

Explanation of the Influential Components of a Happy City on the Development of Tourism in the Metropolitan Area of Isfahan

Hossein Tahmasebi Moghaddam^{1,*}, Laya Jalilian², Zahra Vakili³ and Zahra Rasoullzadeh⁴

1. Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran.

2. Ph.D. Candidate, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran.

3. MSc Student, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

4. Ph.D. Student, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran

* Corresponding Author, tahmasebihossein@znu.ac.ir

Received: 23/04/2024

Accepted: 09/06/2024

Published: 20/09/2024

Article Info

Abstract

A happy city plays a significant role in the development of tourism and can greatly contribute to the tourism industry. Happiness, as one of the most important factors influencing public health, also holds a crucial position in tourism. Therefore, focusing on the role of a happy city in tourism development can significantly aid in achieving the goals and advancement of the tourism industry. This research aims to elucidate the role of a happy city in the tourism development of the metropolitan area of Isfahan. The study employs a mixed-methods approach and is applied in nature. Statistical data were collected using a questionnaire from a sample of 20 university professors and tourism industry experts. Data analysis was conducted using structural equation modeling and path coefficients in SmartPLS software. The results reveal that there are significant causal relationships between the influential factors of a happy city (social-cultural, economic-livelihood, managerial-administrative-political, environmental, psychological, spatial (physical) factors) and tourism development in Isfahan. The most significant component affecting tourism development in Isfahan is the social-cultural factor, followed by economic, spatial-physical, environmental, psychological, and managerial-administrative factors, with coefficients of 0.762, 0.239, 0.202, 0.217, 0.229, 0.231, and 0.203, respectively, all significant at the $p < 0.05$ level. Among these, the social-cultural component has the highest impact with a coefficient of 0.762, followed by economic, spatial-physical, environmental, psychological, managerial-administrative, and service and infrastructure components on the development of tourism in the metropolitan area of Isfahan.

Keywords: Happy City, Tourism Development, Urban Sustainability, Metropolitan Isfahan.

Research Paper
Volume 16, Issue 5, Summer 2024
Pages 46-62

Cite this article:

Tahmasebi Moghaddam, H., Jalilian, L., Vakili, Z. & Rasoullzadeh, Z. (2024). Explanation of the influential components of a happy city on the development of tourism in the metropolitan area of Isfahan. *Journal of Economic Geography Research*, 5(16), 46-62.



<https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2030036.1176>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

The economic growth and development of cities in the third millennium have been accompanied by issues such as pollution and congestion. These factors, along with increased population and urbanization, have led to the development of the tourism industry. Tourism plays a significant role in the economies of countries and is recognized as an invisible export. According to statistics, most international travels are undertaken for leisure purposes, and the choice of a joyful destination is important for tourists. Studies show that happy cities with diverse events and activities can attract more tourists. The development of tourism in Iran can contribute to economic diversification and job creation. In Isfahan, despite its historical and cultural capacities, the lack of joyful spaces and adequate infrastructure has hindered the full attraction of tourists. This research examines the impact of the happy city approach on tourism development in this city.

Methodology

This research aims to address a practical issue and is therefore considered applied research. The research methodology is mixed-methods (quantitative-qualitative). In the qualitative section, the influential components of a happy city on the development of tourism in the metropolitan area of Isfahan were identified through a review of theoretical foundations and a fuzzy Delphi analysis with the participation of experts in urban planning and tourism. The statistical population included 100 academic specialists and tourism industry experts. Data were collected through surveys and questionnaires. In the quantitative section, using structural equation modeling and path analysis in PLS software, the types of components were identified based on their influence and susceptibility. The validity and reliability of the questionnaire were examined using face validity, construct validity, and Cronbach's alpha test, which indicated high reliability of the questionnaire. The Cronbach's alpha for the two constructs was above 0.7, demonstrating convergent validity.

Results and discussion

This research aims to examine the influential components of a happy city on the tourism development of the metropolitan area of Isfahan. Initially, through a review of theoretical foundations, the influential components were identified and analyzed using the fuzzy Delphi method. Questionnaires were administered to experts in two stages, and after the analyses, components with a score of less than 0.7 were eliminated. In the second stage, out of 37 items related to a happy city and 24 items related to tourism development, 28 components were confirmed. The PLS path analysis and t-value test showed that all factor loadings were above 0.7, indicating a strong relationship between latent and manifest variables. Socio-cultural, economic, service and infrastructure, psychological, environmental, and physical-spatial variables had a positive and significant impact on the tourism development of Isfahan. The impact coefficient of the happy city on tourism development was found to be 0.89, indicating a high influence of the happy city variables with 37 observable indicators on tourism development. The model's goodness-of-fit index also indicated the overall adequacy of the model.

Conclusion

In contemporary times, with the rapid growth of urbanization, the importance of creating indices for a happy city has become increasingly evident. This study investigates the impact of the components of a happy city on tourism development in the metropolitan area of Isfahan. Using the fuzzy Delphi method and structural equation modeling, the results indicate that the relationship between socio-cultural, economic, service and infrastructure, psychological, environmental, and physical-spatial components with tourism development is positive and significant. The impact coefficient of the happy city on tourism development is 0.89. Cultural and social components, such as communal spaces, leisure activities, and quality of life, play a crucial role in attracting tourists. Urban planning focusing on enhancing these components can contribute to tourism development and improve the quality of life for residents.

Funding

This article has not received any financial support.

Authors' Contribution

The authors equally contributed to the conceptualization and writing of the article. All authors have reviewed and approved the manuscript and agree with all aspects of the work.

Conflict of Interest

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the authorship or publication of this article.

Acknowledgments

The authors would like to express their gratitude to everyone who assisted in this research, particularly those who evaluated the quality of the manuscript.



تبیین مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان

- حسین طهماسبی مقدم^{۱*}، لعلیا جلیلیان^۲، زهرا وکیلی^۳ و زهرا رسول زاده^۴
۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
 ۲. دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
 ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده برنامه ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
 ۴. دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۶/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۴

اطلاعات مقاله چکیده

شهر شاد نقشی بارزی در توسعه گردشگری دارد که می‌تواند به صنعت گردشگری در راستای توسعه آن کمک کند. شادی به عنوان یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر سلامت عمومی، در حوزه گردشگری هم جایگاهی بسیار مهم دارد؛ لذا توجه به نقش شهر شاد در توسعه گردشگری، می‌تواند به تحقق اهداف صنعت گردشگری و پیشرفت آن کمک شایانی نماید. پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش شهر شاد در توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان انجام شده است. این پژوهش از نظر روش تحقیق، ترکیبی و از نظر هدف کاربردی می‌باشد. داده‌های آماری پژوهش با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده و جامعه آماری تحقیق را اساتید دانشگاه و متخصصین صنعت گردشگری تشکیل داده‌اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و ضریب مسیر در نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. تحلیل نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد ساختار عاملی بین متغیرهای مؤثر شهر شاد (اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی- معیشتی، مدیریتی- اداری سیاسی، زیست‌محیطی، روان‌شناسی، فضای (کالبدی- فیزیکی) بر توسعه گردشگری اصفهان، روابط علی معناداری وجود دارد و مهم‌ترین مؤلفه مؤثر شهر شاد بر توسعه گردشگری اصفهان بیشتر از بعد اجتماعی فرهنگی، اقتصادی، خدمات و زیرساخت‌ها، روان‌شناسی، زیست‌محیطی و فضای کالبدی به ترتیب با ضرایب ۰/۷۶۲، ۰/۲۳۹، ۰/۲۰۲، ۰/۲۱۷، ۰/۲۲۹، ۰/۲۳۱، ۰/۲۰۳ در سطح معناداری $p < 0/05$ بر متغیر وابسته پژوهش (توسعه گردشگری) تأثیر مثبت و معناداری داشته و از میان مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد مؤلفه اجتماعی- فرهنگی بیشترین تأثیر را با ضریب ۰/۷۶۲ و پس از آن مؤلفه‌های اقتصادی، فضای- کالبدی، زیست‌محیطی، روان‌شناسی، مدیریتی اداری و خدمات و زیرساخت‌ها بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان دارند.

کلید واژه‌ها: شهر شاد، توسعه گردشگری، پایداری شهری، کلانشهر اصفهان.

دوره ۵، شماره ۱۱، تابستان ۱۴۰۳
مقاله پژوهشی
ص ۴۶-۶۲

tahmasebihosseini@znu.ac.ir

* نویسنده مسئول:

ارجاع به این مقاله: طهماسبی مقدم، حسین؛ جلیلیان، لعلیا؛ وکیلی، زهرا؛ و رسول زاده، زهرا. (۱۴۰۳). تبیین مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۵(۱۶)، ۴۶-۶۲.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2030036.1176>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0/License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

مقدمه

وجود نقش و جایگاه بی‌بدیل شهرها در رشد و توسعه اقتصادی، افزایش بهره‌وری و تقویت مشارکت اجتماعی با اثرات منفی رشد شتابان جمعیت شهری از قبیل آلودگی، دود و بو، سروصدا، شلوغی و فقدان مکانی دنج برای خلوت از جمله مهم‌ترین مشکلات زندگی شهری در هزاره سوم است (Rauhut & Hatti, 2017: 24)؛ بنابراین در طی قرن‌های اخیر، به دنبال تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان، به ویژه در زمینه افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی و وسایل حمل‌ونقل، افزایش تمایل برای گذران اوقات فراغت و بهبود رفاه اجتماعی و همچنین نیاز به مکانی برای رفع خستگی‌های زندگی ماشینی، منجر به توسعه گردشگری شده است (Roberts, 2022: 8). گردشگری یکی از بخش‌های مهم در اقتصاد کشورها بوده و بر منافع اقتصادی و بلاخص جوامع محلی آن مؤثر می‌باشد (Major & Clarke, 2022: 24-29). این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها و مناطق اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۹). طبق آمار سازمان جهانی گردشگری^۱ (۲۰۱۷) در سال ۲۰۱۶، حدود ۵۳ درصد مسافرت‌های بین‌المللی با هدف تفریح و گذران تعطیلات، ۲۷ درصد با اهداف مذهبی و دیدار از دوستان و آشنایان، ۱۳ درصد با اهداف تجاری و حرفه‌ای و ۷ درصد با اهداف نامشخص انجام شده‌اند (Graft, 2019: 51). با توجه به انگیزه اولیه سفر که فرار از کارهای روزمره و تفریح و استراحت است، انتخاب مقصد شاد برای گردشگران بسیار حائز اهمیت است. لذا وجود مقاصد سرزنده همراه با شهروندان شاد، زمینه را برای جذب گردشگران بیشتر فراهم می‌کند که برای توسعه پایدار گردشگری بسیار حائز اهمیت است. مطالعات بسیاری تأثیر شادمانی شهر شاد در توسعه گردشگری را مورد تأیید قرار داده‌اند (Qz Turk & Caliskan, 2015: 238). رویکرد شهر شاد به ایده اتوپیا در کتاب جمهوری افلاطون بازمی‌گردد که در آن جامعه نمونه با شرایطی برابر و برتر برای همه شهروندان توصیف شده است. در چنین جامعه ایده‌آلی، شهروندان می‌توانند به سادگی احساس شادی داشته باشند (Loo, 2021: 11). شهر شاد مکانی است که نیاز گروه‌های مختلف کاربران را برآورده ساخته و به آنان حس خوب و آسایش بخشیده و به استفاده آزادانه از فضای عمومی تشویق می‌کند؛ چنین شادی می‌تواند به صورت مستقیم در کنار کیفیت‌هایی چون پیوستگی یا حس خوب در مکان و کیفیت حس تعلق طبقه‌بندی گردد (Chao et al., 2017: 435)؛ چرا که شهر شاد ادراک مثبت افراد از مکانی است که در آن زندگی می‌کنند و آن‌ها را دعوت به گذراندن اوقات فراغت زیادی در فضای شهر می‌کند (Augustine & Kovoov, 2023: 782). شهر شاد رویکردی در برنامه‌ریزی شهریست که به یک شهر زیست‌پذیر، پویا و پر جنب‌وجوش اشاره دارد. در توسعه گردشگری، رویکرد شهر شاد به معنای ایجاد یک محیط سرشار از فعالیت‌ها، سرگرمی‌ها و رویدادهای متنوع است که برای جلب توریست‌ها و افزایش رضایت آن‌ها به کار می‌رود (سماواتی و رنجبر، ۱۳۹۸: ۱۸-۳). رویدادهای متنوعی که در شهر شاد برگزار می‌شوند، شامل کنسرت‌ها، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها، نمایش‌های هنری، رقابت‌های ورزشی و تجارتي و سایر فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی می‌شود (0000 & uu gg, 0000: 44). این رویدادها به طور مداوم می‌توانند به تنوع و جذابیت شهر کمک کرده و در توسعه گردشگری مؤثر باشند.

رشد و توسعه صنعت گردشگری در ایران به عنوان یکی از رهیافت علمی گذار از اقتصاد تک‌محصولی و متنوع‌سازی منابع درآمدی باید پیش از پیش مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشور قرار گیرد (نرگسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۵). در همین راستا آثار تولید ناخالص داخلی^۲ مستقیم حاصل از صنعت گردشگری، با احتساب حدود ۶ درصد از جمعیت جهانی در این صنعت، نمایانگر تخصیص یک شغل از هر ۱۵ شغل به این صنعت در آینده‌ای نزدیک بوده و حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص در این صنعت ایجاد خواهد شد (سالاری‌پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۳۶). ایران امروزه بیش از هر زمان دیگری با دشواری اشتغال دست به گریبان است. بهای روزافزون نفت، اقتصاد کشور را بیش‌ازپیش متکی به خود نموده و سیاست‌گذاران بیش از هر زمان دیگری به دنبال راه‌حلی خارج از الگوهای

1- UNWTO

2- Gross Domestic Product

پیشین هستند، گردشگری به مثابه یک نظام پیچیده با ابعاد بزرگ می‌تواند راه برون‌رفت از این تنگنا باشد و به همین جهت باید در جهت توسعه آن و جذب گردشگر بیشتر راهکارهای مختلف را بررسی کرد.

در این چارچوب اصفهان کلانشهری در مرکز ایران است که بعد از مشهد بیشترین آمار جذب گردشگران را دارد. جای‌جای این شهر تاریخی پر از نشانه‌هایی از تمدن و فرهنگ ناب ایران زمین است که بخشی از تاریخ پرافتخار این مرزوبوم را گواهی می‌دهد و یکی از زیباترین و محبوب‌ترین کلانشهرهایی است که مدتهاست لقب نصف جهان را از آن خود کرده است. این شهر که از زیبایی‌های کم‌نظیر تاریخی برخوردار است، هر ساله پذیرای گردشگران بسیاری از سراسر جهان و ایران است؛ اما بر اساس پژوهش‌های انجام شده، متأسفانه شهر اصفهان از دیگر شهرهای ایران نشاط و شادابی کمتری داشته و این در حالی است که دارای پیشینه تاریخی غنی و پربراری می‌باشد و به دلیل بافت تاریخی و معماری وزین و دست‌نخورده آن، در اردیبهشت ۱۳۹۸، در فهرست میراث جهانی یونسکو ثبت شده است (مختاری و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۳)؛ بنابراین اگر چه این شهر از نظر بافت و معماری، ظرفیت‌های فراوان بالقوه‌ای برای جذب گردشگر دارد، فضاهای شهری بی‌روح، فقدان فضاهای اجتماعی جهت سرگرمی و تفریح و عدم وجود زیرساخت و خدمات مناسب، موجب شده تا این ظرفیت‌ها نادیده گرفته شوند. در همین راستا این هدف این پژوهش پاسخ به سؤالات زیر می‌باشد: «رویکرد شهر شاد در توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان چه تأثیری دارد؟» «مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد در توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان کدام است؟»

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

شهر شاد با به وجود آمدن رشته روانشناسی شهری با مطالعات استانی میلگرام (1933-1984) از سال ۱۹۷۰ به وجود آمد. روان‌شناسی شهری عبارت است از «مطالعه تأثیر زندگی شهری بر روی نگرش‌ها، ارزش‌ها، رفتارها، شخصیت، باورهای فرد و روابط بین افراد ساکن در شهرها» (صفاری‌نیا و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۹). به طور کلی روانشناسی شهری به دنبال شناسایی مشکلات و اثرات آن بر روح و روان ساکنین می‌باشد. شهر شاد یکی از محورها و موضوعات روانشناسی شهریهست که می‌توان گفت رویکرد شهر شاد به دنبال افزایش خوبی‌ها و کاهش موارد منفی در یک شهر است (Montgomery, 2013: 359). رویکرد شهر شاد بر پایه توسعه پایدار، انسجام اجتماعی، عدالت اجتماعی و احترام به محیط‌زیست بنا شده است. این رویکرد به دنبال ایجاد تعادل بین نیازهای اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی بوده و در تلاش است تا بهبود کیفیت زندگی شهروندان را در طولانی مدت تأمین کرده و شهرها را به مکان‌هایی شادتر و پایدارتر تبدیل کند (Cloutier et al., 2014: 639). شهر شاد شهریهست که می‌توان مردمی را دید که با خوشحالی و شادی در فضاهای عمومی قدم می‌زنند (Loo, 2021: 14)؛ چرا که شادی یک مفهوم جمعی است که همه عناصر سیستم شهری را در بر می‌گیرد و افراد تحت تأثیر محیط آن قرار می‌گیرند (Jain, 2019: 323). مونتگومری به عنوان یکی از پیشگامان رویکرد شهر شاد، معتقد است که یک شهر بعد از تأمین نیازهای اولیه مانند غذا و مسکن بایستی شهروند را به آزادی واقعی، حرکت و ساخت زندگی که آرزو دارد، سوق دهد. وی در بررسی عوامل محیطی مؤثر بر شادی، شهر شاد را شهری کم‌کربن و سبز می‌داند که از شهروندان حفاظت می‌کند (Shaheen & Ibrahim, 2021: 534, Chao et al., 2017: 437). مطالعات اخیر نشان می‌دهد که فضاهای سبز به علت افزایش سطح تعاملات اجتماعی، پیوستگی اجتماعی و هویت مکان، دارای تأثیر مثبت بر رضایت از زندگی، شادی و رفاه اجتماعی می‌باشند (Kfayy & Fathy, 2019: 44)؛ از این رو افرادی که در مناطق شهری زندگی می‌کنند، به دلیل شیوه زندگی ماشینی، از اضطراب و افسردگی رنج می‌برند (Piotrowski et al., 2021: 17)، درحالی‌که شادی، اضطراب و بیماری‌های مرتبط با آن را کاهش می‌دهد (Jain, 2019: 327). در شهر شاد باید به گونه‌ای صرفه‌جویی شود که رفاه شهروندان نیز کاهش پیدا نکند (Zhang et al., 2022: 8). این امر می‌تواند از طریق افزایش بهره‌برداری از دارایی‌های شهری همراه با کاهش هم‌زمان هزینه‌های مدیریت محیط‌زیست، بهداشت و ایمنی انجام شود (Brudlak, 2017: 318).

تبیین مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد ... / طهماسبی مقدم و همکاران

شهر شاد می‌تواند نقش بارزی در توسعه گردشگری ایفا کند و شادی را به عنوان یک رشته علمی در نظر بگیرد که به صنعت گردشگری در راستای توسعه آن کمک کند (Reyes et al, 2021: 14). به همان اندازه که شادی بر سلامت عمومی تأثیرگذار است، در حوزه گردشگری نیز جایگاهی بسیار مهم دارد؛ به طوری که گردشگر هنگام حضور در شهر با افراد و فضاهای آن روبه‌رو می‌شود، همزمان، فضاها و ابعاد فیزیکی را بررسی می‌کند و درک و شناخت خود از افراد و فضاها را از طریق عکاسی، روزنامه‌ها، وبلاگ‌های سفر، وبگاه‌های رسانه اجتماعی مانند فیس‌بوک، کارت‌پستال و ایمیل ثبت می‌کند (Paniagua et al, 2022: 12)، چرا که اشتیاق گردشگر در لبخند خیره شده، همواره به دنبال شادابی است. به زیبایی مقصد توجه می‌کند و در سفر، از شگفتی‌ها به شدت لذت می‌برد. روح او به تغییرات فوق‌العاده خدمات ارائه شده متکی بوده و این موضوع شادی و خشنودی او را مضاعف می‌کند. به مکانی که قدم می‌گذارد، با ذوق و شوری عمیق تعامل می‌کند و در زمان‌های به یادماندنی، رؤیایی جدید را پدید می‌آورد؛ بنابراین، خدماتی که ارائه می‌شوند، در شادی او، آن قدرت جاودانی را به ارمغان می‌آورند که دیگر هرگز فراموش نمی‌شود؛ بر همین مبنا بسیار حائز اهمیت است که یک مقصد به طور فعال به رفاه ساکنان خود توجه کند و در نتیجه شادی آن‌ها را افزایش دهد. این درک مثبت از شهر شاد در نهایت منجر به افزایش جذابیت گردشگری و توسعه آن می‌شود (Zeng & Xu, 2021: 12).

مطالعات چندی به تأثیر شادمانی بر توسعه گردشگری پرداخته که در ادامه به بررسی چند ادبیات تجربی داخلی و خارجی مرتبط با تحقیق پرداخته می‌شود؛ لی^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در مقاله‌ای به بررسی این سؤال پرداخت که «آیا کشور میزبان و شاخص‌های شادی تویتر^۲ بر توسعه گردشگری در یک چارچوب بین‌المللی (مانند ورود گردشگران، درآمدهای گردشگری، بازده بخش سفر و اوقات فراغت) تأثیرگذار است؟» که برای پاسخ از یک مدل رگرسیونی بین متغیرها برای ۱۱۹ کشور در بازه زمانی ۲۰۱۷-۲۰۰۶ استفاده کرد و نتایج نشان می‌دهد که بیشتر شاخص‌های شادی کشور میزبان و عوامل کلان اقتصادی تأثیرات برجسته، غیرخطی و نامتقارن را در هر دو کمیت‌های ورود گردشگر و درآمد گردشگری در دوره‌های هم‌زمان و آتی (به جز نتایج کشورهای اروپایی) نشان می‌دهد. آریلیانو سیلوا^۳ و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «رابطه بین شادی و میل به مهمان‌نوازی با میانجی‌گری خودانگاره گردشگر و تصویر مقصد» دریافته‌اند که مفهوم شادی ماهیتی ذهنی دارد و ما به سختی به تعریف واحدی برای آن احساس دست خواهیم یافت؛ لذا انتخاب مقصد گردشگری با ویژگی برجسته مهمان‌نوازی بسیار حائز اهمیت است. مطالعات نشان می‌دهد که جستجوی شادی از طریق گردشگری با میل به مهمان‌نوازی در مقصد گردشگری رابطه مثبت دارد؛ به عبارت دیگر این رابطه نشان دهنده فرافکنی عاطفی گردشگران به مکان و پذیرندگان است. اهمیت این نتیجه در این است که گردشگری نه تنها برای رشد اقتصادی بسیاری از کشورها بسیار مهم است، همچنین می‌تواند به بهبود سلامت عمومی افراد کمک کند. وزیری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی شاخص‌های تعیین‌کننده مفهوم شادی در طراحی پاتوق‌های منطقه شهری اردبیل پرداخته‌اند و شادی را در دو حوزه کلی عاطفی و شناختی مورد بررسی قرار داده‌اند و کیفیت‌های سرزندگی و رضایت‌مندی فضایی، عملکردی و اجتماعی را کلید اصلی شادی در پاتوق‌های شهری می‌دانند. اورکی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و شادی شهر یزد پرداختند و این‌گونه ادعا کردند که هم‌زمان دو گرایش مکمل وجود دارد: از یک طرف شرایط و ویژگی‌های مقصد باعث توسعه مقصد می‌شود، از طرف دیگر، توسعه گردشگری با شادی ارتباط مستقیم دارد که آن نیز به بستر و محیط وابسته است. پس می‌توان ادعا کرد که چرخه‌ای بین آن‌ها وجود دارد.

1- Lee

2- Twitter

3- Aureliano-Silva

روش پژوهش

با توجه به هدف تحقیق که به دنبال حل یک مسئله کاربردیست، این تحقیق از نوع کاربردی می‌باشد. روش انجام تحقیق نیز به صورت ترکیبی (کمی- کیفی) است. بخش کیفی شامل شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان از طریق بررسی مبانی نظری و تئوریک پژوهش و انجام تحلیل دلفی فازی با مشارکت متخصصان رشته برنامه‌ریزی شهری و گردشگری در دانشگاه‌ها و میراث فرهنگی به عنوان اعضای پانل انجام شده است. در این مطالعه، جامعه آماری پژوهش را متخصصان دانشگاهی و کارشناسان صنعت گردشگری تشکیل می‌دهند که از این تعداد بر اساس قاعده اول روش بارکلای^۱ و همکاران (۱۹۹۵)، ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری از شیوه در دسترس شامل تجربه علمی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش استفاده شده است چرا که در پژوهش حاضر بیشترین تعداد شاخص مربوط به اجتماعی فرهنگی با تعداد ۱۰ مؤلفه می‌باشد. شیوه گردآوری داده‌ها، از نوع پیمایشی و روش مقطعی است و از پرسشنامه به عنوان ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. در بخش کمی با استفاده از مدل تحلیل معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر در نرم‌افزار PLS نوع مؤلفه‌ها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر مؤلفه‌ها مشخص شد. جهت بررسی روایی و پایایی پرسشنامه در این پژوهش از دو روش اعتبار پرسشنامه با استفاده از دو روش صوری و اعتبار سازه (عاملی) به منظور ارزیابی قابلیت اعتماد پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که پرسشنامه از پایایی بالایی برخوردار است. آلفای کرونباخ برای دو ساختار از ۰/۷ بالاتر است که بالاتر از ۰/۵ می‌باشد. در نتیجه از روایی همگرا برخوردار است.

جدول ۱. سؤالات مربوط به متغیرهای تحقیق

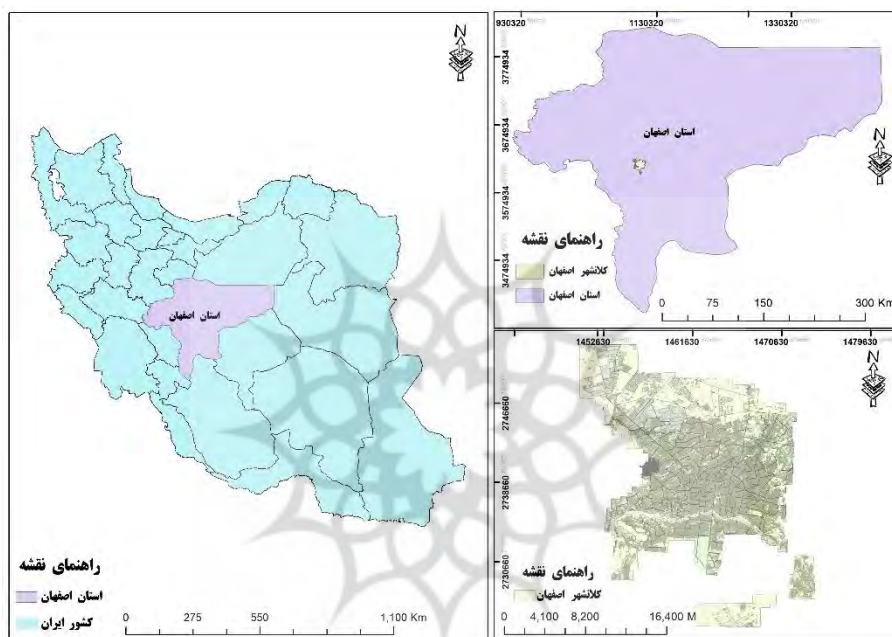
ابعاد	مؤلفه	گویه‌ها
مؤلفه‌های شهر شاد	اجتماعی- فرهنگی	وجود فضاهای جمعی و اوقات فراغت، عدم وجود مشکلات اجتماعی مانند جرم و جنایت، همبستگی اجتماعی، وجود سرزندگی و روحیه خوب در میان مردم، عدالت اجتماعی، زندگی مناسب و مطلوب، احساس راحتی و تسلط در شهر، آداب شهرنشینی و سنت در شهر، فرهنگ شهروندان و نحوه پوشش آن‌ها، رعایت حقوق شهروندی، امنیت شهری (در شب و روز)، روابط خانوادگی در درون خانواده‌ها و بین خانواده‌ها، روابط اجتماعی در بین اعضای جامعه، میزان مشارکت در فعالیت‌های شهروندی، دسترسی مناسب به خدمات شهری، وجود مسالمت بین ادیان
	اقتصادی- معیشتی	امنیت مالی، رفاه اجتماعی، درآمد، شرایط اقتصادی، نوع سکونت (استیجاری- ملکی)، تورم و بیکاری
	مدیریتی- اداری	پایبندی به قوانین شهری، نقش نهادهای دولتی، نقش شهرداری، نقش بخش خصوصی
	زیست‌محیطی	آب و هوا، محیط طبیعی مناسب، کیفیت آب، چشم‌انداز محل سکونت، پاکیزگی و نظافت شهر، آلاینده‌های محیط‌زیست مانند آلودگی صوتی
مؤلفه‌های توسعه گردشگری	روانشناسی	طراحی فضاهای درگیر با حس انسانی، حس رضایتمندی از شغل، درآمد و مسکن، حس رضایتمندی از سلامت، وجود عناصر هویتی و حس تعلق مکانی، احساس شادمانی و آرامش روحی
	فضایی- کالبدی	فضاهای سبز و عمومی و گل کاری‌ها، عناصر و زیبایی بصری، انسجام و پیوستگی محیط، استفاده از المان‌های شادی‌بخش، دسترسی راحت به فضاهای تفریحی، پارکینگ و خدمات
	امکانات- خدمات و زیرساخت‌ها	انطباق امکانات با تقاضای گردشگر، وضعیت مناسب پارکینگ‌ها، توسعه فن‌آوری، تبلیغات، توسعه امکانات گردشگری، آموزش و تأمین نیروهای متخصص، کاهش قیمت هزینه سفر و حامل‌های انرژی، فعالیت‌های نوین بازاریابی، فراهم نمودن راهنماها در دسترسی به جاذبه‌ها
اقتصادی	مدیریتی- نهادی	حفظ هویت تاریخی بافت قدیم، تغییرات سیاسی و قانونگذاری، مدیریت بخش دولتی و خصوصی به صورت مکمل، تهیه نقشه و طرح جامع گردشگری، حمایت از بخش خصوصی، گردشگری رویداده‌محور، مدیریت یکپارچه در بین دستگاه‌های ذیربط، حمایت از تشکیل تعاونی‌های مردمی گردشگری، برگزاری جلسات منظم با مردم محلی (رویکرد مشارکتی)، همکاری و تعامل با سازمان‌های گردشگری سایر کشورها، کاهش بروکراسی اداری پروژه‌های گردشگری، جوابگویی صریح مسئولین گردشگری
	اقتصادی	افزایش تمایل عمومی به توسعه گردشگری، افزایش تمایل بخش خصوصی برای مشارکت در طرح‌ها، تقویت فرهنگ سنتی و محلی، مهمان‌نوازی و خونگرمی مردم محلی

معرفی بازارهای صنایع‌دستی اصفهان، توسعه محصولات و خدمات برای مسافری، انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی با همسایگان، امنیت و ثبات و رعایت حقوق گردشگری

اجتماعی- فرهنگی

محدوده مورد مطالعه

شهر اصفهان با وسعت ۵۵۱ کیلومتر مربع و در فاصله ۴۳۵ کیلومتری از پایتخت ایران قرار دارد. اصفهان با جمعیت حدود ۳ میلیون نفر به عنوان سومین شهر پرجمعیت ایران شناخته می‌شود. وجود آثار تاریخی بسیاری در این شهر سبب شده تا در سال ۲۰۰۶ استان اصفهان به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام معرفی گردد (صادقی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۵۲). سالانه مسافران و گردشگران زیادی از داخل و خارج کشور به این استان سفر می‌کنند. این شهر بر روی دشتی هموار و در فاصله ۱۵۷۰ متری از سطح دریا واقع شده است که عامل پیدایش آن زاینده‌رود بیان می‌شود. شکل ۱ موقعیت منطقه مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۱. موقعیت منطقه مورد مطالعه

یافته‌ها و بحث

بررسی ساختاری مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان

در پژوهش حاضر برای بررسی مؤلفه‌های شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان در گام اول با تکیه بر مطالعه مبانی نظری مرتبط با موضوع پژوهش، مؤلفه‌های مؤثر به صورت پرسشنامه در قالب روش دلفی فازی طراحی و در اختیار اعضای پانل خبرگان که متشکل از ۱۰ کارشناس میراث فرهنگی، ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه بودند قرار گرفت و از خبرگان خواسته شد با استفاده از طیف‌های لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) نظرات خود را درباره هر یک از مؤلفه‌ها بیان نمایند. بر اساس یافته‌های حاصل از پرسشنامه مرحله اول دلفی فازی از ۴۱ گویه شهر شاد، ۱۰ گویه‌ای که کمتر از ۰/۷ در نظر گرفته بودند و از ۲۹ گویه توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان ۵ گویه‌ای کمتر از ۰/۷ در نظر گرفته بودند حذف گردید (جدول شماره ۲).

جدول ۲. مؤلفه‌ها و دیدگاه‌های خبرگان مرتبط با شهر شاد مؤثر بر توسعه گردشگری (نظرسنجی مرحله اول)

ابعاد	مؤلفه	ردیف	گویه‌ها	کرانه پایین	کرانه وسط	کرانه بالا	میانگین سه کرانه	وضعیت
شهر شاد مؤلفه‌های	تأیید و رد	A1	وجود فضاهای جمعی و اوقات فراغت	۰/۹۲	۰/۷۸	۰/۵۳	۰/۷۶۴	تأیید شد
		A2	عدم وجود مشکلات اجتماعی مانند جرم و جنایت	۰/۸۲	۰/۶۸	۰/۴۳	۰/۶۶۴	تأیید نشد
		A3	همبستگی اجتماعی	۰/۹۲	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۶۹۴	تأیید نشد

ابعاد	مؤلفه	ردیف	گویه‌ها	کرانه پایین	کرانه وسط	کرانه بالا	میانگین سه کرانه	وضعیت
		A4	وجود سرزندگی و روحیه خوب در میان مردم	۰/۸۸	۰/۷۷	۰/۵۵	۰/۷۵۰	تأیید شد
		A5	عدالت اجتماعی، زندگی مناسب و مطلوب	۰/۹۲	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۲۲	تأیید شد
		A6	احساس راحتی و تسلط در شهر	۰/۸۷	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۴	تأیید شد
		A7	آداب شهرنشینی و سنت در شهر	۰/۷۲	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۴۸۱	تأیید نشد
		A8	فرهنگ شهروندان و نحوه پوشش آن‌ها	۰/۹۵	۰/۸۰	۰/۵۵	۰/۷۸۳	تأیید شد
		A9	رعایت حقوق شهروندی	۰/۸۳	۰/۷۵	۰/۵۵	۰/۷۳۱	تأیید شد
		A10	امنیت شهری (در شب و روز)	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۰۳	تأیید شد
		A11	روابط خانوادگی در درون خانواده‌ها و بین خانواده‌ها	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۸	۰/۷۰۶	تأیید شد
		A12	روابط اجتماعی در بین اعضای جامعه	۰/۸۵	۰/۶۷	۰/۷۲	۰/۷۴۶	تأیید شد
		A13	میزان مشارکت در فعالیتهای شهروندی	۰/۸۸	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۷	تأیید شد
		A14	دسترسی مناسب به خدمات شهری	۰/۸۰	۰/۶۵	۰/۴۲	۰/۶۳۶	تأیید نشد
		A15	وجود مسالمت بین ادیان	۰/۸۷	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۶۸۶	تأیید نشد
		B1	امنیت مالی	۰/۸۸	۰/۶۸	۰/۴۳	۰/۶۷۵	تأیید نشد
		B2	رفاه اجتماعی	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۵۰	۰/۷۰۸	تأیید شد
		B3	درآمد	۰/۸۳	۰/۷۰	۰/۶۵	۰/۷۲۶	تأیید شد
		B4	شرایط اقتصادی	۰/۷۵	۰/۶۲	۰/۴۲	۰/۶۰۶	تأیید نشد
		B5	نوع سکونت (استیجاری - ملکی)	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		B6	تورم و بیکاری	۰/۹۰	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۶۹۲	تأیید نشد
		C1	پایبندی به قوانین شهری	۰/۹۰	۰/۸۳	۰/۶۰	۰/۸۰۶	تأیید شد
		C2	نقش نهادهای دولتی	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		C3	نقش شهرداری	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		C4	نقش بخش خصوصی	۰/۹۵	۰/۸۲	۰/۵۷	۰/۷۹۷	تأیید شد
		E1	آب و هوا	۰/۹۵	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۲۸	تأیید شد
		E2	محیط طبیعی مناسب	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		E3	کیفیت آب	۰/۸۷	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۲۸	تأیید شد
		E4	چشم‌انداز محل سکونت	۰/۹۳	۰/۸۲	۰/۵۷	۰/۷۹۴	تأیید شد
		E5	پاکیزگی و نظافت شهر	۰/۹۵	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۴۲	تأیید شد
		E6	آلاینده‌های محیط‌زیست مانند آلودگی صوتی	۰/۸۵	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۶۹۷	تأیید نشد
		F1	طراحی فضاهای درگیر با حس انسانی	۰/۷۲	۰/۸۰	۰/۶۲	۰/۷۱۳	تأیید شد
		F2	حس رضایتمندی از شغل، درآمد و مسکن	۰/۷۷	۰/۵۵	۰/۳۷	۰/۵۵۶	تأیید نشد
		F3	حس رضایتمندی از سلامت	۰/۹۸	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۳۳	تأیید شد
		F4	وجود عناصر هویتی و حس تعلق مکانی	۰/۹۵	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۷۰۱	تأیید شد
		F5	احساس شادمانی و آرامش روحی	۰/۹۵	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۷۰۰	تأیید شد
		G1	فضاهای سبز و عمومی و گل کاری‌ها	۰/۹۷	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۱۷	تأیید شد
		G2	عناصر و زیبایی بصری	۰/۹۷	۰/۸۷	۰/۶۲	۰/۸۴۲	تأیید شد
		G3	انسجام و پیوستگی محیط	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		G4	استفاده از المان‌های شادی بخش	۰/۸۰	۰/۷۳	۰/۷۰	۰/۷۴۳	تأیید شد
		G5	دسترسی راحت به فضاهای تفریحی، پارکینگ و خدمات	۰/۸۰	۰/۷۲	۰/۶۷	۰/۷۳	تأیید شد
		H1	انطباق امکانات با تقاضای گردشگر	۰/۹۰	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۹	تأیید شد
		H2	وضعیت مناسب پارکینگ‌ها	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		H3	توسعه فن‌آوری	۰/۸۵	۰/۷۰	۰/۴۷	۰/۶۸۶	تأیید نشد
		H4	تبلیغات	۰/۷۸	۰/۶۳	۰/۴۰	۰/۶۱۹	تأیید نشد
		H5	توسعه امکانات گردشگری	۰/۸۲	۰/۷۲	۰/۶۸	۰/۷۴	تأیید شد
		H6	آموزش و تأمین نیروهای متخصص	۰/۸۷	۰/۸۰	۰/۵۷	۰/۷۷۲	تأیید شد

اقتصادی - معیشتی

مدیریتی - اداری

زیست‌محیطی

روانشناسی

فضایی - کالبدی

امکانات - خدمات و زیرساخت‌ها
مؤلفه‌های توسعه گردشگری

ابعاد	مؤلفه	ردیف	گویه‌ها	کرانه پایین	کرانه وسط	کرانه بالا	میانگین سه کرانه	وضعیت
مدیریتی-نهادی		H7	کاهش قیمت هزینه سفر و حامل‌های انرژی	۰/۹۲	۰/۸۷	۰/۶۳	۰/۸۳۶	تأیید شد
		H8	فعالیت‌های نوین بازاریابی	۰/۷۷	۰/۵۳	۰/۳۵	۰/۵۴۲	تأیید نشد
		H9	فراهم نمودن راهنماها در دسترسی به جاذبه‌ها	۰/۸۳	۰/۷۷	۰/۵۷	۰/۷۴۴	تأیید شد
		L1	حفظ هویت تاریخی بافت قدیم	۰/۸۲	۰/۸۸	۰/۷۵	۰/۸۱۶	تأیید شد
		L2	تغییرات سیاسی و قانونگذاری	۰/۸۸	۰/۷۸	۰/۵۵	۰/۷۶۱	تأیید شد
		L3	مدیریت بخش دولتی و خصوصی به صورت مکمل	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۶۵	۰/۷۰	تأیید شد
		L4	تهیه نقشه و طرح جامع گردشگری	۰/۸۵	۰/۷۳	۰/۵۰	۰/۷۱۴	تأیید شد
		L5	حمایت از بخش خصوصی	۰/۷۵	۰/۵۷	۰/۳۵	۰/۵۶۱	تأیید نشد
		L6	گردشگری رویدادمحور	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۰۳	تأیید شد
		L7	مدیریت یکپارچه در بین دستگاه‌های ذیربط	۰/۸۲	۰/۷۳	۰/۵۳	۰/۷۱۴	تأیید شد
اقتصادی		L8	حمایت از تشکیل تعاونی‌های مردمی گردشگری	۰/۸۰	۰/۷۲	۰/۶۷	۰/۷۳	تأیید شد
		L9	برگزاری جلسات منظم با مردم محلی (رویکرد مشارکتی)	۰/۸۸	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۷	تأیید شد
		L10	همکاری و تعامل با سازمان‌های گردشگری سایر کشورها	۰/۸۸	۰/۷۵	۰/۵۲	۰/۷۳۳	تأیید شد
		L11	کاهش بروکراسی اداری پروژه‌های گردشگری	۰/۸۷	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۴	تأیید شد
		L12	جوابگویی صریح مسئولین گردشگری	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۵۰	۰/۷۰۸	تأیید شد
		O1	افزایش تمایل عمومی به توسعه گردشگری	۰/۸۸	۰/۶۸	۰/۶۳	۰/۷۳	تأیید شد
		O2	افزایش تمایل بخش خصوصی برای مشارکت در طرح‌ها	۰/۸۳	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۶۸۱	تأیید نشد
		O3	تقویت فرهنگ سنتی و محلی	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۰۳	تأیید شد
		O4	مهمان‌نوازی و خونگرمی مردم محلی	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		P1	معرفی بازارهای صنایع‌دستی اصفهان	۰/۹۰	۰/۸۰	۰/۵۵	۰/۷۷۵	تأیید شد
فرهنگی-اجتماعی		P2	توسعه محصولات و خدمات برای مسافریین	۰/۹۰	۰/۷۰	۰/۷۵	۰/۷۸۳	تأیید شد
		P3	انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی با همسایگان	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		P4	امنیت و ثبات و رعایت حقوق گردشگری	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد

در مرحله دوم از روش دلفی فازی ۳۷ گویه تأیید شده شهر شاد و ۲۴ گویه تأیید شده توسعه گردشگری از سوی کارشناسان مرحله اول، در قالب پرسشنامه‌ای دیگر و جهت شروع فاز دوم روش دلفی فازی در اختیار کارشناسان قرار گرفت. در این مرحله پس از تحلیل‌های انجام گرفته و مقایسه آن با نتایج دوره اول، باید اختلاف خبرگان نسبت به مرحله قبل از حد آستانه ۰/۲ کمتر باشد تا فرایند نظرسنجی متوقف گردد. با مقایسات صورت گرفته مجموع اختلاف نظر خبرگان در دو مرحله کمتر از ۰/۲ بود، بنابراین دلفی در دور دوم متوقف می‌شود. مطابق جدول شماره ۳، با توجه به مقدار عددی فازی شده در مرحله دوم، تعداد ۲۸ مؤلفه، مقداری بالاتر از ۰/۷ به دست آورده و مورد تأیید خبرگان قرار گرفتند.

جدول ۳. مؤلفه‌ها و دیدگاه خبرگان مرتبط با شهر شاد مؤثر بر توسعه گردشگری (نظرسنجی مرحله دوم)

ابعاد	مؤلفه	ردیف	گویه‌ها	کرانه پایین	کرانه وسط	کرانه بالا	میانگین سه کرانه	وضعیت
مؤلفه‌های شهر شاد	اجتماعی-فرهنگی	A1	وجود فضاهای جمعی و اوقات فراغت	۰/۹۲	۰/۷۸	۰/۵۳	۰/۷۶۴	تأیید شد
		A2	وجود سرزندگی و روحیه خوب در میان مردم	۰/۸۸	۰/۷۷	۰/۵۵	۰/۷۵۰	تأیید شد
		A3	عدالت اجتماعی، زندگی مناسب و مطلوب	۰/۹۲	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۲۲	تأیید شد
		A4	احساس راحتی و تسلط در شهر	۰/۸۷	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۴	تأیید شد
		A5	فرهنگ شهروندان و نحوه پوشش آن‌ها	۰/۹۵	۰/۸۰	۰/۵۵	۰/۷۸۳	تأیید شد
		A6	رعایت حقوق شهروندی	۰/۸۳	۰/۷۵	۰/۵۵	۰/۷۳۱	تأیید شد
		A7	امنیت شهری (در شب و روز)	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۰۳	تأیید شد
		A8	روابط خانوادگی در درون خانواده‌ها و بین خانواده‌ها	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۸	۰/۷۰۶	تأیید شد
		A9	روابط اجتماعی در بین اعضای جامعه	۰/۸۵	۰/۶۷	۰/۷۲	۰/۷۴۶	تأیید شد

ابعاد	مؤلفه	ردیف	گویه‌ها	کرانه پایین	کرانه وسط	کرانه بالا	میانگین سه کرانه	وضعیت
اقتصادی	مدیریتی - اداری	A10	میزان مشارکت در فعالیت‌های شهروندی	۰/۸۸	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۷	تأیید شد
		B1	رفاه اجتماعی	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۵۰	۰/۷۰۸	تأیید شد
		B2	درآمد	۰/۸۳	۰/۷۰	۰/۶۵	۰/۷۲۶	تأیید شد
		B3	قیمت مسکن	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		C1	پایبندی به قوانین شهری	۰/۹۰	۰/۸۳	۰/۶۰	۰/۸۰۶	تأیید شد
		C2	نقش نهادهای دولتی	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
زیست محیطی	مدیریتی - اداری	C3	نقش شهرداری	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		C4	نقش بخش خصوصی	۰/۹۵	۰/۸۲	۰/۵۷	۰/۷۹۷	تأیید شد
		E1	آب و هوا	۰/۹۵	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۲۸	تأیید شد
		E2	محیط طبیعی مناسب	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		E3	کیفیت آب	۰/۸۷	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۲۸	تأیید شد
		E4	چشم‌انداز محل سکونت	۰/۹۳	۰/۸۲	۰/۵۷	۰/۷۹۴	تأیید شد
روانشناسی	مدیریتی - اداری	E5	پاکیزگی و نظافت شهر	۰/۹۵	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۴۲	تأیید شد
		F1	طراحی فضاهای درگیر با حس انسانی	۰/۷۲	۰/۸۰	۰/۴۸	۰/۷۱۳	تأیید شد
		F2	حس رضایتمندی از سلامت	۰/۹۸	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۳۳	تأیید شد
		F3	وجود عناصر هویتی و حس تعلق مکانی	۰/۹۵	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۷۰۱	تأیید شد
		F4	احساس شادمانی و آرامش روحی	۰/۹۵	۰/۷۰	۰/۴۵	۰/۷۰۰	تأیید شد
		G1	فضاهای سبز و عمومی و گل کاری‌ها	۰/۹۷	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۱۷	تأیید شد
فضایی - کالبدی	مدیریتی - اداری	G2	عناصر و زیبایی بصری	۰/۹۷	۰/۸۷	۰/۶۲	۰/۸۴۲	تأیید شد
		G3	انسجام و پیوستگی محیط	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		G4	استفاده از المان‌های شادی بخش	۰/۸۰	۰/۷۳	۰/۷۰	۰/۷۴۳	تأیید شد
		G5	دسترسی راحت به فضاهای تفریحی و خدماتی	۰/۸۰	۰/۷۲	۰/۶۷	۰/۷۳	تأیید شد
		H1	انطباق امکانات با تقاضای گردشگر	۰/۹۰	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۹	تأیید شد
		H2	وضعیت مناسب پارکینگ‌ها	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
خدمات و زیرساخت‌ها	مدیریتی - اداری	H3	توسعه امکانات گردشگری	۰/۸۲	۰/۷۲	۰/۶۸	۰/۷۴	تأیید شد
		H4	آموزش و تأمین نیروهای متخصص	۰/۸۷	۰/۸۰	۰/۵۷	۰/۷۷۲	تأیید شد
		H5	کاهش قیمت هزینه سفر و حامل‌های انرژی	۰/۹۲	۰/۸۷	۰/۶۳	۰/۸۳۶	تأیید شد
		H6	فراهم نمودن راهنماها در دسترسی به جاذبه‌ها	۰/۸۳	۰/۷۷	۰/۵۷	۰/۷۴۴	تأیید شد
		L1	حفظ هویت تاریخی بافت قدیم	۰/۸۲	۰/۸۸	۰/۷۵	۰/۸۱۶	تأیید شد
		L2	تغییرات سیاسی و قانونگذاری	۰/۸۸	۰/۷۸	۰/۵۵	۰/۷۶۱	تأیید شد
مدیریتی - نهادی	مدیریتی - نهادی	L3	مدیریت بخش دولتی و خصوصی به صورت مکمل	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۶۵	۰/۷۰	تأیید شد
		L4	تهیه نقشه و طرح جامع گردشگری	۰/۸۵	۰/۷۳	۰/۵۰	۰/۷۱۴	تأیید شد
		L5	گردشگری رویدادمحور	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۰۳	تأیید شد
		L6	مدیریت یکپارچه در بین دستگاه‌های ذیربط	۰/۸۲	۰/۷۳	۰/۵۳	۰/۷۱۴	تأیید شد
		L7	حمایت از تشکیل تعاونی‌های مردمی گردشگری	۰/۸۰	۰/۷۲	۰/۶۷	۰/۷۳	تأیید شد
		L8	برگزاری جلسات منظم با مردم محلی (رویکرد مشارکتی)	۰/۸۸	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۷	تأیید شد
		L9	همکاری و تعامل با سازمان‌های گردشگری سایر کشورها	۰/۸۸	۰/۷۵	۰/۵۲	۰/۷۳۳	تأیید شد
		L10	کاهش بروکراسی اداری پروژه‌های گردشگری	۰/۸۷	۰/۷۳	۰/۴۸	۰/۷۱۴	تأیید شد
اقتصادی	اقتصادی	L11	جوابگویی صریح مسئولین گردشگری	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۵۰	۰/۷۰۸	تأیید شد
		O1	افزایش تمایل عمومی به توسعه گردشگری	۰/۸۸	۰/۶۸	۰/۶۳	۰/۷۳	تأیید شد
		O2	تقویت فرهنگ سنتی و محلی	۰/۸۸	۰/۷۲	۰/۴۷	۰/۷۰۳	تأیید شد
		O3	مهمان‌نوازی و خونگرمی مردم محلی	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		P1	معرفی بازارهای صنایع دستی اصفهان	۰/۹۰	۰/۸۰	۰/۵۵	۰/۷۷۵	تأیید شد

ابعاد	مؤلفه	ردیف	گویه‌ها	کرانه پایین	کرانه وسط	کرانه بالا	میانگین سه کرانه	وضعیت
		P2	توسعه محصولات و خدمات برای مسافری	۰/۹۰	۰/۷۰	۰/۷۵	۰/۷۸۳	تأیید شد
		P3	انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی با همسایگان	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد
		P4	امنیت و ثبات و رعایت حقوق گردشگری	۰/۹۰	۰/۷۵	۰/۵۰	۰/۷۳۳	تأیید شد

بررسی ساختاری اثرات مؤلفه‌های شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان

سنجش بارهای عاملی

تحلیل عاملی تأییدی روشی است که نشان می‌دهد چه میزان گویه‌های سنجش یک سازه به درستی انتخاب شده‌اند؛ در واقع در این روش مشخص می‌شود آیا سؤالاتی که در یک پرسشنامه برای سنجش هر عامل انتخاب شده است مناسب می‌باشد یا خیر؛ بنابراین تحلیل عاملی تأییدی یک ابزار سنجش روایی پرسشنامه است و به روایی سازه یا مدل اندازه‌گیری نیز موسوم است (طباطبایی و جهانگرد، ۱۳۹۵: ۹۳).

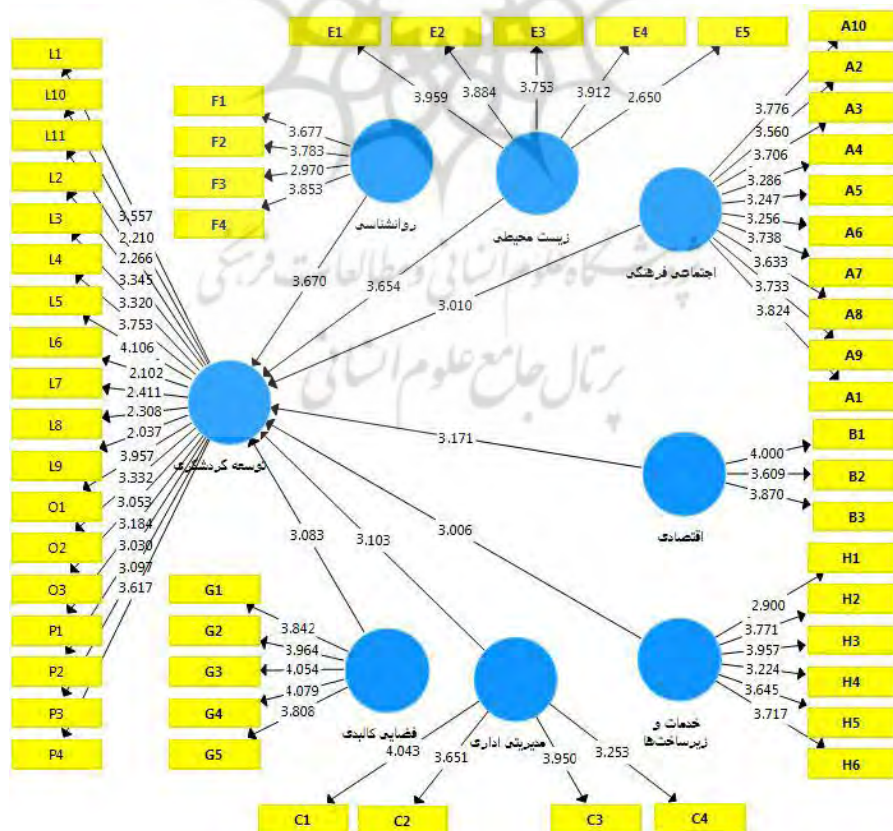
جدول ۴. نتایج بارهای عاملی

ردیف	گویه‌ها	بار عاملی	بار عاملی	گویه‌ها	بار عاملی
A1	وجود فضاهای جمعی و اوقات فراغت	۰/۸۸	G3	انسجام و پیوستگی محیط	۰/۸۹
A2	وجود سرزندگی و روحیه خوب در میان مردم	۰/۷۷	G4	استفاده از امان‌های شادی بخش	۰/۸۳
A3	عدالت اجتماعی، زندگی مناسب و مطلوب	۰/۸۲	G5	دسترسی راحت به فضاهای تفریحی و خدماتی	۰/۷۶
A4	احساس راحتی و تسلط در شهر	۰/۷۲	H1	انطباق امکانات با تقاضای گردشگر	۰/۸۷
A5	فرهنگ شهروندان و نحوه پوشش آن‌ها	۰/۸۲	H2	وضعیت مناسب پارکینگ‌ها	۰/۷۹
A6	رعایت حقوق شهروندی	۰/۸۱	H3	توسعه امکانات گردشگری	۰/۸۱
A7	امنیت شهری (در شب و روز)	۰/۸۴	H4	آموزش و تأمین نیروهای متخصص	۰/۷۷
A8	روابط خانوادگی در درون خانواده‌ها و بین خانواده‌ها	۰/۷۷	H5	کاهش قیمت هزینه سفر و حامل‌های انرژی	۰/۸۱
A9	روابط اجتماعی در بین اعضای جامعه	۰/۷۰	H6	فراهم نمودن راهنماها در دسترسی به جاذبه‌ها	۰/۸۶
A10	میزان مشارکت در فعالیت‌های شهروندی	۰/۷۱	L1	حفظ هویت تاریخی یافت قدیم	۰/۸۲
B1	رفاه اجتماعی	۰/۸۷	L2	تغییرات سیاسی و قانونگذاری	۰/۷۷
B2	درآمد	۰/۷۱	L3	مدیریت بخش دولتی و خصوصی به صورت مکمل	۰/۷۶
B3	قیمت مسکن	۰/۸۴	L4	تهیه نقشه و طرح جامع گردشگری	۰/۸۲
C1	پایبندی به قوانین شهری	۰/۸۴	L5	گردشگری رویدادمحور	۰/۷۱
C2	نقش نهادهای دولتی	۰/۷۰	L6	مدیریت یکپارچه در بین دستگاه‌های ذیربط	۰/۷۴
C3	نقش شهرداری	۰/۷۴	L7	حمایت از تشکیل تعاونی‌های مردمی گردشگری	۰/۷۴
C4	نقش بخش خصوصی	۰/۷۰	L8	برگزاری جلسات منظم با مردم محلی (رویکرد مشارکتی)	۰/۷۹
E1	آب و هوا	۰/۸۱	L9	همکاری و تعامل با سازمان‌های گردشگری کشورها	۰/۷۱
E2	محیط طبیعی مناسب	۰/۷۵	L10	کاهش بروکراسی اداری پروژه‌های گردشگری	۰/۸۲
E3	کیفیت آب	۰/۸۹	L11	جوابگویی صریح مسئولین گردشگری	۰/۷۷
E4	چشم‌انداز محل سکونت	۰/۸۶	O1	افزایش تمایل عمومی به توسعه گردشگری	۰/۸۸
E5	پاکیزگی و نظافت شهر	۰/۷۲	O2	تقویت فرهنگ سنتی و محلی	۰/۸۱
F1	طراحی فضاهای درگیر با حس انسانی	۰/۷۵	O3	مهمان‌نوازی و خونگرمی مردم محلی	۰/۸۱
F2	حس رضایتمندی از سلامت	۰/۸۰	P1	معرفی بازارهای صنایع‌دستی اصفهان	۰/۸۷
F3	وجود عناصر هویتی و حس تعلق مکانی	۰/۷۶	P2	توسعه محصولات و خدمات برای مسافری	۰/۷۱
F4	احساس شادمانی و آرامش روحی	۰/۷۷	P3	انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی با همسایگان	۰/۷۴
G1	فضاهای سبز و عمومی و گل کاری‌ها	۰/۷۳	P4	امنیت و ثبات و رعایت حقوق گردشگری	۰/۷۰
G2	عناصر و زیبایی بصری	۰/۸۶			

نتایج حاصل از جدول ۴ نشان می‌دهد که مقادیر تمامی بارهای عاملی گویه‌ها بالاتر از ۰/۷ است که برای محاسبه متغیرهای پنهان مدل بسیار قابل قبول می‌باشد و این نشان دهنده رابطه قوی بین متغیرهای پنهان و آشکار می‌باشد به طوری که گویه‌های وجود فضاهای جمعی و اوقات فراغت، انسجام و پیوستگی محیط، احساس راحتی و تسلط در شهر، میزان مشارکت در فعالیت‌های شهروندی، کیفیت آب و چشم‌انداز محل سکونت بیشتر و قوی‌ترین رابطه را با متغیر پنهان خود به ترتیب با میزان ۰/۸۸ و ۰/۸۹ دارند.

ضریب مسیر و رابطه معناداری آن

در تحلیل مسیر PLS برای مفهوم‌سازی یک مدل سلسله مراتبی از متغیرهای آشکار به طور مکرر استفاده می‌شود (تننهاوس^۱ و همکاران، ۲۰۰۴: ۷۴۰). ضریب مسیر یا به اصطلاح معمول، ضریب رگرسیون، نشان‌دهنده وجود یک رابطه علی خطی بین دو متغیر است که شدت و جهت این رابطه را مشخص می‌کند. این ضریب که در بازه بین -۱ تا +۱ قرار می‌گیرد، به صورت مستقیم اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر اگر ضریب مسیر مثبت باشد، افزایش در متغیر مستقل باعث افزایش در متغیر وابسته می‌شود و برعکس، اگر ضریب مسیر برابر با صفر باشد، این نشان دهنده عدم وجود رابطه خطی بین دو متغیر است؛ به عبارت دیگر، تغییرات در متغیر مستقل به تغییرات در متغیر وابسته منجر نمی‌شود. به عنوان یک پارامتر مهم در تحلیل داده‌ها، ضریب مسیر می‌تواند مفهوم مهمی را نیز نشان دهد؛ برای مثال ضریب مسیر با مقدار بزرگتر از صفر نشان‌دهنده تأثیر قابل توجهی از متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. این مقدار از نظر بزرگی نشان دهنده قدرت رابطه می‌باشد که با برقرار شدن روابط غیرمستقیم از میزان بزرگی یک ضریب بتا کاسته می‌شود، به همین منظور برخی از محققان بر ضرورت اثرات کلی که ترکیبی از اثر مستقیم (ضریب مسیر یا بتا) و غیرمستقیم می‌باشد تأکید دارند.



شکل ۲. نتایج تجزیه و تحلیل PLS و تحلیل مسیر

پیوستگی محیط، استفاده از امان‌های شادی‌بخش، عدالت اجتماعی و زندگی مناسب و مطلوب، فرهنگ شهروندان و نحوه پوشش آن‌ها، رعایت حقوق شهروندی، توسعه امکانات گردشگری، امنیت شهری (در شب و روز)، کاهش قیمت هزینه سفر و حامل‌های انرژی، فراهم نمودن راهنماها در دسترسی به جاذبه‌ها، حفظ هویت تاریخی بافت قدیم، قیمت مسکن، پایبندی به قوانین شهری، آب و هوا، کاهش بروکراسی اداری پروژه‌های گردشگری، کیفیت آب، افزایش تمایل عمومی به توسعه گردشگری، تقویت فرهنگ سنتی و محلی، مهمان‌نوازی و خونگرمی مردم محلی، معرفی بازارهای صنایع دستی اصفهان، چشم‌انداز محل سکونت، حس رضایتمندی از سلامت و عناصر و زیبایی بصری بیشترین تأثیر را داشته است. بنابراین با توجه به نتایج حاصل در جدول ۵ با میزان سطح معناداری ۵ درصد با سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه‌گیری نمود که بین متغیر مستقل و وابسته پژوهش ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول ۶. میزان تأثیر متغیر مستقل (شهر شاد) بر متغیر وابسته (توسعه گردشگری)

ضریب تأثیر	فرضیه
۰/۸۹۰	میزان تأثیر مؤلفه‌های شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان

میزان ضریب تأثیر متغیر شهر شاد بر متغیر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان ۰/۸۹ بدست آمده است؛ بدین مفهوم که متغیرهای شهر شاد با ۳۷ شاخص مشاهده‌پذیر تأثیر بالایی بر متغیر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان دارد. شاخص نیکویی برازش^۱ هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود که مقدار به دست آمده از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد. این معیار مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است که پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید که توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید. در این مرحله با استفاده از مدل ساختاری روابط بین سازه‌ها به لحاظ علی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در واقع با در نظر گرفتن نتایج بررسی روابط بین سازه‌ها با استفاده از ضریب مربوطه می‌توان به بررسی معنی‌داری اثرات بین سازه‌های تحقیق پرداخت (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳: ۸۶).

جدول ۷. شاخص نیکویی برازش

نوع شاخص	مدل استاندارد	مدل تخمینی	مقدار قابل تأیید	نتیجه
ریشه میانگین استاندارد شده مجذور باقیمانده	۰/۵۴	۰/۵۴	مقادیر نزدیک به صفر	تأیید نیکویی برازش
مربع فاصله اقلیدسی	۰/۹۰۴	۰/۹۰۴	کمتر از ۰/۹۵	تأیید نیکویی برازش
فاصله هندسی	۰/۹۲۴	۰/۹۲۴	کمتر از ۰/۹۵	تأیید نیکویی برازش
کای اسکوئر	۹۵/۵۸۲	۹۵/۵۸۲	بیش از ۵۰	تأیید نیکویی برازش
شاخص برازش هنجار شده	۰/۹۳۴	۰/۹۳۴	بیش‌تر از ۰/۹	تأیید نیکویی برازش

شهر شاد یکی از مفاهیمی است که در دهه‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم بیشتر به سیاست‌ها و برنامه‌هایی اشاره دارد که به منظور ارتقای کیفیت زندگی شهروندان و افزایش سطح رضایت آن‌ها از زندگی شهری انجام می‌شود. ایده اصلی این رویکرد عبارت است از اینکه یک شهر با ارائه امکانات و خدمات متنوع و با کیفیت، فضاهای عمومی جذاب، فرصت‌های شغلی مناسب و ایجاد فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی، بتواند به شهروندان و گردشگران احساس شادی و رضایت از زندگی را فراهم کند. بر همین مبنا شهرهای شاد، با ایجاد فضاهای سبز، پارک‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و تفریحی، جذابیت بالایی برای گردشگران دارند. ورود گردشگران می‌تواند منجر به رشد اقتصادی شهر شود؛ چرا که با افزایش تقاضا برای خدمات، خرده‌فروشی و خدمات مرتبط، صنایع محلی رونق

تبیین مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد ... / طهماسبی مقدم و همکاران

بیشتری پیدا می‌کنند و این منجر به ایجاد شغل و درآمد بیشتر برای ساکنین شهر می‌شود؛ همچنین با جذب گردشگران، فرصت برای معرفی فرهنگ و هویت محلی به دیگران ایجاد می‌شود. این موضوع به نوبه خود به افزایش همبستگی و تعامل میان فرهنگ‌های مختلف کمک می‌کند. در عین حال شهرهای شاد معمولاً به حفظ و توسعه زیرساخت‌های خود، مانند حمل و نقل عمومی، راه‌ها و فضای سبز توجه ویژه‌ای دارند، که این اقدامات هم به بهبود کیفیت زندگی ساکنان و هم به جلوگیری از آلودگی هوا و حفظ محیط زیست کمک می‌کند. در این راستا پژوهش حاضر می‌کوشد تا نشان دهد که در کلانشهر اصفهان ارتقای مؤلفه‌های شهر شاد چقدر بر میزان توسعه گردشگری آن مؤثر است و کدام مؤلفه‌ها بیشترین تأثیر را از نظر خبرگان دارند. برای همین امر از طریق مطالعه مبانی نظری مؤلفه‌های پژوهش‌شناسی و با استفاده از روش دلفی فازای اقدام به خلاصه‌سازی و اهمیت مؤلفه‌ها در تحقیق مشخص شد و در نهایت با استفاده از روش‌های معادلات ساختاری از قبیل تحلیل عاملی، ضریب مسیر و آزمون تی اقدام به تحلیل گردید. این در حالی است که وزیری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی شاخص‌های تعیین‌کننده مفهوم شادی در طراحی پاتوق‌های منطقه شهری اردبیل پرداخته‌اند و شادی را در دو حوزه کلی عاطفی و شناختی مورد بررسی قرار داده‌اند. اورکی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و شادی شهر یزد پرداختند و این‌گونه ادعا کردند که هم‌زمان دو گرایش مکمل وجود دارد: از یک طرف شرایط و ویژگی‌های مقصد باعث توسعه مقصد می‌شود، از طرف دیگر، توسعه گردشگری با شادی ارتباط مستقیم دارد که آن نیز به بستر و محیط وابسته است. پس می‌توان ادعا کرد که چرخه‌ای بین آن‌ها وجود دارد. بنابراین تفاوت مطالعه این پژوهش با مطالعات دیگر به دلیل رویکرد و محدوده آن است. این پژوهش به بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد بر توسعه گردشگری در شهر اصفهان می‌پردازد. به منظور دستیابی به این هدف، از مطالعه مبانی نظری مؤلفه‌های شهر شاد استفاده شده و با استفاده از روش دلفی فازای، نظرات خبرگان جمع‌آوری و تحلیل شد. با توجه به این مطالعه، مؤثرترین مؤلفه‌های شهر شاد که بر توسعه گردشگری تأثیرگذارند، شناسایی شده و با استفاده از روش‌های معادلات ساختاری مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفتند. این پژوهش به دنبال ارائه یک مدل تجربی است که نقش و ارتباط مؤلفه‌های شهر شاد با توسعه گردشگری را به وضوح نشان می‌دهد و برخی از عوامل دیگری که در مطالعات پیشین مورد بررسی قرار گرفته‌اند، مثل شاخص‌های تعیین‌کننده مفهوم شادی یا عوامل مؤثر در توسعه گردشگری، نیز به صورت مرتبط در نظر گرفته شده است. در مقابل مطالعات دیگری ممکن است به موضوعات مشابه، اما با روش‌ها و محدوده‌های متفاوتی مانند بررسی مؤلفه‌های شادی در طراحی پاتوق‌های منطقه شهری یا شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و شادی در شهرهای دیگر، پرداخته باشند. هر پژوهش بر مبنای موضوع و روش‌های مختص به خود، نتایج و تفسیرهای منحصر به فردی را ارائه می‌دهد که می‌تواند به درک عمیق‌تر و بهبود تصمیم‌گیری‌های مرتبط با آن حوزه کمک کند.

نتیجه‌گیری

رشد فزاینده شهرنشینی در دوران معاصر توجه به ایجاد شاخص‌های شهر شاد را ضروری ساخته، از این رو تمرکز بر پتانسیل‌های فضاهای شهری در راستای دستیابی به شهر شاد از نکات قابل توجه در برنامه‌ریزی شهری به شمار می‌رود و یکی از نیازهای جامعه امروزی برنامه‌ریزی برای افزایش شادی می‌باشد. اساساً شهر وسیله‌ای برای نیل به شادی و نشاط تلقی می‌شود و برنامه‌ریزان شهری می‌توانند محیط‌ها و فضاهایی را برای فعالیت‌هایی نظیر کافه‌ها و رستوران‌ها که شرایط ارتباطات اجتماعی و توسعه گردشگری را مهیا می‌کند ایجاد کنند، چرا که شهرهای شاد و پرنرژدی جذابیت بیشتری برای گردشگران دارند. محیط‌های شهری با امکانات فرهنگی، هنری، تفریحی و ورزشی مناسب، جذابیت بیشتری برای بازدیدکنندگان ایجاد می‌کنند. گردشگران به دنبال تجربه‌های شاد و خاطره‌انگیز هستند و انرژی مثبت و شادایی شهر می‌تواند این تجربه را بهبود بخشد. بر همین مبنا شهر شاد با ایجاد امکانات و فضاهای متنوع و جذاب برای افراد، به توسعه گردشگری کمک می‌کند و به عنوان یک مقصد جذاب برای گردشگران مطرح می‌شود. این تعامل مثبت بین شهر شاد و توسعه گردشگری می‌تواند به ارتقاء اقتصادی و اجتماعی شهرها و بهبود کیفیت زندگی ساکنان منجر شود. در

این راستا پژوهش حاضر در پی تبیین اثرات مؤلفه‌های شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان بوده است. بدین منظور در گام اول با استفاده از روش دلفی فازی مؤلفه‌های مؤثر و تأثیرگذار شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان شناسایی و با استفاده از مدل تحلیل معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر در نرم‌افزار PLS نوع مؤلفه‌ها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر مؤلفه‌ها مشخص شده است. با توجه به نتایج حاصل از آماره آزمون t-value که نشان داده میزان آماره t بزرگتر از ۱/۹۶ است و در سطح معناداری ۹۵ درصد از ضریب مسیر و روابط ساختاری فرض شده مدل تأیید شده، می‌توان به این به نتیجه رسید که بین متغیرهای مستقل (اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، خدمات و زیرساخت‌ها، روانشناسی، زیست‌محیطی و فضایی- کالبدی) و متغیر وابسته (توسعه گردشگری) ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج جدول ۵، میزان ضریب تأثیر متغیر شهر شاد بر متغیر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان ۰/۸۹ بوده و نشان می‌دهد که متغیرهای شهر شاد با ۳۷ شاخص مشاهده‌پذیر تأثیر بالایی بر متغیر توسعه گردشگری دارند. به طور کلی نتایج نشان می‌دهند که مؤلفه فرهنگ و اجتماعی شهر شاد بر توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان نقش حائز اهمیتی داشته، در نتیجه نتایج حاکی از اهمیت برجسته مؤلفه فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری کلانشهر اصفهان هستند و نشان می‌دهند که جذابیت‌های فرهنگی و اجتماعی می‌توانند نقش بسیار مهمی در جلب گردشگران داشته باشند. این گویه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری همچون فضاهای جمعی و اوقات فراغت، انسجام و پیوستگی محیط، احساس راحتی و تسلط در شهر، مشارکت در فعالیت‌های شهروندی، کیفیت آب و چشم‌انداز محل سکونت نشان می‌دهند که از جمله عوامل مهمی هستند که تأثیر زیادی بر جذب گردشگران دارند، زیرا گردشگران اغلب به دنبال تجربه‌های جدید فرهنگی و اجتماعی هستند. این افراد علاقه‌مند به آشنایی با فرهنگ و سنت‌های محلی، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی محلی و تجربه زندگی مانند یک ساکن محلی می‌باشند. در نهایت، نتایج به دست آمده از تحلیل نشان می‌دهند که برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تمرکز بر ایجاد فضاهای جمعی و اوقات فراغت، تسهیل در مشارکت شهروندی، ارتقاء کیفیت زندگی و ارائه خدمات عمومی مطلوب می‌توانند با ارتقاء شهر شاد بر توسعه گردشگری کمک نمایند.

حامی مالی

مقاله حاضر حامی مالی نداشته است.

سه‌م نویسنده‌گان در پژوهش

نویسنده‌گان به طور مساوی در مفهوم‌سازی و نگارش مقاله مشارکت داشتند. همه نویسندگان محتوای نسخه خطی را تأیید کرده و با تمام جنبه‌های کار موافقت دارند.

تضاد منافع

نویسنده‌گان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسنده‌گان از همه کسانی که در انجام این پژوهش، یاری رساندند، به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقاله را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- اورکی، پیروش و رضایی، محمدرضا؛ و مبارکی، محمد و اکبریان رونیزی، سعید رضا. (۱۳۹۸). تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر شهر شاد از نگاه شهروندان مطالعه موردی: شهر یزد. شهر پایدار، ۲(۳)، ۱۹-۳۹.
- داوری، علی؛ و رضازاده، آرش. (۱۳۹۶). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رحیم نیا، فریبرز؛ پور سلیمی، مجتبی؛ و کریمی مزیدی، احمدرضا. (۱۳۹۳). تأثیر صادرات نامرئی کالاها و خدمات گردشگری بر اشاعه فرهنگ (نقش تبدیل‌گری تصویر ذهنی مقصد گردشگری). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۱۱)، ۹۶-۱۱۷.

تبیین مؤلفه‌های مؤثر شهر شاد ... / طهماسبی مقدم و همکاران

- سالاری پور، علی‌اکبر؛ حسام، مهدی؛ برادران، آرش؛ و حمیدی، آرمان. (۱۳۹۹). [تبیین راهبردهای توسعه گردشگری خلاق در شهر رشت](#). نشریه گردشگری شهری، ۳(۷)، ۱۲۷-۱۴۲.
- سماواتی، سحر؛ و رنجبر، احسان. (۱۳۹۸). [بازشناسی عوامل مؤثر بر شادی در فضاهای عمومی شهری مطالعه موردی: محدوده پیاده راه مرکز تاریخی تهران](#). مطالعات شهری، شماره ۲۹، صص ۳-۱۸.
- صادقی، حمیدرضا؛ حقیقتیان، منصور؛ و اسماعیلی، رضا. (۱۳۹۹). [بازنمایی هویت ملی در جاذبه‌های گردشگری تاریخی شهر اصفهان](#). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۲)، ۱۴۵-۱۶۰.
- صفاری‌نیا، مجید؛ عماری، حسن؛ و بهشتی مقدم، الهام. (۱۳۹۲). [روانشناسی شهر، تهران: انتشارات آوای نور](#).
- طباطبائی، سید سجاده؛ و جهانگرد، حمیده. (۱۳۹۵). [تحلیل ساختاری خودکارآمدی تصمیم‌گیری شغلی بر اطمینان تصمیم‌گیری شغلی با میانجی‌گری ابعاد فرصت‌یابی حرفه‌ای](#). فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌نامه تربیتی، ۱۱(۴۷): ۸۵-۱۱۲.
- مختاری، بهاره؛ جبل عاملی، عبدالله؛ و بهرامی، ثریا. (۱۳۹۲). [گردشگری در اصفهان و رویکرد معماری به آن](#). دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین، ۵۷-۷۸.
- نرگسی، شهین؛ بابکی، روح اله؛ و عفتی، مهناز. (۱۳۹۷). [بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران \(۱۳۶۸-۱۳۹۵\)](#). فصلنامه اقتصاد مالی، ۱۲(۴۴): ۴۱-۶۸.
- وزیری، وحید؛ حاجلو، نادر؛ رضایی شریف، علی؛ و کرامتی، صدف. (۱۳۹۴). [بررسی شاخص‌های تعیین‌کننده مفهوم شادی در طراحی پاتوق‌های شهری محدوده مورد مطالعه: منطقه یک شهر اردبیل](#). معماری و شهرسازی ایران، شماره ۱۰، صص ۲۸-۱۹.
- Augustine, M., & Kooor, R. A. (2023). [Planning for a Happy City in Kochi Smart City ABD Area, Fort Kochi-Mttancherry Region](#). International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM), 5(5), 782.
- Aureliano-Silva, L., Oliveira, P. S. G. D., & Alves, C. A. (2017). [The relationship between happiness and the desire for hospitality mediated by tourist self-image and destination image](#). Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 11, 436-452.
- Brdulak, A., & Brdulak, H. (Eds.). (2017). [Happy City-How to Plan and Create the Best Livable Area for the People](#). Springer International Publishing. P 318.
- Chao, T. Y. S., Liu, S. K., Kalman, B., Lu, H. C. C., & Cai, M. (2017). [Delivering community well-being from the happy city concept: A practical approach to urban planning and design](#). Handbook of Community Well-Being Research, 435-439.
- Cloutier, S., Larson, L., & Jambeck, J. (2014). [Are sustainable cities "happy" cities? Associations between sustainable development and human well-being in urban areas of the United States](#). Environment, development and sustainability, 16, 633-647.
- Graft, A. (2019). [Travel and Tourism Statistics: The Ultimate Collection](#). Access [online]. Jul, 1, 2019.
- Han, J., Huang, K., & Shen, S. (2022). [Are tourism practitioners happy? The role of explanatory style played on tourism practitioners' psychological well-being](#). Sustainability, 14(9), 4881.
- Jain, T. K. (2019). [Concept of Happy City: The Smart Cities of the Future](#). Available at SSRN 3314531, 321-329.
- Kfayf, N. A., Fathy, H. A. (2019). [Assessing green spaces impact on Peoples happiness in Cairo](#). International Journal of Development and sustainability, 8(1), 30-47.
- Lee, C. C., Chen, M. P., & Peng, Y. T. (2021). [Tourism development and happiness: International evidence](#). Tourism Economics, 27(5), 1101-1136.
- Loo, B. P. (2021). [Walking towards a happy city](#). Journal of transport geography, 93, 11-18.
- Major, J., Clarke, D. (2021). [Regenerative tourism in Aotearoa New Zealand- A new Paradigm for the VUCA World](#), 8(10), 24-29.
- Montgomery, Ch. (2013). [Happy city: Transforming our lives through urban design](#), Publisher: Penguin Books Ltd, p 359.
- Paniagua, J., Peiró-Palomino, J., & Santana-Gallego, M. (2022). [Does happiness drive tourism decisions?](#). Economic Modelling, 111, 105824.
- ooooo& gggg šš, .. (0000.. [Linking sustainability and happiness. What kind of happiness?](#). GeoScope, 14(1), 70-79.
- Piotrowski, M. C., Lunsford, J., & Gaynes, B. N. (2021). [Lifestyle psychiatry for depression and anxiety: Beyond diet and exercise](#). Lifestyle Medicine, 2(1), e21.
- Qzturk, B.A, Caliskan, U.(2015). [The relationship between local residents perceptions of tourism and their happiness: A Case of Kusadasi](#), Turkey. Tourism Review.70(3).232-242

- Rauhut, D., & Hatti, N. (2017). [Cities and economic growth: A review. Social Science Spectrum](#), 3(1), 1-15.
- Reyes-García, V., Gallois, S., Pyhälä, A., Díaz-Reviriego, I., Fernández-Llamazares, Á., Galbraith, E., ... & Napitupulu, L. (2021). [Happy just because. A cross-cultural study on subjective wellbeing in three Indigenous societies. PLoS One](#), 16(5), e0251551.
- Roberts, C. (2022). [Re-evakuating New Zealand tourism- what the future holds. Journal of Tourism Futures](#), 14(2), 8.
- Shaheen, L., & Ibrahim, M. A. A. (2021). [Smart Happy City. Wit Transactions On Ecology And The Environment](#), 253, 527-537.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (2004). [A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling](#). In Proceeding of the XLII SIS scientific meeting, 739-742.
- UNWTO Tourism Highlights. (2017), 7.
- Zeng, Y., & Xu, R. (2021). [An exploration of the relationships between nostalgia, involvement, and behavioral intention in diaspora tourism](#). Sustainability, 13(21), 12273.
- Zhang, J., Li, S., Lin, N., Lin, Y., Yuan, S., Zhang, L., ... & Zhu, C. (2022). [Spatial identification and trade-off analysis of land use functions improve spatial zoning management in rapid urbanized areas](#), China. *Land Use Policy*, 116, 106058.

