

شناسایی مؤلفه‌های شهروندی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر یزد*

مجید حیدری کوشکنو - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

حامد فلاح تفتی^۱ - استادیار مدیریت صنعتی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

مسعود احمدخانی - استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۵/۱۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۱/۱۳

چکیده

گردشگری شهری عاملی بسیار مهم در توسعه شهرها محسوب می‌شود و همواره گردشگران جهت بازدید از جاذبه‌های مادی و غیرمادی شهرها قصد سفر می‌کنند. گردشگری بر اساس وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی-هنری و غیره شکل می‌گیرد و یکی از پرجاذبه‌ترین مکان‌های گردشگری شهرها همین امکانات و سازه‌ها می‌باشند لذا توسعه گردشگری شهری و مدیریت خردمندان آن، نیازمند برنامه‌ریزی می‌باشد. در این میان شهروندان تأثیر بسزایی در این توسعه دارند به این دلیل که در بیشتر کلان‌شهرهای جهان در ساختارهای سیاست‌گذاری و مدیریت، همسو با فرآیندهای جهانی‌سازی، خواهان مشارکت و حضور بیشتر شهروندان می‌باشند. این پژوهش باهدف شناسایی مؤلفه‌های مؤثر شهروندی بر توسعه گردشگری شهری در شهر یزد انجام شده است. با اجرای این پیمایش میان نمونه منتخب از شهروندان یزد، با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی/تائیدی اقدام به استخراج مؤلفه‌های شهروندی گردید. با نام‌گذاری مؤلفه‌ها و اعتبارسنجی مدل ساختاری، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که می‌توان مؤلفه‌های شهروندی را در پنج عامل دسته‌بندی کرد که این پنج عامل ۵۹/۰۵۶ درصد از واریانس کل را تبیین می‌نمایند. اهمیت عامل وظایف شهروندی با ۳۱/۵۷۹ درصد واریانس نسبت به دیگر عامل‌ها چشم‌گیرتر است به این دلیل که از دید شهروندان شهر یزد مؤلفه‌های وظایف شهروندی می‌تواند بیشترین تأثیر را در پیشبرد اهداف شهری به‌سوی توسعه گردشگری شهری داشته باشد. عوامل سواد فناوری، تفکر هدفمند، مشارکت اجتماعی و آگاهی جهانی از دیگر عوامل تأثیرگذار در شکل‌گیری شخصیت شهروندی هستند.

واژه‌های کلیدی: شهروندی، گردشگری شهری، توسعه گردشگری، گردشگر، شهر یزد.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد مجید حیدری کوشکنو در رشته مهندسی فناوری اطلاعات - گرایش تجارت الکترونیکی به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه علم و هنر یزد می‌باشد.

مقدمه

امروزه گردشگری را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع توسعه پایدار در هر جامعه‌ای باید دانست که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، شهری و محیطی برخوردار است، تمرکز بر جنبه‌های مختلف صنعت گردشگری، همراه با برنامه‌ریزی‌های مدیریت محلی و ملی هر جامعه‌ای نقش بسیار بااهمیتی در فرآیندهای بین‌المللی و ملی هر جامعه‌ای می‌تواند ایفا کند (بدیعی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۱). گردشگری فعالیتی پاک است که می‌تواند در حفظ طبیعت برای نسل‌های آینده مؤثر باشد و به کشورهای در حال توسعه در حل مشکلاتی نظیر بیکاری و فقر با تحرک بخشی به پتانسیل‌های این کشورهای کمک می‌کند. این صنعت به‌واسطه ماهیت خود، فعالیت پیچیده و ترکیبی و مستلزم مشارکت بخش‌های مختلف و متعدد جامعه است و آثار مثبت و منفی گسترده‌ای را نیز در سطوح مختلف بر جای می‌گذارد (آقاجانی و ازکیا، ۱۳۹۴: ۹). گردشگری شهری، یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین فعالیت‌های فضایی و مکانی انسان در جامعه شهری است، به نظر صاحب‌نظران، گردشگری شهری یک فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلان‌شهرها و مادر شهرهای جهانی به وجود می‌آورد که این فرصت نقش بسیار مؤثری در ارتقای کیفیت زندگی شهروندان در ابعاد مختلف می‌تواند ایفا کند (زارع و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹۱). اقتصاددانان صنعت گردشگری را، پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد می‌دانند، از این رو، توسعه گردشگری به‌منزله مجموعه فعالیت‌های اقتصادی در تقویت بنیان‌های جوامع به‌خصوص از جنبه اقتصادی تأثیر بسزایی دارد، به‌گونه‌ای که امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به‌طور وسیعی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، پذیرفته‌شده و در دستور کار دولت قرار گرفته است (Li et al, 2018: 137). شهرها با ارائه کالا و خدمات متنوع دامنه وسیعی از فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را فراهم می‌آورند، شهرها همچنین با ارائه فعالیت‌های خدماتی مانند امکانات پذیرایی و فراغتی، زمینه توسعه گردشگری شهری را فراهم می‌آورند. شهرها و گردشگری روابط مکملی دارند، چراکه تمامی انواع گردشگری به‌نوعی به کانون‌های و خدمات شهری نیازمند است، لذا هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری باید به توانمندی شهرها در ارائه خدمات مستقیم و غیرمستقیم توجه داشته باشد (Postma et al, 2017: 98). گردشگری شهری امروزه بخشی از اوقات شهروندان در عصر پسا مدرنیته است بر این اساس گردشگری شهری چون با اوقات فراغت، نیازهای فراغتی در درون شهر و محیط پیرامون شهر به‌صورت مستمر و پایدار در ارتباط است، این صنعت در شهرها بخش جدایی‌ناپذیر خدمات شهری چندوجهی موردنیاز شهروندان دائم و غیر دائم شهری را تشکیل می‌دهد و بر این اساس این صنعت در حیطه وظیفه برنامه‌ریزی مدیریت شهری واقع می‌شود. امروزه تجربه نشان داده است که هرکجا گردشگری به‌طور اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی متعددی به وجود می‌آورد و در درازمدت مشکلات گردشگری بیشتر از فوایدش می‌شود (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۶۵). گردشگری در شهرهایی توسعه پیدا می‌کند که علاوه برداشتن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری، از امکانات و خدمات مناسب نیز بهره‌مند باشند. وجود زیرساخت‌های مناسب در هر مکان از قبیل، راه (دسترسی مناسب)، بهداشت، مخابرات، آب، برق، امنیت و مدیریت مواد زائد در جلب و کسب رضایت گردشگران برای تکرار سفر اهمیت بسیار بالایی دارد. وجود گردشگرها در شهرها باعث بالا رفتن کیفیت فضاها، گردشگری و خدمات و زیرساخت‌های شهری و گردشگری می‌شود (کمانداری و مستوفی، ۱۳۹۵: ۱۳۸). امروزه مشارکت شهروندان، مدیران شهری و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، نقطه عطفی در قلمرو سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری است و در بیشتر کلان‌شهرهای جهان در ساختارهای سیاست‌گذاری و مدیریت، همسو با فرآیندهای جهانی‌سازی، خواهان مشارکت و حضور بیشتر شهروندان می‌باشند (Bock, 2015: 2). هدف از انجام این پژوهش بررسی و شناخت ویژگی‌های شهروندی می‌باشد که نیازمند به مشارکت آن در توسعه گردشگری شهری است. در نتیجه لازم است شهروند با کسب

آگاهی و افزایش مهارت‌های خود در زمینه گردشگری در مسیر مشارکت و موفقیت شهری که در آن زندگی می‌کند برای توسعه شهر قدم بردارد. از آنجاکه این پژوهش با رویکرد اکتشافی به انجام رسیده است فاقد فرضیه بوده و با سؤال مواجه است. بر این اساس پرسش‌های پژوهش عبارت است از:

- وضعیت شهروندی در توسعه گردشگری شهر تاریخی یزد را با کدام متغیرهای مشهود می‌توان سنجید؟
- میزان اهمیت هر یک از مؤلفه‌های مذکور در توسعه گردشگری شهری به چه میزان است؟
- چه پیشنهادهایی می‌توان جهت توسعه گردشگری شهری در شهر یزد ارائه نمود؟

جهت دستیابی به دیدگاه مناسب در زمینه شهروندی و متغیرهای اثرگذار آن در توسعه گردشگری شهری، پژوهش‌های متعددی را می‌توان مورد اشاره قرار داد که میزان تشابه ساختاری و توسعه‌یافتگی جوامع مورد مطالعه مبنای انتخاب این پژوهش‌ها بوده است.

