

استراتژی احیای گردشگری شهری برای دوران پس از همه‌گیری ویروس کرونا (کووید-۱۹) مبتنی بر رویکرد مدلسازی مکانی (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز)

حسن احمدزاده^۱

مجید داداش پور مقدم^۲

رضا ولی زاده^۳

چکیده

همه‌گیری ویروس کرونا در دو سال اخیر گردشگری شهری در کلانشهر تبریز را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. این مقاله با هدف شناسایی مناطق با پتانسیل بالای گردشگری و توسعه آنها از طریق رویکرد مکانی برای دوران پس از همه‌گیری مورد بحث قرار گرفته است. به همین منظور در این مطالعه معیارهای مکانی اجتماعی، محیطی، کالبدی و هواشناسی به عنوان شاخص‌های موثر و پیشران بر گردشگری شهری جمع‌آوری، در یک چارچوب مدلسازی نوین به عنوان ورودی مدل‌های ترکیبی Fuzzy-WLC و Fuzzy-OVA مورد استفاده قرار گرفت. همچنین به منظور درک ارتباط میان همه‌گیری و گردشگری شهری از مدلسازی مکانی خطر کرونا نیز استفاده شده است. نتایج همبستگی پیرسون میان عوامل نشان‌دهنده تأثیر مستقل هر کدام از آنها و همبستگی منطقی بود. نتایج نشان داد که عوامل تراکم شهروندان مجرد (۰,۱۵۴)، تراکم جمعیت (۰,۱۵۳)، تراکم شهروندان متأهل (۰,۱۵۱) و تراکم شاغلین (۰,۱۳۵) به ترتیب دارای بالاترین اهمیت بر توسعه گردشگری شهری بودند. به علاوه نقشه‌های مکانی گردشگری شهری ایجاد شده توسط دو مدل ترکیبی Fuzzy-WLC و Fuzzy-OVA نیز حاکی از پتانسیل بالای گردشگری در مناطق ۲، ۳، ۶ و ۷ هستند. یافته‌های این پژوهش مدیریت گردشگری را در راستای توسعه آن گسترش می‌دهد و مشاوره‌های ارزشمندی را برای مدیران و سرمایه‌گذاران به منظور شناسایی و توسعه پتانسیل‌های گردشگری شهری ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری شهری، همه‌گیری کرونا، مدلسازی مکانی، سیستم اطلاعات مکانی، تبریز.

مقدمه

امروزه گردشگری^۴ به عنوان یک فعالیت چند وجهی پویا یکی از قطب‌های موثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته ارتباطی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در سطح جهان به حساب خواهد آمد (محمدی و میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸: ۱۶۷). تا جایی که اخیراً قطب‌های اقتصاد جهانی رشد چشمگیر صنعت گردشگری را شاهد بوده‌اند و با افزایش تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۹ به ۱,۵ میلیارد نفر

^۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول)

Email : hahmadzadehgs@gmail.com –Tel: 09141052104

^۲. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

^۳. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

نسبت به سال ۲۰۱۸ با رشد ۴ درصدی (UNWTO, 2012)، این قسمت از صنعت جهانی قادر به پشت سر گذاشتن مسیر پرباری با یک دهه رشد از زمان بحران مالی جهانی بوده است. صنعت گردشگری با ایفای نقش موثر در فرآیندهای اقتصادی کشورها (Çiftçioğlu, 2021: 1) Sokhanvar & در صورت توسعه و پایداری دارای اثرات مثبت از جمله اشتغال زایی، درآمد زایی، گردش و جذب ارز از طریق بازدیدکنندگان داخلی و خارجی می باشد که می توان به قدرت درآمدزایی آن پس از صنعت نفت و خودروسازی در جهان به عنوان سومین صنعت اشاره نمود (کشاورز، ۱۳۹۸: ۱۲۱). از این رو، گردشگری یکی از مهمترین فعالیتهای اقتصادی با پتانسیل بالا برای ایجاد اشتغال در بسیاری از نقاط جهان است (Grubor et al., 2019: 6691). تا جایی که می تواند به عنوان منبع اصلی درآمد برای ادارات دولتی و ساکنان محلی (Brida et al., 2011) و جذب سرمایه گذارهای داخلی و خارجی (Jenkins, 1982: 91) مورد توجه قرار بگیرد. اخیرا دولتمردان محلی در سیاست‌های مدیریتی خود، به گردشگری به عنوان فعالیتی مؤثر به منظور توسعه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در سطح کلان می نگرند (قهرمانی فرد و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۷). امروزه، توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از راه‌های مهم دستیابی به رشد و توسعه در دنیا محسوب می شود و جوامع مختلف به این مقوله به عنوان یکی از عوامل مهم درآمدزایی توجه داشته و بسیاری از برنامه‌های خود را بر این اساس پایه گذاری کرده اند (یغفوری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰۷). به همین دلیل از بعد توسعه پایدار^۱ و پویا، براساس پارامترهایی از قبیل درآمد ناخالص، صادرات، اشتغال زایی، مسافرت و جهانگردی، گردشگری بزرگترین صنعت در جهان است (Seraphin et al., 2018: 89). در این میان، گردشگری به عنوان یکی از پویاترین فعالیتهای اقتصادی عصر حاضر قادر به ایفای نقش تاثیرگذار در توسعه شهرها می باشد (اسدی پیمان و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۰). به طوری که، علاقه به گردشگری شهری از ابتدای دهه ۱۹۸۰، روند و شیوه‌های گردشگری را تا حد زیادی تغییر داده است (Cianga & Popescu, 2013: 34). از این رو، شهرها به عنوان متراکم ترین سکونتگاه بشری در زمره با اهمیت‌ترین مکان‌ها برای اهداف گردشگری نیز می باشند (Alvarez, 2010). شهرها به عنوان مجموعه ای متشکل از اجزاء، فضاها، چرخه ها و قوانین حاکم، فارغ از روابط جاری آنها، به عنوان جذاب ترین مکان‌های گردشگری می توانند جلوه‌های متنوعی از زیبایی ها، خدمات و آرامش را برای ساکنان محلی و بازدیدکنندگان فراهم آورند. از این رو، دست یابی به توسعه پایدار شهری همواره از مهمترین دغدغه‌های برنامه ریزان شهری بوده است. تحقق این توسعه با شرایط کنونی اقتصادی و محدودیتهای منابع نیروی کار امری ساده به نظر نمی رسد. بنابراین، یکی از موثرترین فرآیندهای توسعه پایدار شهری، گردشگری است که می تواند به مهمترین قطب‌های اقتصادی شهرها تبدیل شود (Grah et al., 2020: 792). با این حال، رشد و توسعه گردشگری در شهرها با شیوع و همه گیری جهانی ویروس کرونا^۲ دچار رکود شده و تحت تاثیر سیاست‌های کشورهای از قبیل ممنوعیت سفرهای داخلی و خارجی و ممنوعیت‌های دسته جمعی در مجامع عمومی، بعد از ماه مارس^۳ سال ۲۰۲۰ به طور جدی متوقف گردید (ابراهیم پور و همکاران، ۱۴۰۰: ۴۹). این پاندمی به طور مستقیم بر شهرها و تحولات آن تاثیر گذار بوده است. به طوری که اولین شیوع بیماری کرونا از شهر ووهان در چین شروع شد (Zhu et al., 2020: 1). به دنبال آن، عدم وجود واکسن و داروی مشخص در پیک‌های اولیه، موجب استفاده دولتمردان محلی از سیاست‌های محدودیتی از قبیل توقف پروازهای داخلی و خارجی، قرنطینه خانگی، رعایت فاصله گذاری اجتماعی، تعطیلی مراکز تفریحی و پذیرایی و... گردید (عسگری سوادجانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱). از طرفی دیگر، نگرانی از به خطر افتادن ایمنی و سلامت از جانب گردشگران داخلی و خارجی و بهداشت مقاصد گردشگری، مزید بر علت شده است. از این رو، اعمال سیاست‌های محدودیتی به صورت محلی و بین المللی، موجب کاهش عرضه و تقاضا و تمایل به سفر شده که قطب‌های اقتصاد متکی به گردشگران را نیز با بحران جدی روبه رو نموده است (Huang et al., 2020: 102660; Schubert, 2021). بنابراین، گردشگری به عنوان یکی از مهمترین منابع ارزی به واسطه صادرات، تولید، جذب مشتری و جذب سرمایه گذار از طریق ورود و خروج گردشگران داخلی و بین المللی، بیشتر از هر صنعت دیگری تحت تاثیر اثرات سوء بیماری کرونا قرار گرفته است (Ntounis et al., 2021: 1). در این میان کلانشهر تبریز به عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگری در کشور با

¹ Sustainable Development

² Corona virus

³ March

وجود ظرفیت‌های تاریخی، فرهنگی، بهداشتی و سیاسی در بخش گردشگری (تقی زاد فانیز و مقنی جانسوز، ۱۴۰۰)، فارغ از اضطراب و فشارهای روانی ساکنان محلی، تحت تاثیر این همه گیری با کاهش ورود گردشگران مواجه شده است. شهر تبریز باتوجه به دارا بودن اصالت فرهنگی هنری و ساکنانی از قومیت و سبک زندگی خاص، می تواند در راستای تحقق اهداف توسعه گردشگری موفق عمل کند. دلیل آن می تواند پیشینه کهن و درخشان و تمدنی غنی با پتانسیل‌های بالای خود، زیرساخت‌ها استاندارد و اصولی را برای استقبال از گردشگران به عنوان زیباترین و توسعه یافته ترین شهرجهان اسلام فراهم نماید. از این رو، باتوجه به اثرات مخرب فرهنگی، زیرساختی و اقتصادی کرونا در سال‌های اخیر، توسعه مجدد پتانسیل‌های گردشگری شهر تبریز برای دوران پس از همه گیری ضروری تلقی می گردد. این امر شامل تعیین پتانسیل‌های گردشگری، برندسازی و پیش بینی نیازها و جلب رضایت گردشگران فعلی و آتی خواهد بود (اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۱). بدون شک در آینده ای نزدیک مقصدهای گردشگری شهری در رقابتی قرار خواهند گرفت که جلب رضایت و وفاداری گردشگران برگ برنده ی آنها خواهد بود (Woyo & Slabbert, 2020: 536). به طوری که شناسایی فضاهای شهری با پتانسیل بالقوه ی گردشگری، و معرفی آن در چنین بازار رقابتی از طریق ابزارهای تبلیغی، رسانه ها و بازدیدها جهت تاثیر بر نگرش گردشگران به منظور انتخاب مقاصد گردشگری یکی از مهمترین سیاست‌های مدیریتی در شهرها خواهد بود (زیتونلی، ۱۳۹۹: ۸۹). علاوه بر اشتیاق و امید گردشگران داخلی و خارجی به بهبود وضعیت و سیاست‌های گردشگری پس از همه گیری کرونا، امروزه گردشگران از فضاها و مناظر تکراری دلسرد شده اند و به دنبال تجربه ی پتانسیل‌های نوین هستند (Abram & Waldren, 2021: 1). با این حال در پدیده روزافزون گردشگری جهانی، شهرها به عنوان نیروی محرکه اقتصاد، با چالشی دوگانه نیز روبرو هستند. از یک سو، شهرها باید بتوانند انتظارات و نیازهای تعداد فزاینده ای از گردشگران را برطرف کنند، که از غنا و تنوع اهداف فرهنگی، ورزشی، تجاری و ... جذب شده اند و باید به طور مداوم چنین امکاناتی را تجدید و بهبود بخشند. از سوی دیگر، آنها باید اطمینان حاصل کنند که گردشگری به گونه ای توسعه یافته و مدیریت می شود که به نفع شهروندان باشد و باعث وخامت محیط شهری نشود. بنابراین، نگرانی‌هایی که با هدف توسعه زیرساخت‌ها، خدمات، حفاظت از مراکز تاریخی، فرهنگی، مذهبی، تفریحی و ورزشی انجام می شود، به طور فزاینده ای مورد توجه مدیران محلی قرار دارد، که به تأیید شهرها به عنوان مقاصد سفر کمک می کند. با این حال نیاز به تضمین تعادل بین این نگرانی‌ها و نیازهای داخلی برای دستیابی به محیط مناسب زندگی به دور از تخریب زیر ساخت، عدم تغییر فرهنگ و رسوم ساکنان محلی با قوت خود باقی است (Gârbea, 2013: 193).

