

تحلیلی بر ظرفیت‌های گردشگری پایدار شهری، مطالعه موردی: شهر یزد^۱

علی موحد^۳، علی شماعی^۲، فرزانه ساسان پور^۳، منصور ارجمندی^۴

تاریخ وصول: ۱۳۹۹/۰۳/۰۶ تاریخ تأیید: ۱۳۹۹/۱۱/۲۷

چکیده ÷

مفهوم ظرفیت یک ابزار مهم در جهت تحقق گردشگری پایدار در چهارچوب توسعه پایدار می‌باشد. عدم توجه به مقوله ظرفیت در صنعت گردشگری موجب بروز تخریب‌های غیر قابل جبران بر محیط زیست و مناطق گردشگری طبیعی و همچنین عدم رضایتمندی بازدیدکنندگان و مردم بومی منطقه گردشگری می‌شود. مهم‌ترین مرحله برنامه‌ریزی و گسترش گردشگری در سطح یک منطقه خاص، تحلیل ظرفیت‌های موجود در آن است. چراکه عدم توجه به ظرفیت‌ها با طرح‌ریزی نادرست و عدم توجه به توان اکولوژیکی منطقه، عدم تعادل بین حجم و نوع فعالیت‌های تفرجگاهی، عدم توجه به ظرفیت برد منطقه، عدم توجه به امکانات و عوامل زیربنایی (نوع و کمیت) لازم برای توسعه فیزیکی و عدم توجه به ماهیت فصلی تفرج و نوسانات در طول سال می‌تواند به‌عنوان یک عامل تهدید کننده محیط‌زیست تلقی شود. هدف از انجام این تحقیق، شناسایی و تحلیل ظرفیت‌های گردشگری شهر یزد می‌باشد. این تحقیق از نوع کاربردی و روش انجام آن توصیفی - تحلیلی می‌باشد. اطلاعات تحقیق به وسیله پرسشنامه از ۴۰۰ نفر از گردشگران و شهروندان و همچنین ۳۰ نفر کارشناس (به عنوان حجم نمونه) تکمیل و سپس به وسیله آزمون T، روش دلفی و آنتروپی شانون مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد می‌توان با اتکاء به ظرفیت‌های بالای گردشگری شهر یزد در سه سطح فردی، محیطی و سازمانی و جذب نیروهای متخصص در زمینه گردشگری، بهره‌گیری از پتانسیل‌های بافت قدیم این شهر، و با شناسایی محورهای گردشگری پایدار، و برگزاری جشنواره‌های متنوع در جهت رونق اقتصادی و مانند آن بسیاری از نقصانهای کنونی در پاسخگویی به نیازهای گردشگران را برطرف نمود و فضای گردشگری پایدار شهری یزد را توسعه داد.

کلیدواژگان: گردشگری پایدار، ظرفیت گردشگری، گردشگری شهری، شهر یزد

۱- این مقاله مستخرج از رساله دکتری تحت عنوان تحلیل ظرفیت‌های تحقق گردشگری پایدار شهر یزد در دانشگاه خوارزمی است.

۲- نویسنده مسدول: Movahed@khu.ac.ir

۳- دانشیار جغرافیا دانشگاه خوارزمی

۴- دانشجوی دکتری جغرافیای و برنامه ریزی شهری دانشگاه خوارزمی

مقدمه و بیان مسأله

گردشگری یکی از صنایع کلیدی در جامعه است که می‌تواند توجه برنامه ریزان را جلب کند، از طرف دیگر حجم بالای مسافرت‌ها در سالیان اخیر موجب گردیده است که گردشگری به عنوان یکی از صنایع بزرگ در دنیا معرفی شود، به طوری که درآمد جهانگردی و گردشگری به همراه حمل و نقل در حدود ۱۷ درصد کل صادرات دنیا را تشکیل داده است (کوزلگر کالچی و دارابی، ۱۳۹۷). گردشگری در اغلب کشورهای جهان به‌ویژه جهان سوم، کلید اقتصاد بشمار می‌رود، تا جایی که در این کشورها گردشگری بیش از سایر برنامه‌های توسعه در اولویت قرار گرفته است (لی، ۱۳۸۷). در حال حاضر تغییر الگوی زندگی و به تبع آن تغییر در نیازهای انسان مدرن، تغییرات شتاب زده بافت‌ها در کنار لاینحل ماندن رفع نیازهای ساکنان، منجر به تضعیف و گسست دل‌بستگی مکانی در آن‌ها شده است (حیدری و محمدی، ۱۳۹۹). امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم در شناساندن هویت ملی و فرهنگی، تحصیلی، درآمد و رشد و پویایی اقتصاد شمرده می‌شود (مشیری و نظریان، ۱۳۸۵). مهم‌ترین مرحله برنامه‌ریزی و گسترش گردشگری در سطح یک منطقه خاص، تحلیل ظرفیت‌های موجود در آن است. چراکه عدم توجه به ظرفیت‌ها با طرح‌ریزی نادرست و عدم توجه به توان اکولوژیکی منطقه، عدم تعادل بین حجم و نوع فعالیت‌های تفرجگاهی، عدم توجه به ظرفیت برد منطقه، عدم توجه به امکانات و عوامل زیربنایی (نوع و کمیت) لازم برای توسعه فیزیکی و عدم توجه به ماهیت فصلی تفرج و نوسانات در طول سال می‌تواند به‌عنوان یک عامل تهدید کننده محیط‌زیست تلقی شود (Bhattacharya and Kumari, 2004: 198).

توسعه بیش از حد ظرفیت گردشگری تأثیرات منفی بر محیط محلی، منابع، فرهنگ اجتماعی و تاب‌آوری منطقه ای ایجاد می‌کند (Graymore, Sipe, & Rickson, 2010; Guan, Gao, Su, Li Hokao, 2011) حتی برخی از موضوعات اجتماعی مانند ازدحام بیش از حد، تخریب محیط زیست، ازدحام ترافیکی، کاهش کیفیت زندگی و تخریب فرهنگی، توجهات بیشتری را به خود جلب کرده است. این موضوعات را می‌توان به عنوان "گردشگری بیش از حد" تعریف کرد، به این معنی که سطح توسعه گردشگری از حداکثر حد مجاز فراتر رفته است. (Wang and others, 2020: 2)

منظور از ظرفیت گردشگری یک منطقه خاص، در وهله اول وجود جاذبه‌های متنوع گردشگری است و در حله دوم توانایی وجود امکانات و تسهیلات برای جذب تعدادی خاص گردشگر است (Hall, 2000). لازمه توسعه فعالیت گردشگری و جذب گردشگران بیشتر، برنامه‌ریزی مناسب برای همه عناصر و اجزای تشکیل‌دهنده گردشگری، از جمله جاذبه‌های مهیا است؛ به طوری که بتوانند رضایت خاطر گردشگران را فراهم آورند. این موضوع نشان می‌دهد که ظرفیت‌های طبیعی و درواقع جاذبه‌های ممکن در سطح کشور وجود دارد، اما برنامه‌ریزی مناسب برای جذب و توسعه گردشگری وجود ندارد. به عبارت دیگر اگر بنا باشد ظرفیت را در سه سطح فردی، سازمانی و محیطی در نظر بگیریم (موحد، ۱۳۸۶) ظرفیت‌های گردشگری در ایران وجود دارد لیکن ظرفیت‌های نهادی و سازمانی به‌درستی عمل نمی‌کنند. در این راستا گردشگری پایدار یکی از راهکارهای توسعه گردشگری است که بسیار رواج یافته و گردشگران خلاق مقاصد جدید را به منظور کسب یک تجربه منحصر به فرد جستجو می‌کنند. در واقع گردشگری پایدار در پی افزودن راهکارهای جدید جهت توسعه گردشگری است. در این نوع از گردشگری کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری، تأمین نیازهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات است (هورنگ و همکاران، ۲۰۱۶). گردشگری پایدار به معنای گردشگری است که توسعه و بقا یافته در یک حوزه (جامعه و محیط) و در همان روش و مقیاس در یک دوره نامحدود باقی می‌ماند و باعث ایجاد مخاطرات و تنزل و ممانعت از توسعه برای

محیطی که در آن رشد کرده نمی‌شود و فرصت انجام مناسب دیگر فعالیتها و فرآیندها را محدود نمی‌کند. امکانات موجود در شهرهای ایران از جمله شهرهای مجاور کویر مرکزی و شهرهایی با تاریخ کهن، مانند شهر یزد نشان می‌دهد که ایران ظرفیت بسیار بالایی برای پذیرش گردشگران داخلی و خارجی را دارا می‌باشد، که از این رهگذر می‌توان به دستاوردهای مهمی در زمینه توسعه گردشگری و به تبع آن توسعه زیرساختها، ایجاد اشتغال، درآمدزایی ارزی و غیره دست یافت (ضیایی و عباسی، ۱۳۹۷).

