



برنامه‌ریزی تقویت زیرساخت‌های اقتصادی شهر با تأکید بر گردشگری پایدار (مورد مطالعه: شهر اردبیل)

مریم گروه مهندسی معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بناب، بناب، ایران

علی مجنوونی تو تاخانه*

استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، ایران

علیرضا سلیمانی

دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۱۱ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۳۰

چکیده: در عصر حاضر، صنعت گردشگری یکی از ارکان توسعه پایدار است و به عنوان ابزاری قدرتمند در بردازندۀ تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیستمحیطی است که ضمن جلب مشارکت جامعه محلی در توسعه اقتصاد ملی با پتانسیل حفظ و حمایت از منابع طبیعی، باعث پایداری محیطی می‌شود. امروزه سیاست توسعه پایدار گردشگری، رویکردی عمومی است که دولتها به آن توجه کرده‌اند تا گردشگری از لحاظ بوم‌شناسی در بلندمدت، مقبول و از لحاظ مالی، مفید و نویبدخش جوامع محلی باشد. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری در شهر اردبیل انجام شده است. روش پژوهش براساس هدف، کاربردی و از نوع توصیفی- تحلیلی است. داده‌های مورد استفاده در پژوهش از نوع اسنادی و میدانی است. برای دستیابی به مهم‌ترین نیروهای تغییب‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری پایدار شهری، از طریق تکمیل پرسشنامه و مصاحبه با ۸۰ نفر از خبرگان گردشگری شهری، استراتژی‌های مؤثر تغییب‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری پایدار تدوین گردید. سپس با استفاده از مدل تحلیل شبکه (ANP)، وزن‌دهی و اولویت‌بندی شدن. در نهایت براساس مهم‌ترین نیروهای تغییب‌کننده و بازدارنده، مناسب‌ترین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل استخراج گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که در بین نیروهای تغییب‌کننده توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل، اشتغال‌زایی و در بین نیروهای بازدارنده توسعه پایدار گردشگری این شهر، کم‌توجهی به مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری، اولویت را کسب کرده‌اند. همچنین به ازای مهم‌ترین نیروهای تغییب‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری شهری، هفت استراتژی مشخص، تدوین گردید که در بین استراتژی‌های ارائه شده، استراتژی بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فراورده‌های گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای مردم شهر اردبیل به عنوان بهترین استراتژی انتخاب شد. همچنین در این تحقیق، الگوی فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل با استفاده از سامانه اطلاعات جغرافیایی، بررسی گردید و مشخص شد که فضای گردشگری شهر اردبیل تحت تأثیر فضای تاریخی شهر (بافت قدیم) قرار گرفته و بخش مرکزی شهر (منطقه ۱) را پوشش می‌دهد.

وازگان کلیدی: برنامه‌ریزی، توسعه اقتصادی شهر، گردشگری پایدار، تحلیل شبکه، زیرساخت‌های اقتصادی شده، اردبیل

طبقه‌بندی JEL: L83, Q01, N15, D85

۱- مقدمه

هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است (حیدری ساربان و همکاران، ۱۳۹۶).

کشور ایران با وجود مشکلات در زمینه توسعه گردشگری، حدود بیست میلیون جهانگرد را در پایان برنامه پنجم توسعه خود پیش‌بینی کرده است. بررسی نتایج نشان می‌دهد که تنها در حدود ۱۳ درصد از این تعداد، گردشگر وارد شده است؛ به عبارتی این بخش از هدف برنامه پنج توسعه محقق نشده است (بیک‌محمدی و خاتمی، ۱۳۸۹)؛ لذا بررسی موانع توسعه این صنعت در مناطق مختلف کشور و تدوین راهبردهایی برای حل مشکلات توریسم شهرهای ایران، ضرورت دارد.

شهر اردبیل به دلیل وجود آبوهوای خاص (تابستان‌های خنک)، جاذبه‌های تاریخی فراوان و وجود منطقه ویژه توریستی شورابیل، هر ساله جمعیت زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را پذیرا می‌باشد و این شهر طبق آمارهای مرکز آمار ایران با ۹۲۸۶۹۵ نفر گردشگر ورودی به این شهر در سال ۱۳۹۵، ششمین مقصد گردشگران داخلی محسوب می‌شود (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)؛ بنابراین باید توسعه توریسم شهر از اولویت‌های متصدیان شهری قرار گیرد تا خدمات و امکانات موردنیاز گردشگران تأمین شده و فواید اقتصادی توریسم وارد سیستم اقتصادی شهر گردد. با وجود مزایای فراوانی که می‌توان برای توریسم قائل شد، اگر برنامه‌ریزی صحیحی در این زمینه انجام نشود، توسعه توریسم، تأثیرات منفی زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را به وجود خواهد آورد. در این صورت توریسم نه به عنوان فعالیتی پرسود و منفعت بلکه به عنوان فعالیتی زیان‌آور و نامطلوب مطرح خواهد شد. بنابراین، در برنامه‌ریزی و توسعه توریسم باید توجه زیادی به جنبه پایداری توریسم شود (غفاری‌گیلاند و همکاران، ۱۳۹۶). پس برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار توریسم در مناطق گردشگری به خصوص در شهر اردبیل، به دلیل ارتقای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر و همچنین کنترل آثار منفی آن، از نیازهای ضروری برای

گردشگری، فعالیت اقتصادی پیچیده‌ای است که در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است (Redi & Fernandez, 2018) به طوری که ۱۱ درصد از تولید ناخالص (Kabassi, 2017) ۱۰ درصد از اشتغال (Fang et al., 2016)، ۵ درصد از صادرات و ۵ درصد از سرمایه‌گذاری جهانی را به خود اختصاص داده است (Travel, 2015). تجارت گردشگری در بسیاری از نواحی جهان برابر یا حتی بیشتر از صادرات نفت، تولیدات مواد غذایی و اتومبیل است (Darcy & Buhalis, 2011). درآمد حاصل از توریسم، به عنوان یکی از محرك‌های اصلی رشد اقتصادی و ابزاری برای مقابله با رکود و نتایج ناشی از آن می‌باشد (Agiomirgianakis et al., 2014) ۴۵ کشور در حال توسعه به عنوان دومین منبع درآمدزایی جهان به حساب می‌آید (حیدری ساربان و همکاران، ۱۳۹۵) و راهبردی مناسب برای افزایش درآمد و فقرزدایی این کشورها است (Snyman, 2012).

صنعت توریسم به عنوان یکی از مهم‌ترین پدیده‌های هزاره سوم طی نیم قرن اخیر با رشد تصاعد گونه خود تأثیر بسزایی در رشد و پویایی اقتصاد و تبادل فرهنگی کشورها داشته است (اشرفزاده و همکاران، ۱۳۸۹) و به عنوان یکی از فرایندهای تولید فضا، از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌کنند (Solnet et al., 2014). از این‌رو متولیان امر حوزه گردشگری، با اتخاذ محدودیت‌ها و راه حل‌های مناسب در جهت توسعه پایدار گردشگری برآمده‌اند (حسن‌پور و همکاران، ۱۳۸۹). در حال حاضر بسیاری از کشورها، منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از توریسم به دست می‌آورند و درآمدهای توریسم را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه به کار می‌برند. توسعه گردشگری، برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی از قبیل: بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه

عبور از بحران، به شهر جهانی تبدیل می‌شود.
زامفیر و کوربوس^۳ (۲۰۱۵)، در مقاله‌ای با عنوان «در راستای توسعه پایدار گردشگری در مناطق شهری: مطالعه موردی بوخارست به عنوان مقصد توریستی»، به این نتیجه رسیدند که توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی به عنوان موتور محرک توسعه پایدار شهر عمل می‌کند.
پاکر^۴ و همکارانش (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای با عنوان «نگرش گردشگران چینی و استرالیایی به طبیعت، حیوانات و مسائل زیستمحیطی: پیامدهای طراحی تجارب گردشگری مبتنی بر طبیعت»، وضعیت توریسم حیات‌وحش و حفاظت و مدیریت آن را بررسی کردند و ثابت کردند مدیریت در حفظ حیات‌وحش از تهدیدهای توسعه گردشگری، اهمیت بسیاری دارد.

ب) پژوهش‌های داخلی

حاتمی‌نژاد و شریفی (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی تأثیرات مثبت گردشگری شهری بر چهار متغیر توسعه پایدار شهری؛ یعنی پایداری اجتماعی، پایداری کالبدی، پایداری محیطی و پایداری اقتصادی، از منظر ۳۸۴ نفر از ساکنان شهر سنندج و ۲۲ نفر از استادان، مدیران و کارشناسان حوزه گردشگری در شهر سنندج پرداختند. این پژوهش براساس روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی است. نتایج نشان دادند که گردشگری شهری در شهر سنندج توانسته است به شیوه‌ای مؤثر باعث پایداری هرچه بیشتر شهر سنندج شود و بیشترین تأثیر را بر توسعه پایدار اقتصادی و کمترین تأثیر را بر توسعه پایدار محیطی داشته است.