اذانی و همکاران (۱۳۹۰) مقاله‌ای با عنوان تحلیلی بر فرهنگ شهروندی در شهر یزد با روش پیمایشی بین ۲۰۰ شهروند را انجام دادند که به این نتیجه رسیدند شهروندان یزد در ابعاد سه‌گانه شهروندی یعنی مشارکت‌جویی، مسئولیت‌پذیری و رعایت قوانین و پایبندی به اصول شهروندی در حد متوسط می‌باشند. حاتمی نژاد و شریفی (۱۳۹۴) با بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری در شهر سنندج به این یافته رسیده‌اند که گردشگری شهری در شهر سنندج توانسته است به شیوه‌ای مؤثر باعث پایداری هرچه بیشتر شهر سنندج شود و همچنین گردشگری در شهر سنندج توانسته است بیشترین تأثیر را بر توسعه پایدار اقتصادی و کمترین تأثیر را توسعه پایدار محیطی داشته باشد. یافته‌های پژوهش قنبری و شجاعی وند (۱۳۹۴) در زمینه بررسی نگرش مردم نسبت به توسعه گردشگری در منطقه ۷ و ۱۰ شهر تبریز نشان می‌دهد که نگرش مردم در دو منطقه مورد مطالعه نسبت به مشارکت و توسعه گردشگری از نظر اقتصادی مثبت بوده و تنها تفاوت دو منطقه این است که افرادی که در منطقه ۷ مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، دارای نگرش مثبت‌تری نسبت به شرایط بعد از توسعه گردشگری می‌باشند. ولی افراد مورد مطالعه در هر دو منطقه نسبت به شرایط اجتماعی و محیطی شرایط بعد از توسعه گردشگری امیدوار نبوده و به دیده تردید می‌نگرند. ملکیان و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی جهت بررسی اهمیت فضاهای همگانی در توسعه گردشگری شهری به این نتیجه رسیده‌اند که ارتقای شبکه حمل‌ونقل شهری، ارتقای کیفی مؤلفه‌های فضاهای همگانی و گردشگری شهری و نیز تقویت آسایش، ایمنی و رفاه نسبی برای دسترسی آسان گردشگران و شهروندان می‌تواند در راستای نیل به توسعه گردشگری شهری و ارتقای رضایتمندی و جذب گردشگر شهری می‌تواند تأثیرگذار باشد. در پژوهشی برای بررسی موانع و مشکلات توسعه گردشگری شهری در شهرستان قائم‌شهر که توسط سند گل و شریفی‌نیا (۱۳۹۵) انجام گرفت، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که حدود ۶۹ درصد پاسخگویان وضعیت امکانات زیربنایی، خدماتی، سازمانی و تبلیغاتی گردشگری را در شهرستان قائم‌شهر در حد خیلی کم برآورد کرده‌اند و همچنین شهرستان قائم‌شهر با کمبود امکانات زیربنایی، خدماتی، سازمانی و تبلیغاتی گردشگری جهت جذب گردشگر مواجه است. الکساندر و تومالتی^۱ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان توسعه‌ی پایدار شهری با استفاده از ۱۳ شاخص، ارتباط تراکم و توسعه‌ی شهری در ۲۶ منطقه‌ی شهرداری برتیش کلمبیا، کانادا را بررسی کردند. آن‌ها در پژوهش خود به ارتباط تراکم با کارایی زیرساخت‌ها و کاهش استفاده از خودرو همراه با افزایش کارایی اشاره کردند. در پژوهشی که توسط آمبروز^۲ (۲۰۱۶) با عنوان نگرش ساکنان محلی نسبت به توسعه گردشگری در اسلوونی انجام گرفت، به این نتیجه دست‌یافت که طول مدت سکونت افراد رابطه نزدیک و قوی با نگرش مثبت نسبت به توسعه گردشگری دارد. در تحقیق حاضر ابتدا اقدام به سنجش تعلق مکانی ساکنین شده و در ادامه بر اساس تعلق، نگرش افراد

1. Alexander & Tomalty

2. Ambroz

نسبت به توسعه گردشگری مورد ارزیابی قرار گرفته است. در سال ۲۰۱۷ کابانبان^۱ و همکارش، پژوهشی در رابطه با شاخصه‌ای اصلی توسعه گردشگری پایدار در مالزی انجام داده‌اند. نتیجه پژوهش نشان داد که عوامل زیستی از جمله تنوع زیستی، شرایط فصلی، مدیریت زباله‌ها و منابع آبی و توزیع آن‌ها به‌عنوان شاخص‌های کلیدی تحقق توسعه گردشگری پایدار در منطقه پالونگی^۲ جنوبی مطرح هستند. گرچه مطالعاتی پیرامون نقش گسترش توسعه گردشگری در فضای شهری و تأثیر آن بر اقتصاد و ساکنان آن منطقه انجام گرفته، اما تأثیراتی که شهروندان در این توسعه می‌توانند داشته باشند مدنظر نبوده است و این لزوم چنین مطالعاتی را بیش‌ازپیش نمایان می‌سازد. نبود نگاه دغدغه‌مند به موضوع شهروندی و عدم آشنایی با جایگاه و اهمیت این موضوع توسط برخی از تصمیم‌سازان صنعت گردشگری، بخشی از چالش‌های پیش روی این مقوله بسیار مهم و اساسی است؛ بنابراین ضروری است که با استخراج مؤلفه‌های شهروندی اثرگذار بر توسعه گردشگری شهری، زمینه انجام مطالعات و ارزیابی توانمندی شهرها در جذب گردشگران و افزایش رضایت آن‌ها فراهم گردد.

مبانی نظری

واژه شهروند معادل واژگان انگلیسی (Citizen) و فرانسه (Citoyen) قرار داده شده است که در آن واحد می‌تواند دارای دو مفهوم باشد. نخست مفهومی که به یک منشأ تاریخی بازمی‌گردد، یعنی زمانی که انقلاب‌های سیاسی بورژوازی^۳ در قرن نوزدهم اتفاق افتاد و دولت‌های جدیدی به وجود آمدند که مدعی شدند مشروعیت خود را دیگر نه همچون دولت‌های گذشته از بالا (از کلیسا یا از اشرافیت) بلکه از پایین یعنی از «مردم» یا «ملت» می‌گیرند. در این معنا شهروند یک مفهوم کاملاً سیاسی و حقوقی است که در قوانین تمام دولت‌های ملی به آن اشاره شده است. این واحد یا کنشگر اجتماعی بر اساس گروهی از قراردادهای اجتماعی یا همان قوانین گوناگونی که در حوزه‌های مختلف زندگی وجود دارد با دولت پیوند می‌خورد. این قوانین برای شهروند گروهی از حقوق و گروهی از وظایف را مشخص می‌کنند که وی باید از آن‌ها برخوردار و به آن‌ها پایبند باشد و در غیر این صورت می‌پذیرد که جامعه با وی رفتارهای تنبیهی داشته باشد (Cesario, 2017:60). شهروندی هم چون سایر پدیده‌های اجتماعی از نقطه‌ای تاریخی شکل گرفته و متناسب با تحولات تاریخی و اجتماعی روند تکاملی خود را طی کرده است. شهروندی از مفاهیم کلیدی در شناخت و توصیف جایگاه و وضعیت انسان حال و گذشته است. مفهوم شهروندی سه عنصر مهم حقوق، وظایف و مشارکت افراد جامعه در تعامل با دولت و حاکمیت را در برمی‌گیرد. حقوق شامل مجموعه حقوقی است که طبق قانون به افراد اعطا می‌شود، وظایف شامل مجموعه مسئولیت‌هایی است که بر عهده افراد است و مشارکت هم تلاش افراد جامعه برای رسیدن به اهداف را تعیین می‌کند. با توجه به این تعریف‌ها می‌توان گفت شهروندی در دوره‌های مختلف تاریخی گاهی به صورت محدود مطرح شده است مانند دوران باستان و گاهی به صورت گسترده‌تر و در چارچوب مرزهای ملی و در قالب دولت - ملت، بنابراین شهروندی مفهومی است که دارای ساختاری تاریخی و اجتماعی خاص خود است و هم چون سایر مفاهیم اجتماعی دچار تغییرات مفهومی زیادی شده است (کازم پور، ۱۳۹۶: ۱۲۱). یکی از مهم‌ترین ابعاد شهروندی داشتن دانش و آگاهی شهروندی است. دانش شهروندی از عقاید و اطلاعات بنیادی تشکیل می‌شود که افراد باید بدانند و به کار ببرند تا شهروندان مؤثر و مسئولی باشند. دانش شهروندی عبارت است از کسب دانش و جست‌وجوی دانایی، مشارکت فعال، مسئولیت‌پذیری و داشتن آگاهی در زمینه موضوع‌های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی در سطح محلی، ملی و بین‌المللی.