امکانات موجود در شهرهای ایران از جمله شهرهای مجاور کویر مرکزی و شهرهایی با تاریخ کهن، مانند شهر یزد نشان می‌دهد که ایران ظرفیت بسیار بالایی برای پذیرش گردشگران داخلی و خارجی را دارا می‌باشد، که از این رهگذر می‌توان به دستاوردهای مهمی در زمینه توسعه گردشگری و به تبع آن توسعه زیرساختها، ایجاد اشتغال، درآمدزایی ارزی و غیره دست یافت. شهر یزد نیز به دلیل موقعیت نسبی و همچنین برخورداری از ظرفیت طبیعی، تاریخی و فرهنگی فراوان و مطرح شدن به‌عنوان دومین شهر خشتی جهان پس از شهر ونیز ایتالیا از سوی سازمان بین‌المللی یونسکو، فرصت بی‌نظیری برای توسعه گردشگری به حساب می‌آید. به‌طور کلی شهر یزد به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های گردشگری بالقوه و بالفعل، سرمایه‌های لازم و اولیه گردشگری از قبیل منابع طبیعی زیبا و جذاب و همچنین سرمایه‌های مصنوعی واجد ارزش تاریخی و فرهنگی، استعداد زیادی برای افزایش ظرفیت‌های گردشگری، برای جذب گردشگر و قابلیت بالایی در جذب سرمایه برای ایجاد صنعت گردشگری پایدار و خدمات وابسته به آن را چون هتلداری و رستوران دارد که هر چه توجه بیشتری به این سرمایه‌ها و فرصت‌ها شود، زمینه حضور فعال در عرصه منطقه‌ای و جهانی صنعت گردشگری فراهم خواهد شد. نگرش خلاق یا همان نگرش مبتکرانه سبب می‌شود که افراد از دریچه‌ای دیگر (غیر تکراری) به پیرامون خود توجه کنند و یا با فکری نو از زاویه‌ای جدید و خلاقانه به ارائه روشهای متفاوت پرداخته و تحولی جدید ایجاد کنند. در حقیقت در فرآیند نگرش خلاقانه روزمرگی و ایستاییها در هم می‌شکنند و بازتعریف‌های هرمنوتیک شکل می‌پذیرد. با توجه به مطالب ذکر شده، تحقیق حاضر به بررسی ظرفیت‌های گردشگری شهر یزد و توجه ویژه به ظرفیت‌های موجود این شهر پرداخته تا با ارائه راهکارهایی زمینه حضور فعال شهر یزد در عرصه منطقه‌ای و جهانی صنعت گردشگری فراهم شود.

مبانی نظری

مفهوم ظرفیت برد اولین بار در اوایل دهه ۱۹۶۰ در تفریح ارائه شد (Mexa & Coccossis, 2004). دانشمندان آن را عمدتاً از دیدگاه‌های بوم‌شناختی، اقتصادی و اجتماعی توضیح می‌دهند. مفهوم ظرفیت به عنوان تعداد گردشگرانی توصیف می‌شود که یک منطقه استاندارد از سرزمین می‌تواند بدون تأثیری بر کارکرد محلی بومی (Hawkins & Roberts, 1997; Martin & Uysal, 1990)، صدمه‌ای به تأسیسات طبیعی آن وارد کند (Mexa & Coccossis, 2004)، یا باعث ازدحام بیش از حد امکانات و زیرساخت‌های موجود می‌شود (Roe, 1997; Leader-Williams & Dalal-Clayton, 1997). از جنبه اقتصادی نیز به عنوان تعداد گردشگرانی که مقصد می‌تواند تحمل و جذب کند بدون فشار اقتصادی یا تأثیرات منفی بر اقتصاد در نظر گرفته می‌شود (Swarbrooke, 1999).

مفهوم ظرفیت‌سازی به دلیل رویکردهای مختلفی که دارد یک تعریف روشن و کامل از آن دشوار است؛ چراکه در حوزه‌های مختلف اقتصادی اجتماعی، فرهنگی و ... تعاریف ویژه‌ای از آن شده است؛ اما با این وجود ظرفیت‌سازی را یک روش نظامند و هدفمند و همراه با برنامه‌ریزی مدون برای تغییر بینش‌ها، باورها، نگرش‌ها و ساختارها تعریف می‌نمایند و بر همین اساس ظرفیت‌سازی نمی‌تواند یک جریان موقت و کوتاه‌مدت برای توسعه یافتگی شهری باشد بلکه باید آن را برنامه‌ای بلندمدت برای بهبود اثربخشی در ابعاد مختلف توسعه دانست که

وظیفه اصلی و اساسی آن متحول نمودن شهر ایستا به پویا در قالب یک توسعه‌یافتگی پایدار است. ظرفیت‌سازی بستر آمایش و آماده‌سازی و برنامه‌ریزی برای توسعه و تقویت بنیان‌های فضایی-کالبدی، اقتصادی و اجتماعی و یک دانش و بینش آینده‌محور در سطح کلان است که جوامع انسانی را وادار می‌کند در پی بهره‌برداری بهینه از منابع تجدیدناپذیر و یا تجدیدپذیر باشد. مفهوم ظرفیت‌شناسی در دو دهه اخیر از سوی بیشتر دولت‌ها در کشورهای جنوب برای سطح ارتقای مهارت‌ها و توانایی‌ها در رسیدن به منظورهای خاصی که عمدتاً دارای مضمون‌های اجتماعی و اقتصادی است به کار گرفته شد و در این راستا کمیسیون توسعه پایدار سازمان ملل متحد (UNDP) در سال ۱۹۹۱ ظرفیت‌سازی را ایجاد محیطی توانمند از طریق به‌کارگیری سیاست‌ها و چارچوب‌های قانونی مناسب، توسعه نهادی، مشارکت اجتماعات محلی (به‌ویژه زنان)، توسعه منابع انسانی و تقویت سامانه‌های مدیریتی تعریف نموده است و به عبارت دیگر UNDP ظرفیت‌سازی را فرآیندی مداوم و بلندمدت می‌داند که در طی آن همه عناصر و نهادهای اجتماعی اعم از اجتماعات محلی، نهادهای محلی خدمات رسانی، نهادهای غیردولتی، مؤسسات حرفه‌ای و دانشگاهی و ... در آن مشارکت دارند (علیزاده، ۱۳۸۲). همچنین در سال ۱۹۹۶ کمیسیون توسعه پایدار سازمان ملل متحد، ظرفیت‌سازی را این‌چنین تعریف می‌نماید: «ظرفیت‌سازی مشابه واژه توسعه پایدار با دامنه گسترده‌ای از مفاهیم در ابعاد انسانی، علمی، فرهنگی، نهادی، مالی و فنی در ارتباط است. در واقع فرآیندی است که در طی آن دولت‌ها و نهادهای محلی و اجتماعات محلی، مهارت‌ها و دانش خود در زمینه مدیریت منابع محیطی و طبیعی به نحوی پایدار در طی فعالیت‌های روزانه خود ارتقاء دهند.» ظرفیت‌سازی فرآیندی است که در طی آن اشخاص و گروه‌ها، فعالیت مسئولیت‌های جدیدی را که از آن تحت عنوان یادگیری از طریق انجام امور نام‌برده می‌شود، به عهده‌ها و می‌گیرند (Tucker, 1973). توسعه ظرفیتی در گردشگری را می‌توان توانایی شرکت افراد جامعه در فعالیت‌های گردشگری دانست. به نوعی که منجر به تقویت منابع انسانی، سازماندهی و ظرفیت‌های فردی شود و باعث پیشرفت افراد، سازمان‌ها و جوامع در مدیریت و انجام امور و تغییر و پرورش پایدار می‌گردد. در مجموع ظرفیت‌سازی در سه سطح بررسی می‌شود (chen, 2016).

