

حیات بخشی به بافت تاریخی شهرهای معاصر با رویکرد گردشگری شهری (نمونه موردی شهر تبریز)

رضا خلیلی^۱ کریم حسین زاده دلیر^{*۲} محمدرضا پور محمدی^۳

۱- دانشجوی دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

۲- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

۳- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز

چکیده:

بافت قدیم شهرها اغلب در برگیرنده آثار و نواحی تاریخی است. امروزه مدیران موفق در پی احیای مناطق تاریخی با رجوع به شهرسازی بومی، استفاده از کاربری‌های مختلط، اولویت دادن به حمل‌ونقل عمومی و تردد پیاده، فراهم آوردن شرایط زیست‌محیطی سالم، ایجاد رونق اقتصادی پایدار، اشتغال بومی، جذب مشارکت محلی و توجه به میراث فرهنگی و گردشگری هستند. بافت تاریخی شهرها با سابقه قدیمی، به دلیل مرکزیت جغرافیایی، سهولت دسترسی، مرکزیت ثقل اقتصادی و ویژگی‌های تاریخی- فرهنگی دارای پتانسیل بالقوه بالایی می‌باشند؛ علی‌رغم ویژگی‌های مثبت قسمت مرکزی شهرها، بافت آن‌ها از لحاظ مشکلات کالبدی (فرسودگی)، زیست‌محیطی، درهم پیچیدگی بافت و ضعف زیرساخت‌ها رنج می‌برند. اصلی‌ترین هدف و راهبرد اساسی اقدامات مداخله‌ای برای بهسازی و نوسازی بافت تاریخی و طراحی آن‌ها بازگرداندن این مجموعه به چرخه زندگی است. زنده ماندن بافت درگرو فعالیت و مشارکت آن در زندگی جاری در شهر است، و تنها از این رو می‌توان به امور نوسازی و احیا بافت‌های تاریخی شهر و طراحی در محورهای تاریخی را اجرا و موفقیت این امر را تضمین کرد و می‌تواند در جذب و فعال‌سازی گردشگری شهر تاریخی چون تبریز بسیار مؤثر واقع گردد.

واژه‌های کلیدی: بافت تاریخی، باز زنده سازی، بافت تاریخی، گردشگری، تبریز

مقدمه

امروزه الگوی رایج برنامه‌ریزی، احیاء و مرمت ناحیه تاریخی شهرها، برنامه‌ریزی سیستمی و همه‌جانبه است که در یک فرآیند به هم پیوسته و منسجم مسائل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، جمعیتی، کالبدی و گردشگری را با هم و برای هم می‌بیند و تلاش می‌کند که ضمن تحلیل ویژگی‌ها و اثرات آن بر یکدیگر، پیوندی میان آن‌ها برقرار کرده و در نهایت برنامه‌ای جامع و یکپارچه جهت باز زنده سازی ناحیه تاریخی شهرها ارائه نماید. بنابراین توجه به جوانب مختلف موضوع و برنامه‌ریزی منسجم و جامع بر اساس مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، گردشگری و... تضمین‌کننده سایر برنامه‌ها می‌باشد. یکی از تکنیک‌های دستیابی به این اهداف، تأکید بر فعالیت‌هایی است که با تلفیق ابعاد مختلف اقتصاد و فرهنگ در گونه‌ای از نظم منطقی انسانی تحت عنوان «خلاقیت» شکل می‌گیرند. (Mustard, ۲۰۰۱: ۹) (Florida: ۱۹۹۶: ۵)

به لحاظ ویژگی‌های خاص ناحیه تاریخی شهر تبریز، احیاء آن نیز شرایط و الزامات خاص خود را می‌طلبد. در این پژوهش ضمن معرفی و شناسایی مسائل و مشکلات ناحیه تاریخی شهر تبریز، نقش و اثرات آن در برنامه‌ریزی و باز زنده سازی مورد تحلیل قرار گرفته و برنامه راهبردی بر اساس رویکرد شهر خلاق ارائه می‌گردد. مشکلات درهم تنیده‌ای که تمامی شهر را در برمی‌گیرد و بررسی مشکلات و ارائه راه‌حلی اساسی، امری ضروری می‌نماید. تاکنون راه‌حل‌ها و روش‌های متعددی برای باز زنده سازی بافت تاریخی شهرها پیشنهاد شده است که اکثر آن‌ها انتظارات را برآورده نکرده‌اند. با توجه به هدف نهایی باز زنده سازی، که ایجاد انسجامی زمان - مکانی میان بافت تاریخی شهر با تمامی شهر می‌باشد، در پژوهش حاضر باز زنده سازی بافت تاریخی شهر تبریز بر اساس رویکرد شهر خلاق مورد بررسی قرار گرفت که تمامی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی، به همراه مشارکت شهروندان و گردشگران را مد نظر قرار داده است. فضاهای شهری به‌ویژه، محدوده بافت‌های تاریخی و قدیمی به علت وجود جاذبه‌های نوستالژیک، معماری، فرهنگی و بناهای ارزشمندی که نمادی از شرایط اقتصادی، اعتقادی و اجتماعی آن دوران می‌باشد از مقاصد مهم گردشگری به شمار می‌روند. شهر تاریخی تبریز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری شناخته شده و به‌صراحت جایگاه این شهر و اهمیت شاخص‌ترین بناهای تاریخی آن به‌عنوان یکی از جاذبه‌های شناخته شده کشور در دنیا می‌باشد. تبریز با توجه به قدمت و ویژگی‌های خاص جغرافیایی، شیوه‌های معماری و ساختاری خاصی است و در کالبد شهرهای تاریخی نقش بسیار مهمی بر عهده دارد و هر ساله پذیرایی تعداد زیادی توریسم داخلی و خارجی است. مرمت شهری و نوسازی و احیاء فضاهای تاریخی جهت بازگرداندن این محورها به چرخه زندگی با رویکرد توریسم محوری در شهر می‌تواند از جمله جالب‌ترین جاذبه‌های شهری قرار گیرند و گردشگران را به‌سوی خود جذب کنند. آنچه باید مورد توجه قرار بگیرد این است که هدف نوسازی بافت‌های تاریخی شهری چیزی فراتر از اقدامی کالبدی- فضایی با رویکرد صرفاً سکونتی است. نوسازی و احیاء شهری عملی فرهنگی است که سعی در انتقال ارزش‌های کالبد یافته به آینده دارد و این انتقال همراه حفظ ارزش‌های پایدار کهن و بناهای تاریخی در بافت‌های تاریخی است. توجه به نوسازی و احیاء بافت‌ها ضرورتی است که نه تنها به لحاظ کالبد و عملکرد بلکه به لحاظ اقتصادی اجتماعی، فرهنگی و گردشگری از اهمیت قابل توجهی برخوردار می‌باشد. محورهای تاریخی-گردشگری شهر تبریز از قابلیت و توان بالایی جهت جذب گردشگر برخوردار