در میان پژوهش‌های داخلی نوری و همکاران (۱۳۹۱) قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه را براساس پتانسیل مناطق نمونه اولویت بندی نمودند. در مطالعه آنها از رویکرد پیمایشی-توصیفی و فن پرسشنامه با روش دلفی استفاده شده است. در پژوهشی دیگر خاوریان گرمسیر و همکاران (۱۳۹۲) با هدف توسعه گردشگری شهری در شهر تفت از مدل استراتژیک SOAR برای برنامه ریزی راهبردی در این خصوص استفاده نمودند. نتایج آنها نشان داد که پتانسیل موجود فضاهای سبز شهری و آب و هوای مطلوب در این شهر موجب بالارفتن پتانسیل توسعه گردشگری و درآمدزایی برای شهروندان خواهد شد. سلطانی و همکاران (۱۳۹۴) با تاکید بر نقش راهبردی و کلیدی گردشگری در توسعه شهرستان ارومیه، اقدام به ارائه راهکارها و تعیین راهبردهای کاربردی در جهت توسعه گردشگری شهری نمودند. نتایج آنها حاکی از تاثیر بالای استراتژی‌های مناسب در برنامه ریزی گردشگری شهری می باشد. صیدایی و حسینی (۱۳۹۶) با هدف ارزیابی و تعیین اولویت پهنه‌های مستعد گردشگری در استان اصفهان براساس تعداد جاذبه، سطوح عملکرد (ملی، محلی، بین المللی) و سطوح دسترسی (پیاده، سواره) نسبت به جاذبه‌های گردشگری اقدام به امتیاز دهی نمودند. براساس نتایج حاصل از مطالعه آنها، بالاترین ظرفیت گردشگری در این استان در دو قسمت جنوب و غرب قرار دارد و بیشترین امتیازات به شهرستان‌های سمیرم و فریدون شهر مربوط است. موسوی و همکاران (۱۳۹۷) توان توسعه گردشگری در شهرستان فسا را با استفاده از تحلیل فضایی - مکانی مورد ارزیابی قرار دادند. به طوری که ابتدا اقدام به شناسایی انواع جاذبه‌ها، تعیین موقعیت مکانی، طبقه‌بندی و تراکم سنجی آنها در واحد سطح نمودند. نتایج مطالعه آنها به صورت نمایش گرافیکی مکانی از شهرستان فسا در قالب پهنه‌های مستعد انواع مصادیق گردشگری بود. در پژوهشی دیگر حسین آبادی و همکاران (۱۳۹۹) با هدف ارائه مدل بازاریابی قابلیت‌های فرهنگی-تاریخی، گردشگری گیلان سعی بر جذب گردشگران داشتند. یافته‌های آنها نشان داد که بازاریابی قابلیت‌های فرهنگی و بازاریابی قابلیت‌های تاریخی در دسته شرایط راهبردی قرار

دارد. عسگری سوادجانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحلیل تأثیر پاندمی کووید ۱۹ بر تخریب خلاق گردشگری از دیدگاه ساکنان را بررسی نموده است. براساس نتایج آنها ساکنان شهر یزد با وجود اضطراب ناشی از بیماری کرونا سعی در جبران فرصت‌های ازدست رفته داشته و در تلاش هستند تا به نحوی با خلاقیت و نوآوری این تهدید را به فرصت تبدیل کرده و فعالیت‌های اقتصادی خود در راستای گردشگری را به شکل جدیدی احیاء نمایند. ابراهیم پور و همکاران (۱۴۰۰) نیز سعی بر احیای مقاصد گردشگری، از طریق پوشش رسانه ای برای مقابله با بیماری با هدف دانش ساکنان داشتند. نتایج مطالعه ی آنها نشان داد که پوشش رسانه ای دارای اثرات مثبت و معنی داری بر ادراک خطر، رفتارهای محافظتی و دانش بیماری دارد. در پژوهشی دیگر قهرمانی فرد و همکاران (۱۴۰۰) تقویت گردشگری شهر تبریز را با توجه به ناپایداری منابع درآمدی شهرداری امری ضروری تلقی نمودند. در پژوهش آنها شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری با استفاده از روشهای دلفی و تحلیل اثرات متقاطع و استفاده از نرم افزار میک مک انجام شد. نتایج آنها حاکی از اهمیت بالای پیشران فرهنگ با امتیاز ۱۱۰۷ در بین سایر پیشران‌های می باشد.

بررسی مطالعات داخلی انجام گرفته در این زمینه حاکی از پیمایشی و توصیفی بودن آنهاست. به طوری که در این مطالعات استفاده از توانایی سیستم‌های اطلاعات مکانی و داده‌های مکان مرجع صورت نگرفته است و پژوهش‌ها به صورت کاملاً توصیفی و بر مبنای پرسشنامه و محاسبات آماری تحقق یافته اند. این در حالی است که مناطق مستعد گردشگری در دنیای واقعی دارای ابعاد مکانی به منظور مراجعه گردشگران داخلی و خارجی می باشد. از این رو، عدم اشاره به مناطق به صورت مکانی، از عمده کاستی‌های مطالعات پیشین می باشد که نیاز به انجام چنین پژوهش‌هایی را دوچندان نموده است. علاوه بر این در رابطه با پتانسیل سنجی قابلیت‌های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات مکانی تاکنون مطالعات کمی صورت گرفته است که تعدادی از آنها به شرح زیر آورده شده است.

یان^۱ و همکاران (۲۰۱۷) رویکردهای توصیفی و کیفی برای مقایسه ظرفیت گردشگری را موثر نمی دانند. بنابراین آنها از یک مدل ریاضی با وزن‌های مختلف اختصاص داده شده به شاخص‌های مختلف برای پتانسیل گردشگری، بر اساس ارزش منابع و وضعیت توسعه استفاده نموده اند. مطالعه آنها به طور خاص به توسعه یک روش عملی و کمی برای اندازه گیری پتانسیل سایت‌های گردشگری میراثی اشاره دارد. ارزیابی نتایج آنها حاکی از اطمینان منابع گردشگری می دهد که منابع مالی محدود دولتهای شهری یا استانی به مکان‌هایی با پتانسیل نسبتاً بالا اختصاص داده می شود. هارتمن^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی مدیریت مقصد گردشگری در کشور هلند را مورد بررسی قرار داده اند. نتایج آنها بیانگر اهمیت بالای شبکه‌های بازیگر مولد در مورد آینده توسعه مقصد گردشگری می باشد. در پژوهشی دیگر اهمیت ظرفیت حمل و نقل گردشگری به عنوان یکی از توانایی‌های یک مقصد برای جذب و مدیریت فعالیت‌های گردشگری توسط وانگ^۳ و همکاران (۲۰۲۰) مورد بررسی قرار گرفته است. در مطالعه آنها مقایسه چگونگی تأثیر سرمایه گذاری‌های دولت در منابع گردشگری، حفاظت از محیط زیست، اقتصاد و زیرساخت‌ها بر رشد گردشگری با توجه به ۹ مقصد برتر گردشگری شهری در چین انجام شده است. نتایج پژوهش آنها حاکی از تأثیر بالای ظرفیت حمل و نقل گردشگری بر سیاست‌های مدیریت محیط زیست و گردشگران است. براودر^۴ (۲۰۲۰) تقویت مسیرهای جدید برای توسعه گردشگری پس از همه گیری کرونا را مورد بررسی قرار داده است. از دیدگاه وی اگر نوآوری نهادی کافی در هر دو طرف تقاضا و عرضه گردشگری رخ دهد، ظهور مسیرهای جدید مورد تقویت قرار گرفته و منجر به تحول در گردشگری می شود.

بررسی پژوهش‌های پیشین حاکی از ارائه راهکارها و سیاست‌مدیریتی به منظور توسعه گردشگری به صورت جامع و بعضاً تک بعدی می باشد. عوامل مختلفی که در زمینه گردشگری بر اعتماد گردشگرانی که به یک مقصد سفر می کنند تأثیر می گذارد. از این رو،

¹ Yan

² Hartman

³ Wang

⁴ Brouder



بررسی توان و پتانسیل گردشگری فضای شهری متاثر از معیارهای مختلفی است که بررسی تک بعدی هر کدام از آنها می تواند پیش بینی عملکرد صنعت گردشگری در هر منطقه ای را مختل نماید. با توجه به اینکه تاکنون توسعه و مدیریت مکانمند گردشگری در کلانشهر تبریز علی رغم نقاط قوت و ظرفیت های مختلف گردشگری، نتوانسته جایگاهی در خور توجه در پایداری اقتصادی به این شهرستان داشته باشد، پژوهش حاضر با یک دیدگاه مدیریتی کلان و جامع مبتنی بر سیستم اطلاعات مکانی، عوامل مکان مرجع و تجزیه و تحلیل های فضایی، پتانسیل گردشگری کلانشهر تبریز را به منظور توسعه این صنعت با رویکرد برندسازی برای دوران پس از همه گیری کووید-۱۹ را مورد ارزیابی قرار داده است. هدف اصلی پژوهش شناسایی پتانسیل های بالقوه ی گردشگری و توسعه ی آنها می باشد، به گونه ای که با ادغام متغیرهای مکانی اجتماعی، اقتصادی، محیطی و هواشناسی در یک فرآیند مدلسازی ترکیبی نوین، برنامه ریزی توسعه گردشگری به منظور رفع موانع و چالش های پیش روی موضوع تبیین گردیده است. این رویکرد از عمده نوآوری های موجود در این مطالعه می باشد که تا کنون توسط هیچ محققى صورت نگرفته است. در این راستا در پژوهش حاضر با هدف پاسخ به سؤالاتی نظیر مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهری در تبریز کدامند؟ و بالاترین پتانسیل گردشگری در تبریز مربوط به کدام مناطق شهری است؟ پس از انجام مدلسازی و ارائه تحلیل ها، راهکارهای مدیریتی به منظور استفاده توسط مقامات محلی پیشنهاد می گردد.

مبانی نظری

اصطلاح گردشگری در قالب الگوهای خاص مکانی معنا پیدا می کند. تقسیم بندی مقصدهای گردشگری بخشی از رویکردهای برنامه ریزی مکانی در یک منطقه است. زیرا هدف این نوع از برنامه ریزی، آگاهی و شناسایی توانمندی ها و منابع محدوده و نحوه ی بهره برداری از این منابع همراه با پیش بینی وضعیت آینده می باشد. شهرها به عنوان بزرگترین سکونتگاه های بشری همواره از مستعدترین مکان ها برای توسعه گردشگری به حساب خواهند آمد (قهرمانی فرد و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۷). به طوری که، وجود جاذبه های متنوع تاریخی، فرهنگی، هنری، اجتماعی و... در مناطق شهری، از عمده دلایل انتخاب شهرها به عنوان مقاصد گردشگری می باشد. علی الرغم موارد موفق، ظرفیت ها و مناظر دیگری نظیر موزه ها، بناهای تاریخی، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، و فضاهای ویژه ای مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور نیز از دیگر عناصر جذب گردشگر در شهرها تلقی می گردد (Timothy, 1995: 53). عدم وجود تمایز میان کار و اوقات فراغت، موجب به وجود آمدن سبک اکسپرسیونیستی^۱ گردیده است. در چنین سبکی، ایجاد فضا و اوقات شاد، مهیج و لذت بخش از اهداف اصلی انسان محسوب خواهد شد (Sweeney et al., 2018: 90). از این رو، بهترین فضا برای تحقق این سبک از زندگی شهرها هستند که از نظر تراکم جمعیت آدر آنها و فشارهای ناشی از فعالیت های کاری روزمره می تواند به مهمترین قطب گردشگری تبدیل شود. امروزه تمایل سفر به شهرهای مختلف در سراسر دنیا به میزان قابل توجهی در حال افزایش است. مقاصد همچون کسب و کار، شرکت در همایش ها و نشست ها، درمان و تحصیل بر میزان این تمایل اثرگذار بوده است. با این حال، افرادی دیگر در اوقات فراغت خود برای شناخت سایر فرهنگ ها، جستجوی علایق و همچنین تفریح، شهرها را به عنوان مقاصد گردشگری خود انتخاب می کنند (Visser, 2020: 173). تقاضای گردشگری در شهرها وابسته به کیفیت عرضه خدمات با کیفیت گردشگری می باشد (Fu et al., 2020) که علاوه بر ایجاد حس رضایت در گردشگران، می تواند پیامدهای مثبت اقتصادی بسیاری برای شهر باشد (Parviznejad & Akhavan, 2021: 1). از این رو، بالا بردن میزان کیفیت و استاندارد در سطح انتظارات، در نظر گرفتن منافع بخش های تجارت و کسب و کار گردشگری شهروندان در شهرها، خط مشی و سیاست های مطلوب برای توسعه گردشگری شهری از استراتژی های احیای گردشگری در شهرها به حساب خواهند آمد. در واقع، برنامه ریزی مناسب با هدف توسعه ی گردشگری شهری نوعی دانش بین رشته ای می باشد که به همکاری سایر رشته های علمی و نهادها و سازمان های مرتبط، نیازمند است. به طوری که، توسعه گردشگری شهری

¹ Expressionistic

² Population density

مبتنی بر مدیریتی خلاق و پویا مستلزم ایجاد زیرساخت‌ها و فضاهای مناسب می‌باشد (Zeng et al., 2021). به عبارتی ایجاد و توسعه فضاهای شهری با پتانسیل بالا برای گردشگری و بازسازی و برندسازی آنها به منظور زنده کردن وجه‌های تاریخی جامعه از جمله رویکردهای مدیریتی در توسعه گردشگری شهری است که علاوه بر گسترش فضاهای اجتماعی استاندارد و ایجاد مراکزی برای اوقات فراغت، می‌تواند با هویت بخشیدن به شهر موجب تعادل سلامت جسمی و روانی شهروندان گردد (Gholami et al., 2019: 107). به طوری که، یک برند می‌تواند تمام هویت، خدمات و قابلیت‌های یک مقصد گردشگری را منعکس کند که تحقق این امر مستلزم داشتن توانمندی‌های منحصر به فردی می‌باشد. بنابراین، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری از فرآیندهای مهم و چندوجهی می‌باشد که بررسی آن در ابعاد مختلف مکانی مورد نیاز است. از طرفی همه‌گیری ویروس کرونا موجب اثرگذاری مخربی در شرایط زندگی مردم شده و تا کنون پیامدهای روانی منفی مانند اضطراب، استرس و ترس را در پی داشته است (عسگری سوادجانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱). از این رو، علاوه بر اثرات منفی کرونا بر اقتصاد گردشگری، پیامدهای روانی مربوط به زمان قرنطینه، روحیات و عواطف شهروندان را تا حد زیادی با ترس از بیماری، عدم دانش کافی نسبت به پاندمی و تعطیلی کسب و کارها خدشه دار نموده است (Brooks et al., 2020: 912). بنابراین شرایط فعلی همراه با التهاب‌های روحی و روانی زیادی برای مقاصد گردشگری می‌باشد که در صورت عدم برنامه‌ریزی و توسعه مناسب گردشگری، اثرات مخرب را بر روی صنعت گردشگری شاهد خواهیم بود. اگرچه سابقه تکنولوژی GIS در پژوهش‌های مرتبط با گردشگری بالاتر از یک دهه می‌باشد، با این حال در خصوص پتانسیل سنجی قابلیت‌ها گردشگری شهری با رویکرد مکانی کاربردهای اندکی داشته است. سیستم‌های اطلاعات مکانی توانایی‌های قابل ملاحظه‌ای در خصوص پشتیبانی از برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های مکانی دارند (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۹). به طوری که، شناسایی مکانهای مستعد برای توسعه فعالیت‌های گردشگری شهری از گسترده‌ترین و مهم‌ترین کاربردهای GIS در این زمینه می‌باشد. از این رو، ایجاد مدل‌های ترکیبی نوین به منظور مدلسازی توانمندی‌های گردشگری از مواردی است که برنامه‌ریزان و مدیران محلی باید آن را توسعه دهند (برقی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۵). یک ابزار پشتیبانی تصمیم برای ارزیابی چند معیاره است (Eastman, 1999: 493). تصمیم یک انتخاب بین گزینه‌های جایگزین (مانند اقدامات جایگزین، تخصیص زمین و غیره) است که مبنای تصمیم‌گیری به عنوان معیار شناخته می‌شود. در ارزیابی چند معیار، تلاش می‌شود مجموعه‌ای از معیارها را برای دستیابی به یک مبنای مرکب واحد برای تصمیم‌گیری با توجه به یک هدف خاص ترکیب شوند. مدل‌های ارزیابی چندمعیاره به سه دسته ترکیب خطی وزنی، سفارش میانگین وزنی و تقاطع بولی^۱ تقسیم می‌شوند (Masoudi et al., 2021: 457). در این مطالعه از دو مدل ترکیب خطی وزنی و سفارش میانگین وزنی برای مدلسازی پتانسیل‌های گردشگری استفاده شده است. برای استفاده از مدل ترکیب خطی وزنی باید ابتدا وزن مربوط به هر عامل مشخص شود، سپس با ضرب هر عامل در وزن، مدلسازی شروع می‌شود. هرچه وزن عاملی بیشتر باشد، تأثیر آن عامل بیشتر بر روی نقشه نهایی نمایان خواهد شد. به طوری که این مدل با اعمال وزن مربوط به هر عامل، عوامل را با همدیگر ترکیب می‌کند.