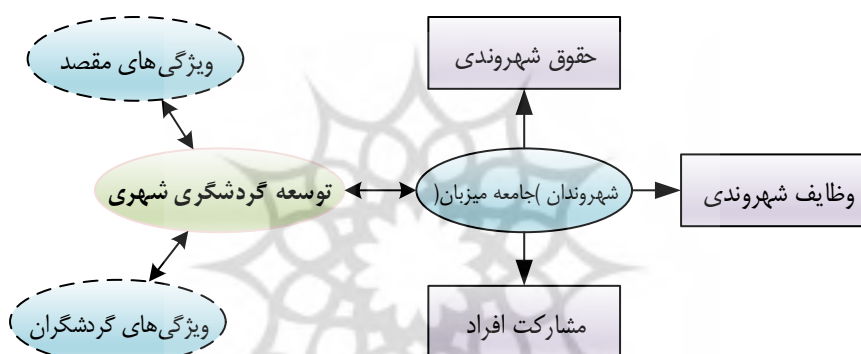
1 Cabanban
2 Pulau Banggi
3 Bourgeoisie
4 Citizenship

بدون تردید، یکی از مهم‌ترین رسالت‌ها و دلایل شکل‌گیری نظام آموزشی در طول تاریخ بشری و توسعه آن به شکل کنونی، آماده‌سازی شهروندانی متعهد، فعال و خلاق بوده است (جهانیان و قریسی، ۱۳۹۷: ۵۰). شهروندان علاوه بر نیاز به ویژگی‌ها و کیفیت‌های خاص به‌منظور مشارکت سیاسی، نیازمند مهارت‌ها، دانش و نگرش برای مشارکت در امور جامعه و در ارتباط با فرهنگ‌های گوناگون می‌باشند. لذا آموزش شهروندی بخش ضروری برنامه درسی به‌منظور آماده کردن شهروندان در جوامع چند فرهنگی است تا بیاموزند که برای سایر مذاهب و عقاید نیز احترام قائل شوند (حاضری و خلیلی، ۱۳۹۳: ۱۳۹). به کسی که گردشگری می‌کند گردشگر گفته می‌شود و واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. واژه توریسم به مجموعه مسافرت‌هایی که بین مبدأ و مقصد بانگیزه‌های استراحتی، تفریحی، تفریحی، ورزشی، دیداری، تجاری، فرهنگی و یا گذران اوقات فراغت انجام می‌گیرد اطلاق می‌شود و در آن شخص گردشگر در مقصد اشتغال و اقامت دائم ندارد. در تعاریف اولیه بیشتر بر بعد فاصله تأکید گردیده و گردشگران بر مبنای فاصله‌ای که از محل مسکونی داشتند، طبقه‌بندی می‌شوند؛ به‌گونه‌ای که گروه ملی گردشگری آمریکا (۱۹۷۳) در تعریف گردشگری داخلی فاصله پنجاه مایل را در نظر گرفته که دربرگیرنده تمامی سفرها به‌جز سفر برای کار می‌شود (Qian et al, 2018:3). گردشگری، صرفاً یک پدیده یک‌بعدی نیست که در تعاریف خطی قابل‌بحث باشد، بلکه دربرگیرنده ابعاد بسیاری در زمینه‌های گردشگری مختلفی همچون ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نظیر این‌ها می‌باشد. همچنین عوامل دیگری همچون طول مدت اقامت، وسیله سفر، مقاصد، تقاضا و نظیر این‌ها نیز باید در تعریف گردشگری مدنظر قرار گیرد (قنبری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۵). مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است. نواحی شهری به دلیل آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها به لحاظ داشتن تاریخ طولانی و استقرار نمادهای باستانی، تاریخی و فرهنگی، ارزش‌های ملی هر کشور به حساب می‌آیند. درواقع، چون شهرها جاذبه‌های متنوع و بزرگی از قبیل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی‌ها، مراکز خرید و مناطقی که معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور رادارند و از سوی دیگر به دلیل پایین بودن هزینه و زمان جابجایی برای دستیابی به مقاصد گردشگری، در نتیجه گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند. گردشگری شهری عبارت است از مسافرت به شهرها بانگیزه‌های مختلف بر اساس جذابیت‌های مختلف و امکانات تسهیلاتی که شهر دارد و در شخص ایجاد جذابیت می‌کند (Wang et al, 2014:2). روش توسعه پایدار در برنامه‌ریزی گردشگری یعنی محافظت از منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع گردشگری جهت استفاده دائم در آینده. به‌عبارت‌دیگر با توجه به این که بیشترین توسعه گردشگری متکی بر جاذبه‌ها و فعالیت‌هایی است که به محیط طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی مناطق مربوط می‌شوند، اگر این منابع ضایع یا نابود شوند، بنابراین مناطق سیاحتی نمی‌توانند گردشگران را جلب کنند و گردشگری موفق نخواهد بود (Tokarchuk et al, 2017). به‌رحال گردشگری، برای آن که بتواند به تعادلی پایدار میان نیازهای جوامع محلی، حفظ محیط‌زیست و ارتقای سطح کیفیت زندگی و تجربه گردشگری دست یابد و فعالیت‌های گردشگری پایدار را شکل دهد، باید در زمینه بهره‌وری گردشگری در مناطق و در انطباق با یک نگرش سامانه‌ای که در آن پویایی در چارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر توسعه پایدار مدنظر است، شکل گیرد (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۹۸). عوامل بی‌شماری در توسعه گردشگری نقش دارند که ارتباط و تعامل بین آن‌ها توسعه گردشگری را شکل می‌دهند. سه عامل اصلی در توسعه گردشگری در شکل ۱ نشان داده شده است. این سه عامل؛ جامعه میزبان، گردشگران و ویژگی‌های مقصد گردشگری می‌باشند که در توسعه گردشگری شهر نقش اصلی و اساسی را ایفا می‌کنند.



شکل شماره ۱. عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهری
منبع: (شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶)

هر مدل مفهومی به عنوان نقطه شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات است به گونه‌ای که متغیرهای موردنظر پژوهش و روابط میان آن‌ها را مشخص می‌کند مدل مفهومی این پژوهش در شکل ۲ آورده شده است.



