

تحلیلی بر اثرات شاخص‌های پایدار گردشگری شهری در شهر همدان

سعید امان‌پور- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
جواد زارعی- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)
javadzareei86@gmail.com
شاهرخ زاد ولی خواجه- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۷/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۱۸

چکیده

توسعه گردشگری در سال‌های اخیر، موجبات تغییرات وسیعی در اقتصاد، اجتماع و نگرش مردم نواحی مختلف دنیا و همچنین افزایش پایداری در ابعاد مختلف شده است، به نحوی که تمامی شئون یک جامعه مخصوصاً جامعه میزبان را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد. در این راستا، هدف اصلی از انجام تحقیق حاضر تحلیل شاخص‌های گردشگری پایدار شهری در شهر همدان و شناسایی عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری در این شهر می‌باشد. این مطالعه با استفاده از روش شباهت به گزینه ایده آل (FTOPSIS)، سنجش اولویت هریک از ابعاد از طریق نمایه CCI و آزمون T و در نهایت سنجش توان پیش‌بینی هریک از شاخص‌های منتخب پژوهش با استفاده از مدل تحلیل تشخیص انجام گردیده است؛ بنابراین این تحقیق با رویکردی توصیفی - تحلیلی و بهره‌گیری از پرسشنامه به روش پیمایشی انجام پذیرفته است. جامعه آماری آن‌همه ساکنین شهر همدان می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای ۳۸۴ تن از شهروندان مورد پرسش قرار گرفته‌اند. در این راستا نتایج پژوهش با استفاده از مدل FTOPSIS نشان می‌دهد که شاخص اقتصادی و فرهنگی بیشترین اثر را در روند توسعه گردشگری شهر همدان ایفا می‌کنند. هم‌چنین با توجه به نتایج آزمون T، شاخص تکنولوژیکی با میزان ۰/۰۵۴- نسبت به میانگین مبنا، شرایط مساعدی جهت توسعه گردشگری را در شهر همدان ندارد. در نتیجه از اولویت بیشتری برای برنامه‌ریزی برخوردار می‌باشد. از طرفی نتایج مدل برازش رگرسیونی، حاکی از آن است که بین شاخص‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی با توسعه پایدار گردشگری رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج مدل تحلیل تشخیص نیز نشان داد که ابعاد فرهنگی توسعه گردشگری توان بیش‌تری در پیش‌بینی شرایط پایداری آن دارا می‌باشد.

واژگان کلیدی: شاخص‌های پایداری، گردشگری پایدار، برنامه‌ریزی گردشگری، شهر همدان.

مقدمه

از نیمه دوم قرن بیستم، عوامل متعددی مانند جهانی شدن، توسعه و پیشرفت ابزارهای حمل و نقل و ارتباطات نوین در جهت توسعه صنعت گردشگری بوده‌اند (World Tourism Organization, ۲۰۰۴). به نحوی که این صنعت سومین صنعت اقتصادی شناخته می‌شود (Oila et al, ۲۰۱۲: ۵۶۹). به همین خاطر بانک جهانی این صنعت را در سال ۲۰۰۵ میلادی، با ایجاد ۲۱۴ میلیون شغل و تولید ۱۰/۵ درصد از تولید ناخالص جهانی، صنعتی پویا برمی‌شمارد (Choi and Sir Kaya, ۲۰۰۶: ۱۲۷۴). همچنین امروزه، صنعت گردشگری کلید توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه و جهان سوم است (میرزایی، ۱۳۸۸: ۵۲). این صنعت یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان است که در سال‌های اخیر رشد فزاینده یافته (سبحانی، ۱۳۸۹: ۱۱۴) و به عنوان روبه رشدترین صنعت اشتغال‌زا در دنیا و سومین صنعت پس از نفت شناخته شده است (یزدانی زنگنه و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۱). صنعت گردشگری در توسعه کشورها، به ویژه در زمینه ایجاد اشتغال بسیار مهم بوده است (Daryabari and Ebrahimi, ۲۰۱۰: ۱۹) و به عنوان سازوکاری برای افزایش درآمد و اشتغال در هر دو بخش رسمی و غیررسمی به شمار می‌آید (Lanza, ۲۰۰۳: ۸۷). به گونه‌ای که از هر شش شغل مهم در دنیا، یکی در ارتباط با صنعت گردشگری بوده و به ازای هر بیست گردشگر در کشور یک شغل ایجاد می‌شود (آقاجانی و علیزاده، ۱۳۸۴: ۴۴). از طرفی گردشگری در بستری جغرافیایی صورت می‌پذیرد که متشکل از محیط طبیعی و فرهنگی-اجتماعی است (امیر حاجیلو و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). هریک از این دو محیط در کنش با گردشگری می‌تواند اثرات متفاوتی در برداشته باشند؛ بنابراین این اثرات می‌توانند اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و محیطی باشند، هرچند با توجه به پیچیدگی و گستردگی فعالیت‌های گردشگری اثرات ناشی از آن‌ها نیز ابعاد به هم پیوسته بسیاری دارند که باید در مطالعه اثرات گردشگری به آن‌ها توجه شود (Mason, ۲۰۰۳: ۴۲). هریک از این جنبه‌ها در ترکیب با یکدیگر اثرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و محیطی خاصی در پی دارند که از مبدأ تا مقصد گردشگران را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد؛ زیرا گردشگری ماهیتی کلی‌نگر دارد و بسیاری از اجزاء سازنده آن با یکدیگر هم‌پوشانی دارند و در یک ظرف به صورت یکپارچه و جامع عمل می‌کنند. کوشش در زمینه ارتقاء شرایط در این حوزه چه در سطح ملی و چه در سطح محلی و شهر نیازمند برنامه‌ریزی پایدار در تمام ابعاد دخیل در آن است. از این برنامه‌ریزی در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و محیطی با عنوان ابعاد پایداری در صنعت گردشگری یاد می‌شود (Stokes, ۲۰۰۴: ۱۰۸). سازمان‌های مرتبط با صنعت سفر و گردشگری به ویژه و شورای جهانی سفر^۱ و گردشگری به تطبیق سازمان جهانی گردشگری^۲ دستور «مفهوم توسعه پایدار با گردشگری تحت عنوان پرداختند». جلسه ۲۱ برای صنعت سفر و گردشگری در این سند توسعه پایدار گردشگری به شرح زیر تعریف شده است: توسعه پایدار گردشگری با توجه ویژه به اصول حفاظتی و افزایش فرصت‌های بهره‌برداری نسل‌های آینده، به ارضای نیازهای نسل حاضر گردشگران و مناطق میزبان می‌پردازد (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۳). از طرفی هدف اصلی در بسط معنایی گردشگری پایدار، ارائه روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از

۱- WTTC

۲- UNWTO

به‌کارگیری غیرعلمی این منابع است. توسعه پایدار گردشگری دارای سه جنبه است: حفاظت از محیط‌زیست، حفظ منابع و میراث فرهنگی، حرمت و احترام به جوامع است (پاپلی و سقای، ۱۳۸۶: ۱۰۸). به همین جهت دستیابی به الگوهای جامع و کامل در پایداری صنعت گردشگری، نیازمند برنامه‌ریزی صحیح در جهت کاهش نارسایی‌ها و ضعف‌های موجود در تمام ابعاد و شاخص‌های دخیل در آن می‌باشد (Gets, 2008: 403). با توجه به مطالب ذکرشده شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پایدار و برنامه‌ریزی در ارتقای کمی و کیفی این شاخص‌های پایداری ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در این راستا کلان‌شهر همدان به‌عنوان شهری با پیشینه تاریخی و فرهنگی دیرین که دارای قابلیت‌های فراوان در زمینه‌های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی، صنایع دستی، آثار تاریخی و اکولوژیکی است تا حد زیادی در حوزه گردشگری از رشد و بالندگی که درخور نام آن باشد به دورمانده است. البته از جمله دلایل آن می‌توان به ضعف ساختاری در مدیریت کلان و محلی، عدم مطالعه و برنامه‌ریزی به‌منظور شناخت صحیح منابع و امکانات، نبود زیرساخت‌های لازم و عدم آگاهی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان از توان‌های محلی و عدم تعریف وظایف سازمان‌های مسئول را بیان کرد. بنا بر آنچه ذکر شد و با توجه به وجود پتانسیل‌های موجود در جهت بسط و پایداری صنعت گردشگری در شهر همدان، ضرورت یکپارچگی و دوام برنامه‌ریزی‌ها در این حوزه به‌شدت احساس می‌شود که بنیادی‌ترین مسئله آن شناسایی امکانات و منابع و سپس شناخت کاستی‌ها و ضعف‌ها می‌باشد تا بتوانیم با توجه به اصول صحیح برنامه‌ریزی توسعه پایداری در این حوزه را رقم بزنیم.