محمدی ده‌چشمه (۱۳۹۶)، در مطالعه‌ای ضمن شناخت و معرفی برخی از توانمندی‌ها و جاذبه‌های گردشگری شهر کرد، به تنگناها و مشکلاتی که فراروی گردشگری شهر شهر کرد می‌باشد، پرداخته است. این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است و با استفاده از مطالعات میدانی و جمع‌آوری داده از طریق بررسی

یک شهر گردشگری است. در این پژوهش سعی بر این است تا توسعه گردشگری در شهر اردبیل به منظور توسعه پایدار برنامه‌ریزی شود. در این راستا وضعیت توسعه پایدار توریسم در شهر اردبیل، بررسی و راهکارهایی برای توسعه پایدار توریسم در این شهر ارائه شده است تا ضمن افزایش منفعت و سود اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیستمحیطی توسعه گردشگری، بتوان تأثیرات منفی حاصل از آن را کاهش داد. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف شناسایی نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری، تعیین استراتژی‌های مناسب توسعه پایدار گردشگری و شناخت الگوهای فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل انجام شده است. در راستای تحقق اهداف تحقیق، پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به سؤال زیر است:

با توجه به عوامل ترغیب‌کننده و بازدارنده گردشگری شهری اردبیل، مناسب‌ترین راهکارهای پیشنهادی برای توسعه گردشگری این شهر چیست؟

۲- پیشینه تحقیق

الف) پژوهش‌های خارجی

وال^۱ (۲۰۱۶)، در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری و توسعه: به سوی نتایج پایدار گردشگری فرهنگی و توسعه پایدار محلی»، تأثیرات توسعه گردشگری را با تأکید بر توسعه گردشگری فرهنگی مورد مطالعه قرار داده و به این نتیجه دست یافتند که در توسعه گردشگری شهری، ویژگی‌های فرهنگی از تأثیرات بیشتری برخوردار است.

لئو و چو^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان «توسعه استراتژی گردشگری و تسهیل فرایندهای یکپارچه در بین ارزش‌های برند، بازاریابی و انگیزه در شهرها» با استفاده از روش تحلیل شبکه و روش دیمتل، به این نتیجه دست یافتند که هم‌زمان با توسعه گردشگری شهری، برند جهانی گردشگری نیز بهبود یافته و شهر با

تناسب کارکرد سازنده خود، نقش بسزایی در رشد اقتصادی و نمایاندن پیشینه تاریخی و فرهنگی کشورها ایفا می‌کند (Moutinho & Vargas-Sanchez, 2018). گردشگری شهری، نوعی از گردشگری است که شهروندان علاقمند به جاذبه‌های مختلف مانند جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی، مذهبی و طبیعی ضمن گردش مسئولانه، بخشی از وقت خود را نیز در شهرها می‌گذرانند تا با استفاده از توانمندی‌های گردشگری، شهر به سمت توسعه پایدار حرکت کند (Wise, 2016). این شاخه از صنعت گردشگری در نیمه دوم قرن هجدهم میلادی با گسترش شهرنشینی، ارتقای وسائل حمل و نقل و بهویژه گسترش خطوط راه آهن، تغییرات اجتماعی و افزایش طبقه میانی اجتماع و اوقات فراغت بیشتر توسعه یافت (Rogerson, 2018). در میان انواع طبقه‌بندی‌هایی که برای صنعت گردشگری ارائه شده است، گردشگری شهری به عنوان یکی از مهم‌ترین و پررونق‌ترین شاخه‌های گردشگری شناخته شده است (McKercher, 2016). نواحی شهری، مکان‌های مجزا و پیچیده‌ای هستند که دارای چهار مشخصه عمومی؛ یعنی تراکم فیزیکی بالای ساختارها (Yang & Wall, 2016)، مردم و کارکردها (Visser, 2017)، عدم تجانس اجتماعی و فرهنگی و اقتصاد چندکارکردی (Smith, 2015) و مرکزیت فیزیکی در درون شبکه‌های منطقه‌ای و درون شهری می‌باشند (Baum, 2007). به عبارتی مراکز شهری، به علت داشتن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، اغلب مقصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند و به دلیل تمرکز جاذبه‌های گردشگرپذیر، نیازمند توجه و برنامه‌ریزی ویژه هستند تا ضمن استفاده از این توانمندی‌ها، زمینه برای استفاده نسل‌های آتی نیز فراهم گردد که اصطلاحاً به این رویکرد، گردشگری پایدار گفته می‌شود (Agiomirgianakis et al., 2014). شهرها با جاذبه‌های متنوع؛ شامل موزه‌ها، بنای‌های یادبود، سالن‌های تئاتر، ورزشگاه‌ها، پارک‌ها، شهر بازی، مراکز خرید، مناطق با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد

اسنادی و کتابخانه‌ای و پرسشنامه (از دیدگاه ۷۰ نفر از مسئولان و گردشگران) انجام شده است. یافته‌ها نشان دادند که شهرکرد به رغم برخوردار بودن از ظرفیت‌های بالای گردشگری در بخش تاریخی و طبیعی، با کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی و ضعف تبلیغاتی مواجه است. از طرف دیگر، مسئله فرصت‌های اشتغال‌زای برای جوانان تحصیل کرده شهرکرد و ورود ارز و سرمایه‌گذاری برای شهرکرد نیز وجود دارد.

ضیاء‌توانا و همکارانش (۱۳۹۳) در پژوهشی به ارزیابی پیامدهای فضایی توسعه صنعت گردشگری و سیاست‌های نوسازی و بهسازی در بافت تاریخی با غشهر می‌بیند پرداختند. در این تحقیق، با استفاده از ۱۶ شاخص، عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری و به تبع آن نقشی که در بهسازی و نوسازی بافت تاریخی شهر می‌بیند دارند، بررسی شد. براساس نتایج تحقیق، به ترتیب عامل ساماندهی فضایی- کالبدی، عامل نهادی- تخصصی، عامل کالبدی- محیطی و عامل تبلیغاتی، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در توسعه صنعت گردشگری و اقدامات بهسازی و نوسازی در با غشهر می‌باشد.

مرور مطالعات نشان می‌دهد که بیشتر آنها بر روی ابعاد مختلف گردشگری متمرکز شده‌اند. در این پژوهش سعی بر این بوده تا نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل در ابعاد مختلف اعم از کالبدی، طبیعی، فرهنگی، مدیریتی و غیره مشخص شود و از طریق تحلیل فضایی عناصر توریستی، راهکارهایی اجرایی و عملی را در راستای توسعه زیرساخت‌های اقتصادی پایدار شهر اردبیل برای برنامه‌ریزی توسعه پایدار شهر ارائه گردد، تا اقتصادی توسعه یافته مبتنی بر توسعه پایدار گردشگری شکل گیرد.

۳- مبانی نظری

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده و به

بیانیه‌های موافق و مخالف، نوعی توسعه گردشگری بر مبنای پاسخگویی به ارزش‌های اقتصادی مردم و منابع مصنوعی و طبیعی ارائه دادند. گردشگری شهری و روستایی، همساز و کنترل پذیر، زیستمحیطی، فرهنگی و ... گزینه‌های پیشنهادی آن‌هاست و بر استفاده از منابع محلی، سهولت مدیریت، ندانستن نقش تخریبی، تعامل مهمان و میزبان و در نظر گرفتن منافع هر دو گروه، تأکید دارند. این دیدگاه، در دهه ۱۹۸۰ مطرح شد و دولتها کوشیدند با اتخاذ سیاست‌های مناسب گردشگری برای کشور خود، نوعی سازگاری میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری اتخاذ کنند و به جای محدود کردن آن، توسعه را با منافع ملی هماهنگ کنند (Shakeela & Weaver, 2018; Bimonte & Punzo, 2016) در نهایت از مجموع نظریات مطرح شده در باب گردشگری شهری، می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری شهری، یک عامل تغییردهنده فضای مکان‌ها و زمان‌های شناخته شده برای هر شهر محسوب می‌شود (Sinclair-Maragh et al., 2015). در واقع، گردشگری شهری از طریق تمرکز بر بخشی از فضاهای زیرساخت‌های شهری می‌تواند به عنوان عاملی مهم در زمینه مدیریت توسعه شهری مورد توجه باشد. هر چقدر که استفاده گردشگران از این فضای امکانات، خدمات، تسهیلات و جاذبه‌های شهری بیشتر تمايل و ساختار فضای شهری به سمت گردشگری بیشتر تمايل پیدا می‌کند. به عبارتی دیگر، ساختار فضایی شهر استوار بر ساختار توریسم شهری است (Nunkoo, 2015).