شکل شماره ۲. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

با توجه به آن که در روش پژوهش از تحلیل عاملی اکتشافی - تأییدی استفاده شده؛ لذا این پژوهش با ماهیت اکتشافی، مبتنی بر سؤالاتی است که محققان با کمک مبانی نظری و اجرای پیمایش، الگوی ساختاری مبتنی بر نیاز شهروندان برای دستیابی به مؤلفه‌های شهروندی ارائه نموده‌اند. از این رو روش پژوهش حاضر ابتدا با رویکرد اکتشافی بوده و برخلاف روش‌های مرسوم که به شیوه قیاسی به دنبال تأیید مدل نظری با استفاده از نظریه‌های از قبل موجود است، با استفاده از فن اکتشافی - استقرایی (تحلیل عاملی اکتشافی) به دنبال کشف عامل‌های اصلی تأثیرگذار بر شکل‌گیری پدیده موردبررسی است. سپس با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تأییدی) متغیرهای شناسایی شده در مرحله اول تأیید شده و در ادامه بهترین الگوی ساختاری با تأیید روابط چندگانه میان متغیرهای مسئله شناسایی شده‌اند. جامعه آماری پژوهش حاضر کلیه ساکنان شهر یزد هستند که در ده سال اخیر در این شهر سکونت داشته و دارای درآمد کافی باشند. با توجه به تعداد زیاد جامعه آماری و به دلیل تخصصی بودن سؤالات پرسشنامه، تنها نظرات افرادی گردآوری گردید که دارای تعامل بالایی با گردشگران داخلی و خارجی باشند تا موضوعیت و هدف پژوهش خدشه‌دار نشود؛ بنابراین تنها فعالین حوزه گردشگری در شهر یزد مورد پرسش قرار گرفتند که تعداد آن‌ها ۴۰۰ نفر برآورد می‌گردد. با استفاده از جدول مورگان تعداد نمونه ۱۹۶ نفر تعیین گردید که به جهت اطمینان از دستیابی به داده‌های کافی، تعداد ۲۰۰ پرسش‌نامه توسط مشارکت‌کنندگان تکمیل گردید. همچنین به دلیل شرایط سخت‌گیرانه در انتخاب

پاسخ‌دهندگان روش نمونه‌گیری در دسترس برای انتخاب افراد از نواحی متفاوت شهر یزد که بیشتر محل حضور گردشگران است، مورد استفاده قرار گرفت. ابزار مورد استفاده در اجرای پیمایش پرسش‌نامه مبتنی بر طیف ۵-تایی لیکرت است که پاسخ‌دهندگان میزان موافقت یا مخالفت خود نسبت به سؤالات پژوهش را در آن درج نموده‌اند. به منظور پوشش جوانب متفاوت شهروندی، ۴۲ سؤال در پرسش‌نامه لحاظ گردید که بر اساس مؤلفه‌های استخراج شده از تحقیقات گذشته و نظرات صاحب‌نظران تدوین شده‌اند. در طراحی گویه‌ها، دقت لازم به عمل آمد تا سؤالات از سادگی و وضوح کافی برخوردار باشند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه (ابعاد و گویه‌ها) با استفاده از نظرات اساتید و خبرگان حوزه شهری و گردشگری تأیید شده است. همچنین به منظور آزمون قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرون باخ استفاده شده است. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرون باخ برای شاخص‌های تأیید شده در تحلیل عاملی، بزرگ‌تر از ۰/۷ است، بنابراین پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل عاملی انجام شده است که با عنوان روش اکتشافی - استقرایی شناخته می‌شود. محقق با استفاده از این روش، اولاً اقدام به شناسایی مؤلفه‌های متغیرهای اصلی پژوهش در قالب متغیرهای مشهود و نامشهود می‌نماید، سپس اعتبار و پایایی مؤلفه‌های پژوهش با شاخص‌های نیکویی برازش انجام می‌شود. به عبارت دیگر در تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل عاملی که شامل تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردیده است. در اجرای این روش جهت اطمینان از کفایت تعداد نمونه اخذ شده از شاخص کایزر- مایر- اولکین استفاده شده است که مقدار آن در شرایط مطلوب باید بیش از ۰/۶ باشد. همچنین برای اطمینان از معنادار بودن ماتریس همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون بارتلت^۱ استفاده گردید. مقدار معناداری این آزمون ملاک اطمینان از وجود همبستگی قوی میان متغیرهای مورد سنجش باید کمتر از ۰/۰۵ باشد. مقادیر به دست آمده در جدول ۲ نشان‌دهنده کیفیت مطلوب داده‌ها جهت اجرای تحلیل عاملی اکتشافی می‌باشند.

جدول شماره ۲. مقادیر شاخص KMO و آزمون بارتلت

	KMO	۰/۸۱۵
آزمون بارتلت	Chi-Square	۸۳۲/۲۹۰
	df	۲۳۱
	Sig.	۰/۰۰۰

به طور کلی، ارزیابی مدل تحلیل عاملی تأییدی، دارای چندین مشخصه برازندگی است. در این پژوهش از مشخصه نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df) ریشه میانگین مجزورات پس مانده‌ها (RMR)، شاخص نیکویی برازش (GFI) و مقدار تعدیل یافته شاخص برازندگی برای درجه آزادی (AGFI) استفاده شده است. آزمون‌های مجذور خی این فرضیه که مدل مورد نظر با الگوی هم پراشی بین متغیرهای مشاهده شده هماهنگ است را می‌آزماید. مقادیر کوچک نسبت مجذور خی به درجه آزادی نشان‌دهنده برازندگی بیشتر مدل است. ریشه میانگین مجزورات پس مانده (RMR) به معنی تفاوت بین عناصر ماتریس مشاهده شده در گروه نمونه و عناصر ماتریس برآورد یا پیش‌بینی شده با فرض درست بودن مدل مورد نظر است. هر چه (RMR) برای مدل مورد آزمون به صفر نزدیک‌تر باشد، مدل برازش بهتری دارد. شاخص GFI و AGFI که توسط جاززکاگ و سوریوم^۱ (۱۹۸۹) ارائه شده‌اند، برعکس شاخص‌های دیگری که در این بخش آمده است

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)
2. Bartlett's Test
3. Root Mean Square Residual
4. Goodness of Fit Index
5. Adjusted Goodness of Fit Index
6. Jareskog & Sorbom

تحت تأثیر حجم نمونه قرار نمی‌گیرند و مقدار این دو شاخص باید بزرگ‌تر از $0/90$ باشد تا مدل موردنظر پذیرفته شود (هومن، ۱۳۹۵). پس از بررسی بارهای عاملی باید نسبت به برازش داده‌های گردآوری شده با مدل مفهومی پژوهش نیز اطمینان حاصل شود. معمولاً برای ارزیابی برازندگی مدل‌های ساختاری از آزمون مجذور کای استفاده شده است (حنفی زاده و همکاران، ۱۳۹۰). علاوه بر این آزمون، شاخص‌های دیگری نیز وجود دارد که اگرچه مبتنی بر مقدار مجذور کای هستند، لیکن اثر حجم نمونه در آن‌ها تعدیل شده است و برای ارزیابی مدل‌های ساختاری قابل استفاده می‌باشند. ضرایب مسیر بین هر یک از سؤالات و عوامل و همچنین بین عوامل و متغیر مکنون کل در صورتی که معنادار باشد، دلیلی از وجود روایی همگرایی اولیه در ابزار پژوهش است. علاوه بر این، در صورتی که ضرایب بالاتر از $0/5$ باشد، نشانه‌ای از وجود روایی همگرایی کامل و بسیار خوب در ابزار پژوهش است (Steenkamp & trijp, 1991). در این پژوهش جهت اجرای روش تحلیل عاملی تأییدی از نرم‌افزار AMOS کمک گرفته شده است که می‌توان مسیر و ضرایب آن را در شکل ۴ مشاهده کرد.