در مقاله حاضر سعی بر آن است تا به سؤالات زیر پاسخ داده شود:

- ❖ مهم‌ترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر بر ارزیابی اثرات صنعت گردشگری جهت رتبه‌بندی و اولویت آن‌ها چه مؤلفه‌هایی هستند؟
- ❖ اولویت هریک از شاخص‌های موردبررسی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و محیطی در سطح شهر همدان کدام است؟
- ❖ کدام یک از مؤلفه‌های منتخب پژوهش، برای ارزیابی پایداری صنعت گردشگری در شهر همدان پایداری در این حوزه را بهتر پیش‌بینی می‌کند؟

مبانی نظری

صنعت گردشگری در حالت کلان و بین‌المللی به سیستم اقتصادی سرمایه‌داری^۱ وابسته است. سیستم سرمایه‌داری بر اساس منطق ذاتی خود (انباشت دم افزون سرمایه برای سرمایه‌گذاری بیش‌تر یا همان کسب سود و سرمایه‌گذاری آن سود برای کسب سود بیش‌تر) باید به دنبال بازارهای جدید برای محصولات خود باشد تا بتواند خود را بازتولید و به حیات خود ادامه دهد. درواقع روی کار آمدن دولت رفاه موجب شکل‌گیری رفاه نسبی در میان مردم کشورهای غربی شد و بدین صورت هدف دوم سرمایه‌داری یعنی گسترش مصرف و تنوع در مصرف را به وجود آورد. در این رابطه صنعت گردشگری می‌تواند نقش پررنگی را در گسترش جغرافیایی و همچنین تنوع مصرف مدنظر سرمایه‌داری بیافریند. از سوی دیگر، انسان امروزی

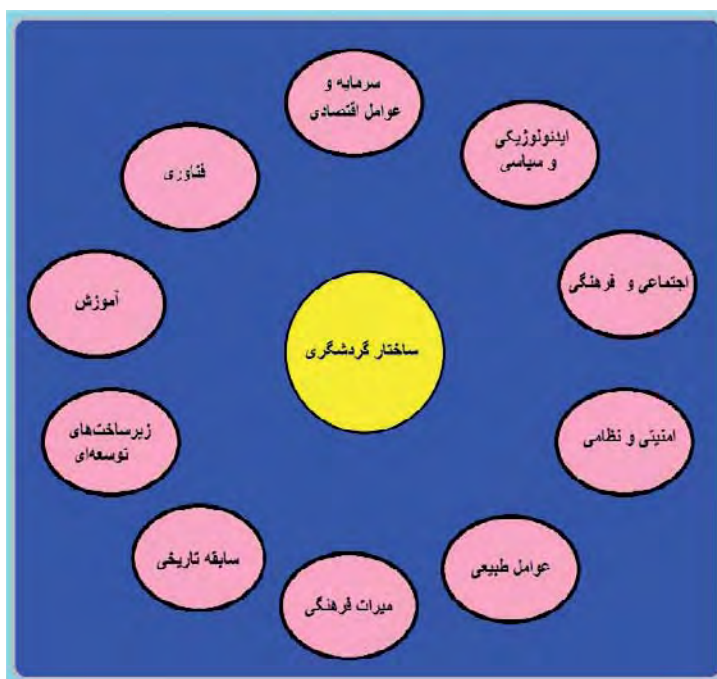
^۱ - Capitalism

به مراتب بیش تر از اسلاف خود تغییر و جابه جایی را در زندگی خود تجربه می کند. به صورت کلی، تغییر و جابه جایی به دو شکل صورت می گیرد، عمودی ۱ و افقی ۲، تحرک عمودی از تغییر پایگاه اجتماعی - اقتصادی انسان حکایت دارد؛ تحرک افقی خود به سه قسمت، تحرک فیزیکی ساده، مهاجرت و گردشگری ۳ تقسیم می شود. گردشگری به اشکال مختلفی صورت می گیرد، که مهم ترین آن ها سیاحت داخلی یا درون مرزی و سیاحت خارجی یا برون مرزی و بین المللی است (موسایی، ۱۳۹۱: ۲). گردشگری یکی از جریان های جهانی است که به خوبی بیانگر ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و طبیعی است. گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آن ها است که در فضا های جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می گذارد. با توجه به اینکه توسعه پایدار به عنوان جریانی پایدار در تغییرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی برای افزایش و ترقی طولانی مدت اجتماع تعریف می شود و پویایی چندبعدی است که در صدد وحدت اهداف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی است (Moseley, 2000: 12). باید توسعه گردشگری را زمانی پایدار بنامیم که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد و بتواند در یک محیط و در زمانی نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه وارد نسازد و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت ها و فرایندهای اجتماعی لطمه نزند (Butler, 2009: 29). طبق منابع، گردشگری پایدار، حالت توسعه یافته گردشگری است که از زیان رساندن به محیط، اقتصاد و فرهنگ مکان هایی که گردشگری در آن ها اتفاق می افتد، اجتناب می کند. هدف این نوع از گردشگری، تضمین توسعه ای است که تجربه مثبتی را برای افراد محلی، شرکت های گردشگری و خود گردشگرها در بردارد (Forsyth, 2009: 1)؛ بنابراین گردشگری پایدار نوعی از گردشگری است که از نظر اکولوژیکی و بوم شناختی بی خطر بوده و از نظر اقتصادی قابل اجرا و ممکن و از نظر اجتماعی قابل پذیرش باشد (2002: 2 Megan).

عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری

امروزه صنعت گردشگری بخش عمده اقتصاد جهانی را تشکیل می دهد و یکی از بزرگ ترین صنایع جهان می باشد. پیش بینی می شود که تا سال ۲۰۲۰، تعداد گردشگران بین المللی به ۱/۶ میلیارد نفر برسد و گردش مالی ناشی از آن نیز به بیش از ۲ تریلیون دلار در سراسر دنیا افزایش یابد (نظریان و همکاران، ۱۳۹۳: ۵). عوامل بسیاری بر این صنعت خدماتی تأثیر می گذارند که شامل دودسته عوامل افزایشی و عوامل کاهشی هستند. رشد جمعیت، تغییرات توزیع سنی و افزایش شهرنشینی، کاهش ساعات کار و افزایش تعطیلات، عوامل آموزشی و پرورشی، سطح سواد و فرهنگ، روابط اجتماعی، استفاده از وسایل نقلیه شخصی و فعالیت های ترویجی، از عوامل مؤثر در رونق صنعت گردشگری محسوب می شوند. بی ثباتی سیاسی، جنگ های داخلی و خارجی، ناآرامی ها و ترورها، انقلاب ها و هواپیمارایی ها جزو عوامل مؤثر در کاهش گردشگر به نقاط مختلف محسوب می گردند.