هستند، اگر با رویکرد توریسم محوری در این محورها اقدامات، نوسازی و احیا صورت گیرد می‌توانند به‌صورت فضای پویا قرار گرفته و پاسخگوی نیازهای گردشگران شهر باشند. مرمت، نوسازی و احیا و باز زنده سازی بناهای تاریخی محورها با تغییر کاربری آن‌ها یا بدون تغییر کاربری در آن نقش بسیار مهمی در زمینه توریسم شهر خواهد داشت. اقدامات نوسازی و احیا بافت‌های تاریخی با هدف جذب گردشگر در شهر تبریز فراگیر نبوده و خلأهایی در این زمینه مشاهده می‌شود، نوسازی و احیا بافت‌های تاریخی محورهای تاریخی، فرهنگی گردشگری تبریز به‌صورت تک بنا صورت گرفته است. عدم امنیت، کمبود خدمات و تأسیسات شهری عدم برخورد مناسب با توریسم توسط مردم ساکن بافت، عدم مشارکت مردم، عدم حسن تعلق مردم ساکن بافت‌ها در برخی محورها سبب بروز مشکلاتی شده و سبب شده تا اقدامات نوسازی و احیا آن‌ها را با مشکل و موانع برخورد کنند.

روش تحقیق

نوع تحقیق کاربردی - توسعه‌ای و از انواع روش‌های میدانی، کتابخانه‌ای و اسنادی استفاده شده است.

تکنیک سوات (SWOT)^۱

یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرآیند تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که به‌وسیله آن اطلاعات مقایسه می‌شود. اساساً SWOT یک ابزار برنامه‌ریزی راهبردی است (Hom Haacke, 2001: 3) و یک چارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود (نوری و همکاران، 1385: 26). امروزه SWOT به‌عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابان راهبرد قرار می‌گیرد (Nilsson, 2004: 15). از دیدگاه این مدل یک راهبرد مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند.

در روش SWOT، دو ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و عوامل داخلی وجود دارد. برنامه ریزان راهبردی با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی می‌توانند عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی و غیره را مورد ارزیابی قرار داده و درعین حال با استفاده از ماتریس ارزیابی داخلی روابط بین موضوعات مختلف را شناسایی، ارزیابی و راه‌حلی را برای آن‌ها ارائه نمایند (دیوید، 1383: 36 و 35). ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی، بخش‌های مختلف سیستم را به‌صورت نمودار در 9 قسمت جداگانه قرار می‌دهد. بررسی‌های قبل و بعد از تهیه ماتریس چنین امکاناتی را به وجود می‌آورد که اثرات مورد انتظار تصمیمات راهبردی بر سیستم پیش‌بینی گردد. ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی بر اساس استقرار داده‌ها در دو بعد اصلی شکل می‌گیرد؛ الف) جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی که بر روی محور X هانشان داده می‌شود.

ب) جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی که بر روی محور Y ها نوشته می‌شود.

¹ - Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)

در ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی؛ جمع امتیاز نهایی عوامل داخلی بر روی محور X ها، چنانچه در محدوده‌ای از 1 تا 1/99 قرار گیرد، نشان دهنده ضعف داخلی سیستم است. امتیازهای 2 تا 2/99 نشان از قرارگیری سیستم در وضع متوسط دارد و بالاخره امتیازهای 3 تا 4 نشان‌دهنده قوت سیستم است. به همین شیوه جمع امتیاز نهایی عوامل خارجی بر روی محور Y ها از 1 تا 1/99 نشان‌دهنده ضعف سیستم، امتیازهای 2 تا 2/99 نشان‌دهنده این واقعیت است که سیستم در وضع متوسط قرار داشته و نهایتاً امتیازهای 3 تا 4 نشان‌دهنده قرار گرفتن سیستم در وضع عالی است.

به‌علاوه، می‌توان راهبردهای مبتنی بر یکپارچگی عمودی به بالا، یکپارچگی عمودی به پایین و یکپارچگی افقی را به اجرا درآورد. که مناسب‌ترین راهبرد می‌باشند. دوم، برای واحدهایی از سیستم که در خانه‌های 3، 5 یا 7 قرار می‌گیرند، باید راهبردهایی را به اجرا درآورد که هدف حفظ و نگهداری وضع موجود باشد. در این واحدهای راهبردی ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی را می‌توان چپ به راست قرار می‌گیرند می‌توان راهبردهایی را به سه ناحیه عمده تقسیم کرده و برای هر یک از به اجرا درآورد که موجب رشد و ساخت می‌شوند. در نواحی راهبردهای متفاوتی استفاده نمود. نخست، این واحدها باید راهبرد تمرکز متضمن رسوخ در برای بخش‌هایی که در خانه‌های 1، 2 یا 4 از بالا و از بازار، توسعه بازار و توسعه محصول به اجرا درآورد.

رسوخ در بازار و توسعه محصول بسیار متداول است. سوم، برای واحدهایی که در خانه‌های 6، 8 و 9 قرار می‌گیرند، باید راهبردهای برداشت محصول یا رها کردن را به اجرا درآورد. در این ماتریس سیستم‌هایی که دارایی‌های خود را در واحدهایی سرمایه‌گذاری کنند که در خانه شماره 1 قرار گیرد، قطعاً موفق‌ترند.

راهبردهای چهارگانه ماتریس SWOT و نحوه تعیین آن

ماتریس SWOT		نقاط قوت (S)		نقاط ضعف (W)	
		نقاط قوت فهرست می‌شود	نقاط ضعف فهرست می‌شود	نقاط قوت فهرست می‌شود	نقاط ضعف فهرست می‌شود
فرصت‌ها (O)	فرصت‌ها فهرست می‌شود	راهبردهای SO [حداکثر - حداکثر] با بهره‌گیری از نقاط قوت از فرصت‌ها استفاده می‌شود.	راهبردهای WO [حداقل - حداکثر] با بهره‌گیری از نقاط ضعف از بین برده می‌شود.		
	تهدیدها (T)	تهدیدها فهرست می‌شود	راهبردهای ST [حداکثر - حداقل] برای احتراز از تهدیدات از نقاط قوت استفاده می‌شود.	راهبردهای WT [حداقل - حداقل] نقاط ضعف را کاهش می‌دهد و از تهدیدها پرهیز می‌شود.	

مأخذ: (دیوید، 1383: 365) و (گل‌کار، 1384: 34)

با استفاده از این ماتریس امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت از نظر درجه کنشگری‌های متفاوت در فضا فراهم می‌شود. البته در جریان عمل برخی از راهبردها با یکدیگر همپوشانی داشته و یا به‌طور هم‌زمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند (هریسون و کارون، 1382: 192).

تعریف توریسم

در دهه‌های اخیر مفهوم توریسم گسترش بیشتری یافته و قلمرو وسیعی را در بر گرفته است. بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم به کلیه فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها، برای مدت کمتر از یک سال می‌روند. (تولایی، 1386: ص 8) توریسم در معنای وسیع آن، علاوه بر گروه اشاره شده، شامل افرادی می‌شود که در ارتباط با کار و حرفه خویش سفر می‌کنند و آنان که فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی انجام می‌دهند.