۴- روش تحقیق

در پژوهش حاضر، روش تحقیق براساس هدف، کاربردی و از نوع مطالعات توصیفی و تحلیلی است. برای گردآوری داده‌ها، از روش‌های استنادی و میدانی استفاده شده است. از طریق بررسی‌های کتابخانه‌ای (مقالات، کتب، گزارش‌ها، پایان‌نامه‌ها و ...) و همچنین مشورت با کارشناسان و صاحب‌نظران عرصه‌های مختلف گردشگری

مشهور، جاذب گردشگران بسیاری هستند؛ بنابراین، حجم زیادی از امکانات گردشگری مانند محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات، حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع‌اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف و خود شهر، از آن استفاده می‌کنند (Koens & Thomas, 2015) در رابطه با توسعه گردشگری و مخصوصاً توسعه گردشگری شهری سه دیدگاه وجود دارد:

دیدگاه موافقان: مطابق این دیدگاه، هدف گردشگری شهری به دست آوردن تجارب فرهنگی و اجتماعی است. بر این اساس، بیشتر گردشگران فرهنگی اجتماعی، برای زیرساخت‌های موجود اهمیت ویژه‌ای قائل‌اند. گروه فوق، با اشاره به جنبه‌های مثبت اقتصادی و اجتماعی گردشگری شهری؛ از جمله اشتغال‌زا، ماندگاری اقتصادی، حفاظت منابع طبیعی، تعمیر و نگهداری بناهای باستانی، تعامل فرهنگ‌ها و حفظ صلح، انگیزه گسترش این صنعت را قوت بخشیدند. این دیدگاه به توسعه هرچه بیشتر تأسیسات و امکانات، جلب جهانگرد و گردشگر اهمیت می‌دهد و بدین طریق می‌کوشد مشکلات اقتصادی جامعه را به حداقل برساند. مطابق این دیدگاه، گردشگری شهری، سیستمی اقتصادی است که مانند هر نظام اقتصادی دیگر در پی منافع است و از نظر اقتصادی، یک فعالیت پایه تلقی می‌شود. مطابق این دیدگاه، مهم‌ترین هدف گردشگر، کسب سود اقتصادی است؛ بنابراین، داشتن زیرساخت‌های شهری اهمیت زیادی دارد (Fennell, 2015; Collins et al., 2018).

دیدگاه مخالفان: در این دیدگاه، گردشگری به فرهنگ‌زدایی و کالایی شدن فرهنگ، افزایش میزان جرم و ناهنجاری و تنزل ارزش‌ها می‌انجامد. طرفداران این دیدگاه معتقدند که طرح‌ها و برنامه‌های گردشگری، همه داشته‌های جامعه را در خدمت پول و درآمد ارزی قرار می‌دهد و این درآمد به بهای گزاف به دست می‌آید (Agamirova et al., 2017).

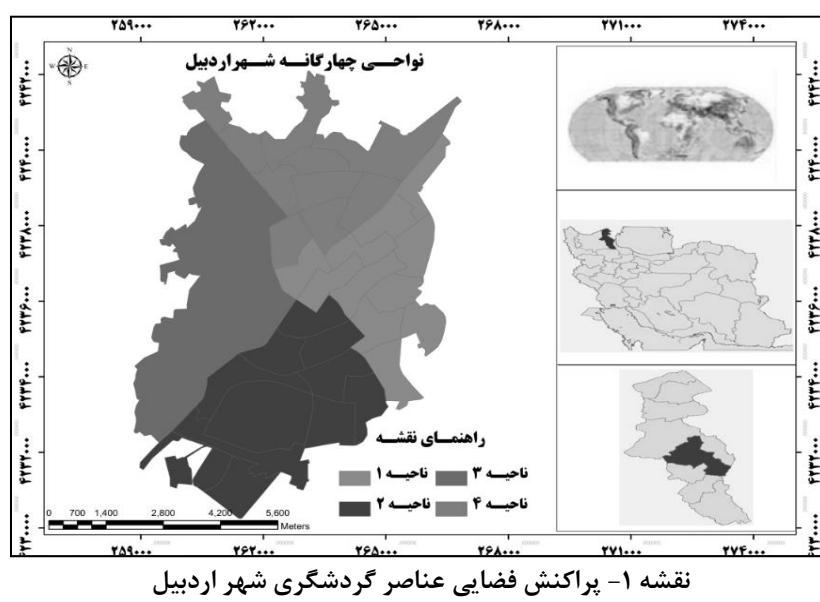
دیدگاه‌های توسعه تطبیقی گردشگری: ایده این گروه، نتیجه مناظره دو گروه یاد شده است که با تلفیق

امتیازدهی یک تا ۹ است. وزن‌گذاری معیارهای اصلی و زیرمعیارهای مؤثر در پرسشنامه‌های تکمیلی خبرگان گردشگری به پنج طبقه با اهمیت؛ خیلی کم (عدد ۱)، کم (عدد ۳)، متوسط (عدد ۵)، زیاد (عدد ۷) و خیلی زیاد (عدد ۹) تقسیم شده بود. برای اولویت‌بندی مهم‌ترین نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری پایدار شهر، تمامی معیارها و زیرمعیارهای مؤثر که توسط کارشناسان خبره وزن‌دهی شده بودند. وارد محیط نرم‌افزار Super Decisions شدند، در نهایت مناسب‌ترین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل از بین استراتژی‌های مختلف، اولویت‌بندی و استخراج گردید. در آخر برای تحلیل الگوی فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل، از نرم‌افزار Arc Gis استفاده شده است.

بسترشناسی پژوهش

شهر اردبیل در شمال شرقی استان آذربایجان شرقی در موقعیت $15^{\circ}38'0''$ عرض شمالی و $48^{\circ}17'0''$ طول جغرافیایی واقع شده است (نقشه ۱). فاصله آن تا مرز جمهوری آذربایجان در حدود ۲۰ کیلومتر می‌باشد. از لحاظ موقعیت نسبی، این شهر در فلات دایره‌ای شکلی در جنوب‌غربی دریای خزر و بین دو کوه سبلان و باگروس واقع شده است و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۲۶۳ متر می‌باشد (طرح جامع شهر اردبیل، ۱۳۸۶).

شهر اردبیل، سؤالات پرسشنامه تدوین گردید. جامعه آماری پژوهش، کارشناسان و صاحب‌نظران صنعت گردشگری و نمونه آماری شامل کارشناسان و صاحب‌نظران عرصه‌های مختلف گردشگری در شهر اردبیل می‌باشد که در مجموع ۸۰ نفر بوده است. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش، پرسشنامه بوده است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق، در دو بعد تهیه شده بود: بعد اول پرسشنامه شامل ۲۰ سؤال و در ابعاد اقتصادی (۵ سؤال)، اجتماعی و فرهنگی (۵ سؤال)، محیطی (۵ سؤال) و نهادی (۵ سؤال) بوده است. بعد دوم پرسشنامه نیز شامل همان چهار بعد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و نهادی بوده که به ترتیب دارای ۳، ۲، ۶ و ۹ سؤال بوده است، این بعد مربوط به عوامل بازدارنده توسعه گردشگری شهر اردبیل بود. به منظور تعیین اهمیت استراتژی توسعه گردشگری، ابزار گردآوری داده‌ها (پرسشنامه) در اختیار همین ۸۰ نفر قرار داده شد تا به صورت مقایسه زوجی، مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری شهر اردبیل را مشخص نمایند. در این تحقیق برای وزن‌دهی داده‌ها، از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای استفاده شده است و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها، نرم‌افزار Super Decisions می‌باشد. در نرم‌افزار Super Decision رکن اصلی در تعیین ضرایب اهمیت معیارها و مؤلفه‌ها در درون یک یا چند ماتریس دودویی (و در یک بازه



حاضر این چالش‌ها تحت عنوان معیارهای دستیابی به گردشگری پایدار مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

مرحله دوم: شناسایی نیروهایی ترغیب‌کننده و بازدارنده توسعه گردشگری پایدار

فهرستی از عوامل در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، محیطی و نهادی که تأثیر مثبت یا منفی بر گردشگری پایدار داشتند، شناسایی گردید. عواملی را که بر گردشگری پایدار شهر مؤثر بودند انتخاب و تحت عنوان نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل، تعیین گردیدند. این عوامل با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، نظرات کارشناسان و منابع آماری سازمان میراث فرهنگی استخراج شده است (جدول ۱). همچنین عوامل بازدارنده به صورت جدول ۲، استخراج گردید.

