دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی

# اولین همایش ملی گردشگری زاینده رود

خرداد ۱۴۰۴

شماره مجوز از پایگاه جهان اسلام

کد اختصاصی: ۰۴۲۴۱-۲۳۲۹۱

## مجموعه مقالات

**مقدمه**

در سال‌های اخیر، دولت‌ها به‌منظور رهایی از وابستگی به اقتصادهای تک‌محصولی، در پی توسعه و گسترش صنایع نوین گام برداشتند. در این میان، با پیشرفت‌های چشمگیر در حوزه فناوری اطلاعات، ارتباطات و حمل‌ونقل، صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع جهانی، نقش بسزایی در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها ایفا کرده است. این صنعت، با مزایایی چون ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل‌بخشی منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط و زیستگاه‌های طبیعی، توسعه مناطق برخوردار از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از مهاجرت جمعیت، در کانون توجه دولت‌ها و برنامه‌ریزان قرار گرفت.

در این راستا، توجه به مدیریت، برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در سیاست‌گذاری‌های ملی و منطقه‌ای مطرح شد. پهنه جغرافیایی زاینده‌رود، به‌ویژه در محدوده استان اصفهان، از جمله نواحی دارای ظرفیت‌های برجسته گردشگری محسوب می‌شود که در سال‌های گذشته، مورد استقبال گسترده گردشگران داخلی و خارجی قرار گرفت. ظرفیت‌های غنی این پهنه فراتر از وضعیت بهره‌برداری موجود ارزیابی شده و می‌توانست ارزش افزوده اقتصادی قابل توجه‌تری را برای استان و کشور ایجاد کند.

بر این اساس، نخستین **همایش ملی گردشگری زاینده‌رود** برگزار شد تا ضمن شناسایی دقیق چالش‌ها و فرصت‌های موجود، بستر مناسبی برای هم‌اندیشی و هم‌افزایی میان متخصصان، صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران و فعالان صنعت گردشگری فراهم گردد. این همایش که با حضور گسترده اندیشمندان حوزه گردشگری، مدیران اجرایی، فعالان بخش خصوصی و نهادهای مرتبط برگزار شد، نقش مؤثری در تبیین رویکردهای توسعه‌محور در این پهنه جغرافیایی ایفا کرد و گامی عملی برای بهره‌برداری علمی و پایدار از ظرفیت‌های زاینده‌رود محسوب می‌شود.

## هدف کلی همایش

هدف اصلی برگزاری این همایش، بررسی ظرفیت‌های گردشگری در پهنه زاینده‌رود، شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو، و فراهم‌سازی زمینه هم‌افزایی میان دانشگاه، دولت و صنعت بود. این رویداد ملی، با رویکردی علمی و عملیاتی، تلاش کرد زمینه‌ساز اقدامات توسعه‌محور در قالب سیاست‌های پایدار و بومی‌سازی‌شده برای گردشگری این منطقه باشد.

## اهداف جزئی همایش

- جلب توجه سیاست‌گذاران و کارشناسان به اهمیت گردشگری در پهنه زاینده‌رود
- فراهم‌سازی زمینه‌های تحرک در مدیریت، برنامه‌ریزی و توسعه پایدار گردشگری در منطقه

- تبیین نقش و مشارکت ذی‌نفعان متعدد در صنعت گردشگری زاینده‌رود
- معرفی شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مرتبط با توسعه گردشگری
- تحلیل دقیق چالش‌ها، فرصت‌ها و ارائه راهکارهای علمی برای توسعه صنعت گردشگری
- تبیین چشم‌انداز آینده گردشگری در زاینده‌رود از منظر شناخت، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری

## محورهای همایش

- توانمندی‌ها و چالش‌های اقلیمی زاینده‌رود در حوزه گردشگری
- گردشگری روستایی و عشایری و موانع توسعه آن در منطقه
- مسائل گردشگری شهری در مسیر زاینده‌رود
- بحران آب و رویکردهای گردشگری در مواجهه با آن
- معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و ظرفیت‌های اکوتوریسمی
- گردشگری پایدار و حفاظت از محیط‌زیست
- پیوند گردشگری با توسعه اقتصادی و اجتماعی محلی
- راهبردهای نوین بازاریابی و برندینگ مقصد گردشگری زاینده‌رود
- بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند متاورس و هوش مصنوعی
- امنیت و هوشمندسازی فرآیندهای گردشگری
- گردشگری خلاق و توسعه منطقه‌محور
- همکاری‌های ملی و بین‌المللی در راستای ارتقاء جایگاه گردشگری زاینده‌رود
- سیاست‌گذاری کلان در حوزه نظم و امنیت گردشگری
- الگوسازی برای تحول ساختاری در صنعت گردشگری منطقه
- بررسی نقش آژانس‌ها، دفاتر گردشگری، تورها و مراکز اقامتی در توسعه گردشگری زاینده‌رود

## تاریخ های مهم

شروع ارسال مقالات: ۱ دی ۱۴۰۳

پایان ارسال مقالات:۱۰ اردیبهشت ماه

اعلام نتایج مقالات:۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۴

تاریخ شروع همایش: ۵ خرداد ۱۴۰۴

تاریخ پایان همایش: ۵ خرداد ۱۴۰۴

**دبیر ان علمی:** دکتر سید اسکندر صیدایی، دکتر محمد حسین رامشت

**دبیران اجرایی:** دکتر حجت صادقی، دکتر علی صادقی

## کمیته علمی همایش

- دکتر یوسف قنبری
- دکتر داریوش رحیمی
- دکتر حمیدرضا وارثی
- دکتر رضا مختاری ملک آبادی
- دکتر حسن کامران
- دکتر علی اکبر عنابستانی
- دکتر عباس بخشنده نصرت
- دکتر عیسی ابراهیم زاده
- دکتر اسماعیل اسدی
- دکتر جواد میکانیکی
- دکتر ندا ترابی فارسانی
- دکتر نرگس وزین
- دکتر سمیه حسینی
- دکتر مجید غیاث
- دکتر فاطمه سبک خیز
- دکتر حیمد برقی
- دکتر امیررضا خاوریان
- دکتر سعید موحدی

- دکتر فرهاد جوان
- دکتر نرجس سادات حسینی
- دکتر بهار بیشمی
- دکتر محسن صیدالی
- دکتر عباس امینی
- دکتر علی زنگی آبادی
- دکتر محمد تقی طغرایی
- دکتر محمدرضا طیب نیا
- دکتر نیما سلطانی نژاد
- دکتر حمید نظری
- دکتر ستار صادقی
- دکتر مهدی کرمی دهکردی
- دکتر سید محمد موسوی
- دکتر سید محمد حسینی
- دکتر زاهد شفیعی
- دکتر مجید فرهادی
- دکتر الهام قاسمی
- دکتر پرستو داروئی
- دکتر خدیجه دینارزهی
- دکتر آرمینا میرزاده
- دکتر محمدرضا ملکی
- دکتر علیرضا مختاری کرچگانی

## کمیته اجرایی

- دکتر علی صادقی
- دکتر حجت صادقی
- خانم آرزو شاه علی
- خانم شیوا قنبریان
- خانم لیلا یوسیلیانی

- آقای علیرضا غفاری
- آقای سجاد تبارکی
- خانم خاتون عزیزی
- خانم مهشید ریخته گران
- خانم زینب میری

# مقالات

# تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر زباله‌ریزی در منطقه گردشگری زاینده‌رود

**ستار صادقی ده‌چشمه**، دانشیار جامعه‌شناسی و عضو هیأت علمی گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه شهرکرد. s.sadeghi@sku.ac.ir
**جعفر سعیدی**، دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مدرس دانشگاه شهرکرد. jsaeedi.scu@gmail.com

## چکیده

رودخانه زاینده‌رود با موقعیت استراتژیک خود در قلب فلات مرکزی ایران و کارکردهای چندجانبه‌ای که در این منطقه و استان چهارمحال و بختیاری ایفا می‌کند به‌عنوان هسته اصلی گردشگری منطقه‌ای و اکوسیستم حیاتی مرکز ایران محسوب می‌شود. از این‌رو، آلودگی‌های زیست‌محیطی، زباله‌ریزی و تخلیه پسماند در این حوضه آبریز حیاتی، نه‌تنها یک قطب مهم گردشگری کشور را تهدید می‌کند، بلکه منجر به آسیب‌های برگشت‌ناپذیر به یکی از ارزشمندترین اکوسیستم‌های ایران خواهد شد. بر این اساس این تحقیق با تأکید بر ارزش‌های مختلف انسان‌ها و در نتیجه رفتارهای متفاوت، بر اساس نظریه پاول استرن به بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد رفتار زباله‌ریزی می‌پردازد. روش انجام تحقیق، پیمایش بوده و بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۰ نفر از شهروندان بالای ۱۵ سال استان چهارمحال و بختیاری با ابزار پرسشنامه مورد پرسش قرار گرفتند و بعد از جمع‌آوری اطلاعات فرضیات در دو سطح توصیفی و استنباطی از طریق نرم‌افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی نشان می‌دهد که بین رفتار زباله‌پراکنی و عواملی چون آگاهی از عواقب رفتار، مسئولیت‌پذیری، مشارکت‌جویی و نوع‌دوستی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. چنانکه نبود این متغیرها موجب تقویت زباله‌ریزی در بین افراد می‌شود.

**واژگان کلیدی:** ارزش، عدم آگاهی از عواقب، زباله‌پراکنی، زاینده‌رود.

## مقدمه

توجه به گردشگری در دوران اخیر و نقش و اهمیت گردشگری در توسعه و برنامه‌ریزی‌های کشورهای جهان، نشان از اهمیت و جایگاه آن در برنامه‌های آتی کشورها و در نتیجه توسعه همه‌جانبه دارد. از این‌رو می‌طلبد که به این نکته و بخصوص مراکز طبیعی و غیر طبیعی و به‌طور کلی ظرفیت‌های هر کشور از اولویت هاست. در این میان زاینده‌رود و فضای زیبایی که این رود زیبا در استان چهارمحال و بختیاری و استان اصفهان ایجاد کرده یکی از زیباترین و مهم‌ترین مراکز گردشگری و ظرفیت‌های فرهنگ‌ساز و تمدن‌ساز است. کوتاهی و کم‌توجهی به این ظرفیت خدادادی اثرات بسیار منفی در توسعه پایدار این منطقه دارد. یکی از رفتارهای نازیبا و ویرانگر این محیط بکر، زباله‌پراکنی است که جزو رفتارهای نازیبای شهروندان محسوب می‌شود؛ بنابراین این رفتار ریشه از طرز تلقی‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌ها و سیستم تربیت و جامعه‌پذیری آنان دارد. ارزش‌ها[1]معیار برای رفتارهای اجتماعی محسوب می‌شوند که ناشی از تعاملات اجتماعی هستند و به‌عنوان واقعیت‌های ساختار اجتماعی پذیرفته می‌شوند. آن‌ها چیزی هستند که شرایط اجتماعی آن‌ها را می‌طلبد. این‌ها اهداف فرهنگی تعریف‌شده و شامل احساسات و اهمیت و همچنین تعهدات می‌شوند. ارزش‌ها تعهدات انسان محسوب می‌شوند. آن‌ها بازتاب تصویری از آنچه خوب یا بد است هستند (شارون، ۱۳۸۲). ارزش معیار فکر کردن درباره کنش‌های خود و دیگران است زیرا مشخص می‌کنند چه چیزهایی باید انجام شود چه چیزهایی لازم است و چه چیزهایی ممنوع. انتظار می‌رود ارزش‌ها برای قضاوت و ارزیابی تعاملات اجتماعی به‌عنوان اهداف، وسیله، ایده‌ها، احساسات و رفتار مورد انتظار دنبال شوند. بدون چنین استانداردهایی برای ارزیابی، داوری درباره رفتارهای فردی یا اقدامات اجتماعی دشوار خواهد بود. هدف این است که ارزش‌ها، رفتارهای اجتماعی مورد انتظار فرد را یکپارچه سازد. این گرایش به پیشگیری از تنش و نقش مدیریت تنش می‌پردازد. ارزش‌ها باورهای انسان را شکل می‌دهد و باورها رفتارها را تعیین می‌کنند. شرایط ویژه این عصر که با افزایش روزافزون جمعیت و گسترش شهرنشینی و رشد مصرف‌گرایی مواجه است مسائل و مشکلات فراوانی به وجود آورده است که یکی از تأثیرات جدی آن افزایش میزان زباله‌های تولیدشده انسان‌ها است. در کنار این مشکل، زباله‌پراکنی[2]در محیط شهری مسئله‌ای ملموس‌تر و جدی‌تری است به‌طوری که نظر محققین اجتماعی را به خود معطوف کرده است (کولی، ۲۰۰۵؛ ترگلر و همکاران، ۲۰۰۸؛ شوتز و همکاران، ۲۰۱۳). با اینکه شهرهای سراسر جهان با مسائل محیط‌زیستی روبرو هستند اما شهرهای کشورهای در حال توسعه با مخاطره‌های بسیار جدی‌تری مواجه‌اند (گیدنز، ۲۰۰۱). در جهان رو به توسعه بزرگ‌ترین معضل مربوط به زباله‌های خانگی در زمان حاضر فقدان خدمات جمع‌آوری زباله‌ها است همچنین ریشه‌ها و سرچشمه‌های اثرگذاری ما بر محیط‌زیست جنبه اجتماعی دارند و بسیاری از پیامدهای آن‌ها نیز اجتماعی است (همان).

با نگاهی بر شرایط و وضعیت محیط‌زیست در سال‌های اخیر می‌توان فهمید که عوامل و فعالیت‌های انسانی مؤثرترین و مهم‌ترین علل تغییرات زیست‌محیطی است که ضمن ایجاد تغییرات مفید و مناسب باعث آسیب‌های جبران‌ناپذیر نیز شده است (پناهنده و عابدین‌زاده، ۱۳۸۹: ۸۸). زباله‌ریزی همچنین دارای ارتباط و تأثیر اجتماعی نیز است؛ زیرا که به‌آرامی وضعش وخیم‌تر می‌شود و هزینه‌های بسیاری برای پاک کردن و از بین بردن آن صرف می‌شود. برای مثال در سال ۲۰۰۸ در هلند ۱۸۰ میلیون یورو صرف زباله‌ریزی شد (KAB, 2009). زباله‌ریزی از دیدگاه بسیاری از مردم مسئله‌ای است که نسبت به آن ناراضی هستند: بیست درصد از مردم هلند زباله‌ریزی را مسئله‌ای مهم در محله‌ی خود می‌دانند. در انجمن‌های محلی کشورهای مختلف ازجمله سنگاپور تشکل‌های مختلفی به‌منظور آگاهی‌سازی در مورد زباله‌ریزی تشکیل شده‌اند و دولت‌های محلی نسبت به زباله‌ریزی در خیابان‌ها که گاه مخارجی تا ۱۰۰ یورو را به همراه دارد، سخت‌گیری بیشتری را اعمال می‌کنند (KAB, 2009). موضوع زباله‌ریزی همچنین یک عنصر ساختاری از پرسشنامه هاست که برای کنترل کردن امنیت در محله‌ها از آن استفاده می‌شود.

منظور از زباله پسماندی[3]است در اندازه‌های کوچک که به صورتی نامناسب در مکان‌های عمومی پخش و ریخته می‌شود. زباله‌پراکنی یکی از مسائل اجتماعی جدی در رفتار شهروندی جامعه ایرانی می‌باشد. این در حالی است که امروزه زباله‌پراکنی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مسائل زیست‌محیطی اجتماعی و زیباشناسی در سراسر جهان نیز شناخته شده است. زباله‌پراکنی

---

1. values
2. Litter
3. Waste

مصداقی از بی‌نظمی اجتماعی شهروندان در حوزه شهروندی محیط‌زیست می‌باشد که در فضاهای شهری و عمومی موجب تشدید مسائل مربوط به زباله شده است (همان).

تبیین رفتار زباله‌پراکنی[4]به دلایل ذکرشده به‌طور کلی اهمیت دارد و همچنین که در کشور ما زباله‌پراکنی در بین قشرهای مختلفی صورت می‌گیرد. به‌طوری که امروزه زباله‌پراکنی به‌عنوان مسئله‌ای اجتماعی در حوزه زیست‌محیطی مطرح می‌باشد. در این‌بین برخی شهروندان در هنگام مسافرت یا گردش، زباله‌های خود را در محیط رها می‌کنند که باید مورد بررسی قرار گیرد. زباله متشکل از محصولات باطله و زائد است و در صورتی که به‌طور ناشایستی در مکان غیر مربوط رها شود تبدیل به رفتار زباله پراکنی می‌شود. زباله‌پراکنی به‌مثابه دفع سهل‌انگارانه و نامناسب مقداری زباله (گلر و همکاران، ۱۹۸۲؛ استکلوس و المان ۱۹۸۷؛ کنان، ۱۹۶۶) تعریف می‌شود. زباله‌پراکنی به معنی رها کردن چیزهای غیرضروری و غیرطبیعی در محیط است (گرین، ۲۰۰۱) و قابل رؤیت‌ترین مسئله‌ای است که موجب تخریب محیط‌زیست می‌شود (فانی، ۱۹۷۳). زباله ریختن به معنای رها کردن اشیایی به حالتی نامشخص روی زمین است که اغلب ساخته دست بشر است همانند قوطی‌های آلومینیومی و مقوایی یا کیسه‌ها و بطری‌های پلاستیکی.

بدون شک سال‌های آینده زندگی بشر تأکید فراوان بر حفاظت و اولویت داشتن حفاظت از محیط‌زیست، توسعه پایدار و حفظ اماکن گردشگری طبیعی خواهد بود. واضح است که جمعیت بزرگی که در شهرها ساکن می‌شوند همواره با خیابان‌ها، طبیعت، اماکن گردشی، رودخانه‌ها و فضاهای سبز در ارتباط هستند. مشکل پسماند یا تولید انبوه زباله، مسئله‌ای جهانی است ولی در ایران، این مشکل به شکل بدتری اتفاق افتاده است، چون بسیاری از افراد در قبال رفتارهای در ارتباط با زباله مثل جمع‌آوری و دور انداختن آن، مسئولیتی برای خود قائل نیستند. در واقع با نگاهی اجمالی به شهرها و خیابان‌های اطرافمان چه در روزهای عادی و چه در مناسبات خاص می‌توان زباله‌های رهاشده را دید، اما واقعیت این است که در کلان‌شهرها به‌واسطه جمعیت ساکن و غیر ساکن بیشتر، تعدد اقوام و فرهنگ‌ها، نظارت و توجه ضعیف‌تری بر روابط و رفتار اجتماعی ما وجود دارد (فاضلی، ۱۳۹۲). امروزه زباله پراکنی مصداقی از مسئولیت‌گریزی شهروندی زیست‌محیطی و مسأله اجتماعی در سراسر جهان مطرح است و همچنین به‌عنوان یک مسئله‌ی زیست‌محیطی، منبع قابل توجهی از آلودگی است (فیروزجاییان و غلامرضازاده، ۱۳۹۴). مسئولیت‌پذیر بودن یعنی قبول کنش‌های خود در برابر خودمان، کسی یا چیزی. مسئولیت‌پذیری[5]به‌عنوان یک الزام و تعهد درونی از سوی فرد برای انجام مطلوب همه فعالیت‌هایی که بر عهده او گذاشته شده است، تعریف می‌شود که توسط یادگیری از محیط اجتماعی به وجود می‌آید. حال هر شهروندی که نسبت به شهر و مکان‌های گردشگری خود، احساس مسئولیت کند در واقع به حقوق خود و دیگران احترام می‌گذارد و دیگران او را فردی قابل اعتماد می‌دانند. اعتماد شهروندان به یکدیگر زمینه را برای گسترش و توسعه شهرها و بهبود فضاهای گردشگری و استفاده بهتر را به وجود می‌آورد. شهروندان با شرکت در کارهای مشارکتی می‌توانند در تأمین اقتصاد، کاهش هزینه‌ها و کاهش ضررهای ناشی از زندگی شهری مؤثر باشند. مسئولیت‌پذیری ارثی نیست، بلکه معنا و مفهومی قراردادی، اخلاقی و تربیتی است که می‌تواند در هر زمانی فراگرفته شود. به همین سبب همواره راهکارهایی را برای افزایش مسئولیت‌پذیری می‌توان ارائه کرد.

## چارچوب نظری

زباله‌ریزی، زباله جمع‌کردن، حفاظت از طبیعت و اماکن تاریخی، طبیعی و گردشگری هر منطقه به‌عنوان یک کنش انسانی و اجتماعی مطرح است و از جنبه‌ها و نظریه‌های مختلف تربیتی، جامعه‌پذیری، رفتارگرایی، آموزشی، انحرافات و آسیب‌های اجتماعی، روان‌شناختی و سایر نظریه‌های و پارادایم‌ها قابل بررسی و تحلیلی است. در این مقاله بر اساس نظریه‌های نگرشی و ارزش هنجار، به این مسئله نگریسته شده است. «نظریه‌ی ارزش - باور - هنجار»[6]نخستین بار توسط پاول استرن در سال ۲۰۰۰ مطرح شد که بر روی ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی تمرکز دارد. بر اساس این نظریه انتخاب فردی در مورد رفتارهای زیست‌محیطی توسط هنجارهای شخصی قابل هدایت است و این احساس تعهد درونی باعث بروز رفتار به روشی خاص می‌شود.

4. littering behavior

5. Responsibility

6. Value-Belief-Norm Theory

هنجارهای مورد نظر زمانی فعال می‌شوند که فرد معتقد باشد نقض آن‌ها برای مؤلفه‌هایی که برای مردم ارزش دارند اثرات منفی خواهد گذاشت. رفتارهای زیست‌محیطی ازنظر تنوع و تأثیرات علّی بر آن، بسیار پیچیده است. با این‌حال تئوری کلی و تلفیقی پاول استرن[۷]چارچوبی ارائه می‌دهد که می‌تواند انسجام نظری را لحاظ کرد. این چارچوب شامل نوع‌شناسی رفتارهای مهم از نظر زیست‌محیطی و علل آن‌ها و مجموعه رو به رشدی از گزاره‌های تجربی در مورد این متغیرهاست. از نظر وی، رویکردVBN مجموعه مناسبی از عوامل تمایلات کلی نسبت به رفتارهای محیطی ارائه می‌دهد. حال بروز این رفتارها به طیف گسترده‌ای از عوامل عمومی و خاص بستگی دارد؛ بنابراین تنها یک تئوری کلی زیست‌محیطی ممکن است برای تغییر رفتارهای خاص مفید نباشد. در این میان عوامل نگرشی بیشترین ارزش پیش‌بینی را برای رفتارهایی دارند که از طریق عوامل زمینه‌ای یا توانایی‌های شخصی محدود نمی‌شوند. برای رفتارهای پرهزینه و دشوار، عوامل زمینه‌ای و توانایی‌های شخصی احتمالاً بیشترین واریانس را به خود اختصاص می‌دهند.

چندین نظریه روان‌شناختی - اجتماعی، ازجمله تئوری عدم تمایز شناختی، نظریه هنجاریابی و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، تغییرات رفتارهای خاص محیطی را تبیین می‌کنند؛ اما این نظریه نشان داده است که رفتارهای محیطی همچنین می‌تواند تحت تأثیر تعهدات شخصی و آگاهی از عواقب و هزینه‌های شخصی رفتارهای خاص و باورها و هنجارهای شخصی نیز باشد.

استرن عوامل بروز رفتار را در چهار گروه دسته‌بندی می‌کند که می‌توان آن‌ها را در جدول (۱) مشاهده کرد.

**جدول (۱): انواع عمده رفتارهای قابل توجه در محیط و عوامل مؤثر بروز این رفتارها**

| عادت و روال | عوامل زمینه‌ای | قابلیت‌های شخصی | نگرشی |
|---|---|---|---|
| نوع متمایزی از عوامل متغیری است. تغییر رفتار اغلب به شکستن عادات قدیمی نیاز دارد و با ایجاد موارد جدید برقرار می‌شود. | • هزینه‌ها و پاداش‌های مالی<br>• قوانین و مقررات<br>• فناوری‌های موجود<br>• هنجارها و انتظارات اجتماعی<br>• سیاست‌های حمایتی<br>• تبلیغات | • موقعیت اجتماعی<br>• منابع مالی<br>• دانش و مهارت‌های خاص رفتاری | • پیش‌بینی‌های زیست‌محیطی کلی<br>• هنجارها و باورهای خاص<br>• عواقب و نتیجه درک شده رفتار<br>• نگرش‌های ضد محیطی |

طبق این نظریه چهار مدل رفتار در ارتباط با محیط‌زیست شکل می‌گیرد که باید به همه آن‌ها توجه شود (فیلیپ، ۱۳۹۲):

**۱. رفتارهای فعالانه زیست‌محیطی**: برای مثال پیوستن به گروه‌های فعال در این حوزه و انجام فعالیت‌های مختلف در این سازمان‌ها.

**۲. رفتارهای اخلاقی غیر فعالانه زیست‌محیطی در حوزه عمومی**: شهروند زیست‌محیطی بودن؛ مانند پشتیبانی از سیاست‌های به نفع محیط‌زیست.

**۳. رفتارهای فعالانه زیست‌محیطی در حوزه زندگی خصوصی:** رفتارهای خرید و مصرف‌کننده زیست‌محیطی، تغییر در استفاده از تجهیزات، داشتن شیوه زندگی به نفع محیط‌زیست، رفتارهای دفع زباله و مصرف‌گرایی سبز.

**۴. رفتارهای سازمانی**: انجام رفتارهای مؤثر بر تصمیمات سازمانی به نفع محیط‌زیست.

تئوری VBN متغیرهای مختلف نگرشی را لحاظ می‌کند که باعث بروز چنین رفتارهایی می‌شوند. این هنجارها و اعتقادات با ترکیب نظریه فعال‌سازی هنجار و نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده برای رفتارهای خاص محیطی بسیار کاربردی می‌باشد. پیش‌فرض نظریه‌ی ارزش - باور - هنجار به ما می‌گوید که هنجارهای اخلاقی هر فرد (که همان احساس تعهد او به محیط‌زیستش است) زمانی فعال می‌شوند که افراد از عواقب منفی رفتارهای‌شان که باعث تهدید ارزش‌های مورد نظر افراد می‌شود آگاه شوند. در این هنگام است که افراد برای از بین بردن این نتایج منفی احساس مسئولیت می‌کنند (فیلیپ، ۱۳۹۲). نظریه ارزش - باور - هنجار خود از نظریه‌ی فعال‌سازی هنجار، پارادایم بوم‌شناسی نوین و نظریه‌ی ارزش‌های شخصی ترکیب و تشکیل شده است. همچنین این نظریه از طریق نظریه‌ی ارزش‌ها به نظریه فعال‌سازی هنجار ارتباط پیدا می‌کند.

7. Paul C. Stern

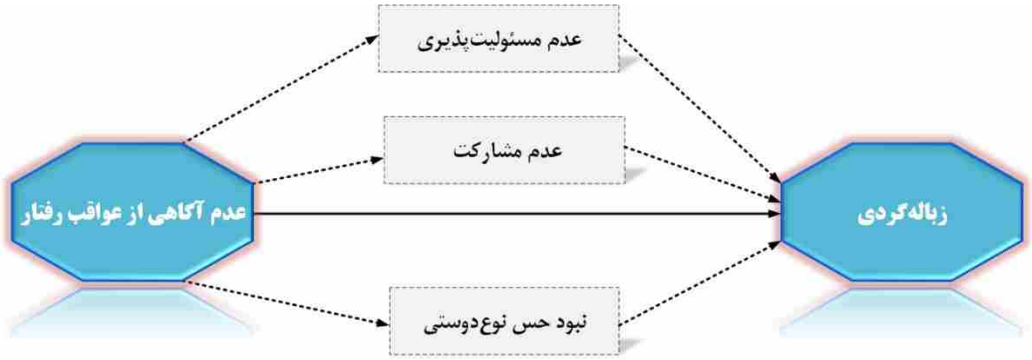
استرن معتقد است که منشأ رفتار زیست‌محیطی، هنجارهای شخصی مانند احساس تعهد یا وظیفه اخلاقی برای عمل کردن در حوزه‌ی زیست‌محیطی است. این هنجارهای شخصی زمانی به وجود می‌آید که فرد تشخیص دهد شرایط زیست‌محیطی تهدیدی برای ارزش‌های فردی است و افراد به خودی خود مسئول و قادر هستند که این تهدیدها را کاهش دهند. نظریه ارزش - باور - هنجار بیان می‌کند باورهای افراد در مورد نتایج و مسئولیت‌پذیری رفتارها به ارزش‌ها و عقاید کلی درباره ارتباط انسان با محیط‌زیستش و مربوط می‌شود. در این راستا، سه جهت‌گیری ارزشی کلی معرفی شده‌اند: جهت‌گیری ارزشی خودمحور، در مواردی که افراد تلاش می‌کنند تا دستاوردها یا نتایج فردی خویش را به حداکثر برسانند؛ جهت‌گیری ارزشی نوع‌دوستانه که نگرانی برای رفاه دیگر انسان‌ها را انعکاس می‌دهد؛ جهت‌گیری ارزشی زیست‌بوم محور که دربردارنده نگرانی برای گونه‌های غیر انسانی یا زیست‌کره (آب، خاک و جَو) می‌باشد (فیلیپ، ۱۳۹۲). طرفداران این نظریه باور دارند که این ارزش‌ها که برای افراد متفاوت است، باورهای متفاوت آن‌ها را می‌سازند که تأثیر زیادی بر روی رفتارهای‌شان دارد. پس ارزش‌هایی که افراد برای خود قائل می‌شوند، چگونگی رفتارهای آن‌ها نسبت به خودشان، انسان‌ها و محیط‌زیست‌شان را رقم می‌زند.

مطالعات مختلف نشان داده‌اند افرادی که اولویت را به جمع یا ارزش‌های نوع‌دوستانه می‌دهند، تمایل بیشتری به درگیر شدن در رفتارهای نوع‌دوستانه، کمک‌کننده یا رفتارهای زیست‌محیطی دارند. در صورتی که این مسئله در افرادی که اولویت را به ارزش‌های خودمحوری یا فردی می‌دهند، برعکس است (فیلیپ، ۱۳۹۲). همچنین اطلاع و آگاهی افراد از اثرات مثبت و منفی فعالیت‌هایشان بر روی منابع محیط‌زیست نیز می‌تواند در انجام یا عدم انجام آن رفتارها تأثیرگذار باشد. به همین دلیل استرن متغیری به نام آگاهی از نتایج زیست‌محیطی فعالیت‌ها را در مدل خود مشخص می‌کند که به معنای مسئولیت‌پذیر بودن در برابر رفتارهاست. همچنین مسئولیت‌پذیری در برابر نگهداری صحیح از محیط‌زیست باعث می‌شود که فرد آگاهی خود را در مورد رفتارهای بهتر بالا ببرد و رفتارهای لازم را به عمل آورد.

در ارتباط این نظریه و موضوع مورد بررسی پژوهش در مورد رفتار زباله‌ریزی که نوعی از رفتار محیطی بارز است وقتی افراد این رفتار را انجام دهند ما با محیط کثیف و آلوده‌ای مواجه هستیم که خلاف ارزش‌های گروه دیگری از افراد است که می‌تواند در این تحقیق با استفاده از نظریه ارزش - باور - هنجار که چارچوب مناسبی برای رفتارهای مرتبط با محیط‌زیست است باورها و رفتارهای شهروندان با استفاده از متغیرهای رفتاری نشأت‌گرفته از دل نظریه یعنی آگاهی از عواقب رفتار، مسئولیت‌پذیری، مشارکت اجتماعی و نوع‌دوستی در عمل، در برابر رفتار زباله‌ریزی سنجیده می‌شود.

## مدل نظری پژوهش و فرضیه‌ها

بر اساس مطالب گفته‌شده، چارچوب نظریه باور-هنجار-ارزش در تبیین رفتارهای زیست‌محیطی ازجمله زباله‌ریزی کاربرد فراوانی دارد و اساس آن این است که باورها و اعتقادات و ارزش‌گذاری‌های افراد باعث می‌شود که به عواقب رفتارهای خود حساس شوند و در نتیجه رفتارهایی را در نتیجه انجام دهند. از این نظریه به دلیل اعتقاد به فعال بودن کنشگر و نقش او به‌عنوان فردی آگاه و مسئول در برابر کنش‌هایش در این مورد رفتار زباله‌ریزی استفاده شده است؛ چراکه بر اساس مطالعات پیشین زباله‌ریزی مسئله ایست که عامل انسانی نقش بسیار مهمی در بروزش دارد. وقتی کنشگران از عواقب رفتارهای خود در محیط آگاه شوند احساس می‌کنند که باید کاری انجام دهند پس حس مسئولیت در آن‌ها شکل می‌گیرد که نسبت به نتایج رفتار زباله‌ریزی خود حساس می‌شوند و خود را بخشی از شکل‌گیری آن می‌دانند. از طرفی دیگر این مسئولیت‌پذیری باعث مشارکت آن‌ها در این راه می‌شود. خواه با هر نوع حضور فعال در سازمان‌ها و اقدامات مربوط به زباله‌ریزی یا خواه با ساده‌ترین مشارکت یعنی اجتناب از ریختن زباله در محیط. همچنین طبق این نظریه نوع‌دوستی انسان‌ها نیز باعث جلوگیری از زباله‌ریزی می‌شود؛ زیرا کسانی که به هم‌نوعان خود اهمیت می‌دهند به‌طور معمول از عواقب رفتارهایی که برای آن‌ها و هم‌نوعان‌شان دارد باخبر هستند.




**شکل (۱): مدل نظری روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته (زباله‌ریزی)**

بر اساس مدل فرضیه‌های اصلی و مستقیم پژوهش عبارت هستند از:

۱. عدم آگاهی افراد از عواقب رفتارهایشان بر زباله‌ریزی آن‌ها تأثیر مستقیم دارد.

۲. عدم مسئولیت‌پذیری افراد بر زباله‌ریزی آن‌ها تأثیر مستقیم دارد.

۳. عدم مشارکت افراد بر زباله‌ریزی آن‌ها تأثیر مستقیم دارد.

۴. نداشتن حس نوع‌دوستی افراد بر زباله‌ریزی آن‌ها تأثیر مستقیم دارد.

## روش‌شناسی

این پژوهش با روش کمی و با راهکار تحقیق پیمایشی مقطعی انجام گرفته است. جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش، کلیه‌ی افراد بالای ۱۸ سال ساکن در استان چهارمحال و بختیاری است که پس از آزمون مقدماتی پرسشنامه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران حجم نمونه تحقیق تعیین می‌شود. حجم نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۰ نفر برآورد شده است. اطلاعات از طریق پرسشنامه محقق ساخته دارای اعتبار به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده از نمونه مورد مطالعه جمع‌آوری گردید. پرسشنامه دارای ۶ مؤلفه به شرح جدول (۲) دارای پایایی لازم بوده است.

**جدول (۲): ضریب آلفای کرونباخ (پایایی سازه‌های پژوهش)**

| مؤلفه | تعداد گویه و سؤال‌ها | آلفای کرونباخ |
|---|---|---|
| عدم مسئولیت‌پذیری | ۶ | /۸۰ |
| عدم مشارکت‌جویی | ۵ | /۳۸ |
| نبود نوع‌دوستی | ۵ | /۸۲ |
| عدم آگاهی از عواقب | ۵ | /۸۹ |
| عدم جامعه‌پذیری (مرتبط) | ۶ | /۸۲ |
| رفتار زباله‌ریزی | ۱۴ | /۸۶ |

## تعریف مفاهیم

### الف) متغیر وابسته

در این پژوهش زباله‌پراکنی به‌عنوان یک مسئله‌ای که گریبان‌گیر شهرهاست به‌عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفته است. زباله به مجموعه‌ای از مواد زائد و محصولات باطله اطلاق می‌شود که در صورت رهاسازی غیراصولی و خارج از چارچوب‌های تعیین‌شده، به پدیده‌ای تحت عنوان زباله‌پراکنی تبدیل می‌گردد. از منظر علمی، زباله‌پراکنی به‌عنوان دفع غیرمسئولانه و نامناسب پسماند تعریف شده است (گلر و همکاران ۱۹۸۲؛ استکلوس و المان ۱۹۸۷؛ کنان، ۱۹۶۶). این پدیده به‌ویژه شامل رهاسازی مواد غیرضروری و مصنوعی در محیط‌زیست می‌شود (گرین، ۲۰۰۱) و به‌عنوان یکی از بارزترین عوامل تخریب

محیط‌زیست شناخته می‌شود (فانی، ۱۹۷۳). بر اساس این تعریف افراد به‌راحتی زباله‌های خود را روی زمین می‌اندازد که منظور از زباله ریختن، رها کردن اشیائی به حالتی نامشخص روی زمین است که اغلب ساخته دست بشر است همانند دستمال‌کاغذی قوطی‌های آلومینیومی و مقوایی یا کیسه‌ها و بطری‌های پلاستیکی و هرگونه خوراکی غیرقابل استفاده.

## ب) متغیرهای مستقل

متغیرهای مستقل پژوهش عبارت‌اند از:

### ۱. عدم آگاهی از عواقب رفتار

منظور از عدم آگاهی از نتایج و عواقب رفتارهای کنشگران آن اطلاعات و آگاهی فرد نسبت به تأثیراتی است که رفتار کردن یا نکردن او برای دیگر افراد و محیط عواقبی مخرب و ناگوار داشته باشد؛ که اینجا بر روی رفتارهایی تأکید می‌شود که برای متغ یر وابسته یعنی زباله‌ریزی عواقبی ناگوار خواهد داشت. اگر افراد از تأثیر رفتارهایشان در این زمینه باخبر نباشند به‌راحتی زباله ریزی می‌کنند. در این پژوهش میزان آگاهی از عواقب رفتارهای افراد با طرح چند گویه و پرسش مورد سنجش قرار گرفته اس ت. به‌گونه‌ای که با داشتن آگاهی نسبت به عواقب رفتارها زباله‌ریزی کمتری نیز انجام می‌شود.

### ۲. عدم مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری به معنای مقصر انگاشتن خود در هنگام اشتباهی انجام دادن است. مسئولیت یک الزام و تعهد درونی از سوی فرد برای انجام مطلوب همه فعالیت‌هایی است که بر عهده او گذاشته شده است. در پژوهش حاضر منظور از نداشتن مسئولیت اجتماعی، احساس نکردن الزام و تعهد درونی نسبت به دیگران و پذیرش تقصیرات و اشتباهاتی است که فرد انجام داده و جهت سنجش آن از دو بعد تمایل به پذیرش پیامدهای رفتار زباله‌ریزی و احساس وظیفه نسبت به دیگران استفاده شده است. این بد ین معناست که هرچه فرد احساس مسئولیتی نسبت به زباله‌ریزی نکند متقابلاً زباله‌ریزی بیشتری انجام می‌دهد.

### ۳. عدم مشارکت‌جویی

جامعه‌شناسان مشارکت را گرفتار شدن ذهن و احساس فرد در وضعیتی جمعی می‌دانند که نتیجه این گرفتاری، تفکر و تلاش کنشگر برای رسیدن جمع به هدف موردنظر است. بر این اساس، این درگیری ذهنی و خواستن یا نخواستن انجام مشارکت را م ی‌توان اولین مرحله ایجاد مشارکت دانست. عدم مشارکت داشتن شهروندان در اموری که به آن‌ها مربوط است، هنگامی اتفاق می‌افتد که افراد ساکت باشند و یا درگیر فعالیت‌های مربوطه نشوند. در این تحقیق میزان مشارکت‌جویی افراد در حوزه مربوط به زباله‌ریزی مورد سنجش قرار گرفت به‌گونه‌ای که هرچقدر مشارکت افراد کمتر باشد زباله‌ریزی افراد هم بیشتر انجام می‌شود.

### ۴. نبود حس نوع‌دوستی

نوع‌دوستی یک اصل و عمل اخلاقی و نوعی نگرانی برای خوشبختی سایر انسان‌ها است و در نتیجه کیفیت زندگی هم ازلحاظ مادی و هم معنوی حاصل می‌شود و اساساً یک ارزش والای اجتماعی و یک تکلیف اخلاقی اجتماعی است که تضعیف آن می‌تواند منجر به اختلال روابط در جامعه گردد. از نظر سی‌رایت میلز یکی از مسائل اجتماعی مهم جوامع امروزی، کاهش حس نوع‌دوستی است (الول، ۲۰۰۲: ۶۲) که به‌ویژه در جوامع شهری، کاملاً ملموس است (ارونسون، ۲۰۰۲: ۳۹۸). شواهد نشان‌دهنده این است که در ایران، به‌ویژه در سطح کلان، مانند وقوع زلزله و غیره، بسیاری از مردم مایل هستند به قربانیان کمک کنند؛ اما به نظر می‌رسد تمایل به نوع‌دوستی در سطوح خرد، مانند روابط روزمره اجتماعی، به‌خصوص در جامعه شهری، در حال کاهش است (محسنی، ۱۳۷۹: ۳۱۳؛ رفیع‌پور، ۱۳۷۷: ۹۶). در این پژوهش حس نوع‌دوستی باعث می‌شود افراد نسبت به عواقب رفتارهایشان آگاه هر باشند و بنابراین کمتر به رفتارهای مخرب همچون زباله‌ریزی دست بزنند.

**۵. عدم جامعه‌پذیری مرتبط**

اینکه فرزندان، از ابتدای تولد تا مرحله تکامل شخصیت، تحت تأثیر تربیت و آموزش‌های درست در زمینه‌های مختلف اجتماعی قرار گیرند و آن موضوعات و موارد مهم را به‌صورت رسمی و یا غیر رسمی یاد بگیرند و در رفتار و گفتار و زندگی خود بکار گیرند، تحت عنوان جامعه‌پذیری می‌شناسیم. اگر جامعه‌پذیری مبتنی بر آگاهی و آموزش‌های درست قرار باشد، احتمال بروز رفتارهای هنجارمند در افراد بیشتر می‌شود. شواهد نشان می‌دهد، یکی از موضوعاتی که ضرورت و اهمیت بالایی در بهداشت محیط، رعایت رفتارهای هنجارمند زیست‌محیطی، جمع‌آوری زباله‌ها و درنهایت توسعه پایدار دارد، جامعه‌پذیری است. به عبارتی با آموزش، گفتار، رفتار و سایر عوامل به فرزندانمان یاد بدهیم که مثلاً زاینده‌رود یک منبع خدادادی تمام‌شدنی است و می‌توانیم با رفتار درست، پایداری آن را برای آیندگان هم حفظ کنیم و امکان بهره‌مندی خود و فرزندانمان را از این موهبت الهی فراهم کنیم. آموزش دهیم که هنگام مسافرت و یا کوه‌نوردی و بهره‌مندی از طبیعت، هیچ‌وقت زباله‌هایشان را رها نکنند و محیط را آلوده نکنند، توانسته‌ایم بخش مهمی از اهداف توسعه پایدار را طی نموده و در حفظ منابع بی‌نظیر طبیعی خویش تلاش کنیم.

## یافته‌های توصیفی

به‌منظور تلخیص یافته‌های توصیفی، جداول توصیفی یافته‌ها حذف و خلاصه یافته‌ها به شرح زیر بیان می‌شود: داده‌های اطلاعاتی در این پژوهش از بین ۳۸۰ نفر زن و مرد بالای ۱۵ سال استان چهارمحال و بختیاری، جمع‌آوری شده است که ۵۰/۸ درصد زن (۱۹۳ نفر) و ۴۹/۲ درصد (۱۸۷ نفر) مرد بوده‌اند. همچنین گروه سنی ۲۶ تا ۴۰ سال، ۲۷/۳ درصد و افراد دارای تحصیلات مقطع لیسانس با داشتن ۲۷/۳ درصد بالاترین میزان پاسخگویان را تشکیل می‌دهند. در بخش توصیفی، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که حداقل میزان زباله‌پراکنی افراد ۱/۴۰ (پایین‌تر از ۳ یا میانگین) و حداکثر میزان آن ۲ می‌باشد. میانگین به‌دست‌آمده در این مطالعه، ۱/۶۴ و انحراف معیار ثبت‌شده نیز ۰/۱۵۶ می‌باشد.

### آزمون فرضیه

برای آزمون فرضیه‌ها تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. در این پژوهش از چهار متغیر مستقل برای سنجش رفتار زباله‌ریزی استفاده شده است؛ بنابراین چهار فرضیه مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آزمون همبستگی فرضیه‌ها را در جدول (۳) نشان داده شد. در این جدول رابطه بین عدم آگاهی از عواقب عمل و زباله‌پراکنی در منطقه زاینده‌رود به‌وسیله همبستگی پیرسون، آزمون شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار آزمون برابر ۴۹۳/ و سطح معنی‌داری برابر ۰/... می‌باشد که از ۵./ کمتر است و این بدان معنی است که بین عدم آگاهی از عواقب عمل و زباله‌پراکنی در زاینده‌رود رابطه وجود دارد. جهت رابطه مثبت است که بدان معنی است که هرچه این عدم آگاهی از عواقب رفتار، بیشتر می‌شود، زباله‌پراکنی هم بیشتر می‌شود.

**جدول (۳): آزمون رابطه بین عدم آگاهی از عواقب عمل و زباله پراکنی**

| نوع آزمون | مقدار آزمون | سطح معنی‌داری |
|---|---|---|
| همبستگی پیرسون | /۴۹۳ | ۰/۰۰۰ |

در جدول (۴) رابطه بین عدم مسئولیت‌پذیری و زباله‌پراکنی در منطقه زاینده‌رود به‌وسیله همبستگی پیرسون، آزمون شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار آزمون برابر ۵۲۵/ و سطح معنی‌داری برابر .../ می‌باشد که از ۵./ کمتر است و این بدان معنی است که بین عدم آگاهی از عواقب عمل و زباله‌پراکنی در زاینده‌رود رابطه وجود دارد. جهت رابطه مثبت است که بدان معنی است که هرچه عدم مسئولیت‌پذیری، بیشتر می‌شود، زباله‌پراکنی هم بیشتر می‌شود.

**جدول (۴): آزمون رابطه بین عدم مسئولیت‌پذیری و زباله پراکنی**

| نوع آزمون | مقدار آزمون | سطح معنی‌داری |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| همبستگی پیرسون | /۵۲۵ | ۰/۰۰ |

در جدول (۵) رابطه بین عدم مشارکت‌جویی و زباله‌پراکنی در منطقه زاینده‌رود به‌وسیله همبستگی پیرسون، آزمون شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار آزمون برابر ۴۶۸/ و سطح معنی‌داری برابر .../ می‌باشد که از ۰۵/ کمتر است. لذا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و این بدان معنی است که بین عدم مشارکت‌جویی و زباله‌پراکنی در زاینده‌رود رابطه وجود دارد. جهت رابطه مثبت است که بدان معنی است که هرچه عدم مشارکت‌جویی، بیشتر می‌شود، زباله‌پراکنی هم بیشتر می‌شود.

**جدول (۵): آزمون رابطه بین عدم مشارکت‌جویی و زباله‌پراکنی**

| نوع آزمون | مقدار آزمون | سطح معنی‌داری |
|---|---|---|
| همبستگی پیرسون | /۴۶۸ | ۰/۰۰ |

در جدول (۶) رابطه بین عدم حس نوع‌دوستی و زباله‌پراکنی در منطقه زاینده‌رود به‌وسیله همبستگی پیرسون، آزمون شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار آزمون برابر ۳۶۸/ و سطح معنی‌داری برابر .../ می‌باشد که از ۰۵/ کمتر است لذا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و این بدان معنی است که بین عدم نوع‌دوستی و زباله‌پراکنی در زاینده‌رود رابطه وجود دارد. جهت رابطه مثبت است که بدان معنی است که هرچه عدم حس نوع‌دوستی بیشتر می‌شود، زباله‌پراکنی هم بیشتر می‌شود. به عبارتی هرچند حس نوع‌دوستی، کمتر می‌شود، زباله‌پراکنی آنان بیشتر می‌شود.

**جدول (۶): آزمون رابطه بین عدم حس نوع‌دوستی و زباله‌پراکنی**

| نوع آزمون | مقدار آزمون | سطح معنی‌داری |
|---|---|---|
| همبستگی پیرسون | /۶۸۳ | ۰/۰۰۰ |

مطابق با جدول (۷) رابطه بین عدم جامعه‌پذیری یا جامعه‌پذیری ناقص و زباله‌پراکنی در منطقه زاینده‌رود به‌وسیله همبستگی پیرسون، آزمون شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مقدار آزمون برابر ۵۱۲/ و سطح معنی‌داری برابر .../ می‌باشد که از ۰۵/ کمتر است لذا فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و این بدان معنی است که بین عدم جامعه‌پذیری درست و زباله‌پراکنی در زاینده‌رود رابطه وجود دارد. جهت رابطه مثبت است که بدان معنی است که هرچه عدم جامعه‌پذیری بیشتر می‌شود، زباله‌پراکنی هم بیشتر می‌شود. به عبارتی هرچه جامعه‌پذیری ناقص‌تر باشد، زباله‌پراکنی آنان بیشتر می‌شود. به نظر می‌رسد این رابطه جزو اولویت‌های حفظ محیط‌های گردشگری و به‌خصوص گردشگری طبیعی است.

**جدول شماره (۷): آزمون رابطه بین عدم جامعه‌پذیری و زباله‌پراکنی**

| نوع آزمون | مقدار آزمون | سطح معنی‌داری |
|---|---|---|
| همبستگی پیرسون | -/۵۱۲ | ۰/۰۰ |

### رگرسیون خطی و تعیین ضرایب اثر متغیرها

همان‌گونه که از جدول (۸) مشخص است ضریب تعیین متغیرهای وابسته پژوهش حاضر برابر با (R2= ۰,۱۳) است؛ یعنی متغیرهای مستقل تحقیق (آگاهی از عواقب رفتار، مسئولیت‌پذیری، مشارکت‌جویی و نوع‌دوستی افراد) ۰/۱۳ از رفتار زباله‌ریزی افراد را تشکیل می‌دهد. همچنین برای اینکه تأثیر واقعی متغیرهای مستقل نمایان شود مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده به دست آمده که مقدار آن (ADJ.R2= ۰,۱۲) است که بسیار نزدیک به میزان ضریب تعیین است. پس مدل مذکور ۰,۱۲ از واریانس رفتار زباله‌ریزی را تبیین می‌کند. در این مدل این چهار متغیر مستقل به‌طور مستقیم بر متغیر وابسته تأثیر دارند که بیشترین تأثیر را متغیر آگاهی از عواقب رفتار (Beta= ۰,۴۴) بر زباله‌ریزی دارد که البته این تأثیرگذاری معکوس است. متغیر بعدی که بیشترین تأثیر را دارد نوع‌دوستی (Beta= ۰,۴۲) است. تأثیرات متغیر مسئولیت‌پذیری (Beta= ۰,۳۳) و مشارکت‌جویی نیز برابر

است با (Beta= ۰,۲۴). بر اساس نتایج، در صورت نبود یا ضعف این متغیرها رفتار زباله‌پراکنی افراد نیز بیشتر انجام می‌شود. برای مثال افرادی که آگاهی بیشتری نسبت به عواقب رفتار زباله‌پراکنی خود دارند احساس مسئولیت و نوع‌دوستی بیشتری دارند پس کمتر زباله‌ریزی خواهند کرد.

**جدول (۸): رگرسیون خطی بین میزان زباله پراکنی و عوامل مؤثر بر آن**

| متغیرهای مستقل | ضرایب استاندارد نشده | | ضریب تعیین R2 | ضرایب استانداردشده (Beta) | سطح معناداری |
|---|---|---|---|---|---|
| | ضریب تعیین (R) | P value | | | |
| آگاهی از عواقب رفتار | -۰/۱۷ | ۰/۰۴ | ۰/۱۳ | -۰/۴۴ | ۰/۰۰۰ |
| مسئولیت‌پذیری | ۰/۰۵ | ۰/۰۲ | | ۰/۳۳ | ۰/۰۱۱ |
| نوع‌دوستی | ۰/۰۶ | ۰/۰۱ | | ۰/۴۲ | ۰/۰۰۰ |
| مشارکت‌جویی | ۰/۰۵ | ۰/۰۲ | | ۰/۲۴ | ۰/۰۴۱ |

## نتیجه‌گیری

شواهد و بررسی‌ها نشان می‌دهد که نگرش شهروندان و ارزش‌های آنان نسبت وضعیت گردشگری و محیط زاینده‌رود متفاوت شده است. هرچند میزان وضعیت نگرش نسبت به گذشته مثبت‌تر شده است اما هنوز نگرش‌های منفی بومیان نسبت به گردشگران دارند. بسیاری از گردشگران زباله‌های خود را جمع‌آوری و نسبت به حفظ محیط زاینده‌رود احساس مسئولیت و تعلق می‌کنند، اما هنوز هستند کسانی که در این خصوص احساس مسئولیت ندارند. رفتار شهروندان در عرصه عمومی هر جامعه‌ای آینه تمام نمای فرهنگ آن جامعه است، چراکه بخش بیرونی و آشکار و مشاهده‌پذیر رفتار شهروندان را نشان می‌دهد. در بدو ورود گردشگران به هر جامعه‌ای، اولین جزء قابل‌مشاهده، رفتار شهروندان است. با مشاهده اولین رفتار اگر به فرض مثال شاهد زباله‌پراکنی و یا نقاط آلوده و کثیف باشیم بر اساس نظریه پنجره شکسته، مشاهده گران در ابتدا برداشت مثبتی از شهروندان در زمینه نظم و نظافت شهر نخواهند داشت. در جهانی با افزایش جمعیت روزافزون زباله‌های این جمعیت نیز بیشتر و بیشتر می‌شود. از این میان مسئله زباله‌ریزی انسان‌ها در محیط چه در طبیعت و چه در شهر و خیابان مسئله‌ای زیست‌محیطی و اجتماعی است چون توسط انسان‌ها انجام می‌شود. در کشور ایران که جامعه‌ای در حال گذار به سمت توسعه‌یافتگی است این مسئله به‌گونه‌ای آشکار مشاهده می‌شود و مردم به‌راحتی این رفتار را انجام می‌دهند. در واقع زباله‌ریزی یکی از مصادیق بی‌مسئولیتی شهروندی نیز تعبیر می‌شود که از نظر محیطی، اجتماعی و زیباشناسی در تمام جوامع مطرح است. حال در رابطه با این مسئله مانند دیگر مسائل اجتماعی عوامل متعددی باعث بروز و تأثیر بر روی رفتار زباله‌ریزی می‌شود که در این پژوهش بر اساس نظریه ارزش - باور - هنجار پاول استرن متغیرهای مستقل استخراج‌شده و فرضیه‌های پژوهش شکل گرفته است. بر اساس نظریه تلفیقی استرن که بسیار مناسب رفتارهایی است که نگرش و باورها و ارزش‌های کنش‌گرانش تأثیر زیادی در انجام آن‌ها دارد. در اندیشه و نظریه استرن باور و ارزش‌های افراد تأثیر مهمی بر رفتارهای آن‌ها دارد. بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون فرضیات تحقیق بین متغیرهای مستقل که در این پژوهش شامل آگاهی از عواقب انجام رفتار، عدم مسئولیت‌پذیری و مشارکت‌جویی، جامعه‌پذیری و نوع‌دوستی هستند و انجام رفتار زباله‌ریزی رابطه معنادار وجود دارد. به‌طوری که هرچه میزان آگاهی از عواقب رفتار و مسئولیت‌پذیری و مشارکت‌جویی، جامعه‌پذیری و نوع‌دوستی بیشتر و بهتر باشد رفتار زباله‌ریزی نیز کمتر بروز داده می‌شود.

استرن معتقد است که برای تبیین رفتارها باید به عوامل فردی و اجتماعی توجه کرد و این‌گونه می‌توان رفتارهای اجتماعی - محیط زیستی افراد را تبیین کرد. انسان‌ها در رابطه با محیط چهار گروه رفتاری دارند. فعالان محیط‌زیست که به‌طور فعالانه در گروه‌ها و سازمان‌های محیط‌زیست مشارکت می‌کنند و افراد فعالیت‌هایی مانند تظاهرات و کارهای خودجوش انجام می‌دهند (McAdam, McCarthy, & Zald, 1988).

رفتارهای غیر فعالانه در فضاهای عمومی دسته‌ای از افراد با انجام رفتارهایی (مانند تصویب مقررات زیست‌محیطی یا تمایل برای پرداخت مالیات بیشتر برای حفاظت از محیط‌زیست) به‌طور غیرمستقیم بر محیط تأثیر می‌گذارند. در این‌گونه رفتار نگرانی‌هایی برای محیط وجود دارد که باعث آگاه شدن افراد را از وضعیت محیطی می‌شود (Dietz, Stern, & Guagnano, 1998; Stern, Dietz, Abel, Guagnano, & Kalof, 1999).

فعالان حوزه خصوصی: به آن دسته از رفتارهای افراد گفته می‌شود که در زندگی خصوصی و شخصی خود در رابطه با محیط انجام می‌دهند. برای مثال خرید و استفاده و دفع محصولاتی که دارای اثرات زیست‌محیطی هستند.

سایر رفتارهای مهم محیطی: افراد ممکن است از طریق رفتارهای دیگر، مانند تأثیرگذاری بر عملکرد سازمان‌هایی که به آن‌ها تعلق دارند، تأثیر بسزایی در محیط داشته باشند. به‌عنوان مثال، مهندسان ممکن است محصولات تولیدی را به شیوه‌هایی کم‌وبیش ازلحاظ زیست‌محیطی طراحی کنند، بانکداران و توسعه‌دهندگان ممکن است در تصمیمات خود از معیارهای زیست‌محیطی استفاده یا نادیده بگیرند و اقدامات کارگران تعمیر و نگهداری ممکن است باعث کاهش یا افزایش میزان آلودگی تولیدشده توسط کارخانه‌های تولیدی یا ساختمان‌های تجاری شود. چنین رفتارهایی می‌تواند تأثیر زیادی بر محیط‌زیست داشته باشد زیرا اقدامات سازمانی بزرگ‌ترین منبع مستقیم بسیاری از مشکلات زیست‌محیطی هستند (Stern, 2000).

بر اساس نظریه استرن می‌توان برداشت کرد که افراد در برابر محیط‌زیست زندگی خود چند نوع رفتار را می‌توانند اتخاذ کرده و انجام دهند؛ که این رفتارهای متنوع از باورها و ارزش‌های آن‌ها نسبت به محیط‌زیست نشأت می‌گیرد. حال این باورها و ارزش‌ها از طریق عواملی در رفتار فرد بروز پیدا می‌کنند که در این تحقیق شامل «مسئولیت‌پذیری، مشارکت‌جویی، نوع‌دوستی و آگاهی از عواقب رفتارهای‌شان» است که بر اساس چهار نوع رفتار زیست‌محیطی افراد استخراج شده است. نتایج به دست آمده از آمارها و داده‌ها ثابت کرد که متغیرهای مستقل پژوهش توانستند ۲۲ درصد از تغییرات در متغیر وابسته (زباله‌ریزی افراد) را تبیین کنند. بر این اساس افراد که از عواقب انجام رفتارهای خود برای خود دیگر مردم و محیط‌زیست واقف هستند کمتر زباله‌ریزی می‌کنند. همچنین کسانی که رفتارهای فعالانه دارند پس دارای مشارکت‌جویی هستند که باعث می‌شود نه‌تنها زباله‌ریزی نکنند بلکه برای جلوگیری از وقوع چنین رفتارهایی در گروه‌ها یا حتی به‌طور شخصی مشارکت داشته باشند. مسئولیت‌پذیری و جامعه‌پذیری از دیگر متغیرهای تأثیرگذار بر روی رفتار زباله‌ریزی است به این دلیل که افرادی که هیچ‌گونه مسئولیتی در قبال محیط‌زیست از خود نشان نمی‌دهند یعنی نه‌تنها مشارکتی در این حوزه ندارند بلکه از عواقب رفتارهای خود نیز بی‌خبر هستند و این‌گونه به‌راحتی رفتار زباله‌ریزی را انجام می‌دهند؛ و یا افرادی که درست جامعه‌پذیر شده‌اند، بیشتر نسبت به محیط زاینده‌رود دغدغه دارند. پس در این دنیای پرهیاهو که یکی از بسترهای توسعه و امیدآفرین آن محیط طبیعی زیبا مثل زاینده‌رود است، بیاموزیم که در حفظ و ماندگاری آن تلاش کنند.

## منابع


رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۷). آنومی یا آشفتگی اجتماعی، تهران، انتشارات سروش.

فاضلی، محمد؛ جعفر صالحی، سحر (۱۳۹۲). شکاف نگرش، دانش و رفتار زیست‌محیطی گردشگران، فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۲، ص ۱۶۱-۱۳۷.

فیروزجائیان، علی‌اصغر؛ صالحی، صادق و غلامرضازاده، فاطمه (۱۳۹۴). تحلیل جامعه‌شناختی زباله‌ریزی در بین گردشگران (م طالعه موردی: گردشگران استان مازندران)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۱۸۶-۱۶۸.

فیلیپ، ساتن (۱۳۹۲). درآمدی بر جامعه‌شناسی محیط‌زیست، ترجمه‌ی صادق صالحی، تهران، انتشارات سمت.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی حسن چاوشیان، ویراست چهارم، انتشارات نی.

محسنی، منوچهر (۱۳۷۹). بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، تهران، انتشارات شورای فرهنگ عمومی.

Aronson, E. Timothy, D, W. Robin, M, A (2002) Social Psychology, New Jersey prentice Hall.
Cooley, R. R. (2005). The effectiveness of signage in the reduction of litter in backcountry and front country campsites. University of Manitoba. Masters of Arts Dissertation.
Elwell, F (2002) The sociology of wright Mills, Qualitative Sociology 25(3), pp 337-43.
Finnie, W. C. (1973). Field experiments in litter control. Environment and Behavior, 5, 123-144.
Geller, E. S. Winett, R. A. & Everett, P. B. (1982). Preserving the environment: New strategies for behavior change. Elmsford, NY: Pergamon.
Green, C.A. (2001). The effect of prior litter on sewing class students' clean-up behavior. http://www.clearinghouse.missouriwestern.edu/default.asp. Curled from the internet on 14thDec, 2007.
Keenan, M. (1996). "The A, B, C of Litter Control", Irish Journal of Psychology, 17 (4): 327-339.
Keep America Beautiful, Inc. Who litters and why: Results of a survey of public awareness and concern about the problem of litter. New York, 1986.
Keep America Beautiful. (2007). KAB's seven primary sources of litter. Retrieved from http://www.kab.org/site/pageserver?pagename=litter_sevensources.
Robinson, Stuart Norman (1975), Social and environmental influences on littering behavior, Georgia institute of technology.
Schultz, P.W., Bator, R.J., Large, L.B., Bruni, C.M., Tabanico, J.J., (2013). Littering in context: Personal and environmental predictors of littering behavior. Environment and Behavior45 (1), 35-59.
Stern, P.C. (2000). Towards a coherent theory of environmentaly significant behavior, journal of social issues, 56, 407-424.
Stokols, D., & Altman, I. (Eds.), (1987). Handbook of environmental psychology, Vols.1-2. John Wiley, NY.
Torgler, B., Garcia -Valinas, M., & Macintyre, A. (2008). Justifiability of littering: An empirical investigation. (working paper No. 2008-8). Basil, Switzerland: Center for Research in Economics, Management, and the Arts.

# اثر تغییر اقلیم بر گردشگری زمستانی (مطالعه موردی: پیست اسکی کوهرنگ)

**داریوش رحیمی،** استاد دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
**فاطمه بشیریان،** دکتری دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

پیست های اسکی بدلیل وابستگی به شاخص های برف از جمله ارتفاع آن در برابر تغییر اقلیم بشدت آسیب پذیر هستند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی اثر تغییر اقلیم بر ارتفاع برف در پیست اسکی کوهرنگ به عنوان قطب گردشگری زمستانی حوضه زاینده رود است. جهت دستیابی به این هدف از داده های سالانه دما، بارش، تعداد روزهای یخبندان و ارتفاع برف در طول دوره آماری ۲۰۲۳-۱۹۸۷ و آزمون های من کندال، پیتت، همبستگی و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. یافته ها نشان داد ارتفاع برف از سال ۲۰۰۷ به بعد حدود ۶۱ درصد کاهش (Z=-2.25)؛ تعداد روز یخبندان نیز حدود ۸ روز کاهش(Z=-3.4) اما و دمای میانگین ۱,۲ درجه سلسیوس (Z=4.14)افزایش یافته اند. اثر پذیری ارتفاع برف از افزایش دما و کاهش روزهای یخبندان توسط آزمون های چند متغیره تأیید شد. در نتیجه، کاهش ارتفاع برف و توانمندی اقلیمی ریزش آن ناشی از گرمایش جهانی، چالشی جدی در توسعه گردشگری اسکی منطقه کوهرنگ است. با توجه به تداوم روند افزایشی دما و کاهشی روزهای یخبندان در آینده، این چالش، شاخص های محیطی و اقتصادی گردشگری زمستانی در منطقه را تهدید می نماید. اتخاذ سیاست های سازگاری با تغییر اقلیم از جمله: ایجاد برف مصنوعی، بازنگری در مکان یابی زیر ساخت های گردشگری و تنوع بخشی در ورزش های زمستانی می تواند اثرات این چالش را بر اقتصاد گردشگری منطقه تعدیل نماید.

**واژگان کلیدی:** گرمایش جهانی، ارتفاع برف، تحلیل روند، گردشگری اسکی

## مقدمه

تغییر اقلیم یک چالش بزرگ در قرن بیست و یکم است که بر سیستم‌های طبیعی و انسانی تأثیر می‌گذارد (IPCC، ۲۰۱۴). بخش‌های اقتصادی که وابستگی بیشتری به منابع طبیعی دارند با آینده‌ای نامشخص تر روبرو هستند. از این رو تصمیم‌گیرندگان موظفند خطرات تغییر اقلیم را ارزیابی کرده و در برابر تأثیرات احتمالی، اقداماتی را انجام دهند تا توسعه پایدار را تقویت کنند (Steiger et al., 2020).

دمای کره زمین بدلیل انتشار گازهای گلخانه‌ای ناشی از فعالیت‌های انسانی، ۰،۸۷ درجه سلسیوس نسبت به میانگین ۱۹۰۰-۱۸۵۰ افزایش یافته است. با نرخ فعلی، گرمایش جهانی بین سال‌های ۲۰۳۰ تا ۲۰۵۲ به آستانه بالاتری از حد تعیینی در توافق‌نامه اقلیمی پاریس، یعنی ۱،۵+ درجه سلسیوس، خواهد رسید (IPCC، ۲۰۱۸؛ Scott et al., 2021).

IPCC (۲۰۱۸) گردشگری را به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی اقتصادی که تحت تأثیر تغییر اقلیم قرار دارد؛ مشخص کرده است. در بسیاری از مناطق جهان، گردشگری ستون مهمی برای ثبات اقتصادی است(Steiger et al., 2020). انتظار می‌رود که تغییر اقلیم در مناطق کوهستانی (مانند بارش برف دیرهنگام، افزایش دمای هوا و زمستان‌های کوتاه‌تر) اثرات اقتصادی و اجتماعی جدی تری نیز داشته باشد. زیرا برای بسیاری از جوامع که از نظر اقتصادی به صنعت گردشگری زمستانی متکی هستند، جایگزین‌های معیشتی محدود است (Cholakova and Dogramadjieva, 2023).

گردشگری اسکی از جمله فعالیت های زمستانی است که تغییر اقلیم اثرات مخربی در سراسر جهان برآن داشته است. منابع طبیعی و انسانی گردشگری را تحت تأثیر قرار داده و منجر به تغییرات زمانی و جغرافیایی در الگوهای تقاضا شده است (Knowles and Scott, 2024).

محبوبیت اسکی تفریحی از زمان آغاز این ورزش در اواسط قرن نوزدهم در اروپا تا کنون به طور قابل توجهی افزایش یافته است. طی رونق اقتصادی پس از جنگ جهانی دوم، بارش برف فراوان و بازار رو به رشد گردشگری جهانی، صنعت مدرن ورزش‌های زمستانی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ شکل گرفت. امروزه، صنعت اسکی حدود ۵۰ میلیارد دلار به اقتصاد ایالات متحده و بیش از ۴ میلیارد دلار به اقتصاد کانادا کمک می‌کند. با این حال، تغییر اقلیم نیز به عنوان یک نیروی بی‌ثبات‌کننده اصلی در گردشگری زمستانی ظهور کرده است که الگوهای آب و هوایی موجود را مختل کرده و ادامه حیات اقتصادی این صنعت را تهدید می‌کند (and Caraway, 2023 Palter). گردشگری زمستانی با وابستگی زیاد به منابع طبیعی، یکی از اولین بازارهای گردشگری بود که به دلیل آسیب‌پذیر بودن از تغییر اقلیم مورد بررسی قرار گرفت. اولین مطالعاتی که به بررسی اثرات تغییر اقلیم بر گردشگری پرداختند در اواخر دهه ۱۹۸۰ تا اواسط دهه ۱۹۹۰ انجام شدند (Willibald et al., 2021) از آنجا که بازار چند میلیارد دلاری اسکی به دلیل تغییر اقلیم در معرض خطر است، تحقیقات بیشتری برای درک بهتر چگونگی واکنش مناطق اسکی به این تهدید مورد نیاز است.

پیش‌بینی‌های اقلیمی نشان دهنده کاهش قابل توجه برف فصلی در مناطق کوهستانی کم ارتفاع است(Morin et al., 2021). با فرض ثابت بودن دیگر عوامل مؤثر، ورزش های مرتبط با برف در مناطق مرتفع تر (بالای ۲۰۰۰ متر) تمرکز خواهند یافت. تفریحگاه های اسکی در ارتفاعات پایین تر دیر یا زود به دلیل فقدان برف بدون استفاده خواهند شد. به عبارت دیگر، تغییر اقلیم منجر به جابجای قلمروهای مساعد تفریح های زمستانی در مناطق کوهستانی مرتفع می شود (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۹).

بررسی ارتفاع برف می تواند معیاری مناسب برای مطالعه اثر تغییر اقلیم در یک منطقه محسوب شود ( Xin-Wu et al., 2023). بر اساس نتایج پژوهش Nouri and Homaee (۲۰۲۱)، ارتفاع برف در نیمه غربی ایران در طول سال های ۲۰۱۷-۱۹۸۷، روندی کاهشی را تجربه کرده است. رحیمی و داناپور (۱۳۹۱) نشان دادند در طول سال های ۲۰۰۵-۱۹۸۶، روند ارتفاع

برف در ایستگاه کوهرنگ کاهشی بوده است. همچنین دماهای متوسط روزانه، خشک و تر در ساعت ۹ صبح بیشترین تأثیر را بر ارتفاع برف داشته اند.

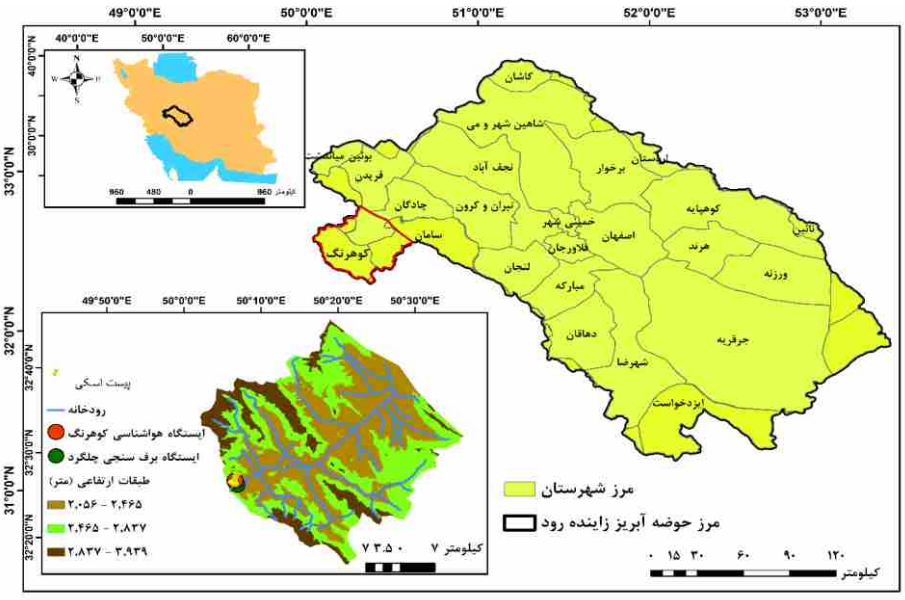
استان چهار محال و بختیاری به لحاظ جغرافیایی و بارش برف در فصول سرد سال، این پتانسیل را دارد که به یک منطقهٔ گردشگری ورزش های زمستانی تبدیل شود (عباسی و همکاران، ۱۳۹۷). ورزش های زمستانی از جمله ورزش اسکی در پیست اسکی کوهرنگ با ارتفاع بیش از ۲۴۰۰ متر یکی از جاذبه های گردشگری و محورهای توسعه در این استان است. بدیهی است که توسعهٔ صنعت گردشگری اسکی نیازمند انجام سرمایه گذاری و تأمین زیرساخت های لازم دراین زمینه است. تغییر اقلیم نا اطمینانی بزرگی را بر بهره وری سرمایه گذاری آینده در این محور ایجاد نموده است. بنابراین نیاز به مطالعه اثرات تغییر اقلیم وجود دارد. چنین اطلاعاتی، برای استنباط پیش‌بینی‌های آینده گردشگری اسکی مفید خواهد بود و زمینه‌ای برای مدیریت و برنامه ریزی بهتر پیست فراهم می‌کند.

در این پژوهش جهت مطالعه اثر تغییر اقلیم بر پیست اسکی کوهرنگ، تغییرات زمانی شاخص ارتفاع برف بررسی می شود. در ادامه تلاش می شود تا مهم ترین عنصر اقلیمی مؤثر بر این تغییرات تشخیص داده شود.

## منطقه مورد مطالعه

پیست اسکی کوهرنگ در شهرستان کوهرنگ استان چهار محال بختیاری واقع شده است. از نظر هیدرولوژیکی این پیست در محدوده حوضه آبریز زاینده رود قرار دارد (شکل ۱). به‌عنوان دومین پیست اسکی کشور در سال ۱۳۵۴ و در مجاورت تونل اول کوهرنگ احداث شده است. طول پیست اسکی کوهرنگ، تقریباً ۸۰۰ متر و شیب آن ۲۰ درصد است.
بارش برف زمستانی سنگین در ارتفاعات زردکوه، که اغلب به بیش از ۱۵ متر می‌رسد، سبب ایجاد یخچال‌های دائمی در این منطقه شده و آن را به فضایی مناسب برای ایجاد یک پیست اسکی مطلوب بدل کرده است. همچنین، نزدیکی به مراکز جمعیتی، دسترسی آسان و وجود حداقل امکانات زیر بنایی مانند جاده ارتباطی، اقامتگاه ها و هتل بر جذابیت آن افزوده است. این پیست از آذرماه تا پایان اسفند، جهت انجام ورزش های زمستانی مناسب است. علاوه برآن ارتفاع مناسب برف در مناطق کوهستانی مانند غار یخی، چال میشان و ایلبیگ در نزدیکی پیست کوهرنگ شرایط مساعدی جهت اسکی روی برف در فصل تابستان را مهیا نموده است (سازمان برنامه و بودجه،۱۳۷۹).

.




**شکل (۱): موقعیت جغرافیایی پیست اسکی کوهرنگ در حوضه آبریز زاینده رود**

## ۱- داده و روش ها

### ۱-۳- داده ها

جهت ارزیابی تغییرات ارتفاع برف و اثر پذیری آن از عناصر اقلیمی، داده های اقلیمی ایستگاه همدید کوهرنگ در دوره آماری ۱۹۸۷-۲۰۲۳بررسی شده اند. در این بررسی، عناصر میانگین بیشینه و کمینه دمای سالانه، بارش، تعداد روز یخبندان و ارتفاع برف در مقیاس زمانی سالانه و داده های برآوردی تعداد روز یخبندان، دمای بیشینه و کمینه و بارش گزارش ششم تغییر اقلیم در دو سناریو SSp2-4.5 و SSp5-8.5 و دوره زمانی ۲۰۲۰-۲۰۴۰از سایت https://climateknowledgeportal.worldbank.org/ دانلود شدند. این داده ها برای دوره ۲۱۰۰-۲۰۱۴ براساس سناریوهای مختلف برآورد شده است و در مقیاس ۲۵*۲۵ کیلومتر در اختیار هستند.

### ۲-۳- روش انجام پژوهش

روش مطالعه از نوع تجربی و تحلیلی است. در این چارچوب ابتدا جهت آشکاری سازی تغییر اقلیم با استفاده از آزمون های ناپارامتری پیتت و من کندال نقاط چرخش، روند تغییر عناصر اقلیمی منطقه و ارتفاع برف در سطح اطمینان ۹۵٪ تعیین شد. در ادامه عناصر اقلیمی تعداد روز یخبندان، دمای حداقل و حداکثر و بارش سالانه منطقه کوهرنگ در دوره زمانی ۲۰۴۰-۲۰۲۰ براساس گزارش ششم ارزیابی تغییر اقلیم، برآورد شده است. در پایان اثرات تغییر اقلیم بر ارتفاع برف مورد واسنجی قرار گرفته است.

#### ۱-۲-۳- آزمون پیتت (P-Test)

در این پژوهش، به منظور آشکارسازی نقاط چرخش تغییرات زمانی عناصر اقلیمی از آزمون ناپارامتری پیتت در سطح اطمینان ۹۵٪ استفاده شده است (رابطه ۱) (Pettitt,1979).

$$K_T max\left|U_{t,T}\right|, \quad U_{t,T}=\sum_{i=1}^{t}\sum_{j=t+1}^{T} sgn\,(X_i - X_j) \qquad p \simeq 2\,exp\left(\frac{-6\,K_T^2}{T^3+T^2}\right)$$

رابطه(۱)

نقاط چرخش : $U_{t,T}$ . سطح اطمینان :$K_T$

#### ۲-۲-۳- آزمون من- کندال

روش من کندال ابتدا توسط مَن[8](۱۹۴۵) ارائه و سپس توسط کِندال[9](۱۹۷۰) بسط و توسعه یافت. فرض صفر آزمون من-کندال بر تصادفی بودن و عدم وجود روند در سری داده‌ها دلالت دارد و پذیرش فرض یک (رد فرض صفر) دال بر وجود روند در سری داده ها می‌باشد.

اگر تعداد داده‌های سری زمانی در دوره مورد بررسی n باشد، ابتدا آماره S به شرح زیر محاسبه می‌شود (رابطه ۲):

$$S=\sum_{k=1}^{n-1}\sum_{j=k+1}^{n}\mathrm{sgn}\left(x_j - x_k\right) \qquad \text{(رابطه ۲)}$$

که n تعداد مشاهدات سری، و $x_j$ و $x_k$ به ترتیب داده‌های j ام و k ام سری می‌باشند. تابع علامت sgn نیز به صورت زیر قابل محاسبه است (روابط ۳ الی ۵):

$$\mathrm{sgn}\left(x_j - x_k\right)=+1 \qquad \text{for } (x_j\text{-}x_k)>0 \qquad (۳)$$

$$\mathrm{sgn}\left(x_j - x_k\right)=0 \qquad \text{for } (x_j\text{-}x_k)=0 \qquad (۴)$$

---

[8] - Mann
[9] - Kendall

$$\mathrm{sgn}(x_j - x_k) = -1 \qquad \text{for } (x_j\text{-}x_k) < 0 \qquad (۵)$$

مرحله بعد محاسبه واریانس S توسط یکی از روابط زیر می‌باشد (روابط ۶ و ۷):

$$Var(S) = \frac{n(n-1)(2n+5) - \sum_{i=1}^{m} t(t-1)(2t+5)}{18} \qquad \text{for } n > 10 \qquad (۶)$$

$$Var(S) = \frac{n(n-1)(2n+5)}{18} \qquad \text{for } n < 10 \qquad (۷)$$

که n و m معرف تعداد سری‌هایی است که در آن‌ها حداقل یک داده تکراری وجود دارد. t نیز بیانگر فراوانی داده‌های با ارزش یکسان در یک سری می‌باشد. در نهایت نیز آماره Z به کمک یکی از روابط زیر استخراج می‌شود (روابط ۸ الی ۱۰):

$$z = \frac{S-1}{\sqrt{Var(S)}} \qquad \text{For } S>0 \qquad (۸)$$

$$z = 0 \qquad \text{For } S=0 \qquad (۹)$$

$$\text{For } S<0 \qquad (۱۰)$$

$$z = \frac{S+1}{\sqrt{Var(S)}}$$

با فرض دو دامنه آزمون روند، فرضیه صفر در صورتی پذیرفته می‌شود که شرط زیر برقرار باشد (رابطه ۱۱):

$$-Z_{\alpha/2} \le Z \le Z_{\alpha/2} \qquad (۱۱)$$

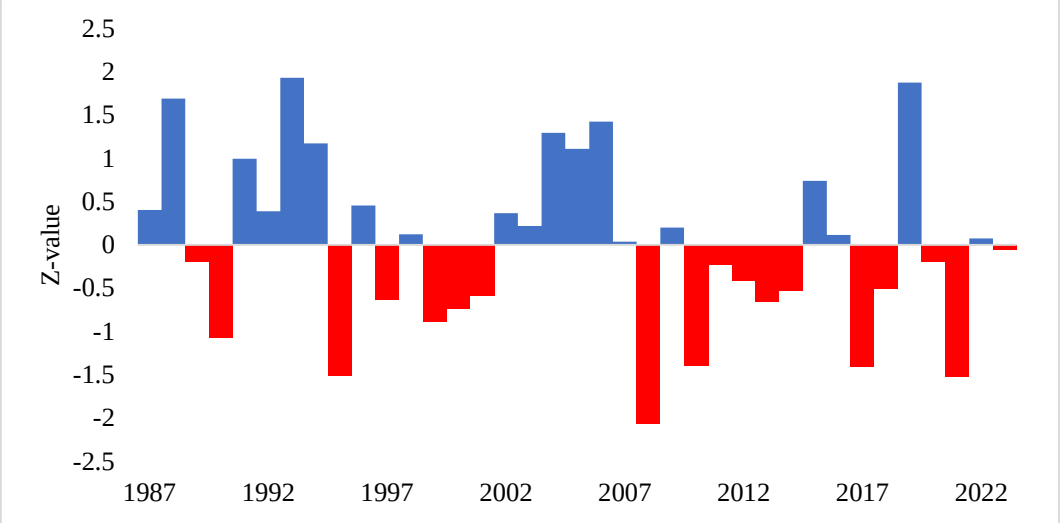
$\alpha$ سطح معنی‌داری است که برای آزمون در نظر گرفته می‌شود و $Z_\alpha$ آماره توزیع نرمال استاندارد در سطح معنی داری $\alpha$ می‌باشد. در صورتی که آماره Z مثبت باشد روند سری داده‌ها صعودی و در صورت منفی بودن آن روند نزولی در نظر گرفته می‌شود. معمولاً این آزمون برای سطح معنی داری ۹۵ درصد انجام می شود که در آن مقدار $\alpha$ برابر با ۰/۰۵ و Z برابر با ۱/۹۶± می‌باشد (انصاری و همکاران،۱۳۹۵).

## ۲- یافته ها

### ۴-۱- مطالعه تاریخی عناصر اقلیمی

#### ۴-۱-۱- بارش

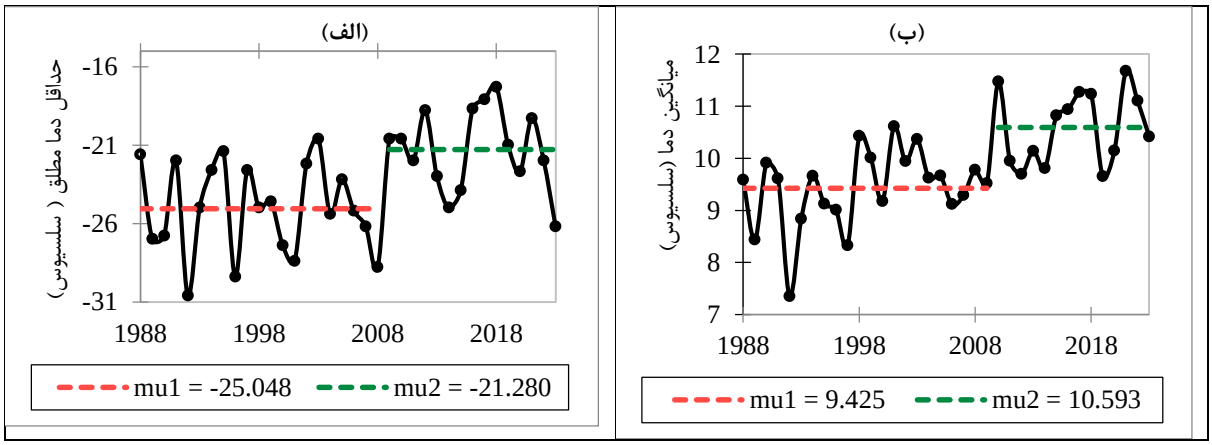
بر اساس آزمون من- کندال، بارش های ایستگاه کوهرنگ دارای روند معنادار نیستند (Z=-1.4). جهت بررسی آنومالی بارش سالانه از شاخص Z استفاده گردید. نتایج این آزمون نشان داد هرچند بارش ها فاقد روند معنی دار بوده اما آنومالی نسبتاً بالایی دارند. همانطور که در شکل (۲) مشاهده می شود؛ در طول دوره مورد مطالعه، تعداد سال های دارای آنومالی منفی بیشتر است. در دوره ۲۰۱۴-۲۰۰۸ آنومالی منفی بوده است که نشان دهنده تداوم خشکسالی ها است.

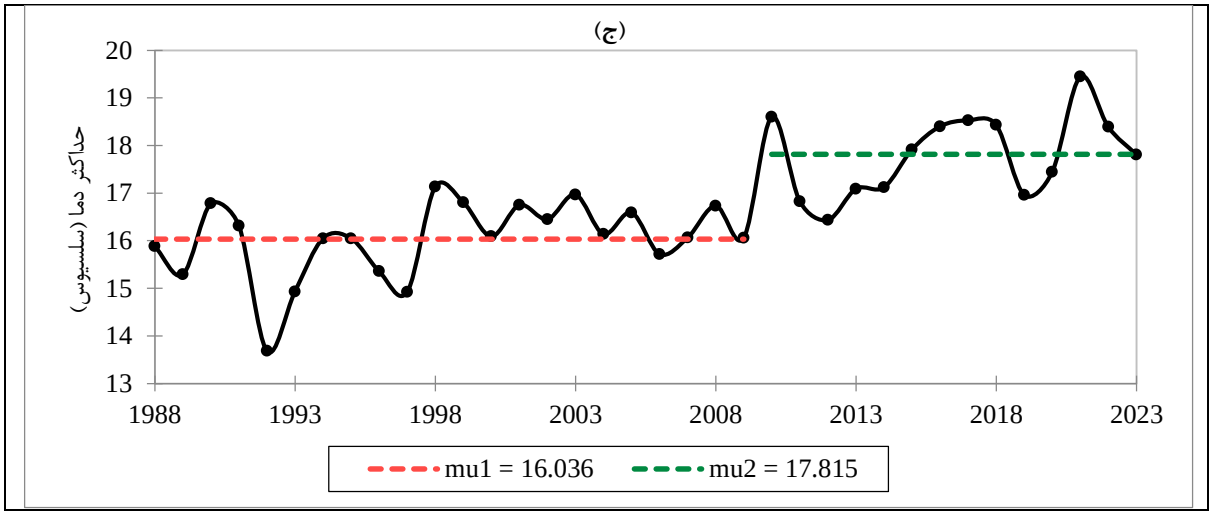



**شکل (۲): آنومالی بارش های ایستگاه کوهرنگ (۲۰۲۳-۱۹۸۷)**

### ۲-۱-۴- دما

در بررسی تغییرات دما پنج شاخص میانگین دمای سالانه، میانگین کمینه و بیشینه دمای سالانه و کمینه و بیشنه مطلق دما توسط آزمون های من کندال و پیتت بررسی شد. یافته های آزمون من-کندال نشان داد میانگین کمینه دما سالانه (Z=2.32) و بیشنه مطلق دما (Z=1.96) روند افزایشی معناداری در سطح اطمینان ۹۵٪ دارند اما در آزمون پیتت فاقد نقطه چرخش می باشند. میانگین دمای سالانه (Z=4.14)، کمینه مطلق(Z=2.33) و میانگین بیشینه دمای سالانه(4.86) هم دارای روند معنی دار افزایش و هم نقاط چرخش هستند. نتایج آزمون نشان داد حداقل دمای مطلق از سال ۲۰۰۸ و میانگین و بیشینه دما سالانه از ۲۰۰۹ به بعد افزایش یافته اند. میانگین دمای سالانه از ۹,۴ به ۱۰,۶، میانگین بیشینه از ۱۶ به ۱۷,۸ و کمینه مطلق از ۲۵- به ۲۱,۲ – درجه سلسیوس افزایش یافته است (شکل ۳).

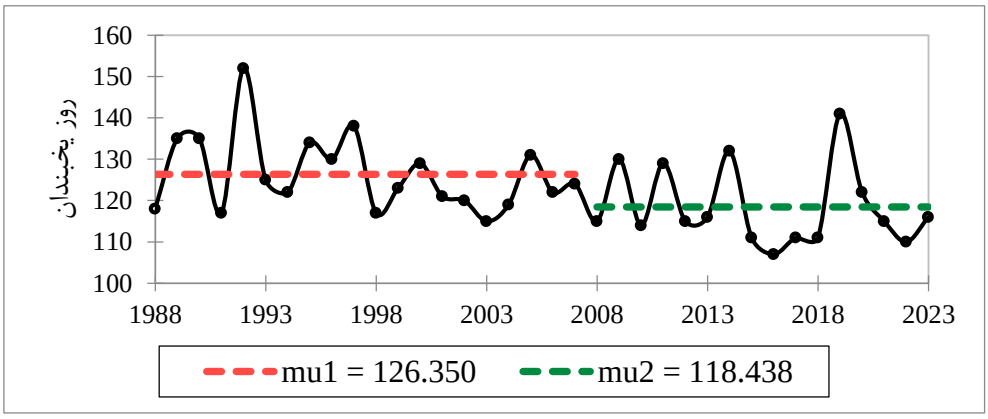





**شکل (۳): نقاط چرخش سری زمانی میانگین سالانه شاخص های دما ایستگاه کوهرنگ (۲۰۲۳-۱۹۸۸)؛ الف) حداقل دمای مطلق، ب) میانگین دما و ج) حداکثر دما**

### ۳-۱-۴- تعداد روزهای یخبندان

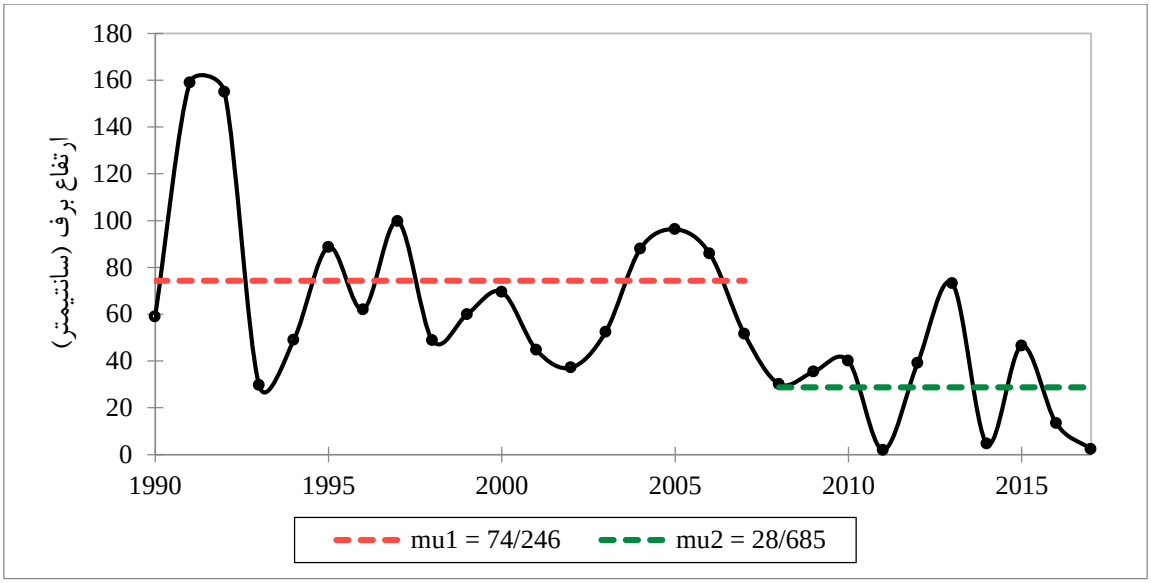
این شاخص اقلیمی گویای تعداد روزهای است که دمای کمینه کمتر از صفر درجه سلسیوس است. اهمیت این شاخص علاوه بر اینکه تعداد روز یخبندان را نشان می دهد گویای شرایط مناسب برای ریزش برف است. نتایج آزمون من-کندال وجود روند کاهشی در تعداد روزهای با دمای کمینه کمتر از صفر (روز یخبندان) را تأیید می کند (Z=-3.4). علاوه بر این، یافته های آزمون پیتت در این دوره آماری نشان می دهد تعداد این روزها از ۱۲۶ به ۱۱۸ روز کاهش یافته است. این بدان معنی است که پتانسیل شرایط اقلیمی ریزش برف منطقه کاهش معنی داری در دوره ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۳ داشته است. لازم بذکر است اگر چنانچه دوره آماری را تطویل دهیم (۲۰۲۳-۱۹۵۸) تعداد روزهای مذکور از ۱۴۳ روز به ۱۱۸ روز کاهش یافته است. این داده ها گویای محدود تر شدن توان محیطی ریزش برف در منطقه است (شکل ۴).




**شکل (۴): نقاط چرخش سری زمانی میانگین تعداد روز یخبندان ایستگاه کوهرنگ(۲۰۲۳-۱۹۸۸)**

### ۴-۱-۴- ارتفاع برف

ارتفاع برف مهم ترین شاخص اقلیمی مؤثر در فعالیت پیست های اسکی و ورزش های زمستانی محسوب می شود. بر اساس نتایج آزمون های من-کندال و پیتت، ارتفاع برف ایستگاه کوهرنگ از سال ۲۰۰۷ تا انتهای دوره مطالعاتی، روند کاهشی معنی داری داشته است (Z=-2.25). به نحوی که ارتفاع برف این منطقه از ۷۴,۲۵ به ۲۸,۷ سانتی متر رسیده است (شکل۵).



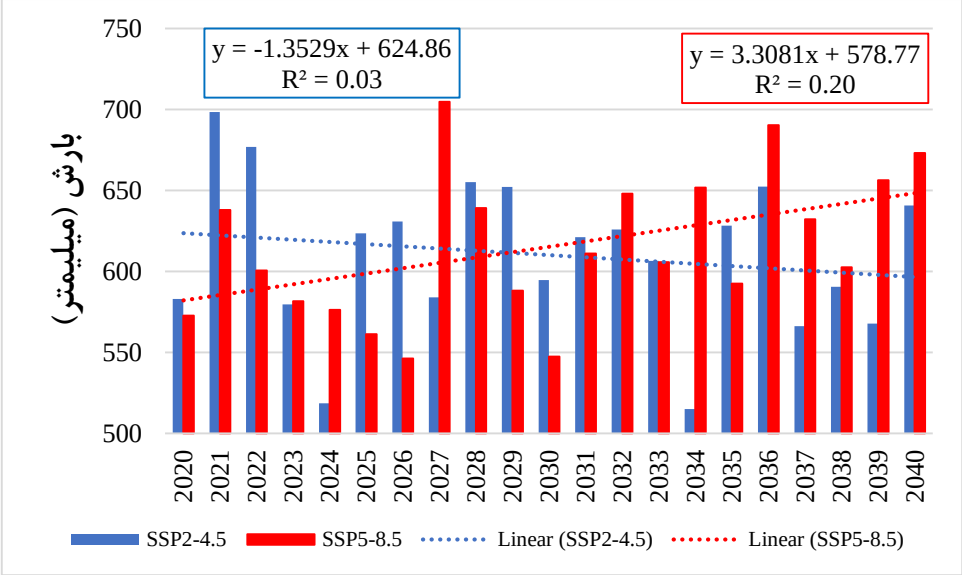

**شکل (۵): نقاط چرخش سری زمانی میانگین ارتفاع برف ایستگاه کوهرنگ(۲۰۱۷-۱۹۹۰)**

### ۴-۲- مطالعه وضعیت آینده عناصر اقلیمی

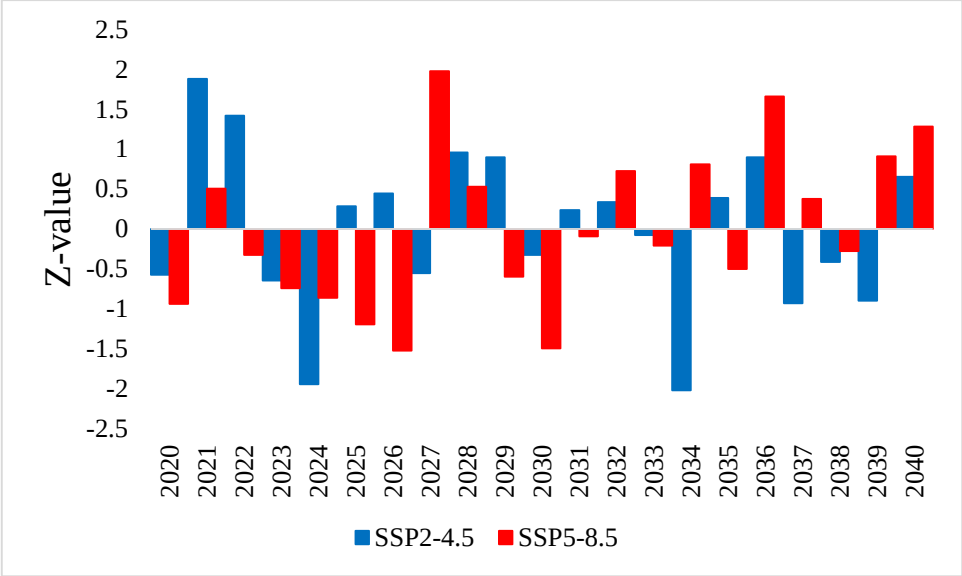
به منظور ارائه تصویری از وضعیت آینده متغیرهای اقلیمی مؤثر بر ارتفاع برف از داده های خروجی گزارش ارزیابی ششم استفاده گردید.

#### ۴-۲-۱- بارش

بارش های برآوردی براساس سناریوهای مختلف تغییر اقلیم، بدلیل تغییر پذیری و تنوع عوامل مؤثر بر آن دارای دقت پایین هستند. همانگونه که شکل ۶ نشان می دهد؛ میزان ضریب تعیین بارش سالانه ایستگاه کوهرنگ تا سال ۲۰۴۰، در سناریو واقع بینانه (SSP2-4.5) ۲۰٪ و درسناریو بدبینانه (SSP5-8.5) ۳ درصد می باشد. بنابراین داده ها فاقد روند بوده و دارای نوسان های شدید هستند. بر اساس شکل ۷، بارش ها همچنان دارای محدودیت های فعلی و تداوم خشکسالی های شدید خواهند بود.



