

Future studies of urban management the basis for realization of competitiveness in the tourism (Case study: Zahedan city)

Eskandari Sani, M^{a,1}. Rezaei, E^b

^a Assistant Professor of Geography & Urban Planning, Birjand University, Birjand, Iran.

^b M.A Candidate of Geography & Urban Planning, Sistan & Baluchestan University, Zahedan, Iran.

ABSTRACT

Objective: Urban unit management provides the basis for the growth of synergies and synergies in various urban structures. Considering the multidimensional nature of the tourism industry and its high dependence on the existence of urban infrastructure in providing tourists with services in planning, preserving valuable historical monuments, creating structures appropriate to urban space along with the proper access of tourists to tourism facilities, the role of urban management becomes more evident.

Methods: The present study is a descriptive-analytical and applied type. Collected information was classified and analyzed in two sections. In the first part, analyzing the theories in SPSS software, through factor analysis, the correlation of effective factors was investigated. In order to achieve competitiveness in the tourism sector of Zahedan, the strategic model SOAR was used.

Results: The results indicate that urban management has severe fluctuations and weaknesses. Lack of coordination among decision-making and executive factors, lack of participation of people, weakness of infrastructure and the need to encourage private sector investment are among the most important factors in reducing the development trend of urban tourism in Zahedan.

Conclusion: Therefore, integrated urban management is necessary to achieve the competitiveness of urban tourism in the study area.

Keywords: Future Studies, Urban Management, Competitiveness, Tourism, Zahedan City.

Received: September 10, 2018 Reviewed: October 17, 2018 Accepted: December 26, 2018 Published online: March 20, 2019

Citation: Eskandari Sani, M., Rezaei, E., (2019). *Future Studies of Urban Management the Basis for Realization of Competitiveness in the Field of Tourism (Case Study: Zahedan City)*. Journal of Urban Social Geography, 5(2), 1-16. (In Persian)

DOI: [10.22103/JUSG.2019.1966](https://doi.org/10.22103/JUSG.2019.1966)

¹ Corresponding author at: Birjand University, P.C: 97175-615, Birjand, Iran. E-mail address: meskandarisani@birjand.ac.ir (Eskandari Sani, M).

آینده‌پژوهی مدیریت شهری زمینه‌ساز تحقق رقابت‌پذیری در عرصه گردشگری (مطالعه موردی: شهر زاهدان)

محمد اسکندری ثانی^a و^b، ابراهیم رضایی^b

^a استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران.
^b دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

چکیده

تبیین موضوع: مدیریت واحد شهری، زمینه‌ساز رشد هماهنگ و هم‌افزا در ساختارهای گوناگون شهری می‌گردد. با توجه به ماهیت چند بعدی صنعت گردشگری و وابستگی زیاد آن به وجود زیرساخت‌های شهری در ارائه خدمات به گردشگران در راستای برنامه‌ریزی، حفظ آثار ارزشمند تاریخی، ایجاد سازه‌های متناسب با فضای شهری در کنار دسترسی مناسب گردشگران به امکانات گردشگری، نقش مدیریت شهری بیشتر آشکار می‌گردد.

روش: پژوهش حاضر از نوع توصیفی - تحلیلی و از نوع کاربردی می‌باشد. اطلاعات جمع‌آوری شده، طبقه بندی و در دو بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش اول ضمن تجزیه و تحلیل نظریات در نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS، از طریق آزمون تحلیل عاملی، همبستگی عوامل تاثیرگذار نیز مورد بررسی قرار گرفت. در جهت نیل به رقابت‌پذیری در عرصه گردشگری شهر زاهدان، مدل استراتژیک SOAR مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها: نتایج حاکی از آن است که مدیریت شهری دچار نوسانات و ضعف شدیدی می‌باشد. عدم هماهنگی در بین عوامل تصمیم‌گیرنده و اجرایی، عدم مشارکت مردم، ضعف زیرساخت‌ها و نیاز به تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، از عوامل اساسی موثر در کاهش روند توسعه گردشگری شهری زاهدان می‌باشد.

نتایج: لذا مدیریت یکپارچه شهری ضرورتی جهت دستیابی به رقابت‌پذیری گردشگری شهری در محدوده مورد مطالعه محسوب می‌شود.

کلیدواژه‌ها: آینده‌پژوهی، مدیریت شهری، رقابت‌پذیری، گردشگری، شهر زاهدان.

انتشار آنلاین: ۱۳۹۷/۱۲/۲۹

پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۰۵

بازنگری: ۱۳۹۷/۰۷/۲۵

دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۱۹

استناد: اسکندری ثانی، محمد؛ رضایی، ابراهیم (۱۳۹۷). *آینده‌پژوهی مدیریت شهری زمینه‌ساز تحقق رقابت‌پذیری در عرصه گردشگری (مطالعه موردی: شهر زاهدان)*. دوفصلنامه جغرافیای اجتماعی شهری، ۵ (۲)، ۱-۱۶.

DOI: [10.22103/JUSG.2019.1966](https://doi.org/10.22103/JUSG.2019.1966)

مقدمه

از نگاه بسیاری از اندیشمندان عرصه برنامه‌ریزی شهری، مدیریت شهری و تدوین برنامه برای شهرهای امروزی بر اساس شیوه‌های سنتی، کار بیهوده و بی‌نتیجه‌ای خواهد بود؛ زیرا با ورود به عرصه جدید در زمینه مسائل اقتصادی و سیاسی، تحولات و دگرگونی‌ها در محیط شهری به حداکثر خود رسیده و پیش‌بینی کردن در چنین فضایی همیشه خطاست. بشر در طول تاریخ همواره بر اساس کنش درونی، شیفته کشف آینده و رمزگشایی از آن بوده است (زالی، ۱۳۹۳: ۲). از سال‌ها قبل، برنامه‌ریزان به دنبال راه‌هایی بودند تا به طور کامل از شیوه‌های قدیمی برنامه‌ریزی دوری کنند؛ زیرا در برنامه‌ریزی سنتی، ابتدا برنامه‌ریز به پیش‌بینی آینده می‌پردازد و سپس پیش‌بینی‌ها را مبنای تصمیم‌گیری و انجام سیاست قرار می‌دهد و در نهایت اقدام می‌کند؛ در حالی که در نگاه نو به برنامه‌ریزی، برنامه‌ریز ابتدا به افق آینده می‌رود و با حضور در آن و دیده‌بانی حال و گذشته، مسیرهای مشخص برای معماری توسعه را تعیین و تدقیق می‌نماید (زالی، ۱۳۹۰: ۳۴). روشی که در سال‌های اخیر، گرایش زیادی به آن وجود داشته، سناریونگاری بوده است (Glasson, 2007: 140).

از دهه ۱۹۸۰ به بعد، سناریونویسی به یکی از سازکارهای برنامه‌ریزی استراتژیک برای شهرها تبدیل شد (رهنما و معروفی، ۱۳۹۳: ۱۲۶). برنامه‌ریزی بر پایه سناریو، روشی منظم است که از آن برای کشف نیروهای پیشران و کلیدی در متن تغییرات شتابان، پیچیدگی‌های فوق‌العاده و عدم قطعیت‌های متعدد استفاده می‌شود. مقصود از تعریف سناریوها، انتخاب فقط یک آینده مرجع و آرزوی به حقیقت پیوستن آن یا پیدا کردن محتمل‌ترین آینده و سعی در تطبیق با آن نیست، بلکه قصد اصلی برنامه‌ریزی بر پایه سناریو، اتخاذ تصمیم‌های استراتژیک است که برای (همه آینده‌های ممکن) به اندازه کافی خردمندانه و پابرجا باشند (فروزنده دهکردی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۲). در جریان رقابت‌های جهانی بسیاری از دولت‌های ملی، در جهت جذب سرمایه‌های سیال بین‌المللی و حرکت به سوی جایگاه جهانی درصدد تقویت موقعیت شهرهای خود هستند (قهرمانی و افسری، ۱۳۹۳: ۹۵). بحث رقابت‌پذیری یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تجارت و فعالیت در محیط پویا و رقابتی امروز است، در سال‌های اخیر رقابت به عنوان یک مفهوم اقتصادی که بر توسعه پایدار صنعت سفر و گردشگری تأثیرگذار است، مطرح می‌باشد (Balan et al, 2009: 979). همانند رقابت در کالاهای مصرفی، مقصدهای گردشگری نیز می‌بایست مشتریان خود را متقاعد کند که قادر به عرضه ترکیبی از منابع می‌باشند که هیچ مقصد دیگری نمی‌تواند آنها را عرضه کند (Crouch, 2007: 73).

