



انجمن علمی گردشگری ایران

تبیین و ارائه مدل کارکرد و توسعه کیوتوریسم در گردشگری پایدار (مورد مطالعه: مجموعه شیخ صفی، شهر اردبیل)

محمدرضا ربیعی مندجین^۱، محمد علیزاده^۲، حسن اروچی^۳

DOI:10.22034/jtd.2021.247787.2130

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۲۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۰

چکیده

کیوتوریسم فناوری مرتبط با کاربرد کیوارکدها در فعالیت‌های گردشگری است. در این فناوری، داده‌ها و اطلاعات لازم در خصوص جاذبه‌های گردشگری یک ناحیه در داخل کیوارکدها ذخیره می‌شوند و گردشگران از طریق فناوری‌های هوشمند از آن‌ها استفاده می‌کنند. در سال‌های گذشته، استفاده از فناوری در مکان‌های مهم گردشگری کشور رواج یافته و مجموعه تاریخی بین‌المللی شیخ صفی در شهر اردبیل، در دو سال گذشته، از کیوارکدها در داخل مجموعه استفاده کرده است. مسئله مهم در این فناوری کارکردها و کیفیت طرح کیوتوریسم و پیامدهای آن در توسعه گردشگری و تبیین این تأثیرات در قالب چهارچوب و مدل است. بر همین اساس، هدف اصلی این پژوهش تدوین و ارائه مدلی برای تبیین کارکرد و تأثیرات کیوتوریسم بر مبنای توسعه گردشگری پایدار است. برای این منظور، ابتدا میزان رضایت گردشگران از مجموعه و ویژگی‌ها و بخش‌های گوناگون طرح کیوتوریسم و میزان تأثیرات آن در ۲۲۴ گردشگر ورودی به مجموعه شیخ صفی، از طریق آزمون‌های آماری، ارزیابی شد و سپس با کمک مدل تحلیلی کیو براساس دیدگاه ۱۵ تن از کارشناسان حوزه کیوتوریسم، الگوهای فکری شناسایی و تحلیل شدند و در نهایت، با تحلیل کیفی مجموعه اطلاعات حاصله، مدل پیشنهادی ارائه شد. مدل پیشنهادی شامل هشت مؤلفه اصلی یکپارچه‌سازی کیوتوریسم، ترکیب تورگردانی مجازی و حقیقی، فرهنگ‌پذیری کیوتوریسم، تنوع‌سازی عملکرد کیوتوریسم، نفوذ کیوتوریسم در سیستم گردشگری، ارزیابی تطبیقی کیوتوریسم، ترکیب با دیگر فناوری‌ها و تطبیق آن با حوزه نفوذ گردشگری است.

واژه‌های کلیدی:

کیوتوریسم، گردشگری الکترونیک، مجموعه شیخ صفی، کیوارکد، روش کیو

مقدمه

و بسیاری از محققان درباره آن‌ها تحقیق و بررسی کرده‌اند (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳). شهرها مرکز تجمع و تراکم قدرت سیاسی و اقتصادی‌اند (موحد و همکاران، ۱۳۹۰). از مهم‌ترین اقداماتی که با هدف ارتقای شهری می‌تواند انجام شود، مجهز کردن شهر و اماکن شهری به فناوری روز دنیا در عین حفظ چهره سنتی آن‌هاست. در سال‌های گذشته، از فناوری‌های گوناگونی برای مدیریت و توسعه خدمات‌رسانی به فعالیت‌های گردشگری در شهرها استفاده شده است که یکی از این فناوری‌ها استفاده از فناوری کیوارکدها^۴ در فعالیت‌های گردشگری است

در دهه اخیر، با توسعه سخت‌افزارها و نرم‌افزارها، دیدگاه استفاده از محیط مجازی و دنیای وب نیز در بیشتر فعالیت‌ها به‌ویژه گردشگری در حال تغییر است (Kenteris et al., 2010) و در مناطق گوناگون، از فناوری‌های الکترونیکی در گردشگری از جمله سه‌بعدی‌سازی محیط گردشگری (Buyukozkan & Ergu, 2011) و سیستم‌های هوشمند الکترونیک (Gartner et al., 2010: 21) استفاده شده است. از دهه‌های گذشته، شهرها مهم‌ترین مقاصد گردشگری در بین گردشگران شناخته شده (Edwards et al., 2008: 1032)

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. دکتری گردشگری، مدرس دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۳. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران (نویسنده مسئول)؛ hassan.oroji@yazd.ac.ir

۴. QR Codes



یا نقشه تهیه شده و به صورت نرم افزار در بارکدها ذخیره شود تا گردشگران با اسکن بارکدها بتوانند اطلاعات کامل در خصوص مکان مورد بازدید را به دست آورند. گردشگران از طریق دابلود نرم افزار کیوتوریسم و نصب آن در گوشی موبایل یا دستگاه های مشابه و اسکن اطلاعات بارکدها از طریق گوشی می توانند، بدون نیاز به داشتن راهنما، اطلاعات جامعی از جاذبه ها به دست آورند (Fuchs et al., 2012: 34). شکل ۱ نحوه ثبت و اسکن داده ها از بارکدها را به صورت گرافیکی نشان می دهد:



شکل ۱: نحوه اسکن اطلاعات توسط نشانگر کیوتوریسم (ریاحی و اروجی، ۱۳۹۴)

که در این پژوهش با نام اختصاری کیوتوریسم^۱ یاد می شود. کیوتوریسم طرحی است که رویکرد آن اضافه کردن واقعیت افزوده به محیط های گردشگری است. در این فناوری، نشانگرها و بارکدهایی در نواحی و فضاهای گردشگری نصب می شوند (اروجی و همکاران، ۱۳۹۳) که این بارکدها حاوی اطلاعاتی جامع به صورت متن، صدا، تصویر، فیلم و غیره در خصوص جاذبه یا موارد دیگرند. این اطلاعات نیز باید با مطالعات زمینه یابی جامع انجام شوند. داده های مربوط به مکان می تواند به صورت متن، صدا، تصویر و فیلم و

دریافت و مسیرها و مکان های بعدی مورد بازدید خود در مجموعه را شناسایی کنند.

یکی از مسائل مهم در کیوتوریسم سنجش دامنه تأثیرات و روابط و پیوندهای بین کیوتوریسم با توسعه گردشگری یک منطقه است. از آنجاکه این فناوری در حوزه گردشگری پدیده ای نوپا به شمار می رود، درباره میزان تأثیرات مثبت یا منفی و حوزه نفوذ آن در رونق و توسعه گردشگری و نحوه پیوند آن با اجزای سیستم گردشگری بحث و گفت وگوهای بسیاری مطرح شده است (Fuchs et al., 2012).

در بحث استفاده از فناوری کیوتوریسم، باید به گردشگران خارجی نیز توجه کرد و با جمع آوری اطلاعات جامع جاذبه ها و سرمایه های گردشگری در این فناوری می توان مجموعه چشمگیری از داده ها را به گردشگران خارجی ارائه و زمینه ترویج آن را فراهم کرد. از اهداف مهم این پژوهش تبیین الگوهای فکری و ذهنی حاکم بر تأثیرات طرح کیوتوریسم در روند توسعه گردشگری و کیفیت آن به ویژه در مجموعه شیخ صفی است. دیدگاه ها و نگرش های متفاوتی به پیامدها و قدرت کیوتوریسم وجود دارند که می توانند همراه با رویکردهای مثبت و منفی باشند. بنابراین

در چند سال گذشته، موضوع استفاده از کیوارکدها در مدیریت فضاهای گردشگری کشور از جمله در تهران، زنجان و یزد مطرح شده است. مجموعه بین المللی شیخ صفی در شهر اردبیل نمونه ای از فضاهای گردشگری شهری و تاریخی است که در آن، طرح کیوتوریسم (البته نه به این نام) در چند سال گذشته برای کمک به توسعه گردشگری راه اندازی شده است. در این طرح، از زمان ورود به مجموعه شیخ صفی تا بخش های گوناگون، کیوارکدهایی روی نشانگرها یا مکان مناسبی از بخش های گوناگون مجموعه نصب شده است. مجموعه شیخ صفی دارای بخش ها و فضاهای گوناگون و متعددی است که هر یک دارای ویژگی ها و سرگذشت و داده های تاریخی متفاوتی است و همچنین بخش های این مجموعه به هم مرتبط اند و باید اطلاعات هر بخش زنجیروار و در پی هم و منظم ارائه شود. به همین منظور، در ورودی و خروجی مجموعه و همچنین بخش های گوناگون مجموعه، کیوارکدهایی نصب شده اند که گردشگران می توانند اطلاعات داخل بارکدها را از طریق گوشی های هوشمند اسکن کنند و دانش لازم درباره هر بخش را بدون نیاز به راهنمای گردشگری به صورت مجازی

۱. Qtourism: کیوتوریسم مخفف عبارت Quick Respond Codes for Tourism به معنای کدهای واکنش سریع در گردشگری است که در دهه گذشته در سطح جهانی و در چند سال اخیر در سطح کشور استفاده شده است. البته در ادبیات علمی جهانی، با عنوان «کیوارکدها در گردشگری» مطرح می شود، اما به منظور خلاصه سازی و همچنین واژه سازی های دقیق در ادبیات گردشگری، در این پژوهش، از اصطلاح «کیوتوریسم» استفاده شده است.



مورد بحث است. در مجموع، اجرای طرح کیوتوریسم شامل چند مرحله است: (۱) تعیین موضوع کیوتوریسم و قلمروی مکانی آن؛ (۲) جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات درباره جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری؛ (۳) تعبیه و ذخیره اطلاعات در کیوارکدها؛ (۴) تعیین مسیرهای نصب کیوارکدها براساس مسیر جاذبه‌های گردشگری؛ (۵) نصب کیوارکدها در نشانگرها یا روی مکان‌های گردشگری؛ (۶) تهیه نرم‌افزار کیوتوریسم و ارائه آن به گردشگران؛ (۷) اسکن اطلاعات داخل بارکدها توسط گوشی‌های هوشمند گردشگران از فواصل مختلف و (۸) ارائه اطلاعات و راهنمایی و مسیریابی گردشگری به گردشگران توسط کیوارکدها.