محدوده مورد مطالعه

شهر یزد در دره‌ای خشک و پهناور بین کوه‌های شیرکوه و خرانق، در 15 درجه و 53 دقیقه تا 40 درجه و 54 دقیقه درازای خاوری و 46 درجه و 31 دقیقه تا 15 درجه و 32 دقیقه پهناهای شمالی واقع شده است. این شهر از سوی شمال به شهرستان‌های میبد و اردکان از خاور به شهرستان‌های اردکان و بافق، از باختر به استان اصفهان و از جنوب به شهرستان تفت، ابرکوه و مهریز محدود می‌شود. میانگین بلندی شهرستان یزد از سطح دریا 1200 متر است. شهر یزد با جمعیت 656474 نفر (بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵) دوازدهمین شهر پرجمعیت ایران و با مساحت 110 کیلومترمربع هفتمین شهر بزرگ ایران است. شهر یزد در تاریخ ۱۶ اسفند ۱۳۸۴ به‌عنوان شهری تاریخی ثبت ملی و در سال ۲۰۱۷ ثبت جهانی شده است. از آنجاکه ماهیت موضوع پژوهش لزوم اطلاع پاسخ‌دهندگان از مباحث مرتبط با گردشگری و همچنین اطلاع از شرایط زندگی در شهر یزد را می‌طلبد، افرادی برای پاسخ‌دهی انتخاب شدند که دارای ویژگی‌های زیر باشند:

- ۱) در ده سال گذشته ساکن یزد بوده باشند.
 - ۲) دارای تحصیلات مناسب و مرتبط باشند (به جهت اطمینان از اطلاعات فناوری محور).
 - ۳) دارای درآمد کافی باشند (جهت اطمینان از شرایط اقتصادی - اجتماعی).
- همچنین جهت دستیابی به توزیع مناسب پاسخ‌دهندگان در مناطق مختلف شهر یزد، بر اساس تجربیات محقق مناطق مشخصی از شهر یزد بر اساس تراکم جمعیتی و وجود افراد با ویژگی‌های فوق ذکر انتخاب گردیدند. توزیع جمعیتی نمونه آماری در جدول ۱، بر اساس تقسیم‌بندی مناطق شهر یزد که در شکل ۳ می‌باشد ارائه شده است.

جدول شماره ۱. توزیع شهروندان در اجرای پیمایش بر اساس مناطق مختلف شهر یزد

مناطق شهر	تعداد پاسخ‌دهنده
لب خندق	۲۰
شیخداد	۲۹
فهادان	۶۸
خواجه خضر	۱۵
مجاهدین	۲۰
آتشکده	۲۴
گازرگاه	۲۴

بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، پنج عامل مقادیر ویژه بالاتر از یک داشتند. تعیین تعداد عامل‌ها از معیار کیسرها استفاده شده است؛ بنابراین در مرحله بعد برای استخراج عامل‌هایی که بامعنا بوده و به احتمال زیاد زیربنای آزمون را تشکیل می‌دهد عمل پردازش فقط برای استخراج پنج عامل ادامه داده شد. برای تعیین اینکه هر متغیر (شاخص فرعی) بر روی کدام عامل نشسته است فقط شاخص‌هایی انتخاب شد که حداقل بار عاملی بالایی بر روی عامل‌های دیگر نداشته باشد. از ۴۲ شاخصی که در مرحله اول شناسایی شدند، در تحلیل عاملی تنها ۲۲ شاخص بار عاملی بالای ۰/۴ را داشتند که با در نظر گرفتن عوامل و شاخص‌هایی که بر روی آن‌ها بار شده‌اند و با توجه به میزان همبستگی هر یک از شاخص‌ها عناوین مناسبی را برای هر یک از آن‌ها انتخاب شد. سپس برای شناسایی متغیرهای مربوط به هر عامل و نیز به منظور تفسیرپذیر نمودن عامل‌ها، چرخش عاملی به شیوه وریماکس استفاده گردید که در جدول ۴ قابل مشاهده است.

جدول شماره ۴. شناسایی مؤلفه‌های متغیر مستقل و وابسته با استفاده از نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی

مقدار آفا	واریانس تجمعی	درصد واریانس	مقدار ویژه	بارهای عاملی	گزاره‌ها KMO:0/825 BTS:831/290 DF:231 SIG:0/000	نام متغیر
۰/۸۲۰	۳۱/۵۷۹	۳۱/۵۷۹	۶/۹۴۷	۰/۶۷۱	استفاده مناسب از امکانات شهری و احترام به قوانین	عامل اول:
				۰/۶۶۸	رعایت قوانین رسمی حاکم بر جامعه	وظایف شهروندی
				۰/۶۶۴	توجه به منافع و مصالح عمومی و استفاده صحیح از آن‌ها	
				۰/۶۱۳	احترام به بناهای تاریخی و استفاده از آن بدون صدمه زدن	
				۰/۵۹۷	رفتارهای شهروندی در مکان‌های تاریخی و گردشگری	
۰/۷۹۲	۴۰/۰۹۴	۸/۵۱۷	۱/۸۷۱	۰/۵۸۲	احساس مسئولیت‌پذیری در ارتباط با دیگران در سطح جامعه	عامل دوم:
				۰/۵۱۳	فرهنگ زندگی اجتماعی و شهرنشینی در شهر تاریخی	سواد فناوری
				۰/۷۷۷	توانایی استفاده از فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات	
				۰/۷۱۴	استفاده از خدمات آنلاین جهت انجام کارهای روزانه	
۰/۷۶۳	۴۸/۰۲۹	۷/۹۳۶	۱/۸۴۱	۰/۶۲۲	میزان تمایل به یادگیری دانش گردشگری بامطالعه	
				۰/۵۶۸	میل به دانستن و یادگیری	
				۰/۷۱۷	وضعیت سلامت فکری، جسمی و روانی	عامل سوم:
				۰/۵۸۸	راست‌گویی و صداقت در گفتار و رفتار	تفکر هدفمند
				۰/۵۱۷	آینده‌نگری و انگیزه برای زندگی خوب با توجه به اهداف	
۰/۶۵۷	۵۴/۰۶۴	۳۳/۰۱۶	۱/۸۳۱	۰/۴۷۷	داشتن برنامه‌ریزی و اولویت‌بندی برای رسیدن به اهداف	
				۰/۴۱۹	توان ریسک کردن و در نظر گرفتن احتمالات	
				۰/۵۷۳	توان تأثیر متقابل و تعامل فردی و اجتماعی	عامل چهارم:
				۰/۴۷۷	هویت مجازی و رفتارهای شخصی	مشارکت اجتماعی
۰/۶۴۸	۵۹/۰۵۶	۴۶/۰۱۶	۱/۸۲۱	۰/۴۴۸	توانایی فهم و شرح عقاید در رسانه‌ها	
				۰/۴۱۲	شناخت پیشینه تاریخی شهر خود و جامعه جهانی	
				۰/۶۵۶	به‌روز بودن و آگاهی از مسائل روز	عامل پنجم:
۰/۶۳۱	۵۹/۰۵۶	۴۶/۰۱۶	۱/۸۱۱	۰/۴۵۸	آگاهی نسبت به رویدادهای جهانی (سیاسی و گردشگری و ...)	آگاهی جهانی

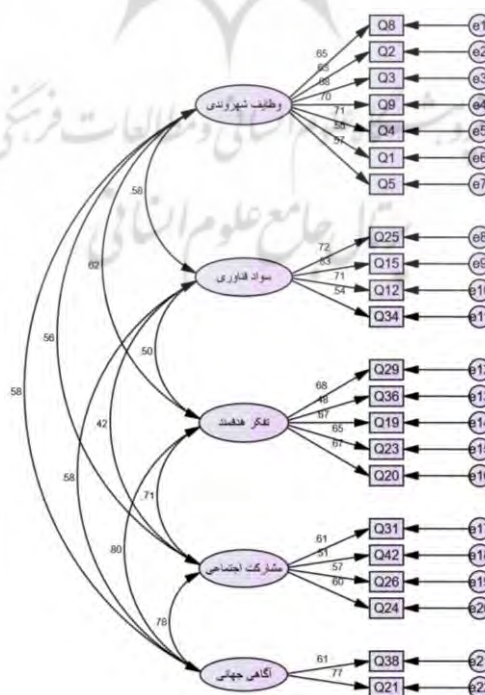
پس از بررسی بارهای عاملی باید نسبت به برازش داده‌های گردآوری‌شده با مدل مفهومی پژوهش نیز اطمینان حاصل شود. معمولاً برای ارزیابی برازندگی مدل‌های ساختاری از آزمون مجذور کای استفاده می‌شود که وابسته به حجم نمونه و برای حجم نمونه بین ۷۵ تا ۲۰۰ مورد منطقی است (حنفی زاده و همکاران، ۱۳۹۰). علاوه بر این آزمون، شاخص‌های