رشد روزافزون و شتابنده صنعت گردشگری موجب شده که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن بیستم را قرن گردشگری بنامند. به نظر متولیان امور گردشگری، در پایان قرن بیستم و قرن بیست و یکم، انقلابی در گردشگری رخ می‌دهد، انقلابی که امواج آن در اقتصاد نقاط جهان اثر گذار خواهد بود (کاظمی، ۱۳۸۶: ۹). این صنعت بیش از هر صنعت دیگری حرکت و سرمایه و انتقال پول و ارز را در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی سبب گردید. به طوری که هزینه‌های جهانگردی به مراتب بیشتر از تولید ناخالص ملی و صادرات جهانی است (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۵). از این رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز می‌باشد، به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود. در اینکه شهر پدیده‌ای تاریخی است تردیدی وجود ندارد. چنین پدیده‌ای نمی‌تواند پیشینه خود را فراموش کند. از این رو رشد و توسعه فضایی-کالبدی توجه به ویژگی‌های بومی ضروری است. بخش چشمگیری از تاریخ و فرهنگ شهر در کالبد آن تجلی می‌یابد که نشان دهنده ارزش‌ها، باورها، اعتقادات، هنرها، توان فنی و ساختار اجتماعی-اقتصادی و سیاسی نسل‌های گذشته است (ابلقی، ۱۳۸۰: ۱۱۳).

بافت‌های قدیمی به همراه عناصر و فضاهای شهری درون خود مانند شبکه معابر، بازارها، مساجد و کاروانسرا و غیره بر شکل فیزیکی و خصوصی کالبدی، ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی ویژه‌ای را در خود نهفته است (مشهدی-زاده، ۱۳۷۸: ۱۱۸)، مجموعه آثار باستانی و تاریخی درون شهرها با عرضه عینی فرهنگ و هویت شهری به گردشگران، توریسم فرهنگی - تاریخی را اشاعه می‌دهند. بافت قدیمی - تاریخی شهرها میراث ارزشمند تاریخی، فرهنگی، کالبدی و... می‌باشد که خود بهترین نشانه هویت شهری است و عامل موثری در جذب گردشگری می‌باشد. اهمیت و ضرورت حفظ آثار کهن پدیده‌های نمادین، بلکه به دلیل شناخت سیر تحول و تکامل تاریخ شهرسازی و تمدن شهرنشینی، حفظ و اصالت شهری و تبیین حیات شهری براساس شواهد و مدارک علمی همواره مورد توجه بوده است (شماعی و پور احمد، ۱۳۸۴: ۲۵). ایران به لحاظ جاذبه‌های تاریخی و آثار باستانی، جزو ۱۰ کشور اول و از نظر جاذبه‌های طبیعی و اکوتوریستی نیز جز ۵ کشور اول دنیا قرار دارد. اما با انجام مقایسه‌ای میان کشورمان و سایر کشورهای که بیشترین درآمد را از محل جذب گردشگر دارند، متوجه اختلاف فاحش در کسب درآمدهای حاصل از ورود توریست به ایران، نسبت به سایر کشورها می‌شویم. محیط‌های شهری از دو نقطه نظر در صنعت توریسم اهمیت دارند. کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و تلاش و فعالیت هم به عنوان مبدا مسافرت‌های توریستی محسوب می‌شوند؛ از سوی دیگر به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت‌های اقتصادی بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و توریستی به عنوان مقصد مسافرت‌های جهانگردی نیز به شمار می‌آیند (فرجی، ۱۳۸۴: ۲۱).

کارکرد و چگونگی مصارف جهانگردان، شهری معرف طیف وسیعی از تفرج و سرگرمی ساده تا گردهمایی‌های شغلی است. درعین حال این کارکرد و نوع مصارف نسبتاً ویژه هستند و به رفتار تقریباً همانند ارتباط دارند (محللاتی، ۱۳۸۲: ۶۵). در واقع کارکرد گردشگری یک شهر یا منطقه، نسبت و سهمی است که در بخش عرضه (مقصد)، در راستای پویایی سیستم گردشگری آن مکان ایفای نقش می‌نماید. شهرها و مناطق گردشگری براساس نقش و عملکرد، اهمیت و تنوع جاذبه‌های گردشگری خود، کارکردهای متنوع و مختلفی را از خود نشان می‌دهند. جاذبه‌های منحصر به فرد و پراهمیت، سمت و سوی برنامه‌ریزی گردشگری این مکان‌ها را (اعم از شهرها و مناطق)، مشخص می‌کند. جاذبه‌های گردشگری بعضی از شهرها فراتر از جاذبه‌های گردشگری صرف و ساده است. این جاذبه‌ها کارکرد اصلی شهرها را به طور چشمگیر تحت تأثیر خود قرار می‌دهند (Low, 1996: 73-80). شهر برای همه سنین جاذب است. مردم علاقه دارند برخی از تعطیلات خود را در شهر به سر برند. امروز گردشگری به صورت مساله و فعالیتی مهم است که سبب تغییرات فضایی گسترده در شهرهای بزرگ شده است. از سوی دیگر، ویژگی شهرها باعث شده است گردشگران شهری متفاوت‌تر از سایر گروه‌های گردشگری باشند (Low, 1996: 168). مراکز شهری به علت دارا بودن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها با جاذبه‌های متنوع شامل: موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطق با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور، جاذب گردشگران بسیاری هستند. بنابراین، حجم زیادی از امکانات گردشگری نظیر: محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری، در شهرها واقع‌اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف و خود شهر از آن‌ها استفاده می‌کنند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۸۸).

امروزه مدیریت شهری در جهان تحول اساسی یافته است. شهرها مدیریت می‌شوند تا بتوانند رفاه و آسایش ساکنان خود را تأمین کنند. مدیریت شهری دارای تشکیلات وسیعی است و نقش مهمی در موفقیت برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری و همچنین رفع نیاز جمعیت، جریان عبور و مرور در شهر، رفاه عمومی، مسکن، کاربری زمین، تفریح، فرهنگ، اقتصاد، تأسیسات زیربنایی و امثال آن‌ها، بر عهده دارد (شیعه، ۱۳۸۲: ۴۷). مشخص شدن نوع کاربری گردشگری در

شهر سبب تغییر نگرش مردم و مسئولان به عناصر شهری می‌شود. شهری که می‌خواهد صنعت گردشگری در آن نقش برجسته‌ای داشته باشد، باید نگرش متفاوتی به کاربری‌های گردشگری داشته باشد. خصوصیات و الزامات آن را در برنامه ریزی‌های شهری لحاظ کند، مانند تعیین حدود و توان و ...؛ یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در هر منطقه، چگونگی مدیریت این فعالیت‌ها است. مدیریت در برگیرنده‌ی نگرش نظام‌مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب 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 و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۹۶). مهم‌ترین دلیل توسعه گردشگری در اغلب کشورها استفاده از منافع اقتصادی آن است؛ گرچه در دهه ۱۹۷۰ پیامدهای منفی صنعت گردشگری مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ اما واقعیت آن است که امروز اهمیت اقتصادی و اجتماعی گردشگری و تاثیرات آن در کل منطقه روشن و مشهود است؛ و بر کمتر کسی پوشیده است، اثرات سازنده اقتصادی گردشگری مانند، منافع حاصل از اشتغال‌زایی، درآمدزایی گردشگری، توسعه صنایع دستی و ... می‌باشد (الوانی، ۱۳۷۳: ۱۸۷).

متعاقب آنچه تبیین گردید در این پژوهش به دنبال بررسی جایگاه و اهمیت آینده‌پژوهی مدیریت شهری زاهدان است که زمینه‌ساز تحقق رقابت‌پذیری در عرصه گردشگری پایدار شهری خواهد بود.

