانگین، انحراف معیار و حداقل و حداکثر نمره آزمودنی در متغیرهای پژوهش حاضر، مورد بررسی قرار گرفت که نتایج حاصل در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

جدول (۴): اطلاعات توصیفی یافته های پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
امنیت	حافظیه	۱/۸۱	۱/۰۷	۵
	سعديه	۲/۱۱	۱/۲۳	۵
تنوع و جذابیت	حافظیه	۳۸/۰۸	۹/۰۵	۵۴
	سعديه	۳۴/۴۶	۷/۳۶	۵۵
نفوذپذیری	حافظیه	۳۴/۶۲	۷/۵۰	۵۰
	سعديه	۳۴/۴۶	۶/۷۲	۵۲
موقعیت مکان	حافظیه	۱۵/۰۱	۳/۶۲	۲۴
	سعديه	۱۵/۴۹	۴/۲۸	۲۶
حضورپذیری	حافظیه	۲۳/۲۹	۵/۵۲	۳۴
	سعديه	۲۲/۲۴	۴/۹۰	۳۴
آسایش	حافظیه	۳۴/۳۶	۷/۸۹	۵۲

۵۳	۲۳	۶/۷۷	۳۴/۵۷	سعدیه	
۳۱	۸	۵/۱۱	۱۹/۳۸	حافظیه	خوانایی
۳۳	۱۰	۴/۹۶	۱۸/۶۹	سعدیه	
۸۵	۲۶	۱۳/۰۲	۶۱/۲۰	حافظیه	سرزندگی در فضا
۹۲	۳۸	۱۱/۵۱	۶۱/۹۸	سعدیه	

منبع: نگارندگان

بررسی پرسش‌های تحقیق

پرسش اول: چه معیارهایی باعث افزایش حس سرزندگی در فضاهای گردشگری می‌شوند؟
فرضیه اول: به نظر می‌رسد مؤلفه‌هایی چون تنوع و جذابیت، آسایش، حضورپذیری مردم، نفوذپذیری، موقعیت مکان، امنیت و خوانایی باعث بالا بردن حس سرزندگی در فضاهای گردشگری می‌شوند. به منظور بررسی رابطه بین این مؤلفه‌ها با حس سرزندگی در فضاهای گردشگری، در جدول شماره ۵ ضریب همبستگی پیرسون بین این مؤلفه‌ها ارائه شده است.

جدول (۵): ماتریس هم بستگی متغیرهای پژوهش

سرزندگی در فضا		متغیر
سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۰/۰۰۱	۰/۴۸۶	امنیت
۰/۰۰۱	۰/۹۴۹	تنوع و جذابیت
۰/۰۰۱	۰/۹۲۵	نفوذپذیری
۰/۰۰۱	۰/۷۹۶	موقعیت مکان
۰/۰۰۱	۰/۸۷۷	حضورپذیری
۰/۰۰۱	۰/۹۳۳	آرامش
۰/۰۰۱	۰/۸۱۵	خوانایی

منبع: نگارندگان

با توجه به اینکه سطح معناداری مربوط به هر ضریب هم بستگی کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین ضریب همبستگی مربوط به هر مؤلفه با سرزندگی در فضا معنادار می‌باشد. با توجه به اینکه تمام ضرایب هم بستگی مثبت می‌باشند بنابراین رابطه بین آن‌ها مثبت می‌باشد و می‌توان نتیجه گرفت که؛ مؤلفه‌هایی چون تنوع و جذابیت، آرامش، حضورپذیری مردم، نفوذپذیری، موقعیت مکان، امنیت و خوانایی باعث بالا بردن حس سرزندگی در فضاهای گردشگری می‌شوند و فرضیه تأیید می‌شود.

پرسش دوم: مهمترین معیار افزایش دهنده سرزندگی در فضاهای گردشگری چیست؟
فرضیه دوم: تنوع و جذابیت مهمترین عامل افزایش دهنده سرزندگی در فضاهای گردشگری است.
 جهت بررسی فرضیه دوم به برازش مدل رگرسیونی همزمانی می‌پردازیم:

جدول (۶): بررسی معناداری مدل رگرسیون (آنالیز واریانس)

ضریب تعیین R^2	آماره F	سطح معناداری
۰/۳۸۳	۷۲۳/۸۱۰	۰/۰۰۱

منبع: نگارندگان

همانگونه که در جدول آنالیز واریانس مشاهده می‌شود؛ مقدار آماره F و سطح معناداری مربوطه، معنی‌داری مدل رگرسیونی را تأیید نمی‌کند (مقدار سطح معنی‌داری از ۰/۰۵ کوچکتر نمی‌باشد). هم چنین مقدار ضریب تعیین برابر ۰/۳۸۳ می‌باشد؛ یعنی مؤلفه‌های تنوع و جذابیت، آرامش، حضورپذیری مردم، نفوذپذیری، مکان، امنیت و خوانایی ۰/۳۸۳ از تغییرات متغیر سرزندگی در فضاهای گردشگری را بیان می‌کند.

جدول (۷): رگرسیون سرزندگی در فضاهای گردشگری بر مؤلفه‌ها

متغیر پیش بین	ضریب بتا	سطح معناداری
مقدار ثابت	۲/۴۶۸	۰/۰۱۱
امنیت	۰/۱۹۱	۰/۳۲۷
تنوع و جذابیت	۰/۵۶۶	۰/۰۰۱
نفوذپذیری	۰/۳۵۲	۰/۰۰۱
موقعیت مکان	۰/۲۰۲	۰/۰۴۵
حضورپذیری	۰/۲۲۱	۰/۰۰۸
آرامش	۰/۴۲۳	۰/۰۰۱
خوانایی	۰/۱۴۱	۰/۱۷۷

منبع: نگارندگان

با توجه به مقادیر بدست آمده در جدول مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی‌داری تنوع و جذابیت، آرامش، حضورپذیری مردم، نفوذپذیری و مکان کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین این مؤلفه‌ها دارای ضریب بتایی با تأثیر معنادار بر سرزندگی در فضاهای گردشگری می‌باشند. با توجه به مقادیر بتا برای هر مؤلفه مشاهده می‌شود که بیشترین ضریب تأثیر به مؤلفه تنوع و جذابیت مربوط می‌باشد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که؛ تنوع و جذابیت مهمترین عامل افزایش دهنده سرزندگی در فضاهای گردشگری است و فرضیه تأیید می‌گردد.

پرسش سوم: کدامیک از بناهای آرامگاه حافظ و آرامگاه سعدی دارای سرزندگی بیشتری می‌باشند؟

فرضیه سوم: آرامگاه حافظ از لحاظ سرزندگی دارای وضعیت مناسب‌تری نسبت به آرامگاه سعدی است. جهت آزمون فرضیه سوم از آزمون تحلیل واریانس چندمتغیره (MANOVA) استفاده می‌گردد.

جدول (۸): تحلیل واریانس چندمتغیره برای بررسی میزان سرزندگی در فضای گردشگری حافظیه و سعدیه

نام آزمون	مقدار	سطح معناداری
آزمون اثر پیلابی	۱/۶۶	۰/۱۲۸
آزمون لامبدای ویلکز	۱/۶۶	۰/۱۲۸
آزمون اثر هلتنینگ	۱/۶۶	۰/۱۲۸
آزمون بزرگترین ریشه روی	۱/۶۶	۰/۱۲۸

منبع: نگارندگان

همانطور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس چند متغیری (Manova) حاکی از این است که سطح معناداری مربوط به آزمون‌ها از ۰/۰۵ بیشتر می‌باشد؛ بنابراین از لحاظ آماری معنی‌دار نمی‌باشد. لذا می‌توان گفت که بین میزان سرزندگی در فضای گردشگری حافظیه و سعدیه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. برای بررسی دقیقتر، در ادامه از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه (Anova) در متن مانوا استفاده گردید.

جدول (۹): نتایج تحلیل واریانس یک طرفه روی زیرمتغیرهای میزان سرزندگی در فضای گردشگری حافظیه

و سعدیه

منبع اثر	متغیر ملاک	مقدار F	سطح معناداری
گروه	امنیت	۱/۲۳۱	۰/۲۷۰
	تنوع و جذابیت	۰/۲۶۳	۰/۶۱۰
	نفوذپذیری	۰/۰۶۹	۰/۷۹۳
	موقعیت مکان	۰/۲۹۱	۰/۵۹۱
	حضورپذیری	۰/۸۹۵	۰/۳۴۷
	آسایش	۰/۰۱۷	۰/۸۹۶
	خوانایی	۰/۷۴۶	۰/۳۹۰

منبع: نگارندگان

با مقایسه سطح معناداری حاصل از آزمون آنوا؛ در متغیرهای امنیت، تنوع و جذابیت، نفوذپذیری، مکان، حضورپذیری، آسایش و خوانایی سطح معناداری از ۰/۰۵ بیشتر می‌باشند؛ بنابراین این متغیرها در دو گروه دارای تفاوت معنادار نمی‌باشد.

نتیجه تحقیق

فضاهای گردشگری به منزله یکی از فضاهای عمومی شهری، یکی از مهم‌ترین کاربری‌های موجود در شهرهای توریستی هستند که وجود سرزندگی در آنها، بستری مناسب را برای نقش‌های متعدد اقتصادی، اجتماعی و... فراهم می‌کند. این پژوهش درصدد ارزیابی مفهوم سرزندگی در فضاهای گردشگری آرامگاه حافظ و سعدی در شهر شیراز می‌باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مؤلفه‌هایی چون تنوع و جذابیت، آسایش، حضورپذیری مردم، نفوذپذیری، موقعیت مکان، امنیت و خوانایی باعث بالا بردن حس سرزندگی در فضاهای گردشگری می‌شوند و فرضیه اول تأیید می‌شود. همچنین مطابق آنچه در فرضیه دوم مطرح گردید، تنوع و جذابیت به عنوان مهم‌ترین عامل افزایش دهنده سرزندگی در فضاهای گردشگری به شمار می‌رود. در ادامه نتایج پژوهش بیان می‌کند که تفاوت معناداری میان متغیرهای مورد پژوهش در آرامگاه سعدی و حافظ وجود ندارد. لذا خلاف فرضیه سوم ثابت شد. دقت در نتایج به دست آمده لزوم توجه به مؤلفه‌های اثربخش بر احساس سرزندگی در فضاهای عمومی و گردشگری را بیان کرده و نشان می‌دهد که به کارگیری این عوامل می‌تواند در کیفیت بخشیدن به فضاهای زندگی به میزان قابل توجهی مفید و مؤثر باشد. در نهایت نتایج این پژوهش می‌تواند در جهت بازنگری و ارتقای کیفی فضاهای شهری و افزایش سرزندگی این فضاها مورد استفاده قرار گیرد.

منابع و مأخذ:

- ۱- هشتجین، مهسا(۱۴۰۰)، تحلیل سرزندگی در فضاهای مجموعه‌های مسکونی، مجله دانش شهرسازی، ۵(۱)، ۱۱۳-۱۲۹.
- ۲- هدایت نژاد کاشی، مصطفی(۱۳۹۸). سرزندگی شهری مفهومی میان رشته ای. مجله مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۶(۲۰)، ۷۵-۱۰۷.
- ۳- خرمایی، محمد کریم(۱۳۸۹). شیراز شهر آسمانی، فرهنگ پارس. شیراز.
- ۴- یارمحمودی، زهرا و نیکنهاد، فاطمه(۱۴۰۰). بررسی تطبیقی نحوه انعکاس اندیشه شاعر و طراح بر معماری باغ مزار (نمونه‌های موردی: باغ آرامگاه حافظ و سعدی). مجله هنر و تمدن شرق، ۹(۳۲)، ۲۹-۴۴.
- ۵- جیکوبز، جین (۱۳۸۶). مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی. مترجم: حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی، چاپ اول، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- ۶- معرب، یاسر (۱۳۹۵). تحلیل و بررسی سرزندگی پارک‌های جدید شهری. آمایش جغرافیایی فضا، ۲۰، ۲۰۸-۱۹۳.
- ۷- عارف حسینی، سید علی (۱۴۰۰). سنجش و ارزیابی ابعاد سرزندگی در انواع فضاهای عمومی کلانشهر تبریز. مطالعات جامعه شناسی، ۱۴(۵۲)، ۶۵-۹۱.
- ۸- حیدرزاده، احسان (۱۴۰۰). تحلیلی بر سرزندگی خیابانهای تجاری شهری. جغرافیای اجتماعی شهری، ۸(۲)، ۲۴۵-۲۶۵.
- ۹- حسینی، علی (۱۴۰۱). تحلیل نقش فضاهای عمومی در ارتقای سرزندگی محلات شهری، مجله جغرافیا و توسعه شهری، ۱، ۱۷۵-۱۹۸.
- ۱۰- خراسانی زاده، فرنوش(۱۳۹۹). تبیین ساختاری عوامل مؤثر بر سرزندگی در فضاهای عمومی شهری اصفهان از دیدگاه شهروندان و گردشگران. نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۴(۷۲)، ۱۵۱-۱۸۱.
- ۱۱- کشاورز، امیر(۱۳۷۸). رابطه بین سرزندگی و ویژگی‌های جمعیت شناختی با شادکامی در مردم شهر اصفهان. مطالعات روان شناختی، ۴، ۶۳-۴۵.
- ۱۲- حبیبی، داود(۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر افول حس سرزندگی و زیست پذیری در بافت‌های تاریخی و فرسوده، شهر ایرانی اسلامی، ۱۴، ۷۷-۷۶.
- ۱۳- عظمتی، سعید و صالح پور، بهرام. (۱۴۰۰). امکان سنجی ارتقا سطح سرزندگی در فضای باز دانشگاهی از نگاه کاربران فضا به روش مدلیابی معادلات ساختاری، معماری و شهرسازی پایدار، ۹(۲)، ۲۱۵-۲۲۷.
- ۱۴- اسکویی، ارس (۱۴۰۰). سنجش شاخصه‌های سرزندگی شهری در سکونتگاههای غیررسمی. پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، ۹(۱)، ۱۴۳-۱۶۳.
- ۱۵- موسوی، میرنجف(۱۴۰۰). ارائه استراتژی جهت ارتقا حس زندگی در فضاهای شهری، فصلنامه توسعه پایدار شهری، ۳(۷)، ۱-۱۷.
- ۱۶- شجاعی، دلارام (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر ایجاد و ارتقاء اجتماع پذیری در فضاهای عمومی با مقیاس‌های مختلف شهر تهران. باغ نظر، ۳۴، ۱۰۸-۹۳.
- ۱۷- سرور، هوشنگ و اصغری، رویا(۱۴۰۰). تحلیل فضاهای عمومی شهرها از منظر رهیافت سرزندگی. برنامه‌ریزی فضایی، ۴، ۳۹-۵۸.