1- Vertical Mobility
2- Horizontal Mobility
3- Tourism



شکل شماره ۱- عوامل مؤثر در ساختار گردشگری و چرخه آن

برنامه‌ریزی گردشگری پایدار

مفهوم برنامه‌ریزی گردشگری مجموعه‌ای از بخش‌های جامعه نظیر زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی، تأسیسات حمل‌ونقل و سیستم‌های ارتباطی نوین را شامل می‌شود که به‌منظور فراهم آوردن تسهیلات برای گردشگران شکل گرفته‌اند. از این رو با توجه به مفهوم توسعه پایدار^۱، پایداری در گردشگری مستلزم برنامه‌ریزی هدفمند و یکپارچه در ابعاد فنی، اجتماعی- فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و محیطی و تکنولوژیکی است که در جهت حفظ جاذبه‌های گردشگری مطابق با امکانات و نیازهای حال حاضر و حفظ و نگهداری آن برای آینده است؛ بنابراین «توسعه گردشگری پایدار» عبارت است از مدیریت تمامی منابع به صورتی که بتوان ضمن حفظ میراث فرهنگی، فرایندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم‌های حیات‌بخش، نیازهای اقتصادی، اجتماعی و هنری را برآورده کرد (نظریان و همکاران، ۱۳۹۳: ۷). البته نباید از اهمیت بعد اقتصادی گردشگری در عصر حاضر غافل ماند زیرا این صنعت قابلیت بالایی در زمینه پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی دارا می‌باشد. به‌گونه‌ای که مصرف گردشگری، سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی و هم‌چنین صادرات در این صنعت به‌صورت روزافزون افزایش داده است.

مراکز شهری به علت دارا بودن جاذبه‌های مختلف تاریخی، طبیعی و فرهنگی و اجتماعی غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۸۸). با این وجود جریان گردشگری شهری را نمی‌توان تنها در وجود جاذبه‌ها خلاصه نمود. به‌گونه‌ای که گردشگری به‌عنوان یک محصول حاصل درهم تنیدگی عوامل مختلفی می‌باشد که هر یک در جریان گردشگری تأثیرات بسزایی دارند. در واقع گردشگری در یک کلیت اقتصادی، جریانی از حرکت به سمت اقتصاد خدماتی و اطلاعاتی، عصر حاضر می‌باشد که در رویکردی نوین به فضاهای جغرافیایی در چارچوب سرمایه‌داری

¹ - Sustainability Development

سازمان نایافته، تمامی عرصه‌های موجود را برای ادغام در چرخه مصرف، در رهیافتی از شیوه تولید پسا فوردیسم و اقتصاد نامتمرکز چند پارادایمی، پیرامون گردشگری، بخصوص در شهرها به‌عنوان مراکز عمده گردشگری در برمی‌گیرد. ازاین‌رو گردشگری شهری برای آنکه بتواند به تعادلی پایدار میان نیازهای شهروندان، حفظ محیط‌زیست همراه با ارتقاء سطح کیفیت زندگی و فعالیت‌های پایدار را شکل دهد به یک سیستم مدیریتی قوی نیازمند است (نظریان و همکاران، ۱۳۹۳: ۷). پس گردشگری پایدار را نمی‌توان جدا از مفهوم توسعه پایدار بحث کرد؛ بنابراین مفاهیم توسعه پایدار در بخش گردشگری در قالب مفاهیم توسعه پایدار اقتصاد کلان قابل تبیین است. گردشگری پایدار بر ضرورت استفاده و توسعه منابع گردشگری در مسیرهای سالم تأکید می‌کند (رحمانی، ۱۳۸۹: ۴۴). همان‌گونه که رویکرد حال حاضر در برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، رویکرد نیل به توسعه پایدار است.

پیشینه پژوهش

در رابطه با ادبیات تحقیق می‌توان به مطالعات باتلر^۱ که برای اولین بار در سال ۱۹۹۶ م مفهوم پایداری و پیروی از روش‌ها و نگرش‌های پویا و کاربردی در حوزه‌ها و ابعاد مختلف صنعت گردشگری را تعریف و پیشنهاد کرد، اشاره نمود (Hardy et al, ۲۰۰۲: ۴۷۸). در این بین باید اظهار داشت که اثرات گردشگری درک شده از سوی جامعه در سه طبقه اساسی هزینه و فایده اقتصادی، اجتماعی و محیطی قرار دارد. در این خصوص، محققان معتقدند که میان رونق گردشگری و معیارهای عینی و ذهنی اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی بر جامعه میزبان رابطه مستقیم وجود دارد (نظریان و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). آلن^۲ در این زمینه معتقد است میان سطح توسعه گردشگری و نگرش منفی به اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی در جامعه میزبان رابطه مستقیم وجود دارد (Allen et al, ۱۹۹۳: ۳۱). کوزاک^۳ معتقد است میان مرحله چرخه حیات گردشگری و تأثیرات گردشگری بر جامعه ساکنان رابطه مستقیم وجود دارد؛ بدین ترتیب که در مرحله اول توسعه گردشگری، معمولاً مقدار زیادی از آرزوها و اشتیاق ساکنان مقصد به خاطر فواید اقتصادی درک شده برآورده می‌شود ولی از آنجاکه در مراحل بعد به خاطر بروز تغییرات ناخوشایند در محیط طبیعی و نوع گردشگرانی که جذب شده‌اند، درک و تصور مردم از اثرات گردشگری به تدریج منفی می‌شود (Kozak, ۲۰۰۲: ۳۲). کرچر^۴ (۱۹۹۳)، در پژوهشی اصول گردشگری پایدار را شامل: استفاده پایدار از منابع، کاهش مصرف انرژی و جلوگیری از اتلاف آن، حفظ تنوع، صنعت گردشگری و برنامه‌ریزی، حمایت از نظام اقتصاد محلی، مشارکت اجتماعات محلی، مشاوره با افراد ذینفع و عامه مردم، آموزش خدمه، بازاریابی صنعت گردشگری و انجام تحقیقات مستمر پیرامون توسعه گردشگری می‌داند (Kercher, ۱۹۹۳: ۶-۱۷). کین^۵ (۲۰۰۴)، رابطه علی بین گسترش گردشگری و رشد اقتصادی را در تایوان آزمون کرده‌اند. یک آزمون علی به دنباله روش هم‌جمعی انجام شده است. تا جهت علیت بین گسترش و رشد اقتصادی را مشخص کند. نتایج نشان می‌دهد که یک رابطه عادی

1- Batler

2- Allen

3- Kozak

4- MC Kercher

5- Kin

بلندمدت بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشور تایوان وجود دارد و هم‌چنین رابطه بین این دو متغیر، یک رابطه علی دوطرفه است که کمک مؤثری می‌کند. ساوری‌دس^۱ (۲۰۰۴) به بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین طی دوره ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۸ پرداخته‌اند، آن‌ها از روش داده‌های تابلویی و تخمین زننده آرانوبوند برای پانل‌های پویا استفاده کرده‌اند و برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و رشد سرانه گردشگری را به دست آورده‌اند و توسعه و پایداری در گردشگری را یکی از عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین برمی‌شمارند. نظریان و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان «دگراندیشی پیرامون گردشگری پایدار» به این نتیجه رسیدند که به‌طور کلی در ارتباط با ادبیات گردشگری شهری دو رهیافت اساسی قابل‌ذکر است: اولین رویکرد در راستای درک گردشگری شهری منوط به تجزیه و تحلیل جغرافیایی است که نواحی شهری با تمرکز بالایی از امکانات و جاذبه‌ها نیازمندی‌های بازدیدکنندگان و ساکنان خود را فراهم می‌سازند.

رهیافت دوم مربوط به تجربه گردشگران از گردشگری شهری است. مطالعات حکایت از افزایش ادبیات مربوط به سنجش رضایت گردشگران نسبت به مکان‌ها یا شهرهای مورد بازدید است. یکی از مهم‌ترین رویکردهای معمول و یک‌طرفه گردشگری به‌طور عام ارزیابی نگرش و تجربه گردشگران از محیط‌های مقصد می‌باشد. سیدعلی‌پور و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی مدیریت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی را بررسی کرده‌اند آن‌ها معتقدند مدیریت امور گردشگری در سطح ملی از وظایف و مسئولیت‌های دولت است که خط‌مشی و سیاست‌های کلی، وضع مقررات، ترتیبات اداری، منابع مالی و سهم هر یک از بخش‌های عمومی و خصوصی توسط دولت باید مشخص شود. عظیمی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان مدیریت گردشگری و توسعه پایدار مطلوب اکولوژیکی به بررسی مدیریت سایت‌های اکوتوریسم برای سازمان‌های زیست‌محیطی پرداخته و اهمیت موضوع را ناشی از مفهوم پایداری زیست‌محیطی و پایداری اقتصادی دانسته است. ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای به اهمیت نقش تجاری شهرهای مرزی در منطقه سیستان و بلوچستان پرداخته‌اند، نظر آنان این بازارچه‌ها خلأ اقتصادی موجود در محدوده مرزها را جبران کرده و از خالی شدن حاشیه مرزها جلوگیری می‌نمایند که این امر خود می‌تواند در بالا بردن ضریب امنیت مرزها و جلوگیری از قاچاق بسیار مؤثر واقع شود و در نهایت موجبات پایداری شهری منطقه را فراهم می‌آورد.