جدول ۱- عوامل ترغیب‌کننده توسعه گردشگری شهر اردبیل

معیار	معیارهای زیرمعیارها / نیروهای ترغیب‌کننده
اقتصادی	۱- ایجاد اشتغال ۲- درآمدزایی ۳- پتانسیل بالای شهر برای جذب سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری ۴- بهبود زیرساخت‌ها و خدمات عمومی ۵- افزایش درآمدهای مالیاتی حاصل شده از صنعت توریسم
	۶- وجود خانه‌های قدیمی و آثار تاریخی متعدد ۷- ارتقای سطح زندگی اجتماعی ۸- ارتقای عدالت اجتماعی، امنیت و برابری ۹- ظرفیت بالای شهر برای پذیرایی از تورهای داخلی و خارجی ۱۰- شناساندن صنایع دستی و فرهنگ مردم شهر به گردشگران
	۱۱- وجود تابستانهای خنک و مطبوع در شهر ۱۲- وجود دریاچه در داخل شهر به عنوان یک جاذبه منحصر به فرد طبیعی
	۱۳- احیا و نوسازی اماکن و جاذبه‌های تاریخی ۱۴- حفظ محیط‌زیست شهر
	۱۵- وجود دو شهر گردشگری مهم (سرعنین و آستارا) در نزدیکی شهر اردبیل
محیطی	۱۶- تلاش و توسعه متصدیان شهر برای جلب و تسهیل سفر گردشگران به شهر ۱۷- وجود سطح بالای آگاهی و حس همکاری و مشارکت در بین مردم شهر ۱۸- تنوع تعداد و درجه هتل‌ها و محله‌های اقامت گردشگران در شهر ۱۹- توسعه فعالیت‌های تبلیغاتی برای شناساندن شهر و جذب توریسم ۲۰- افزایش سالیانه گردشگران ورودی به شهر

جدول ۲- عوامل بازدارنده توسعه گردشگری شهر اردبیل

اهداف	نیروهای بازدارنده	اهداف
اقتصادی	۱- فصلی بودن فرصت‌های شغلی ۲- افزایش قیمت‌های فروش به خصوص زمین و مسکن در طول فضول گردشگری ۳- برنامه‌ریزی نامناسب برای بهره‌برداری اقتصادی از جاذبه‌های گردشگری	۱- تراکم بیش از حد جمعیت در فضول گردشگری و نبود امکانات و تسهیلات کافی نسبت به گردشگران ۵- افزایش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به این شهر
	۶- آلودگی هوا، صدا، مناظر	۷- محدودیت ناشی از شرایط آب و هوای سرد به خصوص در فضول سرد
	۸- عدم سهولت دسترسی به جاذبه‌های اصلی کشور	۹- فاصله و دسترسی نامناسب پروژه راه آهن در حال ساخت با شهر
	۱۰- کمبود فضا برای پارکینگ عمومی ویژه در ایام پر تردد در سطح شهر	۱۱- کم عرض بودن مسیرهای ارتباطی برای رسیدن به شهر
	۱۲- کنترل پایین ساخت‌وسازها و احتمال تعرض به عرصه‌های طبیعی مجاور جاذبه‌های گردشگری	۱۳- زلزله‌خیز بودن شهر
محیطی	۱۴- آلودگی و تخریب منابع طبیعی و فرهنگی و منابع آب و از بین رفتن چشم‌اندازها	۱۵- حاکمیت دیدگاه پخشی در اجرای پروژه‌ها (در وضع موجود)
	۱۶- ایجاد اشتغال ۲- درآمدزایی ۳- پتانسیل بالای شهر برای جذب سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری ۴- بهبود زیرساخت‌ها و خدمات عمومی ۵- افزایش درآمدهای مالیاتی حاصل شده از صنعت توریسم	۶- وجود خانه‌های قدیمی و آثار تاریخی متعدد ۷- ارتقای سطح زندگی اجتماعی ۸- ارتقای عدالت اجتماعی، امنیت و برابری ۹- ظرفیت بالای شهر برای پذیرایی از تورهای داخلی و خارجی ۱۰- شناساندن صنایع دستی و فرهنگ مردم شهر به گردشگران
	۱۱- وجود تابستانهای خنک و مطبوع در شهر ۱۲- وجود دریاچه در داخل شهر به عنوان یک جاذبه منحصر به فرد طبیعی	۱۳- احیا و نوسازی اماکن و جاذبه‌های تاریخی ۱۴- حفظ محیط‌زیست شهر
	۱۵- وجود دو شهر گردشگری مهم (سرعنین و آستارا) در نزدیکی شهر اردبیل	۱۶- تلاش و توسعه متصدیان شهر برای جلب و تسهیل سفر گردشگران به شهر ۱۷- وجود سطح بالای آگاهی و حس همکاری و مشارکت در بین مردم شهر ۱۸- تنوع تعداد و درجه هتل‌ها و محله‌های اقامت گردشگران در شهر ۱۹- توسعه فعالیت‌های تبلیغاتی برای شناساندن شهر و جذب توریسم ۲۰- افزایش سالیانه گردشگران ورودی به شهر

۵- یافته‌های تحقیق

روش تجزیه و تحلیل در این تحقیق، شامل چهار

مرحله اصلی است:

مرحله اول: تعیین هدف تحقیق و معیارهای

دستیابی به هدف

هدف اصلی این تحقیق تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل است. جهت دستیابی به این هدف، چهار معیار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و نهادی، شناسایی گردید. دلیل به کارگیری معیارهای فوق این است که یک منطقه گردشگرپذیر جهت دستیابی به توسعه پایدار در گردشگری خود با چهار چالش اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و نهادی مواجه است؛ لذا در تحقیق

شناسایی شده است. در نهایت مدل ساختار شبکه‌ای پژوهش بدین صورت ترسیم گردید.

جدول ۱ و ۲ نشان می‌دهند که در شهر اردبیل، ۲۰ نیروی ترغیب‌کننده و ۲۰ نیروی بازدارنده



شكل ۱- شبکه‌ای و روابط درونی و بیرونی معیارها و زیرمعیارهای گردشگری شهر اردبیل

استفاده از روش ANP، وزن‌های نهایی معیارها، زیرمعیارها یا گرینه‌های تحقیق نسبت به هدف تحقیق مشخص گردید. جداول ۳ و ۴، اولویت معیارها و زیرمعیارهای تحقیق را نشان می‌دهند.

مرحله سوم: اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای تحقیق
در این مرحله، اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار Super Decision، تجزیه و تحلیل شد و با

جدول ۳- مقایسه زوچی معیارهای اصلی توسعه گردشگری شهر اردبیل

معیارها	اقتصادی	محیطی	نهادی	اجتماعی	وزن معیار	رتبه معیار
اقتصادی	۱	۳	۴	۲	۰/۲۱	۱
محیطی	۱/۳۳	۱	۳	۲	۰/۱۶	۲
نهادی	۲	۱/۳۳	۱	۲	۰/۱۲	۳
اجتماعی	۱	۱	۱	۱	۰/۰۹	۴

ترتیب با ضریب $0/12$ ، $0/09$ و $0/06$ ، رتبه‌های دوم تا چهارم را به دست آوردند.

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که در بین معیارهای تحقیق، معیار اقتصادی با ضریب $0/21$ ، رتبه اول و پس از آن معیارهای محیطی، نهادی و اجتماعی- فرهنگی به

جدول ۴- اولویت زیرمعیارهای تحقیق (نیروهای ترغیب‌کننده) نسبت به هدف تحقیق

زیرمعیار	وزن شاخص‌ها	رتبه	زیرمعیار	وزن شاخص‌ها	رتبه
احیا و نوسازی اماکن و جاذبه‌های طبیعی	۰/۰۴۴	۱۱	ایجاد اشتغال	۰/۰۹۰	۱
آب‌وهواهای خاص (تابستان‌های خنک)	۰/۰۴۲	۱۲	درآمدزایی	۰/۰۷۸	۲
وجود دریاچه در داخل شهر به عنوان یک جاذبه منحصر به فرد طبیعی	۰/۰۴۱	۱۳	افزایش سالیانه گردشگران ورودی به شهر	۰/۰۷۶	۳
شناساندن فرهنگ غنی و صنایع دستی شهر به گردشگران	۰/۰۳۳	۱۴	پتانسیل بالای شهر برای جذب سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری	۰/۰۶۶	۴
وضعیت بالای آگاهی و حس همکاری	۰/۰۳۳	۱۵	بهبود زیرساخت‌ها و خدمات عمومی	۰/۰۶۲	۵
تنوع تعداد و درجه هتل‌ها و محله‌های اقامت گردشگران در شهر	۰/۰۳۲	۱۶	وجود خانه‌های قدیمی و آثار تاریخی متعدد	۰/۰۶۲	۶
ارتقای عدالت اجتماعی، امنیت و برابری	۰/۰۳۲	۱۷	ظرفیت بالای شهر برای پذیرایی از تورهای داخلی و خارجی	۰/۰۵۹	۷
حفظ محیط‌زیست	۰/۰۳۱	۱۸	توسعه فعالیت‌های تبلیغاتی برای شناساندن شهر و جذب توریسم	۰/۰۵۴	۸
ارتقای سطح زندگی اجتماعی	۰/۰۳۱	۱۹	افزایش درآمدهای مالیاتی حاصل شده از صنعت توریسم	۰/۰۵۰	۹
وجود دو شهر گردشگری مهم: سرعین و آستارا در نزدیکی شهر	۰/۰۲۵	۲۰	تلاش و توسعه متصدیان شهر برای جلب رضایت گردشگران	۰/۰۴۹	۱۰

تقویت‌کننده نیز مطابق جدول ۶ به دست آمد. همچنین وزن شاخص‌های استخراج شده برای نیروهای بازدارنده برنامه‌ریزی گردشگری شهر اردبیل به صورت جدول ۷ محاسبه شد.

