

بررسی تاثیر شاخص های گردشگری بر اقتصاد شهری و منطقه ای (مطالعه موردی: شهر

اردبیل)^۱

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

۱- دانشیار، گروه اقتصاد، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

a.hashemi@uma.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۵

چکیده

امروزه، صنعت گردشگری یکی از ارکان موثر بر اقتصاد شهری و منطقه ای است و به عنوان ابزاری قدرتمند در بردارنده تاثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می باشد. گردشگری شهری به عنوان یکی از زیربخش های گردشگری اخیرا مورد توجه برنامه ریزان و متولیان امر قرار گرفته است. بر این اساس هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر شاخص های گردشگری شهری بر اقتصاد شهری و منطقه ای است که به صورت موردی در شهر اردبیل انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نظر ماهیت کاربردی و از نظر روش توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۵ نفر کارشناسان و متخصصان می باشد. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. روایی تحقیق با استفاده از اعتبار صوری تأیید و پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۲۸ به دست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها و اولویت بندی شاخص ها به لحاظ تاثیر گذاری از مدل تصمیم گیری چند معیاره EDAS در قالب نرم افزار Excel بهره برده شد. نتایج حاصل از به کارگیری مدل مزبور نشان داد از بین شاخص های منتخب شاخص کالبدی-فضایی با کسب بیشترین امتیاز (۱) در رتبه نخست و شاخص ساختار مدیریتی نیروی انسانی با کسب کمترین امتیاز (۰/۷۲۸) به ترتیب در رتبه های اول تا آخر قرار گرفته اند.

کلید واژگان: صنعت گردشگری، اقتصاد شهری، اقتصاد منطقه ای، EDAS، شهر اردبیل

۱. مقاله حاضر مستخرج از طرح پژوهشی (نقش جاذبه های گردشگری شهری بر اقتصاد شهری و منطقه ای (مطالعه موردی: شهر اردبیل) نویسندگان با حمایت مالی حوزه معاونت پژوهشی دانشگاه محقق اردبیلی است.

مقدمه

گردشگری به طور گسترده‌ای به عنوان ابزار توسعه اقتصادی شناخته می‌شود. جامعه محلی عواملی را فراهم می‌کند که می‌تواند کیفیت زندگی را بهبود بخشد به عنوان مثال فرصت‌های اشتغال و سرمایه‌گذاری، درآمد مالیاتی، رستوران-ها، خدمات اقامتی، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، ایجاد جشنواره‌ها و تفریحات در فضای باز (Tichaawa & Mhlanga, 2015: 2). امروزه برای اکثر کشورها روشن شده است که گردشگری به عنوان منبع تجدیدپذیر و عظیم اقتصادی، عامل مهم و موثری در جهت توسعه است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳۷). یکی از مهم‌ترین مقاصد که روندهای گردشگران جهان را در دهه‌های گذشته تحت تاثیر قرار داد، مرکز شهری است (نوربخش و اکبرپور سراسکانرود، ۱۳۸۹: ۲۲). شهرها تصویر تفکر، نوع زندگی و تحولات فرهنگی و تاریخی ساکنان خود هستند که بعد از تحولات انقلاب صنعتی عموماً به مراکز گردشگر فرست تبدیل شده و پس از مدت کوتاهی نیز به دلیل زمینه‌های موجود در آنها اصلی‌ترین مقصد گردشگری جای گرفته‌اند (پرچکانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۲). شهرها به عنوان مقصد گردشگری، دارای عملکرد چندمنظوره هستند. آن‌ها به عنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقاصد مجاور خود به‌شمار می‌روند (نوربخش و اکبرپور سراسکانرود، ۱۳۸۹: ۲۲). شهرها دارای جاذبه‌ها و تأسیسات گردشگری فراوان و غنی هستند که در پیدایش و توسعه آن‌ها نقش اساسی ایفا می‌کنند. امروزه گردشگری برای بسیاری از مدیران و مسئولان شهری به یک مسئله اقتصادی با اهمیت مبدل شده است که مستلزم ارزیابی صحیح رقابت، تعریف و تعیین هدف‌ها، آمایش و ایجاد ساختار مناسب و تجارتي فرآورده‌های گردشگری شهری است (قالیباف و شعبانی‌فرد، ۱۳۹۰: ۱۴۹). محیط‌های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند؛ از یک سو کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها و بروز فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت در محیط‌های شهری، به عنوان مبدأ مسافرت‌های گردشگری محسوب می‌شوند و از سوی دیگر، بعضی از شهرها به علت امکان فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی و ارتباطی و فراختی در آن و وجود جاذبه‌های تاریخی و گردشگری متعدد به عنوان مقصد مسافرت‌های گردشگری به‌شمار می‌آیند (موحد و دولت‌شاه، ۱۳۹۰: ۸۹).

شهرها و گردشگری روابط تنگاتنگی با همدیگر دارند؛ چرا که تمامی انواع گردشگری به نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند هستند؛ از این رو صنعت توریسم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های هزاره سوم طی نیم‌قرن اخیر با رشد تصاعد گونه خود تاثیر بسزایی در رشد و پویایی اقتصاد و تبادل فرهنگی کشورها داشته است (اشرف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹) و به‌عنوان یکی از فرایندهای تولید فضا، از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به‌عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌کنند (Solnet et al, 2014). در حال حاضر بسیاری از کشورها، منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از توریسم به دست می‌آورند و درآمدهای توریسم را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه به کار می‌برند. توسعه گردشگری، برای کشورهای درحال توسعه که با معضلاتی از قبیل: بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک

محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است (حیدری ساریان و همکاران، ۱۳۹۶). مولفه اقتصادی هر کشوری، از مهم ترین معیارهای سنجش توسعه یافتگی آن کشور محسوب می شود، شهرها نیز نیازمند توسعه اقتصادی جهت بقا و رفاه شهروندان می باشد و اقتصاد هر شهر نشانگر توسعه آن شهر محسوب می شود و صنعت گردشگری صنعتی است که می تواند توسعه اقتصادی شهرها را تضمین کند.