در سطح فردی؛ توسعه ظرفیتی حاکی از رشد مهارت‌ها و دانشی است که فرد را قادر به کنترل و نفوذ در امور جنبه‌های مختلف زندگی می‌نماید. به طور مثال در مورد گردشگری فرد می‌تواند نظرات و تصمیمات خود را به عنوان یک ذی‌نفع در جامعه محلی منعکس کند و در سرنوشت خود تأثیر داشته باشد.

سطح سازمانی؛ ظرفیت‌های فردی را تعیین خواهد کرد و مشخص می‌نماید که کدامیک می‌بایست مورد استفاده و تقویت قرار گیرد و به هر آنچه که کارآیی سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد مرتبط می‌گردد و شامل موارد زیر می‌شود:

- منابع انسانی (ظرفیت و توانایی افراد در سازمان)
- منابع فیزیکی (امکانات، تجهیزات، مواد و ...)
- منابع فکری و ذهنی (استراتژی سازمان، برنامه ریزی استراتژیک، مدیریت، دانش کسب و کار، فن آوری تولید، مدیریت برنامه، مدیریت فرآیند (به عنوان مثال، مهارت‌های حل مسأله، فرآیند تصمیم‌گیری، ارتباطات و ...).
- روابط درون سازمانی (مشارکت افراد، شبکه‌های کاری و ...)
- سیستم‌های انگیزشی و پاداش، فرهنگ مدیریت و رهبری

سطح جامعه و محیط؛ سیستم گسترده اجتماعی است که فرد و سازمان در آن تابعیت دارند و شامل همه قوانین و مقررات، سیاست‌ها، نیروهای قدرتمند اجتماعی و هنجارهای حاکم بر مشارکت‌های مدنی و ... می‌باشد. این محیط در واقع بستری مناسب برای پیاده سازی تکنیک‌های توسعه ظرفیتی است (cini, 2012).

جدول ۱: مؤلفه‌های توسعه ظرفیتی مدل UNDP

سطوح	مفهوم ظرفیت	مؤلفه‌ها
فردی	اراده و توانایی تنظیم اهداف و رسیدن به آنها با استفاده از دانش و مهارت‌های فردی	دانش، نگرش، مهارت، سلامت، ارزش و آگاهی
سازمانی	هر چیزی که بر عملکرد سازمان مؤثر باشد.	منابع انسانی (ظرفیت افراد در سازمان) منابع فیزیکی (امکانات، تجهیزات، مواد و سرمایه) منابع (استراتژی سازمان، برنامه ریزی استراتژیک، مدیریت، دانش کسب و کار، فن آوری تولید، مدیریت برنامه، فرآیند مدیریت، ارتباط بین سازمانی) ساختار سازمانی و روش‌های مدیریت که بر استفاده از منابع انسانی و دارایی‌های مادی و معنوی تأثیر می‌گذارد. (مانند فرهنگ سازمانی، سیستم انگیزه و پاداش) رهبری مدیران
محیطی	محیط و شرایط لازم برای نشان دادن ظرفیت در سطوح فردی و سازمانی است که شامل موارد زیر می‌باشد: سیستم‌ها و چارچوب لازم برای تشکیل و پیاده سازی سیاست‌ها و استراتژی‌های فراتر از یک سازمان انفرادی، مانند اداری، قانونی، فنی و سیاسی اقتصادی، محیط‌های اجتماعی و فرهنگی	مؤسسات رسمی (قوانین، سیاست‌ها، احکام، مقررات، قوانین عضویت) مؤسسات غیررسمی (آداب و رسوم، فرهنگ‌ها و هنجارها) سرمایه و زیرساخت‌های اجتماعی ظرفیت افراد بر سازمان‌ها در محیط

منبع: رمضان نژاد، ۱۳۹۸

گیتل و ویدال ظرفیت را به عنوان پتانسیلی برای بومیان جامعه به منظور عمل به تعهدات، منافع و اهداف جمعی تعریف می‌کند (مشیری و همکاران، ۱۳۹۰). ظرفیت جامعه، ویژگی‌هایی از جامعه تعریف می‌شود که آن را قادر به بسیج، تشخیص و حل مشکلات می‌کند (معصومی، ۱۳۸۸). و بهبود این ظرفیت از جمله راه‌های بهبود فرایند توسعه گردشگری و افزایش مزایای آن برای مقصدهای گردشگری در نواحی روستایی، حاشیه‌ای و در حال توسعه شناخته شده است. بهبود ظرفیت یا ظرفیت سازی به گستره‌ای از فعالیت‌ها مربوط می‌شود که افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها ظرفیت خود را برای تحقق توسعه پایدار بهبود می‌بخشند و اغلب با توانمند سازی و بسیج در جوامع محلی مرتبط است (London, 2000).

زمینه توانمند سازی جامعه و ظرفیت جامعه با یکدیگر همپوشانی دارند، زمانیکه ظرفیت جامعه افزایش می‌یابد، به توانمند سازی افراد منجر می‌شود. نظریه توانمند سازی افراد و جامعه با تواناییها و پتانسیلهای مردم برای ایجاد مواردی که به آنها سود می‌رساند بسیار ارتباط دارد و در واقع توانمند سازی مردم یا جامعه در مورد قابلیت‌های افراد می‌باشد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲). در صورت برنامه ریزی و توسعه از پیش اندیشیده شده، گردشگری می‌تواند منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ملی ایفا نماید. رشد شتابان گردشگری طی دهه‌های گذشته و آینده نگرهای مبتنی بر آن، همراه با تأکیدی که کارشناسان کشورهای رو به رشد بر تقویت و پشتیبانی این فعالیت در جهت اهداف توسعه پایدار در این ممالک روا می‌دارند، مفهوم تازه‌ای را تحت عنوان توسعه پایدار گردشگری مطرح کرده است. هدف اصلی گردشگری پایدار ارائه

روش‌های منطقی در بهره برداری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به کارگیری غیر منطقی این منابع است. به منظور پایداری شهر و کارکرد گردشگری آن، سرمایه‌های اجتماعی، فیزیکی و فرهنگی مقصد را باید به گونه‌ای پایدار برای توسعه گردشگری شهری مورد استفاده قرار داد. منظور از گردشگری شهری پایدار، حفظ ویژگی‌ها و خصایص جامعه محلی و حفاظت و ارتقای ابعاد مختلف محیط شهری (محیط انسان ساخت، طبیعی و فرهنگی) می‌باشد بنابراین مشخص شد که توسعه گردشگری پایدار به عنوان یک راهبرد مدیریتی برای مقصدها اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است (ضیایی و عباسی، ۱۳۹۷).

پیشینه تحقیق

ضیایی و عباسی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان چالشها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل به این نتیجه رسیدند که توسعه گردشگری پایدار از دو وجه عرضه و تقاضای گردشگری با آن مواجه است. از وجه عرضه با چالشهای چون ماهیت پیچیده سیستم گردشگری و وابستگی مقصد به کلان سیستمهای خارجی و از وجه تقاضا با چالشهای چون ماهیت منحصر به فرد تولید و مصرف تجربه گردشگری و اندازه واقعی بازار تقاضای گردشگری مواجه است.