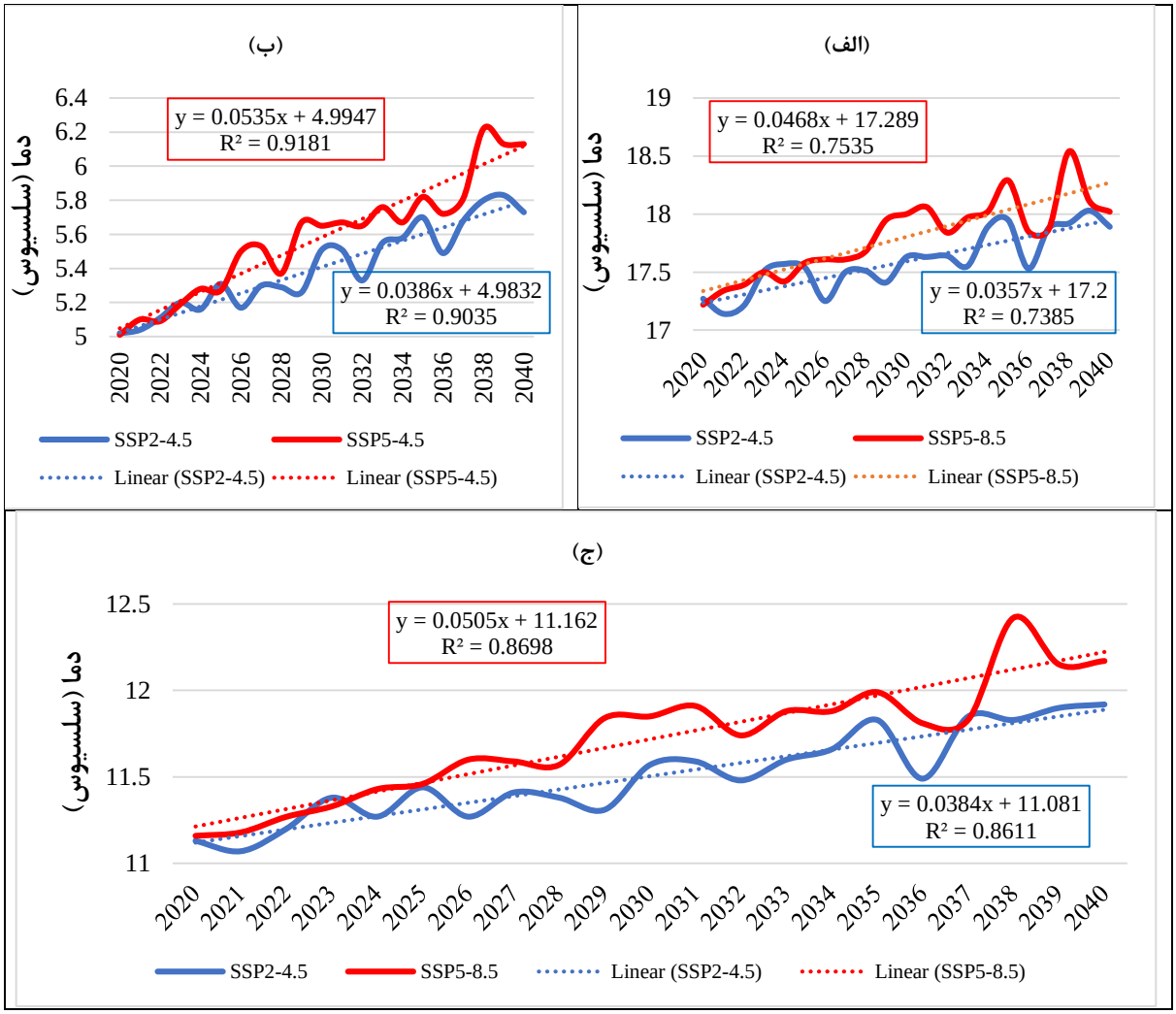

**شکل (۶): تغییرات زمانی بارش های برآوردی ایستگاه کوهرنگ در دو سناریو گزارش ششم (۲۰۴۰-۲۰۲۰)**




**شکل (۷): آنومالی بارش های برآوردی ایستگاه کوهرنگ در دو سناریو گزارش ششم (۲۰۴۰-۲۰۲۰)**

### ۲-۲-۴- دما

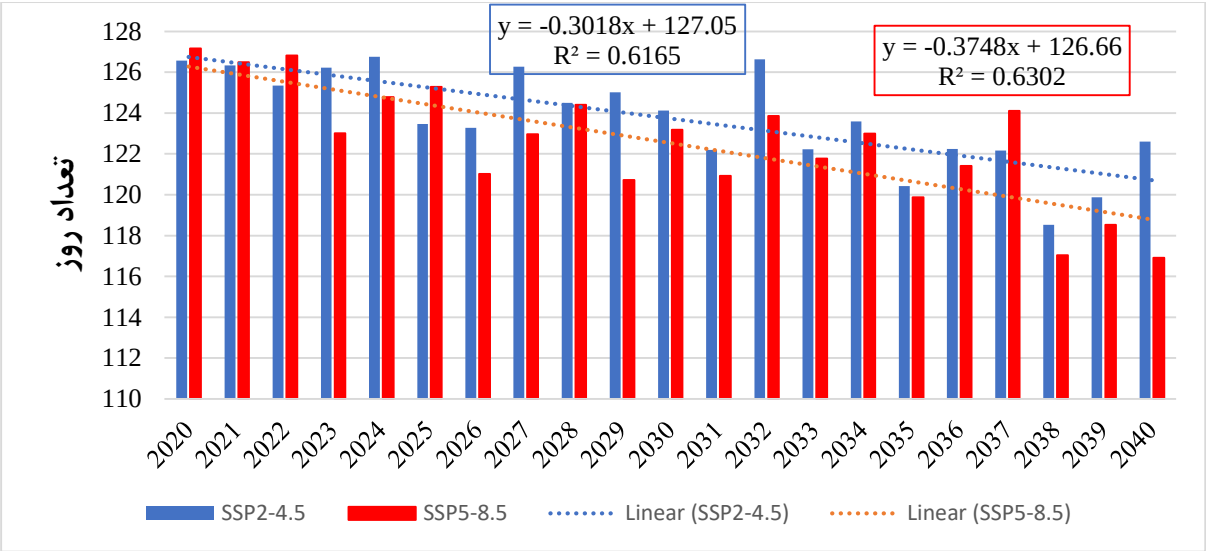
نتایج داده های دمای برآوردی سناریوهای SSP2-4.5 و SSP5-8.5 حاکی از روند افزایشی است. میزان ضریب تعیین در سه متغیر میانگین سالانه،کمینه و بیشینه به ترتیب بیش از ۹۰،۸۶ و ۷۳ درصد است. همچنین، بیشترین میزان افزایش مربوط به دماهای حداقل خواهد بود. دما در دوره ۲۰۴۰-۲۰۲۰ بین ۰،۰۳۵ تا ۰،۰۵۳ درجه سلسیوس به ازای هرسال افزایش خواهد یافت. بنابراین، روند افزایشی فعلی دما در سطح منطقه ادامه خواهد یافت (شکل۸).




**شکل (۸): تغییرات زمانی میانگین دما سالانه برآوردی ایستگاه کوهرنگ در دو سناریو گزارش ششم (۲۰۴۰-۲۰۲۰): الف) دمای حداکثر، ب)دمای حداقل و ج) دمای میانگین**

### ۳-۲-۴- روز یخبندان

فراوانی روزهای با دمای حداقل کمتر از صفر درجه سلسیوس یا روز یخبندان به توان شرایط محیطی ریزش برف اشاره دارد. بررسی تغییرات زمانی این متغیر وجود روند کاهشی در داده های تاریخی و مشاهداتی را نشان می داد. داده های برآوردی دو سناریوی SSp2-4.5 و SSP5-8.5 نیز تأیید کننده تداوم کاهش این روزها است. میزان ضریب تعیین بین ۶۱ تا ۶۳ درصد است که به ازای هرسال حدود ۰,۳ تا ۰,۴ تعداد روزهای یخبندان کاهش پیدا می کند(شکل ۹). بدین ترتیب تعداد روزهای با دماهای کمینه کمتر از صفر در هر دهه ۳ تا ۴ روز و در یک دوره ۲۰ ساله ۶ تا ۸ روز کمتر خواهند شد.




**شکل (۹): تغییرات زمانی تعداد برآوردی روزهای یخبندان ایستگاه کوهرنگ در دو سناریو گزارش ششم (۲۰۴۰-۲۰۲۰)**

### ۳-۴- همبستگی

به منظور ارزیابی اثرات تغییر اقلیم بر ارتفاع برف، میزان اثرگذاری و اثرپذیری متغیرها در طول دوره آماری (۱۹۹۰-۲۰۱۷) از طریق آزمون همبستگی مورد واکاوی قرار گرفت (جدول ۱). همانطور که مشاهده می شود ارتفاع برف بیشترین همبستگی را با عنصر دما بویژه دمای حداکثر دارد. بدین ترتیب با افزایش دما، میزان ارتفاع برف کاهش می یابد. اما با افزایش بارش و خصوصاً تعداد روز یخبندان، ارتفاع برف نیز بیشتر می شود.

**جدول (۱): ضرایب همبستگی متغیرهای اقلیمی مورد مطالعه (۲۰۱۷-۱۹۹۰)**

| | دمای حداقل | دمای حداکثر | دمای میانگین | بارش | روز یخبندان | ارتفاع برف |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **ارتفاع برف** | -۰,۶۲۴ | -۰,۶۷۱ | -۰,۶۷۰ | ۰,۳۶۲ | ۰,۶۱۶ | ۱ |

علاوه بر این، نتایج آزمون همبستگی چند متغیره نشان داد عناصر اقلیمی دمای کمینه، میانگین و بیشینه، بارش و روز یخبندان حدود ۶۰٪ از تغییرات ارتفاع برف را تبیین می نمایند ($R^2$= 0.592). جدول (۲) ضرایب مدل رگرسیون چند متغیره را نشان می دهد. با استفاده از مقادیر بدست آمده می توان میزان ارتفاع برف را در سطح خطای ۰,۰۵ برآورد کرد.

**جدول (۲): ضرایب مدل رگرسیون چند متغیره عناصر اقلیمی جهت برآورد ارتفاع برف (۲۰۱۷-۱۹۹۰)**

| روز یخبندان | بارش | دمای میانگین | دمای حداکثر | دمای حداقل | عرض از مبدأ |
|---|---|---|---|---|---|
| ۴,۴۱ | ۰,۰۸۹ | ۱۴۸۰,۴ | -۷۶۲,۷ | -۷۵۵,۱ | **-۶۵,۹** |

### ۵- بحث

گرمایش جهانی بر پیست اسکی کوهرنگ تأثیرگذار بوده است. میانگین دما طی سال های ۲۰۰۷ تا ۲۰۲۳، ۱,۲ درجه سلسیوس و تعداد روز یخبندان ۸ روز کاهش یافته است. این تغییرات منجر به کاهش ۶۱ درصدی ارتفاع برف در طول دوره زمانی مورد مطالعه شده است. نتایج برآوردی از تغییر عناصر اقلیمی در آینده نشان می دهد که افزایش دما، کاهش تعداد روز یخبندان و وقوع خشکسالی های پی در پی ادامه خواهند داشت. بنابراین تداوم وضع موجود منجر به کاهش ارتفاع برف و ایجاد محدودیت بیشتر برای ورزش های زمستانی در پیست اسکی کوهرنگ خواهد شد.

یافته های این تحقیق در مورد میزان افزایش دما در یافته های اسکات و همکاران(۲۰۲۱) در مورد میزان افزایش دمای جهانی حدود ۰,۸۷ درجه سلسیوس تایید شده است البته شدت افزایش دما در این منطقه حدود ۱,۵ برابر افزایش جهانی آن است. کم شدن ارتفاع برف در منطقه نیز با یافته های مورین (۲۰۲۱) در خصوص کاهش قابل توجه ارتفاع فصلی برف تایید شده است. یافته های این تحقیق در زمینه میزان اثر پذیری ارتفاع برف از عناصر اقلیمی در یافته های رحیمی و داناپور(۱۳۹۱) ، و وجود روند کاهشی ارتفاع برف منطقه با نتایج یافته های مطالعات نوروزی و همکاران(۱۳۹۹)، نوری و همایی(۲۰۲۱) و فابین و ویلی بالد( ۲۰۲۱) مقایسه گردید که دارای هماهنگی است.

با توجه به جایگاه پیست اسکی کوهرنگ در جذب گردشگران علاقمند به ورزش های زمستانی، کاهش ارتفاع برف مشکلات عمده ای ایجاد خواهد کرد. از جمله مهم ترین این چالش ها، کاهش راندمان بخش های اقتصادی خواهد شد. در واقع تغییر اقلیم کارایی سرمایه گذاری در زیرساخت های گردشگری مانند اقامتگاه ها، تجهیز پیست اسکی از نظر امکانات و بخش خدمات فعال شهرستان کوهرنگ را با مشکلات مهمی روبرو خواهد کرد.

از جمله محدودیت های این پژوهش عدم دسترسی به داده های اقلیمی از جمله ارتفاع برف تا سال ۲۰۲۵ می باشد.

بررسی چالش های ناشی از تغییر اقلیم مؤثر بر پیست اسکی کوهرنگ مانند جابجایی برفمرز، ارزیابی اثرات زیست محیطی آن بر برف پوشان و تعیین سیاست های مناسب سازگاری با تغییر اقلیم مانند ایجاد برف مصنوعی، امکان سنجی تنوع بخشی به سایر ورزش های زمستانی مانند دوچرخه سواری کوهستان، پیاده روی، جابجایی تجهیزات پیست اسکی به ارتفاعات بالاتر از جمله محورهای مطالعاتی ضروری در منطقه هستند.

## ۶- نتایج

افزایش دما و کمبود برف یک تهدید جدی برای گردشگری اسکی است که پیامدهای گسترده اقتصادی و اجتماعی در جوامع مناطق کوهستانی وابسته به گردشگری خواهد داشت. در این پژوهش، تلاش شد با درک بهتر تأثیر آب و هوای گذشته بر ارتفاع برف در چارچوب گرمایش جهانی، خطرات تغییر اقلیم بر گردشگری اسکی ارزیابی شود.

نتایج نشان داد منطقه مورد مطالعه، کاملاً متأثر از پیامدهای تغییر اقلیم بوده است. ارتفاع برف در طول دوره آماری مورد مطالعه کاهش معناداری داشته است. بنحوی که از سال ۲۰۰۷ به بعد ۶۱ درصد کاهش یافته است. مهم ترین عنصر اقلیمی در این رخداد، دما بوده که از سال ۲۰۰۹ به بعد بیش از یک درجه افزایش یافته است. افزایش حدود ۱,۲°Cمیانگین دما، ۱,۸ °C میانگین بیشینه و ۳,۸ درجه سلسیوس کمینه مطلق حاکی از گرمایش شدید اقلیمی منطقه در یک دوره ۲۶ ساله است. این افزایش بالاتر از نرخ میانگین جهانی اعلام شده توسط IPCC است که ۱,۳ درجه سلسیوس به ازای هر صد سال می باشد. شتاب افزایش دما در این منطقه در یک دوره ۲۶ ساله در مقایسه با رشد افزایشی دمای جهانی نشان دهنده جدی بودن و آسیب پذیر بودن این منطقه از تغییر اقلیم در مقایسه با سایر مناطق سیاره زمین است.

دومین عامل اثر گذار، کاهش شش درصدی تعداد روزهای یخبندان از سال ۲۰۰۷ به بعد بوده است. علاوه بر این، بارش ها روند معناداری نداشته اند اما وجود خشکسالی های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ گویای محدود تر شدن توان محیطی ریزش برف در منطقه است.

بر اساس نتایج گزارش ششم، روند افزایشی دما و کاهش تعداد روزهای یخبندان در آینده نیز ادامه خواهد یافت. با توجه به وابستگی پیست اسکی کوهرنگ به بارش برف طبیعی، پیامد های تغییر اقلیم می تواند تغییرات بزرگی در وضعیت فعلی پیست ایجاد کند؛ پیست به ارتفاعات بالاتر منتقل شود و یا کاملاً تعطیل شود.

## منابع


انصاری، مریم، غلامرضا نوری، صمد فتوحی، (۱۳۹۵) ، بررسی روند تغییرات دما، بارش و دبی با استفاده از آزمون ناپارامتری من-کندال (مطالعه موردی: حوزه آبخیز رودخانه کاجو استان سیستان و بلوچستان)، پژوهشنامه مدیریت حوزه آبخیز، سال هفتم، شماره ۱۴ ، صص ۱۵۸-۱۵۲.

رحیمی، داریوش، و داناپور، مهردیس. (۱۳۹۱). تحلیل نوسانات اقلیمی موثر بر ارتفاع برف (منطقه کوهرنگ). فضای جغرافیایی، ۱۲(۳۸)، ۷۵-۶۱.

سازمان برنامه و بودجه،( ۱۳۷۹) ، گزارش هوا و اقلیم استان چهارمحال و بختیاری (بازنگری طرح مطالعات جامع استان)، مهندسین مشاور یکم.

عباسی، سلیم، باقری، قدرت اله، و عسگری، روح الله. (۱۳۹۷). تدوین راهبرد توسعهٔ گردشگری ورزش زمستانی در استان چهارمحال وبختیاری. مطالعات مدیریت ورزشی (پژوهش در علوم ورزشی)، ۱۰(۴۹ )، ۱۱۵-۱۳۸.

نوروزی، شراره، طیبی ثانی، سیدمصطفی، فهیمی نژاد، علی، و مرسل، باقر. (۱۳۹۹). بررسی اثرات تغییر اقلیم و گرمایش جهانی بر زیرساخت ها و رویدادهای ورزشی (مطالعه موردی: ورزش اسکی). جغرافیایی سرزمین، ۱۷(۶۵ )، ۷۹-۹۵.

Cholakova, S., & Dogramadjieva, E., (2023). Climate change adaptation in the ski industry: Stakeholders' perceptions regarding a mountain resort in southeastern Europe. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *42*, 100611.

IPCC, (2014). Climate change 2014: Synthesis report. In: Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. IPCC, Geneva.

IPCC, (2018). Global Warming of 1.5°C.An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, H.-O. Pörtner, D. Roberts, J. Skea, P.R. Shukla, A. Pirani, W. Moufouma-Okia, C. Péan, R. Pidcock, S. Connors, J.B.R. Matthews, Y. Chen, X. Zhou, M.I. Gomis, E. Lonnoy, T. Maycock, M. Tignor, and T. Waterfield (eds.)]. Cambridge University Press, Cambridge, UK and New York, NY, USA, 616 pp. https://doi.org/ 10.1017/9781009157940.

Kendall, M.G., (1938). A new measure of rank correlation, Biometrika, Vol: 30, PP: 81-93.

Knowles, N. L., & Scott, D., (2024). Advancing ski tourism transformations to climate change: A multi-stakeholder participatory approach in diverse Canadian destinations. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, *5*(2), 100139.

Mann, H.B. , (1945). Nonparametric test against trend, Econometrica, Vol:13, PP: 245-259.

Morin, S., Samacoïts, R., François, H., Carmagnola, C. M., Abegg, B., Demiroglu, O. C., ... & Cauchy, A. ,(2021). Pan-European meteorological and snow indicators of climate change impact on ski tourism. *Climate Services*, *22*, 100215.

Nouri, M., & Homaee, M. ,(2021). Spatiotemporal changes of snow metrics in mountainous data-scarce areas using reanalyses. *Journal of Hydrology*, *603*, 126858.

Palter, J., & Caraway, B. R., (2023). Understanding the approaches taken by private ski clubs in Southern Ontario to address climate change and sustainability. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *43*, 100683.

P
e
t
t
i
t
t
,

Scott, D., Steiger, R., Rutty, M., Knowles, N., & Rushton, B. (2021). Future climate change risk in the US Midwestern ski industry. *Tourism Management Perspectives*, *40*, 100875.
Steiger, R., Posch, E., Tappeiner, G., & Walde, J., (2020). The impact of climate change on demand of ski tourism-a simulation study based on stated preferences. *Ecological Economics*, *170*, 106589.
Willibald, F., Kotlarski, S., Ebner, P. P., Bavay, M., Marty, C., Trentini, F. V., ... & Grêt-Regamey, A. , (2021). Vulnerability of ski tourism towards internal climate variability and climate change in the Swiss Alps. *Science of the Total Environment*, *784*, 147054.

Xin-Wu, X. U., Shi-Jin, W. A. N. G., & Zhen-Yu, H. A. N., (2023). Potential impacts of climate change on the spatial distribution of Chinese ski resorts. *Advances in Climate Change Research*, *14*(3), 420-428

# بررسی مبانی نظری متاورس و هوش مصنوعی در رابطه با گردشگری پایدار زاینده رود

**مهدی ابراهیمی بوزانی**، استادیار رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

**فرزانه دهقانی**، دانشجوی دکترای مدیریت رسانه، دانشگاه خوراسگان اصفهان، ایران

## چکیده

زاینده‌رود به عنوان مهمترین رودخانه فلات مرکزی ایران و عاملی ویژه در شکل گیری تمدن در ناحیه اصفهان، جاذبه‌ای طبیعی و فرهنگی منحصر به فردی است که نقش کلیدی در جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. با اینحال گردشگری در منطقه زاینده‌رود با چالش‌های متعددی از جمله فصلی بودن، اثرات منفی محیط زیستی، توزیع نابرابر منافع، نبود تنوع در فعالیت‌ها و خدمات گردشگری و عدم ارائه تجربه‌های جذاب و نوآورانه برای گردشگران، کمبود توجه به حفظ و ترویج فرهنگ و سنت‌های بومی منطقه و ... مواجه است. در این راستا، به کارگیری فناوری‌های نوین ازجمله متاورس و هوش مصنوعی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای غلبه بر این چالش‌ها و توسعه گردشگری پایدار در حوزه‌ی زاینده‌رود فراهم کند. استفاده از این فناوری‌ها نیازمند یک چارچوب نظری قوی است تا بتوان با تکیه بر آن به درک بهتری از قابلیت‌ها، چالش‌ها و ملاحظات اخلاقی مرتبط با این موضوع رسید. در این راستا توجه به فناوری‌های متاورس و هوش مصنوعی، فرصت‌های جدیدی برای بهبود تجربه گردشگران در این حوزه فراهم می‌کند. متاورس به عنوان یک محیط مجازی تعاملی، امکان ایجاد تجربیات منحصر به فرد و جذاب را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورد و هوش مصنوعی نیز با تحلیل داده‌ها و ارائه خدمات شخصی‌سازی‌شده، می‌تواند به ارتقای رضایت و تجربه سفر کمک کند. این مقاله به بررسی مبانی نظری تأثیرات متاورس و هوش مصنوعی بر گردشگری زاینده‌رود پرداخته با روش کتابخانه ای پرداخته و به ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری بهینه از این فناوری‌ها در راستای توسعه پایدار گردشگری در زاینده‌رود مبادرت نموده است.

**واژگان کلیدی** : متاورس، هوش مصنوعی ، زاینده رود ، اصفهان ، گردشگری پایدار

## ۱-مقدمه

استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به توسعه پایدار گردشگری کمک کند و زاینده‌رود نیز از این قاعده مستثنی نیست (علی‌پور، و همکاران، ۱۴۰۱). زاینده‌رود به عنوان یکی از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی ایران، نقش کلیدی در جذب گردشگران داخلی و خارجی ایفا می‌کند. با توجه به پیشرفت‌های فناوری، به ویژه در زمینه متاورس و هوش مصنوعی، فرصت‌های جدیدی برای بهبود تجربه گردشگران در این حوزه فراهم شده است. متاورس به عنوان یک محیط مجازی تعاملی، امکان ایجاد تجربیات منحصر به فرد و جذاب را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورد (Huang, & Li., 2021) .هوش مصنوعی نیز با تحلیل داده‌ها و ارائه خدمات شخصی‌سازی‌شده، می‌تواند به ارتقای رضایت و تجربه سفر کمک کند.این مقاله به بررسی تأثیرات متاورس و هوش مصنوعی بر گردشگری زاینده‌رود پرداخته و به تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی این صنعت می‌پردازد. هدف اصلی این تحقیق، ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری بهینه از این فناوری‌ها در راستای توسعه پایدار گردشگری در زاینده‌رود است.

## بیان مساله

گردشگری در منطقه زاینده‌رود با چالش‌های متعددی از جمله فصلی بودن، اثرات منفی محیط زیستی، توزیع نابرابر منافع، نبود تنوع در فعالیت‌ها و خدمات گردشگری و عدم ارائه تجربه‌های جذاب و نوآورانه برای گردشگران، کمبود توجه به حفظ و ترویج فرهنگ و سنت‌های بومی منطقه و خطر از بین رفتن آن‌ها در اثر ورود فرهنگ‌های بیگانه و ... مواجه است. در این راستا، به کارگیری فناوری‌های نوین مانند متاورس و هوش مصنوعی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای غلبه بر این چالش‌ها و توسعه گردشگری پایدار در زاینده‌رود فراهم کند. با این حال، استفاده از این فناوری‌ها نیازمند یک چارچوب نظری است که بتواند به درک بهتر پتانسیل‌ها، چالش‌ها و ملاحظات اخلاقی مرتبط با آن‌ها کمک کند.

### تعاریف

در هر پژوهش علمی لازم است ابتدا تعاریف و مفاهیم مورد استفاده در آن حوزه بیان شود که این اقدام در خصوص موضوعات پژوهشی جدید و از جمله پژوهش حاضر که پیرامون متاورس و هوش مصنوعی انجام گرفته است، ضرورت بیشتری می یابد. لذا در ادامه به بررسی تعاریف مرتبط با موضوع پژوهش پرداخته شده است.

### متاورس[۱۰]

محیط دیجیتالی فراگیر که از طریق استفاده از هدست‌های واقعیت مجازی (VR) یا واقعیت افزوده (AR) قابل دسترسی است. این محیط به کاربران اجازه می‌دهد تا با یکدیگر و با اشیاء دیجیتالی در یک فضای مشترک تعامل داشته باشند". متاورس، در گسترده‌ترین مفهوم خود، یک دنیای دیجیتالِ سه‌بعدیِ ایمرسیو[۱۱]و مشترک است که از طریق اینترنت قابل دسترسی است و در آن کاربران می‌توانند با یکدیگر و با محیط‌های دیجیتالی تعامل داشته باشند. این تعامل می‌تواند شامل فعالیت‌هایی نظیر بازی کردن، کار کردن، معاشرت کردن، خرید کردن، و خلق محتوا باشد. متاورس صرفاً یک بازی یا یک پلتفرم نیست؛ بلکه یک اکوسیستم دیجیتال است که امکان ادغام واقعیت‌های فیزیکی و دیجیتالی را فراهم می‌آورد.( محمدی و همکاران ،۱۴۰۱ :۹۹).

**هوش مصنوعی[۱۲]:** شاخه‌ای از علوم کامپیوتر که به ساخت ماشین‌هایی می‌پردازد که می‌توانند کارهایی را انجام دهند که در حال حاضر نیازمند هوش انسانی است. هوش مصنوعی به طور کلی به توانایی یک سیستم کامپیوتری برای انجام وظایفی اشاره دارد که معمولاً نیازمند هوش انسانی هستند. این وظایف شامل یادگیری، استدلال، حل مسئله، ادراک (بینایی، شنوایی، لامسه)،

---

[۱۰] Metaverse
[۱۱] immersive
[۱۲] Artificial Intelligence

و زبان‌پردازی (درک و تولید زبان طبیعی) می‌شوند. به عبارت دیگر، هوش مصنوعی تلاشی است برای شبیه‌سازی هوش انسانی در ماشین‌ها. (کریمی ، ۱۴۰۲ :۱۱۳).

### گردشگری پایدار[۱۳]

گردشگری پایدار شکلی از گردشگری است که ضمن احترام به محیط زیست، فرهنگ و جوامع محلی، به توسعه اقتصادی و اجتماعی بلندمدت منطقه گردشگری کمک می‌کند. به عبارت دیگر، گردشگری پایدار تلاش می‌کند تا نیازهای گردشگران، صنعت گردشگری، محیط زیست و جوامع محلی را به طور همزمان برآورده کند، بدون اینکه توانایی نسل‌های آینده برای برآورده کردن نیازهای خود را به خطر اندازد. سازمان جهانی گردشگری[۱۴] از گردشگری پایداراین تعریف را ارائه نموده است":گردشگری که به طور کامل منابع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در نظر می‌گیرد تا نیازهای گردشگران، صنعت، محیط زیست و جوامع میزبان را برآورده کند".
گردشگری پایدار دارای ابعاد زیست‌محیطی؛ اجتماعی-فرهنگی؛ اقتصادی است. برایگردشگری پایدار مزایای زیر قابل بیان است: حفاظت از محیط زیست و منابع ؛ توجه به زندگی جوامع محلی؛ افزایش درآمد و اشتغال در منطقه گردشگری؛ ارتقای تصویر و برند منطقه گردشگری؛ بهبود تجربه گردشگران؛ توسعه گردشگری بلندمدت و پایدار.( دهقان :۱۴۰۲ :۸۵).

چارچوب نظری همه پژوهش‌ها مبنایی برای انجام پژوهش های مصداقی است. در این مقاله بررسی مبانی نظری متاورس و هوش مصنوعی و گردشگری پایدار، زمینه‌ای را فراهم می کند تا در آینده، مطالعات موردی عمیقی در حوزه زاینده انجام گیرد. این پژوهش نیز، امکان ارزیابی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و ملاحظات اخلاقی مرتبط با استفاده از این فناوری‌ها را فراهم می‌آورد و به طراحی راهکارهای عملی و موثر برای توسعه گردشگری مسئولانه و نوآورانه در حوزه زاینده رود کمک می کند.

## ۲-مروری بر تحقیقات گذشته :

در سال‌های اخیر، توجه به فناوری‌های نوینی مانند متاورس و هوش مصنوعی در صنعت گردشگری افزایش یافته است. این فناوری‌ها می‌توانند به بهبود تجربه گردشگران و توسعه پایدار صنعت گردشگری کمک کنند. در ادامه به بررسی تعدادی از این پژوهش‌ها پرداخته شده است.

علی‌پور و همکاران (1401) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر فناوری‌های نوین بر توسعه گردشگری در ایران پرداختند. آن‌ها نشان دادند که استفاده از هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود خدمات گردشگری و افزایش رضایت مشتریان کمک کند. این تحقیق به‌ویژه بر روی زاینده‌رود تأکید کرده و فرصت‌های موجود برای بهره‌برداری از فناوری‌ها را بررسی کرده است. عباسی و همکاران (1401) در پژوهشی به بررسی راهکارهای بهره‌برداری از فناوری‌های نوین در زاینده‌رود پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که با استفاده از هوش مصنوعی و متاورس، می‌توان به بهبود خدمات و افزایش رضایت گردشگران دست یافت. حسینی و همکاران (1400) در مطالعه‌ای به تأثیر متاورس بر گردشگری فرهنگی در ایران پرداخته و نشان دادند که ایجاد تجربیات مجازی می‌تواند به جذب گردشگران کمک کند. آن‌ها به‌ویژه به زاینده‌رود و جاذبه‌های فرهنگی آن اشاره کرده و پیشنهاداتی برای بهبود تجربه گردشگران ارائه کرده‌اند. سلیمی و همکاران (1400) در مقاله‌ای به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری ایران پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که زاینده‌رود می‌تواند به عنوان یک نمونه موفق در استفاده از متاورس و هوش مصنوعی مطرح شود. رضایی و همکاران (1399) در تحقیقی به بررسی کاربرد هوش مصنوعی در صنعت گردشگری ایران پرداختند. نتایج نشان داد که استفاده از تحلیل داده‌ها و الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود خدمات و افزایش کارایی در صنعت گردشگری کمک کند. شریفی و همکاران (1398) در

---

۱۳ Sustainable Tourism
۱٤ - UNWTO

مطالعه‌ای به بررسی تأثیر فناوری‌های نوین بر تجربه گردشگران در زاینده‌رود پرداختند. نتایج نشان داد که استفاده از متاورس و هوش مصنوعی می‌تواند به ایجاد تجربیات تعاملی و جذاب برای گردشگران کمک کند.

هونگ[۱۵] و همکاران (۲۰۲۱)در پژوهشی به بررسی تأثیر واقعیت مجازی بر تجربه گردشگری پرداختند. آن‌ها نشان دادند که استفاده از متاورس می‌تواند به ایجاد تجربیات جذاب و تعاملی برای گردشگران کمک کند و این امر در زاینده‌رود نیز قابل پیاده‌سازی است. وانگ[۱۶] و همکاران (۲۰۲۱)در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر تجربه گردشگران در مقاصد گردشگری پرداختند. آن‌ها نشان دادند که استفاده از این فناوری می‌تواند به بهبود خدمات و افزایش رضایت گردشگران کمک کند. کیم[۱۷] و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای به بررسی تأثیرات متاورس بر صنعت گردشگری پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که این فناوری می‌تواند به بهبود تجربه گردشگران و افزایش تعاملات اجتماعی در مقاصد گردشگری کمک کند. گرتزل[۱۸] و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله‌ای به بررسی مفهوم "گردشگری هوشمند" پرداختند و تأثیرات هوش مصنوعی و متاورس بر صنعت گردشگری را تحلیل کردند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که فناوری‌های نوین می‌توانند به بهبود تجربه گردشگران و افزایش تعاملات اجتماعی کمک کنند.

## ۳-روش‌شناسی پژوهش‌های مرتبط

**رویکرد پژوهش**: در پژوهش های مرتبط با حوزه متاورس، هوش مصنوعی و گردشگری پایدار می توان از یک رویکرد ترکیبی[۱۹]استفاده نمود، به این معنا که هم از روش‌های کمی و هم از روش‌های کیفی برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها استفاده شود. این رویکرد به محقق امکان می‌دهد تا دیدگاه‌های مختلف را در نظر بگیرد و نتایج جامع‌تری به دست آورد. (فتحی واجارگاه، ۱۳۹۵:۶۰-۸۰ )

**مطالعه موردی در پژوهش‌های مرتبط**: پژوهش‌های مرتبط با موضوع این پژوهش می تواند از یک مطالعه موردی[۲۰]استفاده کند. زاینده‌رود به عنوان یک مورد خاص و ممتاز می تواند به عنوان مورد مطالعه قرار گیرد تا بتوان به صورت عمیق و دقیق تاثیرات متاورس و هوش مصنوعی را در این ناحیه جغرافیایی مورد بررسی قرار داد.

**جامعه آماری و نمونه:** جامعه آماری چنین پژوهشی می تواند شامل گردشگران (داخلی و خارجی)، ساکنان محلی، و ذی‌نفعان گردشگری (مانند هتل‌داران، صاحبان کسب و کار، و مقامات دولتی) باشد. نمونه‌های آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب می‌شود. حجم نمونه برای هر گروه به اندازه کافی بزرگ خواهد بود تا نتایج قابل اعتمادی به دست آید. برای تعیین حجم نمونه آماری از ساکنان محلی، صاحبان مشاغل و ... می توان از از تکنیک کوکران و جدول مورگان استفاده نمود(سرایی،۱۳۹۰: ۸۷)

**ابزار جمع‌آوری داده‌ها:** برای جمع‌آوری داده‌ها ابزارهای زیر قابل استفاده است:

پرسشنامه: برای جمع‌آوری داده‌های کمی در مورد نگرش‌ها، ادراکات، و تجربیات شرکت‌کنندگان از موضوع مورد بررسی( در اینجا با عنوان متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری زاینده‌رود) از این ابزار استفاده می شود(خاکی،۱۳۸۳: ۲۴۵).

مصاحبه نیمه‌ساختاریافته: برای جمع‌آوری داده‌های کیفی عمیق‌تر در مورد تجربیات، نظرات، و پیشنهادات شرکت‌کنندگان از این ابزار استفاده می شود( قلی‌پور، ۱۳۹۴ :۱۳۰).

---

۱۵ Huang
۱۶ Wang
۱۷ Kim
۱۸ Gretzel
۱۹ Mixed Methods
۲۰ Case Study

مشاهده: برای مشاهده مستقیم نحوه استفاده از فناوری‌های متاورس و هوش مصنوعی در صنعت گردشگری زاینده‌رود از این ابزار استفاده می شود. حتی در مواردی می توان اثرات استفاده از متاورس و هوش مصنوعی را نیز با همین روش مورد بررسی، شمارش و باتزبینی قرار داد.

**روش تجزیه و تحلیل داده‌ها:** داده‌های جمع‌آوری شده را با کمک مفاهیم مرتبط با شاخه‌ی آمار توصیفی شامل خلاصه کردن، توصیف داده‌های کمی جمع‌آوری شده از پرسشنامه‌ها. مورد بررسی قرار می دهند. همچنین با استفاده از مفاهیم مرتبط با آمار استنباطی، فرضیه های مطروحه در پژوهش‌ها را آزمون نموده تا روابط بین متغیرها معلوم شود. همچنین مفاهیم و داده‌های تهیه شده را می توان تحلیل محتوا نمود. در این راستا برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی می توان از داده های جمع‌آوری شده از طریق مصاحبه‌ها و مشاهدات اقدام نمود.

اعتبارسنجی(روایی) و پایایی روش پژوهش نیز می تواند براساس روش های شناخته شده و مرسوم در پژوهش های علمی انجام شود. مثلاً برای سنجش روایی می توان ابزار تحقیق را در اختیار کارشناسان و نخبگان قرار داد تا روایی ان را تایید نمایند. برای سنجش پایایی نیز می توان از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده نمود. استفاده همزمان از سه روش گردآوری داده‌ها که اصطلاحاً سه‌گانه‌سازی است و به این معنی است که داده‌ها همزمان هم از طریق پرسشنامه، هم مصاحبه و هم مشاهده گردآوی می‌شوند نیز مفید است (هومن،۱۳۸۰: ۱۶۰ )

## ۴-نتایج و تجزیه و تحلیل

در تجزیه و تحلیل داده ها در حوزه موضوعات متاورس، هوش مصنوعی با بررسی مصداقی در گردشگری پایدار زاینده رود، پژوهشگر باید به دنبال پاسخگویی به چنین سوالاتی باشد:

۱. چگونه از فناوری‌های متاورس و واقعیت افزوده، می توان برای ایجاد تجربیات گردشگری جذاب و تعاملی در زاینده‌رود استفاده کرد؟
۲. چگونه از هوش مصنوعی می‌توان برای بهبود خدمات گردشگری، ارائه اطلاعات شخصی‌سازی شده، و افزایش رضایت گردشگران در زاینده‌رود استفاده کرد؟
۳. چگونه از متاورس و هوش مصنوعی می‌توان برای توسعه گردشگری پایدار، حفظ محیط زیست، و حمایت از فرهنگ محلی در زاینده‌رود استفاده کرد؟

پاسخ به این سوالات باید به تفکیک در بردارنده‌ی مفاهیم زیر باشد:

### ۱. چگونه از فناوری‌های متاورس و واقعیت افزوده می‌توان برای ایجاد تجربیات گردشگری جذاب و تعاملی در زاینده‌رود استفاده کرد؟

این سوال بر بررسی امکانات و کاربردهای متاورس و واقعیت افزوده (AR) در ارتقای تجربه گردشگری در زاینده‌رود تمرکز دارد. بررسی اینکه چگونه این فناوری‌ها می‌توانند جاذبه‌های گردشگری را تعاملی‌تر، اطلاعات‌رسانی را غنی‌تر و بازدیدکنندگان را بیشتر درگیر کنند، هدف اصلی است. این سوال نیازمند بررسی جنبه‌های فنی (امکانات AR و متاورس)، طراحی تجربه کاربری(UX) ، و جذابیت بصری و محتوایی است. **نتایج احتمالی چنین بررسی هایی منجر به پیشنهاد انجام اقدامات زیر است:**

- **ایجاد تورهای مجازی :** متاورس می‌تواند امکان ایجاد تورهای مجازی از زاینده‌رود (هم شرایط فعلی و هم بازسازی تاریخی) را فراهم کند. گردشگران می‌توانند قبل از سفر فیزیکی، در این محیط‌های مجازی گشت‌وگذار کنند.

- **استفاده از واقعیت افزوده برای اطلاعات تعاملی :**با استفاده از واقعیت افزوده ، گردشگران می‌توانند با اسکن یک مکان یا شیء خاص در زاینده‌رود با تلفن همراه خود، اطلاعات اضافی (تاریخچه، توضیحات، عکس‌ها، فیلم‌ها) را دریافت کنند.
- **بازی‌سازی[۲۱]:**با استفاده از عناصر بازی (امتیاز، چالش، جایزه) در محیط واقعیت افزوده یا متاورس، می‌توان بازدید از زاینده‌رود را برای کودکان و بزرگسالان جذاب‌تر کرد.
- **شخصی‌سازی تجربه** :بر اساس علایق و پروفایل گردشگران، می‌توان محتوای واقعیت افزوده یا متاورس را شخصی‌سازی کرد تا تجربه منحصربه‌فردی برای هر فرد ایجاد شود(Kaplan & Haenlein, 2010, pp. 59-68) .

**۲. چگونه از هوش مصنوعی می‌توان برای بهبود خدمات گردشگری، ارائه اطلاعات شخصی‌سازی شده، و افزایش رضایت گردشگران در زاینده‌رود استفاده کرد؟**

این سوال به واکاوی کاربرد هوش مصنوعی در بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت گردشگران می‌پردازد. هدف از آن، بررسی چگونگی استفاده از هوش مصنوعی برای ارائه اطلاعات دقیق‌تر و مرتبط‌تر به گردشگران، ساده‌سازی فرایندهای رزرو و برنامه‌ریزی، و پاسخگویی سریع‌تر به نیازهای آنها است. جنبه‌های مهم شامل پردازش زبان طبیعی(NLP) ، یادگیری ماشین (ML)و سیستم‌های توصیه‌گر[۲۲]هستند. مبتنی بر انجام چنین بررسی هایی می توان اقداماتی نظیر موارد زیر را پیشنهاد نمود:

- **ایجاد چت‌بات‌های هوشمند :**استفاده از چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی برای پاسخگویی به سوالات رایج گردشگران (مسیرها، ساعات کار، قیمت‌ها، رزرو) به صورت ۷/۲۴.
- **ارائه توصیه‌های شخصی‌سازی شده :**استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین برای ارائه توصیه‌های شخصی‌سازی شده در مورد جاذبه‌ها، رستوران‌ها، هتل‌ها، و فعالیت‌ها بر اساس علایق و سابقه سفر هر گردشگر.
- **بهینه‌سازی قیمت‌ها :**استفاده از هوش مصنوعی برای تعیین قیمت‌های پویا برای هتل‌ها و تورها بر اساس تقاضا و عرضه، به منظور جذب بیشتر گردشگران و افزایش درآمد.
- **تحلیل احساسات :**استفاده ازپردازش زبان طبیعی برای تحلیل نظرات و بازخوردهای گردشگران (در شبکه‌های اجتماعی، نظرسنجی‌ها) به منظور شناسایی نقاط قوت و ضعف خدمات گردشگری و ارائه راهکارهای بهبود Xiang) . & Gretzel, 2010,. 179-188)

**۳. چگونه از متاورس و هوش مصنوعی می‌توان برای توسعه گردشگری پایدار، حفظ محیط زیست، و حمایت از فرهنگ محلی در زاینده‌رود استفاده کرد؟**

این سوال به تحلیل ابعاد اخلاقی و مسئولانه استفاده از متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری زاینده‌رود تمرکز دارد. هدف از آن، بررسی چگونگی استفاده از این فناوری‌ها برای کاهش اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست، ترویج فرهنگ محلی و مشارکت دادن جوامع محلی در توسعه گردشگری است. این سوال نیازمند رویکردی جامع و توجه به مسائل اجتماعی-اقتصادی و زیست‌محیطی است. نتایج احتمالی چنین بررسی هایی منجر به پیشنهاد انجام اقدامات زیر خواهد شد:

---

[۲۱] Gamification
[۲۲] Recommender Systems

- **آگاهی‌بخشی و آموزش :**استفاده از متاورس و واقعیت افزوده برای آموزش گردشگران در مورد اهمیت حفظ محیط زیست و احترام به فرهنگ محلی. ایجاد تجربه‌های تعاملی که اثرات تخریبی گردشگری بی‌رویه را نشان دهد.
- **مدیریت ترافیک و ازدحام :**استفاده از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی الگوهای ترافیکی و ازدحام در مناطق گردشگری و ارائه مسیرهای جایگزین به گردشگران برای کاهش فشار بر مناطق حساس.
- **ترویج صنایع دستی و محصولات محلی :**ایجاد بازار مجازی در متاورس برای فروش صنایع دستی و محصولات محلی، به منظور حمایت از اقتصاد جوامع محلی و حفظ فرهنگ بومی.
- **نظارت بر محیط زیست :**استفاده از حسگرها و هوش مصنوعی برای نظارت بر کیفیت آب و هوا، سطح آلودگی، و وضعیت گونه‌های گیاهی و جانوری در زاینده‌رود، و ارائه هشدارهای زودهنگام در صورت بروز مشکلات زیست‌محیطی.
- **گردشگری مجازی مسئولانه :**ارائه تورهای مجازی از زاینده‌رود که به گردشگران امکان می‌دهد بدون سفر فیزیکی، از جاذبه‌ها دیدن کنند و از این طریق اثرات کربن ناشی از سفر را کاهش دهند. (Buckley ۲۰۱۲،**415)**

## ۵ -نتیجه گیری و پیشنهادها

بر اساس روش‌شناسی ترکیبی اتخاذ شده در این نوع پژوهش‌ها، انتظار می‌رود نتایج بکارگیری فناوری‌های متاورس و هوش مصنوعی برای توسعه گردشگری پایدار تعیین شود. با این حال، باید دانست که انتظارات مورد نظر تنها در صورتی تحقق می‌یابد که این فناوری‌ها به درستی برنامه‌ریزی و اجرا شوند و با نیازها و خواسته‌های گردشگران، ساکنان محلی، و ذینفعان گردشگری هماهنگ باشند.

انتظار می رود نتایج کمی که با استفاده از پرسشنامه‌ها بدست می‌آید نشان دهد که گردشگران و ساکنان محلی نگرشی مثبتی نسبت به استفاده از متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری زاینده‌رود دارند یا خیر؟ و آیا معتقدند که این فناوری‌ها می‌توانند تجربه گردشگری را بهبود بخشد و به توسعه پایدار منطقه کمک کند یا خیر؟ با این حال، می‌تواند نگرانی‌ها در مورد اثرات منفی احتمالی این فناوری‌ها، مانند از بین رفتن مشاغل سنتی یا افزایش نابرابری اجتماعی، را نیز نشان دهند.

با استفاده از مصاحبه‌ها می‌توان مباحث کیفی از جمله دیدگاه‌های متفاوت در مورد استفاده از متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری حوزه زاینده‌رود را از منظر ذی‌نفعان مختلف مورد بررسی قرار داد. بدیهی است که برخی از این ذی‌نفعان ممکن است مشتاق به پذیرش این فناوری‌ها باشند و به دنبال فرصت‌هایی برای نوآوری و بهبود خدمات خود باشند. برخی دیگر ممکن است نسبت به این فناوری‌ها بدبین باشند و نگران هزینه‌ها، خطرات، و پیامدهای ناخواسته آنها باشند.

در مجموع با تلفیق روش های کمی و کیفی و استدلال علمی منبعث از آن می‌توان به این نتیجه دست یافت که چگونه فناوری‌های متاورس و هوش مصنوعی می تواند در توسعه صنعت گردشگری زاینده‌رود موثر باشد. همچنین مشخص می شود که در این زمینه توسعه گردشگری و استفاده از متاورس و هوش مصنوعی با چه چالش‌ها و فرصت‌هایی مواجه است.

در مجموع با توجه به آنچه بیان شد می‌توان گفت که برای موفقیت در بهره‌گیری از متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری زاینده‌رود، لازم است یک استراتژی جامع و یکپارچه تدوین شود که در آن برنامه‌ریزی برای نحوه‌ی استفاده از فناوری‌های متاورس و هوش مصنوعی تبیین گردد تا به شکل هوشمندانه و مسئولانه استفاده شود. این استراتژی باید متضمن مسائل زیر باشد:

- نحوه افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناوری و آموزش نیروی انسانی.
- ایجاد بستر مناسب برای نوآوری و همکاری بین شرکت‌های فناوری، کسب‌وکارهای گردشگری، و مقامات دولتی.
- ترویج استفاده از فناوری‌های متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری زاینده‌رود از طریق آموزش، اطلاع‌رسانی، و ایجاد مشوق‌های مالی.
- نهادینه کردن نظارت و ارزیابی مستمر اثرات این فناوری‌ها بر گردشگری، محیط زیست، و جامعه محلی.
- تضمین مشارکت فعال گردشگران، ساکنان محلی، و ذینفعان گردشگری در فرآیند برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری.

در چنین شرایطی انتظار این است که قابلیت‌های متاورس و هوش مصنوعی برای بهبود تجربه گردشگری، افزایش رضایت گردشگران، توسعه گردشگری پایدار، حفظ محیط زیست و حمایت از فرهنگ محلی در زاینده‌رود مشخص گردد. البته نباید فراموش کرد که استفاده از هر فناوری و نوآوری جدید باعث ایجاد چالش‌ها و آسیب‌های جدیدی است که کاهش این پیامدهای منفی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، توجه به مسائل اخلاقی و فرهنگی، و مشارکت همه ذینفعان است.

اثر متاورس و هوش مصنوعی بر صنعت گردشگری زاینده‌رود ابعاد مختلفی دارد که می تواند در قالب عناوین پژوهشی زیر مورد بررسی قرار گیرد:

- بررسی تاثیر استفاده از متاورس و هوش مصنوعی بر رفتار و تصمیم‌گیری گردشگران حوزه زاینده‌رود
- ارزیابی اقتصادی و اجتماعی استفاده از این فناوری‌ها در گردشگری زاینده‌رود
- مطالعه تطبیقی استفاده از متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری در مناطق مشابه
- توسعه چارچوب اخلاقی برای استفاده از این فناوری‌ها در گردشگری
- بررسی نقش سیاست‌گذاران و دولت در ترویج و حمایت از استفاده از این فناوری‌ها در گردشگری

## منابع


خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۳). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. تهران: انتشارات بازتاب.۴۶۸ص.

دلاور، علی. (۱۳۸۷). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: انتشارات ویرایش.۳۸۳ص.

سرایی، حسن. (۱۳۹۰). روش‌های نمونه‌گیری در تحقیقات اجتماعی. تهران: انتشارات سمت.

علی‌پور، م.، و همکاران. (۱۴۰۱). تأثیر فناوری‌های نوین بر توسعه گردشگری در ایران. فصلنامه پژوهش‌های گردشگری، ۱۵(۳)، ۴۵-۶۰

فتحی واجارگاه، کوروش. (۱۳۹۵). روش‌های تحقیق کمی، کیفی و آمیخته. تهران: انتشارات آگاه.

قلی‌پور، آرین. (۱۳۹۴). روش تحقیق کیفی: مبانی و فنون. تهران: انتشارات نگاه دانش.

کریمی، پروانه و محمدی ، رضا. (۱۴۰۲). هوش مصنوعی و تحول در صنعت گردشگری: فرصت‌ها و چالش‌ها. مجله علمی-پژوهشی مدیریت گردشگری، ۱۷(۳۴)، ۱۰۱-۱۲۴.

محمدی، علی و حسینی ،بهاره. (۱۴۰۱). متاورس و فرصت‌های نوین در گردشگری. فصلنامه مطالعات گردشگری، ۱۵(۲۹)، ۷۵-۹۶.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۸۰). راهنمای عملی پژوهش‌های کیفی. تهران: انتشارات سمت.

), ۲(۳۹Sustainable tourism: Research and issues. Annals of Tourism Research, ۲۰۱۲ Buckley, R. C. ( .۵۵٦-۵۲۸

Field, A. (۲۰۱۸). Discovering statistics using IBM SPSS statistics. Sage publications.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (۲۰۲۰). Smart tourism: Foundations and developments. Journal of Tourism Futures, ٦(۲), ۱۲۳-۱۱۵. DOI: ۱۰,۱۱۰۸/JTF-۰۱۲۰-۲۰۱۹-۱۱

Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (۲۰۱۵). Conceptual understanding of smart tourism ecosystems. In Information and communication technologies in tourism ۲۰۱۵ (pp. ۳۳۷-۳۲٦). Springer, Cham.

Huang, S., Wu, Y., & Li, Y. (۲۰۲۱). The impact of virtual reality on tourism experience: A meta-analysis. Tourism Management, ۸۵, ۱۲۰-۱۰٤. DOI: ۱۰,۱۰۱٦/j.tourman.۲۰۲۱,۱۰٤۱۲۰

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (۲۰۱۰). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, ۵۳(۱), ٦۸-۵۹.

Russell, S. J., & Norvig, P. (۲۰۱٦). Artificial intelligence: A modern approach (٤th ed.). Pearson Education.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (۲۰۱۰). Role of social media in online travel information search. Tourism Management, ۳۱(۲), .۱۸۸-۱۷۹

# گردشگری رویکردی جهت مدیریت منابع محیطی در حوضه زاینده رود؛ ظرفیت ها و راهبردها

**معصومه احمدوند،** کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، ایران

## چکیده

حوضه زاینده رود با دارا بودن منابع آبی ارزشمند، جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی، پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری دارد. با این حال، کمبود منابع آبی و چالش‌های ناشی از تغییرات اقلیمی، فشارهای زیادی به این منابع وارد کرده است. استفاده از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای مدیریت پایدار منابع آبی در حوضه زاینده رود، می‌تواند به حفظ و بهبود وضعیت منابع محیطی کمک کند.این پژوهش از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی استفاده کرده است. داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مستندات موجود جمع‌آوری شد. نتایج پژوهش نشان داد که حوضه زاینده رود ظرفیت‌های زیادی برای گردشگری پایدار دارد، از جمله جاذبه‌های طبیعی مانند رودخانه‌ها، تالاب‌ها و دشت‌های کشاورزی. همچنین، اکوتوریسم، گردشگری کشاورزی و گردشگری فرهنگی به‌عنوان فرصت‌های اصلی برای استفاده از گردشگری در مدیریت منابع آبی شناسایی شدند. در عین حال، چالش‌هایی مانند کمبود منابع آبی، تغییرات اقلیمی و فشار بر منابع طبیعی، تهدیدهایی جدی برای پایداری گردشگری در منطقه به‌وجود آورده است. با توجه به ظرفیت‌های گردشگری، استفاده از راهبردهایی همچون توسعه گردشگری پایدار، ترویج اکوتوریسم، حمایت از گردشگری کشاورزی و استفاده از فناوری‌های نوین برای مدیریت منابع آبی پیشنهاد می‌شود. این راهبردها می‌توانند به حفظ منابع آبی و توسعه پایدار گردشگری در حوضه زاینده رود کمک کنند. مشارکت جوامع محلی و توسعه همکاری‌های بین‌بخشی نیز برای تحقق اهداف مدیریت پایدار منابع آبی و گردشگری ضروری است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری ، مدیریت منابع محیطی، زاینده رود،

## ۱. مقدمه

حوضه زاینده رود به‌عنوان یکی از مناطق آبی و زیست‌محیطی مهم ایران، با ویژگی‌های منحصر به فرد خود در زمینه‌های زیست‌محیطی، فرهنگی و تاریخی، می‌تواند به‌عنوان مقصدی جذاب برای گردشگری پایدار و مسئولانه مطرح شود. این حوضه با داشتن منابع آبی فراوان، تالاب‌ها، دشت‌ها و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی متعدد، زمینه‌ساز توسعه گردشگری با رویکردی زیست‌محیطی است. رودخانه زاینده رود که از رشته‌کوه‌های زاگرس سرچشمه می‌گیرد و به دشت‌های مرکزی ایران می‌ریزد، یکی از منابع آبی حیاتی برای مناطق مختلف این حوضه به‌ویژه شهرهای اصفهان، چادگان و شهرضا به شمار می‌رود (حسینی، ۱۳۹۸). بنابراین، گردشگری در این منطقه می‌تواند نقش مهمی در حفظ منابع طبیعی و ارتقاء آگاهی عمومی از اهمیت حفاظت از محیط زیست ایفا کند. اما همان‌طور که هر نوع فعالیت انسانی می‌تواند آثار منفی بر محیط زیست داشته باشد، گردشگری نیز در صورت عدم مدیریت صحیح، می‌تواند تهدیداتی را برای منابع طبیعی و آبی این منطقه به همراه داشته باشد (محمدی و همکاران، ۱۴۰۰). در این راستا، گردشگری باید به‌گونه‌ای مدیریت شود که اثرات منفی آن بر منابع آبی و اکوسیستم‌ها به حداقل برسد.(Buckley, 2012)

در سال‌های اخیر، تغییرات اقلیمی، کاهش بارندگی‌ها، آلودگی‌های صنعتی و کشاورزی، و مدیریت ناکارآمد منابع آبی در حوضه زاینده رود به بحران‌های جدی در این منطقه منجر شده است. کمبود منابع آبی، خشک شدن رودخانه‌ها و تالاب‌ها، و مشکلات زیست‌محیطی ناشی از این بحران‌ها، موجب افزایش نگرانی‌ها درباره حفظ این اکوسیستم‌های حساس و منابع طبیعی شده است (زارعی، ۱۴۰۱). از سوی دیگر، گردشگری در این حوضه می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای ایجاد آگاهی عمومی در زمینه اهمیت منابع آبی و ضرورت حفاظت از آن‌ها مطرح شود. با این حال، توسعه گردشگری باید به‌گونه‌ای باشد که نه تنها به حفظ و احیای منابع طبیعی کمک کند، بلکه از بروز مشکلات زیست‌محیطی ناشی از انباشت گردشگران نیز جلوگیری نماید (Gössling & Scott, 2012). این مسأله ایجاب می‌کند که راهبردهای مدیریت منابع محیطی در راستای توسعه گردشگری با رویکردی پایدار و مسئولانه تدوین شود (یوسف‌زاده و فاطمی، ۱۴۰۲).

ضرورت پژوهش حاضر در این است که گردشگری، به‌ویژه در حوضه‌های آبی مانند زاینده رود، باید از منظر محیطی و اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد. در حالی که گردشگری می‌تواند فرصت‌هایی برای رشد اقتصادی و اشتغال در این منطقه ایجاد کند، اگر به‌درستی مدیریت نشود، ممکن است موجب تخریب منابع طبیعی و کاهش کیفیت زندگی مردم محلی گردد (زارع‌پور و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، شناخت ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری در این حوضه، و همچنین تدوین راهبردهایی برای مدیریت منابع محیطی و حفظ اکوسیستم‌های طبیعی آن، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این‌رو، تحقیق در مورد نقش گردشگری در مدیریت منابع محیطی در حوضه زاینده رود می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان و مدیران محلی کمک کند تا راهکارهای مؤثری برای توازن میان توسعه اقتصادی و حفظ محیط زیست ارائه دهند (محمدی و پورمحمدی، ۱۴۰۱).

این پژوهش تلاش دارد تا به‌طور جامع و علمی به بررسی ظرفیت‌های گردشگری در حوضه زاینده رود پرداخته و راهبردهای مؤثری برای مدیریت منابع محیطی در این منطقه پیشنهاد کند. با توجه به چالش‌های موجود در زمینه‌های زیست‌محیطی و مدیریت منابع آبی، ضروری است که رویکردهای نوین و مستند برای توسعه گردشگری پایدار در این منطقه تدوین گردد. این پژوهش می‌تواند به‌عنوان یک منبع معتبر برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان گردشگری و مدیران محلی در راستای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه و مبتنی بر شواهد در حوضه زاینده رود مورد استفاده قرار گیرد (کاظمی، ۱۴۰۰). همچنین، نتایج این تحقیق می‌تواند برای سایر حوضه‌های آبی کشور که با مشکلات مشابهی مواجه هستند، الگو قرار گیرد.

## 2. روش شناسی تحقیق

تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده های اسنادی و علمی است. در واقع با کنکاش در مقالات، کتاب ها و اطلاعات مختلف و مرتبط با حوضه زاینده رود، مهمترین ظرفیت های توسعه گردشگری شناخته و سپس راهبردها تدوین شده است. داده‌ها به‌طور سیستماتیک و از طریق دسته‌بندی و تجزیه‌وتحلیل اطلاعات

به‌دست‌آمده از منابع مختلف مورد پردازش قرار گرفت. یافته‌ها به‌صورت متنی و جدول‌ها ارائه گردید و از آنها برای پیشنهادات و استراتژی‌های مؤثر در جهت مدیریت بهتر منابع آبی در حوضه زاینده رود استفاده شد.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

**ظرفیت های گردشگری در حوضه زاینده رود**

حوضه زاینده رود یکی از مناطق حیاتی و استراتژیک کشور ایران است که به دلیل وجود منابع آبی مهم، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، و موقعیت ویژه جغرافیایی خود، از اهمیت بالایی برخوردار است. این حوضه که شامل رودخانه زاینده رود، تالاب‌ها، دشت‌ها و کوه‌ها می‌باشد، به‌عنوان یک مقصد گردشگری با پتانسیل‌های فراوان شناخته می‌شود. در کنار این ویژگی‌های طبیعی، شهرهای تاریخی همچون اصفهان و روستاهای اطراف نیز به این منطقه افزوده شده‌اند که هریک به نوعی جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی متنوعی را در خود جای داده‌اند.

با توجه به وضعیت کنونی منابع آبی در کشور و چالش‌های ناشی از تغییرات اقلیمی و کمبود منابع آبی، گردشگری در حوضه زاینده رود می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مؤثر در ترویج آگاهی‌های محیط‌زیستی و مدیریت منابع آبی پایدار مطرح شود. این گردشگری به‌ویژه در قالب اکوتوریسم، گردشگری فرهنگی و حتی گردشگری کشاورزی می‌تواند نقش مؤثری در حفظ محیط زیست و ارتقاء آگاهی عمومی ایفا کند. افزون بر این، استفاده صحیح از پتانسیل‌های گردشگری در این حوضه می‌تواند فرصت‌های اقتصادی جدیدی را برای جوامع محلی فراهم کند و در عین حال به حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی منطقه کمک نماید. با توجه به این مطالب، از مهمترین ظرفیت ها می توان به این موارد اشاره نمود.

**حفاظت از منابع آبی از طریق گردشگری آبی:**

رودخانه زاینده رود و تالاب‌ها به‌عنوان منابع حیاتی آبی در این حوضه نقش اساسی دارند. گردشگری آبی، مانند قایق‌سواری، ماهیگیری، و ورزش‌های آبی، می‌تواند آگاهی عمومی در مورد اهمیت حفاظت از منابع آبی را افزایش دهد. این نوع گردشگری با رعایت اصول پایداری می‌تواند باعث کاهش فشار بر منابع آبی شود و از آن‌ها به‌طور مسئولانه بهره‌برداری کند.

**گردشگری طبیعی و اکوتوریسم برای حفاظت از زیست‌محیط:**

حوضه زاینده رود با داشتن منابع طبیعی غنی مانند تالاب گاوخونی، دشت‌ها و کوه‌ها، ظرفیت بالایی برای توسعه اکوتوریسم دارد. این نوع گردشگری می‌تواند به حفظ اکوسیستم‌های طبیعی و جانوری منطقه کمک کند و گردشگران را به اهمیت حفظ این منابع زیست‌محیطی آگاه سازد. به‌ویژه اینکه بسیاری از مناطق طبیعی در معرض تهدیدات زیست‌محیطی قرار دارند، گردشگری می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای آگاهی‌بخشی و مشارکت مردم در حفاظت از محیط زیست عمل کند.

**توسعه گردشگری فرهنگی به‌عنوان ابزاری برای آگاهی عمومی:**

با توجه به جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی منطقه، به‌ویژه در اصفهان، گردشگری فرهنگی می‌تواند به حفظ میراث تاریخی و فرهنگی منطقه کمک کند. سایت‌های تاریخی نظیر میدان نقش جهان و پل‌های تاریخی زاینده رود می‌توانند در کنار آموزش‌های گردشگری به‌عنوان یک ابزار برای ارتقای آگاهی‌های عمومی در زمینه اهمیت حفاظت از این میراث‌ها و منابع طبیعی در نظر گرفته شوند.

**گردشگری روستایی برای ارتقاء آگاهی محیطی در جوامع محلی:**

در حوضه زاینده رود، بسیاری از روستاها دارای شیوه‌های زندگی سنتی و وابستگی به منابع طبیعی هستند. گردشگری روستایی می‌تواند به تقویت آگاهی‌های زیست‌محیطی و فرهنگی در جوامع محلی کمک کند. علاوه

بر این، از طریق گردشگری روستایی می‌توان روش‌های کشاورزی پایدار را به گردشگران معرفی کرده و این تجربه‌ها را به‌عنوان الگویی برای حفظ منابع طبیعی منطقه ارائه داد.

**ایجاد هم‌افزایی بین گردشگری و کشاورزی پایدار:**

حوضه زاینده رود به‌ویژه برای کشاورزی اهمیت بالایی دارد، زیرا منابع آبی آن برای فعالیت‌های کشاورزی مورد استفاده قرار می‌گیرد. گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان یک ظرفیت مهم در راستای مدیریت منابع آبی در منطقه مطرح شود. بازدید از مزارع و آشنایی با روش‌های کشاورزی پایدار، به‌ویژه در زمان بحران‌های آبی، می‌تواند به ایجاد آگاهی در مورد اهمیت استفاده بهینه از منابع آبی و حفظ محیط زیست کمک کند.

**گردشگری آموزشی برای آگاهی‌بخشی به گردشگران و جوامع محلی:**

یکی از ظرفیت‌های مهم گردشگری در حوضه زاینده رود، استفاده از آن به‌عنوان ابزار آموزشی است. این نوع گردشگری می‌تواند شامل برنامه‌های آموزشی در زمینه اهمیت حفظ منابع آبی، حفاظت از تنوع زیستی و اکوسیستم‌های آبی و طبیعی باشد. برنامه‌های آموزشی می‌توانند شامل بازدید از مناطق طبیعی و تالاب‌ها، فعالیت‌های کشاورزی پایدار، و کارگاه‌های آموزشی در زمینه تغییرات اقلیمی و چالش‌های زیست‌محیطی باشند.

**جدول۱- ظرفیت های گردشگری حوضه زاینده رود**

| توضیحات | ظرفیت |
|---|---|
| استفاده از گردشگری آبی مانند قایق‌سواری و ورزش‌های آبی برای آگاهی‌بخشی و مدیریت پایدار منابع آبی. | حفاظت از منابع آبی از طریق گردشگری آبی |
| ظرفیت اکوتوریسم در حفاظت از تالاب‌ها و دشت‌ها، و ارتقاء آگاهی محیطی برای حفظ منابع طبیعی. | گردشگری طبیعی و اکوتوریسم برای حفاظت از زیست‌محیط |
| بهره‌برداری از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی به‌منظور حفظ میراث فرهنگی و آگاهی‌بخشی به عموم. | توسعه گردشگری فرهنگی به‌عنوان ابزاری برای آگاهی عمومی |
| استفاده از گردشگری روستایی برای معرفی کشاورزی پایدار و افزایش آگاهی زیست‌محیطی در جوامع محلی. | گردشگری روستایی برای ارتقاء آگاهی محیطی در جوامع محلی |
| بازدید از مزارع و معرفی کشاورزی پایدار به گردشگران به‌منظور بهره‌برداری بهینه از منابع آبی. | ایجاد هم‌افزایی بین گردشگری و کشاورزی پایدار |
| برنامه‌های آموزشی گردشگری به‌منظور ارتقاء آگاهی عمومی در زمینه حفاظت از منابع آبی و زیست‌محیطی. | گردشگری آموزشی برای آگاهی‌بخشی به گردشگران و جوامع محلی |

**راهبردهای استفاده از گردشگری جهت مدیریت منابع محیطی(آب) در حوضه زاینده رود**

مدیریت منابع آب در حوضه زاینده رود با توجه به کاهش بارندگی‌ها، بحران‌های خشکسالی، و افزایش فشارهای انسانی بر منابع آبی، به یکی از مهم‌ترین چالش‌های این منطقه تبدیل شده است. از سوی دیگر، گردشگری می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای مدیریت و حفاظت از این منابع حیاتی عمل کند. در این راستا، بهره‌برداری از ظرفیت‌های گردشگری با رویکردی پایدار و مسئولانه می‌تواند به توازن میان توسعه اقتصادی و حفظ منابع طبیعی کمک کند. در این بخش، چندین راهبرد کلیدی برای استفاده از گردشگری جهت مدیریت منابع آب در حوضه زاینده رود بررسی می‌شود.

**توسعه گردشگری پایدار و مسئولانه**

یکی از مهم‌ترین راهبردها برای مدیریت منابع آب، ترویج گردشگری پایدار است. گردشگری پایدار به معنای بهره‌برداری از منابع طبیعی و آبی به‌گونه‌ای است که تأثیرات منفی آن بر اکوسیستم‌ها به حداقل برسد و در عین حال به رشد اقتصادی و ارتقاء سطح زندگی جوامع محلی کمک کند. در حوضه زاینده رود، با توجه به کمبود آب، ضروری است که گردشگری به‌گونه‌ای سازماندهی شود که فشار زیادی بر منابع آبی وارد نکند. این امر می‌تواند شامل محدودیت در تعداد گردشگران در مناطق حساس، طراحی برنامه‌های گردشگری که به حفظ منابع آبی کمک می‌کنند، و نظارت دقیق بر تأثیرات گردشگری بر منابع آبی باشد.

**آموزش و ارتقاء آگاهی عمومی**

یکی از ابزارهای مهم گردشگری برای مدیریت منابع آب، آموزش و ارتقاء آگاهی عمومی در زمینه اهمیت حفاظت از منابع آبی است. گردشگران می‌توانند از طریق برنامه‌های آموزشی که در این منطقه برگزار می‌شود، با چالش‌های زیست‌محیطی و منابع آبی آشنا شوند. این آموزش‌ها می‌تواند در قالب کارگاه‌ها، تورهای آموزشی در طبیعت، و بازدید از پروژه‌های حفاظت از منابع آب برگزار شود. در این زمینه، استفاده از راهنماهای محلی و متخصصان محیط‌زیست برای آموزش به گردشگران، می‌تواند تأثیرات بیشتری در آگاهی‌بخشی داشته باشد.

**گردشگری کشاورزی به‌عنوان ابزاری برای مدیریت منابع آبی**

گردشگری کشاورزی یکی دیگر از راهبردهای مؤثر برای مدیریت منابع آب است. حوضه زاینده رود به‌ویژه در بخش‌های کشاورزی وابسته به منابع آبی است و کشاورزی نقش اساسی در اقتصاد منطقه دارد. از طریق گردشگری کشاورزی، می‌توان گردشگران را به بازدید از مزارع و آموزش آن‌ها درباره روش‌های کشاورزی پایدار و استفاده بهینه از منابع آبی دعوت کرد. این نوع گردشگری نه تنها به آگاهی‌بخشی درباره چالش‌های منابع آبی می‌انجامد، بلکه می‌تواند به معرفی شیوه‌های کشاورزی مدرن و پایدار که تأثیر کمتری بر منابع آب دارند، کمک کند.

**تقویت اکوتوریسم و حفاظت از تالاب‌ها و رودخانه‌ها**

تالاب‌ها و رودخانه‌ها در حوضه زاینده رود به‌عنوان منابع آبی حیاتی برای کشاورزی و شرب در این منطقه عمل می‌کنند. بنابراین، توسعه اکوتوریسم می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای مدیریت منابع آب و حفاظت از این زیست‌محیط‌های حساس مطرح شود. ایجاد مسیرهای گردشگری در اطراف تالاب‌ها و رودخانه‌ها، همراه با برنامه‌های آموزشی برای گردشگران، می‌تواند به حفاظت از این منابع طبیعی کمک کند. بازدید از مناطق زیست‌محیطی و آشنایی با اهمیت تالاب‌ها و رودخانه‌ها در تأمین منابع آبی و حفظ تنوع زیستی، به تقویت حس مسئولیت‌پذیری گردشگران در قبال حفاظت از محیط زیست کمک می‌کند.

**استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری و مدیریت منابع آب**

در دنیای امروز، استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به مدیریت مؤثر منابع آبی در حوضه زاینده رود کمک کند. یکی از راهبردهای استفاده از گردشگری برای مدیریت منابع آب، به‌کارگیری فناوری‌هایی مانند اپلیکیشن‌های موبایلی برای ردیابی میزان مصرف آب در مناطق گردشگری، اطلاع‌رسانی در مورد وضعیت منابع آبی و پیش‌بینی وضعیت خشکسالی است. همچنین، استفاده از فناوری‌هایی مانند سیستم‌های نظارتی آنلاین برای نظارت بر تأثیرات گردشگری بر منابع آبی می‌تواند به مدیران محلی در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه‌تر کمک کند.

**همکاری‌های بین بخشی و مشارکت جوامع محلی**

همکاری‌های میان نهادهای دولتی، سازمان‌های غیر دولتی، دانشگاه‌ها و جوامع محلی در مدیریت منابع آب و گردشگری می‌تواند تأثیر زیادی در کاهش اثرات منفی گردشگری بر منابع آبی داشته باشد. مشارکت جوامع محلی در برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های گردشگری به‌ویژه در زمینه مدیریت منابع آب می‌تواند به ایجاد حس مسئولیت‌پذیری و حفاظت از محیط زیست کمک کند. برای مثال، جوامع محلی می‌توانند به عنوان راهنماهای گردشگری، نمایندگان آموزش و فرهنگ‌سازی در خصوص مصرف بهینه منابع آبی عمل کنند.

**مدیریت ظرفیت‌های پذیرش گردشگر**

یکی دیگر از راهبردهای کلیدی برای مدیریت منابع آب در حوضه زاینده رود، مدیریت ظرفیت‌های پذیرش گردشگر است. مناطق حساس از جمله رودخانه‌ها، تالاب‌ها و دشت‌ها باید دارای ظرفیت‌های پذیرش گردشگر مشخصی باشند تا از فشار بیش‌ازحد به منابع آبی جلوگیری شود. این امر می‌تواند از طریق تنظیم تعداد گردشگران در هر منطقه، توزیع گردشگران به‌طور یکنواخت در طول سال، و توسعه زیرساخت‌های گردشگری متناسب با ظرفیت محیط زیست منطقه انجام شود.

استفاده از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای مدیریت منابع آب در حوضه زاینده رود نیازمند رویکردی یکپارچه و هماهنگ است که همه ابعاد آن از آموزش و آگاهی‌بخشی گرفته تا همکاری‌های بین بخشی را در بر گیرد. گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مؤثر در حفاظت از منابع آبی و توسعه پایدار در این منطقه عمل کند، به شرطی که با رعایت اصول پایداری و با مشارکت فعال جوامع محلی و نهادهای مسئول مدیریت شود.

**جدول۲- راهبرد های گردشگری حوضه زاینده رود در راستای مدیریت منابع محیطی آن**

| راهبرد | شرح |
|---|---|
| **توسعه گردشگری پایدار و مسئولانه** | طراحی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری به‌گونه‌ای که کمترین تأثیر را بر منابع آبی و محیط‌زیست داشته باشد و به رشد اقتصادی پایدار کمک کند. |
| **آموزش و ارتقاء آگاهی عمومی** | برگزاری برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های آگاهی‌بخشی برای گردشگران و جوامع محلی جهت افزایش آگاهی در خصوص اهمیت حفظ منابع آبی و محیط‌زیست. |
| **گردشگری کشاورزی به‌عنوان ابزاری برای مدیریت منابع آبی** | استفاده از گردشگری کشاورزی برای آموزش گردشگران درباره شیوه‌های کشاورزی پایدار و استفاده بهینه از منابع آبی در منطقه. |
| **تقویت اکوتوریسم و حفاظت از تالاب‌ها و رودخانه‌ها** | ایجاد و توسعه برنامه‌های اکوتوریسم در مناطق حساس زیست‌محیطی برای حفاظت از رودخانه‌ها و تالاب‌ها و افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت این منابع. |
| **استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری و مدیریت منابع آب** | استفاده از فناوری‌های نوین برای نظارت بر مصرف آب و ایجاد سیستم‌های هوشمند برای مدیریت منابع آبی و گردشگری. |
| **همکاری‌های بین بخشی و مشارکت جوامع محلی** | ایجاد همکاری‌های موثر میان نهادهای دولتی، سازمان‌های غیر دولتی، جوامع محلی و گردشگران به‌منظور مدیریت منابع آبی و گردشگری پایدار. |
| **مدیریت ظرفیت‌های پذیرش گردشگر** | تنظیم تعداد گردشگران در مناطق حساس و ایجاد ظرفیت‌های پذیرش مشخص برای جلوگیری از فشار اضافی بر منابع آبی و محیط‌زیست. |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

حوضه زاینده رود با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی، پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری پایدار و مسئولانه دارد. از رودخانه زاینده رود گرفته تا تالاب‌ها و دشت‌های وسیع، این منطقه به‌عنوان یک مقصد گردشگری مهم برای اکوتوریسم، گردشگری فرهنگی و حتی گردشگری کشاورزی شناخته می‌شود. اما در کنار این ظرفیت‌های منحصر به فرد، چالش‌های محیط‌زیستی و بحران‌های ناشی از کمبود منابع آبی در این منطقه، اهمیت توجه به مدیریت پایدار و استفاده مسئولانه از این منابع را دوچندان کرده است.

گردشگری به‌عنوان یک ابزار مؤثر در مدیریت منابع محیطی می‌تواند نقشی حیاتی در حفظ منابع آبی و زیست‌محیطی حوضه زاینده رود ایفا کند. از طریق ترویج گردشگری پایدار، آگاهی‌بخشی به گردشگران و جوامع محلی، و ارتقاء آگاهی در زمینه اهمیت حفظ منابع آبی، می‌توان به توازن بین توسعه گردشگری و حفاظت از محیط زیست دست یافت. علاوه بر این، توسعه گردشگری کشاورزی و اکوتوریسم می‌تواند به‌عنوان ابزارهایی مؤثر در کاهش فشارها بر منابع آبی و تقویت شیوه‌های استفاده بهینه از این منابع عمل کند.

در این راستا، راهبردهای مختلفی همچون توسعه گردشگری پایدار، استفاده از فناوری‌های نوین برای نظارت بر مصرف منابع آبی، و همکاری‌های میان بخشی برای مدیریت یکپارچه منابع آبی و گردشگری به‌عنوان اقدامات کلیدی معرفی شدند. همچنین،

با مدیریت ظرفیت‌های پذیرش گردشگر و به‌کارگیری روش‌های آموزشی، می‌توان از تأثیرات منفی گردشگری بر منابع آبی جلوگیری کرد و آن را به‌عنوان ابزاری برای ارتقاء آگاهی عمومی و مشارکت مردم در حفاظت از محیط زیست در نظر گرفت.
در نهایت، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند علاوه بر ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای جوامع محلی، به‌عنوان یک راهکار مؤثر برای مدیریت پایدار منابع آبی در حوضه زاینده رود عمل کند. با رعایت اصول پایداری و بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری در جهت حفاظت از منابع آبی، می‌توان از این صنعت برای تحقق توسعه پایدار در این منطقه بهره‌برداری نمود.
پیشنهادات بشرح ذیل است.
۱.توسعه زیرساخت‌های گردشگری پایدار، ۲. اجرای برنامه‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی برای گردشگران، ۳. حمایت از گردشگری کشاورزی به‌عنوان ابزار مدیریت منابع آب، ۴. توسعه اکوتوریسم در مناطق حساس زیست‌محیطی، ۵. تشویق به مشارکت جوامع محلی در مدیریت گردشگری و منابع آبی، ۶. استفاده از فناوری‌های نوین برای مدیریت منابع آبی، ۷. برنامه‌ریزی و تنظیم ظرفیت پذیرش گردشگر در مناطق حساس، ۸. ایجاد همکاری‌های بین‌بخشی و بین‌المللی در مدیریت منابع آبی و گردشگری.

## منابع و ماخذ


۱. حسینی، س. (۱۳۹۸). تحلیل وضعیت منابع آبی در حوضه زاینده رود .مجله منابع طبیعی ایران، ۱۵(۲)، ۴۳-۵۸.

۲. محمدی، م.، و همکاران. (۱۴۰۰). تأثیرات گردشگری بر منابع طبیعی در حوضه‌های آبی ایران .مجله محیط زیست، ۲۴(۱). ۲۳-۳۷.

۳. زارعی، ر. (۱۴۰۱). چالش‌های تغییرات اقلیمی در حوضه زاینده رود .نشریه اقلیم‌شناسی، ۱۸(۴).۲۸۱-۲۹۳.

۴. یوسف‌زاده، ف.، و فاطمی، ج. (۱۴۰۲). راهبردهای گردشگری پایدار در حوضه‌های آبی ایران .مجله گردشگری پایدار، ۱۰(۳) ۱۵۰-۱۶۵.

۵. زارعی‌پور، ح.، و همکاران. (۱۳۹۹). بررسی چالش‌های اجتماعی و اقتصادی ناشی از گردشگری در حوضه‌های آبی . ژورنال برنامه‌ریزی محیطی، ۲۲(۳). ۴۵-۵۹.

۶. محمدی، م.، و پورمحمدی، ر. (۱۴۰۱). نقش گردشگری در مدیریت منابع آب حوضه زاینده رود .مجله مدیریت منابع آب ایران، ۲۷(۲). ۹۶-۱۰۹.

۷. کاظمی، ع. (۱۴۰۰). گردشگری و پایداری محیطی: راهکارهای مدیریت منابع در حوضه‌های آبی ایران .مجله مطالعات محیطی، ۳۳(۲). ۲۴-۳۶.

8. Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. Annals of Tourism Research, 39(2), 527-549. https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003
9. Gössling, S., & Scott, D. (2012). Tourism and water: Interactions, impacts and challenges. Tourism Management, 33(1), 1-7. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.002

# تبیین شاخص‌های اثرگذار در توسعه گردشگری مناطق روستایی انتهای زاینده رود (نواحی روستایی شهرستان ورزنه)

**علی افشاری پور**، دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان

**ابوالفضل باقری اژیه**، دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان

**شهاب ثابت‌راسخ**، دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

## چکیده:

گردشگری روستایی به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در راستای تحقق توسعه پایدار، توانسته است در سال‌های اخیر توجه برنامه‌ریزان و پژوهشگران بسیاری را به خود جلب کند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل شاخص‌های مؤثر در توسعه گردشگری روستایی، به بررسی نواحی پیرامونی رودخانه زاینده‌رود در شهرستان ورزنه می‌پردازد. در این مطالعه، با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و رویکرد آینده‌پژوهی( تحلیل ساختاری)، ابتدا شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی و زیرساختی از طریق متن کاوی منابع نظری و پیشینه پژوهش استخراج شدند. سپس با استفاده از تحلیل ساختاری و نرم‌افزارMICMAC ، دیدگاه‌های ۳۰ نفر از متخصصان حوزه گردشگری و توسعه روستایی منطقه گردآوری و ارزیابی گردید. نتایج تحقیق نشان داد که شاخص‌های اقتصادی به ویژه افزایش درآمد، اشتغال‌زایی، سرمایه گذاری و امکانات، از بیشترین تأثیرگذاری در توسعه گردشگری نواحی روستایی منطقه برخوردارند و کلیدی ترین شاخص‌ها در آینده خواهند بود. این یافته‌ها می‌توانند به‌عنوان مبنایی برای تدوین سیاست‌های کارآمد و علمی و تهیه طرح‌های آمایش و توسعه در راستای تقویت گردشگری پایدار در مناطق روستایی به کار گرفته شوند.

**واژگان کلیدی :**گردشگری روستایی، توسعه پایدار، شهرستان ورزنه، شاخص‌های اثرگذار، تحلیل ساختاری، آینده‌پژوهی.

**مقدمه:**

گردشگری روستایی به عنوان یکی از شاخه‌های مهم توسعه پایدار، نقشی اساسی در پیشرفت و بهبود اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی ایفا می‌کند. در دهه‌های اخیر، توجه به ظرفیت‌های گردشگری در مناطق روستایی به دلیل توانایی آن در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، تقویت هویت محلی، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی، و جلوگیری از مهاجرت‌های روستا-شهر ، ارتقای تصویر عمومی منطقه، افزایش یافته است. از این منظر، شناسایی و تبیین شاخص‌های اثرگذار در توسعه گردشگری روستایی، ضرورتی انکارناپذیر برای برنامه‌ریزی‌های جامع و هدفمند به شمار می‌رود(Wu et al, 2020:96).

در سال‌های اخیر، بازار بین‌المللی گردشگری با رقابتی فزاینده مواجه شده است. مقاصد گردشگری در تحقیقات این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کنند تا بازار خود، موقعیت رقابتی‌شان و مهم‌تر از همه، چگونگی بهره‌گیری از این دانش برای جذب موفق گردشگران را بهتر بشناسند. در نتیجه، شمار زیادی از گردشگران در برخی مناطق گردشگری متمرکز شده‌اند، به‌طوری که ورود گسترده گردشگران باعث تخریب سریع منابع طبیعی و اکوسیستم‌ها شده است. بنابراین، تعامل شدید میان فعالیت‌های انسانی و کیفیت محیط زیست، مبنایی برای جستجوی سیاست‌های مناسب جهت تضمین فرصت‌های توسعه و کاهش آثار زیست‌محیطی آن‌ها بوده است (Kitsiou et al., 2002:1-17). با این حال، حتی در کشورهای اروپایی نیز اقداماتی که تاکنون در سطح محلی انجام شده‌اند، منجر به تغییر چشمگیری در الگوهای تولید و مصرف گردشگری نشده‌اند ( Comisión Europea, 2003; 2007).

منطقه انتهایی زاینده‌رود به ویژه نواحی روستایی شهرستان ورزنه، با برخورداری از ویژگی‌های منحصر به‌فرد طبیعی نظیر رودخانه زاینده رود، تالاب گاوخونی، چشم‌اندازهای کویری، و همچنین عناصر فرهنگی همچون سبک زندگی بومی، آیین‌های سنتی و معماری خاص، از ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای توسعه گردشگری برخوردار است. با این حال، فقدان برنامه‌ریزی علمی و نبود چارچوب مشخص برای شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه این حوزه، موجب شده تا این پتانسیل‌ها به فعلیت نرسیده و منافع آن برای جامعه محلی تحقق نیابد.این پژوهش با هدف تبیین شاخص‌های اثرگذار در توسعه گردشگری مناطق روستایی انتهای زاینده‌رود، تلاش دارد تا از طریق تحلیل ساختارها، منابع، زیرساخت‌ها و نگرش‌های جامعه محلی، زمینه‌های تقویت گردشگری پایدار در این منطقه را شناسایی و پیشنهادهایی برای بهره‌برداری بهینه ارائه دهد.

بنابراین می‌توان گفت وسال اصلی پژوهش حاضر این‌گونه است که: کدام یک از شاخص‌های بیشترین تاثیرگذاری را در توسعه گردشگری نواحی روستایی شهرستان ورزنه دارند؟

## روش تحقیق:

روش تحقیق در این پژوهش از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی و از منظر هدف، در زمره تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد. در این مطالعه، با نگاهی نظام‌مند و ساختاریافته، به بررسی منابع نظری مرتبط با حوزه گردشگری روستایی پرداخته شده و مهمترین شاخص‌های موثر در توسعه گردشگری نواحی روستایی (بخصوص نواحی روستایی اطراف رودخانه‌ها) استخراج گردید. در گام بعدی، داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ای گردآوری شد که اعتبار محتوایی آن به تأیید جمعی از اساتید حوزه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی رسید. سپس با بهره‌گیری از دیدگاه ۳۰ نفر از متخصصان فعال در عرصه گردشگری و آشنا با روستاهای مورد مطالعه، شاخص‌های مورد نظر ارزیابی گردید. امتیازدهی به این شاخص‌ها و سنجش میزان اثرگذاری آن‌ها در نواحی روستایی شهرستان ورزنه با استفاده از روش تحلیل ساختاری و تکنیک اثرات متقابل صورت پذیرفت. با استفاده از نرم افزارMICMAC در نهایت، کلیدی‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی شناسایی گردید. برای تعیین وزن هر یک از متغیرها، از مقایسه‌های زوجی استفاده شد و میزان تعامل آن‌ها، از منظر تأثیرگذاری و تأثیرپذیری، بر اساس مقیاسی از صفر تا سه ارزیابی

گردید؛ به‌طوری که عدد صفر بیانگر عدم تأثیر، عدد یک نشان‌دهنده تأثیر ضعیف، عدد دو معادل تأثیر متوسط، و عدد سه بیانگر تأثیرگذاری زیاد بود.

## پیشینه و ادبیات نظری پژوهش:

گردشگری روستایی به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان ابزاری برای احیای روستاهای سنتی شناخته شده و مورد حمایت بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است. این نوع گردشگری ظرفیت ارائه مزایای اجتماعی و اقتصادی قابل‌توجهی را دارد و به همین دلیل به‌عنوان راهبردی محبوب برای توسعه روستایی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه مطرح شده است ( Yanan, et al, 2024). با توجه به مزایای فراوان گردشگری روستایی، جای تعجب نیست که این نوع گردشگری به‌عنوان کاتالیزوری برای باززنده‌سازی روستاها شناخته شده است (Anabestani, et al, 2012). بر اساس گزارش تأثیر اقتصادی سفر و گردشگری ۲۰۲۲ ، پیش از همه‌گیری کووید-۱۹، گردشگری ۱۰,۳ درصد از کل اشتغال جهانی را شامل می‌شد (۳۳۳ میلیون شغل)، این میزان حدود یک چهارم کل مشاغل جدید در جهان بوده و ۱۰,۳ درصد از تولید ناخالص داخلی(GDP) جهان را تشکیل می‌داد.

بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ۸۰٪ از ۵۶ کشوری که راهبردهایی برای کاهش فقر اجرا کرده‌اند، گردشگری را ابزاری امیدبخش برای دستیابی به رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و کاهش فقر دانسته‌اند .این سازمان همچنین گردشگری را راهبردی حیاتی برای تحقق اهداف توسعه هزاره سوم معرفی کرده است ( Zhang et al, 2021. Nooripoor et al, 2021: 1705).

مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهند که تعریف واحد و پذیرفته‌شده‌ای برای این نوع گردشگری وجود ندارد(Barke, 2004) همان‌طور که (Lane,1994,) اشاره می‌کند، اغلب مطالعات، گردشگری روستایی را به‌عنوان گردشگری‌ای تعریف می‌کنند که در مناطق روستایی رخ می‌دهد. برای تعیین مرزهای مناطق روستایی در یک منطقه، معمولاً از معیارهایی همچون تراکم جمعیت یا ویژگی‌های طبیعی و کالبدی منطقه استفاده می‌شود(Frochot,2005).

María López-Sanz و همکارانش بر این باورند که گردشگری فعالیتی است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به توسعه مناطق روستایی کمک می‌کند. با این حال، این توسعه باید **پایدار** باشد. برای دستیابی به این هدف، باید سیاست‌های مناسبی اجرا شوند کههمگی در راستای اهداف توسعه پایدار بوده و از دیدگاه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیرات مثبتی بر این مناطق داشته باشند (López-Sanz, et al, 2021).

گردشگری روستایی در کشورهایی مانند اسپانیا پذیرش گسترده‌ای پیدا کرده است. تنوع وسیع اقامتگاه‌ها و فعالیت‌هایی که در تعریف «گردشگری روستایی» گنجانده می‌شود، این نوع گردشگری را به گزینه‌ای بسیار جذاب برای مصرف‌کنندگان (گردشگران) تبدیل کرده است. در اسپانیا، گردشگری روستایی اکنون به یک جایگزین مهم برای گردشگری ساحلی و آفتابی تبدیل شده است (Polo,2010).

توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی ابزاری بسیار مناسب برای ارتقای توسعه مناطق روستایی است. همچنین مارزو-ناوارو بیان می‌کند که گردشگری روستایی باعث توسعه و رشد اقتصادی مناطق مقصد می‌شود؛ به همین دلیل، دستیابی به اهداف پایداری اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، و زیست‌محیطی در این زمینه، یک اولویت اساسی محسوب می‌شود(Marzo-Navarro,2017).

در حالی‌که شاخص‌های متعددی برای سنجش رشد و توسعه وجود دارد، همچنان ابهاماتی در مورد بهترین روش برای اندازه‌گیری توسعه گردشگری در مناطق روستایی باقی مانده است. دیدگاه‌های کنونی بر ویژگی‌های خاص هر منطقه تأکید دارند و «منشور

اروپایی گردشگری پایدار در مناطق حفاظت‌شده» نیز بر لزوم فرایندهای مشارکتی در توسعه محلی تأکید می‌کند (Hashemi& Ghaffary, 2017).

Tan و همکارانش با مطالعه در محدوده دلتای رود یانگتسه در چین به بررسی شرایط گردشگری در مناطق شهری-روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در عمل، به نظر می‌رسد که نه اطلاعات کافی در دسترس است و نه انگیزه‌های لازم برای ایجاد شیوه‌های پایدارتر در مقاصد گردشگری وجود دارد. همچنین یک مسیر قابل‌اجرای برای دستیابی به رفاه مشترک از طریق رشد گردشگری امکان‌پذیر است که حرکت عناصر شهری و روستایی را تشویق می‌کند (Tan & et al, 2023). در واقع اهمیت این مطالعه از این جهت است که محدوده مورد مطالعه آن در حاشیه رودخانه و تاحدودی به مانند محدوده رودخانه زاینده رود است.

شناخت عوامل اثرگذار در توسعه گردشگری مناطق روستایی اهمیت زیادی دارد، زیرا به نوعی پایه و اساس برنامه‌ریزی درست و موفق در این زمینه محسوب می‌شود. پایداری با توجه به تفاوت‌های چشمگیر در شرایط اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی مناطق مختلف جهان تعریف می‌شود (Bell, & Morse, 2003).

همچنین گروهی از محققان بر این باورند که گردشگری روستایی به فعالیت‌های گردشگری‌ای اطلاق می‌شود که در مناطق روستایی انجام می‌گیرند (R´atz, and Puczk´o, 1998) . بر اساس پژوهش‌های موجود، این نوع گردشگری را می‌توان به چهار شکل اصلی تقسیم کرد:

۱. گردشگری شهری-حومه‌ای،
۲. اکوتوریسم مناظر طبیعی،
۳. گردشگری کشاورزی،
۴. گردشگری میراث فرهنگی (Aytu˘g & Mikaeili, 2017:39).

ترکیب گردشگری با منابع روستایی و محصولات سنتی، نقشی کلیدی در باززنده‌سازی نواحی روستایی ایفا می‌کند( Ciolac et al, 2012:148-154). در بسیاری از کشورهای اروپایی و سایر نقاط جهان، گردشگری روستایی به‌عنوان راهکاری برای کاهش فقر و تضمین پایداری بلندمدت اقتصادهای محلی شناخته می‌شود ( Gao & Wu, 2017:223).

از طرفی پژوهشگران بر این باورند که تأثیر توسعه گردشگری بر یک منطقه را می‌توان به‌طور جامع با در نظر گرفتن هم مناطق شهری و هم روستایی تحلیل کرد و گردشگری می‌تواند به کاهش نابرابری‌های اقتصادی منطقه‌ای از طریق بهینه‌سازی تخصیص منابع، تنظیم ساختار صنعتی و تشویق سرمایه‌گذاری‌ها کمک کند (Liu et al, 2023). علاوه بر سنجش تاثیرات مثبت برخی از متخصصان بر تاثیرات منفی و لزوم مراقبت از منابع تأکید داشتند و معتقدند با این حال، این روند می‌تواند پیامدهای منفی نیز به همراه داشته باشد؛ نظیر :شلوغی بیش از حد مکان‌ها و تأسیسات عمومی، اختلال در زندگی روزمره ساکنان، افزایش شدید قیمت مالکیت املاک، نگرانی‌های ایمنی، آسیب‌های زیست‌محیطی، افزایش تولید زباله و بهره‌برداری بیش از حد از منابع و مواردی از این دست (Almeida-García, et al, 2016:259-274).

موضوع دیگری در مطالعات گردشگری روستایی کشور چین به آن توجه شده فصلی بودن فعالیت‌های مربوط به بخش گردشگری در روستاها است. آن‌ها بر این نکته تاکید داشتند که گردشگری روستایی به‌طور قابل‌توجهی معیشت روستاییان را به دلیل تأثیرات فصلی (غیر دائمی بودن) بهبود نمی‌بخشد؛ و شرکت در کارهای گردشگری در فصل‌های دیگر و ترکیب آن با دیگر شیوه‌های کاری، استراتژی‌های اصلی معیشت خانوارهای روستایی برای مقابله با فصلی بودن است؛ اما پخش بیش از حد منابع کارایی معیشت را کاهش می‌دهد(Su et al, 2022).

توسعه گردشگری روستایی ترکیب‌های سرمایه معیشتی و استراتژی‌های معیشتی اصلی خانوارهای محلی روستایی را تغییر داده است. در مناطقی که گردشگری روستایی رونق یافته است، بسیاری از خانوارهای محلی به عنوان یکی از استراتژی‌های معیشتی خود به گردشگری پیوسته‌اند تا معیشت خانوار خود را متنوع کرده و وابستگی به کشاورزی را کاهش دهند ( Su et al, 2019:272-181).

An و Alarcón پژوهشگران اسپانیایی در سال ۲۰۲۰ به بررسی ۷۶ مقاله مرتبط با گردشگری روستایی پایدار پرداختند و به این نتیجه رسیدند که سیاری از مقالات مرتبط با گردشگری روستایی پایدار، از دیدگاهی جامع‌نگر به پایداری پرداخته‌اند و به‌طور یک‌جانبه صرفاً بر یکی از ابعاد محیط‌زیستی، اقتصادی یا اجتماعی تمرکز نداشته‌اند. در حوزه گردشگری روستایی، توجه به تعاملات میان تمام ابعاد محیط‌زیستی، اقتصادی و اجتماعی و تحلیل جامع آن‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. آن‌ها در یافتند که در سال‌های اخیر تلاش برای درک گردشگری روستایی پایدار از دیدگاه مشتریان (گردشگران به مثابه کسانی که برای مردم بودمی ایجاد درآمد می‌کنند) افزایش یافته است، چرا که وفاداری مشتری یکی از عوامل کلیدی در پایداری تلقی می‌شود(An & Alarcón, 2020:12).

بنابر این می‌توان چنین بیان داشت که مبنای نظری اصلی یا بنیان این پژوهش بر پایه نظریه توسعه پایدار استوار است. نظریه ای که بر استفاده بهینه از منابع موجود جهت رفع نیازهای نسل حاظر با در نظر گرفتن نیاز نسل‌های آینده و حفاظت از محیط زیست تأکید دارد (Enders, & Remig,2014:1-5).
مبانی دیگری که این پژوهش بر آن استوار است، توجه به آینده و استفاده از روش‌های تحقیق آینده پژوهی می‌باشد. به این شکل با شناسایی عوامل اثرگذار و تاثیر پذیر و شدت و ضعف این تاثیر ها، راه را برای اتخاذ تصمیمات صحیح برای مدیران و سرمایه گذاران و تصمیم گیرندگان عرصه گردشگری در نواحی روستایی هموار کند(افشاری پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۱).

گردشگری پایدار، به‌واسطه افزودن مفهوم پایداری به توسعه گردشگری با هدف کاهش پیامدهای منفی ناشی از فرآیند توسعه گردشگری، به‌عنوان یک هدف مطلوب در این حوزه شناخته شده است (Sharpley,2003,38-53). مدل‌های توسعه گردشگری مبتنی بر پایداری، زمانی می‌توانند تکامل یابند که هم‌زمان بتوانند به نیازهای ساکنان محلی پاسخ دهند و انتظارات گردشگران را نیز برآورده سازند (WTO,1993).

در مجموع حاصل بررسی مطالعات پیشین در زمینه عوامل موثر بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی و مبانی نظری این حوزه استخراج شاخص‌های پژوهش بود:

**۱- شاخص‌های اقتصادی**

✓**اشتغال‌زایی** :ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنان محلی
✓**افزایش درآمد روستائیان** :تأثیر گردشگری بر معیشت جوامع محلی
✓**سرمایه‌گذاری و امکانات** :میزان سرمایه‌گذاری در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، حمل‌ونقل و امکانات رفاهی
✓**تنوع فعالیت‌های اقتصادی** :توسعه صنایع دستی، تولیدات محلی و خدمات گردشگری

**۲- .شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی**

✓**مشارکت جامعه محلی** :میزان درگیری و نقش‌آفرینی روستاییان در صنعت گردشگری
✓**حفظ فرهنگ بومی** :تأثیر گردشگری بر سبک زندگی، آداب و رسوم و سنت‌های محلی

✓**آگاهی و آموزش گردشگری** :سطح آگاهی ساکنان از فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری
✓**امنیت اجتماعی** :تأثیر میزان امنیت بر افزایش گردشگری در نواحی روستایی

**۳- .شاخص‌های زیست‌محیطی**

✓**حفظ و احیای حوزه انتهای زاینده رود و تالاب گاوخونی** :تأثیر گردشگری بر اکوسیستم تالابی
✓**مدیریت پسماند و آلودگی** :کنترل زباله و اثرات زیست‌محیطی گردشگران
✓**ظرفیت تحمل زیست‌محیطی** :تعیین حد مجاز حضور گردشگران بدون تخریب محیط
✓**توسعه اکوتوریسم** :استفاده از روش‌های پایدار برای افزایش طبیعت گردی

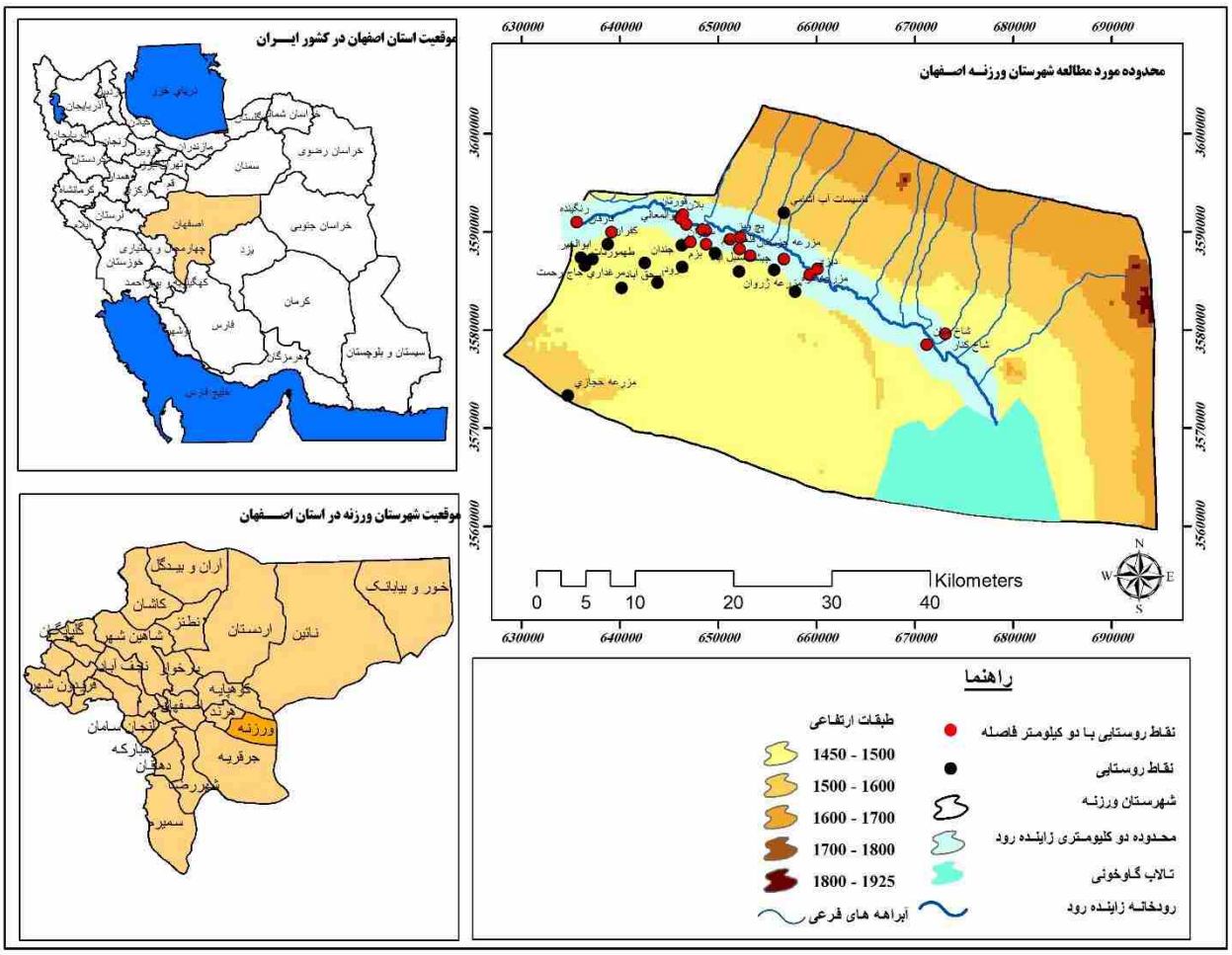
**۴- شاخص‌های زیرساختی و مدیریتی**
✓**دسترسی و حمل‌ونقل** :کیفیت راه‌ها، حمل‌ونقل عمومی و مسیرهای گردشگری
✓**امکانات اقامتی و رفاهی** :وجود اقامتگاه‌های بوم‌گردی، رستوران‌های محلی و مراکز خدماتی
✓**برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری** :وجود قوانین و حمایت‌های دولتی برای توسعه گردشگری پایدار
✓**برندینگ و بازاریابی گردشگری** :تبلیغات، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و جذب گردشگران داخلی و خارجی

بنابر این می‌توان گفت مناطق روستایی با برخورداری از ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران دارند. با این حال، توسعه گردشگری در این مناطق بدون در نظر گرفتن عوامل مؤثر و موانع احتمالی، نه تنها موفق نخواهد بود، بلکه می‌تواند پیامدهای منفی اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی نیز به‌دنبال داشته باشد. از این‌رو، شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری روستایی، پیش‌نیاز برنامه‌ریزی اصولی در این حوزه محسوب می‌شود.