در مرحله بعدی، وزن شاخص‌های ترغیب‌کننده گردشگری شهر اردبیل، با استفاده از روش تحلیل شبکه و در نرم‌افزار Super Decision مطابق جدول ۵ به دست آمد. نتایج اولویت‌بندی زیرمعیارهای

جدول ۵- وزن شاخص‌ها (نیروهای ترغیب‌کننده) استخراج شده از نرم‌افزار Super Decision

شاخص‌ها	مطلوب	متعادل	نامطلوب
۱- دارا بودن شهر از آب‌وهوای خاص (تابستان‌های خنک)	۰/۴۶	۰/۰۴	۰/۰۴
۲- تنوع تعداد و درجه هتل‌ها و محله‌ای اقامت گردشگری	۰/۳۶	۰/۰۳	۰/۰۳
۳- احیا و نوسازی اماکن و جاذبه‌های تاریخی	۰/۴۸	۰/۰۴	۰/۰۴
۴- ارتقای عدالت اجتماعی، امنیت و برابری	۰/۳۵	۰/۰۳	۰/۰۳
۵- ارتقای سطح زندگی اجتماعی	۰/۳۴	۰/۰۳	۰/۰۳
۶- افزایش درآمدهای مالیاتی	۰/۵۵	۰/۰۵	۰/۰۵
۷- افزایش سالیانه گردشگران ورودی به شهر	۰/۸۳	۰/۰۷	۰/۰۷
۸- ایجاد اشتغال	۱	۰/۰۹	۰/۰۹
۹- بهبود زیرساخت‌ها و خدمات عمومی	۰/۶۸	۰/۰۶	۰/۰۶
۱۰- تلاش و توسعه دست‌اندرکاران شهر برای جذب گردشگران	۰/۵۴	۰/۰۴	۰/۰۴
۱۱- توسعه فعالیت‌های تبلیغاتی برای شناساندن شهر و جذب	۰/۵۹	۰/۰۵	۰/۰۵
۱۲- حفظ محیط‌زیست شهر	۰/۳۵	۰/۰۳	۰/۰۳
۱۳- درآمدزایی	۰/۸۶	۰/۰۷	۰/۰۷
۱۴- شناساندن صنایع دستی و فرهنگ مردم شهر به گردشگر	۰/۳۶	۰/۰۳	۰/۰۳
۱۵- ظرفیت بالای شهر برای پذیرایی از تورهای داخلی	۰/۶۵	۰/۰۵	۰/۰۵
۱۶- وجود خانه‌های قدیمی و آثار تاریخی متعدد	۰/۶۰	۰/۰۶	۰/۰۶
۱۷- وجود دریاچه در داخل شهر به عنوان یک جاذبه منحصر	۰/۴۶	۰/۰۴	۰/۰۴
۱۸- وجود دو شهر توریستی مهم (سرین و آستارا) در نزدیکی	۰/۲۸	۰/۰۲	۰/۰۲
۱۹- وجود وضعیت بالای آگاهی و حس همکاری و مشارکت	۰/۳۶	۰/۰۳	۰/۰۳
۲۰- پتانسیل بالای شهر برای جذب سرمایه‌گذاران	۰/۷۳	۰/۰۶	۰/۰۶

جدول ۶- اولویت زیرمعیارهای تحقیق (نیروهای بازدارنده) نسبت به هدف تحقیق

وزن شاخص‌ها	زیرمعیار	وزن شاخص‌ها	زیرمعیار	وزن شاخص‌ها	دتبه
۰/۱۴	کم‌توجهی به مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری	۰/۰۴۸	تراکم بیش از حد جمعیت در فضول گردشگری	۱	
۰/۱۰	فقدان برنامه‌های کارآمد و جامع در زمینه گردشگری در سطح شهر	۰/۰۲۸	افزایش قیمت‌های فروش به‌خصوص زمین و مسکن در طول فضول گردشگری	۲	
۰/۱۰	فصلی بودن فرسته‌های شغلی	۰/۰۲۵	کمبود فضا برای پارکینگ عمومی به‌ویژه در ایام پرتردد در سطح شهر	۳	
۰/۰۹۱	حاکمیت دیدگاه بخشی در اجرای پروژه‌ها (در وضع موجود)	۰/۰۲۱	آلودگی هوا، صدا و منظر	۴	
۰/۰۹۰	فقدان برنامه مشخص برای ماههای سرد و برفی در امر گردشگری	۰/۰۱۵	کم‌عرض بودن مسیرهای ارتباطی برای رسیدن به شهر	۵	
۰/۰۶۷	عدم اطلاع رسانی و آگاهی لازم برای مشارکت بخش خصوصی	۰/۰۱۲	عدم سهولت دسترسی به جاده‌های اصلی کشور	۶	
۰/۰۶۱	کمبود مختصین و آموزش دیدگان لازم در امر گردشگری	۰/۰۰۶	از دیدار تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به این شهر	۷	
۰/۰۵۹	آلودگی و تخریب منابع طبیعی و فرهنگی و منابع آب و از بین رفتن چشم‌اندازها	۰/۰۰۶۴	کنترل پایین ساخت و سازها و احتمال تعرض به عرصه‌های طبیعی مجاور جاذبه‌های گردشگری	۸	
۰/۰۵۸	برنامه‌ریزی نامناسب برای بهره‌برداری اقتصادی از جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۰۴	فاصله و دسترسی نامناسب پروژه راه‌آهن در حال ساخت با شهر	۹	
۰/۰۵۱	محدودیت ناشی از شرایط آب‌وهوای سرد به‌خصوص در فضول سرد	۰/۰۰۰۳	زلزله‌خیز بودن شهر	۱۰	

جدول ۷- وزن شاخص‌ها (نیروهای بازدارنده) استخراج شده از نرم‌افزار Super Decision

نام‌مطلوب	متعادل	مطلوب	زیرمعیارها
۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۱۵	۱- آلدگی هوا، صدا، مناظر
۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	۰/۰۴۵	۲- کنترل پایین ساخت و سازها
۰/۱۰	۰/۱۰	۰/۷۱	۳- فقدان برنامه‌های کارآمد و جامع در زمینه گردشگری
۰/۰۵۹	۰/۰۵۹	۰/۴۲	۴- آلدگی و تخریب منابع طبیعی و فرهنگی و منابع آبی
۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	۰/۰۴	۵- ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به این شهر
۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۱۹	۶- افزایش قیمت‌های فروش به خصوص زمین و مسکن در فصول
۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۴۱	۷- برنامه‌ریزی نامناسب برای بهره‌برداری اقتصادی
۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۳۴	۸- تراکم بیش از حد جمعیت و نبود امکانات و تسهیلات
۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۶۴	۹- حاکمیت دیدگاه بخشی در اجرای پروژه‌ها (در وضع موجود)
۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۲	۱۰- زلزله‌خیز بودن زمین
۰/۱۴	۰/۱۴	۱	۱۱- کم‌توجهی به مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهر
۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۴۷	۱۲- عدم اطلاع رسانی و آگاهی لازم برای مشارکت بخش خصوصی
۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۸	۱۳- عدم‌سهولت دسترسی به جاده‌های اصلی کشور
۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۰۳	۱۴- فاصله و دسترسی نامناسب پروژه راه‌آهن در حال ساخت
۰/۱	۰/۱	۰/۷۵	۱۵- فصلی بودن فرصت‌های شغلی
۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۳۶	۱۶- محدودیت ناشی از شرایط آب و هوای سرد به ویژه در زمستان
۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۶۳	۱۷- فقدان برنامه مشخص برای ماه‌های سرد و برفی سال
۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۱۱	۱۸- کم‌عرض بودن مسیرها

مرحله چهارم: تدوین و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل در این مرحله با استفاده از اطلاعات حاصل از مراحل اول تا سوم، استراتژی‌های مناسب توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل تدوین و اولویت‌بندی شدند. به ازای مهم‌ترین نیروهای تغییب‌کننده و بازدارنده (نیروهای با رتبه ۱ تا ۵)، استراتژی‌های مناسب تدوین می‌شوند. در تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل، از نظریات متخصصین و صاحب‌نظران عرصه گردشگری این شهر و همچنین نتایج یافته‌های پژوهش استفاده شده است. به عبارتی معیارهای مدنظر برای تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر اردبیل عبارت بودند از: ۱- علاقه ذی‌نفعان توسعه شهر اردبیل که شامل مسئولین و مدیران رده بالا و متوسط در سازمان‌های مرتبط با این موضوع بوده است. ۲- اثربخشی استراتژی‌ها: در این راستا سعی شد تا استراتژی‌هایی که از اثربخشی مناسبی برای تحریک عوامل و نیروهای تغییب‌کننده و همچنین