مهاجر و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان بررسی نقش گردشگری خلاق هنر محور با تأکید بر آموزش صنایع دستی به کودکان شهر اصفهان انجام داده‌اند. یافته‌ها حاکی از اهمیت گردشگری خلاق هنر محور برای کودکان است؛ از اینرو پرورش کودکان و ارتقای خلاقیت آنان باید به یکی از اولویتهای متولیان گردشگری و صنایع دستی و حوزه کودک مبدل شود تا از این طریق فرهنگ و هنر به کودکان آموزش داده شده و موجب ارتقای خلاقیتشان شود.

راشکی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان شناسایی راهبردهای توسعه کارآفرینی گردشگری در منطقه آزاد چابهار و قشم را انجام دادند. نتایج حاصل بیانگر این است که راهبرد تنظیمی، راهبرد شناختی و راهبرد هنجاری به عنوان سه راهبرد کلی توسعه کارآفرینی گردشگری در مناطق آزاد محسوب می‌شوند.

امانپور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری شهری در راستای توسعه پایدار (مورد مطالعه: شهر شوشتر) را انجام دادند. نتایج تحقیق حاکی از پایین بودن سطح ابعاد کیفیت محیطی منطقه مورد مطالعه به میزان کمتر از حد متوسط در ابعاد جاذبه‌های گردشگری، امنیت آسایش، محیط اجتماعی و بصری و بالاتر از حد متوسط در بعد کیفیت عملکردی - ساختاری و کیفیت زیست محیطی می‌باشد. صفرآبادی و طبیعی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان توسعه گردشگری اجتماع محور با تأکید بر جنبه‌های قومی محلی (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه) را انجام دادند. یافته‌های تحقیق حاکی از این است که اکثر پاسخگویان نمایه‌های قومی - فرهنگی اثرگذار در توسعه گردشگری قومی در سطح کرمانشاه را ضعیف و متوسط ارزیابی کرده‌اند. اسماعیل‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی پایداری گردشگری و تعیین راهبرد بهینه توسعه گردشگری در بندرانزلی به تحلیل ویژگی‌های و ظرفیتهای گردشگری در بندرانزلی پرداخت. در نهایت برای توسعه گردشگری بندر انزلی با استفاده از مدل SWOT پیشنهادهایی مانند تبلیغات پتانسیل‌های بندر انزلی در جهت جذب گردشگران خارجی، تشریک مساعی با ساکنین در جهت حفظ جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت و غیره ارائه گردید. موحد و دولت‌شاه (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان بررسی ظرفیتهای گردشگری جهت توسعه گردشگری شهری خرم‌آباد به بررسی ظرفیتهای گردشگری لازم برای ارائه الگوی توسعه گردشگری شهری در شهر خرم‌آباد پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد، شهر خرم‌آباد ظرفیت لازم را برای تبدیل شدن به قطب گردشگری دارد و بین زیرساخت‌ها و خدمات شهری و توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد رابطه معنی‌داری وجود دارد. پژوهشی با عنوان «ارزیابی پتانسیل‌های اکوتوریسم منطقه‌ای» است که توسط دانشگاه والایلاک انجام شده است و هدف آن مطالعه، ارزیابی پتانسیل مناطق اکوتوریسم در تایلند بر اساس جاذبه منابع بوده است. نتیجه این پروژه تحقیقاتی به‌عنوان پایه‌ای برای راهنمایی

مدیریت یک منطقه اکوتوریسم خاص، بر مبنای چهار جنبه قابلیت‌های اجرایی: تجهیزات و خدمات، دادن توضیحات و آگاه‌سازی کنترل تأثیر محیطی و اجتماعی - اقتصادی و مشارکت عمومی و توزیع سود، برای مدیریت پتانسیل‌های اکوتوریسم منطقه است (نیک بین و کرمی، ۱۳۹۱). ضیایی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری، به این نتیجه رسیدند که ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط می‌باشد. لذا ظرفیت‌سازی و ایجاد بستر مناسب جهت نیل به توسعه پایدار گردشگری در بخش پاسارگاد و جوامع محلی پیرامون آن ضروری است. بو کلی (۱۹۹۹) در پژوهشی برای مناطق جغرافیایی ظرفیت برد گردشگری را این‌چنین تعریف کرده است تعدادی از بازدیدکنندگان که هیچ‌گونه تخریب یا تغییر اکولوژیکی غیرقابل‌برگشت را برای یک اکوتوریسم در درون یک ناحیه تولید نمی‌کند، یا حداکثر، سطحی از استفاده تفرجگاهی است، در قالب تعداد و فعالیت‌هایی که توسط یک ناحیه یا یک اکوسیستم، قبل از کاهش غیرقابل‌قبول یا برگشت‌ناپذیر در ارزش‌های اکولوژیکی رخ می‌دهد (منصوری، ۱۳۸۱).

چین فو چن و شین هوان چو (۲۰۱۹) علل و پیامدهای صمیمیت ادراک شده توسط نسل جدید را در بستر گردشگری خلاق به طور نمونه در مرکز هنرپیشه در تایوان مورد بررسی قرار داده است. به طور مشخص، در مدل تجربی گردشگری پیشنهاد شده، سه متغیر منحصر به فرد بودن، هویت و جذابیت به عنوان علت و سه متغیر رضایت، دل‌بستگی به مکان و وفاداری مقصد به عنوان نتایج مشخص شده است. طبق یافته‌ها هر سه علت مورد بررسی با علاقمندی و صمیمیت ادراک شده رابطه مثبت دارند که به طور مثبت بر رضایت و دل‌بستگی مکان نیز تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، رضایت و دل‌بستگی مکان به عنوان یک متغیر میانجی بر وفاداری گردشگران نسل جدید اثر داشته است. ماریویاما و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه حمایت از گردشگری محله‌های قومی و نگرش ساکنان به بررسی ادراک ساکنان نسبت به گردشگری محله‌های قومی، عمدتاً از منظر ساکنان اقلیتی که فرهنگ را به گردشگران عرضه می‌کنند پرداخته‌اند.

والریو و میلیسکا (۲۰۱۶) در بررسی عامل موفقیت برنامه‌های فرهنگی گردشگری معتقدند حد معینی از ویژگی‌های روانی-اجتماعی در فعالیت‌های گردشگری فرهنگی مانند باز بودن فرهنگ جامعه، فاصله اجتماعی، سنت جامعه و سنت‌های سازمانی و ... به عنوان عوامل واسطه در تأثیر میراث فرهنگی سنتی در اجرای موفقیت آمیز فعالیت‌های گردشگری جوامع است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع هدف، مطالعه ای کاربردی است و به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، گردشگران وارد شده به شهر یزد و شهروندان ساکن در یزد می‌باشند که ۴۰۰ نفر از آنان به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. اطلاعات پرسشنامه پس از وارد کردن به نرم افزار SPSS توسط آزمون T مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند. همچنین پرسشنامه‌ای بین ۳۰ نفر کارشناس تکمیل و سپس اطلاعات حاصله به وسیله روش دلفی و آنتروپی شانون مورد تحلیل قرار گرفت.

جامعه آماری کارشناسان پژوهش را صاحب‌نظران و کارشناسان در زمینه گردشگری و میراث فرهنگی تشکیل می‌دهند. تعداد ۳۰ نفر از کارشناسان مربوطه به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند و پرسشنامه در اختیار آنان قرار گرفت.

جدول ۲: توزیع و گردآوری پرسشنامه

دور	تاریخ توزیع	تعداد	آخرین تاریخ	تعداد
اول	۱۳۹۷/۶/۱۲	۳۰	۱۳۹۷/۶/۲۵	۳۰
دوم	۱۳۹۷/۷/۱۸	۳۰	۱۳۹۷/۸/۳	۲۶

سوم	۱۳۹۷/۸/۷	۳۰	۱۳۹۷/۸/۱۴	۲۵
-----	----------	----	-----------	----

مأخذ: یافته‌های محقق

در دور اول، فهرستی از متغیرهای مربوط به هر کدام از شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، کالبدی - محیطی و مدیریتی که استخراج شده بود، در اختیار تمام اعضای پانل قرار گرفت تا میزان پایداری هر یک را در شهر یزد مشخص کنند. همچنین، از آنها خواسته شد تا علاوه بر فعالیتها و مؤلفه‌های موجود، مؤلفه‌های موردنظر خود را در این فهرست اضافه و پیشنهاد کنند.

