



Analyzing the Taught Patterns of Urban Tourism with an Emphasis on Sustainable Development (Case study: Ardabil city)

Sonia Azhari^{✉1}, Mohammad Reza Rezvani²

1-Department of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, University of Allameh Tabatabaiee, Tehran, Iran

2. Department Geography and Planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

Article Info

Abstract

Article type:

Research Paper

Keywords:

Urban Tourism;
Drivers of WTO
Sustainable Urban
Tourism; Thought
Pattern; Q Method

Received:

30 Nov 2024

Received in revised form:

7 Jan 2025

Accepted:

31 Jan 2025

Pp: 103-122

In order to create inclusive, secure, resilient, and sustainable cities, tourism plays a significant role in contemporary urban design and the accomplishment of sustainable development goals. Tourists and planners have long been interested in Ardabil City, which is the provincial center of Ardabil and has significant potential for tourism growth. In 2023, this city was selected as the ECO member nations' tourist capital. Therefore, the primary objective of this study is to offer a knowledge-based and practical framework for the growth of sustainable urban tourism in Ardabil by leveraging the perspectives of important stakeholders and experts in the field of urban tourism development in accordance with the framework established by the World Tourism Organization. According to its paradigm, the current research is quantitative-qualitative, and its goal is developmental-applicative. The Q analysis method was used to distribute a questionnaire to 15 tourism experts and intellectual leaders in the field of sustainable development of urban tourism after research statements were initially gathered from library studies and updated WTO reports. Finally, three key intellectual patterns were clarified through the qualitative analysis of the studies: The first intellectual pattern is the establishment of a working group for the development of urban tourism and the definition of investment packages in the area of infrastructure for urban tourism; The second intellectual pattern is empowering tour operators and local guides to organize tours and bolstering creative businesses; The third intellectual pattern is offering training programs and hosting start-up events, business development, local community development, and comparative and benchmarking studies in the field of urban tourism.

Citation: Azhari, Sonia, Rezvani, Mohammad Reza. (2025) Analyzing the Taught Patterns of Urban Tourism with an Emphasis on Sustainable Development (Case study: Ardabil city), Journal of Tourism Management Studies of the Smart Era, 2 (1), 103-122

Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2046707.1020>



© The Author(s)

1. sonia_azhari@yahoo.com

2. rezvani@ut.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Tourism has an important contribution in the new urban planning and achieving sustainable development goals in creating inclusive, safe, resilient and sustainable cities. Tourists and planners have long been interested in Ardabil City, which is the provincial center of Ardabil and has significant potential for tourism growth. In 2023, this city was selected as the ECO member nations' tourist capital. Since urban tourism is a cross-sectoral industry, there was constructive interaction and collaboration amongst institutions related to tourism over the course of a year, and rational marketing tactics were employed to promote the industry. Given the city's changing tourism trends and the noticeable rise in visitors, it is becoming more and more obvious that integrated management of urban tourism growth is required, with an emphasis on the cognitive patterns of Ardabil tourism beneficiaries. It is possible to draw the conclusion that, despite the spatial distribution of the city's tourist attractions, the presence of tourists is concentrated in one area based on the examination of lodging statistics and tourist destinations in Ardabil. Therefore, it is essential to plan collaboratively with the presence of Ardabil City's major stakeholders in order to build regular programs, administer them effectively, train human resources, and attract additional capital for the development of sustainable tourism destinations.

Methodology

The first phase's data collection strategy was developed using fieldwork and library-document analyses. First, statements about the growth of urban tourism were gathered through library research (UNWTO's Sustainable Drivers Framework). Second, statements were validated using the Q analytical model with 15 experts (samples)

in the studied area (Ardabil city). The classification of thinking patterns in the study field is the model's ultimate output, and the organization of the respondents and their thoughts is the primary focus and emphasis of Q's analytical study approach. The topic of research and literature research are determined using the Q methodology of study and discourse space, which blends qualitative methods with the statistical precision of quantitative methods. Reports are taken out of the conversation area at this point. The Q category includes these statements. These reports are the study questionnaire items that are examined and scored by the participants. The questionnaire is employed as a data gathering technique in this article.

Results

According to the findings, there were three main intellectual patterns, and the significance and impact of these patterns varied greatly. The first pattern, with a variation of 40.2 percent, has the most influence and significance based on the rotation values of the squared loads, whereas the third pattern, with a percentage 18.5 is the least significant and influential variance. Furthermore, with an importance percentage of 30.8, the second pattern ranked second among the prominent ones. The importance and influence of any model can be evaluated by looking at the percentage of its explanatory variance. Therefore, the first thought pattern alone may account for more than 40% of the topic of sustainable urban tourism. This figure drops to 18 percent when considering the third thought type. However, because of the diversity of intellectual areas and the dispersion of themes, it is impossible to characterize the remaining 11% of the influential statements in the development of sustainable urban tourism in terms of an independent thinking pattern.

Discussion and Conclusion

The elements influencing the city's sustainable tourism development were evaluated in this study using the WTO

framework as a measured recommendation for the condition of tourism development in Ardabil among the specialists in this sector. There were also intellectual patterns found in this field. According to the first line of reasoning, investment packages for the building and infrastructure of Ardabil City's tourism industry need to be specified. City planning decisions seem to be significantly impacted by the creation of a working group for the expansion of urban tourism that is composed of authorities, executives, academics, and professionals.

The second intellectual pattern is essential for promoting creative urban tourist businesses, such as event tourism, smart tourism, cultural tourism, culinary tourism, adventure tourism, religious tourism and customs, and other types of creative tourism. preserving and strengthening the foundation for local tour operators to offer Ardabil city and historical tours. The third thought pattern suggests comparison studies between Ardabil City and benchmarking, benchmarking studies in the field of urban tourism branding, and justification plans for further research in the area of comparing Ardabil City with other popular tourist destinations in the country and around the world. It also recommends start-ups for general and specialized training workshops for city dwellers in general and tourism business owners in particular, as well as the creation and promotion of local community educational programs and empowerment.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهر اردبیل)

سونیا ازهری^۱✉، محمدرضا رضوانی^۲

۱- گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۹/۱۰

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۰/۱۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۱/۱۲

صص:

۱۰۳-۱۲۲

کلید واژه‌ها:

گردشگری شهری،
پیشران‌های گردشگری
پایدار شهری، الگوهای
فکری، روش کیو.

گردشگری سهم مهمی در برنامه جدید شهری و دستیابی به اهداف توسعه پایدار در ایجاد شهرها و سکونتگاه‌های انسانی فراگیر، ایمن، تاب‌آور و پایدار دارد. شهر اردبیل به عنوان مرکز استان اردبیل با برخورداری از ظرفیت‌های مناسب برای توسعه گردشگری از دیرباز مورد توجه گردشگران و برنامه‌ریزان است. این شهر در سال ۱۴۰۲ به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای عضو اکو (رویداد اردبیل ۲۰۲۳) انتخاب گردید. برای مدت یک‌سال برنامه‌های بازاریابی منسجمی برای توسعه گردشگری شهری اتخاذ گردید و با توجه به فرابخشی بودن گردشگری تعامل و هم‌افزایی مطلوبی بین ارگان‌های مرتبط با گردشگری صورت پذیرفت. به دنبال تغییر روند جریان‌های گردشگری شهر اردبیل و رشد چشمگیر تعداد گردشگران ورودی به شهر، ضرورت مدیریت یکپارچه توسعه گردشگری شهری با تأکید بر الگوهای فکری ذی‌نفعان گردشگری اردبیل بیش از پیش درک می‌شود. هدف اصلی این تحقیق ارائه چارچوب کاربردی و دانش‌محور در راستای توسعه گردشگری شهری پایدار در شهر اردبیل با استفاده از نظرات کارشناسان و ذی‌نفعان کلیدی توسعه گردشگری شهری در قالب پیشران‌های پیشنهادی سازمان جهانی گردشگری است. پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی بوده از نظر پارادایم در گروه تحقیقات کمی- کیفی قرار دارد. برای این منظور ابتدا گزاره‌های پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و گزارش‌های روزرسانی شده سازمان جهانی گردشگری استخراج گردید و با استفاده از روش تحلیلی کیو، پرسشنامه بین ۱۵ نفر از کارشناسان گردشگری توزیع و الگوهای فکری در زمینه توسعه پایدار گردشگری شهری شناسایی شد و در نهایت، با تحلیل کیفی مطالعات، الگوهای فکری مهمی در سه حوزه تبیین گردید؛ الگوی فکری اول: تعریف بسته‌های سرمایه‌گذاری در حوزه زیرساخت‌ها و روساخت‌های گردشگری شهری، تعیین کارگروه توسعه گردشگری شهری؛ الگوی فکری دوم: تقویت کسب‌وکارهای خلاقانه گردشگری، توانمندسازی تورگردانان و راهنمایان محلی برای برگزاری تورهای شهری؛ الگوی فکری سوم: ارائه برنامه‌های آموزشی و برگزاری رویدادهای استارت‌آپی توسعه کسب و کار، تسهیل‌گری جامعه محلی، انجام مطالعات تطبیقی و الگوبرداری در زمینه گردشگری شهری.

استناد: رضوانی، محمدرضا، ازهری، سونیا. (۱۴۰۴) تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهر اردبیل)، دو فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، ۲ (۱)، ۱۰۳-۱۲۲.

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2046707.1020>



نویسندگان



ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان

مقدمه

گردشگری سهم مهمی در برنامه جدید شهری و دستیابی به اهداف توسعه پایدار در مورد ایجاد شهرها و سکونتگاه‌های انسانی فراگیر، ایمن، تاب‌آور و پایدار دارد. سکونتگاه‌های شهری از نظر فعالیت‌های گردشگری به دلایل متعددی؛ چون مقصد، مسیر عبور و مراکز ارائه خدمات برای گردشگران از اهمیت بالایی برخوردارند. مقصدهای گردشگری شهری طیف وسیعی از جاذبه‌ها، مراکز اقامتی و سایر امکانات گردشگری را در خود جای داده‌اند (اشق‌فرهانی و ایمنی، ۱۴۰۱: ۱۹۱). علاوه بر این که خاستگاه مسافران جهانی هستند، تبدیل به مقصدهای اصلی یا نقاط کانونی اصلی برنامه‌های سفر گردشگران شدند (Ashworth & Page, 2011: 3). تحولی که گردشگری شهری در دهه‌های گذشته تجربه کرده است، حتی سرعت بیش‌تری نسبت به سایر انواع گردشگری داشته است (WTTC, 2019).

در دوره پیش از پاندمی، سفرهای شهری تقریباً یک‌چهارم کل سفرها را تشکیل می‌داد (IPK International, 2015) و بر اساس تحلیل آمارهای مجمع جهانی اقتصاد تعداد سفرهای شهری سال ۲۰۲۲ (دوران پساکرونا) در مقایسه با سال ۲۰۲۱ روند صعودی ۵۸ درصدی داشت (WEF, 2024: 34). طبق نظر سازمان ملل، در سال ۲۰۱۵، ۵۴ درصد از جمعیت جهان در مناطق شهری زندگی کرده و انتظار می‌رود که تا سال ۲۰۳۰ این سهم به ۶۰ درصد افزایش یابد (UNWTO & IPSOS, 2019: 7). همچنین، تعداد گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۳۰ به‌طور متوسط سالانه ۳/۳ درصد افزایش خواهد یافت (همان).