توریسم مجموعه تعامل‌هایی است که در فرآیند جذب و میهمان‌داری، بین توریست‌ها، سازمان‌های مسافرتی، دولت مبدأ، دولت‌های میزبان و مردم محلی برقرار می‌شود. به این ترتیب دامنه‌ی تأثیرگذاری بر محیط و تأثیرپذیری آن از محیط بسیار وسیع‌تر می‌شود این جدیدترین تعریفی است که از طرف سازمان جهانی توریسم ارائه شده است. در تعریف گردشگری و تعیین قلمرو آن باید گروه‌های مختلفی که در این صنعت مشارکت دارند و از آن تأثیر می‌پذیرند را لحاظ کرد (زاهدی، 1385: 3-4).

شهر

تعریف جامعی از شهر که بتوان شامل کلیه شهرهای جهان باشد مشکل است، چراکه شهرها به سیستم اقتصادی و اجتماعی، همسان وابسته نبوده و نکات مشترکی بین آن‌ها وجود ندارد تا مبنایی برای تعریف عام شمول شهرها باشد (فرید، 1386: 1).

تعاریف موجود در مورد شهر محور قومی دارد و عموماً بر اساس شهر مدرن غربی استوار است و در واقع شهرها کانون‌هایی هستند که در آن‌ها آدمی به تصرف و استفاده از کره خاکی دست یافته است. و هم بر نواحی اطراف خود تأثیر می‌گذارد و هم از آن تأثیر می‌پذیرد. شهرها نمودار احتیاجات اقتصادی آدمی هستند و بر اساس این احتیاجات بسط و توسعه می‌یابند (مزینی، 1372: 16).

به‌طور کلی نمی‌توان تعریف جامعی از شهر به دست آورد زیرا باگذشت زمان سیمای شهرها خواه‌ناخواه دست‌خوش تغییر و تحول شده و همیشه مبتنی بر یک اصول و شالوده ثابتی نخواهد بود (طاهری، 1377: 88).

امروزه در شناخت شهر از روستا ملاک‌هایی از قبیل ابعاد اکولوژیکی، شرایط شغلی، خصیصه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بیش از سایر ملاک‌ها مورد تأکید قرار می‌گیرد (شکوئی، 1372: 105).

بافت شهری

بافت شهر عبارت است از دانه‌بندی و درهم تنیدگی فضاها و عناصر شهری که به تبع ویژگی‌های محیط طبیعی به‌ویژه توپوگرافی و اقلیمی در محدوده شهر یعنی بلوک‌ها و محله‌های شهری به‌طور فشرده یا گسسته و بانظمی خاص جایگزین شده‌اند (توسلی، 1385: 5).

بافت تاریخی

بافت تاریخی از مهم‌ترین بخش‌های هویتی هر جامعه محسوب می‌شود و پیدایش آن پیرو اطاعت از ساختارهای اقلیمی و فرهنگی است (فلامکی، ۱۳۸۴: ۱۲۷).

مجموعه‌ای منسجم از معماری، فرهنگ، اقتصاد و تبادلات اجتماعی یک ساختار شهری با پیشینه تاریخی باعث می‌شود که بافت‌های تاریخی به مرور زمان پدید آیند. لازمه این پیدایش اهمیت بخشیدن به اقلیم و توجه به فرهنگ‌های بومی منطقه است (موحد، ۱۳۸۶: ۶۶).

بافت تاریخی شهرها دارای مشخصاتی چون قدمت تاریخی، بافت فشرده و درهم‌تنیده می‌باشد، وجود بافت تاریخی متمایز از سایر بافت‌های شهر بر اهمیت و جذابیت آن شهر می‌افزاید و کل بافت تاریخی شهر را به‌عنوان یک جاذبه مطرح می‌کند (دیناری، ۱۳۸۴: ۸۵).

بافت تاریخی شهر تبریز

بافت تاریخی شهر تبریز، در مرکز شهر قرار گرفته و عناصر اولیه شکل‌دهنده شهر در آن واقع شده است. این منطقه از شمال به خیابان شمس تبریزی، از جنوب به خیابان امام خمینی، قاضی طباطبائی و شهید یاغچیان و از شرق به خیابان‌های ثقه‌الاسلام، خیابان بهشتی و حافظ، از غرب به خیابان‌های شریعتی جنوبی و خیابان فلسطین منتهی می‌شود. وجود بازار تبریز و مراکز بزرگ تجاری این منطقه را به یک قطب تجاری مهم تبدیل کرده است. وجود کاربری‌های عمده تجاری و اداری سیاسی به لحاظ وجود بازار، استانداری، فرمانداری، بازرگانی، شهرداری و... سبب شده که مناطق دیگر به لحاظ ارتباط با کاربری‌های یادشده پیوندهای کاربری و ارتباطی داشته باشند. مهران‌رود از لحاظ شکلی یکی از عناصر تأثیرگذارنده در سطح شهر می‌باشد که به لحاظ عبور این عنصر از منطقه باعث ایجاد پیوند فیزیکی و ذهنی بافت تاریخی با سایر بافت‌ها شده است. بافت تاریخی تبریز شامل جالب‌ترین آثار تاریخی و بسیار ارزشمند چون بازار تبریز، مساجد عالی مانند مسجد جامع، مسجد کبود، مدارس مشهور و خانه‌های باشکوه را در بر گرفته است. در این محدوده، محلات تاریخی و قدیمی چون راسته کوچه، چارمنار، سنجران، میارمیار، ایچری ارمنستان (ارمنستان داخلی) و... واقع شده‌اند. در این بخش از شهر تبریز، دروازه‌های قدیمی و تاریخی چون درب باغمشیه، استانبول، ویجویه، گجیل، خیابان و نوبر قرار گرفته‌اند که در این میان تنها درب خیابان از تخریب و تملک و حوادث روزگار سالم باقی مانده است. قسمت عمده بافت تاریخی در داخل باروی نجف قلی خانی پس از زلزله ۱۱۹۳ ه.ق. قرار گرفته است. شواهد و قراین نشان می‌دهد که راه ابریشم (ایپک یولی) از گذرها و میدان‌ها این بافت می‌گذشته است. قدیمی‌ترین کلیساهای پیروان آیین مسیح، مانند کلیسای مریم مقدس در مقابل راسته کوچه، و کاتولیک‌ها و مساکن آرامنه نیز در این بافت واقع شده‌اند. بیشترین امامزاده‌ها، زیارتگاه‌ها و تکیه‌ها در این بخش جای گرفته‌اند. جالب‌ترین موزه‌های تاریخی شهر تبریز که نشانگر ارزش و اهمیت تاریخی این شهر است، مانند موزه آذربایجان، موزه مشروطه موزه فرش و موزه آرامنه در این محدوده واقع شده‌اند. از دیرباز به علت اهمیت مرکزیت شهری، اکثر مراکز ادارات دولتی، سازمان‌ها، نهادها و مراکز اقتصادی و تجاری در این محدوده قرار گرفته‌اند. مدت‌های متمادی است که محلات قدیمی و بافت اصیل این منطقه محل سکونت بزرگان علم و دین و مشاهیر شهر بوده و اسامی کوچه‌ها و میدان‌ها دلالت بر ارزش این واقعیت است. چون کوی

کرباسی، کوچه امام‌جمعه، کوی مجتهد، کوی حرم‌خانه، کوی مجیدالملک، میدان انگج، کوی مسجد جامع، کوی کلکته چی، محله ارمنستان، کوی عین الدوله، کوی میار میار و...