## محدوده مورد مطالعه:

محدوده مورد مطالعه پژوهش حاظر نواحی روستایی شهرستان ورزنه می‌باشد. این شهرستان در قسمت جنوب شرقی استان اصفهان واقع شده و از سال ۱۴۰۰ به عنوان شهرستان مستقل از شهرستان اصفهان مجزا گردیده است. در سرشماری سال ۱۳۹۵ جمعیت کل شهرستان ۲۹۷۱۸ نفر بوده و مرکز شهرستان، شهر ورزنه با جمعیت ۱۲۷۱۴ نفر تنها شهر این شهرستان است. شهرستان ورزنه دارای دو بخش (مرکزی و رودشت) و ۱۳ روستای دارای دهیاری می‌باشد.

جمعیت روستایی شهرستان ۱۷۰۰۴ نفر معادل ۵۷/۲ درصد کل جمعیت بوده و نشان دهنده سکونت اکثریت جمعیت در نواحی روستایی شهرستان ورزنه است.




**شکل شماره ۱: نقشه محدوده مورد مطالعه**

## بحث و یافته‌ها

با بررسی و مطالعه‌ی تحقیقات پیشین، اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار شناسایی گردید. این عوامل در قالب ۱۶ گروه دسته‌بندی شده‌اند و شاخص‌های مورد بررسی پژوهش را شکل دادند که در جدول زیر قابل مشاهده است.

**جدول شماره ۱: شاخص‌های موثر بر توسعه گردشگری مناطق روستایی شهرستان ورزنه**

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **شاخص‌ها** | اشتغال‌زایی | افزایش درآمد | سرمایه گذاری و امکانات | تنوع فعالیت های اقتصادی | مشارکت جامعه محلی | حفظ فرهنگ بومی | آگاهی و آموزش گردشگری | امنیت اجتماعی |
| | حفظ و احیاء انتهای زاینده رود و تالاب گاوخونی | مدیریت پسماند و آلودگی | ظرفیت تحمل زیست محیطی | توسعه اکوتوریسک | دسترسی و حمل و نقل | امکانات اقامتی و رفاهی | برنامه ریزی و سیاست گذاری | برندینگ و بازاریابی گردشگری |

**منبع: یافته‌های تحقیق**

پس از تعیین شاخص‌ها، نظر ۳۰ نفر از کارشناسان و فعالان حوزه گردشگری منطقه خواسته شد تا با انجام مقایسه‌های زوجی، به این ۱۶ شاخص وزن دهند. در واقع داده‌های ورودی نرم‌افزار MICMAC بر پایه همین وزن‌دهی‌ها تهیه شده است. در گام بعد، با بهره‌گیری از روش تحلیل ساختاری و نرم‌افزارMICMAC ، شاخص‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر شناسایی شدند و میزان روابط و اثرگذاری آن‌ها نیز سنجیده شد. با توجه به تعداد متغیرهای پژوهش، ماتریسی با ابعاد ۱۶ در ۱۶ تشکیل شد. در این ماتریس، میزان تأثیر هر شاخص بر سایر شاخص‌ها با استفاده از امتیازدهی بین ۰ تا ۳ مشخص گردید؛ به‌طوری‌که عدد ۰ نشان‌دهنده عدم تأثیر، عدد ۱ بیانگر تأثیر ضعیف، عدد ۲ معرف تأثیر متوسط، و عدد ۳ نشان‌دهنده تأثیر زیاد در نظر گرفته شده است.

در واقع، روش تحلیل ساختاری به منظور بررسی ماهیت، نوع ارتباط و چگونگی تعامل میان متغیرها به کار می‌رود و به عنوان یکی از روش‌های پرکاربرد در حوزه آینده‌پژوهی شناخته می‌شود. آینده‌پژوهی این قابلیت را فراهم می‌سازد تا مسیرهای محتمل دستیابی به آینده‌ای مطلوب‌تر شناسایی و مورد تحلیل قرار گیرند، به‌گونه‌ای که انتخاب راهکارهای اثربخش با سهولت و دقت بیشتری امکان‌پذیر گرد.

بررسی وضعیت داده‌های ماتریس اولیه ورودی نرم افزار که بیانگر نظرات کارشناسان است نشان می‌دهد که بیشترین تکرار را عدد دو (وضعیت تاثیرگذاری متوسط) با ۱۵۴ بار تکرار داشته و در نهایت ۹۳/۷ درصد ماتریس تکمیل یا پُر شده است.

**جدول شماره ۲: وضعیت داده‌های ماتریس اولیه اثرات متقابل**

| نشانگر | میزان |
|---|---|
| اندازه ماتریس | ۱۶ |
| تعداد تکرار یا چرخش | ۲ |
| تعداد عدد صفر | ۱۶ |
| تعداد عدد یک | ۴۴ |
| تعداد عدد دو | ۱۵۴ |
| تعداد عدد سه | ۴۲ |
| جمع | ۲۴۰ |
| میزان پُر شدگی | ۹۳/۷ |

**منبع: یافته‌های تحقیق**

در جدول شماره ۳ ، مجموع امتیازات ردیفی که نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری هر شاخص است، و مجموع امتیازات ستونی که بیانگر میزان وابستگی یا تأثیرپذیری شاخص‌ها می‌باشد، ارائه شده است. بیشترین امتیاز را شاخص‌های افزایش درآمد و اشتغال زایی در جمع سطری یا بیشترین تاثیر گذاری را داشته و شاخص توسعه اکوتوریسم بیشترین تاثیر پذیری را دارد.

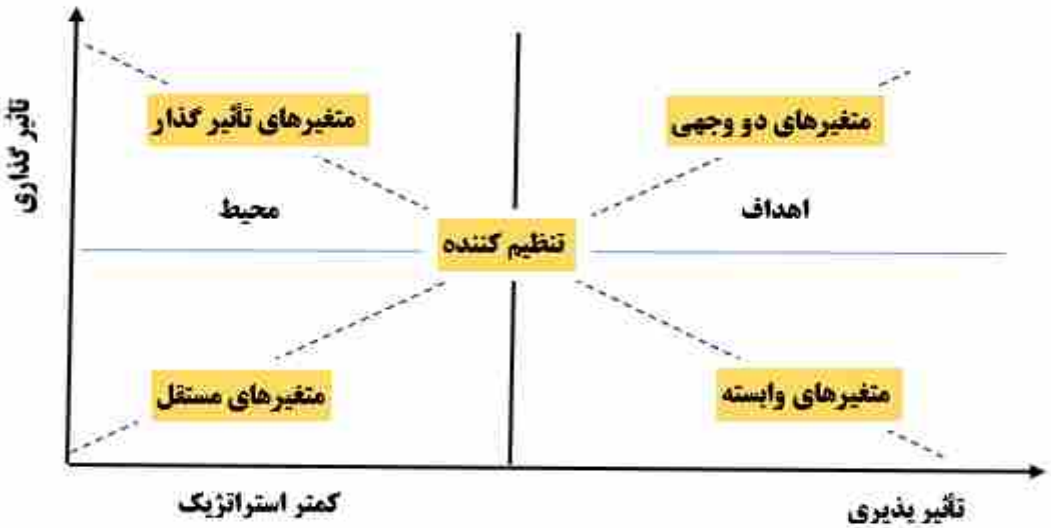
**جدول شماره ۳: جمع سطری و ستونی شاخص‌ها**

| ردیف | شاخص‌ها | جمع سطری تاثیرگذاری | جمع ستونی وابستگی(تاثیر پذیری) |
|---|---|---|---|
| ۱ | اشتغال زایی | 34 | 32 |
| ۲ | افزایش درآمد | 37 | 31 |
| ۳ | سرمایه گذاری و امکانات | 33 | 31 |
| ۴ | تنوع فعالیت‌های اقتصادی | 30 | 32 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۵ | مشارکت جامعه محلی | 33 | 27 |
| ۶ | حفظ فرهنگ بومی | 29 | 31 |
| ۷ | آگاهی و آموزش | 30 | 27 |
| ۸ | امنیت اجتماعی | 31 | 25 |
| ۹ | حفظ و احیاء انتهای زاینده رود و تالاب گاوخونی | 28 | 30 |
| ۱۰ | مدیریت پسماند و آلودگی | 18 | 25 |
| ۱۱ | ظرفیت تحمل زیست محیطی | 25 | 32 |
| ۱۲ | توسعه اکوتوریسم | 28 | 33 |
| ۱۳ | دسترسی و حمل و نقل | 30 | 28 |
| ۱۴ | امکانات اقامتی و رفاهی | 32 | 31 |
| ۱۵ | برنامه ریزی و سیاست گذاری | 33 | 31 |
| ۱۶ | برندینگ و بازاریابی گردشگری | 27 | 32 |
| | مجموع | 478 | 478 |

**منبع: یافته‌های تحقیق**

در واقع موقعیت هر شاخص در دستگاه مختصات، بر اساس وزنی که دارد تعیین می‌شود. با در نظر گرفتن پلان یا نقشه‌ای که میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری را نمایش می‌دهد (مطابق شکل زیر)، می‌توان وضعیت هر شاخص را مورد ارزیابی قرار داد.




**شکل شماره ۲ : پلان تاثیر گذاری و تاثیر پذیری شاخص ها. منبع: ربانی،۱۳۹۱، ص ۲۶۷**

نمودار شکل شماره ۳ جایگاه شاخص‌ها را از نظر میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نمایش می‌دهد. در ادامه، موقعیت هر شاخص بر روی این نمودار بررسی و تحلیل خواهد شد.

**متغیرهای تاثیرگذار:** که در یک‌چهارم بالای سمت چپ نمودار قرار دارند، عمدتاً دارای قدرت تأثیر بالا و تأثیرپذیری پایین هستند. این شاخص‌ها معمولاً از اهمیت بالایی برخوردارند و در بسیاری از موارد جزو عناصر کلیدی و بحرانی مطالعه به شمار می‌روند. اغلب این متغیرها از نوع محیطی بوده و به عنوان ورودی‌های اصلی سیستم در نظر گرفته می‌شوند. در نمودار زیر که حاصل خروجی نرم افزار MICMAC است، شاخص‌های امنیت اجتماعی، آگاهی و آموزش گردشگری، مشارکت جامعه محلی

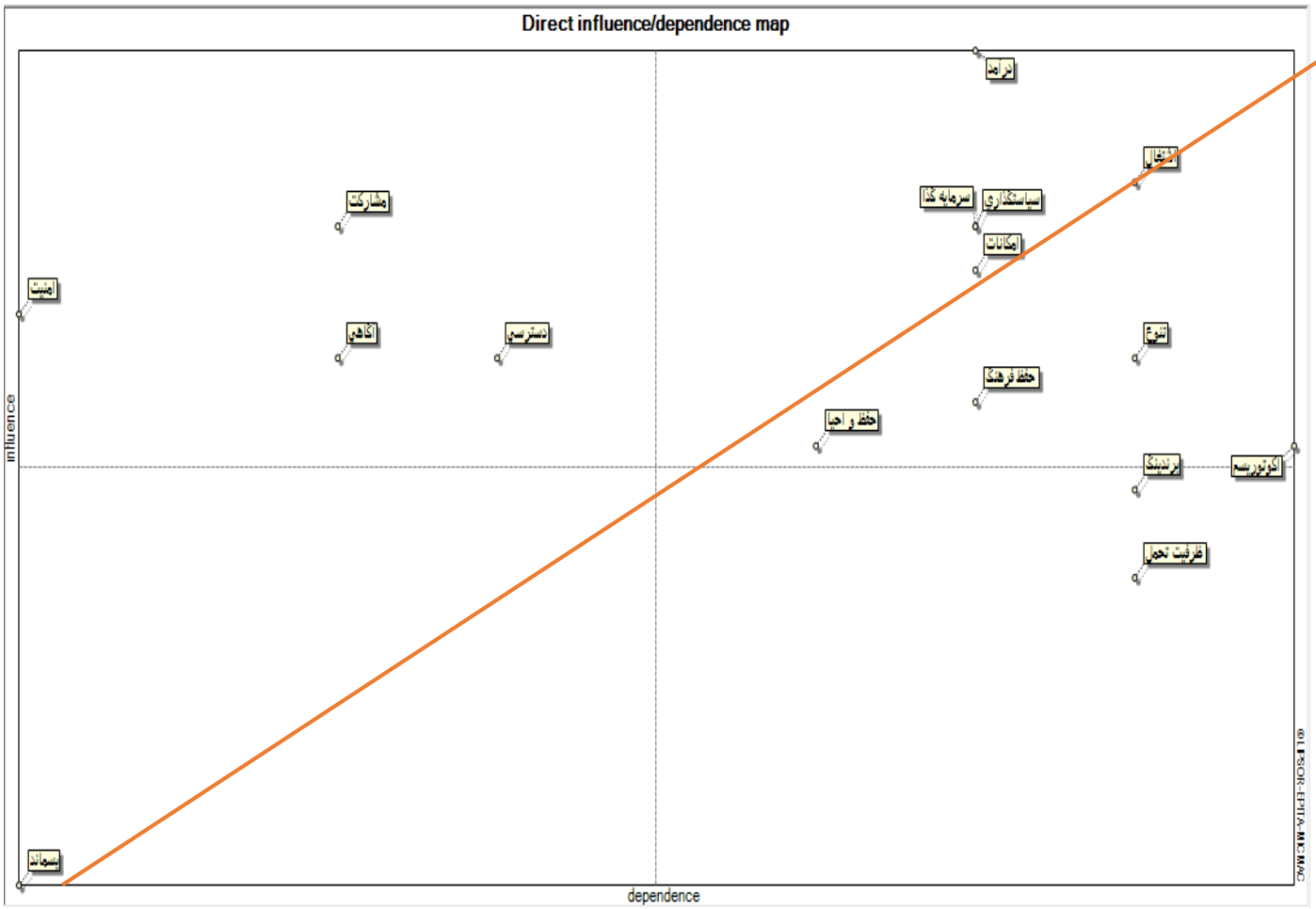
که بیشتر مربوط به بخش فرهنگی و اجتماعی می‌باشند و همچنین شاخص دسترسی و حمل و نقل در این بخش قرار گرفته و بیشتر حالت تاثیر گذاری بر سایر شاخص‌ها و عوامل را دارند.

**متغیرهای دو وجهی:** که در یک‌چهارم بالایی سمت راست نمودار قرار می‌گیرند، به‌طور هم‌زمان از بیشترین میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری برخوردارند. این شاخص‌ها به دلیل ماهیت تعاملی و پویای خود، اغلب با بی‌ثباتی همراه بوده و ناپایداری ویژگی بارز آن‌ها است. در حوزه آینده‌پژوهی، شاخص‌های دو وجهی به‌طور کلی در دو گروه اصلی، یعنی متغیرهای ریسک و متغیرهای هدف، طبقه‌بندی می‌شوند. متغیرهای ریسک عمدتاً در مجاورت و بالای خط قطری (قرمز رنگ) نمودار قرار دارند و به دلیل پویایی بالا و ویژگی‌های سیستمی‌شان، از ظرفیت قابل توجهی برای تبدیل شدن به عوامل کلیدی و تعیین‌کننده در آینده برخوردارند. در پژوهش حاضر شاخص‌های افزایش درآمد روستائیان، سرمایه گذاری و امکانات،برنامه‌ریزی و سیاست گذاری در این قسمت قرار گرفته‌اند و می‌توان گفت بیشترین میزان تاثیرگذاری و تاثیر پذیری را دارند و اصلی ترین متغیرهای پژهش می‌باشند.

متغیرهای هدف نیز در همین ناحیه اما زیر خط قطری نمودارد قرار دارند و کمی بیشتر از این که تاثیرگذار باشند، تاثیر پذیر هستند. این شاخص‌ها را می‌توان بازتابی از فرآیند تکاملی سیستم دانست؛ به گونه‌ای که با مداخله و مدیریت هدفمند آن‌ها، امکان هدایت و تسریع روند تکامل سیستم فراهم می‌شود. در این مطالعه بر اساس نظرات کارشناسان شاخص‌های اشتغال‌زایی، امکانات اقامتی و رفاهی، تنوع فعالیت‌های اقتصادی، حفظ فرهنگ بومی، حفظ و احیاء حوزه انتهای زاینده رود و تالاب گاوخونی، و تاحدودی متغیر مربوط به توسعه اکوتوریسم جزء شاخص‌های هدف قرار می‌گیرند.

**متغیرهای وابسته یا تاثیرپذیر:** متغیرهایی که در ناحیه‌ی پایین سمت راست نمودار جای دارند، با ویژگی‌هایی چون تأثیرگذاری محدود اما میزان بالای تأثیرپذیری شناخته می‌شوند. از آن‌جا که این دسته از متغیرها نسبت به تغییرات متغیرهای تاثیرگذار و دو وجهی واکنش‌پذیر هستند، در ادبیات تحلیل ساختاری، آن‌ها را به‌عنوان متغیرهای وابسته طبقه‌بندی می‌کنند. در این تحقیق شاخص برندینگ و بازاریابی گردشگری، و همچنین شاخص ظرفیت تحمل زیست محیطی در این ناحیه قرار گرفته و به سایر متغیرهای وابسته می‌باشند. برای مثال می‌توان چنین تحلیل کرد که ظرفیت تحمل زیست محیطی ناحیه مورد مطالعه و حد مجاز حضور گردشگران بدون تخریب محیط زیست به سایر عوامل مانند سرمایه گذاری و امکانات، دسترسی و حمل و نقل، امنیت و ... می‌باشد.

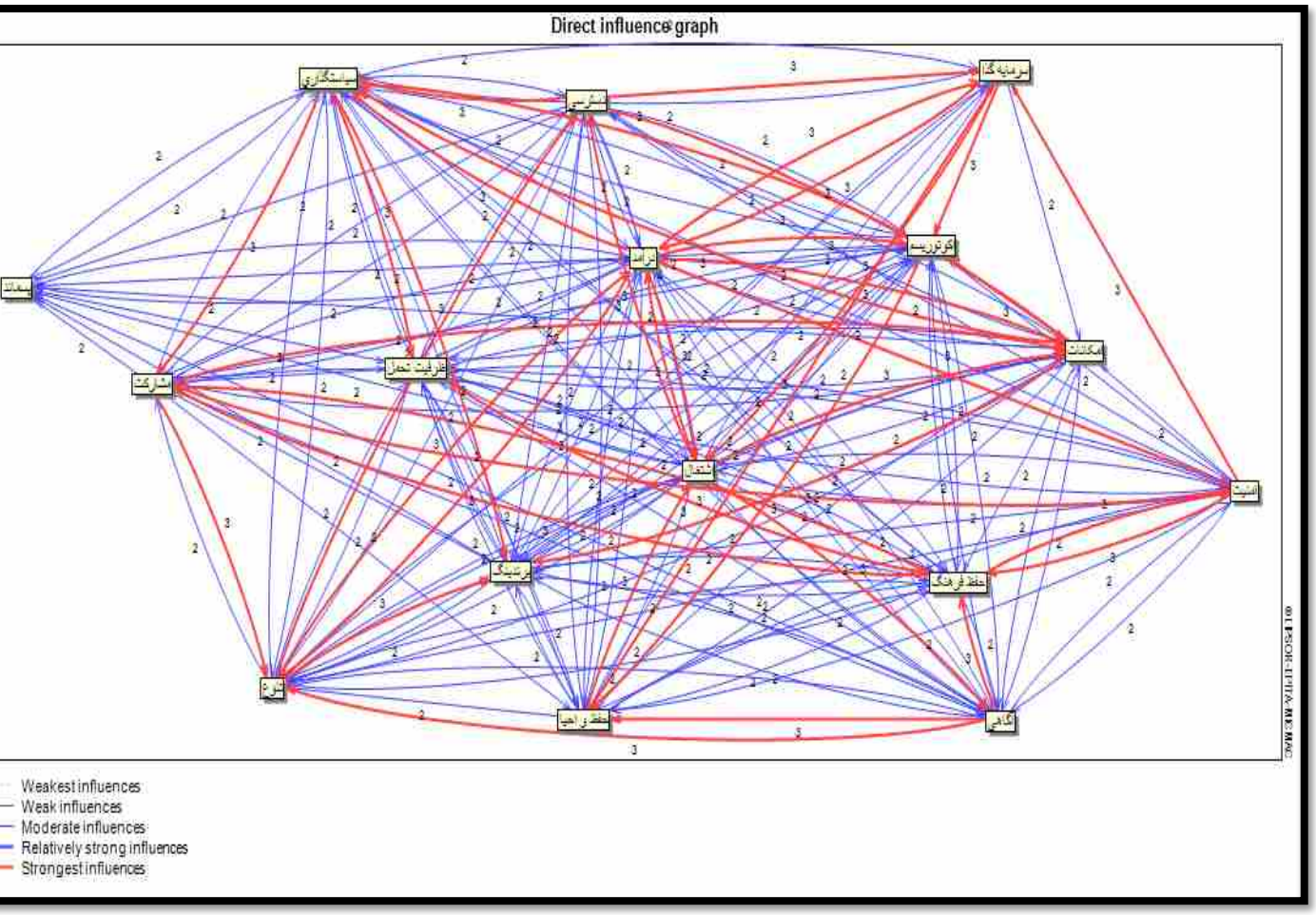
**متغیرهای مستقل:** متغیرهایی که در یک چهارم پایین سمت چپ نمودار قرار دارند، نه تنها تأثیرگذاری اندکی بر سایر متغیرها دارند، بلکه خود نیز تأثیرپذیری محدودی از دیگر متغیرها دارند. همانطور که در نمودار زیر مشاهده می‌شود از دیدگاه کارشناسان آشنا با شرایط منطقه، شاخص مدیریت پسماند و آلودگی، مستقل بوده و در این بخش از نمودار قرار دارد. لازم به ذکر است که این موضوع به معنای کم اهمیت بودن بحث مدیریت پسماند و آلودگی نیست، بلکه فقط بیانگر تاثیرگذاری کمتر این شاخص نسبت به سایر شاخص‌ها از دیدگاه کارشناسان است.




**شکل شماره ۳: وضعیت تاثیرگذاری و تاثیر پذیری شاخص‌ها در خروجی نرم افزارMICMAC ، منبع: یافته‌های تحقیق**

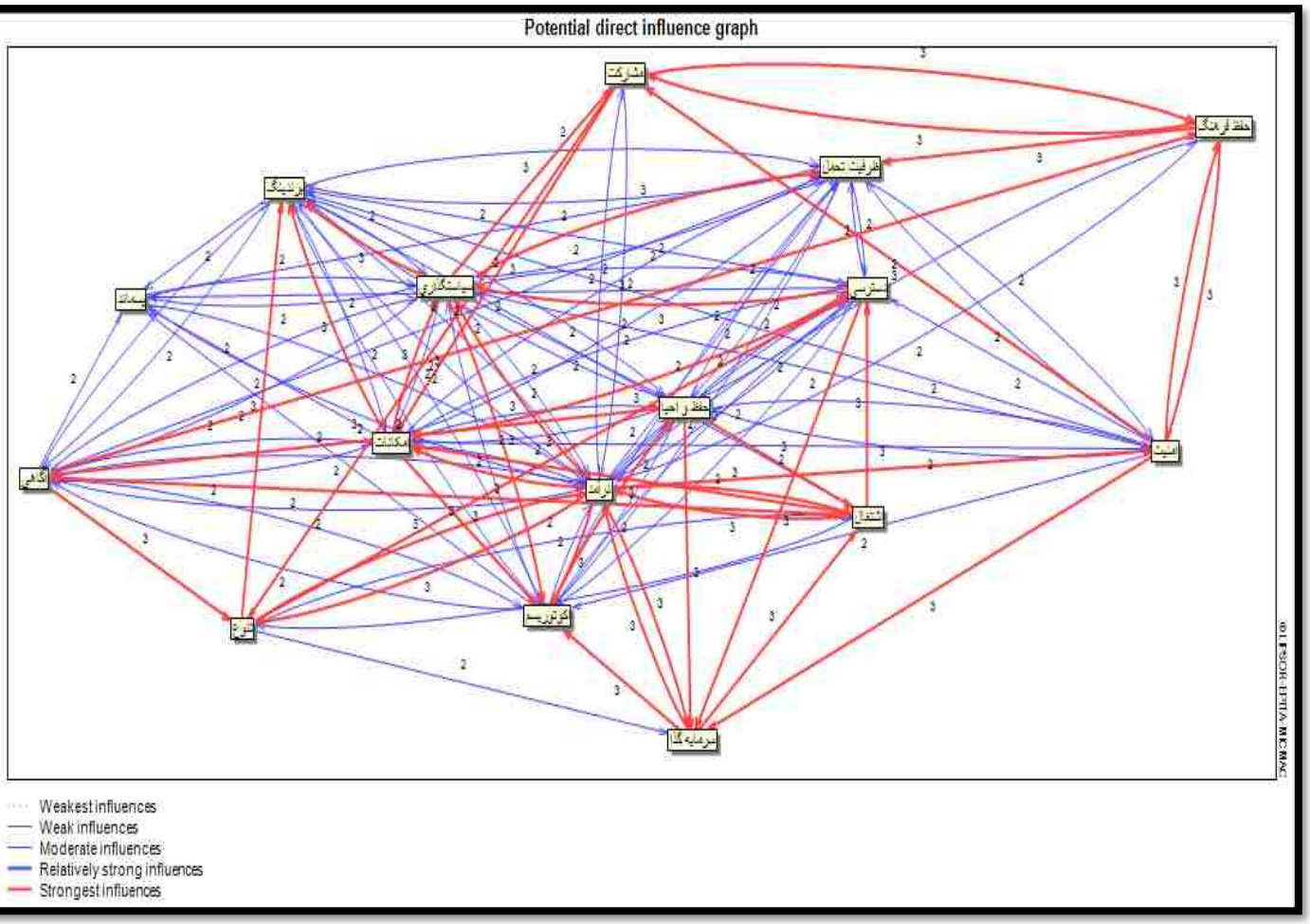
نحوه‌ی تعامل میان متغیرها، به‌همراه میزان شدت و ضعف اثرگذاری و اثرپذیری آن‌ها از یکدیگر، در نمودارهایی نمایش داده می‌شود که در حوزه‌ی تحلیل‌های ساختاری با عنوان «گراف‌های تأثیرگذاری و اثرپذیری» شناخته می‌شوند. در این گراف، جهت فلش‌ها نمایانگر مسیر تأثیر مستقیم یک متغیر بر متغیر دیگر است، در حالی‌که رنگ فلش‌ها بیانگر شدت این تأثیر می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که رنگ قرمز نشان‌دهنده تأثیر قوی، آبی پررنگ معرّف تأثیری نسبتاً قوی، آبی کم‌رنگ به نشانه تأثیر در سطح متوسط، و رنگ مشکی گویای تأثیر ضعیف می‌باشد.

همانگونه که در تحلیل پلان تاثیرگذاری و تاثیر پذیری گفته شد، متغیرهای افزایش درآمد روستائیان، سرمایه گذاری و امکانات، برنامه ریزی و سیاست گذاری و اشتغال زائی بیشترین و قویترین روابط را با سایر متغیرها دارند. این متغیرها را می‌توان متغیرهای اصلی و استراتژیک در توسعه گردشگری مناطق روستایی شهرستان ورزنه از دیدگاه کارشناسان دانست و باید در هرگونه تصمیم‌گیری برای توسعه گردشگری روستاهای منطقه در آینده مورد توجه قرار گیرند.




شکل شماره ۴: گراف روابط و تاثیرات مستقیم بین متغیرها، منبع: یافته‌های تحقیق

تصویر شماره ۵ گراف روابط و تاثیرات غیر مستقیم بین متغیرها (پتانسیل) را نشان می دهد. همانطور که قابل مشاهده است بیشترین تاثیر غیرمستقیم را شاخص‌های افزایش درآمد روستائیان، اشتغال زایی و سرمایه گذاری و امکانات دارند.




**شکل شمار ۵: گراف روابط و تاثیرات غیر مستقیم، منبع: یافته‌های تحقیق**

**جدول شماره ۴: میزان تاثیرگذاری و تاثیر پذیری مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بر یکدیگر**

| رتبه | متغیر | تاثیرگذاری مستقیم | متغیر | تاثیر پذیری مستقیم | متغیر | تاثیرگذاری غیر مستقیم | متغیر | تاثیر پذیری غیر مستقیم |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | درآمد | 774 | اکوتوریسم | 690 | درآمد | 769 | اکوتوریسم | 689 |
| **2** | اشتغال | 711 | اشتغال | 669 | اشتغال | 709 | برندینگ | 670 |
| **3** | سرمایه گذا | 690 | تنوع | 669 | سرمایه گذا | 690 | اشتغال | 669 |
| **4** | مشارکت | 690 | ظرفیت تحمل | 669 | مشارکت | 685 | ظرفیت تحمل | 665 |
| **5** | سیاستگذاری | 690 | برندینگ | 669 | سیاستگذاری | 679 | تنوع | 665 |
| **6** | امکانات | 669 | درآمد | 648 | امکانات | 662 | درآمد | 650 |
| **7** | امنیت | 648 | سرمایه گذا | 648 | امنیت | 651 | سرمایه گذا | 645 |
| **8** | تنوع | 627 | حفظ فرهنگ | 648 | تنوع | 635 | امکانات | 645 |
| **9** | آگاهی | 627 | امکانات | 648 | دسترسی | 630 | سیاستگذاری | 645 |
| **10** | دسترسی | 627 | سیاستگذاری | 648 | آگاهی | 620 | حفظ فرهنگ | 642 |
| **11** | حفظ فرهنگ | 606 | حفظ و احیا | 627 | حفظ فرهنگ | 610 | حفظ و احیا | 627 |
| **12** | حفظ و احیا | 585 | دسترسی | 585 | حفظ و احیا | 595 | دسترسی | 591 |
| **13** | اکوتوریسم | 585 | مشارکت | 564 | اکوتوریسم | 581 | آگاهی | 571 |
| **14** | برندینگ | 564 | آگاهی | 564 | برندینگ | 564 | مشارکت | 564 |
| **15** | ظرفیت تحمل | 523 | امنیت | 523 | ظرفیت تحمل | 527 | پسماند | 527 |
| **16** | پسماند | 376 | پسماند | 523 | پسماند | 386 | امنیت | 527 |

**منبع: یافته‌های تحقیق**

## نتایج:

هدف از انجام این پژوهش شناسایی مهمترین شاخص‌های اثرگذار و تاثیر پذیر و چگونگی روابط میان آن‌ها در راستایی توسعه گردشگری مناطق روستایی انتهای زاینده رود و به طور مشخص روستاهای شهرستان ورزنه استان اصفهان بود. این شاخص‌ها برگرفته از ادبیات نظری و پیشینه پژوهش و متن کاوی مطالعات قبلی در این زمینه بوده و با استفاده طراحی پرسشنامه ماتریس اثرات متقابل، دیدگاه کارشناسان متخصص و آشنا به محدوده و موضوع مورد مطالعه پرسیده و دادههای اولیه گردآوری شد. با استفاده از روش تحلیل ساختاری و استفاده از نرم افزار MICMAC به گونه‌ای وضعیت توسعه گردشگری نواحی روستایی شهرستان در آینده سنجیده شد. در واقع شناخت مهمترین شاخص‌های موثر و چگونگی روابط میان متغیرها در راستای توسعه مناسب گردشگری محدوده مورد مطالعه برای تصمیم‌گیران و مدیران شهرستان و استان بسیار اهمیت دارد تا تصمیماتی که برای آینده گردشگری شهرستان میگیرند بیشترین میزان تاثیر مثبت و بازخورد متناسب را داشته باشند.

تحلیل‌ها نشان داد که به دلیل پراکندگی متغیرها در محور مختصات، نمی‌توان گفت سیستم کنونی گردشگری در نواحی روستایی شرایط پایداری دارد. بر مبنای نظر کارشناسان و نتایج تحلیل‌ها می‌توان متغیرهای پژوهش را در پنج گروه متفاوت دسته‌بندی و ارزیابی کرد. متغیرهای امنیت، آگاهی، دسترسی و مشارکت به عنوان متغیرهای تاثیرگذار. متغیرهای درآمد، سرمایه گذاری و سیاست‌گذاری به عنوان متغیرهای ریسک. متغیرهای اشتغال، امکانات، تنوع، اکوتوریسم، حفظ فرهنگ و حفظ و احیاء

زاینده رود و تالاب گاوخونی به عنوان متغیرهای هدف. متغیرهای برندینگ و ظرفیت تحمل زیست محیطی به عنوان متغیرهای وابسته یا تاثیر پذیر. در نهایت متغیر مدیریت پسماند و آلودگی به عنوان متغیر مستقل شناسایی شدند.

نتایج پژوهش نشان داد همان گونه که درسایر مطالعاتی که در ادبیات تحقیق آورده شد، در راستای دستیابی به توسعه پایدار نواحی روستایی، افزایش درآمد روستائیان، ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری در نواحی روستایی و استفاده بهینه از منابع و امکانات موجود در روستاها، گردشگری و توسعه فعالیت‌های مربوط به این حوزه باید مورد توجه برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و مدیران ملی و استانی قرار گیرد. علاوه بر این همانگونه که در مطالعات دیگر نیز محققان اشاره کردند گردشگری در نواحی روستایی با چالش‌های بسیاری از جمله از جنبه زیست محیطی روبرو می‌باشد. تفاوت دیدگاه این مطالعه با سایر پژوهش‌ها از این جنبه است که نوع نگاه در این مطالعه رو به آینده بوده و در راستای کمک به مدیران جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی محدوده مورد مطالعه با شناخت نوع و جنس و ساختار متغیرها و چگونگی روابط میان آن‌ها است.

در نهایت براساس وزن بدست آمده شاخص‌ها حاصل از خروجی نرم افزار شاخص‌های افزایش درآمد روستائیان، اشتغال زایی، سرمایه گذاری و امکانات که در دسته شاخص‌های اقتصادی قرار می‌گیرند بیشترین میزان و امتیاز تاثیرگذاری مستقیم را داشته و شاخص‌های توسعه اکوتوریسم، اشتغال زایی و تنوع فعالیت های اقتصادی بیشترین میزان تاثیرپذیری یا وابستگی مستقیم را کسب کردند و از دیدگاه کارشناسان بیشتر ویژگی‌های تاثیر پذیری از دیگر شاخص‌ها دارند. بیشتریت تاثیرگذاری غیرمستقیم یا پتانسیل (که در آینده بسیار اهمیت خواهند داشت) به ترتیب شاخص‌های افزایش درآمد روستائیان، اشتغال زایی و سرمایه گذاری و امکانات دارند و بیشترین تاثیرپذیری یا وابستگی غیر مستقیم را نیز شاخص‌های توسعه اکوتوریسم، برندینگ و بازاریابی گردشگری و شاخص اشتغال‌زایی در نواحی روستایی شهرستان ورزنه دارند. همانگونه که ملاحظه می‌گردد اصلی ترین و کلیدی ترین شاخص‌های پژوهش (تاثیرگذار و تاثیر پذیر، مستقیم و غیرمستقیم) را شاخص‌های اقتصادی بخصوص مسائل مربوط به ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنان محلی، تاثیرگردشگری بر اشتغال و بهبود معیشت مردم، میزان سرمایه‌گذاری در فعالیت های بومگردی و حمل و نقل و امکانات رفاهی اقامتی دارد. ذکر این نکته نیز قابل توجه است که شاخص‌هایی مانند برندینگ و بازاریابی گردشگری تاثیر پذیری شدیدی از سایر متغیرهای بخصوص صرفه اقتصادی داشتن و درآمد و یا شرایط مناسب امنیتی منطقه خواهد داشت و از این جهت از دیدگاه کارشناسان بیشتر از نوع متغیرهای تاثیرپذیر یا وابسته محسوب شدند.

درنهایت با توجه به نتایج پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌توان پیشنهاد داد که در برنامه‌ریزی و تصمیم گیری و تهیه طرح‌های آمایش و اسناد فرادستی و توسعه شهرستان ورزنه باید به روستاها توجه ویژه داشت و با توجه به تنگناهای وضعیت فعالیت‌های بخش کشاورزی، یکی از راه‌های بهبود شرایط تعادل محیطی و پیشگیری از مهاجرت‌ها و خالی شدن روستاها از جمعیت، توسعه فعالیت های بخش گردشگری در نواحی روستایی شهرستان ورزنه می‌باشد. اساسی ترین شاخص‌هایی که در این جهت باید مورد توجه بیشتر قرار گیرد شاخص‌های اقتصادی شامل افزایش درآمد روستاییان، اشتغال زایی، سرمایه‌گذاری و امکانات و تنوع بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی است و حتی در طرح هادی روستاها نیز پیشنهاد می‌گردد به شکله ویژه‌ای کاربری‌های مربوط به گردشگری دیده شود. پیشنهاد دیگر با توجه به نتایج پژوهش که بر اهمیت جذب سرمایه تاکید دارد، می‌تواند جذب حمایت‌های مالی کشوری و استانی (دولتی، سازمان‌های مردم نهاد و بخش خصوص) به شکل ویژه برای توسعه گردشگری در روستاهای شهرستان باشد. همچنین باید توجه داشت که شاخص‌هایی مانند برندینگ و بازاریابی و توسعه اکوتوریسم برای توسعه گردشگری نواحی روستایی مورد مطالعه بسیار اهمیت داشته و وابسته به سایر متغیرها می‌باشند.

**قدردانی:**

با سپاس از استانداری اصفهان، فرمانداری شهرستان ورزنه و کارشناسان فرهیخته منطقه که با حداکثر همکاری ما را در انجام این پژوهش همراهی کردند.

## منابع:


- افشاری پور, علی , برقی, حمید و قنبری, یوسف . (۱۳۹۹). تبیین شاخص‌های اثرگذار در سیاست‌گذاری برای مدیریت نواحی روستایی نمونهٔ پژوهش: استان کرمان .*جغرافیا و برنامه ریزی محیطی* ,*31*(2), 71-88. doi: 10.22108/gep.2020.124287.1336
- ربانی، طاها (۱۳۹۱)، روش تحلیل ساختاری، ابزاری برای شناخت و تحلیل متغیرهای موثر بر آینده (موضوعات شهری)، نخستین همایش ملی آینده پژوهی، تهران.

- Almeida-García, F.; Peláez-Fernández, M.Á.; Balbuena-Vázquez, A.; Cortés-Macias, R.( 2016). Residents' Perceptions of Tourism Development in Benalmádena (Spain). Tour. Manag., 54, 259–274.
- An, W., & Alarcón, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. Sustainability, 12(18), 7758.
- Anabestani, A. Saeidi, H. Darvishi, (2012) Evaluation of socio economic, physical and ecological of tourism development in rural areas from villagers and tourists points of view, Spatial Planning 2 1–20. https://sppl.ui.ac.ir/article_15917.html.
- Barke M. (2004) Rural tourism in Spain. Int J Tourism Res;6:137–49.
- Bell, S., & Morse, S. (2003). Measuring sustainability: Learning from doing. London: Earthscan Publications.
  doi: 10.25145/j.pasos.2017.15.057
- Enders, J. C., & Remig, M. (2014). Theories of sustainable development: An introduction. In Theories of sustainable development (pp. 1-5). Routledge.
- Frochot IA.( 2005) Benefit segmentation of tourist in rural areas: a Scottish perspective. Tourism Manage;26:335–46.
- H. Zhang, Y. Duan, Z. Han, (2021) Research on spatial patterns and sustainable development of rural tourism destinations in the Yellow River Basin of China, Land 10 849, https://doi.org/10.3390/land10080849.
- H.K. Aytuˇg, M. Mikaeili, (2017). Evaluation of Hopa's rural tourism potential in the context of European Union tourism policy, Procedia Environmental Sciences 37 (2017) 234–245, https://doi.org/10.1016/j.proenv. 03.039.
- Hashemi, N., & Ghaffary, G. (2017). A proposed sustainable rural development index (SRDI): lessons from Hajij village, Iran. Tourism Management, 59, 130-138.
- J. Gao, B.H. Wu, (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: a case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China, Tourism Manag. 63 223–233, https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.003.
- Kitsiou D, Coccossis H, Karydis M. (2002). Multi-dimensional evaluation and ranking of coastal areas using GIS and multiple criteria choice methods. Sci Total Environ; 284: 1-17.
- L. Su, S. Huang, J. Huang, Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life, J. Hospit. Tourism Res. 42 (2018) 1039–1057, https://doi.org/10.1177/1096348016671395.
- Lane B.( 1994) What is rural tourism? J Sustainable Tourism;2:7-21.
- Liu, J.; Chen, J.M.; Nijkamp, P.; Petrick, J.F. (2023). Threshold effect of tourism density on urban livability: A modeling study on Chinese cities. Ann. Reg. Sci., 70, 315–331.
- M. Nooripoor, M. Khosrowjerdi, H. Rastegari, Z. Sharifi, M. Bijani, (2021) The role of tourism in rural development: evidence from Iran, Geojournal 86 1705–1719, https://doi.org/10.1007/s10708-020-10153-z.
- Marzo-Navarro, M. (2017). Desarrollo del turismo rural integrado desdela perspectiva de los residentes: modelo propuesto. PASOS 15, 841–859.

- Polo, A. I. (2010). La orientación al mercado en el sector del turismo rural: efectosen los resultados de la actividad empresarial y el valor percibido por el mercado. Ph. D. Thesis, Universidad de Granada, Granada, Spain.
- R. Ciolac, I. Csosz, N. Bogdan, (2012). Brief description of the agrotourist potential of Western Mountains area and identification of the main traditional products possible sold through agrotourism, Agrobuletin 12 .148–154.
- Sharpley, R. (2003). Rural Tourism and Sustainability—A Critique. In New Directions in Rural Tourism; Ashgate Publishing Limited: Farnham, UK; pp. 38–53.
- Su, M.M.; Wall, G.; Wang, Y.; Jin, M. (2019) Livelihood sustainability in a rural tourism destination—Hetu Town, Anhui Province, China. Tour. Manag., 71, 272–281.
- Su, Z.;Wen, R.; Zeng, Y.; Ye, K.;( 2022), Khotphat, T. The Influence of Seasonality on the Sustainability of Livelihoods of Households in Rural Tourism Destinations. Sustainability, 14, 10572. https://doi.org/ 10.3390/su141710572
- T. R´atz, L. Puczk´o, (1998). Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary, Rural Tourism Management: Sustainable Options, International Conference.
- Tan, J., Wang, K., Gan, C., & Ma, X. (2023). The Impacts of Tourism Development on Urban–Rural Integration: An Empirical Study Undertaken in the Yangtze River Delta Region. Land, 12(7), 1365.
- WTO. Tourism Report Year 2000 and beyond Qualitative Aspects; WTO: Geneva, Switzerland, 1993.
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact 2022, 2022. Available from: https://wttc.org/research/economic-impact/country-analysis/country-reports.
- Y.Z. Wu, X.F. Sun, L.S. Sun, C.L. (2020). Choguill, Optimizing the governance model of urban villages based on integration of inclusiveness and urban service boundary (USB): a Chinese case study, Cities 96 , https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.102427.
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. Heliyon, 10(4).

# تحلیل اثرات گردشگری خانه دوم بر توسعه پایدار روستاهای هدف گردشگری شهرستان چادگان: یک مطالعه بر اساس روش مطالعاتی SWOT

**سینا اله یاری**، دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، گروه گردشگری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

**فاطمه پناه پوری**، دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، گروه گردشگری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده:

در دنیای معاصر، صنعتی‌شدن شهرها و تحولات زندگی شهری، همراه با گسترش کلان‌شهرها، منجر به افزایش آلودگی‌های محیطی و چالش‌های جدید در شهرهای بزرگ شده است. این تغییرات، همراه با نیاز روزافزون به گذران اوقات فراغت، شهرنشینان را به مهاجرت معکوس و بازگشت به نواحی سوق داده است. یکی از نتایج این روند، افزایش قابل‌توجه تمایل به گردشگری روستایی و مالکیت خانه‌های دوم است که ضمن ایجاد فرصتی برای استراحت و تجدید قوا، پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، محیط‌زیستی و سیاسی نیز به همراه داشته است. در سال‌های اخیر شهرستان چادگان به دلیل طبیعت زیبا، میراث‌فرهنگی و موقعیت جغرافیایی ویژه، به مقصدی پرطرف‌دار برای گردشگری و سرمایه‌گذاری در خانه‌های دوم تبدیل شده است. این پژوهش با روش تحلیل SWOT و گردآوری داده‌ها از طریق پرسش‌نامه، به بررسی پیامدهای توسعه خانه‌های دوم در روستاهای چادگان پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگران، اهالی و مسئولان مرتبط با گردشگری بوده و داده‌ها با استفاده از ترکیب مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه پایدار گردشگری در روستاهای شهرستان چادگان مستلزم برنامه‌ریزی دقیق، مشارکت جامعه محلی و مدیریت متوازن بین رشد اقتصادی و حفاظت فرهنگی است. با استفاده از مدل SWOT در این مطالعه، راهبردهایی برای تقویت نقاط قوت و فرصت‌ها و کاهش نقاط ضعف و تهدیدها شناسایی و بیان شده است. در نهایت این مقاله به توجه بیشتر به اهمیت محیط‌زیست تأکید می‌کند و با ارائه راهکارهای کاربردی و تأکید بر اهمیت مدیریت مناسب، پیشنهاد به بررسی آمایش فضایی و تعیین کاربری اراضی در این نواحی در مطالعات آتی دارد.

**واژگان کلیدی:** شهرستان چادگان، گردشگری خانه دوم، توسعه پایدار، SWOT

## ۱.مقدمه:

پدیده گردشگری ریشه در حرکت و جابه‌جایی دارد و تحرک‌بخش لاینفک زندگی انسان‌هاست. ازاین‌رو می‌توان گفت که تاریخ صنعت گردشگری شاید به قدمت فعالیت‌های نوع بشر است و فقط اشکال و اهداف آن متفاوت بوده است. (سعیدی‌کیا، ۱۳۹۷:۳۴) گردشگری امروزه، عصر گردشگری انبوه را پشت سرنهاده و وارد عرصه جدیدی شده است که گردشگری جایگزین نامیده می‌شود. گردشگری جایگزین یکی از مناسب‌ترین گزینه‌های توسعه پایدار گردشگری است. جوامع مختلف نیز برای توسعه گردشگری خود، به مسئله پایداری توجه زیادی نشان می‌دهند؛ زیرا اصول پایداری و رعایت آن‌ها در توسعه سبب منفعت بلندمدت برای گردشگران و جامعه محلی خواهد شد. (کارمزدی، ۳۵۳:۱۴۰۱)

امروزه گرایش ساکنان شهرها برای گردشگری در روستاها افزایش چشمگیری یافته و ساکنین شهرها برای گریز از چالش‌ها و مشکلات شهری و صرف اوقات فراغت به روستاها سفر می‌کنند. (همتی، حسینی؛ ۱۳۹۷:۲۳) زندگی شهرنشینی که همواره با فشار، استرس، انواع آلودگی‌ها و بیماری‌های روحی روانی عجین شده است، روزبه‌روز نیاز بازگشت به طبیعت، گذشته و زندگی به سبک سنتی را بیشتر کرده است. همچنین تمایل و نیاز انسان امروزی برای گریز از فشارها و پیچیدگی‌های زندگی در شهرها، سبب شده عده‌ای به‌سادگی و آرامش طبیعت پناه بیاورند. (شفیعی، ربانی؛۱۳۹۹:۲۳)

امروزه یکی از الگوهای گردشگری در نواحی روستایی گردشگری خانه‌های دوم است که به یک سبک زندگی رایج در اغلب نقاط جهان تبدیل‌شده است. (قربان‌پور و همکاران، ۷۲:۱۴۰۳) این نوع خانه‌ها اغلب در مناطق کوهستانی و خوش‌آب‌وهوا رواج دارند. خانه‌های دوم بیشتر در نواحی تماشایی مکان‌های تفریحی و حاشیه شهرهای بزرگ و متوسط واقع هستند. (نجفی کانی و عیسی نژاد، ۱۴۰۱)ساکنان شهرهای بزرگ برای گریز از آلودگی‌ها و آشفتگی‌های شهر و همچنین تأمین محلی برای استراحت و فراغت خود با تهیه خانه دوم در نواحی آرام با مناظر طبیعی پاره‌ای از وقت خود را می‌گذرانند. (گودرزی و همکاران، ۱۴۰۲) این نوع گردشگری شاید مهم‌ترین شکل توسعه گردشگری در نواحی روستایی کشور باشد که طور سریع در بسیاری از مناطق به‌ویژه در نواحی روستایی اطراف کلان‌شهرها درحال‌رشد است. در ایران روز بروز شاهد گسترش روزافزون خانه‌های دوم در نواحی روستایی خوش‌آب‌وهوا هستیم. (اکبریان رونیزی و همکاران، ۱۴۰۳) گردشگری خانه دوم در فضاهای روستایی تفاوت و تنوع در انگیزه‌ها و مدت اقامت تابعی از تباینت طبیعی فاصله مکانی خاستگاه اولیه گردشگران و ساختارهای اجتماعی، اقتصادی فرهنگی گردشگران خانه‌های دوم است. (شربتی و همکاران، ۱۴۰۰) اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب‌وهوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقه‌مند هستند. (سعیدی‌کیا، ۱۳۹۷:۵۸) بافت هر روستا از لحاظ معماری، مصالح تشکیل‌دهنده مساکن، الگوهای سکونت و...، با روستاهای دیگر متفاوت است. باتوجه‌به موارد مذکور، معیشت روستاییان، فرهنگ و سنت و آداب‌ورسوم و... شرایط متفاوتی را به وجود می‌آورد؛ همه این عوامل دست‌به‌دست هم می‌دهند تا محیط روستاها، برای گردشگری جذاب باشد آنها فارغ از مسائل شهری، از موهبت‌ها و ویژگی‌های روستا بهره‌مند شوند و اوقات فراغت خود را سپری کنند. (نجفی پور و همکاران؛ ۱۳۹۸:۴۵) گونه‌شناسی گردشگری خانه‌های دوم مستلزم شناخت انگیزه‌ها و عوامل مختلفی است که صاحبان آنها در مکان‌یابی روستاها مدنظر دارند. ازآنجایی‌که این‌گونه گردشگری حاصل پیوندهای فضایی مکانی کانون‌های شهری و روستایی است و اینکه چنین پیوندی از نگاه سیستمی ابعاد مختلف دارد، اما به دلیل هدف‌گذاری در این تحقیق بر ابعاد محیطی - اکولوژیک و کالبدی - فضایی تأکید می‌شود. (شربتی و همکاران، ۱۴۰۰)

توسعه گردشگری خانه‌های دوم در نواحی روستایی متأثر از عوامل مختلف از جمله حمایت جامعه محلی است که به‌عنوان پیش‌شرط پایداری این فعالیت شناخته شده است. پذیرش گردشگران در هر مقصدی به‌نوعی بیانگر نحوه واکنش جامعه محلی می‌باشد؛ لذا حمایت آنها برای توسعه پایدار گردشگری و الگوهای آن ضروری می‌باشد. (اکبریان رونیزی و همکاران، ۱۴۰۳) گردشگری روستایی علاوه بر مزیت‌های نسبی گردشگری، می‌تواند آثار اقتصادی مهمی مانند جلوگیری از جریان مهاجرت روستایی، ایجاد اشتغال برای نیروی مازاد کار، تنوع اقتصاد روستایی در کنار دیگر بخش‌های اقتصادی، بالابرد سطوح درآمدهای خانوارهای روستایی و ایجاد تقاضا برای محصولات کشاورزی و صنایع‌دستی کمک کند. (همتی، حسینی؛ ۱۳۹۷:۲۴) گردشگری

و توسعه روزافزون آن و همچنین ایجاد خانه‌های دوم متأثر از حضور گردشگر در مناطق گردشگری باتوجه‌به اثراتی که از خود در جامعه میزبان به‌جای می‌گذارد موضوعی حائز اهمیت است. خانه‌های دوم و گسترش آن‌ها بی شک مزایا و معایبی زیست‌محیطی را با خود به همراه دارد. (مهدی‌پور و همکاران، ۴۷۲:۱۴۰۱)

گردشگری در عصر حاضر، به‌عنوان صنعت بدون دود، توانمندی‌ها و طرف‌داران بسیاری دارد. توسعه گردشگری، به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. (سعیدی‌کیا، ۱۳۹۷:۵۷) در این راستا گردشگری روستایی نیز جزئی از صنعت گردشگری به‌حساب می‌آید که می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی نقش مؤثری در توسعه این مناطق و در نتیجه توسعه ملی و تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی برعهده داشته باشد. (نجفی پور و همکاران؛ ۱۳۹۸:۴۳) گردشگری روستایی، یکی از اجزای مهم صنعت گردشگری و نیروی اصلی در زمینه بهبود و رشد اقتصادی روستاها محسوب می‌شود. گردشگری روستایی با ایجاد فرصتی راهبردی سبب تنوع اقتصاد محلی شده و با ایجاد فرصت‌های شغلی مولد مبتنی بر قابلیت‌های موجود در روستا، موجب افزایش سطح رفاه، استانداردهای زندگی، درآمد و امنیت در روستا می‌شود. همچنین سبب ثبات و نگهداشت جمعیت در روستا، پیشگیری از مهاجرت‌های بی‌رویه، حفظ تعادل اکولوژیک و منابع طبیعی، حفظ بافت سنتی و ویژگی‌های فرهنگی روستا می‌شود. (نجفی پور و همکاران؛ ۱۳۹۸:۴۳) گردشگری به‌طورکلی به‌عنوان یک رویکرد قابل‌توجه برای ارتقای توسعه اقتصادی، به‌ویژه برای مناطق روستایی در نظر گرفته می‌شود. توسعه گردشگری روستایی نه‌تنها به منافع اقتصادی و فقرزدایی قابل‌توجهی دست میابد، بلکه بر سایر بخش‌ها مانند تحول کشاورزی و فرهنگ محلی نیز تأثیر می‌گذارد (اکبریان و همکاران ۱۴۰۳). براین مبنا می‌توان گفت که یکی از بهترین راه‌های نجات روستا از مسائل و مشکلات اجتماعی، اقتصادی زیست‌محیطی و رسیدن به عدالت اجتماعی و جغرافیایی، توسعه و گسترش گردشگری روستایی است. (نجفی پور و همکاران؛ ۱۳۹۸:۴۴) باتوجه‌به ماهیت پدیده گردشگری خانه‌های دوم بروز تغییرات اقتصادی ناشی از گسترش آن در نواحی روستایی اجتناب‌ناپذیر است. گسترش این پدیده تأثیرات مطلوب و نامطلوبی بر جای خواهد گذاشت. ازاین‌رو ضروری است آثار و پیامدهایی که در روستاها بر جای می‌گذارد بررسی شود تا زمینه سامان‌دهی آن فراهم آید. (اسمعیلی و همکاران، ۱۴۰۰) خانه‌های دوم می‌توانند با خلق فرصت‌های جدید، ایجاد اشتغال و درآمد نقش بسزایی در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها به همراه داشته باشند (عزیزپور و رضایی ۱۴۰۱) گسترش خانه‌های دوم عده‌ای از روستاییان را از مشاغل کشاورزی به سمت خدمات کشانده است و موجب به‌وجودآمدن مشاغل مربوط به خریدوفروش و بورس‌بازی زمین و مسکن شده که فعالیت مشاور املاک در روستا موید آن است. (اسمعیلی و همکاران، ۱۴۰۰) یکی از مهم‌ترین مزایای گردشگری خانه دوم، پتانسیل آن برای تحریک اقتصاد محلی است. تحقیقات نشان می‌دهد که درحالی‌که صاحبان خانه دوم خارجی ممکن است در افزایش هزینه‌های اقتصادی نقش داشته باشند، آنها همچنین منافع اقتصادی قابل‌توجهی را برای ساکنان محلی ایجاد می‌کند (Baltaci and Cevirgen2020).

چالش مهم دیگر در نبود سیاست‌های جامع و هماهنگ برای رفع نیازهای منحصربه‌فرد گردشگری خانه دوم است. مقررات تکه‌تکه در بخش‌های مختلف دولتی می‌تواند منجر به تناقضات و سردرگمی شود که ممکن است مانع مدیریت مؤثر توسعه گردشگری شود. برای پرداختن به این مسائل، برای دولت‌ها ضروری است که دستورالعمل‌ها و استانداردهای روشنی بر اساس اصول پایداری، حفاظت از محیط‌زیست و مشارکت جامعه ایجاد کنند (بیرانوند و تقوی، ۱۴۰۲)

## پیشینه تحقیق:

جعفری و همکاران (۱۴۰۳)، در مقاله «تحلیل اثرات خانه‌های دوم بر توسعه پایدار نواحی روستایی با رویکرد آینده‌پژوهی (شهرستان کلاردشت)» نتیجه‌گیری کردند: توسعه پایدار در نواحی روستایی شهرستان مورد مطالعه بر اساس شکل‌گیری و

گسترش خانه‌های دوم و توجه به مسائل موجود و چالش‌های پیشرو، تابع رشد سرمایه‌گذاری، کاهش مهاجرت، حکمروایی خوب و برنامه‌ریزی هدفمند کاربری زمین است که بر اساس مطالعات این پژوهش با هم روابط متقابل دارند.

مهدی‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان «آسیب‌شناسی خانه‌های دوم در نواحی روستایی شهرستان لاهیجان در دو دهه اخیر» بیان کردند؛که بین مؤلفه‌های زیست‌پذیری و گردشگری خانه‌های دوم رابطه معناداری وجود دارد و گسترش این نوع خانه‌ها در مناطق کوهستانی و جنگلی بیشتر از سواحل است و همچنین تأثیرات بخش کالبدی - فیزیکی از گردشگری خانه‌های دوم بیشتر از دیگر بخش‌هاست.

عزیزپور و رضایی (۱۴۰۱) در پژوهش «ارزشیابی اثرات اجتماعی و اقتصادی شکل‌گیری خانه‌های دوم در زردنجان شهرستان اصفهان» به این نتیجه رسیدند که: تداوم پدیده شکل‌گیری خانه‌های دوم موجب ایجاد پیامدهای مختلفی در روستاها شده که مهم‌ترین پیامد منفی آن، نابودی زمین‌های کشاورزی و افزایش قیمت زمین و ناپایداری اجتماعی - فرهنگی و مهم‌ترین پیامد مثبت آن افزایش تنوع فعالیت‌های اقتصادی به‌ویژه در بخش خدمات و رسیدن به یک پایداری اقتصادی می‌باشد.

شربتی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان «گونه‌شناسی، ارزیابی اثرات و پیامدهای گردشگری خانه دوم (مطالعه موردی: روستاهای استان گلستان)» به این نتایج دست یافتند که رونق گردشگری خانه دوم با تغییرات محیطی - کالبدی از دیدگاه مردم محلی و مدیران روستایی از رابطه مثبت و از منظر صاحبان خانه‌های دوم دارای رابطه بالعکس است. میزان اثرگذاری گردشگری خانه‌های دوم بر ابعاد محیطی - کالبدی روستاها در تیپ کوهستانی ییلاقی - جنگلی نسبت به روستاهای تیپ جلگه‌ای بیشتر است.

Hjalager et all(2022)، در پژوهشی تحت عنوان «متراکم شدن مناطق خانه دوم: عملکرد پایدار یا استفاده سوداگرانه از زمین؟» بیان کردند: کاربری‌های مورد استناد برای گسترش خانه‌های دوم و تراکم‌های ساختمانی بالاتر باتوجه‌به شیوه تملک زمین در دانمارک، مورد توجه این مطالعه است.

Oian et all(2021)، در مقاله ای تحت عنوان«برنامه‌ریزی گردشگری خانه دوم و پایداری در مکان‌های مختلف: یکسان اما متفاوت» به این نتیجه دست یافتند که این مسئله که توسعه خانه‌های دوم در کجا برنامه‌ریزی‌شده و چه اقدامات پایداری قابل اجراست، از اهمیت بالایی برخوردار است. پس لازم است که موقعیت جغرافیایی و سطح اختیارات مسئولین محل ساخت مورد بررسی قرار گرفته و تقویت شوند.

Vagna(2021)، در پژوهش «گردشگری خانه دوم در زمان کنونی و آینده (مورد مطالعه: یونان)» به بررسی اثرات گردشگری خانه دوم در یونان، یک مقصد بسیار محبوب برای گردشگران بین‌المللی و داخلی می‌پردازد. این کشور در چند سال اخیر رشد بالایی از گردشگری خانه دوم را تجربه کرده است.

**گردشگری خانه دوم در شهرستان چادگان:**

در دنیای امروز، مشکلاتی همچون آلودگی شدید، ترافیک سنگین، و شلوغی کلان‌شهرهایی مانند اصفهان و دیگر شهرهای بزرگ، فشارهای روانی قابل‌توجهی را بر شهروندان وارد می‌کند. این مسائل باعث شده است تا بسیاری از افراد برای فرار از این تنش‌ها و یافتن آرامش، به طبیعت روی بیاورند. شهرستان چادگان، به دلیل نزدیکی به شهرهای بزرگ مانند اصفهان و بهره‌مندی از منابع طبیعی غنی و آب‌وهوای مطلوب، به‌تدریج به مقصدی برجسته برای گردشگری روستایی و توسعه خانه‌های دوم تبدیل شده است.

چادگان یکی از شهرهای کوچک‌مقیاس واقع در غرب استان اصفهان دارای آب و هوای کوهستانی و مجاورت به دریاچه سد زاینده رود می باشد. (دیهیم و مهین، ۱۴۰۰:۷۳) جغرافیای شهرستان چادگان، با توپوگرافی متنوع و عارضه‌های طبیعی

وگوناگون، همچون نگینی در دل زاگرس می‌درخشد. این شهرستان، با کوه‌ها ، دره‌ها، دامنه‌ها و دریاچه‌ها، فضایی دل‌انگیز و چشم‌نواز را به تصویر می‌کشد(کریمی و تارمست ۱۳۹۷). از میان تمامی زیبایی‌های طبیعی، رودخانه‌های زاینده‌رود و پلاسجان به عنوان دو شاهرگ حیاتی، از این شهرستان گذر میکنند. چشم‌انداز طبیعی چادگان، با عبور این رودخانه‌ها، همچون تابلویی زنده از زیبایی‌های طبیعت، روح هر بیننده‌ای را نوازش می‌دهد(سلطانی و همکاران ۱۴۰۲). این آب‌های زلال نه‌تنها زندگی‌بخش زمین‌های اطراف هستند، بلکه بستری برای تجربه فعالیت‌های تفریحی در دل طبیعت فراهم کرده‌اند. ماهیگیری ، پیاده‌روی در مسیرهای سرسبز و تماشای مناظر بکر، فرصتی است برای آرامش و ارتباط عمیق با طبیعت.این منطقه با ترکیب هوای پاک کوهستانی و امکانات رفاهی مناسب، به مقصدی ایده‌آل برای عاشقان طبیعت و گردشگری بدل شده است. ویژگی‌های منحصر به فرد جغرافیایی چادگان، آن را به مکانی جذاب برای کسانی که در جستجوی خانه‌ای دوم و آرام به دور از شلوغی شهری هستند، تبدیل کرده است(مومنی و همکاران ۱۳۹۲)

دسترسی به شهرستان چادگان به دلیل نزدیکی به بزرگراه‌های اصلی و مسیرهای حمل‌ونقل عمومی، تسهیل شده است. این شهرستان که در فاصله‌ای حدود ۱۱۵ کیلومتری غرب اصفهان واقع شده که به‌راحتی از طریق جاده‌های اصلی به مرکز استان و سایر مناطق مجاور متصل می‌شود. این دسترسی برای ساکنان محلی، صاحبان خانه دوم و گردشگران بالقوه بسیار حیاتی است، زیرا امکان سفر و رفت‌وآمد آسان را فراهم می‌آورد. در نهایت، باتوجه‌به روند روبه‌رشد گردشگری و نیاز به مدیریت پایدار منابع طبیعی و فرهنگی، توسعه زیرساخت‌ها در چادگان می‌تواند تضمین‌کننده بهره‌مندی پایدار از دارایی‌های این شهرستان باشد. این اقدامات نه‌تنها کیفیت زندگی ساکنان را افزایش می‌دهد؛ بلکه به حفظ محیط‌زیست و فرهنگ محلی نیز کمک خواهد کرد (عباسی و یوسفی ۱۴۰۳)

گردشگری خانه دوم در چادگان، نشان‌دهنده روند روبه‌رشدی در چشم‌انداز گردشگری جهانی است که با مالکیت یا اجاره اقامتگاه‌های فرعی در مکان‌های دیدنی مشخص می‌شود. این پدیده به دلیل پتانسیل‌های اقتصادی و توانایی آن در تقویت تبادلات فرهنگی بین ساکنان و بازدیدکنندگان اهمیت قابل‌توجهی یافته است. مناظر خیره‌کننده و آب‌وهوای معتدل چادگان، افراد مرفهی را که به دنبال عقب‌نشینی از زندگی شهری هستند، به خود جذب کرده است و در نتیجه منجر به توسعه خانه‌های دوم می‌شود که اقتصاد محلی را تحریک کرده و پویایی جامعه را غنی می‌کند.(Hall and Muller, 2018)

بافت تاریخی گردشگری خانه دوم در چادگان منعکس‌کننده روندهای جهانی گسترده‌تر، از جمله افزایش درآمد قابل تصرف و تحرک در میان طبقات متوسط و بالا، به‌ویژه در پی تغییر فرهنگی به سمت اوقات فراغت و تفریح در اواخر قرن بیستم است. همه‌گیری COVID-19 این روند را بیشتر شتاب داده است، به‌طوری‌که بسیاری از افراد اکنون به دنبال محیط‌های امن و آرام برای تعطیلات و کار از راه دور هستند. این تغییر در ترجیحات خریداران منجر به افزایش تقاضا برای خانه‌های دوم در چادگان شده است و جذابیت این منطقه را به‌عنوان یک پناهگاه روستایی در میان دنیای شهری روبه‌رشد برجسته می‌کند (Zogal et al, 2022).

گردشگری خانه دوم فرصتی بی‌نظیر برای توسعه اقتصادی و تبادل فرهنگی در جوامع محلی به ویژه در مناطقی مانند چادگان است. این شکل از گردشگری اغلب شامل مالکیت یا اجاره اقامتگاه‌های ثانویه در مکان‌های زیبا است که منجر به تأثیرات مثبت مختلف بر اقتصاد محلی و بافت اجتماعی می‌شود(Hall2014) گردشگری خانه دوم به جنبه‌ای فزاینده مهم از چشم‌انداز گردشگری جهانی تبدیل شده است و بر اقتصاد و جوامع محلی تأثیر می‌گذارد. در مورد چادگان اصفهان، این پدیده را می‌توان در تحولات مختلف تاریخی، اجتماعی و اقتصادی جستجو کرد .(Hall, 2014) در حالی که مزایای اقتصادی گردشگری خانه دوم، از جمله ایجاد شغل و افزایش هزینه‌های محلی، قابل‌توجه است، این پدیده همچنین چالش‌های قابل‌توجهی را ارائه می‌دهد. مسائلی مانند اصیل‌سازی، افزایش قیمت املاک و مستغلات، و جابجایی بالقوه ساکنان طولانی‌مدت سؤالات مهمی در مورد پایداری این مدل گردشگری ایجاد می‌کند. علاوه بر این، نگرانی‌های زیست‌محیطی مرتبط با توسعه زیرساخت‌ها و فعالیت‌های گردشگری بی‌رویه، مدیریت دقیقی را برای تضمین زیبایی طبیعی و یکپارچگی فرهنگی چادگان ضروری می‌سازد (راست‌قلم و خاتون‌آبادی، ۱۳۸۲).

چادگان با تاریخ غنی و میراث‌فرهنگی خود، با شروع رونق گردشگری خانه دوم، شاهد دگرگونی تدریجی بوده است. سنت‌ها و آداب‌ورسوم محلی حفظ شده‌اند، حتی باوجود هجوم گردشگران و صاحبان خانه‌های دوم، پویایی‌های جدیدی را به جامعه وارد کرده است. تعامل بین گردشگری و فرهنگ محلی اغلب به فرصت‌ها و چالش‌هایی منجر شده است، زیرا ساکنان از مزایای رشد اقتصادی در برابر اختلالات احتمالی در شیوه زندگی خود استفاده می‌کنند (راست‌قلم و خاتون‌آبادی، ۱۳۸۲).

بازار گردشگری خانه دوم تحت‌تأثیر عوامل مختلف اجتماعی - اقتصادی و رویدادهای جهانی شاهد تحولات چشمگیری است. افزایش این بازار با تغییر ترجیحات خریداران، به‌ویژه در پی همه‌گیریCOVID-19 که رفتارهای سفر و الگوهای مسکونی را تغییر داده است، برجسته شده است. بسیاری از افراد به طور فزاینده‌ای به دنبال خانه‌های دوم به‌عنوان پناهگاه‌های امن دور از مراکز شهری هستند که منجر به افزایش تقاضا برای املاک تعطیلات در مکان‌های مطلوب از جمله چادگان می‌شود (Zogal et al, 2022و Hall and Muller, 2018)

این مقاله باهدف بررسی کلی پیامدهای تأثیرگذار بر گردشگری خانه دوم تهیه شده است. همچنین، باتوجه‌به اینکه چادگان در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از مقاصد محبوب برای احداث خانه‌های دوم مطرح شده است، به تحلیل ظرفیت‌ها و قابلیت‌های این شهرستان در این حوزه و پیامدهای مثبت و منفی ناشی از این پدیده خواهیم پرداخت.

## ۲.روش شناسی تحقیق:

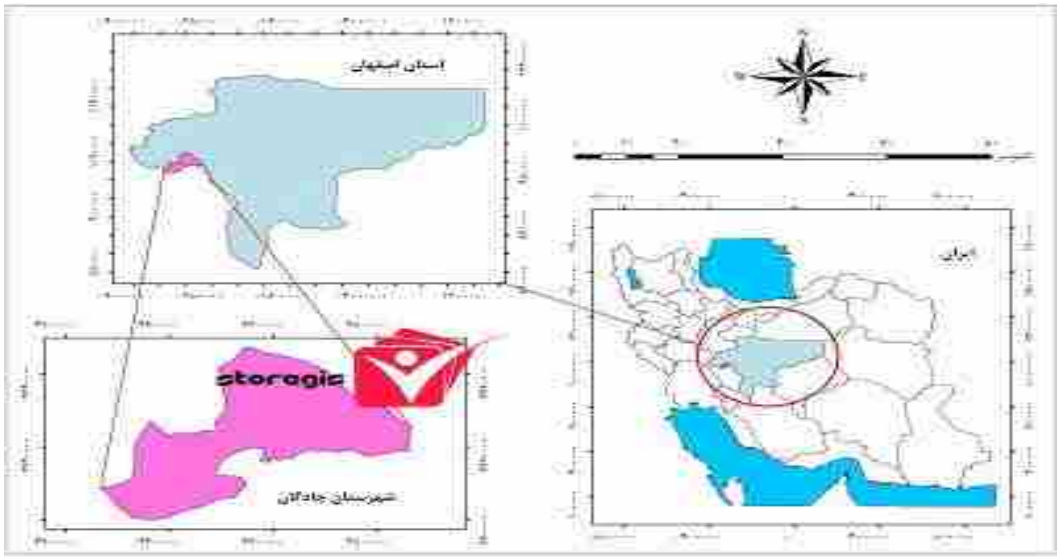
پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی تحلیلی است. برای این منظور داده‌های لازم به روش میدانی و کتابخانه‌ای جمع آوری شده است. در این پژوهش ابتدا مجموعه مناسبی ازمعیارها و ملاک‌ها و شاخص‌های مناسب در حیطه گردشگری خانه‌های دوم و تأثیرات ان بر جامعه در زمینه های مختلف، از طریق بررسی های متعدد و در قالب پرسشنامه سوات شناسایی گردیده و به منظور امتیازدهی معیارها و شاخص های طراحی شده، پرسش‌نامه مربوطه بین گروهی متشکل از متخصصین و کارشناسان مرتبط با حوزه گردشگری و جامعه محلی روستایی(۵۰نفر) و همچنین مسئولین روستایی و شهرستان (۸نفر) شامل دهیاران، شوراها، صاحبان مشاغل روستایی و افراد مجرب و فعال توزیع گردید و از ان ها خواسته شد تا باتوجه‌به دیدگاه، تخصص، تجارب و دانششان به هر کدام از سوالات مطرح شده، طبق طیف لیکرد با مشخص کردن یکی از پنج درجه اهمیت که شامل خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد است، امتیاز و پاسخ دهند و در صورت نیاز دیگر معیارها و ملاکهای فراموش شده را به پرسش‌نامه اضافه نمایند. درپایان، شاخص های مورد تحقیق برمبنای اعلام نظرات و نتیجه بدست امده از این نظرات، لیست گردیده و تحلیل و تشریح گردیدند.

**محدوده مورد مطالعه:**

شهرستان چادگان، که امروز به عنوان یکی از شهرستان های استان اصفهان شناخته میشود ، با تاریخچه‌ای کهن و موقعیتی جغرافیایی منحصربه‌فرد، همچون نگینی در دل زاگرس می‌درخشد. این شهرستان تا سال ۱۳۸۱ بخشی از فریدن بزرگ بود، اما پس از آن با مصوبه هیئت دولت به استقلال رسید و به عنوان یکی از شهرستان‌های مستقل استان اصفهان شناخته شد. چادگان در محدوده‌ای به مختصات ۵۰ درجه و ۱۳ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۵۱ دقیقه طول شرقی و ۳۲ درجه و ۳۲ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۵۸ دقیقه عرض شمالی جای گرفته است. این شهرستان در فاصله‌ای حدود ۱۱۵ کیلومتری غرب شهر اصفهان، مرکز استان، قرار دارد و از شمال با شهرستان تیران و کرون، از شمال غرب با فریدن، از غرب با فریدون‌شهر و از جنوب با استان چهارمحال و بختیاری هم‌مرز است. چادگان، با مساحتی بالغ بر ۱۲۰۰ کیلومتر مربع، متشکل از دو بخش و چهار دهستان میباشد: بخش چنارود که دهستان های چنارود شمالی با ۳۴ روستا به مرکزیت روستای فراموشجان و دهستان چنارود جنوبی با ۲۴ روستا به مرکزیت روستای اورگان را در برمیگیرد و بخش مرکزی که از دهستان کبوترسرخ با ۱۳ روستا به مرکزیت رزوه و کاوه اهنگر با ۳ روستا به مرکزیت مشهد کاوه میباشد . در مجموع، این شهرستان میزبان ۷۴ روستای پراکنده در دامان طبیعت است که هر یک داستانی از زندگی و فرهنگ اصیل ایرانی را روایت می‌کنند.چادگان نه‌تنها به دلیل موقعیت جغرافیایی خود بلکه به سبب

همجواری با رودخانه زاینده‌رود و طبیعت بکرش، مقصدی برای آرامش و تجربه زندگی در دل طبیعت به شمار می‌رود (عبدالهی ۱۳۹۰).

| بخش | مرکز بخش | جمعیت | نام دهستان | مرکز دهستان | جمعیت دهستان | شهر | جمعیت شهر |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مرکزی | چادگان | ۲۷,۴۲۴نفر | کبوتر سرخ | رزوه | ۸,۹۲۲نفر | چادگان | ۹,۹۲۴نفر |
| | | | کاوه آهنگر | مشهد کاوه | ۵,۸۸۴نفر | رزوه | ۴,۳۳۲نفر |
| چنارود | | | چنارود شمالی | فراموشجان | ۴,۲۷۴نفر | | |
| | اورگان | ۵,۴۷۹نفر | چنارود جنوبی | اورگان | ۲,۶۵۱نفر | ********** | |




منبع:Storegis.ir

## ۳.نتایج و تجزیه‌وتحلیل:

ساکنان شهرهای بزرگ برای گریز از آلودگی‌ها و آشفتگیهای شهر و همچنین تأمین محلی برای استراحت و فراغت خود با تهیه خانه دوم در نواحی آرام با مناظر طبیعی پاره‌ای از وقت خود را می‌گذرانند. فراهم بودن امکانات رفاهی و زیرساختی در کنار آب و هوای مطبوع و چشم اندازهای زیبای دریا در شهرهای ساحلی استان مازندران تقاضای گردشگران جهت تهیه خانه دوم را افزایش داده است. اما این پدیده از یک سو منافع متعدد و از سوی دیگر آسیبهایی را به پایداری شهرهای این استان وارد کرده است.

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی- تحلیلی با رویکرد پیمایشی بوده و جهت گردآوری اطلاعات و داده های مورد نیاز از دو شیوه اسنادی- کتابخانه ای و مطالعات میدانی بهره گرفته شده است. محدوده مورد مطالعه روستاهای هدف گردشگری شهرستان چادگان هستند که جهت بررسی های میدانی ۵۸نفر از جامعه محلی و کارشناسان به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت بررسی قابلیت های این روستاها برای رونق گردشگری خانه دوم از مدل تحلیلی swotاستفاده شده است. برمبنای مدل swotو باتوجه‌به نظر مردم و مسئولین به هرکدام از عوامل درونی و بیرونی وزن داده شده و نتیجه از این قرار است:

**عوامل درونی:**

| S | قوت | وزن | رتبه | امتیاز |
|---|---|---|---|---|
| اقتصادی | ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع | ۰,۰۵۸ | ۱ | ۰,۰۵۸ |
| | رونق نسبی کشاورزی | ۰,۰۴۳ | ۱ | ۰,۰۴۳ |
| | افزایش درآمد جامعه محلی | ۰,۰۷۸ | ۳ | ۰,۲۳۴ |
| | رونق فروش صنایع دستی | ۰,۰۸۲ | ۳ | ۰,۲۴۶ |
| اجتماعی | ارتقا فرهنگ محلی و احیا سنن فراموش شده | ۰,۰۶۸ | ۲ | ۰,۱۳۶ |
| | توسعه مهارت‌های بومی در حوزه گردشگری | ۰,۰۵۳ | ۱ | ۰,۰۵۳ |
| | تقویت روابط بین شهر و روستا | ۰,۰۶۳ | ۲ | ۰,۱۲۶ |
| | افزایش رفاه جامعه محلی | ۰,۰۴۳ | ۱ | ۰,۰۴۳ |
| محیطی | ایجاد فضای سبز و حفاظت از منابع طبیعی در اطراف مکان‌های گردشگری | ۰,۰۶۳ | ۲ | ۰,۱۲۶ |
| | توجه به حفظ محیط‌زیست و اکوسیستم منطقه | ۰,۰۶۸ | ۲ | ۰,۱۳۶ |
| | امکان استفاده از انرژی‌های تجدید پذیر | ۰,۰۳۴ | ۱ | ۰,۰۳۴ |
| | ترویج گردشگری ماچراچویی و طبیعت گردی | ۰,۱۰۷ | ۴ | ۰,۴۲۸ |
| سیاسی | حمایت مسئولین محلی از جمله دهیاران از گردشگری | ۰,۰۴۸ | ۱ | ۰,۰۴۸ |
| | برنامه‌های ملی توسعه گردشگری | ۰,۰۴۳ | ۱ | ۰,۰۴۳ |
| | ایجاد زیرساخت | ۰,۰۷۸ | ۳ | ۰,۲۳۴ |
| | توسعه برنامه ریزی‌های محلی | ۰,۰۶۳ | ۲ | ۰,۱۲۶ |
| W | ضعف | وزن | رتبه | امتیاز |
| اقتصادی | افزایش تورم کالاها و محصولات و هزینه‌های بالای زندگی برای مردم محلی | ۰,۰۷۶ | ۴ | ۰,۳۰۴ |
| | افزایش قیمت زمین و ملک | ۰,۰۷۰ | ۴ | ۰,۲۸۰ |
| | وابستگی به فصل‌های خاص | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۱۹۸ |
| | عدم تعادل در توسعه مناطق گردشگری | ۰,۰۵۳ | ۲ | ۰,۱۰۶ |
| اجتماعی | کمبود آموزش کافی برای ارائه خدمات به گردشگران | ۰,۰۷۰ | ۴ | ۰,۲۸۰ |
| | تهاجم فرهنگی | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۱۹۸ |
| | الگوهای مصرف ناپداری | ۰,۰۶۰ | ۳ | ۰,۱۸۰ |
| | فروش مساکن به گردشگران و مهاجرت روستائیان به شهر | ۰,۰۷۶ | ۴ | ۰,۳۰۴ |
| محیطی | آلودگی ناشی از حضور گردشگران | ۰,۰۴۰ | ۱ | ۰,۰۴۰ |
| | تخریب باغات و درختان برای ساخت ویلا فشار بر زیرساخت‌های محلی | ۰,۰۷۳ | ۴ | ۰,۲۹۲ |
| | عدم مدیریت پسماندهای گردشگری | ۰,۰۷۰ | ۴ | ۰,۲۸۰ |
| | مصرف بیش از حد و بدون برنامه منابع | ۰,۰۷۶ | ۴ | ۰,۳۰۴ |
| سیاسی | قوانین سخت گیرانه در زمینه ساخت و ساز | ۰,۰۵۰ | ۳ | ۰,۱۰۰ |
| | حمایت مسئولین از رونق انواع گردشگری | ۰,۰۵۳ | ۲ | ۰,۱۰۶ |
| | محدودیت‌های اخذ محوز | ۰,۰۵۳ | ۲ | ۰,۱۰۶ |
| | تغییرات ناگهانی در مدیریت روستایی | ۰,۰۴۰ | ۱ | ۰,۰۴۰ |
| SW | امتیاز عوامل درونی | ۱ | - | ۵,۲۰۲ |

**ماخذ: یافته‌های پژوهش**

**عوامل بیرونی:**

| O | فرصت | وزن | امتیاز | رتبه |
|---|---|---|---|---|
| اقتصادی | جذب سرمایه گذار خارجی افزایش جذب منابع مالی و بودجه‌های دولتی | ۰,۰۷۰ | ۳ | ۰,۲۱۰ |
| | رشد بازار مسکن دوم و اجاره کوتاه مدت | ۰,۰۸۶ | ۴ | ۰,۳۴۴ |
| | افزایش همکاری با بخش خصوصی | ۰,۰۸۲ | ۴ | ۰,۳۲۸ |
| | افزایش توجه به گردشگری پایدار | ۰,۰۵۷ | ۳ | ۰,۱۷۱ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| اجتماعی | ایجاد انجمن‌های محلی برای حمایت از گردشگری | ۰,۰۳۳ | ۱ | ۰,۰۳۳ |
| | افزایش آگاهی مردم از فواید گردشگری | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۱۹۸ |
| | برگزاری رویدادهای فرهنگی برای جذب گردشگران | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۰۱۹۸ |
| | تبلیغات فرهنگی وهنری برای جذب گردشگران بازافرینی فرهنگ‌های فراموش شده | ۰,۰۵۷ | ۳ | ۰,۱۷۱ |
| محیطی | توسعه پایداری محیطی | ۰,۰۵۷ | ۳ | ۰,۱۷۱ |
| | توجه به حفظ تنوع زیستی | ۰,۰۷۴ | ۴ | ۰,۲۹۶ |
| | استفاده از تکنولوژی‌های سبز در توسعه گردشگری | ۰,۰۲۸ | ۱ | ۰,۰۲۸ |
| | همکاری با سازمان‌های محیط زیستی برای پروژه‌های مشترک | ۰,۰۴۹ | ۲ | ۰,۰۹۸ |
| سیاسی | امکان دریافت تسهیلات و حمایت دولت | ۰,۰۵۳ | ۲ | ۰,۱۰۶ |
| | بهبود وضعیت بهداشت عمومی در روستا | ۰,۰۸۶ | ۴ | ۰,۳۴۴ |
| | افزایش میزان امنیت و حساسیت بیشتر مسئولین نظامی نسبت به امنیت منطقه | ۰,۰۴۹ | ۲ | ۰,۰۹۸ |
| | توجه به فضای روستا و مبلمان شهری | ۰,۰۷۸ | ۴ | ۰,۳۱۲ |
| T | تهدید | وزن | امتیاز | رتبه |
| اقتصادی | افزایش هزینه‌های ساخت خانه | ۰,۰۷۹ | ۴ | ۰,۳۱۶ |
| | کاهش مشاغل کشاورزی در اثر تخریب باغات | ۰,۰۷۲ | ۴ | ۰,۲۸۸ |
| | رکود اقتصادی | ۰,۰۵۲ | ۲ | ۰,۱۰۴ |
| | تغییر الگوی کشت روستا | ۰,۰۴۳ | ۱ | ۰,۰۴۳ |
| اجتماعی | نارضایتی جامعه محلی از حضور گردشگران | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۱۹۸ |
| | چالش‌های فرهنگی بین فرهنگ جامعه میزبان و مهمان | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۱۹۸ |
| | فساد و فحشای گردشگران | ۰,۰۶۹ | ۴ | ۰,۲۷۶ |
| | گسترش فرهنگ شهری و فاصله گرفتن از فرهنگ روستایی | ۰,۰۶۹ | ۴ | ۰,۲۷۶ |
| محیطی | تاثیر تغییرات اقلیمی بر صنعت گردشگری | ۰,۰۴۹ | ۲ | ۰,۰۹۸ |
| | تخریب منابع طبیعی به دلیل ساخت وساز | ۰,۰۶۲ | ۳ | ۰,۱۸۶ |
| | افزایش مصرف منابع | ۰,۰۷۹ | ۴ | ۰,۳۱۶ |
| | افزایش تولید پسماندهای گردشگران | ۰,۰۷۲ | ۴ | ۰,۲۸۸ |
| سیاسی | رقابت با سایر نواحی مجاور برای جذب گردشگر بیشتر | ۰,۰۵۲ | ۲ | ۰,۱۰۴ |
| | ناپایداری سیاسی و عدم اطمینان از شرایط و انسجام جمعیت روستایی | ۰,۰۳۳ | ۱ | ۰,۰۳۳ |
| | نیاز به افزایش امنیت در اثر افزایش جرم و جنایت | ۰,۰۶۶ | ۳ | ۰,۱۹۸ |
| | هزینه‌های بالای تامین زیرساخت یا عوامل مربوطه | ۰,۰۷۲ | ۴ | ۰,۲۸۸ |
| OT | امتیاز عوامل بیرونی | ۱ | - | ۶,۳۱۴ |

**جدول نتیجه نهایی SWOT:**

| عوامل | میزان تاثیر گذاری | رتبه |
|---|---|---|
| قوت | ۲,۱۱۴ | ۴ |
| ضعف | ۳,۰۸۸ | ۳ |
| فرصت | ۳,۱۰۶ | ۲ |
| تهدید | ۳,۲۰۸ | ۱ |

**راهبرد رقابتی (WO):**

- تقویت زیرساخت‌های محیطی و روساخت‌های لازم و فراهم سازی امکانات تفریحی، باتوجه‌به معیارهای توسعه پایدار

**راهبرد محافظه‌کارانه (ST):**

- برگزاری آموزش و نشست‌های آموزشی جهت افزایش آگاهی مردم محلی از اهمیت حفظ محیط و گردشگری در راستای احیا فرهنگ‌های فراموش شده و توسعه پایدار روستایی

- آموزش جوانان باسواد و با استعداد روستایی جهت مشارکت روستائیان و ذینفع شدن آنها در مسیر توسعه گردشگری روستایی

- رونق دیگر انواع گردشگری روستایی از جمله گردشگری طبیعت‌گردی و کشاورزی برای جلوگیری از مهاجرت جوانان روستائی

**راهبرد تدافعی(WT) :**

- انجام مطالعات بازاریابی و بهره گیری از راهبردهای آن از جمله برنامه‌های متنوع تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی منطقه

- تنوع‌بخشی به امکانات و خدمات گردشگری به منظور جذب گردشگران متنوع و کسب سود بیشتر (نسبت به گردشگری خانه دوم)

- توسعه گردشگری کشاورزی جهت جلوگیری از تخریب باغات و همچنین جلوگیری از مهاجرت جوانان و روستائیان به شهر

- توجه به فصلی بودن گردشگری و تنظیم تقویم اقلیمی و فصلی گردشگری جهت رونق انواع مختلف گردشگری در فصول متفاوت سال (گردشگری کشاورزی، طبیعت، پیست اسکی و...)

**راهبرد تهاجمی (SO):**

- با درنظرگرفتن توجه دولت به نقش موثر گردشگری در اشتغالزایی و اشاره به آن در برنامه‌های بالادستی، سرمایه‌گذاری و یا حمایت همه جانبه دولت در زمینه رونق گردشگری روستایی می توالند منجر به ارائه تسهیلات و تشویق سرمایه گذاران خصوصی به سرمایه‌گذاری جهت رونق گردشگری گردد.

- نهادهای دولتی از جمله اداره میراث‌فرهنگی صنایع دستی و گردشگری شهرستان، دهیاری ها و ... می تواتنند با معرفی جاذبه ها و پتانسیل های روستاهای هدف گردشگری و شناسایی فرصت های مناسب جهت توسعه روستایی زمینه های لازم را فراهم آورند.

- با شناسایی توانمندی‌های بانوان روستاهای مورد مطالعه به زمینه سازی مشارکت آنها در زمینه ارائه صنایع دستی و خدمات مورد نیاز گردشگران بپردازند.

نتیجه نهایی حاکی از آن شد که احداث خانه‌های دوم در چادگان تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گسترده‌ای داشته است. اگرچه فصلی بودن گردشگری به دلیل سرمای زمستان و کمبود زیرساخت‌ها مشکلاتی چون بیکاری کارکنان را ایجاد کرده، اما این نوع گردشگری ظرفیت تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها را دارد .نبود مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب منجر به بهره‌برداری بی‌رویه از منابع و آسیب به محیط‌زیست می‌شود. آموزش و فرهنگ‌سازی، همراه با قوانین مناسب، می‌تواند از تغییرات فرهنگی و تخریب جلوگیری کند . افزایش تقاضا برای زمین کشاورزی به تغییر کاربری زمین‌ها و کاهش محصولات کشاورزی منجر شده است. همچنین، مهاجرت جوانان از روستاها به شهرها، مشکلاتی نظیر پیری جمعیت و کمبود نیروی کار را تشدید کرده است.

توسعه گردشگری کشاورزی، احداث اقامتگاه‌های مناسب، و بهره‌گیری از ظرفیت‌های محلی برای مدیریت پایدار، از جمله راهکارهای پیشنهادی هستند. مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های دولتی نقشی کلیدی در توسعه پایدار این مناطق دارد.

## ۴. نتیجه گیری و پیشنهادها:

در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از داده های جمع آوری شده از طریق پرسش‌نامه در روستاهای هدف گردشگری شهرستان چادگان، مصاحبه با کارشناسان گردشگری و همچنین تحلیل یافته ها مبتنی بر مدل SWOT به بررسی اثرات گردشگری خانه دوم در مناطق مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان می دهد؛ وجود جاذبه های طبیعی و تاریخی و به‌ویژه محیط دور از آلودگی و سرشار از آرامش و همچنین نزدیکی به کلان شهر اصفهان و دیگر شهرهای آلوده اطراف آن نقش مهمی در توسعه گردشگری خانه دوم دارند به طوریکه با تکیه بر مدیریت مناسب و صحیح و همچنین فراهم سازی زمینه مشارکت جامعه محلی به‌ویژه زنان روستایی و فراهم سازی زیرساخت و روساخت های لازم، می توان زمینه جذب گردشگر و رونق گردشگری را در این روستاها فراهم کرد. این نوع گرئدشگری برخلاف سایر صنایع وابسته به سرمایه بالا و ماشین آلات صنعتی، با منابع موجود و سرمایه انسانی روستایی، قابلیت اشتغالزایی و رونق و رشد توسعه پایدار را داراست و می تواند در کنار اقتصاد روستایی که اغلب شامل کشاورزی و دامداری است و همچنین تولید صنایع دستی بانوان روستایی و ارائه خدمات مورد نیاز آنها باعث ایجاد مشاغل جدید و متنوع و همچنین زمینه کسب درآمد ثانویه برای خانوار روستایی شده و از مهاجرت جوانان و خالی شدن روستاها از سکنه و تخریب آنها جلوگیری کند. بنابراین با مدیریت صحیح و آمایش مناطق و شناسایی توانایی آنها و همچنین شناخت و بررسی نقاط قوت و ضعف و فرصت و تهدید می توان گام صحیحی در راستای رونق گردشگری آنها برداشت.

با بررسی‌های صورت گرفته، نتیجه حاکی از این شد که احداث بوم گردی در نواحی روستایی شهرستان سمیرم، اثراتی بر جوامع محلی و محیط داشته است که این تأثیرات در متن حاضر بیان شد. مهم ترین و مورد توجه ترین اثر تاسیس بوم گردی ها، اشتغالزایی و ایجاد درامد برای این مردمان است که با تنوع بخشی شغلی از جهتی نیز مانع مهاجرت انها و انگیزه ای برای ماندن و ساختن روستا نیز شده است. این تأثیرات باید به درستی مدیریت شوند تا به درستی روستاها در مسیر پیشرفت قدم بردارند و در نهایت به توسعه پایدار برسند. پس باتوجه‌به ابعاد گسترده این نوع اقامتگاه ها، نگاهی سیستمی به این بخش، مدیریت درست درجهت توسعه پایدار انها، شناسایی تأثیرات انها بر محیط اطراف و بومی سازی معیارها وشاخص های انها بسیار ضروری است.

در نهایت با مدیریت صحیح تمام تأثیرات، از جمله مثبت و منفی به برنامه ریزی درستی برای رشد روستا و توسعه بیشتر ان دست می یابیم. پس از شناخت این پیامد ها، کنترل صحیح انها بسیار مهم و از عوامل مهم و تاثیر گذار بر مدیریت و اداره نواحی روستایی و بخش های اطراف انهاست.

## منابع


اسدپورکردی، مریم؛ امیرنژاد، حمید؛ ناصری اوجاکی، سید هادی؛ شیرزادی لسکوکلایه، سمیه(۱۴۰۱). بررسی توسعه صنعت گردشگری ایران با تاکید بر کارایی این صنعت. فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، ۱۱(۱)، ۲۲۴_10.22034/jtd.2021.252734.2151

اسمعیلی، فضل الله؛ خداداد، مهدی؛ مرادی، اعظم ((۱۴۰۰). تأثیرات اقتصادی گردشگری خانه هایخانه‌های دوم در روستاهای هدف گردشگری (مورد مطالعه: روستای توشن گرگان). ۶(۱۱).10.22133/TLJ.2021.315833.1022

اکبریان رونیزی، سعیدرضا؛ نگهبان، سعید؛ رنجبر، علیرضا ((۱۴۰۳). بررسی و تحلیل حمایت ذینفعان محلی از توسعه گردشگری خانه هایخانه‌های دوم در نواحی روستایی (مورد مطالعه: شهرستان شیراز). جغرافیا و روابط انسانی، ۷(۲)، ۲۷۸-۲۶۸. 10.22034/gahr.2024.455543.2116

خان زاده، حامد؛ رهنود، فرج اله؛ بامداد، ناصر؛ محمودزاده، مجتبی (۱۴۰۰). رقابت پذیرسازی شهرهای گردشگری ایران. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳۸)، ۲۴۷-۲۲۵. 10.22080/jtpd.2021.20881.3486

دیهیم، بهشاد؛ نسترن، مهین (۱۴۰۰). ارزیابی کیفیت محیط شهری با متد سنجش آزردگی. فصلنامه توسعه پایدار شهری، ۲(۵)، ۸۱-۷۳. 10.22034/usd.2021.696821

رضایی حاجی آبادی، جواد؛ شفیعی، مجید محمد؛ کاظمی، علی (۱۴۰۱). تدوین الگوی خلق مشترک ارزش مقصد گردشگری با تمرکز بر نقش تعدیلگر ویژگی‌های شخصیتی گردشگر (مطالعۀ موردی: مقاصد منتخب گردشگری ایران). فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، ۳۰(۱۱)، ۱۰۵-۱۲۷. 10.22034/jtd.2021.271077.2260

سلیمانی، محمد؛ هاشم زاده خوراسگانی، غلامرضا (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه گردشگری مجازی در گردشگری ایران، ۱۱(۳۱)، ۲۹۲-۲۷۷.10.22034/JTD.2021.277979.2301

شربتی، اکبر؛ نظری، عبدالحمید؛ طالشی، مصطفی؛ موسی کاظم، سید مهدی (۱۴۰۰). گونه شناسیگونه‌شناسی ارزیابی اثرات و پیامدهای گردشگری خانه هایخانه‌های دوم (مورد مطالعه: سکونتگاههای روستایی غرب استان گلستان). ص۲۲-۱. 10.52547/gsma.2.3.۱

شفیعی، زاهد ( ۱۴۰۳).ارزیابی چند بعدی مقاصد گردشگری ایران( مورد مطالعه: شهرهای منتخب گردشگری).فصلنامه علمی پژوهشهای فضا و مکان در شهر، (۳۰)، ۱۲۲-۹۹. 10.22034/jspr.2025.2050142.1100

صمدیان، امیرحسین؛ اهدایی، سعید؛ رئیسی فر، کامیار (۱۴۰۳). طراحی مدل کسب وکار در صنعت گردشگری ایران. گردشگری و اوقات فراغت، ۹(۱۸)، ۶۶-۳۳.10.22133/tlj.2025.472710.1205

عزیزپور، فرهاد؛ رضایی، اعظم ((۱۴۰۱). ارزشیابی اثرات اجتماعی و اقتصادی شکل‌گیریشکل گیری خانه هایخانه‌های دوم در زردنجان شهرستان اصفهان. فصلنامه علوم جغرافیایی (جغرافیای کاربردی(، ۱۸)۴۰(، ۱۰۵_۹۰ ،. 1909-1227

عنابستانی، علی اکبر؛ جوانشیری، مهدی؛ کاویانی، سمیرا(۱۳۹۶). بررسی تأثیر رواج گردشگری خانه های دوم بر توسعه کالبدی سکونتگاه های روستایی (مطالعه موردی: شهرستان کلاردشت). فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، ۷(۲۶)،۱-۲۴.10.22108/sppl.2017.81534.0

عیسی نژاد، ناهید؛ نجفی کانی، علی اکبر؛ خواجه شاهکویی(۱۴۰۲). نقش گردشگری خانه های دوم در تحولات فضایی و توسعه اقتصادی روستاهای کوهستانی مطالعه موردی روستاهای بخش رودبار قصران شمیرانات. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۲(۴۳)، ۱۷۲-۱۵۱.10.22034/GAHR.2024.455543.2116

قربان‌پورقربان پور، مریم؛ خیرالدین، رضا؛ دانشپور، سید عبدالهادی (۱۴۰۳)مطالعات خانه‌های دوم در ایران: مروری نظام‌مند بر وضعیت ساختاری و محتوایی مقاله‌های علمی- پژوهشی و ارائه مسیرهای پژوهشی آتی.فصلنامه پژوهشهای آتی، ۱۵)۱(، ۹۳_۷۲.10.22059/jrur.2023.363197.1860

کارمزدی، محمدمهدی ((۱۴۰۱). .برنامه ریزی و مدیریت گردشگری میراث رهیافتی مناسب در توسعه آتی گردشگری ایران. ۴(۴)، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی. مالزی: پنانگ. ICMT04_03۱

کاظم زاده مس چی، الیاس؛ تولایی، نوین؛ گودرزی، نصرت اله(۱۴۰۲). سنجش اثرات خانه های دوم بر پایداری اجتماعی و اقتصادی شهرهای نوار ساحلی استان مازندران نور چالوس و بابلسر. نشریه علمی نامه معماری و شهرسازی، ۱۵(۳۸)، ۱۰۵-۱۲۳.10.30480/aup.2022.3814.1840

مرجوی، علیرضا؛ مشایخی، پریسا (۱۴۰۳). ارزیابی تغییرات مکانی برخی عناصر غذایی خاک با استفاده از روش های زمین آماری ۰مطالعه موردی: شهرستان چادگان، استان اصفهان). مجله تحقیقات آب و خاک ایران، ۶(۵۵)، ۱۰۱۶-۱۰۰۰. 10.22059/ijswr.2024.373779.669677

مهدی‌پورمهدی پور، منوچهر؛ آمار، تیمور؛ پوررمضان، عیسی (۱۴۰۱). بررسی اثرات زیست محیطی خانه هایخانه‌های دوم بر توسعه گردشگری شهرستان لاهیجان. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه ای، ۱۲)۴۸(، ۴۸۹_۴۷۲. 10.22034/jgeoq.2022.151570

مومنی مهدی ، نادری بنی شهاب، صباقی عاطفه (۱۳۹۲). صنعت گردشگری وتوسعه پایدارمطالعه موردی شهرک توریستی شهرستان چادگان اصفهان10.22034?JTD.2021.272047.2263

نجفی کانی، علی اکبر؛ عیسی نژاد، ناهید(۱۴۰۱). تحلیلی بر اثرات توسعه گردشگری خانه های دوم در روستاهای مناطق ییلاقی مطالعه موردی بخش رودبار قصران شهرستان شمیرانات. جغرافیا و توسعه، (۶۶)، ۱۷۷-۲۰۲. 10.22034/GAHR.2024.455543.2116

Hjalager , A-M. Staunstrup, J. K. Sorensen, M. T. & Steffansen, R. D. (2022). The densification of second home areas – sustainable practice or speculative and use? Land use policy, 118, 106143. 10.1016/j.landusepol.2022.106143

Oian, H. Selvaag, S. K.Lerfald, M. & Breiby, M. A. (2021). Planning of second home tourism and sustanability in various location:same but different? Nowrvegian Journal of Geography,76(4), 209-227. 10.1080/00291951.2022.2092904

Vagena, A. (2021). Second home tourism present and future. The case of Grecce. International Journal of Scientific Reaserch and Management (IJSRM), 9(12), 2745-2753. 10.18535/ijsrm/v9i12.em2

C. Michael Hall, Dieter Müller(2018) The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities

Volkan Zoğal, Antoni Domènech, Gözde Emekli(2022) Stay at (which) home: second homes during and after the COVID-19 pandemic. Journal of Tourism Futures. 10.1108/jtf-06-2020-0090

Z. Shafie , Amin Mohammadi(2014) Studying Impacts of Tourism Development on Local Community: Case Study about the Chadegan City

Furkan Baltaci.Aydin Cevirgen(2020). THE IMPACTS OF SECOND HOME TOURISMON SOCIO-CULTURAL AND ECONOMIC LIFE: THE RESIDENTS' PERSPECTIVES. 10.2298/ijgi2003273b

C. Michael Ha(2014) Second Home Tourism: An International Review. 10.3727/154427214x14101901317039

# نقش زاینده رود بر توسعه گردشگری خلاق شهر أصفهان

**دلآرام ایل بیگی پور**، کارشناس ارشد ایرانشناسی.دانشگاه شهید بهشتی تهران
مدرس دانشگاه علمی کاربردی مرکز اصفهان سیتی سنتر

## چکیده

توسعه‌ی زاینده‌رود به عنوان یکی از منابع آبی و طبیعی مهم ایران، می‌تواند با بهره‌گیری از گردشگری خلاق، به یک فرصت اقتصادی و اجتماعی تبدیل شود. این مقاله به بررسی پتانسیل‌های گردشگری خلاق در منطقه‌ی زاینده‌رود پرداخته و راهکارهایی برای توسعه‌ی پایدار این منطقه ارائه می‌دهد. همچنین با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی زاینده‌رود، این مقاله به تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های موجود در راستای توسعه گردشگری خلاق می‌پردازد. در نهایت، پیشنهاداتی برای ارتقاء کیفیت تجربه گردشگران و حفظ محیط زیست منطقه مطرح می‌شود.