- ۱۸- خستو، مریم (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری. هویت شهر، ۶، ۷۴ - ۶۳.
- ۱۹- محدی، ندا (۱۳۹۴). نقش مبلمان شهری در سرزندگی پیاده راههای بافت تاریخی. پژوهشهای منظر شهر، ۴، ۶۸ - ۵۹.
- ۲۰- مرباغی، بهروز (۱۳۹۰). مترو معیار سرزندگی شهری. جستارهای شهرسازی، ۳۶، ۶۲ - ۵۵.
- ۲۱- دادپور، سارا (۱۳۹۱). معیارهای سرزندگی فضاهای شهری. جستارهای شهرسازی، ۳۷، ۳۹ - ۳۴.
- ۲۲- لطیفی، غلامرضا (۱۳۹۳). مقایسه تطبیقی سرزندگی شهری در محلات مجیدیه جنوبی و سعادت آباد تهران. مدیریت شهری، ۳۴، ۴۰ - ۲۷.
- ۲۳- آزاد ارمکی، مرضیه (۱۴۰۰). احیا زندگی شبانه در بافت شهری خیابان لاله زار. جامعه شناسی فرهنگ و هنر، ۲، ۱ - ۳۲.
- ۲۴- گلکار، کوروش (۱۳۷۹). مؤلفه‌های سازنده کیفیت طراحی شهری. صغه، ۳۲، ۶۵ - ۳۸.
- ۲۵- محمدی، محمود (۱۳۹۲). ارزیابی مؤلفه‌های کیفیت فضای شهری بر میزان مطلوبیت مسیرهای پیاده گردشگری. معماری و شهرسازی ایران، ۵، ۳۲ - ۱۵.
- ۲۶- بازوبندی، فرشاد (۱۳۹۳). نقش سرزندگی در ایجاد تصویر ذهنی شهروندان و میزان بهره‌گیری از فضای شهری. پژوهشهای منظر شهر، ۱، ۴۳ - ۳۳.
- ۲۷- ستاری فرد، شهرام (۱۳۹۴). بررسی نقش مراکز مذهبی در افزایش سرزندگی شهرهای معاصر. مدیریت شهری، ۴۰، ۱۵۸ - ۱۴۱.
- ۲۸- احمدی، علی (۱۳۹۳). بررسی وضعیت سرزندگی بافت‌های هدف برنامه‌های بازآفرینی شهری و ارائه راهکارهای ارتقاء آن. هفت شهر، ۴۸ - ۴۷، ۹۶ - ۸۵.
- ۲۹- شاهپوندی، احمد (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های کالبدی و اثرگذاری آن بر سرزندگی و زیست پذیری محله‌های قدیم شهری. مرمت و معماری ایران، ۹، ۲۶ - ۱۳.
- ۳۰- عباس زاده، شهاب (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر بهبود کیفیات فضایی پیاده راهها به منظور افزایش سطح تعاملات اجتماعی، مطالعه موردی: محورهای تربیت و ولیعصر تبریز. مطالعات شهری، ۴، ۱۰ - ۱.
- ۳۱- حسنی، علیرضا (۱۳۹۲). ایجاد سرزندگی شبانه شهری با رویکرد طراحی فضاهای ۲۴ ساعته، نمونه موردی خیابان آزادشهر مشهد، سمپوزیوم معماری و شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار
- ۳۲- هاشم پور، پریسا (۲۰۱۶). سرزندگی و معیارهای آن در معماری. کنفرانس بین‌المللی معماری، شهرسازی، مهندسی عمران، هنر، محیط زیست آینده افق و نگاه به گذشته
- ۳۳- طبیبیان، منوچهر (۱۳۹۵). بررسی نقش زیباسازی و ارتقا کیفیت محیط بر سرزندگی شهری، معماری و شهرسازی آرمانشهر، ۱۷.
- ۳۴- پورا احمد، احمد، زنگنه شهرکی، سعید، و صفایی رینه، مصطفی (۱۳۹۵). تحلیل نقش پیاده راههای شهری در ارتقای سرزندگی فضاهای شهری (مطالعه‌ی موردی: پیاده راه ۱۷ شهریور تهران). پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، ۴(۲)، ۱۷۵-۱۹۵.
- ۳۵- میکاییلی‌هاچه سو، گلناز (۱۳۹۶). بررسی و ارزیابی تطبیقی سرزندگی شهری در محله‌های اختصاصی و محلات سنتی با رویکرد توسعه پایدار در جغرافیا، جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۴.
- 36-Cowan, R. (2005). The Dictionary of urbanism, street wise press.

- 37-Landry, C. (2000). Urban Vitality: A New Source of Urban Competitiveness. Prince Claus Fund Journal, Archive Issue Urban Vitality-Urban Heroes.
- 38-Jacobs, J. (1961). The Death and Life of Great Cities. New York: Random House.
- 39-Lee, Y. J. (2008). Subjective Quality of Life Measurement in Taipei. Journal of Building and Environment, 43 (7): 1205-1215.
- 40-Marans, R. W. (2003). Understanding Environmental Quality through Quality of Life Studies: The 2001 DAS and Urban Planning 65. Journal of Landscape and Urban Planning, 65: 73-83
- 41-Carmona, M, Heath,T, Oc,T. Tiesdell,S.(2003), Public space urban space: The Dimensions of Urban Design, Architectural Press, London.
- 42-Lang, Jon. (2011). Companion to urban design: City branding,routledge,p.p:551-541
- 43-Trancik, R.(1986). Finding Lost Space: Theory of Urban Design, New York: Van Nostrand Reinhold
- 44-Tibbalds, F.(1990).Making People-friendly Towns: Improving the Public Environment in Town and Cities", Harlow: Longman
- 45-Lynch, K.(1993).The Image of the City", Cambridge, Mass: MIT Press
- 46-Lang, J.(1961).Urban Design - The American Experience, New York: Van Nostrand Reinhold.
- 47-Greene, S.(1992). Cityshape, JAPA, 58(2): 177-189.
- 48-Cooper Marcus, C. & W. Sarkissian.(1986). Housing as if People Mattered, Berkeley: University of California Press
- 49-Bentley et al. (1985). Responsive Environment, a Manual for Designers (pp. 85-95). Oxford Butterworth Architecture.
- 50-Krier,R.(1979). Urban Space,Academy Edition ,London
- 51-Montgomery, J. (1998). Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design. Journal of Urban Design, 3, 93-116
- 52-Lynch, K . (1981). A Theory of Good City Form (Cambridge, MA, MIT Press
- 53-Whyte,W. (1980). social life of small urban space. conservation foundation
- 54-Gehl, John, (1987). "Life Between Buildings", Van Nostrand Reinhold press
- 55-Jin, X., Long, Y., Sun, W., Lu, Y., Yang, W., Tang, J. (2017). Evaluating cities'
- 56-vitality and identifying ghost cities in China with emerging geographical data. Cities.Vol: 63, pp: 98–109

نقش امنیت منطقه و تأثیر آن بر گردشگری پایدار با رویکرد CPTED و روش پراونگ (نمونه موردی: شهر بستان آباد)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۰۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۱۳

داریوش ستارزاده^۱ سعید اربابی بستان‌آباد^{۲*} رویا اخگری^۳

- ۱- استادیار گروه معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
- ۲- دانشجوی دکتری شهرسازی، گروه معماری و شهرسازی، واحد بین‌المللی ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
- ۳- کارشناس مهندسی کشاورزی زراعت، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

چکیده

صنعت گردشگری در جهان از منابع مهم درآمد است و به دلیل ارزآوری بالای آن، تمرکز بر این حوزه می‌تواند سهم گردشگری را در تولید ناخالص ملی کشورها افزایش دهد. هدف از پژوهش پیشرو، بررسی نقش امنیت منطقه و تأثیر آن بر گردشگری پایدار در شهر بستان‌آباد با رویکرد CPTED و روش پراونگ است. جامعه آماری مورد مطالعه، بازدیدکنندگان از جاذبه‌های گردشگری است. نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران ۳۵۰ نفر محاسبه گردید. روایی تحقیق بر اساس نظرات کارشناسان و متخصصین پرسشنامه از قابلیت خوبی برخوردار است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش پراونگ استفاده شده است. نتایج حاصل از ارزیابی ارزش و شاخص‌های دسترسی، نظارت، قلمروگرایی و پشتیبانی و امکانات با رویکرد cpted نشان می‌دهد که شاخص دسترسی بالارزش و معیار نظارت برای شهرک ولیعصر بالارزش ۰/۲۸، معیار قلمروگرایی ۰/۶۲۵ و معیار پشتیبانی و امکانات رفاهی با امتیاز ۰/۵ می‌باشد که کمترین امتیاز به معیار نظارت با شاخص‌های سطح تمهیدات حفاظتی، نگهبان محله، استفاده از دوربین‌ها در محلات و گشت‌های پلیس تعلق دارد که می‌تواند منشأ شکل‌گیری آسیب‌های اجتماعی و ناهنجاری در محله شهر بستان‌آباد باشد. افزایش نظارت نیروهای انتظامی و امنیتی با فعال‌سازی نیروهای مردمی، افزایش دوربین‌های مداربسته در مکان‌های گردشگری و در صورت نیاز در محلات می‌تواند کمک شایانی در به حداقل رساندن آسیب‌های اجتماعی و افزایش تعداد گردشگران گردد.

واژه‌های کلیدی: امنیت گردشگری، شهر بستان‌آباد، روش پراونگ، رویکرد CPTED

مقدمه

با گسترش روزافزون گردشگری و نگرانی گردشگران از امنیت موجود در منطقه گردشگری باعث گردیده، امنیت در شهرها به عنوان پیش‌زمینه یک اجتماع سالم و بستر ساز توسعه جوامع انسانی باشد. سعادت یک اجتماع در گرو حفظ و بقاء امنیت و احساس ناشی از آن است. ضرورت پرداختن به موضوع امنیت شهری و گردشگری از آنجایی مهم می‌شود که وابستگی متقابل میان امنیت و گردشگری اجتناب‌ناپذیر است. امنیت زمینه‌ساز و بستر توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. امنیت پایدار نقشی اساسی در ثبات حاکمیت، دوام مردم و توسعه و پیشرفت ملت‌ها دارد. 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 محل‌های مورد بازدید، احداث دسترسی‌های خوب و قابل‌دسترس، هتل‌های چند ستاره است (کریم پور ریحان و همکاران، ۱۳۹۶). شهرهای امروز با تمام امکانات جدید، همانند گذشته قادر به تأمین آرامش و امنیت شهروندان نیستند. آنها به دلیل تمرکز بالای جمعیت و فعالیت‌های خارج از مقیاس انسانی و فراوانی ماشین، به تدریج از شاخص‌های آرامش و امنیت فضای شهری فاصله گرفته‌اند. در شهری که امنیت دارد، فرد دچار نگرانی و هراس نمی‌شود و احساس راحتی و امنیت دارد. در واقع پایه شهر ایمن بیشتر بر روی مسائلی می‌باشد که میزان خطرات در آن کمتر باشد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳). امروزه با عنایت به تعریف امنیت شهرنشینان و روش‌های بالا بردن آن به عنوان یکی از پارامترهای کلیدی متخصصان شهری تبدیل گشته و جدای از تبعات فرهنگی و اجتماعی ناشی از برنامه‌ریزی و طراحی محیط‌های امن شهری بر روش‌های رفتار شهروندان و درست شدن چگونگی محدوده با کاربری‌های مسکونی، اظهار خاصیت‌ها و تبعات ناشی از مرتب بر نقش کالبدی شهر بر کاهش آسیب‌های اجتماعی است که در قالب تئوری‌های نوین شهرسازی بدان اشاره شده است (فلیشر و هینمن، ۱۹۹۶: ۳۶). تغییر نگاه دست‌اندرکاران و شهرنشینان نسبت به جذب گردشگران شهری، ارائه رفتارهای قابل‌تأمل و تأمین امنیت گردشگرها، ارائه راهکارها برای حل مشکلات گردشگرها و توجه به گردش فرایند ارائه داده به گردشگران و... می‌تواند جزء مهم‌ترین پارامترهای گردشگری پایدار باشد (ایران‌منش و جهان‌بین، ۱۳۹۵). بنا به تعریف لاندبرگ اقتصاد گردشگری، تعداد مسافرت‌ها و پیامدهای اقتصادی آنها را اعم از تأثیر مستقیم و غیرمستقیم و القایی مورد مقایسه قرار می‌گیرد (لاندبرگ، ۱۳۸۳). آدریان بول نیز معتقد است که علم اقتصاد در بسیاری از حوزه‌ها نقش ایفا می‌کند، به‌ویژه در آنجا که لازم است اثرات اقتصادی و اقدامات مربوط به کنترل آثار گردشگری و نیروهای بازار که تقاضای گردشگران را به عرضه و کالاهای گردشگری، مرتبط می‌کنند مورد تحلیل قرار گیرند. اقتصاددانان، گردشگری را از نظر عرضه و تقاضا، تراز پرداخت‌ها، مبادلات خارجی، اشتغال، درآمد ملی و آینده‌نگری اقتصادی و سایر موضوعات مورد بررسی قرار می‌دهند (معصومی، ۱۳۸۵). امروزه اهمیت گردشگری به جهت بالابودن درآمد ارزی برای کشورها و همچنین تعداد گردشگران ورودی پراهمیت بوده است (Thomas & Sambrook, 2005: 18). توسعه گردشگری به‌ویژه در

کشورهای جهان سوم، عامل مؤثری در سنجش با نیازمندی است و باعث فزونی و رفاه اجتماعی می‌شود. که این امر مستلزم ارتقاء امنیت شهرها جهت ورود گردشگران به شهر و همچنین به دنبال آن سرمایه‌گذاری در حوزه‌های گردشگری و توسعه روزافزون شهرها خواهد بود.

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: نصیری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی مؤلفه‌های کالبدی و محیطی تأثیرگذار بر امنیت گردشگران در بافت تاریخی شهر یزد به این نتیجه رسیدند که همه مؤلفه‌های کالبدی بر امنیت گردشگران تأثیر دارد. همچنین متغیر بافت و تنوع کالبدی نسبت به سایر متغیرها دارای تأثیرگذاری بیشتری هستند. فتوکیان و همکاران (۱۴۰۰) در یک مقاله پژوهشی با تحلیل فضاهای گردشگری شهرستان رامسر از منظر امنیت با استفاده از تکنیک چیدمان فضا به این نتیجه رسیده‌اند چه بخش‌هایی از محیط گردشگری شهرستان رامسر دارای امنیت بیشتری یا کمتری است. شبیری و باقریان جلودار (۱۳۹۷) با انجام مقاله‌ای با تحلیل عواملی که بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران در شهرستان بابلسر مؤثر هستند به این نتیجه رسیده‌اند که میان احساس امنیت که به دو قسمت احساس امنیت اجتماعی و فردی تقسیم گردیده است و اعتماد شخصی، مصرف رسانه‌ای و اعتماد اجتماعی و نیز میان میزان تحصیلات و سن با احساس امنیت رابطه تنگاتنگی وجود دارد. بیگلری نیا و کیانی سلمی (۱۳۹۶) با عنوان پژوهشی با عنوان اولویت‌بندی و شناسایی بعد امنیت و اثر آن بر توسعه گردشگری شهری مورد مطالعه شهر کاشان به این نتیجه رسیده‌اند که پلیس از ارزش و اهمیت بالایی نسبت به دیگر عوامل برخوردار می‌باشد، مورد دوم امنیت کالبدی شهر، مورد سوم نقش سلامت و امنیت در محل اقامت مورد چهارم می‌باشد و در نهایت آخرین مورد و پنجمین عامل آرامش روانی و امنیت فردی است. کورتیت و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای به جست‌وجوی عوامل کارساز در امنیت شهرها و کشورهای مختلف پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که بر اساس یافته‌های پژوهش شکاف به‌طور خاص بر سطح امنیت حمل‌ونقل، فرودگاه‌ها، مراکز خرید و رستوران‌ها در شهر آنتالیا وجود دارد. وانگ و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان سی سال پژوهش در مورد امنیت گردشگری و ایمنی یک رویکرد مقایسه‌ای در محتوا به این نتیجه رسیده‌اند که بررسی‌های غربی و چینی چگونه که میزان گردشگران به عوامل احساس امنیت بستگی دارد و همچنین نتایج این مقاله نشان‌دهنده بررسی‌های غربی به‌صورت کلی تقاضای گردشگری و عرضه را در نظر می‌گیرند؛ اما از طرف دیگر بررسی‌های چینی نشان می‌دهد جذب گردشگر رابطه

مستقیمی با احساس امنیت دارد. فوری و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی و مشخص نمودن اثرگذاری تهدیدهای امنیتی بر گردشگرانی خارج از کشور (بین‌المللی) که وارد کشور می‌شوند پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که تهدیدهای امنیتی رابطه مستقیم با ورود گردشگران به کشور دارند بطوریکه در صورت احساس ایمنی مشابه با کشور خود وارد آن کشور می‌شوند و برعکس.