بررسی راه‌کارهای حیات‌بخشی به بافت تاریخی شهر تبریز

بافت‌های تاریخی با توسعه فعالیت‌ها و فضاهای گردشگری در حفظ بناها و عناصر تاریخی خود موفق می‌روند و حضور روز و شب شهروندان و گردشگران را امکان‌پذیر می‌سازند. حضور مردم، جوانان و نوجوانان، جشن‌ها، انواع فعالیت‌های اجتماعی، برپایی نمایش‌ها و معرفی هر آنچه مظهر تنوع فرهنگی و قومی یک ملت با تاریخ هزاران ساله است. تمام این جلوه‌ها در رشد و ارتقای فرهنگ و دانش یک شهر مؤثر است. در چنین فضاهایی، زمینه‌ساز رشد صنعت گردشگری و جذب گردشگران داخلی و خارجی است. از این رو اقتصاد مرکز شهر با صنعت و فعالیت‌های گردشگری شکل می‌گیرد و حیاتی تازه می‌یابد (انوری آریا و نساج، ۱۳۸۶: ۱۲۵). ارزیابی و بررسی نقاط قوت و ضعف حیات‌بخشی به بافت تاریخی شهر تبریز در طراحی بافت‌های تاریخی در شهر تبریز برای حفظ بافت تاریخی این شهر صورت گرفته است. این اقدامات با اهداف خرد و کلان جهت رفاه ساکنین بافت‌ها، بهبود و برنامه‌ریزی شهر، جذب توریسم، جلوگیری از تخلیه بافت‌های تاریخی، حفظ ابنیه‌ها و محورهای واجد ارزش تاریخی، امنیت اجتماعی و... به اجرا درآمده است.

تهدیدات (Threats):

- T1- بازدهی پایین اقتصادی برای نوسازی و بهسازی برخی از بناها در داخل بافت تاریخی
- T2- به وجود آمدن فروشگاه‌های جدید بعد از عمل نوسازی و بهسازی مغازه‌ها و حجره‌های داخل بازارها و انتقال مرکزیت ثقل تجاری از بازارهای بافت تاریخی به بافت جدید
- T3- تضاد و تعارض بین اعضای جامعه
- T4- رویکرد نامشخص و نامعلوم از طرف مجامع برنامه‌ریزی و طراحی شهری جهت نوسازی و بهسازی بافت‌های تاریخی در محورها
- T5- عدم وجود اجماع نظر مشترک بین مدیران و سازمان‌های توسعه شهری در جهت نوسازی بافت‌های تاریخی
- T6- برخورد نامناسب ساکنین با توریسم و نپذیرفتن آن‌ها
- T7- آب‌وهوای بسیار سرد و طاقت‌فرسا در فصول سرد (پاییز و زمستان)
- T8- ناتوانی و نبود اختیارات لازم برای بالا بردن استانداردهای تسهیلات و خدمات گردشگری در شهر تبریز
- T9- زلزله‌خیز بودن شهر تبریز
- T10- شلوغی و ازدحام بیش‌ازحد در مکان‌های سنتی

فرصت‌ها (Opportunities):

- O1- تمرکز و توجه نظام برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری به بناهای تاریخی
- O2- تلاش در جهت کاهش فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل شهری
- O3- جذب گردشگران به بازار برای بازدید از نوع معماری و خرید کالاهای موجود در بازار
- O4- بهبود و ارتقاء استانداردهای زندگی برای ساکنان محلی
- O5- تمرکز و توجه شهرداری به رفع مشکلات بافت تاریخی و انجام فعالیت‌های عمرانی
- O6- پیدا کردن ارتقای فرهنگی و فرهنگ‌سازی کردن مردم در رابطه برخورد با توریسم
- O7- افزایش حمایت از فرهنگ سنتی شهر تبریز
- O8- بهبود و گسترش فرهنگ حفظ و نگهداری آثار و ابنیه‌ها
- O9- شناساندن فرهنگ و هویت تاریخی مردم شهر تبریز به گردشگران
- O10- ساماندهی شدن توریسم در شهر و محورهای تاریخی

نقاط ضعف (Weaknesses):

- W1- عدم استفاده از مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری
- W2- از دست دادن کاربری اولیه اکثریت عناصر ساختاری بافت قدیم و عدم جایگزینی فعالیت مناسب
- W3- متروکه شدن برخی از عناصر مرکز محلات بافت قدیم (به سبب اهمیت دادن به نوسازی دیگر محلات و ارزش‌گذاری بیشتر به آن‌ها)
- W4- تبدیل خانه‌های تاریخی بیشتر به کاربری‌های غیر گردشگری
- W5- تجمع واحدهای تجاری در بافت قدیم و اشباع خیابان‌ها و شبکه ارتباطی از وسایل نقلیه موتوری
- W6- وجود افراد و گروه‌های اجتماعی پایین در محورها (دست‌فروش‌ها و...)
- W7- وجود گروه‌های اجتماعی بزه‌کار و کج رو در محورهای تاریخی (گجیل و...)
- W8- ضعف بنیه مالی گردشگران ورودی به شهر تبریز
- W9- هزینه‌های بالای نوسازی و بهسازی، بافت و مرمت عناصر و بناهای تاریخی بافت‌ها
- W10- عدم رغبت به سرمایه‌گذاری توسط بخش دولتی و خصوصی در جذب توریسم
- W11- عدم وجود ضوابط ساخت‌وساز بافت تاریخی محورها

نقاط قوت (Strengths):

- S1- فعال بودن بازار تاریخی، بزرگ و سرپوشیده شهر تبریز
- S2- وجود محورهای تجاری متعدد در ستون فقرات بافت تاریخی
- S3- فعال بودن بناهای تاریخی واقع بافت‌های تاریخی
- S4- وجود بناها و آثار تاریخی و در سراسر محورهای بافت تاریخی
- S5- وجود بناهایی با کاربری اقامتی برای گردشگران
- S6- موقعیت مکانی مناسب و استقرار در مرکز شهر
- S7- هم‌جواری با مراکز تجاری، اداری و خدماتی شهر

- S8- رونق بخشی به صنایع دستی شهر
 S9- احیای هویت فرهنگی و آداب‌ورسوم محلی
 S10- تنوع ادیان در شهر و وجود عبادتگاه‌های آن‌ها (کنیسه و کلیساهای)
 S11- قابلیت محورها برای پیاده‌روی گردشگران (محور تربیت و مقصودیه)