در تمام مراحل، تعیین میزان اهمیت عوامل در قالب طیف لیکرت در هر دور نیز در مقابل هر عامل، میانگین پاسخهای اعضای پانل در دوره های پیش و پاسخ هرفردنیزبه صورت جداگانه به آگاهی پاسخگویان می‌رسید. با توجه به اینکه مقیاس به کاررفته در این مطالعه، یک مقیاس پنج درجه‌ای و طیف لیکرت و شامل گزینه‌های تأثیر خیلی زیاد: ۵، تأثیر زیاد: ۴، تأثیر متوسط: ۳، تأثیر کم: ۲ و تأثیر بسیار کم: ۱ بود. بنابراین، نقطه ۳ به عنوان نقطه بیطرف یا خنثی انتخاب شد. در این حالت، مطالعه دارای دو محدوده عدم موافقت از ۱ تا ۳ و محدوده موافقت از ۳ تا ۵ تعریف شد. از آنجا که در تحلیل پرسشنامه‌های دور اول میانگین پاسخ تمام سؤالات در محدوده موافقت قرار گرفت. از اینرو، هیچیک از عوامل برای دور دوم حذف نشدند. به این ترتیب، پرسشنامه دور دوم همراه با نظرات قبلی و میانگین نظرات خبرگان پانل در دور اول دلفی در اختیار هر یک از اعضای پانل قرار گرفت. براساس مطالعات انجام شده، به منظور حفظ ارزش و اعتبار مطالعه میزان پاسخ دهی صاحب نظران در هر دور دلفی نباید کمتر از ۷۰ درصد باشد و اگر میزان تغییرات امتیازات داده شده توسط صاحب نظران در دو دور متوالی کمتر از ۱۵ درصد باشد، اجماع و اتفاق نظر بر موضوع مورد بررسی، صورت گرفته است.

در دور سوم نیز نظرات هر یک از اعضاء در دور قبل در اختیار سایر اعضاء قرار گرفته و دوباره از آنها خواسته شد تا هر یک از عناصر ارزیابی شوند. پس از پایان این دور و دستیابی به اتفاق نظر، انجام روش دلفی با تکمیل و نهایی سازی پایداری گردشگری در شهر یزد انجام یافت.

به منظور سنجش پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار بدست آمده ۰,۹۶۸ می‌باشد. لذا پرسشنامه مورد نظر در تحقیق از پایایی لازم و کافی برخوردار است.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	66

محدوده مورد مطالعه

شهر یزد مرکز شهرستان یزد با وسعت ۹۹/۵ کیلومترمربع در مرکز استان یزد و در مسیر راه اصفهان - کرمان قرار دارد. جمعیت شهر یزد در اولین سرشماری رسمی کشور در سال ۱۳۳۵ برابر با ۶۳۵۰۲ نفر بوده، که این تعداد در سال ۱۳۹۵ به ۵۲۹۶۷۳ نفر رسیده است که حاکی از افزایش جمعیت در یک دوره ۶۰ ساله است. تعداد خانوارهای شهر یزد از ۱۵۴۳۶ خانوار در سال ۱۳۳۵ به ۱۵۸۳۶۸ خانوار در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است (سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). براساس اطلاعات به دست آمده در مجموع تعداد ۱۶۰۰۰۰ نفر گردشگر داخلی و ۱۲۶۳۶۶ گردشگر خارجی در سال ۱۳۹۶ به شهر یزد وارد شده‌اند که این آمار در مدت مشابه سال گذشته بیانگر ۱۱ درصد رشد می‌باشد. مدت زمان اقامت گردشگران در شهر یزد به طور متوسط ۳ روز می‌باشد. (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر یزد، ۱۳۹۷)

جدول ۳: انواع ابنیه و تعداد ابنیه تاریخی

ابنیه تاریخی	تعداد	ابنیه تاریخی	تعداد	ابنیه تاریخی	تعداد
آب انبارها	۷۲	آسیاب آبی	۳	بادگیر	۲
آتشکده	۵	بناهای آموزشی	۲۲	بازار	۲۲
باغ و بوستان	۶	بقعه‌ها	۲۴	آموزشی بناهای	۲۲
حسینیه	۹	قلعه	۷	کارگاه و کارخانه	۴
خانقاه	۱	خانه‌های قدیمی	۹۷	گذر و ساباط	۳
زورخانه	۳	سینما و مهدقرآن	۳	تکیه	۲
بقعه‌ها	۶	حمام	۱۵	باغ و بوستان‌ها	۲۴
دخمه زرتشتیان	۲	خانقاه	۱	قلعه	۷
کنیسه	۲	کاروانسرا	۷	قنات	۱
مصلی	۱	میادین	۵	مساجد	۸۱
مجموعه ابنیه	۱۲	عناصر نشانه‌ای	۳	-----	-----

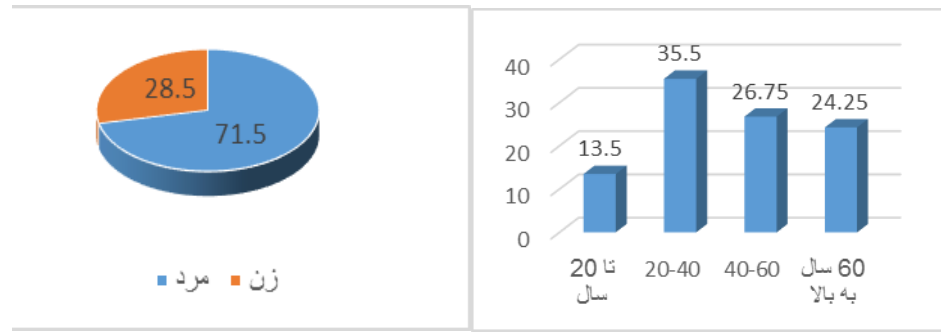
سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر یزد: ۱۳۹۷

همانطور که در جدول فوق مشخص است ۴۱۴ اثر تاریخی و بنای با ارزش فرهنگی در شهر یزد معرفی می‌شوند. این بناها در حال حاضر در شرایط مختلفی قرار دارند. از جمله تعدادی مرمت شده، تعدادی تغییر کاربری یافته و احیا شده است و تعدادی نیز با وضعیت کالبدی موجود رها شده‌اند. این عناصر در برزن‌های فهادان، گودال مصلی، شیخداد، گنبدسبز، دولت‌آباد و شش بادگیری قرار گرفته‌اند و بیشترین تراکم عناصر تاریخی و ابنیه ارزشمند که قابلیت جذابیت گردشگری را دارا می‌باشد. مطالعات اجتماعی بافت سنتی شهر یزد بیان‌گر آن است که در شهر یزد بیش از ۷۵ محله قدیمی وجود دارد که به ثبت ملی نیز رسیده‌اند. بیشتر این محلات در ۵۰ سال گذشته، محل سکونت گروه‌های مختلف اجتماعی، صاحبان حرف گوناگون و نیز جایگاه ادیان اعم از زرتشتی و کلمی و کم بیش ادیان دیگر چون مسیحی بوده‌اند. معمولاً هر محله مرکزی داشته است که در کوتاه‌ترین زمان نیازهای اساسی مردم را برآورده می‌کرده و عموماً دارای بازارچه، لرد و میدان، مسجد و حسینیه، آب‌انبار، حمام و سقاخانه، مدرسه و مکتب‌خانه و نیز کارگاه‌های کوچک خصوصی بوده است. برخی محلات صاحب دارالشفاء و حتی خانقاه بوده‌اند.