مبانی نظری

امنیت

امنیت کلمه‌ای است که آرامش و احساس خشنودی از آسایشی که در محیط دارد، دلالت می‌کند. به عبارتی هر آنچه در ذهن برای امن بودن خطوط می‌کند باید به ذهن آرامش بدهد بطوریکه که احساسی که در انسان به وجود می‌آید که او را به سمت آزادی و رهایی از ترس هدایت کند. پس می‌توان معنی کلمه‌های آسایش و آرامش و ایمنی را در تعریف امنیت دانست (عمید، ۱۳۴۵).

امنیت شهر

امنیت کلمه‌ای عربی از بن امن به معنی راحت و آسوده و بی‌ترس بودن است (معین، ۱۳۸۰: ۳۵۲). مفهوم امنیت در فرهنگ‌های لغت، در امان بودن، آرامش و آسودگی، حفاظت در مقابل خطر امنیت عینی و مادی است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳). امنیت بر اساس فرضیه نیازها در هرم مازلو در ۱۹۶۸، بر اساس یکی از احتیاج ضروری و پایه برای تعالی انسان معرفی شده‌است. امنیت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که به فضاهای عمومی شهری کیفیت می‌بخشد به شمار می‌آید. به این معنا که نداشتن امنیت در کنار وجود همه مؤلفه‌های کیفیت‌بخش در یک فضای عمومی شهری، بیانگر عدم موفقیت آن فضا است. فضاهایی مانند بازارها، خیابان‌ها و پارک‌ها از میان انواع فضاهای عمومی شهری به سبب ماهیت و موقعیت ویژه‌ای که دارند انتظار می‌رود کیفیت بهتری را به لحاظ امنیتی ارائه دهند. ترس از وقوع جرم در جامعه به‌عنوان مشکلی بزرگ‌تر از خود جرم تلقی می‌شود، زیرا مردم از حضور در فضاهایی که احساس درخطر بودن و آسیب دیدن می‌کنند دوری کرده و این محیط‌ها به تدریج تبدیل به مکان‌های ناامن می‌شوند. ایجاد محیطی که مردم در آن بدون واگرمه پیاده‌روی می‌کنند، تعداد چشم‌های ناظر را افزایش می‌دهند همین امر باعث افزایش کیفیت محیط می‌شود (یاران و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۵).

امنیت شهری در فضاهای عمومی شهری

امنیت یکی از اساسی‌ترین نیازهای بشری جهت رشد و توسعه است (Razaniak & Winiarczyk-Razaniak, 2014: 3). امنیت یک شهر از روش‌های طراحی شهری به دست می‌آید که باید با دیگر مقوله‌های مهم در خصوص تأمین امنیت یک شهر مورد ارزیابی قرار گیرد. عدم احساس امنیت در شهر باعث به وجود آمدن تهدیدها و چالش‌های فرهنگی و سیاسی و... گردد. بطوریکه امنیت یکی از نیازهای ضروری و بنیادی برای تعالی انسان تلقی می‌شود. امنیت از شاخص‌های کیفیت زندگی در شهرها هست. فقدان امنیت در فضاهای مسکونی شهری می‌تواند آسیب‌های اجتماعی جدی را ایجاد نماید. از آنجاکه فضاهای شهری امروزی یکی از عواملی است برای وقوع ناهنجاری‌های شهری و در نتیجه عدم وقوع امنیت در شهر، لذا بررسی جنبه‌های کیفی و کمی، امنیت، چه از لحاظ کالبدی و چه از لحاظ اجتماعی در داخل هر یک از فضاهای شهری امری ضروری است (آذر و محمدی بیرنگ، ۱۳۹۸: ۳۰). وجود امنیت همواره مورد توجه برنامه‌ریزان و طراحان شهری بوده است. عوامل مختلفی بر احساس امنیت شهروندان تأثیرگذارند، از جمله می‌توان به عوامل فردی، سن و جنسیت اشاره کرد. از میان عوامل کالبدی می‌توان به فضاهای بدون دفاع مقیاس فضا و نفوذپذیری فضا اشاره کرد (رضویان و آقایی، ۱۳۹۳: ۴۵).

مفهوم فضای شهری امن

مفهوم فضای شهری امن در مقابل فضای شهری ناامن قرار دارد. پدیده ناامنی دارای دو جنبه با چشم که قابل دیدن می‌باشد و قابل درک است و تمام ابعاد زندگی را در شامل می‌شود و تعریف ناامنی از نظر ذهنی شامل داوری در خصوص امنیت منطقه و فضاست. ناامنی پدیده‌ای مانند فقر است و می‌توان گفت که فقر سرآغاز آسیب‌های اجتماعی می‌باشد (صالحی، ۱۳۸۷).

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 فروشندگان 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 و امکانات در دسترس، به‌گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، و مقررات قانونی جامع و وحدت و یکپارچگی، انتظارات گردشگران، سلامت محیط‌زیست، هویت فرهنگی و تعادل اقتصادی و رفاه مردمان جامعه و میهمان‌های آنها را به‌طور

پیوسته در حد مطلوب برآورده کند (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۱۳۱-۱۳۲). امروزه گردشگری برای بسیاری از متصدیان امر به صورت یک امر فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سمبل مهم مطرح است. گردشگری در شهرها به نوعی فرآیند رقابتی میان شهرهای بزرگ جامعه تبدیل شده که مدیریت شهری با تعیین اهداف و ارائه تعاریف، داوری میان گزینه‌های گوناگون در زمینه آمایش، سرمایه‌گذاری و ایجاد ساختار مدیریت متمرکز و تجاری کردن کارهای گردشگری شهری گام مؤثری در توسعه پایدار محلی بردارند. استفاده از امکانات شهری برای گردشگران در کشورمان از کشورهای همسایه، کمتر بوده است. تعریف گردشگری از دهه هشتاد میلادی وارد فازهای تحقیقاتی و توسعه پایدار جوامع شده است. از هنگامی که گردشگری در تعطیلات برای زندگی شهرنشینی اهمیت یافته است و تعداد گردشگران افزایش یافته، گردشگری به عنوان یک مسئله مهم در توسعه پایدار محلی تبدیل گشته است. درک و فهم گردشگری و در نتیجه چرخه زندگی در اهداف شهری، روش‌های پیچیده‌ای را برای حل مشکلات و عملکردها در بردارد. در حال حاضر روش‌های نویی برای عملکرد گردشگری و گردشگران در مکان‌های شهری رخ داده 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 قسمت‌های اقتصادی در کشورها گردد (انوری آریا و نساج، ۱۳۸۶).

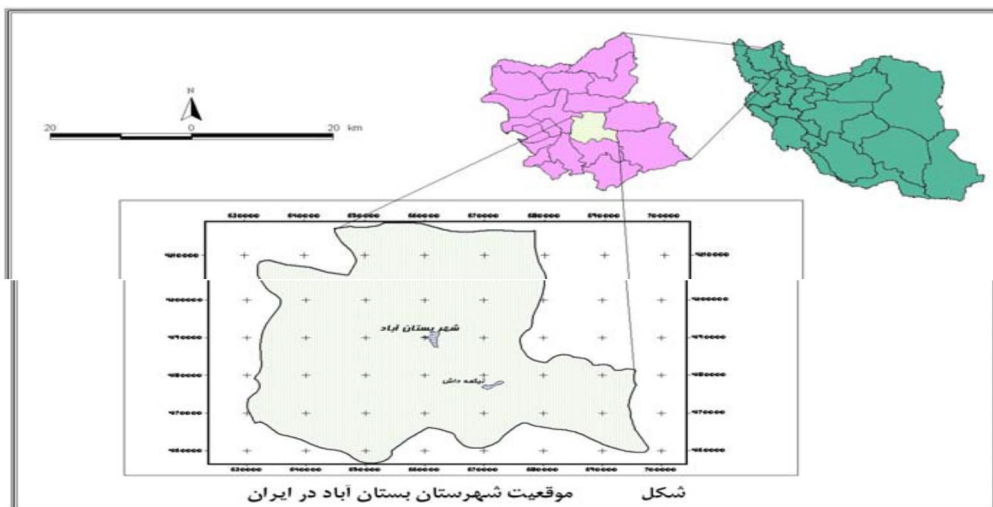
گردشگری پایدار شهری

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 به عنوان 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).

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 سه‌سهند به ارتفاع ۳۷۷۲ متر است. ارتفاع شهرستان بستان‌آباد از سطح دریا ۱۷۴۰ متر است. ارتفاعات شهرستان شامل کوه سه‌سهند، کوه شبلی، کوه تک آلتی، بیوک داغ، قباغ داغ، دروانه داغ، بزداغ و کوه حیدربابا هستند. بلندترین و معروف‌ترین قله شهرستان، کوه سه‌سهند 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 سه‌سهند به ارتفاع ۳۷۷۲ متر است. آب‌وهوای بستان‌آباد به دلیل قرار گرفتن در دامنه کوهستان سه‌سهند 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 سه‌سهند برخوردار بوده که همواره دارای جمعیت بوده و در متون تاریخی بازمانده از گذشته به اسامی «اوجن» و یا «اوجان» آمده است. نام‌گذاری و وجه تسمیه 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.



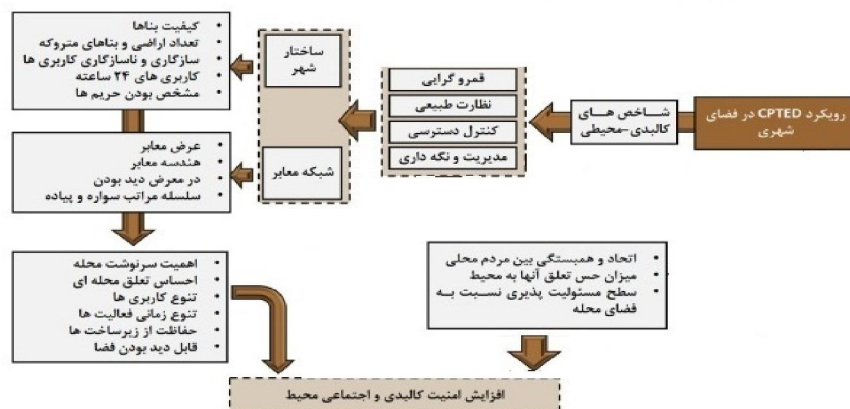
شکل ۱: موقعیت شهرستان بستان‌آباد در کشور ایران



شکل ۲: نقشه هوایی شهر بستان آباد

روش پژوهش

این پژوهش با توجه به اهداف و مؤلفه‌های موردبررسی یک تحقیق کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق از ساکنین محلات شهرستان بستان آباد می‌باشد. نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران ۳۵۰ نفر محاسبه گردیده است. برای جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق از روش کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی استفاده شده است. بنابراین ابزار جمع‌آوری اطلاعات از یک سو، کتاب، مجلات معتبر، ماهنامه‌ها، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و سایر اسناد و مدارک اعم از ابزار پرسشنامه و برای تکمیل داده‌ها از آمارهای رسمی استفاده شده است. در این پژوهش برای تعیین ارزش هر یک از جاذبه‌های گردشگری شهر بستان آباد از روش پراولونگ، جهت تجزیه و تحلیل میزان اثرگذاری شاخص‌های امنیت با رویکرد CPTED در این شهر استفاده شده است.



شکل ۳: الگوی مفهومی پژوهش (منبع: نگارندگان)

یافته‌ها

اولویت‌بندی امنیت شهر بستان آباد

در روش پراولونگ، با استفاده از میانگین شاخص‌های دسترسی، نظارت، قلمروگرایی و پشتیبانی امکانات رفاهی و خدماتی که از ۵ سطح مختلف نمره دهی می‌شوند، به دست می‌آید. مقیاس یا طیف لیکرت پنج سطحی شامل پنج گزینه برای پاسخ است. مقیاس لیکرت پنج سطحی

معمولاً برای اندازه‌گیری و سنجش رضایت مورداستفاده قرار می‌گیرد. این امتیازات بر اساس نظرات و دیدگاه‌های متخصصین و خبرگان به‌دست آمده است.

جدول ۱: اولویت‌بندی امنیت شهر بستان‌آباد

معیارها	امتیاز	۰	۰/۲۵	۰/۵	۰/۷۵	۱
دسترسی	تعداد ورودی	-	۱	۲	۳	بیش از ۳
	مسیرهای دسترسی	-	خاکی	سنگفرش	شنی	آسفالت
	متوسط فاصله از مرکز شهر	تا ۱۰۰۰ متر	تا ۲۰۰۰ متر	تا ۳۰۰۰ متر	تا ۴۰۰۰ متر	بیش از ۴۰۰۰ متر
	دسترسی به اماکن	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	استفاده از محوطه‌سازی، حفظ و نرده	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	نظارت	سطح تمهیدات حفاظتی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد
نگهبان محله		ندارد	یک محله	دو محله	سه محله	بیش از سه محله
استفاده از دوربین‌های محله		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
گشت‌های پلیس		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
قلمروگرایی	وضعیت مکان	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	جذابیت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	میزان محصور بودن	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	احساس رضایت	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
پشتیبانی و امکانات رفاهی	نورپردازی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	امنیت منطقه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	آسایش فیزیکی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	مبلمان شهری	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
	روابط همسایگی بالا	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد

(مأخذ: نگارندگان)

مفاهیم اساسی رویکرد Cpted

در رویکرد مفاهیم مختلفی روبرو هستیم که به تحقق این رویکرد کمک شایانی می‌نماید. اهم این موارد عبارت‌اند از:

قلمروگرایی: به این مفهوم است مکان‌های بیرونی باید طوری باشد که به یک فرد احساس مالکیت کند.

نظارت: برای جلوگیری از بزه خلافکاران و تبهکاران باید نظارت باشد.

نظارت طبیعی: از طریق و کمک مردم به دست آید.

نظارت سازمان‌دهی شده رسمی: با استفاده از تجهیزات الکترونیک مانند دوربین بهره جست.