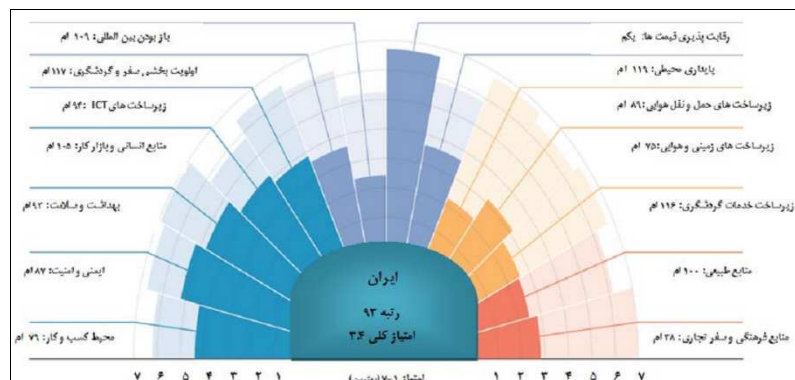
پیشینه نظری

توسعه پایدار فرآیندی است که طی آن مردم یک کشور نیازهای خود را بر می‌آورند و زندگی خود را ارتقاء می‌بخشند، بدون اینکه از منابعی که به نسل‌های آینده تعلق دارد را به خطر اندازند (زاهدی، ۱۳۸۲: ۸۹). این واژه را اولین بار به طور رسمی برانت‌لند در سال ۱۹۸۷ در گزارش «آینده مشترک ما» مطرح کرد (زیاری، ۱۳۸۷: ۱۶). توجه به گردشگری پایدار از دهه ۱۹۶۰ با شناسایی تأثیر بالقوه گردشگری انبوه و توجه به تأثیر فعالیت‌های گردشگری بر اقتصاد، محیط‌زیست و فرهنگ نقاط توریستی در مناطق میزبان، آغاز شد (Choi, 2003: 7). در ادبیات گردشگری پایدار همواره بر نقش کلیدی ذینفعان به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی گردشگری پایدار تاکید شده است (صالحی و پازوکی‌نژاد، ۱۳۹۳: ۱۷۰).

گردشگری پایدار بر ایجاد توازن در توسعه گردشگری از طریق رویکردها و سیاست‌های نوین بخش خصوصی و دولتی در آینده تأکید دارد (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۲۸). رویکرد زیربنایی که هم‌اکنون در برنامه‌ریزی صنعت گردشگری و در سایر انواع توسعه به کار می‌رود، رویکرد رسیدن به توسعه پایدار است (گوهریان، ۱۳۸۰: ۳۷۲). باتلر، گردشگری پایدار را فعالیتی می‌داند که در یک مکان به وجود می‌آید، توسعه می‌یابد و با مقیاسی عمل می‌کند که به صورت یک فعالیت پایدار برای زمان نامحدود، جاری باشد. به علاوه هرگز به محیط‌زیست تخریب وارد نکند و مانع توسعه موفقیت‌آمیز دیگر فعالیت‌ها نیز نشود (Barbour, 1993). تحقق توسعه پایدار گردشگری در گروه‌ها و رویکرد همه جانبه‌نگر و کل‌گرا، آینده‌نگر و مساوات‌گراست. نگرش اول بر این باور است که توسعه هنگامی پایدار است که در بستر سیاسی، اقتصادی و اکولوژیک ملاحظه گردد. در رویکرد دوم، برآورد احتیاجات کنونی گردشگران، جامعه میزبان و به موازات آن محافظت از محیط‌زیست و حفظ فرصت‌های برابر برای آیندگان مطرح است. در رویکرد سوم، مساوات درون‌نسلی و فرا نسلی در استفاده از امکانات، داده‌ها و منابع مورد نظراست (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۴۲).

توسعه پایدار گردشگری عبارت است از گسترش صنعت گردشگری و جذب گردشگران به یک ناحیه با استفاده از منابع موجود، به گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، فرهنگی و قانونی جامعه و انتظارات گردشگران، بتوان وحدت، هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی مقصد و میهمانان آنان را به طور متوازن و در حد بهینه تأمین کند (استعلاجی و الله‌قلی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۲). توسعه صنعت گردشگری در

شهر زاهدان می‌تواند منافع زیادی را در پی داشته باشد. از جمله: توسعه زیرساخت‌ها، حمل و نقل، انرژی و ارتباطات، فراهم‌آوردن زمینه مناسب برای توسعه و حمایت از صنایع، جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی به صورت مستقیم و غیر مستقیم، هموارسازی بستر مناسب برای افزایش درآمد ملی و توسعه فرصت‌های شغلی و کاهش بیکاری و ایجاد تحول مثبت در سایر بخش‌های اقتصادی و بهبود استانداردهای زندگی؛ با این وجود رسیدن زاهدان به جایگاه مناسب در گردشگری نیازمند توجه جدی همه بخش‌های دولتی، سازمان مرتبط با گردشگری و بخش‌های خصوصی می‌باشد. هر چند که مفهوم توسعه پایدار در ابتدا برای محیط زیست به کار برده شد ولی اگر مردم و فرهنگ آن‌ها کالاهایی برای گردشگری هستند. در این صورت آنها نیز باید به طور منطقی حفظ شوند. بنابراین، توسعه پایدار را می‌توان به ابعاد سه گانه زیست-محیطی، ابعاد اقتصادی (اجتماع محلی و هم کسب و کار) و ابعاد اجتماعی (هم میزبان و هم بازدید کننده) خلاصه کرد. گرچه توسعه پایدار چهار چوب مفهومی ساده‌ای را ارائه می‌نماید، لیکن چنانکه در شکل (۱) آمده است، پایداری عملاً توازن بین اقتصاد، محیط و اجتماع است. هر یک از این سه بعد در توسعه پایدار از استقلال داخلی برخوردار می‌باشند، ولی برای توسعه ای که در دراز مدت با موفقیت همراه باشد نیاز به همگرایی و رشد متوازن اقتصاد، محیط و اجتماع احساس می‌گردد. نشان دهنده روابط بین توسعه پایدار و سه عامل یاده شده را نشان می‌دهد (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۸).



شکل ۱- نمایی از عملکرد ایران در معیارهای شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۷ (رتبه در بین ۱۳۶ کشور) (مأخذ: گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری، ۲۰۱۷: ۱۸۸)

پیشینه عملی

کرچر در پژوهشی اصول گردشگری پایدار را شامل استفاده پایدار از منابع، کاهش مصرف انرژی و جلوگیری از اتلاف آن، حفظ تنوع، صنعت گردشگری و برنامه ریزی، حمایت از نظام اقتصاد محلی، مشارکت اجتماعات محلی، مشاوره با افراد ذینفع و عامه مردم، آموزش خدمه، بازاریابی صنعت گردشگری، و انجام تحقیقات مستمر پیرامون توسعه گردشگری می‌داند (Kercher, 1993).

فابیو ناسلی گردشگری به عنوان منبعی مهم در مدیریت ارزش‌ها و میراث شهری و منطقه‌ای در حوضه مدیریتانه بوده و در سال‌های اخیر ایجاد مجتمع‌های گردشگری در حوضه مدیریتانه، به خصوص مناطق حاشیه‌ای بسیار مورد توجه قرار گرفته است (Fabio, 2016).

گازمن در پژوهشی با عنوان ارتباط بین مدیریت میراث فرهنگی و توسعه پایدار شهری، به ارتباط بین میراث فرهنگی و ابزارهای مانی‌تورینگ جهانی پرداخته است (Guzmán, 2017).

مافی و سقایی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری کلان شهر مشهد»، معتقد است، مدیریت گردشگری شهری، یک وزنه تعادلی در چارچوب دستیابی به گردشگری پایدار شهری بوده و هرگونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری شهری در عصر حاضر، پیامدهای منفی بسیار به دنبال دارد. از این رو باید به دنبال راهکارهای مناسب برای سنجش وضعیت و پیامدهای جریان گردشگری در شهرها بود.