با توجه به اینکه گردشگری در افزایش اقتصاد شهری و منطقه ای موثر می باشد، در عین حال می تواند ایجاد کننده ی مشاغل جدید باشد؛ گسترش صنعت گردشگری موجب رشد تولیدات صنایع دستی و صنعتی نیز می شود. پول هایی که گردشگران خرج می کند بر سیستم اقتصادی کشورها اثرات مثبتی بر جای می گذارد. گردشگری برای مناطق دارای جاذبه های جهانگردی، می تواند به مهم ترین منبع کسب درآمد تبدیل شود، مشروط بر اینکه برنامه ریزی صحیح و همه جانبه توأم با آینده نگری برای بهره برداری منطقی و عملی آن تنظیم و اجرا گردد. با توجه به گسترش بی رویه شهرهای کشورمان و افزایش مشکلات ناشی از شهرنشینی جدید، مردم به ویژه در شهرهای بزرگ بیش از پیش علاقه مند به گذاران اوقات فراغت خود در مناطقی با جذابیت های طبیعی می باشند. حال که گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین فعالیت های جهان مطرح گردیده است، جا دارد که با شناسایی حساب شده توانها و پتانسیل های گردشگری در نواحی مختلف کشور بزرگ ایران از جمله نواحی شهری، اقدامات و برنامه های مفیدی جهت استفاده بهینه از این توانمندی ها صورت بگیرد. از جمله این گونه نواحی که دارای قابلیت های زیادی برای گسترش گردشگری است، شهر اردبیل می باشد که در این تحقیق مورد توجه و بررسی قرار گرفته است.

شهر اردبیل با داشتن طبیعت زیبا و سرسبز و چشم اندازهای منحصر بفرد دارای جاذبه های طبیعی متنوع و ارزشمند بوده و از این لحاظ یکی از قطب های گردشگری در شمالغرب کشور ایران است. شهر اردبیل، منطقه ای پرجاذبه با ظرفیت های بالای محیطی و اقلیمی با چشم اندازهای زیبای طبیعی، یادمان های تاریخی و مذهبی، غنای مذهبی و فرهنگی می باشد. ولی حقیقت این است که وجود جاذبه ها، برای توسعه گردشگری لازم است ولی هرگز کافی نیست و نیازمند این است که بالفعل شده و شکوفا شوند. با توجه به پتانسیل های غنی فوق، این شهر در حد شایستگی خویش شناخته نشده و در میزان برخورداری از تراکم توسعه و میزان بهره مندی از امکانات سهم مناسبی را نداشته و با رکود و بی رونقی مواجه می باشد. در پژوهش پیش رو سعی شده است با مطالعه همه جانبه در شهر اردبیل، نقش گردشگری در توسعه اقتصاد شهری و منطقه ای در محدوده مورد مطالعه مورد بررسی قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

در ارتباط با گردشگری، به ویژه گردشگری شهری با توجه به اهمیت بالای آن در زمینه اقتصاد و درآمدزایی بیشتر، پژوهش های متعددی انجام گرفته است که در ادامه به برخی از آن ها اشاره می شود:

ظاهری نژاد (۱۴۰۰)، در مقاله‌ای به تحلیل و تبیین عوامل موثر بر برنامه‌ریزی و سیاستگذاری گردشگری پایدار شهری؛ مورد پژوهی: شهر کوهدشت پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد، بین مولفه‌های اجتماعی، نهادی، محیطی - کالبدی، فناوری نوین و اقتصادی و توسعه گردشگری پایدار شهری ارتباط معناداری وجود دارد.

موسوی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی عناصر موثر بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر ارومیه به ارزیابی عناصر موثر بر توسعه گردشگری شهر ارومیه با استفاده از آمار توصیفی و مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار لیزرل پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد وضعیت جاذبه‌های طبیعی به دلیل آب و هوای مطبوع و وجود جاذبه‌های طبیعی و منابع و توانمندی‌ها به‌ویژه داشتن طبیعت بکر و توان‌های طبیعی و آب و هوای مطبوع که ناشی از موقعیت جغرافیای خاصش است مناسب ارزیابی شده است؛ ولی وضعیت خدمات و امکانات ارائه شده گردشگری شهری این شهر آن چنان که باید توجه نشده است.

صادق‌لو و ذاکری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری با هدف توسعه گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد) به شناسایی اولویت جاذبه‌های گردشگری در شهر مشهد با استفاده از تکنیک آنتروپی، SPSS و VICOR پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد در مجموع، بارگاه امام رضا (ع) اولویت اول جاذبه گردشگری را در میان گردشگران و مسئولان مورد مطالعه است و سایر جاذبه‌های گردشگری در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند؛ بنابراین شهر مشهد با جاذبه‌های جدید ایجاد شده برای توسعه گردشگری در این شهر تاکنون موفق نبوده است.

مودودی ارخودی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان شناسایی اولویت جاذبه‌های گردشگری بیرجند به تعیین میزان اهمیت و اولویت جاذبه‌های گردشگری شهر بیرجند با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی چندمعیاره فازی و تحلیل خاکستری برای اولویت‌بندی مکان‌های نمونه پرداخته‌اند. بر اساس نتایج نهایی تحلیل خاکستری باغ اکبری بهترین رتبه را دارد و قلعه بیرجند و بند امیرشاه در رتبه بعدی قرار دارند؛ بنابراین این مکان‌ها قابلیت و پتانسیل بیشتری برای سرمایه‌گذاری در راستای رونق گردشگری خواهند داشت.

ابراهیمی (۱۳۹۶) در پایان نامه خود تحت عنوان نقش صنعت گردشگری بر اقتصاد شهری و منطقه ای در شهرستان فومن به این نتیجه رسید بین رشد گردشگری و بهبود وضعیت اقتصادی، درآمدی، زیرساختی و توزیع منافع در شهرستان مثبت بود و تایید می شود و با بهبود وضعیت گردشگری در شهرستان مابقی ابعاد بهبود خواهند یافت. همچنین پاسخگویان، نبود آگاهی و تبلیغات، نبود امکانات خرید و نبود برنامه ریزی مناسب را به ترتیب از عوامل اصلی سد راه رشد گردشگری شهرستان ذکر کرده اند. از مهمترین اثرات منفی بدست آمده در این تحقیق، گران شدن هزینه های زندگی بوده است. در پایان این تحقیق نیز پیشنهاداتی مانند پیاده رو کردن خیابان های پرتردد مرکزی،

استفاده از متخصصان مجرب گردشگری در برنامه ریزی ها، برگزاری جشنواره های مختلف در فصل پاییز و زمستان برای ماندگاری اثرات گردشگری و... آورده شده است.