روش شناسی تحقیق

از شاخص‌ترین ویژگی‌های این تحقیق کاربردی بودن آن می‌باشد که با توجه به هدف اصلی مطالعه یعنی استراتژی احیای گردشگری شهری در کلانشهر تبریز با استفاده از شناسایی پتانسیل‌ها و برندسازی آنها برای دوران پسا کرونا، نتایج مطالعه حاضر می‌تواند برای مدیران و برنامه‌ریزان شهری به منظور توسعه گردشگری مفید باشد. شیوه گردآوری داده‌های این پژوهش با استفاده از نظرات کارشناسان^۲ مطالعات پیشین و تحقیقات میدانی است. فرآیند انجام پژوهش نیز مبتنی بر داده‌ها و سیستم‌های اطلاعات

¹ Quarantine

² Multi-criteria evaluation (MCE)

³ Boolean Intersection

⁴ Experts



جغرافیایی آمی باشد که در نوع خود از جمله مطالعات نوآور و نوین است. چرا که استفاده از فن پرسشنامه و انجام مطالعه به صورت توصیفی-تحلیلی قادر به شناسایی موقعیت‌های مکان مرجع با پتانسیل بالای گردشگری نمی باشد. ابتدا تعداد ۱۸ فاکتور اجتماعی، محیطی، هواشناسی و کالبدی موثر بر پتانسیل گردشگری شهری انتخاب و داده‌ها از بعد غیرمکانی به مکانی تبدیل شدند. فرآیند مکانی سازی داده‌ها در نرم افزار ArcGIS 10.5 انجام شد و تعداد ۱۸ فاکتور رستری تولید شدند. به دنبال آن، به منظور اطمینان از عدم وجود رابطه خطی میان فاکتورها و تاثیر مستقل هر کدام از آنها از همبستگی پیرسون استفاده شد. سپس براساس میزان تاثیر هر کدام از عوامل، استانداردسازی آنها با روش افزایشی و کاهشی به صورت باینری انجام گرفت. فرآیند انجام تحقیق براساس شکل (۱) به صورت زیر دنبال خواهد شد:

۱- اجرای مدل فازی و هم پوشانی عوامل استاندارد شده با تابع جمع جبری فازی

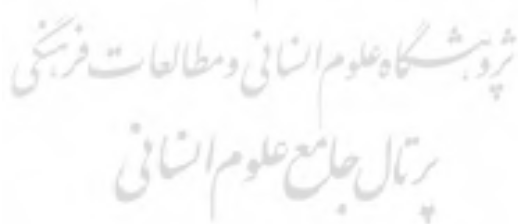
۲- طبقه بندی نقشه فازی ایجاد شده و ایجاد پایگاه داده باینری (۰ و ۱) به صورت انتخاب ۱۵۰ نقطه از پنج کلاس پتانسیل مربوط به نقشه ی پتانسیل گردشگری فازی

۳- تعیین اهمیت هر کدام از عوامل با استفاده از تکنیک نسبت کسب اطلاعات^۴

۴- اجرای مدل‌های ترکیب خطی وزنی^۵ و سفارش میانگین وزنی^۶ براساس وزن‌های بدست آمده برای هر کدام از عوامل

۵- تهیه نقشه‌های پهنه بندی شده پتانسیل گردشگری کلانشهر تبریز

۶- مدل‌سازی مکانی شویع ویروس کرونا در کلانشهر تبریز و مقایسه با نقشه‌های پهنه بندی گردشگری به منظور برندسازی مناطق دارای پتانسیل و افسرده برای دوران پسا کرونا



¹ Field research

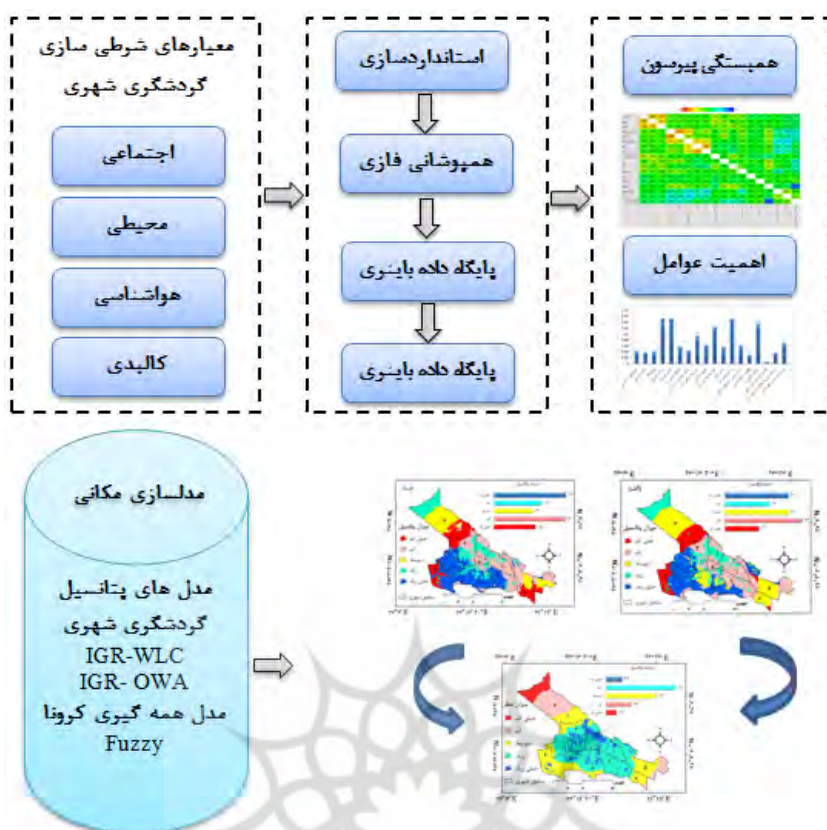
² Geographical information systems (GIS)

³ Pearson correlation

⁴ Information gain ratio (IGR)

⁵ Weighted linear combination (WLC)

⁶ Ordered weighted averaging (OWA)



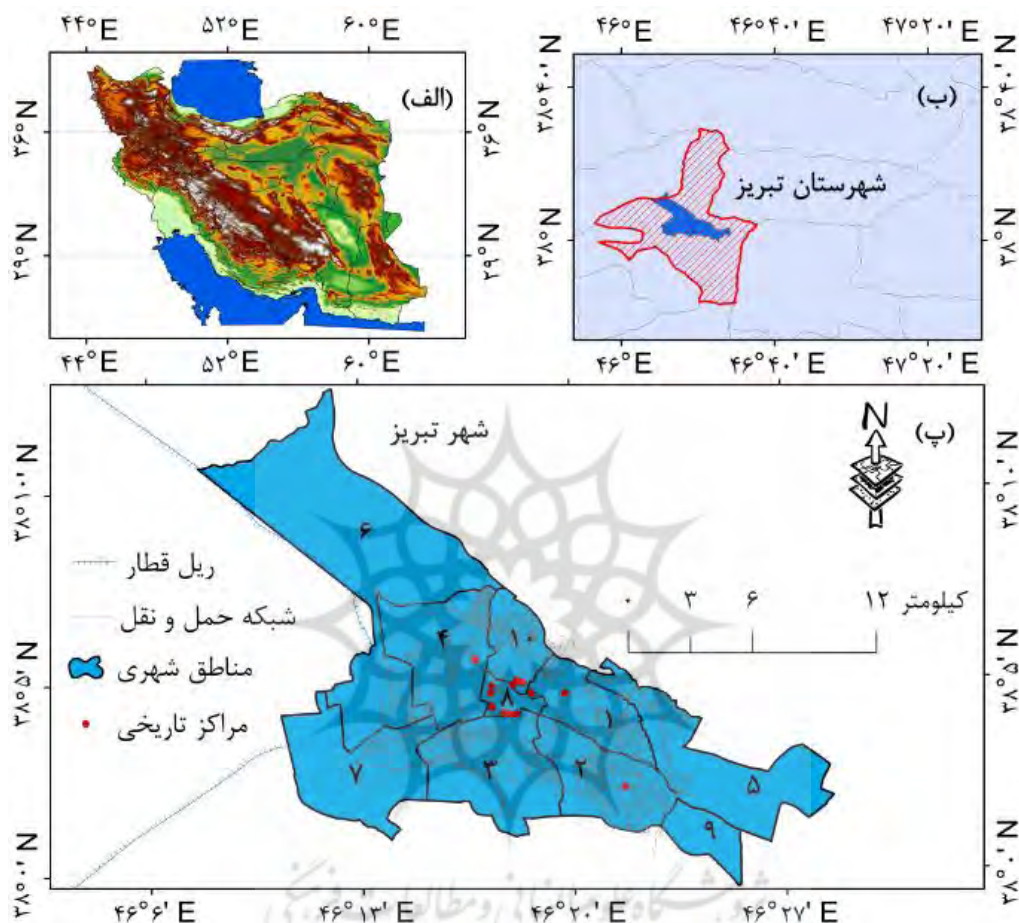
شکل (۱). نمودار روش شناختی پژوهش.

محدوده مورد مطالعه

کلانشهر تبریز یکی از شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی است که در مرکز این استان و شمال غربی ایران واقع شده‌است (شکل ۱- الف). کلانشهر تبریز نیز با وسعتی حدود $24559/13$ هکتار در موقعیت 36 درجه و 17 دقیقه طول شرقی و 38 درجه و 05 دقیقه عرض شمالی با ارتفاع متوسط حدود 1340 متر در مرکز این استان واقع شده است (دوستی و همکاران، 1398 : ۱) (شکل ۱- ب). تبریز، به عنوان بزرگ‌ترین شهر شمال غرب ایران، دارای پتانسیل‌های بالقوه ای همچون بزرگ‌ترین قطب بازرگانی، صنعتی، سیاسی، گردشگری و کانون ارتباط شمال غرب ایران است. این شهر از شمال به کوه عینالی، از غرب به جلگه تبریز و از جنوب به دامنه‌های کوه سهند محدود شده است. موقعیت ژئوپولوتیکی این شهر به دلیل واقع شدن در شمال غربی کشور و در امتداد محور بین‌المللی تهران-بازرگان می باشد که پل ارتباطی ایران به اروپا نیز محسوب خواهد شد. علاوه بر این وضعیت خاص توپوگرافی تبریز به دلیل حاصلخیز بودن خاک، اقلیم و آب و هوای معتدل، آب کافی، جلگه‌ها و مخروط افکنه‌های پای کوهستان، چشمه‌ها، منابع معدنی و بسیاری از موهبت‌های طبیعی؛ موجب شده است که امروزه این شهر امروزه در زمینه توسعه منازل مسکونی، خدماتی، درمانی و صنعتی به یک قطب تبدیل شود. متاثر از وضعیت توپوگرافی و کوهستانی، زمستان‌های تبریز سرد و تابستان‌های آن گرم و خشک است. به طوری که براساس یک دوره ۱۲ ساله ($2009-2020$) میانگین حداکثر دما در تیرماه 32 درجه سانتی‌گراد و میانگین حداقل دما در دی‌ماه (سردترین ماه سال) -8 درجه سانتی‌گراد بوده است. براساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن (سال 1395) جمعیت شهر تبریز با 10 منطقه شهرداری بالغ بر $369,724,1$ نفر می باشد (شکل ۱- پ). فعالیت‌های اقتصادی در این شهر در بخش‌های صنایع تولیدی سنگین و سبک، صنایع غذایی، صنایع دستی و هنری، تجارت و خدمات و گردشگری متمرکز می‌باشند، به طوری که تبریز مقر اصلی چهار برند از 100 برند معتبر ایران به حساب خواهد آمد. وجود بناهای تاریخی، فرهنگی و هنری متعدد با سبقه تاریخی طولانی مدت



نظیر بازار تاریخی تبریز، ارک علیشاه، پارک ائل گلی، مسجد جامع، مقبره الشعراء، عمارت شهرداری (برج ساعت)، خانه مشروطیت، دهکده توریستی کندوان، آبشار آسیاب خرابه، منطقه توریستی بام، جنگل‌های آینالو و منطقه ارسباران موجب شده است تا کلانشهر تبریز از نظر گردشگری قابلیت توسعه و جذب گردشگران از شهرها و استان‌های همجوار، گردشگران متقاضی از دیگر نقاط کشور و گردشگران خارج از کشور را داشته باشد.