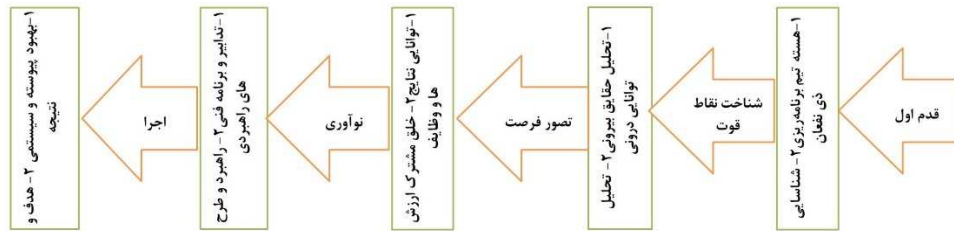
رحمانی و مرادی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش گردشگری در توسعه پایدار شهری، مطالعه موردی شهر مشهد»، به این نتیجه رسیدند که اصلی‌ترین توان شهری در مشهد، گردشگری با تاکید بر گردشگری مذهبی است که تمامی زوایای شهر را تحت سلطه خود دارد؛ که با توجه با اصول پایداری و رعایت استانداردهای آن می‌تواند پویایی و توسعه شهر را در طولانی مدت به همراه داشته باشد و به عنوان یک ضرورت ماندگار در حیات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست‌محیطی این شهر ایفای نقش کند.

لطفی و باباخانزاده (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثرات گردشگری پایدار شهری بر ساکنان شهر» با رویکرد توصیفی-تحلیلی، به بررسی اثرات گردشگری ناشی از بازارچه مرزی در شهر جوانرود کرمانشاه پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است که بازارچه‌ی مرزی، هر چند باعث رونق اقتصادی و فرصت‌های شغلی شده است؛ اما مشکلات زیست‌محیطی هم به همراه داشته است.

داده‌ها و روش‌شناسی

روش تحقیق بر اساس ماهیت و روش از نوع توصیفی - تحلیلی و از حیث هدف از نوع کاربردی است. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی استفاده شده است. جهت بررسی نقش مدیریت شهری بر گردشگری شهری زاهدان، از بین جامعه آماری پژوهش که کارشناسان میراث فرهنگی، شهرداری زاهدان، گردشگران و مسئولان سازمان‌های مرتبط با مدیریت شهری و گردشگری را شامل می‌شود، تعداد ۵۰ نفر تعیین و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، با آنها مصاحبه شده و پرسشنامه تکمیل گردید. سپس اطلاعات جمع‌آوری شده، طبقه‌بندی و در دو بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در بخش اول اقدام به تجزیه و تحلیل نظریات در نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS و از طریق آزمون تحلیل عاملی، همبستگی عوامل تاثیرگذار مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت برای مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری شهر زاهدان، مدل استراتژیک SOAR مورد استفاده قرار گرفت که در ادامه در خصوص مدل ذکر شده مختصراً توضیح داده خواهد شد.

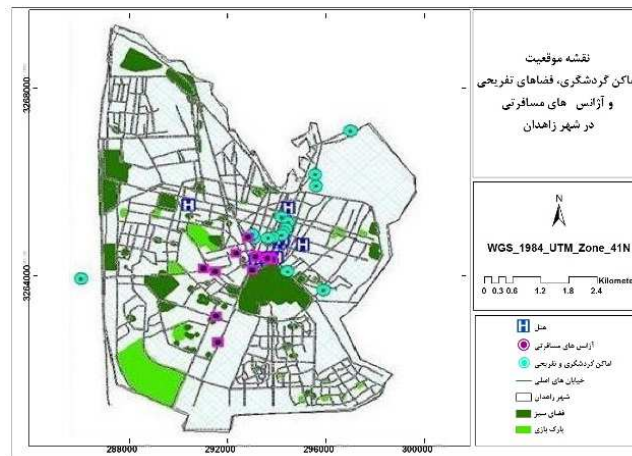
این مدل، ترکیبی از استراتژی SWOT و دیدگاه مثبت‌شناسی بوده که استاورس آن را ابداع کرده است (Stavros & Saint, 2010). مدل SOAR، همیشه در سطوح بالای مدیریت استفاده شده و به دنبال آن است که ذینفعان را در همه سطوح دربرگیرد. این مدل با یک تحقیق استراتژیک آغاز می‌شود. در این پژوهش نقاط قوت و فرصت‌ها در جامعه مورد مطالعه از طریق افراد مشارکت‌کننده و دارای سهم شناسایی خواهد شد. در نهایت از افراد مشارکت‌کننده در این فرآیند دعوت می‌شود که تا خود آرمان‌ها و آرزوهای را انتخاب کنند که امکان دستیابی به آنها در آینده وجود دارد و نتایج مطلوب از طریق برنامه‌های تشویقی و بازنگرانه قابل‌اندازه‌گیری خواهد شد (خاوریان‌گرمسیر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۰).



شکل ۲- چارچوب مدل (SOAR) (مأخذ: Stavros & Saint, 2010)

قلمرو پژوهش

شهر زاهدان مرکز استان سیستان و بلوچستان در شرق ایران و نزدیک مرز کشورهای افغانستان و پاکستان قرار دارد. از شمال به شهرستان زابل، از شمال شرق به کشور افغانستان، از شمال غرب به خراسان جنوبی، از غرب به کرمان، از جنوب غرب به ایرانشهر، از شرق به پاکستان و از جنوب شرق به خاش محدود می‌شود. وسعت شهر زاهدان ۳۶۵۸۱ کیلومتر مربع و از لحاظ موقعیت ریاضی در طول جغرافیایی ۶۰ درجه و ۵۱ دقیقه و ۲۵ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۲۹ درجه و ۳۰ دقیقه و ۴۵ ثانیه شمالی قرار دارد. (وارثی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۴۵). ارتفاع شهر از سطح دریا ۱۳۸۵ متر و دارای تعداد ۲ شهر، ۳ بخش و ۶ دهستان و بر اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، دارای ۵۷۵۱۱۶ نفر جمعیت می‌باشد.



شکل ۳- موقعیت قلمرو پژوهش (ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۷)

یافته‌ها

با توجه به نتایج به دست آمده از مطالعات میدانی و تکمیل پرسشنامه‌ها، مهم‌ترین معضل موجود، عدم وجود هماهنگی بین عوامل تصمیم‌گیرنده و اجرایی است؛ و مسئولین هم خواستار افزایش مشارکت مردم و تمرکززدایی در فرآیند تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری هستند. پاسخ سوالات مربوط به زیرساخت‌ها و امکانات، حاکی از وضعیت نسبتاً مطلوب در محدوده مورد مطالعه می‌باشد؛ اما تاسیسات مورد نیاز در محل جاذبه‌های گردشگری و وجود راهنمای گردشگر و از وضعیت مطلوبی برخوردار نمی‌باشد. پاسخ‌دهندگان، عدم تمایل بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری شهری در محدوده مورد مطالعه را ناشی از تبلیغات ناکافی، عدم اطمینان از بازگشت سرمایه، احساس عدم امنیت گردشگران و ... می‌دانند.

جدول ۱- گویه‌های پژوهش

گویه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
هماهنگی بین ارگان‌های تصمیم گیرنده	۱۴	۱۶	۴۲	۱۴	۱۴
هماهنگی بین عوامل اجرایی	۱۲	۴۶	۲۰	۱۴	۰۸
تمرکززدایی تصمیم‌گیری و واگذاری اختیارات به مردم	۱۶	۶	۳۸	۲۲	۱۸
نظرخواهی از مردم محلی بعد از انجام هر پروژه	۳۸	۲۲	۱۴	۱۰	۱۶
نقش همکاری‌های متقابل مدیران شهری و مردم در گردشگری	۳۲	۱۸	۱۸	۲۰	۱۲
کیفیت خدمات بهداشتی - درمانی	۱۲	۱۰	۱۲	۱۸	۴۴
وضعیت پارکینگ‌های موجود در سطح شهر	۸	۲۴	۱۶	۱۴	۳۸
وضعیت حمل و نقل و ساماندهی مسیر شهری	۸	۲۰	۲۰	۱۰	۴۲
رضایت شما از کارکنان و راهنمایان آشنا با جاذبه گردشگری	۸	۳۶	۴۶	۴	۶
وجود تأسیسات در محل جاذبه‌های گردشگری	۲۸	۳۰	۱۴	۱۴	۱۴
افراد آموزش دیده در هتل‌ها و مهمانسراهای موجود شهر	۲۸	۲۴	۱۶	۱۸	۱۴
سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه گردشگری	۱۲	۶	۳۸	۲۶	۱۸
عملکرد شهرداری در توسعه گردشگری	۶	۸	۱۶	۳۶	۳۴

(مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

جدول (۲) نشان می‌دهد عناصر روی قطر اصلی همگی ۱ هستند. ماتریس همبستگی متقارن می‌باشد. در ادامه خواهیم دید که چنین تفسیری توسط تحلیل عاملی تایید می‌شود یا نه و آیا می‌توان ابعاد دیگری را نیز بیان کرد؟ بررسی ماتریس همبستگی نشان می‌دهد که تعدادی از متغیرها تا حدودی با هم رابطه نسبتاً خوبی دارند، به عنوان مثال گویه-های عوامل تصمیم‌گیری، اجرایی و تمرکززدایی اختیارات رابطه ویژه‌ای با هم دارند و می‌توان به صورت یک بعد مدیریتی به حساب آورد؛ در تقابل با این گویه‌ها ساماندهی حمل و نقل شهری و تأسیسات مستقر در سایت‌های گردشگری از عناصر زیرساختی، همبستگی زیادی دارند. در پاسخ به این سوال، جدول زیر مبین اثبات تحلیل عاملی و ابعاد مدیریتی، و نقش عوامل زیرساختی در توسعه گردشگری شهر زاهدان می‌باشد.