دشواری و سخت کردن دستیابی به اهداف مجرمانه: برای در امان ماندن ساختمان‌ها مانند

نصب دزدگیر در ساختمان نسبت به جلوگیری از اعمال مجرمانه افراد جلوگیری کرد.

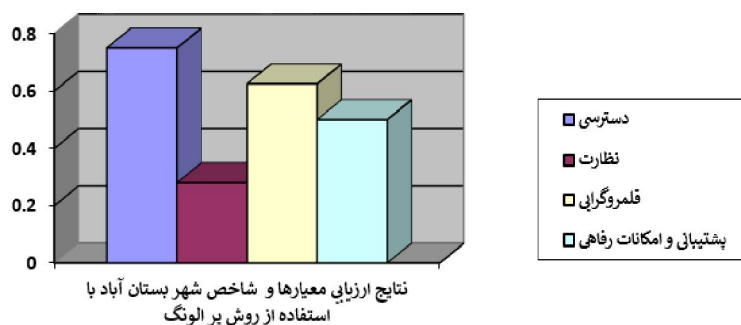
کنترل ورودی‌ها و دسترسی‌ها: برای ممانعت از ورود افراد غیرخودی به ساختمان‌ها باید از موانع فیزیکی استفاده کرد یا نگهبان‌های ساختمان و حتی محله. نگهداری و تعمیر: می‌توان با تعمیر و نگهداری از مبلمان‌های شهری و همچنین افزایش چراغ‌های معابر و محوطه‌ها، آسیب‌ها و بزه‌های اجتماعی را کاهش داد (Pakzad, 2014: 60).

بحث و نتیجه گیری

جهت تجزیه و تحلیل داده از روش پراونگ استفاده شده است. نتایج حاصل از ارزیابی صورت گرفته از ارزش و شاخص‌های دسترسی، نظارت، قلمروگرایی و همچنین پشتیبانی و امکانات با رویکرد *capted* نشان می‌دهد که شاخص دسترسی با ارزش و معیار نظارت برای شهر بستان‌آباد با ارزش ۰/۲۸ و همچنین معیار قلمروگرایی برای این شهر ۰/۶۲۵ و همچنین معیار پشتیبانی و امکانات رفاهی با امتیاز ۰/۵ می‌باشد که کمترین امتیاز به معیار نظارت با شاخص‌های سطح تمهیدات حفاظتی، نگهبان محله، استفاده از دوربین‌ها در محلات و همچنین گشت‌های پلیس می‌باشد که می‌تواند منشأ شکل‌گیری آسیب‌های اجتماعی و ناهنجاری در محله شهر باشد.

جدول ۲: نتایج ارزیابی معیارهای شهر بستان‌آباد با استفاده از روش پراونگ

۰/۷۵	دسترسی
۰/۲۸	نظارت
۰/۶۲۵	قلمروگرایی
۰/۵	پشتیبانی و امکانات رفاهی



شکل ۴: نتایج ارزیابی معیارهای شهر بستان‌آباد با استفاده از روش پراونگ

با توجه به پژوهش حاضر می‌توان نتیجه گرفت امروزه گردشگری و امنیت به‌عنوان یکی از پارامترهای صنعت توسعه پایدار و اثرگذار در گردشگری پایدار می‌باشد. 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 برنامه‌ریزان مدیریت شهرهای جامعه در حوزه

گردشگری شهری است. و همچنین تأمین امنیت به عنوان یکی از اساسی ترین نیازهای انسان همیشه در همه جوامع مورد توجه بوده است. احساس امنیت، دارای نقش اساسی در رضایتمندی شهروندان و مطلوبیت زندگی در قالب توسعه پایدار انسانی بشمار می آید. بدیهی است که بدون ایجاد، امنیت نمی توان انتظار کارایی ساختار شهری به مثابه سیستمی از عناصر برای سکنی گزینی شهروندی و زندگی همراه با رفاه و کرامت انسانی را داشت. توسعه گردشگری شهری با ارتقای ابعاد کمی و کیفی با حداکثر بازده یکی از مهم ترین فعالیت های عمده مدیریت اجرایی شهرها در عصر حاضر می باشد. وجود جاذبه های متنوع در شهرها چون اماکن تاریخی، فضاهای سبز، مراکز فرهنگی، امکانات ورزشی، تسهیلات مهمان نوازی، مراکز خرید، بازارها و... جزء پارامترهای مهم شکل گیری گردشگری شهری می باشد. صنعت توریسم و گردشگری فعالیت های مختلفی را در بر گرفته و با بخش های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی به طور مستقیم و غیرمستقیم در ارتباط است. با توجه به پژوهش صورت گرفته می توان به این پرسش، (مؤلفه ها و عوامل مؤثر امنیت شهری برای گردشگری در شهر بستان آباد چیست؟). پاسخ داد که اصلی ترین مقوله در این شهر نظارت می باشد که با نصب دوربین های نظارتی و همچنین بالابردن سطح تمهیدات حفاظتی و همچنین گسترش گشت های پلیس در این محله می توان به یک امنیت نسبی و پایدار دست یافت. امروزه به دلیل آثار چشمگیر فعالیت های گردشگری در مناطق پذیرنده گردشگران توجه ویژه ای به این بخش از فعالیت های معطوف شده است.

منابع و مآخذ:

- ۱- آذر، ع.، محمدی بیرنگ، م. ۱۳۹۸. تحلیل احساس امنیت زنان در فضاهای عمومی با تأکید بر پارک‌های شهری مطالعه موردی تبریز. پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۱۰(۲۰): ۲۷-۴۰.
- ۲- الوانی، س م، پیروز بخت، م. ۱۳۸۵. فرایند مدیریت جهانگردی. انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۳- انوری آریا، م.، نساج، م. ۱۳۸۶. بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضای شهری. همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری، توسعه پایدار، اسلام‌شهر.
- ۴- پورجعفر، م ر.، محمودی نژاد، ه.، رفیعیان، م.، نصاری، م. ۱۳۸۷. ارتقاء امنیت محیطی کاهش جرائم شهری با تأکید بر رویکرد CPTED. ویژه‌نامه مهندسی معماری و شهرسازی، ۱۹(۶): ۷۳-۸۲.
- ۵- دیناری، ا. ۱۳۸۹. گردشگری شهری در ایران و جهان. انتشارات واژگان خرد.
- ۶- رضویان، م ت.، آقایی، پ. ۱۳۹۳. بررسی و ارزیابی احساس امنیت اجتماعی در محله نمونه موردی مطالعه تطبیقی محلات جماران و فاطمی. جغرافیایی چشم‌انداز زاگرس، ۶(۲۰): ۴۳-۵۷.
- ۷- صادقی، ل.، بنی عامریان، ج.، ذوقی، ا. ۱۳۹۰. نقش شهرسازی در ارتقاء امنیت شهری. دانش انتظامی کردستان، ۲(۸): ۸۳-۱۰۲.
- ۸- صالحی، ا. ۱۳۸۷. ویژگی‌های محیطی فضاهای شهری امن. مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری تهران.
- ۹- 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.
- ۱۰- معین، م. ۱۳۸۰. فرهنگ معین. انتشارات امیرکبیر.
- ۱۱- یاران، ع.، ارجمندی، ه.، مسگریان، م. ۱۳۹۸. تأثیر مؤلفه‌های کالبدی و احساس امنیت زنان در فضاهای باز گردشگری (نمونه موردی: خیابان سی تیر تهران). منظر، ۱۱(۴۷): ۲۴-۳۷.
- 12-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.
- 13-Mcinosh, W. R. Chalres, R. G. 1995. Tourism Principles, practices, Philosophis, United Statates of America. Johhn Wiley & Sons, Inc.
- 14-Razaniak, P. Winiarczyk-Razaniak, A. 2014. Influence of the Social Security level on Population Migration in Poland. Social and Behavioral science, 12: 2-12.
- 15-Thomas Rpigozzi, B. Sambrook, R. 2005. Tourist Carrying Caribbean, the PROFESSIONAL Geographer, 57(1): 13-20.

نوع‌شناسی گردشگری شهری بر اساس صنایع خلاق (مطالعه موردی: شهر اصفهان)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۲۶ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۲۵

وحید غرق‌ی شفیعی^۱ علی رشیدپور^{۲*} سعید شریفی^۳

- ۱- دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.
- ۲- دانشیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.
- ۳- استادیار گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

چکیده

یکی از بخش‌های مهم و در حال رشد سریع در جهان، گردشگری است که در رشد اقتصادی کشورها بسیار مؤثر است و در این میان سیستم اقتصادی جهانی صنعت گردشگری روزبه‌روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از این‌رو هدف از پژوهش حاضر نوع‌شناسی گردشگری شهری بر اساس صنایع خلاق است. روش انجام پژوهش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری صاحبان مشاغل صنایع خلاق و گردشگری استان اصفهان بود که با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. با استفاده از ابزار پرسشنامه بر گرفته شده از مصاحبه و کدهای استخراجی در قالب ۴۰ گویه داده‌ها جمع‌آوری شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنف و بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها، آزمون t تک نمونه و آزمون تحلیل واریانس استفاده شد. نتایج نشان داد: (۳۸٪) از گردشگران در گروه گردشگران غیرنهادی (۳۵٪) نیمه نهادی و (۲۷٪) نهادی محسوب می‌شوند. هم‌چنین هرچه نوع گردشگری از سمت غیرنهادی به سمت نهادی حرکت می‌کند میزان میانگین متغیرهای موردنظر بیشتر می‌شود و گردشگران نهادی به گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت بیشتری از گردشگران نیمه‌نهادی می‌دهند. گردشگران نیمه‌نهادی نیز به گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت بیشتری از گردشگران غیرنهادی می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: نوع‌شناسی، گردشگری شهری، صنایع خلاق.

مقدمه

گردشگری (Tourism)، به‌منزله گسترده‌ترین صنعت خدمتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، و سیاسی به خود اختصاص داده است (فقیهی و همکاران ۱۳۸۲). گردشگری اهمیت بسیار زیادی در اقتصاد کشورها وجود دارد (فروزان، ۱۴۰۲). صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در جهان شمرده می‌شود به‌طوری‌که منبع اصلی درآمد ارزی، اشتغال، ایجاد عدالت اجتماعی، رشد فرهنگی، افزایش رفاه و زمینه‌ای برای رشد بخش خصوصی و ابزاری برای توسعه زیرساخت‌ها است (Ata et al, 2016). صنعت گردشگری یک فعالیت جهانی است که به‌صورت مستقل و غیرمتمرکز توسعه می‌یابد. (Ying-Yen, 2022). گردشگری را می‌توان صنعت سفید نامید، زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده‌سازی محیط زیست انسانی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد (خلیلوند و سادات‌نژاد، ۱۳۹۴). یکی از موضوعات داغ در علم و عمل گردشگری، بررسی وضعیت و چشم‌اندازهای توسعه گردشگری است (Fadbir & Rafae, 2021). مزایای اقتصادی گردشگری شامل گسترش اقتصاد محلی و ایجاد درآمدهای مالیاتی است (Gursoy et al, 2019؛ Jordan et al, 2019). در این‌میان، ایران از لحاظ داشتن اینبیه تاریخی، جزء نه کشور نخست دنیا و از لحاظ جاذبه‌های توریستی در میان ده کشور برتر دنیا قرار دارد (ارمغان ۱۳۹۵). در این زمینه آشورت و پیچ (۲۰۱۱) تصریح می‌کنند، گردشگران شهری بیش از هر چیز گردشگر فرهنگی هستند چرا که موضوع گردشگری آن‌ها بیشتر فرهنگی هستند. در واقع بیشتر حوزه‌هایی که گردشگران شهری را در بر می‌گیرد از جمله بناهای تاریخی، مجسمه‌های باستانی، الگوهای خیابانی منحصر به فرد، موزه‌ها، گالری‌های هنری، سینما، سالن کنسرت، تئاتر، مراکز کنفرانس، کلوپ‌های شبانه، کافه‌ها، باشگاه‌های رقص، کازینوها، کافه‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، امکانات ورزشی، امکانات تفریحی، رویدادهای سازمان یافته، پارک‌ها، حوزه‌های سبز، باغ‌های گیاه‌شناسی که در حوزه صنایع فرهنگی و خلاق قرار می‌گیرند (Richard, 2014؛ Ashworth & Page, 2011). در حال حاضر، رشد سریع صنایع خلاق در حال توسعه وجود دارد. (Elena & et al, 2016)

از آن‌جایی که دولت‌ها در سراسر جهان شروع به شناخت نقش خلاقیت در ارتقای نوآوری و مزیت رقابتی در اقتصاد دانش جهانی کرده‌اند، صنایع مبتنی بر دانش خلاق در کانون توجه قرار گرفته‌اند. (Martínez, Daniel & Alexandros, 2019)

صنایع خلاق بخشی از صنعت گردشگری هستند و در دهه گذشته با شتاب در حال رشد بوده‌اند (Jelincic, 2021). تغییرات آب و هوا (Pang et al, 2013)، آگاهی روزافزون از مسائل زیست محیطی (Kilipiris & Zardava, 2012)، نیاز به توسعه گردشگری پایدارتر (Torres- Delgado & Saarinen, 2014)، تقاضاهای روبه‌رشد برای خدمات گردشگری با کیفیت بالا و افزایش رقابت در بازار گردشگری به تقویت اشکال جدید صنایع خلاق در گردشگری کمک کرده است (Butnaru & Miller, 2012؛ Garrigos-Simon et al, 2019؛ Varotsis, 2019). صنایع خلاق اشاره به طیف وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی مبتنی بر دانش و اطلاعات است که

در گذشته از آن به عنوان صنایع فرهنگی یاد شده است (Hesmondhalgh, 2002). در واقع می‌توان صنایع فرهنگی را تولید در مقیاس صنعتی همراه با محتوای فرهنگی دانست (Towse, 2003). از این‌رو دو ویژگی عمده صنایع فرهنگی «تولید صنعتی» و «محتوی فرهنگی» است که در شکل جدید آن با محتوی «خلاق» معرفی می‌شود. سازمان جهانی مالکیت فکری (World Intellectual Property Organization)، انتشار و توزیع کارهایی که مستقیم یا غیرمستقیم متضمن خلق و تولید است و مشمول کپی رایت قرار می‌گیرد در زمره صنایع خلاق قرار می‌دهد. هر چند این تعریف کلی و دامنه شمول گسترده‌ای دارد اما در شکلی مشخص بر اساس دسته‌بندی وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش انگلستان در سال (۲۰۱۵) ۹ بخش خلاق شامل تبلیغات و بازاریابی، معماری، صنایع دستی، طراحی (محصول، گرافیک و طراحی مد)، رسانه‌ها (فیلم، تلویزیون، ویدئو، رادیو و عکاسی)، فناوری اطلاعات و ارتباطات (نرم‌افزار و خدمات کامپیوتر)، انتشار، موزه‌ها (گالری‌ها و کتابخانه) و موسیقی (اجرا و هنرهای تجسمی) به رسمیت شناخته شده‌اند (DCMS, 2015) بر اساس دیدگاه Howkins (۲۰۰۱) اسباب بازی‌ها و بازی‌ها نیز به عنوان بخشی از صنایع خلاق در اقتصاد خلاق به‌شمار می‌روند.