شکل (۲). موقعیت محدوده مورد مطالعه در تقسیمات کشوری.

استان آذربایجان شرقی به مرکزیت تبریز با ثبت بیش از ۱۸۰۰ اثر ثبت شده در بخش‌های فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری در فهرست یونسکو^۱ موجب شده است که این استان در رده ی پنجم استان‌های دارای پتانسیل گردشگری در ایران قرار بگیرد. از طرفی با توجه به رویداد بین المللی ۲۰۱۸ که در آن تبریز به عنوان پایتخت گردشگری اسلامی آبرگزیده شد، پیشرفت روز افزون این شهر در زمینه توسعه گردشگری به طور فزاینده ای رو به افزایش بود تا اینکه یکباره و با گسترش ویروس کرونا رو به تنزل گذاشت. بر اساس بررسی‌های اقتصادی صورت گرفته در زمان اپیدمی^۲ شیوع ویروس کرونا در کلانشهر تبریز بخش‌های اقتصادی نظیر گردشگری، بازرگانی خارجی، بازار سرمایه، بازار ارز، بازار مسکن، کسب و کارهای خرد، کسب و کارهای عمومی، قیمت کالاها و تولید ناخالص داخلی

¹ United Nations' Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)

² Islamic Tourism Capital

³ Epidemic

را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. نمونه ای از این تاثیر را می توان در شکل (۳) مشاهده نمود که این تصاویر مربوط به آبان ماه سال ۱۳۹۷ (قبل از شیوع کرونا) و ۲۷ مرداد سال ۱۴۰۰ (بعد از شیوع کرونا) مبتنی بر تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا مبنی بر تعطیلی بازار ثبت شده است.



شکل (۳). تاثیر همه گیری ویروس کرونا بر گردشگری و کسب و کارهای وابسته به آن در تبریز.

از این رو، با توجه به اثرات مخرب ناشی از شیوع ویروس کرونا در صنعت گردشگری تبریز، در صورتی که در مورد جبران زیان‌های اقتصادی گردشگری ناشی از آن سیاست‌های مدیریتی به طور کاربردی در پیش گرفته نشود، آسیب‌های وارده تصاعدی خواهد شد و بسیاری از فعالان اقتصادی با چالش زیادی روبه‌رو خواهند شد که حتی ممکن است از چرخه اقتصادی حذف شوند.

معیارهای موثر بر توسعه گردشگری شهری

در سالهای اخیر گردشگری با شکل‌های مختلف در فضاهای شهری بر اساس انگیزه، شرایط مقصد و رضایتمندی گردشگران، سیر تکاملی خود را طی کرده است (صابری فر، ۱۳۹۸: ۱۲۵). برقراری توازن منفعتی میان توسعه گردشگری شهری (بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی در مناطق گردشگری) و فراهم آوردن مراکز گردشگری استاندارد به منظور جلب رضایت گردشگران با استفاده از بهینه سازی منافع اقتصاد محلی، حفاظت از محیط طبیعی و انسان ساخت و فراهم آوردن تجارب مناسب برای بازدیدکنندگان، از سیاست‌های مهم مدیریتی در این زمینه می باشد. تحقق این امر مستلزم توجه نظام‌مند به ابعاد فنی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، اقتصادی و کالبدی، در راستای توسعه و استفاده از جاذبه‌های گردشگری برای آینده می باشد. همچنین تعیین عوامل موثر بر توسعه گردشگری در قرن بیست و یکم به‌عنوان اصلی ترین بخش مدیریت گردشگری اهمیت زیادی دارد (Murgante et al., 2021: 7245). به طوری که، از سیاست‌های مهم رقابتی در جهت توسعه گردشگری با توجه به شرایط شهر مقصد و انتظارات گردشگران، انتخاب فاکتورهای تاثیرگذار برای استفاده در تحلیل‌های مکانی گردشگری است که باید در برنامه‌ریزی مدیریت گردشگری و مدیریت شهری مورد توجه قرار بگیرد. بنابراین، در این قسمت از این پژوهش، مهم‌ترین فاکتورهای مکانی که به عنوان عوامل موثر بر پتانسیل گردشگری شهری در کلانشهر تبریز شناسایی و بیان شده‌اند. از این رو، بر اساس مرور منابع، نظرات متخصصین و دانشگاهیان و بررسی‌های میدانی، تعداد ۴ معیار اصلی و ۱۸ زیر معیار مرتبط با موضوع شناسایی شد. معیارهای شناسایی شده در این مطالعه شامل اجتماعی، کالبدی، هواشناسی و کالبدی و زیر معیارهای مورد استفاده شامل تراکم جمعیت، تراکم شهروندان مجرد، تراکم شهروندان متأهل، تراکم شهروندان فاقد شغل، تراکم شهروندان شاغل، فاصله از مراکز تاریخی، فاصله از مراکز تفریحی-پذیرایی، فاصله از پارکینگ‌های عمومی، فاصله از ایستگاه‌های مترو، فاصله از مراکز بهداشتی-درمانی، تراکم بناها با مصالح با کیفیت، تراکم بناها با مصالح بی کیفیت، فاصله تا جاده اصلی، فاصله از مراکز آتش نشانی، میانگین حداکثر دمای سالانه، میانگین حداقل دمای سالانه، میانگین بارش سالانه و فاصله از گسل هستند (جدول ۱).



جدول (۱) - معیارها و عوامل موثر بر گردشگری شهری تبریز.

معیارها	عوامل	منبع	فرمت داده/واحد
اجتماعی	تراکم جمعیت	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/نفر در هکتار
	تراکم شهروندان مجرد	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/نفر در هکتار
	تراکم شهروندان متاهل	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/نفر در هکتار
	تراکم شهروندان فاقد شغل	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/نفر در هکتار
	تراکم شهروندان شاغل	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/نفر در هکتار
کالبدی	فاصله از مراکز تاریخی	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
	فاصله از مراکز تفریحی- پذیرایی	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
	فاصله از پارکینگ‌های عمومی	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
	فاصله از ایستگاه‌های مترو	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
هواشناسی	فاصله از مراکز بهداشتی- درمانی	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
	تراکم بناها با مصالح با کیفیت	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/بنا در هکتار
	تراکم بناها با مصالح بی کیفیت	سرشماری نفوس ومسکن (سازمان برنامه ریزی و آمار)	توصیفی-برداری/بنا در هکتار
	فاصله تا جاده اصلی	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
محیطی	فاصله از مراکز آتش نشانی	طرح تفصیلی شهری- نقشه کاربری اراضی	مکانی-رستری/متر
	میانگین حداکثر دمای سالانه	سازمان هواشناسی کشور (میانگین ۱۲ ساله)	توصیفی-رستری/درجه سانتی گراد
	میانگین حداقل دمای سالانه	سازمان هواشناسی کشور (میانگین ۱۲ ساله)	توصیفی-رستری/درجه سانتی گراد
	میانگین بارش سالانه	سازمان هواشناسی کشور (میانگین ۱۲ ساله)	توصیفی-رستری/ میلی متر
	فاصله از غسل	نقشه زمین شناسی تبریز ۱:۱۰۰۰۰۰	مکانی-رستری/متر

عوامل اجتماعی

عوامل اجتماعی و توان اجتماعی^۱ جامعه مقصد گردشگری تاثیر بسزایی در توسعه توریست شهری خواهد داشت (سلیمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۳). چرا که شهرها به عنوان پر رونق ترین مقاصد گردشگری هرساله پذیرای میلیونها نفر گردشگر داخلی و خارجی هستند که فرآیندهای اجتماعی و فضایی خاصی در آن در حال وقوع است (Wang et al., 2018: 218). به طوری که، چرخه ی گردشگری مستقیماً با جامعه ی بشری (شهروندان و بومیان مقصد) در ارتباط است (قنبری، ۱۳۹۷: ۲۴۳)، لذا نقش کلیدی عوامل اجتماعی و جامعه شناختی در فرآیند گردشگری قابل چشم پوشی نیست. در این مطالعه عواملی نظیر تراکم جمعیت، تراکم شهروندان مجرد، تراکم شهروندان متاهل، تراکم شهروندان فاقد شغل و تراکم شهروندان شاغل به عنوان موثرترین عوامل زمینه ساز اعتماد اجتماعی به گردشگری شهری در تبریز انتخاب شده اند. از آنجا که اعتماد از کلیدی ترین شروط لازم برای توسعه ی اقتصاد و فرهنگ یک جامعه محسوب می شود، امنیت حاکم بر فضاهای شهری به عنوان برآیند حاصل از اعتماد از عوامل موثر بر توسعه گردشگری شهری است. اگرچه، عدم وجود گردشگر در

¹ Social power

یک فضا یا یک شهر دلیلی بر عدم وجود امنیت در آن فضا نیست (متقی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۷). نقشه‌ی مربوط به عوامل اجتماعی با استفاده از داده‌های حاصل از سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ کشور با تابع تراکم^۱ در نرم افزار Arc GIS 10.5 تهیه شدند (شکل ۴ الف-ث).

عوامل کالبدی

فرآیند چند وجهی گردشگری شهری موجب شده است تا گردشگران از خدمات مختلفی نظیر حمل و نقل، امکانات اقامتی، خدمات تفریحی و فرهنگی حین بازدید از مقصد استفاده کنند (Ben-Dalia et al., 2013: 233). تعامل میان زیرساخت‌های موجود در گردشگری می‌تواند تجربه‌های خوشیندی را برای گردشگران فراهم آوردند. یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های گردشگری، مراکز تاریخی-فرهنگی، تفریحی پذیرایی و اقامتی است که به عنوان پیش نیازهای توسعه‌ی گردشگری از آنها یاد می‌شود. پارکینگ‌های عمومی و ایستگاه‌های حمل و نقل عمومی نظیر مترو نیز از دیگر زیرساخت‌های موجود در یک شهر هستند که بر تجربه گردشگر مؤثرند (مافی فروتن و جاودان، ۱۳۹۷: ۶۹). عقب ماندگی و حذف بافت‌های فرسوده شهری از توسعه به دلیل فرسودگی واحدهای مسکونی و بناها در هر شهر به دلیل ضعف زیرساخت‌ها و مشکلات زیست محیطی از دیگر عوامل مؤثر بر جذب گردشگر می‌باشد که عدم نوسازی و بهبود آنها می‌تواند این مناطق را از چرخه‌ی اقتصادی گردشگری بی بهره سازد (تقوایی و طاهری، ۱۳۹۹: ۱۶). عوامل کالبدی مورد استفاده در این مطالعه با استفاده از نقشه‌های موجود طرح تفصیلی، کاربری اراضی شهری و سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ در قالب نقشه‌های مکانی با فرمت رستری در نرم افزار Arc GIS 10.5 تهیه شدند. به منظور تهیه نقشه‌های فاصله از مراکز تاریخی، تفریحی-پذیرایی، مراکز بهداشتی-درمانی، مراکز آتش نشانی، پارکینگ‌ها، ایستگاه‌های مترو و جاده‌های اصلی از تابع فاصله اقلیدسی^۳ و برای تهیه نقشه‌ی مربوط به تراکم منازل با مصالح‌های با کیفیت و بی کیفیت از تابع تراکم استفاده شده است (شکل ۴ ج-ژ).

عوامل هواشناسی

از دیگر عوامل مؤثر بر جذب گردشگر آب و هوا و اقلیم منطقه است که تاثیر زیادی در جذب گردشگر دارد (Pandy & Rogerson, 2019: 225). بسیاری از گردشگران با اهداف خاصی ترجیح می‌دهند که به مناطقی مسافرت کنند که شرایط آب و هوایی مناسبی دارد. به طور مثال، بیماران حاد تنفسی نسبت به گردشگری در مناطقی با آب و هوای خشک و رطوبت نسبی پایینی تمایل دارند. تغییرات آب و هوایی منجر به برنده و بازنده بودن در بخش گردشگری می‌شوند، زیرا شهرها، جاذبه‌ها و فصل‌ها به طور فزاینده‌ای در جذب بازدیدکنندگان تاثیرگذار هستند (Aall & Ko Koens, 2019: 4228). با این حال در اکثر مطالعات مربوط به گردشگری، به صورت تک بعدی بر گردشگری طبیعی و اکوتوریسم متمرکز شده‌اند و گردشگری شهری را نادیده گرفته‌اند. فارغ از تمایل اقلیت‌های گردشگری درمانی به آب و هوای خیلی سرد یا خیلی گرم، این نوع از آب و هوا نمی‌تواند جذابیتهای برای اکثر گردشگران داشته باشد. به علاوه در واقع همراه بودن فضاهای شهری با طیف وسیعی از تغییرات آب و هوایی با طول موج‌های گرم/امواج گرما، بارندگی‌های شدید و یک فصل بارانی طولانی، مورد تهدید حوادث طبیعی فراوانی می‌باشد که مورد پسند گردشگران نمی‌باشد (Pandy & Rogerson, 2019: 225). نقشه‌های مربوط به میانگین حداقل و حداکثر دمای سالانه مربوط به یک دوره ۱۲ ساله تا سال ۱۳۹۹ مربوط به شهر تبریز با استفاده از داده‌های مربوط به ۸ ایستگاه‌های هواشناسی در نرم افزار Arc GIS 10.5 با استفاده از درونیابی^۴ با روش Kriging تهیه شده است (شکل ۴ س-ص).