روش پژوهش

این پژوهش با ماهیت کاربردی و رویکرد توصیفی و تحلیلی می‌باشد. در این راستا از آماره تحلیل عاملی جهت شناسایی و طبقه‌بندی شاخص‌های متعدد موجود استفاده شده است که حاصل این فرآیند مشخص شدن شاخص‌های منتخب پژوهش در شش محیط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی، محیطی دسته‌بندی شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات نیز از روش شباهت به گزینه ایده‌آل فازی (FTOPSIS)، آزمون T، مدل رگرسیون چند متغیره و مدل تحلیل تشخیص در محیط نرم‌افزار spss استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، شهروندان شهر همدان در

^۱- Savariades

مناطق گردشگری این شهر از جمله مجتمع توریستی گنج‌نامه، تپه عباس‌آباد، آرامگاه بوعلی سینا و باباطاهر، موزه هنرهای معاصر و امام‌زاده‌های متبرکه این شهر می‌باشند. برای تعیین نمونه پژوهش در بین آن‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شده است و برای حجم نمونه نیز از فرمول کوکران و به روش تخصیص مناسب با سطح اطمینان ۹۵٪ و با میزان تجانس بالای ۵۰٪ برای جامعه نمونه (۳۸۴ نفر) محاسبه شده است. به منظور بررسی سازگاری داده‌ها (پایایی) نیز به دلیل این که ضریب آلفای کرونباخ از عمومیت بیش‌تری برخوردار است، از این روش استفاده نموده که ضریب کل آلفا به دست آمده ۰/۷۶ می‌باشد.

جدول شماره ۱- مقدار آلفای کرونباخ

تعداد موارد	آلفای کرونباخ بر مبنای موارد استاندارد شده	آلفای کرونباخ
۳۸۴	۰/۸۱۳	۰/۷۶۸

در ادامه برای سنجش میزان روایی متغیرهای پژوهش نیز از آماره KMO و بارتلت^۱ استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره ۲ آمده است.

جدول شماره ۲- آزمون بارتلت در سطح معناداری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	درجه آزادی	Sig.
شاخص‌های منتخب پژوهش	۰/۵۹۲	۸۰۸۵/۷۱۳	۰/۵۹۵	۰/۰۰۰

وزن شاخص‌های مورد پژوهش نیز در قالب ۵ طیف به روش لیکرت مورد ارزیابی قرار گرفته است که مقادیر وزنی آن‌ها برابر با (۹،۷،۵،۳،۱) تعیین گردید، زیرا متغیرها و معیارها نسبت به یکدیگر دارای ارجحیت و اهمیت یکسانی نیستند که در این الگوریتم، این مشکل به کمک جدول اوزان شاخص‌ها حل شده است.

جدول شماره ۳- تبدیل مؤلفه‌های کیفی به پارامترهای کمی

معیار کیفی	کاملاً بی‌اثر	تأثیر کم	تأثیر متوسط	تأثیر جدی	کاملاً مؤثر
معادل کمی	۱	۲	۳	۴	۵
معادل وزنی	۱	۳	۵	۷	۹

پژوهش حاضر برای ارزیابی پایداری گردشگری در شهر همدان در راستای دستیابی پاسخ سؤالات پژوهش، با استفاده از داده‌های استخراجی از پرسشنامه در قالب ۶ شاخص کلی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و طبیعی و ۳۶ شاخص فرعی (تعداد شاخص‌ها ۴۲ شاخص بوده که با استفاده از مدل تحلیل عاملی تعداد ۶ شاخص دارای بار عاملی

^۱- Bartelt

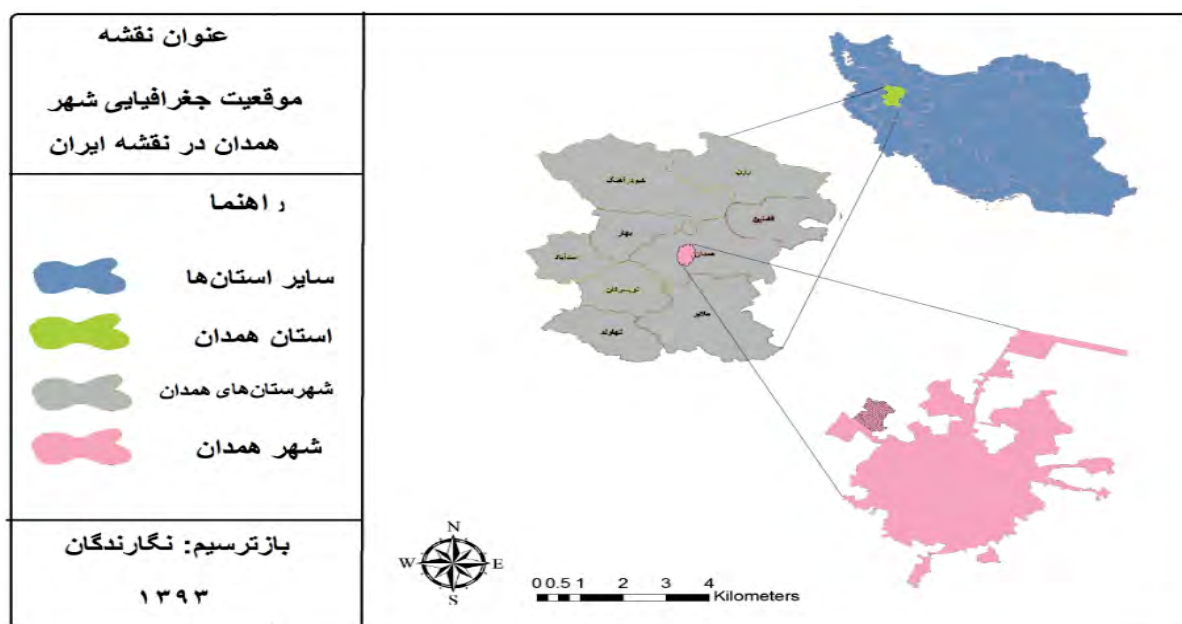
کم‌تر از ۰/۵ بوده و حذف شده‌اند) استفاده شده است که در جدول شماره ۴ جزئیات شاخص‌های منتخب پژوهش آمده است.

جدول شماره ۴- شاخص‌های پژوهش

ابعاد پایداری	شاخص‌های پژوهش
اقتصادی	میزان اشتغال‌زایی، میزان درآمد مالیاتی، میزان قیمت زمین، میزان سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، میزان تقاضا در صنعت گردشگری، میزان هزینه‌های مصرفی در صنعت گردشگری به وسیله مدیریت محلی
اجتماعی	احیاء سنت‌ها و آداب و رسوم، ارتقاء سطح آگاهی محلی، حفاظت و مرمت آثار تاریخی، میزان فرصت‌ها برای رفاه و آسایش اجتماعی، میزان ارتقاء کیفیت زندگی، میزان حمایت از طبقات مختلف اجتماعی
فرهنگی	میزان تنوع فرهنگی، میزان اختلاط فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها، میزان آموزش و ترویج فرهنگ مکانی، میزان شناسایی و ترویج فرهنگ تاریخی، میزان حمایت از صدور محصولات فرهنگی، میزان تغییر الگوهای فرهنگی، میزان حمایت از انسجام و وحدت فرهنگی
سیاسی	فعال شدن دیپلماسی فرهنگی، تقلیل کشمکش‌های سیاسی در منطقه، درک متقابل قومیت‌ها، تدوین آیین‌نامه‌های مدور در حوزه گردشگری، میزان حمایت از رویکردهای نوین، میزان سیاست‌های تشویقی
تکنولوژیکی	میزان برخورداری از فناوری‌های نوین، میزان حمایت از فناوری‌های II و ICT در صنعت گردشگری، میزان توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (راه و فرودگاه و قطار)، میزان تجهیز مناطق گردشگری به شبکه ارتباطات نوین، میزان برخورداری از خدمات رایگان در مناطق گردشگری، چگونگی دسترسی به امکانات اقامتی و پذیرایی
محیطی	میزان آلودگی (صوتی و هوا)، میزان آگاهی از چشم‌اندازهای طبیعی و تاریخی، نحوه دفع مواد زائد، میزان استفاده از منابع تجدید ناپذیر، میزان تخریب کاربری‌های طبیعی و اکو پارک‌ها