دیگری نیز وجود دارد که اگرچه مبتنی بر مقدار مجذور کای هستند، لیکن اثر حجم نمونه در آن‌ها تعدیل شده است و برای ارزیابی مدل‌های ساختاری قابل استفاده می‌باشند. با توجه به این نتایج می‌توان گفت مدل شهروندی در توسعه گردشگری شهری قابل برازش و کاربرد است. به عبارت دیگر، داده‌های مشاهده شده تا میزان زیادی منطبق بر مدل مفهومی پژوهش بوده است. جدول ۵ نشان می‌دهد که تمامی مشخصه‌های برازندگی در سطح قابل قبولی هستند، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و گویه‌های این مقیاس با سازه زیربنایی همسو هستند.

جدول شماره ۵. شاخص‌های برازش مدل مفهومی شهروندی

شاخص‌های برازش	معیار برازش عالی	معیار برازش قابل قبول	نتیجه
مربع خی تقسیم بر درجه آزادی (x2/df)	< ۳	< ۵	عالی
ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)	< ۰/۰۸	< ۰/۱۰	عالی
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	> ۰/۹۵	> ۰/۹۰	قابل قبول
شاخص نکویی برازش (GFI)	> ۰/۹۵	> ۰/۹۰	قابل قبول
شاخص نکویی برازش تطبیقی (AGFI)	> ۰/۹۰	> ۰/۸۵	عالی

همان‌گونه که در شکل ۴ قابل مشاهده است، در مدل تحلیل عاملی تأییدی شهروندی در توسعه گردشگری شهری تمامی ضرایب مسیر معنادار است. علاوه بر این، تنها یک مورد از ضرایب مسیر بین سؤالات و عوامل دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵ (سؤال ۳۶) و بقیه دارای ارزش‌های بالاتر از ۰/۵ هستند.



شکل شماره ۴. مدل ساختاری تحلیل عاملی تأییدی عوامل مؤثر بر ویژگی‌های شهروندی

بیضی‌ها، متغیرهای مکنون یا عامل‌ها و مستطیل‌ها مواد پرسشنامه مربوط به شهروندی را نشان می‌دهد. پیکان‌های یک‌سویه از بیضی‌ها به مستطیل‌ها نشان می‌دهد که گویه‌ها روی کدام عامل بار می‌گیرند، ارزش‌های نوشته‌شده روی پیکان‌ها، آن میزان از واریانس گویه‌ها را که از سوی عامل قابل توضیح است، نشان می‌دهد. پیکان‌های کوچک واریانس باقیمانده (خطا) را نشان می‌دهد که به‌وسیله عامل تبیین نمی‌شود. پیکان‌های دوسویه، همبستگی میان عامل‌ها را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

مشارکت فعالانه شهروندان نشان‌دهنده راه رسیدن به توسعه گردشگری شهری است و این مشارکت بین مسئولان، مدرسان، مدیران، کارکنان شهری، طرح‌ها و استراتژی‌ها برای تشویق خلق ارزش و رشد فردی و انسجام اجتماعی به‌واسطه توسعه توانایی‌های انسانی همه شهروندان را ایجاد می‌کند. نتایج این پژوهش مشخص می‌کند که مؤلفه‌های شهروندی در جهت توسعه گردشگری شهری را می‌توان در پنج عامل دسته‌بندی کرد که این پنج عامل ۵۹/۰۵۶ درصد از واریانس کل مدل شهروندی در مسیر توسعه گردشگری شهری را تبیین می‌نمایند.

نتایج به‌دست‌آمده از مطالعات میدانی در تحلیل شاخص‌های شهروندی از نظر شهروندان در شهر یزد نشان داد:

۱) اولین عامل، وظایف شهروندی است که این عامل به‌تنهایی ۳۱/۵۷۹ درصد از کل واریانس مدل شهروندی را به خود اختصاص داده که نشان می‌دهد عامل وظایف شهروندی به‌عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عامل شهروندی در توسعه گردشگری است. در وظایف شهروندی، «انسان» به مثابه «شهروند» باید به وظایفی عمل نماید که این وظایف در نتیجه منافع، مصالح، اخلاق و سیاست‌ها و در یک کلام عقل جمعی و عمومی است و دولت به مثابه شخصیتی حقوقی، نماینده مشروع و مقبول آن اجتماع است که نقشی محوری در ترسیم آن تکالیف دارد. نتایج پژوهش مهدوی و عاشوری (۱۳۹۳) بیانگر این است که عمل به وظایف شهروندی بر ارتقای فرهنگ شهروندی تأثیر دارند که این نشان می‌دهد با افزایش فرهنگ شهروندی می‌توان شکل و روح جدیدی به توسعه گردشگری شهری بخشید.

۲) عامل دوم داشتن سواد فناوری در استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است که ۸/۵۱۵ درصد واریانس کل شهروندی را به خود اختصاص می‌دهد. فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) نقشی دوسویه در زمینه سواد فناوری ایفا کرده است. ابتدا خود ایجادکننده بسیاری از فرآیندها از جمله جهانی‌شدن بوده است و سپس خود ابزاری برای رشد و استفاده از این فرآیند شده است. از این‌رو آینده تربیت به‌طورجدی متأثر از فناوری خواهد بود. تحول و دگرگونی در فناوری اطلاعات و فرآیندهای تولید آن تأثیر مهاجرت‌های انبوه و تغییرات عظیم اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و گسترش محدودیت‌های دانش بشری نگرش و طرز تلقی جدید و کسب دانش جدیدی را اقتضا می‌کند. لذا در سالی‌های اخیر مفهوم شهروندی تغییر یافته و از تأکید بر شهروند هوشمند که اشاره به حقوق و وظایف هر یک از اعضای جامعه دارد به‌سوی مدل همگانی‌تر، یعنی عضو جامعه جهانی که مبتنی بر حقوق و وظایف جهانی است سوق یافته است. فلاح و قره‌خانی (۱۳۹۶) و کابانیان (۲۰۱۷) در پژوهش خود از عامل فناوری اطلاعات به‌عنوان بازیگری اثرگذار در افزایش رضایت گردشگران نام برده‌اند. پس سواد فناوری شهروندان و همچنین استفاده از فناوری اطلاعات در شهرهای گردشگری می‌تواند شهر را به سمت توسعه گردشگری سوق دهد.

۳) سومین عامل شهروندی در توسعه گردشگری شهری عامل دست‌یابی به تفکر هدفمند است. این عامل ۷/۹۳۶ درصد واریانس کل را به خود اختصاص داده است. تفکر هدفمند لازمه دوراندیشی و درک اثر تصمیم‌های حال بر آینده می‌باشد. وضعیت آینده گرچه ممکن است با وضع موجود متفاوت باشد، اما تفکر هدفمند باید خروجی چیزی‌هایی را که معمولاً «آینده‌پژوهی» یا «چشم‌انداز هدفمند» نامیده می‌شود، در نظر بگیرد. یک متفکر هدفمند برای گذشته و حال به‌عنوان

بخشی از ورودی‌های که بر آینده تأثیرگذارند، ارزش قائل می‌شود. نتایج پژوهش زارع و نهروانیان (۱۳۹۵) و کرمزی و همکاران (۲۰۱۵) نشان می‌دهد تفکر هدفمند به‌عنوان توانمندی و قابلیت اثرگذار بر سبک تصمیم‌گیری و سبک‌های حل مسئله، می‌باشد که منطبق با شاخص‌های استخراج در این پژوهش است.