گردشگری نه‌تنها یک مولفه مهم از اقتصاد اکثر شهرهای بزرگ می‌باشد، بلکه امروزه به‌عنوان ابزاری کارآمد برای توسعه و احیای شهری مورد توجه قرار می‌گیرد (Law, 2002: 189). بنابراین، راهبرد گردشگری شهری در طول دهه گذشته از یک موضوع بسیار ساده که همان تبلیغ تعداد کمی از جاذبه‌ها بود به یک رویکرد بسیار جامع‌تر که به دنبال توسعه یک محصول، درک تقاضای بازار، مناسب نمودن شهر برای گردشگران و ایجاد سازمان‌هایی که می‌توانند شهر را ترفیح داده و بفرشند، تغییر کرده است. همان‌گونه که مشهود است ویژگی‌های اجتماعی- جمعیت‌شناختی؛ مانند روزهای کاری کم‌تر، افزایش درآمد قابل‌تصرف و افزایش امید به زندگی تنوع بازدیدکنندگان را در سال‌های اخیر افزایش داده است و گردشگران به دنبال انعطاف و تنوع در سفر هستند. در نتیجه، محیط‌های شهری بهترین مکان برای ارائه دامنه وسیعی از این فعالیت‌ها هستند. تبلیغات و ترویج تورها و بسته‌های سفر در حال رشد است و موجب افزایش مشارکت تور اپراتورها و آژانس‌های مسافرتی شده که خود منجر به توسعه گردشگری شهری شده است.

شهر اردبیل به‌عنوان مرکز استان، از جمله زیباترین و پرجاذبه‌ترین شهرهای ایران به‌لحاظ تنوع آثار تاریخی به‌شمار می‌رود و با قرارگرفتن در دامنه سبلان از مقصدهای مهم گردشگری در کشور است. از جمله جاذبه‌های طبیعی این شهر می‌توان به جنگل فندقلو، منظر طبیعی و تاریخی کوه سبلان، منطقه نمونه گردشگری دریاچه نئور، منطقه نمونه گردشگری دریاچه شورابیل، پل معلق تمام شیشه‌ای هیر و آب‌درمانی‌های سردابه و قیه‌سویی اشاره کرد. مجموعه میراث جهانی شیخ صفی‌الدین اردبیلی، مجموعه بازار تاریخی سرپوشیده اردبیل، مجموعه بقعه شیخ جبرائیل کلخوران، جمعه مسجد، موزه باستان‌شناسی، مردم‌شناسی، صنایع‌دستی و مجموعه پل‌ها و حمام‌های تاریخی مربوط به دوران صفوی و قاجار و مجموعه خانه‌های تاریخی از جمله آثار تاریخی مهم این شهر است. این استان در سال ۱۴۰۲ با عنوان «اردبیل پایتخت گردشگری کشورهای عضو آکو» معرفی گردید و هم‌چنین عضو فدراسیون جهانی شهرهای گردشگری^۱ جهان شد. تعداد گردشگران ورودی به شهر اردبیل به‌تنهایی در تابستان ۱۴۰۳ بیش از سه میلیون گردشگر بوده که مجموعاً ۳۰ درصد در اقامتگاه‌های رسمی دارای مجوز از اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان اسکان داشتند (سامانه جامع آمار و اطلاعات میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، مهرماه ۱۴۰۳).

1. World Tourism Cities Federation (WTTCF)

تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری ... / کھ ازهری و رضوانی

با توجه به تحلیل آمار اسکان و مقصدهای بازدید گردشگران در شهر اردبیل می‌توان چنین نتیجه گرفت که تمرکز فضایی گردشگران در مرکز شهر بوده و با وجود توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری شهر، حضور گردشگران در یک نقطه مشخص متمرکز گردیده است. علی‌رغم سهولت در کنترل و مدیریت متمرکز گردشگران، این امر می‌تواند معضلات عدیده‌ای نظیر فراتر رفتن از ظرفیت تحمل فیزیکی منطقه، ظرفیت پذیرش اجتماعی و نارضایتی ساکنین محلی را (با توجه به این که بافت تاریخی و سنتی اردبیل نیز نقطه تردد اصلی گردشگران است) به دنبال داشته باشد. توزیع ناعادلانه مزایای گردشگری شهری انتفاعی برای جامعه محلی نداشته و چالش‌های مهمی را به لحاظ استفاده از منابع طبیعی، تغییرات محیطی، تأثیرات فرهنگی - اجتماعی، شرایط کاری عادلانه، فشار بر زیرساخت‌ها، جابه‌جایی، صلح و امنیت، مدیریت ازدحام و ارتباط با جوامع میزبان ایجاد می‌کند. بنابراین، به‌هنگام بحث جدی در مورد افزایش تعداد گردشگران و زیست‌پذیری و پایداری شهر اردبیل، لزوم برنامه‌ریزی مشارکتی با حضور همه ذی‌نفعان به‌منظور طراحی برنامه‌های منظم، مدیریت هدفمند، تربیت نیروی انسانی کارآمد و جذب سرمایه‌های بیش‌تر با محوریت توسعه مقصد پایدار گردشگری مطرح می‌گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در طول تاریخ، شهرها و مراکز جمعیتی به علت فراهم بودن تسهیلات اسکان، سرگرمی و دیگر امکانات برای دیدارکنندگان همواره محل تمرکز فعالیت‌های گردشگری بوده‌اند. شهر به‌عنوان بستر زیست بشر، نقش اساسی در ایجاد احساس رضایتمندی دارد؛ در واقع شکل‌دهنده سبک زندگی انسان و کیفیت زندگی اوست. مطابق آمارهای موجود، نزدیک به نیمی از مردم جهان، ساکن شهرها هستند و انتظار افزایش آن در دهه‌های آینده نیز وجود دارد (Royuela et al., 2008: 72). در حالت کلی این موضوع را می‌توان ناشی از تلاش مردم برای ارضای نیازهای خود و وجود امکانات مناسب زندگی شهری دانست (Murgs & Klobucnik, 2018: 185). مقصدهای گردشگری اغلب به صورت پراکنده و براساس دیدگاه‌ها و اهداف مختلف تعریف شده‌اند که متشکل از شرکت‌ها و ذی‌نفعان با اهداف متنوع و استراتژی‌هایی برای ارائه محصولات و خدمات متفاوت است (Wang & Xiang, 2007: 77).

به اعتقاد جوبز^۱، شهرها دارای عوامل و ساختارهای پویا برای تحریک جریان تغییر مداوم هستند و گردشگری به یکی از محرک‌های اصلی توسعه در شهرها تبدیل شده است. این امر به دلیل تبلیغات و سرمایه‌گذاری‌های محکم در توسعه گردشگری شهری (Kotus et al., 2015)، هم‌چنین شهرنشینی، جهانی‌شدن، سفر هوایی مقرون‌به‌صرفه و اقامت، محبوبیت تعطیلات کوتاه آخر هفته، دسترسی به اطلاعات و فعالیت‌های جدید گردشگری است (Zekan & Wober, 2022).

گردشگری شهری به‌عنوان راه‌حلی «آسان» برای گذار پسا صنعتی به اقتصادهای مبتنی بر خدمات، در بسیاری موارد مکان‌ها و فضاهای شهری را اشغال کرده و از بسیاری از صنایع و مشاغل و چشم‌انداز مرتبط با آن‌ها پیشی گرفته و طراحی شهری را نیز مشروط کرده است. از این منظر صنعت گردشگری جنبه‌های مختلف زندگی در شهرها را مختل کرده و بدون اتخاذ الگوهای فکری مبتنی بر تلاش‌های پایداری برای توسعه، اثرات منفی به‌جا می‌گذارد. از جمله این اثرات می‌توان به افزایش آلودگی، بهره‌برداری بیش از حد از منابع و رشد تقاضای حمل‌ونقل (Russo et al., 2020) تغییرات در ارائه خدمات (که ماهیتی گردشگری یافته‌اند). (Freytag & Bauder, 2018)، تغییرات در محیط‌های فیزیکی شهری و ویژگی آن (اصالت‌بخشی) (Amore, 2019) و در دسترس بودن کمتر و افزایش قیمت مسکن اشاره کرد (Garza & Ovalle, 2019). این عوامل ممکن است منجر به تنزل کیفیت زندگی و فضا شود و ادامه این روند با توجه به تجارب حاصله از مقصدهای بالغ شهری می‌تواند منجر به مقاومت در برابر گردشگری شهری از سوی جوامع محلی و دیگران شود (Mihalic, 2020).

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۲، شماره ۱، ۱۲۲-۱۰۳، بهار و تابستان ۱۴۰۴

توسعه پایدار گردشگری شهری ارتباط تنگاتنگی با ظرفیت تحمل زیست‌محیطی دارد و بهینه‌سازی همه‌جانبه ظرفیت تحمل محیطی گردشگری در یک شهر می‌تواند پشتوانه قابل‌اعتمادی برای توسعه پایدار گردشگری شهری باشد. در کنار شهرنشینی سریع، رشد بخش گردشگری در سال‌های اخیر که ناشی از حمل‌ونقل ارزان‌قیمت، افزایش جابه‌جایی، تسهیل سفر، فناوری‌های جدید مانند پلتفرم‌های دیجیتال برای اجاره املاک و خدمات مهمان‌نوازی است و یک طبقه متوسط رو به‌رشد، شهرها را به‌طور فزاینده‌ای به مقصدهای محبوب گردشگری تبدیل کرده است. ثروت حاصل از گردشگری داخلی و بین‌المللی به‌طور قابل‌توجهی به توسعه اقتصادی اجتماعی بسیاری از شهرها و مناطق اطراف آن کمک می‌کند، باعث حفظ و احیای فرهنگ و بازآفرینی فرهنگی و ترویج مبادلات بین‌فرهنگی می‌شود (UNWTO, 2019: 7).

تاکنون پژوهش‌های متعددی در رابطه با گردشگری شهری و توسعه پایدار گردشگری شهرها صورت پذیرفته است. عربشاهی و تقدیسی (۱۳۹۷) در پژوهشی باعنوان تحلیل و بررسی جایگاه، نقش و پیامدهای توسعه گردشگری شهری به بررسی تأثیرات گردشگری بر توسعه شهری (شامل: اثرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی، زیست‌محیطی گردشگری در توسعه شهری) پرداخته و همچنین منابع و جاذبه‌های گردشگری شهری ایران و محدودیت‌ها موانع توسعه گردشگری شهری ایران را برشمردند. همچنین نقش شهرداری‌ها، مدیریت شهری و شبکه هماهنگ گردشگری شهری در تقویت و توسعه گردشگری شهری تبیین گردید و طبق نتیجه‌گیری توسعه پایدار گردشگری شهری در گرو هدف‌گذاری موثر، اجرای برنامه مدون و یکپارچه با مشارکت ارگان‌های مختلف محقق می‌گردد.

اسماعیلی مهبیاری و همکاران (۱۴۰۲) در یک مقاله مروری باعنوان مروری بر پژوهش‌های گردشگری شهری: شناسایی روندهای آینده و با به‌کارگیری روش کتاب‌سنجی به بررسی پیشرفت و توسعه در زمینه گردشگری شهری پرداختند. در این پژوهش از پایگاه وب آوساینس^۱ و زیرمجموعه‌های آن برای بازیابی و بررسی مقالات حوزه موردنظر، مورد بررسی قرار گرفت. برای مصورسازی داده‌ها وارد نرم‌افزار وی.او.اس ویوئر^۲ شد که الگوهای علمی موجود در حوزه مورد مطالعه را نمایش می‌دهد. یافته‌های این مقاله به‌لحاظ بررسی نتایج کمی در مورد کلیدواژه گردشگری شهری در پایگاه‌های علمی و همچنین از بعد کیفی در مورد روندهای گردشگری رایج کنونی و آینده بسیار ارزشمند است. تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۰) در پژوهشی باعنوان مدیریت گردشگری شهری با تأکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر با استفاده از منابع اولیه و پرسشنامه و از طریق مدل تحلیل عاملی سهم و نقش هر عامل در مدیریت گردشگری شهری را تعیین کردند. براساس نتایج تحقیق، عامل گسترش امکانات و خدمات زیربنایی اولین و عامل طراحی و برنامه‌ریزی صحیح علمی دومین عامل موثر در مدیریت گردشگری شهری است.