نتایج جدول ۶ و ۷، اولویت زیرمعیارهای تحقیق را نسبت به هدف تحقیق نشان می‌دهد. در بین نیروهای ترغیب‌کننده زیرمعیار ایجاد اشتغال با ضریب ۰/۰۹۰ بالاترین اولویت را کسب کرده است و زیرمعیارهای درآمدزایی، افزایش سالیانه گردشگران ورودی به شهر، پتانسیل بالای شهر برای جذب سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری، بهبود زیرساخت‌ها و خدمات عمومی به ترتیب با ضرایب ۰/۰۷۸، ۰/۰۷۶، ۰/۰۴۸۳ و ۰/۰۶۲ اولویت‌های ۲ تا ۵ را به دست آوردند. در بین نیروهای بازدارنده؛ زیرمعیار کم‌توجهی به مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری با ضریب ۰/۱۴۱، بالاترین اولویت را کسب نموده است و زیرمعیارهای فقدان برنامه‌های کارآمد و جامع در زمینه گردشگری در سطح شهر، فصلی بودن فرصت‌های شغلی، حاکمیت دیدگاه بخشی در اجرای پروژه‌ها در وضع موجود، فقدان برنامه مشخص برای ماه‌های سرد و برفی در امر گردشگری، اولویت‌های ۲ تا ۵ را به دست آوردند.

با مراکز استانی و ملی برای ایجاد هماهنگی در برنامه ریزی واقع بینانه در توسعه گردشگری شهر.

A-4؛ سرمایه‌گذاری اصولی در توسعه زیرساخت‌های گردشگری، متناسب با نیازهای جامعه شهری و گردشگران ورودی به شهر و توسعه و تجهیز شهر از نظر تسهیلات و تجهیزات گردشگری؛ از قبیل اماکن رفاهی و اقامتی، مراکز بهداشتی و درمانی و حمل و نقل با حمایت‌های دولتی، همچنین ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف گردشگری در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد به این مکان‌ها و جاذبه‌ها و جلوگیری از بین رفت و تخریب آن.

A-5؛ ساماندهی و نظم‌بخشی تک عناصر گردشگری، تاریخی، هویتی، فضاهای باز و پراکنده درون و برون شهری در یک سامانه کلی گردشگری در سطح شهر و ایجاد صندوقی برای حمایت و مدیریت مناطق زیبا و جذاب در شهر و مرمت آثار و ابنيه تاریخی.

A-6؛ زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت‌های بخش خصوصی و کارآفرینان برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری شهر با حمایت دولت؛ همچون پرداخت یارانه و تسهیلات بانکی و نظایر آن و بازنگری در اجرای طرح‌ها و پروژه‌های فعلی و نحوه استفاده از مشارکت‌های مردمی در بخش گردشگری به منظور واگذاری کارها به مردم محلی

A-7؛ سرمایه‌گذاری در انواع گردشگری به‌ویژه گردشگری زمستانی، همچون برپایی جشنواره‌های زمستانی با محوریت بازی‌های برفی، یخی و تندیس‌سازی، برگزاری برنامه‌های موسیقی، آئین‌های سنتی، پخت غذاهای محلی، برگزاری مسابقات مختلف ورزش‌های زمستانی با برف و یخ و ایجاد نمایشگاهها و بازارهای زمستانه برای جلوگیری از رکود گردشگری در ایام سرد سال و کاهش وابستگی فصلی جریان‌های گردشگری به فصل تابستان (جدول ۸).

کنترل مؤثر نیروهای بازدارنده و منفی استفاده شود. ۳- کارایی: بر این اساس سعی شد در تدوین استراتژی‌ها از استراتژی‌هایی استفاده شود که با توجه به میزان منابع موجود در سطح شهر، بیشترین منفعت اقتصادی و اجتماعی را به همراه داشته باشند و از اتلاف منابع جلوگیری کنند.

در نهایت، استراتژی‌های مناسب جهت توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل به شرح زیر ارائه می‌گردد: **A-1؛ بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فراورده‌های گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای مردم شهر اردبیل، همچنین تنوع‌بخشی و ایجاد بازارها و عرضه صنایع دستی و سایر مشاغل وابسته و مکمل فعالیت‌های گردشگری؛ از جمله فروش لبندیات و عسل به منظور اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد پایدار در مناطق جاذب گردشگری به خصوص منطقه نمونه**

گردشگری شورابیل

A-2؛ بازنگری و اصلاح قوانین گردشگری با تأکید بر گردشگری پایدار و تهیی طرح‌های راهبردی گردشگری در مقیاس‌های شهری، همچنین تشویق مردم به مشارکت در امر توسعه صنعت گردشگری برای کسب درآمد و دادن امتیاز خاص به سرمایه‌گذاران به خصوص (بخش خصوصی) در زمینه گردشگری.

A-3؛ ایجاد هماهنگی در بین اداره‌ها و نهادهای خصوصی و دولتی جهت یکپارچه‌سازی گردشگری پایدار در شهر و تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه گردشگری و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و ثبات در مدیریت برای اجرای طرح‌های بلندمدت، به منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای توسعه گردشگری به وسیله برگزاری نشسته‌ها و به کارگیری تدبیر مدیریتی هماهنگ کننده با حضور سازمان‌های دولتی، غیردولتی، مردم و کارآفرینان، همچنین تعامل بیشتر مسئولان شهر

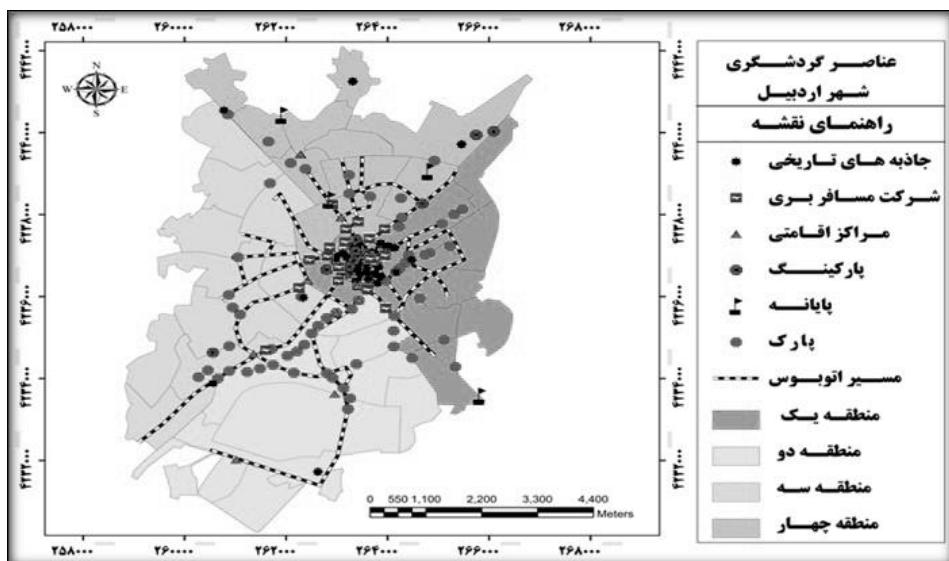
جدول ۸- اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل

استراتژی	اقتصادی	محیطی		
فرهنگی اجتماعی	نهادی			
A-1	۰/۲۴۱	۰/۲۳۱	۰/۲۵۵	۰/۲۷۵
A-2	۰/۲۶۵	۰/۳۴۲	۰/۱۹۸	۰/۱۲۲
A-3	۰/۲۴۵	۰/۳۳۳	۰/۲۴۱	۰/۱۸۹
A-4	۰/۲۶۳	۰/۲۹۸	۰/۲۴۳	۰/۳۲۰
A-5	۰/۲۴۱	۰/۲۴۷	۰/۱۸۷	۰/۱۸۳
A-6	۰/۲۵۷	۰/۴۱۰	۰/۱۶۵	۰/۳۶۲
A-7	۰/۲۶۶	۰/۳۲۱	۰/۲۴۵	۰/۲۳۷
	۰/۲۴۷	۰/۲۵۲	۰/۳۳۰	۰/۲۱۲
	۰/۲۵۸	۰/۱۷۵	۰/۲۸۷	۰/۱۳۰
	۰/۳۰۱	۰/۲۴۱	۰/۲۴۵	۰/۱۴۷
	۰/۲۴۱	۰/۲۰۳	۰/۱۹۹	۰/۲۰۸
	۰/۲۵۱	۰/۲۱۴	۰/۲۰۰	۰/۱۹۷
	۰/۱۸۰	۰/۱۹۰	۰/۱۷۹	۰/۱۵۴
	۰/۲۱۲	۰/۲۶۳	۰/۲۵۰	۰/۲۸۸

جغرافیایی (GIS)، الگوهای فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل شناسایی و تحلیل فضایی عناصر گردشگری شهر صورت گرفت. عناصر گردشگری که در این تحقیق ارزیابی شده‌اند شامل: جاذبه‌های گردشگری (جاده‌های تاریخی و پارک‌های تفریحی)، تسهیلات حمل و نقل، مراکز اقامتی، شرکت‌های مسافربری، پارکینگ‌ها و پایانه‌ها می‌باشند که در سطح شهر قرار گرفته‌اند. نقشه ۲ پراکنش فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل را شنان می‌دهد.