مطالعاتی در حوزه به‌کارگیری فناوری در گردشگری از جمله کیوارکدها در سطح جهان انجام شده است. از نمونه پژوهش‌های مرتبط با استفاده از کیوارکدها در گردشگری (کیوتوریسم) می‌توان به تحقیقات گارتتر و همکاران (2010) در زمینه به‌کارگیری ابزارهای الکترونیک در سه‌بعدی‌سازی محیط‌های گردشگری اشاره کرد. محقق این ابزارها را برای توسعه گردشگری مجازی و تصویرسازی واقعی برای گردشگران انجام داد. بر این اساس، این ابزارها کمک شایانی به جذب گردشگر و تصویر ذهنی مثبت گردشگران در منطقه کرده‌اند. کانادی و همکاران (2010) نقش اپلیکیشن کیوارکدها در توزیع مجازی مسافرت را بررسی کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که کیوارکدها تأثیر مهمی در ایجاد ارزش افزوده برای دسترسی به خدمات و امکانات دارند. بویوکوزکان و ارگو (2011) در تحقیق خود درباره کاربرد سیستم‌های هوشمند الکترونیک در گردشگری ترکیه به اثرات مثبت این ابزارها اشاره کرده‌اند. ایمک (2012) درباره تأثیر کیوارکدها در توسعه گردشگری ترکیه مطالعه کرده است و با کمک رویکرد توصیفی-تحلیلی، کاربردهای کیوارکدها در گردشگری موزه‌ها، جشنواره‌ها، فضاهای تاریخی و غیره را معرفی است. محقق به این نتیجه رسیده است که در ترکیه، این فناوری‌ها هنوز رایج نیستند؛ اگرچه مالکیت تلفن‌های همراه زیاد است، آگاهی از این روش‌ها هنوز کمتر از حد مطلوب است. الشتناوی^۱ (2012) تأثیرات استفاده از کیوارکدها در گردشگری مذهبی را بررسی کرده و شهر مکه را برای نمونه انتخاب کرده است. نتایج تأثیرات بالای کیوارکدها برای راهنمایی گردشگران و یافتن مکان‌ها و اطلاعات گردشگری را تأیید می‌کنند. فینو و همکاران (2013) گردشگری متقابل و دوسویه را براساس ترکیب فناوری وب ۲ و کیوارکدها معرفی کرده‌اند. در این پژوهش، نحوه دسترسی گردشگران به مجموعه اطلاعات چندکارکردی از طریق فناوری‌های نوین رایانه‌ای و کیوارکدها تشریح شده است. فهمی و العذب^۲ (2016) به موضوع ارزیابی میزان پذیرش فناوری کیوارکدها توسط گردشگران و ارائه مدل مطلوب پذیرش گردشگری پرداختند و تدوین این مدل در دو مرحله انجام شد. از نتایج جالب این مدل این است که درک مفهوم سودمندی و مطلوبیت را در گردشگری تسهیل

ضرورت دارد، به‌منظور تبیین اهمیت کیوتوریسم در توسعه گردشگری، این الگوهای فکری شناسایی و تحلیل شوند. اما در کنار این مسئله باید توجه داشت که به گردشگران، به‌منزله یکی از عناصر اصلی در سیستم گردشگری، باید بیش از سایر اجزا توجه شود. بنابراین لازم است میزان رضایت گردشگران از طرح، کیفیت طرح و همچنین ارزیابی آن‌ها از تأثیرات طرح تحلیل و بررسی شود. با این حال باید این مسئله مدنظر قرار گیرد که طرح کیوتوریسم، در مجموعه شیخ صفی، پدیده‌ای نوپا و جدید در سطح کشور بوده و به‌تازگی راه‌اندازی شده است و بدیهی است که باید تأثیرات و اثرگذاری آن در گردشگری ارزیابی شود. اما طبیعتاً برای استمرار هر طرحی باید عملکرد گذشته تا حال آن براساس رویکرد آینده‌نگری و آینده‌پژوهی ارزیابی شود. در رویکرد آینده‌پژوهی، با بررسی اطلاعات به‌دست‌آمده از اجزای درگیر در طرح کیوتوریسم و تحلیل تأثیرات و پیامدها در طول دوره اجرای طرح، پیش‌بینی چشم‌انداز آتی طرح در قالب مدل و چهارچوب مفهومی انجام می‌شود و در چهارچوب آینده‌نگری، محقق با سفر در زمان و قرارگرفتن در بازه زمانی پنج تا ده سال آینده، نتایج طرح کیوتوریسم را تحلیل و مدل بهینه را برای توسعه و حوزه نفوذ کیوتوریسم تدوین می‌کند. بنابراین هدف کلی در این پژوهش ارائه مدل مناسبی برای ارزیابی پیامدهای کیوتوریسم بر توسعه گردشگری و توسعه این فناوری است و بدین منظور لازم است میزان کیفیت بخش‌های گوناگون این طرح و نگرش‌های گردشگران و کارشناسان به این طرح و تأثیرات آن و همچنین الگوهای فکری حاکم بر تأثیرات این طرح تحلیل و تبیین شوند.

به این ترتیب سه پرسش اصلی پژوهش به شرح زیر است:

- ۱- عملکرد و کارکردهای طرح کیوتوریسم از دیدگاه گردشگران چگونه ارزیابی می‌شوند؟
- ۲- الگوهای فکری حاکم بر حوزه توسعه کیوتوریسم در مجموعه شیخ صفی کدام‌اند؟
- ۳- مدل مطلوب توسعه کیوتوریسم در مجموعه شیخ صفی کدام است؟

مروری بر ادبیات موضوع

در ابتدای توسعه مفهوم وب و اینترنت، توجه بیشتر محققان به مجازی‌کردن واقعیت‌ها بود. برای مثال، بیشتر به ایجاد سیستم رزرواسیون مجازی یا تأسیس موزه‌ای مجازی توجه می‌شد. این دیدگاه طی چند سال گذشته تغییر کرده و رویکرد جدیدی به بازار عرضه شده است و آوردن دنیای مجازی به واقعیت به‌جای بردن دنیای واقع به محیط مجازی را سبب شده است (بمانیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۷۲). کیوتوریسم نیز یکی از این فناوری‌های

1. Al-shatnavi

2. Mahrous & Al-azab

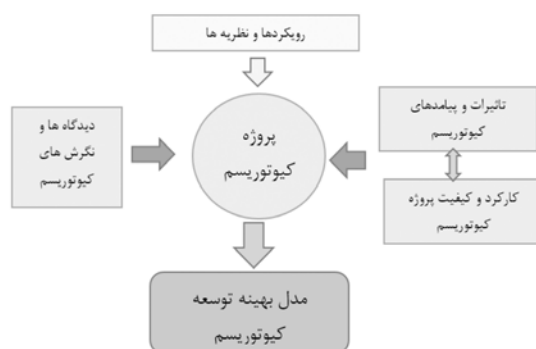


می‌کنند. این مطالعه بر اهمیت کیفیت اطلاعات ادراک‌شده در تأثیرگذاری درک گردشگر تأکید دارد. همچنین این مدل تأکید دارد که مدل می‌تواند با ارزش افزوده به مقصدهای گردشگری همراه باشد. پیلائی و همکاران (2017) کاربرد کیوارکدها در توسعه گردشگری را بررسی کردند. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه چندین فرصت برای اجرای کد کیوار وجود دارد، با مسائل متعددی مانند ناآگاهی از فناوری کد کیوار و غیره روبه‌روست. با این حال، پرداختن به این مسائل همراه با طراحی برنامه‌های ابتکاری برای استفاده از کدهای کیوار در گردشگری، پذیرش و استفاده از این برنامه‌ها را کاتالیز می‌کند. لو و همکاران (2017)، در پژوهشی، کاربرد کیوارکدها در تأمین رضایت گردشگران را بررسی کردند. این پژوهش تأیید می‌کند استفاده از فناوری پرداخت کد کیوار در گردشگری در رضایت معامله و رضایت فرد از مسافرت تأثیر می‌گذارد که این امر نشان می‌دهد این فناوری می‌تواند برای پیشرفت صنعت گردشگری استفاده شود. همچنین ویبانتو و آفریانتو (2018) موضوع کیوارکدها را در بحث امنیت و حمل‌ونقل بررسی کردند. نتیجه این تحقیق این است که جعل اسنادی که دارای کد کیوار هستند سخت‌تر است و می‌توان آن‌ها را سریعاً تأیید کرد. علاوه بر این، تی‌ال‌اس با رمزگذاری تمام جلسات ارتباطی، سرویس را تکمیل می‌کند. بنابراین، جلسه ارتباطات امنیت بیشتری دارد. همچنین سینی‌اوقلو (2019) در پژوهشی به ارزیابی کاربرد کیوارکدها در هتل پرداخته است. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد روش کیوارکد مزایا و معایب متعددی در گردشگری داشته و کیوارکدها اثرات و کاربردهای متعددی در مدیریت مقصدهای گردشگری و هتل‌های توریستی دارند.

در سطح داخلی، مطالعات معدودی انجام شده است که می‌توان به پژوهش شاورانی و همکاران (۱۳۹۲) اشاره کرد که به منظور بررسی مسیرهای گردشگری مجازی با استفاده از فناوری کیوتوریسم در جزیره کیش، مسیر دوچرخه‌سواری این جزیره را با این فناوری بررسی کردند. همچنین اروجی و همکاران (۱۳۹۳) مسیری را برای گردشگری مجازی با رویکرد کیوتوریسم در مناطق

تاریخی شهر شیراز طراحی کردند و به تشریح توسعه گردشگری براساس این رویکرد پرداختند. نتیجه این پژوهش طراحی تور گردشگری تاریخی برای اتصال فضاهای تاریخی شیراز مانند دروازه قرآن و شاه‌چراغ بود که باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه گردشگران و تقویت راهنمای تور مجازی و ترویج گردشگری شیراز می‌شود. ریاحی و اروجی (۱۳۹۴) طرح کیوتوریسم را در موضوع توسعه گردشگری روستایی بررسی کردند. در این تحقیق مشخص شد می‌توان مجموعه‌ای از سایت‌های گردشگری روستایی را با ترکیب فناوری داده‌های داوطلبانه وی‌جی‌آی^۲ و کیوتوریسم به هم پیوند داد و از این طریق در مدیریت زمان و هزینه گردشگران، افزایش بازدید گردشگران و نگه داشتن آن‌ها در روستا، مدیریت کسب‌وکارهای گردشگری روستایی و توسعه پایدار روستایی تأثیرگذار بود. همچنین اروجی و همکاران (۱۳۹۵)، برای مدیریت امنیت جنوب شرق کشور، مدل پیشنهادی ترکیبی وی‌جی‌آی و کیوتوریسم را ارائه دادند. در این فرایند، گردشگران ورودی به ناحیه و فعالان عرصه گردشگری، از طریق ابزارهای ارتباط از راه دور و دستگاه‌های مختلف دیگر، خطرات و تهدیدات را گزارش می‌کنند.

بررسی مجموعه پیشنهادی پژوهش در حوزه کیوارکدها نشان می‌دهد که در سطح بین‌المللی، در چندین پژوهش، به اهمیت و دامنه نفوذ کیوارکدها در گردشگری پرداخته شده که البته بیشتر بر تأثیرات کیوارکدها تأکید شده است. اما در سطح داخلی، میزان پژوهش‌ها محدود بوده و خلأ و کمبود پژوهشی در این حوزه وجود دارد که ضرورت بررسی موضوع کیوارکدها و روابط و تأثیرات آن‌ها در فعالیت‌ها و فضاهای گردشگری کاملاً محسوس است و از آنجایی که در تحقیقات خارجی نیز چندان به موضوع ارائه مدل توسعه و ارزیابی تأثیرات کیوارکدها در گردشگری پرداخته نشده است، ضرورت انجام این پژوهش دوچندان خواهد شد. در پایان، در شکل ۱، مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



۳- ارزیابی گزاره‌ها توسط کارشناسان: در این مرحله، کلیه کارت‌های حاوی گزاره‌ها به کارشناسان پژوهش ارائه شده و از آن‌ها خواسته شده است تا میزان موافقت یا مخالفت خود با گزاره‌ها را از مقدار ۴ تا ۴- مشخص کنند. اما ارزیابی کارشناسان به نمودار تعیین شده محدود است. در واقع کارشناسان، براساس میزان موافقت و مخالفت خود، هر کارت را در محل موردنظر روی نمودار داده شده به آن‌ها، همانند پازل، مرتب می‌کنند.