با توجه به مطالب بیان شده ایران یکی از کشورهای مهم جهانی از نظر تنوع و تعدد جاذبه‌های گردشگری است (Saghaei, 2007) کشور ایران به دلیل افزایش جمعیت شهری و محدودیت‌های زیست‌محیطی از یک سو و دارا بودن ظرفیت‌های گردشگری فرهنگی، توجه به قابلیت‌های صنایع خلاق می‌تواند یک راهکار مهم برای تقویت صنعت گردشگری باشد. با این وجود اطلاعاتی در خصوص این‌که هر یک از کلان‌شهرهای ایران بر اساس کدام یک از ظرفیت‌های صنایع خلاق امکان جذب گردشگر شهری را دارند در دست نیست. این پژوهش در تلاش است تا با رویکرد جدیدی به صنایع خلاق ظرفیت‌های تبدیلی آن‌ها را به امکانی برای جذب گردشگران شناسایی و از طریق آن گونه‌های مختلف گردشگری شهری را بر اساس آن به استعداد هر کلانشهر معرفی نماید. با توجه به مطالب مذکور این پژوهش در تلاش است تا برای سؤال زیر پاسخ درخور و مناسب بیابد. انواع گردشگری شهری بر اساس ظرفیت‌های شناسایی شده صنایع خلاق چگونه است؟

مبانی نظری

رشد و گسترش شهرنشینی در قرن اخیر و به دنبال آن پیامدهایی که از تحولات زندگی شهری حاصل می‌شود، نیاز مبرم انسان شهرنشین را برای گذاراندن اوقات فراغت (گردشگری) فراهم آورد. امروزه گردشگری به عنوان یک صنعت در جهان شناخته می‌شود و یکی از منابع مهم درآمدی (تا جایی که بسیاری از نویسندگان گردشگری را یک فرصت منحصر به فرد و تأثیرگذار اقتصادی در مقیاس محلی و ملی می‌دانند) و در عین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی در جهان است. در این میان سرآمد انواع گردشگری‌ها و پر مخاطب‌ترین آن‌ها، گردشگری شهری است. (ابراهیمیان و همکاران، ۱۳۹۶) محیط‌های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند، از یکسو کانون‌های شهری را به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت

به عنوان مبداء مسافرت‌های گردشگری محسوب می‌گردند و از سوی دیگر بعضی از شهرها به علت وجود امکان فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، فراغتی و جاذبه‌های تاریخی و گردشگری به عنوان مسافرت‌های گردشگری برگزیده می‌شوند (دیناری، ۱۳۸۹). گردشگری در شهرهایی توسعه پیدا می‌کند که علاوه بر داشتن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری، از امکانات و خدمات مناسب نیز بهره‌مند باشند. (موحد، ۱۳۸۴)

• مدیریت گردشگری

امروزه گردشگری شهری را یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی-اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان می‌دانند. (موحد و دولت‌شاه ۱۳۹۰) یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری در شهرها، مدیریت گردشگری است، مدیریت دربرگیرنده یک نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضاها تأکید بر پایداری مد نظر است. Goeldner & Ritchie در زمینه پارامترهای مؤثر بر گردشگری، وضعیت منابع طبیعی، روح مهمان‌نازی، منابع فرهنگی و مدیریت گردشگری را مهم‌تر از سایر عوامل می‌دانند (Pinkster & Boterman, 2017). رشد و توسعه گردشگری در شهرها نه تنها به حفاظت و پیشرفت شهر وابسته است، بلکه ایجاد سازمانی قوی را نیز طلب می‌کند، سازمانی که حفاظت و گردشگری را با هم برنامه‌ریزی و مدیریت کند. (موحد، ۱۳۸۶)

• تقویت صنایع خلاق

اهمیت روزافزون صنایع خلاق در اقتصاد کشورها با شاخص‌هایی هم‌چون افزایش سهم این صنایع در تولید ناخالص داخلی و ملی در سال‌های اخیر مشخص می‌شود. از اواخر قرن بیستم، مفهوم خلاقیت به‌طرز فزاینده‌ای در مباحث مرتبط با توسعه گردشگری و بازسازی شهری مورد توجه قرار گرفته است. ظهور و فراگیر شدن ایده شهر خلاق شاهی بر این ادعاست. رقابت شدید میان شهرها به عنوان مقاصد گردشگری، شهرها را ناگزیر به یافتن راهکارهایی جهت متمایز شدن از سایر شهرها و مقاصد گردشگری کرده است. تمرکز بر توسعه صنایع خلاق و به کارگیری استراتژی‌های شهرهای خلاق یکی از راهکارهای پیش روی بسیاری از شهرهای امروزی است. (شاملی حاجی آبادی و همکاران ۱۳۹۷)

• زیرساخت‌های گردشگری

امروزه گردشگری با ویژگی‌های توسعه مدارانه خود نقش مهمی در اقتصاد کشورهای جهان ایفا نموده است. با توجه به این‌که ارتقاء و گسترش گردشگری، خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است، تنظیم برنامه‌های متناسب با شرایط و امکانات مناطق گردشگری با هدف کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای، شناخت و درک تفاوت‌های موجود میان مناطق و نواحی مختلف امری ضروری است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴). ویژگی‌های مقصد را در چهار دسته

جاذبه‌ها، دسترسی‌ها، امکانات رفاهی و خدمات جانبی گروه‌بندی کردند. این ویژگی‌ها را می‌توان زیرساخت‌های خاص گردشگری دانست که تقاضای زیادی را برای یک مقصد ایجاد می‌کند. (یوسفی شهیر و همکاران، ۱۳۹۴)

رویکرد جامعه‌شناختی انواع گونه‌شناسی

در متون گردشگری انواع گونه‌شناسی‌ها از گردشگران ارائه شده است. یک دسته‌بندی عام، گردشگری را به دو گونه‌ی انبوه و جایگزین تقسیم می‌کند (کاظمی، ۱۳۸۲). انواع دیگری از گونه‌شناسی‌های گردشگران توسط محققان دیگر ارائه شده است، از جمله طبقه‌بندی‌های گردشگران از نظر درآمد، سن، دوره زندگی، سطح آموزش و فرهنگ، شیوه سازماندهی، مسافرت شخصی یا به صورت گروهی، ویژگی‌های مسافرت، مدت آن، اقامتی یا متحرک بودن، کشورها یا نواحی مورد بازدید و... (Tucker, 2003). این طبقه‌بندی‌ها در مقایسه با طبقه‌بندی‌های جدیدتری که منحصراً سبب تمایز نگرش‌های گردشگران نسبت به تجارب گردشگری می‌شوند ارزش جامعه‌شناختی کمتری دارند. کوهن (۲۰۰۴) اولین سنخ‌شناسی مبتنی بر رویکرد جامعه‌شناختی را توسعه داد. از دید وی، قرار گرفتن در محیط جدید، فرصت تجربه‌های جدید را برای گردشگر فراهم می‌آورد. این تجربه‌های جدید هم جنبه‌ی هیجانی و هم شناختی دارند (Cohen, 2004). کوهن بیان می‌کند که تجربه‌ی گردشگر ترکیبی از درجاتی از تازگی با درجاتی از آشنایی است. بنابراین برای طبقه‌بندی انواع گردشگری، می‌توان پیوستاری از آشنایی / غریبگی یا مانوس بودگی / تازگی را در نظر گرفت. کوهن (۲۰۰۴) این پیوستار را مبنای تحلیل جامعه‌شناختی پدیده‌ی گردشگری مدرن بین‌المللی خود قرار می‌دهد (فروغ‌زاده و رضوان‌زاده، ۱۳۹۳). دسته‌بندی کلی کوهن شامل نقش‌های گردشگر نهادی و نقش‌های گردشگر غیرنهادی است. (Cohen, 2004). میزان و کیفیت ارتباط گردشگر با اجتماع میزبان و نیز کم‌وکیف تأثیر گردشگر بر جامعه میزبان، در نوع غیرنهادی بیشتر از نوع نهادی است. در گونه گردشگر غیرنهادی، گردشگر بی‌هدف (drifter) و سیاح (explorer) را جای می‌دهد و در گونه گردشگر نهادی، گردشگر توده‌ای سازماندهی شده (Organized mass tourist)، گردشگر جمعی انفرادی (Individual mass tourist) را معرفی می‌کند. (Cohen, 2004)

پیشینه پژوهش

با توجه به مطالب مطرح شده مطالعات در زمینه پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مطالعات بسیار کمی تاکنون انجام شده است و با بررسی‌های به عمل آمده مهم‌ترین پژوهش‌های که با موضوع حاضر قرابت داشته‌اند به شرح زیر می‌باشند.

ثابت اقلیدی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان بررسی نقش ژئومارکتینگ و ارزش‌آفرینی آن بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهری (شهر مشهد) به این نتایج رسیدند ویژگی‌های محیطی، هویت ژئومارکتینگ، ساختار گردشگری، به ترتیب بر پتانسیل گردشگری بیشترین تأثیر را داشته است. راضی و همکاران (۱۴۰۰) در زمینه نقش امان‌های شهری در توسعه

گردشگری شهری بیان نمودند که شهرها از نظر فعالیت‌های گردشگری به دلایل متعددی چون مقصد، مسیر عبور و مراکز ارائه خدمات برای گردشگران از اهمیت بالایی برخوردارند. تیموری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری (شهر تبریز) بیان نمودند وضعیت بازار تاریخی تبریز به لحاظ گردشگری متوسط است؛ به طوری که با مرتفع کردن ضعف‌ها و از بین بردن تهدیدهای موجود می‌توان کارکرد گردشگری بازار تبریز را به سطح عالی ارتقا داد. Liang & Wang (۲۰۲۰) در زمینه بررسی صنایع فرهنگی و خلاقانه و توسعه شهری در چین بیان نمودند صنایع فرهنگی و خلاقانه به عنوان یک پیشرو رشد برای توسعه اقتصادی و شهری در بسیاری از شهرها در سراسر جهان مورد توجه قرار گرفته‌اند. Li & et al (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «راه آهن سریع و گردشگری در چین» بیان نمودند شهرهایی که در آن راه آهن سریع وجود داشت از حیث گردشگری شهری تراکم بیشتری را در جذب گردشگران بین‌المللی و داخلی داشتند. Clavé (۲۰۱۹) در پژوهشی در زمینه گردشگری شهری و قابلیت پیاده روی بیان نمود شهرهایی که در آن امکان پیاده روی وجود دارد به معنای ظرفیت توسعه مکان‌هایی که از پیاده رفتن لذت برده می‌شود گردشگری شهری توسعه یافته‌تری دارند. Long & Morpeth (۲۰۱۶) در زمینه صنایع خلاقانه و بازسازی شهری بیان نمودند در طول سال‌های گذشته، صنایع خلاق به عنوان یک تمرکز محبوب در گفتمان سیاست‌های شهری ظهور کرده‌اند و به عنوان یک اهرم برای چندین طرح بازسازی شهری مورد استفاده قرار گرفته‌اند. ریچاردز (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای با عنوان گردشگری بیان نمودند خلاقیت برای توسعه گردشگری در شهرها در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای اهمیت دارد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است زیرا می‌توان از نتایج این پژوهش جهت توسعه و رونق گردشگری شهری استفاده کرد. روش انجام بصورت توصیفی - پیمایشی بوده است. جمع‌آوری داده‌ها از طریق بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی و مصاحبه و پرسشگری انجام گرفته است. در مرحله اول، برای کسب اطلاعات جامع، مصاحبه‌هایی با افراد و متخصصان و مسئولان مرتبط با گردشگری (شهرهای اصفهان - شیراز - تبریز - تهران - مشهد) صورت گرفت. در ادامه برای جمع‌آوری داده‌های این پژوهش پرسشنامه بر گرفته شده از مصاحبه و کدهای استخراجی در قالب ۷ مؤلفه اصلی و ۴۰ گویه استفاده شد (جدول ۱). جامعه آماری صاحبان مشاغل صنایع خلاق و گردشگری استان اصفهان بود که با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

جدول ۱. گویه‌ها و متغیرهای پژوهش

سؤالات	متغیر	مؤلفه
۱. میزان تأثیر گردشگری بر سبک زندگی و آداب و رسوم بومی زیاد است.	میزان تأثیر گردشگری بر سبک زندگی و آداب و رسوم بومی	گردشگری شهری
۲. حجم سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری حائز اهمیت است.	حجم سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	
۳. حفظ محیط زیست و منابع طبیعی از ارکان اصلی گردشگری است.	حفظ محیط زیست و منابع طبیعی	
۴. گسترش تبادلات فرهنگی به کمک گردشگری اتفاق می‌افتد.	گسترش تبادلات فرهنگی	
۵. قوانین بالادستی توسعه گردشگری هر منطقه در تعیین روند گردشگری آن منطقه تأثیرگذار است.	قوانین بالادستی توسعه گردشگری هر منطقه	
۶. تعداد طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری نشان‌دهنده مدیریت گردشگری است.	تعداد طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری	مدیریت گردشگری
۷. وجود قوانین مدیریتی مرتبط با گردشگری سبب بهبود گردشگری در منطقه می‌شود.	وجود قوانین مدیریتی مرتبط با گردشگری	
۸. دسترسی به اطلاعات و ارتباطات از ارکان مهم در مدیریت گردشگری است.	دسترسی به اطلاعات و ارتباطات	
۹. مشارکت نهادهای محلی سبب بهبود و افزایش گردشگری می‌شود.	مشارکت نهادهای محلی	
۱۰. به‌کارگیری خلاقیت و سرمایه فکری لازم به‌نگاه گردشگری به شمار می‌آید.	به‌کارگیری خلاقیت و سرمایه فکری	
۱۱. نیاز صنعت گردشگری به حمایت متولیان امر وزارت میراث و گردشگری غیرقابل انکار است.	حمایت متولیان امر وزارت میراث و گردشگری	حمایت و پشتیبانی
۱۲. حمایت صدا و سیما با همکاری سایر نهادها و وزارتخانه‌های مرتبط در صنعت گردشگری الزامی است.	حمایت صدا و سیما با همکاری سایر نهادها و وزارتخانه‌های مرتبط	
۱۳. حمایت وزارت کار و وزارت صنعت از صنعت گردشگری منجر به بهبود وضعیت آن می‌شود.	حمایت وزارت کار و وزارت صنعت	
۱۴. حمایت از کارگاه‌های تولیدی به جهت خلق موقعیت کاری در توسعه صنعت گردشگری توصیه می‌شود.	حمایت از کارگاه‌های تولیدی به جهت خلق موقعیت کاری	
۱۵. حمایت سازمان‌های فرهنگی به‌منزله تجلی‌گاه صنایع خلاق امری ضروری است.	حمایت سازمان‌های فرهنگی به‌منزله تجلی‌گاه صنایع خلاق	
۱۶. عدم آموزش و تبلیغات صحیح سبب ایجاد چالش در صنعت گردشگری می‌شود.	عدم آموزش و تبلیغات صحیح	رفع موانع توسعه شهری
۱۷. صنعت گردشگری در صورت عدم حمایت دولت قادر به بقا و پایداری نخواهد بود.	عدم حمایت دولت	
۱۸. وجود چالش‌های ناشی از مسایل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و جنگ و تحریم و... بر صنعت گردشگری اثر منفی دارند.	وجود چالش‌های ناشی از مسایل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و جنگ و تحریم و...	
۱۹. عدم همکاری برخی از شهرداران در جهت توسعه شهری به‌نوعی ایجاد چالش در صنعت گردشگری محسوب می‌شود.	عدم همکاری برخی از شهرداران در جهت توسعه شهری	