قائدی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای باعنوان شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری پایدار شهری در کلان‌شهر اهواز با اتخاذ رویکرد آینده‌پژوهی متغیرهای مؤثر بر توسعه گردشگری شهری پایدار (کلان‌شهر اهواز) را تعیین کرده‌اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش دلفی، ماتریس اثرات متقاطع استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که با توجه به تأثیرگذاری بسیار نقش عوامل گردشگری پایدار شهری، اتخاذ سیاست‌های منطقی در خصوص گردشگری شهری توسط مسئولان شهر، می‌تواند ابعاد موفقیت یا شکست شاخص‌های گردشگری پایدار شهری را مشخص کند. جمال‌وندی و همکاران (۱۴۰۳) در مطالعه‌ای باعنوان شناسایی پیشران‌های مؤثر بر بازآفرینی محورهای گردشگری شهر ایلام، شاخص‌های مفهومی تبیین‌کننده پیشران‌های اصلی بازآفرینی و گردشگری شهری را تبیین کرده‌اند. محققین پژوهش با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل آثار متقاطع (میک‌مک) به تحلیل مؤلفه‌های بازآفرینی و گردشگری شهر ایلام پرداختند. یافته‌های حاصل از نتایج اولویت‌بندی ابعاد مؤثر در بازآفرینی محورهای گردشگری شهر ایلام نشان داد که بعد کالبدی، اجتماعی- فرهنگی، زیست‌محیطی و بعد اقتصادی به‌ترتیب اهمیت دارند. در نهایت با توجه به نتایج مرتبط با تحلیل آثار متقاطع در شناسایی پیشران‌های مؤثر

1. Web of Science

2. VOS viewer

تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری ... / کهر ازهری و رضوانی

بازآفرینی بر آینده محوره‌های هفت‌گانه گردشگری شهر ایلام شش عامل کلیدی (روابط اجتماعی، عملکرد، تسهیلات و خدمات رفاهی، زیرساخت‌ها و تأسیسات، اقتصاد گردشگری، سرزندگی) شناسایی شد.

سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۱ با جمع‌بندی مطالعات در زمینه مدیریت گردشگری شهری و مفاهیم پایداری؛ سه پیشران^۱ اساسی برای توسعه گردشگری شهرهای پایدار به شرح ذیل ارائه کرده است:

پیشران ۱- ترویج ادغام گسترده‌تر گردشگری در برنامه شهری

- گردشگری باید کاملاً به‌عنوان وسیله‌ای برای اطمینان از سهم مؤثر آن در توسعه شهرهای فراگیر، تاب‌آور و پایدار، به‌صورت گسترده‌تر در برنامه شهری قرار گیرد.

- شهرها باید مدل‌های حاکمیتی و مکانیسم‌های همکاری را برای گردشگری شهری تعیین کنند که ادارات گردشگری و همچنین سایر حوزه‌های مربوطه را در تمام سطوح ملی، محلی و منطقه‌ای، بخش خصوصی و جوامع محلی درگیر کند.

- گردشگری باید در سیستم‌های نظارت و سنجش شهری گنجانده شود تا از تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و مدیریت مبتنی بر شواهد اطمینان حاصل شود.

- گردشگری باید بخشی از سیاست‌ها و استراتژی‌های شهری برای دستیابی به اجرای برنامه جدید شهری و اهداف توسعه پایدار؛ به‌ویژه ایجاد شهرها و سکونتگاه‌های انسانی فراگیر، ایمن، تاب‌آور و پایدار باشد.

پیشران ۲- سیاست‌ها و اقدامات پایداری در گردشگری شهری از دید سازمان جهانی گردشگری

- گردشگری شهری باید اقدامات پایدار را برای استفاده کارآمدتر از منابع و کاهش نشر فاضلاب و ضایعات در چارچوب اقتصاد چرخشی ایجاد کند.

- شهرها باید با ادغام کامل ارکان زیر در سیاست‌ها و استراتژی‌های خود، مفهوم مقصد گردشگری هوشمند شهری را اجرا کنند: حاکمیت، نوآوری، فناوری، دسترس‌پذیری و پایداری در سه حوزه: اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی.

- شهرها مطابق با توصیه‌های سازمان جهانی گردشگری در مورد گردشگری در دسترس برای همه، باید گردشگری شهری با دسترسی جهانی را ارتقا دهند.

- شهرها باید استفاده از کلان‌داده‌ها و تکنولوژی را برای برنامه‌ریزی، سنجش و مدیریت بهتر گردشگری شهری و ترویج تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد در مورد موضوعات کلیدی؛ مانند زیرساخت‌ها، ظرفیت برد، مسکن، حمل‌ونقل و جابه‌جایی، مدیریت امور طبیعی و منابع فرهنگی و مشارکت جامعه در گردشگری، به حداکثر برسانند.

- شهرها باید محصولات و تجارب نوآورانه گردشگری و استفاده از فناوری را به‌منظور ایجاد تنوع در جریان گردشگری به‌لحاظ زمانی و مکانی، ترویج اقامت طولانی‌تر و جذب بخش‌های بازدیدکننده‌ای که به چشم‌انداز و استراتژی بلندمدت آن‌ها بهتر کمک می‌کند، توسعه دهند.

- شهرها باید سنجش و نظارت برگردشگری شهری را پیش ببرند تا از توسعه پایدار متناسب و به‌موقع مقاصد، اطمینان حاصل کنند. در این راستا، شبکه پایش گردشگری پایدار سازمان جهانی گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک الگو در نظر گرفته شود؛ زیرا چارچوبی را برای پایش سیستماتیک، به‌موقع و منظم برای بهره‌برداری از منابع و درک بهتر تأثیر گردشگری در ۹ حوزه فصلی بودن، استخدام، مزایای اقتصادی، حاکمیت، رضایت محلی، مدیریت انرژی، مدیریت آب، مدیریت فاضلاب و مدیریت پسماند جامد، فراهم می‌کند.

پایداری گردشگری شهری تنها در صورتی موفقیت‌آمیز خواهد بود که یک استراتژی برنامه‌ریزی جامع و بلندمدت مبتنی بر رویکرد مشارکتی چندعملکردی^۱ و چندذی‌نفعی^۲ اتخاذ شود.

پیشران ۳- شهرهایی برای همه ایجاد کنید: ساختن شهرها برای شهروندان و بازدیدکنندگان

شهرها باید مشارکت کامل جوامع محلی را در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری تقویت کنند.

شهرها باید گنجاندن جوامع محلی در زنجیره ارزش گردشگری را برای اطمینان از تبدیل منافع گردشگری به ایجاد ثروت مبتنی بر جامعه، مشاغل مناسب و برخورداری اجتماعی؛ به‌ویژه برای زنان، جوانان و گروه‌های کم‌برخوردار، ترویج نمایند.

شهرها باید به‌عنوان فضاهایی که موجب تقویت بازآفرینی شهری، تنوع فرهنگی، گفت‌وگوی بین‌فرهنگی، نوآوری و تولید و تبادل دانش می‌شوند، سهم گردشگری را در ایجاد شهرها ارتقا دهند.

شهرها باید گردشگران را به‌عنوان «ساکنان موقت» در نظر بگیرند و اطمینان حاصل کنند که خط‌مشی گردشگری، تعامل بازدیدکنندگان و ساکنان را به شیوه‌های جامع‌نگر و کامل مشارکتی، افزایش می‌دهد.

شهرها باید توسعه یکپارچه شهر و گردشگری شهری را برای ساکنان و بازدیدکنندگان، مدیریت و برنامه‌ریزی کنند (UNWTO, 2018).

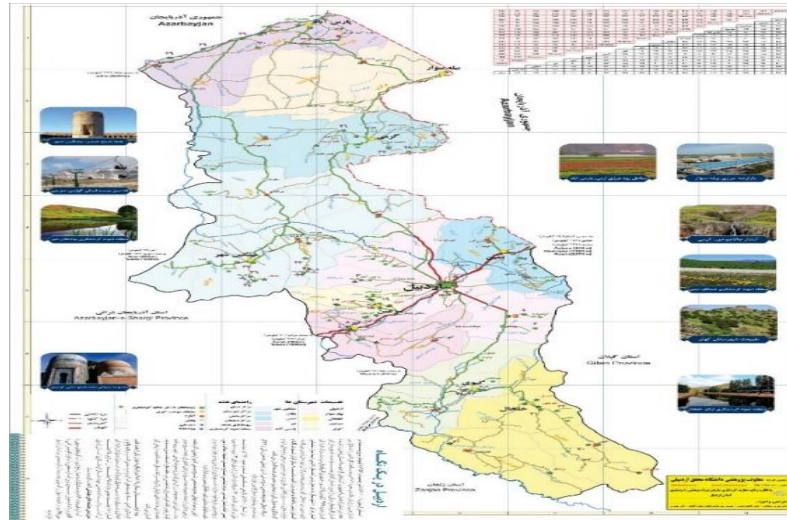
بررسی پیشینه‌های پژوهش و مبانی نظری اهمیت اتخاذ تصمیم‌ها و سیاست‌های توسعه گردشگری شهری پایدار را نشان می‌دهد و ضرورت ایجاد یک سیستم یکپارچه مدیریت و راهبرد توسعه پایدار گردشگری شهری را منعکس می‌کند، اما تاکنون بررسی الگوهای فکری کارشناسان با بهره‌گیری از روش کیو در تحقیقات داخلی و خارجی صورت نپذیرفته است. هم‌چنین با توجه به این که شهر اردبیل به‌عنوان قلمرو پژوهش در حال تجربه دوران جدیدی از تقاضای گردشگران شهری است، توسعه فعالیت‌های گردشگری، مدیریت و کیفیت تجارب گردشگران با محوریت توسعه پایدار برای ارتقای این مقصد حیاتی است. از این‌رو، بررسی الگوهای فکری حاکم مطابق با پیشران‌های کلیدی پیشنهادی سازمان جهانی گردشگری بسیار حائز اهمیت است.

مواد و روش‌ها

در این پژوهش، نوع تحقیق از نظر هدف، توسعه‌ای- کاربردی بوده از نظر پارادایم در گروه تحقیقات کمی- کیفی قرار دارد. روش گردآوری داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای- اسنادی و روش میدانی است. در وهله اول گزاره‌های مرتبط با توسعه گردشگری شهری از طریق مطالعات کتابخانه‌ای جمع‌آوری و در وهله دوم با استفاده از مدل تحلیلی کیو و جامعه آماری شامل ۱۵ نفر از صاحب‌نظران و مدیران اجرایی در قلمرو مورد مطالعه (شهر اردبیل) اعتبارسنجی گزاره‌ها صورت گرفت. تمرکز و تأکید اصلی مدل تحلیلی کیو بر سازماندهی پاسخگویان و افکار آن‌هاست و خروجی نهایی مدل طبقه‌بندی الگوهای فکری موجود در زمینه پژوهش مورد مطالعه است.

شهر اردبیل در بین عرض جغرافیایی ۵۲° ۱۰' ۳۸" تا ۳۸° ۱۹' ۳۸" و طول جغرافیایی ۱۷° ۱۱' ۴۸" تا ۵۷° ۲۲' ۴۸" واقع شده است. مساحت محدوده شهر اردبیل ۲۴/۵۷۱۱ هکتار است (شکل ۱). این شهر در فلاتی به‌شکل دایره ساخته شده و کوه‌های زیبایی آن را احاطه کرده‌اند. در سمت غرب این فلات، آتشفشان خاموش سبلان به ارتفاع ۴۸۱۱ متر قرار گرفته است (آمارنامه شهرداری اردبیل، ۱۳۹۴: ۸).