نتایج جدول ۸ حاکی از آن است که در بین استراتژی‌های ارائه شده؛ استراتژی A-1 با مقدار ۰/۲۱۸ از بیشترین اولویت برخوردار شده و پس از آن استراتژی‌های A-2، A-3، A-4، A-5 و A-6 به ترتیب با مقدادر ۰/۱۶۴، ۰/۱۱۵، ۰/۱۱۳، ۰/۱۱۵ و ۰/۱۰۲ رتبه‌های ۲ تا ۷ را کسب کرده‌اند.

تحلیل الگوهای فضایی پراکندگی عناصر گردشگری شهر اردبیل با استفاده GIS
در پژوهش حاضر با استفاده از سامانه اطلاعات



نقشه ۲- پراکنش فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل

گردشگران و جهانگردان زیادی باشد. شهر اردبیل، از قابلیت فراوانی در بخش گردشگری برخوردار است و چنانچه این قابلیتها به طور صحیح استفاده شود، مجموعه‌ای منحصر به فرد، در زمینه گردشگری فراهم خواهد شد که می‌تواند به عنوان یک صنعت، در جهت توسعه اقتصادی این شهر عمل کند و بسیاری از خلاهای اقتصادی را پرکرده و گامی بلند در توسعه گردشگری بردارد. بر این اساس هدف پژوهش حاضر، مطالعه برنامه‌ریزی تقویت زیرساخت‌های اقتصادی با تأکید بر توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل می‌باشد که با استفاده از روش فرایند تحلیل شبکه (ANP)، مهم‌ترین نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده گردشگری، تجزیه و تحلیل شدنده تا مناسب‌ترین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار شهر اردبیل، شناسایی و اولویت‌بندی شوند. دستاوردهای پژوهش حاضر نشان داد که شهر اردبیل با وجود داشتن نیروهای ترغیب‌کننده برای توسعه پایدار گردشگری با نیروهای بازدارنده توسعه گردشگری نیز روبه‌رو می‌باشد که نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع نیروهای بازدارنده و استفاده از نیروهای ترغیب‌کننده می‌باشد. نتایج پژوهش نشان دادند که معیار اقتصادی در بین معیارهای دیگر تحقیق، ارزشمندترین معیار محسوب می‌شود و در بین نیروهای ترغیب‌کننده، زیرمعیار ایجاد اشتغال و در بین نیروهای بازدارنده، زیرمعیار عدم استفاده از مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری، مهم‌ترین زیرمعیار مشخص هستند. نتایج یافته‌های این پژوهش در خصوص نقش زیرساخت‌های اقتصادی در توسعه گردشگری با نتایج یافته‌های حیدری چیانه (۱۳۸۳) و مشکینی و همکاران (۱۳۹۱)، مطابقت دارد. همچنین در بین استراتژی‌های ارائه شده برای توسعه پایدار گردشگری شهر اردبیل، راهبرد بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای مردم شهر اردبیل، به عنوان

شكل (۲)، الگوهای فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل که از لایه‌های مختلف تشکیل شده بود، با استفاده از سامانه اطلاعات جغرافیایی (GIS) تلفیق شد و مشخص گردید که فضای گردشگری شهر اردبیل تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته و بخش مرکزی شهر را پوشش می‌دهد (نقشه ۲). بیشتر جاذبه‌های شهر اردبیل، از نوع انسان‌ساخت و در سطح محلی هستند. مرکز متوسط جاذبه‌های تاریخی، در منطقه ۱ که بافت قدیم شهر اردبیل را شامل می‌شود قرار گرفته‌اند. توزیع فضایی پارک‌ها در شهر، بیشتر در مناطق یک، دو و چهار پراکنده شده‌اند و با توجه به این‌که بیشتر جاذبه‌های گردشگری در مناطق ۱ و ۲ قرار دارند؛ لذا گردشگران به راحتی می‌توانند به فضای سبز جهت استراحت و تفریح دسترسی پیدا کنند. نقطه مرکز متوسط مراکز اقامتی در خیابان امام خمینی، واقع در منطقه ۱ است، لذا قرارگیری آن در این قسمت به علت تجمع جاذبه‌های گردشگری در این بخش است. در شهر اردبیل تنها ۱۲ مکان به عنوان پارکینگ ثبت شده است که عموماً در منطقه ۱ قرار گرفته‌اند و به غیر از این منطقه، شهر وندان و گردشگران جهت پارک وسیله نقلیه خود از فضاهای باز و مناطقی که در حال حاضر متروکه هستند و همچنین از پارک حاشیه‌ای در کنار خیابان‌ها، استفاده می‌کنند. شرکت‌های مسافربری در شهر اردبیل، بیشتر در مناطق ۱ و ۴ پراکنده شده‌اند. از نظر تعداد شرکت‌های مسافربری، شهر، کمبودی ندارد. پایانه‌های شهر اردبیل عموماً در منطقه ۴ قرار گرفته‌اند که عدم تداخل آن با ترافیک درون‌شهری، از مزیت‌های ساختار حمل و نقل شهر اردبیل است. مسیرهای اتوبوس‌رانی، تقریباً از توزیع مناسبی در سطح شهر برخوردارند؛ به استثنای شهرک‌های نوساز که هنوز به طور کامل ساخته نشده‌اند.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

ایران، جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی بی‌شماری دارد که هر کدام از آن می‌تواند پذیرای

می‌شوند، در این راستا بهتر است مراکز اقامت‌گاهی و رفاهی در این دو منطقه توسعه یابد. علاوه بر این موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری بهمنظور جلب رضایت گردشگران
- سرمایه‌گذاری در بخش‌های فرهنگی و آموزش مردم محلی جهت برقراری ارتباط مناسب با گردشگران
- وضع قوانینی برای حفظ و نگهداری جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی در شهر
- تهییه طرح‌های بازاریابی و تبلیغات و شناساندن پتانسیل‌های گردشگری شهر در سطح ملی و فرامالی
- ایجاد کمپ‌های فصلی جهت استقرار گردشگران در نقاط پرجاذبه گردشگری به‌ویژه در امتداد رودخانه بالکو (رودخانه ماهی) که با ازدحام گردشگران روبه‌روست.
- گسترش خدمات و امکانات زیربنایی لازم جهت بسطرسازی برای اقامت و تفریح گردشگران در همه ایام سال
- برگزاری نشست‌های تخصصی با مردم برای پذیرش و استقبال مناسب از گردشگران و تهییه بروشورها، مجلات، فیلم‌های آموزشی رایگان و توزیع آن بین مردم جهت تشویق آن‌ها در فرایند جذب گردشگر.

۷- منابع

ashrafzadeh, mohmadrضا؛ مددی، حسین؛ خادمی، نسترن؛ بنیادی، صدیقه. (۱۳۸۹). ارزیابی آثار محیط‌زیستی پروژه‌های گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: شهر جهانگردی بین‌المللی خلیج‌فارس). نشریه پژوهش‌های محیط‌زیست، ۱(۱)، ۹۲-۸۳.

bikmohmadi, hossen؛ خاتمی، مجتبی. (۱۳۸۹). تحلیلی بر ظرفیت‌ها و ارزش‌های اکوتوریستی سیستان و بلوچستان. چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی‌دانان جهان اسلام، زاهدان.

hatami-nizhad, hossin؛ شریفی، امیر. (۱۳۹۴). بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج). مجله گردشگری شهری، ۷۴-۶۱.

بهترین استراتژی مشخص شد. این یافته با نتایج یافته‌های غفاری‌گیلانده و همکاران (۱۳۹۶)، محمدپور زرندی و امینیان (۱۳۹۴)، همخوانی دارد. در بعد تحلیل الگوی فضایی عناصر گردشگری، منطقه ۱ شهر اردبیل به عنوان بافت قدیم در رتبه اول و بعد از آن، منطقه ۴ شهر در رتبه دوم، بیشترین عناصر گردشگری شهر را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین در راستای یافتن پاسخ علمی به سؤال اصلی پژوهش مبنی بر اینکه بهترین راهکار یا استراتژی پیشنهادی برای توسعه گردشگری شهر اردبیل چیست، می‌توان گفت که راهکار اصلی تقویت زیرساخت‌های گردشگری شهر اردبیل باید بر ابعاد اقتصادی مرکز باشد و از طریق حمایت‌های دولتی، مردمی و بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها تقویت گردد.