جدول ۲- همبستگی بین متغیرها

	V(۱)	V(۲)	V(۳)	V(۴)	V(۵)	V(۶)	V(۷)	V(۸)	V(۹)	V(۱۰)	V(۱۱)	V(۱۲)	V(۱۳)
V(۱)	۱/۰۰۰	-۰/۰۳۰	-۰/۲۸۱	-۰/۱۰۸	۰/۴۱۱	-۰/۲۳۰	-۰/۲۲۳	-۰/۰۶۷	-۰/۱۵۹	-۰/۵۳۹	-۰/۰۶۷	-۰/۲۰۷	-۰/۰۱۷
V(۲)	-۰/۰۳۰	۱/۰۰۰	-۰/۰۱۳	-۰/۰۲۶	-۰/۰۳۶	-۰/۱۱۹	-۰/۰۰۳	-۰/۱۳۹	-۰/۰۰۰	-۰/۰۷۴	-۰/۰۵۱	-۰/۰۶۵	-۰/۰۰۸
V(۳)	-۰/۲۸۱	-۰/۰۱۳	۱/۰۰۰	-۰/۳۹۱	-۰/۲۸۲	-۰/۰۴۲	-۰/۰۹۰	-۰/۰۵۴	-۰/۰۹۷	-۰/۰۱۸	-۰/۲۵۱	-۰/۲۱۰	-۰/۳۴۸
V(۴)	-۰/۱۰۸	-۰/۰۲۶	-۰/۳۹۱	۱/۰۰۰	-۰/۷۸۳	-۰/۲۶۲	-۰/۰۵۸	-۰/۰۷۰	-۰/۰۱۴	-۰/۴۴۷	-۰/۰۱۴	-۰/۲۱۷	-۰/۵۳۵
V(۵)	۰/۴۱۱	-۰/۰۳۶	-۰/۲۸۲	-۰/۷۸۳	۱/۰۰۰	-۰/۲۲۷	-۰/۰۹۶	-۰/۱۵۲	-۰/۱۵۸	-۰/۶۴۹	-۰/۰۳۶	-۰/۳۴۴	-۰/۲۶۷
V(۶)	-۰/۲۳۰	-۰/۱۱۹	-۰/۰۴۲	-۰/۲۶۲	-۰/۲۲۷	۱/۰۰۰	-۰/۰۲۴	-۰/۰۷۵	-۰/۰۴۱	-۰/۱۷۰	-۰/۰۶۵	-۰/۰۱۹	-۰/۰۳۰
V(۷)	-۰/۲۲۳	-۰/۰۰۳	-۰/۰۹۰	-۰/۰۵۸	-۰/۰۹۶	-۰/۰۲۴	۱/۰۰۰	-۰/۲۰۸	-۰/۳۲۸	-۰/۱۸۵	-۰/۰۲۵	-۰/۱۹۱	-۰/۴۳۲
V(۸)	-۰/۰۶۷	-۰/۱۳۹	-۰/۰۵۴	-۰/۰۷۰	-۰/۱۵۲	-۰/۰۷۵	-۰/۲۰۸	۱/۰۰۰	-۰/۱۱۷	-۰/۰۴۹	-۰/۱۳۳	-۰/۲۳۱	-۰/۳۴۲
V(۹)	-۰/۱۵۹	۰	-۰/۰۹۷	-۰/۰۱۴	-۰/۱۵۸	-۰/۰۴۱	-۰/۳۲۸	-۰/۱۱۷	۱/۰۰۰	-۰/۲۲۳	-۰/۰۹۵	-۰/۱۷۰	-۰/۲۴۵
V(۱۰)	-۰/۵۳۹	-۰/۰۷۴	-۰/۰۱۸	-۰/۴۴۷	-۰/۶۴۹	-۰/۱۷۰	-۰/۱۸۵	-۰/۰۴۹	-۰/۲۲۳	۱/۰۰۰	-۰/۰۹۷	-۰/۲۰۵	-۰/۰۹۳
V(۱۱)	-۰/۰۶۷	-۰/۰۵۱	-۰/۲۵۱	-۰/۰۱۴	-۰/۰۳۶	-۰/۰۶۵	-۰/۰۲۵	-۰/۱۳۳	-۰/۰۹۵	-۰/۰۹۷	۱/۰۰۰	-۰/۷۲۱	-۰/۰۸۹
V(۱۲)	-۰/۲۰۷	-۰/۰۶۵	-۰/۲۱۰	-۰/۲۱۷	-۰/۳۴۴	-۰/۰۱۹	-۰/۱۹۱	-۰/۲۳۱	-۰/۱۷۰	-۰/۲۰۵	-۰/۷۲۱	۱/۰۰۰	-۰/۰۲۱
V(۱۳)	-۰/۰۱۷	-۰/۰۰۸	-۰/۳۴۸	-۰/۵۳۵	-۰/۲۶۷	-۰/۰۳۰	-۰/۴۳۲	-۰/۳۴۲	-۰/۲۴۵	-۰/۰۹۳	-۰/۰۸۹	-۰/۰۲۱	۱/۰۰۰

(مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

جدول ۳- آزمون بارتلت و شاخص KOM برای بررسی کفایت نمونه

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		۰/۶۰۰
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	۲۲۵/۴۰۵
	df	۷۸
	Sig.	۰/۰۰۰

(مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

در جدول (۳) نتیجه آزمون بارتلت که تقریبی از آمار کای دو است، نشان داده شده است. مقدار Sig آزمون بارتلت کوچکتر از ۵ درصد است (۰/۰۰) که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود؛ همچنین شاخص KMO با مقدار ۰/۶۰۰ در ابتدای جدول آمده است. چون مقدار آن نزدیک به یک است، تعداد نمونه برای مطالعه حاضر کافی می‌باشد.

جدول زیر اشتراکات را در حالت بدون چرخش نشان می‌دهد. اشتراک یک متغیر، مربع همبستگی چندگانه (R²) برای متغیر مربوطه با استفاده از عامل‌ها است؛ بنابراین نسبتی از واریانس آزمون مورد نظر است که توسط عامل‌های مشترک استخراج شده در تحلیل عاملی، برآورد می‌شود. به عنوان مثال در ستون Extraction از متغیر واگذاری اختیارات به مردم می‌بینیم که ۰/۶۸ از واریانس امتیازات متغیر سوم واریانس عامل مشترک است. ستون Initial تمامی اشتراکات قبل از استخراج را گزارش می‌کند پس تمام آن‌ها یک می‌باشد. جدول Ivf,x یک جدول ویرایش شده از آماره‌های مربوط به مولفه‌های استخراج شده است. ردیف‌های ۸ به بعد به دلیل یک بودن مقدار ویژه پاک شده است. بلوک اول شامل سه ستون با برچسب Initial Eigenvalues مربوط به مقدارهای ویژه ماتریس همبستگی است. مقدار ویژه، مقداری از آزمون واریانس کل است که توسط یک عامل خاص برآورده می‌شود و واریانس کل برای هر آزمون برابر با (۱۰۰ درصد) است. مقدار ویژه برای عامل اول برابر با ۳/۰۶۶ می‌باشد. سایر مقادیر ویژه برای عامل‌های بعد نیز در ستون Total آمده است. ستون دوم که بر چسب % of Variance را دارد درصد سهم واریانس آن عامل از واریانس کل می‌باشد که از تقسیم مقدار ویژه آن عامل بر تعداد آزمون‌ها به دست می‌آید. مثلاً درصد سهم واریانس عامل اول ۲۳/۵۸۱ درصد به دست می‌آید.