**واژه های کلیدی**: صنعت گردشگری.زاینده رود.گردشگری خلاق

## مقدمه

گردشگری یکی از صنایع درحال رشد در جهان است .در کشورهای درحال توسعه که گردشگری طبیعت و فرهنگ شکل غالب گردشگری است، توسعه‌ی گردشگری باعث رشد زیرساخت‌های حمل‌ونقل و صنعت مهمان‌نوازی می‌شود (Kyara et al, 2022:1).

از نظر اقتصادی، گردشگری پایدار به‌مثابه فعالیتی تعریف شده که محیط فیزیکی و بافت اجتماعی جامعه‌ی میزبان را از بین نمی‌برد (Sørensen & Grindsted, 2021:2). این رویکرد به طور تقریبی، در تمام عناصر اقتصاد ملی آشکار می‌شود که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم فرآیندهای برآورده‌کردن نیازهای گردشگران را به کار می‌گیرد (Panasiuk:291 & ۲۰۱۹ apko).همچنین، خلاقیت به‌عنوان یک استراتژی برای توسعه مهارت‌های فردی تبدیل شده، که بسیاری از شهرها و مقاصد جهان آن را به کار گرفته‌اند و از مهم‌ترین عوامل موفقیت شهرهای درحال رقابت است(Mukhles, 2017:1). خلاقیت و گردشگری بر یکدیگر اثر می‌گذارند و درصورت مدیریت صحیح می‌توانند هم‌افزایی داشته باشند,از این رو نوآوری و خلاقیت اساس یک کسب‌وکار موفق است. بهترین فرصت کسب‌وکار نصیب کسانی می‌شود که می‌توانند ایده‌های جدید و بهتر را در کسب وکار ارائه دهند (Kitsios et al, 2016:71). درمیان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های پیشتاز و درحال رشد در سطح بین‌المللی است (بابایی و سعیدی، ۱۳۹۸:۸۴). اصفهان نیز به‌عنوان یک کلان‌شهر در این زمینه با چالش‌های بسیاری مواجه است.

با توجه به اهمیت شهر اصفهان به عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگری در کشور، لازم است که‌این شهر در بازار توریستی مدرن رقابت خود را تقویت کند. برای این منظور، ارائه‌ی خدمات گردشگری خلاقانه و مناسب ضروری است. بنابراین، به منظور رونق بخشیدن به صنعت گردشگری که با ظرفیت‌های این شهر هم‌خوانی دارد، اصفهان باید تسهیلات و خدمات گردشگری رقابتی و نوآورانه‌ایجاد کند تا بتواند به نیازهای گردشگران پاسخ دهد.

زاینده‌رود به عنوان یکی از مهم‌ترین رودخانه‌های ایران، نه تنها نقش حیاتی در تأمین آب کشاورزی دارد، بلکه به‌عنوان یک جاذبه‌ی گردشگری نیز شناخته می‌شود. با توجه به تغییرات اقلیمی و کاهش منابع آبی، توسعه‌ی پایدار این منطقه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گردشگری خلاق به عنوان یک رویکرد نوین می‌تواند به جذب گردشگران و تقویت اقتصاد محلی کمک کند.

پژوهش حاضر از نظر ماهیت و هدف کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است که به بررسی ابعاد مختلف گردشگری خلاق در زاینده‌رود پرداخته، تلاش می‌کند تا با تحلیل دقیق پتانسیل‌ها و چالش‌ها، راهکارهایی عملی برای توسعه پایدار این منطقه ارائه دهد.

## ۱. مفهوم گردشگری خلاق

تعریف‌های متعددی از گردشگری ارائه شده که در هر یک از آن‌ها از دریچه‌ای خاص به گردشگری نگریسته‌اند (همتی، ۱۳۹۷:۱۱۰). به همین سبب، می‌توان از گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های افراد نام برد که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود برای تفریح، استراحت و انجام دادن امور دیگر سفر می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان اقامت نمی‌کنند (تقوایی و کیومرثی، ۱۳۹۲:۵۴).

گردشگری خلاق به معنای تجربه‌های منحصر به فرد و تعاملی است که به گردشگران این امکان را می‌دهد تا با فرهنگ، هنر و تاریخ محلی در ارتباط باشند. این نوع گردشگری بر اساس مشارکت فعال گردشگران در فعالیت‌ها و تجربیات محلی شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر، گردشگری خلاق نه تنها بر روی جاذبه‌های سنتی تکیه دارد، بلکه بر اساس تعاملات انسانی و ایجاد تجربیات معنادار بنا شده است.

استراتژی‌های توسعه خلاق با گردشگری مرتبط است؛ زیرا «فضای خلاق» مکان‌ها را نه‌تنها برای طبقه‌ی خلاق، که برای دیگران نیز جذاب می‌کند. این نشان دهنده‌ی نیاز به طراحی بهتر مکان‌های خلاق است تا اطمینان حاصل شود که خلاقیت و تمایز خود را حفظ می‌کنند. همچنین جامعه‌ی مدرن، به‌طور فزاینده‌ای به‌سمت خدمات گرایش دارد و دلیل آن این است که گردشگری ابزاری برای توسعه است (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷:۲). از طرفی رشد صنعت گردشگری همواره منجر به اشتغال‌زایی در حجم زیاد به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌شود و عصر حاضر نیز بر تغییر مدل کسب‌وکار در صنعت گردشگری مبتنی بر استارت‌آپ‌ها، اثر داشته است. این مدل کسب و کار انواع مختلفی از خدمات گردشگری (از آژانس های مسافرتی آنلاین تا آشپزی) را تغییر داده است. لازمه‌ی رقابت در چنین تغییراتی، نوآور و خلاق بودن کسب و کارهاست که بتواند مزیت رقابتی برای آنان به همراه بیاورد. بنابراین از آنجا که ایجاد مزیت رقابتی برای کسب و کارها و مقاصد به‌ویژه در بخش گردشگری بسیار مهم است، فرصت‌های نوآورانه می‌تواند با توسعه‌ی محصولات و خدمات گردشگری، مزیت رقابتی ایجاد کند (اقبال مقدم و همکاران، ۱۴۰۱:۱۲۲). به‌این‌ترتیب، رقابت شدید بین شهرها به‌عنوان مقاصد گردشگری، آن‌ها را ناگزیر به یافتن راهکارهایی برای متمایز شدن از سایر شهرها و مقاصد گردشگری کرده، که یکی از این راهکارها توجه به گردشگری خلاق است (تقوایی و همکاران، ۱۴۰۱:۹۷).

### ۱,۱ ویژگی‌های گردشگری خلاق

- تجربه‌محوری: گردشگران در این نوع گردشگری به دنبال تجربیات جدید و منحصر به فرد هستند.
- مشارکت فعال: گردشگران به عنوان بخشی از جامعه‌ی محلی در فعالیت‌ها شرکت می‌کنند.
- توجه به فرهنگ محلی: هنر، تاریخ و فرهنگ محلی در مرکز توجه قرار دارند.
- پایداری: گردشگری خلاق به حفظ محیط زیست و فرهنگ محلی کمک می‌کند.

## ۲. پتانسیل‌های گردشگری خلاق در زاینده‌رود

### ۲,۱ جاذبه‌های طبیعی

زاینده‌رود با مناظر طبیعی زیبا، باغات و فضای سبز، فرصتی مناسب برای فعالیت‌های گردشگری مانند پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری و قایق‌سواری فراهم می‌کند. این جاذبه‌ها می‌توانند با برگزاری تورهای طبیعت‌گردی، عکاسی از مناظر طبیعی و فعالیت‌های ورزشی آبی به جذب گردشگران کمک کنند.

### ۲,۲ جاذبه‌های فرهنگی

فرهنگ غنی مردم اصفهان و هنرهای دستی مانند میناکاری، کاشی‌کاری و قالی‌بافی می‌تواند به عنوان جاذبه‌های فرهنگی در جذب گردشگران مورد استفاده قرار گیرد. برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌ی هنرهای دستی، نمایشگاه‌های فرهنگی و جشنواره‌های محلی می‌تواند تجربه‌ای جذاب برای گردشگران ایجاد کند.

### ۲,۳ جاذبه‌های تاریخی

وجود بناهای تاریخی مانند سی‌وسه‌پل، پل خواجو و مساجد تاریخی اصفهان به همراه رویدادهای فرهنگی مختلف، فرصتی مناسب برای برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها فراهم می‌آورد. همچنین، ارائه‌ی تورهای تاریخی با راهنماهای محلی می‌تواند به شناخت بهتر تاریخ و فرهنگ منطقه کمک کند.

## ۳. چالش‌ها و موانع

### ۳,۱ کمبود زیرساخت‌ها

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های توسعه‌ی گردشگری خلاق در زاینده‌رود، کمبود زیرساخت‌های مناسب است. این کمبود شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز تفریحی و امکانات حمل و نقل می‌باشد. به‌ویژه در مناطق دورافتاده‌تر، عدم وجود مکان‌های اقامتی با کیفیت و خدمات مناسب می‌تواند مانع از جذب گردشگران شود. همچنین نبود راه‌های دسترسی مناسب و سیستم‌های حمل و نقل عمومی کارآمد، گردشگران را از بازدید از جاذبه‌های مختلف بازمی‌دارد. برای حل این مشکل، نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان در زمینه زیرساخت‌ها و همکاری با بخش خصوصی برای ایجاد امکانات جدید و بهبود وضعیت موجود است.

### ۳,۲ آلودگی محیط زیست

آلودگی آب زاینده‌رود و تخریب اکوسیستم‌های طبیعی ناشی از فعالیت‌های صنعتی و کشاورزی، تهدیدی جدی برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در این منطقه است. آلودگی آب نه تنها بر سلامت جامعه‌ی محلی تأثیر می‌گذارد، بلکه تجربه‌ی گردشگران را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر زاینده‌رود به عنوان یک جاذبه‌ی طبیعی آلوده باشد، احتمالاً گردشگران کمتری تمایل به بازدید از آن خواهند داشت. برای مقابله با این چالش، نیاز به‌ایجاد برنامه‌های حفاظتی و نظارتی دقیق برای کنترل آلودگی و حفظ منابع طبیعی وجود دارد.

### ۳,۳ عدم آگاهی جامعه‌ی محلی

عدم آگاهی جامعه‌ی محلی از مزایای گردشگری خلاق و نحوه‌ی تعامل با گردشگران نیز می‌تواند مانع از توسعه‌ی این نوع گردشگری باشد. بسیاری از افراد محلی ممکن است به اهمیت گردشگری و تأثیرات مثبت آن بر اقتصاد محلی پی نبرده باشند. همچنین، عدم آموزش کافی در زمینه‌ی ارائه‌ی خدمات به گردشگران، می‌تواند به تجربه‌ی منفی آن‌ها منجر شود. بنابراین لازم است که برنامه‌های آموزشی برای افزایش آگاهی جامعه‌ی محلی نسبت به گردشگری و نحوه‌ی تعامل با گردشگران برگزار شود.

### ۳,۴ رقابت با مقاصد دیگر

زاینده‌رود به عنوان یک مقصد گردشگری با رقبای قوی در داخل و خارج از کشور مواجه است. مقاصدی مانند کیش، مازندران و اصفهان با جاذبه‌های تاریخی و طبیعی متنوع، می‌توانند توجه گردشگران را جلب کنند. بنابراین، زاینده‌رود باید با ارائه‌ی تجربیات منحصر به فرد و جذاب، خود را متمایز کند. این امر مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و اجرای استراتژی‌های بازاریابی مؤثر برای جذب گردشگران است.

### ۳,۵ ناپایداری اقتصادی

ناپایداری اقتصادی کشور و نوسانات نرخ ارز نیز می‌تواند بر صنعت گردشگری تأثیر بگذارد. کاهش قدرت خرید مردم و افزایش هزینه‌ها می‌تواند منجر به کاهش تعداد گردشگران داخلی و خارجی شود. در این شرایط، توسعه‌ی پایدار گردشگری نیازمند حمایت‌های دولتی و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی مناسب است تا بتواند در برابر نوسانات اقتصادی مقاوم باشد.

## ۴. راهکارها

### ۴,۱ سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها

برای غلبه بر چالش کمبود زیرساخت‌ها، نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان در بخش گردشگری وجود دارد. این سرمایه‌گذاری‌ها باید شامل ساخت هتل‌ها و مراکز اقامتی با کیفیت، رستوران‌های محلی با غذاهای سنتی، مراکز تفریحی و امکانات ورزشی باشد. همچنین بهبود سیستم حمل و نقل عمومی و ایجاد مسیرهای دسترسی مناسب به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، ضروری است. همکاری با بخش خصوصی برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی نیز می‌تواند به توسعه‌ی زیرساخت‌ها کمک کند.

### ۴,۲ آموزش و توانمندسازی جوامع محلی

آموزش جوامع محلی در زمینه‌ی گردشگری خلاق از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای افراد محلی می‌تواند به ارتقای مهارت‌های آنان در ارائه‌ی خدمات به گردشگران کمک کند. این آموزش‌ها باید شامل مباحثی مانند مهمان‌نوازی، فرهنگ‌شناسی، زبان‌آموزی و مهارت‌های ارتباطی باشد. همچنین ایجاد شبکه‌های همکاری بین جوامع محلی و سازمان‌های گردشگری، می‌تواند به تبادل تجربیات و ارائه‌ی بهترین شیوه‌ها کمک کند.

### ۴,۳ حفاظت از محیط زیست

اجرای برنامه‌های حفاظتی برای حفظ منابع طبیعی و فرهنگی منطقه، شرط لازم برای توسعه‌ی پایدار گردشگری است. این برنامه‌ها باید شامل اقدامات کاهش آلودگی، مدیریت منابع آب و زمین، حفظ تنوع زیستی و آموزش جامعه‌ی محلی در زمینه‌ی حفاظت از محیط زیست باشد. همچنین، ایجاد قوانین و مقررات برای جلوگیری از تخریب محیط زیست و نظارت بر اجرای آن‌ها ضروری است.

### ۴,۴ ترویج فرهنگ محلی

ترویج فرهنگ محلی از طریق برگزاری رویدادها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها می‌تواند به جذب گردشگران کمک کند. این رویدادها باید شامل نمایش هنرهای دستی، موسیقی محلی، غذاهای سنتی و سایر ابعاد فرهنگی باشد. همچنین، ایجاد فضاهای فرهنگی مانند گالری‌ها، مراکز هنری و کارگاه‌های آموزشی می‌تواند به معرفی فرهنگ محلی کمک کند.

### ۴,۵ بازاریابی مؤثر

برای جذب گردشگران به زاینده‌رود، نیاز به اجرای استراتژی‌های بازاریابی مؤثر وجود دارد. استفاده از رسانه‌های اجتماعی، وب‌سایت‌های گردشگری و تبلیغات آنلاین می‌تواند به معرفی جاذبه‌های منطقه کمک کند. همچنین، همکاری با آژانس‌های مسافرتی داخلی و خارجی برای ایجاد بسته‌های گردشگری جذاب می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران کمک کند.

### ۴,۶ ایجاد تجربیات منحصر به فرد

زاینده‌رود باید بر روی ایجاد تجربیات منحصر به فرد تمرکز کند تا بتواند خود را از سایر مقاصد متمایز کند. برگزاری فعالیت‌های تخصصی مانند تورهای طبیعت‌گردی، فرهنگی و تاریخی می‌تواند به جذب علاقه‌مندان کمک کند. کارگاه‌های هنری، دوره‌های آشپزی محلی و برنامه‌های تفریحی متنوع می‌تواند تجربه‌ای جذاب برای گردشگران فراهم کند.

ایجاد کابین‌های معلق در روی بستر رودخانه که به گردشگران اجازه می‌دهد از زیبایی طبیعی و صدای رودخانه لذت ببرند، تورهای قایق سواری با موضوعیت خاص مانند قایق سواری شبانه با چراغ‌های رنگی، برگزاری مسابقات عکاسی در حاشیه‌ی رودخانه و یا برنامه‌های آموزشی با محوریت شناخت اکوسیستم‌های آبی و حیات وحش و حفاظت از محیط زیست، هریک می‌تواند تجذبه‌ای جذاب و جدید برای گردشگر فراهم آورد.

## نتیجه‌گیری:

خلاقیت یکی از راه‌های مؤثر برای عبور از بن‌بست‌ها و گشودن درهای جدید به روی جامعه است. جامعه‌ای که فاقد خلاقیت باشد، به نوعی از حیات باز می‌ماند. خلاقیت می‌تواند در جنبه‌های مختلف جامعه، از جمله گردشگری خلاق و ارائه‌ی خدمات نوآورانه، به کار گرفته شود. ارائه‌ی خدمات گردشگری خلاقانه می‌تواند افراد را به مسافرت و بازدید از این مکان‌ها بیشتر ترغیب کند و تمایل آن‌ها را برای گذران اوقات فراغت در مکان‌های تفریحی افزایش دهد. این خدمات می‌توانند به عنوان محرک‌های اقتصادی جامعه عمل کنند و با ارائه‌ی بهتر این خدمات، رضایت بیشتری از سوی افراد جلب شود. همچنین، ایجاد خاطرات خوش برای گردشگران می‌تواند آن‌ها را به سفرهای بیشتر به این مکان‌ها ترغیب کند.

در مقاله‌ی حاضر، تلاش شده است قابلیت‌ها، توانمندی‌ها، کاستی‌ها و کمبودهای شهر اصفهان در زمینه‌ی ارائه‌ی خدمات گردشگری به شکل خلاصه شناسایی و تحلیل شود. عواملی نظیر تکنولوژی‌های جدید و کم‌اثر، احساس مسئولیت نسبت به محیط زیست، مسائل ایمنی و امنیتی، عرضه‌ی خدمات و محصولات بازیافت‌پذیر، شرایط طبیعی مطلوب، افزایش اعتبار با عرضه‌ی محصولات اصیل، برندینگ متمایز و مشهور، حمایت و اعطای تسهیلات به شرکت‌ها و متولیان، و همچنین پتانسیل بالای سرمایه‌گذاری در خدمات و زیرساخت‌های لازم برای افراد با ناتوانی جسمی، همگی کاستی‌هایی‌ست که نشان می‌دهد نداشتن خدمات خلاقانه موجب شده پتانسیل بالای این منطقعه نادیده گرفته شود.

بنابراین برای توانمندسازی شهر اصفهان باید به رفع موانع و کاستی‌های موجود در مسیر توسعه‌ی گردشگری خلاق با ارائه‌ی خدمات نوآورانه پرداخته شود.

**منابع**:


اسماعیل زاده، حسن؛ هرائینی، مصطفی و بهرامی، مهرداد (۱۳۹۷). میزان رضایت گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری بر اساس مدل سروکوال (مطالعه موردی: رستوران های محله درکه تهران). *نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۲ (۶۶)، ۱-۲۱.

اقبال مقدم، رویا؛ سادات سعیده زرآبادی، زهرا و ذبیحی، حسین (۱۴۰۱). ارائه مدل توسعه گردشگری خلاق در بافت‌های تاریخی با رویکرد کسب‌وکارهای نوپا در ایران. *اقتصاد و برنامه‌ریزی شهری*، ۴ (۱)، ۱۲۹-۱۱۶.

بابایی، مهدی و سعیدی، الهام (۱۳۹۸). ارتباط کیفیت خدمات گردشگری با نیات رفتاری گردشگران ورزشی. *فصلنامه علوم‌ورزشی*، ۱۱ (۳۳)، ۸۲-۹۷.

تقوایی، مسعود و شفیعی، مرجان (۱۴۰۱). تحلیل شاخص ها و تبیین راهبر های تحقق هوشمند سازی شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). *فصلنامه علمی برنامه‌ریزی فضایی*، ۱۲ (۱)، ۸۰-۵۱.

تقوایی، مسعود و کیومرثی، حسین (۱۳۹۲). شناسایی و تحلیل قابلیت‌های اکوتوریستی دریاچه کافتر.*نشریه علمی-پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۱۷ (۴۴)، ۴۷-۷۱.

همتی، سیما (۱۳۹۷). نقش توانمندی ها و زیر ساخت های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی با تأکید بر نقش متغیر های سیستمی به ویژه هتل ها و اقامتگاه ها. *فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۰ (۲)، ۱۰۷-۱۲۸.

Kyara, V. C., Rahman, M. M., & Khanam, R., (2022). Investigating the environmental externalities of .tourism development: evidence from tanzania. *Heliyon*

apko, A., & Panasiuk, A. (2019) Water tourism as a recipient of transport services on the example of szczecin..

Mukhles, M Al-Ababneh. (2017). Creative tourism. *Journal Of Tourism & Hospitality*

Sørensen, F., & Grindsted, T.S. (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Annals Of Tourism Research*

Kitsios, F., Champipi, E., & Evangelos, G. (2016). Cultural and creative industries innovation strategies for new service development using mcda. *Operational Research In Business And Economics*, Springer international publishing switzerland

# نقش گردشگری خلاق در احیای زاینده رود

**فاطمه باقری دره بیدی**، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گروه آموزشی مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

**ولی نعمتی**، استادیار، گروه آموزشی مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

## چکیده:

خلاقیت عنصر کلیدی در توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی شهرهاست که برای افزایش ظرفیت تجاری شهرها ضرورت دارد. گردشگری خلاق به‌عنوان نسل جدید و آخرین حلقه از زنجیره تکامل گردشگری، رویکردی نوآورانه برای تعامل گردشگران با فرهنگ، هنر و جوامع محلی ارائه می‌دهد. این نوع گرد شگری علاوه‌بر ایجاد تجربه‌های تعاملی و منح صربه‌فرد، نقش مهمی در تو سعه پایدار شهری و احیای منابع طبیعی دارد. زاینده‌رود، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر هویتی و اکوسیستمی اصفهان، در سال‌های اخیر با بحران‌های زیست‌محیطی و خشکسالی مواجه شده است. این پژوهش با هدف بررسی نقش گردشگری خلاق در احیای زاینده‌رود، به تحلیل ظرفیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقت صادی این رویکرد می‌پردازد. یافته‌ها ن شان می‌دهد که گرد شگری خلاق می‌تواند با تأکید بر صنایع دستی، هنرهای بومی، جشنواره‌های فرهنگی و فعالیت‌های تعاملی، به افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت زاینده‌رود و جذب سرمایه‌گذاری در راستای دستیابی به توسعه پایدار منجر شود. همچنین، مشارکت جامعه محلی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در توسعه تجربیات گردشگری، می‌تواند به تقویت پیوند میان گردشگران و محیط‌زیست منجر شود. در نهایت، پیشنهاد شده است که برنامه‌ریزی‌های جامع‌تری در راستای ترکیب سیاست‌های گردشگری خلاق با راهکارهای حفاظت از منابع آبی انجام شود تا زاینده‌رود نه‌تنها به‌عنوان یک جاذبه طبیعی، بلکه به‌عنوان یک عنصر کلیدی در توسعه پایدار شهری ایفای نقش کند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری خلاق، زاینده‌رود، توسعه پایدار، احیای منابع طبیعی، تجربه تعاملی، فرهنگ و هنر

**مقدمه:**

در قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به ابزاری اصلی برای ارتقای کیفیت زندگی و به یکی از نیروهای شکل دهنده جهان امروز تبدیل شده است که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تاثیرات بین المللی خاص خود است. از آنجایی که صنعت گردشگری با تقاضای بیشتر مشتریان، قوانین جدید، جهانی شدن و تاثیر تکنولوژی مواجه است، تعجبی ندارد که این صنعت در حلقه جدید خلاقیت ورود نماید (رحیمی و پازند، ۱۳۹۴: ۹۹).

پارادایم صنعت گردشگری در حال تغییر از گردشگری سنتی به گردشگری خلاق است ( Lee & lee, 2015: 479 ). خلاقیت و گردشگری بر همدیگر اثر گذاشته و در صورت مدیریت صحیح می‌توانند هم‌افزایی داشته باشند. ازاین رو نوآوری و خلاقیت اساس یک کسب‌وکار موفق است (تقوایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲۶). ریچاردز[3](۲۰۱۰) در "گردشگری خلاق و رویدادهای فرهنگی" بیان می‌کند که در جوامع انواع مختلفی از گردشگری نظیر گردشگری فرهنگی، گردشگری صنعتی، گردشگری خلاق[4]وجود دارد و میان خلاقیت و گردشگری فرهنگی ارتباط نزدیکی حاکم است و برای اینکه جوامع بتوانند رشد کنند نیاز به خلاقیت گردشگری محور هستند که موجب جذب سرمایه خلاق به شهرها می شود و این سرمایه خلاق موجب رونق گردشگری می‌شود (سالاری پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۲۹). افزودن خلاقیت به گردشگری به یک استراتژی رایج تنوع بخشی به ویژه در زمینه گردشگری فرهنگی تبدیل شده است. ایجاد رویدادها و جشنواره‌های جدید، بازسازی ساختمان‌های قدیمی و افزودن انیمیشن به جاذبه‌های ثابت تبدیل به امری عادی شده است. توروک (۲۰۰۹) استدلال می‌کند، مقصدها به دنبال راه‌های سریع برای متمایز ساختن خود در اقتصاد جهانی هستند و برای پیشرفت به‌طور فزاینده‌ای به صنایع خلاق روی می‌آورند (Richards, 2020: 2). یک "فضای خلاقانه" مکان‌ها را برای افراد مختلف جذب می‌کند (کروبی و همکاران، ۱۴۰۲: ۲).

گردشگری خلاق برای اولین بار در سال ۱۹۹۳ به عنوان یک مقوله منحصربفرد از گردشگری شناخته شد، پیرس[5]و باتلر برای پاسخگویی به نیازهای گردشگرانی که به دنبال تجربیات جذاب و مشارکتی فراتر از ماهیت غیرفعال گردشگری فرهنگی سنتی بودند، طراحی شد. این گردشگران مایل به کشف و توسعه پتانسیل خلاقانه خود با تعامل فعال با جوامع محلی هستند. گردشگری خلاق یک ملاقات عمیقاً جذاب را فراهم می‌کند که عمیقاً ریشه در میراث فرهنگی دارد و به شیوه ای تخیلی و پیشگام ارائه می شود (Liu & kou, 2024: 2 ). تغییر به سمت خلاقیت در گردشگری می‌تواند بخشی از تحولات براساس تجربیات گردشگری باشد. خلاقیت به‌طور بالقوه راحت‌تر و بهتر ارزش آفرینی کرده و این امکان را به مقصد می‌دهد تا محصولات جدید را با سرعت بیشتری نوآوری و مزیت رقابتی را نسبت به سایر مناطق رقم بزنند. برای گردشگری مبتنی بر خلاقیت، نیازی به داشتن میراث ساخته شده زیاد و همچنین نگهداری از سازه‌های قدیمی نیست. از طرف دیگر مواد اولیه گردشگری خلاق نه تنها توسط تولید کنندگان، بلکه توسط خود گردشگران نیز ایجاد می‌شود. این امر مستلزم مصرف خلاق و تولید خلاقانه از طرف گردشگر است (محقق و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۸).

در این نوع گردشگری، انگیزه اصلی لذت بردن از یک علاقه‌مندی خاص است. این گردشگری معمولاً شامل شرکت و حضور در سرگرمی‌ها، فعالیت‌ها، مضمون‌ها و مقصدهای غیرمعمولی است که «بازارهای دنج» را به خود جذب می‌کنند. به همین منظور گاهی از اصطلاح «گردشگری دنج» به جای گردشگری علایق ویژه استفاده می‌گردد (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵).

---

[2] Richards [3]
[2] Creative tourism [4]
[2] Pierce and Butler [5]

در طول دهه‌های گذشته، اهمیت صنایع خلاق در توسعه پایدار شهرها افزایش یافته است، همانطور که به رسمیت شناختن اقتصاد بین‌المللی خلاق سال ۲۰۲۱ برای توسعه پایدار نشان می‌دهد. صنایع فرهنگی و خلاق مبتنی بر بخش‌ها و فعالیت‌های متنوعی هستند که «هدف اصلی آن‌ها تولید یا بازتولید، ترویج، توزیع، یا تجاری سازی کالاها، خدمات، و فعالیت‌هایی با منشأ فرهنگی، هنری یا میراث مرتبط است» (Arcos-Pumarola at el, 2023: 1).

با این حال، امروزه گردشگری به دلیل گذار از دوران صنعتی به دوران خلاقیت در معرض تغییراتی قرار گرفته است. به عبارت دیگر، گردشگری با گذر از نسل اول (سواحل) و نسل دوم (فرهنگی – تاریخی) به نسل سوم (گردشگری خلاق) رسیده است. (Einali et al, 2019: 21). از این رو با توجه به تنوع فرهنگی و آثار هنری و صنایع دستی غنی که مهمترین اعتبار برای توسعه گردشگری خلاق بوده و نسل کنونی آن را آزادانه و بدون سرمایه‌گذاری به ارث برده است، گردشگری خلاق را می‌توان مطلوب‌ترین نوع گردشگری برای ایران دانست.

آب به عنوان یکی از ارزشمندترین منابع طبیعی، منشاء حیات و رشد هر جامعه‌ای محسوب می‌شود. اصفهان یکی از استان‌های کم آب ایران است که درسالیان اخیر با خشکسالی و آلودگی آب مواجه بوده است.کاهش نزولات جوی، افت شدید سطح منابع آب زیر زمینی،آلودگی و خشک شدن رودخانه زاینده‌رود و تالاب گاوخونی و نیز بروز تنش‌های اجتماعی، از مهم‌ترین پیامدهای خشکسالی و کم آبی در این استان است (چمنی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳).

اصفهان، به واسطه دارا بودن اماکن تاریخی ارزشمند و جاذبه‌های فراوان انسان ساخت، صنایع‌دستی منحصر به‌فرد و کم نظیر، غذاهای متنوع و لذیذ و همچنین طبیعت بسیار زیبا، از پتانسیل بالایی در زمینه گردشگری برخوردار است. اما تنها وجود این میراث ساخته‌شده کافی نیست. اگرچه بناهای تاریخی، بخشی از هویت شهر را شکل داده‌اند، اما برای پویایی و توسعه گردشگری، نیاز به نگاهی فراتر از گذشته داریم؛ نگاهی که بتواند ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و انسانی را نیز در مسیر احیا و رونق شهر به‌کار گیرد. شاید بتوان گفت مهم‌ترین یا یکی از مهم‌ترین نیازهای بشرآب است. تمامی شهرها، کشورها و مردمانی که در آنها زندگی می‌کنند، نیازمند آب هستند. اصفهان هم مانند دیگر شهر از این قاعده مستثنی نیست. تمامی پتانسیل‌های موجود در اصفهان، خواسته یا ناخواسته به این عنصر حیاتی وابسته است و شاهرگی که زندگی را برای اصفهان میسر می‌کند، زاینده‌رود نام دارد. باتوجه به موقعیت جغرافیایی ایران، تنها رودخانه دائمی دشت کویر مرکزی (زاینده‌رود) از ارتفاعات زاگرس تغذیه می‌گردد و بیش از ۹۰٪ از منابع آبی زاینده‌رود از ارتفاعات استان چهارمحال بختیاری و بخشی از مناطق کوهستانی استان اصفهان وارد دشت اصفهان می‌شود. زاینده‌رود از مجموعه‌ای متعدد از سرشاخه‌ها و چشمه سارها تشکیل شده که در طول هزاران سال همچون موجودی زنده در ارتباطی اندام‌وار بوده‌اند (مومن‌زاده و همکاران، ۱۳۸۵: ۵). زاینده‌رود پر آب‌ترین و با اهمیت‌ترین رودخانه مرکزی ایران با مساحت حوضه آبریز ۳۶۵۱ کیلومتر مربع است (جعفری و همکاران، ۱۳۸۸: ۲)

در سال‌های اخیر مفهوم گرد شگری خلاق در میان جامعه دانشگاهی، مسئولان و تصمیم گیرندگان بسیار مورد توجه بوده است.گردشگری خلاق در محور زاینده‌رود با تمرکز بر هویت محلی و ارزش‌های فرهنگی، به توسعه پایداری شهری کمک می‌کند.این نوع از گرد شگری باعث جذب گرد شگران، حتی در زمان خشکسالی، و ایجاد بهره اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای اصفهان می‌شود. ایجاد بستر مناسب برای گردشگری خلاق، پویایی و جذابیت این محور را حفظ کرده و نقش مهمی در ارتقای ابعاد مختلف شهری دارد. بنابراین نقش گرد شگری خلاق در احیای مقصدهای گرد شگری مانند زاینده‌رود، نه فقط به عنوان یک منبع آب، بلکه به عنوان بخشی از هویت فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی این شهر، که امروزه تنها ردپایی از شکوه

گذ شته‌ی آن در دل کویر ا صفهان ا ست، بسیار مهم و حیاتی ا ست. در همین را ستا هدف از تحقیق در این مقاله پی بردن به نقش گردشگر خلاق در احیای زاینده‌رود است.

**خلاقیت و گردشگری خلاق:**

واژه خلاقیت در لغت نامه دهخدا خلق کردن، آفریدن و به وجود آوردن معنا شده است. جوامع خلاق پرجنب و جوش و دارای اماکن انسانی، پرورش دهنده رشد فردی، درخشان در پیشرفت‌های فرهنگی و تکنولوژی، تولید کننده شغل و ثروت و پذیرای تنوع شیوه زندگی و فرهنگ هستند (نوفل و همکاران، ۱۳۹۲: ۳).

مناظر فرهنگی، جاذبه ها و رویدادها انگیزه مهمی برای سفر ایجاد میکند و سفر به خودی خود باعث ایجاد فرهنگ میشود. درحال حا ضر بسیاری از گرد شگران فرهنگی می خواهند بخ شی از جامعه محلی شوند و با زندگی روزمره مردم محلی ارتباط م ستقیمی دا شته با شند و از هویت واقعی مکان ها مطلع شوند. با افزایش علاقه به میراث ناملموس، گرد شگری خلاق نوعی گردشگری فرهنگی است که با تمرکز بر توسعه مهارت ها به تازگی در حال ظهور است ( محقق و همکاران،۱۴۰۲: ۷۰).

اصطلاح گردشگری خلاق را ریچاردز و ریموند[6](۲۰۰۰) ابداع کردند. آنها گردشگری خلاق را به‌عنوان یادگیری یک مهارت، که بخ شی از فرهنگ یک ک شور یا یک اجتماع در حال بازدید در تعطیلات ا ست، تعریف می‌کنند. این ایده برای ا شکال متنوع خلاق گردشگری در یک پروژۀ اروپایی به نام یوروتکس[7]ا ستفاده شد که هدفش تشویق تولید صنایع دستی از طریق گردشگری بود. گردشگری خلاق به دلایل مختلف گزینه‌های کلیدی توسعه شناخته شده و می‌تواند به اهدافی مشخص خدمت کند (رحیمی فرد و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۵۱۳). شبکه گرد شگری خلاق، مزایای گرد شگری خلاق را اینگونه ذکر نموده ا ست: غنی سازی فرهنگی و تأثیر مثبت بر اعتماد به نفس ساکنان، احیای میراث ملموس و ناملموس، تنوع دهی به فعالیت‌های گرد شگری بدون نیاز به سرمایه‌گذاری قبلی، تأثیر مثبت بر سودآوری زیر ساخت‌های فرهنگی به دلیل ایجاد تقا ضای جدید، جذب الگوهای جدیدی از گرد شگری با ارزش افزوده بالا، ا صالت و پایداری، توزیع بهتر فعالیت‌های گرد شگری در طول سال (رفع مع ضل ف صلی بودن صنعت گرد شگری)، منابع مالی جدید برای بخش هنری و شرکت‌های خدماتی، جذب ا ستعدادها، ر شد فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد ا شتغال. با توجه به تعاریف ارائه شده می‌توان متوجه شد که توسعه‌ی گردشگری خلاق در یک مقصد نیازمند توسعه‌ی صنایع خلاق، مشارکت فعالانه‌ی گردشگر و تماس نزدیک با مردم محلی است (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۵۵).

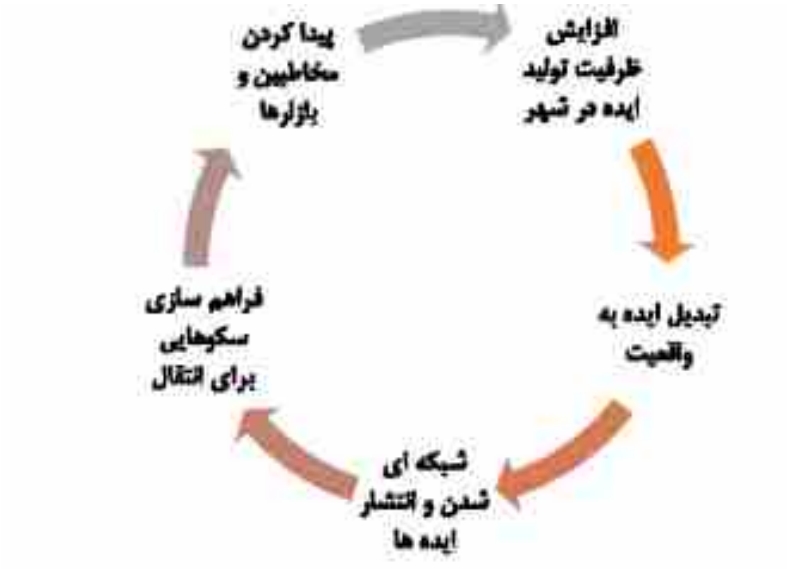
**شهر خلاق و پایداری:**

شهر خلاق و «طراحی شهرهای خالق» از جدیدترین موضوعات در حوزه دانش طراحی شهری و معماری است و در سال ۱۹۸۰ زمانی که جهان آرام آرام به سمت تغییراتی گسترده می‌رفت ایده شهر خالق ارائه گشت (گلمکانی و کریم خواه،۱۳۹۷: ۲).

---

[2] . Richards and Raymond [6]

[2] . Eurotex [7]




**شکل ۱: فرایند شکل‌گیری شهر خلاق. (گلمکانی و کریم‌خواه، ۱۳۹۷: ۳)**

از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ به بعد، شهر خلاق به عنوان یک استراتژی جدید رواج یافت. شهر خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه‌ی شهری است. در این رویکرد شهر باید بتواند محیطی جذاب در پرورش استعدادها، نوآوری‌ها و ایده‌ها باشد و نیز از ایده و خلاقیت افراد خاص و ویژه مانند، هنرمندان، دانشمندان و نویسندگان و نیز ایده‌های شهروندان عادی در راستای حل مسائل اساسی و در پایه‌ریزی رشد و توسعه‌ای خلاق بهره ببرد. در این نگرش، فرهنگ، پایه‌ی اصلی توسعه محسوب شده و سایر بخش‌ها نیز از آن متاثر می‌شود (پورباقری و همکاران، ۱۴۰۲: ۲). شهر مکان نوآوری و خلاقیت و بستر اقتصادی وابسته به سرمایه غیرمادی، دانش و اطلاعات است، ازاین رو باید برای تقویت بسترهای بروز خلاقیت شهروندی و برنامه‌ریزی صحیح آن کوشید. در سال ۱۹۹۶، مرکز سکونتگاه‌های انسانی سازمان ملل متحد، دومین گزارش خود درخصوص سکونتگاه‌های انسانی را تهیه نمود که در آن شهرهای جهان، محل فرصت‌ها توصیف شدند. این گزارش که نام "دنیای در حال شهری شدن" بر آن نهاده شد، از شهرها به عنوان موتور رشد یاد نموده و علاوه‌بر شناخت مشکلات مرتبط با شهرنشینی، توان شهرها در حل مشکلاتشان را به نمایش گذاشت (فتوحی مهربانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۲). در سال ۱۹۸۵ اقتصادان سوئدی به نام آک.ا.اندرسون کتابی به زبان سوئدی به چاپ رساند که در آن ادعا کرد خلاقیت نماینده آینده کلان شهرها است. (شبانی و ایزدی، ۱۳۹۳: ۵۸).

اصفهان به عنوان مرکز سیاسی و اداری استان اصفهان، می‌تواند با تغییر ساختار، بسترهای جدیدی برای تبدیل شدن آن به شهری خلاق فراهم کرد. این شهر از یک سو به واسطه دارا بودن اماکن تاریخی ارزشمند و جاذبه‌های فراوان انسان ساخت، صنایع‌دستی منحصربه‌فرد و کم نظیر،غذاهای متنوع و لذیذ وهمچنین طبیعت بسیار زیبا و از سوی دیگر، با مسائل و مشکلاتی مانند توسعه بی‌رویه، نابرابری‌های اجتماعی، بحران‌های محیطی و زیست محیطی مانند خشک شدن رودخانه زاینده‌رود و ... مواجه است که در افزایش جمعیت و رشد پدیده شهرنشینی ریشه دارد؛ بنابراین، می‌توان با مزیت‌های نشئت گرفته از شهر خلاق و ایجاد نوآوری، ضمن رفع آثار منفی بر این شهر، تفکر حاکم بر برنامه‌ریزی شهری را به سوی برنامه‌ریزی برمبنای استفاده از نیروهای خلاق و نوآور سوق داد.

**تاثیرات متقابل صنایع خلاق و گردشگری:**

نصیری و پیر محمدزاده (۱۳۹۵) بیان کردند: صنایع خلاق فرصت‌های جالبی برای گردشگری ایجاد می‌کنند از جمله؛

- ✓ توسعه و تنوع بخشیدن محصولات و تجربیات گردشگری

- ✓ احیاء مجدد محصولات و تجربیات گردشگری
- ✓ استفاده از تکنولوژی خلاق برای توسعه و تقویت تجربیات گردشگری
- ✓ افزودن جذابیت به مکان‌های گردشگری
- ✓ غلبه کردن بر محدودیت‌های مدل‌های سنتی و فرهنگی گردشگری

آنها همچنین بیان کردند که گردشگری نیز برای صنایع خلاق مهم است چرا که توان‌های زیر را دارد:

- ✓ افزودن طرفداران محصولات خلاق
- ✓ حمایت کردن از ابتکار و نوآوری
- ✓ بهبود تصورات از کشورها و مناطق
- ✓ گشودن بازارهای صادرات
- ✓ حمایت از شبکه‌های حرفه‌ای و توسعه دانش

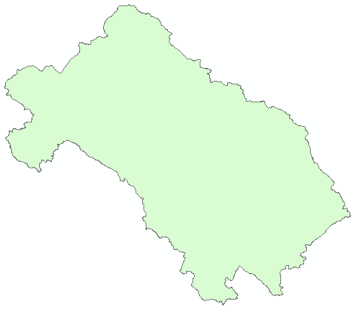
**گردشگری رودخانه:**

گردشگری رودخانه که به عنوان سفر دریایی یا سفر رودخانه‌ای نیز شناخته می شود، به گردشگری و فعالیت‌های مسافرتی اطلاق می‌شود که شامل کاوش و تجربه مقاصد و جاذبه‌های مختلف در کنار رودخانه‌ها می‌شود. معمولاً شامل سفرهای آرام در قایق‌های رودخانه‌ای، کشتی‌های کروز یا کشتی‌های کوچک‌تر می‌شود که به مسافران اجازه می‌دهد از زیبایی‌های منظره‌ای در حاشیه رودخانه‌ها، مکان‌های تاریخی و مکان‌های دیدنی فرهنگی لذت ببرند. گردشگری رودخانه‌ای می‌تواند در رودخانه‌های مختلف در سراسر جهان رخ دهد و راهی منحصر به فرد برای کشف مقاصد ارائه می‌کند، که اغلب بر مناطقی با اهمیت تاریخی، فرهنگی یا طبیعی متمرکز است ( Talukder & Kaiser, 2024: 47 ). رودخانه‌ها اساس بسیاری از فعالیت‌های انسانی از جمله گردشگری هستند - با فعالیت‌های معمولی که می‌توان در امتداد آنها انجام داد (کروز، قایقرانی، رفتینگ، ماهیگیری و غیره). پیش نیاز این امر جذابیت سواحل آنها (مناظر متنوع، گیاهان و جانوران) و همچنین میراث فرهنگی و تاریخی غنی شهرهای مجاور است. آب به عنوان یک مادیت اجتماعی-طبیعی نه تنها برای حفظ حیات بیولوژیکی، بلکه برای روابط اجتماعی و فرهنگی از طریق تعاملات متعددش با انسان بسیار حیاتی است و جایگاه ویژه‌ای در گردشگری دارد که از لحاظ تاریخی با تقدس و دینداری همراه است و بعدها با ایده‌های رفاه و سلامتی که امروزه با توسعه آبگرم‌ها و استراحتگاه‌های ساحلی ایجاد شده است. گردشگران از تجربیات حسی، معنوی و زیبایی شناختی متعددی که آب فراهم می‌کند لذت می‌برند. مردم آن را مصرف کرده، در آن شنا می‌کنند یا در آن شیرجه زده، اسنوبرد، اسکیت می‌روند و در زمان یخبندان در آن اسکی می‌کنند، از تندروها پایین می‌روند، در دریاها قایقرانی می‌کنند و در کانال‌ها سفر می‌کنند ( Vasileva & Kabakchieva, 2022: 123).

یکی از اهداف گردشگری توسعه یافته، یک جاذبه گردشگری با تمرکز بر آب رودخانه است (Fachrudin, Lubis, 2016: 435). در نتیجه، گردشگری رودخانه‌ای به عنوان شکلی از طبیعت گردی و یک راه جایگزین برای ایجاد فرصت‌های ارزش افزوده و ایجاد درآمد در جوامع محلی ظاهر می‌شود (Chan et al , 2024: 1 ).

در جهان صنعتی امروز با ایجاد سدهای بزرگ در مسیررودخانه‌ها به تدریج برتعداد مخازن آب شیرین که در حقیقت دریاچه‌های عمیق مصنوعی به شمار می‌روند، افزوده شده است. اهمیت این دریاچه‌های نو بنیاد در ایران که دارای دریاچه‌های آب شیرین طبیعی انگشت شمار است، هم از نظر زیستی و هم از نظر تامین انرژی الکتریکی و بهره‌برداری اقتصادی بسیار زیاد است. دریاچه سد زاینده‌رود، یک زیست بوم پویای محلی را ایجاد کرده است که به دلیل داشتن اهداف مختلف ازجمله تامین آب شرب بخشی از استان‌های اصفهان، چهارمحال و بختیاری و یزد، تامین آب کشاورزی حوضه زاینده‌رود و تولید برق از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. علاوه‌براین همجواری رودخانه زاینده‌رود با قطب‌های بزرگ جمعیتی، صنعتی و گردشگری، اهمیت این زیست

بوم را در حیات اقتصادی اجتماعی منطقه بیشتر نمایان می‌سازد (زارع شهرکی و همکاران، ۲۰۲۰). حوضه آبخیر زاینده‌رود یک حوضه کاملا بسته‌ای است که به آبهای آزاد راه ندارد (امینی نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۲). رودخانه زاینده‌رود مهمترین و حیاتی‌ترین رودخانه این منطقه به منظور توسعه کشاورزی، تامین آب بخش شرب و صنعت و کلیه فعالیت‌های اقتصادی است (سیدقاسمی و همکاران، ۱۳۸۵: ۲). اصفهان حیات و پیدایش خود را مدیون زاینده‌رود است. علت حیات اصفهان در ادوار تاریخی همین روخانه است که از کوه‌های زردکوه بختیاری سرچشمه می‌گیرد و با عبور از مسیری پر پیچ و خم و پس از طی مسافتی به طول ۴۲۰ کیلومتر و سیراب کردن دشت‌های کویری تشنه در تلاب گاوخونی آرام می‌گیرد. اصفهان با قدمتی چند هزارساله، در دوران سلجوقی رونق گرفت و در عصر صفوی، یکی از ثروتمندترین و پررونق‌ترین و آبادترین شهرهای جهان آن روزگار به حساب می‌رفت، بی‌شک در دستیابی به این همه رونق اقتصادی و زیبایی نمی‌توان از نقش زاینده‌رود غافل شد. زاینده‌رود زنده، به همراه آرامش و امنیتی که صفویان برای ایران به ارمغان آورده بودند و به خصوص توانایی و نبوغ شاه عباس اول دست به دست هم داد تا برگی زرین از تاریخ اصفهان رقم بخورد. عظمت و شکوه اصفهان عصر صفوی را نه تنها در سفرنامه‌ها می‌توان یافت، بلکه آثار زیبای به جا مانده از آن دوره،گنبدهای لاجوردی، مناره‌ها، کاشی‌های رنگارنگ مساجد خود گواه این برگ زرین است. شاه عباس پس از انتقال پایتخت از قزوین به اصفهان که وجود خود زاینده‌رود نیز یکی از علل آن بود، در آبادی و آبادانی هرچه بیشتراین شهر کوشید، گویا شاه عباس نیز به این مهم واقف بود که حیات اصفهان بسته به حیات زاینده‌رود است، بنابراین تصمیم به احداث تونل کوهرنگ گرفت و هرچند این طرح با شکست روبه روشد اما این شکست هرگز از عظمت این کاربزرگ نمی‌کاهد (جدیدی و همکاران۲۰۱۶). با انتقال پایتخت به اصفهان و قرارگیری زاینده‌رود در میان شهر، پل‌های جدیدی ساخته شد. از میان آنها، پل‌های الله‌وردی خان و خواجو که در دو طبقه ساخته شدند و در زمره برجسته‌ترین دستاوردهای معماری این دوره قرار گرفتند. کارکرد اصلی پل‌ها عبور است اما علاوه‌بر عملکرد اصلی، در پل‌های ایرانی ترکیب با خدمات ویژه‌ای به چشم می‌خورد. یکی از آنها (با توجه به شرایط اقلیمی، کمبود آب، نیاز به کنترل آب) ترکیب پل با آب‌بند یا سد است. علاوه‌برآن در برخی از پل بندها، با ذخیره انرژی آب، نیرو و انرژی لازم جهت چرخاندن چرخ‌های بزرگ آسیاهای آبی تامین می‌شد. از موارد دیگر استفاده پل‌ها آب‌رسانی است که آب را از ساحل یک رودخانه به ساحل دیگر انتقال می‌دهد. ویژگی دیگر، ایجاد فضایی متفاوت، علاوه‌بر فضای عبوری است (مروج تربتی و پورنادری،۱۳۹۳: ۶۲).



**شکل (۳) حوضه آبریز گاوخونی**

**شکل (۲) حوضه آبریز زاینده رود**

**شکل (۴) موقعیت حوضه آبریز گاوخونی در حوضه آبریز فلات مرکزی. (https://zayandehrud.com/c/1882/)**

تحول در صنعت پل سازی یکی از نمونه‌های بارز پیشرفت تکنولوژی بشر است. این عنصر مهم توانست سهولت در تردد و ارتباطات برای عبور از درها و رودخانه‌ها را به دنبال داشته باشد. نخستین نمونه آن تلاش در مسیر ساخت پل برای گذشتن از رودخانه، قرار دادن تنه درختی بر روی آب در محل تنگ روخانه و عبور از روی آن بود که در پلونز[۲]یونان یافت شده و قدمت آن به قرن ۱۳ق.م باز می‌گردد (حنایی و عابدینی،۱۳۹۹: ۱۷۳). در گذشته، زاینده‌رود نه تنها یکی از اصلی‌ترین جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی اصفهان بود، بلکه نقش مهمی در حفظ زیبایی و هویت پل‌های تاریخی ایفا می‌کرد. با این وجود، در سال‌های اخیر کاهش جریان آب رودخانه و خشک شدن آن و افزایش آلودگی‌های زیست محیطی اطراف آن این اکوسیستم ارزشمند را با چالش‌های جدی مواجه کرده است، کاهش منابع آبی، آلودگی‌های زیست محیطی و تخریب اکوسیستم رودخانه‌ای، چالش‌هایی هستند که نه تنها بر کیفیت زندگی ساکنان، بلکه بر پایداری گردشگری در این منطقه نیز تاثیر گذاشته‌اند.

در چارچوب یکپارچگی اقتصادی جهانی امروز و آگاهی‌های زیست‌محیطی رو به رشد، صنعت گردشگری به‌عنوان یک محرک حیاتی رشد اقتصادی، نقشی محوری در توسعه پایدار، نه تنها در رابطه با شکوفایی اقتصادی، بلکه در دستیابی به هماهنگی اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست ایفا می‌کند. با تشدید تغییرات اقلیمی جهانی و محدودیت‌های منابع، پرداختن به چگونگی ارتقای توسعه گردشگری و در عین حال به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی به یک موضوع فوری در زمان ما تبدیل شده است (Sun & chen ,2025: 1). تضاد بین گردشگری و اکوسیستم به طور فزاینده‌ای در بسیاری از مقاصد گردشگری محبوب آشکار می‌شود. توسعه بیش از حد گردشگری منجر به تخریب اکوسیستم و آلودگی محیط زیست شده است. به‌عنوان مثال، گردشگری کروز بیش از حد منجر به کاهش سریع ظرفیت خدمات اکوسیستم تالاب در ونیز، ایتالیا شده است (He et al, 2023:1). در "آینده مشترک ما"، توسعه پایدار را به‌عنوان "توسعه‌ای که نیازهای زمان حال را برآورده می‌کند بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای برآوردن نیازهای خود" تعریف می‌کند. تسهیل پایداری در بخش گردشگری طی چند دهه به دلیل تأثیر فعالیت‌های گردشگری بر ابعاد اکولوژیکی، اجتماعی و محیطی ضروری بوده است (Gaonkar & Sukthankar,2025: 2). تحقق توسعه پایدار گردشگری در گرو سه رویکرد همه جانبه‌نگر و کل‌گرا، آینده‌نگر و مساوات‌گرا است. 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 محیط زیست و حفظ فرصت‌های برابر برای آینده گان مطرح است. در رویکرد سوم مساوات درون نسلی و فرانسلی در استفاده از امکانات، داده ها و منابع مورد نظر است (بهادری میمندی و همکاران،۱۳۹۷: ۱۵۰). اهمیت و گستردگی محور زاینده رود علاوه بر گردشگری انبوه و فرهنگی می تواند در گردشگری خلاقانه و به عنوان فرصتی برای تاثیر گذاری بر توسعه پایدار شهر مهم و اساسی باشد.زاینده رود در زمان خشکسالی پیامدهای منفی بسیاری دارد. یعنی گردشگری در اصفهان در زمان خشکسالی به شدت کاهش می یابد (محقق و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۷)

---

[2] .*Peloponnesus* [8]

## بحث و نتیجه گیری:

زاینده‌رود، این شـــریان حیاتی و زیبا در قلب اصـــفهان، نه تنها به عنوان منبع آب و زندگی بلکه به عنوان یک نماد فرهنگی و تاریخی برای مردم ایران شناخته می‌شود. با این حال، در سال‌های اخیر، مشکلاتی چون خشکسالی و مدیریت نادرست منابع آب، به شدت بر وضعیت این رودخانه تأثیر گذاشته و موجب کاهش سطح آب و آسیب به اکوسیستم آن شده است. در این راستا، گردشگری خلاق می‌تواند به عنوان یک راهکار مؤثر در احیای زاینده‌رود و افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت آن عمل کند. گردشگری خلاق، بر پایه تجربه و تعامل مستقیم گردشگران با جامعه محلی و محیط زیست شکل می‌گیرد. این نوع گردشگری می‌تواند با ایجاد برنامه‌های فرهنگی، هنری و آموزشی حول محور زاینده‌رود، به جذب گردشگران و افزایش توجه به این پدیده طبیعی کمک کند. با برگزاری کارگاه‌های آموزشی، نمایشگاه‌های هنری و رویدادهای محلی، می‌توان به مردم محلی و گردشگران اطلاعات لازم درباره اهمیت حفاظت از زاینده‌رود و اکوسیستم اطراف آن را ارائه داد. همچنین، گردشگری خلاق می‌تواند به احیای صنایع دستی و محلی مرتبط با زاینده‌رود کمک کند. با معرفی محصولات و هنرهای محلی به گردشگران، می‌توان به توسعه اقتصادی منطقه کمک کرده و انگیزه‌ای برای حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی ایجاد کرد. این امر نه تنها به نفع ساکنان محلی است، بلکه می‌تواند تجربه‌ای منحصر به فرد برای گردشـگران فراهم کند. از طرفی، ایجاد زیرسـاخت‌های گردشگری مرتبط با زاینده‌رود، نظیر مسیرهای پیاده‌روی، پارک‌ها و فضاهای سبز می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی ساکنان و جذب گردشگران کمک کند. این اقدامات می‌توانند به افزایش آگاهی عمومی درباره چالش‌های زیست‌محیطی و ضرورت حفظ منابع طبیعی منجر شوند. در نهایت، گردشگری خلاق می‌تواند به عنوان یک پل ارتباطی میان فرهنگ، طبیعت و اقتصاد عمل کند. با توجه به پتانسـیل‌های زاینده‌رود، این نوع گردشـگری می‌تواند به احیای این رودخانه و بازگرداندن زندگی به آن کمک کند و در عین حال، تجربه‌ای غنی و معنادار برای گردشگران فراهم آورد. درادامه چند پیشنهاد علمی ارائه شده است:

- ✓ جذب توجه به حفاظت از محیط زیست: برگزاری برنامه‌های خلاقانه مانند نمایشگاه‌های هنری و برنامه‌های آموزشی، برگزاری تورهای اکوتوریستی و معرفی اثرات منفی خشکسالی و تخریب محیط زیست بر زاینده‌رود می‌تواند به ایجاد ارتباط عاطفی میان مردم و رودخانه کمک کنند و انگیزه‌ای برای مشارکت در فعالیت‌های حفاظتی فراهم آورند.
- ✓ ایجاد مشاغل پایدار و اقتصادی برای مردم محلی: گردشگری خلاق می‌تواند مشاغل جدیدی ایجاد کند که وابسته به حفظ منابع طبیعی و فرهنگی منطقه هسـتند. به عنوان مثال، گردشـگران ممکن اسـت از صـنایع دسـتی محلی، کشاورزی پایدار و تولیدات ارگانیک منطقه بازدید کنند و این امر به بهبود وضعیت اقتصادی مردم محلی کمک کرده و آن‌ها را به محافظت از زاینده‌رود ترغیب می‌کند.
- ✓ ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال برای گردشگری خلاق: طراحی و پیاده‌سازی برنامه های دیجیتال مانند اپلیکیشن‌های گردشگری، سایت‌های اطلاع‌رسانی که به معرفی جاذبه‌های گردشگری، فرهنگ و تاریخ منطقه زاینده‌رود پرداخته و امکاناتی برای تعامل با گردشـگران فراهم کنند، ایجاد کمپین های آنلاین در شـبکه های اجتماعی و تولید محتوای ویدیویی می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران و افزایش آگاهی درباره اهمیت حفاظت از این منطقه کمک کند.

**منابع**:


امینی نژاد، سیدرامین، صمدی، محسن، و رحمتی، مراحم. (۱۳۹۳). بحران کم آبی زاینده رود, پیامدهای و راهکارها. همایش ملی آب، انسان، زمین. زمین. https://sid.ir/paper/869135/fa

بهادری میمندی، سیدامیرعباس، دریاباری، سیدجمال الدین، و نجفی، عباس. (۱۳۹۷). نقش گردشگری در توسعه پایدار رامسر. نگرش های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، ۱۰(۲)، ۱۵۷-۱۴۷. https://sid.ir/paper/520835/fa

پورباقری علیرضا، تقوایی مسعود، هایرپطیان واچیک.(۱۴۰۲). تحلیلی بر عوامل موثر در توسعه شهر خلاق (نمونه موردی: شهر شیراز) .فضای جغرافیایی. ۲۳(۸۳)، ۲۳-۱. DOI:10.52547/GeoSpa.23.3. 1

تقوایی، مسعود، موسوی کیفته، مرضیه، قاسمی الوری، فاطمه. (۱۴۰۱). تبیین راهکارهای توسعهٔ گردشگری خلاق در خدمات گردشگری (مطالعهٔ موردی: شهر اصفهان). برنامه ریزی فضایی،۱۲(۴)، ۱۴۷-۱۲۵. https://doi.org/10.22108/sppl.2023.135565.1675

جدیدی، ناصر، و مطیفی فرد، نفیسه. (۱۳۹۵). بررسی جغرافیای تاریخی زاینده رود در روزگار صفویه. همایش بین المللی شرق شناسی، فردوسی و فرهنگ و ادب پارسی. https://sid.ir/paper/828600/fa

جعفری، جهانگیر، انوری فر، حسین، قندالی، مجتبی، زمانیان، نوید، و کاظمی، حسن. (۱۳۸۸). مروری بر روند آلودگی رودخانه زاینده رود. همایش ملی انسان، محیط زیست و توسعه پایدار. https://sid.ir/paper/815968/fa

چمنی، عاطفه، و کاظمی، محدثه. (۱۳۹۵). بررسی علل خشکی زاینده رود و تاثیر آن بر صنعت گردشگری در اصفهان از دیدگاه مردمی. کنفرانس بین المللی مخاطرات طبیعی و بحران های زیست محیطی ایران، راهکارها و چالش ها. https://sid.ir/paper/830517/fa

حنایی، غزاله، و عابدینی، حامد. (۱۳۹۹). تحول کارکرد پل در ساختار شهری اصفهان عصر صفوی (پل خواجو و پل الله¬وردی¬خان). شباک، ۶(۲ (پیاپی ۵۳) )، ۱۷۱-۱۸۰. https://sid.ir/paper/524891/fa

رحیمی فرد، قاسم، قربانی، رسول، بابایی اقدم، فریدون، و حیدری چیانه، رحیم.(۱۴۰۰) .ارزیابی شاخص های شهر خلاق در ایجاد گردشگری خلاق شهری (مطالعه موردی: خوی). پژوهشهای جغرافیای انسانی (پژوهش های جغرافیایی)، ۵۳(۴ )، ۱۵۰۹-۱۵۲۲.https://sid.ir/paper/1061538/fa

رحیمی، محمد، و پازند، فاطمه. (۱۳۹۵). الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۶(۳)،۱۲۴-۹۷.https://sid.ir/paper/223425/fa

زارع شهرکی، مژگان، ابراهیمی، عیسی، فرهادیان، امیدوار، و کیوانی، یزدان. (۱۳۹۸). بررسی زیست بوم دریاچه سد زاینده رود. علوم آب و خاک (علوم و فنون کشاورزی و منابع طبیعی)، ۲۳(۴)، ۳۶۵-۳۵۵. https://sid.ir/paper/396024/fa

سیدقاسمی، سمانه، ابریشم چی، احمد، و تجریشی، مسعود. (۱۳۸۵). ارزیابی تغییرات جریان رودخانه زاینده رود بر اثر تغییرات اقلیم. کنفرانس مدیریت منابع آب ایران. https://sid.ir/paper/815801/fa

سالاری پور، علی اکبر، حسام، مهدی، برادران سقرلو، آرش و حمیدی، آرمان.(۱۳۹۹). تبیین راهبردهای توسعه گردشگری خلاق در شهر رشت. گردشگری شهری، ۷(۳)، ۱۲۷-۱۴۲. https://sid.ir/paper/966542/fa

شفیعی، زاهد، فرخیان، فیروزه، و میرقدر، لیلا. (۱۳۹۳). اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری. جغرافیا، ۱۲(۴۳): ۲۷۸-۲۵۱. https://sid.ir/paper/150268/fa

شبانی، امیرحسین، و ایزدی، محمدسعید. (۱۳۹۳). رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق. نقش جهان، ۴(۲)، ۵۴-۶۳ . https://sid.ir/paper/500604/fa

کروبی، مهدی، ربانی، راضیه، یوسفی، جواد.(۱۴۰۲). بررسی دیدگاه انسان شناسی به ارتباطات اجتماعی در فضاهای خلاق گردشگری:محور چهارباغ اصفهان. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۱(۲۲)، ۲۴-۱.

فتوحی مهربانی، باقر، کلانتری، محسن، و رجایی، سیدعباس. (۱۳۹۵). شهر خلاق و شاخص های شهر خلاق ایرانی. جغرافیا، ۱۴ (دوره جدید)(۵۱)، ۱۰۱-۱۱۸. https://sid.ir/paper/497969/fa

گلمکانی، محمد، و کریم خواه، شکیبا. (۱۳۹۷). تدوین اصول طراحی شهر خلاق با تاکید بر شاخص های شهر خلاق (بررسی ۱۴ نمونه شهر خلاق در جهان). کنفرانس ملی الگوهای نوین در مدیریت و کسب و کار (با رویکرد حمایت از کارآفرینان ملی). https://sid.ir/paper/898977/fa

مومن زاده، سیداسداله، یزدیان، حامد، و حبیبی، ناصر. (۱۳۸۵). مدیریت حوضه زاینده رود و چالشهای فراروی آن. کنفرانس مدیریت منابع آب ایران،2 https://sid.ir/paper/815808/fa

مروج تربتی، خاطره، و پورنادری، حسین. (۱۳۹۲). بررسی تداوم سنت های موثر در شکل گیری پل خواجو بر اساس مطالعه تطبیقی پل های تاریخی شهر اصفهان. باغ نظر، ۱۰(۲۷)، ۷۰-۶۱. https://sid.ir/paper/125520/fa

محمدی علی, محرر معصومه, باباخانی فرد محمدصادق. (۱۳۹۵). گردشگری خلاق، ابزاری نوین برای توسعه صنعت گردشگری در ایران.کنفرانس بین المللی نخبگان مدیریت. https://sid.ir/paper/815808/fa

محقق فائزه, تقوایی مسعود، صادقی نگین. (۱۴۰۲). تبیین مؤلفه های اجتماعی، فرهنگی مؤثر بر گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران (محور زاینده رود اصفهان).نشریه مطالعات اجتماعی گردشگری،۱۱(۲۱)، ۶۹-۹۴. https://sid.ir/paper/864734/fa

محقق, تقوایی، مسعود، صادقی نگین. (۱۴۰۰). تبیین مؤلفه های گردشگری خلاق پایدار در کریدورهای طبیعی شهری مطالعه موردی: محور زاینده رود اصفهان. فصلنامه گردشگری شهری ۸(۴)، ۸۷-۱۰۲.SID. https://sid.ir/paper/965577/fa

نصیری قرقانی، بابک، و پیرمحمدزاده، امین. (۱۳۹۵). گردشگری و اقتصاد خلاق. همایش ملی اقتصاد خلاق. https://sid.ir/paper/881404/fa

نوفل، سیدعلیرضا، سعیدیان، فرشته، و مصدق، مریم. (۱۳۹۲). شهر خلاق؛ مسیری به سوی شهری پایدار. همایش ملی شهرسازی و معماری در گذر زمان. https://sid.ir/paper/863412/fa

Arcos-Pumarola, J., Paquin, A. G., Sitges, M. H. (2023). The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network. Heliyon, 9(1). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106

Chan, J. K. L., Tay, K. X., Phang, G. (2024). Exploring local community perspectives on the development of river tourism along the Petagas-Putatan River in Sabah, Malaysia. Heliyon, 10(14). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34313

Einali, J., Mohammadi Yeganeh, B., Ghasemlou, H. (2019). The role of creative tourism in sustainable development of rural areas (Case study: historic-cultural villages in north-west of Iran). Journal of Research and Rural Planning, 8(2), 19-39. http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.67441

Fachrudin, H. T., Lubis, M. D. (2016). Planning for riverside area as water tourism destination to improve quality of life local residents, case study: Batuan–Sikambing River, Medan, Indonesia. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 234, 434-441. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.10.261

Gaonkar, S., Sukthankar, S. V. (2025). Measuring and evaluating the influence of cultural sustainability indicators on sustainable cultural tourism development: Scale development and validation. Heliyon. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e42514

He, X., Cai, C., Tang, J., Shi, J., Yang, R. (2023). Analysis of coupling coordination and obstacle factors between tourism development and ecosystem services value: A case study of the Yellow River Basin, China. Ecological Indicators, 157, 111234. https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2023.111234

Liu, T., Kou, I. E. (2024). Determinants for the development of creative tourism: A stakeholder perspective. *Heliyon*, *10*(13). *https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e33727*

Lee, J., Lee, H. (2015). Deriving strategic priority of policies for creative tourism industry in Korea using AHP. Procedia computer science, 55, 479-484. doi: 10.1016/j.procs.2015.07.018

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. Annals of tourism research, 85, 102922. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922

Sun, J., Chen, D. (2025). Green Credit, Tourism Technology Innovation, and Sustainable Development of Tourism. International Review of Economics Finance, 104004. https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104004
Talukder, M. B., Kaiser, F. (2023). Economic Impact of River Tourism: Evidence of Bangladesh. *i-Manager's Journal on Management*, *18*(2), 47.
Vasileva, V., Kabakchieva, D. (2022). River tourism as factor for the development of the Danube tourist – Bulgaria. **https://doi.org/10.18509/GBP22123k**
https://zayandehrud.com/c/1882/

# تبیین پدیده وندالیسم در پل‌های تاریخی- گردشگری محور زاینده‌رود: عوامل و راهکارها

**امین اله بالیده**، دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران[۲۹]
**زهرا الحمدی**، کارشناس ارشد صنایع دستی دانشگاه سوره، تهران، ایران[۳۰]

## چکیده

وندالیسم گردشگری پدیده‌ای نوظهور نیست و برای مدت طولانی ادامه داشته است. در واقع گردشگران در طول بازدید خود از جاذبه‌های گردشگری می‌توانند از راه‌های مختلف اعمال خرابکارانه انجام دهند. اما مهم‌تر از هر چیز، علل انجام این رفتار توسط گردشگران است. از این رو پژوهش هدف اصلی این پژوهش بررسی علل وندالیسم گردشگری از طریق روش مصاحبه و ارائه توصیه‌هایی به منظور جلوگیری از آسیب به بناهای دارای ارزش تاریخی است. محدوده مورد بررسی پژوهش حاضر، پل‌های تاریخی محدوده زاینده رود شهر اصفهان است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۳ نفر از متخصصان بخش‌های دولتی و خصوصی مرتبط با موضوع گردشگری بوده است. این افراد از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند (گلوله برفی)، شناسایی و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند. نتایج نشان دهندهٔ این است که عواملی از قبیل ناکارآمدی قوانین، عدم آموزش گردشگران، کمبود بودجه، عدم مدیریت مطلوب، عدم نظارت و محافظت شایسته از این پل‌های تاریخی مهمترین علل خرابکاری گردشگران در این محدوده به شمار می‌آیند.

**واژگان کلیدی:** وندالیسم گردشگری، گردشگری شهری، پل‌های تاریخی، زاینده رود، اصفهان.

---

[۲۹] . نویسنده مسئول: ایمیل (Balidehamin7@gmail.com)

[۳۰] . رئیس اداره آموزش، حمایت از تولید و بازرگانی صنایع دستی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس (Zahra.alhamdi@yahoo.com)

## طرح مسئله

در طول دهه‌های گذشته مطالعات گردشگری نشان داده است که جاذبه‌های گردشگری جذاب و به خوبی مدیریت شده، برای سلامت سیستم گردشگری بسیار حائز اهمیت هستند (Fyall et al, 2022: 17). چراکه جاذبه‌ها به عنوان ستون فقرات بخش گردشگری، نمادهای کلیدی در تلاش‌های بازاریابی مقصد هستند و اغلب برای هدایت پروژه‌های بازسازی و پیشرفت‌های جدید استفاده می‌شوند (leask, 2010: 5). مسلماً، جاذبه‌های گردشگری نقشی اساسی در ارتقای جذابیت مقاصد گردشگری دارند؛ زیرا آن‌ها به عنوان محرک برای سفرهای محلی و تفریحی عمل می‌کنند (Bhati & Pearce, 2017: 15). درواقع جاذبه‌ها بخشی از صنعت گردشگری هستند که به عنوان یک کاتالیزور یا انگیزه برای مردم به منظور انجام این کار عمل می‌کنند. در این رابطه بسیاری از محققان متفق القول هستند که جاذبه‌ها، یکی از ارکان اصلی فعالیت‌های گردشگری هستند و بدون آن‌ها برای اکثر گردشگران تمایل به بازدید محدودی وجود خواهد داشت (Albrecht, 2017: 22).

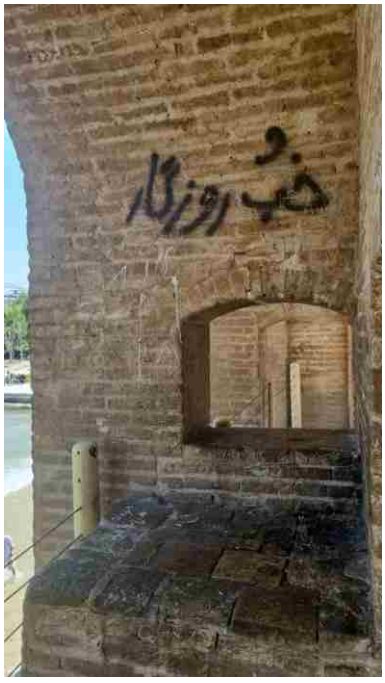
امروزه بناهای تاریخی از مهمترین منابع گردشگری کشورها به شمار می‌آیند. دلیل این امر این است که تنوع فرهنگی، منحصر به فرد بودن و غنای یک منطقه نقش مهمی در پتانسیل گردشگری آن دارد و ضامن آینده گردشگری آن منطقه است (Qwatekana et al, 2021: 188). در واقع بناهای تاریخی، از مهمترین منابع و سرمایه‌های اصلی گردشگری یک کشور می‌باشند؛ چرا که غنای فرهنگی یک منطقه به موفقیت بخش گردشگری کمک زیادی می‌کند (Yılmaz et al. 2020:95). با این حال در شرایط کنونی بسیاری از این آثار در معرض آسیب‌های جدّی قرار دارند. امروزه با توسعه سریع بخش گردشگری، وندالیسم یا خرابکاری توریستی به طور گسترده در کشورها و مناطق مختلف مورد بحث قرار گرفته است. در واقع اقدام‌های خرابکارانه چه توسط گردشگران مستقل یا گردشگران گروهی، به صورت عمدی یا غیرعمدی، اتفاقی یا مکرر انجام شود؛ به محیط اطراف و کیفیت منابع، اموال عمومی یا خصوصی، ایمنی گردشگران و غیره آسیب زیادی می‌رساند. همچنین خرابکاری توریستی هزینه‌های مدیریت مقاصد گردشگری را به شدت افزایش می‌دهد. به عنوان مثال هزینه تعمیرات سالانه ناشی از خرابکاری توریستی تا ۷۹/۲ میلیون دلار در پارک‌های ملی ایالات متحده و تمیز کردن و نگهداری آن به مبلغ ۱۸/۸ میلیون دلار رسیده است. همچنین ۱۰ درصد از بودجه سالانه جنگل‌های تفریحی در بِث، کانادا برای جبران خسارات ناشی از فعالیت‌های خرابکارانه گردشگران استفاده می‌شود (Wu et al, 2020: 15). بدیهی است که وندالیسم گردشگران همواره یکی از عوامل اصلی بدتر شدن کیفیت محیط‌های گردشگری و ایمنی آن‌ها بوده است.

امروزه وندالیسم یکی از مشکلاتی است که جوامع گردشگرپذیر تقریباً در همه جنبه‌های زندگی با آن مواجه هستند. برخی از رفتارهای خرابکارانه رایج شامل نوشتن بر روی دیوارها، آسیب رساندن به آثار در موزه‌ها، حکاکی نام در مکان‌های عمومی، شکستن شیشه‌های ساختمان‌ها، استفاده از علائم و چراغ‌های راهنمایی به عنوان هدف و برداشتن قطعاتی از آثار تاریخی می‌باشند. در واقع وندالیسم که از تمام جهات یک رفتار منفی تلقی می‌شود، در زمینه جبران خسارت وارده موجب ضرر مالی می‌گردد (Yılmaz et al. 2020:92). اما خرابکاری توسط گردشگران نه یک پدیده جدید و نه یک روند گذرا و موقت است. به بیان دیگر این مسئله ریشه تاریخی دارد و مشکلی است که در صورت عدم مدیریت و کنترل ادامه خواهد داشت. بسیاری از مکان‌های گردشگری شواهدی از خرابکاری را نشان می‌دهند که برخی از آن‌ها قدمتی طولانی دارند (Bhati & Pearce, 2016: 2). در شرایط کنونی حجم قابل توجهی از ادبیات گردشگری نشان می‌دهد که رفتار گردشگران می‌تواند هم بر جامعه میزبان و هم بر محیط زیست تأثیرات منفی داشته باشد. با این وجود، نبایستی این تأثیرات را یکنواخت یا اجتناب‌ناپذیر دانست؛ چرا که گردشگران در نظام ارزشی خود متفاوت هستند. برخی برای فرهنگ‌های محلی و محیط بازدید شده احترام زیادی قائل هستند و می‌خواهند از این منابع محافظت کنند. در مقابل، برخی نسبت به محیط‌های اجتماعی-فرهنگی و بیوفیزیکی خود بی‌تفاوت هستند. با این حال، هر دو رفتار بدخواهانه و غیرعمدی ممکن است تأثیرات منفی بر مکان‌های بازدید شده داشته باشد (Albrecht, 2017: 102). بررسی این رفتارها و شناسایی آسیب‌ها نه تنها در مناطق عمومی، بلکه برای پدیده گردشگری که از مکان‌های تاریخی به عنوان منبع استفاده می‌کنند بسیار مهم است.

در حال حاضر آثار وندالیسم که در سراسر جهان توجه مردم را به خود جلب نموده و بر بسیاری از مناطق تأثیر منفی دارد، در تمام زمینه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. این مفهوم عموماً به‌عنوان تخریب عمدی کالاهای متعلق به موسسات دولتی و خصوصی به روش‌های مختلف و اغلب عمدی تعریف می‌شود. در واقع وندالیسم به مفهومی تبدیل شده است که به جای این که صرفاً

موضوعی حقوقی باشد، جزء علایق حوزه‌هایی مانند روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، جرم‌شناسی و معماری است و به بسیاری از رشته‌ها مربوط می‌گردد. یکی از مهمترین این حوزه‌ها گردشگری است. بنابراین وندالیسم توسط محققان رشته‌های مختلف و به روش‌های گوناگونی توصیف شده است (Yılmaz et al. 2020:96). مطالعات در مورد وندالیسم، به ویژه در دهه ۱۹۸۰، عمدتاً در چارچوب وسیع جرم‌شناسی، با استفاده از مفاهیم و نظریه‌های روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی انجام گردید (Bhati, 2023: 2). در مجموع مطالعات مربوط به وندالیسم بیشتر در زمینه تفریح و اوقات فراغت، جرم‌شناسی، روانشناسی و جامعه-شناسی انجام شده است. اما وندالیسم در گردشگری پدیده‌ای پیچیده است که نیازمند تفکر و ارزیابی سیستماتیک است (Bhati, 2023: 1). در واقع ادبیات گردشگری این ایده را تقویت می‌کند که عوامل محرک پشت هر شکل از خرابکاری باید با کمک رویکردهای چند بعدی مورد بررسی قرار گیرند.

امروزه وقوع وندالیسم در سازه‌های با ارزش تاریخی و فرهنگی تا حد زیادی در محیط‌های شهری مشاهده می‌گردد. در واقع آسیب‌های وارده به مکان‌های تاریخی، کلیساها، مجسمه‌ها، پل‌های تاریخی و غیره که از مهمترین منابع گردشگری شهری به شمار می‌آیند، مستقیماً بر کلّیت این صنعت تأثیر می‌گذارد. تخریب این سازه‌ها در نهایت چالش‌هایی را برای بخش گردشگری، به ویژه گردشگری تاریخی و فرهنگی به همراه دارد. در شهرهای گردشگرپذیر، اغلب شهرداری‌ها موظف به حفظ جاذبه‌ها و ارائه خدمات ضروری برای حمایت از فعالیت‌های گردشگری هستند. با این حال، یکی از بزرگترین محدودیت‌های نهادهای مربوطه، بودجه محدود است. بنابراین در زمینه آثار تاریخی ارزشمند، وندالیسم به عنوان رفتاری مخرب، در زمینه ترمیم آسیب‌های وارده و مرمت آن‌ها خسارت مالی زیادی به شهرهای گردشگرپذیر وارد می‌نماید. همچنین این پدیده کیفیت محیط‌های تفریحی و سایت‌های تاریخی را پایین آورده و ایمنی را به خطر می‌اندازد. از این رو پیشگیری از انجام خرابکاری موضوعی کاملاً مهم برای تداوم صنعت گردشگری است. در این شرایط، انجام تحقیقات کیفی و ارائه توصیه‌های پیشگیرانه به منظور کشف علل آسیب‌های عمدی به محوطه‌ها و بناهای تاریخی در سطوح ملی و بین‌المللی بسیار حائز اهمیت است.




**شکل (۱) دیوارنویسی در بخش فوقانی پل تاریخی سی و سه پل (نگارندگان، ۱۴۰۴).**

بررسی تحقیقات انجام شده حاکی از آن است که در حال حاضر درکی یکپارچه و جامع از مفهوم وندالیسم شکل نگرفته است. در واقع تحقیقات مربوط به چارچوب نظری پایه هنوز ضعیف بوده و به عوامل اولیه وندالیسم و مکانیسم مولّد آن توجه کافی نگردیده است. این امر تأثیر زیادی بر مدیریت وندالیسم گردشگری گذاشته است؛ چرا که بررسی این رفتارها و شناسایی علل ارتکاب آن‌ها در شهرهای گردشگرپذیر، بسیار حائز اهمیت است. در شرایط کنونی آسیب‌های ناشی از تخریب آثار تاریخی و

فرهنگی در مقاصد گردشگری کشورمان به حد بحرانی رسیده است. یکی از مهمترین سایت‌های تاریخی که دستخوش آسیب-هایی از این نوع گردیده، پل‌های تاریخی محور زاینده رود در کلان‌شهر اصفهان می‌باشد. در واقع محدوده رودخانه زاینده رود علاوه بر جذب نمودن گردشگران طبیعی، به واسطه وجود پل‌های تاریخی از قبیل پل مارنان، پل خواجو، سی و سه پل و غیره، نظر گردشگران فرهنگی- تاریخی را نیز به خود جلب می‌نمایند. متأسفانه در سال‌های اخیر، این پل‌های تاریخی دستخوش گونه‌های مختلفی از وندالیسم گردشگری شده و در مواردی به شدّت آسیب دیده‌اند. از این رو بررسی علل وندالیسم گردشگری در این محدوده به عنوان هدف پژوهش حاضر بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

## روش پژوهش

هدف اصلی این پژوهش بررسی علل وندالیسم گردشگری از طریق روش مصاحبه و ارائه توصیه‌هایی به منظور جلوگیری از آسیب به بناهای دارای ارزش تاریخی است. انتخاب روش تحقیق کیفی از آن رو است که احتمالاً از طریق روش‌های تحقیق کیفی بتوان در این رابطه به داده‌ها و اطلاعات دقیق‌تری دست یافت. در واقع تحقیق کیفی را می‌توان به عنوان روش تحقیقی تعریف نمود که شامل فرآیندهای جمع‌آوری اطلاعات مانند مشاهده، مصاحبه و تجزیه و تحلیل اسناد است و ادراکات و رویدادها را در محیط طبیعی آن‌ها بررسی نموده و آن‌ها را به صورت واقعی و در حالتی بسیار دقیق آشکار می‌سازد. در تکنیک مصاحبه که اغلب در تحقیقات کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد، محقّق نقش بسیار مهمی دارد؛ زیرا می‌خواهد افکار و احساسات فرد را در رابطه با سوالاتی که از قبل درباره موضوع تحقیق آماده کرده است و یا با هدایت سوالات در لحظه و متناسب با شرایط مصاحبه، آشکار نماید. در تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، روش تحلیل توصیفی که یکی از تکنیک‌های تحلیل در تحقیقات کیفی است، مورد استفاده قرار گرفته است. تحلیل توصیفی را می‌توان به عنوان تکنیکی تعریف نمود که در آن اطلاعات به دست آمده با توجه به موضوعات تعیین شده قبلی خلاصه و تفسیر می‌شود. در این تکنیک از نقل قول‌های مستقیم برای انعکاس نظرات مصاحبه شوندگان به خوبی استفاده می‌گردد. همچنین تفسیر داده‌های جمع‌آوری شده در چارچوب روابط علّت و معلولی انجام می‌شود. به منظور حصول اطمینان از روایی و پایایی پژوهش، ابتدا فرم مصاحبه در اختیار سه نفر از کارشناسان حوزه گردشگری شهری قرار گرفت و فرم نهایی مصاحبه بر این اساس تنظیم گردید. سپس از کارشناس دیگری خواسته شد تا بررسی نمایند که آیا سؤالات مطرح شده واضح است و موضوع مورد بررسی را پوشش می‌دهد یا خیر. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۳ نفر از متخصصان بخش‌های دولتی و خصوصی مرتبط با موضوع گردشگری در کلان‌شهر اصفهان اعم از دانشگاهیان، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، رانمایان تور و غیره بوده است. این افراد از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند (گلوله برفی)، شناسایی و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند.

## بحث و یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر به منظور شناسایی علل وندالیسم در گردشگری شهری و آسیب گردشگران به پل‌های تاریخی محور زاینده‌رود، پس از تحلیل محتوای پژوهش‌های انجام شده و بررسی ابعاد مختلف و شاخص‌های مرتبط با پژوهش از روش مصاحبه استفاده گردید. روش‌های کیفی غالباً به منظور کشف ایده‌های نوآورانه و قابل اطمینان و همچنین جمع‌آوری اطلاعات قابل استناد در مورد مطالعه استفاده می‌شوند. لذا ۲۳ نفر از متخصصین از بین کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و شهرداری، دانشجویان مقطع دکتری، اساتید دانشگاه، محققین، مدیران آژانس‌های مسافرتی و راهنمایان تور مرتبط با حوزه گردشگری از طریق روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند. استفاده از نمونه بزرگتر با توجه به مشکلات جمع‌آوری داده‌ها خودداری گردید.

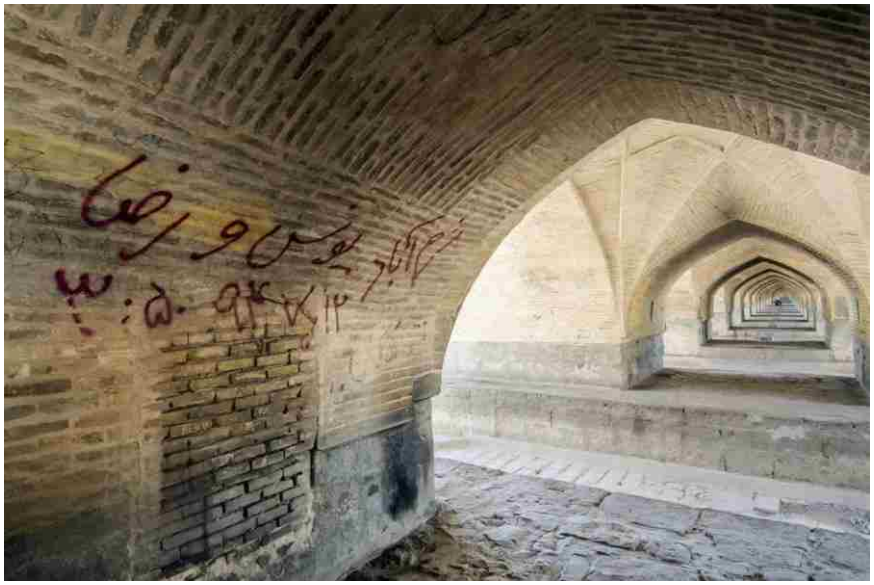
نتایج پایش پاسخ‌های مصاحبه شوندگان در بخش کیفی پژوهش نشان‌دهنده این است که ۹۵/۶ درصد خبرگان و متخصصین (۲۲ نفر) اعتقاد دارند که شاخص قوانین کارآمد می‌تواند یکی از شاخص‌های اثرگذار بر وندالیسم گردشگری باشد. ۹۱/۳ درصد پاسخگویان (۲۱ نفر) در رابطه با شاخص نظارت و ۷۸/۲ درصد نیز در رابطه با عادات گردشگران و بازدیدکنندگان اتفاق نظر داشته‌اند. در رابطه با شاخص آموزش ۹۵/۶ درصد خبرگان و متخصصین آن را بسیار با اهمیت و دارای اولویت دانسته‌اند.

همچنین ۸۶/۹ درصد به شاخص محافظت فیزیکی، ۹۱/۳ درصد به شاخص مدیریت و ۸۶/۹ درصد در رابطه با شاخص برنامه‌ریزی اتفاق نظر داشته‌اند.

**جدول (۱) نتایج مصاحبه با خبرگان و متخصصین (نگارنده، ۱۴۰۴)**

| شاخص | فراوانی (تکرار شاخص در مصاحبه‌ها) | درصد |
|---|---|---|
| **قوانین کارآمد** | ۲۲ | ۹۵/۶ |
| **نظارت** | ۲۱ | ۹۱/۳ |
| **عادات** | ۱۸ | ۷۸/۲ |
| **آموزش** | ۲۲ | ۹۵/۶ |
| **محافظت فیزیکی** | ۲۰ | ۸۶/۹ |
| **مدیریت** | ۲۱ | ۹۱/۳ |
| **برنامه‌ریزی** | ۲۰ | ۸۶/۹ |
| **بودجه** | ۲۲ | ۹۵/۶ |
| **مجموع** | **۲۳** | **۱۰۰** |

از یک سو با در نظر گرفتن نتایج به دست آمده از بررسی عوامل و شاخص‌های موثر بر وندالیسم گردشگری شهری در مرحله مصاحبه و ارزیابی نظرات پاسخگویان و از سوی دیگر با محور قرار دادن یافته‌های بخش اول پژوهش (بررسی مبانی نظری)، عوامل اثرگذار بر وندالیسم گردشگری شهری در محور زاینده رود اصفهان در قالب ابعاد چهارگانه (اقتصادی، نهادی، زیرساختی و اجتماعی- فرهنگی) شناسایی گردید.



**شکل (۲) دیوارنویسی و محل روشن کردن آتش زیر پل‌های تاریخی (نگارندگان، ۱۴۰۴).**

در مجموع این پژوهش اهمیت سیاست‌های دولت، استراتژی‌های ذینفعان و شیوه‌های مدیریت جاذبه‌ها در پیشگیری و کنترل خرابکاری را حائز اهمیت می‌داند. سایر رویکردهای خرابکاری در بخش گردشگری بر نگرش‌های جامعه محلی و ذینفعان متمرکز است. به عنوان مثال، رویکرد ذینفعان با مفهوم پایداری در توسعه گردشگری مرتبط است، جایی که استراتژی‌های موثر پیشگیری از اعمال خرابکاری، درآمد و امنیت مالی را برای سهامداران در یک مقصد گردشگری فراهم می‌کند. این رویکرد به شکل‌گیری مشارکت‌های گسترده‌تری در بین بسیاری از گروه‌های ذینفع منجر می‌گردد. بنابراین با وندالیسم گردشگری باید به طرق گوناگون برخورد شود و با استفاده از راهبردهای عملی متعدد به این مسائل پاسخ داده شود. این امر می‌تواند شامل استراتژی

هایی باشد که بر رفتار بازدیدکنندگان، حفاظت فیزیکی جاذبه، تغییر و تطبیق اهداف با وضع موجود، آموزش جامعه و اتخاذ یک رویکرد جمعی فراگیر برای مدیریت پل‌های تاریخی باشد.

**جدول (۲) نوع و سطح آسیب به پل های تاریخی محور زاینده رود (نگارنده، ۱۴۰۴)**

| پل‌ها | نوع خرابکاری | سطح آسیب | راهکارها |
|---|---|---|---|
| سی و سه پل | روش کردن آتش<br>دیوارنویسی سیاسی<br>خراشیدن دیواره‌ها با ابزار | بالا | - استفاده از واحدهای سیار پلیس گردشگری؛<br>- جرم‌انگاری آسیب به پل‌ها؛<br>- اعمال قوانین سختگیرانه؛<br>- اعمال جریمه‌های سنگین؛<br>- اجرای برنامه های گسترده آگاه سازی شهروندان. |
| پل خواجو | انفجار ترقه<br>نوشتن یادگاری | بالا | |
| پل مارنان | روشن کردن آتش<br>خراشیدن دیواره‌ها با ابزار | متوسط | |

## نتیجه‌گیری

امروزه مقابله با رفتار خرابکارانه گردشگران در سفر به یک مشکل اساسی تبدیل شده است. از این رو، رویکردهای توسعه پایدار، گردشگری سبز و حفاظت از میراث باستانی و تاریخی در سراسر جهان توصیه شده است. در این راستا وندالیسم گردشگری باید با استفاده از رویکردهای متعدد، از جمله استراتژی‌های منتج از تحلیل رفتار بازدیدکنندگان و گردشگران، تا اتخاذ رویکردی فراگیر که گروه‌های مختلفی از ذینفعان را در بر می‌گیرد، کاهش یافته و نهایتاً حذف گردد. محور زاینده رود در کلان‌شهر اصفهان به عنوان یک مقصد گردشگری شهرت دارد و دارای مناظر دیدنی، فرهنگ غنی و میراث تاریخی ارزشمندی می‌باشد که در قالب پل‌های تاریخی و بسیار زیبا نمایان شده‌اند. این پل‌های تاریخی گردشگران و بازدیدکنندگان را از سراسر جهان به خود جذب نموده و از این طریق کمک قابل توجهی به اقتصاد شهری می‌کنند. امروزه آسیب‌هایی که در قالب وندالیسم گردشگری به این پل‌های تاریخی وارد می‌شود، جدای از ایجاد محیطی نامطلوب می‌تواند طول عمر این آثار ارزشمند را به طور جدی کاهش دهد. بنابراین در پژوهش حاظر به بررسی علل بروز وندالیسم گردشگری در محدوده مورد مطالعه از دیدگاه کارشناسان و خبرگان پرداخته شد. نتایج نشان‌دهندهٔ آن است که علل و عواملی از قبیل قوانین ناکارآمد، عدم آموزش گردشگران، کسری بودجه، عدم مدیریت و برنامه‌ریزی مطلوب، عدم نظارت و محافظت شایسته از این پل‌های تاریخی مهمترین علل آسیب‌پذیری بالای این فضاهای ارزشمند از وندالیسم گردشگری به شمار می‌آیند.

## پیشنهادها

به منظور مدیریت و مقابله با وندالیسم گردشگری در محدوده مورد مطالعه، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد.

- ممنوعیت فروش اسپری رنگ و ابزار نوک‌تیز به افراد زیر سن قانونی و دارای سابقه خرابکاری؛
- ایجاد گروه‌های پاکسازی و حذف دیوارنویسی و زباله؛
- ایجاد امکان گزارش خرابکاری در حال وقوع به کارکنان با استفاده از شماره تماس تلفنی یا پیامک برای شهروندان؛
- پاکسازی محیط فیزیکی و اجتماعی محل جذب گردشگر؛
- استفاده از مواد مقاوم در برابر خرابکاری مانند سطوح ضد دستکاری، تجهیزات مقاوم در برابر شکستن و پنل‌های شیشه‌ای؛
- افزایش روشنایی در مناطق خلوت و نصب حصارهای مرزی مقاوم؛
- نصب دوربین‌های مداربسته عملیاتی و ساختگی؛
- بکارگیری رویکردی جامع برای ریشه‌کن نمودن خرابکاری؛
- شناسایی نقاط ضعف و ارائه توصیه‌هایی برای بکارگیری بهترین شیوه‌ها به ذینفعان؛
- افزایش حضور و دید کارکنان گشت و پلیس گردشگری؛
- ایجاد زمینه‌های نظارت اجتماعی برای سهامداران کلیدی و شهروندان؛
- جلب حمایت و مالکیت اجتماعی؛
- اجرای برنامه‌های آموزشی برای بازدیدکنندگان قبل یا در حین بازدید؛
- افزایش سطح آگاهی ذینفعان و متولیان؛
- ارائهٔ پروژه‌های مشترک بین شهروندان، گردشگران و مدیریت سایت؛
- استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای آموزش بازدیدکنندگان و جلب حمایت اجتماعی؛
- جلب مشارکت جامعه از طریق ایجاد روابط با گروه‌های کلیدی و اثرگذار.

## منابع


- Albrecht, J. N. (Ed.). (2017). *Visitor management in tourism destinations*. CABI. https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.1079/9781780647357.0000
- Bhati, A., & Pearce, P. (2016). Vandalism and tourism settings: An integrative review. *Tourism Management*, *57*, 91-105. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517716300644
- Bhati, A., & Pearce, P. (2017). Tourist attractions in Bangkok and Singapore; linking vandalism and setting characteristics. Tourism management, 63, 15-30. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517717301140
- Bhati, A. (2021). Psychographic variables, tourist behaviour and vandalism in the South-East Asian tourism sector. *Plos one*, *16*(6), e0252195. https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0252195
- Bhati, A. (2023). Tourism research and tackling vandalism: Shifting the approach. *Tourism and Hospitality Research*, *23*(2), 275-281. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14673584221100707
- Fyall, A., Garrod, B., Leask, A., & Wanhill, S. (Eds.). (2022). *Managing visitor attractions*. London: Routledge. https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781003041948&type=googlepdf
- Leask, A. (2010). Progress in visitor attraction research: Towards more effective management. *Tourism management*, *31*(2), 155-166. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517709001708
- Qwatekana, Z., Ndlovu, T. P., Zondi, N. E., & Luthuli, M. S. (2021). Vandalism of monuments and neglect: a concern for heritage tourism. *International Journal of Advanced Science and Technology; Vol. Vol 30, Issue No 1*. *https://www.researchgate.net/profile/Zikho-Qwatekana/publication/365173567_Vandalism_Of_Monuments_and_Neglect_A_Concern_for_Heritage_Tourism/links/6367e7f254eb5f547cac198a/Vandalism-Of-Monuments-and-Neglect-A-Concern-for-Heritage-Tourism.pdf*
- Wu, J. H., Lin, H. W., & Liu, W. Y. (2020). Tourists' environmental vandalism and cognitive dissonance in a National Forest Park. *Urban Forestry & Urban Greening*, *55*, 126845. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1618866720306622
- Yılmaz, İ., Tabak, G., & Samur, A. N. (2020). Vandalism problem in tourism and solution proposals: The case of Nevşehir. *Journal of multidisciplinary academic tourism*, *5*(2), 95-103. https://dergipark.org.tr/en/pub/jomat/issue/56408/706294

# تحلیلی بر وضعیت شکوفایی گردشگری در محور تاریخی– طبیعی زاینده‌رود

**امین اله بالیده**، دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران[۳۱]
**مسعود تقوایی**، استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران[۳۲]
**مرضیه مشغول الذکر**، کارشناس ارشد باستان‌شناسی تاریخی دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت، مرودشت، ایران[۳۳]

## چکیده

در حال حاضر گردشگری موجب جلب مسافران به شهرها و کلان‌شهرها می‌شود و این امر علاوه بر تعاملات فرهنگی شهروندان و گردشگران، به نوبهٔ خود به معنای کسب درآمد و سود برای بخش‌های مختلف اقتصاد شهری می‌باشد. در واقع درآمد به دست آمده از بخش گردشگری به نوبهٔ خود باعث گردش پول و در نتیجه رونق اقتصاد شهری در کلان‌شهرها می‌شود. از این رو شناخت وضعیت شکوفایی گردشگری شهری در کلان‌شهرهای گردشگرپذیر ضروری است. هدف پژوهش حاضر ارزیابی وضعیت شکوفایی گردشگری در محور تاریخی- طبیعی زاینده‌رود در کلان‌شهر اصفهان می‌باشد. در راستای رسیدن به هدف پژوهش از روش‌های توصیفی- تحلیلی و پیمایشی استفاده شده است. همچنین جهت انجام آزمون‌های آماری توصیفی و استنباطی، از نرم افزار Spss استفاده شده است. نتایج بیانگر شرایط نامطلوب محدوده مورد مطالعه و به معنای دیگر، وضعیت کمتر از حد متوسط شاخص شکوفایی گردشگری شهری (اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی) از دیدگاه کارشناسان بوده است.