مهم‌ترین صنایع دستی شهر یزد عبارتند از: قالی، قالیچه، گلیم، مخمل، زری، چادرشب، دستمال، مرس‌ریزه، جیم، قنویز، احرامی، شمد، ترمه، پرده، روفرشی، کرباس، بقچه، لنگ، کیسه حمام، خورجین، در میان صنایع دستی ذکر شده قالی‌بافی، ترمه‌بافی و زیلوبافی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شیرینی‌پزی نیز در یزد سابقه طولانی دارد. از جمله شیرینی‌های سنتی مانند باقلوا، قطاب، لوز، نارگیل، پشمک، نان برنجی، حاجی‌بادام و غیره در یزد تهیه می‌گردد.

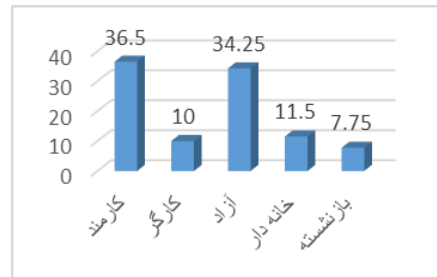
یافته‌های تحقیق

الف - آمار توصیفی

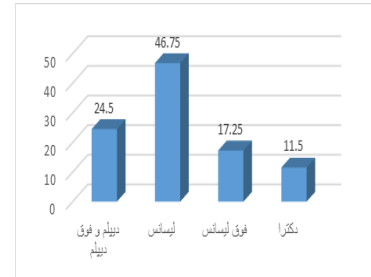


نمودار ۲: توزیع پاسخگویان برحسب سن

نمودار ۱: توزیع پاسخگویان برحسب جنس نمودار



نمودار ۴: توزیع پاسخگویان برحسب سن



نمودار ۳: توزیع پاسخگویان برحسب جنس نمودار

ب) تحلیل داده‌ها

ظرفیتهای گردشگری شهر یزد در سه سطح فردی، محیطی و سازمانی

با توجه به بررسی و تحلیل آزمون T از شاخصهای مورد بررسی در سه سطح فردی، محیطی و سازمانی نتایج زیر بدست آمد:

جدول ۴: تحلیل آزمون T از ظرفیتهای فردی گردشگری شهر یزد

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
سطح فردی	400	3.8012	.78831	.03942

جدول ۵: نتایج آزمون T از ظرفیتهای فردی گردشگری شهر یزد

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
سطح فردی	20.328	399	.000	.80125	.7238	.8787

شاخص های مورد بررسی در سطح فردی، فرصت‌های یادگیری اجتماعی - فرهنگی برون حوزه‌ای و سطح نیروهای متخصص و آموزش دیده شاغل در صنعت گردشگری در شهر یزد می‌باشد. میانگین فرضی در آزمون تی ۳ انتخاب شد که با توجه به تحلیل آزمون، میانگین شاخص‌های فردی ۳٫۸۰۱۲ بدست آمد که حاکی از ظرفیت بالای سطح فردی در بحث گردشگری شهر یزد می‌باشد.

جدول ۶: تحلیل آزمون T از ظرفیتهای محیطی گردشگری شهر یزد

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
	400	3.9356	.67177	.03359

جدول ۷: نتایج آزمون T از ظرفیت‌های محیطی گردشگری شهر یزد

Test Value = 3					
95% Confidence Interval of the Difference		Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
Upper	Lower				
1.0017	.8696	.93562	.000	399	27.855

جدول ۸: تحلیل آزمون T از ظرفیت‌های سازمانی گردشگری شهر یزد

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ظرفیت سازمانی	400	3.9442	.66080	.03304

جدول ۹: نتایج آزمون T از ظرفیت‌های سازمانی گردشگری شهر یزد

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
ظرفیت سازمانی	28.579	399	.000	.94425	.8793	1.0092

شاخصهای مورد بررسی در سطح سازمانی که مورد تحلیل قرار گرفت به شرح زیر می‌باشد:

سطح نیروهای متخصص و آموزش دیده شاغل در صنعت گردشگری در این شهر، ظرفیت جاذبه‌های گردشگری در خصوص جذب گردشگر، میزان خدمات رسانی و سرویس دهی الکترونیکی همچون اینترنت، تلفن، ایمیل، پیامک، وضعیت دسترسی و حمل و نقل درون شهری و ترافیک، ظرفیت مراکز اقامتی، ظرفیت واحدهای پذیرایی، کیفیت مراکز خرید، کیفیت اطلاعات گردشگری، ظرفیت تورهای مسافرتی و ظرفیت بازدید از بافت تاریخی می‌باشد. میانگین فرضی در آزمون تی ۳ انتخاب شد که با توجه به تحلیل آزمون، میانگین شاخص‌های محیطی ۳،۹۴۴۲ بدست آمد که حاکی از ظرفیت بالای گردشگری شهر یزد در سطح سازمانی می‌باشد.

به منظور تحلیل و بررسی پایداری گردشگری شهر یزد، از روش دلفی و تکنیک شانون استفاده شد. به این منظور سوالات مربوط به شاخصهای پایداری در بخش‌های اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، محیطی - کالبدی و مدیریتی به وسیله کارشناسان مربوطه مورد ارزیابی قرار گرفت. سپس داده‌های حاصل از توافق متخصصان، به کمک تکنیک شانون، مورد تحلیل قرار گرفت.

جدول ۱۰: تحلیل یافته‌های کارشناسان به منظور میزان پایداری شاخص‌های مختلف گردشگری شهر یزد از روش دلفی

میانگین	عوامل	بعد
۳،۱	شکل گیری تجربه ارزشمند شخصی از صنعت گردشگری	اجتماعی - فرهنگی
۲،۳	ارتقا سطح استانداردهای زندگی و توسعه گردشگری	
۲،۰۶	تبادل فرهنگی میان ساکنین و گردشگران	
۲،۲	گردشگری باعث شلوغی و ازدحام در شهر شده است	
۲،۷	گردشگری باعث افزایش جرم و جنایت در شهر شده است	
۲،۸	ایجاد مدگرایی و از بین رفتن سنت	
۲،۹	عدم احساس آرامش و راحتی	
۳،۲	کاهش انسجام و پیوندهای درونی خانواده‌ها	
۲،۴	افزایش نظم عمومی در شهر	
۲،۹	افزایش کیفیت زندگی ساکنین شهر	
۲،۹	به هم ریختگی یکپارچگی محلات	

۳,۱	ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنین	اقتصادی
۲,۲	ایجاد مشاغل پایدار برای ساکنین	
۱,۸	تنوع در مشاغل شهر	
۲,۵	افزایش سرمایه‌های شهر	
۲,۹	افزایش درآمد ارگان‌های دولتی	
۲,۴	ایجاد اشتغال برای افراد غیر بومی	
۱,۰۳	وابسته بودن درآمدهای شخصی به گردشگری	
۳,۱	افزایش هزینه برخی کالاها و خدمات	
۳,۲	افزایش قیمت زمین	
۳,۲	ایجاد مشاغل کاذب در شهر	
۳	ایجاد امکانات بیشتر و بهتر برای شهر	محیطی - کالبدی
۲,۸	بهبود وضع خیابان‌ها و معابر	
۲,۵	کمتز شدن دسترسی به امکانات رفاهی شهر	
۳,۴	مورد استفاده قرار گرفتن منابع و فضاها	
۲,۷	کاهش کیفیت زندگی به دلیل ساخت و سازهایی مانند هتل و...	
۲,۳	کاهش کیفیت محیط زیست شهر	مدیریتی
۲,۶	به چه میزان سازمان‌های دولتی موجود در شهر یزد توانسته‌اند از ظرفیت موجود شهر در توسعه گردشگری بهره مند شوند؟	
۲,۹	آیا هماهنگی بین سازمانی در بخش گردشگری وجود دارد؟	
۲,۴	آیا تخصص و دانش کافی در زمینه توسعه گردشگری پایدار و استفاده از ظرفیت‌های گردشگری در بین مسئولین سازمان‌های مربوطه وجود دارد؟	
۲	آیا حمایت و تخصیص منابع از سوی ارگانهای مربوطه در زمینه توسعه گردشگری وجود دارد؟	
۱,۸	آیا در بحث گردشگری پایدار، سازمان‌های دولتی توانسته‌اند از ظرفیت مشارکت مردمی استفاده کنند؟	
۲,۱	آیا سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی از ظرفیت بخش خصوصی در جهت ارتقا و پایداری گردشگری در شهر یزد بهره برده‌اند؟	
۲,۲	بین سازمان‌های دولتی و خصوصی در زمینه توسعه گردشگری در شهر یزد چه میزان هماهنگی وجود دارد؟	
۲,۵	به نظر شما مدیریت و برنامه ریزی توسط سازمان‌ها و نهادهای مربوطه در بخش توسعه گردشگری در شهر یزد چگونه است؟	
۳	اعمال قوانین و مقررات در زمینه گردشگری در شهر یزد توسط سازمان‌های دولتی چگونه است؟	