نصیری هنده خاله و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان شناسایی رابطه بین توسعه صنعت گردشگری و رشد اقتصادی استان زنجان به این نتیجه رسیدند در استان زنجان، صنعت گردشگری و بخش های مرتبط با این صنعت، از لحاظ برقراری پیوند با سایر بخش های اقتصادی این استان می تواند از بخش های پیشرو در اقتصاد استان زنجان محسوب شود، لذا این صنعت از کانال عرضه خدمات گردشگری و تقاضا برای بهره مندی از خدمات گردشگری، تولید محصولات گردشگری در سایر بخش ها، کل اقتصاد زنجان را رونق بخشد.

ضیاء توانا و همکارانش (۱۳۹۳) در پژوهشی به ارزیابی پیامدهای فضایی توسعه صنعت گردشگری و سیاستهای نوسازی و بهسازی در بافت تاریخی باغشهر میبد پرداختند. در این تحقیق با استفاده از ۱۶ شاخص، عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری و به تبع آن نقشی که در بهسازی و نوسازی بافت تاریخی شهر میبد دارند، بررسی شد. براساس نتایج تحقیق، به ترتیب عامل ساماندهی فضایی - کالبدی، عامل نهادی - تخصصی، عامل کالبدی - محیطی و عامل تبلیغاتی، از مهمترین عوامل تاثیرگذار در توسعه صنعت گردشگری و اقدامات بهسازی و نوسازی در باغشهر میبد میباشند.

بویون و تانگیوو (۲۰۱۹) در پژوهشی به تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده جاذبه های گردشگری شهری در دو شهر کبک و بوردو پرداخته اند و نتایج این پژوهش نشان داد که برای افزایش جاذبه های گردشگری، باید ارتباط شهرها بر عناصر مرتبط با کمربند توریستی تأکید شود و از اینترنت و رسانه های اجتماعی به طور مؤثر بر انتقال ویژگی های آن استفاده کنند و همچنین توصیه شده است که شهرها گردشگری را در استراتژی برنامه ریزی خود بگنجانند.

لئو و چو (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان توسعه استراتژی گردشگری و تسهیل فرایندهای یکپارچه در بین ارزشهای برند، بازاریابی و انگیزه در شهرها با استفاده از روش تحلیل شبکه و روش دیمتل، به این نتیجه دست یافتند که همزمان با توسعه گردشگری شهر، برند جهانی گردشگری نیز بهبود یافته و شهر با عبور از بحران، به شهر جهانی تبدیل می شود.

هامان (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان توریسم و توسعه اقتصادی در نواحی شهری مطالعه موردی کالیفرنیا به این نتیجه رسیده است که، ارتباط بین جاذبه های گردشگری و توسعه اقتصادی نواحی به اثبات رسیده است. با توجه به منابع گردشگری کالیفرنیا طی سالهای ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ موجب افزایش ارزش ملی و تقویت اقتصاد در نواحی شهری شده است و تقویت اقتصاد شهری از نتایج مهم سرمایه گذاری در بخش صنعت توریسم است.

ویور (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان مقدمه ای بر تاثیر توریسم در اقتصاد شهری برزیل به این نتیجه رسیده است که: بین توسعه مراکز خرید و ایجاد فروشگاه های ویژه گردشگران با تقویت اقتصاد شهری و توسعه سایر بخش های اقتصادی در برزیل رابطه همسویی وجود دارد.

نورال هدی و همکاران (۲۰۰۹) در مقاله ای با عنوان آیا گردشگری نقشی در اقتصاد مالزی دارد؟ تجزیه و تحلیل ضرایب با استفاده از تکنیک های داده ستانده برای مطالعه نقش بخش گردشگری در اقتصاد با استفاده از تکنیکهای داده ستانده، ضرایب ستانده، درآمد، اشتغال، ارزش افزوده و واردات را به دست آورده اند. برای ارائه سهم ایجاد شده از طریق صنعت گردشگری و ارتباط آن بخش های دیگر اقتصاد ضرایب نرمال و نسبی بکار رفته است نتایج به دست آمده در این پژوهش، نشان داد که میزان ضرایب ستانده حدود هفت برابر بیشتر از ضرایب واردات است، بنابراین، مخارج گردشگری بین المللی بیشترین سهم را در ایجاد ستانده دارد.

بررسی پیشینه تحقیق نشان می دهد که در زمینه ی اقتصاد شهری و منطقه ای در شهر تحقیقات متعددی انجام گرفته اما در زمینه پژوهش حاضر و مدل به کار رفته در پژوهش تحقیقی انجام نگرفته است. بنابراین در مجموع می توان گفت که تحقیق حاضر از ۲ وجه حایز اهمیت است. از یک سو نتایج و یافته های آن می تواند برای سازمان ذی ربط و مسئولان متمر ثمر باشد به گونه ای که برغنا ی صنعت گردشگری و سودمندی های اقتصادی آن توجه نمایند. و از دیگر سو به دلیل اینکه تاکنون در مطالعه ای با این مضمون و روش انجام نشده است. مطالعه حاضر می تواند موجب غنای علمی مطالعات مشابه گردد.

از این رو هدف مطالعه پیش رو بررسی تاثیر شاخص های گردشگری بر اقتصاد شهری و منطقه ای در شهر اردبیل می باشد.

مبانی نظری

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می کند که یکی از این الگوها، گردشگری شهری است. شهرها معمولاً با جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود و مکانهای تاریخی، گردشگران بسیاری را جذب می کند (Hall, 2006: 212). یکی از مهمترین روندهای گردشگری جهان را در دهه های گذشته تحت تاثیر قرار داده، مراکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه مدت این مقاصد را به یکی از اصلی ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده که تا حدودی تغییر سبک زندگی را در سالهای اخیر نشان می دهد. مردم مقاصد گردشگری را می خواهند که به راحتی و به سرعت قابل دسترسی باشند. این شرایط برای مقاصد نزدیک و قابل دسترسی بسیار سودمند بوده و باعث توسعه گردشگری شهری شده است (رهنمایی، ۱۳۷۸: ۱۹). گردشگری شهری که ترکیب پیچیده ای از فعالیت های مختلف

است که از به هم پیوستن ویژگی های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب گردشگران و ارائه خدمات به آنها به وجود می آید که با دو انگیزه و هدف اصلی متفاوت پنداشته می شود که عبارتند از: تجارت و فرهنگ. فضای گردشگری شهری، فضایی است که منابع گردشگری در آن وجود دارد (موحد، ۱۳۸۶: ۳۴). هنگامی که یک شهر تبدیل به مقصد گردشگری می شود، کیفیت زندگی، سیستم های ارزشی، روابط خانوادگی، نگرشها، آداب، سنن و الگوهای رفتاری و بسیاری از مولفه های دیگر اقتصادی- اجتماعی و زیست محیطی آن تحت تاثیر قرار می گیرد (کاظمی، ۱۳۸۲: ۲). بنابراین با یک برنامه ریزی منسجم در رابطه با گردشگری شهری با تاکید بر رهیافت طولانی مدت و جامع و هماهنگ با اهداف توسعه ای پایدار شهری، تا حد زیادی از نتایج منفی گردشگری بر اقتصاد و اجتماع و محیط زیست شهر جلوگیری می شود.