محدوده مورد مطالعه

همدان یکی از کلان‌شهرهای ایران در منطقه غربی و کوهستانی ایران و مرکز شهرستان و استان همدان است. این شهر در دامنه کوه الوند و در بلندای ۱۷۴۱ متری از سطح دریا واقع شده است و از شهرهای سردسیر ایران به شمار می‌آید. همدان قدیمی‌ترین شهر ایران و از کهن‌ترین شهرهای جهان است. در سال ۱۳۸۵ مجلس شورای اسلامی در مصوبه‌ای همدان را «پایتخت تاریخ و تمدن ایران» اعلام کرد. این شهر از لحاظ جمعیت طبق آمار سال ۱۳۹۰ دارای ۵۲۵۷۹۴ نفر جمعیت و چهاردهمین شهر پرجمعیت ایران به شمار می‌آید و مساحت آن برابر با ۶۲۸۵۸ هکتار است. جایگاه ویژه استان در بعد ملی و بین‌المللی به‌عنوان یکی از ۱۴ قطب توریستی در سطح کشور و همچنین شناخته شدن شهر همدان به‌عنوان یکی از ۵ شهر فرهنگی و تاریخی کشور از یک سو و ورود بیش از ۲ میلیون مسافر در طول سال می‌تواند به‌عنوان اولویت خاص در نظر گرفته شود و شهر همدان را به‌عنوان یکی از مراکز صنعت گردشگری و صنایع دستی کشور هم از حیث میراث فرهنگی و قدمت تاریخی و هم از حیث امکان وضعیت گردشگری معرفی نماید.



شکل شماره ۲- نقشه منطقه مورد مطالعه

بحث و یافته‌ها

تحلیل و رتبه‌بندی شاخص‌های مؤثر بر پایداری گردشگری شهری

برای رتبه‌بندی اثرات گردشگری بر مبنای شاخص‌های پژوهش، از روش شباهت گزینه ایده‌آل FTOPSIS استفاده شده است. تکنیک FTOPSIS بر این مفهوم بنا شده است که گزینه انتخابی، کم‌ترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل و در عین حال دورترین فاصله را از راه‌حل ضد ایده‌آل داشته باشد (اصغر پور، ۱۳۸۸)؛ بنابراین بهترین گزینه آن موردی است که کم‌ترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل (ایده‌آل مثبت) و بیش‌ترین فاصله را با راه‌حل ضد ایده‌آل (ایده‌آل منفی) داشته باشد. این در حالی است که راه‌حل ایده‌آل منفی شاخص‌ها را حداکثر و منفعت آن‌ها را حداقل می‌نماید. راه‌حل ایده‌آل مثبت مرکب از کل بهترین ارزش شاخص‌های در دسترس است اما راه‌حل ایده‌آل منفی متشکل از کل بدترین ارزش شاخص‌های در دسترس است (بخشی و قیداری، ۲۰۱۴، ۷).

معیارهای کمی و کیفی به راحتی و به‌طور هم‌زمان می‌توانند در این مدل مورد بررسی قرار گیرند به شرطی که معیارهای کیفی قابلیت تبدیل به معیارهای کمی را داشته باشند. در این راستا، معیارهای کیفی امتیازدهی شده و بر اساس چینش آن‌ها در ماتریس داده‌ها به صورت نرمال تبدیل گردیده‌اند (ماتریس R). سپس با استفاده از تکنیک آنتروپی شانون به هر یک از شاخص‌ها وزن داده شده است و مقدار هر یک را در وزن همان ضرب کرده و ماتریس استاندارد موزون را با وزن مشخص کرده‌ایم. بعد از این مراحل به تعیین فاصله حداکثر و حداقل عملکرد هر شاخص پرداخته شده و معیار فاصله‌ای برای گزینه‌های ایده‌آل مثبت S^+ و منفی S^- محاسبه شده است. در نهایت برای رتبه‌بندی شاخص‌های پژوهش از رابطه CI^+ استفاده شده است.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+}$$

جدول شماره ۵- رتبه‌بندی شاخص‌ها بر اساس میزان نزدیکی به راه‌حل ایده‌آل مثبت

اولویت	Cci	S-	S+	شاخص‌های فرعی	شاخص‌ها
۱	۰,۶۰	۰,۳۱	۰,۷۸	میزان اشتغال‌زایی	اقتصادی
۳	۰,۳۵	۰,۳۳	۰,۷۴	میزان قیمت زمین	
۲	۰,۴۳	۰,۳۳	۰,۷۷	میزان درآمد مالیاتی	
۶	۰,۳۰	۰,۳۱	۰,۷۴	میزان سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی	
۴	۰,۳۳	۰,۳۹	۰,۷۳	میزان تقاضا در صنعت گردشگری	
۵	۰,۳۱	۰,۳۳	۰,۷۴	میزان هزینه‌های مصرفی در صنعت گردشگری به‌وسیله مدیریت محلی	
۳	۰,۵۵	۰,۳۰	۰,۶۵	احیاء سنت‌ها و آداب‌ورسوم	اجتماعی
۴	۰,۴۴	۰,۳۰	۰,۶۲	ارتقاء سطح آگاهی محلی	
۶	۰,۳۳	۰,۳۱	۰,۶۵	حفاظت و مرمت آثار تاریخی	
۲	۰,۵۷	۰,۳۳	۰,۶۵	میزان فرصت‌ها برای رفاه و آسایش اجتماعی	
۱	۰,۶۱	۰,۲۸	۰,۶۹	میزان ارتقاء کیفیت زندگی	
۵	۰,۳۹	۰,۳۱	۰,۶۴	میزان حمایت از طبقات مختلف اجتماعی	
۲	۰,۳۸	۰,۴۴	۰,۸۲	میزان تنوع فرهنگی	فرهنگی
۳	۰,۳۵	۰,۵۰	۰,۸۴۱	میزان اختلاط فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها	
۶	۰,۲۷	۰,۴۴	۰,۸۲	میزان آموزش و ترویج فرهنگ مکانی	
۵	۰,۳۰	۰,۴۳	۰,۸۱	میزان شناسایی و ترویج فرهنگ تاریخی	
۷	۰,۲۱	۰,۳۹	۰,۸۵	میزان حمایت از صدور محصولات فرهنگی	
۱	۰,۶۹	۰,۴۵	۰,۸۰	میزان تغییر الگوهای فرهنگی	
۴	۰,۳۳	۰,۴۰	۰,۸۳	میزان حمایت از انسجام و وحدت فرهنگی	
۲	۰,۳۶	۰,۳۴	۰,۶۳	فعال شدن دیپلماسی فرهنگی	سیاسی
۱	۰,۴۱	۰,۲۹	۰,۶۲	تقلیل کشمکش‌های سیاسی در منطقه	
۳	۰,۳۲	۰,۳۳	۰,۶۴	درک متقابل قومیت‌ها	
۵	۰,۲۹	۰,۳۳	۰,۶۲	تدوین آیین‌نامه‌های مدور در حوزه گردشگری	
۶	۰,۲۵	۰,۳۱	۰,۵۹	میزان حمایت از رویکردهای نوین	
۴	۰,۳۱	۰,۳۲	۰,۵۶	میزان سیاست‌های تشویقی	
۱	۰,۳۳	۰,۳۷	۰,۶۴	میزان برخورداری از فناوری‌های نوین	
۶	۰,۱۷	۰,۲۹	۰,۶۳	میزان حمایت از فناوری‌های IT و ICT در صنعت گردشگری	
۳	۰,۲۵	۰,۳۳	۰,۶۲	میزان توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (راه و فرودگاه و قطار)	
۵	۰,۱۸	۰,۳۴	۰,۶۳	میزان تجهیز مناطق گردشگری به شبکه ارتباطات نوین	
۴	۰,۲۰	۰,۳۴	۰,۶۲	میزان برخورداری از خدمات رایگان در مناطق گردشگری	
۲	۰,۲۸	۰,۳۳	۰,۶۲	چگونگی دسترسی به امکانات اقامتی و پذیرایی	
۴	۰,۳۱	۰,۳۱	۰,۷۱	میزان آلودگی (صوتی و هوا)	