۴- شناسایی الگوهای فکری: پس از انجام ارزیابی‌ها، نتایج حاصل از نمودار وارد نرم‌افزار SPSS شد و از طریق آزمون تحلیل عاملی-اکتشافی در بخش مشارکت‌کنندگان و استفاده از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی و ماتریس هم‌بستگی، الگوهای فکری متفاوت شناسایی شدند.

۵- تجزیه و تحلیل الگوها: در پایان با بررسی و ارزیابی مجموعه نتایج، انواع الگوهای فکری معرفی و تحلیل شدند.

ب) جامعه آماری در بخش سنجش میزان رضایت گردشگران از طرح کیوتوریسم و تأثیرات آن در گردشگری شامل کلیه گردشگران ورودی به مجموعه شیخ صافی در نیم‌سال اول سال ۱۳۹۸ است؛ افرادی که از فناوری کیوارکدها فعالانه استفاده کردند. در این روش، نمونه‌گیری به شیوه تصادفی و از بین گردشگرانی انجام شد که از فناوری کیوارکدها در داخل این مجموعه استفاده کردند. به‌منظور تعیین حجم نمونه آماری، به دلیل در دسترس نبودن آمار دقیق از حجم جامعه آماری، از فرمول کوکران، بدون حجم جامعه، استفاده شده اس (فرمول ۱). در این فرمول، $Z2$ برابر با $1/96$ و مقادیر P و Q به ترتیب برابر با $0/3$ و $0/7$ و مقدار خطای مجاز $d2$ برابر با $0/06$ در نظر گرفته شده است. مشکل اصلی در این بخش محدود بودن حجم جامعه آماری پژوهش است. اگرچه مجموعه شیخ صافی پذیرای گردشگران داخلی و خارجی فراوانی است، با توجه به نوبت بودن طرح کیوتوریسم در این مجموعه، بسیاری از گردشگران ورودی به‌ویژه گردشگران داخلی، هیچ آگاهی و آشنایی‌ای با این فناوری ندارند و در مطالعات میدانی، استفاده نکردن یا ناآشنایی بیشتر گردشگران با این فناوری مشاهده است که بخشی از آن به دلیل ناآگاهی و بخشی نیز به دلیل تمایل نداشتن به

استفاده و یا ناتوانی در استفاده از کیوارکدهاست. به همین دلیل، این گروه از گردشگران را نمی‌توان نمونه آماری در نظر گرفت. از طرفی، به دلیل این که دسترسی به گردشگران آشنا با فناوری کیوارکدها سخت و محدود بود، با توجه به این محدودیت و متناسب با فرمول کوکران، حجم نمونه پژوهش برابر با $224/05$ محاسبه شد که در نهایت تعداد 224 گردشگر برای ارزیابی میزان رضایت از کیوتوریسم و تأثیرات این طرح انتخاب شدند و پرسش‌نامه‌های مرتبطی با ارزیابی میزان رضایت از کیوتوریسم و ارزیابی تأثیرات کیوتوریسم در گردشگری مجموعه شیخ صافی و شهر اردبیل تهیه و با کمک گردشگران منتخب تکمیل شدند.

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های این بخش، از تحلیل‌ها و آزمون‌های آماری با کمک نرم‌افزار SPSS و *listrel* استفاده شده است.

ج) مدل ارزیابی کیوتوریسم و توسعه آن، به‌منزله بخش مکمل و پیشنهادی پژوهش، به‌صورت کیفی و از طریق تجزیه و تحلیل کیفی محتوایی از دل مجموعه اطلاعات حاصله از دو بخش پیشین به‌دست آمده است.

یافته‌ها

الف) شناسایی و تحلیل الگوهای فکری حاکم بر

طرح کیوتوریسم

در ابتدای بخش نتایج، الگوهای فکری حاکم بر حوزه کیوتوریسم در توسعه گردشگری شناسایی و تحلیل شده‌اند. بدین‌منظور، از روش‌شناسی کیو استفاده شده است. در بین کارشناسان پژوهش، ۶۵ درصد آن‌ها مرد و مابقی زن بودند و بیشتر آن‌ها در رده سنی ۳۰ تا ۴۵ سال قرار داشتند. شغل بیشتر کارشناسان دولتی و مابقی محقق یا شغل آزاد داشتند. یک‌سوم کارشناسان محققان دانشگاهی با تحصیلات کارشناسی ارشد و دکتری بودند که سابقه مطالعه در حوزه کیوتوریسم را داشتند و نیمی از کارشناسان مربوط به عوامل تهیه طرح کیوتوریسم و مسئولان اداری و گردشگری استان اردبیل و شهر اردبیل و مدیریت مجموعه شیخ صافی بودند. براساس بررسی فضای گفتمان، گزاره‌های حاکم بر پژوهش شناسایی شدند و سپس میزان موافقت و مخالفت کارشناسان با این گزاره‌ها سنجیده شد. در جدول ۱، میانگین ارزیابی گزاره‌ها توسط کارشناسان نشان داده شده است:

جدول ۱: میانگین گزاره‌های مرتبط با تأثیر کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی در توسعه گردشگری

میانگین	گزاره	میانگین	گزاره
۴/۹۳	تأثیر مهم کیوارکدها در هدایت گردشگران به بخش‌های مختلف مجموعه در یک مسیر	۶/۴۰	کیوارکدهای مجموعه در موقعیت مناسب و در دسترس گردشگران نصب شده است.
۴/۴۷	کیوارکدها در کاهش تجمع گردشگران در بخشی خاص تأثیرات مهمی داشتند.	۶/۰۷	اندازه کیوارکدهای نصب شده در مجموعه مناسب است.
۴/۳۳	تأثیر مهم کیوارکدها در ایجاد تصویر ذهنی مثبت از مجموعه در ذهن گردشگران	۴/۸۰	کیفیت بالای اطلاعات و داده‌های ذخیره شده در کیوارکدها از مجموعه شیخ صفی
۳/۰۰	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش تعداد گردشگران ورودی علاقه مند به مجموعه	۴/۳۳	تنوع و گوناگونی اطلاعات داخل کیوارکدها قابل قبول و مناسب است.
۴/۷۳	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش توجه دولت و توسعه خدمات گردشگری در مجموعه	۴/۵۳	میزان به روز بودن و نوآوری اطلاعات داخل کیوارکدها قابل قبول و مناسب است.
۳/۴۰	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش علاقه گردشگران به سفر بدون نیاز به راهنما	۶/۵۳	تناسب اطلاعات و محتوای داخل کیوارکدها با مکانی که در آن نصب شده است.
۳/۱۳	تأثیر مهم ایجاد انگیزه در گردشگران برای مشارکت در امور گردشگری و ایده پردازی	۴/۴۷	قدرت کیوارکدها برای اسکن سریع اطلاعات در سطح مناسب و بالاست.
۳/۸۰	نقش کیوارکدها در ایجاد ترافیک در جلوی کیوارکدها و احتمال آسیب به جاذبه‌ها	۳/۰۷	قدرت اسکن اطلاعات و داده‌ها توسط کیوارکدها از فواصل دور مناسب است.
۴/۸۰	تأثیر مهم کیوارکدها در کاهش روابط بین گردشگران با راهنمایان و مسئولان	۳/۶۷	ترتیب قرارگیری و نصب کیوارکدها با توجه به بخش‌های مجموعه در یک مسیر خوب است.
۳/۷۳	تأثیر مهم کیوارکدها در عدم درک صحیح از ماهیت مجموعه به دلیل ضعف ارتباط اطلاعات بین کیوارکدها	۵/۴۰	میزان و قدرت کیوارکدها برای اطلاع رسانی و راهنمایی گردشگران مناسب است.
۳/۲۷	تأثیر مهم کیوارکدها در نارضایتی گردشگران از ورود فناوری نوین به مجموعه‌ای خاص	۵/۲۰	قابلیت مشاهده و دید کیوارکدها از دور توسط گردشگران مناسب است.
۲/۵۳	کیوارکدها در کاهش اشتغال به دلیل ورود این فناوری تأثیر مهمی داشتند.	۵/۴۰	وضعیت دسترسی گردشگران به کیوارکدها برای اسکن اطلاعات مناسب است.
۳/۰۷	کیوارکدها در افزایش آگاهی مردم بومی از بخش‌های مجموعه تأثیرات مهمی داشتند.	۳/۷۳	نحوه راهنمایی گردشگران برای استفاده از کیوارکدها در سطح قابل قبولی قرار دارد.
۳/۷۳	تأثیر کیوارکدها در افزایش حساسیت مردم و مسئولان در حفاظت از مجموعه	۵/۰۰	سطح حفاظت از کیوارکدها و حفظ امنیت آن‌ها قابل قبول است.
۳/۸۷	تأثیر کیوارکدها در افزایش ارتباط بین مردم با مسئولان در زمینه گردشگری	۴/۹۳	رنگ، شکل و طراحی بدنه نشانگرها و تابلوهای کیوارکدها مناسب است.
۱/۹۳	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش اشتغال و درآمد مردم شهر و فعالان گردشگری	۴/۵۳	کیفیت طراحی، شکل و گرافیک اطلاعات داخل کیوارکدها در سطح خوبی قرار دارد.
۴/۳۳	تأثیر کیوارکدها در رونق فعالیت‌های کارآفرینی و رشد خلاقیت و نوآوری	۴/۴۷	کیفیت کیوارکدهای نصب شده در ورودی مجموعه و محوطه مناسب و مطلوب است.
۳/۷۳	تأثیر مهم کیوارکدها در توسعه خدمات و امکانات گردشگری مجموعه و پیرامون آن	۴/۸۰	کیفیت کیوارکدهای نصب شده در بخش‌های درون مجموعه مناسب و مطلوب است.
۲/۴۷	تأثیر مهم کیوارکدها در سامان‌دهی و مدیریت سایر جاذبه‌های گردشگری شهر	۴/۴۷	کیفیت اطلاعات تاریخی موجود در کیوارکدها در مورد مجموعه مناسب و مطلوب است.
۲/۲۷	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش میزان تنوع و گونه‌های گردشگران ورودی به مجموعه	۳/۹۳	کیفیت مناسب اطلاعات جغرافیایی و نقشه موقعیت بخش‌های مجموعه
۲/۲۷	تأثیر مهم کیوارکدها در بزرگ‌تر شدن حوزه نفوذ گردشگری و بازار گردشگری مجموعه	۴/۴۷	شکل و بافت سکو یا مکانی که کیوارکدها در آن‌ها نصب شده‌اند قابل قبول است.
۴/۲۰	کیفیت داده‌ها و اطلاعات داخل کیوارکدها برای گردشگران خارجی مناسب است.	۳/۷۳	ارتباط منطقی کیوارکدها مناسب است.