**واژگان کلیدی:** شکوفایی شهری، گردشگری شهری، شکوفایی گردشگری، زاینده‌رود، اصفهان.

[۳۱] . نویسنده مسئول: ایمیل (Balidehamin7@gmail.com)
[۳۲] . (m.taghvaei@geo.ui.ac.ir)
[۳۳] . (elham.62920@gmail.com)

## طرح مسئله

امروزه افزایش توجه و حمایت از ایده شکوفایی شهری، زمینه را برای درک بهتر بحران‌های شهری معاصر از طریق ارزیابی‌های دقیق فراهم کرده است؛ زیرا شاخص شکوفایی شهری (CPI) این امکان را برای مسئولان و ذی‌نفعان فراهم می‌آورد تا فرصت‌ها و ظرفیت‌های مداخله در راستای بهبود رفاه و رونق شهرها را شناسایی کنند (دانش‌پور و همکاران، ۱۳۹۷: ۳). به همین دلیل، شاخص شکوفایی شهری نخستین‌بار در سال ۲۰۱۲ از سوی برنامه اسکان سازمان ملل و توسط ژان کلوس، مدیر اجرایی وقت این برنامه، در اثری با عنوان «دوران بحران» معرفی شد (وانگ، ۲۰۱۵: ۳). به‌طور کلی، ارتقای این شاخص در شهرها می‌تواند زمینه‌ساز گسترش توسعه پایدار شهری باشد (احدنژاد و همکاران، ۱۳۹۷: ۵).

در رویکرد شکوفایی شهری، قوانین، نهادهای حاکمیتی و نظام‌های برنامه‌ریزی شهری نقش محوری ایفا می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که مؤلفه‌هایی نظیر عدالت شهری، تولید، کیفیت زندگی، پایداری محیط‌زیستی و توسعه زیرساخت‌ها، بنیان‌های اصلی آن را تشکیل می‌دهند (UN-Habitat, 2013: 12). از سوی دیگر، گردشگری در عصر حاضر به‌عنوان یکی از صنایع دارای نرخ رشد بالا، به‌شکل چشمگیری در بهبود اقتصاد محلی و ملی نقش‌آفرین است(Scott & Lemieux, 2010: 146). شهرها از جمله مهم‌ترین مقاصد گردشگران برای اقامت به شمار می‌روند و گردشگری شهری گونه‌ای از گردشگری است که در آن شهروندان علاقه‌مند به جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی، مذهبی و سایر جاذبه‌ها، بخشی از زمان خود را در این مکان‌ها سپری می‌کنند (Higham & Lueck, 2002: 39). نواحی شهری، به‌دلیل برخورداری از میراث تاریخی و فرهنگی غنی، در اغلب موارد به‌عنوان مقاصد مهم گردشگری شناخته می‌شوند.

علاوه بر این، حتی در شرایطی که جاذبه‌های گردشگری در خارج از محدوده‌های شهری واقع باشند، شهرها به‌دلیل ایفای نقش خدمات‌رسانی به نواحی پیرامونی، در فرآیند گردشگری دخیل هستند. از این‌رو، بخش قابل توجهی از امکانات و زیرساخت‌های گردشگری در درون شهرها متمرکز می‌شود. به‌گونه‌ای که شهرهای گردشگرپذیر، الگوی منسجمی از کاربری‌های مرتبط با گردشگری ارائه می‌دهند و ساختار اقتصادی آن‌ها عمدتاً بر فعالیت‌های تفریحی و تفرجی متمرکز است. به بیان دیگر، شهرهایی که از ظرفیت‌های گردشگری برخوردارند، به‌دلیل تمرکز زیرساخت‌های فیزیکی و نهادهای مدنی، می‌توانند به‌عنوان مقاصد مطلوب برای جذب گردشگران تلقی شوند (فرجی‌راد و سیدنصیری، ۱۳۸۹: ۳۰). در نتیجه، شهرها و کلان‌شهرها به‌مثابه واحدهای جغرافیایی برجسته، نقش محوری در فرآیند گردشگری ایفا می‌کنند (Hwang et al, 2006: 1057). در این میان، در زمینه شناسایی الگوهای گردشگری شهری، تمرکز اصلی بر کلان‌شهرهایی است که واجد جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و فرهنگی می‌باشند. از منظر اقتصادی، گردشگری شهری افزون بر ایجاد درآمدهای مستقیم و غیرمستقیم، منجر به انتقال بخشی از قدرت خرید از سایر مناطق به شهرهای میزبان، تقویت پویایی تولید و توزیع، توسعه فرصت‌های شغلی و خدماتی و تسریع در گردش مالی درون‌شهری می‌گردد.

از این‌رو، گردشگری در شهرها و کلان‌شهرها به عنوان نوعی دادوستد اقتصادی تلقی می‌شود که در یک سو گردشگران و در سوی دیگر جامعه میزبان قرار دارند. این تعامل در چارچوب عرضه و تقاضا، ساختار اقتصاد گردشگری شهری را شکل می‌دهد (مافی و ساقی، ۱۳۸۹: ۴). در نتیجه، رونق صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین و هم‌راستاترین ابزارها برای تحقق توسعه و شکوفایی شهری به شمار می‌آید. این صنعت به واسطه ماهیت چندبُعدی و پیچیده خود، نیازمند مشارکت بخش‌های مختلف و متنوع جامعه است و آثار گسترده‌ای اعم از مثبت و منفی در سطوح گوناگون بر جای می‌گذارد (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۲: ۳). با این حال، تجربیات معاصر حاکی از آن است که در هر منطقه‌ای که توسعه گردشگری به‌صورت تصادفی و فاقد برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص صورت گرفته، مشکلات متعددی پدید آمده است؛ به‌گونه‌ای که در بلندمدت، چالش‌های ناشی از گردشگری فراتر از منافع آن بوده است (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۳). بنابراین، علی‌رغم مزایای فراوان صنعت گردشگری، در صورت فقدان برنامه‌ریزی اصولی، این فعالیت می‌تواند به عنوان عاملی زیان‌بار و ناپایدار تلقی شود (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). از این منظر، توسعه گردشگری نیازمند مدیریت بهینه و حرکت هدفمند در مسیر اقدامات توسعه‌محور، به منظور دستیابی به شکوفایی و پایداری شهری است.

در حقیقت، شکوفایی صنعت گردشگری در شهرها مستلزم بهره‌گیری از چارچوبی کارآمد برای ارزیابی و برنامه‌ریزی دقیق در این حوزه است. فقدان چنین چارچوبی می‌تواند پیامدهای زیان‌بار و آسیب‌های جبران‌ناپذیری را برای این بخش به همراه داشته

باشد. از این‌رو، تدوین و ارائه شاخص‌های سنجش شکوفایی گردشگری شهری با هدف ارزیابی وضعیت موجود در شهرهای گردشگرپذیر و طراحی راهبردهای منسجم و اجرایی به منظور توسعه این بخش، که با شرایط و الزامات آتی این شهرها سازگاری داشته باشد، امری ضروری تلقی می‌گردد. بر همین اساس، پژوهش حاضر شهر اصفهان را به عنوان یکی از مستعدترین مقاصد گردشگری کشور به عنوان محدوده مورد مطالعه انتخاب کرده است؛ شهری که قابلیت‌های چشمگیر خود را عمدتاً مرهون وجود آثار تاریخی ارزشمند و غنای فرهنگی و مذهبی می‌باشد. با توجه به این که کلان‌شهر اصفهان به عنوان یکی از قطب‌های اصلی گردشگری کشور، سالانه میزبان شمار قابل توجهی از گردشگران داخلی و خارجی است، این پژوهش در گام نخست به تحلیل شرایط محدوده مورد مطالعه از طریق مدلی از قبل ارائه شده برای شکوفایی گردشگری شهری می‌پردازد. در ادامه، با بهره‌گیری از مدل مذکور، وضعیت موجود محور تاریخی- طبیعی زاینده رود از منظر شاخص‌های شکوفایی گردشگری شهری مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

محور تاریخی- طبیعی زاینده‌رود به عنوان یکی از شاخص‌ترین و ارزشمندترین عرصه‌های فرهنگی، طبیعی و گردشگری شهر اصفهان، نقشی بی‌بدیل در هویت شهری، حافظه تاریخی و نظام فضایی این کلان‌شهر ایفا می‌کند. این محور با دربرگیری مجموعه‌ای از پل‌های تاریخی، باغ‌ها، فضاهای سبز، عناصر معماری سنتی و مناظر طبیعی، بستری منحصر به‌فرد برای توسعه گردشگری شهری فراهم می‌سازد. با این حال، ظرفیت‌های این محور تاکنون به‌طور کامل شناسایی و بهره‌برداری نشده است و برخی تهدیدات ناشی از گسترش بی‌رویه شهری، کم‌آبی و عدم مدیریت یکپارچه، زمینه‌های تضعیف کارکرد گردشگری آن را فراهم کرده‌اند. از این‌رو، شکوفایی گردشگری در این محور نه تنها ضرورتی اقتصادی و فرهنگی، بلکه ضرورتی برای حفاظت از میراث طبیعی و تاریخی آن نیز به‌شمار می‌رود. دستیابی به این هدف مستلزم برنامه‌ریزی جامع، ارتقای زیرساخت‌ها، تقویت هویت مکانی و اعمال سیاست‌های پایدار در راستای حفظ و بهره‌برداری مسئولانه از این پهنه ارزشمند شهری است. به بیان دیگر، شکوفایی گردشگری در محور زاینده‌رود می‌تواند به عنوان الگویی برای توسعه متوازن و پایدار گردشگری شهری در اصفهان مطرح شود.

## روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی-توسعه‌ای بوده و روش بررسی آن توصیفی- تحلیلی است. این تحقیق، از منظر شیوه گردآوری داده‌ها، در چارچوب مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی قرار می‌گیرد و از حیث ماهیت، رویکرد حاکم بر فرآیند آن مبتنی بر تحلیل نظری است. بر این اساس، در مراحل مختلف پژوهش از ترکیبی از روش‌های توصیفی- تحلیلی و پیمایشی بهره گرفته شده است. داده‌های مورد نیاز از طریق روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده‌اند. در بخش کتابخانه‌ای، از منابعی نظیر کتب، مقالات، و گزارش‌های منتشر شده توسط نهادهای داخلی از جمله فرمانداری اصفهان، شهرداری اصفهان، سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کلان‌شهر اصفهان و همچنین منابع علمی معتبر خارجی استفاده شده است.

در بخش میدانی، به منظور بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش، اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته در محدوده مورد مطالعه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری شامل مسئولان و کارشناسان حوزه مدیریت شهری و گردشگری در کلان‌شهر اصفهان بوده که نمونه‌گیری از آن‌ها با استفاده از روش هدفمند از نوع گلوله‌برفی (Snowball Sampling) ـ که یکی از روش‌های غیرتصادفی محسوب می‌شود ـ انجام گرفته است. بدین صورت که ابتدا تعدادی از مسئولان و کارشناسان مرتبط در سازمان‌های ذی‌ربط همچون شهرداری، فرمانداری، اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و اداره راه و شهرسازی شناسایی شده و سپس از ایشان خواسته شد تا سایر افراد متخصص را به پژوهشگر معرفی کنند. در نهایت، به‌منظور تحلیل داده‌ها و تبیین وضعیت شاخص‌های شکوفایی گردشگری شهری در محور تاریخی-طبیعی زاینده‌رود، از آزمون‌های آماری توصیفی و آزمون تی تک نمونه‌ای با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۲ بهره گرفته شده است.

## بحث و یافته‌های پژوهش

در این بخش به بررسی آمار توصیفی و استنباطی شاخص‌های شکوفایی گردشگری شهری (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) از دیدگاه کارشناسان و مسئولین پرداخته شده است. لازم به ذکر است که شاخص شکوفایی سنجش

گردشگری شهری مورد استفاده در پژوهش پس از بررسی مبانی نظری و بهره‌گیری از نظرات کارشناسان و متخصصان بخش گردشگری و مدیریت شهری، نهایی گردید و از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری، برازش آن مورد تأیید قرار گرفته است.

**آمار توصیفی شاخص‌های اقتصادی شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه از دیدگاه کارشناسان و مسئولین**

ارزیابی توصیفی شاخص‌های اقتصادی شکوفایی گردشگری شهری از دیدگاه کارشناسان در محور تاریخی- طبیعی زاینده رود اصفهان نشان‌دهنده این است که نماگرهای تعداد کارکنان در بخش‌های مختلف گردشگری، کارآفرینی در بخش گردشگری، تخصصی نمودن اقتصاد شهر و سرمایه‌گذاری خارجی در بخش گردشگری در وضعیت مناسبی قرار ندارند؛ چرا که میانگین‌های گزارش شده برای آن‌ها در سطح متغیر و گویه‌ها کمتر از حد متوسط می‌باشد. در این میان کمترین میانگین مربوط به متغیر کارآفرینی با مقدار ۱/۷۶ و سپس متغیر تخصصی نمودن اقتصاد شهر با مقدار ۱/۸۴ بوده است. از سوی دیگر بیشترین میانگین نیز مربوط به متغیر متوسط درآمد خانوارهای شاغل در بخش گردشگری با ۳/۳۷ و سپس درآمد صنایع و بخش‌های مرتبط با گردشگری با ۲/۹۱ بوده است. به طور کلی حداکثر و حداقل میانگین متغیرهای شاخص اقتصادی به خوبی بیانگر وضعیت نامناسب شکوفایی گردشگری شهری از نظر این بعد از دیدگاه کارشناسان می‌باشد. بنابراین وضعیت شاخص اقتصادی شکوفایی گردشگری شهری بر اساس آمار توصیفی ارائه شده، مطلوب نیست؛ چرا که مقدار میانگین اکثر نماگرها پایین‌تر از حد متوسط (۳) می‌باشد و تنها یک نماگر در شرایط بالاتر از حد متوسط قرار دارند.

**جدول ۱- آمار توصیفی شاخص‌های اقتصادی شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه ازدیدگاه کارشناسان**

| شاخص | نماگر | انحراف معیار | میانگین |
|---|---|---|---|
| **اشتغال** | تعداد کارکنان در بخش‌های مختلف گردشگری | ۰/۷۱۱ | ۲/۰۹ |
| | اشتغال غیررسمی در بخش گردشگری | ۱/۱۰۹ | ۲/۲۴ |
| | کارآفرینی در بخش گردشگری | ۰/۷۱۵ | ۱/۷۶ |
| **تجمع اقتصادی** | تراکم اقتصادی (تولید بخش گردشگری شهر تقسیم بر مساحت/ جمعیت شهر) | ۱/۰۴۵ | ۲/۳۶ |
| | تخصصی نمودن اقتصاد شهر (نسبت اشتغال در بخش گردشگری بر کل | ۰/۷۸۹ | ۱/۸۴ |
| | منابع مالی (سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی) در بخش گردشگری | ۱/۱۱۵ | ۲/۶۷ |
| | ارزش صادرات کالاهای بخش گردشگری | ۱/۰۴۴ | ۲/۲۳ |
| | سرمایه‌گذاری خارجی در بخش گردشگری | ۰/۷۹۶ | ۲/۱۱ |
| | بودجه برای حفاظت از جاذبه‌های گردشگری | ۰/۹۱۲ | ۲/۳۱ |
| **رشد اقتصادی** | متوسط درآمد خانوارهای شاغل در بخش گردشگری | ۰/۹۸۰ | ۳/۳۷ |
| | تعداد گردشگران بازدیدکننده از جاذبه‌های گردشگری | ۱/۰۶۶ | ۲/۴۷ |
| | ارزش افزوده بخش‌های مربوط با گردشگری | ۰/۹۱۵ | ۲/۶۳ |
| | درآمد صنایع و بخش‌های مرتبط با گردشگری | ۱/۰۷۲ | ۲/۹۱ |

**آمار توصیفی شاخص‌های اجتماعی شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه از دیدگاه کارشناسان و مسئولین**

ارزیابی توصیفی شاخص‌های اجتماعی شکوفایی گردشگری شهری از دیدگاه کارشناسان در محور تاریخی- طبیعی زاینده رود اصفهان نشان‌دهنده این است که نماگرهای توزیع عادلانه درآمدهای بخش گردشگری، عدالت فضایی در توزیع جاذبه‌های بخش گردشگری، زنان در مدیریت گردشگری و میزان تحت پوشش بیمه قرار گرفتن گردشگران در وضعیت مناسبی قرار ندارند؛ چرا که میانگین‌های گزارش شده برای آن‌ها در سطح متغیر و گویه‌ها بسیار کمتر از حد متوسط می‌باشد. در این میان کمترین میانگین مربوط به متغیر زنان در مدیریت گردشگری با مقدار ۱/۸۵ و سپس میزان تحت پوشش بیمه قرار گرفتن گردشگران با

مقدار ۱/۹۹ بوده است. از سوی دیگر بیشترین میانگین نیز مربوط به متغیر میزان ارائه خدمات غذایی به گردشگران با مقدار ۳/۱۲ و سپس میزان ارائه خدمات تجاری به گردشگران با ۲/۹۹ بوده است. به طور کلی حداکثر و حداقل میانگین متغیرهای شاخص اجتماعی به خوبی بیانگر وضعیت نامناسب شکوفایی گردشگری شهری از نظر این بعد از دیدگاه کارشناسان می‌باشد. بنابراین وضعیت شاخص اجتماعی شکوفایی گردشگری شهری بر اساس آمار توصیفی محاسبه شده، مطلوب نیست؛ چرا که مقدار میانگین اکثر نماگرها پایین‌تر از حد متوسط (۳) می‌باشد و تنها میانگین یک نماگر در شرایط بالاتر از حد متوسط (۳) قرار دارند.

**جدول ۲- آمار توصیفی شاخص‌های اجتماعی شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه ازدیدگاه کارشناسان**

| شاخص | نماگر | انحراف معیار | میانگین |
|---|---|---|---|
| **رضایت اجتماعی** | رضایت شهروندان از وضعیت بخش گردشگری | ۱/۱۱۱ | ۲/۸۰ |
| | رضایت گردشگران از وضعیت جاذبه‌ها و خدمات بخش گردشگری | ۱/۱۰۸ | ۲/۸۵ |
| **عدالت محوری** | اشتغال زنان در بخش گردشگری | ۰/۸۶۳ | ۲/۲۹ |
| | زنان در مدیریت گردشگری | ۰/۶۸۹ | ۱/۸۵ |
| | خدمات مورد نیاز بخش گردشگری | ۱/۰۲۰ | ۲/۶۳ |
| | توزیع عادلانه درآمدهای بخش گردشگری | ۰/۷۰۵ | ۲/۰۳ |
| | عدالت فضایی در کارآفرینی و اشتغال گردشگری | ۰/۸۹۰ | ۲/۰۱ |
| | عدالت فضایی در توزیع جاذبه‌های گردشگری | ۰/۹۳۲ | ۲/۰۷ |
| **ایمنی و امنیت** | میزان مراکز ایمنی و امنیتی | ۰/۹۹۱ | ۲/۲۳ |
| | میزان احساس امنیت گردشگران | ۱/۱۰۳ | ۲/۶۷ |
| | میزان تحت پوشش بیمه قرار گرفتن گردشگران | ۰/۷۹۴ | ۱/۹۹ |
| | نرخ سرقت در این منطقه شهری | ۱/۱۷۱ | ۲/۸۴ |
| | میزان جرایم علیه گردشگران | ۱/۱۵۸ | ۲/۸۸ |
| **خدماتی- فرهنگی** | میزان ارائه خدمات اقامتی به گردشگران | ۱/۲۹۳ | ۲/۵۶ |
| | میزان ارائه خدمات فرهنگی به گردشگران | ۱/۲۱۸ | ۲/۴۴ |
| | میزان ارائه خدمات تجاری به گردشگران | ۱/۱۹۲ | ۲/۹۹ |
| | میزان ارائه خدمات غذایی به گردشگران | ۱/۰۵۵ | ۳/۱۲ |
| | میزان ارائه خدمات تفریحی به گردشگران | ۱/۱۱۵ | ۲/۷۳ |
| | میزان ارائه خدمات بهداشتی-درمانی به گردشگران | ۰/۹۷۱ | ۲/۵۹ |
| | میزان ارائه خدمات حمل و نقل به گردشگران | ۱/۰۲۴ | ۲/۵۹ |
| **تکنولوژی** | ) در خدمات گردشگری شهریITU (اینترنت(ICTاستفاده از شبکه | ۰/۹۸۸ | ۲/۲۷ |
| | ) در جاذبه‌های گردشگری شهریITU (اینترنت(ICTاستفاده از شبکه | ۰/۹۵۱ | ۲/۱۹ |
| | ) در بازاریابی گردشگری شهریITU (اینترنت(ICTاستفاده از شبکه | ۰/۹۲۵ | ۲/۳۹ |
| **جاذبه ها** | میزان وجود جاذبه‌های گردشگری میراثی در این منطقه شهری | ۱/۳۳۰ | ۲/۳۹ |
| | میزان وجود جاذبه‌های گردشگری طبیعی و اکوتوریسم در این منطقه شهری | ۱/۰۶۴ | ۲/۶۴ |
| | میزان وجود جاذبه‌های گردشگری جدید در این منطقه شهری | ۱/۱۸۰ | ۲/۶۱ |

## آمار توصیفی شاخص‌های زیست‌محیطی شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه از دیدگاه کارشناسان و مسئولین

ارزیابی توصیفی شاخص‌های زیست محیطی شکوفایی گردشگری شهری از دیدگاه کارشناسان در محور تاریخی- طبیعی زاینده رود اصفهان نشان‌دهنده این است که نماگرهای میزان استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در بخش گردشگری و میزان وجود آلودگی‌های مختلف در وضعیت مناسبی قرار ندارند؛ چرا که میانگین‌های گزارش شده برای آن‌ها در سطح متغیر و گویه‌ها کمتر از حد متوسط می باشد. در این میان کمترین میانگین مربوط به متغیر میزان استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در بخش گردشگری با مقدار ۲/۱۵ و سپس میزان آلودگی با مقدار ۲/۹۷ بوده است. از سوی دیگر بیشترین میانگین نیز مربوط به متغیر مدیریت پسماند با مقدار ۳/۹۹ و سپس وجود پارک‌ها و فضاهای سبز با ۳/۳۲ بوده است. به طور کلی حداکثر و حداقل میانگین متغیرهای شاخص زیست محیطی به خوبی بیانگر وضعیت متوسط شکوفایی گردشگری شهری از نظر این بعد از دیدگاه کارشناسان می‌باشد. بنابراین شاخص زیست محیطی شکوفایی گردشگری شهری بر اساس آمار توصیفی محاسبه شده، دارای مطلوبیت نسبی می‌باشد؛ چرا که مقدار میانگین نیمی از نماگرها بالاتر از حد متوسط (۳) می‌باشد و چهار نماگر نیز در شرایط پایین‌تر از حد متوسط قرار دارند. در این میان، میانگین دو نماگر از این چهار مورد بسیار نزدیک به ۳ می‌باشد.

**جدول ۳- آمار توصیفی شاخص‌های زیست محیطی شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه ازدیدگاه کارشناسان**

| شاخص | نماگر | انحراف معیار | میانگین |
|---|---|---|---|
| زیست محیطی | میزان وجود آلودگی(هوا، صوتی و....) در منطقه | ۰/۹۰۰ | ۲/۹۷ |
| | میزان وجود مدیریت پسماند در منطقه | ۱/۰۰۳ | ۳/۹۹ |
| | میزان وجود دسترسی به فضاهای باز در منطقه | ۱/۰۲۸ | ۲/۹۳ |
| | میزان وجود پارک و فضاهای سبز در منطقه | ۱/۰۲۳ | ۳/۳۲ |
| | میزان استفاده از انرژی های تجدیدپذیر در بخش گردشگری در منطقه | ۰/۹۳۷ | ۲/۱۵ |
| پایداری شهری | میزان تراکم جمعیت در منطقه | ۱/۰۹۴ | ۳/۱۱ |
| | میزان تنوع کاربری زمین در منطقه | ۱/۰۵۱ | ۳/۰۹ |
| | میزان وجود خانوارهای زاغه نشین در منطقه | ۱/۱۸۱ | ۲/۴۷ |

## آمار استنباطی سنجش وضعیت شاخص‌های شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه از دیدگاه کارشناسان و مسئولین

در پژوهش حاضر به منظور بررسی وضعیت شاخص‌های شکوفایی گردشگری در محور تاریخی- طبیعی زاینده رود اصفهان از دیدگاه کارشناسان و مسئولین از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. ارزیابی داده‌های جمع‌آوری شده که در جدول زیر ارائه شده است نشان دهنده این است که میانگین گویه‌های شاخص شکوفایی گردشگری شهری در محدوده مورد مطالعه پایین‌تر از حد متوسط می‌باشد. مقدار خطای آلفا (Sig) یا سطح معنی‌داری آزمون تی برای اکثر شاخص‌ها برابر با ۰/۰۰۰ بوده است. از آن جا که میزان خطای قابل قبول برای آزمون تی تک نمونه‌ای کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و میزان خطای به دست آمده نیز کمتر از این مقدار بوده است؛ بنابراین می‌توان این گونه استدلال نمود که ارقام و میانگین‌های به دست آمده در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار و قابل استناد می‌باشند. نتایج کلی آزمون تی تک نمونه‌ای ابعاد مختلف شاخص شکوفایی گردشگری شهری بیانگر شرایط نامطلوب وضعیت محدوده مورد مطالعه و به معنای دیگر، کمتر از حد متوسط این شاخص از دیدگاه کارشناسان و مسئولان می‌باشد. به بیان دیگر بررسی وضعیت این شاخص و پارامترهای آزمون از جمله حد بالا و پایین آزمون و میانگین تاییدکننده این است که شاخص‌های ارائه شده در شکوفایی گردشگری شهری تاثیرگذار بوده است، اما این تاثیرگذاری از دیدگاه

کارشناسان در حد متوسط به پایین ارزیابی شده است؛ چرا که میانگین‌های معرف تمام شاخص‌ها، کمتر از حد متوسط (۳) بوده است.

**جدول ۴- سنجش وضعیت شاخص های شکوفایی گردشگری محدوده مورد مطالعه از دیدگاه کارشناسان و مسئولین با آزمون تی تک نمونه ای**

| شاخص | مبنای آزمون = ۳ | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | t | درجه آزادی | سطح معنی‌داری | میانگین | فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد | |
| | | | | | حد پایین | حد بالا |
| **اشتغال** | -۱۹/۰۳ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۱/۹۴ | -۱/۱۶ | -۰/۹۴ |
| **تجمع اقتصادی** | -۱۱/۲۷ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۲۹ | -۰/۸۳ | -۰/۵۸ |
| **رشد اقتصادی** | -۲/۱۸ | ۱۴۹ | ۰/۰۳۰ | ۲/۸۴ | -۰/۲۹ | -۰/۰۱ |
| **رضایت اجتماعی** | -۲/۱۹ | ۱۴۹ | ۰/۰۳۰ | ۲/۸۲ | -۰/۳۲ | -۰/۰۱ |
| **عدالت محوری** | -۱۹/۰۴ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۱۴ | -۰/۹۴ | -۰/۷۷ |
| **ایمنی و امنیت** | -۱۴/۸۹ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۵۲ | -۰/۵۴ | -۰/۴۱ |
| **خدماتی-فرهنگی** | -۴/۴۳ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۷۱ | -۰/۴۱ | -۰/۱۵ |
| **تکنولوژی** | -۱۱/۰۸ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۲۸ | -۰/۸۴ | -۰/۵۹ |
| **جاذبه ها** | -۶/۲۸ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۵۳ | -۰/۶۱ | -۰/۳۲ |
| **زیست محیطی** | ۲/۱۸ | ۱۴۹ | ۰/۰۳۰ | ۲/۰۷ | ۰/۰۰۶ | ۰/۱۳ |
| **پایداری شهری** | -۲/۴۱ | ۱۴۹ | ۰/۰۱۷ | ۲/۸۹ | -۰/۱۸ | -۰/۰۱ |
| **مدیریت** | -۶/۰۹ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۷۳ | -۰/۳۴ | -۰/۱۷ |
| **روابط** | -۳/۶۸ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۷۵ | -۰/۳۷ | -۰/۱۱ |
| **خدمات گردشگری** | -۳/۷۵ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۷۷ | -۰/۳۴ | -۰/۱۰ |
| **جاذبه های گردشگری** | -۶/۵۰ | ۱۴۹ | ۰/۰۰۰ | ۲/۵۳ | -۰/۶۰ | -۰/۳۲ |

## نتیجه‌گیری

امروزه با در نظر گرفتن وضعیت اغلب کشورهای جهان در زمینه اقتصادی و دائمی بودن تهدیدهای رکود و عواقب جبران ناپذیر آن، اهمیت مقوله گردشگری بیشتر نمایان می‌گردد. بنابراین گردشگری و به ویژه گردشگری شهری از یک سو با طرح مفهوم دهکده جهانی و افزایش ارتباطات و بهبود همه جانبه شرایط سفر و بازدید از مکان‌های شهری رونق یافته است؛ و از سوی دیگر پربازده بوده و تاثیرات وسیع صنعت گردشگری بر رشد و توسعه همه جانبه مکان‌های مقصد مدیران را بر آن داشته است که در راستای ارتقای هرچه بیشتر وضعیت این بخش اقداماتی را انجام دهند. در این مسیر هیچ چیز به اندازه یک دید روشن و تحلیل درست و منطبق با وضع موجود نمی‌تواند به دست اندرکاران این بخش کمک کند. در این رابطه استفاده از شاخص‌هایی که قابلیت اطمینان بالایی دارند می‌تواند بسیار راهگشا باشد. از این رو پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وضعیت شاخص‌های شکوفایی گردشگری شهری (اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی) در محور گردشگرپذیر زاینده‌رود در کلان‌شهر اصفهان انجام شده است. نتایج این پژوهش بیانگر این است که اگر چه شاخص زیست محیطی شکوفایی گردشگری شهری در محدوده مورد مطالعه به دلیل غنای زیست محیطی آن بر اساس آمار توصیفی محاسبه شده، دارای مطلوبیت نسبی است؛ اما در این رابطه شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی شکوفایی گردشگری دارای وضعیت مطلوبی نبوده‌اند. همچنین نتایج کلی آزمون تی تک نمونه‌ای ابعاد

مختلف شاخص شکوفایی گردشگری شهری در محور تاریخی- طبیعی زاینده‌رود بیانگر شرایط نامطلوب محدوده مورد مطالعه و به معنای دیگر، وضعیت کمتر از حد متوسط این شاخص از دیدگاه کارشناسان و مسئولان می‌باشد.

## پیشنهادها

به منظور ارتقای وضعیت شکوفایی گردشگری در محدوده مورد مطالعه، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد.

- ارائه وام‌های با سود کم در راستای تشویق افراد به راه اندازی کسب و کارهای کوچک مقیاس در زمینه گردشگری.
- تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط.
- ارتقای کیفیت سیستم‌های بانکی.
- افزایش جذابیت محصولات گردشگری عرضه شده به بازار.
- استفاده از پتانسیل‌های تشابه دینی و تقارب فرهنگی در راستای جذب گردشگران کشورهای حوزه خلیج فارس.
- ارتقای شرایط بیمه گردشگران داخلی و خارجی.
- ارتقای نظارت اجتماعی در مجاورت جاذبه‌ها و خدمات گردشگری از طریق ایجاد فضاهای تجمیع.
- ارتقای برنامه‌های حفظ و صیانت از هویت ایرانی- اسلامی در جاذبه‌های پربازدید.
- ایجاد برنامه هایی جهت اصلاح تفکرات منفی ایجاد شده در ذهن گردشگران توسط رسانه های معاند.
- افزایش شرایط استفاده از تفریحات آبی در زمان جریان داشتن آب زاینده رود.
- ارتقای وضعیت نورپردازی محورهای گردشگری زاینده رود و ناژوان.
- ارتقای وضعیت مبلمان شهری در محورهای طبیعی و فرهنگی پر بازدید.
- حمایت از راه‌اندازی موزه‌ها توسط بخش خصوصی.
- ایجاد شرایط بهره‌برداری از جاذبه‌ها و خدمات گردشگری در تمام سال.
- راه اندازی و تقویت زیرساخت‌های تبلیغات گردشگری به ویژه در فضای مجازی.
- توسعه و گسترش خدمات فرودگاهی در حد فرودگاه‌های بین‌المللی.

## منابع


- احدنژاد، محسن. صفیه، حاضری. ابوالفضل، مشکینی. عیسی، پیری (۱۳۹۷) شناسایی عوامل مؤثر بر شکوفایی شهری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز)، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۹، شماره پیاپی ۳۲، صص ۳۰-۱۵. https://jupm.marvdasht.iau.ir/article_۲۷۵۶.html

- پوراحمد، احمد. مهناز، حسینی سیاه‌گلی و امین، صفدری مولان (۱۳۹۵) ارزیابی شاخص‌های توسعهٔ پایدار گردشگری در جوامع میزبان، مطالعه موردی: شهر ساری، مجلهٔ آمایش جغرافیایی فضا، سال ۶، شماره ۲۱، صص ۱۷۲- ۱۶۰. https://gps.gu.ac.ir/article_۴۱۶۸۳.html

- دانش‌پور، حمیدرضا. نوید، سعیدی رضوانی و محمدرضا، بذرگر (۱۳۹۷) ارزیابی مناطق یازده‌گانهٔ شهر شیراز به لحاظ شاخص شکوفایی شهری با استفاده از مدل FAHP، نشریهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۹، شماره پیاپی ۳۳، صص ۳۲-۱۷. https://jupm.marvdasht.iau.ir/article_۲۹۰۰.html

- رکن‌الدین افتخاری، عبدالر ضا. داوود، مهدوی (۱۳۸۵) راهکارهای توسعهٔ گردشگری دهستان لوا سان کوچک با استفاده از مدل SWOT، فصلنامهٔ مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۳۰-۱. https://hsmsp.modares.ac.ir/article-۲۱-۵۱۸۴-fa.html

- فرجی‌راد، غلامر ضا. سیده ژاله، سید نصیری (۱۳۸۹) رویکردهای تحلیلی در توسعهٔ پایدار گردشگری شهری، فصلنامهٔ جغرافیایی سرزمین، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۴۰- ۲۹. https://sanad.iau.ir/fa/Article/۸۲۳۷۴۶

- مافی، عزت‌الله. مهدی ساقی (۱۳۸۹) نگاهی به اقتصاد گردشگری در کلان‌شهرها (مطالعهٔ موردی: کلان‌شهر مشهد)، مجلهٔ جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، سال ۸، شماره ۱۵، صص ۲۹۲-۲۶۷. https://ensani.ir/fa/article/۲۸۶۰۹۸

- مطیعی لنگرودی، سیدحسن. انور، شریفی و مریم رضائیه آزادی (۱۳۹۲) امکان‌سنجی توسعهٔ گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه گردشگران (بخش تخت سلیمان شهرستان تکاب)، فصلنامهٔ چشم انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی، سال هشتم، شماره ۲۴، صص ۱۷-۱. https://www.sid.ir/paper/۱۷۵۹۱۷fa/

- Higham, J. & Lueck, M. (2002) Urban Ecotourism: A Contradiction in Terms?, Journal of Ecotourism, 1, pp.36-59. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14724040208668111

- Hwang, Yeong-Hyeon and Gretzel, Ulrike and Fesenmaier, Daniel R. (2016): MULTICITY PATTERNS (Tourists to the United States), Annals of Tourism Research, Vol. 33, NO. 4. https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.04.004

- Scott, D. & Lemieux, C, (2010) Weather and Climate Information for Tourism, Environmental Sciences, No 1, PP 146-183. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878029610000125

- UN-Habitat (2013) State of the world's cities 2012/2013: prosperity of cities, UN-HABITAT, Retrieved from https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203756171/state-world-cities-2012-2013-un-habitat

- Wong, Cecilia. (2015) A framework for ‘city prosperity index’: linking indicators, analysis and policy, Habitat International, 45(1): 1-7. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0197397514000940

# تحلیل مشارکت ذینفعان در بازاریابی آنلاین گردشگری خلاق زاینده‌رود با بررسی ابتکارات تبلیغاتی مشترک

**زهرا قدرتی شاتوری**، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان ، ایران
**خدیجه سلیمیان**، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان ، ایران
**احمد تقدیسی**، دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان ، ایران
**حمید برقی**، استاد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان ، ایران

## چکیده

گردشگری خلاق به عنوان رویکردی نوین در صنعت گردشگری، سبب فراهم شدن فرصتی برای توسعه پایدار و تعامل ذینفعان محلی می‌شود. در این مطالعه، با بررسی الگوهای مشارکتی در گردشگری مبتنی بر جامعه (CBT) و گردشگری خلاق، نحوه همکاری ذینفعان در بازاریابی آنلاین مقصدهای گردشگری استفاده می‌شود. نطالعات گذشته نشان دادند که مدل‌های موفق مشارکت ذینفعان، مبتنی بر استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال، بازاریابی محتوایی و تبلیغات مشترک، می‌توانند نقش موثر و پررنگی در توسعه گردشگری خلاق ایفا کند.
**هدف:** بررسی الگوهای همکاری ذینفعان در بازاریابی آنلاین گردشگری خلاق، به‌ویژه در زاینده‌رود و حاشیه آن، بازاریابی محتوا، ارزیابی نقش دیجیتال و ابتکارات تبلیغاتی مشترک در توسعه گردشگری خلاق از اهداف این مقاله است. با شناسایی عوامل مهم تأثیرگذار بر گردشگری خلاق در زاینده‌رود، به‌ویژه از دیدگاه کارشناسان، برای افزایش بازدیدکنندگان، حتی در دوره‌های خشکی رو پرداخته می‌شود. همچنین تحلیل تأثیر مشارکت ذینفعان (جوامع محلی، دولت، بخش خصوصی و گردشگران) بر پایداری و موفقیت گردشگری خلاق تشریح میشود.
**روش:**این مطالعه از نوع کاربردی است. در این مطالعه به روش اسنادکاوی وکتابخانه‌ای است. از نظرات کارشناسان استفاده شده است. از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها و از نرم فزار SPSS ۲۵ برای تحلیل داده ها استفاده شده است. شاخص‌ها بصورت ادغامی و کلی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان و خبرگان گردشگری به تعداد ۶۸ نفر می‌باشد و شاخص‌های بررسی شده نقش مشارکت ذی‌نفعان، فناوری‌های نوین، کیفیت محتوای دیجیتال، چالش‌های بازاریابی آنلاین و اثربخشی بازاریابی آنلاین است. روایی پرسشنامه توسط اساتید بررسی شده است. پایایی با روش آلفای کرونباخ برآورد شده که برابر۰,۸۹ بود که نشانگر پایایی عالی بود.
**نتیجه‌گیری:** زاینده‌رود، به لطف دارایی‌های فرهنگی و تاریخی‌اش با وجود چالش‌هایی مثل خشکی رود به سبب تغییرات اقلیمی، ظرفیت بالایی برای گردشگری خلاق دارد. در این مطالعه به ترتیب شاخص‌های فناوری‌های نوین بیشترین تاثیر و کیفیت محتوای دیجیتال، مشارکت ذی‌نفعان، دسترسی به اینترنت پرسرعت، سیستم‌های پرداخت آنلاین، قوانین و مقررات، تبلیغات هدفمند و تخفیف‌ها و پیشنهادها در رتبه‌های بعدی حائض اهمیت است.البته چالش‌هایی مثل هماهنگی میان ذینفعان، عدم تعادل قدرت، و حفظ پایداری شناسایی شده‌اند. پیشنهاد به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای تعامل بیشتر، تقویت همکاری، تولید محتوای باکیفیت، تحلیل داده برای تصمیم‌گیری بهتر و حمایت از هنرمندان و صنعتگران محلی در بازاریابی آنلاین است.

کلیدواژه: مشارکت ذینفعان، گردشگری خلاق، بازاریابی آنلاین، زاینده‌رود، ابتکارات تبلیغاتی

## مقدمه

گردشگری خلاق یکی از انواع گردشگری جدیدی است که در سال ۲۰۰۰ توسط ریچاردز وریموند به عنوان رویکردی از گردشگری به بازدیدکنندگان فرصت می‌دهد تا پتانسیل خلاق خود را با مشارکت فعال در دوره‌ها و تجربیات یادگیری که مشخصهٔ مقصد سفر است، توسعه دهند، ارائه شده است. همچنین، شبکهٔ شهرهای خلاق یونسکو، گردشگری خلاق را سفری به سمت یک تجربهٔ متعبر و متعهد، که با یادگیری مشارکتی در میراث، هنر و ویژگی خاص یک مکان هدایت می‌شود و سبب فراهم شدن ارتباط افرادی ساکن آن مکان و ایجاد فرهنگی زنده می‌شود (Santos, Baixinho.2020). کارشناسان حوزه گردشگری، گردشگری خلاق را نسل سوم با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر» با هدف تعامل بیشتر و عمیق‌تر و حضور گردشگر به عنوان شهروند می‌نامند. تجربیات گردشگران در مقاصد گردشگری خلاق بسیار مهم است. این تجربیات جنبه های مختلفی از جمله درگیری عاطفی، غوطه وری فرهنگی و رضایت شخصی را در بر می گیرد. یک تجربه مثبت می تواند به طور قابل توجهی درک کلی یک گردشگر از مقصد را افزایش دهد (Chang & Backman, 2016) ابعاد گردشگری خلاق شامل صنایع خلاق، محیط خلاق، فرایند خلاق و طبقه خلاق است. صنایع خلاق، در اصل همان خلاقیت در رویکردهای کسب و کار که ریشه در فعالیت‌های نوآورانه و ارائه ایده های نو دارد می‌باشد (Backes-Gellner & Werner, 2007). صنایع خلاق شامل صنایع دستی، غذا، خدمات خلاق، مد و جواهرات است. برای بررسی گردشگری خلاق باید ویژگی‌های آن را بدانیم. این ویژگی‌ها شامل مشارکت فعال، به معنای شرکت گردشگران به طور مستقیم در فعالیت‌ها، نه صرفاً مشاهده‌گر بودن است. دومین ویژگی، تعامل با جوامع محلی به منظور حفظ آن منطقه است. سومین ویژگی، توسعه پایدار با هدف تمرکز بر حفظ میراث فرهنگی و حمایت از اقتصاد محلی است. چهارمین ویژگی، یادگیری و خلاقیت می‌باشد که در آن یادگیری مهارت‌های جدید و ابراز خلاقیت برای گردشگران که سبب ایجاد تجربه‌ای منحصربه‌فرد می‌شود (حجاریان،۲۰۲۰). گردشگری خلاق به‌عنوان جایگزینی برای گردشگری انبوه، تمرکز ویژه‌ای بر تجربه‌های مشارکتی دارد که در آن گردشگران به‌طور فعال در فعالیت‌های فرهنگی و هنری شرکت می‌کنند (Duxbury & Richards, 2019). این شکل از گردشگری نه تنها به ارتقای تجربه گردشگران کمک می‌کند، بلکه موجب تقویت هویت فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی می‌شود. یکی از عوامل کلیدی در موفقیت گردشگری خلاق، **مشارکت مؤثر ذینفعان** از جمله نهادهای دولتی، بخش خصوصی، جامعه محلی و گردشگران است. پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهند که در مدل‌های گردشگری مبتنی بر جامعه، مشارکت فعال ذینفعان از طریق **مدیریت مقصد، برنامه‌ریزی استراتژیک و تبلیغات مشترک** صورت می‌گیرد (Witchayakawin et al, 2022). مشارکت ذینفعان به معنای درگیر فعالان گروه‌های مرتبط در فرآیند تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌های گردشگری است. بر اساس مدل‌های نظریه‌ای مانند نظریه ذینفعان فریمن(Freeman, 1984) موفقیت هر پروژه در سازمان‌ها در شناسایی و پاسخ به نیازها و انتظارات ذینفعان وجود دارد. در حقیقت تجارب گردشگری خلاق به توسعه شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در مقصدی منجر می شود. نزدیکی به امکانات فرهنگی، نه تنها باعث افزایش بهره‌وری اقتصادی از خلاقیت ها می‌شود، بلکه احساسات طرفداران گردشگری، نیز نسبت به شهر مطلوب تر می گردد. (Kastenholz, 2010).

## پیشینه تحقیق

در زمینه مشارکت ذی‌نفعان مطالعات بسیاری صورت گرفته که از جمله محقق و همکاران(۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی مولفه‌های گردشگری خلاق پایدار محور زاینده رود پرداختند. ایشان با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و آموس به تحلیل داده‌ها پرداختند. روش پژوهش توصیفی، تحلیل و پیمایشی بوده است. نتایج نشانگر این بودن که در شاخص‌های گردشگری خلاق پایدار بین کارشناسان و متولیان تفاوت معناداری وجود ندارد. نتاج مبتنی بر این بودند که هرچه متغیرهای گردشگری خلاق در محور زاینده رود ارتقاء یابد تمایل گردشگران برای داشتن تجارب جدید، بیشتر خواهد شد. برای توفیق برنامه‌های گردشگری باید به شناخت و تحلیل ذی‌نفعان گردشگری ودر نهایت به تدوین راهبردهای اثربخش برای تحقق مشارکت پرداخت. در مطالعه‌ای چشم براه و همکاران (۱۴۰۰) به شناسایی و تحلیل ذی‌نفعان گردشگری منطقه ونک در شهرستان سمیرم پرداختند. ایشان از مدل فریمن و پژوهش جپسن و اسکرود استفاده کردند.

همچنین از روش SAW با هفت گام استفاده کردند. نتایج نشان دادند مهم‌ترین ذی نفعان، اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری، رسانه ها، شهرداری و گردشگران غیر بومی هستند. در پژوهشی بهادری و همکاران (۱۴۰۱) با هدف شناسایی ابعاد مشارکت ذینفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری از روش اکتشلافی و توصیفی و تحلیلی استفاده کردند. آنان از اسنادکاوی و مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته و روش کیفی استفاده کردند. از ابعاد یافته شده موثر زیرساخت‌های فناوری یا تکنولوژیک که جزو ابعاد محیطی جغرافیایی است نیز بوده است. مطالعه کنونی نیز با تاکید بر مقوله بازاریابی آنلاین با استفاده از فناوری‌های نوین از جمله شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال می‌باشد. در مطالعه‌ای توکلی (۱۴۰۲) به مشارکت ذی نفعان در مدیریت ریسک و چالش های اقتصادی ایران پرداخت. تحقیق وی از نظر روش اکتشافی و توصیفی و تحلیلی محسوب می‌شود. محقق به مرور ادبیات و پیشینه تحقیق و ابعاد مشارکت پرداخته است. سپس مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان گردشگری انجام داده است و به این نتیجه که مشارکت ذی‌نفعان می‌تواند منجر به دستیابی رشد اقتصادی و مدیریت چالش اقتصادی شود. از آنجا که اقتصاد در جوامع در حال توسعه حرف اول را میزند این موضوع اهمیت مشارکت ذی‌نفعان را بیش از پیش مشان می‌دهد. در مطالعات پیشین به مشارکت ذی‌نفعان پرداخته شده است، اما در مورد تاثیر بازاریابی آنلاین با در نظر گرفتن توامان مشارکت ذی‌نفعان گردشگری خلاق زاینده‌رود تا کنون مطالعه‌ای صورت نگرفته است.

## مبانی نظری

اصفهان با وجود جاذبه‌ها و گذر زاینده‌رود از خیابان‌های شهر دارای پتانسیل بسیاری برای گردشگری خلاق است. وجود پل‌های تاریخی منحصر بفرد، مردمانی خونگرم، با ذوق و اهل هنر و شعر، هنرهای دستی مختص اصفهان، رویدادهای فرهنگی، مبرن این مهم است. اصفهان با پیشینه تاریخی و ارزش‌های معماری و تنوع جاذبه‌های جغرافیایی نقش بسیار مهم درگردشگری شهری دارد و حیات شهری را متأثر از عوامل مثبت و منفی خود قرار داده است. همچنین با برخورداری از غذاهای سنتی، سبک معماری منحصر بفرد، موسیقی خاص، شخصیت‌های ادبی معروف، صنایع دستی بی‌همتا و اهم‌تر از همه به عنوان شهر خلاق صنایع دستی در یونسکو دارای پتانسیل‌های بالقوه بسیاری در زمینه گردشگری خلاق می‌باشد.

متأسفانه در حال حاضر زاینده‌رود به دلایل متفاوت در اکثر فصول سال خشک می‌باشد و با توجه به پیامدهای منفی بسیاری این رود در زمان خشکی و از طرف دیگری اصفهان مملو از میراث های ملموس و ناملموس است، اهمیت و وسعت محور زاینده رود می‌تواند در زمینهٔ گردشگری خلاق فرهنگی مهم و اساسی قلمداد شود. بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق محور زاینده رود از دیدگاه گردشگران به تبیین استراتژی‌های گردشگری خلاق در محور زاینده‌رود با هدف جذب بیشتر گردشگران بویژه در زمان‌های خشکی پرداخته است.

همانظور که اشاره شد مشارکت ذینفعان در گردشگری خلاق، به‌ویژه در بازاریابی آنلاین، نقش مهمی ایفا می‌کند. بازاریابی آنلاین نقش مهمی در صنعت گردشگری خلاق دارد، به ویژه در افزایش دید، تعامل و موفقیت کلی (Mavi et al, 2020). ذینفعان در این مطالعه شامل دولت محلی هیئت‌های گردشگری، هنرمندان و صنعتگران، اپراتورهای تور، پلتفرم‌های آنلاین و جوامع محلی هستند. ذینفعان با ایجاد کارگاه‌های هنری از جمله خاتم‌کاری، میناکاری، مسگری، پارچه‌های قلمکاری، قلمزنی، ترمه، پارچه‌های زرباف، فیروزه‌کوبی،طلا کاری، نقره و ملیله‌کاری، قلمدان سازی، عبا بافی، نمدمالی اصفهان، قالی بافی، سفال و سرامیک سازی،نگارگری اصفهان، مینیاتور، معرق کاری، منبت کاری، غذا های ویژه اصفهان از جمله خورشت ماست، ماش و قمری، بریانی، قیمه ریزه، شله بریان زیره ، آش شوربای سبزی، حلیم بادمجان، اشکنه، حلیم شیر، گوشت و لوبیا و کاچی هفت دخترون، انواع شیرینی ها از جمله انواع گز، پولکی، برشتوک، گوشفیل، سوهان عسلی و شیرینی کرکی (کوکی) در زاینده‌رود به مدیریت خلاقانه می‌پردازند و از طریق وب‌سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، پلتفرم‌های آنلاین، تجربیات خلاقانه را فهرست کرده و امکان رزرو برای گردشگران را فراهم می‌کنند.

**زمینه و اهمیت موضوع**

گردشگری خلاق، به‌عنوان یک مفهوم نوظهور، بر مشارکت گردشگران و تجربه‌های تعاملی در فعالیت‌های فرهنگی و خلاقانه تمرکز دارد. به خصوص در اصفهان، با توجه به تنوع فرهنگی و تاریخی، این نوع گردشگری پتانسیل بالایی دارد. زاینده‌رود، به‌عنوان یک منطقه تاریخی و فرهنگی در اصفهان، با پل‌های معروف و باغ‌های اطراف، می‌تواند زمینه‌ای برای توسعه گردشگری خلاق باشد.

**مزایای چند بعدی گردشگری خلاق**

گردشگری خلاق طیف وسیعی به ارائه مزایای فراتر از قلمرو اقتصادی می‌پردازد. از جمله مزایای زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی. این مزایا اغلب به هم مرتبطند و می‌توانند تأثیر مثبتی بر پایداری کلی مقصد داشته باشند.

مزایای اقتصادی گردشگری خلاق شامل ایجاد شغل، ایجاد درآمد و تحریک اقتصاد محلی است. گردشگری خلاق همچنین می تواند به تنوع محصول گردشگری، کاهش وابستگی به اشکال سنتی گردشگری و افزایش انعطاف پذیری مقصد در برابر شوک های اقتصادی کمک کند. مزایای اجتماعی گردشگری خلاق شامل افزایش سرمایه اجتماعی، توانمندسازی جوامع محلی وارتقای انسجام اجتماعی است. این مزایا غالبا از طریق مشارکت فعال ساکنان محلی در ابتکارات گردشگری خلاقانه محقق می‌شود که می‌تواند منجر به احساس غرور و مالکیت بیشتر در بین اعضای جامعه شود.گردشگری خلاق همچنین می‌تواند به حفاظت از منابع زیست محیطی و حفظ و ارتقای میراث فرهنگی کمک کند. با ترکیب عناصر فرهنگ و سنت محلی در تجربه گردشگری، گردشگری خلاق می تواند به حفاظت از میراث فرهنگی ناملموس و ارتقای درک بین فرهنگی کمک کند. در عین حال، تمرکز بر پایداری در گردشگری خلاق می تواند به شیوه‌های سازگارتر با محیط‌زیست و آگاهی بیشتر از مسائل زیست محیطی در میان گردشگران منجر شود (Santos et al, 2024).

**نقش جوامع محلی در گردشگری خلاق**

یکی از محورهای اصلی ادبیات، نقش جوامع محلی به عنوان ذینفعان است. مطالعات نشان می دهد که مشارکت فعال جامعه به طور مثبت بر رفاه فردی تأثیر می‌گذارد و به توسعه اقتصادی پایدار کمک می‌کند و تضمین می‌کند که مزایای گردشگری به طور مساوی بین همه جوامع درگیر توزیع می‌شود (Cahyaningrum, et al, 2024). جوامع محلی نقش حیاتی در موفقیت ابتکارات گردشگری خلاق دارند. ساکنان می توانند به روش‌های مختلفی در گردشگری خلاق شرکت کنند، از جمله به عنوان ارائه‌دهندگان تجربه، مصرف‌کنندگان ،توسعه محصولات گردشگری خلاق و شراکت در برنامه ریزی. مشارکت جوامع هم سبب افزایش اعتبار تجربه گردشگری و هم سبب کمک به پایداری اجتماعی و اقتصادی مقصد می‌شود (Almeida, et al, 2025). همچنین، بر اساس تحقیقات، **درگیر کردن جامعه محلی** در فرآیندهای تصمیم‌گیری و بازاریابی یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه پایدار گردشگری است. در مدل‌های گردشگری مبتنی بر جامعه، **مدیریت و مالکیت فعالیت‌های گردشگری در اختیار مردم محلی است** که منجر به افزایش سطح تعامل و پذیرش گردشگری در میان مردم می‌شود. این موضوع در مطالعات مربوط به گردشگری خلاق نیز تأیید شده است، به‌طوریکه جوامع محلی نقش فعالی در طراحی و اجرای فعالیت‌های خلاقانه برای گردشگران دارند (Duxbury & Richards, 2019).

**مشارکت ساکنان و پایداری اجتماعی**

مشارکت ساکنان محلی در گردشگری خلاق می تواند اشکال مختلفی داشته باشد، از مشارکت مستقیم در ارائه خدمات تا اشکال غیرمستقیم تر مشارکت، مانند ارائه بازخورد و پیشنهادات برای بهبود تجربه گردشگری.

تمطالعات نشان داده است که مشارکت ساکنان سبب چندین مزیت از جمله رشد اقتصادی، پایداری اجتماعی و توسعه زیرساخت ها شود. برای مثال، سبب احساس غرور و مالکیت بیشتری ساکنان محلی که در ابتکارات گردشگری خلاقانه مشارکت دارند می‌شود. همچنین غالبا منجر به افزایش مشارکت اجتماعی و انسجام اجتماعی می‌شود (Almeida et el, 2025).

**افزایش تجارب گردشگری از طریق مشارکت جامعه**

تعامل بین گردشگران و ساکنان محلی یکی از جنبه های اساسی گردشگری خلاق است، زیرا به بازدیدکنندگان اجازه می دهد تا درک عمیق تری از فرهنگ و شیوه زندگی محلی به دست آورند. همچنین این تعامل می تواند سبب افزایش کیفیت تجربه توریستی را با فراهم کردن فرصت‌هایی برای برخوردهای معنادار و به یاد ماندنی شود. به عنوان مثال، گردشگرانی که در کارگاه‌های محلی، جشنواره‌ها و سایر فعالیت‌های مبتنی بر جامعه شرکت می‌کنند، اغلب سطوح بالاتری از رضایت و مشارکت را در مقایسه با کسانی که چنین فرصت‌هایی ندارند گزارش می‌کنند (Almeida et el, 2025).

**همکاری بین بخش دولتی و خصوصی**

بررسی مطالعات پیشین بر ارتباط بین دولت و بخش خصوصی نیز دارد (Sautter, Leisen. 1999). در مدل‌های همکاری ذینفعان پیشنهاد به هماهنگی بین سیاست‌های دولتی و تجاری تجاری می‌تواند سبب توسعه زیرساخت‌ها و کمک بیشتر به صنعت شود. گرچه، چالش‌هایی مانند تفاوت در اهداف (سودمحوری بخش خصوصی در مقابل توسعه پایدار دولتی) دیده می‌شود.

**پایداری و تعارضات ذینفعان**

مطالعات پیشین نشان می‌دهند که مشارکت ذینفعان نقش حیاتی در دستیابی به پایداری گردشگری دارد. ولیگو و همکاران (۲۰۱۳) به ارائه محوری چندلایه برای مشارکت ذینفعان پرداخته که شامل مراحل مکانی‌سازی و اقدام است. با این حال، تعارض بین ذینفعان، مانند اختلاف بین گردشگران و ساکنان محلی برای استفاده از منابع طبیعی، یکی از چالش‌ها در پژوهش‌های متعدد است (Jamal & Getz, 1995).

**نقش فناوری‌های دیجیتال در بازاریابی گردشگری خلاق**

یکی از راهکارهای کلیدی برای گردشگری خلاق، استفاده از فناوری‌های دیجیتال و خلاقانه برای ایجاد تجربیات نوآورانه و منحصر به فرد است. این فناوری‌ها را می‌توان برای ارائه تجربیات شخصی‌سازی‌شده، بهبود فضای خدمات و ایجاد اشکال جدید تعامل که ترجیحات و نیازها متنوع گردشگران را برآورده می‌کند، استفاده کرد. به طور کلی، فناوری دیجیتال به طور قابل توجهی بر گردشگری خلاق با تغییر تجربیات، تقویت تعامل فرهنگی، محرک رشد اقتصادی و افزایش تعاملات بین مسافران و ارائه دهندگان گردشگری تأثیر می گذارد. این پیشرفت ها افق های جدیدی را هم برای گردشگران و هم برای صنعت گردشگری به طور کلی باز می کند (Alekseeva & Shafigullina, 2024). فناوری‌های دیجیتال و خلاقانه نقش مهمی را در ترویج و توسعه تجربیات خلاق گردشگری ایفا می‌کنند. این فناوری‌ها راه‌های جدید و نوآورانه‌ای را برای افزایش جذب گردشگران، افزایش تجربیات آن‌ها و ایجاد ارزش برای جوامع محلی وگردشگران ارائه می‌دهند. بازاریابی آنلاین به‌عنوان ابزاری کارآمد برای ترویج گردشگری خلاق شناخته شده است. به‌ویژه، **استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات محتوایی و کمپین‌های مشترک تبلیغاتی** به عنوان راهکارهایی برای افزایش دیده‌شدن مقاصد گردشگری مطرح شده‌اند (Obuobisa-Darko et al, 2022). برخی از روش‌های کلیدی عبارتند از: ۱. **بازاریابی محتوایی**[۳۴]: استفاده از محتوای چندرسانه‌ای (تصاویر، ویدیوها و پادکست‌ها) و داستان‌سرایی برای نمایش تجربیات منحصر به فرد گردشگری خلاق. ۲. **شبکه‌های اجتماعی**[۳۵] **:** تبلیغ مقاصد گردشگری از این طریق، سبب تعامل گردشگران و جامعه محلی را فراهم می‌کند. ۳. **اینفلوئنسر مارکتینگ (**[۳۶]همکاری با بلاگرها و اینفلوئنسرهای گردشگری برای ترویج مقاصد کمتر شناخته‌شده. ۴. **هوش مصنوعی و داده‌کاوی:** سفارشی‌سازی پیشنهادات گردشگری و استفاده از ابزارهای تحلیل داده برای هدف‌گذاری دقیق‌تر مشتریان بالقوه.

---

[۳۴] Content Marketing.

[۳۵] Social Media Marketing .

[۳۶] Influencer Marketing .

**تبلیغات مشترک و همکاری‌های استراتژیک**

تحقیقات نشان می‌دهند که **همکاری میان بخش‌های مختلف صنعت گردشگری** شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، راهنمایان محلی و سازمان‌های دولتی می‌تواند به توسعه پایدارتر گردشگری منجر شود .(Witchayakawin et al, 2022). نمونه‌هایی از این همکاری‌ها در قالب **تبلیغات مشارکتی، برندینگ مقصد و بسته‌های گردشگری یکپارچه** مشاهده شده است. مطالعات در حوزه بازاریابی دیجیتال پیشنهاد می‌کنند که **مدل‌های تبلیغاتی مشترک** میان کسب‌وکارهای محلی، دولت و بخش خصوصی می‌توانند اثربخشی بیشتری در جلب گردشگران داشته باشند (Obuobisa-Darko et al, 2022).

**چالش ها و محدودیت های مشارکت ذی‌نفعان در گردشگری خلاق**

مشارکت ذی‌نفعان در بازار گردشگری خلاق با چالش‌های متعددی، به‌ویژه از نظر پایداری و مسئولیت‌پذیری، هماهنگی بین سهامداران مختلف، عدم تعادل قدرت و یکپارچگی فناوری مواجه است. این چالش ها با نیاز به ایجاد تعادل در اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، که محور توسعه گردشگری پایدار هستند، ترکیب می شوند. مشارکت موثر ذینفعان برای رسیدگی به این چالش‌ها بسیار مهم است، زیرا می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری بهتر و افزایش همکاری بین ذینفعان شود. در حالی که مشارکت ذینفعان مزایای بی شماری را ارائه می دهد، برای به حداکثر رساندن پتانسیل آن در بازاریابی نوآورانه گردشگری باید به چالش های متعددی توجه کرد:

**پایداری و مسئولیت پذیری**

پایداری در گردشگری مستلزم مدیریت منابع برای رفع نیازهای اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی است. تقسیم سود عادلانه و مشارکت دموکراتیک جوامع محلی در فعالیت‌های گردشگری از جمله این چالش است (Assagaf et al, 2018).

پاسخگویی برای اطمینان از اینکه همه ذینفعان، از جمله جوامع محلی، از توسعه گردشگری سود می برند، الزامی است. این امر مستلزم حکمرانی شفاف و توزیع عادلانه مزایای گردشگری است (Becken & Simmons, 2019).

**هماهنگی ذینفعان مختلف**

مشارکت مؤثر ذینفعان شامل گروه‌های مختلف از جمله جوامع محلی، متخصصان و ارگان‌های دولتی گردشگری می‌شود. هماهنگی بین این گروه‌ها برای دستیابی به نتایج گردشگری پایدار ضروری است (Sharma & Arora, 2023).

رویکردهای مشارکتی، مانند کارگاه‌ها و گروه‌های متمرکز، می‌توانند سبب تسهیل مشارکت ذینفعان شود. همچنین می‌تواند سبب بهبود ارتباطات بین طرف‌های مختلف شود (Chase et al., 2012).

**عدم تعادل قدرت در بین ذینفعان**

عدم تعادل قدرت می‌تواند مانع تعامل موثر سهامداران شود، زیرا ممکن است سبب ترجیح منافع ذینفعان غالب بر منافع گروه های کمتر قدرتمند شود. برای رفع این عدم تعادل‌ها نیازمند حکمرانی فراگیر و فرآیندهای تصمیم‌گیری عادلانه می‌باشد ( Becken & Simmons, 2019).

**یکپارچه سازی تکنولوژیکی**

ادغام فناوری‌های نوآورانه در گردشگری می‌تواند سبب افزایش تعامل ذینفعان با بهبود ارتباطات و اشتراک‌گذاری داده‌ها شود. گرچه، تغییرات سریع فناوری می‌تواند چالش‌هایی مانند زیرساخت‌ها و آموزش ناکافی ایجاد کند (Sharma & Arora, 2023).

منابع مالی محدود

یکی از چالش‌های کلیدی پیش روی گردشگری خلاق، دسترسی محدود به منابع مالی است. بسیاری از مقاصد بودجه لازم برای سرمایه گذاری در توسعه و ترویج ابتکارات گردشگری خلاق ندارند، که می‌تواند سبب محدودیت توانایی آنها برای رقابت با سایر اشکال گردشگری باشد (Gáll, 2024).

**عدم همکاری و مشارکت اجتماعی**

چالش دیگر فقدان مشارکت و همکاری جامعه در ابتکارات گردشگری خلاق است. موفقیت گردشگری خلاق به مشارکت فعال ساکنان محلی بستگی دارد و عدم مشارکت می‌تواند سبب محدود شدن اثربخشی این ابتکارات شود. این چالش اغلب با فقدان آموزش کافی و برنامه‌های توسعه مهارت‌ها که بتواند ساکنان محلی را با مهارت‌های لازم برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری خلاق تجهیز کند، همراه می‌شود (Gáll, 2024).

**توازن توسعه گردشگری با پایداری**

در نهایت، چالش ایجاد توازن بین توسعه گردشگری و پایداری وجود دارد. در حالی که گردشگری خلاق پتانسیل کمک به توسعه پایدار را دارد، مهم است که اطمینان حاصل شود که رشد گردشگری به قیمت تخریب محیط زیست و فرهنگی تمام نمی شود. این امر مستلزم برنامه ریزی و مدیریت دقیق و همچنین اتخاذ شیوه های پایداری است که اثرات منفی گردشگری را به حداقل می رساند (Nikitnko, et al, 2024).

**ترویج گردشگری فرهنگی و خلاقانه در مناطق روستایی**

فرصت دیگر، ترویج گردشگری فرهنگی و خلاقانه در روستاهاست. مناطق روستایی اغلب با چالش هایی مانند کاهش جمعیت و رکود اقتصادی مواجه هستند، اما گردشگری خلاق می تواند با بهره گیری از میراث فرهنگی و صنایع خلاق راهی برای احیای این مناطق ارائه دهد. این رویکرد همچنین می تواند به حفظ سنت های روستایی و ارتقای انسجام اجتماعی کمک کند (Asimiadis, 2024).

**رسیدگی به نیازهای کشورهای در حال توسعه**

در نهایت، فرصتی برای رفع نیازهای کشورهای در حال توسعه با ترویج گردشگری خلاق به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار وجود دارد. گردشگری خلاق می تواند راهی برای کشورهای در حال توسعه برای تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری، ترویج میراث فرهنگی و ایجاد درآمد و فرصت های شغلی برای جوامع محلی ارائه دهد. با این حال، این امر مستلزم برنامه ریزی دقیق و اتخاذ استراتژی هایی است که متناسب با نیازها و زمینه های خاص این کشورها باشد (ÇELİK et al, 2024)

در حالیکه این چالش‌ها مهم هستند، اما فرصت‌هایی برای نوآوری و همکاری نیز ارائه می‌دهند. با استفاده از رهبری جمعی و رویکردهای مشارکتی، ذینفعان می‌توانند برای ایجاد شیوه‌های گردشگری پایدار و پاسخگو که به نفع همه طرف های درگیر باشد، با یکدیگر همکاری کنند. این امر مستلزم تعهد به حاکمیت فراگیر و توزیع عادلانه منابع و منافع است.

**مشارکت ذینفعان در اقدام**

چندین مطالعه موردی کاربردهای عملی مشارکت ذینفعان در بازاریابی نوآورانه گردشگری را نشان می‌دهند، از جمله:

۱. شهر هوشمند گردشگری جاکارتا

جاکارتا با درگیر کردن جوامع محلی، کسب‌وکارها، آژانس‌های دولتی، دانشگاه‌ها و مفاهیم گردشگری هوشمند را با موفقیت یکپارچه کرده است، البته با استفاده از فناوری که نقش اصلی را در افزایش خدمات گردشگری و تلاش‌های بازاریابی ایفا می‌کند ( Gandhiwati et al, 2024). استراتژی‌های بازاریابی هوشمند شهر در ایجاد شهرت آن به عنوان یک مقصد گردشگری رقابتی مؤثر بوده است (Gandhiwati et al, 2024).

۲. پروژه گردشگری با شکوه Banyuwangi

برنامه Majestic Banyuwangi در اندونزی اثربخشی مدل Pentahelix را در تقویت تعامل ذینفعان نشان می دهد. این برنامه از طریق همکاری دولت، کسب‌وکارها، دانشگاه‌ها، جوامع و رسانه‌ها، گردشگری فرهنگی را با موفقیت ارتقا داده و روابط بین بازیگران را تقویت کرده است (Rozaan et al, 2024). استراتژی های ارتباطی جامع این برنامه مشارکت جامعه را افزایش داده و بانیووانگی را به عنوان یک مقصد گردشگری فرهنگی رقابتی در سطح جهانی قرار داده است (Rozaan et al, 2024).

**شکاف‌های پژوهشی**

بسیاری از مطالعات بر مقاصد خاص انجام شده و تعمیم پذیرفته‌ها هستند. علاوه بر این، فناوری‌های نوین (مانند پلتفرم‌های دیجیتال) برای مشارکت ذینفعان هنوز به طور کامل بررسی نشده است.

## داده‌ها و تحلیل داده‌ها

نرم افزار استفاده شده SPSS۲۵ بوده است. روایی[۳۷] توسط اساتید حوزه گردشگری تایید شده است. پایایی[۳۸] با آلفای کرونباخ[۳۹] به منظور سنجش ثبات درونی سوالات و اطمینان از همخوانی پاسخ‌ها استفاده شده است. روایی سازه[۴۰] با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) با چرخش واریماکس و شاخص KMO[۴۱] `0.87 که نشان‌دهنده کفایت نمونه‌گیری است. نتایج تحلیل عاملی:

تعداد عوامل استخراج شده ۵ عامل (مطابق با ابعاد تعریف شده در پرسشنامه) .

بارهای عاملی[۴۲] بیشتر سوالات بار عاملی بالای ۰,۵ دارند که نشان‌دهنده روایی سازه خوب است .

** - واریانس تبیین شده: ۶۸,۴٪ (جمع واریانس توضیح داده شده توسط عوامل) .

آلفای کرونباخ برابر با ۰,۸۹ است. مقدار آلفا بالای ۰,۷ است، در نتیجه پایایی پرسشنامه عالی است .

**تحلیل کیفی داده‌ها**

توزیع پاسخ‌ها: بیشتر پاسخ‌دهندگان تمایل به انتخاب گزینه‌های "زیاد" و "بسیار زیاد" در سوالات مرتبط با فناوری‌های نوین و اثربخشی تبلیغات داشته‌اند .

چالش‌های زیرساختی (مانند کمبود اینترنت پرسرعت) بیشترین فراوانی را در بخش چالش‌ها داشته است .

همبستگی مثبت قوی (`r = 0.65`) بین "فناوری‌های نوین" و "اثربخشی بازاریابی" مشاهده شد .

پیشنهاد می‌شود برای بهبود روایی، در مطالعات آینده از تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده شود.

**مشخصات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان:**

**جدول۱-۱- فراوانی افراد شرکت کننده به تفکیک گروه سنی**

| رده سنی | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| **۲۵-۳۵** | ۲۴ | ٪۳۵,۳ |
| **۳۵-۴۵** | ۲۲ | ٪۳۲,۴ |
| **۴۵-۵۵** | ۱۹ | ٪۲۷,۹ |
| **۵۵<** | ۳ | ٪۴,۴ |

۳۷ Validity .
۳۸ Reliability .
۳۹ Cronbach's Alpha .
۴۰ Construct Validity.
۴۱ Kaiser-Meyer-Olkin .
۴۲ Factor Loadings .

| | | |
|---|---|---|
| **جمع کل** | ۶۸ | ٪۱۰۰ |

**جدول۱-۲- فراوانی افراد شرکت کننده به تفکیک تحصیلات**

| میزان تحصیلات | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| **لیسانس** | ۱۸ | ٪۲۶,۵ |
| **فوق لیسانس** | ۳۴ | ٪۵۰ |
| **دکترا و بالاتر** | ۱۶ | ٪۲۳,۵ |
| **جمع کل** | ۶۸ | ٪۱۰۰ |

**جدول۱-۳- دسته‌بندی سوالات پرسشنامه بر اساس ابعاد و شاخص‌ها**

| بُعد/شاخص | تعریف بُعد/شاخص |
|---|---|
| **مشارکت ذی‌نفعان** | نقش دولت، سازمان‌های محلی، کسب‌وکارها، و پلتفرم‌های دیجیتال در توسعه بازاریابی. |
| **فناوری‌های نوین** | تأثیر فناوری‌های پیشرفتهVR و AR، هوش مصنوعی و تبلیغات آنلاین. |
| **کیفیت محتوای دیجیتال** | اهمیت تصاویر، ویدئوها، و تعامل با کاربران در جذب گردشگران. |
| **چالش‌های بازاریابی آنلاین** | موانع اصلی شامل هماهنگی ذی‌نفعان، زیرساخت‌ها، پرداخت آنلاین، و قوانین. |
| **اثربخشی بازاریابی آنلاین** | تأثیر تبلیغات دیجیتال بر آگاهی، جذب گردشگر، اعتماد، و تعاملات. |
| **عوامل موفقیت کلیدی** | مهم‌ترین عوامل مؤثر در موفقیت بازاریابی آنلاین گردشگری. |
| **چالش‌های کلیدی** | موانع اصلی موفقیت بازاریابی آنلاین در منطقه زاینده‌رود. |
| **پیش‌بینی آینده** | دیدگاه پاسخ‌دهندگان نسبت به آینده بازاریابی آنلاین گردشگری. |
| **عوامل جذب گردشگر** | روش‌های مؤثر در جذب گردشگران از طریق بازاریابی آنلاین. |

**جدول ۱-۴- دسته‌بندی سوالات**

| کد | دسته‌بندی سوالات |
|---|---|
| A1, A2,A3,A4,A5 | میزان مشارکت ذی‌نفعان |
| B1,B2,B3 | فناوری‌های نوین در بازاریابی گردشگری |
| C1,C2 | کیفیت محتوای بازاریابی دیجیتال |
| D1,D2,D3,D4 | چالش‌های موجود در بازاریابی آنلاین گردشگری |
| E1,E2,E3,E4,E5,E6,E7 | میزان اثربخشی بازاریابی آنلاین |
| F1 | چالش‌های کلیدی |

**جدول ۱-۵- پاسخ سوالات و بیشینه و کمینه داده‌ها**

**Descriptive Statistics**

| | N | Range | Minimum | Maximum | Mean | | Std. Deviation | Variance |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Std. Error | Statistic | Statistic |
| سن | 68 | 3 | 1 | 4 | 2.01 | .110 | .906 | .821 |
| تحصیلات | 68 | 2 | 1 | 3 | 1.97 | .086 | .712 | .507 |
| A1 | 68 | 4 | 1 | 5 | 2.31 | .123 | 1.011 | 1.023 |
| A2 | 68 | 4 | 1 | 5 | 3.32 | .136 | 1.126 | 1.267 |
| A3 | 68 | 4 | 1 | 5 | 2.63 | .115 | .945 | .893 |
| A4 | 68 | 4 | 1 | 5 | 2.87 | .113 | .929 | .863 |
| A5 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.18 | .098 | .809 | .655 |
| B1 | 68 | 4 | 1 | 5 | 4.01 | .104 | .855 | .731 |
| B2 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.18 | .089 | .732 | .536 |
| B3 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.29 | .081 | .670 | .450 |
| C1 | 68 | 2 | 3 | 5 | 4.54 | .077 | .633 | .401 |
| C2 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.04 | .101 | .836 | .700 |
| D1 | 68 | 4 | 1 | 5 | 4.10 | .099 | .813 | .661 |
| D2 | 68 | 2 | 3 | 5 | 4.34 | .093 | .765 | .585 |
| D3 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.07 | .097 | .798 | .636 |
| D4 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.29 | .094 | .774 | .599 |
| E1 | 68 | 3 | 2 | 5 | 4.09 | .095 | .787 | .619 |
| E2 | 68 | 3 | 2 | 5 | 3.93 | .101 | .834 | .696 |
| E3 | 68 | 3 | 2 | 5 | 3.41 | .089 | .738 | .544 |
| E4 | 68 | 4 | 1 | 5 | 3.78 | .102 | .844 | .712 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| E5 | 68 | 4 | 1 | 5 | 4.06 | .096 | .790 | .623 |
| E6 | 68 | 3 | 1 | 4 | 1.87 | .124 | 1.021 | 1.042 |
| E7 | 68 | 3 | 1 | 4 | 2.26 | .130 | 1.074 | 1.153 |
| F1 | 68 | 3 | 1 | 4 | 2.21 | .138 | 1.140 | 1.300 |
| Valid N (listwise) | 68 | | | | | | | |

**جدول ۲-۱- رابطه بین تبلیغات دیجیتال بر آگاهی از برند با آشنایی با بازاریابی دیجیتال**

**Correlations**

| | | | A1 | E1 |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | A1 | Correlation Coefficient | 1.000 | .203 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .097 |
| | | N | 68 | 68 |
| | E1 | Correlation Coefficient | .203 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .097 | . |
| | | N | 68 | 68 |

بین آشنایی با بازاریابی دیجیتال (A1) و تأثیر تبلیغات دیجیتال بر آگاهی از برند(E1) ، یک رابطه مثبت ضعیف مشاهده میشود، اما این رابطه از نظر آماری معنادار نیست (۰,۰۹۷ < ۰,۰۵= p )

در نتیجه از ازمون رگرسیون استفاده شد. نتایج حاکی از:

**جدول ۲-۲- رابطه تاثیر آشنایی با بازار دیجیتال بر آگاهی از برند**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .209[a] | .044 | .029 | .775 |

a. Predictors: (Constant), A1

ضریب همبستگی (R) نشان‌دهنده یک رابطه مثبت ضعیف بین A1 و E1 است.

ضریب تعیین :($R^2$) ۰,۰۴۴ و تنها ٪۴,۴ از تغییرات متغیر وابسته (E1) توسط متغیر مستقل (A1) توضیح داده می‌شود.

ضریب تعیین تعدیل‌شده(Adjusted $R^2$) برابر ۰,۰۲۹ و خطای استاندارد تخمین :(Std. Error) ۰,۷۷۵است.

**جدول ۲-۳- رگرسیون تاثیر آشنایی با بازار دیجیتال بر آگاهی از برند**

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 1.814 | 1 | 1.814 | 3.018 | .087[b] |
| | Residual | 39.657 | 66 | .601 | | |
| | Total | 41.471 | 67 | | | |

a. Dependent Variable: E1

b. Predictors: (Constant), A1

(Sig.): ۰,۰۸۷ :سطح معناداری

از آنجا که0.05 > .Sig ، مدل رگرسیون به طور کلی معنادار نیست.

یعنی نمی‌توان ادعا کرد که رابطه بین A1 و E1 در جامعه آماری وجود دارد.

**جدول ۲-۴-خلاصه نتایج به صورت نمودار:**

| شاخص | مقدار | تفسیر |
|---|---|---|
| **ضریب همبستگی(R)** | ۰,۲۰۹ | رابطه مثبت ضعیف |
| **ضریب تعیین($R^2$)** | ۰,۰۴۴ | E1 توضیح ٪۴,۴ از تغییرات |
| **سطح معناداری مدل(Sig.)** | ۰,۰۸۷ | مدل به طور کلی معنادار نیست |
| **سطح معناداری ضریب A1** | ۰,۰۸۷ | معنادار نیست A1 ضریب |

**جدول ۲-۵- رابطه بین مشارکت ذی‌نفعان و گروه سنی پاسخگویان**

**Test Statistics[a,b]**

| | سن |
|---|---|
| Kruskal-Wallis H | 11.328 |
| Df | 3 |
| Asymp. Sig. | .010 |

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: A5

مقدار سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ است؛ درنتیجه تفاوت آماری معناداری بین میزان مشارکت ذل‌نفعان و گروه سنی پاسخ‌دهندگان وجود دارد. به عبارت دیگر، سن پاسخ‌دهندگان در گروه‌های مختلف A5 مثلاً گروه‌های تحصیلی یا شغلی) به صورت تصادفی توزیع نشده است.

**جدول ۲-۶- شاخص‌ها و میزان تاثیر آن‌ها**

| شاخص | ضریب Beta | تفسیر |
|---|---|---|
| فناوری‌های نوین | ۰,۴۵ | بیشترین تأثیر را دارد. استفاده از VR، AR، و هوش مصنوعی به طور معناداری اثربخشی بازاریابی را افزایش می‌دهد. |
| کیفیت محتوای دیجیتال | ۰,۳۸ | تصاویر و ویدئوهای باکیفیت و تعامل دیجیتال، جذب گردشگران را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهند. |
| مشارکت ذی‌نفعان | ۰,۳۲ | همکاری دولت، سازمان‌های محلی، و پلتفرم‌ها نقش کلیدی در توسعه بازاریابی آنلاین دارد. |
| دسترسی به اینترنت پرسرعت | ۰,۲۸ | زیرساخت‌های دیجیتال (اینترنت پرسرعت) به عنوان پیش‌نیاز اصلی برای اجرای موفق بازاریابی آنلاین شناسایی شد. |
| سیستم‌های پرداخت آنلاین | ۰,۲۵ | اعتماد به پرداخت الکترونیکی و در دسترس بودن آن، تأثیر مستقیم بر رشد گردشگری دیجیتال دارد. |
| قوانین و مقررات | ۰,۲۰ | قوانین شفاف و حمایتی، به کاهش موانع قانونی کمک می‌کند. |
| تبلیغات هدفمند | ۰,۱۸ | استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات شخصی‌سازی شده، تأثیر متوسطی بر جذب گردشگر دارد. |
| تخفیف‌ها و پیشنهادها | ۰,۱۵ | اگرچه مؤثر است، اما نسبت به سایر شاخص‌ها اولویت کمتری دارد. |

مقاله حاضر با تاکید بر مشارکت ذی‌نفعان و بازاریابی آنلاین در گردشگری خلاق زاینده‌رود، از روش‌های آماری متنوعی در SPSS استفاده کرده است. هرچند برخی نتایج (مانند رابطه A1 و E1) غیرمعنادار بودند، اما یافته‌هایی مانند تفاوت مشارکت بر اساس سن و تأثیر فناوری‌های نوین می‌توانند راهنمای سیاست‌گذاران برای توسعه گردشگری پایدار باشند.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادات کلی:

گردشگری خلاق شکلی پویا و متحول کننده از گردشگری است که طیف وسیعی از منافع را هم برای گردشگران و هم برای جوامع محلی ارائه می دهد. گردشگری خلاق با استفاده از منابع منحصر به فرد فرهنگی و خلاق یک مقصد، می‌تواند به رشد اقتصادی، حفظ فرهنگی و پایداری اجتماعی کمک کند. با این حال، مشارکت فعال ساکنان محلی، در دسترس بودن منابع مالی و اتخاذ شیوه های پایدار سبب موفقیت گردشگری خلاق می‌شود. در مسیر تکامل صنعت گردشگری، گردشگری خلاق احتمالا نقش مهمی در شکل دادن به آینده سفر و گردشگری ایفا می‌نماید. پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که گردشگری خلاق با ویژگی‌ها و ابعاد مشخص، پتانسیل بالایی برای توسعه دارد، خصوصا با مشارکت فعال ذینفعان در بازاریابی آنلاین. برای بهبود این مشارکت، توصیه به تقویت همکاری بین ذینفعان ، استفاده

بیشتر از شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوای باکیفیت برای جذب گردشگران، تحلیل داده‌ها برای تصمیم‌گیری بهتر، حمایت از هنرمندان و صنعتگران محلی برای بازاریابی آنلاین شود.

همچنین پیشنهاد می‌شود به:

آموزش و توانمندسازی در زمینه بازاریابی دیجیتال و گردشگری خلاق برای **افزایش مشارکت جامعه محلی**.

**برگزاری کمپین‌های مشترک تبلیغاتی** میان کسب‌وکارهای محلی، شرکت‌های بین‌المللی گردشگری و دولت.

**ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال مشارکتی** برای تبلیغ یکپارچه محصولات و خدمات کسب‌وکارهای محلی.

**تمرکز بر داستان‌سرایی و بازاریابی محتوایی دیجیتال** برای نمایش تجربیات منحصربه‌فرد گردشگران در زاینده‌رود.

**پیشنهادات استراتژیک:**

در وهله اول پیشنهاد می‌شود به سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین از جمله توسعه پلتفرم‌های مبتنی بر VR/AR و همچنین استفاده از هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌های گردشگری پرداخته شود. همچنین به ارتقای کیفیت محتوا توسط تولید ویدئوها و تصاویر حرفه‌ای از جاذبه‌های گردشگری زاینده‌رودبیش از پیش اهمیت داده شود. در این راستا باید به تقویت مشارکت ذی‌نفعان از جمله ایجاد کمیته‌های مشترک بین دولت، کسب‌وکارها، و پلتفرم‌های دیجیتال و بهبود زیرساخت‌های دیجیتال مانند گسترش پوشش اینترنت پرسرعت و سیستم‌های پرداخت امن در منطقه نیز اهمیت بیشتری داده شود.

## منابع


۱. بهادری, سید رضا , قادری, اسماعیل , کروبی, مهدی و حسینی, سید علی. (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری .*نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین المللی* .285-304 ,(2)5 , doi: 10.22034/jiba.2022.51213.1879

۲. توکلی, عبداله. (۱۴۰۲). مشارکت ذی‌نفعان در مدیریت ریسک و چالش‌های اقتصادی ایران. جستارهای اقتصادی با رویکرد اسلامی, ۲۰(۴۰), ۱۶۷-۱۹۰. doi: 10.30471/iee.2024.10194.2419

۳. حجاریان. (۱۴۰۳). مطالعه و بررسی فضایی برخورداری از ابعاد شاخص های گردشگری خلاق (مورد مطالعه: استان اصفهان). برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۳(۴۸)، ۱۱۵-۱۳۹.

۴. چشم براه، محسن، آصفی، سمانه، منصوریان، علیرضا. (۱۴۰۰). تعیین اولویت بندی و تحلیل ذینفعان منطقه گردشگری ونک بر دوگانه پتانسیل همکاری و روش SAW. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری. ۱۱(۴۱). ۱۷-۳۶.

۵. شریعت, رضا , سخدری, کمال و لاریجانی, مریم . (۱۴۰۲). مشارکت ذینفعان در توسعه کارآفرینی پایدار حوزه بازیافت شهری: رهیافت فراترکیب. فصلنامه علمی آموزش محیط زیست و توسعه پایدار, ۱۲(۲), ۸۵-۱۰۱. doi: 10.30473/ee.2023.64025.2527

۶. محقق, تقوایی, صادقی. (۱۴۰۰). تبیین مؤلفه‌های گردشگری خلاق پایدار در کریدورهای طبیعی شهری از دیدگاه کارشناسان و متولیان، مطالعه موردی: محور زاینده‌رود اصفهان. نشریه گردشگری شهری, ۸(۴), ۸۷-۱۰۲.

۷. محقق فائزه, تقوایی مسعود, صادقی نگین. (۱۴۰۲). تبیین مؤلفه های اجتماعی، فرهنگی مؤثر بر گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران (محور زاینده رود اصفهان).

8. Alekseeva, J., & Shafigullina, Y. (2024). Use of digital and creative technologies in tourism. Московский Экономический Журнал, 458–470. https://doi.org/10.55186/2413046x_2024_9_11_444.
9. Almeida, I., Ferreira, C. C., & Silveira, L. (2025). Creative tourism and residents: interactions in the context of artistic residencies in the Center region of Portugal. *Investigaciones Turísticas*, *29*, 57–80. https://doi.org/10.14198/inturi.25478.
10. Assagaf, A., Muhammad, Z., Salmiay, T., Renreng, M., & Possumah, B. T. (2018). Sustainability Tourism Industry Development: A Strategic Stakeholder Approach Analysis. International Journal of Engineering and Technology, 7, 423. https://doi.org/10.14419/IJET.V7I4.34.26901.
11. Backes-Gellner, U., & Werner, A. (2007). Entrepreneurial signaling via education: A success factor in innovative start-ups. *Small Business Economics, 29*, 173-190. https://doi.org/10.1007/s11187-006-0016-9
12. Becken, S., & Simmons, D. G. (2019). Stakeholder management: different interests and different actions (pp. 234–249). Walter De Gruyter GMBH. https://doi.org/10.1515/9783110607369-016.
13. Baixinho A، Santos C، Couto G، Albergaria IS، Silva LS، Medeiros PD ،Simas RM. Creative tourism on islands: A review of the literature. Sustainability. 2020 Dec 10;12(24):10313.
14. Cahyaningrum, D., Hasani, T. D., Mutiara Asri, N. W. A., Safitri, D., & Ibrahim, I. D. K. (2024). The Role of Community Participation Toward Economic Empowerment in the Tourism Sector. West Science Business and Management, 2(04), 1150–1158. https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i04.1403Main Citation
15. Chang, L.-L., & Backman, K. F. (2016). An Investigation of Creative Tourists' Experience and Revisit Intention. https://scholarworks.umass.edu/ttra/2012/Visual/23/

16. Chase, L., Amsden, B. L., & Phillips, R. (2012). Stakeholder Engagement in Tourism Planning and Development (pp. 475–490). Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_28.
17. Duxbury, N., & Richards, G. (2019). *Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics*. Edward Elgar Publishing.
18. Gáll, J. (2024). CREATIVE TOURISM: AN ENGINE OF INNOVATION AND ECONOMIC GROWTH IN TODAY'S WORLD. *FACTA UNIVERSITATIS-Economics and Organization*, *21*(2), 119-131.
19. Gandhiwati, H. T., Rahmanita, M., Ingkadijaya, R., & Alifahmi, H. (2024). Stakeholder Collaboration Model in Building Jakarta's Reputation as a Smart Tourism City Destination. European Modern Studies Journal, 8(5), 19-31.
20. Jamal, T., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research, 22*(1), 186-204.
21. Kastenholz، E.2010. Cultural Proximity' As A Determinant of estination Image، Journal of vacationmarketing، Vol 16، Issue4 ،Https://Doi.Org/10.1177/1356766710380883.
22. Mavi, R. K., Gheibdoust, H., & Khanfar, A. A. (2020). Prioritizing Strategic Factors of Creative Tourism Industry in Iran by Analytic Network Process (ANP). Event Management, 24(5), 553–565. https://doi.org/10.3727/152599519X15506259855977
23. Obuobisa-Darko، T.، Amoako، G. K.، & Marfo، S. O. (2022). *Stakeholder role in tourism sustainability: The case of Kwame Nkrumah Mausoleum and Center for Art and Culture in Ghana*. International Hospitality Review، 36(1)، 25-42.
24. Witchayakawin، P.، Aziz، Y. A.، Mahomed، A. S. B. B.، & Abdullah، N. H. B. (2022). *Comparing stakeholder participation in community-based tourism (CBT)، examples from Thailand*. GeoJournal of Tourism and Geosites، 41(2)، 531-540. Sautter, E. T., & Leisen, B. (1999). Managing stakeholders: A tourism planning model. *Annals of Tourism Research, 26*(2), 312-328.
25. Richards G، Raymond C. Creative tourism. ATLAS news. 2000Jan;23(8):16-20.
26. Rozaan, A., Prasetyo, B. D., & Hussein, A. S. (2024). ENGAGEMENT COMMUNICATION PROCESSES OF PENTAHELIX MODEL STAKEHOLDER WITHIN MAJESTIC BANYUWANGI TOURISM PROJECT MANAGEMENT. SANGKéP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan, 7(1), 58-82.
27. Santos, E., Carvalho, M., & Martins, S. (2023). Sustainable water management: Understanding the socioeconomic and cultural dimensions. *Sustainability*, *15*(17), 13074.
28. Sautter, E. T., & Leisen, B. (1999). Managing stakeholders: A tourism planning model. *Annals of Tourism Research, 26*(2), 312-328.
29. Sharma, A., & Arora, S. (2023). Understanding the Role of Stakeholders in Sustainability of Travel and Tourism Industry: Future Prospects (pp. 1–16). Springer Nature (Netherlands). https://doi.org/10.1007/978-981-99-3895-7_44-1.

# ارزیابی قابلیت‌های کارآفرینی زنان توانمند روستایی در حوزه گردشگری زاینده رود
# (مطالعه موردی : شهرستان لنجان، روستاهای باغبهادران)

**خدیجه سلیمیان**، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان ، ایران
**زهرا قدرتی**، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه اصفهان ، ایران
**حمید برقی**، استاد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان ، ایران

## چکیده

**هدف:** در سال‌های اخیر با مشکلات زیادی نظیر کاهش نزولات جوی، خشک شدن تالاب گاوخونی، افت شدید در سطح منابع آب زیرزمینی،آلودگی‌های صنعتی وهمچنین بروز تنش‌های اجتماعی مواجه شده است. با کاهش جذابیت رودخانه و خشکسالی، میزان گردشگری در استان اصفهان هم کاهش پیدا کرده است. در این راستا زنان بعنوان گروه طرد شده جامعه، علاوه بر فعالیت‌های خانگی در فعالیت‌های بیرون از خانواده نیز سهم زیادی از نیروی انسانی را دارا هستند. صنعت گردشگری یکی از صنایع است که با وجود حضور پررنگ زنان، در مطالعات توانمندسازی کارآفرینی دز حاشیه زاینده‌رود، آنچنان مورد بررسی قرار نگرفته است. هدف از پژوهش حاضر بررسی قابلیت های کارآفرینی زنان توانمند روستایی در حوزه گردشگری زاینده رود در روستاهای بخش باغبهادران در شهرستان لنجان است.

**روش:** جامعه آماری لنجان بوده است. با استفاده از روش کوکران نمونه‌گیری شده است. روش نمونه‌گیری خوشه ای-تصادفی می‌باشد. از نظر هدف کاربردی و روش توصیفی–تحلیلی و پیمایشی است که اطلاعات مورد نیاز از دو روش میدانی (پرسشنامه) و کتابخانه ای جمع‌آوری شده است. از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. همچنین از مطالعه امینی و فردین ۱۴۰۰ استفاده شده است. از آمار توصیفی استفاده گردیده است. برای شناخت موانع قابلیت‌های توانمندسازی زنان روستایی از تحلیل عاملی و برای راهکارهای موثر در توانمندسازی زنان روستایی در حوزه گردشگری از آزمون Tتک نمونه ای و همچنین برای تشخیص تفاوت بین روستاها از تحلیل واریانس و همچنین جهت ترسیم نقشه ها از نرم افزار GIS استفاده شده است.

**نتایج:** یافته‌های حاصل نشان داد که تنوع کسب و کارهای کوچک می‌توانند از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی، افزایش آگاهی و ظرفیت‌سازی و حمایت از طرف نهادهای مربوطه، گردشگری منطقه، بررسی سطح و میزان مهارت‌های توانمندی در زنان نقش موثری درگردشگری زنان روستایی ایفا نماید.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی ، توانمندسازی، زنان روستایی،کسب و کار کوچک، گردشگری زاینده رود

## مقدمه

در عصر کنونی، صنعت گردشگری در دنیا، سومین صنعت پردرآمد پس از نفت و خودرو است. گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلف نظیر اقتصاد، کشاورزی، محیط‌زیست، فرهنگ، و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوانی است. بر اساس آمارهای ارائه شده سالانه ۵/۳ میلیارد سفر انجام می شود که ۷۰۰میلیون بین کشوری و دو میلیارد و ۸۰۰میلیون داخلی است. از مجموع این سفرهای بین کشوری، سهم ایران یک میلیون و ۵۰۰ هزار سفر؛ یعنی حدود ۰,۲ از سهم جهانی است که طبق آمار نزدیک به نیمی از گردشگران به مناطق روستایی بکر مسافرت می کنند. در حقیقت، گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی است. به طوریکه طی سال‌های اخیر در سراسر اروپا برای رفع چالش‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی حاشیه ای و یا روستاهایی که باکاهش فعالیت های کشاورزی سنتی روبه رو شده اند، گردشگری در کانون توجه قرار گرفته است. همچنین، پژوهش‌های انجام شده، نشان داده است که توسعه گردشگری هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی اجتماعی آن ناحیه گردیده است. بنابراین گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه هر ناحیه مورد توجه قرار گیرد (TSharply، 2002:).

واضح است که از نظر موافقان و مخالفان توسعه، گردشگری روستایی به طور فزاینده‌ای به عنوان یک نوش‌دارو، بالابرنده قابلیت زیست در نواحی دورافتاده، افزایش‌دهنده توان اقتصادی، محرک تجدید حیات سکونتگاه‌ها و نیز بهبود دهنده شرایط زندگی جوامع روستایی به شمار می‌آید. امروزه گردشگری روستایی یکی از فعالیت‌هایی است که به دلیل تنوع در مشاغل می‌تواند زمینه اشتغال و توسعه کارآفرینی زنان روستایی را فراهم کند (یا سوری و همکاران، ۱۳۹۴). این موضوع در بسیاری از کشورها با سیاست‌های کشاورزی در ارتباط است و غالبا وسیله‌ای در جهت حمایت از فرهنگ روستایی و محیط زیست می‌باشد، پس می‌تواند نقش اساسی در توسعه و حفظ روستا داشته باشد (Hisrich, 2005: 227-240). گردشگری روستایی می‌تواند سبب کارآفرینی شود. فرایند کارآفرینی در حقیقت خلق چیزی نو که همراه با صرف وقت و تلاش زیاد و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی با هدف به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. این فرایند حاصل فعالیت‌های منظمی است که سبب پیوند خلاقیت و نوآوری با فرصت هاو نیازمندی‌های بازار می‌شود (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۲: ۱۹). درحقیقت، تمامی تعاریف کارآفرینی سه مقوله ی بهره گیری سازمان‌یافته از منابع، تفکر خلاقانه و توانایی پذیرش ریسک یا خطر وجود دارد (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷:۱۶۲). گردشگری به مثابه شاخه‌ای از توسعه پایدار و یک بخش خدماتی ، پتانسیل توانمندسازی جوامع را دارد. توانمندسازی مختص گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه است که دچار طرد اجتماعی هستند. برپایه مطالعات انجام شده، زنان، حاشیه‌ای‌ترین گروه‌های اجتماعی هستند که عموما فاقد قدرت کنترل منابع و دسترسی به موقعیت‌ها و فرصت‌های برابرند. با توجه به اینکه، رشد و توسعه جریان گردشگری طی چند دهه اخیر، در مناطق روستایی کشورهای درحال توسعه، جایگاه زنان را از حاشیه به متن ارتقا نموده است و همچنین، توسعه گردشگری با افزایش قدرت زنان و کنترل آن‌ها بر منابع، نقش مهمی در توانمندسازی زنان ایفا می‌نماید، مشارکت زنان در گردشگری، مزایایی ازجمله توسعه اقتصادی در مناطق حاشیه ای، افزایش کنترل افراد محلی و استفاده پایدار از منابع طبیعی را به همراه دارد (خواجه شاهکویی و همکاران، ۱۳۹۱). از آنجاییکه توسعه اقتصادی خصوصا در روستاهای ایران نقش پررنگی دارد، گردشگری روستایی می‌تواند سبب تسهیل در در فرایند با ساخت اقتصادی مناطق روستایی و توسعه اقتصادی در روستاها شود (شاهسون اینانلو، ۱۳۹۶). البته به شرط اینکه برنامه‌ریزی در مناطق روستایی با تغییر رویکرد از نگاه از بالا به پایین به نگاه از پایین به بالا و درواقع تبدیل نظام مدیریتی متمرکز به نامتمرکز توام باشد، به توانمندسازی روستاییان منتهی خواهد شد و در پی آن، مشارکت واقعی تمامی ذینفعان را به همراه خواهد داشت. مشارکت واقعی و فعال جوامع محلی سبب تحولات کالبدی سکونتگاه‌های روستایی و توسعه پایدار را می‌شود(Zasada، ۲۰۱۷). استان اصفهان با داشتن روستاهایی با جاذبه‌ها و پتانسیل‌های مختلف طبیعی و انسانی برای گذران اوقات فراغت، روزبه روز

شاهد رشد و توسعه گردشگری است. این فعالیت در این روستاها چنان رشد کرده که با زندگی ساکنان محلی عجین شده و خود را به منزله پدیده‌های مهم نشان داده است.