۲	۰,۳۳	۰,۳۰	۰,۷۲	میزان آگاهی از چشم‌اندازهای طبیعی و تاریخی
۵	۰,۲۹	۰,۳۲	۰,۷۲	نحوه دفع مواد زائد
۱	۰,۳۴	۰,۳۴	۰,۷۳	میزان استفاده از منابع تجدید ناپذیر
۳	۰,۳۴	۰,۳۱	۰,۷۳	میزان تخریب کاربری‌های طبیعی و اکو پارک‌ها

با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده در جدول نهایی حاصله از روش شباهت به گزینه ایده‌آل، می‌توان اظهار داشت که شاخص اقتصادی بیش‌ترین تأثیر را نشان می‌دهد اما ذکر این نکته که به دلیل اقتصاد غالب کشور (تک‌محصولی بودن و تکیه بر درآمدهای نفتی) می‌توان با توجه به درآمدزا بودن صنعت گردشگری می‌توان از زیر سایه درآمدهای نفتی بیرون آمده و شاهد تنوع در ساختار اقتصادی کشور در سطوح ملی و منطقه‌ای و محلی باشیم؛ زیرا با توجه به تحلیل فوق می‌توان ادعا کرد شاخص‌های اشتغال‌زایی و درآمدزایی بیش‌ترین امتیاز را کسب کرده‌اند که در آن‌ها نزدیکی نسبی به راه‌حل ایده‌آل مثبت به ترتیب ۰,۶۰ و ۰,۴۳ می‌باشد. از طرفی میزان اعتبار شاخص فرهنگی نشان از آن دارد که شهر همدان به این شاخص بسیار حساس بوده، زیرا با اندک تغییر در این شاخص شاهد تغییر در الگوهای فرهنگی و خرده‌فرهنگ‌ها خواهیم بود که پیامد آن در نهایت عدم انسجام و وحدت فرهنگی می‌باشد.

در بعد تکنولوژیکی هرچند در سال‌های اخیر اقدامات شایان به‌ذکر صورت پذیرفته اما در این شاخص نیز اثرات بسیار ناچیز می‌نمایند. در بعد شاخص‌های محیطی نیز می‌توان اظهار داشت که عملکرد ضعیفی وجود داشته است به‌نحوی که میزان اثر استفاده از منابع تجدید ناپذیر با توجه به تک‌محصولی بودن کشور ما علناً تأیید می‌شود.

در تحلیل بعد اجتماعی شاخص‌ها نیز، میزان کیفیت زندگی با امتیاز ۰,۶۱ حائز بالاترین امتیاز شده و بیش‌ترین نزدیکی نسبی را به راه‌حل ایده‌آل مثبت دارد. شاخص سیاسی در شهر همدان اثر و عملکرد ضعیف‌تری نسبت به سایر شاخص‌ها نشان می‌دهد که ناشی از مدیریت ناکارآمد، ضعف تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی و همچنین سوء تبلیغات از یک‌طرف و رقابت ضعیف‌تر این منطقه از کشور با سایر مکان‌های توریستی که ثبات بیش‌تری دارند دانست؛ بنابراین موارد ذکرشده در آن بر عدم پایداری در صنعت گردشگری شهر همدان را دارد.

جدول شماره ۶- رتبه‌بندی شاخص‌های کلان در پایداری صنعت گردشگری شهر همدان

رتبه نهایی	CCi	s ⁻	s ⁺	شاخص
۱	۰,۳۲۵	۱۰,۱۱۶۵۱	۲۰,۹۴۳۴۸	اقتصادی
۵	۰,۳۰۷	۹,۴۸۰۰۲	۲۱,۳۰۵۵۹	اجتماعی
۲	۰,۳۲۲	۹,۹۴۳۵۲	۲۰,۹۲۸۴۹	فرهنگی
۶	۰,۲۲۷	۸,۳۶۶۴۳	۲۲,۳۵۰۱۹	سیاسی
۳	۰,۳۱۳	۹,۶۹۳۸۶	۲۱,۹۸۳	تکنولوژیکی
۴	۰,۳۰۹	۹,۵۴۳۴۴	۲۱,۳۱۷۹۲	محیطی

در ادامه و بر مبنای نتایج حاصله و با توجه به تحلیل آماری T، در جدول زیر نشان می‌دهد که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ تفاوت معناداری بین میانگین واقعی و مفروض وجود دارد. مقدار میانگین مفروض برای همه مؤلفه‌ها ۲,۶۳ بوده است، نتایج نشان می‌دهد که در اکثر عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر همدان مقدار میانگین واقعی کم‌تر از مقدار میانگین مفروض می‌باشد، به عبارتی از آنجایی که حد متوسط ۲,۶۳ به‌عنوان T value در نظر گرفته‌شده بود می‌توان اظهار داشت که تفاوت معناداری بین شاخص‌های گردشگری این شهر وجود دارد. در این رابطه، شاخص تکنولوژیکی با میزان ۰/۰۵۴- وضعیت نابسامان‌تری نسبت به باقی شاخص‌های پایداری گردشگری شهر همدان دارد. به‌نحوی که باید در جهت مرتفع نمودن این نقیصه برنامه‌ریزی صورت پذیرد، البته در این میان به این نکته توجه داشت که برنامه‌ریزی‌ها باید با توجه به مراتب حداقلی و حداکثری که از پاسخ شهروندان مستخرج می‌شود، صورت بگیرد.

جدول شماره ۷- مشخصات تفصیلی آزمون T

ابعاد	T	Df	اختلاف از میانگین	معناداری
اقتصادی	۲۱,۳۵	۳۸۴	۰,۲۵۶	۰,۰۰۷
اجتماعی	۲۵,۰۷	۳۸۴	۰,۲۹۸	۰,۰۰۰
فرهنگی	۲۹,۷	۳۸۴	۰,۳۱۴	۰,۰۰۰
سیاسی	۱۱,۲۳	۳۸۴	۰,۲۴۵	۰,۰۰۰
تکنولوژیکی	-۰,۰۵۴	۳۸۴	۰,۱۳۵	۰,۰۰۲
محیطی	۲۰,۳۳	۳۸۴	۰,۲۶۷	۰,۰۰۰

در ادامه سنجش میزان تأثیر هر یک از شاخص‌ها بر پایدار گردشگری شهر همدان به بررسی تأثیرات مستقیم هر یک از شاخص‌ها به‌صورت جدا از هم با استفاده از مدل برازش رگرسیونی (رگرسیون چند متغیره) پرداخته‌شده است. در این راستا هر یک از شاخص‌ها به‌عنوان متغیر مستقل و کل ارزش تمامی شاخص‌ها به‌عنوان متغیر وابسته در مدل جانمایی شد. نتایج حاکی از آن است که شاخص‌های فرهنگی با میزان بتای ۰/۲۸۵ و شاخص اقتصادی با میزان بتای ۰/۲۳۴ و شاخص اجتماعی با بتای ۰/۲۳۳ بیش‌ترین تأثیر را در پایداری صنعت گردشگری شهر همدان را دارا می‌باشند. همچنین شاخص‌های تکنولوژیکی، محیطی و سیاسی به ترتیب کم‌ترین تأثیر را در این روند داشته‌اند؛ بنابراین با برنامه‌ریزی در راستای ارتقاء این مؤلفه‌ها می‌توان سطح پایداری گردشگری را در این شهر بالا برد. از طرفی طبق نتایج جدول زیر به‌صراحت می‌توانیم بگوییم که متغیر فرهنگی بر ابعاد پایداری تأثیر ویژه‌ای دارد؛ یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در این متغیرها، میزان پایداری به همان مقدار افزایش خواهد داشت.