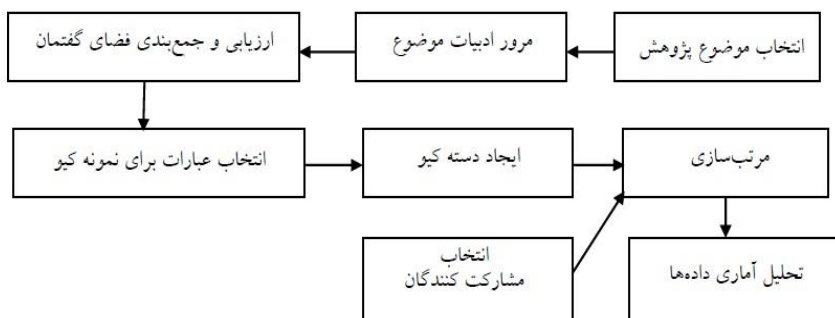
تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری ... / کج ازهری و رضوانی



شکل ۱: نقشه جایگاه شهر اردبیل در استان

فرآیند اجرای روش‌شناسی کیو (Q)

روش‌شناسی کیو روش‌های کیفی را با دقت آماری روش‌های کمی ترکیب می‌کند. در این روش پس از انتخاب موضوع پژوهش، ادبیات تحقیق براساس روش‌شناسی کیو مطالعه و فضای گفتمان ترسیم می‌شود. در این مرحله گزاره‌هایی از فضای گفتمان استخراج می‌شود. این گزاره‌ها دسته‌کیویی را تشکیل می‌دهند. در این مقاله از پرسشنامه به‌عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شده و این گزاره‌ها گویه‌های پرسشنامه تحقیق هستند که توسط مشارکت‌کنندگان بررسی و اندازه‌گیری می‌شوند. فرآیند اجرای تحقیق با روش‌شناسی کیو، مطابق نمودار زیر انجام می‌شود:



شکل ۲: فرآیند اجرای تحقیق با روش کیو (اقتباس از: خوشگویان فرد، ۱۳۸۶: ۲۶)

۱. شناسایی و تحلیل فضای گفتمان در روش کیو

گام اول در فرآیند اجرای تحقیق با روش‌شناسی کیو، به‌دست‌آوردن دسته‌ای از گویه‌هاست که معرف فضای گفتمان هستند (Brown et al., 2008: 541). این گویه‌ها را می‌توان از منابع متعددی شامل مصاحبه‌ها، نشریات، اسناد بایگانی شده و سایر منابع به‌دست آورد (Baptise & Lennise, 2010: 69). در این مقاله دیدگاه‌های اندیشمندان مختلف درخصوص توسعه گردشگری شهری و رویکرد گردشگری پایدار موردبررسی و درنهایت پیشران‌های پیشنهادی سازمان جهانی گردشگری درمورد توسعه پایدار گردشگری شهری (۲۰۱۹) گزاره‌ها و مبنای اصلی فضای گفتمان تحقیق در نظر گرفته شده‌است.

۲. انتخاب عبارات برای نمونه کیو و ایجاد دسته کیو

لازمه انجام صحیح تحقیق از طریق روش کیو، ساختن گویه‌ها یا سنجه‌هایی است که دقیقاً معرف همان مفاهیم یا نظریه‌های موردبررسی باشند. مجموعه گزاره‌های انتخاب شده برای دسته کیویی، نمونه کیو نامیده می‌شود. با ارزیابی و جمع‌بندی محتویات فضای گفتمان به گزاره‌ها سروسامان داده و نمونه‌ای از عبارات را به‌عنوان نمونه کیو از میان آن‌ها انتخاب کرد. مککئون و توماس (۱۹۸۸)، تعدادی بین ۳۰ تا ۱۰۰ عبارت را برای نمونه کیو پیشنهاد کرده‌اند، ولی معمولاً تعدادی بین ۵۰ تا ۷۰ عبارت انتخاب می‌شود. داور معتقد است تعداد مناسب عبارت برای آن‌ها که یافته‌ها دارای اعتبار آماری باشند، بین ۲۰ تا ۶۰ عبارت است. در این پژوهش تعداد ۶۰ گزاره از مطالعات کتابخانه‌ای به‌صورت جملات خبری در فرمت پرسشنامه طراحی شده است.

۳. انتخاب مشارکت‌کنندگان در روش شناسی کیو

دسته کیویی توسط گروهی از پاسخگویان منتخب از افراد مرتبط با موضوع مورد مطالعه تکمیل می‌شود. این پاسخگویان از میان افرادی انتخاب می‌شوند که ارتباط و تعلق ویژه‌ای به موضوع مطالعه دارند (Exel & Graaf, 2005: 70). جامعه آماری مقاله ۱۵ نفر صاحب‌نظر و فعال در حوزه اجرایی و کارشناسان شهرداری، اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، اساتید دانشگاه و محققین در زمینه گردشگری شهری، فعالین بخش خصوصی گردشگری می‌باشد. تعداد مشارکت‌کنندگان در این تحقیق ۱۵ نفر بودند که تعداد ۶۷ درصد آن‌ها مرد و مابقی زن بودند و در رده سنی ۳۰ تا ۶۵ سال قرار داشتند.

جدول ۱. جامعه آماری پژوهش

سوابق مرتبط	مقطع تحصیلی	سن	شغل	جنسیت	پاسخ‌دهندگان
۲۰	کارشناسی ارشد	۴۵	عضو شورای شهر	مرد	۱
۱۴	کارشناسی ارشد	۴۲	مسئول حوزه گردشگری شهرداری	مرد	۲
۱۸	دکترا	۴۵	هیئت علمی دانشگاه	مرد	۳
۲۱	دکترا	۴۲	هیئت علمی دانشگاه	مرد	۴
۱۶	دکترا	۴۳	هیئت علمی دانشگاه	مرد	۵
۱۳	دکترا	۳۷	کارشناس توسعه گردشگری	مرد	۶
۱۱	کارشناسی ارشد	۴۱	کارشناس بازاریابی گردشگری	مرد	۷
۱۰	کارشناسی ارشد	۳۲	کارشناس دفتر خدماتی گردشگری	زن	۸
۹	لیسانس	۳۷	معماری و طراح شهری	زن	۹
۱۹	دانشجو دکتری	۳۸	مدرس دانشگاه	زن	۱۰
۴۰	دیپلم	۶۵	پیشکسوت در هتل‌داری	مرد	۱۱
۳۵	لیسانس	۵۷	پیشکسوت در آژانس گردشگری	مرد	۱۲
۳۰	لیسانس	۶۰	پیشکسوت در آژانس گردشگری	زن	۱۳
۲۲	کارشناسی ارشد	۵۸	پیشکسوت تورلیدر فرهنگی شهری	مرد	۱۴
۵	کارشناسی	۲۵	تورلیدر فرهنگی	زن	۱۵

۴. مرتب‌سازی گویه‌ها در روش کیو

در گام چهار مشارکت‌کنندگان به مرتب‌سازی و دسته‌بندی کارت‌های دسته کیو^۱ با توجه به برخی ترجیحات، قضاوت‌ها یا احساس موجود درباره آن‌ها و غالباً با به‌کارگیری یک توزیع شبه‌نرمال خواهند پرداخت. به‌دیگر سخن این فاز، مرحله گردآوری داده‌ها است. افراد با مرتب کردن دسته کیویی ذهنیت خود درباره گزاره‌ها را ارائه می‌دهند و با این کار دیدگاه درونی یا نیمرخ شخص را آشکار می‌سازند (Brouwer, 1999: 35). سپس این رتبه‌بندی‌های فردی (یا دیدگاه‌ها)، تحت تحلیل عاملی قرار می‌گیرند.

۵. تحلیل آماری داده‌ها در روش تحقیق کیو

در مطالعه کیو، تحلیل آماری داده‌ها شامل رویه‌های آماری همبستگی، تحلیل عاملی کیو، چرخش عاملی، تعیین ویژگی بارگذاری عاملی و تفسیر عاملی است (McKeown & Thomas, 1988). نرم‌افزاری که برای تحلیل داده‌های گردآوری شده از دسته‌های کیویی استفاده می‌شود، جدولی از ارزش‌های دسته کیویی عامل برای گویه‌ها ایجاد می‌کند که براساس موارد موافقت و مخالفت مرتب شده است و از آن یک دسته کیویی ترکیبی برای هرگونه به‌دست می‌آید. در این پژوهش پس از انجام ارزیابی‌ها، نتایج حاصل از نمودار وارد نرم‌افزار SPSS شد و از طریق آزمون تحلیل عاملی - اکتشافی در بخش مشارکت‌کنندگان و استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و ماتریس همبستگی، الگوهای فکری متفاوت شناسایی شدند.

نتایج: تبیین الگوهای فکری حاکم بر توسعه پایدار گردشگری شهری

در این بخش به تحلیل داده‌های گردآوری شده با روش تحلیل عاملی کیو و تفسیر عامل‌های استخراج شده پرداخته می‌شود. هدف تحلیل آماری داده‌ها در روش شناسی کیو، شناسایی ذهنیت‌ها و الگوهای فکری مختلف در بین مشارکت‌کنندگان است. با استمداد از فضای گفتمان، گزاره‌های پژوهش شناسایی شدند و میزان موافقت و مخالفت کارشناسان با گزاره‌ها اندازه‌گیری شد. در جدول (۱) میانگین ارزیابی گزاره‌ها توسط کارشناسان نشان داده شده است.

جدول ۲. میانگین گزاره‌های مرتبط با دیدگاه‌های کارشناسان در مورد توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل

میانگین	گزاره	میانگین	گزاره
۴/۵۴	توسعه و مدیریت گردشگری شهر اردبیل باید با حضور کارشناسان و متخصصان بومی و با تجربه صورت گیرد.	۲/۷	سیاست‌های توسعه شهری هم‌راستا با مدیریت توسعه پایدار هستند.
۳/۷۲	برنامه‌های توسعه شهرداری از سوی شهرداری با رویکرد مقصد گردشگری طرح‌ریزی می‌گردد.	۱/۲	سیاست‌های گردشگری شهرداری هم‌راستا با قوانین و استانداردهای اداره میراث فرهنگی و گردشگری است.
۳/۷۶	راهبردهای توسعه گردشگری شهر اردبیل با تاکید بر اردبیل به‌عنوان مقصد گردشگری تاب‌آور و پایدار می‌باشد.	۳/۵	در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهر اردبیل بخش خصوصی و مشارکت دارد.
۳/۸۷	نیاز به تشکیل کارگروهی از کارشناسان گردشگری شهری برای توسعه فضاهای اختصاصی گردشگری وجود دارد.	۲/۴	برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری با مشارکت جامعه محلی انجام می‌گیرد.
۲/۷۴	مطالعه درخصوص عدالت فضایی شهری برای توسعه گردشگری پایدار از سوی نهادهای ذی‌ربط برای شهر اردبیل	۳/۹۷	ضرورت پرداختن به مطالعات امکان‌سنجی گردشگری در فرآیند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی شهر اردبیل
۵/۰۶	تخصیص پژوهشکده و گروه تحقیقاتی مشخصی از کارشناسان گردشگری برای توسعه پایدار	۲/۵۴	در تدوین طرح جامع گردشگری استان (ویرایش جدید) بل محوریت شهرداری اردبیل به‌عنوان ذی‌نفع کلیدی