	می‌شود.	
	۲۰. اختلاف فرهنگی میان گردشگران و جامعه میزبان سبب بروز برخی مشکلات می‌شود.	اختلاف فرهنگی میان گردشگران و جامعه میزبان
	۲۱. ناامنی و هرج و مرج ناشی از ورود گردشگران با رفع موانع توسعه شهری قابل کنترل است.	ناامنی و هرج و مرج ناشی از ورود گردشگران
	۲۲. فقدان برنامه‌های اصولی و جامع و مطالعات پایه‌ای برای توسعه گردشگری، پیاده‌سازی آن را با مشکل مواجه می‌سازد.	فقدان برنامه‌های اصولی و جامع و مطالعات پایه‌ای برای توسعه گردشگری
	۲۳. نبودن زیرساخت حمل و نقل مناسب و مسیرهای معلولین سبب کاهش تردد گردشگران می‌شود.	نبودن زیرساخت حمل و نقل مناسب و مسیرهای معلولین
تقویت صنایع خلاق	۲۴. تجلیات فرهنگی و هنرهای تجسمی و نمایشی برای افزایش بازدید گردشگران الزامی است.	تجلیات فرهنگی و هنرهای تجسمی و نمایشی
	۲۵. موزه‌های و کتابخانه‌های نسبتاً جدید منجر به جذب تعداد بالایی از گردشگران می‌شوند.	موزه‌های و کتابخانه‌های نسبتاً جدید
	۲۶. برخی از گردشگران به صنایع دستی و خرید آن علاقه دارند.	صنایع دستی
	۲۷. برخی از گردشگران به برنامه‌های مربوط به کویر گردی تمایل دارند.	کویر گردی
	۲۸. معرفی مقبره بزرگان شعر و ادب و هنر به گردشگران مختلف سبب شناساندن فرهنگ و هنر ایرانی به آن‌ها می‌شود.	معرفی مقبره بزرگان شعر و ادب و هنر
	۲۹. گسترش تنوع گردشگری (گردشگری علمی/ورزشی/درمانی) در افزایش تعداد گردشگران تأثیرگذار است.	گسترش تنوع گردشگری (گردشگری علمی/ورزشی/درمانی)
	۳۰. ایجاد فرصت‌های اقتصادی (اشتغال و درآمدزایی) با ورود گردشگران برای مردم منطقه، فراهم می‌شود.	ایجاد فرصت‌های اقتصادی (اشتغال و درآمدزایی)
زیرساخت‌های گردشگری	۳۱. به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین هوشمند گردشگری جهت تسهیل در امور گردشگری ضروری است.	به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین هوشمند گردشگری
	۳۲. ارتقاء زیرساخت‌های ارتباطی و حمل و نقل (زمینی، هوایی، دریایی و...) لازمه جذب گردشگران است.	ارتقاء زیرساخت‌های ارتباطی و حمل و نقل (زمینی، هوایی، دریایی و...)
	۳۳. اتخاذ تدابیر ایمنی و سلامتی مناسب برای گردشگران سبب ایجاد امنیت و آسایش برای آن‌ها می‌شود.	اتخاذ تدابیر ایمنی و سلامتی مناسب برای گردشگران
	۳۴. ارتقاء کیفیت محیط گردشگری در چهارچوب اهداف توسعه پایدار و گردشگری شهری باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.	ارتقاء کیفیت محیط گردشگری در چهارچوب اهداف توسعه پایدار و گردشگری شهری
انگیزه و رضایت گردشگران	۳۵. افزایش کیفیت ارائه خدمات جهت افزایش رضایت گردشگران ضروری است.	افزایش کیفیت ارائه خدمات
	۳۶. ارائه خدمات استاندارد به گردشگران در استقرار این صنعت الزامی است.	ارائه خدمات استاندارد به گردشگران
	۳۷. تناسب میان قیمت و خدمات یکی از عوامل مهم در	تناسب میان قیمت و خدمات

جذب گردشگران است.		
۳۸. تأمین امنیت گردشگران رکن اصلی در صنعت گردشگری محسوب می‌شود.	تأمین امنیت گردشگران	
۳۹. مشارکت افراد بومی در پذیرش گردشگران الزامی است.	مشارکت افراد بومی در پذیرش گردشگران	
۴۰. افزایش دسترسی گردشگران به امکانات شهری لازمه جلب رضایت آن‌هاست.	افزایش دسترسی گردشگران به امکانات شهری	

منابع: یافته‌های پژوهش

در این تحقیق، به‌منظور بررسی روایی پرسشنامه از نظرات استاد راهنما، استاد مشاور و متخصصان حوزه گردشگری استفاده شده است. همچنین برای پایایی پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج به دست آمده از بررسی پایایی گویه‌های تحقیق نشان داد که برای تمامی متغیرها، مقدار آلفای کرونباخ بیشتر از $0/72$ است که بیانگر اعتبار قابل قبول گویه‌های پژوهش در سنجش متغیرها می‌باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح آمار توصیفی (فراوانی و درصد فراوانی، میانگین، میانه، مد، انحراف معیار و دامنه تغییرات) و آماری استنباطی (آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف و بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها، آزمون t تک نمونه، آزمون تحلیل واریانس ((ANOVA)) استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

از مجموع پاسخگویان ۲۳۸ نفر مرد و ۱۴۶ نفر از گردشگران را زنان تشکیل دادند. از منظر تحصیلات ۷۴ نفر تحصیلات کاردانی و کمتر دارند. ۲۱۷ نفر مدرک کارشناسی دارند و ۹۳ نفر نیز تحصیلات تکمیلی دارند. از منظر سن ۷۱ نفر از گردشگران کمتر از ۳۰ سال سن دارند. ۹۶ نفر بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن دارند. ۱۲۹ نفر بین ۴۰ تا ۵۰ سال سن دارند. ۸۸ نفر نیز ۵۰ سال و بیشتر سن دارند. و از منظر نوع اقامتگاه ۱۵۱ نفر از گردشگران در منزل اقوام یا خانه شخصی سکنی می‌گزینند. ۱۲۱ نفر نیز در کمپ، مدرسه، سوئیت، خانه اجاره‌ای اقامت می‌کنند. ۱۱۲ نفر نیز در هتل، مسافرخانه، مهمانسرا اقامت می‌کنند. از نظر چگونگی یافتن محل ۱۵۹ نفر از پرسش از دوستان، اقوام و آشنایان استفاده می‌کنند. ۱۲۲ نفر نیز از دلال‌ها و واسطه‌ها استفاده می‌کنند. ۱۰۳ نفر از تور و دفاتر خدماتی استفاده می‌کنند. و از نظر چگونگی صرف غذا در سفر ۱۵۶ نفر از میهمان شدن در منزل اقوام یا پخت غذا استفاده می‌کنند. ۱۲۳ نفر نیز از گاهی خرید گاهی پخت استفاده می‌کنند. ۱۰۵ نفر از رستوران و تهیه غذا استفاده می‌کنند. از نظر سازماندهی سفر ۱۵۱ نفر بدون استفاده از خدمات گردشگری سفر می‌کنند. ۱۲۷ نفر نیز از دست کم یکی از خدمات تورهای گردشگری سفر می‌کنند. ۱۰۶ نفر کاملاً براساس برنامه‌های تور گردشگری سفر می‌کنند. از نظر نوع وسیله نقلیه سفر ۱۵۷ نفر از وسیله شخصی استفاده می‌کنند. ۱۲۴ نفر نیز از حمل‌ونقل عمومی استفاده می‌کنند. ۱۰۳ نفر از هواپیما یا وسایل تور استفاده می‌کنند. و از نظرنوع وسیله نقلیه

درون شهری ۱۵۳ نفر از وسیله شخصی یا اقوام استفاده می‌کنند. ۱۲۴ نفر نیز از حمل و نقل عمومی استفاده می‌کنند. ۱۰۷ نفر از تاکسی تلفنی یا وسایل تور استفاده نموده‌اند.

تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

تحلیل توصیفی و شاخص‌های مرکزی (میانگین، میانه و مد) و پراکندگی (انحراف معیار و دامنه تغییرات) متغیرهای اصلی پژوهش در (جدول ۲) ارائه شده است.

جدول ۲. تحلیل توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	تعداد	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	دامنه تغییرات	کمینه	بیشینه
گردشگری شهری	۳۸۴	۴/۱۲۱	۴/۲۰۰	۴/۰۰۰	۰/۶۱۱	۳/۶۰۰	۱/۴۰۰	۵/۰۰۰
مدیریت گردشگری	۳۸۴	۴/۰۰۰	۴/۰۰۰	۴/۰۰۰	۰/۶۲۲	۳/۰۰۰	۲/۰۰۰	۵/۰۰۰
حمایت و پشتیبانی	۳۸۴	۳/۲۴۷	۳/۲۰۰	۳/۶۰۰	۰/۸۳۵	۴/۰۰۰	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰
رفع موانع توسعه شهری	۳۸۴	۳/۴۲۹	۳/۳۷۵	۳/۳۷۵	۰/۶۲۳	۳/۶۲۵	۱/۳۷۵	۵/۰۰۰
تقویت صنایع خلاق	۳۸۴	۴/۰۴۲	۴/۱۴۳	۴/۰۰۰	۰/۵۸۹	۳/۰۰۰	۲/۰۰۰	۵/۰۰۰
زیرساخت‌های گردشگری	۳۸۴	۳/۲۵۶	۳/۲۵۰	۳/۰۰۰	۰/۸۱۸	۴/۰۰۰	۱/۰۰۰	۵/۰۰۰
انگیزه و رضایت گردشگران	۳۸۴	۳/۱۶۹	۳/۲۲۲	۳/۲۲۲	۰/۷۳۰	۳/۵۵۶	۱/۴۴۴	۵/۰۰۰

منابع: یافته‌های پژوهش

براساس نتایج میانگین نمرات متغیرها بین ۳ تا ۴ بوده است که در این میان گردشگری شهری بیشترین میانگین را دارد.

تشخیص نوع گردشگری

برای گونه‌شناسی انواع گردشگری شهری از الگوی ارائه شده توسط کوهن (۲۰۰۳) استفاده شد. براساس این الگو می‌توان گردشگران را به سه دسته: نهادی، نیمه نهادی و غیرنهادی تقسیم کرد. برای این منظور، شش پرسش عمومی در مورد شیوه گردشگری مطرح می‌شود:

جدول ۳. متغیرهای مورد بررسی برای دسته‌بندی انواع گردشگری

متغیر مورد بررسی	غیرنهادی	نیمه نهادی	نهادی
نوع اقامتگاه	منزل اقوام، خانه شخصی	کمپ، مدرسه، سوئیت، خانه اجاره‌ای	هتل، مسافر خانه، مهمان سرا
چگونگی یافتن محل	پرسش از دوستان، اقوام و آشنایان	دلال‌ها و اسطه‌ها	تور و دفاتر خدماتی
چگونگی صرف غذا در سفر	میهمان شدن در منزل اقوام یا پخت غذا	گاهی خرید گاهی پخت	رستوران و تهیه غذا
سازماندهی سفر	بدون استفاده از خدمات	براساس دست کم یکی از	کاملاً براساس برنامه‌های تور

گردشگری	خدمات تورهای گردشگری	گردشگری	
نوع وسیله نقلیه درون شهری	حمل‌ونقل عمومی	وسیله شخصی یا اقوام	تاکسی تلفنی یا وسایل تور
نوع وسیله نقلیه سفر	حمل‌ونقل عمومی	وسیله شخصی	هواپیما یا وسایل تور

مأخذ: نگارندگان

جدول ۴. دسته‌بندی انواع گردشگران

نوع‌شناسی	امتیاز
غیرنهادی	کمتر از ۱۰
نیمه نهادی	۱۰ تا ۱۴
نهادی	بیش از ۱۴

مأخذ: نگارندگان

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش انواع گردشگران در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۵. نوع‌شناسی گردشگران شهری بر اساس صنایع خلاق در کلان شهرهای ایران

نوع‌شناسی	امتیاز	فراوانی	درصد
غیرنهادی	کمتر از ۱۰	۱۴۷	۳۸٪
نیمه نهادی	۱۰ تا ۱۴	۱۳۳	۳۵٪
نهادی	بیش از ۱۴	۱۰۴	۲۷٪
جمع کل		۳۸۴	۱۰۰٪

مأخذ: نگارندگان

بر اساس نتایج ۱۴۷ نفر (۳۸٪) از گردشگران امتیازی کمتر از ۱۰ کسب کرده‌اند بنابراین این در گروه گردشگران غیرنهادی قرار می‌گیرند. ۱۳۳ نفر (۳۵٪) از گردشگران امتیازی بین ۱۰ تا ۱۴ کسب کرده‌اند بنابراین نیمه نهادی محسوب می‌شوند. در نهایت ۱۰۴ نفر (۲۷٪) از گردشگران امتیاز ۱۴ یا بالاتر کسب کرده‌اند بنابراین نهادی محسوب می‌شوند.