## مبانی نظری

برای نخستین بار اقتصاددانان به ارائه نظریه‌های اقتصادی در زمینه کارآفرینان و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپـــیتر کارآفرین را نیـــروی محرکـــه اصلی در توسعه اقتصادی برمی‌شمارد. از نظر وی نقش کارآفرین نوآوری است. همپنین از دیدگاه او ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و ... از فعالیت‌های کارآفرینان است. کـرزنر نیز از استـــادان اقتصاد دانشگاه نیویورک، کارآفرینی را این گونه تشریح می‌نماید؛ کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری وهماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها. یکی از این بازارها که اخیرا و در طول چند دهه اخیر رواج فراگیر یافته است، بازارگردشگری در جوامع روستایی می‌باشد. فرصت‌ها و منابع محیطی فراوانی هم در درون و هم در بیرون جوامع روستایی به منظور کسب کارآفرینی بیشتر در روستاها وجود دارد. صنعت گردشگری از صنایع فرهنگی محسوب می‌شود که زمینه رشد فوق العاده‌ای در مناطق روستایی دارد. از زمینه مورد علاقه گردشگران داخلی و خارجی می‌توان به طبیعت زیبای مناطق روستایی همراه با جاذبه‌های سنتی روستانشینان، اشاره نمود. توسعه صنعت گردشگری نیازمند هزینه قابل توجهی نیست، اما گسترش آن منجر به توسعه کسب‌وکارهای کوچک و افزایش کارآفرینی درمناطق روستایی خواهد شد. کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی شهری ندارد جز اینکه باید آن را در فضای روستا تصور نمود (پترین، ۱۹۹۴). زنان روستایی در کشور ما با وجود موقعیت نامناسب اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نقش قابل توجهی در جامعه روستایی دارند و میزان نقش و مشارکت آن‌ها در بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، خدماتی و تولیدی زیاد است، هنوز سهم شایسته ای در اقتصاد ملی به دست نیاورده اند. زنان روستایی نسبت به زنان غیر روستایی وضعیتی اسف‌بارتری دارند و به همین دلیل سیاست گذاران تمامی کشورهای دنیا توجه خاصی به توسعه روستایی و حل مشکلات و معضلات آن‌ها معطوف نموده‌اند (میرزاامینی، ۱۳۸۳). با این حال، زنان کارآفرین در مسیر کارآفرینی خود توانسته اند موفقیت هایی رابه دست آورند که می‌تواند تأثیر شگرفی در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور بر جای گذارد (حسینی نژاد، ۱۳۸۳: ۱۴۷). یکی از زمینه‌های مطلوب برای ارتقاء کارآفرینی زنان روستایی، توجه به صنعت توریسم در مناطق روستایی است. زنان روستایی با صرف کمترین هزینه، کمترین ریسک و با آگاهی کامل از استعدادهای درونیشان می‌توانند به اشتغال در زمینه‌های محلی و گردشگری دست یابند. اشتغال در بخش گردشگری، می‌تواند منافعی را برای افراد یا حتی گروه‌های از زنان در جوامع خاص داشته باشد. اشتغال دربخش گردشگری سبب ایجاد فرصت‌های متفاوت و تغییر روابط جنسیتی درون جوامع شود. این کار مستلزم فراهم شدن زمینه‌های لازم است، در حالیکه با عدم زمینه های لازم در برابرسازی این فرصت‌ها مواجه هستیم (خانی، ۱۳۹۰). گردشگری قادر است به عنوان یک گزیده در توانمندسازی زنان روستایی از طریق کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک نقش مهمی را ایفا کند و از این رو دفتر بین المللی گردشگری در مارس ۲۰۰۸ با ارائه برنامه‌ای عملی، سازمان جهانی گردشگری را در خصوص ایفای نقشی راهبردی در توانمندسازی اقتصادی زنان وانمود نمود. برنامه ای که اساس آن بر کاهش فقر و تقویت هویت زنان و توجه به نقش آن‌ها در فعالیتهای مرتبط با گردشگری گذاشته شده است محل کار مورد توجه قرار بگیرد (نیان و همکاران،۱۳۹۰). رویکردها و رهیافت‌های زیادی برای توسعه و بهبود زندگی روستایی از طریق کارآفرینی برای این جوامع مطرح شده است.امروزه مقوله توانمندسازی به سرعت در حال گسترش است و توانسته نقش مهمی در زمینه توسعه کسب و کار داشته باشد اهمیت آن به نحوی است که کارآفرینی و توانمندسازی را دو قالب مهم فعالیت‌های توسعه اقتصادی تعریف کردندکه یکی از محیط‌های دارای قابلیت مناسب برای توسعه توانمندسازی ، منطقه ی روستایی است . چرا که روستا قابلیت زیادی در ایجاد انواع کسب و کار در بخش‌های سه‌گانه اقتصاد یعنی کشاورزی، خدمات و صنعت دارد (قادر مرزی و همکاران ۱۳۹۴: ۱۰۶). تجربه کشورهای دارای رشد بالای درآمد ملی نیز نشان دهنده آن است که مدیران این کشورها به نقش و اهمیت کارآفرینی و توانمندسازی در پیشرفت و توسعه کشور پی برده‌اند (ممیز و همکاران ۱۳۹۲: ۱۵۵). سکونتگاه روستایی از جمله نواحی توسعه نیافته جهانهیتند که بیش

از ۴۷ درصد جمعیت جهان را وهمچنین بیش از ۷۰ درصد فقرا را در خود جای داده‌اند. بنابراین رشد و توسعه کارآفرینی در امور روستایی می‌تواند راه بهبود مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه و پیشگیری از تسریع شدن آن در آینده باشد. درحقیقت توانمندی و کارآفرینی می‌تواند به عنوان راهکار جدیدی در نظریه‌های توسعه برای ظرفیت سازی و توانمندسازی در مناطق روستایی در راستای دستیابی به توسعه پایدار باشد (بشیر احسن و قربانی نژاد ۱۳۹۶: ۹۵). صنعت گردشگری از متشکل از سازمان‌هایی است که مستقیم یا غیرمستقیم کالا و خدمات را به گردشگران ارائه می‌دهند و پاسخگوی نیاز مشتریان هستند (Zhen et al، 2018: 66) سازمان‌های دولتی و خصوصی که خدمات پرواز، اسکان، حمل و نقل، تغذیه و... را انجام می‌دهند از نمونه‌های صنعت گردشگری هستند (Szpilko، 2017: 289). صنعت گردشگری می‌تواند سبب توسعه‌ی اقتصادی شود. از طرفی اساس توسعه اقتصادی نوآوری وخلاقیت و استفاده ازدانش و توانمندی روستاییان است (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۵) و از طرف دیگر مهم‌ترین اهداف توسعه اقتصادی در مناطق روستایی ایجاد اشتغال و مهم ترین ساز وکار و ابزار آن کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان است (ساربان، ۱۳۹۲: ۱۷)(karimi at el، 2017: 5). توانمندسازی به کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های جدید شغلی و راهکارهای جدید در نظریه‌های توسعه به منظور دستیابی به توسعه پایدار در روستا محسوب می‌شود (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۹). درواقع، توانمندسازی زنان روستایی می‌تواندسبب فراهم آمدن زمینه‌های کاهش فقر در روستا و گامی به سوی توسعه روستایی باشد (فلاح و حقیقی، ۱۳۹۸: ۹۸). توانمندسازی در مناطق روستایی به ویژه در بین زنان روستایی می‌تواند برطرف کننده بسیاری از چالش‌ها از جمله فقدان تنوع اقتصادی، بیکاری، درآمد پایین و مهاجرت باشد. با توجه به نقش غیر قابل انکار زنان در توسعه روستایی تقویت این مهم می‌تواند نقش موثری در دستیابی به اهداف توسعه پایدار در مناطق روستایی ایفا نماید (جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۸). بر اساس آنچه گفته شد یکی از موضوعات مهم در فرایند توسعه گردشگری داشتن مهارت‌ها و خلاقیت‌های زنان است که در چند دهه اخیر مورد توجه کشورهای مختلف قرار گرفته است به طوریکه مهارت‌های توانمندسازی زنان در بازار کار وبازاریابی و جذب گردشگر و مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی ، اجتماعی به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است(فیض، ۱۳۸۸: ۲۶) بانک جهانی در تعریف توانمندسازی می‌گوید توانمندسازی روندی است که ظرفیت افراد یا گروه‌ها را برای انتخاب بالا می‌برد و انتخاب‌ها را به سمت نتایج و اعمال مطلوب متمایل می‌سازد . توانمندسازی روند افزایش سرمایه‌ها و ظرفیت‌های فردی یا گروهی است که موجب انتخاب‌های هدفمند و تبدیل این انتخاب‌ها به نتایج و اعمال مطلوب میشود می‌شود.(anonymous، 2003: 12)

## روش‌شناسی تحقیق

جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش۳۳۹۷ نفر از زنان ساکن روستاهای بخش باغبهادران می‌باشد. با استفاده از فرمول کوکران ۳۴۵ نمونه انتخاب شده است. مناطق روستایی لنجان، بخش باغبهادران با استفاده از نرم‌افزار SPSS در سطح توصیفی و استنباطی تحلیل شده است. سپس با استفاده از تحلیل عاملی و آزمونT تک نمونه‌ای و تحلیل واریانس، تنوع کسب و کار زنان توانمند جهت جذب گردشگر در روستاها در مطالعه امینی و فردین ۱۴۰۰ استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق را زنان توانمند روستاهای شهرستان لنجان ، بخش مرکزی و باغبهادران تشکیل می‌دهند.روش نمونه گیری در انتخاب روستاها خوشه ای – تصادفی استفاده شده است. از ۳ دهستان به صورت تصادفی ۹ روستا انتخاب شده است . حجم نمونه بر اساس زنان توانمند تعیین و از هر روستا فقط تعداد بسیار محدودی زن توانمند و کارآفرین مورد پرسشگری قرار خواهد گرفت. تعداد نمونه (پرسشنامه) نیز به نسبت تعداد خانوار در سطح هر روستا تعیین می‌شود. شهرستان لنجان دارای سه بخش بخش باغبهادران و مرکزی و فولادشهر که شامل ۸ شهر ۵ دهستان و ۵۳ آبادی دارای سکنه است و ۵ دهستان شهرستان لنجان، بخش مرکزی و باغبهادران به نام‌های اوشیان ، خرم رود، چم رود، چم کوه و زیرکوه می‌باشد. تعداد نمونه نیز به نسبت تعداد خانوار در سطح هر روستا تعیین می‌شود سپس با توجه به جامعه آماری بر حسب خانوار هر روستا که تعداد کل آن ۳۳۹۷

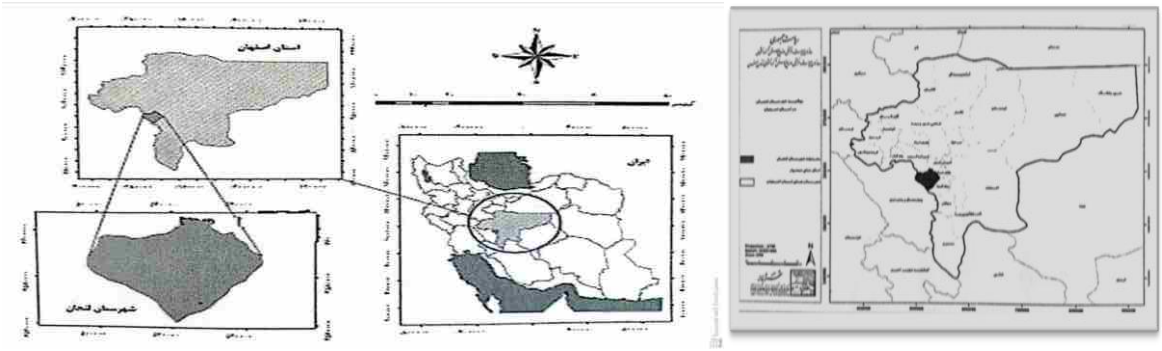
خانوار است تعداد نمونه محاسبه میشود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با ۰/۰۶ خطا به تعداد ۳۴۵ به دست آمده است. تعداد نمونه نیز نسبت تعداد خانوار در سطح هر روستا تعیین می‌شود سپس با بهره‌گیری از فرمول کوکران با توجه به جامعه آماری ( بر حسب خانوار هر روستا که تعداد کل آن ۳۳۹۷ خانوار است) تعداد نمونه عدد ۳۴۵ به دست آمده است . طبق فرمول d معادل۰,۰۶ ، ضریب اطمینان ۰,۹۴ ، t=z= ۱,۹۶ و مقادیرp و q نیز هر کدام ۰,۵ و حجم جامعه برابر n=۱۰۹۱ در نظر گرفته می‌شود.

**جدول ۱-۱ نام و تعداد جمعیت روستاهای نمونه بخش باغبهادران جهت تکمیل پرسشنامه**

| ردیف | نام دهستان | نام روستا | جمعیت | خانوار | تعداد نمونه |
|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | چم‌رود | مورکان | ۱۷۴۳ | ۵۶۶ | ۴۰ |
| | | رحمت آباد | ۷۶۰ | ۲۲۵ | ۱۷ |
| | | کرچگان | ۲۳۱۳ | ۷۳۲ | ۵۴ |
| ۲ | زیرکوه | چم آسمان | ۱۱۰ | ۳۳ | ۳ |
| | | کچویه | ۲۴۹۳ | ۸۱۰ | ۶۰ |
| | | لای بید | ۶۷۳ | ۲۰۴ | ۱۵ |
| ۳ | چم کوه | جعفرآباد | ۲۲۱ | ۶۶ | ۵ |
| | | چم یوسفعلی | ۱۵۲۶ | ۴۳۴ | ۳۲ |
| | | چم طاق | ۱۰۱۷ | ۳۲۷ | ۲۴ |
| | کل | ۹ | ۱۰۸۵۶ | ۳۳۹۷ | ۲۵۰ |

**ماخذ: مرکز آمار ایران ۱۳۹۵ و محاسبات نگارنده**

**نقشه موقعیت جغرافیایی شهرستان لنجان در استان اصفهان**



**سازمان میراث فرهنگی استان اصفهان۱۳۸۸**

### ویژگی‌های جغرافیایی منطقه لنجان (بخش باغبهادران)

شهرستان لنجان با مساحت ۱۱۰۹/۱ کیلومتر مربع، در حدود یک درصد از کل مساحت استان اصفهان را در اختیار دارد. شهرستان مورد نظر ( با ارتفاع ۱۵۵۰ متر از سطح دریا) در غرب استان اصفهان واقع شده است ( فتحی و همکاران، ۱۳۹۲). شهرستان لنجان دارای سه بخش مرکزی، باغبهادران و فولادشهر است (نوروزی و ابراهیمی ۱۳۹۵). بخش باغبادران از فاصله ۶۰ کیلومتری جنوب غربی شهرستان اصفهان مابین ۵۰ درجه و ۵۶ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ و ۳۲ درجه و

۴۱ دقیقه عرض شمالی از خط استوا قرار گرفته است. این بخش در نیمه غربی شهرستان لنجان در غرب بخش مرکزی قرار گرفته و از شمال به شهرستان تیران و کروند و از شرق به بخش مرکزی و از غرب با استان چهارمحال و بختیاری هم مرز است (جاجرمی و سلیمانی، ۱۳۹۳). شهرستان لنجان شامل ۳ بخش، ۹ شهر، ۵ دهستان، ۵۳ آبادی دارای سکنه است (سالنامه آماری، ۱۳۹۷). ۵ دهستان شهرستان لنجان به نام‌های اوشیان، خرم رود، چم رود، چم کوه و زیرکوه می‌باشد (استانداری اصفهان، ۱۳۹۰).

**جدول ۳-۳ تقسیمات کشوری شهرستان لنجان**

| نام شهرستان | نام بخش | نام دهستان | نام شهر | تعداد آبادی |
|---|---|---|---|---|
| لنجان | باغبهادران | چم رود<br>چم کوه<br>زیر کوه | زرین شهر<br>باغبهادران<br>چرمهین<br>چمگردان<br>زاینده رود<br>سده<br>لنجان<br>فولادشهر<br>ورنامخواست<br>باغشاد | ۵۳ |
| | مرکزی | اشیان<br>خرم رود | | |
| | فولادشهر | - | | |

**استانداری اصفهان۱۳۹۰**

بخش باغبهادران از لحاظ تقسیمات کشوری یکی از سه بخش شهرستان لنجان بوده است و دربردارنده دو شهر به نام‌های باغبهادران و چرمهین و ۳۷ روستای دارای سکنه است. از ۳۷ روستای موجود در بخش باغبهاداران ۲۰ روستا در ساحل رودخانه زاینده رود واقع شده است ( یزدانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۹۵-۲۱۸). این بخش در مجموع۵۴۲/۵ کیلومتر وسعت دارد که ۴۹/۶ درصد از وسعت شهرستان لنجان (۱۰۹۳ کیلومتر) را در بر گرفته است (طرح هادی روستای رحمت آباد و مرکان).

بخش باغ بهادران دارای سه دهستان چم رود و زیرکوه در جنوب رودخانه زاینده‌رود و چم‌کوه در قسمت شمالی رودخانه زاینده رود است ( طرح هادی روستای رحمت آباد و مورکان).

جمعیت در سال ۱۳۹۵ کل جمعیت بخش باغبهادران ۴۶۶۶۲ نفر بوده است.

**جدول۳-۵ جمعیت بخش باغبهادران در سال ۱۳۹۵**

| عنوان | | | خانوار | کل | مرد | زن |
|---|---|---|---|---|---|---|
| بخش باغبهادران | جمع | | ۱۴۲۶۶ | ۴۶۶۶۲ | ۲۳۹۶۱ | ۲۲۷۰۱ |
| | شهری | | ۷۱۸۱ | ۲۴۰۱۱ | ۱۲۳۸۲ | ۱۱۶۲۹ |
| | روستایی | جمع دهستان | ۷۰۸۵ | ۲۲۶۵۱ | ۱۱۵۷۹ | ۱۱۰۷۲ |
| | | دهستان زیرکوه | ۲۹۷۱ | ۹۵۵۲ | ۴۶۰۰ | ۴۶۵۲ |
| | | دهستان چم رود | ۲۴۹۳ | ۷۸۰۱ | ۳۹۸۳ | ۳۸۱۸ |
| | | دهستان چم کوه | ۱۶۲۱ | ۵۲۹۸ | ۲۶۹۶ | ۲۶۰۲ |

**اطلس آماری شهر باغبهادران ۱۳۹۵**

## یافته‌های تحلیلی

**جدول ۱-۴ فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان به تفکیک**

| وضعیت تاهل | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| متاهل | ۲۳۴ | ۹۳٫۶٪ |
| مجرد | ۱۶ | ۶٫۴٪ |
| کل | ۲۵۰ | ۱۰۰٪ |

**جدول ۱-۵ درصد فراوانی افراد شرکت کننده به تفکیک گروه سنی**

| سن | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| ۱۵-۲۵ سال | ۱۵ | ۶٪ |
| ۲۶-۳۵ سال | ۵۱ | ۲۰٫۴٪ |
| ۳۶-۴۵ سال | ۷۳ | ۲۹٫۲٪ |
| ۴۶-۵۵ سال | ۷۲ | ۲۸٫۸٪ |
| ۵۶-۶۵ سال | ۲۷ | ۱۰٫۸٪ |
| بالاتر از ۶۵ سال | ۱۲ | ۴٫۸٪ |
| کل | ۲۵۰ | ۱۰۰٪ |

**جدول ۱-۶ فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان به تفکیک**

| میزان تحصیلات | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| بی سواد | ۳۲ | ۱۲٫۸٪ |
| ابتدایی تا سیکل | ۱۱۴ | ۴۵٫۶٪ |
| دیپلم | ۸۲ | ۳۲٫۸٪ |
| لیسانس تا فوق لیسانس | ۲۱ | ۸٫۴٪ |
| فوق لیسانس تا بالاتر | ۱ | ۴٪ |
| حوزوی | - | - |
| کل | ۲۵۰ | ۱۰۰٪ |

**جدول ۱-۷ فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان به تفکیک تعداد اعضای خانواده**

| تعداد اعضای خانواده | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| ۲-۱ نفر | ۳۰ | ۱۲٪ |
| ۴-۳ نفر | ۱۵۳ | ۶۱٪/۲ |
| ۶-۵ نفر | ۶۳ | ۲۵٪/۲ |
| ۸-۷ نفر | ۴ | ۱٪/۶ |
| بیشتر از ۸ نفر | - | - |
| کل | ۲۵۰ | ۱۰۰٪ |

**جدول ۱-۸ فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان به تفکیک وضعیت**

| اشتغال | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| کشاورزی و باغداری | - | - |
| دام و طیور | - | - |
| کارمند | ۴ | ۱٪/۶ |
| صنایع دستی | - | - |
| خانه دار | ۱۸۹ | ۷۵٪/۶ |
| دانشجو | ۶ | ۲٪/۴ |
| بازنشسته | - | - |
| بیکار(جویای کار) | ۱ | ۴٪ |
| قالی بافی – دامداری-کشاورزی | ۵۰ | ۲۰٪ |
| کل | ۲۵۰ | ۱۰۰٪ |

**جدول۱-۹ فراوانی و درصد فراوانی پاسخگویان به تفکیک درآمد**

| درآمد | فراوانی | درصد فراوانی |
|---|---|---|
| زیر ۱ میلیون تومان | ۵۴ | ۲۱٪/۶ |
| ۲-۱ میلیون تومان | ۵۸ | ۲۳٪/۲ |
| ۳-۲ میلیون تومان | ۴۶ | ۱۸٪/۴ |
| ۴-۳ میلیون تومان | ۴۳ | ۱۷٪/۲ |
| ۵-۴ میلیون تومان | ۳۶ | ۱۴٪/۴ |
| بیشتر از ۵ میلیون تومان | ۱۳ | ۵٪/۲ |
| کل | ۲۵۰ | ۱۰۰٪ |

## یافته‌های تحلیلی و میدانی تحقیق

داده‌ها در زمستان۱۴۰۲ جمع‌آوری شده است.
نتایج حاصل از اطلاعات پرسشنامه‌ها عبارت بوده از:
تاهل: بیشتر افراد نمونه که برابر ۲۳۴ نفر یا ۹۶/۶ درصد هستند متاهل بوده‌اند.
سن : از ۱۵ سال تا بالاتر از ۶۵ سال بوده است که ۷۸/۴ درصد ۲۶ تا ۵۵ سال بوده‌اند.

تحصیلات : ۱۲/۸ درصد از پاسخگویان بی‌سواد بوده‌اند و۱۲/۴ دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.

تعداد اعضای خانواده: بیشتر افراد نمونه که برابر با ۱۵۳ نفر یا ۶۱/۲ درصد نمونه هستند، ۳ تا ۴ نفر در خانواده عضو دارند.
شغل : ۱/۶ درصد نمونه کارمند، ۷۵/۶ درصد نمونه خانه‌دار، ۲/۴ درصد نمونه دانشجو ، ۲۰ درصد نمونه قالیباف، دامدار و کشاورز بودند.
میزان درآمد : ۴۴/۸ درصد تا ۲ میلیون تومان ، ۳۵/۶ درصد نمونه درآمدی حدود ۲ میلیون تومان تا ۴ میلیون تومان، ۱۴/۴ درصد نمونه درآمد حدود ۴ تا ۵ میلیون تومان ،۵/۲ درصد نمونه درآمدی بیشتر از ۵ میلیون تومان بوده است.

## تحلیل یافته‌های استنباطی

### پاسخ به سوالات تحقیق

**سوال اول**: چه موانع و مشکلاتی در فرایند رشد توانمندسازی زنان روستایی مورد مطالعه در حوزه گردشگری زاینده‌رود وجود دارد؟

موانع اقتصادی بیشترین ضریب را به خود اختصاص داده است. دسترسی نداشتن به وام و تسهیلات بانکی برای کارآفرینی، مشکل تامین وثیقه تضمینی بانک‌ها، مشکل پرداخت مالیات‌ها، هزینه‌ها و بیمه که از متغیرهای اقتصادی هستند. بالا بودن هزینه مالی، زمان‌بر بودن درخواست مجوزها و کسری منابع و همراهی نکردن بانک، نداشتن پس انداز کافی برای انجام فعالیت‌های مورد نظر در بسیاری از مواقع نیاز به استفاده از تسهیلات بانکی بودند که با مشکل ارائه وثیقه و ضامن معتبر نیز مواجه شده‌اند. همچنین آشنا نبودن با کارآفرینان موفق از موانع کارآفرینی آنها هستند.

**سوال دوم:** فعالیت‌ها و کسب و کارهای موردعلاقه در سکونتگاه‌های روستایی روستاهای حاشیه زاینده‌رود کدامند؟

به نظر می‌رسد در بین کسب و کارهای مورد علاقه زنان روستاهای بخش باغبهاداران در زمینه کارآفرینی تفاوت زیادی وجود ندارد. بیشتر زنان مشغول تهیه خشک‌بار از باغات خود روستا بودند. در دهستان زیرکوه چند کارگاه قالی بافی ، خیاطی و چندین سوله تولید قارچ توسط زنان اداره می‌شد و در دهستان چم رود یک کارگاه قالیبافی که توسط زنان روستایی راه اندازی شده بود بسیار مورد استقبال زنان روستا برای کسب درآمد بود و زنان در کنار شغل قالیبافی به تهیه و فروش محصولات لبنی مثل کشک و قارا مشغول بودند.

در بسیاری از مطالعات انجام شده عنوان شده است که بسیاری از زنان روستایی مورد مطالعه عوامل مالی و اقتصادی را به عنوان مهم‌ترین عوامل توسعه یا مانع کارآفرینی خودشان دانستند. نتیجه به دست آمده از این پژوهش نیز اندازه اثر عامل مالی و اقتصادی را در سطح بالا برآورد نموده است، که با نتیجه مطالعات نیاز کار و عرب مقدم ۱۳۸۹ علی دوست و همکاران ۱۳۹۱

همتی و همکاران ۱۳۹۱ گلرود ۱۳۸۸ حیدری ساربان ۱۳۹۱ احمدی و همکاران ۱۳۹۸ روشنیا و همکاران ۱۳۹۴ قادر مرزی و همکاران ۱۳۹۴ سواری و همکاران ۱۳۹۶ بارت وژان ۲۰۱۴ کومار و همکاران ۲۰۱۰ همسو است .

امروزه در نظریه‌های جدید توسعه روستایی از کارآفرینی روستایی به عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی به ویژه توانمندسازی زنان روستایی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی کاهش شکاف شهر و روستا ایجاد برابری اقتصادی اجتماعی، محیطی، نهادی یاد می‌شود در عین حال کارآفرینی ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار به شمار می‌رود بنابراین در محیط پویا و با پتانسیل مناطق روستایی کارآفرینی به عنوان یک اهرم اصلی توسعه روستایی محسوب می‌شود، چرا که ویژگی اصلی یک اقتصاد پویا وجود ایده‌ها محصولات و خدمات در حال تغییر است و در این میان کارآفرینی است که الگوهایی را برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید رقم می‌زند در این راستا علی رغم اینکه زنان روستایی در بسیاری از فعالیت‌های خانوار خود به صورت مستقیم شرکت داشته و حتی در بسیاری از مواقع ثابت کردند که توانایی انجام کارهای طاقت فرسا بیرون از خانواده را نیز دارا می‌باشند، اما با توجه به اینکه مسئول بسیاری از فعالیت‌های درون خانه در مناطق روستایی زنان خانوار می‌باشند.

**سوال سوم** چه راهکارهایی جهت توانمند کردن زنان روستایی موثر است؟

ایجاد کارگروه آموزشی و کلاس‌های کسب مهارت ،ترویج فرهنگ کسب و کار زنان و بازاریابی موفق ،افزایش آگاهی از وام‌های خود اشتغالی بانوان و تسهیلات ،حمایت از کسب و کار از سوی دولت وخانواده ،ایجاد نمایشگاه ، جشنواره‌ها وبازارچه‌های محلی، ایجاد جاده و مسیر ارتباطی مناسب جهت دسترسی آسان به روستا، اعطای تسهیلات به کارآفرینان روستایی و متقاضیان کسب و کارهای خاص روستایی، برگزاری همایش‌ها با موضوع اشتغال‌زایی و بازاریابی، تشکیل کمیته‌های تخصصی پیرامون ایجاد صندوق‌های خرد روستایی با هدف جمع آوری سرمایه‌های خرد به منظور اشتغال‌زایی ،ایجاد کلاسهای آموزش کسب مهارت‌های جدید جهت ایجاد کسب و کار کوچک،توجه دهیاری‌ها و نهادهای مربوطه به راه‌های ارتباطی روستاها و دسترسی آسان روستاییان به مراکز شهری برای خرید محصولات اولیه، بازاریابی، یا فروش محصولات، در اختیار قرار دادن مکان‌های مناسب برای برگزاری بازارهای محلی و نمایشگاه‌ها برای عرضه خدمات و فروش محصولات. برگزاری جلسات و دعوت از زنان توانمند روستایی برای آشنایی بانوان با آنها و ایجاد انگیزه برای ایجاد اشتغال و کارآفرینی،تشویق بانوان در گردهمایی و همایش‌های محلی برای ایجاد کسب و کارهای کوچک.

## نتیجه‌گیری

توانمندی نیروی انسانی از عوامل اساسی توسعه و تداوم حیات جامعه و سازمان است که نقش بسزایی در تحقق اهداف دارد. در صنعت گردشگری نیز پرداختن به عوامل توانمندسازی نیروی انسانی، به ویژه زنان، امری لازم است؛ بنابراین ابتدا باید عوامل توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری شناسایی و سپس استفاده شوند. نتایج حاصل از پژوهش به شناسایی چندین عامل توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری پرداخته است. شناسایی عوامل توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری سلامت هم برا ی زنان شاغل و هم برای سیاستگذاران صنعت گردشگری اهمیت ویژه ای دارد، زیرا این فرصت را برای زنان فراهم می‌کند تا درکنار مردان مشارکت فعال و عالی داشته باشند و ازتوانایی‌های خود استفاده نمایند. علاوه‌براین، درنظر نگرفتن و نیز بی‌توجهی به توانمندسازی زنان در صنعت گردشگری با وجود قابلیت‌ها و مهارت‌هایی که زنان دارند، به کمرنگ شدن مشارکت آنان در

بخش‌های مختلف جامعه منجر خواهد شد. بنابراین پیشنهاد می‌شود در بُعد فردی و روانشناختی مشاوره‌های لازم به زنان داده شود تا شناخت کاملی از توانایی‌های خود داشته باشند و با کمک آموزش از این توانایی‌ها استفاده کنند. در بُعد اجتماعی و فرهنگی پیشنهاد میشود تشکل‌های متعددی ایجاد شود تا فرهنگ مردسالاری را تغییر دهند و برابری جنسیتی ایجاد کنند تا زنان به طور همزمان، هم در عرصه نظری و هم در عرصه‌های عملی نقش فعال‌تری را در جامعه برعهده گیرند. در بُعد سازمانی نیز توصیه می‌شود حمایت‌های مادی و معنوی از زنان صورت بگیرد تا اعتمادبه‌نفس آنان تقویت و استعدادهایشان شکوفا شود. همچنین در بُعد اقتصادی و سیاسی لازم است در برنامه‌های توسعه، اولویت ویژه‌ای برای زنان قائل شوند تا کم‌توجهی‌ها به حضور زنان در توسعه جبران شود و تبعیض‌های قانونی از بین برود. همچنین کمک‌های تسهیلگری برا ی زنان کارآفرین در نظر گرفته شود تا به اشتغال‌زایی و توسعه صنعت گردشگری کمک شود. تحقیق حاضر با محدودیت‌هایی همچون تعمیم‌ناپذیری یافته‌ها، اولویت‌بندی نشدن پیشران‌های توانمندساز و ارائه ندادن راهبردهایی برای کاهش یا حذف موانع و ریسک‌هایی که فعالیت زنان شاغل در حوزه گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از توانمندی آنان می‌کاهد همراه بوده است؛ بنابراین به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود عوامل توانمندسازی زنان در حوزه گردشگری در جوامع متفاوت و صنایع مشابه را بررسی کنند و ازطریق ایجاد و ارائه سناریوهای متفاوت به اولویت‌بندی پیشران‌ها بپردازند. همچنین پیشنهاد می‌شود که در راستای رفع موانع یافته شده در این پژوهش، به ارائه راهبردهایی برای افزایش هم‌افزایی درون و بیرون سازمانی به منظور رفع موانع و کاستی‌های سازمانی، راهبردهایی برا ی توسعه فردی، روانشناسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ارائه کنند. باشد که در این سرزمین تمامی بانوان توانمند شوند و پابه پای مردان به توسعه این مرزوبوم یاری رسانند.

## منابع


۱. امینی، فرین (۱۴۰۰) بررسی کارآفرینب زنان توانمند روستایی منطقه مورد مطالعه روستاهای باغبهادران

۲. اویسی، لیلا، کروبی، مهدی، اویسی، محمد امیر. (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل توانمندساز در صنعت گردشگری سلامت استان یزد گردشگری و اوقات فراغت. صفحه ۱۳۱ تا ۱۴۴

۳. بشیر احسن، قربانی نژاد، مسلم، ریباز. (۱۳۹۶). نقش زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی روستایی دهستان خرمرود شهرستان تویسرکان نشریه جغرافیای سرزمین دوره ۱۴ شماره ۵۳ .صفحه ۹-۱۰۷

۴. جمشیدی، علیرضا، جوینی، داوود، نظری سرمازه، حمید. (۱۳۹۲). بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی زن و جامعه. صفحه ۱۳۷ – ۱۶۶

۵. حجاریان، احمد (۱۴۰۲). ارزیابی کاربست گردشگری جامعه محور در توانمندسازی زنان روستایی

۶. حسینی نژاد ،مریم. (۱۳۸۳). هنوز راه باقیست انتشارات نشر علم تهران .صفحه ۱۴۷

۷. حسنی، علی، خادم ،فاطمه. (۱۴۰۲). نقش عوامل موثر و توسعه کارآفرینی زنان روستایی در اقتصاد پایدار گردشگری مطالعه موردی روستای کندوان جله پژوهش‌های کارآفرینی. صفحه ۱۵ تا ۳۲

۸. داورخانی، فضیله. ( ۱۳۸۵). توسعه روستایی و چالش‌های اشتغال زنان نشریه پژوهش‌های جغرافیایی دوره ۳۸ شماره ۵۵ صفحه ۱۷۱- ۱۸۸

۹. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، سجاثی قیداری ، حمدالله،رضوی، حسن. ( ۱۳۸۹ ). راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده روستا و توسعه ۹ . صفحه ۱-۲۹

۱۰. رضوانی، محمدرضا، نجارزاده، محمد. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره دوم، صفحه۱۶۲.

۱۱. سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۲). آشنایی با کارآفرینی، نشر سپاس، صفحه ۱۹.

۱۲. شاهسون اینانلو، سعید. (۱۳۹۶). تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری در بازساخت اقتصاد روستایی مطالعه موردی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان آوج پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی گرایش اقتصاد فضا دانشگاه زنجان.

۱۳. قادرمرزی، حامد، جمشیدی، علیرضا ،جمینی، داوود، نظری، سرمازده ، حمید. ( ۱۳۹۴). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان شلیل شهرستان اردل فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای سال پنجم شماره ۱۷ صفحه ۱۰۳ – ۱۱۸.

۱۴. ممیز، آیت الله قاسمی، سید عاطفه، قاسمی، سید فاطمه. ( ۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان رشد فناوری فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد سال نهم شماره ۳۵ صفحه ۱۶ – ۱۵۵.

۱۵. نجفی، زهرا ،صامتی، مجید، جمالی،سمیه. (۱۳۹۸). تحلیل تاثیر کارآفرینی بر نابرابری توزیع درآمد میان استان‌های کشور نشریه علمی پژوهشی مدیریتی نوآوری سال هشتم شماره ۴ صفحه ۶۱- ۸۴.

۱۶. نوروزی، اصغر، ابراهیمی، الهه. (۱۳۹۵). تحقیق پذیر شاخص‌های حکمروایی خوب در نواحی روستای شهرستان لنجان دوره ۵ شماره ۲ پیاپی ۱۰

۱۷. نجفی، فرشاد، کنی، علی‌اکبر، مهدویش، شهرام، صوری، فرشاد. (۱۳۹۱). ارزیابی و تحلیل نقش گردشگری روستایی در توسعه کارآفرینی زنان مطالعه موردی روستای زیارت شهرستان گرگان

۱۸. یزدانی، علی ،کیانی، سلمی، صدیقه، اسحاق ،محمدرضا.(۱۳۹۷). نشریه جغرافیا و توسعه دوره ۱۶ شماره ۵۳ صفحه ۱۹۵ تا ۲۱۸.

۱۹. یاسوری، مجید، وطن خواه ،کلورزی، ژیلا. (۱۳۹۴). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس گوراب پس شهرستان فومن مطالعات جغرافیایی مناطق خشک. صفحه ۴۶ تا ۵۹.

۲۰. سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان.

۲۱. سالنامه آماری شهرستان لنجان ۱۳۹۵.

۲۲. مرکز آمار ایران ۱۳۹۵ سالنامه آماری کشور.

۲۳. سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵.

۲۴. طرح هادی روستای لایبید ۱۳۹۱.

۲۵. طرح هادی روستای مورکان و احمدآباد ۱۳۹۰.

26.Hisrich, R. Peters, M. and Dea S. Entrepreneurship, MC Grow Hill, New York. 2005, 136.

27.Karimi, S., Biemans, H.J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., and Mulder, M. 2017. Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. International Journal of Psychology, 52(3), 227-240.

28. Sharply, Richard. Rural tourism and the challenge oftourism diversification. Tourism Management. Vol.23, 2002, 233.

# نقش چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند در مدیریت ارتباط با گردشگران زاینده‌رود

**ریحانه بیدرام**، کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

رایانامه: bidramreyhaneh@gmail.com

**سمیه صالحی***، استادیار، گروه مدیریت، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

رایانامه: somayehsalehi@iau.ac.ir

**مژگان بهرامی**، استادیار، گروه مدیریت، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران.

رایانامه: mojgan.bahrami@iau.ac.ir

## چکیده

این مقاله مروری به بررسی تأثیر چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند بر مدیریت ارتباط با گردشگران در منطقه زاینده‌رود می‌پردازد. هدف این پژوهش، تحلیل نقش این فناوری‌ها در بهبود تجربه بازدیدکنندگان، افزایش رضایت و ارتقای تعاملات هوشمند است. چت‌بات‌ها با استفاده از فناوری پردازش زبان طبیعی (NLP) و یادگیری ماشین (ML) می‌توانند به‌طور مؤثر به سؤالات متداول گردشگران پاسخ دهند، اطلاعات دقیق در مورد جاذبه‌های گردشگری، مسیرها و وضعیت آب‌وهوا ارائه دهند، و فرآیندهایی مانند رزرو بلیط و هتل را تسهیل کنند. دستیارهای هوشمند نیز با راهنمایی‌های لحظه‌ای و تعاملات صوتی و تصویری، به بهبود تجربه سفر و رضایت گردشگران کمک می‌کنند. این مقاله همچنین چالش‌هایی مانند محدودیت‌های زبانی و نگرانی‌های امنیتی را در استفاده از این فناوری‌ها بررسی کرده و فرصت‌های پیش‌رو برای ادغام با شبکه‌های اجتماعی و استفاده از یادگیری عمیق را معرفی می‌کند. نتایج نشان می‌دهند که چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند می‌توانند به‌طور مؤثری کیفیت خدمات گردشگری و ارتباطات مشتریان را بهبود بخشند.

**کلمات کلیدی:** چت‌بات‌ها، دستیارهای هوشمند، گردشگری، هوش مصنوعی

## ۱. مقدمه

گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی توسعه اقتصادی و اجتماعی شناخته می‌شود، به‌ویژه در مناطقی که از جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی غنی برخوردار هستند. منطقه زاینده‌رود، به‌دلیل اهمیت تاریخی و زیبایی‌های طبیعی خود، نمونه‌ای بارز از چنین مناطقی است که گردشگری نقش مهمی در توسعه محلی آن ایفا می‌کند. با این حال، مدیریت تعاملات گردشگران چالش‌هایی را به همراه دارد که نیازمند راه‌حل‌های نوآورانه است. ظهور هوش مصنوعی (AI)، به‌ویژه از طریق چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند، چشم‌اندازهای امیدوارکننده‌ای برای بهبود تجربیات گردشگران و مدیریت ارتباطات فراهم می‌آورد [۱]. منطقه زاینده‌رود جایگاه برجسته‌ای در چشم‌انداز گردشگری ایران دارد و به‌واسطه میراث فرهنگی منحصربه‌فرد و مناظر دیدنی خود، بازدیدکنندگان بسیاری را جذب می‌کند. گردشگری در این منطقه نه‌تنها به رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه موجب تعاملات اجتماعی و تبادل فرهنگی نیز می‌شود. با وجود اهمیت این منطقه، مدیریت مؤثر تعاملات گردشگران با چالش‌هایی روبه‌رو است. روش‌های سنتی اغلب در پاسخگویی به نیازهای متنوع و فوری مسافران مدرن ناکارآمد عمل می‌کنند و این امر می‌تواند به کاهش رضایت و تعامل بازدیدکنندگان منجر شود [۲]. در سال‌های اخیر، فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی به‌عنوان ابزارهای تحول‌آفرین در صنایع مختلف از جمله گردشگری مطرح شده‌اند. چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند، با توانایی برقراری مکالمات مشابه انسان و ارائه خدمات پشتیبانی ۲۴ ساعته، به خدمات مهمان‌نوازی وارد شده‌اند تا تعامل با مشتریان و ارائه خدمات را بهبود بخشند. این فناوری‌ها با ارائه پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده، پاسخ به پرسش‌ها و کمک به برنامه‌ریزی سفر، تجربه کلی گردشگران را ارتقا می‌دهند [۳].

ادغام هوش مصنوعی، به‌ویژه چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند، در خدمات گردشگری تنها یک پیشرفت فناوری نیست، بلکه یک ضرورت استراتژیک محسوب می‌شود. این ابزارها می‌توانند نیازهای فوری و متنوع گردشگران را برآورده سازند و اطلاعات و کمک‌های لحظه‌ای ارائه دهند که روش‌های سنتی قادر به تأمین آن‌ها نیستند. برای منطقه زاینده‌رود، پذیرش چنین فناوری‌هایی می‌تواند منجر به بهبود قابل‌توجهی در رضایت گردشگران و بهره‌وری عملیاتی شود [۴]. مطالعات نشان داده‌اند که چت‌بات‌ها به بهبود جستجوی اطلاعات مقصد و ارائه تجربیات سفر شخصی‌سازی‌شده کمک می‌کنند و در نتیجه موجب افزایش تعامل و رضایت کاربران می‌شوند. علاوه بر این، دستیارهای مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند به سؤالات روتین پاسخ دهند و به کارکنان انسانی اجازه دهند تا بر وظایف پیچیده‌تر تمرکز کنند. این امر تخصیص بهینه منابع را در بخش گردشگری ممکن می‌سازد. این پژوهش با هدف بررسی کاربردهای چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند در صنعت گردشگری انجام شده است. در این مطالعه، پیاده‌سازی‌های فعلی این فناوری‌ها تحلیل شده و نحوه استفاده از آن‌ها برای ارتقای تجربیات گردشگران و بهینه‌سازی عملیات مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. همچنین، این پژوهش تأثیر این ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی بر بهبود خدمات، مدیریت تعامل با گردشگران و سنجش اثربخشی آن‌ها را در ارتقای کیفیت خدمات، کاهش زمان پاسخگویی و افزایش رضایت کلی گردشگران بررسی می‌کند. تمرکز بر این اهداف به پژوهش حاضر این امکان را می‌دهد تا بینش‌هایی درباره مزایا و چالش‌های بالقوه ادغام فناوری‌های هوش مصنوعی در بخش گردشگری منطقه زاینده‌رود ارائه دهد. این پژوهش همچنین مبنایی برای تحقیقات آینده و کاربردهای عملی فراهم می‌کند.

## ۲. مبانی نظری و مروری بر ادبیات پژوهش

ادغام فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) را در صنعت گردشگری به‌طور قابل‌توجهی متحول کرده است. این بخش به تعاریف فنی و عملکردهای این ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی

پرداخته و بر قابلیت‌های آن‌ها در پردازش زبان طبیعی (NLP) و یادگیری ماشین (ML) تأکید دارد. علاوه بر این، اصول مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در گردشگری و نقش محوری فناوری‌های نوین در ارتقای تعامل با گردشگران بررسی می‌شود. این بررسی نشان می‌دهد که چگونه فناوری‌های مدرن می‌توانند تعاملات مشتریان را بهینه کنند و تجربه کلی آن‌ها را ارتقا بخشند [۵].

### ۲,۱ تعاریف چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند

چت‌بات‌ها برنامه‌های پیچیده‌ای هستند که به‌منظور شبیه‌سازی مکالمات انسانی طراحی شده‌اند و تعاملات خودکار با کاربران را تسهیل می‌کنند. این برنامه‌ها از پردازش زبان طبیعی (NLP) برای درک و تولید زبان انسانی استفاده می‌کنند که به برقراری ارتباط بدون مشکل کمک می‌کند. دستیارهای هوشمند، شامل دستیارهای دیجیتال مانند سیری، الکسا و گوگل اسیستنت، فراتر از قابلیت‌های مکالمه‌ای اولیه رفته و طیف گسترده‌تری از خدمات را شامل می‌شوند، از جمله انجام وظایف، بازیابی اطلاعات و ارائه توصیه‌های شخصی‌شده. این دستیارها از ترکیب NLP و یادگیری ماشین (ML) برای درک ورودی‌های کاربران و سازگار شدن با ترجیحات فردی آن‌ها در طول زمان استفاده می‌کنند [۶].

پردازش زبان طبیعی (NLP) شاخه‌ای تخصصی از هوش مصنوعی است که به تعامل بین کامپیوترها و انسان‌ها از طریق زبان طبیعی می‌پردازد. این فناوری به ماشین‌ها این امکان را می‌دهد که مقادیر زیادی از داده‌های زبان طبیعی را پردازش و تحلیل کنند و زمینه، احساسات و قصد در ورودی‌های کاربران را درک نمایند. یادگیری ماشین (ML)، که زیرمجموعه‌ای از هوش مصنوعی است، به توسعه الگوریتم‌هایی می‌پردازد که به کامپیوترها اجازه می‌دهند از داده‌ها بیاموزند و بر اساس آن‌ها تصمیم‌گیری کنند. در زمینه چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند، الگوریتم‌های ML به این سیستم‌ها امکان می‌دهند که عملکرد خود را با گذشت زمان بهبود بخشند و از تعاملات کاربران یاد بگیرند و در نتیجه توانایی آن‌ها را در ارائه پاسخ‌های دقیق و مرتبط ارتقا دهند [۷]. ادغام NLP و ML به چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند این امکان را می‌دهد که به مکالمات شبیه به انسان پرداخته و سؤالات پیچیده را درک کنند و تعاملات شخصی‌سازی‌شده‌ای ارائه دهند. به‌عنوان مثال، NLP به این سیستم‌ها این امکان را می‌دهد که تفاوت‌های ظریف زبان انسانی را تحلیل و تفسیر کنند، از جمله عبارات اصطلاحی و معانی زمینه‌ای، در حالی که ML به این سیستم‌ها کمک می‌کند تا به رفتار و ترجیحات کاربران سازگار شوند و در نتیجه تعاملات متناسب‌تر و کارآمدتری داشته باشند [۸].

### ۲,۲ مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در گردشگری

مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) رویکردی استراتژیک است که به مدیریت تعاملات با مشتریان کنونی و بالقوه می‌پردازد. در بخش گردشگری، CRM نقش اساسی در درک ترجیحات گردشگران، ارتقای رضایت و تقویت وفاداری دارد. هدف اصلی CRM این است که تمرکز را از تبادل‌های معاملاتی به کسب، توسعه و نگهداری مشتریان منتقل کند و در نتیجه روابط بلندمدت را ایجاد کند [۹]. اجرای مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در گردشگری شامل جمع‌آوری و تحلیل سیستماتیک داده‌های مشتری به‌منظور اطلاع‌رسانی در ارائه خدمات و استراتژی‌های بازاریابی است. با استفاده از بینش‌های حاصل از رفتار و ترجیحات مشتری، شرکت‌های گردشگری می‌توانند خدمات خود را متناسب با نیازها و انتظارات خاص گردشگران تنظیم کرده و در نتیجه تجربه کلی آن‌ها را بهبود بخشند. شیوه‌های مؤثر CRM به افزایش نرخ نگهداری مشتری کمک می‌کنند که در صنعت گردشگری، جایی که مشتریان تکراری می‌توانند به‌طور قابل‌توجهی درآمد را افزایش دهند، اهمیت زیادی دارند [۱۰].

ظهور فناوری‌های مدرن، شیوه‌های CRM را در صنعت گردشگری دگرگون کرده است. به‌کارگیری چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند به شرکت‌های گردشگری این امکان را می‌دهد تا تعاملات شخصی‌شده و در زمان واقعی با گردشگران ارائه دهند و در نتیجه، تعامل و رضایت را افزایش دهند. این ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی قادر به انجام طیف وسیعی از وظایف هستند، از

جمله پاسخگویی به سؤالات، ارائه توصیه‌ها و کمک در رزروها که همگی به ایجاد یک تجربه گردشگری بدون وقفه کمک می‌کنند. علاوه بر این، ادغام فناوری‌های هوش مصنوعی در سیستم‌های CRM امکان خودکارسازی وظایف روتین را فراهم می‌آورد و بدین ترتیب به کارکنان انسانی اجازه می‌دهد تا بر خدمات پیچیده‌تر و با ارزش‌افزوده بیشتر تمرکز کنند. این نه‌تنها کارآیی عملیاتی را بهبود می‌بخشد، بلکه اطمینان می‌دهد که گردشگران اطلاعات دقیق و به‌موقع دریافت کنند و در نتیجه تجربه کلی آن‌ها ارتقا یابد [۱۱]. در نهایت، هم‌گرایی چت‌بات‌ها، دستیارهای هوشمند و سیستم‌های CRM نمایانگر پیشرفت قابل‌توجهی در صنعت گردشگری است. با بهره‌گیری از قابلیت‌های NLP و ML، این فناوری‌ها تعاملات بهبود یافته‌ای بین شرکت‌های گردشگری و گردشگران تسهیل می‌کنند که منجر به افزایش رضایت، وفاداری و در نهایت موفقیت تجاری می‌شود.

### ۲,۳ گردشگری هوشمند و دیجیتال

مفهوم گردشگری هوشمند به‌یکپارچگی فناوری‌های پیشرفته‌ای اطلاق می‌شود که تجربه کلی گردشگران را بهبود می‌بخشد. در مقابل گردشگری سنتی که غالباً بر تعاملات فیزیکی و فرایندهای دستی تکیه دارد، گردشگری هوشمند از ابزارهای پیشرفته‌ای مانند دستگاه‌های اینترنت اشیا (IoT)، تحلیل داده‌های کلان، هوش مصنوعی (AI) و پلتفرم‌های دیجیتال برای ایجاد تجربیات سفر شخصی‌شده، بی‌دغدغه و کارآمد بهره می‌برد. حرکت به سمت دیجیتالی شدن در گردشگری، نحوه تعامل کسب‌وکارها با گردشگران را تغییر داده و سطوح بی‌سابقه‌ای از راحتی، کارآیی و تعامل را ارائه می‌دهد.

یکی از فناوری‌های اصلی که گردشگری هوشمند را هدایت می‌کند، اینترنت اشیاء (IoT) است. IoT به اتصال دستگاه‌های فیزیکی از طریق اینترنت اشاره دارد که امکان تبادل داده‌ها بین اشیاء، سیستم‌ها و دستگاه‌ها را فراهم می‌آورد. در زمینه گردشگری، IoT می‌تواند به روش‌های مختلفی به کار رود، مانند هتل‌های هوشمند که اتاق‌ها به‌طور خودکار نور، دما و سایر تنظیمات را بر اساس ترجیحات مهمان تنظیم می‌کنند، یا سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند که مسیرها را بهینه‌سازی کرده و به گردشگران به‌صورت آنی به‌روزرسانی‌های زمان واقعی ارائه می‌دهند. IoT یک اکوسیستم از دستگاه‌های به‌هم‌پیوسته ایجاد می‌کند که داده‌های ارزشمندی را برای بهبود ارائه خدمات، کاهش هزینه‌های عملیاتی و ارتقای تجربه مشتری فراهم می‌آورد [۱۲]. علاوه بر IoT، داده‌های کلان نقش مهمی در تکامل گردشگری هوشمند ایفا می‌کنند. داده‌های کلان به حجم عظیمی از داده‌ها اطلاق می‌شود که از منابع مختلفی مانند پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، سیستم‌های رزرو و دستگاه‌های مجهز به سنسور تولید می‌شود. با جمع‌آوری و تحلیل این داده‌ها، کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند الگوهایی در رفتار، ترجیحات و روندهای گردشگران کشف کنند. این رویکرد مبتنی بر داده، امکان سفارشی‌سازی خدمات، بازاریابی هدفمند و اتخاذ تصمیمات مؤثرتر را فراهم می‌آورد. به‌عنوان مثال، داده‌های کلان می‌توانند به یک شرکت گردشگری کمک کنند تا تقاضا برای خدمات خاص را پیش‌بینی کند یا مشتریان بالقوه را از طریق تحلیل عادات مرور، رزروهای گذشته و نظرات مشتریان شناسایی کند.

یکپارچه‌سازی فناوری‌های هوشمند مانند AI، IoT و داده‌های کلان موجب ایجاد تجربیات شخصی‌شده برای گردشگران شده است. چت‌بات‌ها و دستیارهای دیجیتال مبتنی بر هوش مصنوعی که در بخش‌های قبلی مورد بحث قرار گرفتند، جزء جدایی‌ناپذیر این فرایند هستند و توصیه‌های شخصی‌شده ارائه می‌دهند و ارتباطات را ساده‌سازی می‌کنند. این فناوری‌ها همچنین به تصمیم‌گیری کمک کرده و راه‌حل‌های آنی برای مشکلاتی که ممکن است گردشگران با آن‌ها مواجه شوند ارائه می‌دهند. به‌عنوان مثال، سیستم‌های

مبتنی بر AI می‌توانند به مسافران در ترجمه زبان، پیشنهاد جاذبه‌ها بر اساس علایق و ارائه اطلاعات محلی کمک کنند [۳]. علاوه بر این، گردشگری دیجیتال شامل استفاده از پلتفرم‌های آنلاین برای رزرو، تبلیغات و اشتراک‌گذاری اطلاعات است. گردشگران به‌طور فزاینده‌ای به پلتفرم‌های دیجیتال مانند وب‌سایت‌های مسافرتی، رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های موبایل برای اتخاذ تصمیمات سفر و تعامل با برندها متکی هستند. این نقاط تماس دیجیتال به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهند که قبل، حین و بعد از سفر با مسافران تعامل داشته باشند و بینش‌های ارزشمندی جمع‌آوری کنند که به

بهبود رضایت و وفاداری مشتری کمک می‌کند. با افزایش مهارت‌های فنی گردشگران، تعامل دیجیتال به‌طور مداوم رشد خواهد کرد و به یک جزء کلیدی از آینده گردشگری تبدیل خواهد شد [۱۳]. در نهایت، ظهور گردشگری هوشمند و دیجیتال نمایانگر یک تغییر الگوی اساسی در صنعت گردشگری است. با یکپارچه‌سازی IoT، داده‌های کلان، هوش مصنوعی و پلتفرم‌های دیجیتال، کسب‌وکارها می‌توانند کارآیی عملیاتی خود را بهبود بخشند، خدمات شخصی‌شده ارائه دهند و تجربه کلی مشتری را ارتقا دهند. این تحول فرصت‌های جدیدی برای رشد و نوآوری در بخش گردشگری ایجاد کرده و محیطی پویا و به‌هم‌پیوسته برای کسب‌وکارها و مسافران فراهم می‌آورد.

### ۲,۴. مرور تحقیقات مرتبط

استفاده از چت‌بات‌ها در صنعت گردشگری به عنوان یک حوزه نوظهور مورد توجه قرار گرفته است و تلاش‌های تحقیقاتی زیادی بر روی پتانسیل آن‌ها برای انقلابی در خدمات مشتری و تعاملات در این صنعت متمرکز شده است. این مطالعات نشان می‌دهند که چت‌بات‌ها، که با هوش مصنوعی قدرت می‌گیرند، می‌توانند با ارائه پاسخ‌های فوری و شخصی‌سازی‌شده، رسیدگی به چندین درخواست به‌طور هم‌زمان، و ارائه پشتیبانی ۲۴ ساعته به طور قابل توجهی تجربه مشتری را بهبود بخشند. مزیت اصلی چت‌بات‌ها در توانایی آن‌ها برای ارائه راه‌حل‌ها و پشتیبانی فوری به گردشگران است، که عاملی حیاتی در محیط پویای گردشگری است [۱۴].

مطالعات بین‌المللی زیادی نقش چت‌بات‌ها در صنعت گردشگری را بررسی کرده‌اند و عمدتاً بر توانایی آن‌ها در ساده‌سازی ارتباطات بین گردشگران و ارائه‌دهندگان خدمات متمرکز شده‌اند. تحقیقی که انجام شد نشان داد که چت‌بات‌ها با ارائه اطلاعات زمان واقعی، پیشنهادات شخصی‌شده، و کمک در فرآیندهای رزرو تجربه کاربری را بهبود می‌بخشند. در زمینه بازاریابی مقصد، چت‌بات‌ها می‌توانند بر اساس ترجیحات و علایق مسافران فردی، پیشنهادات متناسب ارائه دهند که باعث بهبود تجربه کلی بازدیدکنندگان می‌شود. علاوه بر این، نشان داده شده است که چت‌بات‌ها در صنعت گردشگری تأثیرات مثبتی بر تعامل و رضایت مشتری دارند. تحقیقات نشان داد که چت‌بات‌ها به تجربه سفر شخصی‌تر و راحت‌تر کمک می‌کنند که به افزایش سطح رضایت کاربران منجر می‌شود. این مطالعه همچنین اشاره کرد که چت‌بات‌ها می‌توانند بار شناختی گردشگران را با رسیدگی به کارهای تکراری مانند پاسخ به سوالات متداول یا ارائه راهنمایی‌ها کاهش دهند. این امر به پرسنل انسانی این امکان را می‌دهد که بر مسائل پیچیده‌تر تمرکز کنند و در نتیجه خدمات کلی بهبود می‌یابد [۱].

با وجود مزایای زیادی که چت‌بات‌ها دارند، چالش‌هایی نیز در پذیرش آن‌ها در صنعت گردشگری وجود دارد. برخی از مطالعات به محدودیت‌های چت‌بات‌ها در رسیدگی به پرسش‌های پیچیده یا مبهم اشاره کرده‌اند. به‌عنوان مثال، تحقیق انجام شده، نشان داد که اگرچه چت‌بات‌ها در رسیدگی به درخواست‌های روتین موفق هستند، اما در برابر درخواست‌های پیچیده‌تری که نیاز به درک دقیق یا هوش احساسی دارند با مشکل مواجه می‌شوند. علاوه بر این، نگرانی‌هایی در مورد حریم خصوصی، امنیت داده‌ها و احتمال تجربیات ناخوشایند برای کاربران مطرح شده است. مطالعات، تأکید دارند که در حالی که چت‌بات‌ها می‌توانند کارآیی عملیاتی را بهبود دهند،

ممکن است همیشه نیازهای احساسی و روانی مشتریان را که در صنایع خدماتی مانند گردشگری بسیار مهم است برآورده نکنند [۱۵].

با توجه به این چالش‌ها، نیاز به تحقیقات بیشتر برای بهینه‌سازی و اصلاح سیستم‌های چت‌بات در صنعت گردشگری به شدت احساس می‌شود. مطالعات آینده باید راه‌هایی برای بهبود قابلیت‌های پردازش زبان طبیعی چت‌بات‌ها بررسی کنند تا آن‌ها بتوانند درخواست‌های پیچیده‌تری را پردازش کرده و تعاملات شخصی‌سازی‌شده‌تری ارائه دهند. علاوه بر این، تحقیقات باید به نگرانی‌های اخلاقی مربوط به استفاده از هوش مصنوعی در خدمات مشتری پرداخته و به‌ویژه در مورد حریم خصوصی داده‌ها و شفافیت آن‌ها بررسی‌های بیشتری انجام دهند. در نهایت، مجموعه تحقیقات موجود در زمینه چت‌بات‌ها در صنعت گردشگری،

هم پتانسیل‌ها و هم محدودیت‌های آن‌ها را نشان می‌دهد. در حالی که این فناوری‌ها مزایای قابل توجهی در زمینه خدمات مشتری، کارآیی عملیاتی و تعامل دارند، چالش‌هایی همچنان در پذیرش گسترده آن‌ها وجود دارد. تحقیقات بیشتر برای رفع این مشکلات و بهره‌برداری کامل از پتانسیل چت‌بات‌ها در صنعت گردشگری ضروری است [۱۶].

## ۳. روش‌شناسی

تمرکز این تحقیق بر درک و تجزیه‌وتحلیل وضعیت فعلی این فناوری‌ها در صنعت گردشگری است. به این ترتیب، روش تحقیق عمدتاً بر اساس مرور جامع منابع علمی و صنعتی مربوط به چت‌بات‌ها، هوش مصنوعی و تحول دیجیتال در گردشگری است. این روش‌شناسی به شناسایی روندهای کلیدی، یافته‌ها و شکاف‌های موجود در تحقیقات در مورد استفاده از چت‌بات‌ها و سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در بهبود تجربه گردشگران و تعاملات مشتری می‌پردازد.

روش تحقیق اصلی در این مطالعه، مرور ادبیات است که شامل جستجو، مرور و تجزیه‌وتحلیل منابع موجود در رابطه با موضوع است. این رویکرد با هدف شناسایی روندها، یافته‌ها و شکاف‌های کلیدی در تحقیق در مورد نقش چت‌بات‌ها و دستیاران هوشمند در مدیریت روابط با گردشگران طراحی شده است. از طریق این رویکرد، مطالعه به جمع‌آوری شواهد و دیدگاه‌هایی می‌پردازد که نشان می‌دهند چگونه فناوری‌های چت‌بات و سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در حال تحول صنعت گردشگری هستند، به‌ویژه در بهبود خدمات و مدیریت روابط با گردشگران. برای اطمینان از اینکه اطلاعات به‌روز و مرتبط در تحقیق گنجانده شده است، فرآیند جمع‌آوری داده‌ها به‌طور سیستماتیک انجام شد. برای محدود کردن مطالعه، مقالاتی که معیارهای زیر را داشتند انتخاب شدند: منتشر شده به زبان انگلیسی در ۵ سال اخیر (۲۰۱۸-۲۰۲۳)، تمرکز خاص بر صنعت گردشگری و کاربرد چت‌بات‌ها و سیستم‌های هوش مصنوعی برای مدیریت تعاملات با گردشگران، و بررسی چالش‌ها، مزایا و پیامدهای پیاده‌سازی فناوری‌های چت‌بات و هوش مصنوعی در گردشگری. مقالاتی که به‌طور مستقیم به استفاده از چت‌بات‌ها در گردشگری پرداخته یا از ارتباط کافی با مطالعه برخوردار نبودند از مرور حذف شدند.

پس از جمع‌آوری ادبیات مرتبط، داده‌ها با استفاده از روش تحلیل تماتیک مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفتند. این روش به شناسایی تم‌ها، مفاهیم و روندهای مشترک در مورد نقش چت‌بات‌ها و دستیاران هوشمند در مدیریت روابط با گردشگران کمک کرد. تم‌های کلیدی شناسایی شده در این تحلیل شامل نقش چت‌بات‌ها و دستیاران هوشمند، مدیریت روابط مشتری (CRM) در گردشگری، گردشگری هوشمند و تحول دیجیتال، و چالش‌ها و محدودیت‌های فناوری‌های هوش مصنوعی در گردشگری بود. این روش‌شناسی رویکردی جامع و ساختاریافته برای تحقیق در مورد نقش چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند در مدیریت روابط مشتریان در صنعت

گردشگری فراهم می‌آورد. از طریق یک مرور سیستماتیک و تحلیل ادبیات مرتبط، این مطالعه در نظر دارد تا روندها، چالش‌ها و فرصت‌های کلیدی در کاربرد این فناوری‌ها در گردشگری، با تمرکز ویژه بر منطقه زاینده‌رود، شناسایی کند.

## ۴. یافته‌ها و نتایج

یافته‌های این مطالعه تأثیر تحول‌آفرین چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند در مدیریت تعاملات گردشگران و بهبود تجربه کلی آن‌ها را نشان می‌دهد. این فناوری‌ها، که توسط پیشرفت‌های هوش مصنوعی (AI)، پردازش زبان طبیعی (NLP) و یادگیری ماشین (ML) هدایت می‌شوند، راه‌حل‌های مقیاس‌پذیر و کارآمدی برای برآوردن نیازهای متنوع گردشگران ارائه می‌دهند. نتایج مطالعه بر این تأکید دارند که چگونه چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند ارتباطات را ساده کرده، پشتیبانی آنی ارائه می‌دهند و

خدمات را برای برآورده ساختن انتظارات مسافران مدرن، به‌ویژه در مقاصد محبوبی مانند زاینده‌رود شخصی‌سازی می‌کنند. چت‌بات‌ها در مدیریت گردشگری توانمندی‌های چشمگیری در پاسخ‌دهی به سوالات متداول، ارائه جزئیات در مورد جاذبه‌های محلی، پیش‌بینی وضعیت هوا و مسیرها دارند. این ابزارها همچنین فرآیندهایی مانند رزرو بلیط، رزرو هتل و ترتیب فعالیت‌های تفریحی را ساده کرده و وابستگی به عوامل انسانی را کاهش می‌دهند، در حالی که امکان دسترسی ۲۴ ساعته و هفت روز هفته را فراهم می‌کنند. در مورد اکوسیستم‌های گردشگری هوشمند، چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی کارایی خدمات را بهبود بخشیده و زمان‌های انتظار را کاهش می‌دهند که منجر به افزایش رضایت مشتری می‌شود.

یکی از نقاط قوت چت‌بات‌ها توانایی آن‌ها در ارائه اطلاعات لحظه‌ای و حساس به موقعیت به گردشگران است. برای مثال، بازدیدکنندگان زاینده‌رود می‌توانند از خدمات چت‌بات برای کسب اطلاعات در مورد رویدادهای فرهنگی، مکان‌های تاریخی یا جشنواره‌های فصلی بدون هیچ‌گونه تأخیری استفاده کنند. چت‌بات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی امکان ایجاد تجربه‌های هایپرشخصی‌سازی شده را با تحلیل ترجیحات و رفتارهای کاربران فراهم می‌آورند، به طوری که گردشگران می‌توانند تصمیمات آگاهانه‌ای در مورد فعالیت‌های خود بگیرند. علاوه بر این، چت‌بات‌ها از تعاملات چندزبانه پشتیبانی می‌کنند و با شکستن موانع زبانی، شمولیت برای مسافران بین‌المللی را ترویج می‌دهند. نقش دستیارهای هوشمند، مانند سیستم‌های فعال‌شونده با صدا مانند آمازون آلکسا، گوگل اسیستنت و سیری، این توانمندی‌ها را تکمیل می‌کند. دستیارهای صوتی نیازهای پویا گردشگران را از طریق ارائه پیشنهادات مبتنی بر موقعیت، به‌روزرسانی‌های حمل‌ونقل و خدمات اضطراری برآورده می‌کنند. این ابزارها همچنین از تحلیل پیش‌بینی‌کننده برای پیش‌بینی ترجیحات کاربران استفاده می‌کنند و برنامه‌های سفر و گزینه‌های غذایی متناسب با سلیقه‌های فردی را پیشنهاد می‌دهند. چنین شخصی‌سازی‌ای به طور قابل توجهی به افزایش رضایت و وفاداری گردشگران کمک می‌کند.

علاوه بر ارائه راحتی، دستیارهای هوشمند از طریق ویژگی‌های تعاملی مانند دستورات صوتی و سیستم‌های شناسایی بصری تعامل را تقویت می‌کنند. برای مثال، راهنمایان تور مجازی که به رابط‌های واقعیت افزوده (AR) مجهز هستند، به بازدیدکنندگان این امکان را می‌دهند که سایت‌های تاریخی را به صورت مجازی کاوش کنند و تجربیات فرهنگی خود را غنی‌تر کنند. یکپارچه‌سازی AR با فناوری‌های هوش مصنوعی ارتباطات احساسی و تعاملات به‌یادماندنی برای گردشگران ایجاد می‌کند. این ویژگی‌ها نه تنها مسافران علاقه‌مند به تکنولوژی را جذب می‌کنند بلکه با کاهش مواد چاپی و بروشورها، شیوه‌های گردشگری پایدار را نیز ترویج می‌دهند.

### ۴,۱ چالش‌ها و فرصت‌ها در پذیرش چت‌بات‌ها در گردشگری

در حالی که چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند قابلیت‌های تحول‌آفرینی در مدیریت گردشگری ارائه می‌دهند، پذیرش آن‌ها همچنین با چندین چالش همراه است که باید به‌طور مؤثر برطرف شوند تا پیاده‌سازی آن‌ها به درستی انجام شود. یکی از موانع اصلی، محدودیت‌های زبانی و فرهنگی است، به‌ویژه در طراحی چت‌بات‌هایی که برای گردشگران فارسی‌زبان طراحی شده‌اند. طراحی چت‌بات‌هایی که به‌طور دقیق دستور زبان، اصطلاحات و گویش‌های محلی فارسی را پردازش و تفسیر کنند، همچنان یک چالش پیچیده است. چت‌بات‌های فارسی‌زبان اغلب با مشکلاتی در شناسایی معانی متنی و ایجاد پاسخ‌های فرهنگی مناسب مواجه هستند که منجر به سوءتفاهم‌ها و کاهش رضایت کاربران می‌شود. این چالش‌ها نیاز به بهبود مستمر در الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی (NLP) برای ارتقای بومی‌سازی و شمولیت را تأکید می‌کنند. علاوه بر این، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و امنیت داده‌ها به‌عنوان موانع قابل توجهی در پذیرش گسترده فناوری‌های چت‌بات در گردشگری مطرح می‌شود. از گردشگران اغلب خواسته می‌شود که اطلاعات شخصی حساسی همچون جزئیات شناسایی، روش‌های پرداخت و برنامه‌های سفر خود را به اشتراک بگذارند که این موضوع نگرانی‌هایی در مورد نقض حریم خصوصی و سوءاستفاده از داده‌ها ایجاد می‌کند. مسائل مربوط به اعتماد که ناشی از پروتکل‌های امنیتی ناکافی است، می‌تواند پذیرش و رضایت کاربران را کاهش دهد. رفع این چالش‌ها نیازمند توسعه سیاست‌های شفاف حریم خصوصی، مکانیسم‌های رمزگذاری و رعایت مقررات حفاظت از داده‌ها مانند مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها (GDPR) است. علاوه بر این، پیاده‌سازی گزینه‌های مرور ناشناس و فرآیندهای احراز هویت امن می‌تواند به کاهش نگرانی‌ها و تقویت اعتماد کاربران کمک کند[۱۵]. چالش دیگری که وجود دارد، محدودیت‌های تعاملات چت‌بات‌ها، به‌ویژه در برخورد با سوالات پیچیده یا حساس از نظر احساسی است. در حالی که سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در انجام وظایف ساختاریافته و تکراری به خوبی عمل می‌کنند، اما اغلب در پردازش سوالات بدون ساختار و حساس به زمینه که نیاز به همدلی یا قضاوت دارند، مشکل دارند. به‌طور مثال، سیستم‌های چت‌بات فعلی فاقد هوش هیجانی هستند و بنابراین قادر به برطرف کردن نیازهای احساسی گردشگران در موقعیت‌های استرس‌زا یا نامشخص، همچون لغو رزرو یا اضطراری‌ها، نیستند. برای غلبه بر این مانع، یکپارچه‌سازی تحلیل احساسات و فناوری‌های شناسایی هیجان در سیستم‌های چت‌بات می‌تواند پاسخ‌دهی و همدلی آن‌ها را بهبود بخشد و در نهایت تجربه کاربران را ارتقا دهد[۱۶].

### ۴,۲ فرصت‌ها در پذیرش چت‌بات‌ها در گردشگری

با وجود چالش‌ها، چت‌بات‌ها فرصت‌های قابل توجهی برای رشد و گسترش در صنعت گردشگری ارائه می‌دهند. یکی از مسیرهای امیدوارکننده، ادغام چت‌بات‌ها با پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و خدمات پیام‌رسان محبوب مانند واتساپ، تلگرام و اینستاگرام است. این ادغام‌ها به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهند که به مخاطبان وسیع‌تری دسترسی پیدا کرده و کانال‌های ارتباطی یکپارچه‌ای را فراهم کنند که برای کاربران آشنا است. چت‌بات‌های ادغام‌شده با رسانه‌های اجتماعی تعاملات کاربران را از طریق ارتباطات آنی، پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده و جمع‌آوری بازخورد فوری بهبود می‌بخشند. چنین ادغام‌هایی همچنین اشتراک‌گذاری اجتماعی را ترویج می‌دهند، جایی که گردشگران راضی می‌توانند تجربیات مثبت خود را به راحتی به اشتراک بگذارند و شهرت و اعتبار مقاصد را بیشتر تقویت کنند[۶].

فرصت مهم دیگری که وجود دارد، پیشرفت فناوری‌های یادگیری عمیق برای ایجاد سیستم‌های چت‌بات هوشمندتر و تطبیق‌پذیرتر است. با ظهور شبکه‌های عصبی و یادگیری تقویتی، چت‌بات‌ها اکنون می‌توانند حجم زیادی از داده‌ها را پردازش کرده، الگوها را شناسایی کنند و از تعاملات به‌طور مداوم یاد بگیرند. پتانسیل الگوریتم‌های یادگیری عمیق را برای بهبود دقت چت‌بات‌ها نشان می‌دهند، به‌طوری که این سیستم‌ها قادر به پردازش مکالمات پیچیده‌تر و فرآیندهای تصمیم‌گیری هستند. به‌عنوان مثال، سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند ترجیحات کاربران را بر اساس رفتارهای گذشته پیش‌بینی کرده و پیشنهادات را به‌طور دینامیک برای رفع نیازهای فردی تنظیم کنند. این قابلیت به‌ویژه در برنامه‌ریزی سفر شخصی‌سازی‌شده مفید است، جایی که گردشگران به دنبال برنامه‌های سفری بسیار سفارشی‌شده هستند[۱۵].

علاوه بر پیشرفت‌های تکنولوژیکی، ادغام چت‌بات‌ها با فناوری‌های واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR) فرصت‌های جدیدی برای تقویت تعامل کاربران ارائه می‌دهد. راهنمایان مجازی تور که توسط چت‌بات‌های هوش مصنوعی تأمین می‌شوند، می‌توانند تجربیات غوطه‌ورکننده‌ای با قرار دادن اطلاعات دیجیتال روی محیط‌های فیزیکی ارائه دهند که زمینه‌های فرهنگی و تاریخی را غنی‌تر می‌کنند. چت‌بات‌های با واقعیت افزوده جذابیت مقصد و رضایت مشتری را به‌طور قابل توجهی با ارائه محتوای تعاملی و بصری جذاب بهبود می‌بخشند. این فناوری‌ها همچنین به ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار کمک می‌کنند چرا که نیاز به بروشورهای چاپی و راهنماهای فیزیکی را کاهش می‌دهند. علاوه بر پیشرفت‌های فناوری، چت‌بات‌ها می‌توانند از تصمیم‌گیری مبتنی بر داده‌ها در مدیریت گردشگری حمایت کنند. با تحلیل داده‌های بزرگ از تعاملات کاربران، کسب‌وکارها می‌توانند به بینش‌هایی در مورد روندهای نوظهور، ترجیحات و نقاط دردسر دست یابند و به آن‌ها این امکان را می‌دهند که استراتژی‌های بازاریابی خود را اصلاح کرده و خدمات خود را بهینه کنند. تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده حاصل از تعاملات چت‌بات می‌توانند الگوهای تقاضا را پیش‌بینی کرده، مدیریت موجودی را ساده‌سازی کنند و فرصت‌هایی برای نوآوری خدمات شناسایی کنند[۱].

آینده چت‌بات‌ها در گردشگری همچنین از ظهور تجارت مکالمه‌ای بهره‌مند می‌شود، جایی که سیستم‌های هوش مصنوعی خریدها را مستقیماً از طریق رابط‌های چت تسهیل می‌کنند. تجارت مکالمه‌ای با کاهش اصطکاک در فرآیند خرید از طریق پرداخت‌های آنی، تأییدات و اصلاحات، نرخ تبدیل و رشد درآمد را افزایش می‌دهد. این مدل با تمایل فزاینده به تراکنش‌های بدون تماس و موبایل-محور، به‌ویژه در دوران پساکرونا، هم‌راستا است. با وجود این فرصت‌ها، تضمین شمولیت و دسترسی‌پذیری همچنان امری ضروری برای گسترش پذیرش چت‌بات‌ها است. توسعه سیستم‌های پشتیبانی چندزبانه و محتوای سازگار با فرهنگ می‌تواند شکاف‌های ارتباطی را پر کرده و خدمات گردشگری را برای مخاطبان مختلف قابل دسترس‌تر سازد. علاوه بر این، گنجاندن حلقه‌های بازخورد برای یادگیری مداوم و بهینه‌سازی عملکرد، قابلیت اطمینان و پاسخگویی چت‌بات‌ها را بهبود می‌بخشد. در نتیجه‌گیری، چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند فرصت‌های بی‌نظیری را برای تحول مدیریت گردشگری فراهم می‌آورند، با بهبود کارایی، شخصی‌سازی و رضایت مشتری. با این حال، پرداختن به موانع زبانی، نگرانی‌های حریم خصوصی و کمبود هوش احساسی برای به حداکثر رساندن پتانسیل آن‌ها ضروری است. با تکامل فناوری‌ها، تحقیقات آینده باید بر مدل‌های تعامل ترکیبی هوش مصنوعی-انسان و چارچوب‌های اخلاقی تمرکز کنند تا نوآوری را با اعتماد کاربران متعادل کنند. با استفاده از پیشرفت‌های هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و تجزیه و تحلیل داده‌ها، صنعت گردشگری می‌تواند تجربیات یکپارچه، فراگیر و به‌یادماندنی برای مسافران در سراسر جهان ایجاد کند.

## ۵. بحث و تحلیل

### ۵,۱ نقش چت‌بات‌ها در بهبود تجربه گردشگری

چت‌بات‌ها نقش مهمی در تحول تجربه گردشگری دارند و از طریق فراهم کردن تعامل سریع و کارآمد با گردشگران، تجربه سفر را بهبود می‌بخشند. مزیت اصلی ادغام چت‌بات‌ها در مدیریت گردشگری توانایی آن‌ها در پاسخگویی به درخواست‌ها و حل مشکلات در زمان واقعی است که اطمینان حاصل می‌کند گردشگران به‌سرعت کمک مورد نیاز خود را دریافت می‌کنند. این حل مشکلات در زمان واقعی، تجربه کلی را بهبود می‌بخشد، از ناامیدی می‌کاهد و رضایت مشتری را افزایش می‌دهد. چت‌بات‌ها می‌توانند پاسخ‌های سریع به سوالات مرتبط با حمل‌ونقل، اقامت و دیدنی‌ها ارائه دهند که برای یک تجربه سفر بی‌دردسر ضروری است. علاوه بر این، چت‌بات‌هایی که از قابلیت‌های پردازش زبان طبیعی (NLP) پیشرفته برخوردارند، می‌توانند درخواست‌های پیچیده را پردازش کرده و در گفتگوهای معنی‌دار شرکت کنند، که این امر تعاملات را شخصی‌سازی‌شده و کاربرپسندتر می‌سازد. علاوه بر بهبود تعامل گردشگران، چت‌بات‌ها به بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریت گردشگری نیز کمک می‌کنند. با خودکارسازی کارهای روزمره مانند تاییدیه‌های رزرو، به‌روزرسانی برنامه‌ها و ارائه توصیه‌های مبتنی بر موقعیت، چت‌بات‌ها بار کاری روی عوامل انسانی را کاهش می‌دهند

و به آن‌ها اجازه می‌دهند تا بر روی وظایف پیچیده‌تر و با ارزش‌تر تمرکز کنند. این منجر به کاهش هزینه‌ها برای کسب‌وکارهای گردشگری می‌شود و در عین حال کارایی و بهره‌وری را افزایش می‌دهد. چت‌بات‌ها همچنین می‌توانند داده‌های ارزشمندی از تعاملات جمع‌آوری کنند که می‌توانند برای بهبود استراتژی‌های بازاریابی و خدمات مورد تحلیل قرار گیرند. این کارایی خودکار تنها به بهبود نتایج عملیاتی منجر نمی‌شود بلکه تجربه‌ای شخصی‌سازی‌شده و تطبیق‌یافته برای گردشگران نیز ایجاد می‌کند[۸].

### ۵,۲ ارزیابی رضایت و مشارکت گردشگران با فناوری‌های هوشمند

برای ارزیابی مؤثر نقش چت‌بات‌ها و سایر فناوری‌های هوشمند در گردشگری، ضروری است که رضایت و مشارکت گردشگران مورد ارزیابی قرار گیرد. چندین مطالعه رفتار کاربران و بازخورد آن‌ها را برای درک تأثیر این فناوری‌ها بر تجربه گردشگران بررسی کرده‌اند. گردشگران سطح بالایی از رضایت را با توجه به راحتی و سرعت پاسخ‌ها ارائه‌شده توسط چت‌بات‌ها، به‌ویژه هنگام دسترسی به اطلاعات گردشگری و خدمات رزرو، ابراز کردند. این مطالعه نشان داد که پذیرش فناوری‌های هوشمند به‌طور قابل توجهی کیفیت کلی خدمات را بهبود بخشیده و موجب افزایش رضایت و وفاداری شده است. علاوه بر این، ارزیابی مشارکت گردشگران با چت‌بات‌ها می‌تواند بینش‌هایی در مورد اثربخشی آن‌ها در حفظ تعامل مداوم در طول سفر گردشگر فراهم آورد. به‌عنوان مثال، چت‌بات‌ها می‌توانند به‌عنوان راهنمایان مجازی عمل کنند و در طول بازدید از جاذبه‌های مختلف به گردشگر کمک کنند و بدین‌وسیله اطمینان حاصل کنند که آن‌ها در طول سفر خود درگیر و مطلع می‌مانند. فناوری‌های هوشمند از جمله چت‌بات‌ها باعث تعامل عمیق‌تر با گردشگران می‌شوند با شخصی‌سازی ارتباطات بر اساس ترجیحات و رفتار گذشته گردشگران که این امر احتمال نتایج مثبت مانند بازدیدهای مکرر یا توصیه‌های گردشگران را افزایش می‌دهد.

### ۵,۳ مقایسه با روش‌های سنتی مدیریت ارتباط با مشتری

مقایسه استفاده از چت‌بات‌ها با روش‌های سنتی مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) درک بهتری از مزایا و محدودیت‌های پتانسیل آن‌ها فراهم می‌آورد. یکی از تفاوت‌های برجسته بین چت‌بات‌ها و روش‌های سنتی CRM سرعت پاسخ‌دهی است. روش‌های سنتی CRM اغلب به عوامل انسانی وابسته هستند که ممکن است در مواقع اوج درخواست‌ها یا زمانی که عوامل درگیر با حجم زیادی از درخواست‌ها هستند، منجر به تأخیر شوند. در مقابل، چت‌بات‌ها قادر به پردازش هم‌زمان درخواست‌های متعدد هستند بدون اینکه زمان پاسخ‌دهی تحت تأثیر قرار گیرد که این موضوع برای مدیریت درخواست‌های زیاد گردشگران به‌طور مؤثر ضروری است. از نظر هزینه، چت‌بات‌ها مزیت قابل توجهی نسبت به روش‌های سنتی CRM دارند. استفاده از عوامل انسانی برای خدمات مشتری هزینه‌بر است، به‌ویژه در بخش گردشگری که تقاضا برای پشتیبانی می‌تواند نوسانات زیادی داشته باشد. چت‌بات‌ها از طرف دیگر به‌طور مداوم و با هزینه پایین‌تر فعالیت می‌کنند، زیرا نیازی به استراحت یا پرداخت اضافه‌کاری ندارند. کسب‌وکارهایی که چت‌بات‌ها را در عملیات خود ادغام می‌کنند، می‌توانند نیاز به تیم پشتیبانی بزرگ مشتری را کاهش دهند که منجر به صرفه‌جویی قابل توجه در هزینه‌ها می‌شود. علاوه بر این، چت‌بات‌ها می‌توانند خدمات خود را بر اساس تقاضا مقیاس‌پذیر کنند بدون نیاز به منابع اضافی، که راه‌حل منعطف و مقرون‌به‌صرفه‌تری برای مدیریت ارتباط با مشتریان ارائه می‌دهد[۹].

با این حال، اگرچه چت‌بات‌ها در سرعت و کارایی هزینه برتری دارند، ممکن است فاقد لمسه شخصی و هوش احساسی‌ای باشند که عوامل انسانی ارائه می‌دهند. روش‌های سنتی CRM تعاملات دقیق‌تری را امکان‌پذیر می‌سازند، به‌ویژه زمانی که با نیازهای پیچیده مشتریان یا مسائل حساس روبه‌رو هستند. به‌عنوان مثال، اگر گردشگری با بحران‌هایی مانند از دست دادن پرواز یا وضعیت اضطراری روبه‌رو شود، ارتباط همدلانه یک عامل انسانی می‌تواند اطمینان خاطر و حمایت احساسی بیشتری فراهم آورد که چت‌بات‌ها ممکن است نتوانند آن را به‌درستی شبیه‌سازی کنند. عوامل انسانی بهتر از چت‌بات‌ها قادر به مدیریت موقعیت‌های پیش‌بینی‌نشده، اتخاذ تصمیمات قضاوتی و ابراز همدلی هستند که این امر به‌ویژه در زمینه خدمات مشتری که به حمایت احساسی نیاز است، همچنان مزیت عمده‌ای محسوب می‌شود.

## ۶. نتیجه‌گیری

چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند به عنوان ابزارهای مؤثر برای ارتقاء مدیریت تجربیات گردشگری، به‌ویژه در حوزه گردشگری در اطراف رودخانه زاینده‌رود شناخته شده‌اند. این فناوری‌ها، به عنوان تکنولوژی‌های هوشمند، پتانسیل زیادی در بهبود تجربه کلی بازدیدکنندگان، بهینه‌سازی فرآیندهای گردشگری و ارائه راه‌حل‌های فوری برای نیازهای گردشگران دارند. با استفاده از قابلیت‌های پیشرفته مانند پردازش زبان طبیعی (NLP)، چت‌بات‌ها قادرند تا به طور لحظه‌ای به سؤالات مختلف گردشگران پاسخ دهند، اطلاعات دقیق در مورد جاذبه‌ها، شرایط آب و هوا و گزینه‌های حمل و نقل ارائه دهند و حتی در فرآیند رزرو کمک کنند. با جایگزینی روش‌های سنتی و دستی خدمات مشتری، این سیستم‌های هوشمند هزینه‌های عملیاتی را کاهش داده و بهره‌وری را افزایش می‌دهند، در حالی که تعاملات شخصی‌سازی شده‌ای برای بازدیدکنندگان فراهم می‌آورند. توانایی چت‌بات‌ها در ارائه خدمات شخصی‌سازی‌شده و تسهیل ارتباطات بی‌وقفه در زمان واقعی، آنها را به دارایی مهمی در صنعت گردشگری مدرن تبدیل می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهند که هنگامی که به طور مؤثر در صنعت گردشگری ادغام شوند، چت‌بات‌ها نه تنها باعث افزایش رضایت مشتری می‌شوند، بلکه به بهبود وفاداری برند و افزایش بازدیدهای تکراری نیز کمک می‌کنند. این تکنولوژی فضایی نوآورانه، جذاب و کارآمد برای هر دو طرف، یعنی گردشگران و ارائه‌دهندگان خدمات، فراهم می‌آورد. به‌عنوان مثال، چت‌بات‌های پیشرفته مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند ترجیحات گردشگران را بر اساس تعاملات قبلی پیش‌بینی کرده، توصیه‌های اختصاصی ارائه دهند و حتی فرآیند رزرو را به‌طور مؤثر و بدون دخالت انسان مدیریت کنند. این اتوماسیون مزایای قابل توجهی از جمله صرفه‌جویی در زمان، کاهش هزینه‌ها و اطمینان از تجربه‌ای روان‌تر و لذت‌بخش‌تر برای مسافران فراهم می‌آورد. با پیشرفت این تکنولوژی، پتانسیل آن برای انقلابی در خدمات مشتری در صنعت گردشگری به طور فزاینده‌ای گسترش خواهد یافت.

## ۷. توصیه‌های عملی

**جدول(۱): توصیه‌های عملی چت‌بات‌ها و دستیارهای هوشمند در مدیریت ارتباط با گردشگران**

| | |
|---|---|
| **۱. طراحی چت‌بات‌های چندزبانه برای جذب گردشگران بین‌المللی** | برای پاسخگویی به تنوع جهانی مسافران بازدیدکننده از منطقه زاینده‌رود، توسعه چت‌بات‌های چندزبانه ضروری است. یکی از موانع اصلی برای بازدیدکنندگان بین‌المللی، شکاف زبانی است و چت‌بات‌هایی که قادر به پشتیبانی از زبان‌های مختلف هستند، اطمینان می‌دهند که گردشگران از کشورهای مختلف می‌توانند بدون مشکلات ارتباطی اطلاعات و کمک دریافت کنند. پیاده‌سازی قابلیت‌های چندزبانه در چت‌بات‌ها ارتباطات مؤثر را برای غیرزبان‌مادرها تسهیل کرده و در نتیجه، شمولیت بخش گردشگری را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، یک چت‌بات چندزبانه می‌تواند فضایی دوستانه و حرفه‌ای برای گردشگران بین‌المللی ایجاد کند که احتمال بازخورد مثبت و بازدیدهای تکراری را افزایش می‌دهد. چت‌بات‌های چندزبانه با رفع موانع زبانی که غالباً باعث می‌شود گردشگران نتوانند به‌طور کامل در فرهنگ و جاذبه‌های محلی غوطه‌ور شوند، باعث بهبود تعاملات مشتری می‌شوند. |
| **۲. توسعه سیستم‌های هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌های** | یکی دیگر از توصیه‌های عملی، سرمایه‌گذاری در توسعه سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی است که برای تحلیل رفتار گردشگران و ارائه پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده طراحی شده‌اند. این سیستم‌ها می‌توانند ترجیحات بازدیدکنندگان، تاریخچه سفر و تعاملات خاص آنها با چت‌بات را پیگیری کنند و به کسب‌وکارها این امکان را بدهند که پیشنهادات دقیق‌تری در مورد جاذبه‌ها، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها و سایر خدمات ارائه دهند. با ادغام |

| | |
|---|---|
| **رفتاری گردشگران و ارائه پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده** | الگوریتم‌های یادگیری ماشین، هوش مصنوعی می‌تواند الگوهایی در رفتار گردشگران شناسایی کرده و خدمات یا تجربیاتی را بر اساس نیازهای فردی توصیه کند، که این امر باعث افزایش احتمال خرید و بهبود رضایت کلی می‌شود. خدمات شخصی‌سازی‌شده با ارائه اطلاعات مرتبط و آگاهانه از زمینه، تعاملات را تقویت کرده و نیازهای خاص هر گردشگر را برآورده می‌سازد. |
| **۳. یکپارچه‌سازی رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های پیام‌رسان محبوب** | یکی از حوزه‌هایی که چت‌بات‌ها می‌توانند در آن بهینه شوند، یکپارچه‌سازی آنها با پلتفرم‌های رسانه اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان محبوب مانند واتساپ، فیس‌بوک مسنجر یا تلگرام است. این پلتفرم‌ها به طور گسترده‌ای توسط گردشگران برای ارتباط و دریافت اطلاعات استفاده می‌شوند و با یکپارچه‌سازی چت‌بات‌ها در این محیط‌ها، کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند خدمات فوری، دسترسی‌پذیر و مکالمه‌ای به مشتریان خود ارائه دهند. این یکپارچه‌سازی امکان ارتباط بی‌وقفه را فراهم کرده و راحتی مشتری را افزایش می‌دهد، به طوری که گردشگران می‌توانند اطلاعات مهم را دریافت کنند و در زمان واقعی سؤالات خود را در پلتفرم‌هایی که قبلاً با آنها آشنا هستند، مطرح کنند. یکپارچه‌سازی رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان ثابت شده است که باعث افزایش تعامل کاربران و بهبود سرعت ارائه خدمات در عملیات خدمات مشتری می‌شود. |
| **۴. کمک‌رسانی به گردشگران در زمان واقعی و جمع‌آوری بازخورد** | به عنوان بخشی از توصیه‌ها برای بهبود خدمات مشتری، ضروری است که چت‌بات‌ها بتوانند به گردشگران در زمان واقعی در طول بازدیدهایشان کمک کنند. کمک‌رسانی در زمان واقعی می‌تواند شامل پاسخ به سؤالات در مورد حمل و نقل، پیشنهاد جاذبه‌های نزدیک یا ارائه اطلاعات تماس اضطراری در مواقع بحرانی باشد. این سطح از تعامل به طور قابل توجهی به رضایت گردشگران کمک می‌کند، زیرا بدون تأخیر، پشتیبانی خاص به موقعیت ارائه می‌دهد. علاوه بر این، چت‌بات‌ها می‌توانند در زمان واقعی بازخورد جمع‌آوری کنند که به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد که داده‌های ارزشمندی برای ارزیابی تجربه بازدیدکنندگان و انجام بهبودهای لازم جمع‌آوری کنند. این مکانیزم جمع‌آوری داده برای کسب‌وکارها ضروری است تا بتوانند رقابتی باقی بمانند و به انتظارات در حال تغییر مشتریان پاسخ دهند. |

## ۸. پیشنهادات پژوهشی آینده

پژوهش‌های آینده باید بر ارزیابی اثرات بلندمدت استفاده از چت‌بات‌ها در توسعه گردشگری پایدار تمرکز کنند. چت‌بات‌ها می‌توانند در ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار نقش ایفا کنند، مانند راهنمایی گردشگران به سوی فعالیت‌ها و مقاصد زیست‌محیطی مسئولانه. با ارائه اطلاعات در مورد شیوه‌های پایدار مانند هتل‌های سازگار با محیط‌زیست، خدمات کاهش‌دهنده زباله و گزینه‌های حمل‌ونقل سبز، چت‌بات‌ها می‌توانند آگاهی ایجاد کرده و رفتارهای آگاهانه زیست‌محیطی را تشویق کنند. مطالعات طولی برای ارزیابی این که آیا استفاده از چت‌بات‌ها تأثیر مثبتی بر تلاش‌های گردشگری پایدار در بلندمدت دارد یا نه، ضروری است تا به رفاه کلی گردشگران و جوامع محلی کمک کند. علاوه بر این، درک رابطه بین فناوری چت‌بات و گردشگری پایدار به تصمیم‌گیرندگان، مدیران مقاصد و کسب‌وکارها کمک می‌کند تا تصمیمات آگاهانه‌ای در مورد ادغام ابزارهای هوش مصنوعی در استراتژی‌های پایداری خود اتخاذ کنند.

یکی دیگر از زمینه‌های تحقیقاتی مهم، انجام مطالعه‌ای تطبیقی در مورد عملکرد چت‌بات‌ها در مناطق مختلف گردشگری ایران است. نتایج این تحقیق می‌تواند دیدگاه‌های ارزشمندی در مورد چگونگی عملکرد چت‌بات‌ها در زمینه‌های جغرافیایی و فرهنگی مختلف کشور ارائه دهد. این تحقیق تطبیقی می‌تواند عواملی مانند کارآیی چت‌بات‌ها، ترجیحات زبانی، موفقیت در ارائه پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده و رضایت کلی گردشگران را مورد بررسی قرار دهد. با مقایسه عملکرد چت‌بات‌ها در مناطق مختلف، ذینفعان صنعت گردشگری می‌توانند بهترین شیوه‌ها را شناسایی کرده، چالش‌های خاص هر منطقه را کشف کنند و تفاوت‌های منطقه‌ای که ممکن است بر پذیرش و اثربخشی فناوری چت‌بات تأثیر بگذارد را درک کنند. این دیدگاه‌ها به بهبود پیاده‌سازی چت‌بات‌ها در مناطق

مختلف کمک کرده و تضمین می‌کند که کسب‌وکارهای گردشگری در سراسر ایران بتوانند سیستم‌های چت‌بات خود را به طور مؤثر بهینه‌سازی کنند. جهت‌گیری دیگری برای تحقیقات آینده، یکپارچه‌سازی هوش مصنوعی پیشرفته و واقعیت مجازی (VR) به منظور ایجاد تجربیات فراگیر برای گردشگران است. ترکیب چت‌بات‌ها با واقعیت مجازی می‌تواند راهی تعاملی و جذاب برای تجربه جاذبه‌های گردشگری قبل از بازدید فیزیکی آنها فراهم کند. چت‌بات‌ها می‌توانند به عنوان راهنمایان تور مجازی عمل کرده و اطلاعات و پاسخ به سؤالات مربوط به اهمیت تاریخی و فرهنگی مکان‌های مختلف را ارائه دهند. تحقیقات در این حوزه می‌تواند ارزیابی کند که چگونه تورهای مجازی مبتنی بر چت‌بات‌های هوش مصنوعی بر تعامل، تصمیم‌گیری و رضایت گردشگران تأثیر می‌گذارند، به‌ویژه از منظر کاربردهای واقعیت مجازی و افزوده در گردشگری فرهنگی.

با گسترش استفاده از چت‌بات‌های هوش مصنوعی، ضروری است که به ملاحظات اخلاقی در زمینه حریم خصوصی و امنیت داده‌ها پرداخته شود. تحقیقات آینده باید ملاحظات اخلاقی مرتبط با طراحی چت‌بات‌ها را بررسی کنند، از جمله چگونگی جمع‌آوری، ذخیره و استفاده از داده‌های گردشگران. اطلاعات شخصی گردشگران بسیار حساس است و سیستم‌های چت‌بات باید از رعایت مقررات حفاظت از داده‌ها اطمینان حاصل کنند تا از نقض حریم خصوصی جلوگیری کنند. تحقیقات می‌توانند بر شناسایی بهترین شیوه‌ها برای تأمین امنیت داده‌ها و تضمین اینکه تعاملات چت‌بات‌ها اخلاقی و شفاف باقی بمانند، تمرکز کنند، به‌گونه‌ای که اعتماد میان ارائه‌دهندگان خدمات و گردشگران برقرار شود. این تحقیق همچنین می‌تواند بررسی کند که چگونه

گردشگران نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی داده‌ها را در ارتباط با فناوری‌های هوش مصنوعی درک کرده و این امر چگونه بر تمایل آنها به تعامل با چت‌بات‌ها تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، چت‌بات‌ها و دستیاران هوشمند نمایانگر یک فناوری تحول‌آفرین در صنعت گردشگری هستند. با ارائه کمک‌رسانی در زمان واقعی، پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده و کاهش هزینه‌های عملیاتی، این فناوری‌ها پتانسیل زیادی برای بهبود کارآیی ارائه‌دهندگان خدمات و رضایت گردشگران دارند. برای بهره‌برداری کامل از مزایای چت‌بات‌ها، کسب‌وکارهای گردشگری باید بر یکپارچه‌سازی آنها با پلتفرم‌های موجود، رفع موانع زبانی و ادامه بهبود شخصی‌سازی و کارآیی خدمات خود تمرکز کنند. تحقیقات آینده به بهینه‌سازی این فناوری‌ها کمک کرده و تضمین خواهد کرد که یکپارچه‌سازی آنها در بخش گردشگری به پایداری بلندمدت، شیوه‌های اخلاقی و رضایت مشتریان کمک کند.

## منابع


[1] D. Calvaresi, A. H. Ibrahim, J.-P. Calbimonte, E. Fragnière, R. Schegg, and M. Schumacher, “Leveraging inter-tourists interactions via chatbots to bridge academia, tourism industries and future societies,” Aug. 12, 2021, Emerald Publishing Limited. doi: 10.1108/jtf-01-2021-0009.

[2] N. Rezaei, “Resident perceptions toward tourism impacts in historic center of Yazd, Iran,” May 24, 2017, Taylor & Francis. doi: 10.1080/14616688.2017.1331261.

[3] A. Kazak, P. V. Chetyrbok, and N. N. Oleinikov, “Artificial intelligence in the tourism sphere,” Jan. 01, 2020, IOP Publishing. doi: 10.1088/1755-1315/421/4/042020.

[4] F. Rong, “Design of Tourism Resources Management Based on Artificial Intelligence,” Dec. 01, 2016. doi: 10.1109/icitbs.2016.97.

[5] J. Xue, “A Study on Intelligent Tourism App Based on Artificial Intelligence,” Apr. 01, 2021, IOP Publishing. doi: 10.1088/1742-6596/1881/2/022076.

[6] G. Caldarini, S. Jaf, and K. McGarry, “A Literature Survey of Recent Advances in Chatbots,” Jan. 15, 2022, Multidisciplinary Digital Publishing Institute. doi: 10.3390/info13010041.

[7] A. D. Mauro, A. Sestino, and A. Bacconi, “Machine learning and artificial intelligence use in marketing: a general taxonomy,” Jun. 24, 2022, Springer Science+Business Media. doi: 10.1007/s43039-022-00057-w.

[8] N. Tyagi and B. Bhushan, “Demystifying the Role of Natural Language Processing (NLP) in Smart City Applications: Background, Motivation, Recent Advances, and Future Research Directions,” Wireless Personal Communications, vol. 130, no. 2. Springer Science+Business Media, p. 857, Mar. 16, 2023. doi: 10.1007/s11277-023-10312-8.

[9] M. Udunuwara, D. Sanders, and H. Wilkins, “Customer Relationship Management (CRM) Practices in the Hotel Sector from the Perspective of Leisure Travelers,” Dec. 01, 2017. doi: 10.4038/cbj.v7i2.8.

[10] D. Vallabh and L. Radder, “Development of customer relationship management in small and medium tourism enterprises: A literature review.” p. 1, Jun. 01, 2014. doi: 10.1109/icsssm.2014.6874086.

[11] C. A. Vogt, “Customer Relationship Management in Tourism: Management Needs and Research Applications,” Jun. 07, 2010, SAGE Publishing. doi: 10.1177/0047287510368140.

[12] N. Wang, “Research on Construction of Smart Tourism Perception System and Management Platform,” Nov. 01, 2014, Trans Tech Publications. doi: 10.4028/www.scientific.net/amm.687-691.1745.

[13] N. Suryandari, “Digital Revolution and the Development of Tourism Business,” Jan. 01, 2020. doi: 10.2991/assehr.k.200325.025.

[14] D. Calvaresi, A. H. Ibrahim, J.-P. Calbimonte, R. Schegg, E. Fragnière, and M. Schumacher, “The Evolution of Chatbots in Tourism: A Systematic Literature Review,” in Information and Communication Technologies in Tourism, 2021, p. 3. doi: 10.1007/978-3-030-65785-7_1.

[15] A. Xu, Z. Liu, Y. Guo, V. S. Sinha, and R. Akkiraju, “A New Chatbot for Customer Service on Social Media,” May 02, 2017. doi: 10.1145/3025453.3025496.

[16] D. Ukpabi, B. Aslam, and H. Karjaluoto, “Chatbot Adoption in Tourism Services: A Conceptual Exploration,” in Emerald Publishing Limited eBooks, 2019, p. 105. doi: 10.1108/978-1-78756-687-320191006.

# شناخت و تحلیل ظرفیت های معماری حوضه زاینده رود و راهبردهای بالفعل نمودن آنها در صنعت گردشگری

**بی بی کلان پردلی**، مربی، گروه معماری، دانشکده هنر و معماری دانشگاه زابل، زابل، ایران[1]

## چکیده

حوضه زاینده‌رود، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پهنه های جغرافیایی، تاریخی و فرهنگی ایران، دارای ظرفیت‌های منحصربه‌فرد معماری است که از دوران‌های مختلف برجای مانده‌اند. این منطقه در استان اصفهان و چهارمحال و بختیاری دارای بناهای تاریخی، پل‌ها، باغ‌ها، خانه‌های سنتی، شهرها و روستاهای با معماری ارزشمند است که می‌توانند در توسعه گردشگری نقش بسزایی ایفا کنند. با این حال، نبود راهبردهای مناسب برای بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها موجب شده است تا این پتانسیل‌ها به‌طور کامل بالفعل نشوند.