۳/۳۴	تعامل بین ارگان‌های از جمله شهرداری و میراث فرهنگی و شورای شهر در پیاده‌سازی استراتژی‌های گردشگری	۳/۷۲	در سیستم‌های نظارت و کنترل بر برنامه‌های شهری اردبیل، با محورین گردشگری پایدار
۳/۰۸	در راستای توسعه منسجم و پایدار گردشگری شهری اردبیل مطالعات تطبیقی در مقایسه با توسعه شهرهای موفق گردشگری ضرورت دارد.	۴/۵۸	در راستای استراتژی‌دستیابی به برنامه شهر اردبیل؛ گردشگری آیتم مهم در ایجاد شهرهای فراگیر، ایمن، تاب‌آور و پایدار است.
۲/۲۳	مطالعات الگوبرداری از مقاصد گردشگری شهری موفق در خصوص توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل صورت گرفته است.	۳/۸۷	توسعه صنعت گردشگری در شهر اردبیل موجب اقدامات پایدار برای استفاده کارآمدتر از منابع شده است.
۳/۷۴	فضاهای گردشگری شهری دامنظره برای سرگرمی ساکنین و گردشگران مناسب نیست.	۳/۳۵	گردشگری شهر اردبیل موجب اقدامات پایدار برای کاهش نشر فاضلاب و ضایعات شده است.
۲/۳۵	توزیع فضایی مکان‌های گردشگری شهر اردبیل در سطح شهر از عدالت فضایی برخوردار است.	۶/۷۲	گردشگری شهر اردبیل به‌عنوان ایجاد تنوع در منابع درآمدی ذی‌نفعان شهر؛ چارچوب اقتصاد چرخشی ایجاد کرده
۳/۰۸	در راستای توسعه منسجم و پایدار گردشگری شهری اردبیل مطالعات تطبیقی در مقایسه با توسعه شهرهای موفق گردشگری ضرورت دارد.	۱/۴۸	شهر اردبیل به‌عنوان مقصد گردشگری هوشمند شهری از فناوری‌هایی نظیر اطلاعات جاذبه‌های هوشمند، و فناوری‌های به‌روز استفاده کرده است
۱/۲۳	استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر اردبیل همسو با ساختار اقتصادی منطقه است.	۴/۳۲	توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل برای اعمال حاکمیت در سه حوزه اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی
۳/۵۶	استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر اردبیل همسو با رعایت موازین پایداری و حفاظت از محیط‌زیست است.	۲/۲۳	سیاست دسترس‌پذیری برای همگان در شهر گردشگری اردبیل مشهود است.
۲/۳۵	شهر اردبیل تجربه و محصولات منحصره‌فرد برای گردشگران فراهم می‌کند.	۴/۳۷	برای توسعه گردشگری شهر اردبیل نیاز مبرم به اقدامات نوآورانه توسعه پایدار وجود دارد.
۴/۹۷	گردشگری شهری اردبیل موقعیت شغلی و استخدام برای مردم محلی ایجاد می‌کند.	۱/۷۵	شهر اردبیل برای مدیریت گردشگری شهری از سیستم‌های اطلاعات جامع استفاده می‌کند.
۶/۷۱	توسعه پایدار گردشگری شهری در اردبیل فرصتی برای ایجاد المان‌های شهر خلاق گردشگری فراهم می‌کند.	۱/۷۹	برای دستیابی به سیستم گردشگری جامع شهری، نهادهای ذی‌نفع از تکنولوژی‌های پیشرفته استفاده می‌کند
۲/۲۱	توسعه گردشگری شهری از اتلاف انرژی جلوگیری کرده و موجب ذخیره انرژی می‌گردد.	۵/۲۴	جامعه محلی از توسعه گردشگری شهری رضایت خاطر دارند.
۴/۶۵	توسعه گردشگری شهر اردبیل مبتنی بر رویکرد مشارکتی چندعملکردی می‌باشد.	۶/۷۴	توسعه گردشگری شهری فرصتی برای جلوگیری از فصلی شدن گردشگری در شهر اردبیل است.
۲/۳۲	توسعه گردشگری در شهر اردبیل با تقویت و توانمندسازی جوانان، زنان و گروه‌های کم‌برخوردار شهر همراه است.	۳/۲۷	توسعه پایدار گردشگری اردبیل مبتنی بر استراتژی برنامه‌ریزی جامع بلندمدت مبتنی بر رویکرد چندذی‌نفعی است
۴/۶۵	به‌منظور توسعه گردشگری شهر اردبیل دوره‌های آموزشی و توانمندسازی برای جامعه محلی فراهم شده است.	۳/۲۶	زیرساخت‌ها و روساخت‌های شهر اردبیل برای توسعه گردشگری پایدار فراهم است.

تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری ... / کج ازهری و رضوانی

۱/۴۵	شهر اردبیل از ترانسفر شهری مناسبی برای بازدیدکنندگان (گردشگران و ساکنین شهری) برخوردار است.	۴/۴۵	تنوع بخشی جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری به منظور طولانی کردن مدت اقامت (شب اقامت)
۴/۴۵	نیاز به راه‌اندازی تورهای متنوع شهرگردی، بافت‌گردی، گردشگری خوراک، گردشگری فرهنگی و گردشگری مذهبی	۴/۴۵	تورگردانان به‌عنوان بخش مهمی از زنجیره ارزش گردشگری باید وارد حیطه اجرای تورهای شهری گردند.
۴/۶۷	انگیزه و تسهیلات مناسب برای ایجاد امکانات و تاسیسات توسعه گردشگری شهر اردبیل وجود دارد.	۴/۶۴	بسته‌های سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل تهیه شده است.
۲/۹۸	اردبیل به‌عنوان برند مقصد گردشگری کلیدی است.	۱/۲۳	تسهیل قوانین نهادها برای توسعه گردشگری شهر اردبیل
۱/۴۵	بازار هدف گردشگری شهر اردبیل در حوزه بین‌المللی است.	۵/۲۹	برای توسعه گردشگری شهر اردبیل، فعالیت‌های تبلیغاتی چشمگیری صورت پذیرفته است.
۵/۵۰	بازار هدف گردشگری شهر اردبیل در حوزه منطقه‌ای است.	۶/۷۲	بازار هدف گردشگری شهر اردبیل در حوزه ملی است.
۴/۵۰	شهر اردبیل می‌تواند به‌عنوان شهر گردشگری خلاق معرفی گردد.	۴/۲۱	گردشگری شهری اردبیل به‌عنوان مقصد گردشگری برندسازی شده است.
۵/۶۷	شهر اردبیل از جاذبه‌های ثبت شده ملی و جهانی برخوردار است.	۵/۱۲	رویدادهای گردشگری اردبیل ۲۰۲۳ تأثیر زیادی در ارتقای برند گردشگری شهر اردبیل گردیده است.
۳/۲۲	توسعه گردشگری شهر اردبیل منجر به آلودگی‌های زیست-محیطی شده است.	۶/۵۴	توسعه گردشگری شهر اردبیل باعث افزایش قیمت زمین و هزینه زندگی جامعه محلی شده است.

یافته‌های پژوهش

ماتریس همبستگی در روش‌شناسی کیو

در فرآیند روش‌شناسی کیو، همبستگی رتبه هر گویه در دسته کیویی هر مشارکت‌کننده با رتبه همان گویه در هریک از دسته‌های کیویی که توسط دیگر پاسخگویان آن دسته تکمیل شده است، محاسبه می‌شود. تفاوت‌های رتبه‌های مربوط به هریک از گویه‌ها مجذور و جمع می‌شوند. مقادیر به‌دست آمده در فرمول همبستگی وارد می‌شوند. برای همه دسته‌های کیویی، میانگین‌ها و انحراف معیارها برابر فرض می‌شوند. استفاده از داده‌های استاندارد شده، محققان را قادر می‌سازد که تفاوت بین متغیرها (پاسخگویان) را اندازه‌گیری و آن تفاوت‌ها را در عبارات‌های مشترک مقایسه کنند (Baptise & Lennise, 2010: 71). میزان همبستگی بین متغیرها و گزاره‌ها از طریق ضرایب همبستگی اسپیرمن محاسبه شد که به دلیل طولانی بودن مقاله، ذکر نشدند. برای تجزیه و تحلیل و شناسایی الگوها، از تحلیل عاملی-اکتشافی در نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. روایی پرسشنامه با توجه به مطالعات پیشین و مطالعه روزرسانی شده در مورد پیشران‌های گردشگری شهری پایدار (گزارش ۲۰۱۲ سازمان جهانی گردشگری) توسط کارشنان امور بین‌الملل وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ارزیابی و مورد تأیید نهایی قرار گرفت.

به‌منظور سنجش پایایی پرسشنامه و متغیرها از آزمون KMO استفاده شده است. مقدار این آزمون برابر با ۰/۷۷ است که پایایی مناسب برای انجام تحلیل عاملی را نشان می‌دهد. در جدول (۲)، مقادیر ویژه الگوهای فکری همراه درصد واریانس تبیینی ارائه شده‌اند. طبق این جدول، الگوهای کیو که دارای مقادیر ویژه بیش‌تر از یک باشند الگوهای فکری حاکم بر توسعه پایدار گردشگری شهری محسوب می‌شوند. براین اساس، سه الگوی فکری اصلی شناسایی شده است که الگوها، از نظر تأثیرگذاری و اهمیت، تفاوت چشمگیری داشتند؛ به‌گونه‌ای که براساس نتایج بخش مقادیر چرخشی بارهای مربعی، الگوی اول با درصد واریانس ۴۰/۲ دارای بیش‌ترین اهمیت و تأثیرگذاری و درمقابل، الگوی سوم با درصد واریانس ۱۸/۵ دارای کم‌ترین اهمیت و تأثیرگذاری است. هم‌چنین الگوی فکری دوم با درصد اهمیت‌گذاری

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۲، شماره ۱، ۱۲۲-۱۰۳، بهار و تابستان ۱۴۰۴

۳۰/۸ در جایگاه دوم الگوهای فکری حاکم قرار گرفت. میزان اهمیت و تأثیرگذاری را می‌توان از طریق درصد واریانس تبیینی هر الگو تعیین کرد. بر این اساس، الگوی فکری اول به‌تنهایی بیش از ۴۰ درصد از موضوع گردشگری شهری پایدار را تبیین می‌کند؛ درورتی‌که الگوی فکری سوم، این مقدار به ۱۸ درصد کاهش می‌یابد. این سه الگوی شناسایی شده در مجموع بیش از ۸۹ درصد از کل واریانس را پوشش می‌دهند که بیان‌گر این حقیقت است که الگوهای اصلی به‌خوبی شناسایی شدند، اما ۱۱ درصد باقیمانده گزاره‌های تأثیرگذار در توسعه گردشگری شهری پایدار توسط عوامل دیگر تبیین می‌شوند که با توجه به پراکندگی موضوعی و متنوع بودن دامنه‌های فکری، نمی‌توان آن را در قالب الگوی فکری مستقل تعریف کرد.

جدول ۳. میانگین گزاره‌های مرتبط با دیدگاه‌های کارشناسان در مورد توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل

الگوهای فکری	مقادیر ویژه اولیه			مقادیر چرخشی بارهای مربعی		
	مجموع	درصد واریانس	واریانس تجمعی	مجموع	درصد واریانس	واریانس تجمعی
۱	۶.۷	۴۳.۲	۴۳.۲	۵.۲	۴۰.۲	۴۰.۲
۲	۴.۵	۳۳.۵	۷۶.۷	۳.۱	۳۰.۸	۷۱
۳	۲.۵	۱۲.۳	۸۹	۲.۲	۱۸	۸۹

الگوهای فکری توسعه گردشگری پایدار شهری

در نهایت، مقدار بارهای عاملی ۱۵ کارشناس در سه الگوی فکری استخراجی نشان داده شده است که مقداری بین صفر تا یک است. کارشناسانی که بار عاملی‌شان بیش از ۰/۷ است تأثیرگذاری بیش‌تری در الگوها دارند. از طریق ترکیب بارهای عاملی، ویژگی‌ها و ماهیت الگوهای شناسایی، تشریح و تبیین می‌شوند.