جدول ۴- اشتراک‌های گویه‌ها

	اولیه	استخراج
V(۱)	۱/۰۰۰	۰/۶۸۲
V(۲) 0	۱/۰۰۰	۰/۶۳۳
V(۳)	۱/۰۰۰	۰/۶۹۸
V(۴)	۱/۰۰۰	۰/۸۲۳
V(۵)	۱/۰۰۰	۰/۸۶۳
V(۶)	۱/۰۰۰	۰/۶۵۵
V(۷)	۱/۰۰۰	۰/۶۲۳
V(۸)	۱/۰۰۰	۰/۷۷۷
V(۹)	۱/۰۰۰	۰/۴۶۰
V(۱۰)	۱/۰۰۰	۰/۷۳۰
V(۱۱)	۱/۰۰۰	۰/۸۳۲
V(۱۲)	۱/۰۰۰	۰/۸۳۵
V(۱۳)	۱/۰۰۰	۰/۷۹۰

(مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

در جدول (۵) مولفه‌ای که مقدار ویژه بزرگ‌تر از یک دارند واریانس کل را برآورد می‌کنند. هرچه این مقدار به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، تفسیر تعداد عامل‌های ما بهتر صورت می‌گیرد. بلوک دوم شامل سه ستون با برچسب Loading Extraction Sums of Squared است که مجموع ضرائب عامل چرخش داده نشده است. بلوک سوم شامل سه ستون با برچسب Rotation Sums of Squared Loadings است. که مربوط به حل عامل چرخیده است و واریانس را میان عامل‌ها یکنواخت توزیع می‌کند. برخلاف چرخیده نشده که عامل اول سهم بیشتری از واریانس را توجیه می‌کند.

جدول ۵- میزان اشتراکات و مقادیر ویژه

مؤلفه	مقادیر اولیه ویژه			استخراج مجذور مبالغ			چرخش مجذور مبالغ		
	جمع	واریانس	انباشته	جمع	واریانس	انباشته	جمع	واریانس	انباشته
۱	۳/۰۶۶	۲۳/۵۸۱	۲۳/۵۸۱	۳/۰۶۶	۲۳/۵۸۱	۲۳/۵۸۱	۲/۷۵۰	۲۱/۱۵۵	۲۱/۱۵۵
۲	۲/۱۴۶	۱۶/۵۰۴	۴۰/۰۸۵	۲/۱۴۶	۱۶/۵۰۴	۴۰/۰۸۵	۲/۰۸۱	۱۶/۰۰۷	۳۷/۱۶۱
۳	۱/۸۵۶	۱۴/۲۷۷	۵۴/۳۶۳	۱/۸۵۶	۱۴/۲۲۷	۵۴/۳۶۳	۱/۹۲۱	۱۴/۷۷۵	۵۱/۹۳۶
۴	۱/۲۲۹	۹/۴۵۲	۶۳/۸۱۴	۱/۲۲۹	۹/۴۵۲	۶۳/۸۱۴	۱/۴۷۷	۱۱/۳۶۵	۶۳/۳۰۱
۵	۱/۱۰۶	۸/۵۰۸	۷۲/۳۲۲	۱/۱۰۶	۸/۵۰۸	۷۲/۳۲۲	۱/۱۷۳	۹/۰۲۱	۷۲/۳۲۲
۶	-۰/۹۱۲	۷/۰۱۸	۷۹/۳۴۰	-	-	-	-	-	-
۷	-۰/۷۴۱	۵/۷۰۳	۸۵/۰۴۲	-	-	-	-	-	-
۸	-۰/۵۴۱	۴/۱۶۴	۸۹/۲۰۶	-	-	-	-	-	-
۹	-۰/۴۵۴	۳/۴۹۱	۹۲/۶۹۷	-	-	-	-	-	-
۱۰	-۰/۳۸۹	۲/۹۹۲	۹۵/۶۹۰	-	-	-	-	-	-
۱۱	-۰/۲۶۴	۲/۰۳۰	۹۷/۷۱۹	-	-	-	-	-	-
۱۲	-۰/۱۸۵	۱/۴۲۰	۹۹/۱۳۹	-	-	-	-	-	-
۱۳	-۰/۱۱۲	-۰/۸۶۱	۱۰۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-

(مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

جدول ۶- میزان همبستگی متغیرها یا عوامل

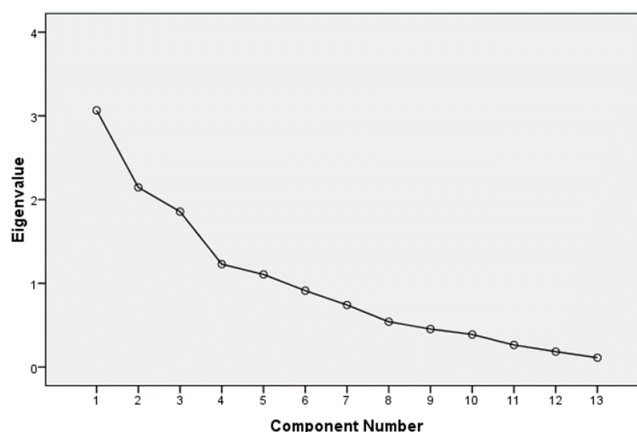
مؤلفه	۱	۲	۳	۴	۵
V(۱)	۰/۴۶۴	-۰/۵۳۸	۰/۲۶۴	۰/۳۲۴	-۰/۰۴۸
V(۲)	-۰/۰۴۱	-۰/۰۱۰	۰/۱۱۶	-۰/۴۶۵	۰/۶۳۴
V(۳)	-۰/۳۷۴	-۰/۴۸۸	۰/۳۲۲	-۰/۴۶۱	-۰/۰۶۶
V(۴)	۰/۸۱۷	-۰/۲۷۴	۰/۱۵۳	-۰/۲۳۹	-۰/۰۰۶
V(۵)	۰/۹۱۳	-۰/۰۳۸	۰/۱۵۱	-۰/۰۶۶	۰/۰۳۷
V(۶)	-۰/۳۰۷	۰/۰۴۲	-۰/۳۰۵	۰/۰۳۸	۰/۶۸۲
V(۷)	-۰/۰۶۴	۰/۷۲۱	۰/۰۸۷	۰/۳۰۳	۰/۰۱۱
V(۸)	۰/۲۷۶	-۰/۲۲۹	-۰/۲۷۸	۰/۷۰۵	۰/۲۷۱
V(۹)	۰/۱۸۰	-۰/۵۵۳	-۰/۱۷۷	۰/۰۸۷	۰/۲۸۷
V(۱۰)	۰/۷۰۸	-۰/۳۵۶	۰/۲۸۱	-۰/۰۰۵	۰/۱۵۳
V(۱۱)	-۰/۱۴۷	۰/۰۴۹	۰/۸۸۳	۰/۰۶۳	۰/۱۵۳
V(۱۲)	-۰/۴۹۹	۰/۲۰۵	۰/۷۳۵	-۰/۰۱۷	۰/۰۶۶

V(۱۳)	۰/۴۷۹	۰/۷۰۰	۰/۱۲۳	۰/۱۷۶	۰/۱۵۶
-------	-------	-------	-------	-------	-------

(مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

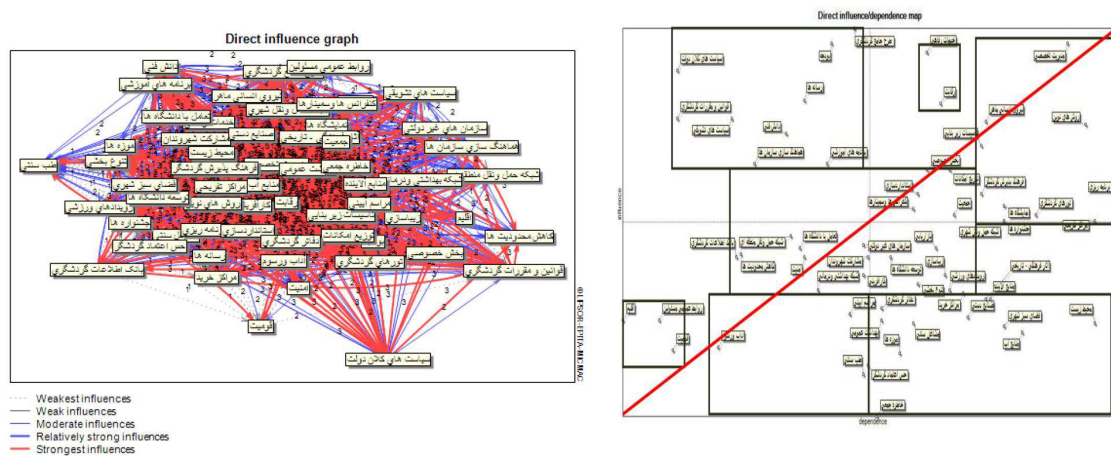
برای مثال نشان می‌دهد که میزان واگذاری اختیارات به مرد با نظرخواهی از مردم محلی بعد از انجام هر پروژه، همبستگی بیشتری دارند و نشان می‌دهد تمرکززدایی تصمیمات از سوی عوامل تصمیم گیرنده و اجرایی می‌تواند در روند توسعه گردشگری زادان نقش اساسی داشته باشد.

Scree Plot



شکل ۳- نمرات عاملی (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

نمودار Scree تصویر مقدار ویژه را در هر یک از مولفه‌های استخراج شده نشان می‌دهد که چون از بزرگ‌ترین مقدار ویژه شروع می‌شود، همواره یک نمودار نزولی است. مقدار ویژه با استخراج عامل‌های بعدی به سرعت افت می‌کند. مقدار ویژه نهم کمتر از یک است. برای مشخص کردن تعداد عامل‌ها از روی این نمودار کفایت خط $Y=1$ را رسم کنید. نمودار فوق نشان می‌دهد شش عامل از عوامل تأثیرگذار در گردشگری دچار افت شده و باعث عدم توسعه و ایجاد محدودیت‌هایی در گردشگری شهر زاهدان گردیده است.



شکل ۴- متغیرها و میزان اثرگذاری و تاثیرپذیری آن‌ها در نرم‌افزار MicMac (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷)

مرحله اول: در این مرحله، اعضای گروه در خصوص چگونگی استفاده از استراتژی SOAR بحث می‌کنند. در این مرحله علاوه بر شناسایی افراد ذینفع، نحوه درگیر کردن این افراد در فرآیند برنامه‌ریزی مورد بحث قرار می‌گیرد. این افراد شامل؛ ساکنان شهراهدان، گردشگران، مسئولان سازمان میراث‌فرهنگی، شهرداری‌ها، هتلداران، استانداری و غیره می‌باشد.

مرحله دوم: شامل شناخت و بررسی نقاط قوت و مثبت می‌باشد. در این مرحله با شناخت ارزش‌ها، چشم اندازه‌ها و نقاط قوت داخلی که به منظور خلق فرصت‌ها می‌باشد، تا آنها را به آرمان‌ها و نتایج مبدل کنیم. بنابراین در این مرحله زمان جلسات توسط افراد گروه برنامه‌ریز تعیین می‌شود. بعد از تعیین زمان جلسات، هر یک از افراد نقاط قوت گردشگری و فرصت‌های پیش‌روی شهر و در نهایت آرمان‌های خود را تشریح می‌کنند. شایان ذکر است که این مرحله در کشورهای جهان سومی همچون، به دلیل عدم همکاری بعضی از مسئولین و افراد در برگزاری نشست‌ها با مشکلات عدیده‌ای مواجه است.

مرحله سوم: در این مرحله علاوه بر تصور کردن (مرحله سوم)، ابتکار و نوآوری (مرحله چهارم) که مجموعه از قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج می‌باشد، مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این مرحله، در نشست‌ها و گفت و گوها از افراد و مسئولین ذی‌نفع خواسته می‌شود که دیدی مثبت از آیند مطلوب گردشگری داشته باشند و در صورت اجرای شدن طرح، به بیان نتایج قابل اندازه‌گیری و مشهود پردازند.

مرحله چهارم (نوآوری و ابتکار): در این مرحله راهبردها و استراتژی‌های نوآوری و ابتکاری، شناسایی و اولویت‌بندی می‌شوند. البته باید توجه داشت که امکان دارد روندهای جدید و تغییر یافته در سیستم، ساختار و غیره نیاز به پشتیبانی از اهداف جدید باشند. این تغییرات به وسیله شناسایی نقاط قوت‌ها و فرصت‌ها به منظور دستیابی به آرمان‌ها و نتایج به وجود می‌آیند. بنابراین مجموعه قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج بازنگری در این مرحله به چالش کشیده شدند و در نهایت تغییراتی در آنها به وجود آمد. مرحله پنجم: مرحله اجرا می‌باشد که حرکت به سمت اجرایی کردن برنامه-هاست. در این مرحله افراد گروه‌های مختلف برنامه‌ریزی در طرح‌های که مربوط به رسیدن به اهداف و نتایج تعیین شده‌است، باهم ارتباط برقرار می‌کنند. مسئولین ذینفع و افراد در هر جای که علاقه و توانایی انجام آن کار را دارند، مشغول می‌شوند. این مرحله فراتر از اختیارات یک پژوهش می‌باشد و عملی کردن آن پس از تصویب طرح است.

جدول ۷- نتایج چهار مرحله SOAR

فرصت‌ها	قوت‌ها
معرفی فرهنگ و آداب غنی مردم شهر زاهدان به گردشگران	وجود چشم انداز متنوع جغرافیایی در اطراف شهر
تشویق سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جهت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری	آثار و میراث تاریخی- فرهنگی متنوع و پرجاذبه در این شهر
افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری	وجود نیروهای انسانی ماهر و با تجربه در منطقه
توجه دولتمردان به اشتغال‌زایی، کسب درآمد، رشد اقتصادی و کاهش فقر ناشی از توسعه صنعت گردشگری	وجود پتانسیل لازم و مستعد برای توسعه گردشگری، توریسم ورزشی و...
کاهش آلودگی‌های محیطی و بسترسازی محیطی سالم و افزایش سرانه فضای سبز در شهر زاهدان	وجود جاذبه‌های ملی و بین المللی در عرصه‌های طبیعی و تاریخی
بهبود وضعیت زیرساخت‌ها و خدمات عمومی و توسعه امکانات و تسهیلات تفریحی برای گردشگران	بالا بودن روحیه مشارکت مردم محلی در طرح‌های توسعه گردشگری
بازاریابی صنایع دستی و محلی برای افزایش صادرات	قرارگرفتن در مسیر کریدور جنوب‌شرق
مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری براساس اصول توسعه پایدار	دسترسی به بازارهای استان‌های مجاور
نتایج	آرمان‌ها

تخصیص اعتبار برای تبلیغات گردشگری در سطوح مختلف	شهر زاهدان قطب بزرگ گردشگری در مرکز استان
افزایش مراکز خدماتی، تفریحی و اقامتگاهی	برپایی انواع اردوهای ورزشی
برنامه‌سازی و برنامه‌ریزی برای افزایش تعداد گردشگران	مطرح شدن شهر زاهدان در جذب گردشگران تابستانی
افزایش سرانه پارکها و فضای سبز و رسیدن به حد مطلوب	ارتقاء جایگاه صنایع دستی با حمایت از تولید، فروش و بازاریابی محصولات نظیر فرش، گلیم
تقویت زیرساخت‌های گردشگری و برطرف کردن مشکلات مرتبط با آن	رغبت فراوان بخش‌های مختلف خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری
ایجاد هماهنگی بیشتر بین عوامل اجرایی و مدیریتی	ایجاد شهری با منظر زیبا و جذاب با رویکرد توسعه پایدار

(مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷)