هدف این پژوهش، شناخت و تحلیل ظرفیت‌های معماری حوضه زاینده‌رود و ارائه راهبردهایی برای استفاده بهینه از آن‌ها در صنعت گردشگری است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و اطلاعات و آماری موجود، گردآوری شده‌اند. تحلیل موضوع نشانگر آن است که حوضه زاینده‌رود با معماری تاریخی و فرهنگی غنی، از ظرفیت‌های بی‌نظیری در جذب گردشگر برخوردار است. فرصت‌های این منطقه شامل بناهای تاریخی، پل‌ها، مساجد و خانه‌های سنتی است که به‌طور مستقیم در صنعت گردشگری تأثیرگذارند. برای بالفعل‌سازی این ظرفیت‌ها، راهبردهایی مانند مرمت آثار، بهبود زیرساخت‌های گردشگری، استفاده از فناوری‌های نوین و توسعه گردشگری پایدار پیشنهاد می‌شود. اجرای مسیر گردشگری معماری زاینده‌رود، با اتصال جاذبه‌های مختلف و ایجاد امکانات رفاهی، می‌تواند به افزایش ماندگاری گردشگران، رونق اقتصادی و حفظ هویت فرهنگی منطقه کمک کند و آن را به مقصدی برجسته در صنعت گردشگری تبدیل نماید.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، معماری، تاریخ و فرهنگ، حوضه زاینده رود

[1] bkpordeli@uoz.ac.ir.

## ۱. مقدمه

امروزه نقش گردشگری در توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مناطق مختلف جهان غیرقابل‌انکار است(Hall et al,2004: 525). در میان انواع گردشگری، گردشگری فرهنگی و تاریخی یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی است که بر پایه میراث ملموس و ناملموس هر منطقه شکل می‌گیرد(Richards,2013: 488). کشورهای پیشرو در این حوزه، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های تاریخی و معماری خود، توانسته‌اند نه‌تنها هویت فرهنگی خود را حفظ کنند(Richards,2018: 15)، بلکه از این میراث به‌عنوان ابزاری برای رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال بهره ببرند(Csapo,2012: 204). ایران، به‌عنوان کشوری با تمدنی دیرینه و پیشینه‌ای غنی، دارای ظرفیت‌های کم‌نظیری در حوزه معماری تاریخی است که در مناطق مختلف آن قابل مشاهده است. یکی از این مناطق، حوضه زاینده‌رود است که از گذشته‌های دور، بستر شکل‌گیری تمدن‌های مهم و توسعه شهرهای تاریخی بوده است(صالحی،۱۳۹۳). این رودخانه که از استان چهارمحال و بختیاری سرچشمه گرفته و از استان اصفهان عبور می‌کند، نه‌تنها از نظر اکولوژیکی و اقتصادی اهمیت ویژه‌ای دارد، بلکه نقش بسزایی در شکل‌گیری معماری سنتی، سازه‌های تاریخی و فضای سکونتگاهی پیرامون خود ایفا کرده است. با این حال، امروزه به دلیل تغییرات اقلیمی، توسعه نامتوازن و کم‌توجهی به ظرفیت‌های فرهنگی و معماری، این منطقه با چالش‌های جدی مواجه شده است که لزوم یک بازنگری اساسی در سیاست‌های مرتبط با آن را ایجاب می‌کند.

در میان عوامل متعددی که بر گردشگری فرهنگی و تاریخی تأثیرگذارند، نقش معماری و فضاهای شهری و روستایی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل جذابیت‌های گردشگری غیرقابل چشم‌پوشی است(Scerri et al,2016: 4). حوضه زاینده‌رود دارای آثار معماری منحصربه‌فردی است که از دوران مختلف تاریخی به‌جا مانده‌اند. در استان اصفهان، پل‌های تاریخی همچون سی‌وسه‌پل، پل خواجو، و پل مارنان، باغ‌های سنتی مانند باغ هشت‌بهشت و عمارت چهل‌ستون، خانه‌های تاریخی، کاروانسراها، آب‌انبارها و سایر عناصر معماری این منطقه، همگی نشان‌دهنده شکوه و عظمت معماری ایرانی در طول تاریخ هستند. در استان چهارمحال و بختیاری نیز آثار ارزشمندی وجود دارد که قابلیت تبدیل شدن به قطب گردشگری فرهنگی را دارند. قلعه چالشتر، که یکی از زیباترین بناهای دوره قاجار محسوب می‌شود، پل زمانخان که یکی از مهم‌ترین پل‌های تاریخی این استان است، و بافت‌های قدیمی شهرکرد، همگی نشان‌دهنده هویت معماری منحصربه‌فرد این منطقه هستند. علاوه بر این، روستاهای تاریخی مانند روستای سرآقاسید با معماری پلکانی، قلعه دزک، و بناهای سنگی قدیمی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری فرهنگی دارند. این بناها نه‌تنها از نظر زیبایی‌شناسی و هویت فرهنگی دارای اهمیت هستند، بلکه می‌توانند در قالب برنامه‌های توسعه گردشگری، به‌عنوان نقاط جذب گردشگر ایفای نقش کنند. با این حال، نبود یک برنامه‌ریزی منسجم و سیاست‌گذاری هدفمند برای استفاده از این ظرفیت‌ها موجب شده است تا این بناها تنها به‌عنوان آثار تاریخی مورد بازدید قرار گیرند، بدون آنکه تأثیر محسوسی بر اقتصاد محلی و جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشند. از سوی دیگر، روند فرسایش و تخریب برخی از این بناها در اثر عوامل طبیعی و انسانی، زنگ خطری برای از دست رفتن بخشی از میراث ارزشمند معماری کشور محسوب می‌شود. بنابراین، لازم است تا با رویکردی جامع، این بناهای تاریخی را نه‌تنها به‌عنوان نمادهای فرهنگی، بلکه به‌عنوان ابزارهایی برای توسعه پایدار گردشگری مورد بازشناسی و بهره‌برداری قرار داد.

اهمیت این موضوع از آن جهت است که فعال‌سازی ظرفیت‌های معماری در حوضه زاینده‌رود می‌تواند به‌عنوان یکی از راهکارهای اساسی در راستای توسعه پایدار گردشگری و رونق اقتصادی منطقه عمل کند. بهره‌برداری صحیح از این ظرفیت‌ها از طریق توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تعریف مسیرهای گردشگری فرهنگی، بهسازی و احیای بافت‌های تاریخی، ایجاد مراکز فرهنگی و گردشگری و برگزاری رویدادهای مرتبط، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش جذب گردشگران داخلی و خارجی شود. این امر نه‌تنها موجب حفظ و احیای میراث معماری این منطقه خواهد شد، بلکه به افزایش اشتغال‌زایی، رونق کسب‌وکارهای محلی و بهبود معیشت جوامع پیرامونی کمک خواهد کرد. از سوی دیگر، استفاده از معماری سنتی در پروژه‌های جدید گردشگری، تلفیق معماری مدرن با المان‌های

تاریخی و ایجاد فضاهای نوآورانه در قالب اقامتگاه‌های سنتی و مراکز فرهنگی(Yabanci,2022: 5)، می‌تواند نقش بسزایی در جذابیت بیشتر این منطقه ایفا کند. از این رو، پژوهش و تحلیل دقیق ظرفیت‌های معماری این منطقه و ارائه راهبردهای علمی و اجرایی برای بالفعل نمودن آن‌ها، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که نیازمند هم‌افزایی میان سیاست‌گذاران، پژوهشگران و فعالان حوزه گردشگری و میراث فرهنگی است.

## 2. روش شناسی تحقیق

تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده های اسنادی و علمی است. در واقع با کنکاش در مقالات، کتاب ها و اطلاعات مختلف و مرتبط با حوضه زاینده رود، مهمترین فرصت ها و ظرفیت های معماری در حوضه زاینده رود و ارتباط آن با صنعت گردشگری شناخته شده است. در ادامه نیز راهبردهای موثر و اثربخش در زمینه بالفعل نمودن این ظرفیت ها، مشخص و ارائه شد. روش گردآوری داده ها از طریق تحلیل محتوای متون موجود و سپس دسته بندی آنها بوده است. در نهایت با توجه به داده های گردآوری شده ، محقق نسبت به تحلیل، تبیین و نتیجه گیری موضوع اقدام نمود و پیشنهادات قابل اجرا در این زمینه را مشخص و ارائه نموده است.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

### معماری حوضه زاینده رود

معماری حوضه زاینده‌رود که شامل استان‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری می‌شود، تحت تأثیر عوامل جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی این منطقه قرار دارد. برخی از ویژگی‌های برجسته معماری این حوضه عبارت‌اند از:

**۱-تأثیر اقلیم و طبیعت**

زاینده‌رود به‌عنوان مهم‌ترین رودخانه مرکزی ایران، نقش مهمی در شکل‌گیری سکونتگاه‌ها و معماری منطقه داشته است.در مناطق کوهستانی چهارمحال و بختیاری، معماری بیشتر بر اساس شرایط سردسیر طراحی شده و شامل دیوارهای ضخیم، سقف‌های شیب‌دار و استفاده از سنگ و چوب است.در اصفهان، معماری شهری بیشتر تحت تأثیر اقلیم گرم و خشک بوده و شامل حیاط مرکزی، بادگیر، ساباط، و ایوان‌های بلند برای تهویه مناسب است.

**۲-معماری سنتی اصفهان**

اصفهان به‌عنوان یکی از مراکز تاریخی و فرهنگی ایران، دارای معماری فاخر اسلامی-ایرانی است. مساجد، بازارها، کاروانسراها و پل‌های تاریخی این شهر مانند مسجد جامع اصفهان، مسجد شیخ لطف‌الله، سی‌وسه پل و پل خواجو از مهم‌ترین نمونه‌های معماری این منطقه هستند. استفاده از کاشی‌کاری‌های هفت‌رنگ، مقرنس‌کاری، گنبدهای دوپوسته و طراحی هندسی دقیق از ویژگی‌های بارز معماری اصفهان است.

**۳-معماری بومی چهارمحال و بختیاری**

در این منطقه، معماری سنتی به‌دلیل شرایط کوهستانی بیشتر شامل خانه‌های سنگی و خشتی با سقف‌های کوتاه و ضخیم است. معماری عشایری نیز از طریق سیاه‌چادرهای بختیاری و آلاچیق‌های سنتی قابل مشاهده است. پل‌ها و قلعه‌های تاریخی مانند قلعه دزک و پل زمان‌خان نشان‌دهنده تأثیرات معماری بومی در منطقه هستند.

**۴- نقش زاینده‌رود در شهرسازی و معماری**

زاینده‌رود علاوه بر تأمین آب، در شکل‌گیری باغ‌های ایرانی مانند باغ چهلستون و باغ هشت‌بهشت نقش داشته است. پل‌های تاریخی ساخته‌شده بر روی زاینده‌رود علاوه بر کارکرد ارتباطی، به‌عنوان فضاهای اجتماعی و تفریحی نیز مورد استفاده قرار می‌گرفتند.

**۵-معماری پل‌ها و تاریخ غنی آنها**

پل‌های تاریخی اصفهان نظیر سی‌وسه پل، پل خواجو، و پل جویی نه‌تنها سازه‌های مهندسی پیشرفته‌ای دارند، بلکه با تزئینات زیبا و عملکرد اجتماعی-تفریحی ساخته شده‌اند. در مناطق کوهستانی چهارمحال و بختیاری نیز پل‌های کوچکتر اما مستحکمی روی رودخانه‌های منشعب از زاینده‌رود ساخته شده‌اند. روایت تاریخی پل ها برای گردشگران جذابیت بسیاری دارد.

**۶-خانه‌های تاریخی و معماری مسکونی**

در اصفهان، خانه‌های سنتی با حیاط مرکزی، حوض، اتاق‌های شاه‌نشین و تالارهای آیینه‌کاری شده مانند خانه قزوینی‌ها، خانه شیخ‌الاسلام و خانه عباسیان از نمونه‌های برجسته معماری مسکونی هستند. در چهارمحال و بختیاری، خانه‌های تاریخی بیشتر شامل سازه‌های سنگی و آجری با سقف‌های چوبی هستند که مقاومت بالایی در برابر سرمای شدید دارند.

در مجموع معماری حوضه زاینده‌رود ترکیبی از هنر، فرهنگ و سازگاری با محیط زیست است. در اصفهان، این معماری به اوج زیبایی و ظرافت خود رسیده و در چهارمحال و بختیاری بیشتر جنبه بومی و کاربردی دارد. تأثیرات زاینده‌رود در شکل‌گیری باغ‌ها، پل‌ها، خانه‌ها و مساجد این منطقه کاملاً مشهود است و این حوضه را به یکی از شاخص‌ترین مناطق معماری ایران تبدیل کرده است.

## ارتباط معماری با صنعت گردشگری حوضه زاینده رود

معماری حوضه زاینده‌رود، به‌ویژه در استان‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری، یکی از مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران داخلی و خارجی به این منطقه است. شهر اصفهان به دلیل داشتن بناهای تاریخی باشکوه مانند میدان نقش جهان، مسجد شیخ لطف‌الله، مسجد جامع اصفهان، سی‌وسه پل، پل خواجو، کاخ چهلستون و خانه‌های تاریخی، یکی از قطب‌های اصلی گردشگری فرهنگی و تاریخی ایران محسوب می‌شود. این بناها که با تزئینات هنری همچون کاشی‌کاری، مقرنس‌کاری، گچ‌بری و خطاطی آراسته شده‌اند، معرف اوج هنر و معماری ایرانی-اسلامی هستند. از سوی دیگر، معماری این منطقه با بهره‌گیری از اصول شهرسازی سنتی، فضاهای دلپذیری را برای گردشگران ایجاد کرده است؛ به‌طوری که بازارهای سنتی، گذرها، تیمچه‌ها و کاروانسراهای تاریخی، تجربه‌ای منحصربه‌فرد از فرهنگ و تاریخ این منطقه را برای بازدیدکنندگان به ارمغان می‌آورد .رودخانه زاینده‌رود نیز که نقش مهمی در شکل‌گیری این بناها داشته، با پل‌های تاریخی خود نه‌تنها کارکرد ارتباطی، بلکه فضایی تفریحی و اجتماعی ایجاد کرده است که خود از جاذبه‌های مهم گردشگری محسوب می‌شود.

در استان چهارمحال و بختیاری نیز معماری سنتی و بومی با ویژگی‌هایی چون استفاده از سنگ و چوب، سقف‌های کوتاه و ضخیم، و سازگاری با شرایط کوهستانی، به‌ویژه در روستاهای تاریخی و خانه‌های قدیمی، نقش قابل توجهی در جذب گردشگران دارد. وجود بناهایی مانند قلعه دزک، پل زمان‌خان و خانه‌های تاریخی چالشتر، همراه با طبیعت بکر و بومی منطقه، بستری مناسب برای گردشگری فرهنگی، تاریخی و اکوتوریسم فراهم کرده است. از سوی دیگر، چادرهای عشایری و معماری موقت ایلات بختیاری، نوعی معماری متحرک را به نمایش می‌گذارد که برای بسیاری از گردشگران جذاب است. حضور زاینده‌رود در این منطقه نیز باعث شکل‌گیری باغ‌های سنتی و آب‌بندهای طبیعی شده که جلوه‌ای خاص به محیط می‌بخشد. در مجموع، معماری حوضه زاینده‌رود، علاوه بر ارزش فرهنگی و تاریخی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری پایدار دارد و می‌تواند با حفظ و مرمت آثار، ایجاد امکانات رفاهی، و معرفی جهانی، به رونق اقتصادی و افزایش اشتغال منطقه کمک کند.

به طور کلی، معماری این حوضه با ایجاد فضاهای تاریخی و فرهنگی، تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری، رونق اقتصادی و حفظ هویت ملی داشته و می‌تواند با سرمایه‌گذاری در مرمت و معرفی بهتر، سهم بیشتری در صنعت گردشگری کشور ایفا کند.

## آثار و جاذبه های گردشگری مبتنی بر معماری در حوضه زاینده‌رود

در حوضه زاینده رود با  توجه تاریخ و همچنین اقلیم حاکم، بناها و سازه های متنوعی وجود دارد که علاوه بر اینکه از لحاظ معماری، نشانگر دوره های تاریخی هستند،می تواند در حوزه صنعت گردشگری نقش مهم و بارزی را داشته باشند. در ادامه به برخی از مهمترین این آثار تاریخی که دارای معماری ویژه ای هستند و بر اساس همین نوع معماری می تواند در جذب گردشگر و توسعه گردشگری موثر باشد، اشاره شده است.

**۱- پل‌های تاریخی**

- سی‌وسه‌پل (اصفهان) :یکی از مهم‌ترین نمادهای معماری صفوی، دارای ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی.
- پل خواجو (اصفهان) :با ساختار دوطبقه و تزئینات چشم‌نواز، محل مناسبی برای گردشگری فرهنگی و اجرای برنامه‌های هنری.
- پل مارنان (اصفهان) :از قدیمی‌ترین پل‌های زاینده‌رود که می‌تواند به‌عنوان یک جاذبه گردشگری احیا شود.
- پل زمانخان (چهارمحال و بختیاری) :پلی تاریخی با معماری خاص که به‌عنوان یکی از مقاصد گردشگری طبیعی و فرهنگی منطقه شناخته می‌شود.

**۲- باغ‌ها و عمارت‌های تاریخی**

- عمارت چهل‌ستون (اصفهان) :یکی از شاخص‌ترین نمونه‌های باغ‌های ایرانی که ظرفیت توسعه گردشگری فرهنگی را دارد.
- باغ هشت‌بهشت (اصفهان) :بنایی باشکوه در میان باغی سرسبز که قابلیت بهره‌برداری در حوزه گردشگری تاریخی و طبیعت‌گردی را دارد.

**۳- خانه‌ها و قلعه‌های تاریخی**

- قلعه چالشتر (چهارمحال و بختیاری) :با معماری منحصربه‌فرد قاجاری، می‌تواند به‌عنوان موزه و مرکز گردشگری فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد.
- خانه آزاده (چهارمحال و بختیاری) :بنایی تاریخی با معماری اصیل که پتانسیل تبدیل به یک اقامتگاه سنتی را دارد.
- قلعه دزک (چهارمحال و بختیاری) :با معماری سنگی خاص خود، یکی از ظرفیت‌های مهم برای توسعه گردشگری تاریخی منطقه است.

**۴- روستاهای تاریخی با معماری سنتی**

- روستای سرآقاسید (چهارمحال و بختیاری) :با معماری پلکانی مشابه ماسوله، مقصدی جذاب برای گردشگران علاقه‌مند به معماری بومی و طبیعت‌گردی.
- روستای قهی (اصفهان) :با خانه‌های خشتی و بافت تاریخی ارزشمند، پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به یک مقصد گردشگری فرهنگی دارد.

**۵- کاروانسراها و بازارهای تاریخی**

- کاروانسرای عباسی (اصفهان) :نمونه‌ای از معماری صفوی که می‌تواند به اقامتگاه سنتی برای گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شود.

- ❖ بازار قیصریه (اصفهان) :یکی از بازارهای تاریخی و ارزشمند که ترکیب معماری سنتی و فعالیت‌های تجاری را در خود جای داده است و ظرفیت توسعه گردشگری خرید را دارد.

**۶- اماکن مذهبی و سازه‌های آبی**

- ❖ مسجد جامع اصفهان :یکی از مهم‌ترین آثار معماری اسلامی که در جذب گردشگران مذهبی و تاریخی نقش اساسی دارد.
- ❖ آب‌انبارهای تاریخی (اصفهان و چهارمحال و بختیاری) :با معماری خاص خود، قابلیت احیا و استفاده در حوزه گردشگری را دارند.

**۷-سازه‌های جدید الهام‌گرفته از معماری سنتی**

- ❖ بهره‌گیری از معماری سنتی در اقامتگاه‌ها و مراکز تفریحی: ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی با معماری سنتی در حوضه زاینده‌رود، تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران فراهم می‌آورد.
- ❖ احیای فضاهای تاریخی برای برگزاری رویدادهای فرهنگی: تبدیل عمارت‌ها و بناهای تاریخی به مراکزی برای نمایشگاه‌ها، رویدادهای فرهنگی و هنری، می‌تواند زمینه جذب گردشگران بیشتری را فراهم کند.

این ظرفیت‌های معماری، در صورت مدیریت صحیح و برنامه‌ریزی هدفمند، می‌توانند به یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار گردشگری در حوضه زاینده‌رود تبدیل شوند

## ظرفیت های معماری حوضه زاینده‌رود با تأکید بر صنعت گردشگری

حوضه زاینده‌رود به دلیل موقعیت جغرافیایی، پیشینه تاریخی و ظرفیت‌های معماری ارزشمند، ظرفیت های متعددی را برای توسعه گردشگری فرهنگی و پایدار فراهم می‌کند. برخی از مهم‌ترین این ظرفیت ها یا فرصت ها عبارت‌اند از:

**۱-احیای بناهای تاریخی و افزایش ظرفیت‌های گردشگری**

- امکان مرمت و احیای پل‌های تاریخی همچون سی‌وسه‌پل، پل خواجو و پل زمانخان به‌عنوان مراکز فرهنگی و گردشگری.
- استفاده از خانه‌های تاریخی و کاروانسراها برای ایجاد اقامتگاه‌های سنتی و بوتیک‌هتل‌های گردشگری.
- بازسازی و بهسازی بافت‌های تاریخی در شهرهای اطراف زاینده‌رود به‌منظور تبدیل آن‌ها به مقاصد گردشگری.

**۲- توسعه گردشگری فرهنگی و تجربه‌محور**

- امکان تعریف مسیرهای گردشگری معماری که شامل بازدید از پل‌ها، کاروانسراها، قلعه‌ها، خانه‌های تاریخی و روستاهای سنتی باشد.
- برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری در بناهای تاریخی مانند چهل‌ستون، قلعه چالشتر و باغ هشت‌بهشت برای جذب گردشگران.
- ایجاد موزه‌های معماری و هنر در بناهای قدیمی برای نمایش سبک‌های مختلف معماری منطقه.

**۳- بهره‌گیری از رودخانه زاینده‌رود در توسعه گردشگری پایدار**

- طراحی و اجرای پروژه‌های گردشگری آبی در اطراف پل‌های تاریخی در صورت احیای جریان رودخانه.
- احیای بافت‌های سنتی در کنار زاینده‌رود و ایجاد فضاهای تفریحی با الهام از معماری بومی.

**۴- توسعه بوم‌گردی و معماری پایدار**

- امکان توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی با الهام از معماری سنتی در روستاهای تاریخی مانند سرآقاسید و قهی.
- استفاده از مصالح بومی و الگوهای معماری سنتی در ساخت‌وسازهای جدید به‌منظور حفظ هویت معماری منطقه.

**۵- ترکیب معماری سنتی و مدرن در طراحی فضاهای گردشگری**

- طراحی مراکز تفریحی، فرهنگی و اقامتی مدرن با الهام از معماری سنتی منطقه برای ایجاد جذابیت گردشگری بیشتر.

- استفاده از عناصر معماری ایرانی در پروژه‌های جدید شهری و گردشگری برای تقویت حس هویتی در منطقه.

**۶- جلب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در پروژه‌های گردشگری معماری**

- فراهم‌سازی بستر مناسب برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه احیای بناهای تاریخی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری.
- جذب سرمایه‌گذاران بین‌المللی برای ایجاد مراکز اقامتی و تفریحی لوکس با الهام از معماری سنتی منطقه.

**۷- افزایش آگاهی عمومی و آموزش معماری سنتی در صنعت گردشگری**

- برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی معماری سنتی برای ترویج آگاهی در میان گردشگران و ساکنان محلی.
- ایجاد دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی با تمرکز بر معماری بومی و راه‌های بهره‌برداری از آن در گردشگری.

**۸- تقویت نقش جوامع محلی در حفظ و بهره‌برداری از میراث معماری**

- ایجاد مشاغل جدید مرتبط با مرمت بناهای تاریخی، بوم‌گردی و گردشگری فرهنگی برای ساکنان منطقه.
- توانمندسازی جوامع محلی برای مدیریت اقامتگاه‌های سنتی، کارگاه‌های صنایع‌دستی و موزه‌های محلی.

این فرصت‌ها یا ظرفیت ها، در صورت مدیریت صحیح و هماهنگ، می‌توانند به توسعه پایدار گردشگری در حوضه زاینده‌رود کمک کرده و این منطقه را به یکی از قطب‌های مهم گردشگری فرهنگی در ایران تبدیل کنند.

**راهبردهای بالفعل نمودن ظرفیت های معماری در صنعت گردشگری حوضه زاینده رود**

حوضه زاینده‌رود، که استان‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری را در بر می‌گیرد، به واسطه‌ی پیشینه‌ی تاریخی و فرهنگی غنی، از ظرفیت‌های ارزشمندی در حوزه معماری و گردشگری برخوردار است. بناهای تاریخی، مساجد، بازارهای سنتی، پل‌های باشکوه و خانه‌های قدیمی این منطقه، از جمله جذاب‌ترین مقاصد گردشگری در ایران به شمار می‌روند. رودخانه زاینده‌رود نیز، علاوه بر تأمین آب و ایجاد بستری برای توسعه شهری، نقش مهمی در شکل‌گیری معماری سنتی این ناحیه داشته است.

با این حال، بسیاری از این ظرفیت‌ها هنوز به‌طور کامل در صنعت گردشگری بالفعل نشده‌اند. چالش‌هایی مانند فرسودگی آثار تاریخی، کمبود زیرساخت‌های مناسب، عدم آگاهی عمومی از اهمیت معماری منطقه و بازاریابی ضعیف، باعث شده‌اند که این پتانسیل‌ها نتوانند تأثیر مطلوب خود را بر گردشگری و اقتصاد منطقه بگذارند. بنابراین، اتخاذ راهبردهای مناسب برای احیا، حفاظت و معرفی بهتر معماری حوضه زاینده‌رود، می‌تواند به رونق صنعت گردشگری، توسعه پایدار و افزایش درآمدهای اقتصادی کمک کند. در ادامه، به بررسی راهکارهایی برای بالفعل‌سازی این ظرفیت‌ها می‌پردازیم.

با توجه به فرصت‌ها و ظرفیت‌های معماری در حوضه زاینده‌رود، می‌توان راهبردهای زیر را برای توسعه و بهره‌برداری بهینه از این پتانسیل‌ها در صنعت گردشگری پیشنهاد کرد:

**۱- توسعه و مرمت بناهای تاریخی**

- ✓ تخصیص بودجه برای مرمت و بازسازی آثار تاریخی مانند پل‌های قدیمی، مساجد، بازارهای سنتی و خانه‌های تاریخی جهت حفظ اصالت معماری و جذب گردشگران.
- ✓ ایجاد مراکز فرهنگی و نمایشگاه‌های معماری در بناهای تاریخی جهت افزایش آگاهی و جذابیت گردشگری.
- ✓ بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند مدل‌سازی سه‌بعدی و واقعیت مجازی برای نمایش سازه‌های بازسازی‌شده.

**۲-تقویت زیرساخت‌های گردشگری معماری**

- ✓ بهبود مسیرهای دسترسی به جاذبه‌های معماری، ایجاد راهنمای گردشگری و تابلوهای چندزبانه برای تسهیل درک گردشگران بین‌المللی.

- ✓ توسعه امکانات رفاهی در نزدیکی آثار تاریخی مانند هتل‌های سنتی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، رستوران‌های محلی و کافه‌های سنتی.
- ✓ ایجاد مسیرهای پیاده‌روی گردشگری معماری برای تجربه بهتر محیط تاریخی اصفهان و چهارمحال و بختیاری.

**۳-معرفی و بازاریابی گردشگری معماری**

- ✓ برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی در مکان‌های تاریخی برای جذب گردشگران.
- ✓ استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مستندهای تلویزیونی و تورهای مجازی برای معرفی جاذبه‌های معماری حوضه زاینده‌رود.
- ✓ همکاری با آژانس‌های گردشگری داخلی و خارجی برای ارائه تورهای تخصصی معماری و تاریخ در منطقه.

**۴-توسعه گردشگری پایدار و هوشمند**

- ✓ اجرای طرح‌های حفاظت از بافت تاریخی در برابر توسعه ناهماهنگ شهری و تخریب محیط‌زیست.
- ✓ بهره‌گیری از انرژی‌های پایدار و مصالح سازگار با محیط زیست در مرمت و ساخت‌وسازهای جدید.
- ✓ توسعه گردشگری هوشمند با ایجاد اپلیکیشن‌های راهنمای معماری که اطلاعات تاریخی و طراحی بناها را به گردشگران ارائه دهد.

**۵-آموزش و مشارکت جامعه محلی**

- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی برای جوامع محلی جهت آشنایی با ارزش‌های معماری و نقش آن در گردشگری.
- ✓ تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای توسعه اقامتگاه‌های سنتی و فضاهای فرهنگی با معماری اصیل.
- ✓ ایجاد برنامه‌های مشارکتی میان دانشگاه‌ها، معماران و صنعت گردشگری برای پژوهش و احیای معماری سنتی منطقه.

**۶-ایجاد و تعریف مسیر گردشگری معماری محور چهارمحال و بختیاری -اصفهان برای تورهای گردشگری**

- ✓ طراحی یک مسیر گردشگری با آثار تاریخی مربوط به دوره های مختلف با محوریت معماری بناها.
- ✓ برنامه ریزی و بازاریابی برای نوع گردشگری معماری محور از طریق شرکت های گردشگری در حوضه زاینده رود.
- ✓ تلفیق معماری بناها با گردشگری فرهنگی و تجربه محور

با اجرای این راهبردها، می‌توان از ظرفیت‌های بی‌نظیر معماری حوضه زاینده‌رود برای افزایش جذب گردشگر، رونق اقتصادی منطقه و حفظ هویت فرهنگی بهره برد. این اقدامات علاوه بر تقویت صنعت گردشگری، باعث افزایش اشتغال، ارتقای آگاهی فرهنگی و حفظ معماری اصیل ایرانی خواهد شد.

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

معماری حوضه زاینده‌رود، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر هویت فرهنگی و تاریخی ایران، ظرفیت بالایی برای توسعه صنعت گردشگری دارد. این معماری که از ترکیب عناصر سنتی ایرانی، اسلامی و بومی شکل گرفته است، نه‌تنها نشان‌دهنده مهارت و خلاقیت معماران ایرانی است، بلکه بستری برای توسعه پایدار گردشگری فرهنگی و تاریخی محسوب می‌شود. با این وجود، چالش‌هایی همچون فرسودگی بناهای تاریخی، توسعه ناهماهنگ شهری، عدم سرمایه‌گذاری کافی در بخش گردشگری و ضعف در معرفی این ظرفیت‌ها، مانع از بهره‌برداری کامل از این پتانسیل شده است. در این میان، بازسازی و حفاظت از بناهای تاریخی، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، استفاده از فناوری‌های نوین برای معرفی معماری منطقه و مشارکت جامعه محلی در فرایند توسعه، می‌توانند نقش مهمی در ارتقای جایگاه این منطقه به‌عنوان یک مقصد گردشگری بین‌المللی ایفا کنند.

راهبردهای پیشنهادی برای بالفعل‌سازی ظرفیت‌های گردشگری معماری در این منطقه باید بر اساس اصول توسعه پایدار، حفاظت از هویت تاریخی، و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین طراحی شوند. سرمایه‌گذاری در مرمت و احیای آثار تاریخی، بهبود مسیرهای دسترسی و امکانات رفاهی، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و ارائه تورهای تخصصی معماری، از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند موجب

افزایش جذابیت گردشگری منطقه شوند. علاوه بر این، توسعه گردشگری هوشمند با ایجاد اپلیکیشن‌های راهنمای گردشگری، نمایش مجازی آثار تاریخی و بهره‌گیری از روش‌های دیجیتال مارکتینگ، به معرفی بهتر معماری این منطقه کمک خواهد کرد. از سوی دیگر، آموزش و توانمندسازی جامعه محلی برای مشارکت در حفظ میراث معماری و ارائه خدمات گردشگری، می‌تواند علاوه بر افزایش اشتغال، موجب حفظ و انتقال دانش بومی به نسل‌های آینده شود.

در نهایت، معماری حوضه زاینده‌رود، اگر به‌درستی مدیریت و معرفی شود، می‌تواند به یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری ایران و جهان تبدیل شود. این منطقه با داشتن آثار معماری کم‌نظیر، پل‌های تاریخی، مساجد، بازارها و خانه‌های سنتی، توانایی جذب گردشگران داخلی و خارجی را دارد و می‌تواند سهم قابل توجهی در اقتصاد گردشگری ایران ایفا کند. در این راستا، همکاری میان نهادهای دولتی، بخش خصوصی، معماران، دانشگاه‌ها و جامعه محلی، برای طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه‌ای ضروری است. با اجرای سیاست‌های مناسب و حمایت‌های لازم، می‌توان معماری حوضه زاینده‌رود را به یک مزیت رقابتی در صنعت گردشگری ایران تبدیل کرد و از آن به‌عنوان ابزاری برای تقویت هویت ملی، توسعه اقتصادی و افزایش تعاملات بین‌المللی بهره برد.

**پیشنهاد اصلی پژوهش؛ ایجاد طرح گردشگری روستایی از کوهرنگ تا کویر**

**راه‌اندازی "مسیر گردشگری معماری زاینده‌رود"**

یکی از مهم‌ترین و عملی‌ترین پیشنهادها برای بالفعل‌سازی ظرفیت‌های معماری در صنعت گردشگری حوضه زاینده‌رود، طراحی و اجرای "مسیر گردشگری معماری زاینده‌رود "است. این مسیر که به‌صورت یک تور تخصصی گردشگری معماری اجرا می‌شود، می‌تواند نقاط شاخص معماری تاریخی و فرهنگی این منطقه را به‌هم متصل کند و تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران داخلی و خارجی فراهم آورد.

**چگونگی اجرای این پیشنهاد:**

- **شناسایی و ساماندهی جاذبه‌های معماری:**

انتخاب و معرفی بناهای مهم معماری در مسیر زاینده‌رود، شامل پل‌های تاریخی (سی‌وسه پل، پل خواجو، پل مارنان و پل زمان‌خان)، مساجد تاریخی، بازارهای سنتی، خانه‌های قدیمی و کاروانسراها.

توجه به روستاهای تاریخی و معماری بومی چهارمحال و بختیاری برای تنوع بیشتر تجربه گردشگری.

- **ایجاد زیرساخت‌های رفاهی و اطلاع‌رسانی:**

نصب تابلوهای راهنما و ارائه توضیحات چندزبانه درباره معماری هر بنا.

توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی و کافه‌های سنتی در مسیر برای تجربه‌ای اصیل و دلپذیر.

استفاده از راهنمایان متخصص در حوزه معماری برای ارائه اطلاعات دقیق و جذاب.

- **بهره‌گیری از فناوری‌های نوین:**

طراحی اپلیکیشن گردشگری معماری زاینده‌رود که اطلاعات جامع، تورهای مجازی و واقعیت افزوده را برای کاربران ارائه دهد.

ایجاد کدهای QR در کنار هر بنا برای دسترسی سریع به اطلاعات و مستندات تاریخی آن.

- **برگزاری تورها و رویدادهای فرهنگی:**

راه‌اندازی تورهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در مسیر زاینده‌رود با محوریت معماری و تاریخ.

برگزاری جشنواره‌های معماری، کارگاه‌های آموزشی و نمایشگاه‌های هنری مرتبط با معماری و فرهنگ منطقه.

**مزایای این پیشنهاد:**

افزایش ماندگاری گردشگران در منطقه و رونق اقتصادی شهرها و روستاهای اطراف زاینده‌رود.

تقویت هویت فرهنگی و تاریخی و افزایش آگاهی عمومی درباره ارزش‌های معماری ایرانی.

حفاظت از بناهای تاریخی از طریق جذب سرمایه‌گذاری برای مرمت و نگهداری آثار.

ایجاد اشتغال پایدار برای راهنمایان گردشگری، کسب‌وکارهای محلی، صنایع دستی و هنرمندان.

با اجرای این مسیر گردشگری، نه‌تنها ظرفیت‌های معماری منطقه احیا می‌شود، بلکه زاینده‌رود به‌عنوان یک محور گردشگری زنده و پویا به اقتصاد منطقه کمک می‌کند و می‌تواند این منطقه را به یکی از مقاصد برجسته گردشگری معماری در ایران و حتی جهان تبدیل کند.

## منابع و ماخذ


۱. صالحی، حسین.(۱۳۹۳). نقش مهم زاینده رود در توسعه گردشگری شهر اصفهان،همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده،اصفهان،https://civilica.com/doc/319442

2. Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives, 10, 201-212.
3. Hall, C. Michael, and John Jenkins. "Tourism and public policy." A companion to tourism (2004): 523-540.
4. Richards, G. (2013). Cultural tourism. In Routledge handbook of leisure studies (pp. 483-492). Routledge.
5. Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of hospitality and tourism management, 36, 12-21.
6. Scerri, M., Edwards, D., & Foley, C. (2016, February). The value of architecture to tourism. In Proceedings of 26th annual cauthe conference (pp. 1-21).
7. Shaw, G. B. (2015). Tourism by design: Signature architecture and tourism. Tourism Review International, 19(4), 235-241.
8. Yabanci, O. (2022). Historic architecture in tourism consumption. Tourism Critiques: Practice and Theory, 3(1), 2-15.

# شناسایی چالش های هوشمند سازی اقامتگاه ها در پهنه جغرافیایی زاینده رود

**سجاد تبارکی**، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران
**خاتون عزیزی**، دانشجوی دکتری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع پویا و درآمدزا، نقش بسزایی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق مختلف ایفا می‌کند. در این میان، اقامتگاه‌ها به عنوان یکی از زیرساخت‌های اساسی گردشگری، نه تنها کیفیت تجربه گردشگران را تحت تاثیر قرار می‌دهند، بلکه به عنوان عاملی مهم در تداوم حضور گردشگران و رونق منطقه‌ای عمل می‌کنند. با پیشرفت فناوری‌های نوین، ضرورت حرکت به سوی هوشمندسازی اقامتگاه‌ها به منظور ارتقاء کیفیت خدمات، بهبود مدیریت منابع و افزایش رضایت‌مندی گردشگران بیش از پیش احساس می‌شود. این پژوهش با هدف شناسایی چالش‌های هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود و ارائه راهکارهای کاربردی جهت مدیریت پایدار این اقامتگاه‌ها طراحی و اجرا شده است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این مطالعه، توصیفی-تحلیلی و با رویکردی کاربردی بوده است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش اسنادی استفاده شده که شامل بررسی کتب معتبر، مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها، گزارش‌ها و اسناد مرتبط با موضوع پژوهش است. تحلیل داده‌های گردآوری شده نیز با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون (Thematic Analysis) صورت گرفته است که امکان استخراج محورهای کلیدی و مفاهیم اصلی از داده‌های کیفی را فراهم کرده است. نتایج پژوهش نشان داد که چالش‌هایی همچون ضعف زیرساخت‌های ارتباطی، کمبود آگاهی و دانش فنی مالکان اقامتگاه‌ها، محدودیت‌های مالی، موانع فرهنگی، و نبود استانداردهای هوشمندسازی متناسب با شرایط بومی از مهم‌ترین موانع توسعه اقامتگاه‌های هوشمند در این منطقه هستند. در پاسخ به این چالش‌ها، راهبردهایی در زمینه بهبود زیرساخت‌ها، توانمندسازی ذی‌نفعان، حمایت‌های مالی، فرهنگ‌سازی و استانداردسازی اقامتگاه‌ها تدوین گردید. در نهایت، پژوهش تأکید می‌کند که هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود نه تنها می‌تواند کیفیت خدمات گردشگری را ارتقاء دهد، بلکه ابزاری مؤثر برای مدیریت پایدار منابع طبیعی و توسعه متوازن منطقه خواهد بود.

.

**واژگان کلیدی:** گردشگری هوشمند، اقامتگاه پایدار، چالش‌های فناوری، زاینده‌رود، توسعه پایدار

## ۱.مقدمه

تجربه گردشگری نتیجه تعامل توریست با محیط خارجی است (Tomej & Xiang, 2020:2) تعریف‌های متعددی از گردشگری ارائه شده که در هر یک از این تعریف‌ها از دریچه‌ای خاص به گردشگری نگریسته شده است (همتی، ۱۳۹۷: ۱۱۰). به همین سبب، می‌توان از گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های افراد نام برد که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود برای تفریح، استراحت و انجام دادن امور دیگر سفر می‌کنند و بیش از یکسال متوالی در آن مکان اقامت نمی‌کنند (تقوایی و کیومرثی، ۱۳۹۲: ۵۶). با توجه به افزایش سهم بخش گردشگری در تولید ناخالص داخلی و اشتغال، سیاست‌گذاران در حال توسعه، توسعه گردشگری را به عنوان یکی از مهم‌ترین محرک‌های مناسب برای کاهش فقر معرفی کرده‌اند (Kyara et al., 2022: 1) زیرا هزینه‌های گردشگری بر طیف وسیعی از بخش‌ها مانند محل سکونت، رستوران‌ها، فرهنگ و خرید اثر می‌گذارد (Mendes et al., 2022: 1) (همچنین، حفظ فرهنگ محلی و تقویت و توانمندسازی جوامع و دستاوردهای زیست محیطی، باعث ترویج دستاوردهای اجتماعی می‌شود.(Jardim & Mora, 2022: 200) صنعت گردشگری در سال‌های اخیر شاهد تحولات گسترده‌ای بوده است. یکی از مهم‌ترین این تحولات، ظهور مفهوم "گردشگری هوشمند" است. گردشگری هوشمند به استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT)برای بهبود تجربه گردشگران، مدیریت مقاصد گردشگری و ارتقای پایداری اشاره دارد. در این میان، اقامتگاه‌های گردشگری پایدار نقش مهمی در کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی و اجتماعی-فرهنگی گردشگری ایفا می‌کنند. با توسعه سریع ارتباطات سیار، شبکه های اجتماعی و پلتفرمهای رسانه های اجتماعی، ایجاد تجربه مشترک مبتنی بر فناوری های هوشمند در زمینه های گردشگری تقویت شده است (Neuhofer, 2017 & Sinarta, 2019: 564; Neuhofer et al, 2012: 41; Camilleri & Buhalis:) و مهمانداری (Cimbaljević et al, 2019: 6). جشنواره ها (۲۳۲۴) کانال گردشگری هوشمند علاوه بر تسهیل ایجاد تجربیات مشترک گردشگران، این تجربیات را از طریق شخصی سازی خدمات افزایش می دهد (Amaranggana, 2014: 559; Buhalis & Buhalis Sinarta, 2019: 570 &). از یک سو، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، کسب اطلاعات سفر را برای گردشگران راحت کرده است، که به گردشگران کمک می کند تا در تصمیم گیری برای سفر و انتخاب محصولات گردشگری که به بهترین وجه با ترجیحات آنها مطابقت دارد، انتخاب کنند. از سوی دیگر، داده های بزرگ و هوش مصنوعی این امکان را می دهد تا مقاصد درباره رفتار گردشگران، علایق و ترجیحات سفر گردشگران اطلاعات بیشتری کسب کنند. بر این اساس، مقاصد می توانند بر اساس رفتار مرور اینترنتی برای گردشگران توصیه هایی ارائه کنند (da Costa Liberato et al, 2018: 780).

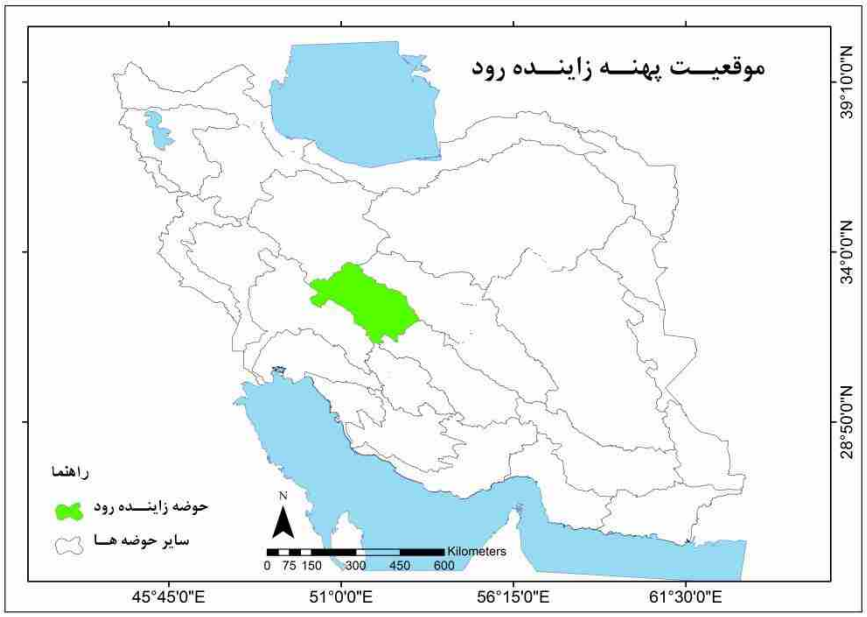
پهنه جغرافیایی زاینده‌رود، با تنوع زیستی، تاریخی و فرهنگی کم‌نظیر خود، از دیرباز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری ایران شناخته شده است. پهنه زاینده رود وابسته به رودخانه زاینده رود است.رودخانه زاینده رود بزرگ‌ترین و پرآب‌ترین رودخانه فلات مرکزی ایران است که از کوه‌های زاگرس مرکزی به ویژه زردکوه در استان چهارمحال و بختیاری سرچشمه گرفته و در دشت مرکزی ایران به سمت شرق پیش می‌رود تا در نهایت به تالاب گاوخونی می‌ریزد. حوضه آبریز گاوخونی یکی از حوضه‌های بسته ایران است که در تقسیم‌بندی حوضه‌های آبریز ایران، حوضه فرعی به‌شمار می‌رود و زیرمجموعه حوضه آبریز فلات مرکزی است. مساحت این حوضه، ۴۱۵۵۰ کیلومتر مربع است(شرکت مدیریت منابع ایران،۱۳۸۳: ۶). رود اصلی آن زاینده‌رود است. ۳/۸۷ درصد آن در استان اصفهان، ۹/۴ در استان چهارمحال و بختیاری، ۶/۴ در استان فارس و ۲/۳ در استان یزد واقع شده است. در سالهای اخیر، آورد حوضه‌ی زاینده رود به دلایل مختلف از جمله خشکسالی کاهش زیادی داشته است(سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان اصفهان، ۱۳۹۶: ۶۶). منطقه زاینده‌رود، با جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی فراوان، یکی از مقاصد مهم گردشگری در ایران است. با این حال، توسعه گردشگری در این منطقه با چالش‌هایی همچون کمبود منابع آب، آلودگی محیط زیست و فشار بر جوامع محلی روبرو است. هوشمندسازی اقامتگاه‌های گردشگری پایدار می‌تواند به حل این چالش‌ها و توسعه پایدار گردشگری در منطقه کمک کند. این پژوهش با هدف شناسایی چالش‌های پیش روی هوشمندسازی اقامتگاه‌های گردشگری پایدار در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود انجام

شده است. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران، مدیران اقامتگاه‌ها و سایر ذینفعان در توسعه استراتژی‌های مناسب برای غلبه بر این چالش‌ها کمک کند.

با توجه به مساله و چارچوب پژوهش سوال اینگونه طرح می شود. چالش‌های اصلی هوشمندسازی اقامتگاه گردشگری در حوضه زاینده‌رود کدامند؟ هوشمندسازی اقامتگاه‌های گردشگری پایدار در منطقه زاینده‌رود چه پتانسیلی برای بهبود عملکرد این اقامتگاه‌ها و توسعه پایدار گردشگری در منطقه دارد؟چه راهکارهای جامع و هماهنگ در سطح پژوهشی و اجرایی طراحی و پیاده‌سازی پیشنهاد می دهید؟

## ۲.روش شناسی تحقیق

این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با هدفی کاربردی طراحی شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش اسنادی استفاده شده که شامل بررسی مقالات علمی، کتب معتبر، گزارش‌ها، پایان‌نامه‌ها و اسناد مرتبط با پهنه جغرافیایی زاینده‌رود بوده است. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش تحلیل محتوا و جمع‌بندی متون، تجزیه و تحلیل شده‌اند. به‌منظور ارائه چارچوبی علمی و نظام‌مند برای تحلیل داده‌ها، از مدل مضمون بهره گرفته شده است. تحلیل مضمون تماتیک یا تحلیل تم و آشنایی با بهترین روش تحلیل مضمون و تحلیل محتوا را در آکادمی پژوهش کیفی است. تحلیل مضمون یا تحلیل تماتیک، رویکرد خوبی برای تحقیق است که در آن سعی می شود از مجموعه ای از داده های کیفی مثل متن مصاحبه، پروفایل های رسانه های اجتماعی یا پاسخ های نظرسنجی، چیزی در مورد دیدگاه ها، نظرات، دانش، تجربیات یا ارزش های افراد دست پیدا کرد. در نتیجه، این پژوهش ضمن بررسی چالش های موجود، سعی دارد راهکارهایی هدفمند و علمی برای بهبود وضعیت زاینده‌رود و مدیریت پایدار آن ارائه دهد.




**شکل (۱): موقعیت جغرافیایی پهنه زاینده رود**

## ۳.نتایج و تجزیه و تحلیل

جدول شماره (۱) با توجه به تحلیل داده‌ها و بررسی‌های انجام شده در این پژوهش، چالش‌های مرتبط با هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود در قالب پنج محور اصلی طبقه‌بندی شده‌اند. همان‌طور که در جدول ارائه شده مشاهده می‌شود، این محورها شامل زیرساخت‌های فنی، مسائل مدیریتی و دانشی، ملاحظات اقتصادی و حمایتی، ملاحظات محیط‌زیستی، و عوامل فرهنگی-اجتماعی می‌باشند. برای هر محور، زیرمحورها و شرح تفصیلی چالش‌ها استخراج گردیده است. نتایج این تحلیل حاکی از آن است که هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در این منطقه صرفاً یک فرآیند فناورانه نیست، بلکه مستلزم اتخاذ رویکردی چندبُعدی است که در آن ارتقاء زیرساخت‌ها، بهبود سطح آگاهی و مهارت‌های مدیریتی، تأمین منابع مالی و حمایتی، رعایت اصول توسعه پایدار و فرهنگ‌سازی گسترده در جوامع محلی به طور هم‌افزا مدنظر قرار گیرد. این یافته‌ها چارچوبی علمی و منسجم برای برنامه‌ریزی‌های آتی در زمینه مدیریت هوشمند اقامتگاه‌ها فراهم می‌آورد.

**جدول(۱): چالش های هوشمندسازی اقامتگاه در پهنه جغرافیایی زاینده رود**

| ردیف | محور اصلی | زیرمحورها | شرح چالش‌ها |
|---|---|---|---|
| ۱ | زیرساخت‌های فنی | ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی، نبود اینترنت پایدار، ضعف تجهیزات دیجیتال در اقامتگاه‌ها | در بسیاری از نقاط حاشیه زاینده‌رود، اتصال اینترنتی ضعیف یا ناپایدار است و اقامتگاه‌ها به امکانات پایه‌ای هوشمندسازی (دوربین‌های هوشمند، سیستم‌های اتوماسیون، قفل‌های دیجیتال) دسترسی ندارند. |
| ۲ | مسائل مدیریتی و دانشی | کمبود دانش مدیریتی در زمینه فناوری‌های هوشمند، مقاومت در برابر تغییر | بسیاری از مدیران و مالکان اقامتگاه‌ها با فناوری‌های جدید آشنایی ندارند و یا نسبت به هزینه‌های اولیه‌ی پیاده‌سازی این فناوری‌ها مقاومت نشان می‌دهند. |
| ۳ | ملاحظات اقتصادی و حمایتی | هزینه‌های بالای پیاده‌سازی، نبود حمایت‌های دولتی و اعتباری | بسیاری از مدیران و مالکان اقامتگاه‌ها با فناوری‌های جدید آشنایی ندارند و یا نسبت به هزینه‌های اولیه‌ی پیاده‌سازی این فناوری‌ها مقاومت نشان می‌دهند. |
| ۴ | ملاحظات محیط‌زیستی | نگرانی از آسیب‌های محیطی ناشی از مصرف بالای انرژی | برخی فعالان بومی نسبت به مصرف بیشتر برق و انرژی در اقامتگاه‌های هوشمند ابراز نگرانی کرده‌اند که می‌تواند تضاد با اصول توسعه پایدار ایجاد کند. |
| ۵ | عوامل فرهنگی-اجتماعی | نبود پذیرش فرهنگی در استفاده از تکنولوژی‌های نوین | در جوامع محلی، پذیرش فناوری‌های هوشمند به کندی صورت می‌گیرد و گاه به دلیل باورهای فرهنگی، به فناوری‌های جدید بدبینی وجود دارد. |

### تحلیل چالش‌های هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود

با دسته‌بندی داده‌ها، مشخص شد که ضعف زیرساخت‌های ارتباطی و تجهیزات سخت‌افزاری در اقامتگاه‌های حاشیه‌ی زاینده‌رود به عنوان مهم‌ترین چالش شناخته می‌شود. پس از آن، مسائل دانشی و مدیریتی، شامل عدم آشنایی مدیران با فناوری‌های هوشمند و

نگرانی از تغییر الگوهای سنتی کسب‌وکار، از اهمیت زیادی برخوردار است. از سوی دیگر، هزینه‌های مالی بالا برای تجهیز اقامتگاه‌ها و نبود حمایت‌های دولتی و بخش خصوصی به عنوان مانع مالی جدی برشمرده شده است. همچنین ملاحظات فرهنگی، با ایجاد مقاومت اجتماعی نسبت به پذیرش تکنولوژی، فرآیند هوشمندسازی را کندتر کرده است.

**تدوین راهبرد مطلوب**

بر اساس تحلیل انجام‌شده، برای عبور از چالش‌های شناسایی‌شده، راهبردهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- ✓ تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات
  - توسعه‌ی اینترنت پرسرعت و پایدار در مناطق حاشیه زاینده‌رود با کمک دولت و بخش خصوصی
  - نصب ایستگاه‌های تقویت سیگنال وای‌فای در مناطق کلیدی گردشگری
- ✓ آموزش و توانمندسازی مدیران اقامتگاه‌ها
  - برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه آشنایی با تکنولوژی‌های هوشمند و مزایای آن‌ها
  - ارائه‌ی دوره‌های کوتاه‌مدت با گواهینامه معتبر برای توانمندسازی بهره‌برداران اقامتگاه‌ها
- ✓ ایجاد مشوق‌های مالی و اعتباری
  - طراحی بسته‌های تشویقی از سوی نهادهای دولتی برای کسب‌وکارهایی که به سمت هوشمندسازی حرکت می‌کنند
  - ایجاد تسهیلات بانکی با بهره کم برای تجهیز اقامتگاه‌ها به فناوری‌های هوشمند
- ✓ ترویج فرهنگ‌سازی در جوامع محلی
  - ایجاد کمپین‌های آگاهی‌بخشی در خصوص مزایای هوشمندسازی برای رونق گردشگری
  - بهره‌گیری از رسانه‌های محلی و نخبگان اجتماعی برای تغییر نگرش سنتی نسبت به فناوری
- ✓ توسعه‌ی اقامتگاه‌های دوستدار محیط زیست
  - پیاده‌سازی سیستم‌های هوشمند کم‌مصرف با استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر (مثلا انرژی خورشیدی برای برق مورد نیاز تجهیزات هوشمند)
  - استانداردسازی مصرف انرژی در اقامتگاه‌های هوشمند و پایبندی به اصول توسعه پایدار

**نقشه راه اجرایی برای هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود**

**۱- برنامه‌ریزی و زیرساخت**: جدول(۲) در این مرحله، تمرکز بر شناسایی اقامتگاه‌های هدف، ارزیابی وضعیت موجود و بهبود زیرساخت‌های ارتباطی از طریق توسعه اینترنت پرسرعت است. نقش شهرداری‌ها، اداره گردشگری و وزارت ارتباطات در این مرحله کلیدی است.

**جدول۲- برنامه و زیر ساخت هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود**

| اقدام | شرح فعالیت | مسئولیت | منابع موردنیاز |
|---|---|---|---|
| ارزیابی وضعیت موجود اقامتگاه‌ها | شناسایی اقامتگاه‌های هدف، بررسی وضعیت فناوری موجود، نیازسنجی | اداره گردشگری، شهرداری‌های محلی | نیروی انسانی متخصص، بودجه ارزیابی |
| بهبود زیرساخت‌های ارتباطی | توسعه اینترنت پرسرعت، نصب تجهیزات تقویت سیگنال | وزارت ارتباطات، شهرداری‌ها، بخش خصوصی | بودجه زیرساختی، تجهیزات فنی |

**۲-توانمندسازی و آموزش:** جدول(۳) در این مرحله، از طریق آموزش مدیران اقامتگاه‌ها و راه‌اندازی مراکز مشاوره، ظرفیت‌سازی برای بهره‌برداری از فناوری‌های هوشمند صورت می‌گیرد. سازمان گردشگری و دانشگاه‌های محلی نقش مهمی در آموزش دارند.

**جدول۳- توانمند سازی و آموزش هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود**

| اقدام | شرح فعالیت | مسئولیت | منابع موردنیاز |
|---|---|---|---|
| برگزاری کارگاه‌های آموزشی | آموزش مالکان و مدیران اقامتگاه‌ها درباره فناوری‌های هوشمند | سازمان گردشگری، دانشگاه‌های محلی | اساتید مجرب، محتوای آموزشی |
| ایجاد مرکز مشاوره فنی | راه‌اندازی مراکز مشاوره برای راهنمایی و پشتیبانی فنی اقامتگاه‌ها | اداره گردشگری، نهادهای محلی | مکان آموزشی، تجهیزات فنی، نیروی مشاور |

**۳- مشوق‌های مالی و پشتیبانی**: جدول(۴) در این بخش، با ارائه تسهیلات بانکی، حمایت مالی و بسته‌های تشویقی مانند معافیت‌های مالیاتی، انگیزه لازم برای مشارکت اقامتگاه‌ها در طرح هوشمندسازی ایجاد می‌شود

**جدول۴- مشوق های مالی و پشتیبانی هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود**

| اقدام | شرح فعالیت | مسئولیت | منابع موردنیاز |
|---|---|---|---|
| ارائه تسهیلات بانکی ویژه | تسهیلات با بهره کم یا وام‌های هوشمندسازی | بانک‌های عامل، وزارت اقتصاد | بودجه بانکی، تضمین اعتباری |
| ارائه بسته‌های تشویقی | اعطای جوایز یا معافیت مالیاتی برای اقامتگاه‌های هوشمند | دولت محلی، نهادهای حمایتی | منابع مالی حمایتی |

**۴- اجرا و توسعه اقامتگاه‌های هوشمند:** جدول(۵)در این مرحله، نصب تجهیزات هوشمند و اجرای سیستم‌های مدیریتی در اقامتگاه‌ها انجام شده و با پایش و ارزیابی مداوم، میزان موفقیت پروژه سنجیده می‌شود

**جدول۵- اجرا و توسعه هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود**

| اقدام | شرح فعالیت | مسئولیت | منابع موردنیاز |
|---|---|---|---|
| تجهیز اقامتگاه‌ها به فناوری‌های هوشمند | نصب سیستم‌های مدیریت انرژی، قفل‌های دیجیتال، دوربین‌های هوشمند | مالکان اقامتگاه‌ها، مشاوران فنی | تجهیزات هوشمند، خدمات نصب |
| پایش و ارزیابی پیشرفت پروژه | ارزیابی نتایج اولیه و شناسایی نواقص برای بهبود | تیم‌های نظارتی، پژوهشگران | نرم‌افزارهای ارزیابی، تیم‌های پایش |

**۵- فرهنگ‌سازی و توسعه پایدار**ا: جدول(۶) برنامه‌ای هماهنگ برای ترویج اقامتگاه‌های هوشمند دوستدار محیط زیست ارائه می‌دهد که شامل منابع موردنیاز، مسئولیت نهادهای دخیل، شرح فعالیت‌ها و اقدامات اجرایی است. هدف اصلی این طرح، استانداردسازی، فرهنگ‌سازی و جلب حمایت عمومی از طریق تولید محتوا، آموزش و اقدامات محیط‌زیستی است.

**جدول۶- فرهنگ سازی و توسعه پایدار هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در زاینده‌رود**

| اقدام | شرح فعالیت | مسئولیت | منابع موردنیاز |
|---|---|---|---|
| برگزاری کمپین‌های اطلاع‌رسانی | معرفی موفقیت‌ها، جلب حمایت عمومی، ترویج فرهنگ استفاده از فناوری | رسانه‌های محلی، نهادهای اجتماعی | تولید محتوا، همکاری رسانه‌ای |
| استانداردسازی اقامتگاه‌های هوشمند دوستدار محیط زیست | تدوین استانداردهای مصرف انرژی و مدیریت محیط زیست | سازمان محیط زیست، سازمان استاندارد | تدوین استاندارد، برنامه‌های آموزشی |

**نکات کلیدی در اجرای نقشه راه**

- شروع کار با پروژه‌های پایلوت :ابتدا در چند اقامتگاه منتخب به صورت آزمایشی طرح اجرا شود.
- انعطاف‌پذیری در اجرا :بسته به بازخوردها، امکان اصلاح و بهبود فرآیند وجود داشته باشد.
- مشارکت فعال ذی‌نفعان :مالکان اقامتگاه‌ها، سازمان‌های دولتی و مردم بومی باید از ابتدا درگیر پروژه شوند.
- تضمین پایداری مالی :از منابع دولتی و مشارکت بخش خصوصی استفاده شود تا پایداری اقتصادی پروژه حفظ شود.

**ساختار نمونه یک اقامتگاه هوشمند در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود**

**۱ .سیستم‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات**

- اینترنت پرسرعت وای‌فای :پوشش کامل در داخل و فضای باز اقامتگاه
- نقاط دسترسی (Access Points) تقویتی :برای مناطق با سیگنال ضعیف
- سیستم مدیریت یکپارچه :(BMS) نرم‌افزار مرکزی برای کنترل همه سیستم‌های هوشمند از طریق تبلت یا گوشی هوشمند

**۲ .امنیت و کنترل دسترسی**

- قفل‌های دیجیتال بیومتریک :باز کردن درب‌ها با اثرانگشت، کارت RFID یا رمز
- دوربین‌های نظارتی هوشمند :دارای قابلیت شناسایی چهره و هشدار خودکار به مدیریت
- سیستم هشدار حریق و نشت گاز هوشمند :اتصال مستقیم به اپلیکیشن موبایل مدیریت

**۳ .مدیریت انرژی و محیط زیست**

- ترموستات‌های هوشمند :تنظیم خودکار دما بر اساس حضور مهمان
- چراغ‌های هوشمند کم‌مصرف :کنترل روشنایی با سنسور حرکتی و نور محیط
- پنل‌های خورشیدی :برای تأمین بخشی از برق مصرفی (مثلا برای روشنایی محوطه)
- سیستم مدیریت مصرف آب :نظارت بر مصرف آب و هشدار نشت احتمالی

**۴ .امکانات رفاهی هوشمند**

- سیستم صوتی-تصویری هوشمند :پخش موسیقی، فیلم و اخبار از طریق فرمان صوتی یا موبایل
- دستیار صوتی داخلی (Google Assistant) :کنترل تجهیزات تنها با فرمان صوتی
- سرویس‌های دیجیتال هتلینگ :سفارش غذا، درخواست خدمات اتاق، برنامه‌های تفریحی از طریق اپلیکیشن داخلی

**۵ .تجربه مهمانان و راحتی**

- پروفایل شخصی مهمان :تنظیم دما، روشنایی، موسیقی مورد علاقه بر اساس اطلاعات ثبت شده مهمان
- چک‌این و چک‌اوت غیرحضوری :از طریق اپلیکیشن یا وب‌سایت اقامتگاه
- سیستم هدایتگر درون اقامتگاه :راهنمایی هوشمند برای دسترسی به قسمت‌های مختلف (رستوران، محوطه بازی، پارکینگ)

**۶ .فضای سبز هوشمند**

- آبیاری هوشمند :بر اساس داده‌های آب و هوایی و نیاز خاک
- نورپردازی محوطه بر اساس حضور افراد :کاهش مصرف انرژی و افزایش امنیت

**۷ .ویژگی‌های ویژه برای زاینده‌رود**

- طراحی اقامتگاه بر مبنای معماری بومی :حفظ اصالت بومی با تلفیق فناوری نوین
- استفاده از مواد بومی و پایدار :چوب محلی، سنگ‌های طبیعی و مصالح دوستدار محیط زیست
- نمایش هوشمند اطلاعات محیطی :سیستم‌هایی که اطلاعات وضعیت رودخانه (سطح آب، کیفیت آب، دمای هوا) را در لحظه به مهمانان نمایش می‌دهند.

**نکات کلیدی در طراحی اقامتگاه هوشمند**

- سادگی استفاده :سیستم‌ها باید طوری طراحی شوند که مهمانان به راحتی بدون نیاز به آموزش خاص از آن‌ها استفاده کنند.
- امنیت بالا :تمامی داده‌های مهمانان و ارتباطات باید رمزگذاری شده باشد.
- قابلیت توسعه‌پذیری :اقامتگاه باید آماده باشد تا در آینده فناوری‌های جدید به راحتی به آن اضافه شود.
- توجه به پایداری :مصرف انرژی و منابع طبیعی باید بهینه و سازگار با محیط زیست باشد.

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی چالش‌های هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود و ارائه راهبردهای عملیاتی و کاربردی انجام شد. نتایج این مطالعه نشان داد که گرچه ظرفیت‌های بالقوه قابل توجهی برای توسعه اقامتگاه‌های هوشمند در منطقه وجود دارد، اما موانع و چالش‌های جدی نیز در مسیر تحقق این هدف وجود دارند. از جمله مهم‌ترین چالش‌های شناسایی شده می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ضعف زیرساخت‌های ارتباطی و کمبود اینترنت پرسرعت در برخی مناطق.
- نبود دانش و آگاهی کافی در میان مالکان اقامتگاه‌ها نسبت به فناوری‌های هوشمند.

- محدودیت‌های مالی و نبود مشوق‌های حمایتی برای سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین.
- موانع فرهنگی و نگرش‌های سنتی نسبت به تغییر و تحول در شیوه‌های مدیریت سنتی اقامتگاه‌ها.
- نبود استانداردهای بومی‌سازی‌شده برای توسعه اقامتگاه‌های هوشمند متناسب با شرایط زیست‌بومی زاینده‌رود.

با تکیه بر تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده، راهبردهایی تدوین گردید که در چند محور اصلی متمرکز هستند:

- بهبود زیرساخت‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات.
- توانمندسازی مالکان از طریق آموزش‌های تخصصی و ارائه خدمات مشاوره‌ای.
- حمایت مالی از طریق اعطای تسهیلات و مشوق‌های ویژه.
- توسعه فرهنگ استفاده از فناوری‌های هوشمند و ترویج ارزش‌های پایداری.
- ایجاد چارچوب‌های استاندارد و پایش مستمر عملکرد اقامتگاه‌های هوشمند.

علاوه بر این، نقشه راه عملیاتی در پنج مرحله برنامه‌ریزی شد که مسیر روشن و تدریجی برای گذار از اقامتگاه‌های سنتی به اقامتگاه‌های هوشمند ارائه می‌دهد. این مراحل از ارزیابی اولیه و آماده‌سازی زیرساخت‌ها آغاز شده و تا فرهنگ‌سازی عمومی و تثبیت استانداردهای پایداری ادامه می‌یابد. در همین راستا، مدل پیشنهادی برای اقامتگاه هوشمند نیز طراحی شد که با بهره‌گیری از عناصر کلیدی چون سیستم‌های ارتباطی پیشرفته، مدیریت هوشمند انرژی، امکانات رفاهی دیجیتال، امنیت هوشمند و فضای سبز پایدار، یک تجربه بهینه برای مهمانان فراهم می‌کند و در عین حال بر حفاظت از منابع محیطی و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی تاکید دارد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که هوشمندسازی اقامتگاه‌ها در پهنه زاینده‌رود نه تنها یک ضرورت برای ارتقای کیفیت گردشگری و جذب سرمایه است، بلکه ابزاری قدرتمند برای مدیریت پایدار منابع طبیعی، حفظ محیط زیست و بهبود رفاه اقتصادی-اجتماعی جامعه محلی نیز محسوب می‌شود .اجرای این راهبردها در صورت مدیریت درست، می‌تواند الگوی موفقی برای سایر پهنه‌های گردشگری کشور نیز فراهم کند.در پایان، موفقیت این فرآیند نیازمند تعهد جمعی، مشارکت بین‌بخشی، سرمایه‌گذاری هدفمند و تداوم در ارزیابی و اصلاح برنامه‌ها خواهد بود.

**منابع و ماخذ**


۱. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان.(۱۳۹۶). اسناد راهبردی برنامه ششم توسعه استان اصفهان (۱۴۰۰-۱۳۹۶ ). اصفهان، جلد سوم(حوزه های برابخشی): نشر سازمان.

۲. شرکت مدیریت منابع ایران.(۱۳۸۳). دستورالعمل و ضوابط تقسیم بندی و کدگذاری حوضه‌های آبریز و محدوده‌های مطالعاتی در سطح کشور. تهران: نشر شرکت.

۳. تقوایی، مسعود، و کیومرثی، محمدرضا) .۱۳۹۲ .(*ارزیابی ظرفیت‌های گردشگری در مناطق روستایی* .فصلنامه گردشگری و توسعه، ۲(۵)، ۵۴–۶۸.

۴. همتی، احمد .(۱۳۹۷) *مبانی نظری گردشگری و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار* .تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

5. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations. In Z. Xiang & I. Tussyadiah (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 553–564). Springer.
6. Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059
7. Camilleri, M. A., & Neuhofer, B. (2017). Value co-creation and co-destruction in tourism: A framework for analysis. In M. Sotiriadis (Ed.), *Tourism Marketing*. Emerald Publishing Limited.
8. Cimbaljević, M., Ćurčić, N., & Vuković, D. (2019). Smart tourism in a smart city. *Facta Universitatis, Series: Architecture and Civil Engineering*, 17(1), 1–10.
9. da Costa Liberato, P. M., Alén González, E., & de Azevedo Liberato, D. (2018). Smart tourism destinations: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(4), 758–783. https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2018-0001
10. Jardim, I., & Mora, P. (2022). Social sustainability in tourism: Cultural identity and community engagement. *Sustainability*, 14(3), 200. https://doi.org/10.3390/su14030200
11. Kyara, A. N., et al. (2022). Tourism and poverty alleviation in developing countries: A policy review. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100953. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100953
12. Mendes, J., Valle, P., Guerreiro, M., & Silva, J. A. (2022). Tourism’s impact on local economies: A multi-sectoral analysis. *Tourism Economics*, 28(1), 1–15.
13. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1–2), 36–46. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.08.001
14. Tomej, K., & Xiang, Z. (2020). Experience economy in tourism: A review and synthesis. *Tourism Review*, 75(1), 1–15. https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-02

# زاینده رود مقصد آخرین شانس گردشگری

**ندا ترابی فارسانی**، دانشیار، گروه موزه و گردشگری، پژوهش های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

**چکیده**

رودخانه زاینده رود و جاری بودن آب در آن اولین و مهمترین جاذبه گردشگری اصفهان است . در بسیاری از سفرنامه ها زاینده رود به عنوان مهمترین جاذبه گردشگری معرفی شده است که امروزه به دلیل مدیریت نامناسب و خشکسالی، جز خشک رودی از آن باقی نمانده و گردشگران ، شهروندان و کشاورزان چشم به راه جاری شدنش هستند. در حال حاضر زاینده رود به مقصد یکی از بازارهای با علایق ویژه به نام آخرین شانس گردشگری تبدیل شده است. پژوهش حاضر به دنبال شناسایی راهکارهایی برای رونق بازار با علایق ویژه آخرین شانس گردشگری با تاکید بر زاینده رود است. در این راستا از روش کیفی بهره گرفته شده است . نتایج پژوهش نشان می دهد که برگزاری رویداد های آب و رودخانه، برگزاری نمایشگاه و فعالیت بیشتر موزه آب در حوزه گردشگری راهکارهای مناسبی برای رونق بازار با علایق ویژه آخرین شانس گردشگری با تاکید بر زاینده رود هستند.

**واژگان کلیدی:** آب، آخرین شانس گردشگری ، آیین های باران خواهی ، خشکسالی ، رویداد، زاینده رود

## ۱. مقدمه

سفر به مقاصد گردشگری قبل از ناپدید شدن آنها آخرین شانس گردشگر برای مشاهده آن مناظر است (Frew, 2008). آخرین شانس گردشگری یک محصول جدید در گردشگری نیست بلکه بسیاری از مقاصد جدید گردشگری و یا مقاصدی که به یک فرد پیشنهاد می شود قبل از مرگ آن مقاصد از آنها دیدن کنند را در بر می گیرد (Bowman and Pezzulo, 2009). امروزه بسیاری از آژانسهای مسافرتی مقاصدی را به گردشگران معرفی می کنند که پر از مخاطره است مانند سفر به کانونهای بحرانهای طبیعی زمین نظیر مناطق زلزله خیز و یا دارای فعالیتهای آتشفشانی ، آلودگی، جنگل های هیرکانی و غیره و این همان دووم توریسم و یا آخرین شانس گردشگری است (Bowman and Pezzulo, 2009; Lemelin *et al*., 2013).

این شاخه از گردشگری فرصتی را فراهم می آورد تا گردشگران در زمان تغییرات اقلیمی و یا مدیریت نامناسب شاهد مرگ اکوسیستم های طبیعی باشند. مانند گردشگرانی که علاقه مندند شاهد ذوب شدن یخهای یخچالهای طبیعی قطبی در قطب جنوب و یا گرینلند باشند و یا آخرین نفسهای خرس قطبی لاغری را در چرچیل کانادا نظاره گر باشند (Lemelin *et al*., 2013). پس می توان گفت گردشگران در این شاخه از گردشگری به صراحت به دنبال اضمحلال چشم اندازهای طبیعی خشکی و دریا و یا ناپدید شدن میراثهای اجتماعی و یا ملی هستند (Lemelin *et al*., 2010). همچنین سفر برای مشاهده گونه های جانوری و گیاهی کمیاب و در حال انقراض و خطر نیز آخرین شانس گردشگری است (Ballantyne *et al*., 2009). برای مثال روستای شیبدراز در جزیره قشم محلی است برای مشاهده لاکپشت پوزه عقابی که گونه ای است در حال انقراض.

فرو معتقد است که کوه کلیمانجارو ، گونه های کمیاب پستانداران در پارکهای ملی، جنگل های مانگرو و تپه های مرجانی در آفریقا ؛ یخچالهای طبیعی در کوههای هیمالیا در آسیا؛ مناطق استوایی مرطوب در کوئینزلند در استرالیا ، یخچالهای طبیعی آلپ و آمریکای شمالی ؛ جنگلهای بارانی گرمسیری در آمریکای لاتین؛ خرسهای قطبی و پرندگان مهاجر در مناطق قطبی؛ تپه های مرجانی در جزایر کوچک همه و همه اکوسیستم هایی هستند که به دلیل تغییرات اقلیمی در معرض خطر و ناپدید شدن می باشند و اینها همان مقاصد گردشگران علاقه مند به اخرین شانس گردشگری هستند (Frew, 2008).

در واقع می توان گفت این شاخه از گردشگری نوعی گردشگری آموزشی است که نه تنها فرصت یادگیری به بازدیدکنندگان می دهد بلکه به آنها می آموزد که قبل از آنکه دیر شود باید به فکر حفاظت از اکوسیستم های طبیعی بود پس این نوع گردشگری شانسی است برای روشن کردن تاریکی (Lemelin *et al*., 2013) .

لازم به ذکر است که کشور ایران نیز به دلیل دارا بودن تنوع اقلیمی و اکوسیستم های طبیعی متنوع و کمیاب نظیر جنگلهای مانگرو و واقع شدن بر روی کمربند خشک جهان و زلزله خیز بودن بسیاری از مناطق آن پتانسیل بالایی برای توسعه این شاخه از گردشگری دارد . مثال بارز آن زلزله ای بود که در سال ۱۳۸۲ در شهر بم اتفاق افتاد و ارگ قدیمی بم با ۲۵۰۰ سال قدمت را ویران کرد و از گردشگران شانس دیدن آن را گرفت و بسیاری از قسمتهای ارگ ویران و ناپدید شد و یا زاینده رود اصفهان که به دلیل مدیریت نامناسب آب و خشکسالی امروز به خشک رودی تبدیل شده است که دیگر گردشگران شانس بازدید از آن را از دست داده اند و باید آن را در عکس ها و سفرنامه ها دنبال کنند. این در حالی است که زاینده رود یکی از مهمترین جاذبه های طبیعی شهر و استان اصفهان بوده است که در سال های اخیر به دلیل جاری نبودن، مدت اقامت گردشگران در شهر اصفهان از ۲ شب به ۱,۵ شب کاهش یافته است ( وکیلی، اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مصاحبه حضوری، ۱۴۰۳).

به گفته پولاک

" برجسته تر از همه باید زاینده رود را ذکرکردکه دشت اصفهان ، آبادی و رونق خود را بدان مدیون است. نام «زاینده» هم بـدان برازنـده است ( سفرنامه پولاک ص:۲۵۱)" .

همچنین زاینده رود در توسعه صفوی اصفهان نقش محوری داشته است (عمرانی پور و مرادی ،۱۳۹۰).

حال مسئله آن است که در زمانی که زاینده رود به خشک رود تبدیل شده است چگونه می توان بازار با علایق ویژه آخرین شانس گردشگری را در شهر رونق داد؟

## ۲. روش شناسی تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر کیفی است و از راهبرد تحلیل مضمون بهره گرفته شده است . ابزار گردآوری داده در پژوهش حاضر فرم مصاحبه ، مقالات ، سایت های اینترنتی و سفرنامه ها بوده است. گفتنی است که از روش گلوله برفی برای گرد آوری مصاحبه ها استفاده شد .

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

نتایج تجزیه و تحلیل داده ها به روش تحلیل مضمون ( جدول۱) نشان می دهد که برگزاری رویداد های آب و رودخانه، برگزاری نمایشگاه و فعالیت بیشتر موزه آب در حوزه گردشگری راهکارهای مناسبی برای رونق بازار با علایق ویژه آخرین شانس گردشگری با تاکید بر زاینده رود هستند.

**جدول (۱): راهکارهایی برای رونق بازار با علایق ویژه آخرین شانس گردشگری با تاکید بر زاینده رود**

| مضامین اصلی | مضامین فرعی | | برگرفته از |
|---|---|---|---|
| برگزاری رویداد های آب و رودخانه | برگزاری رویدادهای علمی در حوزه مدیریت آب و احیای رودخانه ها | روز جهانی رودخانه ها مصادف با ۲۲ سپتامبر | مصاحبه |
| | | روز جهانی آب مصادف ۲۲ مارس | |
| | برگزاری و احیا رویدادهای فرهنگی و آیینی و مذهبی باران خواهی | جشن باستانی آبانگان در روز چهارم آبان ماه (یکی از جشن‌های ایرانی در ستایش و نیایش ایزدبانو آناهیتا که ایزد آب‌های روان بوده‌است) | مصاحبه |
| | | اسطوره ها و آب ها (اسطوره‌هایی همچون هوشنگ، جمشید، گرشاسب، کاووس و کیخسرو که هر یک جداگانه نذرهای فراوانی را به آناهیتا که موکل حاصلخیزی و آب در کره زمین است می‌دهند و از او نتیجه می‌خواهند) | ایمنا، ۱۴۰۱ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | رویداد مذهبی باران‌خواهی در صحیفه سجادیه | صحیفه سجادیه دعای ۱۹ |
| | برگزاری رویداد زاینده رود در شعر و ادب فارسی | | مصاحبه |
| | برگزاری رویداد موسیقی و زاینده رود به ویژه در نزدیکی پل خواجو | | مصاحبه |
| | برگزاری رویداد ملی عروسک های باران خواهی | بازآفرینی عروسک‌های شرق اصفهان ( اِسفندی یا آروچا و گاو چاه و پرنده های گاوخونی) | ایرنا، ۱۴۰۰ |
| | | مراسم باران خواهی و عروسک چولی قَزَک | کریمی، ۱۴۰۰ |
| | | احیا عروسک باران خواهی چم چمه گلین در ترک‌ها | |
| | | احیا عروسک باران خواهی چمچمه خاتون در گیلان | |
| | | احیا عروسک باران خواهی اتلو متلو در جنوب خراسان | |
| | | احیا عروسک باران خواهی بوکه واران در کردها | |
| | | احیا عروسک باران خواهی کوسا در عشایر زاگرس | |
| برگزاری نمایشگاه | برگزاری نمایشگاه زاینده رود در سفرنامه ها | | مصاحبه |
| | برگزاری نمایشگاه جشن های آب در زاینده رود بر اساس سفرنامه ها | مانند جشن آب پاشان در دوره شاه عباس و .... | مصاحبه |
| | برگزاری نمایشگاه عکس و زاینده رود | | مصاحبه |
| | برگزاری نمایشگاه نقاشی و زاینده رود | | مصاحبه |
| فعالیت بیشتر موزه آب در حوزه گردشگری | | | مصاحبه |

## ۴ . نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که امروزه استان اصفهان و به ویژه شهر اصفهان از جاری بودن دائم زاینده رود محروم است و مرگ اکوسیستم زاینده رود در حال رقم خوردن است و این متاسفانه فرصتی است برای رونق آخرین شانس گردشگری در شهر و استان اصفهان این شاخه از گردشگری فرصتی را فراهم می آورد تا گردشگران در زمان تغییرات اقلیمی و یا مدیریت نامناسب شاهد مرگ اکوسیستم های طبیعی باشند. و این نیازمند راهکارهایی برای جذب گردشگر به سمت زاینده رود خشک است. نتایج تجزیه و تحلیل داده نشان می دهد که برگزاری رویدادهای آب و رودخانه یکی از راهکارها می باشد. بر اساس نتایج تحلیل مضمون این مضمون اصلی به پنج مضمون فرعی طبقه بندی می گردد که عبارتند از : برگزاری رویدادهای علمی در حوزه مدیریت آب و احیای رودخانه ها ؛ برگزاری و احیا رویدادهای فرهنگی و آیینی و مذهبی باران خواهی ؛ برگزاری رویداد زاینده رود در شعر و ادب

فارسی؛ برگزاری رویداد موسیقی و زاینده رود به ویژه در نزدیکی پل خواجو؛ برگزاری رویداد ملی عروسک های باران خواهی. برگزاری نمایشگاه دومین راهکار شناسایی شده بود که به ۴ مضمون فرعی ( برگزاری نمایشگاه زاینده رود در سفرنامه ها؛ برگزاری نمایشگاه جشن های آب در زاینده رود  بر اساس سفرنامه ها؛ برگزاری نمایشگاه عکس و زاینده رود و برگزاری نمایشگاه نقاشی و زاینده رود ) طبقه بندی شد. در نهایت فعالیت بیشتر موزه آب در حوزه گردشگری راهکار سومی بود که توسط خبرگان و کارشناسان بدان اشاره شد.

## منابع و ماخذ


ایمنا(۱۴۰۱ ). مرور آیین‌های کهن ایران و اصفهان در فصل خزان. دسترسی : B2n.ir/kq2616

ایرنا (۱۴۰۰). عروسک‌های شرق اصفهان، راویان قصه‌های دیروز و سفیران امروز. دسترسی : B2n.ir/jd2816

جهانداری ، کیکاووس (۱۴۰۱). کتاب سفرنامه پولاک. انتشارات خوارزمی.

عمرانی پور، علی  محمد مرادی، اصغر (۱۳۹۱). سیر تحول محیط زاینده رود و تعامل آن با شهر تاریخی اصفهان (تا پایان عصر صفوی). صفه, ۲۱(۴), ۱۷۱-۱۸۴.

20.1001.1.1683870.1390.21.4.12.6

کریمی. فاطیما (۱۴۰۰). عروسک‌هایی که از خدا طلب باران می‌کنند. دسترسی: https://lastsecond.ir/blog/9831-rain-dolls-in-iran

Ballantyne, R., Packer, J., and Hughes, K. (2009). Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. Tourism Management, 30(5): 658-664. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.003

Bowman, M. S., and Pezzullo, P. C. (2009). What's so 'dark'about 'dark tourism'?: Death, tours, and performance. Tourist Studies, 9(3), 187-202. DOI: https://doi.org/10.1177/1468797610382

Frew, E. (2008). Climate change and doom tourism: Advertising destinations 'before they disappear'. In J. Fountain and K. Moore (Chair), Symposium conducted at the meeting of the New Zealand Tourism & Hospitality Research Conference. Available at http://www.lincoln.ac.nz/PageFiles/7235/Frew.pdf ( accessed: 07 August 2015

Lemelin, H., Dawson, J., Stewart, E. J., Maher, P., and Lueck, M. (2010). Last-chance tourism: The boom, doom, and gloom of visiting vanishing destinations. Current Issues in Tourism, 13(5), 477-493.DOI: https://doi.org/10.1080/13683500903406367

Lemelin, H. Stewart , E.J and Dawson, J.(2013). An Introduction to Last Chance Tourism , In: Lemelin, H., Dawson, J., & Stewart, E. J. (Eds.). Last chance tourism: adapting tourism opportunities in a changing world, Routledge. New York , USA. pp: 3-9.

# ژئوتوریسم و توسعه پایدار گردشگری (با تأکید بر رودخانه زاینده‌رود و پارک جنگلی ناژوان)

**علیرضا تگریان،** کارشناسی ارشد عمران، گرایش سازه، دانشگاه جامع امام حسین (ع)، شهرداری اصفهان، رئیس اداره شهرسازی ناژوان

**چکیده**

ژئوتوریسم به‌عنوان یکی از رویکردها و شاخه‌های نوین گردشگری، با تمرکز بر جاذبه‌های زمین‌شناختی و منظرهای طبیعی، به مطالعه، معرفی، حفاظت و بهره برداری پایدار از پدیده‌ها و جاذبه‌های زمین‌شناختی، ژئومورفولوژی و اکوسیستمی می پردازد و نقشی مهم در توسعه پایدار گردشگری ایفا می‌کند. شهر اصفهان با دارا بودن عناصر طبیعی نظیر رودخانه زاینده‌رود، پارک جنگلی ناژوان، کوه‌ها و قله‌های شهری و پیوند آنها با آثار تاریخی و فرهنگی بومی، بستری مناسب و بی نظیر برای توسعه ژئوتوریسم فراهم آورده است. در این مقاله، چالش‌ها، راهکارها و ظرفیت‌های ژئوتوریسم در شهر اصفهان بخصوص منطقه ناژوان و رودخانه زاینده‌رود بعنوان الگویی برای گردشگری پایدار شهری مورد بررسی قرار گرفته است. این دو عنصر طبیعی با داشتن تنوع زیستی، منظرهای چشم‌نواز، و قابلیت‌های آموزشی، پژوهشی و تفریحی، بستر مناسبی برای گسترش گردشگری پایدار فراهم می‌آورند. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و بر پایه منابع کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده و هدف آن ارائه راهکارهایی برای بهره‌برداری پایدار از این منابع طبیعی در راستای تقویت اقتصاد محلی، آموزش محیط‌زیستی و حفظ منابع زمین‌شناسی است. نتایج نشان می‌دهد که با برنامه‌ریزی اصولی، توسعه زیرساخت‌ها و مشارکت جوامع محلی، می‌توان ژئوتوریسم را به‌عنوان عاملی مؤثر در حفظ محیط زیست و پایداری گردشگری در منطقه معرفی کرد.

**واژگان کلیدی:** ژئوتوریسم، توسعه پایدار، زاینده‌رود، ناژوان، گردشگری طبیعی، اصفهان

## ۱- مقدمه

در دهه‌های اخیر، گردشگری به‌عنوان یکی از مؤثرترین فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، جایگاهی ویژه در توسعه پایدار کشورها یافته است. باتوجه به پیامدهای منفی برخی از انواع گردشگری سنتی و رشد نگرانی‌های زیست‌محیطی رویکردهای نوینی همچون ژئوتوریسم بوجود آمده و اهمیت فزاینده‌ای یافته‌اند. ژئوتوریسم با تأکید بر عناصر زمین‌شناختی، چشم‌اندازهای طبیعی و آموزش عمومی درباره فرآیندهای زمین‌شناسی، می‌تواند نقش مهمی در حفظ منابع طبیعی، توسعه اقتصادی جوامع محلی و ارتقای آگاهی زیست‌محیطی و فرهنگ عمومی ایفا کند.

شهر اصفهان با برخورداری از منابع طبیعی متنوع، از جمله رودخانه زاینده‌رود، پارک جنگلی ناژوان و کوه‌ها و قله‌های شهری در کنار آثار متنوع و فاخر فرهنگی و تاریخی‌اش، پتانسیل بالایی برای توسعه ژئوتوریسم در بین مناطق شهری و فرصتی راهبردی برای توسعه گردشگری پایدار در ایران دارد. زاینده‌رود به‌عنوان شاهرگ حیاتی این منطقه، نه‌تنها از نظر هیدروژئولوژیکی بلکه به لحاظ فرهنگی، اجتماعی و زیباشناختی اهمیت بالایی دارد. از سوی دیگر، منطقه ناژوان به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین تفرجگاه‌های طبیعی اصفهان، با پوشش گیاهی متنوع، باغ‌وحش، آکواریوم، تونل آبی و مسیرهای دوچرخه‌سواری، بستری مناسب برای جذب گردشگر و توسعه پایدار گردشگری است.

در این مقاله تلاش شده است تا ضمن معرفی قابلیت‌های ژئوتوریسمی این دو منطقه، چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو بررسی شده و راهکارهای علمی و عملیاتی برای توسعه پایدار گردشگری ارائه گردد.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

ژئوتوریسم شاخه‌ای از گردشگری طبیعی است که بر جاذبه‌های زمین‌شناسی، پدیده‌های ژئومورفولوژیکی، و فرآیندهای زمین‌شناختی تأکید دارد. این نوع گردشگری، علاوه بر بُعد تفریحی، دارای جنبه‌های آموزشی و حفاظتی نیز می‌باشد و تلاش می‌کند با افزایش آگاهی عمومی، مشارکت در حفاظت از زمین و منابع طبیعی را ارتقاء دهد.

مفهوم ژئوتوریسم نخستین‌بار در دهه ۱۹۹۰ توسط Hose و دیگر پژوهشگران معرفی شد. هدف اصلی ژئوتوریسم، ارتقاء دانش عمومی درباره ساختار زمین، فرآیندهای زمین‌شناسی، و اهمیت حفظ این منابع در جهت توسعه پایدار است. برخلاف گردشگری صرفاً طبیعی یا ماجراجویانه، ژئوتوریسم به ارتباط تنگاتنگ میان زمین، انسان و فرهنگ تأکید دارد.

مطالعات انجام‌شده در ایران و جهان نشان می‌دهند که مناطقی با پتانسیل ژئوتوریسمی، در صورت مدیریت صحیح، می‌توانند منبعی مهم برای اشتغال‌زایی، آموزش زیست‌محیطی، و ارتقاء کیفیت زندگی جوامع محلی باشند. به‌عنوان مثال، پژوهش‌هایی در استان‌هایی مانند یزد، کرمان و خراسان جنوبی صورت گرفته که نشان‌دهنده اهمیت ژئومناطق در جذب گردشگر و توسعه پایدار منطقه‌ای هستند. در اصفهان، اگرچه تحقیقات محدودی درباره ژئوتوریسم انجام شده، اما ظرفیت‌های بالقوه‌ای همچون زاینده‌رود و ناژوان نیازمند توجه ویژه‌اند.

## ۳- روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. داده‌های این تحقیق به دو شیوه گردآوری شده‌اند:

آ) مطالعات کتابخانه‌ای: بررسی منابع علمی، مقالات، پایان‌نامه‌ها، اسناد بالادستی و گزارش‌های محیط‌زیستی مرتبط با ژئوتوریسم، توسعه پایدار، رودخانه زاینده‌رود و پارک ناژوان.

ب) مطالعات میدانی: بازدید از مناطق مورد مطالعه، مشاهده میدانی پدیده‌های ژئوتوریسمی، مصاحبه با کارشناسان گردشگری و مسئولان شهری، و ثبت ویژگی‌های زمین‌شناختی و زیست‌محیطی.

ابزار گردآوری داده‌ها شامل چک لیست‌های ارزیابی ظرفیت ژئوتوریسم، فرم‌های مشاهده میدانی، و دوربین عکاسی جهت مستندسازی تصویری بوده است.

تحلیل داده‌ها به صورت کیفی و با تکیه بر تطبیق وضعیت موجود با معیارهای جهانی ژئوتوریسم صورت گرفته و در نهایت راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری در منطقه پیشنهاد شده است.

## ۴- تجزیه و تحلیل وضعیت منطقه ناژوان و رودخانه زاینده‌رود

### آ) موقعیت و اهمیت منطقه

رودخانه زاینده‌رود، یکی از مهم‌ترین و تاریخی‌ترین رودهای مرکزی ایران، از زردکوه بختیاری سرچشمه گرفته و پس از طی حدود ۴۰۰ کیلومتر، به تالاب گاوخونی می‌ریزد. این رودخانه در عبور از شهر اصفهان و پارک و فضای سبز طبیعی ناژوان ساختار اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی این شهر و منطقه را شکل داده است.

در غرب شهر، منطقه ناژوان قرار دارد؛ یکی از بزرگ‌ترین فضاهای سبز زنده و طبیعی مرکزی ایران و شهر اصفهان با مساحتی بالغ بر ۱۲۰۰ هکتار که به‌عنوان ریه تنفسی شهر شناخته می‌شود. این منطقه شامل مجموعه‌هایی چون باغ پرندگان، باغ خزندگان، باغ گیاهان گرمسیری، موزه صدف‌ها و پروانه‌ها، باغ گل رز، آکواریوم بزرگ با تونل آبی، تله‌سیژ، مسیرهای دوچرخه‌سواری و پیاده‌روی (جاده سلامت)، قایق‌سواری، اسب‌سواری، کوه‌های قائمیه، دنبه و آتشگاه، قلعه و ابنیه‌های تاریخی، موزه طبیعت، باغ‌های میوه و مزارع کشاورزی و دیگر جاذبه‌هاست.

### ب) ظرفیت‌های ژئوتوریسمی منطقه

| توضیحات | ظرفیت‌ها |
| --- | --- |
| پوشش متنوع گیاهی و حضور پرندگان بومی و مهاجر | تنوع زیستی و گیاهی |

| | |
|---|---|
| بستر رودخانه، شکل‌گیری حاشیه‌ها و ساختار خاک‌ها و رسوبات حاشیه‌ای | جاذبه‌های زمین ریخت‌شناسی (ژئومورفولوژی) |
| امکان آموزش فرآیندهای زمین‌شناسی، چرخه آب، اکوسیستم‌های رودخانه‌ای | پتانسیل آموزشی و تحقیقاتی |
| پل و ابنیه‌های تاریخی، روایت‌های فرهنگی - تاریخی و نقش زاینده‌رود در شکل‌گیری بافت شهر | جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی مرتبط با رودخانه و منطقه ناژوان |
| کوه‌ها و قله‌های شهری و نقش آن‌ها در روایت‌های فرهنگی – تاریخی و ژئوتوریسم شهری | جاذبه‌های گردشگری، ورزشی، تفریحی و جاذبه‌های زمین ریخت‌شناسی (ژئومورفولوژی) |
| وجود مسیرهای پیاده‌روی، حمل‌ونقل عمومی، امکانات اقامتی و رفاهی در محدوده شهری | دسترسی و زیرساخت‌ها |

## ج) چالش‌ها و تهدیدها

- کاهش شدید آبدهی زاینده‌رود به دلیل مدیریت ناپایدار منابع آب
- گسترش ساخت‌وسازهای غیرمجاز در حاشیه رودخانه
- کاهش کیفیت زیست‌محیطی منطقه ناژوان در پی افزایش آلودگی
- عدم استفاده از ظرفیت‌های آموزشی و علمی منطقه در گردشگری تخصصی
- نبود برنامه جامع ژئوتوریسمی با مشارکت ذی‌نفعان محلی

## د) تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها (SWOT)

| نقاط ضعف | نقاط قوت |
|---|---|
| خشکسالی‌های اخیر و کاهش جریان آب زاینده رود | وجود منابع طبیعی متنوع (رودخانه، پوشش گیاهی، کوه) |
| عدم وجود زیرساخت‌های گردشگری ژئوپایه، تغییر و تخریب‌های انسانی | موقعیت مناسب جغرافیایی، نزدیکی به مرکز شهر، دسترسی آسان، وجود حداقل زیرساخت‌های گردشگری |
| کمبود آموزش و آگاهی در زمینه ژئوتوریسم و مراکز تفسیر علمی ژئوتوریسم | وجود سابقه فرهنگی و گردشگری در منطقه و عزم و اراده جهت حفظ و تثبیت منطقه مطابق اسناد بالادستی |
| تعارض منافع بین توسعه و حفاظت محیط‌زیست | ظرفیت ایجاد مشاغل بومی- محلی و آموزش علمی |
| **تهدیدها** | **فرصتها** |
| تغییر اقلیم، خشکسالی و بحران آب و عدم استفاده و مدیریت صحیح و بهینه منابع آبی | توسعه آموزش ژئوتوریسم و گردشگری علمی، افزایش آگاهی عمومی |

| | |
|---|---|
| توسعه شهری، شهرک‌سازی و صنعتی شدن منطقه بصورت غیراصولی در حریم رودخانه | جلب و جذب سرمایه‌گذار گردشگری |
| افزایش آلودگی هوا، خاک، آب و آسیب و آفت به پوشش گیاهی | فعال‌سازی و توسعه بخش کشاورزی و باغی و گردشگری کشاورزی |
| عدم وجود مدیریت واحد شهری و قوانین بروز و کارآمد | استفاده از موقعیت سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شهر در مجامع بین المللی |

## ۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بررسی ژئوتوریسم در منطقه ناژوان و زاینده‌رود نشان می‌دهد که این محدوده از نظر جغرافیایی، طبیعی، تاریخی و فرهنگی یکی از غنی‌ترین مناطق گردشگری در مرکز ایران است. اما این ظرفیت‌ها تا کنون بیشتر در قالب گردشگری عمومی استفاده شده‌اند و بهره‌برداری علمی، آموزشی و پایدار از آن‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

رودخانه زاینده‌رود و پارک جنگلی ناژوان با وجود تهدیدات ناشی از خشکسالی و سوء مدیریت منابع آب، هنوز هم یکی از مهم‌ترین عناصر منظر شهری و موثر در هویت طبیعی، فرهنگی، تفریحی و اجتماعی اصفهان محسوب می‌شوند که با قابلیت‌های بی‌نظیر اکولوژیکی و زیرساختی، امکان تبدیل شدن به یک پایگاه ژئوتوریسم شهری، منطقه‌ای و بین‌المللی را دارا هستند ولذا با احیاء و بهره‌برداری هوشمندانه و مسئولانه می‌تواند علاوه بر تقویت اقتصاد محلی، افزایش آگاهی عمومی و حفاظت از منابع طبیعی بار دیگر به‌عنوان ستون فقرات گردشگری طبیعی شهر و منطقه عمل کند.

تحقیقات میدانی و مطالعات منابع علمی نشان می‌دهند که ترکیب ژئوتوریسم با توسعه پایدار در این منطقه می‌تواند آثار مثبت متعددی داشته باشد، از جمله:

- افزایش آگاهی زیست‌محیطی مردم و گردشگران
- توانمندسازی جوامع محلی و ایجاد اشتغال
- حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی
- تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری اصفهان
- ارتقاء جایگاه علمی و بین‌المللی شهر در حوزه ژئوتوریسم

اما این اهداف، تنها در صورتی قابل دستیابی هستند که رویکرد مدیریت یکپارچه، برنامه‌ریزی استراتژیک و مشارکت واقعی ذی‌نفعان (اعم از مدیریت شهری، نهادهای علمی، فعالان محیط‌زیست و ساکنین محلی) اتخاذ شود.

### ارتباط مولفه‌های ژئوتوریسم با توسعه پایدار

گردشگری پایدار ← حفاظت منابع ← آگاهی عمومی ← آموزش محیط‌زیست ← ژئوتوریسم

توسعه پایدار ← توسعه اقتصادی ← اشتغال‌زایی ← سرمایه‌گذاری محلی ← ژئوتوریسم

**پیشنهادات کاربردی**

برای توسعه ژئوتوریسم و دستیابی به گردشگری پایدار در منطقه ناژوان و زاینده‌رود، اقدامات زیر پیشنهاد می‌شود:

- تهیه نقشه ژئوتوریستی از زاینده‌رود و منطقه ناژوان با شناسایی نقاط دارای ارزش زمین‌شناسی و گردشگری.
- تدوین طرح جامع ژئوتوریسم شهری با محوریت زاینده‌رود و ناژوان، با مشارکت دانشگاه‌ها و نهادهای محیط‌زیستی.
- احیای تدریجی جریان پایدار آب در زاینده‌رود با بازنگری در سیاست‌های آبی منطقه و احقاق حق‌آبه‌های زیست‌محیطی.
- طراحی مسیرهای ژئوتوریستی با ایستگاه‌های اطلاع‌رسانی علمی، تابلوهای آموزشی، راهنمایان تخصصی و نقشه‌های تفسیر ژئومورفولوژیکی در مناطق کلیدی شهری.
- آموزش بومیان و راهنمایان گردشگری برای انتقال مفاهیم ژئوتوریستی.
- طراحی و برگزاری تورهای آموزشی برای دانش‌آموزان، دانشجویان و گردشگران تخصصی در حوزه‌های زمین‌شناسی، محیط‌زیست و میراث طبیعی.
- استفاده از فناوری‌های نوین مانند واقعیت افزوده (AR) و برنامک‌های گردشگری برای معرفی فرآیندهای زمین‌شناسی و منابع طبیعی منطقه به شکل جذاب و تعاملی.
- افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های پایدار مانند حمل‌ونقل سبز، انرژی‌های تجدیدپذیر، و امکانات اقامتی دوستدار محیط‌زیست در ناژوان.
- هماهنگی بین دستگاه‌های مرتبط برای مدیریت یکپارچه زاینده‌رود و منطقه ناژوان با رویکرد گردشگری پایدار.
- راه‌اندازی «مرکز مطالعات ژئوتوریسم زاینده‌رود و ناژوان» با همکاری دانشگاه‌ها، شهرداری و سازمان‌های مردم‌نهاد.