جدول ۴: مقادیر بارهای عاملی الگوهای فکری توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل

الگوها	اول	دوم	سوم	الگوها	اول	دوم	سوم
کارشناس ۱	۰/۷۶۹	۰/۶۱۰	۰/۱۲۶	کارشناس ۹	۰/۷۹۶	۰/۱۰۲	۰/۱۰۲
کارشناس ۲	۰/۲۶۵	۰/۱۲۶	۱۰۲	کارشناس ۱۰	۰/۷۰۱	۰/۲۰۶	۰/۷۹۶
کارشناس ۳	-۰/۵۰۶	۰/۲۴۵	۰/۱۲۷	کارشناس ۱۱	۰/۶۰۲	۰/۷۹۶	-۰/۱۲۶
کارشناس ۴	۰/۲۰۶	-۰/۱۲۶	۰/۲۰۵	کارشناس ۱۲	۰/۷۹۶	۰/۱۲۷	۰/۷۰۱
کارشناس ۵	۰/۷۰۶	۰/۶۱۰	۰/۶۷۹	کارشناس ۱۳	۰/۶۹۱	۰/۷۶۹	۰/۷۰۱
کارشناس ۶	۰/۶۰۱	۰/۶۷۹	۰/۶۰۱	کارشناس ۱۴	۰/۷۰۱	۰/۶۹۰	۰/۱۰۲
کارشناس ۷	-۰/۱۰۲	۰/۷۰۱	۰/۷۰۱	کارشناس ۱۵	۰/۱۲۷	۰/۲۱۰	۰/۷۰۵
کارشناس ۸	۰/۷۰۶	۰/۱۰۲	۰/۱۰۲				

الگوی فکری اول

این الگو مهم‌ترین الگوی فکری حاکم در حوزه توسعه گردشگری پایدار شهری است و عموماً به‌میزان بالایی تأثیرگذاری و اهمیت توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل اشاره دارد. طبق نظر کارشناسان، توسعه گردشگری شهری از بعد اجتماعی؛ یعنی منظر جامعه محلی موردپذیرش بالایی قرار گرفته. هم‌چنین توسعه گردشگری شهری از لحاظ بعد اقتصادی نیز مطمح‌نظر است و از دید کارشناسان تخصصی، توسعه گردشگری شهری بر معیشت مردم بومی تأثیرگذار است و گردشگری به‌عنوان ابزاری برای تنوع‌بخشی منابع درآمدی جامعه محلی و فرصت‌های شغلی مناسب برای ساکنین شهر اردبیل به‌حساب می‌آید. بسته‌های سرمایه‌گذاری مختلفی برای توسعه گردشگری تعریف

تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری ... / اکه ازهری و رضوانی

شده و پروژه‌های گردشگری جدیدی نظیر بوتیک هتل‌ها، واحدهای پذیرایی سنتی و مجموعه‌های تفریحی سرگرمی در حال افزایش است، اما از طرفی توسعه گردشگری شهری باعث افزایش قیمت زمین شده است و جامعه محلی هزینه کرد بیش تری درمقایسه با منافع عایدی از توسعه گردشگری را متحمل می‌شوند. هم‌چنین انگیزه و تسهیلات مناسب برای ایجاد امکانات و تاسیسات توسعه گردشگری شهر اردبیل وجود دارد، اما میزان زیرساخت‌ها و روساخت‌های شهر اردبیل برای توسعه گردشگری شهری بینابین هست و تا حد مشخصی قابل قبول بوده و پاسخگوی تعداد زیاد گردشگران نخواهد بود. هم‌چنین اقدامات تبلیغاتی و بازاریابی موفقیت‌آمیزی برای برندسازی این شهر به‌عنوان مقصد گردشگری شهری از جانب سازمان‌های متولی گردشگری از جمله رویداد بین‌المللی اردبیل ۲۰۲۳ صورت پذیرفته، اما از دید کارشناسان این الگوی فکری این اقدامات مقطعی و در بازه زمانی محدودی صورت گرفته که با اتمام این رویداد اثرات آن نیز کمرنگ‌تر شده است. تعامل بین بخشی نهادهای ذی‌نفع گردشگری در این شهر؛ به‌ویژه در حوزه معرفی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری قابل قبول بوده و انعکاس رسانه‌ای امکانات گردشگری شهری اردبیل مناسب بوده، ولی نیاز به ظرفیت‌سازی بیش‌تر در زمینه نهادسازی فرهنگ گردشگری در سطح شهر وجود دارد؛ بنابراین ایجاد کارگروهی ویژه با محوریت متخصصین گردشگری شهری برای حصول به راهبرد توسعه گردشگری پایدار شهری شایان توجه است.

جدول ۵: گزاره‌های الگوی فکری اول

الگوی فکری اول
توسعه و مدیریت گردشگری شهر اردبیل باید با حضور کارشناسان و متخصصان بومی و با تجربه صورت گیرد.
نیاز به تشکیل کارگروهی از کارشناسان گردشگری شهری برای توسعه فضاهای اختصاصی گردشگری وجود دارد.
گردشگری شهر اردبیل به‌عنوان ایجاد تنوع در منابع درآمدی ذی‌نفعان شهر؛ چارچوب اقتصاد چرخشی ایجاد کرده است.
استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر اردبیل همسو با ساختار اقتصادی منطقه است.
جامعه محلی از توسعه گردشگری شهری رضایت خاطر دارند.
توسعه گردشگری شهری فرصتی برای جلوگیری از فصلی شدن گردشگری در شهر اردبیل است.
گردشگری شهری اردبیل موقعیت شغلی و استخدام برای مردم محلی ایجاد می‌کند.
زیرساخت‌ها و روساخت‌های شهر اردبیل برای توسعه گردشگری پایدار فراهم است.
بسته‌های سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل تهیه شده است.
برای توسعه گردشگری شهر اردبیل، فعالیت‌های تبلیغاتی چشمگیری صورت پذیرفته است.
گردشگری شهری اردبیل به‌عنوان مقصد گردشگری برندسازی شده است.
رویدادهای گردشگری اردبیل ۲۰۲۳ تاثیر زیادی در ارتقای برند گردشگری شهر اردبیل گردیده است.
توسعه گردشگری شهر اردبیل باعث افزایش قیمت زمین و هزینه زندگی جامعه محلی شده است.
انگیزه و تسهیلات مناسب برای ایجاد امکانات و تاسیسات توسعه گردشگری شهر اردبیل وجود دارد.
در راستای استراتژی‌دستیابی به برنامه شهر اردبیل؛ گردشگری آیم مهم در ایجاد شهرهای فراگیر، ایمن، تاب‌آور و پایدار است.
بازار هدف گردشگری شهر اردبیل در حوزه منطقه‌ای است.
شهر اردبیل از جاذبه‌های ثبت شده ملی و جهانی برخوردار است.
بازار هدف گردشگری شهر اردبیل در حوزه ملی است.
در سیستم‌های نظارت و کنترل بر برنامه‌های شهری اردبیل، گردشگری به‌عنوان فاکتور کلیدی مورد بررسی قرار می‌گیرد.
ضرورت تخصیص گروه تحقیقاتی مشخصی از کارشناسان گردشگری برای توسعه پایدار فضای گردشگری پایدار
شهر اردبیل به‌عنوان برند مقصد گردشگری کلیدی شناخته می‌شود.

الگوی فکری دوم

این الگو بعد از الگوی فکری اول به میزان تاثیرگذاری مولفه‌های مختلفی در زمینه توسعه گردشگری شهری اشاره دارد. در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهر اردبیل بخش خصوصی مشارکت دارد و ذی‌نفعان بین بخشی تعامل و هم‌افزایی دارند. هم‌چنین حضور بخش خصوصی و سمن‌ها برای ایجاد کسب‌وکارهای خلاقانه بسیار مهم است. طبق نظر کارشناسان توسعه گردشگری در شهر اردبیل می‌تواند جنبه خلاقانه داشته باشد. از نظر کارشناسان این حوزه فکری برگزاری تورهای موضوعی شهری، تورگردانی و بحث ترانسفر (هوایی و قطار) و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگران و غنی‌سازی تورهای گردشگری شهری از جانب تورگردانان محلی اهمیت زیادی در جذب گردشگران شهری دارد. به‌طور کلی شهرهایی که به توسعه گردشگری شهری پایدار و جامعه‌محور^۱ دست یافته‌اند ارتباطات مناسبی بین توراپراتورها، تورگردانان محلی، راهنمایان گردشگری، مراکز اقامتی، بخش حمل‌ونقل، جاذبه‌ها و مراکز تفریحی به‌عنوان محصول گردشگری و در قالب زنجیره ارزشی صنعت گردشگری برقرار شده است. درحالی‌که، چنین پیوندی میان گردانندگان تور شهر اردبیل مشاهده نمی‌شود و این مورد باعث نشت اقتصادی و نفوذ تورگردانان غیربومی و عدم برقراری زنجیره ارزش و سودمند برای جامعه محلی می‌شود که مغایر با اصول توسعه پایدار گردشگری است. هم‌چنین جاذبه‌ها و سرگرمی‌های شهری توزیع عادلانه فضایی بسیار اندکی دارند و بحث دسترس‌پذیری دوگانه (گردشگران و ساکنین) نیز مطرح است.

جدول ۶: گزاره‌های الگوی فکری دوم

الگوی فکری دوم
در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهر اردبیل بخش خصوصی و مشارکت دارد.
مطالعه درخصوص عدالت فضایی شهری برای توسعه گردشگری پایدار از سوی نهادهای ذیربط برای شهر اردبیل اهمیت دارد.
تعامل بین ارگان‌های مختلف از جمله شهرداری و میراث فرهنگی در طرح‌ریزی و پیاده‌سازی استراتژی‌های گردشگری
فضاهای گردشگری شهری دومانظوره برای سرگرمی ساکنین و گردشگران مناسب نیست.
توزیع فضایی مکان‌های گردشگری شهر اردبیل در سطح شهر از عدالت فضایی برخوردار است.
برای توسعه گردشگری شهر اردبیل نیاز مبرم به اقدامات نوآورانه توسعه پایدار وجود دارد.
توسعه پایدار گردشگری اردبیل مبتنی بر استراتژی برنامه‌ریزی جامع بلندمدت مبتنی بر رویکرد چند ذی‌نفعی است
توسعه پایدار گردشگری شهری در اردبیل فرصتی برای ایجاد امان‌های شهر خلاق گردشگری فراهم می‌کند.
توسعه گردشگری شهر اردبیل مبتنی بر رویکرد مشارکتی چند عملکردی می‌باشد.
به‌منظور طولانی‌کردن مدت اقامت (شب اقامت) در شهر اردبیل تنوع‌بخشی جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری ضرورت دارد.
تورگردانان به‌عنوان بخش مهمی از زنجیره ارزش گردشگری باید وارد حیطه اجرای تورهای شهری گردند.
نیاز به راه‌اندازی تورهای متنوع شهرگردی، بافت گردی، گردشگری خوراک، گردشگری فرهنگی و گردشگری مذهبی
شهر اردبیل می‌تواند به‌عنوان شهر گردشگری خلاق معرفی گردد.
سیاست دسترس‌پذیری برای همگان در شهر گردشگری اردبیل مشهود است.
شهر اردبیل تجربه و محصولات منحصربه‌فرد برای گردشگران فراهم می‌کند.