¹ Kernel density

² Worn urban textures

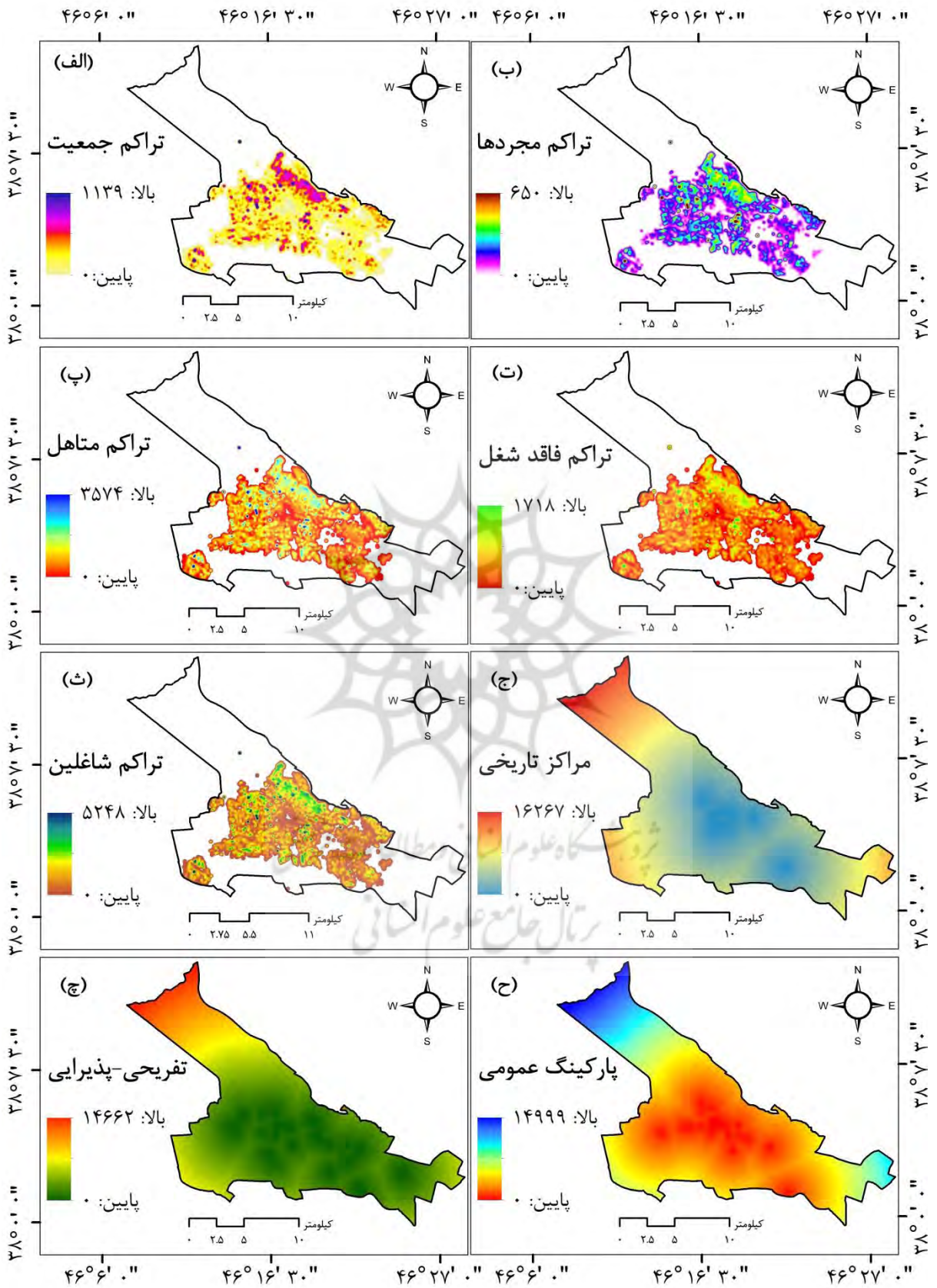
³ Euclidean distance

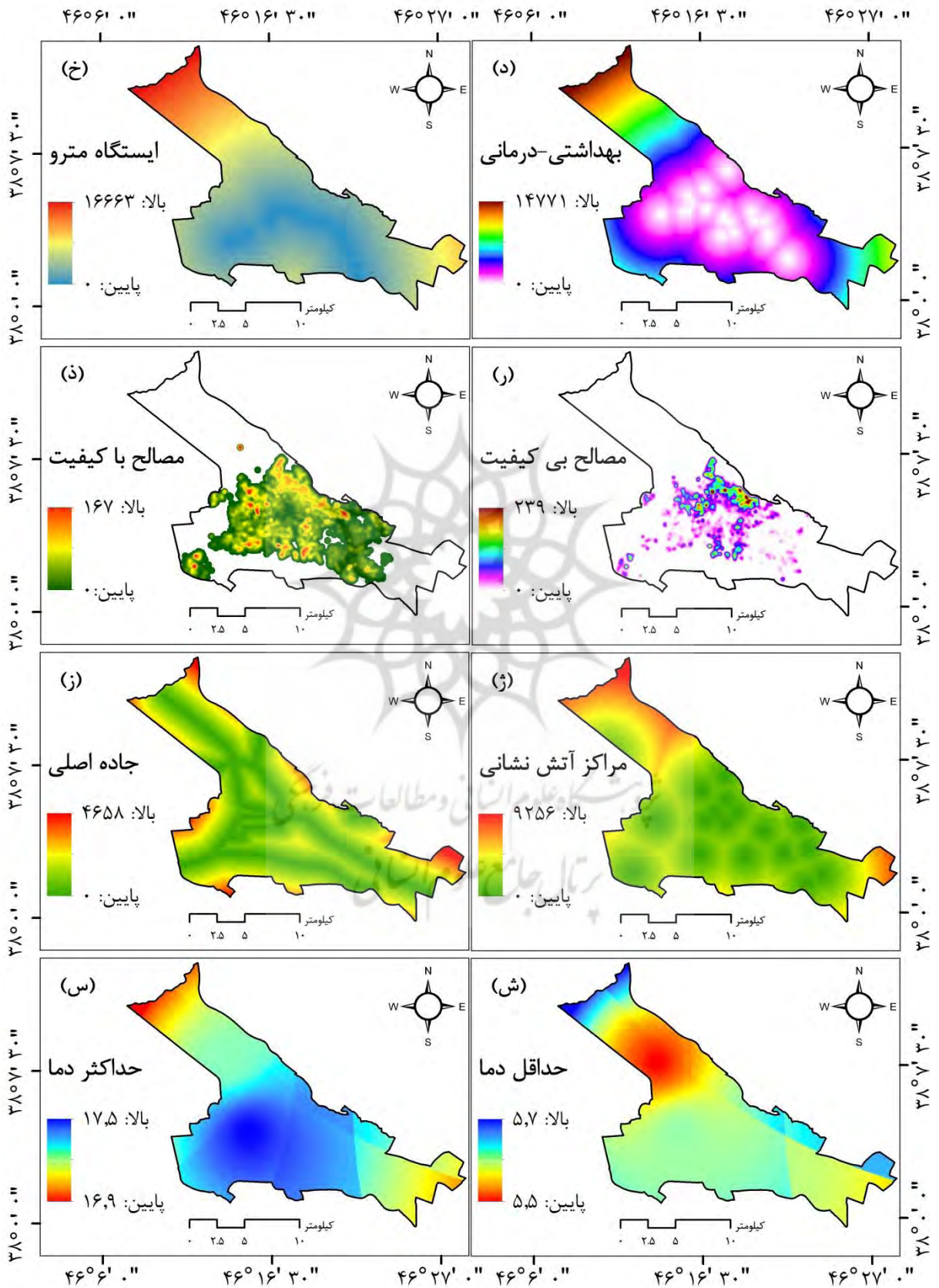
⁴ Interpolation

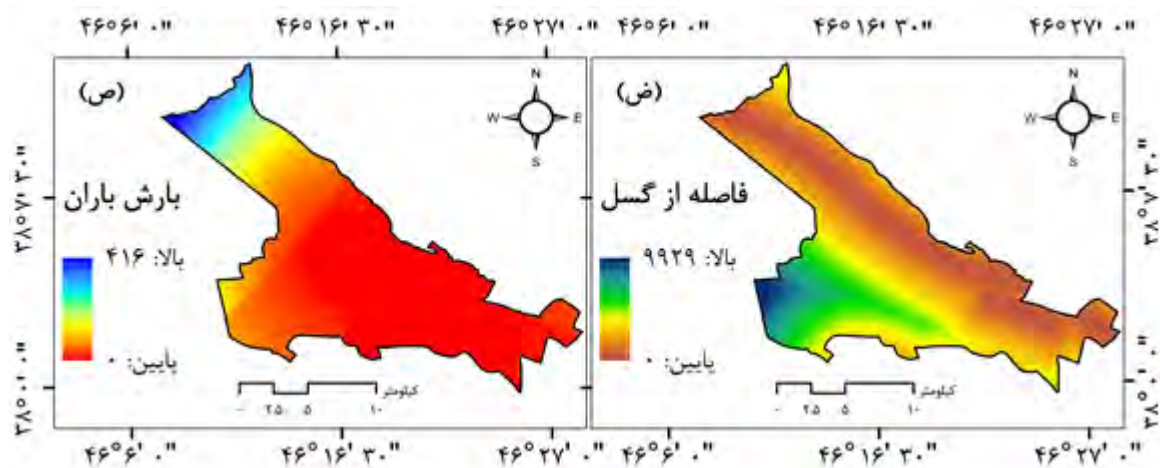
عوامل محیطی

با وجود رشد مثبت، گردشگری یک صنعت بسیار بی ثبات است که به راحتی تحت تأثیر مسائل ایمنی، امنیت، بهداشتی و محیطی قرار می گیرد (Fauziah, 2016: 110). ویژگی‌های گردشگری شهری با مجموعه ای از جاذبه ها و استفاده‌های متعدد از امکانات و زیرساخت ها، چه برای ساکنان و چه برای بازدیدکنندگان، چالش دیگری را در موضوع بحران‌های گردشگری و کاهش و مدیریت بلایای محیطی به وجود می آورد. وقوع زلزله به عنوان یکی از مخرب ترین نوع از بلایای محیطی همواره شهرها و سکونتگاه‌های بشری را با خطر جدی مواجه نموده است (Karami & Yariyan, 2019: 185). از این رو باید توجه داشت که وقوع حوادث ناگوار اثرات منفی زیادی را برای صنعت گردشگری به همراه دارد که قادر به تخریب چهره ی فضاهای گردشگری خواهد شد. با توجه به وجود گسل‌های فعال متعدد در استان آذربایجان شرقی به مرکزیت کلانشهر تبریز، خطر زلزله به عنوان موثرترین عامل بر پتانسیل گردشگری در این مطالعه مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین موقعیت گسل‌های فعال در اطراف تبریز از طریق نقشه ۱:۱۰۰۰۰۰ زمین شناسی کشور استخراج و با استفاده از تابع فاصل اقلیدسی، نقشه ی مربوط به فاصله از گسل تهیه شده است (شکل ۴ ض).









شکل (۴). عوامل اجتماعی، کالبدی، هواشناسی و محیطی موثر بر توسعه گردشگری شهری.

تجزیه و تحلیل داده ها

تعیین میزان همبستگی میان عوامل

برای اطمینان از استقلال هر یک از عوامل موثر بر گردشگری شهری در این مطالعه، از ضریب همبستگی پیرسون برای اندازه گیری همبستگی ها استفاده شد (شکل ۶). کاربرد شاخص آماری همبستگی دو متغیری، ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون است و بیانگر وجود رابطه کمی میان متغیرها می باشد (Benesty et al., 2009: 1). سلولهای موجود بر اساس میزان همبستگی بین عوامل از قرمز (همبستگی مثبت) تا آبی (همبستگی منفی) برجسته می شوند. اگر همبستگی بین دو متغیر بیشتر از ۰,۷۰ باشد، می توان گفت که تأثیر آنها بر مدل نهایی بسیار مشابه خواهد بود (Kalantar et al., 2020: 1737). به طوری که استفاده از عوامل با همبستگی بالا در مدلسازی با امکان پذیر نیست. در مطالعه حاضر همه همبستگی‌های خطی کمتر از ۰,۷ می باشد و همه ی عوامل تأثیر منحصر به فردی در خروجی مدلسازی خواهند داشت.