در این مطالعه از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و بررسی چولگی و کشیدگی داده‌ها برای بررسی نرمال بودن داده‌ها استفاده شده است:

جدول ۶. آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیرهای پژوهش	تعداد	چولگی	کشیدگی	آماره KS	مقدار معناداری
گردشگری شهری	۳۸۴	-۱/۲۱۸	۰/۸۰۴	۰/۱۳۰	۰/۱۳۶
مدیریت گردشگری	۳۸۴	-۰/۶۶۰	۰/۶۰۹	۰/۱۱۵	۰/۰۸۰
حمایت و پشتیبانی	۳۸۴	-۰/۱۰۲	-۰/۴۱۳	۰/۰۶۳	۰/۰۸۰
رفع موانع توسعه شهری	۳۸۴	-۰/۲۴۱	۰/۲۲۲	۰/۰۷۰	۰/۱۱۲
تقویت صنایع خلاق	۳۸۴	-۰/۷۲۵	۰/۷۳۹	۰/۰۸۹	۰/۰۹۶
زیرساخت‌های گردشگری	۳۸۴	-۰/۱۲۹	-۰/۱۹۷	۰/۰۸۱	۰/۱۰۰
انگیزه و رضایت گردشگران	۳۸۴	۰/۰۰۸	-۰/۴۴۲	۰/۰۵۶	۰/۰۵۴

مأخذ: نگارندگان

بر اساس نتایج در تمامی موارد مقدار چولگی و کشیدگی در رنج قابل قبول بدست آمده است. هم‌چنین مقدار معناداری آماره KS در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۰۵ بدست آمده است. بنابراین توزیع داده‌ها نرمال بوده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

جدول ۷. خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق

متغیرهای پژوهش	میانگین	مقدار t	مقدار معناداری	
			فاصله اطمینان ۹۵٪	حد پائین / حد بالا
گردشگری شهری	۴/۱۲۱	۳۵/۹۲۱	۰/۰۰۰	۱/۵۹ / ۱/۱۸۲
مدیریت گردشگری	۴/۰	۳۱/۴۷۲	۰/۰۰۰	۰/۹۳۷ / ۱/۶۲
حمایت و پشتیبانی	۳/۲۴۷	۵/۷۹۳	۰/۰۰۰	۰/۱۶۳ / ۰/۳۳۱
رفع موانع توسعه شهری	۳/۴۲۹	۱۳/۴۷۹	۰/۰۰۰	۰/۳۶۶ / ۰/۴۹۱
تقویت صنایع خلاق	۴/۴۲	۳۴/۶۴۴	۰/۰۰۰	۰/۹۸۳ / ۱/۱۰۱
زیرساخت‌های گردشگری	۳/۲۵۶	۶/۱۲۶	۰/۰۰۰	۰/۱۷۴ / ۰/۳۳۸
انگیزه و رضایت گردشگران	۳/۱۶۹	۴/۵۳۷	۰/۰۰۰	۰/۹۶ / ۰/۲۴۲

مأخذ: نگارندگان

میانگین دیدگاه پاسخ‌دهندگان در ابعاد (گردشگری شهری ۴/۱۲۱، مدیریت گردشگری ۴/۰، حمایت و پشتیبانی ۳/۲۴۷، موانع توسعه شهری ۳/۴۲۹، تقویت صنایع خلاق ۴/۴۲، زیرساخت‌های گردشگری ۳/۲۵۶ و انگیزه و رضایت گردشگران ۳/۱۶۹) بدست آمده است که بزرگتر از حد وسط طیف لیکرت است. مقدار معناداری نیز ۰/۰۰۰ بدست آمده که کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است بنابراین میانگین مشاهده شده معنادار است. هم‌چنین مقدار آماره t نیز در ابعاد (گردشگری شهری ۳۵/۹۲۱، مدیریت گردشگری ۳۱/۴۷۲، حمایت و پشتیبانی ۵/۷۹۳، موانع توسعه شهری ۱۳/۴۷۹، تقویت صنایع خلاق ۳۴/۶۴۴، زیرساخت‌های گردشگری ۶/۱۲۶ و انگیزه و رضایت گردشگران ۴/۵۳۷) بدست آمده است) که از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. هم‌چنین کران بالا و پائین فاصله

اطمینان مقداری بزرگتر از صفر بوده (مثبت) و ادعای آزمون تأیید می‌شود. به استناد هریک از این یافته‌های آماری با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت: گردشگری شهری در گردشگری خلاق نقش دارد. با توجه به این که گردشگران در مطالعه حاضر از نظر نوع‌شناسی به سه دسته نهادی، غیرنهادی و نیمه‌نهادی تقسیم شده‌اند. بنابراین برای مقایسه اختلاف دیدگاه گردشگران براساس نوع‌شناسی از تحلیل واریانس (ANOVA) استفاده شده است.

جدول ۸. معناداری آزمون تحلیل واریانس

متغیرهای پژوهش	آماره F	مقدار معناداری
گردشگری شهری	۳/۵۵۴	۰/۰۳۰
مدیریت گردشگری	۳/۵۶۷	۰/۰۲۹
حمایت و پشتیبانی	۰/۰۱۴	۰/۹۸۶
رفع موانع توسعه شهری	۰/۱۴۶	۰/۸۶۴
تقویت صنایع خلاق	۳/۸۹۳	۰/۰۲۱
زیرساخت‌های گردشگری	۰/۱۲۱	۰/۸۸۶
انگیزه و رضایت گردشگران	۰/۰۶۳	۰/۹۳۹

مأخذ: نگارندگان

نتایج نشان داده است هرچه نوع گردشگری از سمت غیرنهادی به سمت نهادی حرکت می‌کند میزان میانگین متغیرهای موردنظر بیشتر می‌شود. به عبارت دیگر گردشگران نهادی به گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت بیشتری از گردشگران نیمه‌نهادی می‌دهند. گردشگران نیمه‌نهادی نیز به گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت بیشتری از گردشگران غیرنهادی می‌دهند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف نوع‌شناسی گردشگری شهری بر اساس صنایع خلاق انجام شد. در پاسخ به سؤال تحقیق، می‌توان گفت: گردشگری شهری در گردشگری خلاق نقش دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش‌های ریچاردز (۲۰۱۲)، راضی و همکاران (۱۴۰۰)، لانگ و مورپس (۲۰۱۶)، لیانگ و وانگ (۲۰۲۰) در زمینه گردشگری شهری و صنایع خلاق در برخی موارد مطابقت دارد. براساس الگوی کوهن (۲۰۰۳) گردشگران به سه دسته نهادی، نیمه‌نهادی و غیرنهادی تقسیم شدند. نتایج نشان داده است هرچه نوع گردشگری از سمت غیرنهادی به سمت نهادی حرکت می‌کند میزان میانگین متغیرهای موردنظر بیشتر می‌شود. به عبارت دیگر گردشگران نهادی به گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت بیشتری از گردشگران نیمه‌نهادی می‌دهند. گردشگران نیمه‌نهادی نیز به گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت بیشتری از گردشگران غیرنهادی می‌دهند.

گردشگری شهری به دلیل رشد سریع اقتصادی و افزایش درآمدها، به‌ویژه در کشورهای آسیایی و افزایش رقابت بین کشورها برای بازاریابی توریسم از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نواحی شهری به علت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. با توجه به مباحث بیان شده در حوزه گردشگری شهری، این صنعت نوپای توریستی در حوزه مدیریت اجرایی شهرها با تأکید بر برنامه‌ریزی‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در ساختار کلانشهری ایران و سایر نقاط جامعه باید یکی از سرلوحه‌های فعالیت‌های عمده دستگاه‌های متولی گردشگری شهری در هر زمان و هر دولتی باشد، هم‌چنین تأکید بر توسعه عمران شهری و گردشگری در کلان‌شهرها و نوسازی بافت‌های تاریخی و گردشگری مناطق توریسم شهری باید در دستورالعمل دولت و شهرداری کلان‌شهرهای جامعه ما قرار گیرد. گردشگری خلاق نوع جدید از گردشگری است که در ادامه گردشگری فرهنگی، باعث تحول این صنعت گردیده است. تکیه بر تجربه گردشگری، مشارکت واقعی گردشگر در موقعیت‌های منحصر به فرد باعث شده است تا این نوع گردشگری بتواند طیف گسترده‌ای از سهم عرضه و تقاضا را در بازار گردشگری به خود اختصاص دهد. هدف گردشگری خلاق، جلب توجه هر چه بیشتر گردشگران از طریق تشویق آن‌ها به درک ژرف‌تر محل مورد بازدید است که به پویا شدن صنعت گردشگری خلاق، جلب توجه هر چه بیشتر گردشگران از طریق تشویق آن‌ها به درک ژرف‌تر محل مورد بازدید است که به پویا شدن صنعت گردشگری محلی کمک می‌کند و نتایج تحقیق حاضر گردشگران را به سه دسته نهادی، نیمه نهادی و غیرنهادی تقسیم نموده است که در این میان به ترتیب هر دسته به سه موضوع گردشگری شهری، مدیریت گردشگری و تقویت صنایع خلاق اهمیت می‌دهند.

نتایج به دست آمده با نتایج فروغ‌زاده و رضوی‌زاده (۱۳۹۳) با تکیه بر مدل کوهن گردشگران را در سه دسته نهادی، نیم نهادی و غیرنهادی قرار داده بودند مطابقت دارد. نتایج تحقیق Dolnicar, Crouch & Long (۲۰۰۸)، نوری کرمانی و همکاران (۱۳۸۵) در برخی زمینه‌ها مطابقت دارد. با توجه به نتایج فهم انواع نقش‌ها و دسته‌بندی‌های گردشگری پیش‌نیاز تبیین و پیش‌بینی رفتار گردشگر است (Sharpley, 2018؛ به نقل از Mehmetoglu, 2004) در این تحقیق با استفاده از دسته‌بندی گردشگر نهادی و غیرنهادی برگرفته از گونه‌شناسی کوهن نوع دیگر از گونه‌شناسی با صبغه‌ی جامعه‌شناختی از گردشگران به عمل آمد. بر مبنای متغیرهای پژوهش گردشگران به سه گونه‌ی نهادی، نیمه‌نهادی و غیرنهادی تقسیم شدند. (CLAIRE, 2019) بنا به تحلیل کوهن (۲۰۰۴) هرچه سفر نهادی‌تر شده باشد فرد احساس امنیت بیشتری دارد، و هرچه غیرنهادی‌تر باشد تجربه‌های پیش‌بینی نشده و تعامل با محیط و اجتماع میزبان بیشتر است. با تطبیق نوع گردشگری داخلی شهری در ایران می‌توان مدل کوهن را با این شکل از گردشگری منطبق کرد. از آن‌جا که دو گونه‌ی نهادی و غیرنهادی به خوبی طیف متنوع گردشگران را از لحاظ برخورداری از خدمات گردشگری پوشش نمی‌داد، گونه‌ی نیمه نهادی با توجه به مقتضیات گردشگری داخلی در ایران به گونه‌های کوهن اضافه شد (کوهن، ۲۰۰۴: ۳۹) گردشگر غیرنهادی،

برخلاف نوع نهادی، با روش‌های معمول مؤسسات گردشگری، سروکار ندارد. گردشگر فرصت بیشتری برای تجربه‌ی تازگی دارد (کوهن، ۲۰۰۴).

بر اساس نتایج حاصل پیشنهاد می‌شود: از وجود متخصصین امر گردشگری و بکارگیری اشخاص در جاهای مناسب بنا به تخصص استفاده شود. همچنین جشنواره‌ها؛ کارگاه و نمایشگاه‌ها برای گروه‌های مختلف سنی و خانواده‌ها و ایجاد خانه‌های هنر برای حمایت از طرح‌های خلاقانه در شهر خلاق فرهنگی برگزار شود و طرح‌های جامع گردشگری خلاق فرهنگی شهرها با توجه به ویژگی‌های تاریخی؛ فرهنگی؛ مذهبی و هویتی آن در کلان شهرها برنامه‌ریزی و اجرا شود همچنین رفع ناهماهنگی‌ها در جهت ارائه خدمات و برنامه‌ریزی‌های متنوع به گردشگر شهری و مسئول بودن تمام نهادهای متولی نسبت به ایجاد هرگونه مشکل و تلاش همه جانبه نهادهای متولی برای حل مشکلات و مسائل گردشگران شهری انجام شود.

منابع و مأخذ:

۱. ابراهیمیان، ا.، سروری، ه.، ثقه الاسلامی، ع. ا. ۱۳۹۶. بررسی نقش گردشگری شهری در ایجاد توسعه شهری. پنجمین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران، <https://civilica.com/doc/735447>
۲. ارمغان، س. ۱۳۸۵. توریسم و نقش آن در جغرافیا. اسلام شهر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلام شهر.
۳. تیموری، ر.، کرمی، ف.، تیموری، ز.، صفدری، ا. ۱۳۹۳. عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری نمونه موردی: بازار تاریخی کلانشهر تبریز. گردشگری شهری، دوره ۱، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۳. ص ۶۳-۷۸.
۴. ثابت اقلیدی، م.، میرابی، ور.، قاسمی، ب.، سیدکامران، ن. ۱۴۰۰. بررسی نقش ژئومارکتینگ و ارزش آفرینی آن بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر مشهد. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۸، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صص ۲۷-۱۱.
۵. خلیلوند، ک.، سادات نژاد، م. ۱۳۹۴. بررسی چالش‌ها و راهکارهای نظام آموزشی گردشگری در ایران. اولین همایش بین‌المللی و چهارمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
۶. دیناری، ا. ۱۳۸۹. گردشگری شهری در ایران و جهان. چاپ دوم، مشهد: انتشارات واژگان خرد.
۷. راضی، م. ع.، فرج زاده، آ.، برنایی، ح.، حسن زاده، ن. ۱۴۰۰. نقش المان‌های شهری در توسعه گردشگری شهری. کنفرانس ملی معماری، عمران، شهرسازی و افق‌های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب، تبریز.
۸. رضایی، م. ر.، مختاری، ص.، کشتکار، ل. ۱۳۹۴. ارائه‌ی مدلی تلفیقی جهت اولویت‌بندی زیرساخت‌های توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان‌های استان چهارمحال و بختیاری. دوره ۶، شماره ۲۲، شماره پیاپی ۲۲، صفحه ۱۷-۱.
۹. شاملی حاجی آبادی، م.، مدهوشی، م.، آقاجانی، ح. ع.، یحیی زاده فر، م. ۱۳۹۷. تبیین شدت اثر عوامل مؤثر بر پایش توسعه صنایع خلاق با استفاده از روش دیمتل، بهبود مدیریت، ۵۱-۷۵.
۱۰. فروزان، م. ۱۴۰۲. مروری بر اثرات اقتصادی صنعت گردشگری. جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۲، دوره ۶، شماره ۳، صص ۳۱۶-۳۰۴.
۱۱. فروغ زاده، س.، رضوی‌زاده، ن. ۱۳۹۳. گونه‌شناسی گردشگران شهری: کاربست مدل نهادی کوهن. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳، ۹، ۱۹۰-۱۶۹.
۱۲. کاظمی، م. ۱۳۸۲. تاثیرات فرهنگی توسعه جهانگردی بر جوامع. مطالعات گردشگری. دوره ۱، ش ۱، صفحات ۵۰-۳۹.
۱۳. محسنی، ر. ع. ۱۳۸۸. گردشگری پایدار در ایران، کارکردها، چالش‌ها و راهکارها. فصلنامه فضای جغرافیایی، ش ۲۸.
۱۴. موحد، ع. ۱۳۸۴. توریسم شهری. مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال اول، چاپ اول.
۱۵. موحد، ع. ۱۳۸۶. گردشگری شهری. اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.