الگوی فکری سوم

مشخصه اصلی و متفاوت این الگو با دیگر الگوها اعتقادی است که این الگو به آموزش و نقش مطالعات دارد. این دیدگاه معتقد است که مطالعات امکان‌سنجی، مطالعات تطبیقی و الگوبرداری^۱ در حوزه توسعه گردشگری شهری نیاز است و در شهر اردبیل در این حوزه کمتر کار شده و هم‌چنین تعریف برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی جامعه محلی در زمینه کارآفرینی و کدهای رفتاری ضرورت دارد. کارشناسان موافق این الگوی فکری بر این نظر هستند که گرچه استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر اردبیل با الگوهای اجتماعی و آداب و رسوم و فرهنگ مردم محلی و موازین پایداری و حفاظت از محیط‌زیست هم‌سو است، اما میزان نظارت بر اجرایی‌شدن این امر قابل قبول نبوده است و در برخی موارد تعارض ارزشی از لحاظ فرهنگی و آداب سنتی بین گردشگران و مردم بومی اتفاق می‌افتد که نیاز به هماهنگی، کنترل و نظارت از جانب توراپراتورها و تسهیل‌گران جامعه محلی وجود دارد.

جدول ۷: گزاره‌های الگوی فکری سوم

الگوی فکری سوم
سیاست‌های توسعه شهری هم‌راستا با مدیریت توسعه پایدار هستند.
راهبردهای توسعه گردشگری شهر اردبیل با تاکید بر اردبیل به‌عنوان مقصد گردشگری تاب‌آور و پایدار می‌باشد.
برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری با مشارکت جامعه محلی انجام می‌گیرد.
در فرآیند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی شهر اردبیل، پرداختن به مطالعات امکان‌سنجی گردشگری پایدار ضرورت دارد.
در تدوین طرح جامع گردشگری استان (ویرایش جدید) شهرداری اردبیل به‌عنوان ذی‌نفع کلیدی نتایج طرح در نظر گرفته شده است.
توسعه صنعت گردشگری در شهرداری اردبیل موجب اقدامات پایدار برای استفاده کارآمدتر از منابع شده است.
گردشگری شهر اردبیل موجب اقدامات پایدار برای کاهش نشر فاضلاب و ضایعات شده است.
در راستای توسعه پایدار گردشگری شهری اردبیل مطالعات تطبیقی در مقایسه با توسعه شهرهای موفق گردشگری ضرورت دارد.
مطالعات الگوبرداری از مقاصد گردشگری شهری موفق در خصوص توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل صورت گرفته است.
استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر اردبیل هم‌سو با رعایت موازین پایداری و حفاظت از محیط‌زیست است.
توسعه گردشگری شهری از اتلاف انرژی جلوگیری کرده و موجب ذخیره انرژی می‌گردد.
توسعه گردشگری در شهر اردبیل با تقویت و توانمندسازی جوانان، زنان و گروه‌های کم‌برخوردار شهر همراه است.

بحث

در این پژوهش عوامل موثر بر توسعه گردشگری پایدار شهر با استفاده از گزارش سازمان جهانی گردشگری به‌عنوان گزاره‌های موردسنجش در خصوص وضعیت توسعه گردشگری شهر اردبیل بین کارشناسان این حیطه مورد ارزیابی قرار گرفت و الگوهای فکری در این زمینه شناسایی شد. براساس الگوی فکری اول تعریف بسته‌های سرمایه‌گذاری در حوزه زیرساخت‌ها و روساخت‌های گردشگری شهر اردبیل ضروری است. باتوجه به این که فقط یک هتل پنج ستاره در مرکز استان وجود دارد و تنوع اقامتگاه‌های شهر اردبیل نیز به‌نسبت گردشگران ورودی متناسب نمی‌باشد نیاز به ایجاد و توسعه هتل‌های پنج ستاره، بوتیک هتل، مراکز تفریحی و سرگرمی، رستوران، پارکینگ و مراکز خدماتی تجاری، ون و ماشین‌های مخصوص ترانسفر، افزایش خطوط پرواز است. چنین به‌نظر می‌رسد که ایجاد گروه کاری از کارشناسان، محققین، عوامل اجرایی، مسئولین و مردم محلی و تعیین کارگروه توسعه گردشگری شهری با مشارکت ذی‌نفعان بخش خصوصی، دولتی و جامعه محلی کمک شایان توجهی در راستای اتخاذ تصمیم‌گیری‌های مربوط به برنامه‌ریزی شهر اردبیل خواهد کرد.

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۲، شماره ۱، ۱۳۰۳-۱۳۰۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴

از دیدگاه ذی‌نفعان الگوی فکری دوم تقویت کسب‌وکارهای گردشگری شهری خلاقانه بسیار ضروری است. شهر اردبیل ماهیتاً شهر جذاب و از لحاظ اقلیم آسایش ترجیح مسافران در نیمه اول سال است، اما از جریان تحولات جدید شهری دورمانده و در زمینه‌های مختلف گردشگری باید اقدامات مهمی نظیر توسعه گردشگری رویداد، توسعه گردشگری هوشمند، تاکید بر گردشگری فرهنگی، گردشگری غذا، ماجراجویانه، گردشگری مذهبی و آداب‌ورسوم و انواع دیگر از گردشگری نوآورانه را شروع کند. هم‌چنین توجه و تقویت بنیان تورگردانان محلی برای برگزاری تورهای شهری و بافت‌گردی تاریخی شهر اردبیل، تور بازار، تخصیص تسهیلات به آژانس‌های مسافرتی برای خرید ون‌های گردشگری، آماده کردن بسته‌های سفر برای بازدید از جاذبه‌های شهری توسط دفاتر خدمات مسافرتی و ترانسفر به دیگر شهرستان‌ها نظیر مشگین‌شهر، خلخال، سرعین و کوثر برای برگزاری تورهای اینفو و تورهای نمایشگاهی و کنفرانس‌ها و تورهای تشویقی نیز وجود دارد.

الگوی فکری سوم بر انجام مطالعات تطبیقی بین شهر اردبیل و الگوبرداری در زمینه برندسازی گردشگری شهری و ارائه طرح‌های توجیهی برای مطالعات بیشتر در زمینه مقایسه شهر اردبیل با شهرهای موفق گردشگری کشور و جهان را مطرح می‌کند. به‌علاوه توسعه و ترویج برنامه‌های آموزشی جامعه محلی، توانمندسازی، برگزاری کارگاه‌های آموزش عمومی و تخصصی برای ساکنین شهر به‌صورت عام و صاحبان مشاغل گردشگری به‌صورت خاص و برگزاری استارت‌آپ‌های گردشگری را پیشنهاد می‌کند.

در پایان، لازم است نتایج این پژوهش با تحقیقات مشابه مقایسه شود. پاسکینلی (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری شهری: آیا موردی برای تغییر پارادایم وجود دارد؟» به بررسی ادبیات بین‌المللی در مورد گردشگری شهری می‌پردازد. محقق در این مقاله تغییر پارادایم را به‌منظور کمک به تدوین برنامه تحقیقاتی گردشگری شهری تبیین کرده است. از این منظر «تغییر دیدگاه» براساس چهار حوزه متمایز -درعین‌حال به‌هم مرتبط- که از بررسی ادبیات پدیدار شده است، موردبحث قرار می‌گیرد: نیازها، ترجیحات و سلیقه‌های مسافران، گردشگری شهری، اقتصاد سیاسی گردشگری شهری، مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری و سیما و چشم‌انداز شهر^۲ به‌عنوان مولفه‌هایی از پارادایم جدید مطرح شده و در نهایت به بررسی مسائل و چالش‌های گردشگری شهری پرداخته است؛ در صورتی که مقاله حاضر به تبیین پیشران‌های توسعه پایدار گردشگری شهری پرداخته و براساس این پیشران‌ها به تحلیل الگوهای فکری حاکم بر روند توسعه گردشگری پایدار شهری در قالب سه الگوی فکری غالب می‌پردازد.

نتیجه‌گیری

از بین تحقیقات متعددی که درخصوص توسعه گردشگری شهری صورت‌گرفته در گزارشی جامع از سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۹) درخصوص «درک و مدیریت رشد گردشگری شهری» چگونگی مدیریت گردشگری در مقاصد شهری را به‌نفع بازدیدکنندگان و ساکنان بررسی می‌کند و یازده استراتژی و ۶۸ اقدام را برای کمک به درک بهتر و مدیریت رشد بازدیدکنندگان در شهرها به‌نمایش می‌گذارد. این پژوهش شامل ۱۸ مطالعه موردی در سراسر جهان (آمریکا، آسیا، اقیانوسیه و اروپا) است که اجرای یازده استراتژی شهری برای توسعه گردشگری پایدار تجویز می‌کند: ۱. توزیع مکانی بازدیدکنندگان در داخل شهر و خارج از آن، ۲. مدیریت زمانی توزیع پراکندگی بازدیدکنندگان، ۳. تعریف برنامه‌های سفر و جاذبه‌های بازدیدکننده جدید، ۴. بازنگری و تطبیق مقررات، ۵. تقسیم‌بندی بازدیدکنندگان، ۶. اطمینان از بهره‌مندی جوامع محلی از گردشگری، ۷. ایجاد تجارب شهری مفید هم برای ساکنان و هم برای بازدیدکنندگان، ۸. بهبود زیرساخت‌ها و امکانات شهر، ۹. برقراری ارتباط با ذی‌نفعان محلی، ۱۰. برقراری ارتباط و تعامل با بازدیدکنندگان و ۱۱. تنظیم اقدامات نظارتی

1. Pasquinelli

2. Tourism Image

تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری شهری ... / کهر ازهری و رضوانی

و واکنشی. راهبردهای پیشنهادی این گزارش به موازات توسعه پایدار گردشگری شهری می‌باشد و تمایز آن با تحقیق جاری این است که تحقیق پیش رو مجموعه‌ای از الگوهای فکری رایج در مورد توسعه پایدار گردشگری شهری را از دیدگاه دی‌نفعان بررسی می‌کند.

حاتمی‌نژاد و شریفی (۱۳۹۴) در تحقیق خود به بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری بر اساس چهار متغیر توسعه پایدار شهری (پایداری اجتماعی، پایداری کالبدی، پایداری محیطی و پایداری اقتصادی) از دید گردشگران بازدیدکننده از شهر سنجید (تقاضامحور)؛ در حالی که پژوهش حاضر بر تبیین الگوهای فکری توسعه پایدار گردشگری دی‌نفعان (عرضه‌محور) پرداخته است. خدائی و همکاران (۱۴۰۳) در تحقیق خود به نقش بازآفرینی گردشگری در فضای شهری اشاره کرده‌اند. در این پژوهش مؤلفه احیای هویت تاریخی مرکز شهر بر احساس غرور و افتخار ساکنان تاثیر بسزایی دارد و گردشگری شهری باعث هویت‌بخشی و بازآفرینی اماکن تاریخی شده و اطلاعات حاصل از حضور گردشگران با افزایش درآمد باعث رونق گردشگری و توجه هرچه بیشتر مدیران شهری به بهسازی بافت‌های با ارزش تاریخی زنجان طی سال‌های اخیر شده است که ضمن ایجاد اشتغال، زمینه بازآفرینی شهری را فراهم کرده است. در حالی که، این پژوهش یکی از ابعاد توسعه پایدار را محور قرار داده که با ظرفیت پذیرش اجتماعی و تاثیر آن در حفظ و احیا بافت‌های تاریخی شهر زنجان مرتبط است. مقاله حاضر با بهره‌گیری از پیشران‌های توسعه گردشگری شهری پایدار سازمان جهانی گردشگری و روش کیو به «میزان تحقق این پیشران‌ها در شهر اردبیل از منظر خبرگان» پرداخته است.