ارزیابی عوامل داخلی (IFE)^۱ و خارجی (EFE)^۲

عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار بر باز زنده سازی بافت تاریخی شهر تبریز در این رابطه شناسایی و در ماتریس ارزیابی آن قرار گرفتند. تعداد عوامل داخلی 22 عامل تعیین شده است. از این مقدار، 11 عامل موجب قوت و 11 عامل دیگر موجب ضعف است. ابتدا نقاط قوت و سپس نقاط ضعف باز زنده سازی بافت تاریخی شهر تبریز در این ماتریس قرار می‌گیرند. تعداد عوامل خارجی نیز 20 عامل تعیین شده است که دربرگیرنده‌ی فرصت‌ها و تهدیدهای باز زنده سازی بافت تاریخی شهر تبریز بوده است. به‌طوری‌که در اینجا نیز نخست ۱۰ عامل که موجب فرصت می‌شوند و سپس 10 عامل که تهدید بافت تاریخی هستند در ماتریس قرار داده شد. ابتدا عواملی که موجب فرصت شده و سپس آن‌هایی را که باز زنده سازی بافت تاریخی شهر تبریز را تهدید می‌کنند در این ماتریس قرار می‌گیرند. علاوه، در این قسمت سعی شده تا علاوه بر نکات فوق، جهت اولویت‌بندی گزینه‌های مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده بافت تاریخی، با طراحی پرسشنامه از دیدگاه مردم، مسئولان و گردشگران نیز استفاده شود تا علاوه بر مشارکتی کردن این روش، بتوان نتیجه را به‌صورت کمی و منطقی و اصولی‌تری به دست آورد. بنابراین با توجه به نظرات سه گروه مشارکتی و محاسبات انجام شده اولویت‌بندی انجام شد. (جدول پایین) نشان‌دهنده وزن نسبی، میانگین رتبه‌ای، امتیاز وزنی و رتبه‌بندی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها است. برای تهیه و ساخت جدولی از عوامل خارجی و داخلی و چگونگی تأثیرگذاری آن‌ها بر احیاء بافت تاریخی تبریز و تحلیل آن، مراحل شش‌گانه زیر انجام گرفته است؛

- در ستون اول، مهم‌ترین عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) فرا روی سیستم تعیین و تدوین گردید.
- در ستون دوم، به هر یک از عوامل داخلی و خارجی بر اساس اثر احتمالی آن‌ها بر موقعیت استراتژیکی فعلی سیستم با استفاده از تکنیک Delphi، وزنی نسبی از ۱ (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) داده شد. تعیین میزان وزن عوامل، با بهره‌گیری از روش دلفی و توسط اساتید دانشگاه و کارشناسان آشنا به بافت تاریخی تبریز انجام گرفته است. در واقع هرچقدر وزن نسبی بیشتر باشد، تأثیر آن بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود (جمع ستون دوم هر یک از عوامل داخلی و خارجی بدون توجه به تعداد عوامل 1 است).
- در ستون به هر یک از عوامل داخلی و خارجی بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم، رتبه‌ای از 4 (بسیار خوب) تا 1 (ضعیف) داده شده است. در اینجا میزان رتبه‌ی اختصاص یافته به

¹ - Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix

² - External Factor Evaluation (EFE) Matrix

هر یک از عوامل از مجموع نمرات به دست آمده از تکمیل پرسشنامه و تقسیم این مجموع به تعداد پرسش‌شوندگان به دست آمده است که در پژوهش حاضر اصطلاحاً میانگین رتبه‌ای نامیده شده است. بر اساس این رتبه‌بندی، موقعیت هر عامل توسط سیستم ارزیابی می‌گردد.

در ستون دوم وزن نسبی هر یک از عوامل داخلی و خارجی در میانگین رتبه‌ای آن (ستون وزن نسبی \times ستون میانگین رتبه‌ای هر یک از گروه‌ها) ضرب می‌گردد. تا بدین وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید.

در ستون سوم هر یک از عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) بر اساس میزان امتیاز وزنی کسب شده رتبه‌بندی گردیده‌اند.

سرانجام امتیازهای وزنی موجود در ستون دوم را جداگانه با یکدیگر جمع کرده تا مجموع امتیاز وزنی هر یک از عوامل خارجی و داخلی محاسبه گردد.

مجموع امتیاز وزنی نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط درونی یا بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد (هانگر و ویلن، ۱۳۸۱: ۱۲۲-۱۲۰). در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، صرف‌نظر از تعداد عواملی که موجب قوت و ضعف یا فرصت یا تهدید می‌شوند، هیچ‌گاه مجموع امتیازهای نهایی برای سیستم به بیش از ۴ و هیچ‌گاه به کمتر از ۱ نمی‌رسد. میانگین این جمع ۲/۵ می‌شود. چنانچه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است (بهزاد فر و زمانیان، ۱۳۸۷: ۹۷).

مجموع امتیاز نهایی عوامل داخلی و خارجی برای بافت تاریخی شهر تبریز در ماتریس ارزیابی عوامل ۲/۹ بوده و مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی ۲/۶۴ به دست آمده است. این امتیاز به این معنی است که بافت تاریخی نتوانسته است از عواملی که فرصت یا موقعیت ایجاد می‌کنند، بهره‌برداری نماید و یا از عواملی که موجب تهدید می‌گردند، تا حدودی دوری کند.

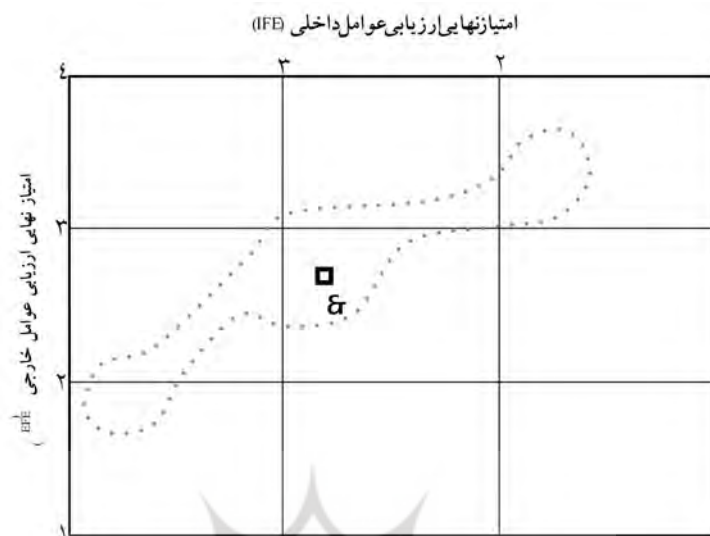
اکنون به بررسی و تحلیل هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری بافت تاریخی تبریز پرداخته می‌شود:

ماتریس SWOT نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات

رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای	وزن نسبی	تحلیل swot	
۲	۰,۳۱۹	۳,۴۷	۰,۰۹۲	S1	نقاط قوت (Strengths):
۶	۰,۱۳۳	۲,۷۵	۰,۰۴۱	S2	
۱	۰,۳۳۰	۳,۷۲	۰,۰۸۶	S3	
۴	۰,۱۶۶	۲,۶۸	۰,۰۶۲	S4	
۱۰	۰,۰۸۰	۲,۹۸	۰,۰۲۷	S5	
۱۱	۰,۰۷۹	۲,۳۹	۰,۰۳۳	S6	
۵	۰,۱۳۳	۳,۲۳	۰,۰۴۸	S7	

۷	۰,۱۱۶	۳,۱۴	۰,۰۳۷	S8	نقاط ضعف (Weaknesses):
۸	۰,۱۰۴	۲,۹۶	۰,۰۳۵	S9	
۹	۰,۱۰۲	۲,۶۸	۰,۰۳۸	S10	
۳	۰,۲۰۷	۲,۹۱	۰,۰۷۱	S11	
۱	۰,۱۹۷	۳,۱۸	۰,۰۶۲	W1	
۵	۰,۱۰۹	۲,۹۵	۰,۰۳۷	W2	
۲	۰,۱۱۳	۲,۷۶	۰,۰۴۴	W3	
۷	۰,۰۰۹	۲,۵۸	۰,۰۳۵	W4	
۹	۰,۰۸۳	۲,۷۶	۰,۰۳۰	W5	
۴	۰,۱۰۹	۲,۱۳	۰,۰۵۱	W6	
۳	۰,۱۱۰	۲,۵۱	۰,۰۴۱	W7	
۱۰	۰,۰۷۷	۲,۶۷	۰,۰۲۹	W8	
۶	۰,۰۹۴	۲,۴۱	۰,۰۳۹	W9	
۱۱	۰,۰۷۱	۲,۵۴	۰,۰۲۸	W10	
۸	۰,۰۸۹	۲,۶۲	۰,۰۳۴	W11	
-	۲,۹۰	-	۱	مجموع امتیازات وزنی عوامل داخلی	
۷	۰,۱۳۰	۲,۴۶	۰,۰۴۶	O1	فرصت‌ها (Opportunities):
۳	۰,۳۰۳	۳,۴۱	۰,۰۵۵	O2	
۲	۰,۲۳	۳,۱۱	۰,۰۶۱	O3	
۸	۰,۱۰۴	۲,۲۶	۰,۰۴۵	O4	
۵	۰,۱۸۳	۲,۹۵	۰,۰۵۲	O5	
۹	۰,۱۰۸	۱,۹۲	۰,۰۴۴	O6	
۱	۰,۱۲۰	۲,۳۱	۰,۰۷۹	O7	
۴	۰,۱۷۳	۳,۲۰	۰,۰۵۳	O8	
۶	۰,۰۹	۲,۰۵	۰,۰۵۱	O9	
۱۰	۰,۱۰۲	۲,۱۴	۰,۰۴۲	O10	
۷	۰,۰۸۶	۲,۰۴	۰,۰۴۲	T1	تهدیدات (Threats):
۱	۰,۱۸	۳,۳۳	۰,۰۵۴	T2	
۸	۰,۰۱۰۸	۲,۲۵	۰,۰۴۸	T3	
۶	۰,۰۸۵	۲,۰۸	۰,۰۴۱	T4	
۱۰	۰,۰۹۴	۲,۰۵	۰,۰۴۶	T5	
۳	۰,۱۵۰	۲,۶۷	۰,۰۵۶	T6	
۵	۰,۰۷۳	۱,۹۳	۰,۰۳۸	T7	
۹	۰,۰۵۷	۲,۲	۰,۰۲۶	T8	
۴	۰,۱۴۱	۲,۷۱	۰,۰۵۲	T9	
۲	۰,۲۲۰	۳,۲۸	۰,۰۶۷	T10	
-	۲,۶۴	-	۱	مجموع امتیازات وزنی عوامل خارجی	

با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس تحلیل SWOT، اقدام به اولویت بندی هر یک از مؤلفه‌ها با اعمال دیدگاه‌ها شده است. رتبه بندی نهایی از تلفیق رتبه‌ها که در آن هر مؤلفه‌ای که میانگین وزنی بزرگ‌تری به دست آورد از اهمیت بیشتری برخوردار است.



ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی SWOT مأخذ (دیوید، 1383: 379)

از جمع امتیازهای جذابیت هر ستون جدول برنامه‌ریزی کمی راهبردی، امتیاز جذابیت نهایی هریک از راهبردها به دست می‌آید، که نشان‌دهنده راهبردهایی است که از جذابیت بیشتری برخوردار هستند. امتیاز جذابیت بیشتر، نشان‌دهنده مطلوبیت راهبرد نسبت به سایر راهبردها است، در نتیجه بهترین راهبردها را اولویت بندی می‌کند.

ماتریس عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری در بافت تاریخی

راهبردهای بازآفرینی بافت تاریخی شهر تبریز در توسعه گردشگری شهری				وزن	عوامل داخلی و خارجی	نقاط قوت (Strengths):
SO		WO				
جمع امتیاز	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز	امتیاز جذابیت			
۰,۶۳۲	۲	۰	۰	۰,۳۱۶	S1	
۰,۹۱۵	۳	۰,۳۰۵	۱	۰,۳۰۵	S2	
۰,۳۸۲	۲	۰,۱۹۱	۱	۰,۱۹۱	S3	
۰,۳۶۶	۲	۰,۱۸۳	۱	۰,۱۸۳	S4	
۰,۲۶۶	۲	۰,۱۳۳	۱	۰,۱۳۳	S5	
۰,۲۵۸	۲	۰,۲۵۸	۲	۰,۱۲۹	S6	
۰,۱۲۵	۱	۰,۱۲۵	۱	۰,۱۲۵	S7	