مأخذ: یافته‌های محقق

پس از جمع آوری داده‌ها در مرحله دوم روش دلفی، به منظور یافتن میزان موافقت متخصصان با هر شاخص، ابتدا از ساده ترین روش یعنی حاصل جمع نمرات و میانگین آن‌ها استفاده شد. همان گونه که در جدول ۱۰ نیز پیداست، شاخص کالبدی محیطی از پایداری بیشتری نسبت به شاخص‌های دیگر برخوردار می‌باشد و شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی در سطح خوب و قابل قبولی از پایداری قرار ندارند. پس از آن یک بار دیگر، داده‌ها از طریق روش «آنتروپی شانون» مورد تحلیل قرار گرفتند. به کمک این فرمول که از دقت بالاتری نسبت به فراوانی داده‌ها، برخوردار است، می‌توان بار اطلاعاتی هر شاخص و سپس وزن آن را محاسبه

نمود. منظور استفاده از این فرمول ابتدا داده‌های جدول فراوانی از طریق رابطه ۱ به هنجار می‌شوند. در این فرمول P_{ij} نمره به هنجار شده، و F_{ij} نمره هر پاسخگو به متغیر مورد نظر است. پس از آن بار اطلاعاتی هر مقوله E_j از طریق رابطه ۲ محاسبه می‌شود. در این رابطه m تعداد پاسخگویان و n نیز تعداد متغیرهاست. سپس وزن هر متغیر از طریق رابطه ۳ به دست می‌آید.

$$P_{ij} = \frac{f_{ij}}{\sum f_{ij}} \quad \text{رابطه ۱:}$$

$$E_j = -k \sum [p_{ij} * \ln(p_{ij})] \quad \text{رابطه ۲:}$$

$$W_{ij} = \frac{E_j}{\sum E_j} \quad \text{رابطه ۳:}$$

جدول ۱۱: یافته‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از تکنیک شانون

شاخص	متغیرها	جمع نمره	میانگین	میانگین دسته	بار اطلاعاتی شاخص	وزن شاخص (تکنیک شانون)	میانگین وزن دسته
تجربه - آشنایی	تجربه ارزشمند شخصی	۹۰	۳,۱	۲,۶	۰/۰۷	۰/۱۰۳	۰,۰۹
	ارتقا سطح استانداردهای زندگی	۶۹	۲,۳		۰/۰۵۸	۰/۰۸۶	
	تبادل فرهنگی	۶۲	۲,۰۶		۰/۰۵۳	۰/۰۷۸	
	شلوغی و ازدحام	۶۶	۲,۲		۰/۰۵۷۷	۰/۰۸۴	
	افزایش جرم و جنایت	۸۱	۲,۷		۰/۰۶۴	۰/۰۹۳	
	ایجاد مدگرایی	۸۴	۲,۸		۰/۰۶۶	۰/۰۹۵	
	عدم احساس آرامش	۸۷	۲,۹		۰/۰۶۶	۰/۰۹۵	
	کاهش پیوندهای درونی خانواده‌ها	۹۶	۳,۲		۰/۰۷	۰/۱	
	افزایش نظم عمومی	۷۲	۲,۴		۰/۰۶	۰/۰۸۷	
	افزایش کیفیت زندگی	۷۵	۲,۵		۰/۰۶۱	۰/۰۸۹	
تجربه - آشنایی	به هم ریختگی یگپارچگی محلات	۸۷	۲,۹	۲,۶۵	۰/۰۶۲	۰/۰۹	۰,۰۹۹۶
	ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنین	۹۹	۳,۳		۰/۰۷۶	۰/۱۱۵	
	ایجاد مشاغل پایدار برای ساکنین	۷۵	۲,۵		۰/۰۶۲	۰/۰۹۵	
	تنوع در مشاغل شهر	۸۱	۲,۷		۰/۰۶۷	۰/۱۰۲	
	افزایش سرمایه‌های شهر	۶۳	۲,۱		۰/۰۵۸۱	۰/۰۸۸	
	افزایش درآمد ارگان‌های دولتی	۷۲	۲,۴		۰/۰۶۲	۰/۰۹۵	
	ایجاد اشتغال برای افراد غیر بومی	۶۶	۲,۲		۰/۰۵۹	۰/۰۹	
	وابسته بودن درآمدهای شخصی به گردشگری	۴۸	۱,۶		۰/۰۴۸	۰/۰۷۴	
	افزایش هزینه برخی کالاها و خدمات	۹۶	۳,۲		۰/۰۷۳	۰/۱۱۱	
	افزایش قیمت زمین	۱۰۲	۳,۴		۰/۰۷۶	۰/۱۱۶	
محیطی - کالبدی	ایجاد امکانات بیشتر و بهتر برای شهر	۹۰	۳	۲,۷۸	۰/۰۴۸	۰,۱۷۲	۰,۱۶۶
	بهبود وضع خیابان‌ها و معابر	۸۴	۲,۸		۰,۱۶۸		
	کمتر شدن دسترسی به امکانات رفاهی	۷۵	۲,۵		۰,۱۵۹		

						شهر	
		۰,۱۸		۰,۰۹۳۳	۳,۴	۱۰۲	مورد استفاده قرار گرفتن منابع و فضاها
		۰,۱۶۵		۰,۸۵۵	۲,۷	۸۱	کاهش کیفیت زندگی به دلیل ساخت و سازهایی مانند هتل و ...
		۰,۱۵۲		۰,۰۷۸۹	۲,۳	۶۹	کاهش کیفیت محیط زیست شهر
۰,۰۸		۰,۱۱۶	۰,۰۷۳	۲,۶	۷۸	بهره مندی سازمان‌های دولتی از ظرفیت موجود شهر در توسعه گردشگری	
		۰,۱۲۶	۰,۰۷۹	۲,۹	۸۷	هماهنگی بین سازمانی در بخش گردشگری	
		۰,۱۱۲	۰,۰۷۱	۲,۴	۷۲	تخصص و دانش کافی در زمینه توسعه گردشگری پایدار	
		۰,۰۹۹	۰,۰۶۲	۲	۶۰	حمایت و تخصیص منابع	
		۰,۰۹۵	۰,۰۶	۱,۸	۵۴	استفاده از ظرفیت مشارکت مردمی	
		۰,۱۰۳	۰,۰۶۵	۲,۱	۶۳	استفاده از ظرفیت بخش خصوصی	
		۰,۱۰۵	۰,۰۶۶	۲,۲	۶۶	هماهنگی بین سازمان‌های دولتی و خصوصی	
		۰,۱۱۵	۰,۰۷۲	۲,۵	۷۵	مدیریت و برنامه ریزی توسط سازمان‌ها	
		۰,۱۲۶	۰,۰۷۹	۳	۹۰	اعمال قوانین و مقررات در زمینه گردشگری	

جدول ۱۲: رتبه بندی تحلیل یافته‌های کارشناسان در جهت میزان پایداری شاخص‌های گردشگری شهر یزد

رتبه	میانگین شانون	میانگین دلفی	عوامل
۳	۰,۰۹	۲,۶	اجتماعی - فرهنگی
۲	۰,۰۹۶۶	۲,۶۵	اقتصادی
۱	۰,۱۶۶	۲,۷۸	محیطی - کالبدی
۴	۰,۰۸	۲,۳۸	مدیریتی

مأخذ: یافته‌های محقق

همانطور که از جدول ۱۲ مشخص است و طبق نظر کارشناسان مربوطه و مدل شانون، عوامل اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، محیطی کالبدی و مدیریتی مورد بررسی در تحقیق مورد نظر، از پایداری قابل قبولی در بخش گردشگری شهر یزد برخوردار نیستند و در بین این عوامل، شاخص مدیریتی از ناپایداری بیشتری در بین دیگر عوامل برخوردار است و در رتبه‌های بعدی، عوامل اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و در آخر نیز شاخص محیطی - کالبدی می‌باشد. به این صورت که شاخص محیطی - کالبدی نسبت به دیگر شاخص‌های مورد بررسی از پایداری بیشتری در بخش گردشگری شهر یزد برخوردار می‌باشد.