در پایان باید یاد آور شد که پیاده‌سازی سیاست‌ها و پیشران‌های توسعه گردشگری پایدار شهری فرآیندی زمان‌بر و نیاز به مشارکت فعالانه دی‌نفعان و ارگان‌های متعدد مدیریت شهری داشته و برنامه‌ریزی و اتخاذ تصمیم‌های مهم موثر در آینده توسعه گردشگری شهری باید ناظر بر برنامه‌های فرادست باشد. از محدودیت‌های پژوهش باید به پراکندگی و تعدد نهادهای مختلف در فرآیند تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری شهری و نبود یک زنجیره منسجم از دی‌نفعان گردشگری شهری اشاره کرد.

حامی مالی

این پژوهش حامی ندارد.

سهام نویسندگان در پژوهش

سهام همه پژوهشگران یکسان است.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ تعارض و تضاد منافی ندارند.

تقدیر و تشکر

از تمام کسانی که در این پژوهش مشارکت داشتند تقدیر و تشکر می‌شود.

منابع

اسماعیلی‌مهیاری، مصطفی، ایرانی، حمیدرضا و نورمندی‌پور، وحید. (۱۴۰۲). مروری بر پژوهش‌های گردشگری شهری: شناسایی روندهای آینده. فصلنامه اقتصاد و برنامه‌ریزی شهری، ۴(۴)، ۷۲-۵۸.

<https://doi.org/10.22034/uep.2023.423781.1426>

- اشقلى فراهانى، گيتا و ايمنى قشلاق، سیاوش. (۱۴۰۱). نقش هتل بوتیک‌ها در توسعه گردشگری شهری، نمونه موردی: هتل بوتیک‌های مناطق ۱۱ و ۱۲ تهران. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. ۱۱ (۴۰)، ۱۸۷-۲۱۰.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.22052.3590>
- تقوایی، مسعود و صفراى، اعظم. (۱۳۹۰). مدیریت گردشگری شهری با تاکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر (مطالعه موردی شهر کرمانشاه). *نشریه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۲ (۹)، ۲۰۸-۱۸۳.
https://qjisd.atu.ac.ir/article_3543.html
- جمال‌وندی، علی‌ناصر، صابری، حمید، سلیمانی، حسین و خادم‌الحسینی، احمد. (۱۴۰۳). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر بازآفرینی محورهای گردشگری شهر ایلام. *مجله علمی آمایش سرزمین*، ۱۶ (۱)، ۶۸-۵۱.
https://jtcp.ut.ac.ir/article_95119.html?lang=en
- حاتمی‌نژاد، حسین و شریفی، امیر. (۱۳۹۴). بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج). *نشریه گردشگری شهری*. ۲ (۱)، ۶۱-۷۴.
<https://doi.org/10.22059/jut.2015.54066>
- خدائی، یوسف، کارگر، بهمن و سرور، رحیم. (۱۴۰۲). گذر از گردشگری شهری به بازآفرینی شهری (مطالعه موردی شهر زنجان). *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۲۱ (۴)، ۸۹-۱۲۴.
<https://doi.org/10.22067/jgrd.2022.78780.1189>
- خوشگویان‌فرد، علیرضا. (۱۳۸۶). *روش‌شناسی کیو*. مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. سامانه جامع آمار و اطلاعات میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، مهرماه ۱۴۰۳.
<https://myst.mcth.ir/login.aspx>
- شهرداری اردبیل (۱۳۹۴). *آمارنامه شهرداری اردبیل*. چاپ شهرداری اردبیل
- عربشاهی‌کریمی، احمد و تقدیسی، مهنوش. (۱۳۹۷). گردشگری شهری و توسعه پایدار شهری: تحلیل و بررسی جایگاه، نقش و پیامدهای توسعه گردشگری شهری. *جغرافیا و روابط انسانی*، ۲۱ (۲)، ۳۹۷-۴۱۶.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.26453851.1397.1.2.26.9>
- قاندی، سهراب، مریانجی، زهره و حسینی‌سیاهگلی، مهناز. (۱۴۰۲). شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری پایدار شهری با رویکرد آینده‌پژوهی (نمونه موردی: کلان‌شهر اهواز).
<https://doi.org/10.22067/jgrd.2024.85923.1372>
- محقق، فائزه، تقوایی، مسعود و صادقی، نگین. (۱۴۰۰). تبیین مؤلفه‌های گردشگری خلاق پایدار در کریدورهای طبیعی شهری مطالعه موردی: محور زاینده‌رود اصفهان. *نشریه گردشگری شهری*، ۸ (۴)، ۸۷-۱۰۲.
<https://doi.org/10.22059/jut.2022.335139.986>
- Amore, A. (2019). Tourism and urban regeneration. *Tourism and Urban Regeneration*.
<https://doi.org/10.4324/9780429460159>
- Arabshahi, A., & Taghdisi, M. (2018). Urban tourism and sustainable urban development: The study of the position, role, and consequences of urban tourism development. *Geography and Human Relationships*, 1(2), 397-416. [In Persian]
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.26453851.1397.1.2.26.9>
- Ardabil Municipality. (2015). *Statistical yearbook of Ardabil Municipality*. Ardabil: Ardabil Municipality. [In Persian]
- Ashghali farahani, G. , & Imeni Gheshlagh, S. (2022). The role of boutique hotels in the developement of urban tourism, Case study: Boutique hotels in the 11th and 12th districts of Tehran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(40), 187-210. [In Persian]
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.22052.3590>
- Ashworth G, Page SJ. (2011). urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism management*, 1; 32(1):1-5.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Baptiste, Lennise J. C. (2010). *Use Across Evaluation Approaches: An Application of Q Methodology in Program Evaluation*, UA, Process.
http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=kent1271093193

- Brouwer, M. (1999). "Q is accounting for Tastes". *Journal of Advertising Research*, 39 (2), 35-39. https://jgglobal.jst.go.jp/en/detail?JGLOBAL_ID=200902141474731680
- Brown, S.R., Durning, D. W. & Selden S.C. (2008). Q Methodology in Gerald J. Miller and Kaifeng Yang (Eds.). *Handbook of Research Methods in Public Administration*. (2 nd Edition). Boca Raton: CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781420013276>
- Esmaili Mahyari, M. , Irani, H. R. and NourmandiPour, V. (2023). A Review of Urban Tourism Research: Identifying Future Trends. *Urban Economics and Planning*, 4(4), 58-73. [In Persian] <https://doi.org/10.22034/uep.2023.423781.1426>
- Exel, V. J. & Graaf, d. G. (2005). *Q Methodology: A Sneak Preview*. https://www.researchgate.net/publication/228574836_Q_Methodology_A_Sneak_Preview
- Freytag, T., Bauder, M. (2018). Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, 20(3), 443-460. <http://dx.doi.org/10.1080/14616688.2018.1454504>
- Garza, N., & Ovalle, M. C. (2019). Tourism and housing prices in Santa Marta, Colombia: Spatial determinants and interactions. *Habitat International*, 87, 36-43. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2019.04.001>
- Ghaedi, S. , Maryanaji, Z. and Hosseini Siahgoli, M. (2023). Identifying Key Drivers Effective on Sustainable Urban Tourism in Ahvaz Metropolis using Future Study. *Journal of Geography and Regional Development*, 21(4), 351-384. [In Persian] <https://doi.org/10.22067/jgrd.2024.85923.1372>
- Hataminejad, H. and Sharifi, A. (2015). Examines the role of urban tourism development on sustainable urban development (Case study: Sanandaj). *urban tourism*, 2(1), 61-74. [In Persian] <https://doi.org/10.22059/jut.2015.54066>
- IPK International. (2015). *ITB World Travel Trends Report 2015/16*. https://www.aptservizi.com/wp-content/uploads/2013/03/ITB_World_Travel_Trends_Report_2015_2016.pdf
- Jamalvandi, A. N. , Saberi, H. , Soleimany, H. and Khadimolhoseiny, A. (2024). Identifying the effective drivers of Recreation Identifying the effective drivers of Recreation of tourism in Ilam City. *Town and Country Planning*, 16(1), 51-68. [In Persian] https://jtcp.ut.ac.ir/article_95119.html?lang=en
- Khodaei, Y. , Kargar, B. and Sarvar, R. (2023). From Urban Tourism to Urban Recreation (Case Study: Zanjan City). *Journal of Geography and Regional Development*, 21(4), 89-124. [In Persian] <https://doi.org/10.22067/jgrd.2022.78780.1189>
- Khoshkuyan Fard, A. (2007). *Q methodology*. Tehran: Islamic Republic of Iran Broadcasting Research Center. [In Persian]
- Kotus, J., Rzeszewski, M., & Ewertowski, W. (2015). Tourists in the spatial structures of a big Polish city: development of an uncontrolled patchwork or concentric spheres?. *Tourism Management*, 50, 98-110. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.007>
- Law, C. (2002). *Urban tourism: The visitor economy and the growth of large cities*. London: <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/20023052146>
- McKeown, B. F., & Thomas, D. B. (1988). *Q methodology* (Quantitative Applications in the Social Sciences, Vol. 66). Newbury Park, CA: Sage.
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84, Article 103025. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
- Mohaghegh, F., Taghvaei, M., & sadeghy, N. (2022). Explaining the Indicators of Sustainable Creative Tourism in Urban Natural Corridors, Case Study: Zayandehrood Axis of Isfahan. *Urban tourism*, 8(4), 87-102. [In Persian] <https://doi.org/10.22059/jut.2022.335139.986>
- Murgs. F., Klobucnik. M., (2018). Quality of Life in the City Urban Life or Well Being in the City: Conceptualization and case study. *Ekológia* (Bratislava). Vol, 37. No, 2. 183-200. <https://doi.org/10.2478/eko-2018-0016>

- Pasquinelli, C. (2015). Urban tourism(s): Is there a case for a paradigm shift? *Social Science Research Network (SSRN)*
<https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2584894>
- Royuela, V., Suriñach, J., & Artís, A. M. (2008). The influence of the quality of life on urban growth: The case of the province of Barcelona. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, 13, 57–84.
<https://ideas.repec.org/a/ris/invreg/0109.html>
- Russo, M. A., Relvas, H., Gama, C., Lopes, M., Borrego, C., Rodrigues, V., Monteiro, A. (2020). Estimating emissions from tourism activities. *Atmospheric Environment*, 220.
<https://doi.org/10.1016/j.atmosenv.2019.117048>
- Taghvaei, M., & SafarAbadi, A. (2011). Urban tourism management with an emphasis on planning tourist-attracting urban spaces (Case study: Kermanshah city). *Journal of Welfare Planning and Social Development*, 2(9), 183–208. [In Persian]
https://qjssd.atu.ac.ir/article_3543.html
- UNWTO. Global Report on City Tourism-Cities 2012 Project, 2012.
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415300>
- Wang Y, Xiang Z. (2007). Toward a theoretical framework of collaborative destination marketing. *Journal of Travel Research*. 2007 Au; 46(1):75-85.
<https://doi.org/10.1177/0047287507302384>
- World Economic Forum. (2024). *Travel & tourism development index insight report* (in collaboration with the University of Surrey).
<https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- World Tourism Organization, & IPSOS. (2019). *UNWTO/IPSOS global survey on the perception of residents towards city tourism: Impact and measures* [Online report].
<https://doi.org/10.18111/9789284421107>
- World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (eds., 2019), 'Overtourism'? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Volume 2: Case Studies*, UNWTO, Madrid,
<https://doi.org/10.18111/9789284420629>
- World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences (eds., 2018), 'Overtourism'? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, UNWTO, Madrid,
<https://doi.org/10.18111/9789284419999>
- World Travel and Tourism Council. (2019). *City travel & tourism impact 2019*.
<https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/City%20Travel%20and%20Tourism%20Impact%20Extended%20Report%20Dec%202019.pdf>
- Zekan, B., & Wober, K. (2022). Urban tourism: Major trends. In J. A. van der Borg (Ed.), *Research agenda for urban tourism* (19–30). Cheltenham, Northampton: Elgar.
<https://doi.org/10.4337/9781789907407.00008> .