1.0 -1.0

آتش نشانی		0.609	0.586	0.141	0.116	0.074	0.104	0.051	0.340	0.102	0.268	0.240	-0.139	-0.159	-0.050	-0.005	-0.111	-0.163
تاریخی	0.609		0.565	0.147	0.138	0.091	0.101	0.085	0.336	0.264	0.087	0.151	-0.027	0.011	-0.032	0.005	-0.151	-0.151
تفریحی	0.586	0.565		0.115	0.067	0.122	0.056	0.012	0.216	0.174	0.288	0.146	0.040	-0.058	0.045	0.015	-0.160	-0.183
مصالح-بی-کیفیت	0.141	0.147	0.115		0.646	0.544	0.177	0.291	0.036	0.215	0.006	0.200	-0.067	-0.067	0.306	-0.278	-0.391	-0.394
بیکار	0.116	0.138	0.067	0.646		0.389	0.133	0.145	0.043	0.292	-0.086	0.210	-0.079	-0.079	0.282	-0.217	-0.309	-0.451
مصالح-با-کیفیت	0.074	0.091	0.122	0.544	0.389		0.525	0.459	0.025	0.055	-0.085	0.107	-0.037	-0.037	0.232	-0.459	-0.521	-0.262
شاغل	0.104	0.101	0.056	0.177	0.133	0.525		0.604	-0.091	-0.155	-0.168	0.054	-0.015	-0.015	0.096	-0.291	-0.368	-0.104
منازل	0.051	0.085	0.012	0.291	0.145	0.459	0.604		-0.021	-0.035	-0.232	0.074	-0.021	-0.021	0.132	-0.434	-0.312	-0.176
میانگین_حداقل_دما	0.340	0.336	0.216	0.036	0.043	0.025	-0.091	-0.021		-0.029	0.282	0.077	-0.162	-0.163	-0.237	-0.051	0.014	-0.045
جاده	0.102	0.264	0.174	0.215	0.292	0.055	-0.155	-0.035	-0.029		-0.052	0.047	0.070	-0.029	0.326	0.019	-0.046	-0.371
گسل	0.268	0.087	0.288	0.006	-0.086	-0.085	-0.168	-0.232	0.282	-0.052		0.135	-0.074	-0.074	0.335	0.058	-0.054	-0.334
مراکزدرمانی	0.240	0.151	0.146	0.200	0.210	0.107	0.054	0.074	0.077	0.047	0.135		-0.041	-0.095	0.135	-0.402	-0.104	-0.244
مترو	-0.139	-0.027	0.040	-0.067	-0.079	-0.037	-0.015	-0.021	-0.162	0.070	-0.074	-0.041		-0.007	0.042	0.036	0.036	0.028
پارکینگ	-0.159	0.011	-0.058	-0.067	-0.079	-0.037	-0.015	-0.021	-0.163	-0.029	-0.074	-0.095	-0.007		0.042	0.036	0.036	0.121
بارندگی	-0.050	-0.032	0.045	0.306	0.282	0.232	0.096	0.132	-0.237	0.326	0.335	0.135	0.042	0.042		-0.084	-0.184	-0.811
تراکم_جمعیت	-0.005	0.005	0.015	-0.278	-0.217	-0.459	-0.291	-0.434	-0.051	0.019	0.058	-0.402	0.036	0.036	-0.084		0.311	0.078
مجرد	-0.111	-0.151	-0.160	-0.391	-0.309	-0.521	-0.368	-0.312	0.014	-0.046	-0.054	-0.104	0.036	0.036	-0.184	0.311		0.205
میانگین_حداکثر_دما	-0.163	-0.151	-0.183	-0.394	-0.451	-0.262	-0.104	-0.176	-0.045	-0.371	-0.334	-0.244	0.028	0.121	-0.811	0.078	0.205	

شکل (۶). همبستگی مکانی میان عوامل موثر در مطالعه با استفاده از همبستگی پیرسون.

توابع هم پوشانی فازی

عوامل موجود برای پتانسیل سنجی گردشگری شهری در این مطالعه تا حدود زیادی ماهیت فازی دارند. از این رو، برای این فاکتورها، مجموعه‌های فازی تعریف می‌شود که در آن هر پیکسل به عنوان عضوی از این مجموعه، با توجه به فاصله ای که از عارضه دارد درجه عضویت متفاوتی به خود می‌گیرد. اگر تمام عوامل به صورت مجموعه‌های فازی با مقادیر عضویت صحیح تعریف شوند می‌توان برای تلفیق عوامل از اپراتورهای مناسب فازی استفاده نمود. در این قسمت ابتدا همه عوامل با استفاده از تابع عضویت سیگموئیدی فازی در نرم افزار IDRISI Selva^۱ استاندارد شدند. به طوری که مقادیر عددی همه عوامل در بازه ای بین ۰ تا ۱ قرار گرفتند. پس از استاندارد سازی عوامل نوبت به هم پوشانی عوامل می‌رسد. عوامل موثر بر گردشگری به صورت لایه‌های رستری با استفاده از تابع جمع جبری فازی با یکدیگر ادغام شدند. خروجی هم پوشانی مدل فازی یک نقشه پتانسیل گردشگری در بازه ای بین ۰ تا ۱ می‌باشد. با توجه به اینکه نقاط آموزشی برای مکان‌های با پتانسیل بالای گردشگری (نقاط داغ) در مجموعه مدیریتی شهر تبریز موجود نمی‌باشد، به منظور تهیه پایگاه داده آموزشی از نقشه ی فازی ایجاد شده استفاده شده است. این روش مدلسازی نوین است که توسط (Alizadeh et al., 2018: 975) و (Yariyan et al., 2019) برای آموزش مدل‌ها استفاده شده است. ابتدا نقشه ی پتانسیل فازی ایجاد شده به شبکه ای از نقاط تبدیل شد و به طور تصادفی تعداد ۱۵۰ نقطه انتخاب شد. این نقاط دارای مقادیر ارزشی بین ۰ تا ۱ هستند. سپس از دستور Extract Multi Values to Points به منظور استخراج مقادیر سلول‌ها در مکان‌های مشخص شده در کلاس ویژگی نقاط استفاده شد. به طوری که جدول توصیفی نقاط حاوی فیلدهایی به تعداد عوامل مورد استفاده در مطالعه می‌باشد که به ازای هر نقطه مقادیری متناسب با مقادیر آن نقطه ثبت شده است. به دنبال آن به منظور تعیین وزن مربوط به هر کدام از عوامل از روش نسبت کسب اطلاعات استفاده شد. به طوری که جدول توصیفی نقاط تبدیل به فایل اکسل شده و از آن یک خروجی با فرمت CVS نیز تهیه شد. فایل تهیه

^۱ ادریسی سیلوا

^۲ Hot spots

شده در نرم افزار Weka فراخوانی شده و دستور Information gain ratio نیز اجرا شد و برای هر کدام از عوامل مقادیر زیر به عنوان وزن آنها بدست آمده است (شکل ۷).



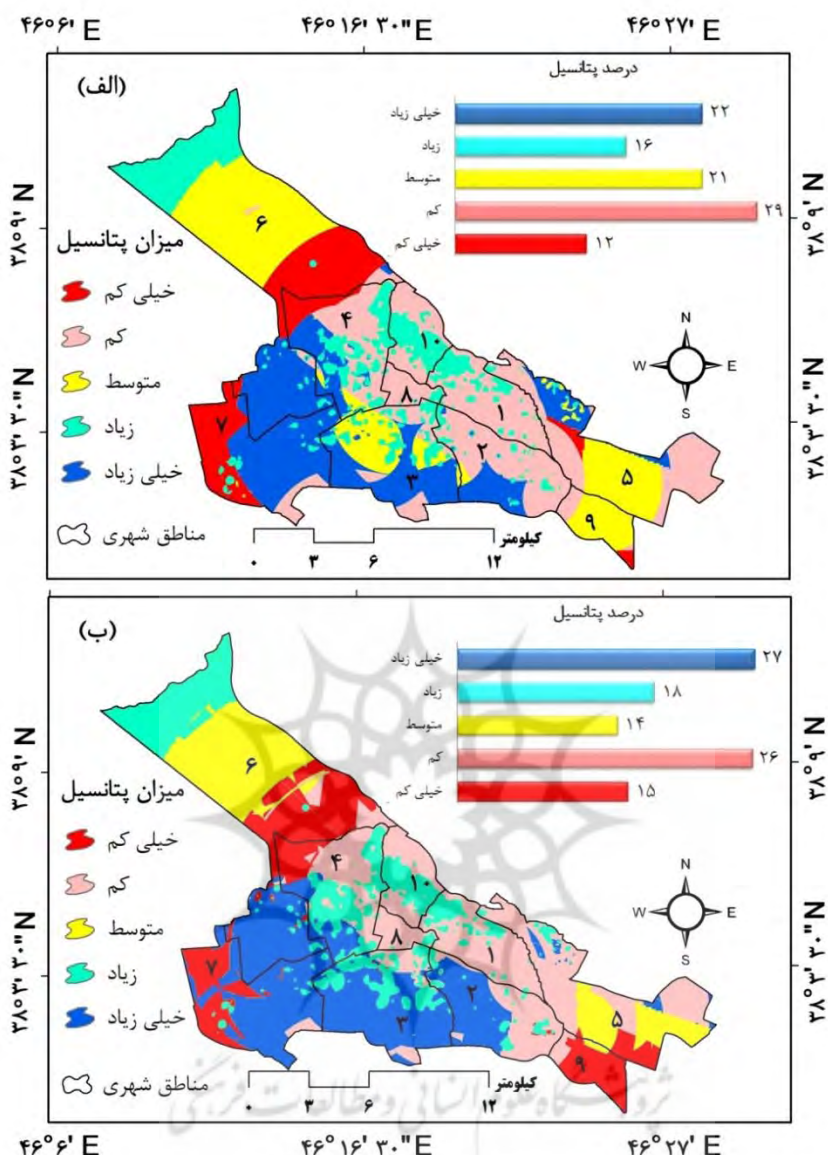
شکل (۷). مقادیر وزنی برای عوامل با استفاده از روش نسبت کسب اطلاعات.

مدلسازی مکانی توسعه گردشگری شهری

پس از استانداردسازی عوامل با استفاده از مازول فازی و تابع عضویت سیگموئیدال، دو مدل WLC و OWA در نرم افزار ادریسی سیلوا اجرا شدند. ورودی این مدل ها عوامل استاندارد شده و وزن هر کدام از آنها می باشد. برای هر عامل، مدل های ارزیابی چندمعیاره با استفاده از وزن اصلی و سپس با هر وزن افزایشی اجرا می شود (در حالی که سایر عوامل را در وزن تعیین شده اصلی خود ثابت نگه می دارد). واریانس این عامل به عنوان مجموع تفاوت های بین هر سلول در تصویر اصلی با هر سلول در هر یک از تصاویر افزایشی محاسبه می شود. ما مدل WLC و OWA را با استفاده از وزن عوامل و وزن سفارش پیاده سازی کردیم. این مجموعه دوم از وزن ها امکان کنترل مستقیم سطح خطر را فراهم می کند. وزن سفارش مجموعه ای از وزن بود که به یک مکان معین (پیکسل) اختصاص داده شده است. اعمال وزن سفارش بر اساس عوامل درجه بندی، حداقل تا حداکثر مقدار را برای هر مکان تحت تأثیر قرار می دهد. خروجی هر کدام از مدل ها یک نقشه ی پتانسیل با مقادیر بین ۰ تا ۱ می باشد. به منظور پردازش بهتر نقشه های پتانسیل گردشگری، از دستور فاصله برابر^۲ برای طبقه بندی نقشه ها استفاده شد. نقشه های خروجی با پنج کلاس پتانسیل خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد طبقه بندی شدند (شکل ۸). خروجی مدل ها حاکی از همپوشانی معنادار میان آنها است. به طوری که مناطق ۲، ۳ و ۷ در هر دو نقشه از پتانسیل بالاتری برای گردشگری برخوردار هستند.

^۱ وکا

^۲ Equal Interval



شکل (۸). نقشه‌های پتانسیل گردشگری شهری تبریز براساس مدل‌های ارزیابی چندمعیاره (الف: ترکیب خطی وزنی. ب: سفارش میانگین وزنی). نقشه ی مربوط به مدل ترکیب خطی وزنی حاکی از پتانسیل بالای گردشگری به میزان ۲۲ درصد در کل کلانشهر تبریز است. این پتانسیل عمدتاً در قسمت‌های غربی منطقه ۲، قسمت‌های غربی، جنوبی و شرقی منطقه ۳، مناطق شرقی و جنوبی منطقه ۷ و قسمت‌های جنوب غربی منطقه ۶ می باشد. برای مدل سفارش میانگین وزنی نیز ۲۷ درصد مناطق مشابه دارای پتانسیل بالای گردشگری می باشند. در مقابل در هر دو نقشه ی فوق ۴۱ درصد مناطق شهر تبریز دارای پتانسیل خیلی کم و کم برای گردشگری می باشند. در این میان قسمت غربی منطقه ۷، منطقه ۹، قسمت‌های جنوب غربی منطقه ۵ و قسمت‌های جنوبی منطقه ۶ از پتانسیل کمتری برای گردشگری شهری برخوردار هستند.

توسعه ی گردشگری پس از همه گیری کرونا

محدودیت‌های سفرهای بین المللی، منطقه ای و محلی ناشی از شیوع ویروس کرونا، بلافاصله اقتصاد کشورها را تحت تأثیر قرار داد. در این میان سیستم‌های گردشگری به واسطه ی ارتباط با سفرهای بین المللی، گردشگری داخلی، بازدیدهای روزانه و بخش‌های

مختلف مانند حمل و نقل هوایی، سفرهای دریایی، حمل و نقل عمومی، اقامت، کافه‌ها و رستوران‌ها، کنوانسیون‌ها، جشنواره‌ها و جلسات، بیش از هر صنعت دیگری دچار افت شد. از این رو، بهبود گردشگری در کشورهای در حال توسعه فارغ از محدودیت منابع انسانی و مالی، ساختارهای حکومتی نامشخص و عدم برنامه‌ریزی گردشگری، به دلیل استرس و ترس از همه‌گیری جامعه‌ی میزبان با چالش جدیدی رو به رو شده است. بنابراین تعدد و پیچیده بودن پیک‌های ناشی از ویروس کووید-۱۹ منجر به افت شدید صنعت گردشگری شده است، به طوری براساس پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری^۱ در ماه مه^۲ سال ۲۰۲۰ تعداد سفرها تا حدود ۸۰٪ کاهش خواهد یافت (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۰). در ایران نیز با توجه به وقوع حوادث ناگوار در سال ۹۸، بخش مدیریتی گردشگری به سال ۱۳۹۹ امیدوار بودند که با شروع همه‌گیری کووید-۱۹ شوک اساسی به این بخش از صنعت کشور وارد شد. بازتعریف بازاریابی و برندسازی پتانسیل‌های گردشگری در شهرها یک چالش کلیدی برای مقاصد در زمینه‌ی ای است که محدودیت‌های سفر و قوانین بهداشتی تأثیر ماندگاری بر درآمد و اشتغال گردشگری آنها داشته است. از این رو، با توجه به افت و رکود بازار گردشگری کلانشهر تبریز در سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به دلیل همه‌گیری فارغ از چالش‌های اقتصادی در بخش خصوصی و دولتی، ارائه فرآیند احیای گردشگری شهری با رویکرد برندسازی پتانسیل‌های گردشگری شناسایی شده در قسمت قبل، امری ضروری و کاربردی تلقی می‌گردد. به دنبال مدلسازی پتانسیل‌های گردشگری کلانشهر تبریز با استفاده از ۱۸ عامل موثر، مدلسازی مناطق با بالاترین تأثیر از شیوع ویروس کرونا نیز برای این شهر انجام شد. عوامل دخیل در این مدلسازی با استفاده از منطق فازی، نوع مصالح، مراکز تاریخی، تراکم جمعیت، مراکز بهداشتی-درمانی، میانگین حداقل و حداکثر دما، تراکم شاغلین و مراکز تفریحی پذیرایی بودند (شکل ۹). به طوری که فاصله از مراکز تاریخی، فضاهای سبز و مراکز تفریحی پذیرایی به دلیل برخ تجمعات بومیان همواره در زمینه شیوع دارای سهم بیشتری بود (Kim & Kang, 2021: 457). همچنین میزان دسترسی شهروندان به مراکز درمانی نیز موثر بر میزان تأثیر پذیری بود (Han et al., 2021).



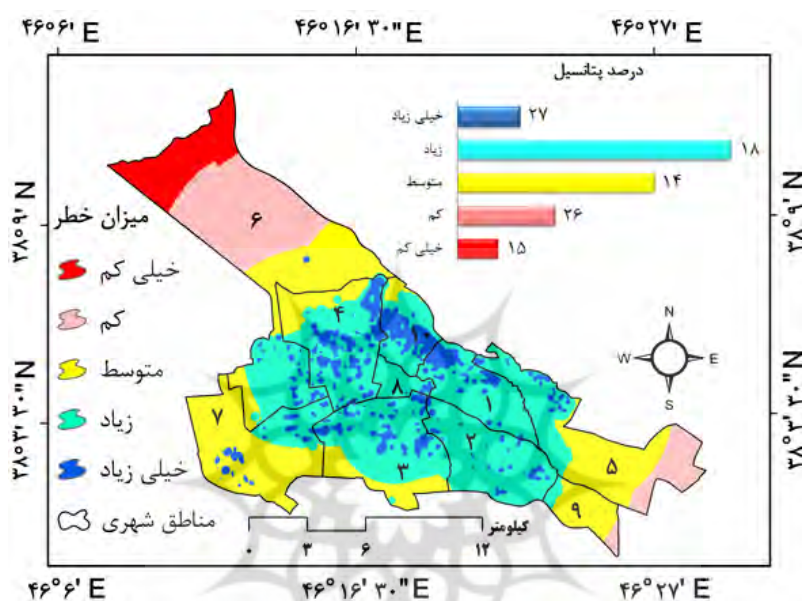
شکل (۹). ارتباط مکانی شیوع ویروس کرونا و توسعه گردشگری شهری.

¹ World Tourism Organization (WTO)

² May



براساس شکل (۱۰) بدست آمده از منطق فازی، حدود ۲۷ درصد از کل فضای کلانشهر تبریز دارای خطر بالای شیوع کرونا بوده است که بیشتر مناطق مرکزی شهر اعم از قسمت‌های مرکزی منطقه ۱۰، ۲، ۳ و ۴ می باشد. در مقابل مناطق ۵، ۶، ۷ و ۹ نیز درگیری کمتری داشتند. مقایسه نقشه همه گیری و نقشه ی پتانسیل گردشگری شهری، حاکی از پتانسیل بالای گردشگری در مناطق با همه گیری بالا است. از این رو سرمایه گذاری در این مناطق برای احیای گردشگری شهری با استفاده از رویکردهای برندسازی نظیر، احداث بناها با معماری‌های نوین، مراکز گردشگری مزین به نور، ایجاد غرفه‌های صنایع دستی و سنتی منطقه می توان شاهد پیشرفت چشمگیر گردشگری در این شهر بود. از این رو می توان گفت که برندسازی شهری، ابزاری قدرتمند در دست مسئولان کلانشهر تبریز است که به کمک آن می توانند بازدیدکنندگان، گردشگران و سرمایه گذاران را جذب کنند و رشد و رونق اقتصادی را برای شهر به ارمغان آورند.



شکل (۱۰). نقشه ی همه گیری کرونا ایجاد شده توسط عوامل مختلف مکانی.

بحث و نتیجه گیری

کلانشهر تبریز به عنوان شهر مرکزی استان آذربایجان شرقی از پتانسیل بالقوه ای به منظور توسعه ی گردشگری برخوردار است. این مطالعه به منظور توسعه گردشگری شهری مبتنی بر سیستم اطلاعات مکانی برای دوران پساکرونا با گردآوری ۱۸ عامل موثر بر توسعه گردشگری شهری انجام شده است. با توجه به اینکه بسیاری از محققان در مطالعات پیشین در ایران و سایر نقاط جهان به صورت تک بعدی نگریسته اند و اغلب به بررسی عوامل کیفی و توصیفی در بحث گردشگری شهری پرداخته اند، در پژوهش حاضر شناسایی پتانسیل‌های گردشگری کلانشهر تبریز و استراتژی توسعه ی وضعیت موجود با استفاده از یک رویکرد مکانی (داده‌ها-مدلسازی) انجام شده است. براین اساس، دو مدل ترکیبی Fuzzy-WLC و Fuzzy-OWA برای شناسایی مکان‌های مستعد توسعه گردشگری مورد استفاده قرار گرفت. قدرت پیش بینی مدل‌ها در این مطالعه به کیفیت داده‌ها و انتخاب عوامل ورودی وابستگی معناداری دارد. از این رو، همبستگی فضایی بین ۱۸ عامل مستقل تراکم جمعیت، تراکم شهروندان مجرد، تراکم شهروندان متاهل، تراکم شهروندان فاقد شغل، تراکم شهروندان شاغل، فاصله از مراکز تاریخی، فاصله از مراکز تفریحی-پذیرایی، فاصله از پارکینگ‌های عمومی، فاصله از ایستگاه‌های مترو، فاصله از مراکز بهداشتی-درمانی، تراکم بناها با مصالح با کیفیت، تراکم بناها با مصالح بی کیفیت، فاصله تا جاده اصلی، فاصله از مراکز آتش نشانی، میانگین حداکثر دمای سالانه، میانگین حداقل دمای سالانه، میانگین بارش سالانه و فاصله از گسل با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این همبستگی حاکی از مستقل بودن اثر هرکدام از عوامل بر مدلسازی بود. بالاترین همبستگی میان تراکم مناطق با بافت فرسوده و مصالح نامرغوب با تراکم شهروندان بیکار (۰/۶۴۶) بود. این می تواند بیانگر ارتباط عوامل اجتماعی و توسعه ی کم مناطق متأثر از آنها باشد. همچنین تجزیه و تحلیل استفاده شده به منظور تعیین اهمیت نسبی ۱۸

عامل نشان می‌دهد که عامل تراکم شهروندان مجرد (۰,۱۵۴)، تراکم جمعیت (۰,۱۵۳)، تراکم شهروندان متاهل (۰,۱۵۱) و تراکم شاغلین (۰,۱۳۵) به ترتیب دارای بالاترین اهمیت و از عوامل کلیدی موثر بر توسعه گردشگری شهری هستند. این نشان دهنده ی تاثیر بالای معیارهای اجتماعی بر گردشگری شهری است. نتایج حاصل از مطالعه ی (Dai et al., 2019: 777) نیز می‌تواند یافته‌های ما و تاثیر بالای عوامل اجتماعی مقصد گردشگری شهری را تایید نماید. اگرچه در سایر مطالعات و متناسب با شرایط محلی عوامل دیگری می‌توانند در اولویت باشند. همانطور که جوری و همکاران (۱۳۹۴) با بررسی گردشگری شهر زنجان دریافتند که کیفیت پایین معابر این شهر از نقاط ضعف و اولویت دار به حساب خواهد آمد. در حالی که عواملی نظیر فاصله از مراکز آتش نشانی و فاصله از مراکز تاریخی دارای اهمیت کمتری هستند. اگرچه عوامل اجتماعی دارای تاثیر بالاتری هستند، با این حال همه ی عوامل دارای اوزان بالاتر از ۰ و تاثیر قابل توجهی هستند. نقشه‌های خروجی دو مدل مورد استفاده در این مطالعه حاکی از پتانسیل بالای گردشگری در مناطق ۲,۳,۶ و ۷ هستند. مناطقی که کمترین فاصله با پارکینگ، مراکز تفریحی پذیرایی و ایستگاه مترو را دارند. براساس نقشه‌های تراکم، مناطق با تراکم بالای جمعیت، مجردها و فاقد شغل از پتانسیل کمتری برای گردشگری شهری برخوردار هستند. بنابراین ارتباط معنادار میان عوامل کالبدی شهری، اجتماعی و توسعه ی ظرفیت‌های گردشگری نیز به درستی قابل رویت است. همچنین قسمت‌های میانی منطقه ۶ با پایین ترین دما (۵,۵ درجه سانتی گراد) نیز در روی نقشه‌های خروجی مدل دارای پتانسیل کمتری برای گردشگری شهری است. در عین حال قسمت‌های جنوب غربی منطقه ۶، منطقه ۳ و ۷ با دمای بالاتر دارای پتانسیل بیشتری هستند. از این رو، ارتباط میان شرایط مساعد هواشناسی و انتظارات گردشگری شهری به خوبی قابل درک است. به علاوه مقایسه نقشه‌های مکانی توسعه گردشگری شهری و نقشه مناطق پرخطر همه گیری کرونا می‌تواند راهبردهای کوتاه مدت و بلند مدتی را برای احیای گردشگری شهری متاثر از اثرات منفی کووید-۱۹ در کلانشهر تبریز ارائه دهد. به طوری که، در مناطق پرخطر با تاثیر پذیری بالای همه گیری که در روی نقشه‌های مکانی توسعه گردشگری نیز دارای پتانسیل بالاتری برای گردشگری هستند می‌توان با استفاده از رویکرد برندسازی، فضایی مهیج و جذاب را برای جذب گردشگران داخلی و خارجی ایجاد نمود. مطالعه حاضر نشان می‌دهد که برنامه ریزی برای توسعه ی گردشگری شهری می‌تواند تأثیر بسزایی در بازآفرینی اجتماعی و اقتصادی شهرها برای دوران پس از همه گیری داشته باشد. خروجی نهایی این پژوهش، مجموعه ای از مناطق دارای اولویت و قابل سرمایه گذاری برای توسعه گردشگری شهری با توجه به توانمندی‌های کالبدی، ایمن در برابر مخاطرات طبیعی، دسترسی به خدمات رفاهی و شبکه ارتباطی ارائه می‌دهد. این مناطق که با ادغام موثرترین عوامل محلی در کلانشهر تبریز شناسایی شده اند، به منظور مدیریت شهری در بخش خصوصی و عمومی حائز اهمیت است. این می‌تواند شامل ارائه ی فرصت‌های بالقوه به بخش خصوصی در ایجاد و توسعه ی مراکز گردشگری باشد. به طوری که با با تقویت توانمندی‌های منحصر به فرد گردشگری در کلانشهر تبریز، به طور خاص می‌توان تاثیر قابل توجهی بر اشتغالزایی شهر گذاشت. همانطور که مشاهده می‌شود ضعف-های قابل توجه در کلانشهر تبریز به منظور توسعه ی گردشگری ناشی از عوامل اجتماعی می‌باشد که با مدیریت مناسب باید برطرف شود. از این رو، با توجه به شناسایی مهم ترین نقاط قوت و ضعف کلانشهر تبریز در راستای توسعه گردشگری شهری با هدف کاهش آسیب‌های توسعه ی، پیشنهاد می‌شود که علاوه بر مدیریت صحیح و بهبود چرخه ی اجتماعی شهر اعم از، ایجاد اشتغال، اعطای تسهیلات، توجه به امر به آموزش و...، توسعه و بهسازی زیرساخت‌های حیاتی شهر نیز در دستور کار و اولویت سازمان های ذیربط قرار گیرد. همچنین توجه به امر آموزش فرهنگ گردشگری از بعد روانشناختی موضوع، می‌تواند زمینه ساز حفظ اصالت، فرهنگ و ایجاد برند نوین در گردشگری شهری باشد.