۰,۱۱۲	۱	۰,۱۱۲	۱	۰,۱۱۲	S8	نقاط ضعف (Weaknesses):
۰,۲۶۱	۳	۰	۰	۰,۰۸۷	S9	
۰,۲۴۳	۳	۰,۱۶۲	۲	۰,۰۸۱	S10	
۰,۲۲۸	۳	۰,۱۵۲	۲	۰,۰۷۶	S11	
۰,۲۰۲	۱	۰,۲۰۲	۱	۰,۲۰۲	W1	
۰,۱۵۴	۲	۰,۱۵۴	۲	۰,۱۲۷	W2	
۰	۰	۰,۱۱۰	۱	۰,۱۱۰	W3	
۰	۰	۰,۱۰۷	۱	۰,۱۰۷	W4	
۰,۱۰۴	۱	۰,۲۰۸	۲	۰,۱۰۴	W5	
۰,۰۹۳	۱	۰,۰۹۳	۱	۰,۰۹۳	W6	
۰	۰	۰,۱۸۶	۲	۰,۰۹۳	W7	
۰	۰	۰,۰۸۰	۱	۰,۰۸۰	W8	
۰,۰۷۲	۱	۰	۰	۰,۰۷۲	W9	
۰,۰۷۲	۱	۰,۰۷۲	۱	۰,۰۷۲	W10	
۰,۱۳۴	۲	۰	۰	۰,۰۶۷	W11	
۰,۲۳۰	۱	۰,۴۶۰	۲	۰,۲۳۰	O1	فرصت‌ها (Opportunities):
۰,۳۹۶	۲	۰	۰	۰,۱۹۸	O2	
۰,۱۶۸	۱	۰,۱۶۸	۱	۰,۱۶۸	O3	
۰,۱۵۱	۱	۰	۰	۰,۱۵۱	O4	
۰,۱۴۹	۱	۰,۱۴۹	۱	۰,۱۴۹	O5	
۰,۲۴۰	۲	۰,۲۴۰	۲	۰,۱۲۰	O6	
۰,۲۲۸	۲	۰,۲۲۸	۲	۰,۱۱۴	O7	
۰,۱۰۹	۱	۰,۲۱۸	۲	۰,۱۰۹	O8	
۰,۱۰۷	۱	۰,۲۱۴	۲	۰,۱۰۷	O9	
۳۶۳	۳	۰	۰	۰,۱۲۱	O10	
۰,۱۹۱	۱	۰	۰	۰,۱۹۱	T1	تهدیدات (Threats):
۰,۱۳۸	۱	۰,۱۳۸	۱	۰,۱۳۸	T2	
۰,۲۵۶	۲	۰,۱۲۸	۱	۰,۱۲۸	T3	
۰,۳۸۱	۳	۰,۱۵۴	۲	۰,۱۲۷	T4	
۰,۱۰۱	۱	۰	۰	۰,۱۰۱	T5	
۰	۰	۰	۰	۰,۰۹۸	T6	
۰	۰	۰,۰۹۷	۱	۰,۰۹۷	T7	
۰,۰۹۵	۱	۰,۰۹۵	۱	۰,۰۹۵	T8	
۰,۰۸۹	۱	۰,۱۷۸	۲	۰,۰۸۹	T9	
۰,۱۹۸	۲	۰,۰۶۶	۱	۰,۰۶۶	T10	
۸,۲۰۹	-	۵,۳۶۶	-	-	مجموع	

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بافت تاریخی واجد ارزش تاریخی، بخشی از پیکره و بدنه شهر تبریز است که دارای ارزش‌های کالبدی، عملکردی اقتصادی، فرهنگی و... است که با قابلیت‌های خود می‌تواند در جذب توریسم این شهر نقش مهمی را ایفا کنند. بافت‌های تاریخی جزء سرمایه‌های ملی به شمار می‌آیند که حفظ و نگهداری این بافت‌ها و ارتقای کیفیت قابلیت‌های آن‌ها با اهداف خاص می‌تواند سبب ارتقای سرمایه‌های ملی گردند. این بافت‌ها و کالبد و ساختار آن‌ها در معرض تمهیدات بنیادی بوده و چاره‌اندیشی برای رفع این مشکلات و تهدیدات از راه تشخیص اصولی مسائل و چالش‌های این بافت‌ها ضروری است. اکثریت بافت تاریخی شهر تبریز در مرکز این شهر تاریخی و کهن واقع شده، که همان هسته‌های اولیه و بافت تاریخی و قدیمی شهر هستند، که شناسنامه‌ی کالبدی شهر و آیینی تمام‌نمای رویدادها و دگرگونی‌های بافت‌های تاریخی در گذر زمان (از هنگام پیدایش تا به امروز) محسوب می‌شوند. با شناسایی روش اساسی و شیوه‌ی درست مداخله در بافت‌های تاریخی واجد ارزش در شهر تبریز، که از طریق پی‌جویی پیشینه‌ی دخالت‌های انجام‌گرفته در دوره‌های مختلف تاریخی، شکل‌گیری، فرم و استخوان‌بندی و حیات آن‌ها به‌دست آمده است.

بستر بافت‌های تاریخی شهر تبریز که عملاً بستری برای تقابل روابط فرهنگی - تاریخی این شهر با جهان می‌باشد، با شهرسازی جدید و امروز حاکم در شهر با مفهوم غیربومی‌اش که به بافت‌های تاریخی این شهر ارزش واقعی آن‌ها را حفظ نمی‌کند و با یک‌کلام که قدیمی‌اند و معضل خواندن آن‌ها به تخریب این بافت‌ها اقدام می‌کند. بهسازی و نوسازی بافت تاریخی در شهر تبریز ضرورتی است که با توجه به معماری غنی و منحصربه‌فرد این شهر که سرشار از زیبایی است و این هنر سبب به وجود آمدن ابنیه‌های تاریخی بارز این شهر می‌باشد که در تمام نقاط شهر گسترده شده‌اند و در برخی محورها منسجم قرارگرفته‌اند با ایجاد تغییراتی در پایه‌ریزی فضای کالبدی محورهای تاریخی اقدامات نوسازی صورت گیرد.

در سال‌های اخیر توجه و عنایت مسئولان اجرای به رویکرد نوسازی و بهسازی محله‌های کهن و همچنین بافت تاریخی در شهر تبریز بیشتر شده است و در نتیجه ایده‌ها و اهداف تازه‌ای در این زمینه پدید آمده است. البته نباید این نکته را ندیده بگیریم که در اکثر محورها به مرمت تک بناهای تاریخی بسنده شده است. یکی از اهدافی که به‌تازگی در زمینه اقدامات نوسازی محورهای تاریخی تبریز صورت گرفته، هدف جذب گردشگر و افزایش مدت اقامت او در شهر است. البته برنامه‌ریزی‌های که با رویکرد توریسم محوری باشد به‌صورت مجزا اجرا نگردیده است و برنامه‌ای که مستقیم به رویکرد توریسم نوسازی محورها و بافت‌های تاریخی و طراحی در این بافت‌ها باشد با توجه به قابلیت‌های و پتانسیل‌های این شهر نداشته‌ایم و گردشگری یکی از اهداف این اقدامات به حساب می‌آید. اقدامات نوسازی در بافت‌های تاریخی شهر تبریز، می‌تواند سبب به وجود آوردن امکانات و توان‌های بالقوه‌ی بافت‌ها شود.