میانگین	گزاره	میانگین	گزاره
۳/۴۷	کیوارکدها در افزایش جذب گردشگران خارجی ورودی تأثیر مهمی داشتند.	۲/۹۳	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش انگیزه سفر مجدد آبی گردشگران به مجموعه شیخ صفی
۴/۶۰	تأثیر مهم کیوارکدها در تصویر ذهنی مثبت گردشگران خارجی و بازگشت مجدد آن‌ها	۴/۸۷	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش آگاهی و اطلاعات گردشگران از بخش‌های مختلف
۲/۴۷	تأثیر کیوارکدها در کاهش انگیزه فعالیت آژانس‌ها و تورها در خصوص مجموعه	۲/۸۰	تأثیر مهم کیوارکدها در تبلیغ آن‌ها توسط گردشگران به افراد دیگر برای استفاده از آن‌ها
۳/۱۳	تأثیر کیوارکدها در کاهش تربیت افراد آموزش دیده و تولید در خصوص مجموعه	۳/۱۳	تأثیر مهم کیوارکدها در کاهش میزان هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان حضور گردشگران
۲/۹۳	تأثیر مهم کیوارکدها در باززنده‌سازی حوادث تاریخی در ذهن گردشگران و مردم	۳/۶۰	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش انگیزه برای بازدید از دیگر جاذبه‌های شهر و استان
۲/۵۳	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش آگاهی گردشگران و مردم از مجموعه	۴/۴۰	تأثیر مهم کیوارکدها در عدم نیاز گردشگران به داشتن راهنمای تور و مسئول اطلاع‌رسانی
۴/۰۷	تأثیر کیوارکدها در گسترش فرهنگ استفاده از فناوری‌ها در حوزه گردشگری	۳/۸۷	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش علاقه گردشگر به بازدید و بررسی عمیق‌تر از مجموعه
۴/۸۷	تأثیر مهم کیوارکدها در خصوص افزایش درک مردم و گردشگران از ارزش علمی و تاریخی	۵/۰۰	تأثیر مهم کیوارکدها در افزایش بازاریابی و تبلیغ مجموعه در رسانه‌ها و افکار عمومی

الگوهای فکری حاکم بر کیوتوریسم انتخاب می‌شوند. بر این اساس، چهار الگوی فکری اصلی شناسایی شده است که البته الگوها، از نظر تأثیرگذاری و اهمیت، اختلاف چندانی با هم ندارند، به گونه‌ای که براساس نتایج بخش مقادیر چرخشی بارهای مربعی، الگوی اول با درصد واریانس ۲۷/۲ دارای بیشترین اهمیت و تأثیرگذاری و در مقابل، الگوی چهارم با درصد واریانس ۱۸/۵ دارای کمترین اهمیت و تأثیرگذاری است. میزان اهمیت و تأثیرگذاری را می‌توان از طریق درصد واریانس تبیینی هر الگو تعیین کرد. بر این اساس، الگوی فکری اول به‌تنهایی بیش از ۲۷ درصد از موضوع تأثیر کیوتوریسم در گردشگری را تبیین می‌کند. به این معنی که ۲۷ درصد از واقعیت‌ها و مسائل مربوط به تأثیر حوزه کیوتوریسم در گردشگری توسط الگوی فکری اول بیان می‌شود، درحالی‌که در الگوی فکری چهارم، این مقدار به ۱۸ درصد کاهش می‌یابد. چهار الگوی شناسایی شده در مجموع بیش از ۸۷ درصد از کل واریانس را پوشش می‌دهند که این مسئله نشان می‌دهد الگوهای اصلی به‌خوبی شناسایی شدند. اما ۱۳ درصد باقی‌مانده تأثیرات کیوتوریسم توسط عوامل دیگر تبیین می‌شوند که به‌دلیل تأثیرگذاری بسیار محدود و دامنه پایین، نمی‌توان آن را در قالب الگوی فکری مستقل تعریف کرد.

برای تجزیه و تحلیل و شناسایی الگوها، از تحلیل عاملی-اکتشافی در نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. خروجی‌های نرم‌افزار در تکنیک تحلیل عاملی کیو متعقدند. در این بخش، دو جدول اصلی مربوط به این تکنیک مدنظر قرار گرفته است. در ابتدا، به‌منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه و متغیرها، از آزمون کی‌ام^۱ استفاده شده است. مقدار این آزمون برابر با ۰/۷۱ است که پایایی مناسب برای انجام تحلیل عاملی را نشان می‌دهد. برای تعیین روایی گزاره‌های کیو، پژوهش‌های پیشین و مطالعه اولیه درباره مجموعه شیخ صفی بررسی شدند و سپس این گزاره‌ها را گروه نویسندگان و تعدادی از استادان دانشگاه و نویسندگان مقالات پیشین ارزیابی کردند و پس از بازبینی نهایی، به‌منظور دستیابی به جامعیت مطالب، گزاره‌های این پژوهش نهایی شدند. همچنین میزان هم‌بستگی بین متغیرها و گزاره‌ها از طریق ضرایب هم‌بستگی اسپیرمن محاسبه شد که به‌دلیل طولانی بودن مقاله، ذکر نشدند. در ادامه به نتایج اصلی تحلیل عاملی اشاره شده است. در جدول ۲، مقادیر ویژه الگوهای فکری استخراج شده همراه درصد واریانس تبیینی ارائه شده‌اند. طبق این جدول، الگوهایی که دارای مقادیر ویژه بیشتر از یک باشند

جدول ۲: میانگین گزاره‌های مرتبط با تأثیرات کیوتوریسم در توسعه گردشگری

الگوهای فکری	مقادیر ویژه اولیه			مقادیر چرخشی بارهای مربعی		
	مجموع	درصد واریانس	واریانس تجمعی	مجموع	درصد واریانس	واریانس تجمعی
۱	۵/۵	۳۶/۵	۳۶/۵	۴/۱	۲۷/۲	۲۷/۲
۲	۳/۷	۲۴/۶	۶۱/۱	۳/۱	۲۰/۸	۴۸/۱
۳	۲/۴	۱۶/۰	۷۷/۱	۳/۱	۲۰/۵	۶۸/۶
۴	۱/۵	۱۰/۰	۸۷/۱	۲/۸	۱۸/۵	۸۷/۱



پس از بررسی کلی الگوها و میزان اهمیت آن‌ها، در این بخش، چهار الگوی فکری تأثیرگذار در حوزه کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی از یکدیگر تفکیک شده‌اند و بدین منظور، از جدول بارهای عاملی هر یک از کارشناسان در هر یک از الگوهای فکری استفاده شده است. در جدول

جدول ۳: مقادیر بارهای عاملی الگوهای فکری حوزه کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی

الگوها	اول	دوم	سوم	چهارم	الگوها	اول	دوم	سوم	چهارم
کارشناس ۱	-۰/۳۶۳	۰/۲۷۱	۰/۲۰۸	-۰/۲۹۹	کارشناس ۹	۰/۱۰۶	۰/۸۱۶	۰/۵۲۱	۰/۲۱۵
کارشناس ۲	۰/۶۹۱	۰/۰۵۸	-۰/۴۲۵	۰/۴۸۱	کارشناس ۱۰	۰/۷۰۱	۰/۴۶۰	-۰/۲۶۵	-۰/۴۶۶
کارشناس ۳	۰/۱۵۴	۰/۴۹۲	-۰/۳۰۳	۰/۰۹۶	کارشناس ۱۱	۰/۱۰۶	۰/۸۱۶	۰/۵۲۱	۰/۲۱۵
کارشناس ۴	۰/۱۰۶	۰/۸۱۶	۰/۵۲۱	۰/۲۱۵	کارشناس ۱۲	۰/۷۰۱	۰/۴۶۰	-۰/۲۶۵	-۰/۴۶۶
کارشناس ۵	۰/۷۰۱	۰/۴۶۰	-۰/۲۶۵	-۰/۴۶۶	کارشناس ۱۳	۰/۶۹۱	۰/۰۵۸	-۰/۴۲۵	۰/۴۸۱
کارشناس ۶	۰/۷۹۶	-۰/۴۲۵	۰/۴۲۱	-۰/۰۲۹	کارشناس ۱۴	۰/۷۹۶	-۰/۴۲۵	۰/۴۲۱	-۰/۰۲۹
کارشناس ۷	۰/۷۹۶	-۰/۴۲۵	۰/۴۲۱	-۰/۰۲۹	کارشناس ۱۵	۰/۷۹۶	-۰/۴۲۵	۰/۴۲۱	-۰/۰۲۹
کارشناس ۸	۰/۵۶۸	۰/۱۲۲	-۰/۴۱۶	۰/۳۷۹					

و درک تاریخی گردشگران، توجه دولت به مجموعه شیخ صفی و گرایش به سمت نوآوری و کارآفرینی تأثیرات نسبی و متوسطی دارد. همچنین، براساس این الگو، تأثیرات کیوتوریسم در ایجاد تصویر ذهنی مثبت در گردشگران، کاهش روابط بین گردشگران با راهنمایان و مسئولان و کاهش برقراری گفت‌وگو و هدایت گردشگران در بخش‌های مختلف مجموعه محدود و اندک است.

با بررسی ویژگی‌های این الگو مشخص می‌شود برخی اهداف مهم کیوتوریسم محقق نشده است. برای مثال، از نظر حامیان این الگو، کیوتوریسم نقشی در مدیریت مسیرهای گردشگری، تنوع اطلاعات، هدایت گردشگران از یک بخش به بخش دیگر و تبدیل شدن آن به تولیدر مجازی قدرتمند ندارد و اساساً ترتیب قرارگیری کیوارکدها و ارتباط مفهومی آن‌ها مناسب و مطلوب نیست. از طرف دیگر، این الگو نشان می‌دهد کیوتوریسم در پایداری گردشگری تأثیری نداشته؛ چراکه تأثیرات آن در روند جذب گردشگر، به‌ویژه گردشگران خارجی، توسعه خدمات و زیرساخت‌های گردشگری شهر، توسعه مشارکتی بومی و افزایش روابط مردم با مسئولان، ایجاد انگیزه مجدد گردشگران برای سفر بعدی، بازنده‌سازی وقایع تاریخی، ایجاد تنوع در گردشگری و گسترش حوزه نفوذ بازار گردشگری مجموعه شیخ صفی کم بوده است.