گردشگری شهری و شهرنشینی: روند مدرنیته از آغاز قرن ۱۸ به بعد با سرمایه گذاری فراوان در بخش صنعت و افزایش جمعیت و فضای آن تا به امروز در دنیا منجر به تحول سریع رشد شهرنشینی و توسعه آن به سمت کلان شهرهای جهانی و ملی شده است. یکی از پارامترهای مهم این توسعه وجود آثار گردشگری شهری بوده است، که در جامعه ایران هم پارامترها و موقعیت های طبیعی، فرهنگی و مذهبی در رشد شهرنشینی و کلانشهرها بسیار موثر بوده است. در چنین فضایی افزایش و توسعه وسایل حمل و نقل، کم شدن ساعات کار، و افزایش دستمزدها که حاصل ماشینی شدن زندگی شهری بوده است زمینه های گذران اوقات فراغت و روند گریز از محیط های شهری را مهیا کرده است. به گونه ای که همگام با توسعه شهرنشینی، گردشگری از جمله گردشگری شهری تعمیم یافته است. به طور کلی محیط های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری امنیت دارند. از یکسو کانون های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن ها و فشارها و خستگی های ناشی از کار و فعالیت به عنوان مبداء مسافرت های گردشگری محسوب می گردند و از سوی دیگر بعضی از شهرها به علت وجود امکان فعالیت های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، فراغتی و جاذبه های تاریخی و گردشگری به عنوان مسافرت های گردشگری برگزیده می شوند (دیناری، ۱۳۸۷: ۱۹). به عبارت دیگر گسترش شهرنشینی از علل مهم شکل گیری گردشگری قلمداد می گردد. تکامل و تراکم شهرها، تنگناها و محدودیت های خاص را برای ساکنان آن به وجود آورده و ادامه چنین روندی باعث می گردد انسان ها به دنبال گریزگاهی باشند که خود را برای مدتی از انقیاد دست و پا گیر زندگی شهری رها می سازند و زمانی را برای تفریح و تفرج و ترمیم قوای تحلیل یافته اختصاص دهند. به دنبال آشکار شدن بازتاب های منفی زندگی شهری، برنامه ریزی در زمینه اوقات فراغت درصدد اولویت های شهرها قرار گرفته و این امر منجر به زایش توریسم شهری و گردشگری گردیده است (جعفرزاده، ۱۳۹۸: ۲۹).

اثرات گردشگری بر اقتصاد شهری: گردشگری، به کلیه بخش های اقتصادی کشورها مربوط شده و تاثیرات اقتصادی خود را بر همه حوزه ها برجای می گذارد. منظور از اثرات اقتصادی گردشگری، تمامی آثاری است که بر اقتصاد کشوری تأثیر می گذارد. گردشگری، با تأثیر بر تمامی مؤلفه های اقتصادی مانند درآمد، اشتغال، سطح قیمت ها، عرضه و تقاضا، ترازهای مالی و مالیاتی جامعه را، تحت تأثیر قرار می دهد (Jeffries, 2001: 23). به عبارت دیگر، تقویت گردشگری، متضمن منافع اقتصادی بوده و گسترش اقتصادی مربوط به فعالیت های گردشگری به ویژه در کشورهای جهان سوم، حدود ۱/۵ درصد به تولید ناخالص این کشورها کمک می کند (اکبرپور و نوربخش، ۱۳۸۹: ۵۴).

گردشگری، باعث افزایش درآمد و ارز آوری برای شهر یا منطقه می شود. این عمل با هزینه هایی که یک گردشگر، در طول دوره اقامت خود در کشور میزبان صرف می کند، محقق می شود. به این جریان اقتصادی، صادرات نامرئی می گویند.

همه خدمات و ویژگی هایی است که در کنار هم قرار می گیرند تا آنچه مسافر می خواهد، فراهم آورند، ولی سرآمدترین نوع گردشگری، مدل شهری آن است، به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر، به ویژه کلانشهرها، در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر، پایه و اساس توسعه گردشگری است. ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای به ظاهر متروک و مرده به قصد زنده کردن جنبه های کهن جامعه، از جمله آثار توسعه گردشگری شهری است. بدین منظور، بسیاری از کلانشهرها درصدد اند تا از ویژگی ها و امکانات خاص شهر خود سود برده و از مزایای جلب توریست شهری بهره گیرند.

ایجاد فضاهای شهری، بر اساس فعالیت های جدید و تأکید بر توسعه فعالیت های گردشگری و ایجاد جاذبه های بیشتر برای ماندگاری مسافران، همراه با توسعه هسته های کار و فعالیت، با هدف توسعه موزون شهر و پیوند کار و سکونت در تمام منطقه شهری و نیز ایجاد یک نظام چند هسته ای، انعکاس تجربه ها و درسهای نظری و عملی است که از کلانشهرها و شهرهای جهان می توان آموخت و به کار گرفت. ایجاد و توسعه انواع مراکز اقامتی مدرن، فضاهای تفریحی و سرگرمی، فضاهای خرید بزرگ شهری، موزه ها و مراکز فرهنگی و هنری به ویژه فرهنگ و هنر بومی با هدف توسعه گردشگری، موجب بهره مند شدن ساکنین شهر و گردشگران شهری، از این خدمات خواهد بود. بنابراین، در حال حاضر با توجه به گستردگی مدیریت شهری در کلانشهرهای کشورها، بهره گیری از جاذبه های توریستی، می تواند نقش مؤثری در معرفی شهرها، به عنوان یک جاذبه گردشگری جهانی داشته باشد و تأثیر فراوانی در اقتصاد این شهرها داشته باشد (اکبرپور و نوربخش، ۱۳۸۹: ۵۶).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت کاربردی و از نظر روش توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. مراحل تحقیق شامل گردآوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و استفاده از ابزار پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده می‌باشد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه است که پس از بررسی پیشینه و ادبیات نظری تحقیق و گردآوری شاخص‌های مرتبط تنظیم شده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۵ نفر از کارشناسان و متخصصان (در حوزه موضوع پژوهش) در شهر اردبیل می‌باشد. طبقه‌بندی و ارزش‌دهی شاخص‌ها با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت صورت گرفته است برای اعمال روایی در پرسشنامه از نظر متخصصان امر و به منظور بررسی پایایی گزاره‌های این تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. با توجه به اینکه هر اندازه همبستگی سؤالات بیشتر باشد میزان آلفای کرونباخ نیز بیشتر خواهد شد. این ضریب برای تمامی این گزاره‌ها، مقادیری بیشتر از ۰/۸ داشته که بیانگر پایایی مطلوب ابزار تحقیق می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و اولویت بندی شاخص‌ها از مدل تصمیم‌گیری چند معیاره EDAS در قالب نرم افزار Excel استفاده شده است. لازم به ذکر است برای محاسبه وزن شاخص‌ها از روش آنتروپی شانون بهره برده شده است. شاخص‌ها و معیارهای به کار رفته در پژوهش حاضر در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول شماره (۱). شاخص‌ها و معیارهای به کار رفته در پژوهش

معیارها	شاخص‌ها
مهمان‌نوازی و برخورد دوستانه شهروندان؛ وجود امنیت در منطقه؛ وجود آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنتی؛ وجود مشارکت محلی و سعی در رسیدن به توسعه گردشگری؛ تبلیغات مناسب جهت معرفی پتانسیل گردشگری منطقه؛ وجود تسهیلات و تجهیزات مناسب اقامتی و رفاهی؛ برگزاری جشنواره برای معرفی منطقه و جذب گردشگر	اجتماعی- فرهنگی
حفاظت از آثار کهن تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی؛ وجود زمین بایر در اطراف شهر و نبود عارضه توپوگرافی خاص برای احداث هرگونه تسهیلات و خدمات؛ رعایت سلسله مراتب شبکه‌های دسترسی؛ داشتن ورودی جذاب و دلپذیر برای هدایت گردشگران؛ وجود تجهیزات اولیه گردشگری جهت استفاده بازدیدکنندگان؛ زیرساخت‌های کالبدی مناسب؛ امکان استفاده بهینه از تمام جاذبه‌های متنوع؛ توسعه و پیشرفت وسایل حمل و نقل عمومی؛ وجود فضاهای خدماتی و عمومی همچون پارکینگ و مکان‌های تفریحی؛ وجود بناهای تاریخی در منطقه کیفیت راه‌ها و جاده‌های شهر	کالبدی- فضایی
اعتقاد مسئولان به گسترش گردشگری و کسب درآمد بیشتر؛ وجود برنامه ریزی کارآمد و مدیریتی صحیح برای توسعه گردشگری پایدار؛ وجود نیروی انسانی آموزش دیده و متخصص در بخش گردشگری	ساختار مدیریتی نیروی انسانی

<p>اشتغال بخشی از شاغلین شهرستان در فعالیت های مرتبط با گردشگری؛ ویژگی منطقه جهت سرمایه گذاری؛ وجود انواع صنایع دستتتی برای گردشگران؛ وجود محصولات کشاورزی متنوع؛ درآمد زدایی از ورود گردشگران و اسکان در شهر؛ وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری گردشگری دولتی؛ قابلیت های حوزه نفوذ برای توسعه گردشگری؛ حمایت مسئولان از توسعه گردشگری؛ استقبال از کار در بخش های مختلف مرتبط با گردشگری روستایی و شهری؛ جذب سرمایه و کسب درآمد از گردشگری؛ ایجاد اشتغال در مقوله های گردشگری</p>	اقتصادی- مالی
<p>وجود جاذبه های گردشگری متنوع؛ وجود جاذبه های ورزشی تفریحی؛ تنوع آب و هوایی؛ جاذبه های محیطی و چهار فصل بودن گردشگری در منطقه؛ وضعیت جاذبه های طبیعی (آب و هوا، فضای سبز، جنگل و...); وضعیت جاذبه های انسان ساخت (پارک ها، مراکز تفریحی، میدان ها...)</p>	طبیعی- انسان ساخت
<p>اطلاع رسانی در مورد موقعیت جاذبه ها؛ وضعیت خدمات بهداشتی (بیمارستان، سرویس بهداشتی و...) ارائه شده؛ ویژگی های ظاهری محیط خدمت گردشگری (زیبایی و تمیزی و آراستگی)؛ توانایی جلب اعتماد و اطمینان خدمت گیرندگان؛ سادگی و سهولت دسترسی به خدمات ارائه شده (اقامتی، دسترسی به مهمانسرا و هتلها؛ رفاهی، بهداشتی)؛ کیفیت رستوران و غذاخوری های موجود در شهر؛ خوانایی و مسیریابی داخل شهر؛ درک نیاز و خواسته های گردشگران و تلاش برای رفع آنها؛</p>	خدمات

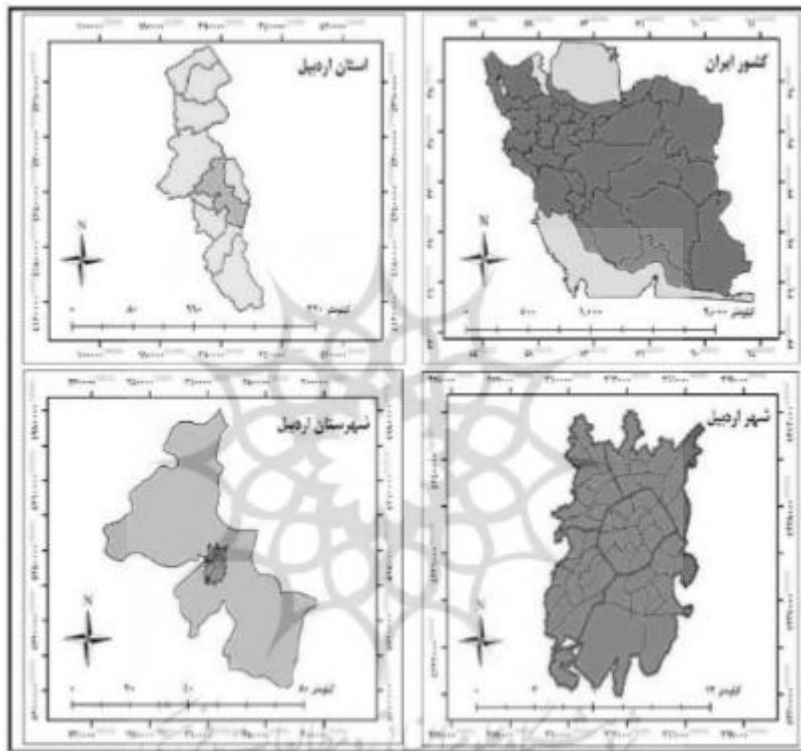
ماخذ: مستخرج از (معینان و همکاران، ۱۳۹۹؛ میرنجف موسوی و همکاران، ۱۳۹۸)

مدل EDAS

مدل ایداس یکی از تکنیک های نوین تصمیم گیری چند شاخصه است. مدل ایداس به معنی ارزیابی براساس فاصله از میانگین راه حل است و از این تکنیک جهت رتبه بندی گزینه ها استفاده می شود. در روش هایی همانند تاپسیس و یا ویکور ما گزینه مطلوب را بر اساس فاصله از ایده آل مثبت و منفی می سنجیم، یعنی گزینه ای مطلوب است که کمترین فاصله را از ایده آل مثبت و بیشترین فاصله را از ایده آل منفی دارد. اما در روش ایداس بهترین راه حل مربوط به فاصله از میانگین راه حل (AV) است. در این روش ما نیازی به محاسبه ایده آل مثبت و منفی نداریم بلکه دو معیار را برای ارزیابی مطلوب بودن گزینه ها در نظر می گیریم؛ اولین اندازه گیری فاصله مثبت از میانگین (PDA) است و دوم فاصله منفی از میانگین (NDA) است.

محدوده مورد مطالعه

شهر اردبیل در حال حاضر در محدوده‌ای به مساحت بیش از ۶۲۰۰ هکتار گسترده شده و براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، دارای جمعیتی بالغ بر ۵۲۹۳۷۴ نفر بوده است. از جمله جاذبه‌های بین‌المللی و ملی گردشگری مستقر در شهر اردبیل می‌توان به بقعه شیخ صفی‌الدین اردبیلی، جمعه مسجد (مسجد آدینه)، خانه‌ها و حمام‌های تاریخی متعدد و از جاذبه‌های طبیعی این شهر نیز به دریاچه شورابیل و رودخانه بالغلی‌چای اشاره کرد.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

(منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱)

یافته‌های پژوهش

رتبه‌بندی شاخص‌های گردشگری بر اقتصاد شهری و منطقه‌ای

با رتبه‌بندی می‌توان به میزان تاثیر هر یک از شاخص‌ها بر اقتصاد شهری و منطقه‌ای مورد مطالعه پی برد. بدین معنی که با مقایسه تطبیقی می‌توان متوجه شد که کدام یک دارای تاثیر بیشتر و کدام یک دارای تاثیر کمتر است. تا

تدابیر لازم در این مورد اتخاذ شود. بر این مبنا در این پژوهش جهت رسیدن به هدف پژوهش از مدل EDAS بهره برده شده است. در ادامه نتایج حاصله از پیاده سازی این مدل در محیط Excel آورده شده است.

جدول (۲). وزن شاخص های مورد مطالعه با استفاده از روش آنتروپی شانون

وزن و اهمیت نسبی (WJ)	شاخص ها
۰/۱۷۲	اجتماعی - فرهنگی
۰/۱۸۷	کالبدی - فضایی
۰/۱۷۵	ساختار مدیریتی نیروی انسانی
۰/۱۶۸	اقتصادی - مالی
۰/۱۸۴	طبیعی - انسان ساخت
۰/۱۸۲	خدمات
۱	مجموع

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۲.

گام اول (تعیین وزن و اهمیت شاخص ها): وزن و اهمیت هر یک از شاخص ها با استفاده از روش آنتروپی شانون بدست آمد. وزن و اهمیت شاخص های مورد مطالعه در جدول (۲) ارائه شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

گام دوم (تشکیل ماتریس تصمیم): دومین گام در این روش تشکیل ماتریس تصمیم است. ماتریسی که ستون‌های آن معیارها و سطرهای آن گزینه‌های پژوهش را تشکیل می‌دهد.

گام سوم (محاسبه میانگین راه حل معیارها): در این گام میانگین راه‌حل برای معیارها مطابق رابطه (۱) محاسبه می‌شود که در واقع همان میانگین داده‌ها برای هر معیار (ستون) می‌باشد.

رابطه (۱): میانگین راه حل معیارها

$$AV_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{n}$$

گام چهارم (محاسبه PDA و NDA): در گام چهارم مقادیر فاصله مثبت از میانگین یا ایده‌آل مثبت (PDA) و فاصله منفی از میانگین یا ایده‌آل منفی (NDP) با استفاده از روابط (۲ تا ۳) محاسبه شده است.

رابطه (۲): ایده‌آل مثبت یا فاصله مثبت از میانگین

$$PDA_{ij} = \frac{(x_{ij} - AV_j)}{AV_j}$$

رابطه (۳): ایده‌آل منفی یا فاصله منفی از میانگین

$$NDA_{ij} = \frac{(AV_j - x_{ij})}{AV_j}$$

لازم به ذکر است که اگر نتیجه حاصل برای هر مقدار منفی باشد، عدد (نتیجه) صفر در نظر گرفته می‌شود. همچنین اگر معیار بار منفی داشته باشد، فرمول محاسبه ایده‌آل‌های مثبت و منفی جابجا می‌شود.

گام پنجم (تعیین جمع موزون گزینه‌ها): این گام محاسبه مقادیر SP_i و SN_i و با وزن‌دار کردن ایده‌آل‌های مثبت و منفی (PDA_{ij} و NDA_{ij}) و جمع موزون هر گزینه است (روابط ۴ و ۵).

رابطه (۴): جمع ایده‌آل مثبت وزین

$$SP_i = \sum_{j=1}^m w_j \cdot PDA_{ij}$$

رابطه (۵): جمع ایده‌آل منفی وزین

$$SN_i = \sum_{j=1}^m w_j \cdot NDA_{ij}$$

گام ششم (نرمال‌سازی مقادیر SP_i و SN_i): در این گام مقادیر NSN_i و NSP_i از طریق نرمال‌سازی SP_i و SN_i با استفاده از روابط (۶ و ۷) بدست می‌آید.

رابطه (۶). نرمال‌سازی SP_i

$$NSP_i = \frac{SP_i}{\max_i(SP_i)}$$

رابطه (۷). نرمال‌سازی SN_i

$$NSN_i = 1 - \frac{SN_i}{\max_i(SN_i)}$$

گام هفتم (محاسبه امتیاز نهایی گزینه‌ها و رتبه‌بندی آنها): در مرحله آخر امتیاز نهایی گزینه‌ها با استفاده از رابطه (۸) محاسبه شده و گزینه‌ها براساس آن رتبه‌بندی می‌شوند.

رابطه (۸). امتیاز نهایی گزینه‌ها

$$AS_i = 0.5 * (NSP_i + NSN_i)$$

$$0 \leq AS_i \leq 1$$

در روش تصمیم‌گیری چند معیاره ایداس، امتیاز نهایی گزینه‌ها مقدار AS_i می‌باشد. مقدار AS_i همواره بین صفر و یک و یا معادل صفر یا یک بدست می‌آید. در این تحقیق AS_i بیانگر میزان تاثیر شاخص‌ها بر اقتصاد شهری و منطقه ای شهر اردبیل می‌باشد. بدین معنی هر شاخصی که مقدار AS_i بیشتری را بخود اختصاص دهد یعنی هرچه مقدار عددی آن به یک نزدیکتر باشد، دارای تاثیر بیشتری است. در مقابل هر شاخصی که مقدار AS_i آنها کمتر باشد و هرچه به صفر نزدیکتر باشد، نشان‌دهنده این است که آن شاخص دارای تاثیر کمتری می‌باشد. بنابراین بیشترین مقدار AS_i اولین رتبه را به خود اختصاص داده و کمترین مقدار آن نیز آخرین رتبه را دریافت می‌کند.

گام هشتم (طبقه‌بندی شاخص‌ها): در پایان نیز شاخص‌های مورد مطالعه به لحاظ تاثیر گذاری آن‌ها بر اقتصاد شهری منطقه ای شهر اردبیل براساس امتیاز نهایی تکنیک ایداس، ارزیابی و رتبه بندی

می‌شوند.

$$AS_i = 0.5 * (NSP_i + NSN_i)$$

$$0 \leq AS_i \leq 1$$

رابطه (۸). امتیاز نهایی گزینه‌ها

در این راستا به منظور بررسی و مقایسه میزان تاثیرگذاری شاخص‌های مورد مطالعه ابتدا پاسخ خبرگان گردآوری شده و میانگین پاسخ‌ها در نرم‌افزار Excel به عنوان ماتریس خام وارد گردید و پس از طی مراحل محاسباتی مدل ایداس خروجی نهایی به دست آمده از این روش در جدول (۳) قابل مشاهده است.

جدول (۳). رتبه بندی تاثیر شاخص های مورد مطالعه بر اقتصاد شهری منطقه ای شهر اردبیل

رتبه بندی	امتیاز نهایی شاخص ها (ASi)	شاخص های مورد مطالعه
۲	۰/۸۱۴	اجتماعی- فرهنگی
۱	۱/۰۰۰	کالبدی- فضایی
۶	۰/۷۲۸	ساختار مدیریتی نیروی انسانی
۵	۰/۷۳۲	اقتصادی- مالی
۳	۰/۷۸۷	جاذبه های طبیعی- انسان ساخت
۴	۰/۷۵۴	خدمات

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۲

همانطور که در جدول ۳ قابل ملاحظه است طبق نتایج حاصله از پیاده سازی مدل ایداس شاخص کالبدی- فضایی با کسب بیشترین امتیاز (۱) در رتبه نخست و شاخص اقتصادی- مالی با کسب کمترین امتیاز (۰/۷۳۲) به ترتیب در رتبه های اول تا آخر قرار گرفته اند.

نتیجه گیری

گردشگری از جمله مهمترین و متنوع ترین پدیده عصر کنونی موجب تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی شده است و به عنوان یک منبع اصلی درآمد و اشتغال زایی و توانسته بخش بزرگی از برنامه ریزی و سرمایه گذاری ها در جهان فعلی را از آن خود نماید. در این میان نواحی شهری به علت دارا بودن جاذبه های تاریخی و فرهنگی اعم از موزه ها، بناهای تاریخی، پارک ها، مراکز خرید و... اغلب مقاصد گردشگری مهمی به شمار می روند و نقش فعال و مولدی در ارتقاء ساختار اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی ایفا می نماید. این صنعت با اتکا بر پتانسیل های تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، طبیعی و تجاری مناطق مختلف رشد و گسترش یافته و بسیاری از نواحی جهان از نظر اقتصادی به این صنعت وابسته هستند. در این راستا افزایش اشتغال و تنوع فعالیت های اقتصادی، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال، ارتقای کیفیت سطح زندگی مردم، بهبود زیرساختها و امکانات موجود، افزایش میزان اشتغال و درآمدهای ارزی، رونق صنایع داخلی از مهم ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه گردشگری به شمار می روند. به عبارت دیگر جهش مثبت گردشگری در زمینه های مختلف موجب شده امروزه این صنعت جایگاه مهمی در سیاست گذاری دولت ها داشته باشد. با توجه به اینکه گردشگری، پدیده ای است که در صورت برنامه ریزی صحیح آن می تواند به افزایش تولید، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی و اشتغال بسیاری از عوامل تولید از جمله کار، سرمایه و زمین منجر شود و سبب رشد توسعه اقتصادی کشور گردد. لذا توسعه گردشگری شهری پایدار با

تاکید بر اقتصاد شهری و منطقه ای مدیریت و برنامه ریزی خردمندانه ای را می طلبد. باتوجه به آنچه که مطرح شد پژوهش حاضر با هدف بررسی شاخص های گردشگری بر اقتصاد شهری و منطقه ای به منظور بهبود توسعه اقتصاد شهری و منطقه ای به صورت موردی در شهر اردبیل تدوین یافته است. در این خصوص پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش ۶ شاخص (اجتماعی- فرهنگی؛ کالبدی- فضایی؛ ساختار مدیریتی نیروی انسانی؛ اقتصادی- مالی؛ جاذبه های طبیعی- انسان ساخت و خدمات) که هر یک مشتمل بر زیرمعیارهای مربوطه می باشد شناسایی گردید. پیرو شاخص های منتخب و نتایج حاصل از بهره گیری از مدل ایداس حاکی از آن است از بین شاخص های مورد مطالعه شاخص کالبدی- فضایی دارای بیشترین تاثیر و در رتبه نخست و شاخص ساختار مدیریتی نیروی انسانی دارای کمترین تاثیر و در رتبه آخر قرار گرفته است.