۱۶. موحد، ع.، دولت‌شاه، ص. ۱۳۹۰. بررسی ظرفیت‌های گردشگری جهت توسعه گردشگری شهری خرم‌آباد. فصلنامه جغرافیا و آمایش سرزمین، سال اول، شماره اول.
۱۷. نوری کرمانی، ع.، یاری، ا.، گیوه چی، س. ۱۳۸۵. گونه شناسی انواع گردشگری تخصصی. نشریه علوم جغرافیایی، پاییز ۱۳۸۵، شماره ۳.
۱۸. یوسفی شهیر، ه.، باقری، ک.، حسین زاده دلیر، ک. ۱۳۹۴. ارزیابی زیرساخت‌های گردشگری با تأکید بر محورهای ارتباطی و توقفگاه‌ها از دیدگاه گردشگران منطقه تاریخی- فرهنگی تبریز. نخستین سمینار علمی تخصصی جاذبه‌ها و دافعه‌های گردشگری آذربایجان شرقی، صص ۴۴-۲۵.
19. Ashworth, G., & Page, S. J. 2011. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, 32(1): 1-15.
20. Ata, G. G., Parvin, D., & Maryam, G. 2016. Ranking Tourism Attractions Based on Potential to Attract Tourists by Using Numerical Taxonomy Model (Case: City of Khoy). *Urban Economics and Management*, 5 (4): 119- 132.
21. Butnaru, G. I., & Amanda M. 2012. Conceptual Approaches on Quality and Theory of Tourism Services. *Procedia Economics and Finance*, 3: 375-80
22. Claire, N. 2019. Typologies of Tourista and the Activities They Do Participate in at Kavumba Recreation Center in Wakiso District. Research Thesis Submitted to the College of Agriculture and Environmental Sciences.
23. Clavé, S. A. 2019. Urban Tourism and Walkability. In *The Future of Tourism* (pp. 195-211). Springer, Cham.
24. Cohen, E. 2003. Backpacking: Diversity and change. *Journal of tourism and cultural change*, 1(2): 95-110.
25. Cohen, E. 2004. Contemporary tourism- diversity and change, London: Elsevier.
26. DCMS. 2015. Creative Industries Economic Estimate, gov. uk
27. Dolnicar, S., Crouch, G. I., & Long, P. 2008. Environment-friendly tourists: What do we really know about them. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2): 197-210.
28. Elena, A., Dzhandzhugazovaa, E., Iilinaab, L., Aleksander, N., Latkinb & Anna, I. Koshelevava. 2016. Development of Creative Potential of Cinema Tourism. *International Journal of Environmental & Science Education*, 11(11): 4015-4024.
29. Fadbir, M. S., & Rafael, M. V. 2021. The tourism industry and solving the problems of patriotic education for the young generation. *proposition Representaciones* May, 2021, Vol. 9, SPE(3), e1286 [http://dx. doi. org/10.20511/pyr2021.v9nSPE3.1286](http://dx.doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE3.1286).

30. Garrigos-Simon, Fernando, Yeamduan Narangajavana-Kaosiri, and Yeamdao Narangajavana. 2019. Quality in Tourism Literature: A Bibliometric Review. *Sustainability*, 11: 38-59.
31. Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R., & Wei, W. 2019. Residents' impact perceptions of and attitudes towards tourism development: a meta-analysis. *J Hosp Mark Manag*, (2019) 28:306–33. doi: 10. 1080/19368623. 2018. 1516589.
32. Hesmondhalgh, D. 2002. *The Cultural Industries*, SAGE.
33. Howkins, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, Penguin.
34. Jelincic, D. A. 2021. Indicators for Cultural and Creative Industries' Impact Assessment on Cultural Heritage and Tourism. *Sustainability*, 13: 7732.
35. Jordan, E. J., Spencer, D. M., & Prayag, G. 2019. Tourism impacts, emotions and stress. *Ann Tourism Res.* (2019) 75: 213–26. doi: 10. 1016/j. annals. 2019. 01. 011.
36. Kilipiris, F., & Stella, Z. 2012. Developing sustainable tourism in a changing environment: Issues for the tourism enterprises (travel agencies and hospitality enterprises). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44: 44-52.
37. Li, L. S., Yang, F. X., & Cui, C. 2019. High-speed rail and tourism in China: An urban agglomeration perspective. *International Journal of Tourism Research*, 21(1): 45-60.
38. Liang, S., & Wang, Q. 2020. Cultural and creative industries and urban (re) development in China. *Journal of Planning Literature*, 35(1): 54-70.
39. Long, P., & Morpeth, N. 2016. *Tourism and the Creative Industries*. London: Routledge.
40. Martínez-Ávila, D., & Koulouris, A. 2019. Academic Libraries on the Creative Industries Track: The Perception of Spanish and Brazilian Professionals Education for Information, 35(4): 377-398.
41. Mehmetoglu, M. 2004. Tourist or traveler? A typological approach, *Tourism Review*, 59(3): 33-39.
42. Pang, S., McKercher, B., & Prideaux, B. (2013). Climate Change and Tourism: An Overview. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18: 4–20.
43. Pinkster, F. M., & Boterman, W. R. 2017. When the spell is broken: Gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural Geographies*, 24(3): 457–472.
44. Richards, G. 2012, November. Tourism, creativity and creative industries. In *Creativity and creative industries in challenging times conference*. The Netherlands: Breda.
45. Richards, G. 2014. Creativity and tourism in the city. *Current issues in Tourism*, 17(2): 119-144.

46. Saghaei, M. 2007. Possibility of Eco-tourism in Iran, Conference of Geography: Tourism and Sustainable Development, Tehran: Shahre Rey's Islamic Azade University[in Persian].
47. Sharpley, R. 2018. *Tourism, tourists and society*. Routledge.
48. Torres-Delgado, A., & Jarkko, S. 2014. Using indicators to assess sustainable tourism development: A review. *Tourism Geographies*, 16: 31-47.
49. Towse, R. 2003. Cultural industries in Towse, Ruth, ed., *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham: Edward Elgar, 170-182.
50. Tucker, H. 2003. *First published Living with Tourism Close encounters Interactions between hosts and guests*, London: Routledge.
51. Varotsis, N. 2019. Quality standards in hospitality industry: Ionian region. *Journal of Tourism and Hospitality*, 8: 417.
52. Ying-Yen, L. 2022. Analyzing the Importance of Service Quality And Customer Satisfaction in the Torism Industry. *The International Journal of Organizational Innovation*, Volume 15 Number 1, July 2022.

Typology of Urban Tourism Based on Creative Industries (A Case of Isfahan)

Vahid Ghoroghi Shafiei, PhD Student, Cultural Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Ali Rashidpoor, Associate Professor, Department of Cultural Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Saeed Sharifi, Assistant Professor, Department of Cultural Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

Abstract

Tourism is a rapidly growing sector that significantly contributes to the economic development of countries worldwide. As a result, the global economic system of the tourism industry is gaining increasing importance. This study aims to investigate the typology of urban tourism based on creative industries in Isfahan City. The research utilized a descriptive survey method, with a statistical population comprising business owners in the tourism and creative industries of Isfahan Province. A sample size of 384 was selected through simple random sampling using Morgan's table. Data were collected using a 40-item questionnaire developed from interviews and extracted codes. To analyze the data, the Kolmogorov-Smirnov test, skewness and kurtosis tests, one-sample t-test, and analysis of variance (ANOVA) were employed. The findings revealed that 38% of the tourists were non-institutional, 35% were semi-institutional, and 27% were institutional. As tourism moves from non-institutional to institutional, the mean values of the variables increase, indicating that institutional tourists place greater importance on urban tourism, tourism management, and the development of creative industries compared to semi-institutional tourists. Similarly, semi-institutional tourists value these aspects more than non-institutional tourists.

Keywords: typology, urban tourism, creative industries

The Role of Regional Security and its Impact on Sustainable Tourism with the CPTED Approach and the Prolong Method (A Case of Bostanabad)

Daryoush Sattarzadeh, Assistant Professor, Department of Architecture and Urban Planning, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Saeed Arbabi Bostan Abad, PhD Candidate in Urban Planning, Department of Urban Planning, Aras International Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran (**Corresponding author: Saeed_arbabibostanabad233@yahoo.com**)

Roya Akhgari, Agricultural Engineering Expert, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Abstract

The tourism industry plays a vital role in global income generation, and with its significant foreign exchange potential, emphasizing this sector can substantially contribute to a country's gross national product. This research aims to investigate the role of regional security and its impact on sustainable tourism in Bostanabad City, using the CPTED (Crime Prevention Through Environmental Design) approach and the Prolong method. The study's statistical population includes visitors to tourist attractions in Bostanabad, with a sample size of 350 individuals determined by Cochran's formula. The research's validity was confirmed by experts and specialists through a structured questionnaire, and the data analysis was conducted using the Prolong method. The results highlight the significance of access, supervision, territoriality, and support services based on the CPTED approach. Specifically, the index for valuable access and the criterion for supervision in Valiasr settlement scored 0.28, territoriality scored 0.625, and support services and amenities scored 0.5. The lowest score was observed in the supervision criterion, which included indicators like protective measures, neighborhood watch, the use of surveillance cameras, and police patrols. This weakness in supervision could contribute to social problems and anomalies in Bostanabad's neighborhoods.

Keywords: tourism security, Bostanabad City, Prolong method, CPTED approach

Analysis of Vitality in Urban Tourism Spaces (A Case of Hafezieh and Saadieh in Shiraz)

Mozhgan Sasani, Assistant Professor, Department of Architecture, Dariun Branch, Islamic Azad University, Dariun, Iran (*Corresponding author: mo.sasani@iaau.ac.ir*)

Mahbubeh Daneshi, Master of Landscape Architecture, Hafez Institute of Higher Education, Shiraz, Iran

Abstract

In recent years, the quality of urban tourism spaces has gained significant attention in various fields of study. This research aims to answer two key questions: (1) Which criteria play the most and least significant roles in enhancing the vitality of tourism spaces? and (2) Which of the two studied sites, Hafezieh or Saadieh, exhibits higher levels of vitality? To address these questions, content analysis was used to identify seven key components of vitality, derived from existing definitions and expert opinions in the field. Following the identification of vitality indices, questionnaires were distributed and collected at the study sites, and the gathered data were analyzed using SPSS software. The comparison of significance levels between variables revealed no significant differences between the two locations in terms of vitality.

Keywords: vitality, architecture, Shiraz, Hafezieh, Saadieh

The Impact of Perceived Value of Tourism Events on Loyalty to Tourist Destinations (A Case of Zanjan)

Sanaz Salmanmohajer, Faculty of Management, Zanjan Islamic Azad University, Zanjan, Iran
Firuzeh Hajialiakbari, Assistant professor, Management Department, Islamic Azad University, Zanjan Branch, Zanjan, Iran (*Corresponding author: firouzehajialiakbari@gmail.com*)

Abstract

Despite the growing research on tourism, the event industry has received limited attention. This study seeks to identify strategies to attract more tourists to Zanjan city, increase their interest in visiting, and improve its ranking as a tourist destination. The research is practical in purpose and adopts a descriptive-analytical and survey-based methodology. The statistical population includes tourists attending the Ash Festival and exhibitions in the Caspian region of Zanjan city, with a sample size of 384 individuals selected through Cochran's formula. Data were collected using a standardized native questionnaire developed by Young et al. (2016), with face validity and factor analysis confirming its validity, and Cronbach's alpha (0.841) confirming its reliability. Descriptive statistics were analyzed using SPSS version 24, while inferential statistics and hypothesis testing were conducted using Lisrel software. The results indicate that the perceived value of tourism events positively affects both the perceived value of travel and loyalty to the destination.

Keywords: perceived value, tourism event, perceived value of travel, event strategies, destination loyalty

Assessing Residents' Satisfaction with National Housing Projects Using Neighborhood-Based Planning Indicators (A Case of Sanandaj)

Farshid Zohouri, PhD Student, Department of Geography and Urban Planning, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran

Majid Shams Professor, Department of Geography and Urban Planning, Malayer Branch, Islamic Azad University, Malayer, Iran (*Corresponding author: fazelman362@yahoo.com*)

Abstract

The lack of proper planning for housing aimed at low-income and vulnerable urban populations, coupled with the unchecked involvement of profit-driven actors in the housing sector, has created an urgent need for more effective housing strategies. One critical aspect of urban management is ensuring the satisfaction of residents in housing complexes. This study aims to evaluate residents' satisfaction with national housing projects using neighborhood-based planning indicators, focusing on physical, economic, environmental, and welfare dimensions. The objective is to assess how these indicators can enhance the efficiency of National Housing Movement sites in Sanandaj. The research adopts a descriptive-analytical approach.

Keywords: national housing, neighborhood-based planning, satisfaction, evaluation, Sanandaj

***Explaining the Role and Position of Women's Empowerment in the
Sustainable Development of Tourism
(A Case of Female Activists in the Tourism Industry in Ardabil Province)***

Mohammad Alizadeh Assistant Professor, Department of Iranian Studies, Vali-e-Asr University of Rafsanjan, Iran.

(Corresponding author: m.alizadeh@vru.ac.ir)

Vali Nemati Assistant Professor, Department of Public Administration and Tourism, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

Mahsa Sedigh PhD Student in Tourism, Allameh Tabataba'i University

Abstract

Women's status is one of the key indicators of development in any country. Despite comprising half of the global population, women account for only one-tenth of the world's income and hold just one-hundredth of its assets. Tourism is a powerful tool for empowering women across economic, educational, and political dimensions. Given its significance, this study aims to explore the role of women's empowerment in the sustainable development of tourism. The research focuses on female activists in the tourism industry of Ardabil province. Data were analyzed using PLS software. The findings reveal that empowering women in psychological, political, and social dimensions plays a crucial role in enhancing women's participation in sustainable tourism development. Additionally, the study shows that these empowerment factors influence the dependent variable (sustainable tourism development) through the mediating variable of participation in tourism.

Keywords: tourism, empowerment, women, Ardabil province

***Explaining Creative Tourism Variants Based on Sustainable Rural
Development and Presenting a Conceptual Model
(A Case of Ovan Village, Qazvin)***

Maryam Nouri, Assistant Professor and Faculty Member of Architecture Department, Islamic Azad University, Sharyar Branch, Sharyar, Iran (*Corresponding author: Maryam.Nouri@iaau.ac.ir*)

Abstract

Villages have always been centers of innovation and creativity. Sustainable rural development is a qualitative, comprehensive, dynamic, and endogenous process aimed at addressing the fundamental needs of rural areas. Ovan Village in Qazvin has undergone organic development. This study, classified as qualitative and fundamental research, follows a descriptive-analytical approach. The current challenge in rural development presents an opportunity for enhancing the sustainability of villages. One of the key objectives of sustainable rural development is to improve sustainability indicators across the social, economic, cultural, and environmental dimensions of rural life. The findings of this research suggest that creative tourism offers a unique and participatory experience, where the destination fosters a deep, two-way connection with tourists. This interaction, driven by collaborative learning and an emphasis on the area's physical characteristics, serves as a catalyst for revitalizing the location.

Keywords: village, creative tourism, Ovan, sustainable development

Explaining Creative Tourism Variants Based on Sustainable Rural Development and Presenting a Conceptual Model (A Case of Ovan Village, Qazvin)
Maryam Nouri

Explaining the Role and Position of Women's Empowerment in the Sustainable Development of Tourism (A Case of Female Activists in the Tourism Industry in Ardabil Province)
Mohammad Alizadeh, Vali Nemati, Mahsa Sedigh

Assessing Residents' Satisfaction with National Housing Projects Using Neighborhood-Based Planning Indicators (A Case of Sanandaj)
Farshid Zohouri, Majid Shams

The Impact of Perceived Value of Tourism Events on Loyalty to Tourist Destinations (A Case of Zanjan)
Sanaz Salmanmohajer, Firuzeh Hajialiakbari

Analysis of Vitality in Urban Tourism Spaces (A Case of Hafezieh and Saadieh in Shiraz)
Mozhgan Sasani, Mahbubeh Daneshi

The Role of Regional Security and its Impact on Sustainable Tourism with the CPTED Approach and the Prolong Method (A Case of Bostanabad)
Daryoush Sattarzadeh, Saeed Arbabi Bostan Abad, Roya Akhgari

Typology of Urban Tourism Based on Creative Industries (A Case of Isfahan)
Vahid Ghoroghi Shafiei, Ali Rashidpoor, Saeed Sharifi

Abstracts
In
English

In the Name of God

Geographical Journal of Tourism Space

Vol. 13 †No. 51 †Summer 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