۴) عامل مشارکت اجتماعی چهارمین عامل شهروندی در توسعه گردشگری شهری می‌باشد که این عامل ۶/۰۳۴ درصد واریانس کل را به خود اختصاص داده است. ارسطو، جامعه سیاسی را یک جامعه اخلاقی می‌داند که در آن شهروندان از طریق مشارکت پیشرفت می‌کنند. شهروندی مغایر با بی‌تفاوتی است، آن‌یک وظیفه و تعهد است که هم به نفع جمعی و هم به نفع شخصی توجه دارد. مشارکت تنها این نیست که فرد در نقش رأی دادن ظاهر شود، بلکه در فرآیند شهروندی باید نقش راهبردی داشته و اشاعه دهنده فرهنگ مسئولیت‌پذیر باشد. مشارکت اجتماعی در این پژوهش نشان‌دهنده توان تأثیر متقابل و تعامل فردی و اجتماعی شهروند می‌باشد. نتایج پژوهش نیازی و همکاران (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که آگاهی از حقوق شهروندی متأثر از مشارکت اجتماعی شهروندان در اجتماع می‌باشد که هم‌راستا با نتایج به دست آمده از شاخص‌های عامل مشارکت اجتماعی در این پژوهش می‌باشد.

۵) آخرین عامل شهروندی که در توسعه گردشگری شهری نقش دارد عامل آگاهی جهانی است که ۴/۹۹۳ درصد واریانس کل را به خود اختصاص داده است که مربوط به اطلاع شهروند از مسائل داخلی و جهانی در مورد گردشگری می‌باشد. شاخص‌های استخراج شده از این عامل نشان‌دهنده لزوم آگاهی شهروند در مورد گردشگری می‌باشد که می‌تواند شهروند را در جهت توسعه گردشگری شهری هدایت نماید. قنبری و شجاع‌وند (۱۳۹۴) در پژوهش خود در مورد میزان اطلاعات مردم از گردشگری به جنبه نگرش مردم به بعد اقتصادی گردشگری اشاره کرده‌اند که هم‌راستا با شاخص آگاهی نسبت به رویدادهای گردشگری می‌باشد.

نتایج حاصل از آزمون تحلیل عاملی تأییدی مدل شهروندی نشان داد که این مدل قابل برازش و کاربرد می‌باشد و از روایی و پایایی کامل و بسیار خوبی برخوردار است. در مجموع، در این پژوهش، پنج عامل شناسایی شدند و توسط ۲۲ معیار موردسنجش قرار گرفتند. با توجه به ظرفیت بالقوه توسعه گردشگری شهری در شهر یزد و همچنین آگاهی سازی شهروندان از فرهنگ شهروندی پیشنهادهای زیر مطرح می‌گردد:

- ❖ درزمینه عامل وظایف شهروندی پیشنهاد می‌شود با تشکیل کمیته‌ای از افراد متخصص و صاحب‌نظر در امر گردشگری با عنوان «کمیته مشورتی برای توسعه گردشگری شهر» به تدوین این وظایف پرداخته شود و دستگاه‌های فرهنگی با برگزاری کلاس‌های آموزشی و تبلیغات، به فرهنگ‌سازی این موارد بپردازند.
- ❖ درزمینه سواد فناوری پیشنهاد می‌شود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله اتصال پرسرعت به شبکه جهانی اینترنت در اماکن گردشگری جهت رفاه حال گردشگران داخلی و خارجی فراهم شود.
- ❖ جهت آشنایی مردم شهر یزد و همچنین گردشگران خارج از استان و کشور با پیشینه تاریخی و مکان‌های گردشگری شهر یزد اقدام به راه‌اندازی پرتال‌هایی با امکان مشاهده سه‌بعدی این اماکن و توضیحاتی در مورد آن شود.
- ❖ درزمینه مشارکت اجتماعی پیشنهاد می‌شود دستگاه‌های مربوطه حیطه گردشگری با همکاری مردم شهر اقدام به راه‌اندازی نمایشگاه‌های صنایع‌دستی و همچنین معرفی اماکن گردشگری شهر بنمایند.
- ❖ جهت احترام به بناهای تاریخی شهر و استفاده از آن‌ها بدون صدمه زدن پیشنهاد می‌شود گذرهای پیاده با امکان دسترسی راحت به این اماکن و کف‌سازی‌های مطلوب ایجاد شود.
- ❖ جهت رفاه حال گردشگران داخلی و خارجی در شهر یزد پیشنهاد می‌شود علاوه بر احداث اماکن اقامتی و پذیرایی، سفره‌خانه‌های سنتی و سایر امکانات رفاهی، امکان رزرو آن‌ها به صورت اینترنتی فراهم شود.

- ❖ از تجارب شهرها و کشورهای که در زمینه توسعه گردشگری شهری پیشرو هستند، با اعزام افراد علاقه‌مند در این زمینه به آن کشورها جهت فراگیری این تجارب استفاده شود.
 - ❖ پیشنهاد می‌شود جهت جلوگیری از آسیب رسیدن به امکان تاریخی و گردشگری توسط وسایل نقلیه و همچنین امنیت بیشتر گردشگران شبکه دوچرخه‌سواری جهت سهولت دسترسی به این اماکن گسترش یابد.
 - ❖ در زمینه افزایش دانش گردشگری می‌توان به توسعه نیروی انسانی کارآمد و آشنا به زبان‌های بین‌المللی با برگزاری کارگاه‌های آموزشی تخصصی بین‌المللی و دعوت از اساتید مطرح بین‌المللی اشاره کرد.
- بی‌شک چالش‌های موجود در امر توسعه گردشگری شهر یزد جدای از چالش‌های موجود در سطح کشور نیست اما نیازی که شهر یزد به توسعه دارد بیش از سایر مناطق کشور است و این موضوع می‌بایست به دغدغه اصلی مسئولین کشوری و استان تبدیل شود، در این میان صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از محرک‌های قوی پیشرفت اقتصادی می‌تواند راحت و آسان‌تر در شهر یزد به ثمر بنشیند.