این امکانات و توان‌ها عبارت‌اند از:

دسترسی به مراکز اصلی شهر

به وجود آوردن امکانات خدماتی و تأسیساتی شهری

پیدا کردن موقعیت مناسب در فضای شهر و امکان ایفای نقش مؤثر رسیدن به درک مشترک (نهاده‌ها، ارگان‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط) برای ایجاد تحول در وضع موجود بافت‌ها و توجه به مقوله‌ی نوسازی بافت‌های تاریخی با توجه به بررسی نقاط قوت و ضعف اقدامات نوسازی در طراحی بافت‌های تاریخی شهر تبریز می‌توانیم چنین نتیجه‌گیری کنیم که برای توریسم این شهر و اقامت آن کدام محورها قابلیت بیشتری را دارد. با در نظر گرفتن قابلیت‌های بافت‌های تاریخی شهر و محوربندی آن‌ها با عنوان فرهنگی- تاریخی و گردشگری محورهای امام خمینی، تربیت و درصد کمی مقصودیه برای جذب توریسم (با اقدامات نوسازی صورت گرفته و ارتقای این اقدامات با رویکرد توریسم محوری) قابلیت‌های بیشتری را نسبت به سایر محورهای ذکرشده دارند. (با در نظر گرفتن وضع موجود) و محورهای دیگر بیشتر دارای قدمت تاریخی و باارزش هستند. در راستای این اقدامات (نوسازی و بهسازی با رویکرد توریسم محوری) می‌توانیم به ارتقای سطح محورهایی که قابلیت دارند کمک کرده و باقی محورها را آماده‌سازی کنیم. (با بالا بردن سطح فرهنگ و رفع مشکلات فرهنگی که محورها دارند). با جواب (مثبت) گرفتن در محورهای قابلیت‌دار، راحت‌تر و سریع‌تر می‌توانیم برای دیگر محورها برنامه‌ریزی کنیم. اگر با رویکرد توریسم به نوسازی و طراحی بافت‌های تاریخی شهری در شهر تاریخی و باارزشی چون تبریز که دارای ویژگی‌های منحصربه‌فرد نیز می‌باشد توجه بیشتری شود و باقابلیت‌های تاریخی فرهنگی و توریستی این شهر، می‌توانیم در جذب توریسم این شهر بسیار موفق باشیم.

منابع و مأخذ:

۱. توسلی، محمود، ۱۳۸۵. ساخت شهر و معماری در اقلیم گرم و خشک ایران، انتشارات مرکز مطالعات معماری و شهرسازی ایران، تهران.
۲. تولایی، سیمین ۱۳۸۶. مروری بر صنعت گردشگری، انتشارات دانشگاه تربیت معلم، تبریز.
۳. دفاتر تحقیقات و مطالعات سازمان نوسازی و بهسازی تبریز ۱۳۸۵. شماره‌های ۲ و ۳.
۴. دفاتر تحقیقات و مطالعات سازمان نوسازی و بهسازی تبریز ۱۳۸۷. شماره ۵.
۵. دیناری، احمد، ۱۳۸۴. گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، مشهد.
۶. زاهدی، شمس السادات، ۱۳۸۵. مبانی توریسم و اکو توریسم پایدار، انتشارات علامه طباطبایی، تهران.
۷. شکویی، حسین، ۱۳۷۲. اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا، انتشارات سمت، تهران.
۸. طاهری، ابوالقاسم، ۱۳۷۷. امور شهرداری‌ها، انتشارات قومس، تهران.
۹. فرید، یدالله، ۱۳۸۶. جغرافیا و شهرشناسی، انتشارات دانشگاه تبریز، تبریز.
۱۰. فلامکی، محمد منصور، ۱۳۸۴. نوسازی و بهسازی شهری، انتشارات سمت، تهران.
۱۱. مزینی، منوچهر، ۱۳۷۲. مطالعات برای طراحی نظام نوین شهری، انتشارات وزارت کشور، تهران.
۱۲. مجله آبادی، فصل نامه شهرسازی و معماری سال چهاردهم، شماره ۴۵، زمستان ۱۳۸۳. (موضوع ویژه مرمت شهری و معماری).
۱۳. مجله دانش نما، ماهنامه فنی (تخصصی سازمان نظام مهندسی استان تبریز)، ۱۳۸۶. انتشارات عمران و بهسازی شماره ۱۲۴-۱۲۵.
۱۴. مجله دانش نما، ماهنامه فنی (تخصصی سازمان نظام مهندسی استان تبریز)، ۱۳۸۷. انتشارات عمران و بهسازی شماره ۱۶۳-۱۶۴.
۱۵. موحد، علی، ۱۳۸۶. گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز.
16. Abdollahi, A., (2009). Change the role (function) of old tissue to the tourism attractions of Shiraz, Past, Present, Future, M.Sc thesis in Urban Planning Geography, Supervisor by Zohreh Hadiani, University of Sistan and Baluchestan.
17. Behzadfar, M., Zamanian, R., (2007). Application of Multi-Criteria Decision Making for AHP Process in Tourism Planning, International Engineer Science Leaflet, Vol. 19, No.6.
18. Behzadfar, M., Zamanian, R., (2008). Strategic Planning for Tourism Development with Emphasize On Product Sector Case Study: Neyshabour County, International Engineer Science Leaflet, Vol. 19, No. 6
19. Boniface, P., Fowler, P.J., (1993). Heritage and Tourism in the Global Village, London. Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Fars, (2008). Performance Summary of Tourism Activities in Fars, with an Approach to Strategies and Policies during the Years 2001-2006

20. Daivid, Fried, R., (2004). Strategic Managment, Translated by Ali with Use of SWOT Management Strategy Model, Geography and Development Quarterly, No. 15.
21. Noori, j., Abbaspoor, M., Maghsoudlo Kamali, B., (2006), Ecologic Evaluation Politics Strategy of Industrial Development in Iran by Using SWOT, Journal of Science and Ecologic Technology, No.29.
22. Omidi Najafabadi, M., (2006). Ecotourism Potential and sustainable development of rural areas in Iran, Dehati magazine, Year 4, No, 38 Papoli Yazdi, M.H., Saghaei, M., (2006). Tourism (nature and concepts), Samt press.
23. Poorebrahim, Sh., Yavari, A.R., (2003). Qeshm Futuer Development Planning Based on Landuse, Journal of Ecology, No. 29.
24. Roknoddin Eftekhari, A., Mahdavi, D., (2006). Strategies for Developing Rural Tourism Using the SWOT Model, Case Study: Lavasan-E Kuchak Rural, Modarres Humanities Journal, Issue 10, No. 45.
25. Shahandeh, B., (1999). Environmental Managment Organization and Sustainable Development in Qeshm Free Zone, M.Sc Thesis, Tehran University. Environmental Science and
26. Jafari, A., (1995). Identity of Iran's physical Geography, Tehran, Gitashenasi press.
27. Mafi, E., Saghaei, M., (2009). MS - SWOT Model Application in Tourism Management Analysis, Case Study: Mashhad Metropolis, Geography and Development Quarterly, No. 14.
28. Mahallati, S., (2001). Introduction to Tourism, Shahid Beheshti University press.
29. Mikaeli, A., (2000). Tourism Planning Based on Ecological Principles, Journal of Geographical Studies, Year 32, No. 39
30. Mosallaei, M.R., (2007). Strategic Planning Approach towards Excellence, Journal of Management, No.39.
31. Mostofiolmamaleki, R., (2001). The Geography of City and Urbanization in Iran, Islamic Azad University Scientific Publication Center.
32. Nilsson, M., (2004). Research and advice on strategic environmental assessment, Stockholm Environment in Stitute Publications.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی