

مدیریت گردشگری شهری با تاکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)

دکتر مسعود تقوایی*

اعظم صفرآبادی**

تاریخ دریافت: ۹۰/۳/۵

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۱/۱۵

چکیده

فضاهای شهری در سراسر جهان برای سالیان متمادی در زمره با اهمیت‌ترین مکان‌ها برای اهداف گردشگری بوده‌اند. شهرها متشکل از عناصر، اجزاء، فضاها، عملکردها و قوانین حاکم، بعلاوه روابط جاری و موضوعات مرتبط با آنها، به عنوان بزرگترین مجموعه‌ها و آثار انسانی، جلوه‌های متنوعی از زیبایی را به انسان القاء می‌کنند. فضای گردشگری شهری، فضایی است که منابع گردشگری در آن موجود و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری است. ضرورت پژوهش حاضر از آن روست که با توجه به توان تاریخی، فرهنگی و طبیعی، شهر کرمانشاه، ظرفیت‌های بالقوه فراوانی برای جذب گردشگر و به تبع آن بهره‌مندی از مزایای آن در این شهر وجود دارد که، در صورت اعمال مدیریتی پویا، آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به همراه خواهد آورد؛ ضمن این که منجر به ایجاد قطب گردشگری شهری، در غرب کشور، خواهد شد. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری اطلاعات، میدانی و کتابخانه‌ای است. اطلاعات به دست آمده از طریق پرسشنامه، در شاخص‌های بیستگانه دسته‌بندی و از طریق مدل تحلیل عاملی به عوامل معنادار خلاصه شده و در نهایت، سهم و نقش هر عامل در مدیریت گردشگری شهری، مشخص شده است. نتایج نشان دهنده آن است که عامل گسترش امکانات و خدمات زیربنایی با مقدار ویژه ۳/۳۱ و درصد واریانس ۲۹/۸، اولین و مهم‌ترین عاملی است که بیشترین برآزش را در برداشته است بنابراین، متغیرهای مربوط به گسترش امکانات و خدمات زیر بنایی، مؤثرترین متغیرها در مدیریت فضاهای گردشگری شهری هستند. دومین عامل مؤثر، طراحی و برنامه‌ریزی صحیح و علمی است که از مقدار ویژه ۲/۷۸ و درصد واریانس ۲۲/۴۷ برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: مدیریت، گردشگری، گردشگری شهری، فضاهای شهری، کرمانشاه

مقدمه

گردشگری در قرن بیست و یکم در چارچوب نوآوری‌های فناوری، کارکردهای جدید مدیریتی و سیطره همه جانبه سرمایه‌داری، همراه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و کم رنگ شدن مرزهای سیاسی، تحولات بسیاری را در

* . دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان.

m.taghvaei@geo.ui.ac.ir

** . دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان.

am_safarabadi@yahoo.com

فضاهای جغرافیایی سبب شده است (ضرغام، ۱۳۷۶: ۳۹۰). در توسعه گردشگری هر منطقه، مهمترین عامل، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است. مدیریت عبارت است از نگرشی نظام مند که در آن، پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد. در این راستا مدیریت گردشگری پایدار در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن، نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۱۹۶). هم اکنون گردشگری بزرگترین صنعت در جهان محسوب می‌شود و قابلیت‌های باور نکردنی برای رشد اقتصادی دارد. این صنعت آثار منفی اجتماعی و محیطی را به دنبال دارد، هنر مدیریت، ایجاد توازن بین هزینه‌ها و مزایای جوامع است (Jamieson and Sunalai, 2002) موفقیت و شکست نهادها و سازمانها ناشی از تفاوت در نحوه مدیریت آنهاست به عقیده پیتر دراگر، مدیریت، عامل اصلی و حیات بخش هر سازمان و نهاد است. مقوله مدیریت بخش جدانشدنی و رکن اصلی هر نوع برنامه‌ریزی است از این رو می‌توان گفت که برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، هماهنگی، کنترل و اصلاح برنامه‌ها، عناصر اصلی چرخه مدیریت گردشگری، محسوب می‌شوند. در واقع مدیریت، سنجش عملی برنامه‌ریزی گردشگری است که طی آن، با استفاده از ابزارهای مناسب، برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده، تلاش می‌شود (Elliott, 1977: 116). مدیریت گردشگری باید در چارچوب راهبردهای مطلوب، شکل گیرد و بر آن مبنای، خط مشی‌ها و سیاست‌های مناسب اتخاذ شود که، مانع برخورد منافع گردشگری و دیگر کارکردها گردد. مدیریت گردشگری می‌تواند با افزایش تعداد گردشگران، جذب سرمایه را افزایش دهد و بر قابلیت توسعه گردشگری و بهبود بازسازی محیط بیفزاید. استمرار گردشگری، پایداری بازار گردشگری را سبب می‌شود و افزایش سطح اشتغال و درآمد را به دنبال دارد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۱۹۷-۱۹۶). گردشگر و تجربه‌های گردشگری به مفهوم امروزی خود، محصول جامعه کنونی انسان‌هاست، جامعه‌ای که به تعبیر هگل برپایه مدرنیسم شکل گرفته است (Mac Cannell, 1976: 179). محیطی شهری در سراسر جهان برای سالیان متمادی در زمره با اهمیت ترین مکان‌ها برای اهداف گردشگری بوده‌اند (Edwards, 2008: 1032). گردشگری اثرات اقتصادی زیادی از جمله: درآمدزایی ارزی، افزایش تولید ناخالص ملی، ایجاد منابع درآمدی برای دولت و ملت و یک منبع اشتغال‌زا است که به بهبود خدمات اجتماعی کمک می‌کند (Das, 2009: 470). با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع امروزی؛ باید با نظری بلند، مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی، برای توسعه آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به کمترین اندازه رساند (محللاتی، ۱۳۸۰: ۶). شهرها متشکل از عناصر، اجزاء، فضاها و عملکردها و قوانین حاکم، بعلاوه روابط جاری و موضوعات مرتبط با آنها، به عنوان بزرگترین مجموعه‌ها و آثار انسانی، می‌توانند جلوه‌های متنوعی از زیبایی را به انسان القاء کنند، و اصولاً هر اندازه شهر و محیط زندگی، بتواند مراتب زیبایی را برای ساکنان خود بیشتر فراهم آورد، به همان نسبت آرامش، سعادت و تعادل ساکنان خود را فراهم کرده و مشکلات جاری زندگی را برای آنان قابل تحمل‌تر خواهد کرد (نقی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۷۷-۲۷۶). ایران گهواره یکی از غنی‌ترین تمدن‌ها در تاریخ است که جاذبه‌های باستان‌شناختی، تاریخی و فرهنگی زیادی را برای گردشگران عرضه داشته است. آثار به جا مانده از هخامنشیان، ساسانیان و فرهنگ اسلامی، موزه‌های زیبا، هنرهای سنتی، مناظر و چشم اندازهای دیدنی، استراحتگاه‌های کوهستانی و ساحلی، شکار و صیادی از مهمترین این جاذبه‌ها هستند (Chakrabirty, 2007: 305). ضرورت پژوهش حاضر از آن روست که با توجه به

توان‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی، شهر کرمانشاه، ظرفیت‌های بالقوه فراوانی برای جذب گردشگر و به تبع آن بهره‌مندی از مزایای آن در این شهر وجود دارد که، چنانچه مدیریتی پویا در زمینه برنامه‌ریزی گردشگری این شهر اعمال شود، آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی برای ساکنان به همراه خواهد داشت، ضمن این که به ایجاد قطب گردشگری شهری در غرب کشور نیز کمک خواهد کرد.

پیشینه پژوهش

عباس زادگان (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان ابعاد اجتماعی - روانشناختی فضاهای شهری، معتقد است که؛ فضاهای باز شهری، بستر ارتباطات و تعاملات اجتماعی شهروندان را ارتقا داده و امکان حضور بیشتر شهروندان را در فضا فراهم می‌آورد. هاشم‌نژاد (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان نگرشی بر اصول طراحی شهری، توجه بر نظریه‌ها و زیباشناسی شهری، نقش مدیریت شهری و مشارکت مردم، معتقد است که؛ از دهه ۱۹۶۰ توجه به امر طراحی شهری در ارتباط با سیمای آینده شهرها آغاز شده است. شهر پدیده‌ای زنده و پویا است و از آنجا که حیات و فعالیت هر پدیده زنده‌ای به مدد داشتن کالبدی مشخص است، شهر به عنوان یک ساختار کالبدی، سیما و پیکره‌ای رشد یافته دارد و نگرش حساب شده به رشد و روند توسعه آن، مستقیماً با حیات شهر و چگونگی فعالیت‌های آن مرتبط است و این امر در گرو توجه به اصول و فرضیه‌هایی در زمینه طراحی شهری است. مطلبی (۱۳۸۵) در پژوهشی با عنوان رویکردی انسانی به شکل دهی فضاهای شهری، معتقد است که شکل دهی به فضاهای شهری، متأثر از نگاه طراحان و برنامه‌ریزان به انسان و جهان است و طراحان شهری به شکل دهی و نه شکل‌گیری فضاهای شهری می‌پردازند. این مقاله به معرفی ویژگی‌های رویکرد انسانی در شکل دهی به فضاهای شهری، مبتنی بر نگرش نو عملکردی، می‌پردازد و اهمیت و نقش فرهنگ را در فرآیند شکل‌گیری و شکل‌دهی فضاهای شهری، مورد تأکید قرار می‌دهد. ایمانی جاجرمی و همکارش (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان بررسی مدل‌های سنجش عملکرد مدیریت محلی؛ با تأکید بر سازمان‌های مدیریت شهری و روستایی در ایران، معتقدند که؛ مدیریت محلی به عنوان نهاد سیاست‌گذار و مجری برنامه‌ها و پروژه‌های شهر و روستا، نقش مهمی در کاهش نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی و ارتقاء وضعیت توسعه دارد. بهزادفر و همکارش (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان کاربرد تصمیم‌سازی چند معیاره فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی در برنامه‌ریزی گردشگری نمونه موردی: شهرستان نیشابور، معتقدند که؛ بهره‌برداری بهینه از فرصت‌های موجود در گردشگری، مستلزم انجام مطالعات اصولی و تدوین برنامه‌های مبتنی بر تحقیقات و متکی بر تکنیک‌های تحلیل علمی است. عظیمی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان مدیریت گردشگری و توسعه پایدار مطلوب اکولوژیکی، به بررسی مدیریت سایت‌های اکوتوریسم برای سازمان‌های زیست محیطی پرداخته و اهمیت موضوع را ناشی از مفهوم پایداری زیست محیطی و پایداری اقتصادی دانسته است. مافی و همکارش (۱۳۸۸) در پژوهش کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری کلانشهر مشهد معتقدند که؛ مدیریت گردشگری شهری به عنوان یک وزنه تعادلی در چارچوب دستیابی به گردشگری پایدار شهری است و هر گونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری شهری، پیامدهای منفی بسیار، به دنبال دارد. سبحانی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT، به بررسی توان‌ها و

محدودیت‌های توسعه گردشگری منطقه سردابه پرداخته و با اشاره به ویژگی‌های مثبت و نقاط ضعف منطقه، به ارائه راهبردهای اساسی طبیعت گردی در منطقه پرداخته است. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش مدیریت گردشگری شهری در ساماندهی و برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر در شهر کرمانشاه است. مهمترین تفاوت کار اخیر با کارهای انجام شده قبلی، توجه بیشتر به مدیریت هماهنگ شهری و نقشی که این امر در ساماندهی فضاهای جاذب گردشگری شهری به عهده خواهد داشت، می‌باشد، که تا کنون کمتر مورد توجه بوده است.

فرضیه پژوهش

مدیریت گردشگری عامل تاثیر گذار بر برنامه‌ریزی فضاهای گردشگری شهری است.

روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری اطلاعات، میدانی و کتابخانه‌ای است که بدین منظور و برای جمع‌آوری اطلاعات از اسناد موجود در مرکز اطلاعات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه و پرسشنامه استفاده شده است. با استفاده از مجموعه اطلاعات به دست آمده گزینه‌ها و سؤالات مورد نیاز به صورت مدون و در قالب پرسشنامه، تهیه و تدوین گردید. حجم جامعه آماری ۳۸۰ نفر بوده است که از طریق رابطه کوکران محاسبه شده است. اطلاعات به دست آمده از طریق پرسشنامه، در شاخص‌های بیستگانه دسته بندی و از طریق مدل تحلیل عاملی به عوامل معنادار خلاصه شدند و در نهایت سهم و نقش هر عامل در مدیریت گردشگری شهری مشخص شده است.

مبانی نظری

شهر و مدیریت شهری

شهرها و مناطق شهری در طول زمان تحت تأثیر عوامل گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توسعه و تکامل می‌یابند. آگاهی از این عوامل و چگونگی تأثیری گذاری آنها بر شکل‌گیری شهرها در مراحل گوناگون، در تصمیم‌گیری برای آینده شهرها ضروری است (بحرینی، ۱۳۸۵: ۲۰۸). بی تردید شهرها در عصر حاضر نه تنها به مثابه بزرگ‌ترین سکونتگاه‌های بشری، نقش محوری در جریان تولید، توزیع و مصرف پول، سرمایه، اندیشه، کالاها و خدمات و آفرینش تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بر عهده دارند، بلکه؛ مهم‌ترین بازیگران تحول و تکامل تمدن‌های بشری نیز محسوب می‌شوند؛ چندان که گوردن چایلد معتقد است که؛ سرنوشت و آینده تمدن‌های انسانی نه در میان ستارگان که در شهرها رقم خواهد خورد (Childe, 1950: 4). امروزه شهرها به جای این که مکان‌هایی معمولی برای سرمایه‌گذاری اقتصادی یا تراکم کارگران بیکار یا انبوه مشکلات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی باشند، باید به مراکز رشد و پویایی اقتصادی و اجتماعی، در چارچوب برنامه‌ریزی و مدیریت بدل شوند. این مراکز باید فرصت‌هایی ارزنده برای رفاه و توسعه

ساکنان خود ایجاد کنند (جاسبی، ۱۳۸۴: ۱۲۳). ویژگی‌های مهم مدیریت شایسته شهری عبارتند از: حساب پس‌دهی در امور^۱، شفافیت در اجرا^۲ و دارا بودن اصل رقابت^۳ با شهرهای همسان. بنابراین، براساس چنین منطق و استدلالی، مدیریت شایسته

شهری، مدیریتی است که عملاً پاسخگوست، شفاف عمل می‌کند و برای رقابت با شهرهای مشابه و همسان خود، از قدرت اقتصادی و اجتماعی کافی برخوردار است (Cities Alliance, 2006: 12). توسعه مدیریت فرآیندی است که طی آن سطح دانش، مهارت و اطلاعات سطوح مدیریت ارتقا یافته و موجبات استقرار شرایط لازم برای تکامل مجموعه توانایی‌ها فراهم می‌آید (جعفری قوشچی، ۱۳۸۴: ۴۹). توانمندی و موفقیت هر کشوری در صحنه اقتصاد جهانی منوط به موفقیت سازمان‌های آن کشور است و این امر در گرو خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی است و خلاقیت و نوآوری هم در گرو به کارگیری مدیریت‌های شایسته است؛ به عبارت دیگر، تحول و رشد اقتصادی هر کشور، متأثر از تحول سازمان‌ها و مدیریت آنهاست (Mael, 1995: 310). جامعه شهری مملو از کنشگرانی است که هر یک بنا به مصالح و منافع خود تدبیر می‌کنند، ترفند می‌زنند و به عمل می‌پردازند. در عرصه شهر، گروه‌های ذی-نفع و ذی‌نفوذ به عنوان بازیگران صحنه، برای نیل به اهداف و مقاصد خود عمل می‌کنند. در صورت فقدان قدرت کارگردانی بازیگران، مدیریت شهری، خود بازیچه بازیگران صحنه شهر خواهد شد. (سعیدنیا، ۱۳۸۲: ۹). پیچیدگی و تکرار، اساس مفهوم مدیریت مدرن است. در این محیط هیچ یک از بازیگران یا مجموعه‌ای از آنها به تنهایی تعیین-کننده تصمیمات نیستند و نمی‌توانند به راحتی اراده خود را بر جامعه تحمیل کنند. بنابراین، ضرورت تعامل چند وجهی طرف‌های درگیر غیر قابل چشم‌پوشی است. بررسی و مطالعه شرایط و روند کنونی فرآیند مدیریت شهری گویای این واقعیت است که شهرها کم و بیش با چالش‌های متعددی مواجه هستند و از این رو تغییر نگرش در روند مدیریت شهری و توجه به رویکردهای جدید و کارآمد در برنامه‌ریزی شهری، ضروری است. (کاظمیان، ۱۳۸۳: ۷۸).

مدیریت گردشگری

تأثیرات گردشگری در فضاهای جغرافیایی فراتر از مفهوم دو بُعدی در زمینه فرهنگ و اقتصاد است و چشم‌اندازهای متعددی را شکل می‌دهد. بررسی تأثیرات گردشگری از دیدگاه‌های گوناگون و در یک کلیت فراگیر در ابعاد اقتصادی، همچون مقاصد و اهداف گردشگری دائماً در حال تغییر و تحول‌اند. جریان ساده و سریع سرمایه‌داری در هدایت گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های کسب سود، گردشگری را در هر فضایی ممکن ساخته است، گردشگری مدرن باعث شده که بسیاری از ساختارها و ذهنیت‌های توسعه کلاسیک فرو پاشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۶۲). مدیریت گردشگری بویژه گردشگری پایدار در بسیاری از کشورها، به منزله نمادی از هویت فرهنگی، طبیعی، انسانی و از بخش‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شود. بنابراین، پایداری در گردشگری، مستلزم توجه نظام مند به ابعاد فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی، در حرکت به سوی

¹. Accountability

². Transparency

³. Contestability

استفاده از جاذبه‌های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آیندگان است. (مولایی هشتجین و خوشنود، ۱۳۸۶: ۱۱).

فضاهای شهری

برنامه‌ریزی شهری برای هر شهر مستلزم دریافت و فهم صحیح از فضاهای شهری است. فضایی که توده مردم شهر، اهداف و وقایع آن را و مفهوم توسعه پایدار شهری را که بر اصلاح و بهبود کیفیت زندگی شهروندان تأکید دارد را به وجود می‌آورد (حسین‌زاده‌دلیر، ۱۳۸۰: ۱۱۴). کولکوهن^۴ واژه فضای شهری را به دو صورت تعریف می‌کند: فضای اجتماعی و فضای ساخته شده و مصنوع. فضای اجتماعی تداعی کننده فضای نهادهای اجتماعی است که مورد علاقه دانشمندان جامعه‌شناس و جغرافیای شهری است. این دیدگاه دیدن ویژگی‌های محیط مصنوع را به عنوان فرا پدیده‌ای مدنظر قرار می‌دهد و از سوی دیگر فضای مصنوع متوجه فضای فیزیکی است که بیشتر مورد توجه معماران است (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۱۳). مهم‌ترین فضاهایی که مورد بازدید و اقامت گردشگران قرار می‌گیرند فضاهای شهری هستند که از دیرباز جذاب‌ترین فضاها را تشکیل می‌داده‌اند، زیرا شهرها پیشرفته‌ترین و کامل‌ترین قرارگاه‌های انسانی را تشکیل می‌دهند. شهرها در بردارنده مراکز مهم اقتصادی، فرهنگی، علمی، تفریحی و پزشکی و غیره هستند و افزون بر این‌ها از جاذبه‌های طبیعی نیز بهره‌مندند و از این رو مهم‌ترین کانون‌های جلب جهانگردان هستند (ژرژکازس، ۱۳۸۲: ۱۰).

مدیریت فضاهای شهری

پیر مرلن^۵، معتقد است موضوع‌های اساسی در مدیریت فضاهای شهری، که برای شناسایی و کاربرد این فضاها، دارای نقش مهم اند، عبارتند از: تحلیل فضایی فعالیت‌ها و کارکردهای شهری؛ ارزش کاربری شهری؛ حمل و نقل؛ تحرک‌های شهروندان و شبکه‌های شهری. این عوامل با یکدیگر در ارتباط بوده و در مجموع، نظم منطقی رفتارهای شهری را شکل می‌دهند (ربانی و وحیدا، ۱۳۸۵: ۴۵). بورن^۶ با انتقاد از تلاش‌هایی که ساختار شهر را هم سنگ چیدمان فیزیکی کاربری زمین می‌گیرند، می‌کوشد آن گونه به تعاریف شکل شهر و ساختار فضایی شهری بپردازد که امکان توجه به هر دو بُعد مکانی و غیر فضا ساختی شهر، وجود داشته باشد. بورن با اتکای به نظریه سامانه‌ها، شکل شهر را به الگوی مکانی یا چیدمان عناصر منفرد درون یک نظام شهری تعریف می‌کند. این عناصر شامل محیط مصنوع ساختمان‌ها و کاربری‌های زمین و نیز گروه‌های اجتماعی، فعالیت‌های اقتصادی و مؤسسات عمومی می‌شود (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۴۷).

ساختار فضای گردشگری شهری

^۴ kolkohen

^۵ Merlan

^۶ Bourne

فضای گردشگری شهری، فضایی است که منابع گردشگری در آن وجود دارد و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری مانند: جاذبه‌ها، محل اقامت، امکانات و خدمات است که تبلور آن فضای گردشگری را شکل می‌دهد. الگوی رفتاری در محیط شهری متناسب با ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به طور کلی تابعی از فضای گردشگری و فضای شهری است و برحسب پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کند (موحد، ۱۳۸۶: ۴۴). ساختار فضایی گردشگری جدای از ساختار فضایی شهر نیست اما به نسبت ساختار فضایی شهر کوچکتر و محدودتر است. ساختار فضایی گردشگری محصول فرآیندهای فضایی است که در آن فضا به وسیله فرایندهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و طبیعی، سازمان می‌یابد و فرایندهای یاد شده خود اشکال گوناگون گردشگری را نیز به وجود می‌آورند مانند: گردشگری اجتماعی و قومی، اقتصادی، فرهنگی، علمی و ... ساختار فضایی گردشگری را با توجه به سازماندهی مکانی فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی گردشگری در مناطق شهری می‌توان تعریف کرد، با این هدف که قاعده‌مندی‌هایی را که در تطابق مردم با فضای گردشگری شهری وجود دارد، تبیین، توضیح، و سرانجام پیش بینی می‌کنند (موحد، ۱۳۸۶: ۴۰). بازار گردشگری از لحاظ تاریخی در حال گسترش است و صنعت گردشگری به دنبال جلب بازار وسیع‌تر است. امروزه به خاطر کشف جنبه‌های تاریخی شهرهای باستانی، توجه به گردشگری شکل تازه‌ای یافته است همان طوری که دیویدهاروی^۷ (۱۹۸۹)، اشاره می‌کند، امروزه ظاهر خارجی شهرها بسیار شبیه هم می‌شود و اتحاد و همسانی بیشتر، نمود پیدا می‌کند و این مسأله ایجاد تمایز را سخت‌تر می‌کند، و این ثابت شده که استفاده از روش‌های آزمون و خطا و کاربرد معمارگونه آنها در مکان‌های دیگر شهری باعث عدم انگیزه در مقوله گردشگری شود زیرا تجربه‌ای که بتوان آن را در جای دیگر به همان شکل کسب نمود، باعث ایجاد بی میلی می‌شود و چیز تازه‌ای به همراه ندارد (Aylin orbasll, 2000: 80). بُعد رفتاری و فرهنگی حرکت گردشگران در محیط‌های شهری یکی از نکات قابل بحث در فضای گردشگری شهری است زیرا برخوردی که بین میزبان و میهمان به وجود می‌آید، اختلاف فرهنگی استفاده از فضای شهری و یا چندگانه بودن عملکرد شهری و تنوع مصرف کنندگان شهری است (Aylin orbasll, 2000: 56).

یافته‌ها

بررسی عوامل مؤثر بر مدیریت گردشگری شهری با تاکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر

با استفاده از تحلیل عاملی

تحلیل عاملی یک مدل ریاضی است که می‌کوشد همبستگی بین مجموعه بزرگی از متغیرها را بر حسب تعداد کمی از عامل‌های اصلی بیان کند. (کانتی ماردیا و همکاران، ۱۳۷۶: ۲۹۰). این تکنیک از لحاظ آماری پیشرفته بوده و تعدادی متغیر را بر اساس یک فرایند آماری با یکدیگر ترکیب و با تشکیل یک عامل آن را به عنوان نماینده شاخص‌های مربوط می‌داند. بر اساس این تکنیک این امکان در اختیار محقق قرار می‌گیرد تا همزمان شاخص‌های زیادی را جهت گروه بندی و سطح‌بندی گوناگون مکانی و فضایی به کار گیرد (قرخلو و حبیبی، ۱۳۸۵: ۶۵). هدف این روش کشف ساده‌ترین الگو از میان الگوهای مربوط به روابط میان متغیرهاست. این روش به دنبال درک

⁷. Harvey

این مطلب است که آیا می‌توان متغیرهای دیده شده را بر پایه تعداد کمتری متغیر (عامل) به گونه ای وسیع و اساسی تبیین کرد.

از جمله ویژگی‌های تحلیل عاملی این است که از عامل اول به سمت عامل بعدی موارد زیر وجود دارد:

- میزان واریانس از ۱+ دور می‌شود و به ۵+ نزدیک می‌شود؛
- از تعداد متغیرهای بارگذاری شده در عامل‌ها کاسته می‌شود؛
- از همگونی متغیرها کاسته می‌شود؛
- قدرت تأثیرگذاری عامل‌ها کمتر می‌شود؛
- مقدار ویژه عامل‌ها کاهش می‌یابد؛
- ممکن است در عامل نهایی هیچ متغیری بارگذاری نشود؛
- در صورت عدم نیاز به میزان مشخصی از واریانس، می‌تواند تعدادی از عامل نهایی حذف شود (زنگی-آبادی، ۱۳۷۸: ۳۶).

برای انجام تحلیل عاملی اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه‌های تکمیل شده، قبل از وارد شدن به SPSS کد گذاری شدند و سپس برای تحلیل وارد نرم افزار شدند. از تحلیل عاملی برای شناخت عامل‌های اصلی اثر گذار بر مدیریت گردشگری و برنامه ریزی فضاهای جاذب گردشگر شهر کرمانشاه، استفاده شده است.

تحلیل کاوشی عامل‌ها

تحلیل کاوشی عامل‌ها، یک شیوه تحلیل عاملی مکرر استفاده شده برای پیدا کردن الگوها به شیوه‌ای است که پاسخگویان به سوالات پاسخ می‌دهند و ساختار اصلی الگوها را، از پاسخ‌ها می‌توان کشف کرد. علت استفاده از تحلیل عاملی این است که متغیرهای تحقیق را می‌توان به عامل‌های کمتری تبدیل کرده و به تحلیل و نتیجه‌گیری پرداخت. از سویی می‌توان در پروژه‌های گردشگری شهری، برای دستیابی به مدیریت و برنامه‌ریزی بیشتر گردشگری، از آن استفاده کرد. نتایج اصلی به دست آمده از این تحلیل، ۵ گام اصلی است که در ذیل به آنها اشاره می‌شود.

گام اول شناخت متغیرها، گام دوم محاسبه یک ماتریس همبستگی برای متغیرها، گام سوم استخراج عامل‌های چرخش نیافته برای انتخاب مدل در خور اطلاعات، گام چهارم چرخش عامل‌ها برای قابل تفسیر ساختن داده‌ها و گام پنجم تفسیر و نامگذاری عامل‌های چرخش یافته است.

برای بررسی عوامل مؤثر در مدیریت فضاهای گردشگری شهر کرمانشاه با استفاده از تحلیل عاملی، ابتدا متغیرهای مهم شناسایی، و سپس در ۴ عامل دسته بندی شده‌اند، در جدول ۱ به معرفی متغیرهای مورد مطالعه پرداخته شده است.

جدول ۱- متغیرهای اثرگذار بر مدیریت گردشگری و برنامه ریزی فضاهای جاذب گردشگر شهر کرمانشاه

متغیرها	ردیف
ایجاد و توسعه امکانات تفریحی	۱

۲	ایجاد و توسعه فضاهای گردشگری
۳	ایجاد امکانات رفاهی در مناطق گردشگری کرمانشاه
۴	ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی مناسب و توسعه امکانات حمل و نقل
۵	ایجاد و توسعه اقامتگاه
۶	توسعه فضاهای تجاری
۷	ایجاد خدمات بهداشتی
۸	طراحی جاذب در فضاهای گردشگری
۹	برنامه‌ریزی و مدیریت فضاهای گردشگری طبیعی
۱۰	برنامه‌ریزی فضاهای تاریخی و میراث فرهنگی
۱۱	طراحی فضاهای شهری
۱۲	مدیریت فضاهای گردشگری
۱۳	کاهش بزهکاری
۱۴	افزایش امنیت در مقابل جرایم
۱۵	افزایش امنیت در مقابل حوادث طبیعی
۱۶	افزایش امنیت با ایجاد خدمات تأسیسات زیر بنایی
۱۷	مشارکت مردم در پروژه‌های شهری
۱۸	سرمایه‌گذاری در توسعه و برنامه‌ریزی شهری
۱۹	نارضایتی از اجرای طرحهای شهری
۲۰	نارضایتی از افزایش گردشگران

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۰

- محاسبه ماتریس همبستگی: برای انجام محاسبات در مراحل بعدی و پیدا کردن ارتباط درونی بین شاخص‌ها، از ماتریس همبستگی استفاده، و شاخص‌ها در جهت مثبت مرتب شده‌اند.
- استخراج عامل‌ها: با استفاده از ماتریس همبستگی عامل‌ها استخراج می‌شود و عوامل مشترک و اهمیت نسبی هر یک از شاخص‌ها معلوم می‌گردد؛ سپس بردارهای ویژه غیر صفر محاسبه شدند. بردارهای ویژه در حقیقت مقدار بارگذاری متناظر با هر شاخص برای عامل مربوطه است که اصطلاحاً بار عاملی تعریف می‌شوند (حکمت نیا، موسوی، ۱۳۸۵: ۲۳۱-۲۳۰).
- دوران عامل‌ها: اگر هر شاخص روی یک عامل حمل شود و یا مقادیر بارگذاری شده هر شاخص در عامل، بزرگ و مثبت و یا نزدیک به صفر باشد، در آن صورت تفسیر عوامل ساده خواهد بود؛ در صورتی که مقادیر بارگذاری شده هر شاخص شامل مقادیر متوسط روی چند عامل باشد، کار تفسیر عامل سخت خواهد بود برای رسیدن به حالت مطلوب، عوامل چنان دوران داده می‌شوند تا ساختار ساده‌ای به دست آید. برای دوران عامل‌ها از

روش‌های واریماکس^۸، کواریماکس^۹ و اکوماکس^{۱۰} می‌توان استفاده کرد در این پژوهش برای دوران ۴ عامل استخراج شده از روش واریماکس استفاده شده است.

- نام گذاری عامل‌ها: با توجه به میزان همبستگی هر یک از شاخص‌ها، می‌توان اسامی یا عناوین مناسبی را برای هر یک از آنها انتخاب کرد. عامل سازی شاخص‌ها و نامگذاری عوامل در پژوهش انجام گرفته است: با بهره‌گیری از نرم افزار SPSS و با استفاده از روش تحلیل عاملی مجموع متغیرهای مورد استفاده، به ۴ عامل برتر از طریق روش چرخشی واریماکس محاسبه گردیده‌اند و مجموع ۴ عامل یاد شده جمعاً ۷۶/۳۵ درصد از واریانس را می‌پوشاند که نشان دهنده رضایت بخش بودن تحلیل عاملی و متغیرهای مورد مطالعه است. متغیرهای مورد مطالعه در عامل‌های زیر دسته‌بندی شده‌اند:

عامل اول با عنوان گسترش امکانات و خدمات زیر بنایی: مقدار ویژه این عامل ۳/۳۱ است که به تنهایی ۲۹/۸ درصد واریانس جامعه را در بر گرفته است و به عنوان مهمترین عامل شامل ۷ متغیر: ایجاد و توسعه امکانات تفریحی، ایجاد و توسعه فضاهای گردشگری، ایجاد امکانات رفاهی در مناطق گردشگری کرمانشاه، ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی مناسب و توسعه امکانات حمل و نقل، ایجاد و توسعه اقامتگاه، توسعه فضاهای تجاری و ایجاد و توسعه خدمات بهداشتی، دارای همبستگی مثبت و بالایی است و به نام عامل گسترش امکانات و خدمات زیربنایی نامگذاری می‌گردد (جدول ۲).

عامل دوم با عنوان طراحی و برنامه‌ریزی صحیح و علمی: مقدار ویژه این عامل ۲/۷۸ است که به تنهایی ۲۲/۴۷ درصد واریانس جامعه را در بر گرفته است و شامل ۵ متغیر: طراحی جاذب در فضاهای گردشگری، برنامه‌ریزی و مدیریت فضاهای گردشگری طبیعی، برنامه‌ریزی فضاهای تاریخی و میراث فرهنگی، طراحی فضاهای شهری و مدیریت فضاهای گردشگری، دارای همبستگی مثبت و بالایی است که با عنوان عوامل مؤثر در طراحی و برنامه‌ریزی صحیح و علمی نامگذاری شده است (جدول ۲).

عامل سوم با عنوان پایداری وضعیت امنیت و اجتماعی: مقدار ویژه این عامل ۱/۱۶ است که ۱۲/۶۹ درصد واریانس را در بر گرفته است و شامل ۴ متغیر: کاهش بزهکاری، افزایش امنیت در مقابل جرایم، افزایش امنیت در مقابل حوادث طبیعی، افزایش امنیت با ایجاد خدمات و تأسیسات زیر بنایی است که با عنوان عامل پایداری امنیت اجتماعی نامگذاری شده است (جدول ۲).

عامل چهارم با عنوان وضعیت مشارکت مردم: مقدار ویژه این عامل ۰/۹۴ است که ۱۱/۳۹ درصد واریانس را در بر گرفته است و شامل ۴ متغیر: مشارکت مردم در پروژه‌های شهری، سرمایه‌گذاری در توسعه و برنامه‌ریزی شهری، نارضایتی از اجرای طرح‌های شهری و نارضایتی از افزایش گردشگران است که با عنوان عامل مشارکت مردم نامگذاری شده است (جدول ۲).

عامل‌های استخراج شده حدود ۷۶/۳۵ درصد واریانس را در بر داشته‌اند که نشان دهنده رضایت بخش بودن تحلیل عاملی و متغیرهای مورد مطالعه است. اولین عامل ۲۹/۸ درصد واریانس، دومین عامل ۲۲/۴ درصد واریانس،

8. Varymaks

9. Kvarymaks

10. Akvmaks

سومین عامل ۱۲/۶۹ درصد و چهارمین عامل ۱۱/۳۹ درصد واریانس را در بر داشته‌اند. در این تحلیل، عامل اول به دلیل درصد بالای واریانس، نقش مهمی بر عهده دارد زیرا به تنهایی ۲۹/۸ درصد واریانس را به خود اختصاص داده است. بنابراین، عامل اول با عنوان گسترش امکانات و خدمات زیربنایی می‌تواند در بهبود کیفیت مدیریت فضاهای جاذب گردشگری شهر کرمانشاه نقش ویژه‌ای را به عهده داشته باشد، و راهکار ضروری در این زمینه افزایش تسهیلات و امکانات برای توسعه این عامل پیشنهاد می‌شود. در شکل (۱) مقادیر ویژه هر یک از عوامل، نشان داده شده است.

جدول ۲- عوامل نهایی استخراج شده و شاخص‌های بارگذاری شده در عوامل دوران یافته و مقادیر خاص مربوط به

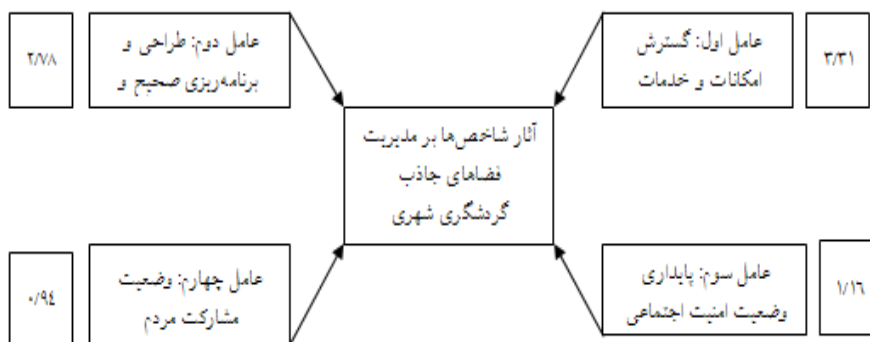
آن

ردیف	نامگذاری عامل‌ها	متغیرهای بارگذاری شده	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
۱	عامل اول: گسترش امکانات و خدمات زیربنایی	ایجاد و توسعه امکانات تفریحی ۰/۹۲۳، ایجاد و توسعه فضاهای گردشگری ۰/۹۱۱، ایجاد امکانات رفاهی در مناطق گردشگری کرمانشاه ۰/۸۹۹، ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی مناسب و توسعه امکانات حمل و نقل ۰/۸۹۵، ایجاد و توسعه اقامتگاه‌ها ۰/۸۹۲، ایجاد و توسعه فضاهای تجاری ۰/۵۷۰، و ایجاد خدمات بهداشتی ۰/۵۶	۳/۳۱	۲۹/۸	۲۹/۸
۲	عامل دوم: طراحی و برنامه‌ریزی صحیح و علمی	طراحی جاذب در فضاهای گردشگری ۰/۸۶۸، برنامه‌ریزی و مدیریت فضاهای گردشگری طبیعی ۰/۸۱۷، برنامه‌ریزی فضاهای تاریخی و میراث فرهنگی ۰/۷۰۱، طراحی فضاهای شهری ۰/۶۰۵، مدیریت فضاهای گردشگری ۰/۶۰۱	۲/۷۸	۲۲/۴۷	۵۲/۲۴
۳	عامل سوم: پایداری وضعیت امنیت اجتماعی	متغیر کاهش بزهکاری ۰/۸۴۹، افزایش امنیت در مقابل جرایم ۰/۷۹۹، افزایش امنیت در مقابل حوادث طبیعی ۰/۷۵۱، افزایش امنیت با ایجاد خدمات و تأسیسات زیر بنایی ۰/۷۰۲	۱/۱۶	۱۲/۶۹	۶۴/۹۴
۴	عامل چهارم: وضعیت مشارکت مردم	مشارکت مردم در پروژه‌های شهری ۰/۸۳۱، سرمایه‌گذاری در توسعه و برنامه‌ریزی شهری ۰/۸۱۱، نارضایتی از اجرای طرح‌های شهری ۰/۷۴۴، نارضایتی از افزایش گردشگران ۰/۵۰۳	۰/۹۴	۱۱/۳۹	۷۶/۳۵

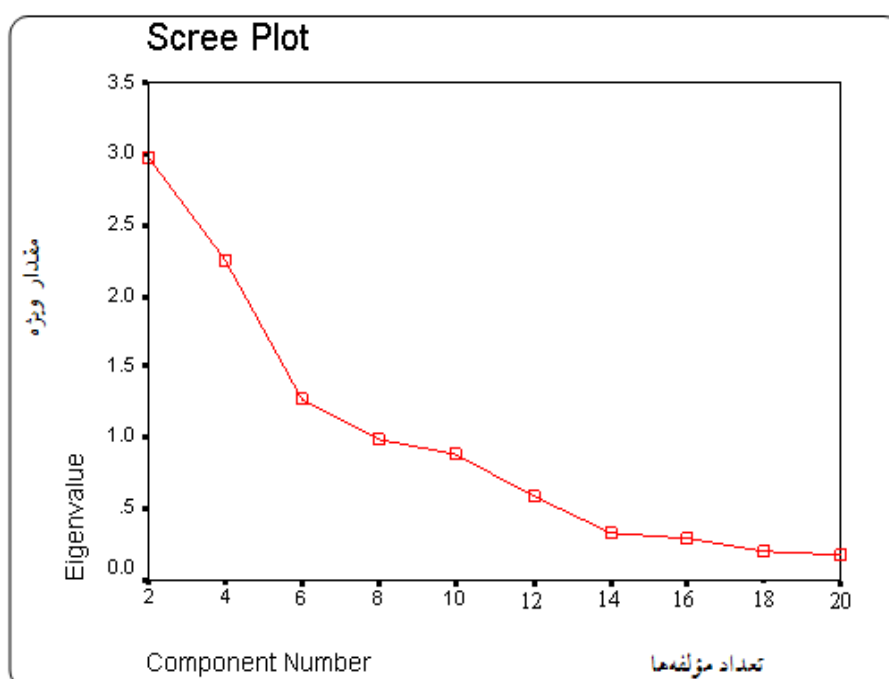
مأخذ: نگارندگان ۱۳۹۰

شکل ۱- مدل تحلیلی آثار مثبت شاخص‌های مدیریت گردشگری و برنامه ریزی فضاهای جاذب گردشگر شهر

کرمانشاه



شکل ۲- نمودار (Scree Plot) ۲۰ متغیر مؤثر در مدیریت گردشگری شهری کرمانشاه



با توجه به شکل ۱ دیده می‌شود که؛ اولین و مهم‌ترین عاملی که بیشترین برآزش را در برداشته است عامل گسترش امکانات و خدمات زیر بنایی است با مقدار ویژه ۳/۳۱ و درصد واریانس ۲۹/۸، بنابراین، متغیرهای مربوط به گسترش امکانات و خدمات زیر بنایی مؤثرترین متغیرها در مدیریت فضاهای گردشگری شهری هستند. و دومین عامل مؤثر، طراحی و برنامه‌ریزی صحیح و علمی است که بیشترین برآزش را دارا است و از مقدار ویژه ۲/۷۸ و درصد واریانس ۲۲/۴۷ برخوردار است. بنابراین، در طراحی‌های شهری، باید اصول علمی را رعایت کرده و به سمت استانداردها حرکت کرد.

نتیجه‌گیری

گردشگری در قرن بیست و یکم در چارچوب نوآوری‌های فناوری، کارکردهای جدید مدیریتی و سیطره همه جانبه سرمایه‌داری، همراه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و کم رنگ شدن مرزهای سیاسی، تحولات بسیاری را در

فضاهای جغرافیایی سبب شده است. در توسعه گردشگری هر منطقه، مهمترین عامل، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است. مدیریت عبارت است از: نگرشی نظام مند که در آن، پویایی گردشگری در چارچوب عرضه و تقاضا با تأکید بر پایداری مدنظر قرار می‌گیرد. در این راستا مدیریت گردشگری پایدار در خصوص توسعه گردشگری و برآورد پایداری آن، نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است. با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع امروزی؛ باید با نظری بلند، مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی، برای توسعه آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به کمترین اندازه رساند. شهر کرمانشاه از ظرفیت‌های بالقوه فراوانی برای جذب گردشگر و به تبع آن بهره‌مندی از مزایای آن برخوردار است که، چنانچه مدیریتی پویا در زمینه برنامه ریزی گردشگری این شهر اعمال شود، آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی برای ساکنان به همراه خواهد داشت. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش مدیریت گردشگری در برنامه‌ریزی فضاهای جاذب گردشگری شهری است بر این اساس، دستیابی به پاسخ فرضیه ذیل مورد نظر بوده است:

- مدیریت گردشگری عامل تاثیر گذار بر برنامه‌ریزی فضاهای گردشگری شهری است؛

فضای گردشگری شهری، فضایی است که منابع گردشگری در آن وجود دارد منابع گردشگری مانند: جاذبه‌ها، محل اقامت، امکانات و خدمات است که تبلور آن فضای گردشگری را شکل می‌دهد. الگوی رفتاری در محیط شهری متناسب با ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به طور کلی تابعی از فضای گردشگری و فضای شهری است و برحسب پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کند. در پژوهش حاضر از روش تحلیل عاملی استفاده شده است. برای انجام تحلیل عاملی اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه‌ها، قبل از وارد شدن به SPSS کد گذاری شدند و سپس برای تحلیل وارد نرم افزار شدند. از تحلیل عاملی برای شناخت عامل‌های اصلی اثر گذار بر مدیریت گردشگری و برنامه ریزی فضاهای جاذب گردشگر شهر کرمانشاه، استفاده شده است. علت استفاده از تحلیل عاملی این است که متغیرهای تحقیق را می‌توان به عامل‌های اصلی کمتر تبدیل و به تحلیل و نتیجه گیری پرداخت. از سویی می‌توان در پروژه‌های گردشگری شهری، برای دستیابی به مدیریت و برنامه ریزی بیشتر گردشگری، از آن استفاده کرد. برای بررسی عوامل مؤثر در مدیریت فضاهای گردشگری شهر کرمانشاه با استفاده از تحلیل عاملی، ابتدا متغیرهای مهم شناسایی، و سپس، در ۴ عامل دسته بندی شدند، برای انجام محاسبات در مراحل بعدی و پیدا کردن ارتباط درونی بین شاخص‌ها، از ماتریس همبستگی استفاده، و شاخص‌ها در جهت مثبت مرتب شده‌اند. با استفاده از ماتریس همبستگی عامل‌ها استخراج و عوامل مشترک و اهمیت نسبی هر یک از شاخص‌ها مشخص گردید؛ سپس بردارهای ویژه غیر صفر محاسبه شد. بردارهای ویژه در حقیقت مقدار بارگذاری متناظر با هر شاخص برای عامل مربوطه است. مجموع متغیرهای مورد استفاده، به ۴ عامل برتر از طریق روش چرخشی واریماکس محاسبه گردیدند. ۴ عامل یاد شده جمعاً ۷۶/۳۵ درصد از واریانس را می‌پوشانند که نشان دهنده رضایت بخش بودن تحلیل عاملی و متغیرهای مورد مطالعه است. متغیرهای مورد مطالعه در عامل‌های زیر دسته‌بندی شده‌اند: عامل اول با عنوان گسترش امکانات و خدمات زیر بنایی با مقدار ویژه ۳/۳۱ و درصد واریانس ۲۹/۸، عامل دوم با عنوان طراحی و برنامه‌ریزی صحیح و علمی با مقدار ویژه ۲/۷۸ و درصد واریانس ۲۲/۴۷، عامل سوم با عنوان پایداری وضعیت امنیت و اجتماعی با مقدار ویژه ۱/۱۶ و درصد واریانس ۱۲/۶۹، و در نهایت عامل چهارم با عنوان