با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهاد می‌گردد از طریق فراهم‌سازی ایستگاه‌های راهنمای گردشگری، اطلاعات لازم در اختیار گردشگران قرار داده شود. از جمله کارهایی که می‌توان در این زمینه انجام داد، نصب تابلوها راهنمای زبان‌های مختلف می‌باشد. بر این اساس در بعد برنامه‌ریزی برای گردشگری پایدار شهر اردبیل باید به عامل اشتغال توجه زیادی شود و مدیریت غیرپایدار (مدیریت غیرتخصصی، ساختارهای فرآنانویی قدرت، نگاه ارزشی مدیران به صنعت گردشگری، مدیریت بدون بودجه و مدیریت ناتوان)، از بدنه صنعت گردشگری شهر حذف گردد. همچنین از بعد فضایی باید منطقه ۱ و تا حدودی منطقه ۴ شهر اردبیل از نظر زیرساخت‌های گردشگری پوشش کامل داده شود تا گردشگران با رضایت کامل از گردشگری در شهر لذت ببرند و این شهر را دوباره در برنامه‌های تفریحی خود قرار دهند.

همچنین براساس نتایج این پژوهش، توزیع پایانه‌های گردشگری و دفاتر مربوط به شرکت‌های مسافربری بیشتر در مناطق یک و چهار قرار دارند که به عنوان دروازه‌های ورود گردشگری به شهر مطرح

- حسن پور، محمود؛ احمدی، زینب؛ الیاسی، حسن. (۱۳۸۹). تعیین ظرفیت پذیرش گردشگری در مناطق کویری و بیابانی ایران نمونه موردی شهداد منجاناب- بندر ریگ و مصر- فرحداد. *فصلنامه مطالعات گردشگری* ۱۴(۱۳)، ۱۹۷-۱۷۷.
- حیدری ساربان، وکیل؛ مجنوی توخانه، علی؛ نیرومند شیشوان، صغیری. (۱۳۹۵). سنجش و ارزیابی فرایند پایداری در روستاهای گردشگرپذیر مطالعه موردی: شهرستان عجبشیر- محور توریستی قلعه چایی. *فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۲۳(۱)، ۱۱۲-۹۳.
- حیدری ساربان، وکیل؛ نیرومند شیشوان، صغیر؛ مجنوی توخانه، علی؛ نقابی، محبوبه. (۱۳۹۶). بررسی و ارزیابی نقش اجرای طرح هادی در توسعه گردشگری روستاهای توریستی مطالعه موردی: روستای توریستی صور در شهرستان بناب. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، ۴۶(۱۵)، ۱۰۰-۷۹.
- حیدری چیانه، رحیم. (۱۳۸۳). ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران. پایان‌نامه دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- شرکت مهندسین مشاور طرح و کاوش. (۱۳۸۶). طرح جامع شهر اردبیل.
- ضیاء‌توان، محمدحسن؛ بیرون‌نژاده، مریم؛ درویشی، هدایت‌الله. (۱۳۹۳). پیامدهای فضایی توسعه صنعت گردشگری و سیاست‌های نوسازی و بهسازی در بافت تاریخی باشهر میبد با تأکید بر عوامل کالبدی- محیطی. *دوفصلنامه پژوهش‌های منظر شهر*، ۱(۱)، ۷۸-۶۷.
- غفاری گیلاند، عطا؛ دهدزاده سیالابی، پروین؛ قدیمی، مریم. (۱۳۹۶). رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری براساس پتانسیل جذب گردشگر با استفاده از مدل تاکسونومی عددی (مورد مطالعه: شهرستان خوی). *فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری*، ۲۰(۵)، ۱۲۶-۱۱۳.
- محمدپور زرندی، حسین؛ امینیان، ناصر. (۱۳۹۴). ارزیابی قابلیت‌های بازارآفرینی پیاده‌راه‌های گردشگری از منظر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: خیابان ۱۵ خرداد تهران). *فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری*، ۲۳(۱۱)، ۲۳-۱.
- محمدی ده‌چشم، پژمان. (۱۳۹۶). تحلیل راهبردی تنگناها و فرصت‌های توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی:
- شهر شهربکرد). *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۴۳(۱۷)، ۳۷-۱۹.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). نتایج آمارگیری از گردشگران ملی، مشکینی، ابوالفضل؛ سلطان‌زاده، اکبر؛ رحمتی، اکبر؛ زارعی، یوسف. (۱۳۹۱). فرصت‌ها و معضلات توسعه صنعت گردشگری شهر مراغه. *فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری*، ۱۱(۱)، ۸۳-۱۰۱.
- Agamirova, E. V., Agamirova, E. V., Lebedeva, O. Y., Lebedev, K. A. E., & Ilkevich, S. V. (2017). Methodology of estimation of quality of tourist product. *Calitatea*, 18(157), 82.
- Agiomirgianakis, G., Serenis, D., & Tsounis, N. (2014). Exchange rate volatility and tourist flows into Turkey. *Journal of Economic Integration*, 700-725.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28(6), 1383-1399.
- Bimonte, S., & Punzo, L. F. (2016). Tourist development and host-guest interaction: An economic exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 58, 128-139.
- Collins, S. E., Taylor, E., Jones, C., Haelsig, L., Grazioli, V. S., Mackelprang, J. L., ... & Clifasefi, S. L. (2018). Content analysis of advantages and disadvantages of drinking among individuals with the lived experience of homelessness and alcohol use disorders. *Substance use & misuse*, 53(1), 16-25.
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Introduction: from disabled tourists to accessible tourism. *Accessible tourism: Concepts and issues*, 1-20.
- Fang, B., Ye, Q., & Law, R. (2016). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*, 57(3), 264-267.
- Fennell, D. A. (2015). Ethics in tourism. In *Education for sustainability in tourism* (pp. 45-57). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Kabassi, K. (2017). *Evaluating websites of museums: State of the art*. *Journal of Cultural Heritage*, 24, 184-196.

- Koens, K., & Thomas, R. (2015). Is small beautiful? Understanding the contribution of small businesses in township tourism to economic development. *Development Southern Africa*, 32(3), 320-332.
- Laiola, E., & Giungato, P. (2018). Wind characterization in Taranto city as a basis for innovative sustainable urban development. *Journal of Cleaner Production*, 172, 3535-3545.
- Liu, C. H. S., & Chou, S. F. (2016). Tourism strategy development and facilitation of integrative processes among brand equity, marketing and motivation. *Tourism Management*, 54, 298-308.
- McKercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208.
- Moutinho, L., & Vargas-Sánchez, A. (Eds.). (2018). *Strategic Management in Tourism, CABI Tourism Texts*. CABI.
- Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46, 623-634.
- Packer, J., Ballantyne, R., & Hughes, K. (2014). Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues: Implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tourism Management*, 44, 101-107.
- Redi, F., & Fernandez, J. I. P. (2018). Describing Coopetition Among Destinations: Evidence From the UNWTO Silk Road Program. In *Ethics and Decision-Making for Sustainable Business Practices* (pp. 217-238). IGI Global.
- Rogerson, C. M. (2018). Towards pro-poor local economic development: the case for sectoral targeting in South Africa. In *Local Economic Development in the Changing World* (pp. 75-100). Routledge.
- Shakeela, A., & Weaver, D. (2018). Participatory Planning and Tourism Development in the Maldives: A Prerequisite of Sustainability?. In *Managing Asian Destinations* (pp. 73-85). Springer, Singapore.
- Sinclair-Maragh, G., Gursoy, D., & Vieregge, M. (2015). Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 36-45.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge.
- Snijman, S. L. (2012). The role of tourism employment in poverty reduction and community perceptions of conservation and tourism in southern Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 395-416.
- Solnet, D. J., Ford, R. C., Robinson, R. N., Ritchie, B. W., & Olsen, M. (2014). Modeling locational factors for tourism employment. *Annals of Tourism Research*, 45, 30-45.
- Travel, W. T. T. C. (2015). WTTC Travel & Tourism Economic Impact Armenia (2016).
- Visser, G. (2017). *Festival tourism in urban Africa: the case of South Africa Urban Tourism in the Developing World* (pp. 109-134): Routledge.
- Wall, G. (2016). Tourism and development: Towards sustainable outcomes. In *Cultural tourism and sustainable local development* (pp. 49-64). Routledge.
- Wise, N. (2016). Outlining triple bottom line contexts in urban tourism regeneration. *Cities*, 53, 30-34.
- Yang, L., & Wall, G. (2016). *Planning for ethnic tourism*: Routledge.
- Zamfir, A., & Corbos, R. A. (2015). Towards sustainable tourism development in urban areas: Case study on Bucharest as tourist destination. *Sustainability*, 7(9), 12709-12722.