منابع

- ۱) اذانی، مه‌ری؛ حاتمی، مجتبی؛ حاتمی، حسین (۱۳۹۰) تحلیلی بر فرهنگ شهروندی در شهر یزد، مجله برنامه‌ریزی فضایی، تابستان ۱۳۹۰، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۱۰۲-۸۱.
- ۲) آقاجانی، حمید و ازکیا، مصطفی (۱۳۹۴) تحلیل جامعه‌شناختی تأثیرات صنعت گردشگری بر توسعه منطقه‌ای استان گیلان (مورد مطالعه: شهرستان رشت)، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، پاییز ۱۳۹۴، دوره ۷، شماره ۴، صص. ۲۸-۷.
- ۳) بدیعی، فرناز؛ ابراهیمی، عبدالحمید؛ دیده‌خانی، حسین (۱۳۹۵) شناسایی و رتبه‌بندی راهکارهای توسعه گردشگری پزشکی (مطالعه موردی استان گلستان)، مجله تحقیقات بازاریابی نوین، زمستان ۱۳۹۵، دوره ۶، شماره ۴، صص. ۳۶-۲۵.
- ۴) جهانیان، رمضان و قریسی سید مرتضی (۱۳۹۷) بررسی رابطه رفتار شهروندی سازمانی با مدیریت دانش، فصلنامه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، بهار ۱۳۹۷، دوره ۱۳، شماره ۲، صص. ۶۰-۴۷.
- ۵) حاتمی نژاد، حسین و شریفی، امیر (۱۳۹۴) بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج)، نشریه گردشگری شهری، بهار ۱۳۹۴، دوره ۲، شماره ۱، صص. ۷۴-۶۱.
- ۶) حاضری، علی‌محمد و خلیلی، علی (۱۳۹۳) بررسی آموزش شهروندی در برنامه درسی آشکار نهاد آموزش رسمی ایران، دو فصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، بهار و تابستان ۱۳۹۳، دوره ۱، شماره ۳، صص. ۱۴۹-۱۳۱.
- ۷) حنفی زاده، پیام؛ رحمانی، آرزو؛ خدمتگزار، حمیدرضا (۱۳۹۰) روش‌های تحقیق ساختارهای چند بعدی، چاپ اول، تهران: انتشارات ترمه.
- ۸) زارع اشکذری، سید محمد؛ سقایی، محسن؛ موسوی، میر نجف؛ مختاری ملک‌آبادی، رضا (۱۳۹۴) عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی (مورد شناسی: شهر یزد)، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، زمستان ۱۳۹۴، دوره ۵، شماره ۱۷، صص. ۲۰۸-۱۸۹.
- ۹) زارع، حسین و نهروانیان، پروانه (۱۳۹۵) تاثیر دوره آموزشی تفکر انتقادی بر سبک‌های تصمیم‌گیری و سبک‌های حل مسئله، دو فصلنامه راهبردهای شناختی در یادگیری، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، دوره ۴، شماره ۹، صص. ۳۱-۱۳.
- ۱۰) سند گل، مهدی و شریفی‌نیا، زهرا (۱۳۹۵) بررسی موانع و مشکلات توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان قائم‌شهر)، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، زمستان ۱۳۹۵، دوره ۲۵، شماره ۱، صص. ۸۳-۷۱.
- ۱۱) شاطریان، محسن؛ غلامی، یونس؛ میرمحمدی، محمد (۱۳۹۶) ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری پایدار شهری (مطالعه موردی «شهر کاشان»)، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، پاییز ۱۳۹۶، دوره ۱۷، شماره ۴۶، صص. ۲۱۴-۱۹۵.
- ۱۲) فلاح تفتی، حامد و قره‌خانی، آزاده (۱۳۹۶) تحلیل تاثیر ابعاد فناوری اطلاعات بر رضایت گردشگران و عملکرد مالی بازیگران در صنعت گردشگری، فصلنامه گردشگری و توسعه، زمستان ۱۳۹۶، دوره ۶، شماره ۴، صص. ۸۱-۶۴.
- ۱۳) قنبری، ابوالفضل؛ درخشان، الهام؛ صالحی، سید موسی؛ احمدی نصرآباد سفلی، الله داد (۱۳۹۶) بررسی اثرات گردشگری

- شهری بر کیفیت زندگی شهروندان (مطالعه موردی: شهر یاسوج)، فصلنامه گردشگری و توسعه، بهار ۱۳۹۶، دوره ۶، شماره ۱، صص. ۲۳-۴۴.
- ۱۴) قنبری، ابوالفضل و شجاعی وند، بهمن (۱۳۹۴) بررسی نگرش مردم نسبت به توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی مناطق ۷ و ۱۰ تبریز)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، زمستان ۱۳۹۴، دوره ۳۰، شماره ۴، صص. ۱۶۸-۱۸۵.
- ۱۵) کاظم پور، لقمان (۱۳۹۶) سیر تحول مفهوم شهروندی در دوران باستان، ماهنامه پژوهش‌های تاریخی، اجتماعی و سیاسی، بهار ۱۳۹۶، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۱۱۷-۱۳۰.
- ۱۶) کمانداری، محسن و مستوفی‌الممالکی، رضا (۱۳۹۵) بررسی و تحلیل فضای گردشگری شهری به منظور ارائه مسیرهای ویژه گردشگری (مورد شناسی: شهر کرمان)، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، بهار ۱۳۹۵، دوره ۶، شماره ۱۸، صص. ۱۳۵-۱۵۲.
- ۱۷) ملکیان، محمود؛ ایزدی، محمد سعید؛ سبحان اردکانی، سهیل (۱۳۹۵) اهمیت فضاها‌های همگانی شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: منطقه یک شهر همدان)، فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط‌زیست، زمستان ۱۳۹۵، دوره ۱۵، شماره ۳، صص. ۲۵۵-۲۳۷.
- ۱۸) مهدوی، سیدمحمد صادق و عاشوری، علی (۱۳۹۳) بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی موثر بر ارتقاء فرهنگ شهروندی (مورد مطالعه: شهر بوشهر)، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، پاییز ۱۳۹۳، دوره ۶، شماره ۴، صص. ۲۳-۳۶.
- ۱۹) نیازی، محسن؛ بهرامی، ولی؛ سخایی، ایوب؛ حسین‌زاده، سیدسعید (۱۳۹۶) فرا تحلیل تأثیر مشارکت اجتماعی بر میزان آگاهی از حقوق شهروندی، دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، بهار و تابستان ۱۳۹۶، دوره ۲، شماره ۴، صص. ۱۷-۴۵.
- ۲۰) هومن، حیدر علی (۱۳۹۵) مدل‌سازی معادلات ساختاری، چاپ هفتم، تهران: انتشارات سمت.
- 21) Alexander, Don. & Tomalty, Ray. (2014) Smart Growth and Sustainable Development: Challenges, Solutions, and Policy Directions, Local Environment, Vol.7, No.4, pp. 397-409.
- 22) Ambroz, Milan. (2016) Attitudes of Local Residents Towards The Development Of Tourism In Slovenia: The Case Of The Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana Regions, Anthropological Notebooks, Vol.14, No.1, pp. 63-79.
- 23) Bock, Kerstin. (2015) The Changing Nature of City Tourism and Its Possible Implications for the Future of Cities, European Journal of Futures Research, Vol.3, No.20, pp. 1-8.
- 24) Cesario, Sandra. (2017) What Does it Mean to Be a Global Citizen?, Nursing for Women's Health, Vol.21, No.1, pp. 59-63.
- 25) Jöreskog, Karl. & Sörbom, Dag. (1989) LISREL-7 User's Reference Guide, Edition 1, Publisher Mooresville, IN: Scientific Software.
- 26) Kirmizia, Fatma. Susar. & Saygib, Ceren. & Yurdakalc, Ibrahim. Halil. (2015) "Determine The Relationship Between The Disposition of Critical Thinking and The Perception About Problem Solving Skills", Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 191, No.2, pp. 657-661.
- 27) Li, Kevin. X. & Jin, Mengjie. & Shi, Wenming. (2018) Tourism as an Important Impetus to Promoting Economic Growth: A Critical Review, Tourism Management Perspectives, Vol. 26, pp. 135-142.
- 28) Postma, Albert. & Buda, Dorina. Maria. & Gugerell, Katharina. (2017) The Future of City Tourism, Journal of Tourism Futures, Vol.3, No.2, pp.95-101.
- 29) Qian, Jianwei. & Shen, Huawen. & Law, Rob. (2018) Research in Sustainable Tourism: A Longitudinal Study of Articles between 2008 and 2017, Sustainability, Vol.10, No.3, pp.1-13.
- 30) Steenkamp, Jan-Benedict E.M. & Van Trijp, Hans. C.M. (1991) The Use of LISREL in Validating Marketing Constructs, International Journal of Research in Marketing, Vol.8, pp. 283-299.
- 31) Teh, Lydia & Cabanban, Annadel S. (2017). Planning for Sustainable Tourism in Southern Pulau Banggi: an Assessment of Biophysical Conditions and Their Implications for Future

- Tourism Development, Journal of Environmental Management, Vol.85, No.4, pp.999-1008.
- 32) Tokarchuk, Oksana. & Gabriele, Roberto. & Maurer, Oswin. (2017) Development of City Tourism and Well-Being of Urban Residents, Tourism Economics, Vol.23, No.2, pp.343-359.
- 33) Wang, Song-Mao. & Fang, Liang-Yan. & Deng, Feng. (2014) Research on the Evaluation Model of Urban Tourism Management Efficiency with Uncertain Linguistic Information, Journal of Control Science and Engineering, Vol.4, No.1, pp.1-4.