جدول شماره ۸- ضرایب تأثیر رگرسیونی ابعاد پایداری صنعت گردشگری شهر همدان

شاخص‌ها	F	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Sig.
		B	Beta	
		۱,۳۳۶		۰,۰۰۰
اقتصادی	۱۵,۶۳	۰,۲۶۳	۰,۲۳۳	۰,۰۰۰
اجتماعی	۱۲,۳۹	۰,۲۶۱	۰,۲۲۳	۰,۰۰۰
فرهنگی	۱۸,۵۳	۰,۳۱۱	۰,۲۸۵	۰,۰۰۰
سیاسی	۵,۶۱	۰,۱۸۹	۰,۱۵۹	۰,۰۰۰
تکنولوژیکی	۱۶,۸۵	۰,۲۰۹	۰,۱۸۸	۰,۰۰۰
محیطی	۹,۱۱	۰,۱۹۹	۰,۱۳۷	۰,۰۰۰

با توجه به اینکه شاخص فرهنگی بیش‌تری میزان تأثیر را در پایداری صنعت گردشگری شهر همدان داشته است (جدول برآزش رگرسیونی). در ادامه این فرایند (جدول تحلیل تشخیص) با توجه به میزان لامبدای ویکلز، بعد فرهنگی با کم‌ترین میزان لامبدا دارای وضعیت مناسب‌تری در بین سایر ابعاد پایداری می‌باشد، زیرا در این آماره هرچه رقم لامبدای ویکلز به یک نزدیک‌تر باشد نشان از کاهش توان پیش‌بینی دارد و هرچه به سمت صفر میل کند قدرت پیش‌بینی افزایش پیدا می‌کند؛ بنابراین بعد پایداری فرهنگی با میزان پیش‌بینی $0/405$ بیش از دیگر مؤلفه‌های پایداری توان پیش‌بینی در حوزه گردشگری شهر همدان را دارا می‌باشد. این در حالی است که مدل تحلیل تشخیص با مقدار ویژه به‌دست‌آمده به میزان 83% در تشخیص و پیش‌بینی پایداری از سوی کل ارزش ابعاد عملکرد صحیحی داشته است.

جدول شماره ۹- تحلیل تشخیص برای پیش‌بینی پایداری صنعت گردشگری شهر همدان

ابعاد	لامبدای ویکلز	لامبدای ویکلز کلی	درصد واریانس کلی	مقدار ویژه	میزان پیش‌بینی	معناداری
اقتصادی	۰,۳۲۳	۰,۳۳۹	۰,۱۰۹	۰,۸۳	۰,۱۳۳	۰,۰۰۳
اجتماعی	۰,۳۶۵				۰,۱۱۵	۰,۰۰۰
فرهنگی	۰,۱۸۷				۰,۴۰۵	۰,۰۰۰
سیاسی	۰,۴۱۵				۰,۱۵۴	۰,۰۰۱
تکنولوژیکی	۰,۳۸۰				۰,۱۳۵	۰,۰۰۱
محیطی	۰,۳۶۵				۰,۹۷	۰,۰۰۰

نتیجه‌گیری

توسعه گردشگری شهری را می‌توان به‌عنوان مجموعه از فعالیت‌های اقتصادی برشمرد که تأثیر بسزایی در پایداری بنیان‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع دارد. نقش و عملکرد گردشگری به‌عنوان منبع مناسب و دائمی جهت اشتغال، افزایش درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز خارجی و استحکام زیرساخت‌های موجود جوامع و تقویت آن‌ها که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است. به‌نحوی که توسعه و ارتقای کیفیت گردشگری به‌طور وسیعی به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه در دستور کار سیاست‌گذاران می‌باشد. در ایران نیز با توجه به منابع بالقوه فراوان برای جذب گردشگر تلاش‌هایی برای توسعه این صنعت صورت گرفته است. از آن جمله می‌توان به طرح جامع ملی توسعه گردشگری و طرح‌های جامع استانی اشاره کرد، هرچند که دارای نقاط قوت و ضعف و مزیت‌هایی می‌باشد اما الگویی برای هر منطقه در اجرای سیاست‌های کلی و استراتژی‌های منطقه‌ای و استانی توسعه گردشگری محسوب می‌شوند و مبنایی برای سایر طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری می‌باشند. در نهایت موفقیت و کسب نتیجه از سیاست‌ها و استراتژی‌های پیش‌بینی‌شده در این طرح‌ها، مستلزم تدوین برنامه‌هایی صحیح اجرایی و عملیاتی می‌باشد. توسعه گردشگری علاوه بر بعد اقتصادی زمینه‌ساز، توسعه و آبادانی در سایر ابعاد مخصوصاً سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است که لازمه آن مدیریت صحیح و با توان پیش‌بینی قوی در حوزه‌هایی است که در تحقیق حاضر به‌عنوان شاخص‌های منتخب مورد ارزیابی قرار گرفتند. این پژوهش با رویکردی جامع نسبت به شاخص‌های تأثیرگذار در گردشگری، توجه را به شاخص‌هایی معطوف می‌کند که بالاترین نقش را در شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری دارد و در نهایت موجب شناسایی موانع و فرصت‌های موجود می‌شود. در این رابطه ذکر این نکته که شناسایی و تمیز اثرات مختلف هر یک از شاخص‌ها دشواری خاص خود را دارد، زیرا این آثار توسط دو جامعه توریست و میزبان ایجاد می‌شوند که هر کدام از امکانات و تسهیلات گردشگری به نحوی متفاوت بهره می‌برند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در بعد اقتصادی، صنعت گردشگری دارای یک اثر مثبت اما ناپایدار است، زیرا همان‌گونه که در جدول (شماره ۵)، مشاهده می‌نماییم شاخص اشتغال‌زایی و درآمد مالیاتی بیش‌ترین سهم گردشگری در اقتصاد را دارا می‌باشند؛ اما این نوع درآمدزایی قابل تضمین نیست. در بحث شاخص‌های فرهنگی نیز بیش‌ترین سهم در رابطه با تغییر در الگوهای فرهنگی و تنوع فرهنگی است و در سطح اجتماعی بحث به‌سوی ارتقاء سطح کیفیت زندگی و چگونگی دسترسی به رفاه و آسایش بیش‌تر مطرح می‌شود.

بعد سیاسی عملکرد ضعیف‌تری نسبت به سایر شاخص‌ها نشان دارد که ناشی از مدیریت ناکارآمد، ضعف تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی و همچنین سوء تبلیغات از یک طرف و رقابت ضعیف‌تر این منطقه از کشور با سایر مکان‌های توریستی که ثبات بیش‌تری دارند دانست. در بعد تکنولوژیکی نیز اثرات ناچیز می‌نمایند به‌نحوی که شاخص برخورداری از فناوری‌های نوین و چگونگی دسترسی به خدمات اقامتی و ارتباطی بیش‌ترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند؛ اما شاخص طبیعی برخلاف این که می‌تواند نقطه اتکا توسعه گردشگری باشد با معضلات شدیدی در محیط طبیعی و مصنوع روبروست. انواع آلودگی‌ها و ناهنجاری‌ها، چشم‌اندازها و اماکن تاریخی و طبیعی را هدف قرار داده‌اند. هم‌چنین نتایج آزمون T نشان داد که شاخص

تکنولوژیکی با میزان ۰/۰۵۴- نسبت به باقی شاخص‌ها شرایط مساعدی جهت توسعه گردشگری را در شهر همدان ندارد؛ بنابراین این شاخص اولویت بیش‌تری نسبت به ابعاد دیگر در زمینه دستیابی به توسعه گردشگری را داراست. نتایج تحلیل برارزش رگرسیونی (به‌منظور بررسی تأثیر مستقیم و جداگانه هر یک از ابعاد بر پایداری صنعت گردشگری) حاکی از آن است که شاخص‌های فرهنگی، شاخص اقتصادی و شاخص اجتماعی بیش‌ترین تأثیر را در پایداری صنعت گردشگری شهر همدان را دارا می‌باشند. هم‌چنین شاخص‌های تکنولوژیکی، محیطی و سیاسی به ترتیب کم‌ترین تأثیر را در این روند داشته‌اند؛ بنابراین با برنامه‌ریزی در راستای ارتقاء این مؤلفه‌ها می‌توان سطح پایداری گردشگری را در این شهر بالا برد. مطابق با نتایج مدل تحلیل تشخیص با مقدار ویژه ۰/۸۳ بعد فرهنگی با میزان توان پیش‌بینی ۰/۴۰۵ قوی‌ترین بعد از ابعاد توسعه گردشگری شهر همدان می‌باشد. البته در این راستا یکپارچگی فرهنگی مردم شهر همدان تأثیر بیش‌تری داشته است.