وضعیت مشارکت مردم با مقدار ویژه ۰/۹۴ و درصد واریانس ۱۱/۳۹، که بیشترین نقش را در مدیریت گردشگری و برنامه ریزی فضاهای گردشگری شهر کرمانشاه، عهده دار بوده‌اند. بنابراین، عامل اول با عنوان گسترش امکانات و خدمات زیربنایی در بهبود کیفیت مدیریت فضاهای جاذب گردشگری شهر کرمانشاه می‌تواند نقش ویژه‌ای را عهده دار باشد، و راهکار ضروری در این زمینه، افزایش تسهیلات و امکانات برای توسعه این عامل است.

منابع

- بحرینی، سید حسین. (۱۳۸۵)، **فرایند طراحی شهری**، انتشارات دانشگاه تهران: چاپ سوم.
- نقی زاده، محمد. (۱۳۸۶)، **ادراک زیبایی و هویت شهر**، سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، چاپ اول.
- ایمانی جاجرمی، حسین؛ فیروزآبادی، سیداحمد. (۱۳۸۶)، بررسی مدل‌های سنجش عملکرد مدیریت محلی: با تاکید بر سازمان‌های مدیریت شهری و روستایی در ایران، **نامه علوم اجتماعی**، زمستان، سال ۱۵ پیاپی ۳۲.
- بهزادفر، مصطفی؛ زمانیان، روزبه. (۱۳۸۶)، کاربرد تصمیم‌سازی چند معیاره فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی گردشگری، نمونه موردی شهرستان نیشابور، **نشریه بین‌المللی علوم مهندسی**، جلد ۱۸، شماره

۵.

- پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی. (۱۳۸۵)، **گردشگری (ماهیت و مفاهیم)**، تهران: انتشارات سمت.
- جاسبی، عبدالله. (۱۳۸۴)، **اصول و مبانی مدیریت**، نشر دانش.
- حسین‌زاده دلیر، کریم. (۱۳۸۰)، **برنامه‌ریزی ناحیه‌ای**، تهران: انتشارات سمت.
- ربانی، رسول و فریدون وحیدا. (۱۳۸۶)، **جامعه‌شناسی شهری**، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان و سمت.
- سبحانی، بهروز. (۱۳۸۹)، شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT، **مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، سال اول، شماره چهارم.
- ضرغام، حمید. (۱۳۷۶)، **راهکارهای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران**، کیش، جلد اول.
- عباس زادگان، مصطفی. (۱۳۸۴)، **ابعاد اجتماعی - روانشناختی فضاهای شهری، نشریه بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید**، سال ۱۶، شماره ۱.
- قرخلو، مهدی؛ حبیبی، کیومرث. (۱۳۸۵)، تحلیل مهاجرت در ارتباط با سطح توسعه یافتگی استانهای کشور با استفاده از تکنیک برنامه‌ریزی، **فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات جغرافیایی**، شماره ۲.
- کازس، ژرژ؛ فرانسواز، پوتیبه. (۱۳۸۲)، **جهانگردی شهری**، مترجم: صلاح‌الدین محلاتی، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- کاظمیان، غلامرضا. (۱۳۸۳)، تبیین رابطه ساختار حاکمیت و قدرت شهری با سازمان یابی فضایی، **پایان نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری**، دانشگاه تربیت مدرس.
- محلاتی، صلاح‌الدین. (۱۳۸۰)، **درآمدی بر جهانگردی**، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.

- مدنی‌پور، علی. (۱۳۷۹). **طراحی فضای شهری**، مترجم: فرهاد مرتضایی، تهران: انتشارات شرکت پردازشو برنامه‌ریزی شهری (وابسته به شهرداری تهران)، چاپ اول.
- مطلبی، قاسم. (۱۳۸۵)، رویکردی انسانی به شکل دهی فضاهاى شهری، **فصلنامه هنرهای زیبا**، پاییز، شماره ۲۷.
- موحد، علی. (۱۳۸۶)، **گردشگری شهری**، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.
- مولائی هشتجین، ن؛ خوشنود، الف. (۱۳۸۶)، اکوتوریسم و توسعه در کنار عملکرد مسلط جزایر خارک و خارکو، **مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار**، اسلامشهر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- هاشم نژاد، هاشم. (۱۳۸۷)، لزوم توجه به رویکردهای اصولی در طراحی و معماری فضاهاى شهری، **نشریه بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید**، جلد ۱۹، شماره ۱۰.
- Chakraborty, Ahana & Chakravarti, B. K, (2007). **Global Tourism**, APH publishing Corporation, New Delhi.
- Childe, V. Gordon (1950). **The Urban Revolution**, **Town Planning Review**, 21.
- Das, Jayoti & Dirieno, Cassandra. E. (2009). Global Tourism Competitiveness & Freedom Of The Press, **Journal Of Travel Research**, Volume 47, Number 4, [http:// online. Sagepub.com](http://online.sagepub.com)
- Edwards, Deborah; Tony Griffin; Bruce Hayllar. (2008). **Urban Tourism Research Developing an Agenda**, *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, No. 4.
- Elliott, James (1977), **Tourism: politics and public Sector Management**, London: Routledge. Environmental sustainability & 18-Furtado, J.I. (2000). Economic development.
- Hall, Peter & Pfeiffer, U., (2004). **Urban Future 21**, Spon Press: London.
- Jamieson, W. and Sunalai P. (2002). **The Management of Urban Tourism Destination: The Cases of Klong Khwang and Phimai, Thailand**. UMP-Asia Occasional Paper No. 56.
- Mac Cannell. Dean (1976). **Thy tourist: A new thore of thy leisure Class**. New York: the Macmillan Press LTD.
- Mael, F., Ashforth, B. E. (1995). **Loyal from day one: biodata organizational identification and turnover among newcomers**, *Personal Psychology*, 48.