منابع و ماخذ

- ابراهیم پور، حبیب. فیضی زنگیر، سلمان. کریمی، بهنام. جهان‌دیده تپراقلو، مینا. (۱۴۰۰). تحلیلی بر رفتارهای محافظتی ساکنان مقاصد شهری در برابر ویروس کرونا مطالعه موردی: شهر سرعین. فصلنامه گردشگری شهری، ۱۸(۱): ۴۹-۶۶.
- اسدی پیمان، زهرا. توکلی نیا، جمیله. رضویان، محمدتقی. قورچی، مرتضی. (۱۳۹۹). ارزیابی کیفیت مقصد گردشگری مرکز ۳۵-شهر تهران (مطالعه موردی: بازار بزرگ، منطقه ۱۲ تهران). فصلنامه گردشگری شهری، ۷(۳): ۳۵-۵۰.
- اسماعیل زاده، حسن. هرایینی، مصطفی. بهرامی، مهرداد. (۱۳۹۷). میزان رضایت گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری بر اساس مدل سروکوال (مطالعه موردی: رستوران‌های محله درکه تهران). نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، ۲۲(۶۶): ۱-۲۱.
- برقی، حمید. رحیمی، داریوش. رحیمی، رضیه. (۱۳۹۴). مکان یابی احداث کمپینگ در روستاهای هدف گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل AHP (مطالعه موردی: روستای ابیانه). برنامه ریزی فضایی، ۵(۲): ۷۴-۵۵.
- تقی زادفانید، ابوالقاسم. مقنی جانسوز، منیر. (۱۴۰۰). بررسی رابطه مشارکت مردم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز، نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، doi: 10.22034/gp.2021.45212.2813 - .).
- تقوایی، مسعود. طاهری، احمد. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر بازآفرینی شهری بر گردشگری شهری (مطالعه موردی منطقه سه شهر اصفهان). مطالعات مدیریت شهری، ۱۲(۴۱): ۱۶-۲۷.
- جوری، آمنه. سرور، رحیم. منیری، جاوید. (۱۳۹۴). بررسی امکان ایجاد پیاده راه‌های گردشگری در مراکز شهری موردشناسی: مرکز شهر زنجان. جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، ۵(۱۵): ۱۷۶-۱۵۵.
- خاوریان گرمسیر، امیررضا. استاورس، ژاکلین ام. علیان، مهدی. (۱۳۹۲). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOAR (نمونه موردی شهر تفت). برنامه ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، ۱۷(۳): ۱۴۳-۱۲۷.
- دوستی، فرشته. زال، محمدحسن. رمضانزاده لسبویی، مهدی. (۱۳۹۸). سنجش ظرفیتهای گردشگری خلاق در کلانشهر تبریز. فصلنامه گردشگری شهری، ۶(۲): ۱۳-۱.
- روستایی حسین آبادی، عادل. قلی پور سلیمانی، علی. شبگو منصف، محمود. دل افروز، نرگس. (۱۳۹۹). بازاریابی قابلیت‌های فرهنگی - تاریخی، گردشگری شهری مطالعه موردی: استان گیلان. نشریه گردشگری شهری، ۷(۴): ۲۱-۳۳.
- زیتونلی، عبدالحمید. (۱۳۹۹). بررسی عوامل موثر بر تبلیغات شفاهی گردشگران ورزشی در مقصد گردشگری مطالعه موردی: شهر گنبدکاووس. گردشگری شهری، ۷(۱): ۸۹-۱۰۶.
- سلیمی سبحان، محمدرضا. یاپنگ غراوی، محمد. محمدبیدگی سلخوری، مریم. بالی چلندر، مصطفی. (۱۴۰۰). تاثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر گرگان). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، ۲(۵): ۲۲-۳۸.
- سلطانی، ناصر. موسوی، میرنجف. شریفی، بایزید. (۱۳۹۴). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهرستان ارومیه. برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهرستان ارومیه. جغرافیای اجتماعی شهری، ۲(۱): ۹۸-۷۹.
- صابری فر، رستم. (۱۳۹۸). بررسی رضایتمندی از کیفیت خدمات ارائه شده در شهرهای مقصد گردشگری از دیدگاه گردشگران داخلی (مورد مطالعه: شهر مشهد). جغرافیایی فضای گردشگری، ۸(۳۰): ۱۲۵-۱۵۰.
- صیدایی، سید اسکندر. حسینی، سیده سمیه. (۱۳۹۶). ارزیابی، ظرفیت‌سنجی و پهنه‌بندی مناطق مستعد گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (مطالعه موردی: استان اصفهان). پژوهشهای جغرافیایی انسانی، ۴۹(۱): ۸۱-۹۴.
- عسگری سوادجانی، علیرضا. رضایی، محمدرضا. سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۴۰۰). تحلیل تأثیر پاندمی کووید ۱۹ بر تخریب خلاق گردشگری از دیدگاه ساکنان مطالعه موردی: بافت تاریخی شهر یزد. فصلنامه گردشگری شهری، ۸(۱): ۱-۱۳.
- قنبری، ابوالفضل. (۱۳۹۷). سنجش ظرفیت برد اجتماعی گردشگری در کلیبر. نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، ۲۲(۶۵): ۲۴۳-۲۶۵.

- قهرمانی فرد، حسین. حسین زاده دلیر، کریم. موسوی، سعید. (۱۴۰۰). شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز. فصلنامه گردشگری شهری، ۸(۱): ۶۷-۸۲.
- کشاورز، مهناز. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل تاثیرگذار در توسعه گردشگری پایدار شهری با استفاده از روش مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) در شهر خرم آباد. فصلنامه گردشگری شهری، ۶(۱): ۱۳۴-۱۲۱.
- مافی فروتن، حسن. جاودان، مجتبی. (۱۳۹۷). تحلیلی بر عوامل تعیین کننده رضایت مندی گردشگران شهری با استفاده از مدل کانو (مطالعه موردی: شهر قم). جغرافیایی فضای گردشگری، ۷(۲۷): ۶۹-۸۶.
- متقی، سمیر. صادقی، محمد. دلالت، مراد. (۱۳۹۵). نقش امنیت در توسعه گردشگری خارجی (نمونه موردی: گردشگران خارجی شهر یزد). نشریه گردشگری شهری، ۳(۱): ۷۷-۹۱.
- محمدی، مصطفی. میرتقیان رودسری، سید محمد. (۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری به مقصد گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر رامسر. فصلنامه گردشگری شهری، ۶(۱): ۱۶۷-۱۴۹.
- موسوی، سید حجت. نظری، نجمه. غلامی، یونس. (۱۳۹۷). تحلیل مکانی و قابلیت‌سنجی پهنه‌های مستعد توسعه گردشگری در شهرستان فسا. جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۴(۲۹): ۱۴۵-۱۶۸.
- تقوایی، مسعود. تقی زاده، محمدمهدی. کیومرثی، حسین. (۱۳۹۰). مکانیابی دهکده‌های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل SWOT (نمونه موردی: ساحل دریاچه کافتز). جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۲۲(۲): ۱۲۰-۹۹.
- نوری، غلامرضا. فتوحی، صمد. تقی زاده، زهرا. (۱۳۹۱). اولویت بندی قطب های گردشگری استان کرمانشاه بر اساس پتانسیل مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش تصمیم گیری چند معیاره تاپسیس. جغرافیا و پایدار محیط (پژوهشنامه جغرافیایی)، ۲(۴): ۷۵-۹۴.
- یغفوری، حسین. حسینی، سیدعلی. حسینی، سیده مریم. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده نگاری مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد. فصلنامه گردشگری شهری، ۷(۱): ۱۲۷-۱۰۷.
- Aall, C., & Koens, K. (2019). The discourse on sustainable urban tourism: The need for discussing more than overtourism.
- Abram, S., & Waldren, J. (2021). Introduction: Tourists and tourism—identifying with people and places. In *Tourists and Tourism* (pp. 1-11). Routledge.
- Alizadeh, M., Ngah, I., Hashim, M., Pradhan, B., & Pour, A. B. (2018). A hybrid analytic network process and artificial neural network (ANP-ANN) model for urban earthquake vulnerability assessment. *Remote Sensing*, 10(6), 975.
- Alvarez, M. D. (2010). Creative cities and cultural spaces: new perspectives for city tourism. *International journal of culture, tourism and hospitality research*.
- Ben-Dalia, S., Collins-Kreiner, N., & Churchman, A. (2013). Evaluation of an urban tourism destination. *Tourism Geographies*, 15(2), 233-249.
- Benesty, J., Chen, J., Huang, Y., & Cohen, I. (2009). Pearson correlation coefficient. In *Noise reduction in speech processing* (pp. 1-4). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Brida, J. G., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: A case study of the small rural community of Folgaria (Trentino-Italy). *Benchmarking: an international journal*.
- Brouder, P. (2020). Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484-490.
- Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The lancet*, 395(10227), 912-920.
- Cianga, N., & Popescu, C. A. (2013). Green Spaces and Urban Tourism Development in Craiova Municipality in Romania. *European Journal of Geography*, 4(2), 34-45.
- Çiftçioğlu, S., & Sokhanvar, A. (2021). Can specialization in tourism enhance the process of sustainable economic development and investment in East Asia and the Pacific?. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-24.
- Dai, S., Xu, H., & Chen, F. (2019). A hierarchical measurement model of perceived resilience of urban tourism destination. *Social Indicators Research*, 145(2), 777-804.
- Eastman, J. R. (1999). Multi-criteria evaluation and GIS. *Geographical information systems*, 1(1), 493-502.

- Fauziah, C. L. (2016). Urban tourism and the issues of security and safety: a case study of Kuala Lumpur international tourists. *Geografia. Malaysian Journal of Society and Space*, 12(8), 110-122.
- Fu, X., Ridderstaat, J., & Jia, H. C. (2020). Are all tourism markets equal? Linkages between market-based tourism demand, quality of life, and economic development in Hong Kong. *Tourism Management*, 77, 104015.
- Gârbea, R. V. (2013). Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management & Marketing-Craiova*, (1), 193-201.
- Grah, B., Dimovski, V., & Peterlin, J. (2020). Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana. *Sustainability*, 12(3), 792.
- Grubor, A., Milicevic, N., & Djokic, N. (2019). Social-psychological determinants of Serbian tourists' choice of green rural hotels. *Sustainability*, 11(23), 6691.
- Gholami, Y., Khaky, M., Sadeghian, S., & Ghasempour, F. (2019). Evaluation of citizens' perception of urban tourism development and its effect on mental happiness Case study of Mashhad metropolis. *Urban tourism*, 6(1), 107-120.
- Hartman, S., Wielenga, B., & Heslinga, J. H. (2020). The future of tourism destination management: building productive coalitions of actor networks for complex destination development. *Journal of Tourism Futures*.
- Han, Y., Yang, L., Jia, K., Li, J., Feng, S., Chen, W., ... & Pereira, P. (2021). Spatial distribution characteristics of the COVID-19 pandemic in Beijing and its relationship with environmental factors. *Science of The Total Environment*, 761, 144257.
- Huang, A., Makridis, C., Baker, M., Medeiros, M., & Guo, Z. (2020). Understanding the impact of COVID-19 intervention policies on the hospitality labor market. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102660.
- Jenkins, C. L. (1982). The use of investment incentives for tourism projects in developing countries. *Tourism Management*, 3(2), 91-97.
- Karami, M., & Yariyan, P. (2019). Assessment and uncertainty urban vulnerability caused by earthquake using FAHP model (Case study: Sanandaj). *Journal of Geography and Environmental Hazards*, 8(3), 203-185.
- Kalantar, B., Ueda, N., Saeidi, V., Ahmadi, K., Halin, A. A., & Shabani, F. (2020). Landslide susceptibility mapping: Machine and ensemble learning based on remote sensing big data. *Remote Sensing*, 12(11), 1737.
- Kim, Y. J., & Kang, S. W. (2021). Perceived crowding and risk perception according to leisure activity type during covid-19 using spatial proximity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 457.
- Masoudi, M., Centeri, C., Jakab, G., Nel, L., & Mojtahedi, M. (2021). GIS-Based Multi-Criteria and Multi-Objective Evaluation for Sustainable Land-Use Planning (Case Study: Qaleh Ganj County, Iran) "Landuse Planning Using MCE and Mola". *International Journal of Environmental Research*, 15(3), 457-474.
- Murgante, B., Eskandari Sani, M., Pishgahi, S., Zarghamfard, M., & Kahaki, F. (2021). Factors Affecting the Lut Desert Tourism in Iran: Developing an Interpretive-Structural Model. *Sustainability*, 13(13), 7245.
- Ntounis, N., Parker, C., Skinner, H., Steadman, C., & Warnaby, G. (2021). Tourism and Hospitality industry resilience during the Covid-19 pandemic: Evidence from England. *Current Issues in Tourism*, 1-14.
- Parviznejad, P. S., & Akhavan, A. N. (2021). Impact of the Tourism Industry Scenarios in Urban Economy:(Case Study Tabriz). *International Journal of Innovation in Management, Economics and Social Sciences*, 1(1), 1-15.
- Pandey, W. R., & Rogerson, C. M. (2019). Urban tourism and climate change: Risk perceptions of business tourism stakeholders in Johannesburg, South Africa. *Urbani izziv*, 30, 225-243.
- Schubert, S. F. (2021). COVID-19: Economic Consequences for a Small Tourism Dependent Economy. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15.
- Seraphin, H., Yallop, A. C., Capafina, A., & Gowreesunkar, V. G. (2018). Heritage in tourism organisations' branding strategy: The case of a post-colonial, post-conflict and post-disaster destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Sweeney, M., Docherty-Hughes, J., & Lynch, P. (2018). Lifestyling entrepreneurs' sociological expressionism. *Annals of Tourism Research*, 69, 90-100.
- Timothy, D. J. (1995). Political boundaries and tourism: borders as tourist attractions. *Tourism management*, 16(7), 525-532.
- UNWTO, 2012. World Tourism Barometer, Statistical Annex.
- Visser, G. (2020). Leisure tourism space and urban change: Lessons from Cape Town and Stellenbosch to contemplate in urban South Africa. In *Urban Geography in South Africa* (pp. 173-188). Springer, Cham.
- Wang, J., Huang, X., Gong, Z., & Cao, K. (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100383.
- Wang, D. G., Niu, Y., & Qian, J. (2018). Evolution and optimization of China's urban tourism spatial structure: A high speed rail perspective. *Tourism Management*, 64, 218-232.
- Woyo, E., & Slabbert, E. (2020). Unpacking the motivations, satisfaction and loyalty of tourists travelling to a distressed destination. *Anatolia*, 31(4), 536-548.
- Yariyan, P., Karami, M., & Ali Abbaspour, R. (2019). Exploitation of mcda to learn the radial base neural network (rbfnn) aim physical and social vulnerability analysis versus the earthquake (case study: sanandaj city, iran). *International archives of the photogrammetry, remote sensing & spatial information sciences*.
- Yan, L., Gao, B. W., & Zhang, M. (2017). A mathematical model for tourism potential assessment. *Tourism Management*, 63, 355-365.

- Zeng, J., Wen, Y., Bi, C., & Feiock, R. (2021). Effect of tourism development on urban air pollution in China: The moderating role of tourism infrastructure. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124397.
- Zhu, H., Wei, L., & Niu, P. (2020). The novel coronavirus outbreak in Wuhan, China. *Global health research and policy*, 5(1), 1-3.