در رابطه با ارتباط و تفاوت نتایج پژوهش حاضر با نتایج تحقیقاتی که در پیشینه آمده می‌توان تأکید بر پایداری شاخص‌های فرهنگی بیش‌ترین سهم در رابطه با تغییر در الگوهای فرهنگی و تنوع فرهنگی را دارا می‌باشند و در سطح اجتماعی بحث به‌سوی ارتقاء سطح کیفیت زندگی و چگونگی دسترسی به رفاه و آسایش بیش‌تر مطرح می‌شوند را ذکر کرد.

در پایان می‌توان اظهار داشت گردشگری پایدار سعی در تنظیم روابط بین جامعه میزبان، مکان و گردشگران دارد، چراکه این رابطه می‌تواند پویا و سازنده باشد. برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری می‌تواند سبب توازن و تعادل در ارزش‌ها و اخلاقیات و اصول اقتصادی شود و زمینه را برای توسعه‌ای متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی گرداند.

منابع

- ۱- ابراهیم‌زاده، عیسی، موسوی، میر نجف و کاظمی زاد، شمس الله (۱۳۹۱) تحلیل فضایی نابرابری‌های منطقه‌ای میان مناطق مرزی و مرکزی ایران، فصلنامه ژئوپلیتیک، بهار ۱۳۹۱، سال ۸، شماره ۱، صص ۲۳۵-۲۱۴.
- ۲- ابراهیم‌زاده، عیسی (۱۳۸۶) طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، گزارش بخش سوم از مرحله اول نتیجه‌گیری و تحلیل، پژوهشکده علوم زمین و جغرافیا وابسته به دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- ۳- اصغر پور، محمدجواد (۱۳۸۸) تصمیم‌گیری چندمعیاره، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۴- امیر حاجیلو، الهام، تولایی، سیمین، زنگانه، احمد و زنگانه، ابوالفضل (۱۳۹۲) ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات گردشگری در سطح ملی، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، تابستان ۱۳۹۲، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۲۶-۱۵.
- ۵- آقاجانی، حسنعلی و علیزاده، رمضان (۱۳۸۴) ارائه مدلی به‌منظور ایجاد همکاری‌های بین سازمانی میان سازمان‌های متولی و مرتبط با صنعت توریسم در استان مازندران، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه مازندران، چاپ اول، تهران: نشر رنسانس.
- ۶- بخشی، احمد و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۹۳) امکان‌سنجی حضور آموزش عالی ج.ا. ایران در قاره آفریقا، همایش بین‌المللی انجمن آموزش عالی ایران: توسعه آموزش عالی فرامرزی، صص ۱۴-۵.

- ۷- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵) گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت.
- ۸- رحمانی، خلیل (۱۳۸۹) ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، به راهنمایی مهدی پور طاهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ۹- سبحانی، بهروز (۱۳۸۹) شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، بهار ۱۳۸۹، دوره ۱، شماره ۴، صص ۱۲۸-۱۱۳.
- ۱۰- سیدعلی‌پور، سید خلیل، اقبالی، ناصر و عباس بخشنده، نصرت (۱۳۸۹) مدیریت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی مطالعه موردی: روستاهای استان سمنان، مجله مدیریت، پاییز ۱۳۸۹، سال ۷، شماره ۱۹، صص ۶۹-۵۲.
- ۱۱- عظیمی، ناصر علی (۱۳۸۸) مدیریت گردشگری و توسعه پایدار مطلوب اکولوژیکی، مجله علوم محیطی، تابستان ۱۳۸۸، دوره ۶، شماره ۴، صص ۸۶-۷۳.
- ۱۲- موسایی، میثم (۱۳۹۱) تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران، فصلنامه پژوهش‌نامه بازرگانی، پاییز ۱۳۹۱، سال ۸، شماره ۳۲، صص ۲۴۴-۲۲۵.
- ۱۳- میرزایی، رحمت (۱۳۸۸) تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه، فصلنامه روستا و توسعه، زمستان ۱۳۸۸، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۷۶-۴۹.
- ۱۴- نظریان، اصغر، کاکوان، رضا و زال نژاد، کاوه (۱۳۹۳)، دگراندیشی پیرامون گردشگری پایدار، نشریه تخصصی مدیریت شهری، پاییز ۱۳۹۳، سال ۳، شماره ۲۷-۲۶، صص ۱۵-۱.
- ۱۵- یزدانی زنگنه، مریم، خسروی پور، بهمن و غنیان، منصور (۱۳۸۸)، راهبردهای توسعه پایدار اشتغال در بخش گردشگری روستایی، ماهنامه کار و جامعه، تابستان ۱۳۸۸، شماره ۱۰۹، صص ۱۰۸-۱۰۱.
- 16- Allen, L. R. & Hafer, H. R. & Long, P. T. & Perdue, R. R. (1993) Rural residents attitude toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research*, Vol 31, No 4, pp. 1-17.
- 17- Butler, R.W (2009) Ecotourism- has it Achieved Maturity or has the bubble Burst? Keynote Address pacific rim Tourism: Rotorua, New Zealand.
- 18- Choi, C. & Sirakaya, A. (2006) Sustainability Indicator for Managing Community Tourism, *Tourism Management*, No 27, pp. 1274-1289.
- 19- Daryabari, J. & Ebrahimi, H. (2010) Review of the Development of Tourism in kashan: Challenges & Solution, *Iranian Journal of Tourism & Hospitality*, Vol 1, No 1, pp.19- 26.
- 20- Forsyth, Tim. (2009) Sustainable Tourism, The London School of Economics and Political Science, web site: FATHOM, session 1.
- 21- Getz, K. (2008) Urban Tourism and That Concept to Urban Development, *Urban Development and Challenge Conference*, UK.
- 22- Hardy, A. & Beeton, R.J.S. & Pearson, L. (2002) Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualizations of Tourism, *Sustain Tourism*, No 10, pp. 475-496.
- 23- Kercher, Mc.B. (1993) Some Fundamental Truths about tourism: understanding tourism sosical and environmental impacts. *Journal of Sustainable Tourism*.
- 24- Kin, Hang. (2004) The Southern Sound (Nanyin): Touridm for the Preservation and Development of Traditional Arts, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol 9, No 4, pp. 373-382.
- 25- Kozak, M. (2002) Comparative Analysis of tourist Motivations by Nationality and Destinations, *Tourism Manage ment*, No23, pp 221-232.
- 26- Lanza, Myriam. (2003) Analyzing Heritage Resource for Urban Tourism in European Cities, in: *Contemporary Issues in Tourism Development*. Routledge.
- 27- Mason, P. (2003) *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth Heinman.
- 28- Megan, Epler Wood. (2002) *Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability*, <http://www.ecotourism.or>.
- 29- Mosely, M. (2000) Sustainable Rural Development, The role of Community Involve Mentand Local Partnerships.
- 30- Oila, M. & Mrrtines, K. & Gabriel, L. (2012) Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region, *Journal of Sustainable Tourism*, No 29, pp. 567- 569.

- 31- Saveriades, A. (2004) Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus, *Tourism management*, Vol 2, No 1, pp. 47-156.
- 32- Stokes, R. (2004) A Framework for the Analysis of Events Tourism knowledge Networks, *Hospitality and Tourism Management*, No 11, pp. 108-123.
- 33- World Tourism Organization, (2004) Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook, World Tourism Organization, Madrid, 2004.