با توجه به نتایج جدول ۳، چهار الگوی فکری شناسایی شده در حوزه کیوتوریسم به شرح زیر است (شکل ۳):

الگوی فکری اول

این الگو که با ۲۷ درصد تبیین حوزه کیوتوریسم مهم‌ترین الگوی فکری حاکم بر مجموعه شیخ صفی است عموماً به کارکرد و کیفیت نسبی و تأثیرات مثبت نسبتاً پایین کیوتوریسم در گردشگری مجموعه و شهر اردبیل اشاره دارد. براساس این الگو، کیفیت عناصر طرح کیوتوریسم در بخش سازگاری محتوای کیوارکدها با هر بخش از مجموعه بسیار بالا و از نظر موقعیت دسترسی کیوارکدها برای گردشگران، سطح حفاظت از آن‌ها، اندازه و شکل کیوارکدها شرایط نسبتاً خوبی دارد؛ هرچند کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی، از نظر قدرت اسکن اطلاعات داخل کیوارکدها، میزان به‌روزرسانی داده‌های آن، رنگ، شکل و طراحی آن‌ها، شکل بافت و سکو و نشانگرها، کیفیت داده‌ها و قابلیت مشاهده کیوارکدها، با ضعف‌هایی همراه بوده و کیفیت نسبی و متوسطی دارد و گاهی در کنار برخی نکته‌های مثبت، ضعف‌هایی نیز مشاهده می‌شود. با این حال، براساس این الگو، میزان تأثیرگذاری کیوتوریسم چندان بالا نیست، به‌گونه‌ای که از نظر طرفداران این الگو، کیوتوریسم در هیچ مؤلفه‌ای از گردشگری تأثیرات برجسته‌ای ندارد و تنها در میزان آگاهی



الگوی فکری دوم

این الگو، با ۲۰ درصد قدرت تبیین حوزه کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی، دومین الگوی فکری مهم به شمار می‌رود. مهم‌ترین تفاوت این الگو با الگوی اول اعتقاد آن به تأثیر نسبتاً بالای کیوتوریسم در مسیریابی گردشگری و هدایت گردشگران در بخش‌های مجموعه است، در حالی که در الگوی فکری اول برای این بخش از کیوتوریسم اعتباری قابل نشده بود. براساس این الگو، کیوتوریسم در هدایت گردشگران در بخش‌های مجموعه، هدایت از جاذبه‌ای به جاذبه‌های دیگر و افزایش علاقه گردشگر به بازدید عمیق از مجموعه تأثیرات مثبت نسبتاً خوبی برجای گذاشته است و اساساً ترتیب قرارگیری کیوارکدها، موقعیت کیوارکدها، دسترسی گردشگران به کیوارکدها، عملکرد راهنمایان درون مجموعه و سطح حفاظت از کیوارکدها، از نظر این الگو، قابل قبول است. در این میان می‌توان به تأثیر مثبت و نسبی کیوتوریسم در افزایش آگاهی مردم، کاهش نیاز گردشگران به راهنمای تور و کاهش تربیت افراد مرتبط با راهنمای تور، توجه دولت و رشد فرهنگ‌پذیری نسبی مردم و گردشگران در حوزه فناوری‌های هوشمند اشاره کرد. با این حال، براساس این الگو، کیفیت عناصر طرح کیوتوریسم، به‌ویژه در زمینه کیفیت کیوارکدها، چندان مطلوب نیست و این مسئله در شکل، رنگ، اندازه، کیفیت و تنوع اطلاعات و داده‌ها، بافت سکوها و نشانگرها، قدرت اسکن و موارد مشابه دیگر کاملاً مشهود است و کارکرد آن در این بخش قابل قبول نیست. طرفداران این الگو معتقدند، اگرچه کیوتوریسم تأثیر خاصی در کاهش اشتغال و درآمد نداشته است، تأثیر خاصی در رونق آن نیز نداشته و از نظر سطح خدمات، اشتغال، توسعه بازاربایی، حوزه نفوذ گردشگری مجموعه، کارآفرینی و نوآوری، ایجاد تصویر ذهنی مثبت در ذهن گردشگران و بازنده‌سازی وقایع تاریخی مجموعه چندان اثرگذار نبوده است.

الگوی فکری سوم

ویژگی متفاوت الگوی فکری سوم، در مقایسه با دیگر الگوها، کیفیت نسبتاً خوب و قابل قبول بیشتر بخش‌ها و عناصر طرح کیوتوریسم مجموعه از نظر این الگوست. بر این اساس، بیشتر بخش‌های طرح شامل موقعیت کیوارکدها، اندازه، رنگ، شکل، بافت، کیفیت اطلاعات داخل کیوارکدها، میزان به‌روزرسانی داده‌ها، طراحی، قابلیت دید از راه دور و موارد مشابه دیگر دارای کیفیت تقریباً قابل قبولی‌اند و تنها قدرت اسکن اطلاعات داخل کیوارکد با مشکلاتی همراه است. در واقع، این الگو، بیش از الگوهای اول و دوم، به مناسب‌بودن عناصر سیستم کیوتوریسم معتقد است.

از طرفی، این الگو همانند الگوی اول معتقد است کیوتوریسم در رونق فعالیت‌های نوآورانه، کاهش وابستگی گردشگران به تورگردان و آژانس، افزایش سطح آگاهی و درک تاریخی و فرهنگی مردم و گردشگران از مجموعه و ارتباط آن‌ها با مسئولان و توجه نسبی دولت به خدمات و زیرساخت‌های گردشگری منطقه تأثیر نسبتاً مطلوبی داشته است. البته، برخلاف الگوهای اول و دوم، این الگو معتقد است کیوتوریسم در بازنده‌سازی وقایع تاریخی مجموعه نیز تا حدی اثرگذار بوده است. این الگو نیز همانند الگوهای قبلی معتقد است کیوتوریسم اگرچه در اشتغال آژانس‌ها و تورلیدرها و نیروی انسانی تأثیرات منفی برجای نداشته است، تأثیر برجسته‌ای نیز در افزایش اشتغال نداشته است. همچنین، تأثیر کیوتوریسم در توسعه بازار، رونق جذب گردشگر خارجی، تنوع گردشگران ورودی و حتی مسیریابی گردشگری ضعیف است.

الگوی فکری چهارم

مشخصه اصلی و متفاوت این الگو با دیگر الگوها اعتقادی است که این الگو به کیفیت بسیار بالای اجزا و عناصر کیوتوریسم در مجموعه دارد. در حالی که الگوهای دیگر معتقد بودند تنها بخشی از سیستم کیوتوریسم دارای کیفیت نسبتاً خوب بوده است، این الگو معتقد است کیفیت کیوارکدها از نظر موقعیت، شکل، رنگ و اندازه، طراحی، کیفیت اطلاعات، به‌روزرسانی داده‌ها، تنوع اطلاعات، نشانگرهای نصب کیوارکدها و قابلیت مشاهده آن‌ها در سطح بسیار بالایی است و حتی کیفیت اسکن اطلاعات، ترتیب قرارگیری کیوارکدها و سطح حفاظت از آن‌ها نیز تقریباً قابل قبول است. نکته جالب دیگر در این الگو اعتقاد حامیان این الگو به تأثیرات بالا و چشمگیر کیوتوریسم در ایجاد تصویر ذهنی در گردشگران، افزایش جذب گردشگران داخلی و خارجی و کاهش وابستگی نسبی به تورگردان‌هاست. با این حال، از نظر این الگو، کیوتوریسم در قدرت مسیریابی گردشگری و دسترسی معقول و هماهنگ به بخش‌های گوناگون مجموعه و همچنین رونق کارآفرینی و ایجاد آگاهی‌های عمیق مردم و گردشگران، ایجاد انگیزه، توجه دولت، بازنده‌سازی وقایع تاریخی و توسعه اقتصادی شهر چندان موفق عمل نکرده است. البته توجه داشته باشید که این الگو تنها ۱۸ درصد از موضوع کیوتوریسم را می‌تواند تبیین کند و در مقایسه با سه الگوی قبلی، قدرت تبیین کمتری دارد.



شکل ۳: الگوهای فکری حاکم بر طرح کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی

ب) تحلیل کیفیت عناصر کیوتوریسم و تأثیرات آن از دیدگاه گردشگران

پس از شناسایی و تحلیل الگوهای فکری از دیدگاه کارشناسان، در این بخش، کیفیت عناصر کیوتوریسم و تأثیرات آن از دیدگاه گردشگران تحلیل می‌شود. در این بخش، ۲۲۴ گردشگر انتخاب شدند. این گردشگران از نظر سنی در رده‌های سنی گوناگونی بودند، اما بیشتر آن‌ها در گروه سنی ۱۵ تا ۳۰ و ۳۰ تا ۴۵ سال قرار داشتند که ۵۸ درصد آن‌ها مرد و ۴۲ درصد زن بودند. بیش از ۴۶ درصد گردشگران دارای تحصیلات تکمیلی و ۳۳ درصد مدرک کارشناسی داشتند همچنین ۳۸ درصد آن‌ها در شغل‌های دولتی و بیش از ۲۰ درصد در کار آزاد فعالیت داشتند و ۱۳ درصد نیز دانشجویانی بودند که برای تحصیل مسافرت کرده بودند. تقریباً نیمی از گردشگران، از نظر اقتصادی، در سطح متوسط و نیمی دیگر سطح اقتصادی بالایی داشتند.

نزدیک به ۴۰ درصد گردشگران اولین بار بود که از مجموعه شیخ صفی بازدید می‌کردند و ۴۶ درصد آن‌ها نیز، پیش‌تر، بین یک تا دو بار، به این مجموعه سفر کرده بودند. تنها ۴ درصد گردشگران بیش از ۴ بار سابقه مسافرت به این مجموعه را داشتند.

نحوه آشنایی ۳۱ درصد گردشگران با مجموعه شیخ صفی از طریق رسانه‌ها بود و ۲۳ درصد از طریق تجربه سفرهای قبلی به این مجموعه مسافرت کرده بودند. همچنین، ۱۶ درصد آن‌ها در سفر به اردبیل با این مجموعه آشنا شدند.

و ۴۶ درصد گردشگران ورودی از وجود فتاوری کیوارکدها باخبر بودند که بخشی از این آگاهی از طریق تجربه سفر فعلی و ۱۶ درصد نیز از طریق دوستان خود و همچنین خود مسئولان بود. گردشگرانی که از فتاوری کیوتوریسم استفاده کردند هدفشان عمدتاً شناخت و آگاهی از مجموعه بوده است. پس از بررسی ویژگی‌های فردی و مسافرت گردشگران، در این بخش، انگیزه اصلی گردشگران برای مسافرت به مجموعه شیخ صفی ارزیابی شد. براساس نتایج میدانی، بازدید از مجموعه شیخ صفی و جاذبه‌های گردشگری اردبیل و انگیزه تفریحی و اوقات فراغت گردشگران مهم‌ترین انگیزه گردشگران برای مسافرت به این مکان است. براساس این نتایج، دیدن و استفاده کردن از کیوارکدهای نصب‌شده در این مجموعه انگیزه فرعی گردشگران به‌شمار می‌رود.

پس از سنجش میزان انگیزه‌ها، در این بخش، میزان رضایت گردشگران از عناصر و اجزای طرح کیوتوریسم ارزیابی شد (جدول ۴). براساس نتایج توصیفی رضایتمندی گردشگران، میانگین رضایت گردشگران برابر ۳/۸۹ است (میزان رضایت براساس بازه عددی ۵ (بیشترین رضایت) تا ۱ (کمترین رضایت) محاسبه شد) که نشان می‌دهد میزان رضایت گردشگران از مجموعه عناصر کیوتوریسم در مجموع نسبتاً بالاست. همچنین، ضریب تغییرات ۲۳ درصدی نتایج نشان می‌دهد اختلاف نظر چندانی بین گردشگران از نظر میزان رضایت وجود ندارد. از نظر بررسی میزان رضایت گردشگران از مجموعه عناصر، میزان رضایت گردشگر از



که میزان کیفیت عناصر کیوتوریسم در بخش‌هایی دارای کیفیت نسبتاً خوب و در برخی بخش‌ها کیفیت بسیار پایینی داشت، از نظر گردشگران، بخش مهمی از عناصر کیوتوریسم در سطح کیفی بالایی قرار دارد. شاید دلیل اصلی این مسئله این باشد که گردشگران اولین بار با این پدیده روبه‌رو می‌شوند و برای آن‌ها، سطح فناوری در هر وضعیتی جذاب است. البته ممکن است برای برخی گردشگران که هنگام استفاده دچار مشکل شدند چنین نبوده باشد. در مجموع، مطالعات میدانی نشان می‌دهند دست‌کم این طرح از نظر فنی با اشکالاتی همراه است که از جمله می‌توان به محدودبودن اطلاعات داخل کیوارکدها، مشکلات فنی در اسکن بارکدها، عدم راهنمایی و اطلاع‌رسانی صحیح توسط راهنمایان، کوچک‌بودن اندازه برخی بارکدها و ضعف در مشاهده از راه دور، عدم اطلاع‌رسانی پیش از سفر به گردشگران و عدم دسترسی همگانی به نرم‌افزار کیوتوریسم و غیره اشاره کرد.

محل و موقعیت نصب کیوارکدها در مجموعه، وضعیت دسترسی گردشگران به کیوارکدها در بخش‌های گوناگون برای اسکن اطلاعات، قابلیت اسکن از راه دور کیوارکدها، اندازه کیوارکدها، کیفیت و میزان اطلاعات و قابلیت مشاهده از راه دور کیوارکدها در سطح خیلی بالایی قرار دارد که در این بین، دست‌کم در خصوص قابلیت مشاهده بین کارشناسان و گردشگران اختلاف نظر وجود دارد؛ چراکه رضایت کارشناسان از قابلیت مشاهده کیوارکدها چندان بالا نبود. در اولویت دوم، سطح رضایت گردشگران از میزان و قدرت کیوارکدها برای اطلاع‌رسانی و راهنمایی گردشگران، قدرت کیوارکدها برای اسکن سریع اطلاعات، ترتیب قرارگیری کیوارکدها در مجموعه، میزان مرتبط‌بودن اطلاعات داخل کیوارکدها با هم، میزان تنوع در اطلاعات، کیفیت طراحی اطلاعات، رنگ، شکل و بدنه، به‌روزرسانی داده‌ها، اقدامات حفاظتی، نحوه بافت و شکل سکوها و نشانگرها در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد. در مجموع، برخلاف نظر کارشناسان

جدول ۴: میانگین میزان رضایت گردشگران از عناصر طرح کیوتوریسم در مجموعه شیخ صفی

متغیر	میانگین	ضریب تغییرات	متغیر	میانگین	ضریب تغییرات
محل و موقعیت نصب کیوارکدها در مجموعه	۴٫۲۱	۰٫۱۶	کیفیت کیوارکدهای نصب‌شده در مجموعه	۳٫۸۲	۰٫۲۵
وضعیت دسترسی گردشگران به کیوارکدها برای اسکن اطلاعات	۴٫۱۸	۰٫۱۶	کیفیت کیوارکدهای نصب‌شده در ورودی مجموعه و محوطه	۳٫۸۱	۰٫۲۴
قابلیت اسکن از راه دور کیوارکدها	۴٫۱۸	۰٫۱۵	به‌روزرسانی و نوآوری اطلاعات داخل	۳٫۷۹	۰٫۲۷
اندازه کیوارکدهای نصب‌شده	۴٫۱۵	۰٫۱۷	رنگ، شکل و طراحی بدنه نشانگرها	۳٫۷۸	۰٫۲۵
کیفیت و میزان اطلاعات موجود در کیوارکدها	۴٫۱۴	۰٫۲۰	کیفیت داده‌ها و اطلاعات کیوارکدها برای گردشگران خارجی	۳٫۷۶	۰٫۳۰
قابلیت مشاهده و دید کیوارکدها از راه دور	۴٫۱۲	۰٫۱۸	اقدامات حفاظت از کیوارکدها	۳٫۷۵	۰٫۳۰
میزان و قدرت کیوارکدها برای اطلاع‌رسانی و راهنمایی گردشگران	۴٫۰۴	۰٫۱۹	کیفیت اطلاعات تاریخی موجود در کیوارکدها در خصوص مجموعه	۳٫۷۰	۰٫۲۷
قدرت کیوارکدها برای اسکن سریع اطلاعات	۴٫۰۴	۰٫۲۱	شکل و بافت سکو یا مکانی که کیوارکدها در آن‌ها نصب شده‌اند.	۳٫۶۷	۰٫۲۹
ترتیب قرارگیری کیوارکدها با توجه به بخش‌های مجموعه در یک مسیر	۴٫۰۳	۰٫۱۸	نحوه راهنمایی شما برای استفاده از کیوارکدها	۳٫۶۶	۰٫۳۱
میزان مرتبط‌بودن اطلاعات	۴٫۰۱	۰٫۲۰	ارتباط منطقی کیوارکدها با هم	۳٫۵۴	۰٫۲۹
میزان تنوع در اطلاعات داخل کیوارکدها	۳٫۸۵	۰٫۲۷	کیفیت اطلاعات جغرافیایی و نقشه	۳٫۵۲	۰٫۳۳
کیفیت طراحی، شکل و گرافیک اطلاعات	۳٫۸۲	۰٫۲۴			



علمی و تاریخی و تفسیری، افزایش علاقه گردشگر به بازدید از بخش‌های مجموعه و بررسی عمیق‌تر آن‌ها، بی‌نیازی گردشگر به داشتن راهنمای تور و مسئول اطلاع‌رسانی، بازنده‌سازی وقایع و حوادث تاریخی و افزایش درک مردم از ارزش معماری تاریخی و ویژگی کالبدی مجموعه اشاره کرد. بررسی مقایسه‌ای بین نتایج تأثیرات کیوتوریسم از نگاه کارشناسان و گردشگران نشان می‌دهد میزان ارزیابی تأثیرات بین هر دو گروه تقریباً یکسان است، اما ظاهراً گردشگران به تأثیرات کیوتوریسم در ایجاد تصویر ذهنی مثبت، بازگشت مجدد گردشگران، ایجاد انگیزه‌های سفر، بازنده‌سازی سفر و کاهش در هزینه و زمان گردشگران و توسعه بازار مجموعه شیخ صفی و قدرت تبلیغاتی کیوتوریسم بیشتر از کارشناسان باور دارند، در حالی که در الگوی فکری اول و دوم به این متغیرها چندان بها داده نشده است.

به منظور سنجش معناداری نتایج این بخش، ابتدا براساس آزمون کولموگراف - اسمیرنوف و ضریب معناداری کمتر از ۰/۰۵، از آزمون ناپارامتریک دو جمله‌ای استفاده شد (نتایج این جدول به دلیل طولانی شدن مقاله ارائه نشده است). براساس نتایج، ضریب معناداری متغیرهای افزایش بازاریابی و تبلیغ مجموعه در رسانه‌ها، هدایت گردشگران به بخش‌های گوناگون مجموعه بالاتر از ۰/۰۵ بوده و نتایج آن‌ها معنادار و قابل استناد نیست و ممکن است حاصل خطای نمونه‌گیری یا خطای تصادفی باشد و نمی‌توان آن را به کل جامعه آماری گردشگران تعمیم داد.

به منظور سنجش معناداری نتایج این بخش، ابتدا براساس آزمون کولموگراف - اسمیرنوف و ضریب معناداری کمتر از ۰/۰۵، از آزمون ناپارامتریک دو جمله‌ای استفاده شد (نتایج این جدول به دلیل طولانی شدن مقاله ارائه نشده است). براساس نتایج، جز متغیر ارتباط منطقی کیوارکدها با هم، ضریب معناداری کلیه متغیرها کمتر از ۰/۰۵ بوده که به معنای معنادار بودن و معتبر بودن نتایج است و این نتایج را می‌توان به کل گردشگران ورودی تعمیم داد.

در ادامه، تأثیرات کیوتوریسم در مؤلفه‌های توسعه گردشگری تحلیل شده است. به دلیل بالابودن حجم جدول و محدودیت مقاله، تنها به آمار چند مؤلفه اول اشاره شده است. براساس نتایج جدول ۵، میانگین تأثیرات برابر ۳/۴ (میزان تأثیرات براساس بازه عددی ۵ «بیشترین تأثیر» تا ۱ (کمترین تأثیر) محاسبه شد) که تأثیرات متوسط و نسبی کیوتوریسم در گردشگری را نشان می‌دهد. در واقع، میزان تأثیرات کیوتوریسم از کیفیت خود طرح آن از نظر گردشگران پایین‌تر است. همچنین، نکته مهم ضریب تغییرات ۳۱ درصد گردشگران است که نشان می‌دهد بین گردشگران در ارزیابی تأثیرات اختلاف نظر نسبی وجود دارد و احتمالاً برخی گردشگران تأثیرات کیوتوریسم را خیلی بالا و برخی خیلی پایین ارزیابی کردند. در بین متغیرها، تأثیر کیوتوریسم در تبلیغ این طرح، افزایش آگاهی، افزایش علاقه و انگیزه گردشگران و ایجاد تصویر ذهنی مثبت در گردشگران در سطح خیلی بالا و معنادار است. در اولویت دوم نیز باید به تأثیرات نسبتاً بالای کیوتوریسم در افزایش درک مردم و گردشگران از ارزش

جدول ۵: میانگین میزان تأثیرات طرح کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی در توسعه گردشگری

متغیر	میانگین	ضریب تغییرات
تبلیغ، توصیه و پیشنهاد گردشگر به دیگران	۴/۶۲	۰/۱۳
افزایش آگاهی و اطلاعات شما از بخش‌های گوناگون مجموعه	۴/۵۶	۰/۱۵
افزایش علاقه و انگیزه گردشگران برای بازدید از دیگر جاذبه‌ها	۴/۳۰	۰/۲۱
ایجاد تصویر ذهنی مثبت از مجموعه	۴/۱۷	۰/۲۱
افزایش انگیزه سفر مجدد گردشگران به مجموعه	۴/۱۳	۰/۲۴
افزایش درک مردم و گردشگران از ارزش علمی و تاریخی و تفسیری	۴/۰۸	۰/۲۱

* به دلیل طولانی بودن جدول، تنها به چند مؤلفه اصلی اشاره شده است.

به توزیع نشدن نرمال داده‌ها، از آزمون ناپارامتریک کروسکال والیس استفاده شده است. نتایج در جدول ۶ نشان داده شده است. ضریب معناداری کمتر از ۰/۰۵ در هر متغیر تفاوت

در بخش پایانی، ابتدا تفاوت معناداری ارزیابی گردشگران از نظر رضایتمندی و تأثیرات کیوتوریسم بر مبنای ویژگی‌های فردی ارزیابی شده است. بدین منظور، با توجه



آگاهی داشتند، تا به حال از آن استفاده نکرده بودند و تجربه اولشان بود. اما جالب این است که بین گردشگرانی که از کیوتوریسم مستقیماً استفاده کرده بودند با کسانی که استفاده فعالی از آن نداشتند نیز تفاوت معناداری مشاهده نشد. همچنین، در جدول ۷، تأثیرات میزان رضایت گردشگران در میزان تأثیرات کیوتوریسم سنجش و ارزیابی شده است. ابتدا میزان همبستگی معنادار این دو متغیر از طریق شاخص همبستگی اسپیرمن و سپس از طریق آزمون رگرسیون خطی، تأثیرات شاخص های رضایت گردشگر در تأثیرات کیوتوریسم محاسبه شد. براساس مقدار بتا در جدول ۷، میزان رضایت گردشگران به مقدار ۰/۵۱ در شاخص های تأثیرات کیوتوریسم اثرگذار است.