نتایج

با توجه به پژوهش حاضر می‌توان نتیجه گرفت مدیریت شهری از عوامل تاثیرگذار در توسعه و بهبود رقابت‌پذیری گردشگری است. مدیریت، عامل اصلی و حیات بخش هر سازمان و نهادی است. مدیریت روح اصلی قرن حاضر بر مبنای یک نظام ارزشی پذیرفته شده است که از طریق برنامه ریزی، سازمان دهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین شده، صورت می‌گیرد. مدیریت در برگیرنده نگرش نظاممند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدنظر است. در این راستا رقابت‌پذیری گردشگری و برآورد پایداری آن، نیازمند در نظر گرفتن سودمندی اقتصادی و پیامدهای اجتماعی گردشگری است. صنعت توریسم، فعالیت‌های مختلفی را در بر گرفته و با بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به طور مستقیم و غیرمستقیم در ارتباط است. با توجه به جایگاه صنعت گردشگری و همچنین تاثیر مدیریت شهری در این صنعت، ضروری است تا حوزه گردشگری شهری به صورت یک صورت مسئله در کشور تبیین و توانمندسازی صنعت گردشگری از طریق رویکرد گردشگری شهری تقویت گردد. لذا در این تحقیق با هدف بررسی نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری و ارائه مدلی عاملی جهت شناخت مولفه‌های اثرگذار، با بررسی ادبیات موضوع، ضمن شناسایی پارامترها و متغیرهای توسعه گردشگری، در قالب مدل SOAR آینده‌نگری در زمینه فرصت‌ها و قوت‌های توسعه گردشگری، صورت گرفت. نتایج حاکی از آن است که پیشرفت‌های جدید در زمینه گردشگری در شهر زاهدان، بر پایه عوامل مدیریتی و بسترسازی فرهنگی و اجتماعی برای استفاده از گردشگری شهری، ایجاد گردیده است. اثر همه ابعاد شناسایی شده بر ارتقای گردشگری را تایید می‌کند و نشان می‌دهد که زاهدان برای بهبود این صنعت نیازمند برنامه‌ریزی، توسعه و سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی، تمرکززدایی عوامل تصمیم‌گیرنده و اجرایی، مشارکت مردم، بهبود زیرساخت‌ها، تربیت افراد آموزش دیده و آشنا به جاذبه‌های گردشگری شهری زاهدان شناسایی شده و مولفه‌های مرتبط به عوامل مدیریتی می‌باشد.

قدردانی

به خاطر حسن توجه داوران و اعضای کمیته علمی همایش ملی «آینده‌نگاری حوزه علوم جغرافیایی و مطالعات شهری - منطقه‌ای» که این اثر را به عنوان مقاله برتر آن همایش انتخاب نمودند، قدردانی به عمل می‌آید.

منابع

پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۸). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. تهران: انتشارات سمت، ۲۸۴ ص.

تولایی، سیمین (۱۳۸۶). *مروری بر صنعت گردشگری*. تهران: انتشارات دانشگاه خوارزمی (تربیت معلم)، ۲۳۲ ص.

- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). *مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری*. تهران: انتشارات سمت، ۲۸۴ ص.
- خاوریان گرمسیر، امیر رضا؛ استاورس، ژاکلین. ام؛ علیان، مهدی (۱۳۹۲). *برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با استفاده از مدل استراتژیک SOAR (نمونه موردی: شهر تفت)*. مجله برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۱۴۳-۱۲۷.
- سلطانی، سیما (۱۳۷۷). *سیمای زاهدان*. زاهدان: انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان سیستان و بلوچستان.
- رنجبریان، بهرام؛ زاهدی مهدی (۱۳۸۸). *ساخت گردشگری*. چاپ ۱۰، اصفهان: نشر چهار باغ، ۲۲۶ ص.
- مرادی، مریم؛ رحمانی، بیژن (۱۳۸۹). *نقش گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر مشهد)*. فصلنامه جغرافیایی سرزمین، دوره ۷، شماره ۱، صص ۴۱-۵۲.
- رهنما، محمدرحیم؛ معروفی، ایوب (۱۳۹۳). *تحلیل و بررسی سناریوهای توسعه فضایی-کالبدی شهر بوکان*. فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۸، شماره ۳، صص ۱۴۶-۱۲۵.
- زالی، نادر (۱۳۹۰). *آینده‌نگاری راهبردی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای با رویکرد سناریونویسی*. فصلنامه مطالعات راهبردی، دوره ۱۴، شماره ۴، صص ۳۳-۵۴.
- زالی، نادر (۱۳۹۰). *آسیب‌شناسی الگوهای برنامه‌ریزی سنتی و پیشنهاد رویکرد مدرن برنامه‌ریزی مبتنی بر تفکر آینده-پژوهی*. سومین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت (واکاوای مفاهیم و نظریه‌های رایج توسعه و تجارب ایران و جهان به سوی نظریه اسلامی ایرانی پیشرفت)، تهران.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۶). *مدیریت گردشگری*. تهران: انتشارات سمت، ۲۸۲ ص.
- فروزنده دهکردی، لطف‌الله؛ شیره‌پز آرانی، علی‌اصغر؛ جندقیان بیدگلی، سعیدرضا (۱۳۹۰). *برنامه‌ریزی ناحیه‌ای با استفاده از برنامه‌ریزی بر مبنای سناریوها (تبیین الگوی چشم‌انداز ناحیه کاشان)*. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره ۱، شماره ۳، صص ۵۶-۳۹.
- قهرمانی، هومن؛ افسری، سپیده؛ دولابی، صبا (۱۳۹۳). *افزایش رقابت پذیری شهری با استفاده از گردشگری فرهنگی و محدوده‌های فرهنگی مقایسه تطبیقی استان بول و مشهد*. ششمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه‌های شهر اسلامی، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
- گوهریان، محمدابراهیم (۱۳۸۰). *بازاریابی گردشگری*. چاپ اول، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۴۰۸ ص.
- لطفی، صدیقه؛ باباخانزاده، ادریس (۱۳۹۳). *بررسی اثر گردشگری پایدار شهری بر ساکنان شهر (مطالعه موردی: شهر جوانرود کرمانشاه)*. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۳، شماره ۹، صص ۱۵۰-۱۳۰.
- مافی، عزت‌الله؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۸). *کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)*. مجله جغرافیا و توسعه، دوره ۷، شماره ۲، پیاپی ۱۴، صص ۵۰-۲۷.
- محللاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۲). *جهانگردی شهری*. چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۹۶ ص.

موحد، علی (۱۳۸۶). *گردشگری شهری*. چاپ ۱، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، ۲۶۴ ص.

- Balan, D., Balaure, V., Veghes, C (2009). *Travel and Tourism Competitiveness of the world's top Tourism Destination: An exploratory assessment*.
- Barbour, J (1993). *Ethics in an age of technology*. San Francisco: Harper Collines,
- Choi, S.H (2003). *Measurement of sustainable development progress for managing community tourism*. Dissertation for PHD, Texas A & M University.
- Crouch, G.I (2007). *Measuring tourism competitiveness: research, theory and the WEF index*. Journal of Destination Marketing & Management, Volume 2, Issue 3, pp: 146-154, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.07.002>.
- Fabio, N (2016). *Tourism as Resource in Managing the Valorisation of the Urban and territorial heritage within the Mediterranean basin, Procedia*. Social and Behavioral Sciences, 225, 433–438.
- Glasson, J (2007). *Regional Planning*. London: Routledge.
- Law, Ch (1996). *Urban tourism attraction visitors to large cities*. mansell, London, publishing limited, pp: 1-189, ISBN: 0720121299.
- Mc Kercher, B (1993). *Some fundamental truths about tourism: understanding tourism social and environmental impacts*. Journal of Sustainable Tourism, Vol.1, No.1, pp: 6-17, Doi: 0966-9582/93/010006-11\$1.80/0.
- P.C Guzmán, A.R (2017). *Pereira roders, B.J.F colenbrander, measuring links between cultural heritage management and sustainable urban development: An overview of global monitoring tools*. Journal of Cities, 60, 192–201, <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2016.09.005>.
- Paoageorgiou, K., Brotherton, I (1999). *A management planning framework based on ecological, perceptual and economic carrying capacity: the case study of Vicos - Aaos national park – Greece*. Journal of Environmental management, 56 (4), 271-284, <https://doi.org/10.1006/jema.1999.0285>.
- Schwab, K (2017). *The travel & tourism competitiveness report*. published by the World Economic Forum, 387p. ISBN-13: 978-1-944835-08-8.
- Stavros, J., Saint, G (2010). *SOAR: linking strategy and OD to sustainable performance*. In W.J. Rothwell, J.M. Stavros, R. Sullivan & A. Sullivan (Eds.), Practicing Organization Development: A Guide for Leading, San Francisco, CA: Jossey-Bass Change, pp. 377-394.