نتیجه گیری

محیط گردشگری مجموعه‌ای از فعالیتها، کاربری‌ها و انسانهاست. به طور کلی گردشگری نظام پیچیده‌ای است و از آنجا که عنصر اصلی در گردشگری، انسان است؛ لذا این صنعت تحت تأثیر عوامل مؤثر بر انسانها، نظیر عوامل اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، سیاسی و زیباشناختی قرار دارد. توسعه ظرفیتی در گردشگری را می‌توان توانایی شرکت افراد جامعه در فعالیت‌های گردشگری دانست. به نوعی که منجر به تقویت منابع انسانی، سازماندهی و ظرفیت‌های

فردی شود و باعث پیشرفت افراد، سازمان‌ها و جوامع در مدیریت و انجام امور و تغییر و پرورش پایدار می‌گردد. در مجموع ظرفیت سازی در سه سطح فردی، محیطی و سازمانی بررسی می‌شود (simon chili, 2016). به طور کلی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که با اتکاء به ظرفیت‌های بالای گردشگری شهر یزد در سه سطح فردی، محیطی و سازمانی می‌توان به گردشگری پایدار در شهر یزد رسید.

- جذب نیروی متخصص در زمینه گردشگری،
- توسعه گردشگری الکترونیک،
- تأمین دسترسی مناسب به جاذبه‌ها،
- راه اندازی تورهای مختلف و برگزاری جشنواره‌های متنوع در جهت شناسایی صنایع دستی بومی در جهت رونق اقتصادی در بخش گردشگری،
- بهره‌گیری از پتانسیل‌های بافت قدیم این شهر، به عنوان مثال با شناسایی محورهای گردشگری، و در صورت امکان تبدیل به محورهای پیاده و پیشنهاد مسیرهای گردشگری، و مانند آن می‌توان بسیاری از نقصانهای کنونی در پاسخگویی به نیازهای گردشگران را برطرف نمود و فضای گردشگری شهری یزد را بهینه و توسعه داد.

منابع

۱. اسماعیل زاده، حسن و یعقوب اسماعیل زاده (۱۳۹۵)، ارزیابی پایداری گردشگری و تعیین راهبرد بهینه توسعه گردشگری در بندرانزلی، مجله مطالعات برنامه ریزی سکونتگاههای انسانی (چشم انداز جغرافیایی)، دوره ۱۱، شماره ۳۴.
 ۲. رمضان نژاد، یاسر و رکن الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۸)، ارزیابی ظرفیت مدیریتی سازمانهای متولی مقاصد گردشگری ساحلی روستایی استان گیلان، مجله جغرافیای انسانی، دوره ۵۱، شماره ۱ ص ۹۷-۱۱۰.
 ۳. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر یزد، (۱۳۹۶) گزارش های آماری گردشگری شهر یزد، مرکز آمار و اطلاعات.
 ۴. ضیایی و همکاران (۱۳۹۲)، ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۴.
 ۵. ضیایی، محمود و عباسی، دیاکو (۱۳۹۷)، چالش ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال هفتم، شماره ۲۴.
 ۶. علیزاده، کتابون (۱۳۸۲)، اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست محیطی، مجله پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۴۴.
 ۷. لی، جان (۱۳۷۸) گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا رکن الدین افتخاری، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
 ۸. مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان یزد، ۱۳۹۵.
 ۹. موحد، علی (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، چاپ اول، انتشارات دانشگاه چمران اهواز.
 ۱۰. معصومی، مسعود (۱۳۸۸)، درآمدی بر رویکردها در برنامه ریزی توسعه گردشگری محلی، شهری و منطقه‌ای، سمیرا، تهران.
 ۱۱. مشیری، سید رحیم؛ آفاجانی، فرشید و نظریان، اصغر؛ (۱۳۸۵) امکان‌سنجی توسعه صنعت توریسم در شهرستان اردبیل، فصلنامه چشم‌اندازهای جغرافیایی، سال اول، شماره ۳.
 ۱۲. مشیری و همکاران (۱۳۹۰)، ارزیابی کیفی ظرفیت‌های گردشگری در توسعه روستایی، مطالعه موردی: آهار، شهرستان شمیران، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال هشتم، شماره ۳۲.
 ۱۳. منصوری، علی (۱۳۸۱)، گردشگری و توسعه پایدار، مجله آموزش رشد جغرافیا، شماره ۶۳.
 ۱۴. مهاجر، بشری و همکاران (۱۳۹۷)، بررسی نقش گردشگری خلاق هنر محور با تأکید بر آموزش صنایع دستی به کودکان شهر اصفهان، فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خلاقیت و ابتکار در علوم انسانی، شماره ۷.
 ۱۵. نیک بین، مهتا و مهرداد کرمی (۱۳۹۱)، بررسی پایداری اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: جزیره کیش)، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، شماره ۲.
16. Ainhoa Urtasun, Isabel Gutiérrez, (2006): Tourism agglomeration and its impact on social welfare: An empirical approach to the Spanish case, Tourism Management, Volume 27.
 17. Andrew, Holden (2000), London, Routledge, Tourism and Environment.
 18. Bhattacharya, P., and Kumari, Si. (2004), Application of Criteria and Indicator for Sustainable Ecotourism: Scenario under Globalization. pp198.

19. Ching Lee, chien and chun-ping chang(2008), Tourism Development and economic growth: A closer look at panels, *Tourism Management* 29.
20. Ching-Fu, C., Shih-Huan, C. (2019). Antecedents and consequences of perceived coolness for Generation Y in the context of creative
21. Cini, F., Leone, L. and Passafaro, P. (2012). Promoting ecotourism among young people: A segmentation strategy. *Environment and Behavior*,
22. Cocoossis H, Maxa A. Defining, (2002): Measuring and evaluating carrying capacity in European tourism destination. Greece, University of the Aegean.
23. Fennel, D.A (۲۰۰۵). *Ecotourism An introduction*. ۲nd ed. Taylor & Francis e-Library.
24. Hall, M. & McArthur, S., (2000), *Integrated Heritage Management*, Stationery Office. London.
25. Horng, J.S., Tsai, C.Y., Yang, T.C., Liu, C.H.C., & Hu, D.C. (2016). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees, *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-38.
26. Maruyama, N., Woosnam, K., (2015), Residents' ethnic attitudes and support for ethnic neighborhood tourism: The case of a Brazilian town in Japan, *Tourism Management*, Volume 50, Pages 225–237;
27. Richards, G. (2012). Review of Creative Tourism, *Journal of Consumption and Tourism*. 4 (2): pp. 1-11
28. Santana-Jiménez, Y., & Hernández, J. M. (2010), Estimating the effect of overcrowding tourist attraction: the case of Canary Islands. *Tourism Management*.
29. Simmons, Ian, (1998). *Interpreting nature: culture constructions of the environment*, Rutledge, London.
30. Tucker, L. R., and Lewis, C. (1973). A reliability coefficient for maximum likelihood factor analysis. *Psychometrika*.
31. Valeriu Vana, M., Malaescu, S., (2016), Cultural Thematic Tourism Itineraries: Mediators of Success, *Procedia Economics and Finance*, Volume 39, Pages 642–652.