معنادار در نتایج گردشگران را آشکار می کند. بر این اساس، فقط متغیر تحصیلات است که باعث ایجاد تفاوت معنادار بین ارزیابی گردشگران در کیفیت و تأثیرات کیوتوریسم شده است. به این معنی که با تغییر سطح تحصیلات گردشگران، ارزیابی های آن ها نیز تغییرات واقعی و معناداری می یابد. در حالی که شرایط شغلی هیچ تأثیر و تفاوتی در ارزیابی های گردشگران ایجاد نکرده است. همچنین، سطح اقتصادی گردشگران فقط در میزان رضایت آن ها از کیفیت کیوتوریسم تفاوت معناداری ایجاد کرده است. اما نکته جالب این است که نحوه مسافرت تأثیر چندانی در آگاهی گردشگران از کیوتوریسم و استفاده از آن در ارزیابی کیفیت و تأثیرات کیوتوریسم نداشته است. این مسئله ممکن است به این دلیل باشد که گردشگرانی که قبلاً از کیوتوریسم

جدول ۶: نتایج آزمون کروسکال والیس برای سنجش تفاوت معناداری در ارزیابی کیفیت و تأثیرات کیوتوریسم

متغیر	آزمون	رضایت	تأثیرگذاری	متغیر	آزمون	رضایت	تأثیرگذاری
تحصیلات	کای اسکوتر	۲۱/۹۶۷	۱۸/۱۳	نحوه آشنایی	کای اسکوتر	۱۵/۵۴۷	۵/۷۴
	معناداری	۰	۰/۰۰۱		معناداری	۰/۰۰۸	۰/۳۳۲
شغل	کای اسکوتر	۴/۳۵۵	۶/۰۶	آگاهی از کیوتوریسم	کای اسکوتر	۰/۰۱	۳/۱۱۹
	معناداری	۰/۵	۰/۳		معناداری	۰/۹۱۹	۰/۰۷۷
سطح اقتصادی	کای اسکوتر	۲۱/۲۴۶	۵/۵۷۴	استفاده از کیوتوریسم	کای اسکوتر	۱/۵۵۱	۲/۲۷۵
	معناداری	۰	۰/۱۳۴		معناداری	۰/۲۱۳	۰/۱۳۱
سابقه مسافرت	کای اسکوتر	۷/۸۳۱	۱۷/۹۴۱				
	معناداری	۰/۰۹۸	۰/۰۰۱				

جدول ۷: نتایج آزمون رگرسیون خطی برای سنجش تأثیرات میزان رضایت گردشگران در شاخص های تأثیرات کیوتوریسم

ضریب معناداری	آزمون تی	ضرایب استاندارد	ضریب استاندارد نشده		مدل
		مقدار بتا	انحراف استاندارد	B	
۰/۰۰	۷/۲۱		۰/۲۵	۱/۷۷	مقدار ثابت
۰/۰۰	۸/۷۴	۰/۵۱	۰/۰۷	۰/۶۲	میزان تأثیرگذاری



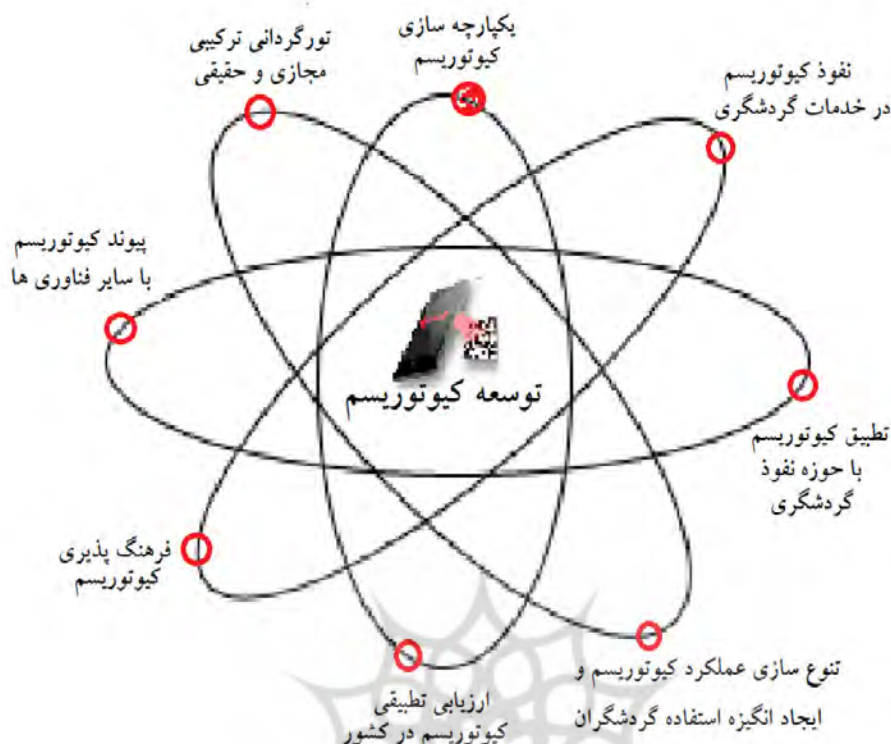
بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، عملکرد و کارکرد کیوارکدها در گردشگری یا همان کیوتوریسم و تأثیرات آن در این حوزه تحلیل و بررسی و مجموعه شیخ صفی برای مطالعه موردی انتخاب شد. شناسایی و تحلیل الگوهای فکری و سنجش نگرش گردشگران نشان داد طرح کیوتوریسم مجموعه شیخ صفی، از نظر فنی و کیفیت اجزا و عناصر آن، در سطح نسبی و متوسط قرار دارد و با این که در برخی عناصر کیفیت مناسبی دارد، با ضعف‌های بزرگی نیز همراه است. از طرفی، میزان و دامنه تأثیرات کیوتوریسم در گردشگری شهر و مجموعه اندک بوده و فقط در حوزه آگاهی‌رسانی نسبی و معرفی کلی مجموعه اثرگذار بوده و نتوانسته است تأثیرات مهمی در ساختار اقتصادی برجای بگذارد. اما نکته اصلی این است که اساساً چنین انتظاری نیز نباید از کیوتوریسم داشت؛ چراکه در وهله اول باید اشاره کرد که کیوتوریسم، نه تنها در سطح مجموعه شیخ صفی، در سطح کشور نیز پدیده‌ای نوپا بوده و فقط در چند شهر به صورت آزمایشی و مقطعی به اجرا درآمده و پژوهشی نیز در این خصوص انجام نشده است. بنابراین، بدیهی است که هر فناوری و طرحی، در ابتدا، با مشکلات و کاستی‌هایی همراه است و نمی‌توان انتظار داشت تأثیرات و پیامدهای مهم و معنادار داشته است. در واقع، هر فناوری و طرحی ابتدا باید تقویت و همه‌گیر شود تا بعد از چند سال بتوان درباره تأثیرات و پیامدهای آن قضاوت کرد. در وهله دوم، باید اشاره کرد هیچ‌گاه طرح گردشگری، به‌ویژه طرح جدیدی مثل کیوتوریسم، به تنهایی و مستقلاً نمی‌تواند هیچ‌گونه تأثیرگذاری مهمی داشته باشد؛ چراکه طرح گردشگری فقط در پیوند با دیگر اجزای گردشگری، زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری و همچنین فرهنگ‌پذیری آن در سطح جامعه می‌تواند تغییر و تحولات مثبت پدید آورد.

با توجه به مجموعه مطالب فوق، بدیهی است که طرح کیوتوریسم باید در سطح کشور تقویت شود و توسعه یابد تا بتوان تأثیرات مهم آن را ارزیابی کرد. هدف اصلی این طرح نیز این بود که با بررسی و تحلیل نمونه‌ای موردی از طرح کیوتوریسم، به منظور ارزیابی پیوند آن در گردشگری و تأثیر آن در توسعه گردشگری، مدلی ارائه شود که از طریق آن بتوان چشم‌انداز مناسبی را برای تدوین طرح‌های آتی فراهم کرد. بر همین اساس، در این بخش، مدل بهینه توسعه کیوتوریسم

در پیوند با گردشگری، بر مبنای داده‌های این پژوهش ارائه شده است. اما باید توجه کرد این مدل اگرچه با توجه به مطالعه موردی فوق ارائه شده است، مؤلفه‌های آن با توجه به شرایط کشور ارائه شده‌اند و این مدل در واقع مدلی عمومی برای توسعه کیوتوریسم به‌شمار می‌رود و می‌تواند در سایر طرح‌های کیوتوریسم در سطح کشور استفاده شود. در شکل ۴، مدل پیشنهادی توسعه کیوتوریسم ارائه شده که این مدل از هشت مؤلفه اصلی تشکیل شده است و این مؤلفه‌ها به صورت دایره‌های تودرتو به همدیگر مرتبط‌اند و ارتباط حلقه‌ای با هم دارند. در واقع، مؤلفه‌ها از هم جدا نیستند و عملکرد و کیفیت هر مؤلفه در مؤلفه دیگر اثر متقابل دارد. بر این اساس، هشت مؤلفه اصلی این مدل به شرح زیر است:

- ۱- یکپارچه‌سازی کیوتوریسم: یکپارچه‌سازی به معنی تهیه نرم‌افزار کیوتوریسم برای کلیه فضاهای گردشگری تاریخی کشور. نرم‌افزاری که در مجموعه فوق تهیه شده بود فقط به آن مجموعه تعلق داشت، در حالی که ضروری است نرم‌افزار جامع کیوتوریسم حاوی کلیه فضاهای مهم گردشگری کشور باشد تا گردشگران با یک نرم‌افزار بتوانند از خدمات طرح کیوتوریسم در سایر فضاهای گردشگری که مشمول این طرح‌اند استفاده کنند. این مسئله در گرایش بیشتر گردشگران و ارتباطات بین فضاها بسیار موثر است.
- ۲- تورگردانی ترکیبی مجازی و حقیقی: در واقع، طرح کیوتوریسم نباید به‌گونه‌ای باشد که تهدیدی برای جامعه تورگردانی تلقی شود. بنابراین، فضاهای گردشگری، راهنمایی مجازی و حقیقی باید در پیوند با هم مدیریت شوند تا بتوان بیشترین بهره را از این خدمات به دست آورد.
- ۳- پیوند کیوتوریسم با سایر فناوری‌ها: کیوتوریسم به تنهایی نمی‌تواند تأثیرات مهمی در گردشگری داشته باشد، بلکه دست‌کم در حوزه فناوری‌ها باید با فناوری‌های دیگر مثل وی‌جی‌آی که فناوری داده‌های داوطلبانه است و همچنین تله‌ژئو انفورماتیک و ژئوفنس و غیره ترکیب شود که در این حالت می‌توان انتظار داشت که به بیشترین خروجی دست یابیم.



شکل ۴: مدل پیشنهادی توسعه کیتوریسم

بارکد ارائه می کند، اما امروزه در سطح جهانی برنامه هایی برای افزایش کیفیت کار کیتوریسم و جذب مردم به استفاده از آن اجرا می شود. باید گردشگران را با کمک برنامه هایی به استفاده از این فناوری تشویق کرد. برای مثال، می توان به توسعه بازی های موقعیت محور اشاره کرد که گردشگران هنگام حضور در هر جاذبه گردشگری باید به یک پرسش درباره آن جاذبه با کمک اسکن بارکد پاسخ درست بدهند تا به بارکد و جاذبه بعدی هدایت شوند و در نهایت در مسیر تعیین شده کیتوریسم، جایزه ای در نظر گرفته شود که در صورت پاسخ درست به پرسش های هر بارکد، به گردشگران اهدا شوند. می توان این گونه طرح ها را در سطح کشور اجرا کرد.