منابع

- ابراهیمی، ماهان. (۱۳۹۶). نقش صنعت گردشگری بر اقتصاد شهری و منطقه ای در شهرستان فومن، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما، محمود جمعه پور، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- اشرفزاده، محمدرضا، مددی، حسین، خادمی، نسترن، بنیادی، صدیقه. (۱۳۸۹). ارزیابی آثار محیط زیستی پروژه- های گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: شهر جهانگردی بین المللی خلیج فارس). نشریه پژوهش های محیط- زیست، دوره ۱، شماره ۱، صص ۸۳-۹۲
- پرچکانی، پروانه، حسنزاده وایقان، سعید. (۱۳۵). چپستی منظر گردشگری شهری، فصلنامه هنر و تمدن شرق، شماره ۱۳، ۵۲-۵۹.
- جعفرزاده، نازی. (۱۳۹۸). نقش جاذبه های گردشگری شهری بر اقتصاد شهری و منطقه ای (مطالعه موردی شهر خلخال)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، استاد راهنما: دکتر اسحاق جلالیان.
- حیدری ساربان، وکیل، نیرومند شیشوان، صغرا، مجنوننی توتاخانه، علی، نقابی، محبوبه. (۱۳۹۶). بررسی و ارزیابی نقش اجرای طرح هادی در توسعه گردشگری روستاهای توریستی مطالعه موردی: روستای توریستی صور در شهرستان بناب، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۶، ۷۹-۱۰۰.
- دیناری، احمد. (۱۳۸۴). گردشگری شهری در ایران و جهان، نشر واژگان خرد، چاپ اول، تهران.
- رهنمایی، محمدتقی و همکاران. (۱۳۸۷). بررسی ظرفیت حوزه مقصد گردشگری با تاکید بر جامعه میزبان: کلاردشت، پژوهش های جغرافیای انسانی، تهران، شماره ۶۶.

- صادق‌لو، طاهره، صدیقه، ذاکری. (۱۳۹۷). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری با هدف توسعه گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری. دوره ۷، شماره ۲۶، ۵۹-۶۹.
- ضیاء توانا، محمدحسن، بیرانوندزاده، مریم، درویشی، هدایت‌اله. (۱۳۹۳). پیامدهای فضایی توسعه صنعت گردشگری و سیاستهای نوسازی و بهسازی در بافت تاریخی باغشهر میبد با تاکید بر عوامل کالبدی- محیطی. دوفصلنامه پژوهش‌های منظر شهر، شماره ۱، ۶۷-۷۸.
- طاهری نژادی، فرشاد. (۱۴۰۰). تحلیل و تبیین عوامل موثر بر برنامه‌ریزی و سیاستگذاری گردشگری پایدار شهری؛ مورد پژوهی: شهر کوه‌دشت. جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۴، شماره ۱، ۲۷۹-۲۹۲.
- قالیاف، محمدباقر، شعبانی‌فرد، محمد (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چندمتغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۲، ۱۴۷-۱۷۲.
- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت، چاپ سوم.
- موحد، علی. (۱۳۸۶). گردشگری شهری، چاپ اول، انتشارات دانشگاه چمران اهواز.
- موحد، علی، دولت‌شاه، صدیقه. (۱۳۹۰). بررسی ظرفیت‌های گردشگری در جهت توسعه گردشگری شهری خرم‌آباد، فصلنامه جغرافیا و آمایش سرزمین، دوره ۱، شماره ۱، ۸۷-۱۰۲.
- موسوی، میرنجف، سلطانی، ناصر، باقری کشکولی، علی. (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش مذهب در توسعه گردشگری مذهبی، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، زمستان ۱۳۹۳، دوره ۴۶، شماره ۴، ۸۲۵-۸۴۱.
- موسوی، میرنجف؛ فاطمه سادات کهکی؛ اسحاق جلالیان. (۱۳۹۸). ارزیابی عناصر مؤثر بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر ارومیه، فصلنامه گردشگری شهری. دوره ۶، شماره ۲، ۶۱-۷۷.
- مودودی ارخودی، مهدی؛ مهدی جوانشیری؛ مرجان، نیک‌شعار. (۱۳۹). شناسایی اولویت‌های جاذبه‌های گردشگری بیرجند، فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی، دوره ۸، شماره ۳، ۸۳-۱۰۶.
- معینیان میاندوآب، غزال؛ فتح، بابک؛ معینیان، پریچهر. (۱۳۹۹). الزامات مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری با تاکید بر اقتصاد (مورد مطالعه، شهر میاندوآب)، جغرافیا و روابط انسانی، شوره ۲، شماره ۴، ۴۴۹-۴۷۱

نصیری هنده خاله، اسماعیل، هادوی، فرامرزی، زمانی، مهدی (۱۳۹۵). شنا سایی رابطه بین توسعه صنعت گردشگری و رشد اقتصادی استان زنجان، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۳، ۷۵-۹۴

نوربخش، سیدمرتضی، اکبرپور سراسکانرود، محمد. (۱۳۸۹). نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلانشهرها، ویژه‌نامه اقتصاد شهری، صص ۳۴-۲۰.

Boivin, M., Tanguay. G (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol 11, 67-79.

Hall, C. M, Stephen J. (2006), *The geography and Tourism and Recreation*, London: Rutledge, third edition

Hudson, S., Hudson, P., and Miller, G.A.(2004). A Measurement of Service Quality in the Tour Operating Sector: A Methodological Comparison. *Journal of Travel Research*, Vol 42.

Jeffries, David (2001), *Governments & Tourism*. Butterworth Heinemann Publications, London

Liu, C. H. S., & Chou, S. F. (2016). Tourism strategy development and facilitation of integrative processes among brand equity, marketing and motivation. *Tourism Management*, 54, 298-308.

Nurul Huda, M., Mazumder. E.M. & Ahmed. A. Q., Al-Amin. (2009). Does Tourism Contribute Significantly to the Malaysian Economy? Multiplier Analysis Using I-O Technique. *International Journal Of Business And Management*, Vol. 4, No.7, pp.146-155

Solnet, D. J., Ford, R. C., Robinson, R. N., Ritchie, B. W., & Olsen, M. (2014). Modeling locational factors for tourism employment. *Annals of Tourism Research*, 45, 30-45.

Tichaawa, Tembi Maloney. & Oswald, Mhlanga. (2015) Residents' perceptions towards the impacts of tourism development: the case of Victoria Falls, Zimbabwe, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* Vol.4, No.1, pp.1-15.