فرهنگ پذیری کیتوریسم: بدیهی است این فناوری هنوز در سطح کشور نهادینه نشده و لازم است به مزایا و منافع استفاده از فناوری ها در گردشگری اشاره و فرهنگ استفاده را در جامعه ترویج کرد. ارزیابی تطبیقی کیتوریسم در کشور: همان طور که گفته شد، کیتوریسم در چند شهر مانند تهران،

نفوذ کیتوریسم در خدمات گردشگری: از دلایل مهمی که کیتوریسم در مطالعه موردی پژوهش چندان اثرگذار نبود محدود بودن این طرح در مجموعه است. زمانی می توان انتظار تحول بزرگ داشت که کیتوریسم، فراتر از یک مکان گردشگری خاص، در خدمات مرتبط با آن مکان نیز اثرگذار باشد و استفاده شود، مثل استفاده از کیتوریسم در اقامتگاه های گردشگری، مراکز پذیرایی، آژانس ها و مراکز خرید. در این صورت می توان تأثیرات مهم کیتوریسم در اقتصاد پایدار گردشگری را مشاهده کرد.

تطبیق کیتوریسم با حوزه نفوذ گردشگری: شناخت بازار گردشگران فضای گردشگری خاص و شناخت و دسته بندی آن ها و تبیین الگوهای مسافرت آن ها می تواند دیدگاه و دانش خوبی را به کسانی ارائه دهد که مسئول تهیه نرم افزار کیتوریسم و اطلاعات درون آن هستند. این مسئله نوع و کارکرد کیتوریسم را برای ما مشخص می کند.

تنوع سازی عملکرد کیتوریسم و ایجاد انگیزه: کیتوریسم، در حالت معمولی، دانش گردشگری را به گردشگران از طریق اسکن اطلاعات داخل



در پیشبرد این پژوهش ایجاد کرد که علت اصلی آن ناشناختی برخی کارشناسان با موضوع و طرح کیوتوریسم است. در برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری، همواره باید ضرورت توسعه همه‌جانبه در بخش‌های مختلف را در نظر گرفت. به‌کارگیری فناوری‌های گوناگون در حوزه گردشگری در هر مکانی نیازمند هماهنگی با سازمان‌های مختلف مرتبط با امر برنامه‌ریزی و مدیریت و گردشگری است. هنوز استفاده از این فناوری‌ها برای مردم بومی چندان شناخته‌شده نیست. حتی نهادها هم اطلاع چندان از این فناوری ندارند. بنابراین طبیعی است، در صورت اطلاع‌نداشتن از این ابزار، احساس نیاز پدید نیاید و تلاشی در این زمینه انجام نشود. از این رو، نهاد‌های مربوطه لازم است بستر سرمایه‌گذاری برای ایجاد چنین طرحی را مهیا کنند، زیرا تنها در صورت سرمایه‌گذاری و حمایت از سرمایه‌گذاران است که مؤسسات و نهادهای گوناگون مرتبط با گردشگری می‌توانند این فناوری و منافع آن بشناسند و سرمایه‌گذاری افزایش یابد.

منابع

اروجی، حسن، علیزاده، محمد، شاورانی، سید حسن، رحیمی هرآبادی سعید و مهدی احمدی (۱۳۹۳). بررسی و تعیین مسیر الکترونیک گردشگری با استفاده از فناوری کیوریسم (مطالعه موردی: شهر شیراز). مجموعه مقالات نخستین همایش ملی گردشگری معاصر، ۱-۸.

اروجی، حسن، زمانی، حمید و اروجی، لیلا (۱۳۹۵). فناوری VGI و کیوتوریسم؛ گامی مهم در مدیریت امنیت گردشگری در ناحیه جنوب شرق ایران. هشتمین همایش ملی بهمانیان، محمدرضا، پورجعفر، محمدرضا و محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۷). ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک در طرح‌های توسعه گردشگری روستایی (بررسی تطبیقی و ارائه مدل پیشنهادی با توجه به شرایط معاصر ایران). فصلنامه مدیریت شهری، (۲۳)، ۷۱-۸۸.

حاتمی نژاد، حسین، اروجی، حسن، شکروی، نگین و مولایی قلیچی، محمد (۱۳۹۳). بررسی و ارزیابی سایت‌های گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر ارومیه). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۹)، ص ۱۵۲-۱۶۹

ریاحی، وحید و اروجی، حسن (۱۳۹۴). کیوتوریسم، فناوری نوین در توسعه گردشگری روستایی. همایش بین‌المللی گردشگری نوین و توسعه اقتصادی، تهران.

شاورانی، حسن، طوافی، فهیمه، فرجی سبکبار، حسنعلی، خوشبخت، سعید، گواهی، سید محمدرضا و اروجی، حسن (۱۳۹۲). بررسی و تعیین مسیر الکترونیک گردشگری

زنجان، اصفهان و یزد آزمایشی و موقتی اجرا شده است. بدیهی است، به‌منظور ترسیم چشم‌انداز واقعی از دامنه و قدرت کیوتوریسم، باید ارزیابی‌هایی از عملکرد سایر طرح‌ها انجام شود و براساس آن، برنامه‌ریزی‌هایی منطقی با هدف توسعه این طرح‌ها تدوین شوند.

در پایان، لازم است نتایج این پژوهش با پژوهش‌های مشابه مقایسه شود. در بین پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام‌شده، تنها پژوهش فهمی و العذب (۲۰۱۶) که در خصوص میزان پذیرش فناوری کیوارکدها توسط گردشگران و ارائه مدل مطلوب پذیرش گردشگری کار کرده است مدل مطلوب کیوارکدها در گردشگری را ارزیابی کرده است که این مدل درک مفهوم سودمندی و کیفیت مطلب بازاریابی در گردشگری را تسهیل می‌کنند. این مطالعه بر اهمیت کیفیت اطلاعات ادراک‌شده در تأثیرگذاری درک گردشگر تأکید دارد. همچنین، این پژوهش تأکید می‌کند که این مدل می‌تواند با ارزش افزوده به مقصدهای گردشگری همراه باشد. با این حال، مدل پژوهش فوق با مدل پژوهش حاضر متفاوت است. در پژوهش حاضر، بر مباحثی مانند سناریونویسی، آینده‌پژوهی، فرهنگ‌پذیری، تنوع‌سازی، یکپارچه‌سازی تأکید شده است. بنابراین، مدل پژوهش حاضر نگاه و نگرش متفاوتی را ارائه کرده است. در سایر پژوهش‌های انجام‌شده، عمدتاً تأثیرات کیوارکدها بررسی شده است، از جمله پژوهش الشتاوی (۲۰۱۲) که تأثیرات بالای کیوارکد در راهنمایی گردشگران و یافتن مکان‌ها و اطلاعات گردشگری را بیان می‌کند یا پژوهش لو و همکاران (۲۰۱۷) که به تأثیر کیوارکدها در رضایت از فرایندهای گردشگری اشاره دارد. همچنین سینی اوقلو (۲۰۱۹) نیز در تحقیق خود به همین مسئله اشاره کرده است، با این حال به کیفیت نسبی کیوارکدها و دامنه نسبتاً محدود اثرگذاری آن اشاره شده است، در حالی که در پژوهش‌های مشابه مانند مطالعه امک (۲۰۱۲) و پیلا و همکاران (۲۰۱۷) فقط به ضعف‌های استفاده از کیوارکدها و محدودیت‌هایی که در زمینه دانش استفاده گردشگران وجود دارد و ناآگاهی جامعه از این ابزارها اشاره شده است. پژوهش‌های داخلی نیز بیشتر به نحوه راه‌اندازی کیوارکدها در گردشگری با عنوان کیوتوریسم پرداخته‌اند. بنابراین، در ارزیابی نهایی باید اشاره کرد پژوهش حاضر، علاوه بر ارزیابی تأثیرات کیوارکدها، سعی کرده است مدلی بهینه را با توجه به ادبیات جدید کیوتوریسم تدوین کند که می‌تواند تفاوت این پژوهش را با پژوهش‌های پیشین مشخص کند. در پایان باید یادآور شد پژوهش فوق با محدودیت‌هایی در خصوص ارزیابی نتایج به‌دلیل نوبادون پژوهش و دسترسی به عوامل و کارشناسان مرتبط روبه‌رو بود که دشواری‌هایی را

- Model. *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 48-74
- Fino, E. R., Martín-Gutiérrez, Fernández, M. D. M., & Davara, E. A. (2013). Interactive Tourist Guide: Connecting Web 2.0, Augmented Reality and QR Codes. *Procedia Computer Science*, 25, 338-344.
- Fuchs, M., Ricci, F., & Cantoni, L. (2012). Information and communication technologies in tourism 2012, Helsingborg, Sweden, January, 25-27, 2012.
- Gartner, M., Seidel, I., Froschauer, J., & Berger, H. (2010). The formation of virtual organizations by means of electronic institutions in a 3D e-Tourism environment. *Information Sciences*, 180(17), 3157-3169.
- Kenteris, M., Gavalas, D., & Mpitiopoulos, A. (2010). A mobile tourism recommender system. In *The IEEE symposium on Computers and Communications* (pp. 840-845). IEEE.
- Lou, L., Tina, Z., & Koh. J. (2017). Tourist Satisfaction Enhancement Using Mobile QR Code Payment: An Empirical Investigation. *Sustainability*, 9(7), 1186.
- Pillai, A. E., Prakash, D., Al-Marhoobi, N. A., & Shrivastava, M. (2017). Application of QR Codes in Tourism Industry: A Review of literature. *International Journal of Computer Technology & Applications*, 8(6), 678-687.
- Wibiyanto, A., & Afrianto, I. (2018). QR code and transport layer security for licensing documents verification. *IOP Conference Series Materials Science and Engineering*, 407(1), 12-69
- با استفاده از فناوری کیوتوریسم (مطالعه موردی: جزیره کیش). نهمین همایش ملی علمی- پژوهشی خلیج فارس. موحد، علی، امانپور، سعید و نادری، کاوه (۱۳۹۰). بازاریابی گردشگری شهری براساس برندیابی با مدل فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه). *مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی*، ۳۶-۱۷، (۳)۱.
- Alshattnawi, S. (2012). Effective Use of QR Codes in Religious Tourism. In *2012 International Conference on Advanced Computer Science Applications and Technologies (ACSAT)* (pp. 497-501). IEEE.
- Buyukozkan, G., & Ergü, B. (2011). Intelligent system applications in electronic tourism. *Expert Systems with Applications*, 38(6), 6586-6598.
- Canadi, M., Höpken, W., & Fuchs, M. (2010). Application of QR Codes in Online Travel Distribution. In *ENTER* (Vol. 10, pp. 978-3).
- Cinnioğlu, H. (2019). Determining the use of QR (quick response) codes in hotels. *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management, An Online International (Double-Blind) Refereed Research Journal*, 700-714.
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Emek, M. (2012). Usage of QR Code in Tourism Industry. In *6th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure* (Vol. 24, No. 29, pp. 1-9).
- Fahmy, T. M., & Al-Azab, M. R. (2016). Evaluation of the Tourist Acceptance of Quick Response (QR) Code: Using Technology Acceptance