## منابع و مآخذ


- ✓ حسینی، م. (۱۳۹۷). ژئوتوریسم و توسعه پایدار گردشگری در ایران. انتشارات دانشگاه تهران.
- ✓ منصوری، ر. و سلیمانی، ن. (۱۴۰۰). "ارزیابی ظرفیت‌های ژئوتوریسمی مناطق شهری با تأکید بر توسعه پایدار". فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۲(۴)، ۲۳–۴۵.
- ✓ حسینی‌زاده، الف. (۱۳۹۸). "تحلیل چالش‌های مدیریت زاینده‌رود از منظر پایداری زیست‌محیطی". فصلنامه محیط زیست ایران، ۱۵(۲)، ۵۵–۷۰.
- ✓ شهرداری اصفهان. (۱۴۰۲). گزارش جامع توسعه پایدار ناژوان. معاونت برنامه‌ریزی و محیط‌زیست شهری.
- ✓ Hosseini, M., & Zarei, H. (2018). Geotourism Potential in Central Iran: A Case Study of Zayandeh-Rud. Journal of Environmental Management, 34(1), 112-125.
- ✓ Dowling, R., & Newsome, D. (2010). Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape. Goodfellow Publishers.

# تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری بر توسعه کارآفرینی شهری

**جعفر سعیدی**، دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، ایران. jsaeedi.scu@gmail.com

**مهدی عطایی**، کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، مؤسسه آموزش عالی نور هدایت، شهرکرد، ایران. ataii.9390@gmail.com

## چکیده

کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی شهرها، می‌تواند نقش مهمی در گسترش کارآفرینی و شکل‌گیری اکوسیستم‌های نوآورانه شهری ایفا کند. این پژوهش با هدف تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری بر توسعه کارآفرینی شهری انجام شده است و با استفاده از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و مرور نظام‌مند منابع کتابخانه‌ای و اسنادی، به بررسی تأثیرات چندبعدی گردشگری کارآفرینانه بر توسعه کارآفرینی شهری می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری کارآفرینانه از طریق مکانیسم‌های متنوعی بر توسعه کارآفرینی شهری تأثیر می‌گذارد. در بعد اقتصادی، این پدیده موجب جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، ایجاد مشاغل مستقیم و غیرمستقیم و رونق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط محلی می‌شود. از منظر اجتماعی-فرهنگی، گردشگری کارآفرینانه با تقویت هویت محلی، توسعه شبکه‌های کارآفرینی و تسهیم دانش، به توانمندسازی جامعه محلی می‌انجامد. در حوزه فناوری و نوآوری، این نوع گردشگری با معرفی راهکارهای خلاقانه و استفاده از فناوری‌های دیجیتال، کیفیت خدمات گردشگری را ارتقا می‌بخشد. در حوزه زیست بومی مدل‌های کسب و کار پایدار می‌توانند هم‌زمان به رشد اقتصادی، حفظ محیط‌زیست و تحقق عدالت اجتماعی کمک کنند. نتایج حاکی از آن است که گردشگری کارآفرین نه‌تنها به رشد اقتصادی منجر می‌شود، بلکه از طریق توسعه متوازن و ارتقای کیفیت زندگی شهری، نقش کلیدی در تحقق اهداف توسعه پایدار ایفا می‌نماید. این مطالعه نه‌تنها به درک بهتر نقش گردشگری کارآفرین در توسعه کارآفرینی شهری کمک می‌کند، بلکه با ارائه راهکارهای کاربردی، چارچوبی ارزشمند برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان شهری و فعالان بخش خصوصی فراهم می‌سازد تا بتوانند از ظرفیت‌های این نوع گردشگری برای دستیابی به توسعه پایدار و همه‌جانبه شهری بهره‌برداری کنند.

**واژگان کلیدی**: کارآفرینی گردشگری، توسعه شهری کارآفرینانه، نظام کارآفرینی، رشد اقتصادی، نوآوری.

## مقدمه

در دهه‌های اخیر، گردشگری به‌عنوان یکی از پویاترین بخش‌های اقتصاد جهانی، نقش بی‌بدیلی در تحقق توسعه پایدار شهری ایفا کرده است. گردشگری کارآفرین به‌عنوان یکی از محرک‌های کلیدی توسعه اقتصادی شهری، نقش بسزایی در تقویت کارآفرینی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید ایفا می‌کند. این نوع از گردشگری نه‌تنها باعث رونق کسب‌وکارهای محلی می‌شود، بلکه با جذب سرمایه‌گذاران و نوآوران، بستری برای توسعه اکوسیستم کارآفرینی در شهرها فراهم می‌آورد. تأثیرات آن را می‌توان در افزایش درآمدهای شهری، تنوع بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی و ارتقای خلاقیت‌های کارآفرینانه مشاهده کرد. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که گردشگری کارآفرین می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد مؤثر برای توسعه پایدار شهری مورد توجه قرار گیرد. گردشگری کارآفرین[1] به‌عنوان پارادایمی نوظهور، نه‌تنها محرکی برای رشد اقتصادی است، بلکه با خلق اکوسیستم‌های کارآفرینی، بستری برای توسعه شهری فراهم می‌سازد (Hall & Williams, 2020). این مفهوم که بر پایه خلاقیت، نوآوری و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) استوار است، می‌تواند به افزایش نرخ اشتغال‌زایی، تنوع‌بخشی به درآمدهای محلی و احیای میراث فرهنگی بینجامد (Sigala, 2018). مطالعات تجربی نشان می‌دهند که مناطق گردشگری با جذب کارآفرینان، به کاتالیزوری برای توسعه شهری تبدیل می‌شوند. به‌عنوان مثال، پژوهش‌های صورت گرفته در شهرهای اروپایی مانند بارسلون و برلین حاکی از آن است که راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوپا در حوزه گردشگری (مانند تورهای تجربه محور، اقامتگاه‌های مشارکتی و فضاهای فرهنگی چندمنظوره) نه‌تنها جذابیت مقاصد را افزایش داده، بلکه به تقویت اقتصاد محلی و کاهش نابرابری‌های اجتماعی منجر شده است (OECD, 2003). از سوی دیگر، توسعه کارآفرینی شهری در گروی عواملی همچون دسترسی به سرمایه‌های مالی، آموزش‌های مهارت‌محور و شبکه‌های حمایتی است که گردشگری کارآفرین با ایجاد پیوند بین ذینفعان محلی و بازیگران کلان اقتصادی، می‌تواند به بهبود این مؤلفه‌ها کمک شایانی کند (Brookes & Altinay, 2015). برای درک بهتر این ارتباط، می‌توان به نمونه‌های عینی اشاره کرد. در کشورهای درحال‌توسعه مانند مراکش و ویتنام، ظهور استارتاپ‌های دیجیتال در حوزه گردشگری (مانند پلتفرم‌های رزرو اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تورهای محلی) منجر به توانمندسازی جوامع محلی و کاهش وابستگی به سرمایه‌های خارجی شده است (World Bank, 2022). همچنین، ایجاد مراکز فرهنگی - تفریحی در شهرهای تاریخی مانند استانبول و کیپ‌تاون نشان داده که ترکیب گردشگری با کارآفرینی اجتماعی می‌تواند به حفظ هویت مکانی و افزایش رفاه شهروندان بینجامد (Kerr, 2021). با این‌حال، علیرغم پتانسیل‌های انکارناپذیر گردشگری کارآفرین، پژوهش‌های موجود از پراکندگی مفهومی و روش‌شناختی رنج می‌برند. به‌ویژه، مطالعات کمی به بررسی نظام‌مند سازوکارهای اثرگذاری این پدیده بر توسعه کارآفرینی شهری، با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی مانند سیاست‌های دولتی، سرمایه اجتماعی و فناوری‌های دیجیتال پرداخته‌اند (Hall & Williams, 2020). این مقاله با تکیه‌بر چارچوب‌های نظری روز و تحلیل‌های ثانویه، می‌کوشد به این پرسش کلیدی پاسخ دهد که اثرات گردشگری کارآفرین در توسعه کارآفرینی شهری چگونه است؟ یافته‌های این پژوهش می‌تواند گامی در جهت پر کردنِ شکاف‌های موجود در ادبیات موضوع باشد، همچنین با ارائه راهبردهای کاربردی، چشم‌اندازی برای برنامه‌ریزان شهری و سیاست‌گذاران اقتصادی ترسیم می‌نماید.

---

1 Entrepreneurial Tourism

## روش تحقیق

این پژوهش از نوع توصیفی - مروری است که با تلفیق روش‌های نظام‌مند کتابخانه‌ای و تحلیلی، به کاوش عمیق در ادبیات موضوع می‌پردازد. در گام نخست، با گردآوری گسترده و هدفمند منابع معتبر، ازجمله مقالات علمی، کتب تخصصی، گزارش‌های پژوهشی و اسناد مرتبط، داده‌های موجود در حوزه‌های گردشگری کارآفرین و توسعه کارآفرینی شهری مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این مسیر، با رویکردی توصیفی - تحلیلی تلاش شده است تا با نگاهی جامع، الگوهای نوین تأثیرگذاری گردشگری کارآفرین بر توسعه کارآفرینی شهری تحلیل گردد.

## مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی[1] به‌عنوان مفهومی چندبعدی، از زوایای گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است و اجماع نظر وجود دارد که در شرایط کنونی، کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه عمل کند. سه دلیل عمده که توجه کشورها را به موضوع کارآفرینی جلب کرده است، شامل تولید ثروت، توسعه فناوری و ایجاد اشتغال مولد است (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۵). واژه‌نامه آکسفورد کارآفرینی را به‌عنوان فعالیت راه‌اندازی یک کسب‌وکار با پذیرش ریسک‌های مالی به امید دستیابی به سود تعریف می‌کند. از سوی دیگر، واژه‌نامه وبستر کارآفرین[2] را فردی می‌داند که ریسک‌های مرتبط با ایجاد و مدیریت یک کسب‌وکار یا شرکت اقتصادی را سازمان‌دهی و تقبل می‌کند. ریشه مفهوم کارآفرینی به کشور فرانسه بازمی‌گردد. این اصطلاح از واژه فرانسوی «Entreprendre» گرفته شده است که به معنای متعهد شدن برای انجام یک کار است. برای اولین بار، اقتصاددانی به نام کانتیلون[3] در سال ۱۷۳۲ از واژه کارآفرین برای توصیف فردی استفاده کرد که محصولات تولیدشده توسط دیگران را خریداری کرده، با افزودن ارزش به آن‌ها، آن محصولات را با قیمتی بالاتر به فروش می‌رساند. طراح و مجری نیز نقش مهمی در تولید دارند، اما این کارآفرین است که با استفاده از طرح و هدایت اجرا، فرایند تولید را به شکل نوآورانه‌ای پیش می‌برد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرین «نوآوری» است. علاوه بر این، ویژگی‌های دیگری چون مسئولیت‌پذیری، ریسک‌پذیری، متعادل تعهد کاری بالا و مانند این‌ها را برای کارآفرینان برشمرده‌اند (آهنچیان و قرونه، ۱۳۹۸: ۲۳-۲۲).

کارآفرینی به‌عنوان یک سازه چندبعدی در ادبیات علمی، از طریق چارچوب‌های مفهومی متنوعی مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس تحلیل‌های نظری، این پدیده را می‌توان در سه سطح کلیدی تعریف نمود:

۱) سطح فرصت‌محور: مطابق با دیدگاه (Bryant, 2015)، کارآفرینی فرآیند نظام‌مند، شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های ارزش‌آفرین است که می‌تواند در قالب‌های مختلف:

---

1Entrepreneurship

2Entrepreneur

3Cantillon

کارآفرینی اقتصادی (سودمحور)؛

کارآفرینی اجتماعی (حل مسائل جامعه)؛

کارآفرینی فرهنگی (حفظ و توسعه میراث فرهنگی) تجلی یابد. این رویکرد بر ماهیت فرصت‌گرایانه کارآفرینی تأکید دارد.

۲) سطح کنشگران: از منظر عاملان کارآفرین، (Mehek, 2020) کارآفرینان را نوآوران ریسک‌پذیر می‌داند که از طریق:

**ایجاد کسب‌وکارهای جدید؛**

**ترکیب نوآورانه منابع؛**

پذیرش ریسک‌های حساب‌شده به خلق ارزش اقتصادی می‌پردازند. این تعریف بر ویژگی‌های فردی و رفتاری کارآفرینان تمرکز دارد.

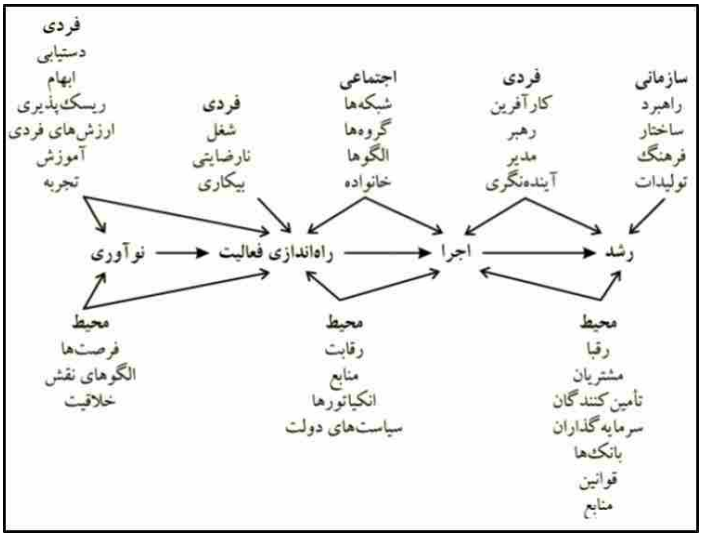
۳) سطح فرآیندی و نتایج: در سطح کلان، کارآفرینی به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی شناخته می‌شود که از طریق:

-تبدیل ایده‌ها به کالاها و خدمات؛

افزایش انعطاف‌پذیری نظام‌های اقتصادی؛

تولید ثروت اجتماعی به افزایش تاب‌آوری اقتصادی در برابر شوک‌های بیرونی کمک می‌کند (Stough, 2008). این نگاه، کارآفرینی را به‌عنوان یک فرآیند پویا در نظر می‌گیرد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، مفهوم کارآفرینی از زوایای مختلفی تعریف شده است. درمجموع، کارآفرینی را می‌توان فرایند شناسایی و استفاده از فرصت‌ها به‌منظور ایجاد ثروت، تخریب خلاق، هدایت به خلق سازمان جدید توسعه موقعیت‌ها و اقدام‌های نوآورانه و همراه با خطر، روش اداره‌ای برای تعقیب فرصت‌ها بدون توجه به منابع موجود، انجام وظایف و فعالیت‌هایی برای تحقق فرصت‌های شناخته‌شده و ایجاد سازمانی متناسب با آن و همچنین فراتر از شغل و حرفه و یک شیوه زندگی دانست (آهنچیان و قرونه، ۱۳۹۸: ۲۵).

**شکل (۲): الگوی فرآیند کارآفرینی**

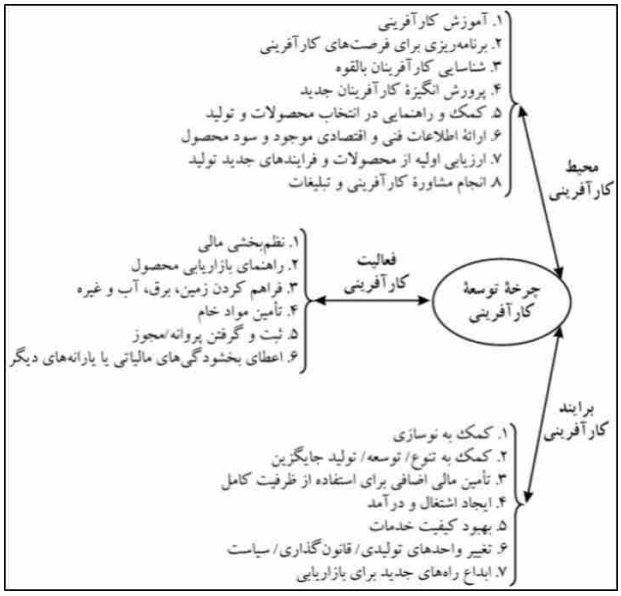



**منبع: (Moore, 1986)**

## توسعه کارآفرینی

شکل‌گیری و ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح جامعه، نتیجه توسعه کارآفرینی در بستر اجتماعی است که از تعامل و هم‌پوشانی عوامل متعدد حاصل می‌شود (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۵). توسعه کارآفرینی به‌عنوان فرآیندی پیچیده، بلندمدت و همه‌جانبه، نقش محوری در رشد و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. در واقع، کارآفرینی به یکی از راهبردی‌ترین و مؤثرترین ابزارهای اقتصادی در جوامع پیشرفته تبدیل شده است، به‌طوری که رشد و توسعه اقتصادی کشورها تا حد زیادی مرهون تلاش‌ها و فعالیت‌های کارآفرینانه است. از این‌رو، دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی مستلزم توجه جدی به توسعه کارآفرینی است. بر اساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی، عوامل و شرایط مؤثر در توسعه کارآفرینی که به ایجاد کسب‌وکارهای جدید کمک می‌کنند، شامل مواردی همچون حمایت‌های ملی، سیاست‌های دولتی، برنامه‌های آموزشی، انتقال تحقیقات و توسعه، زیرساخت‌های تجاری و حرفه‌ای، باز بودن بازارها، دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی است (احمدامینی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۷-۳۶). مطابق با شکل (۱)، توسعه کارآفرینی به مجموعه‌ای از سیاست‌ها و شیوه‌های عمومی و خصوصی اطلاق می‌شود که تسهیل‌کننده و حمایت‌کننده فعالیت‌های کارآفرینانه هستند و منجر به افزایش احتمال و میزان وقوع رفتارهای کارآفرینانه در تمامی ابعاد آن می‌شوند؛ به عبارت دیگر، توسعه کارآفرینی با افزایش فرصت‌های کارآفرینی، تقویت انگیزه و علاقه شهروندان به فعالیت‌های کارآفرینانه، توانمندسازی آن‌ها برای موفقیت در فرآیند کارآفرینی و ایجاد سازوکارهای حمایتی و هدایتی همراه است. همچنین، توسعه کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد کلان در جامعه، مستلزم بهبود ادراکات، گرایش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه در تمامی سطوح است. این فرآیند دربرگیرنده شرایط محیطی و بسترهای لازم برای فعالیت‌های کارآفرینانه است و در بلندمدت بر ابعاد مختلف زندگی انسانی و محیط‌های زیست تأثیر می‌گذارد. در میان‌مدت، این توسعه به تغییرات ساختاری، افزایش بهره‌وری و تولید باکیفیت منجر می‌شود و در کوتاه‌مدت، رشد کمی را به همراه دارد (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۵).

**شکل (۱): چرخه توسعه کارآفرینی**



۲-۴. انواع کارآفرینی

متخصصان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی، این مفهوم را به انواع مختلفی تقسیم‌بندی کرده‌اند. از یک دیدگاه، کارآفرینی را می‌توان بر اساس اهداف به سه دسته اصلی تقسیم کرد (آهنچیان و قرونه، ۱۳۹۸: ۴۰):

الف) کارآفرینی با هدف ایجاد کسب‌وکار جدید

در این نوع، فرد یا گروه کارآفرین با شناسایی فرصت‌های موجود و با تکیه‌بر نوآوری و پذیرش ریسک‌های محاسبه‌شده، سازمانی جدید را برای ارائه محصول یا خدمتی نوین تأسیس و راه‌اندازی می‌کنند.

ب) کارآفرینی با هدف توسعه یا بهبود سازمان

این نوع کارآفرینی در چارچوب ساختار رسمی یک سازمان موجود انجام می‌شود. هدف اصلی آن، ارتقای عملکرد سازمان یا گسترش دامنه فعالیت‌های آن از طریق اقدامات کارآفرینانه است.

ج) کارآفرینی با هدف حل مشکلات اجتماعی

در این نوع، کارآفرینی ممکن است توسط افراد، گروه‌ها یا سازمان‌ها انجام شود و هدف اصلی آن، رفع چالش‌های اجتماعی و کاهش مشکلات جامعه است. این رویکرد به دنبال ایجاد تأثیرات مثبت اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی افراد است.

نقش کارآفرینی در توسعه اجتماعی و اقتصادی

بر اساس نظریه‌های توسعه اقتصادی، نوآوری به‌عنوان یکی از عوامل محرک رشد و تحول ساختاری در کشورها شناخته می‌شود. مطالعات نشان می‌دهند که نوآوری نه‌تنها منجر به خلق محصولات و خدمات جدید می‌شود، بلکه با جذب سرمایه‌گذاری در بخش‌های کارآفرینانه، بستری برای توسعه اقتصادی فراهم می‌کند (OECD, 2003). در این چارچوب، نظام‌های ملی نوآوری[1] نیز بر نقش نهادها و سیاست‌گذاری‌های هماهنگ‌کننده در تسهیل فرآیندهای نوآورانه تأکید دارند (Lundvall, 1992). این سرمایه‌گذاری جدید در هر دو سوی معادله رشد اقتصادی، یعنی عرضه و تقاضا، تأثیرگذار است. سرمایه جدید ایجادشده برای گسترش ظرفیت‌های تولیدی (سمت عرضه) استفاده می‌شود، در حالی که هزینه‌های جدید ناشی از آن، به افزایش ظرفیت مصرف (سمت تقاضا) منجر می‌شود. کارآفرینی از این جهت اهمیت دارد که به‌عنوان یک مکانیسم اقتصادی، ناکارآمدی‌های اقتصادی را شناسایی و کاهش می‌دهد. اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی به حدی است که می‌توان آن را موتور محرکه توسعه اقتصادی دانست. در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزی که با تغییرات سریع بین‌المللی همراه شده و فرآیند گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی را تجربه می‌کند، کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه می‌تواند نقش حیاتی در رشد اقتصادی کشورها ایفا کند. در کشورهای توسعه‌یافته،

1 National Innovation Systems

کارآفرینی به‌عنوان محور اصلی فعالیت‌های اقتصادی شناخته می‌شود، در حالی که در کشورهای در حال توسعه، تردیدهایی در مورد جایگزینی دولت به‌جای ابتکارات بخش خصوصی وجود دارد (آهنچیان و قرونه، ۱۳۹۸: ۱۰۵).

بدون شک، روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته نشان‌دهنده این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی قرار دارد. به‌گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی این کشورها نقش محوری داشته‌اند، در حالی که کشورهای کمتر توسعه‌یافته اهمیت این موضوع را نادیده گرفته‌اند. کارآفرینان منابع در دسترس کشورها را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند. تاریخچه توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته شواهدی ارائه می‌دهد که نشان می‌دهد اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. شواهدی وجود دارد که علت توسعه کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا، ژاپن و آلمان که ازنظر صنعتی پیشرفته هستند، کارآفرینی است. امروزه کارآفرینی به‌عنوان یک حرفه ظهور کرده است و همانند سایر حرفه‌ها نیازمند توسعه است. این توسعه باید از طریق برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص، مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، صورت گیرد تا کارآفرینان آینده پرورش یابند (تقی‌زاده، ۱۳۸۷: ۶۳۱-۶۳۰). امروزه کارآفرینی و کارآفرینان نقش بسزایی در ابعاد مختلف زندگی انسان ایفا می‌کنند و تأثیرات ارزشمندی از تحول در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی ایجاد می‌نمایند. کارآفرینان با ایجاد پویایی اقتصادی و ارتقای بهره‌وری در جامعه، نه‌تنها ارزش کار را افزایش می‌دهند، بلکه روحیه تلاش و نوآوری را نیز در میان افراد تقویت می‌کنند (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۴۰۰). همچنین، آن‌ها با ترغیب جامعه به فعالیت‌های خلاقانه و کارآفرینانه، سهم قابل‌توجهی در پیشرفت اجتماعی و اقتصادی ایفا می‌نمایند. هنگامی که اکثریت افراد یک جامعه کارآفرینی را به‌عنوان سبک زندگی خود بپذیرند، آن جامعه با سرعت بیشتری به سمت توسعه و پیشرفت حرکت خواهد کرد. پژوهشگران تغییرات مختلفی را که رواج فرهنگ کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می‌کند بررسی و درباره آثار آن از دیدگاه‌های مختلف بحث می‌کنند. فرهنگ کارآفرینی و سبک زندگی کارآفرینانه نوعی نگرش مثبت اجتماعی در جامعه ایجاد می‌کند که مشوق ابتکارها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید در جامعه است. کارآفرینان همواره در پی موضوعات جدید و بدیع‌اند. آن‌ها پیوسته برای دستیابی به موفقیت تلاش می‌کنند. ترویج این روحیات در جامعه سبب ایجاد فرهنگ اجتماعی فعال خواهد شد. از طرف دیگر کارآفرینی در کاهش فقر، بیکاری و بزهکاری نقش بسزایی دارد اما اگر فقر و بیکاری انگیزه‌ای برای خوداشتغالی باشد و یا کسب‌وکار بدون دوراندیشی ایجاد شود بالقوه زمینه اشتغال کاذب و یا افزایش بزهکاری فراهم شده است (آهنچیان و قرونه، ۱۳۹۸: ۱۰۶؛ به نقل از میرمیران، ۱۳۸۵). بر اساس جدول (۱)، به آثار اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در توسعه کشورها اشاره شده است (آهنچیان و قرونه، ۱۳۹۸: ۱۰۹-۱۰۷).

**جدول (۱): آثار اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی در توسعه کشورها**

| آثار | توضیحات |
|---|---|
| ایجاد اشتغال (اشتغال‌زایی) | بیشتر مشاغل جدید را کسب‌وکارهای کوچک به وجود می‌آورند که سهم آن‌ها در بازار و در اقتصاد رو به فزونی است. رابطه تنگاتنگ کارآفرینی و اشتغال به‌گونه‌ای است که بر اساس باور محققان و تجارب کشورهای مختلف هرگاه فعالیت‌های کارآفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت. |
| تقویت رقابت و افزایش بهره‌وری | فعالیت‌های جدید کارآفرینانه و حتی آغاز مجدد یک کسب‌وکار کمک شایانی به افزایش بهره‌وری می‌کند. این فعالیت‌ها فشار را برای حفظ رقابت افزایش می‌دهند و همچنین واحدهای دیگر را وادار می‌کنند که یا کارایی خود را افزایش دهند و یا دست به نوآوری بزنند افزایش بهره‌وری و نوآوری در واحدهای شغلی سازمان‌ها تولیدات خدمات و بازار - توان رقابت اقتصاد کلان را افزایش می‌دهد. |

| | |
|---|---|
| توزیع مناسب درآمد و ایجاد مساوات | تردیدی نیست که وجود اقلیت مرفه در جامعه به افزایش قیمت کالاها و خدمات منجر می‌شود در حالی که کارآفرینان با ایجاد رقابت مثبت بر کار یکدیگر نظارت و به تعادل اقتصادی جامعه کمک می‌کنند. از سوی دیگر، هنگامی که توزیع متناسب درآمدها موجب شکوفایی کارآفرینی می‌شود. کارآفرینی نیز با افزایش ثروت جامعه به ایجاد سهم بیشتری از درآمدها برای افراد جامعه منجر می‌شود و در نتیجه به افزایش عدالت اجتماعی یاری می‌رساند. |
| ایجاد و رشد فناوری | کارآفرینان با عرضه محصولات جدید، ضمن برآوردن نیازهای اجتماعی زمینه توسعه فناوری‌های جدید را نیز فراهم می‌کنند. بسیاری از محصولات فناوری جدید به‌خصوص در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در اثر فعالیت‌های کارآفرینانه به وجود آمده‌اند و بیشتر شرکت‌های فعال در حوزه فناوری به‌ویژه شرکت‌های مبتنی‌بر خلاقیت و نوآوری - که به‌اصطلاح در لبه فناوری فعال‌اند - شرکت‌های کارآفرین هستند. |
| ایجاد تحرک اقتصادی و اجتماعی | از پیامدهای دیگر کارآفرینی می‌توان به بهبود وضعیت اقتصادی و امکان تحرک اقتصادی برای قشرهای پایین‌تر جامعه اشاره کرد. کارآفرینی امکان رشد را برای گروه‌های مختلف مردم مانند زنان جوانان و اقلیت‌های قومی و مذهبی نیز فراهم می‌کند. |
| کاهش اضطراب‌های اجتماعی | کارآفرینی موجب توسعه آموزشی اقدامات بشردوستانه افزایش مؤسسات نیکوکاری و خیریه کارآفرینی اجتماعی می‌شود. در نتیجه ایجاد و توسعه فعالیت‌های معطوف به جامعه همه قشرها به‌ویژه قشرهای پایین جامعه از آن برخوردار می‌شوند. |
| بهبود کیفیت زندگی | کارآفرینی کیفیت زندگی افراد جامعه را بهبود می‌بخشد. کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدیدی هستند که مردم به آن نیاز دارند. کارآفرینان با ایجاد فناوری عرضه محصولات و خدمات جدید قدرت انتخاب مصرف‌کنندگان را افزایش می‌دهند و با افزایش بهره‌وری سرگرمی‌های نو بهبود بهداشت و سلامتی و تسهیل ارتباطات موجب افزایش کیفیت زندگی می‌شوند. |
| تحولات اجتماعی | کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت‌ها دارند پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می‌شوند. کارآفرینی به ریسک‌پذیری نوآوری و موفقیت‌طلبی نیاز دارد. وجود افراد کارآفرین در سطح جامعه که از این ویژگی‌های برخوردارند، موجب تأثیر بر سایر افراد جامعه و تقویت کار و تلاش بیشتر در آن‌ها می‌شود. |
| بهره‌برداری از منابع | کارآفرینان افرادی هستند که از هیچ، چیزهایی ارزشمند می‌سازند و بر آن‌اند که نظریه‌ها را به عمل تبدیل کنند؛ از این‌رو با به کار گرفتن همه منابع به توسعه کمک می‌کنند. همواره در کشور منابع بالقوه و یا بالفعلی وجود دارند که کارآفرینان آن‌ها را شناسایی و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند. کارآفرینی به کشف نیازها ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید که موجب بهبود دائمی استانداردهای زندگی می‌شوند کمک می‌کند. |

## کارآفرینی و توسعه شهری منطقه‌ای

در دوران معاصر، کارآفرینی شهری به‌عنوان راه‌حلی برای مقابله با بحران بیکاری و چالش‌های ناشی از آن، بستری مناسب برای شهروندان فراهم می‌کند. از این‌رو، مباحث اخیر در مطالعات جغرافیای اقتصادی به‌طور فزاینده‌ای بر شهرهای خلاق و نقش خلاقیت در دستیابی به رشد اقتصادی متمرکز شده‌اند (Ács et al, 2008). کارآفرینی، همچون بسیاری از مفاهیم دیگر، از دیرباز در قلب شهرها و مناطق وجود داشته است، اگرچه اقتصاددانان و سیاست‌گذاران منطقه‌ای تنها چند دهه پیش به اهمیت آن در توسعه پایدار مناطق پی بردند. شومپیتر، اقتصاددان اتریشی، در اوایل قرن بیستم در کتاب «نظریه توسعه اقتصادی»، مبانی نظری کارآفرینی و نقش آن را در توسعه مناطق پایه‌گذاری کرد. در این کتاب، او بر نقش کارآفرینان و اهمیت فعالیت‌های آن‌ها در اقتصادهای در حال

رکود تأکید ویژه‌ای نمود (Knudsen et al, 2011). مطالعات مختلف نشان داده‌اند که یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه اقتصادی، چه در شهرها و چه در روستاها، ایجاد اشتغال است و کارآفرینی به‌عنوان مهم‌ترین سازوکار و ابزار این امر شناخته می‌شود. کارآفرینی منجر به کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نهایت افزایش درآمد جامعه می‌گردد (صیاد بیدهندی، ۱۳۹۱: ۴۲).

امروزه سیاست‌های توسعه منطقه‌ای به‌سرعت به سمت سیاست‌های مبتنی بر دانش و نوآوری حرکت می‌کنند. در سال‌های اخیر، تأکید بیشتری بر نقش رهبری و کیفیت نهادی در ارتقای رفاه منطقه‌ای شده است. اهمیت این موضوع زمانی آشکارتر می‌شود که رهبری با نوآوری و دانش پیوند خورده باشد. همان‌طور که کارآفرینی نوآورانه برای دستیابی به رفاه منطقه‌ای بلندمدت ضروری است، وجود حکومت و رهبری کارآمد نیز برای توسعه متعادل منطقه‌ای حیاتی به شمار می‌رود. رهبری یا مدیریت، ارائه‌دهنده اقدامات پیش‌بینانه، چشم‌انداز توسعه آینده، آگاهی از فرآیندهای نهادی، پاسخ‌ها و محدودیت‌ها و همچنین جلب پذیرش عمومی است. آگاهی از اهمیت رهبری و نوآوری، با شناسایی فعالیت‌های خلاقانه و بازیگران یادگیرنده مرتبط است (عظیمی و میرابوالقاسمی بهابادی، ۱۳۹۶: ۱۴۵).

کارآفرینی شهری به فعالیت‌های کارآفرینانه‌ای اطلاق می‌شود که در محدوده جغرافیایی شهرها انجام شده و با هدف بهبود کیفیت زندگی، تأمین خدمات ضروری، ایجاد درآمد و اشتغال برای شهروندان صورت می‌گیرد. ازجمله مصادیق این نوع کارآفرینی می‌توان به کسب‌وکارهای خانگی[1] و کسب‌وکارهای کوچک[2] در محدوده شهرها اشاره کرد (کنعانی، ۱۳۸۶: ۱۹).

رویکرد کارآفرینی شهری نشان‌دهنده تغییر جهت دولت‌های محلی از فعالیت‌های سنتی مرتبط با ارائه خدمات رفاهی و محلی، به سمت اتخاذ نقش تسهیل‌گر و نظارتی در توسعه اقتصادی محلی است. این رویکرد بر ریسک‌پذیری، نوآوری، جستجوی پیشرفت و انگیزه سودآوری تأکید دارد. همچنین، کارآفرینی شهری به‌عنوان استعاره‌ای برای شهرهایی به کار می‌رود که در آن مقامات محلی و نخبگان شهری در سیاست‌های شهری مشارکت می‌کنند تا به بازسازی فضاهای تولید و مصرف دست یابند (Madureira, 2014).

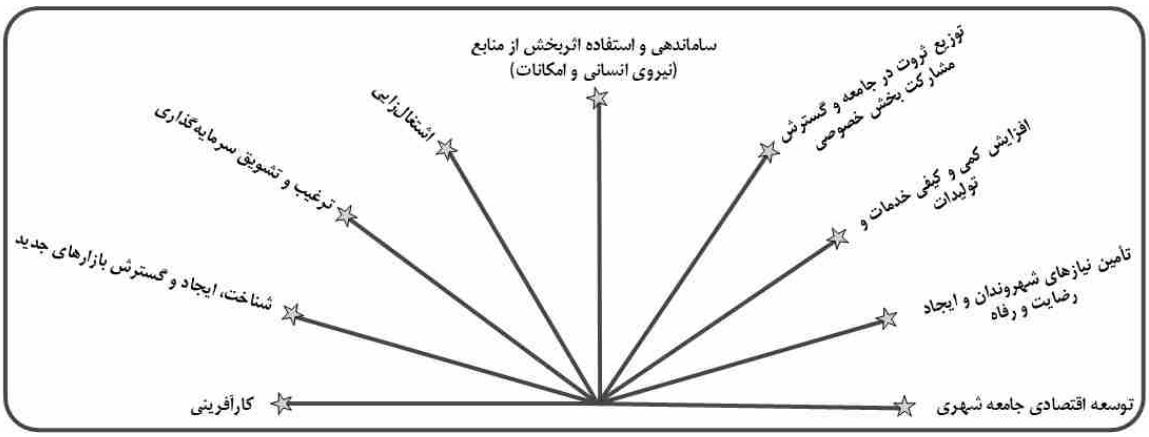
### اثرات کارآفرینی در توسعه جوامع شهری

در (شکل ۳)، فرآیند تأثیرگذاری کارآفرینی بر توسعه اقتصادی جوامع شهری به‌طور دقیق تبیین شده است. در واقع، کارآفرینان با خلق ایده‌ها، فرصت‌ها و بازارهای جدید، ظرفیت‌های تازه‌ای را برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، سازمان‌های غیردولتی، تعاونی‌ها و سایر نهادها ایجاد می‌کنند. این اقدامات به بهره‌وری بهینه از امکانات و منابع موجود، به‌ویژه نیروی انسانی، منجر می‌شود و علاوه بر ایجاد اشتغال، نقش مهمی در توزیع عادلانه‌تر ثروت، گسترش مشارکت بخش خصوصی و ارتقای کمی و کیفی خدمات و تولیدات ایفا می‌کند. این فعالیت‌ها در جوامع شهری، نیازهای شهروندان را تأمین کرده، رضایت و رفاه آن‌ها را افزایش داده و به توسعه اقتصادی پایدار شهری کمک می‌کنند (کنعانی، ۱۳۸۶: ۱۹).

---

1 Home Based Business (HB)

2 Small Business (SB)




**شکل (۳): فرایند تأثیر کارآفرینی در توسعه اقتصادی جوامع شهری**

رویکردهای کارآفرینی شهری دارای ویژگی‌های متمایزی هستند (رفیعیان و محمدی آیدغمیش، ۱۳۹۹؛ به نقل از Jessop & Ngai-Ling 2000; OECD Teritorial Reviews, 2007; Biddulph, 2011): ازجمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- هدف اصلی این رویکردها، توسعه اقتصاد محلی است. به‌جای کنترل و مدیریت صرف رشد اقتصادی، این استراتژی‌ها به تحریک و تقویت آن می‌پردازند.

- رویکردهای کارآفرینانه به‌طور فزاینده‌ای مبتنی بر بازار عمل می‌کنند و از مکانیسم‌های بازار برای دستیابی به اهداف عمومی با حداقل مداخله دولت استفاده می‌شود. در این فرآیند، شهرهای کارآفرین از راهبردهای خلاقانه برای ارتقای منافع عمومی بهره می‌برند.

- رقابت‌پذیری شهری در این چارچوب، به‌عنوان ابزاری برای مواجهه با چالش‌های رقابتی سایر شهرها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- برنامه‌ریزی استراتژیک به‌عنوان ستون فقرات رویکردهای نوین عمل می‌کند و مبنای ارزیابی سیاست‌ها برای بازآفرینی شهری است. این ارزیابی‌ها به‌طور فزاینده‌ای بر پایه فرهنگ، بهبود تصویر ذهنی از شهر و نوآوری استوار است تا شهرها را به مکان‌هایی جذاب برای زندگی، کار و سرمایه‌گذاری تبدیل کنند.

- در این رویکردها، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اهدافی گسترده‌تر را دنبال می‌کنند که فراتر از سیاست‌های صرفاً اقتصادی است. این اهداف شامل سیاست‌های اجتماعی، محیطی و فرهنگی نیز می‌شود تا توسعه شهری به‌صورت همه‌جانبه تحقق یابد.

- رویکردهای کارآفرینانه به‌جای اتکا بر ساختارهای سلسله‌مراتبی و دیوان‌سالارانه، بر گسترش شبکه‌های مشارکتی میان دولت، نهادهای دولتی، بخش خصوصی و تعاملات بین آن‌ها تأکید دارند.

در چنین شرایطی، حکومت شهری به‌عنوان یک نهاد توانمندساز عمل می‌کند. مدیریت بازارمحور در این چارچوب، بر اساس تقسیم حقوق و تعهدات بین دولت و بازار از طریق برنامه‌ریزی مشترک صورت می‌گیرد، نه آزادسازی کامل بازار در عرصه شهری. این تفکر، پایه‌های ایده حکمروایی مشارکتی را تشکیل می‌دهد.

## کارآفرینی گردشگری

رشد صنعت گردشگری و پتانسیل آن برای توسعه اقتصادی، موضوعی کلیدی در ادبیات پژوهشی این حوزه محسوب می‌شود. مطالعات بسیاری نشان داده‌اند که گردشگری نه‌تنها به‌عنوان یک منبع درآمدزایی مؤثر عمل می‌کند، بلکه می‌تواند اشتغال‌زایی، توسعه زیرساخت‌ها و تقویت تعاملات فرهنگی را نیز به همراه داشته باشد (Sharpley, 2020). تیلور (Taylor, 1998) ویژگی اصلی تقاضای گردشگری را تغییرپذیری سریع آن می‌داند و بر این باور است که بخش عرضه باید توانایی انطباق پویا با نوسانات بازار تقاضا را داشته باشد؛ به عبارت دیگر، وجود یک مکانیسم کارآمد برای دریافت اطلاعات، ارزیابی شرایط و پاسخگویی به تغییرات محیطی در سیستم گردشگری ضروری است (کاظمی، ۱۳۹۹). کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک حوزه مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع، نقشی کلیدی در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و توسعه زیرساخت‌ها ایفا می‌کند. این حوزه به دلیل تنوع بالای محصولات و خدمات، پتانسیل بالایی برای نوآوری و رشد دارد. کارآفرینی گردشگری به فرآیند راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهایی اطلاق می‌شود که به ارائه خدمات و محصولات مرتبط با سفر و گردشگری می‌پردازند. این کسب‌وکارها می‌توانند شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، آژانس‌های مسافرتی، تورهای گردشگری و فعالیت‌های تفریحی باشند (Cooper et al, 2005). کارآفرینی در گردشگری نه‌تنها به توسعه اقتصادی کمک می‌کند بلکه به حفظ فرهنگ و میراث نیز کمک می‌نماید. با توجه به اینکه گردشگری یکی از منابع اصلی درآمد در بسیاری از کشورهاست، کارآفرینان این حوزه می‌توانند نقش مهمی در ایجاد شغل‌های جدید و افزایش درآمد ملی ایفا کنند ( Hall & Page, 2014). همچنین، با افزایش آگاهی درباره محیط‌زیست، کارآفرینی گردشگری می‌تواند به توسعه پایدار کمک کند (UNWTO, 2021).

## مهم‌ترین فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری

صنعت گردشگری یکی از پویاترین و پر رشدترین بخش‌های اقتصاد جهانی است که فرصت‌های کارآفرینی متعددی را در حوزه‌های مختلف ایجاد کرده است. با توجه به روندهای فعلی مانند دیجیتالی شدن، توجه به تجربه‌های منحصربه‌فرد، گردشگری پایدار و تقاضا برای سفرهای شخصی‌سازی‌شده، فرصت‌های نوینی برای کارآفرینان باوجود آمده است. کارآفرینی در گردشگری نیازمند خلاقیت، توجه به روندهای جهانی و درک نیازهای گردشگران است. چه از طریق توسعه اکوتوریسم، چه با استفاده از فناوری‌های نوین، فرصت‌ها برای ایجاد کسب‌وکارهای پرسود در این صنعت گسترده هستند. در ادامه، به مهم‌ترین فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری اشاره می‌گردد.

۱. گردشگری تجربی: تمایل روزافزون مسافران به تجربه‌های محلی و منحصربه‌فرد فرصتی برای کارآفرینان فراهم می‌آورد تا خدمات خاصی را ارائه دهند (Pine & Gilmore, 1999).

۲. فناوری اطلاعات: استفاده از فناوری‌های نوین مانند وب‌سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها و رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به بهبود تجربه مشتریان و تسهیل فرآیند رزرو کمک کند (Buhalis & Law, 2008).

۳. گردشگری پایدار: افزایش آگاهی درباره محیط‌زیست و تمایل به سفرهای پایدار منجر به ایجاد فرصت‌های جدید برای کارآفرینان در این حوزه شده است (González & Fernández, 2017).

## انواع کارآفرینی گردشگری

کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان مهم توسعه اقتصادی و اجتماعی، نقش بسزایی در رشد صنعت گردشگری ایفا می‌کند. با توجه به رشد سریع فناوری و افزایش توجه به گردشگری پایدار، کارآفرینی در این صنعت در حال تحول است. در آینده، ترکیبی از نوآوری دیجیتال و مسئولیت اجتماعی می‌تواند به شکل‌گیری مدل‌های جدید کسب‌وکار منجر شود. همچنین، سیاست‌گذاری‌های دولتی و سرمایه‌گذاری در کارآفرینی گردشگری می‌تواند به توسعه منطقه‌ای و اشتغال‌زایی کمک شایانی کند (UNWTO, 2022). این نوع کارآفرینی را می‌توان بر اساس ماهیت فعالیت و اهداف آن به چند دسته تقسیم کرد:

### ۱. کارآفرینی سنتی[1]

این نوع کارآفرینی شامل کسب‌وکارهای متداول و دیرینه در صنعت گردشگری است که بر اساس مدل‌های شناخته‌شده و پایدار فعالیت می‌کنند. نمونه‌های بارز آن شامل هتل‌داری، رستوران‌ها، آژانس‌های مسافرتی و مراکز تفریحی سنتی است. این کسب‌وکارها معمولاً بر پایه تجربه‌های قبلی و روش‌های ثابت‌شده مدیریتی اداره می‌شوند (Moyle et al, 2020). با این‌حال، چالش اصلی این مدل، رقابت شدید و نیاز به تطابق با تغییرات بازار است. برخی مطالعات نشان می‌دهند که کارآفرینان سنتی برای بقا باید به سمت دیجیتال‌سازی و بهبود خدمات حرکت کنند (Song et al, 2022).

### ۲. کارآفرینی نوآورانه[2]

این دسته شامل کسب‌وکارهایی است که با استفاده از فناوری‌های جدید، مدل‌های خلاقانه و راه‌حل‌های دیجیتال، تحولی در صنعت گردشگری ایجاد می‌کنند. نمونه‌های آن شامل پلتفرم‌های اشتراک اقامتگاه مانند (ایربی‌ان‌بی)[3] سرویس‌های تور مجازی، اپلیکیشن‌های سفارش تورهای محلی و استفاده از هوش مصنوعی برای شخصی‌سازی خدمات گردشگری است. نوآوری در این حوزه می‌تواند منجر به تجربه‌های منحصربه‌فرد برای مسافران شود و بازارهای جدیدی را ایجاد کند. برای مثال، استفاده از واقعیت مجازی (VR) در بازدید از جاذبه‌های تاریخی، نمونه‌ای از کارآفرینی نوآورانه است (Ivanov & Webster, 2017; Guttentag, 2019).

### ۳. کارآفرینی اجتماعی[4]

این نوع کارآفرینی بر تلفیق اهداف اقتصادی با مسئولیت اجتماعی تمرکز دارد. کسب‌وکارهای این حوزه علاوه بر سودآوری، به حفظ محیط‌زیست، توسعه پایدار و حمایت از جوامع محلی می‌پردازند. نمونه‌های آن شامل اکوتوریسم، تورهای مسئولانه اجتماعی (Responsible Tourism) و پروژه‌های احیای صنایع دستی محلی است (Ratten et al, 2019). مطالعات نشان می‌دهند که این نوع کارآفرینی می‌تواند به کاهش نابرابری‌های اجتماعی و حفظ میراث فرهنگی کمک کند (Sheldon & Daniele, 2017). برای مثال، برخی استارتاپ‌ها با آموزش جوامع محلی، آن‌ها را به ارائه خدمات گردشگری پایدار تشویق می‌کنند.

---

1 Traditional Entrepreneurship

2 Innovative Entrepreneurship

3 Airbnb

4 Social Entrepreneurship

## چالش‌های کارآفرینی در گردشگری

کارآفرینی در صنعت گردشگری با وجود فرصت‌های زیاد، با چالش‌های منحصر به فردی روبه‌رو است. این چالش‌ها می‌توانند از عوامل داخلی (مانند مدیریت ضعیف) تا عوامل خارجی (مانند بحران‌های جهانی) متغیر باشند. منابع علمی نشان می‌دهند که عوامل داخلی مانند مدیریت ضعیف، کمبود منابع انسانی ماهر، مشکلات مالی و سرمایه در گردش و ناکارآمدی عملیاتی از موانع اصلی توسعه کسب‌وکارهای گردشگری هستند (Lattacher et al, 2020) از سوی دیگر، عوامل خارجی مانند بحران‌های جهانی، تغییرات اقلیمی و تحولات فناوری نیز تأثیرات عمیقی بر این صنعت دارند (Buhalis & Sinarta, 2019; Pedapalli et al, 2022). برخی از این چالش‌ها عبارت‌اند از:

۱. رقابت بالا: بازار گردشگری بسیار رقابتی است و کارآفرینان باید استراتژی‌های خاصی برای متمایز شدن از رقبا داشته باشند (Kotler et al, 2016).

۲. تغییرات اقتصادی و سیاسی: نوسانات اقتصادی و تغییرات سیاسی می‌تواند تأثیر زیادی بر صنعت گردشگری داشته باشد (Farmaki, 2015).

۳. تأثیرات محیطی: نیاز به رعایت اصول پایداری و کاهش تأثیرات منفی بر محیط‌زیست از دیگر چالش‌هایی است که کارآفرینان با آن مواجه هستند (Buckley, 2012).

## کارآفرینی گردشگری موفق

موفقیت در کارآفرینی گردشگری نیازمند ترکیبی از خلاقیت، برنامه‌ریزی دقیق، شناخت بازار و مدیریت هوشمندانه است. برخی از شیوه‌های کلیدی و کمک‌کننده در این مسیر عبارت‌اند از:

۱. تحقیقات بازار: شناخت نیازها و ترجیحات مشتریان هدف یکی از کلیدهای موفقیت است (Kotler et al, 2016).

۲. نوآوری: ارائه خدمات و محصولات جدید و جذاب می‌تواند به جذب مشتریان بیشتر کمک کند (Tidd & Bessant, 2013).

۳. شبکه‌سازی: ایجاد ارتباط با دیگر فعالان صنعت گردشگری و همکاری با آن‌ها می‌تواند به موفقیت کسب‌وکار کمک کند (Ness et al, 2018).

۴. استفاده از فناوری: بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال برای بهبود خدمات و ارتباط با مشتریان ضروری است (Buhalis Law, 2008).

## کارآفرینی گردشگری و توسعه کارآفرینی شهری

در چند دهه اخیر، توسعه گردشگری شهری به‌عنوان یکی از راهبردهای نوین در برنامه‌ریزی و مدیریت شهرها مطرح شده است. این رویکرد نه‌تنها به رشد اقتصادی شهرها کمک می‌کند، بلکه از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و تقویت هویت فرهنگی، به پویایی اجتماعی منجر می‌شود. در این میان، فعالیت‌های کارآفرینانه نقش کلیدی در بهره‌برداری از پتانسیل‌های گردشگری شهری ایفا می‌کنند. رابطه بین کارآفرینی در گردشگری و توسعه شهری و منطقه‌ای از طریق بررسی تأثیرات مثبت آن بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی جامعه قابل تحلیل است (Hall & Williams, 2008). کارآفرینی و نوآوری دو عامل کلیدی در رشد و توسعه صنعت گردشگری محسوب می‌شوند. این دو مؤلفه نه‌تنها در سطح جهانی، بلکه در مقیاس منطقه‌ای نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در رقابت‌پذیری و پویایی این صنعت ایفا می‌کنند (Hjalager, 2010). کارآفرینی در گردشگری شهری با استفاده از نوآوری و خلاقیت، زمینه‌ساز توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با این صنعت می‌شود. این فعالیت‌ها می‌توانند از طریق ارائه خدمات و محصولات جدید، تجربه بهتری برای گردشگران ایجاد کنند و در عین حال، به رشد اقتصادی پایدار شهرها بینجامند. با توجه به رشد روزافزون صنعت گردشگری و تأثیرات آن بر زندگی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی شهرها، بررسی اثرات کارآفرینی گردشگری بر توسعه کارآفرینی شهری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. کارآفرینی گردشگری نقش مهمی در توسعه کارآفرینی شهری ایفا می‌کند. این حوزه نه‌تنها به ایجاد اشتغال و توسعه زیرساخت‌ها کمک می‌کند بلکه می‌تواند به تقویت هویت محلی و توسعه پایدار نیز منجر شود.

### ۱. ایجاد اشتغال

یکی از مهم‌ترین اثرات کارآفرینی گردشگری بر توسعه کارآفرینی شهری، ایجاد اشتغال است. با افزایش تعداد گردشگران، نیاز به خدمات مختلف مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌های گردشگری افزایش می‌یابد. این امر منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در سطح محلی می‌شود (UNWTO, 2021). مطالعات نشان می‌دهند که توسعه گردشگری نه‌تنها در بخش‌های سنتی مانند مهمانداری و حمل‌ونقل اشتغال‌زایی می‌کند، بلکه زمینه‌ساز ظهور مشاغل جدید در حوزه‌های نوظهوری مانند راهنمایان تور محلی، صنایع دستی و تجارت‌های کوچک نیز می‌شود. به‌ویژه در مناطق شهری، گردشگری می‌تواند به کاهش نرخ بیکاری و افزایش درآمد سرانه کمک کند (Timothy, 2011). علاوه بر این، کارآفرینی گردشگری با تحریک زنجیره تأمین محلی، باعث رونقِ بخش‌های وابسته مانند کشاورزی، تولید صنایع دستی و خدمات حمل‌ونقل می‌شود که این امر به نوبه خود اشتغال بیشتری ایجاد می‌کند (Sharpley, 2020)؛ بنابراین، می‌توان گفت گردشگری به‌عنوان یک محرک اقتصادی، نقش کلیدی در توسعه کارآفرینی شهری و بهبود معیشت جامعه محلی ایفا می‌کند.

### ۲. توسعه زیرساخت‌ها

کارآفرینی گردشگری با ایجاد چرخه‌ای از سرمایه‌گذاری و نوآوری، زیرساخت‌های شهری را متحول می‌سازد. این تحولات در صورت برنامه‌ریزی یکپارچه می‌تواند به توسعه متوازن و ارتقای کیفیت زندگی برای تمام ذینفعان بینجامد. کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک نیروی محرکه، نقشی کلیدی در نوسازی و ارتقای زیرساخت‌های شهری ایفا می‌کند. مطالعات نشان می‌دهد که مقاصد گردشگری برای جذب بازدیدکنندگان بیشتر، ناگزیر به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حیاتی ازجمله حمل‌ونقل عمومی، جاده‌ها و راه‌های دسترسی، امکانات رفاهی - تفریحی و شبکه‌های ارتباطی هستند (UNWTO, 2020).

### ۳. نوآوری و خلاقیت

کارآفرینی گردشگری معمولاً با نوآوری همراه است. کارآفرینان در این حوزه به دنبال ارائه تجربیات منحصربه‌فرد برای مشتریان هستند که می‌تواند شامل خدمات جدید، محصولات بومی و یا استفاده از فناوری‌های نوین باشد. این نوآوری‌ها می‌توانند به توسعه کارآفرینی شهری کمک کنند و زمینه‌ساز شکل‌گیری کسب‌وکارهای جدید شوند. بر اساس پژوهش‌های معتبر، کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل محرک توسعه اقتصادی و اجتماعی، همواره با نوآوری پیوند خورده است. این ارتباط از طریق ارائه تجربیات منحصربه‌فرد به گردشگران و خلق ارزش افزوده در مقاصد گردشگری تحقق می‌یابد. نوآوری در این حوزه می‌تواند در قالب خدمات جدید (مانند تورهای تجربه‌محور)، محصولات بومی (مانند صنایع دستی با طراحی مدرن) یا فناوری‌های دیجیتال (مانند اپلیکیشن‌های واقعیت مجازی) ظهور کند (Hall & Williams, 2020).

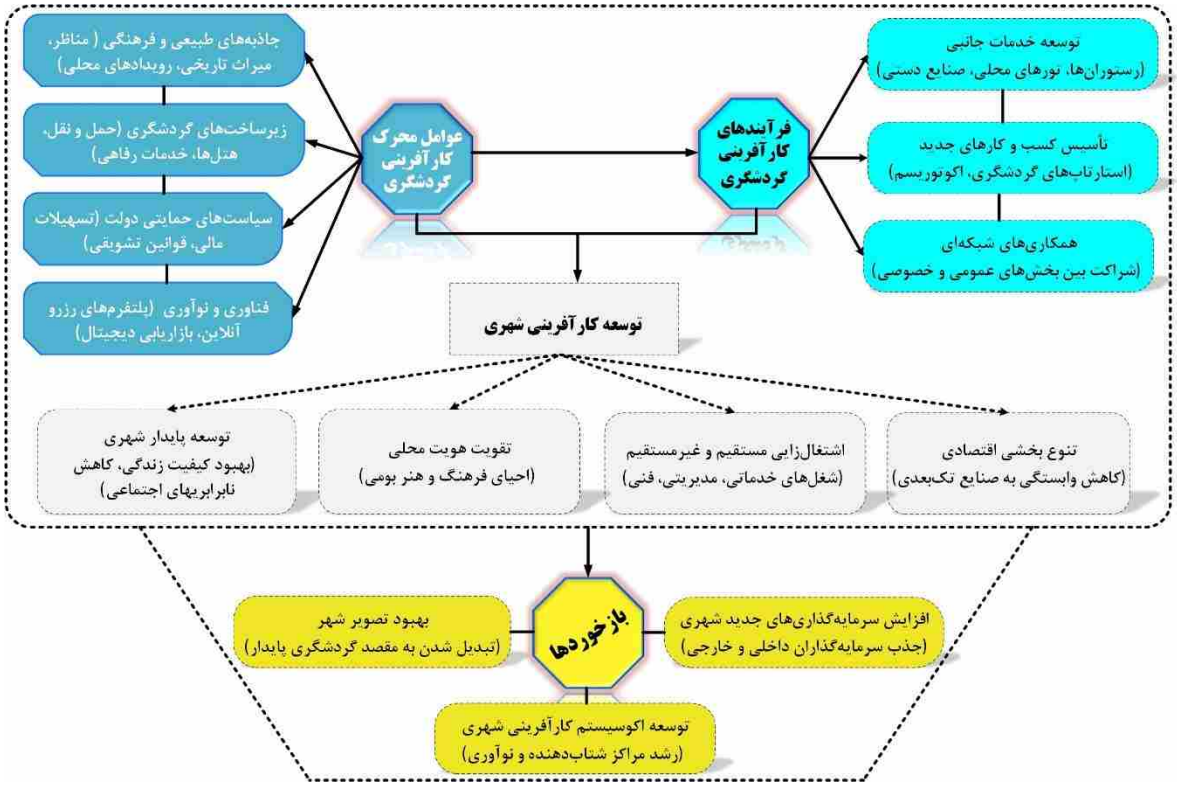
### ۴. تقویت هویت محلی

کارآفرینی گردشگری می‌تواند به تقویت هویت محلی و فرهنگی شهرها کمک کند. با ترویج محصولات و خدمات محلی، کارآفرینان می‌توانند فرهنگ و تاریخ محلی را به گردشگران معرفی کنند. این امر نه‌تنها به حفظ فرهنگ محلی کمک می‌کند بلکه می‌تواند به جذب گردشگران بیشتری نیز منجر شود. مطالعه (Richards, 2018) نشان می‌دهد که گردشگری فرهنگی، از طریق فعالیت‌هایی مانند تورهای میراثی، کارگاه‌های صنایع دستی و غذاهای محلی، به بازآفرینی فرهنگ محلی کمک می‌کند. پژوهش UNWTO نیز تأکید دارد که کارآفرینانی که از عناصر فرهنگی در کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند، نه‌تنها به جذب گردشگران بیشتر کمک می‌کنند، بلکه حس تعلق اجتماعی را در میان جوامع محلی تقویت می‌کنند.

### ۵. توسعه پایدار

کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان مهم در تحقق توسعه پایدار شهری شناخته می‌شود. با توجه به افزایش چالش‌های زیست‌محیطی و ضرورت حفظ منابع طبیعی، کارآفرینان این حوزه به‌طور فزاینده‌ای به سمت مدل‌های کسب‌وکار پایدار گرایش پیدا کرده‌اند. این تحول نه‌تنها به حفظ محیط‌زیست کمک می‌کند، بلکه موجب توسعه متوازن اقتصادی - اجتماعی در شهرها می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینی گردشگری می‌تواند از سه بعد اقتصادی: ایجاد مشاغل سبز و توزیع عادلانه‌تر درآمد (UNWTO, 2022)، اجتماعی: تقویت مشارکت جامعه محلی و حفظ میراث فرهنگی (Moscardo et al, 2017) و زیست‌محیطی: کاهش ردپای کربن از طریق نوآوری در خدمات گردشگری (Hall, 2021) به پایداری شهری کمک کند.

در نهایت مدل نظری خروجی بر اساس مطالعات نظری و تجربی در حوزه کارآفرینی گردشگری و توسعه شهری طراحی شده است. این مدل علّی و متقابل بین مؤلفه‌های کلیدی را نشان می‌دهد و می‌تواند مبنایی برای تحقیقات آینده باشد (شکل ۴).




**شکل (۴): مدل نظری اثرات کارآفرینی گردشگری در توسعه کارآفرینی شهری**

## نتیجه‌گیری

کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک محرک کلیدی در توسعه کارآفرینی شهری، تأثیرات عمیق و چندبعدی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهرها دارد. کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک پدیده چندبعدی و پویا، تأثیرات عمیقی بر توسعه کارآفرینی شهری دارد. این نوع کارآفرینی نه‌تنها به‌عنوان یک موتور اقتصادی عمل می‌کند، بلکه به تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی جوامع محلی، ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان و حفظ منابع طبیعی نیز کمک می‌کند. با توجه به رشد روزافزون صنعت گردشگری در سطح جهانی، شهرها به‌عنوان مقاصد گردشگری در حال تبدیل‌شدن به مراکز مهم اقتصادی و فرهنگی هستند که می‌توانند از پتانسیل‌های موجود بهره‌برداری کنند. از جنبه اقتصادی، کارآفرینی گردشگری به ایجاد مشاغل جدید و افزایش درآمدهای محلی منجر می‌شود. این امر به‌ویژه در مناطق کم برخوردار ازنظر اقتصادی اهمیت دارد، جایی که فرصت‌های شغلی محدود است. با ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه گردشگری، می‌توان به کاهش بیکاری و افزایش توانمندی‌های اقتصادی جوامع محلی کمک کرد. علاوه بر این، کارآفرینی گردشگری می‌تواند به توسعه زیرساخت‌های شهری منجر شود که نه‌تنها برای گردشگران بلکه برای ساکنان نیز مفید است. از بعد اجتماعی، کارآفرینی گردشگری می‌تواند به تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی جوامع کمک کند. با معرفی جاذبه‌های محلی به گردشگران، ساکنان محلی احساس تعلق بیشتری به فرهنگ و تاریخ خود پیدا می‌کنند. این امر می‌تواند به تقویت حس جامعه و مشارکت اجتماعی در میان ساکنان بینجامد. همچنین، کارآفرینان محلی معمولاً تمایل دارند که از منابع محلی استفاده کنند که این خود به حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی کمک می‌کند. در بعد زیست‌محیطی، کارآفرینی گردشگری می‌تواند به مدیریت

پایدار منابع طبیعی کمک کند. با افزایش آگاهی درباره مسائل زیست‌محیطی و نیاز به حفظ منابع طبیعی، کارآفرینان در صنعت گردشگری می‌توانند روش‌های پایدار را در کسب‌وکارهای خود پیاده‌سازی کنند. این رویکرد نه‌تنها تأثیرات منفی بر محیط‌زیست را کاهش می‌دهد بلکه می‌تواند به جذب گردشگران آگاه از محیط‌زیست نیز منجر شود. با توجه به پتانسیل‌های موجود در حوزه کارآفرینی گردشگری، لازم است که ذینفعان مختلف با همکاری یکدیگر، استراتژی‌های مؤثری را برای بهره‌برداری از این پتانسیل‌ها تدوین کنند. بدین ترتیب، می‌توان انتظار داشت که کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک ابزار مؤثر در توسعه پایدار شهری عمل کند و کیفیت زندگی ساکنان را ارتقاء بخشد. با توجه به پتانسیل‌های موجود در این حوزه، ضروری است که سیاست‌گذاران و ذینفعان مختلف با همکاری یکدیگر، استراتژی‌های مؤثری را برای بهره‌برداری از این پتانسیل‌ها تدوین کنند. بدین ترتیب، می‌توان انتظار داشت که کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک ابزار مؤثر در توسعه پایدار شهری عمل کند و کیفیت زندگی ساکنان را ارتقاء بخشد. در این زمینه برخی پیشنهاد پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

- توسعه برنامه‌های آموزشی: ارائه دوره‌های آموزشی برای کارآفرینان محلی در زمینه مدیریت کسب‌وکار، بازاریابی و توسعه پایدار می‌تواند به افزایش مهارت‌ها و توانمندی‌های آن‌ها کمک کند.

- حمایت مالی: ایجاد صندوق‌های حمایتی برای تأمین مالی کسب‌وکارهای نوپا در حوزه گردشگری می‌تواند به کاهش موانع ورود و تشویق کارآفرینی کمک کند.

- ترویج گردشگری پایدار: سیاست‌گذاران باید بر روی ترویج گردشگری پایدار تمرکز کنند تا تأثیرات منفی بر محیط‌زیست کاهش یابد و منابع طبیعی حفظ شوند.

- تقویت همکاری‌های بین‌بخشی: ایجاد همکاری‌های مؤثر بین بخش دولتی، خصوصی و جامعه مدنی برای تدوین استراتژی‌های مشترک در زمینه توسعه گردشگری و کارآفرینی شهری ضروری است.

- ایجاد شبکه‌های حمایتی: تشکیل شبکه‌های حمایتی برای کارآفرینان محلی می‌تواند به تبادل تجربیات و اطلاعات مفید کمک کرده و حس جامعه را تقویت کند.

- توسعه زیرساخت‌ها: سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های لازم مانند حمل و نقل عمومی، امکانات تفریحی و خدمات عمومی برای جذب بیشتر گردشگران و ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان ضروری است.

## منابع


آهنچیان، محمدرضا و قرونه، داود (۱۳۹۸). کارآفرینی آموزشی، تهران: انتشارات سمت.

احمدامینی، زهرا؛ امانی تهران، محمد و سقزچی، محمدابراهیم (۱۳۸۹). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد زنجیره ارزش، فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۸(۱۴)، ۴۸-۳۵.

احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سیدمحمد (۱۴۰۰). مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات نگاه دانش.

تقی‌زاده، فاطمه (۱۳۸۷). توسعه پایدار، دانشنامهٔ مدیریت شهری و روستایی، تهران: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.

رفیعیان، مجتبی و محمدی آیدغمیش، فاطمه (۱۳۹۹). ارائه چارچوب مفهومی تعامل بازآفرینی شهری و شهر کارآفرین در دستیابی به بازاریابی مکان، نشریه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۱۸.

سجاسی قیداری، حمدالله؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری با تأکید بر مناطق روستایی، تهران: انتشارات سمت.

صیاد بیدهندی، لیلا (۱۳۹۱). کارآفرینی روستایی، تهران: سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.

عظیمی، آزاده و میرابوالقاسمی بهابادی، سیدمحمود (۱۳۸۶). مبانی نظری تحولات توسعه منطقه‌ای، تهران: انتشارات سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

کاظمی، مهدی، (۱۳۹۹). مدیریت گردشگری، تهران، انتشارات سمت.

کنعانی، مهدی (۱۳۸۶). مراکز رشد کارآفرینان شهری؛ طرحی نو در توسعه اقتصاد شهری، فصلنامه رشد فناوری، ۱۲(۳).

میرمیران، جلیل (۱۳۸۵). کارآفرینی جامع، تهران: انتشارات کلمه.

Ács, Z. J., Bosma, N., & Sternberg, R. (2008). The entrepreneurial advantage of world cities: evidence from global entrepreneurship monitor data (No. 2008, 063). Jena economic research papers.

Biddulph, M. (2011). Urban design, regeneration and the entrepreneurial city. Progress in Planning, 76(2), 63-103.

Brookes, M., & Altinay, L. (Eds.). (2015). Entrepreneurship in hospitality and tourism: A global perspective. Goodfellow Publishers Ltd.

Bryant, P. T. (2015). Entrepreneurship and Organizations (pp. 681–685).

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. Annals of tourism research, 39(2), 528-546.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of Tourism research. Tourism management, 29(4), 609-623.

Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. Journal of Travel & Tourism Marketing, 36(5), 563-582.

Cooper, C. (2005). Tourism: Principles and practice. Pearson education.

Farmaki, A., Altinay, L., Botterill, D., & Hilke, S. (2015). Politics and sustainable tourism: The case of Cyprus. Tourism management, 47, 178-190.

Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (2009). Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations. In Sustainable tourism futures (pp. 1-16). Routledge.

Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). Tourism and innovation Routledge.

Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. Routledge.

Hall, C. M., & Williams, A. M. (2020). Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives. Routledge.

Hall, C. M. (2021). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. In Activating critical thinking to advance the sustainable development goals in tourism systems (pp. 198-214). Routledge.

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. Tourism management, 31(1), 1-12.

Ivanov, S. H., & Webster, C. (2017). Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies–a cost-benefit analysis. Artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies–a cost-benefit analysis.

Jessop, B., & Sum, N. L. (2000). An entrepreneurial city in action: Hong Kong's emerging strategies in and for (inter) urban competition. Urban studies, 37)12(, 2287-2313.

Kerr, W. R. (2020). The gift of global talent: Innovation policy and the economy. Innovation Policy and the Economy, 20(1), 1-37.

Knudsen, T., Becker, M., & Swedberg, R. (Eds.). (2011). The entrepreneur: classic texts by Joseph A. Schumpeter. Stanford University Press.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing Management 3rd edn PDF eBook. Pearson Higher Ed.

Lattacher, W., & Wdowiak, M. A. (2020). Entrepreneurial learning from failure. A systematic review. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 26(5), 1093-1131.

Lundvall, B. A. (1992). National systems of innovation: towards a theory of innovation and interactive learning (Vol. 242). Pinter: London.

Madureira, A. M. (2014). Physical planning in entrepreneurial urban governance—Experiences from the Bo01 and Brunnshög projects, Sweden. European Planning Studies, 22(11), 2369-2388.

Mehek, A. (2020). Entrepreneurs and management system. South Asian Journal of Engineering and Technology, 10(3), 1-4.

Moore, C. (1988). Enterprise agencies: Privatisation or partnership? Local Economy, 3(1), 21-30.

Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., McGehee, N. G., & Schurmann, A. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. Journal of Destination Marketing & Management, 6(4), 286-295.

Moyle, C. L., Moyle, B., & Burgers, H. (2020). Entrepreneurial strategies and tourism industry growth. Tourism Management Perspectives, 35, 100708.

Ness, H., Fuglsang, L., & Eide, D. (2018). Networks, dynamics, and innovation in the Tourism industry. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 18(3), 225-233.

OECD. (2003). Entrepreneurship and Local Development in Tourism-Dependent Regions. OECD Publishing.

OECD Territorial Reviews (2007). Competitive Cities: A New Entrepreneurial Paradigm in Spatial Development.

Pedapalli, S. C. K., Gupta, B., & Mahajan, P. (2022). Climate change and tourism: a paradigm for enhancing tourism resilience in SIDS. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 14(5), 431-440.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy: Work is Theater & Every Business a Stage (Harvard Business School Press, Boston). Targeting creativity in the UK and beyond, 303.

Ratten, V., Costa, C., & Bogers, M. (2019). Artisan, cultural and tourism entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 25(4), 582-591.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of hospitality and tourism management, 36, 12-21.

Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. Journal of sustainable tourism, 28(11), 1932-1946.

Sheldon, P. J., Pollock, A., & Daniele, R. (2017). Social entrepreneurship and tourism: Setting the stage. Social entrepreneurship and tourism: Philosophy and practice, 1-18.

Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. Tourism management perspectives, 25, 151-155.

Song, Y., Escobar, O., Arzubiaga, U., & De Massis, A. (2022). The digital transformation of a traditional market into an entrepreneurial ecosystem. Review of Managerial Science, 16(1), 65-88.

Stough, R.R. (2008). The Entrepreneurship - Development Nexus. In: Acs, Z.J., Stough, R.R. (eds) Public Policy in an Entrepreneurial Economy. International Studies in Entrepreneurship, vol 17. Springer, New York, NY.

Tidd, J., & Bessant, J. (2013). Integrating Technological, Market and Organizational Change, Wiley.

Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism: An introduction (Vol. 4). Channel View Publications.

UNWTO (2021). Tourism for Development: Volume I – Key Areas for Action. World Tourism Organization.

UNWTO (2022). World Tourism Barometer. United Nations World Tourism Organization.

World Bank. (2022). Digital Platforms and Entrepreneurial Tourism in Developing Economies. World Bank Publications.

# سنجش وضعیت استقرار روستاهای هدف گردشگری نسبت به مخاطرات محیطی (مطالعه موردی: حوضه آبریز زاینده رود)

**داود جمینی***، استادیار، گروه ژئومورفولوژی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه کردستان، شهر سنندج، ایران
**رامین آتش بهار**، دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
**ژوان نامور**، دانشجوی کارشناسی گروه ژئومورفولوژی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه کردستان، شهر سنندج، ایران
**مائده غلامعلی**، دانشجوی کارشناسی گروه ژئومورفولوژی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه کردستان، شهر سنندج، ایران

## چکیده

موقعیت استقرار سکونتگاه‌های روستایی نسبت به سایر مخاطرات محیطی نقش مهمی را در تدوین برنامه‌های توسعه مکان‌های جغرافیایی ایفا می نماید. به طور کلی هرچه سطح آسیب‌رسانی مخاطرات بیشتر باشد، در ارزیابی محل استقرار این روستاها باید جدیت بیشتری صورت گیرد. در این میان سیل از پرتکرارترین مخاطراتی است که بیشترین خسارت جانی و مالی را به همراه دارد. روستاهای هدف گردشگری به واسطه جذب تعداد قابل توجهی از گردشگران در تمامی ایام سال، از جمله فضاهای هستند در چند سال اخیر به صورت فزاینده‌ای مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه گردشگری و توسعه روستایی واقع شده‌اند. با توجه به حساسیت بیش از حد این روستاها، ارزیابی وضعیت استقرار آن‌ها نسبت به مخاطره سیل می‌تواند یک اقدام مهم در راستای مدیریت مخاطرات محیطی در این فضاها باشد. با توجه به مطالب عنوان شده، هدف اصلی این مطالعه سنجش وضعیت استقرار ۱۳ روستای هدف گردشگری واقع در حوضه آبریز زاینده رود نسبت به مخاطره سیل است. به لحاظ روش‌شناسی این مطالعه با ترکیبی از روش‌های توصیفی و تحلیلی انجام گرفته است و برای دستیابی به هدف اصلی پژوهش از ۸ معیار و تکنیک‌های سنجش از دور، سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و مدل تصمیم‌گیری آنتروپی استفاده به عمل آمده است. نتایج پهنه‌بندی نهایی نشان داد در میان روستاهای هدف گردشگری مورد بررسی، روستای چلوان در پهنه خطر بسیار زیاد، روستاهای قهه و سوادجان در پهنه خطر زیاد، روستای پوده در پهنه خطر کم و ۹ روستای هاردنگ، سه، کلهرود، تینجان، اسفرجان، بارده، دیمه، نیاکان و یاسه چا در پهنه خطر بسیار کم واقع شده‌اند. نتایج ارزیابی پهنه‌بندی انجام گرفته با استفاده از معیارهای ROC و Omission Rate و Predicted Area، نشانگر عملکرد رضایت‌بخش مدل نهایی پژوهش است.

**واژگان کلیدی:** توسعه روستایی، مخاطرات محیطی، سیل، زاینده رود.

## ۱. مقدمه

در شرایط کنونی جهان که توأم با تغییر اقلیم به واسطه فعالیت‌های روزافزون جامعه انسانی است، شدت و فراوانی مخاطرات محیطی در سال‌های گذشته افزایش یافته و به شدت در حال تشدید است (Popa et al, 2019: 1). مخاطرات محیطی مانند زلزله، گردباد، سیل، طغیان آتشفشان، همراه با رانش زمین همواره مشکلاتی را در اکثر کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته به وجود می‌آروند (Udin et al, 2018: 1). با این اوصاف سیل یکی از رایج ترین و مخرب ترین مخاطرات طبیعی زمین (Udin et al, 2018: 1) و یکی از مهمترین مخاطراتی است که جامعه با آن مواجه است (Sanders et al, 2020: 1). در یک عبارت می توان چنین عنوان کرد که سیل شایع‌ترین بلای طبیعی است که باعث مرگ و میر، جراحات و خسارات مالی زیادی می شود. با شهرنشینی سریع، مناطق مستعد سیل بیشتر توسعه یافته اند و ساختمان های بیشتری را در معرض خطر سیل قرار می دهند (Feng et al, 2022: 1).

سیل سالانه به زندگی حدود ۲۰ تا ۳۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان آسیب می رساند و تقریباً ۶۰ میلیون دلار خسارت اقتصادی ایجاد می کند (Askar et al, 2022: 1-2). به طور متوسط، جهان بین سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۰ سالانه شاهد ۱۶۳ رویداد سیل با خسارت اقتصادی سالیانه به ارزش ۳۴/۱ میلیارد دلار بوده است. با این وجود، سال ۲۰۲۱ افزایش قابل توجهی در حوادث سیل ثبت شده است و خسارات اقتصادی گسترده به ارزش ۷۴/۴ میلیارد دلار را به همراه داشته است (Thalakkottukara et al, 2024: 1907). همچنین وقوع سیل تأثیر مخربی بر مناطق اطراف دارند. بیماری های مختلفی مانند وبا، تب حصبه، لپتوسپیروز، هپاتیت A، مالاریا و دانگ به دلیل آب آلوده این سیلاب ها شیوع پیدا می کنند (Swain et al, 2020: 1). این چالش‌ها در حالی است که پیش‌بینی می‌شود که به دلیل تغییر در توزیع و تغییرپذیری بارش (یعنی شدت، فراوانی و مدت بارش) با تشدید چرخه هیدرولوژیکی و همچنین تغییرات در عوامل توسعه اجتماعی ـ اقتصادی، خطر سیل در آب‌وهوای گرم‌تر (گرم شدن دمای کره زمین یک هشدار جهانی است) افزایش یابد (Thalakkottukara et al, 2024: 1908). در هر صورت بررسی‌ها نشان می‌دهد تغییرات اقلیمی و فشار انسانی در افزایش فراوانی و شدت سیلاب‌های شدید نقش دارند. از عوامل انسانی موثر در وقوع سیل می‌توان به تغییر کاربری اراضی به دلیل روند شتابان شهرنشینی اشاره کرد که طی آن مزارع جنگلی یا کشاورزی به مناطق شهری غیرقابل نفوذ تبدیل می‌شوند (Kyaw et al, 2024: 1).

به دلیل خسارت جانی، مالی و زیست محیطی فزاینده وقوع سیل، سیاست گذاران و برنامه‌ریزان در راستای بهبود سطح کیفی و کمی مدیریت بحران، توسعه زیرساخت‌های مرتبط با کاهش سیل، تدوین برنامه های اضطراری مرتبط با سیل، به مدل ها و نقشه های دقیق تحلیل خطر سیل نیاز دارند (Tan et al, 2024: 1). از این رو با پهنه‌بندی و مدل‌سازی دقیق سیل برای ارزیابی خطر آن، اقدام به برآورد خسارت و برنامه‌ریزی شهری پایدار برای مدیریت صحیح خطر سیل می‌نمایند (Notti et al, 2018: 2)

جستجو در مطالب و پایگاه‌های عملی نشان می‌دهد پیشرفت های علمی در تجزیه و تحلیل تصاویر ماهواره ای به طور بالقوه راه حل موثر و نسبتاً ارزانی را ارائه می دهد. تصاویر ماهواره ای امکان ثبت اطلاعات به موقع و دقیق در مورد سیل و در مقیاس های مختلف را فراهم می کند. سنجش از دور مبتنی بر ماهواره برای تجسم میزان طغیان سیل از اوایل دهه ۱۹۷۰ استفاده شده است. با این حال، همچنین می تواند به عنوان یک ابزار نظارتی برای ارزیابی سیل در مقیاس کوچکتر یا برای تشخیص مراحل اولیه یک رویداد سیل استفاده شود. سنجش از دور به دلیل توانایی آن در به دست آوردن داده های دقیق و ثابت، با هزینه کم و در مناطق وسیع، پتانسیل بسیار زیادی در مدیریت سیل دارد. این یکی از سریع ترین و مقرون به صرفه ترین روش ها برای مشاهده و ارائه اطلاعات رویدادهای سیل است. در مقایسه با داده‌های سطحی به سبک قدیمی‌تر - به عنوان مثال، سوابق پیش‌بینی آب‌وهوا و/یا داده‌های ایستگاه اندازه‌گیری - داده‌های سنجش از راه دور از حسگرهای مختلف می‌توانند نیازهای جهانی گسترده نظارت بر سیل را برآورده کنند (Ghofrani et al, 2019: 161). با این تفاسیر اتکا به داده‌ها و ابزار سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی ابزار کاربردی و مناسبی در راستای مدیریت مخاطره سیل است. و در مجموع می‌توان چنین بیان نمود که تهیه نقشه‌های پهنه‌بندی از اقدامات موثر در خصوص مدیریت مخاطره سیل است (Ghansah et al, 2021: 12-13). نکته قابل تأمل در زمین مدیریت مخاطره سیل

است که در خصوص داده‌های و اطلاعات مرتبط با سیل و نواحی سیلخیز در مناطق روستایی ضعف شدیدی وجود دارد ( Ghansah et al, 2021: 12-13). مطالب فوق روی‌هم رفته نشانگر اهمیت مطالعات پهنه‌بندی خطر سیل در سکونتگاه‌های روستایی از چند جنبه مختلف است.

شواهد نشان می‌دهد در ایران مرکزی و به ویژه حوضه آبریز زاینده رود سکونتگاه‌های روستایی متعددی وجود دارد و در این میان ۱۳ روستا جزو روستاهای هدف گردشگری (روستاهایی چلوان، قهه، سوادجان، پوده، هاردنگ، سه، کلهرود، تینجان، اسفرجان، بارده، دیمه، نیاکان و یاسه چا) هستند که نسبت به دیگر روستاها دارای شرایط و جایگاه متفاوتی هستند؛ به گونه‌ای این روستاها به واسطه جذابیت‌های طبیعی و انسانی در طول ماه‌های مختلف سال پذیرای تعداد قابل توجهی از گردشگران هستند. با توجه به بازدید گردشگران از این روستاها و اهمیت فزاینده صنعت گردشگری از یک طرف و خسارات چند بعدی وقوع سیل از طرف دیگر، ارزیابی موقعیت استقرار این روستاها نسبت به مخاطره سیل از اهمیت زیادی برخوردار است. از این رو با توجه به مطالب عنوان شده، سوال‌های اصلی پژوهش حاضر عبارت است از:

وضعیت استقرار روستاهای هدف گردشگری حوضه آبریز زاینده رود نسبت به مخاطره سیل چگونه است؟ و برازش پهنه‌بندی نهایی صورت گرفته به چه صورتی است؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد در خصوص موضوع مورد مطالعه، پژوهش‌هایی انجام گرفته است که در ادامه به نتایج چند مطالعه مهم اشاهر می شود. پوپا[1] و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای اقدام به پهنه‌بندی خطر سیلاب در حوضه رودخانه بوزائو در کشور رومانی نموده‌اند. آن‌ها در این مطالعه از لایه‌هایی مانند شیب، جهت شیب، ارتفاع، کاربری اراضی و شاخص تفاوت پوشش گیاهی نرمال‌شده جهت پهنه‌بندی خطر سیلاب استفاده کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد اگر محدوده مورد مطالعه در دو بخش غربی و شرقی تقسیم نماییم، در بخش غربی حوضه مورد بررسی، احتمال وقوع سیل بیشتر از نیمه شرقی آن است.

نتایج مطالعه اسواین[2] و همکاران (۲۰۲۰) با هدف پهنه‌بندی خطر سیل در منطقه بیهار در کشور هند نشان داد در این مطالعه از پنج معیار هیدرولوژیک، مورفومتریک، نفوذپذیری، دینامیک پوشش زمین و انسانی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد مساحتی به وسعت ۳۰۰۰ کیلومتر مربع (۴۰/۳۶ درصد) در مناطق با خطر زیاد تا بسیار زیاد قرار گرفته‌اند و حدود ۱۰۰۰ کیلومتر مربع (۱۲ درصد) دارای حساسیت بسیار کم نسبت به سیلاب هستند. در مجموع نتایج نشان داد مناطقی که در مجاورت رودخانه ها قرار داشته‌اند، بیشتر در معرض خطر سیلاب قرار گرفته‌اند. نتایج پژوهش عسکر[3] و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای با هدف پهنه‌بندی حساسیت وقوع سیل در استان سلیمانیه عراق با استفاده از الگوریتم‌های مختلف، نشان داد محققان در این پژوهش از معیارهای شیب، ارتفاع، جهت شیب، انحنای پلان، فاصله از رودخانه ها، پوشش زمین، زمین شناسی، شاخص رطوبت توپوگرافی (TWI)، شاخص قدرت جریان (SPI)، بارندگی و شاخص تفاضل پوشش گیاهی نرمال شده (NDVI) استفاده کرده‌اندور در ادامه نتایج الگوریتم‌های مختلف را با هم مقایسه کرده‌اند. نتایج پژوهش وانگ[4] و همکاران (۲۰۲۳) با هدف ارزیابی خطر سیل در نواحی روستایی ـ شهری بر اساس طبقه‌بندی بیزی در منطقه خلیج بزرگ گوانگدونگ ـ هنگ کنگ ـ ماکائو نشان داد محققان در این مطالعه از معیارهای ارتفاع، شیب، فاصله از آبراهه، تراکم جاده، پوشش گیاهی جزئی[5] نگهداری آب خاک[6] و درصد سطح غیر قابل نفوذ استفاده کرده‌اند. نتایج نقشه پهنه‌بندی نهایی نشان داد که تقریباً نیمی از فضای مورد بررسی در معرض خطر متوسط سیل قرار دارد و ۲۵/۷ درصد از مناطق مورد بررسی در معرض خطر بالای سیل هستند.

---

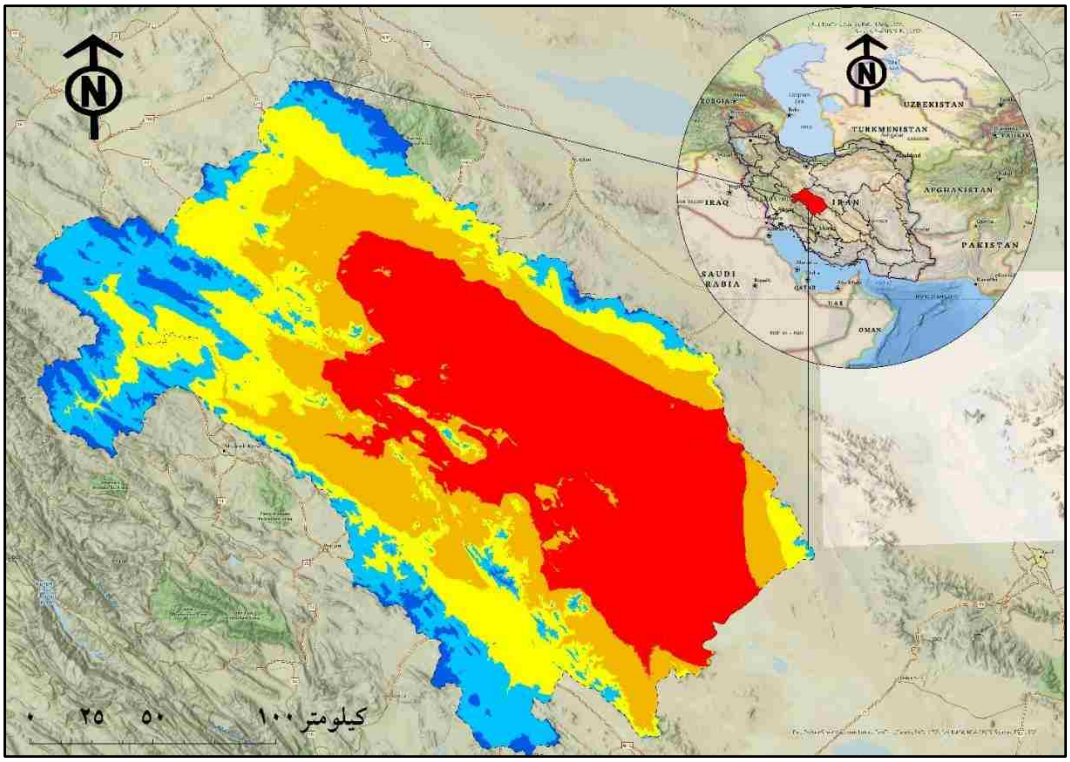
[1] Popa
[2] Swain
[3] Askar
[4] Wang
[5] fractional vegetation cover
[6] soil water retention

نتایج پژوهش چریان[1]و همکاران (۲۰۲۴) در خصوص پهنه‌بندی سیل در ارناکولام[2]در کشور هند با استفاده از QGIS نشان داد محققان در این مطالعه برای دستیابی با هدف اصلی پژوهش از معیارهای نقشه های مرز، ارتفاع، شبکه کانال و کاربری اراضی / پوشش زمین استفاده شده است.

جمع‌بندی مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد برای پهنه‌بندی محدوده‌های جغرافیایی به لحاظ مخاطره سیل، از معیارها و تکنیک‌های مختلفی استفاده شده است. با این وجود در خصوص شناسایی روستاهای در معرض خطر سیل و به ویژه روستاهای هدف گردشگری در معرض خطر سیل، مطالعات اندکی صورت گرفته است و این مطالعه به لحاظ موضوع مورد بررسی دارای نوآوری است.

## ۲. روش شناسی تحقیق

حوضه آبریز زاینده‌رود یکی از حوضه‌های مهم و راهبردی در مرکز ایران به‌شمار می‌رود. رودخانه زاینده‌رود به‌عنوان محور اصلی این حوضه، از ارتفاعات زردکوه بختیاری در رشته‌کوه زاگرس سرچشمه می‌گیرد و پس از پیمودن مسافتی در حدود ۴۰۵ کیلومتر، به تالاب گاوخونی در شرق حوضه می‌ریزد. این حوضه بخشی از سیستم آبریز فلات مرکزی ایران است و مساحتی بالغ بر ۴۱،۵۵۰ کیلومتر مربع را دربر می‌گیرد. بر اساس آمار و اطلاعات در دسترس، در این حوضه روستاهای دارای ظرفیت گردشگری متعددی وجود دارد و در این مطالعه وضعیت استقرار ۱۳ روستاهای هدف گردشگری نسبت به مخاطرات سیلاب بررسی شده است.



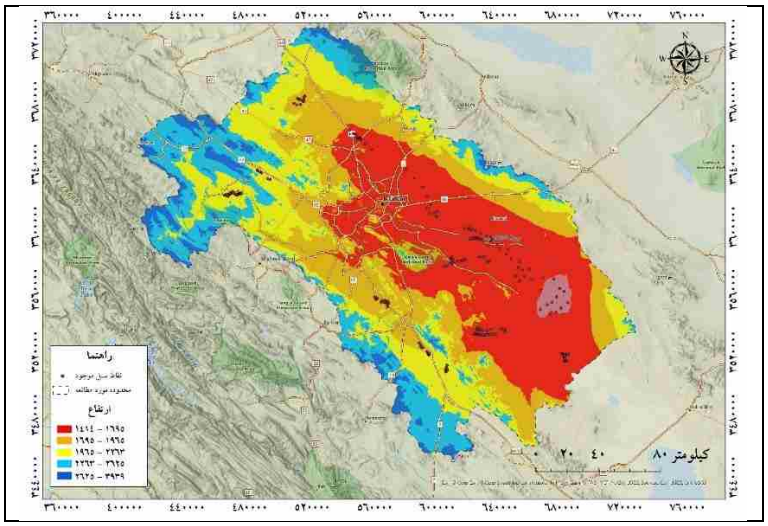

**شکل ۱- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه**

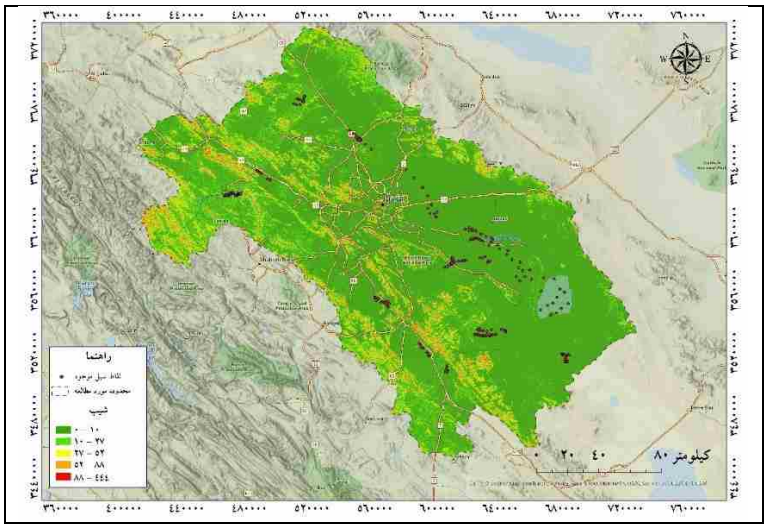
[1] Cherian
[2] Ernakulam

ماهیت این تحقیق کاربردی بوده و رویکرد آن بر تحلیل‌های کمی و فضایی استوار است. هدف اصلی آن، سنجش وضعیت استقرار روستاهای هدف گردشگری نسبت به مخاطره سیلاب در حوضه آبریز زاینده‌رود با استفاده از ترکیب تکنیک‌های سنجش از دور، سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و مدل تصمیم‌گیری آنتروپی می‌باشد. فرایند انجام این مطالعه به این صورت بوده است که در مرحله اول، مطالعات کتابخانه‌ای و مرور پژوهش‌های پیشین با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر آسیب‌پذیری روستاها نسبت به سیلاب انجام شد. در نهایت، ۸ معیار کلیدی شامل عوامل طبیعی، زیرساختی و محیطی به عنوان متغیرهای اصلی انتخاب شدند. در مرحله دوم، لایه‌های مکانی مرتبط با معیارها از طریق پردازش تصاویر ماهواره‌ای و پایگاه‌های داده‌ای نظیرGoogle Earth Engine، مدل رقومی ارتفاعی SRTM و منابع ملی نظیر نقشه‌های زمین‌شناسی، هیدرولوژی استخراج شدند. لایه‌های مورد استفاده شامل: ارتفاع، شیب، فاصله از رودخانه، فاصله از جاده، تراکم‌جاده، تراکم‌رودخانه، بارش و دما می‌باشند. در مرحله سوم، به‌منظور استانداردسازی مقیاس داده‌ها، کلیه لایه‌ها به کمک توابع نرمال‌سازی مناسب در محیط ArcGISPro مقیاس‌بندی شدند تا برای تلفیق آماده شوند. در مرحله چهارم، وزن‌دهی به طبقات معیارها بر اساس نظرات افراد صاحب نظر انجام شد. در این مرحله، اهمیت نسبی هر طبقه از معیارها با بهره‌گیری از نظر افراد صاحب نظرحوزه‌های مرتبط (، برنامه‌ریزی روستایی، توسعه گردشگری و ...) تعیین گردید. در مرحله پنجم، برای ترکیب پارامترها و تولید نقشه نهایی پهنه‌بندی وضعیت استقرار روستاها نسبت به مخاطره سیلاب، از مدل آنتروپی استفاده شد. این مدل با لحاظ میزان پراکندگی اطلاعات در هر لایه و نقاط سیلابی موجود  شاخص نهایی ترکیبی را محاسبه و طبقه‌بندی نهایی مناطق را انجام داد. در پایان، با استفاده از نرم‌افزار ArcGISPro، نقشه‌های مجزای هر یک از معیارهای ۸گانه و همچنین نقشه نهایی پهنه‌بندی مناطق روستایی در برابر سیلاب تهیه و تحلیل شدند.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

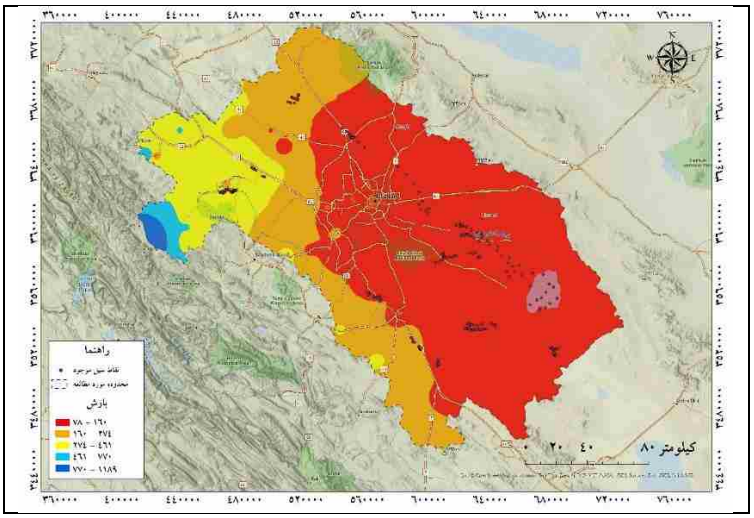
یافته‌های پژوهش بر پایه تحلیل نقشه‌های فضایی و مدل‌سازی مبتنی بر آنتروپی، وضعیت مخاطره سیلاب در حوضه آبریز زاینده‌رود را با رویکردی چندمعیاره مورد ارزیابی قرار داده است. نقشه‌های ارتفاع و شیب در محدوده مورد مطالعه نشان می‌دهند (شکل ۲) که نواحی کم‌ارتفاع و مسطح، به‌ویژه در شرق و بخش‌های میانی حوضه، در معرض خطر بالاتری از سیلاب قرار دارند. در مقابل، مناطق مرتفع غربی به دلیل شیب زیاد و ارتفاع بالا از ایمنی نسبی برخوردارند.

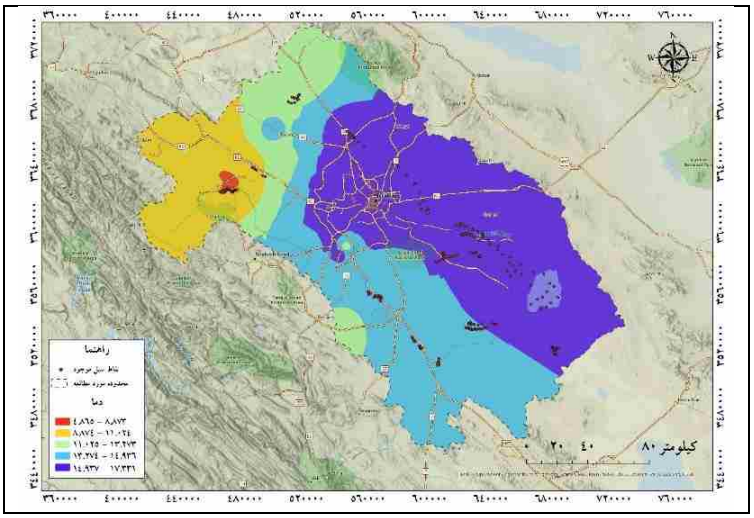





**شکل ۲- پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده بر اساس دو معیار ارتفاع و شیب**

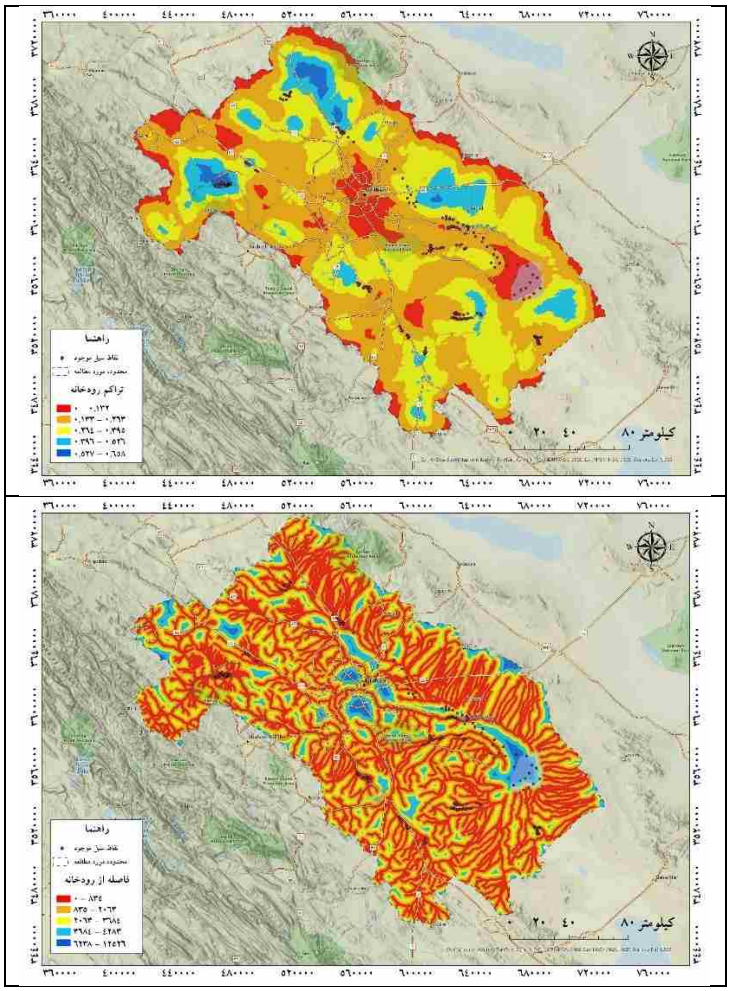
نقشه بارش نیز بیانگر تمرکز بارش در غرب حوضه است که با شیب بالا ترکیب شده و منجر به تخلیه سریع رواناب‌ها و کاهش خطر سیلاب در آن مناطق می‌شود. در شرق حوضه، علی‌رغم بارش کمتر، شرایط توپوگرافی و تراکم رودخانه‌ای، آسیب‌پذیری بیشتری ایجاد کرده‌اند. نقشه دما نیز به‌طور غیرمستقیم از طریق تأثیر بر میزان تبخیر و وضعیت رطوبتی خاک، در تحلیل نهایی لحاظ شده است (شکل ۳).





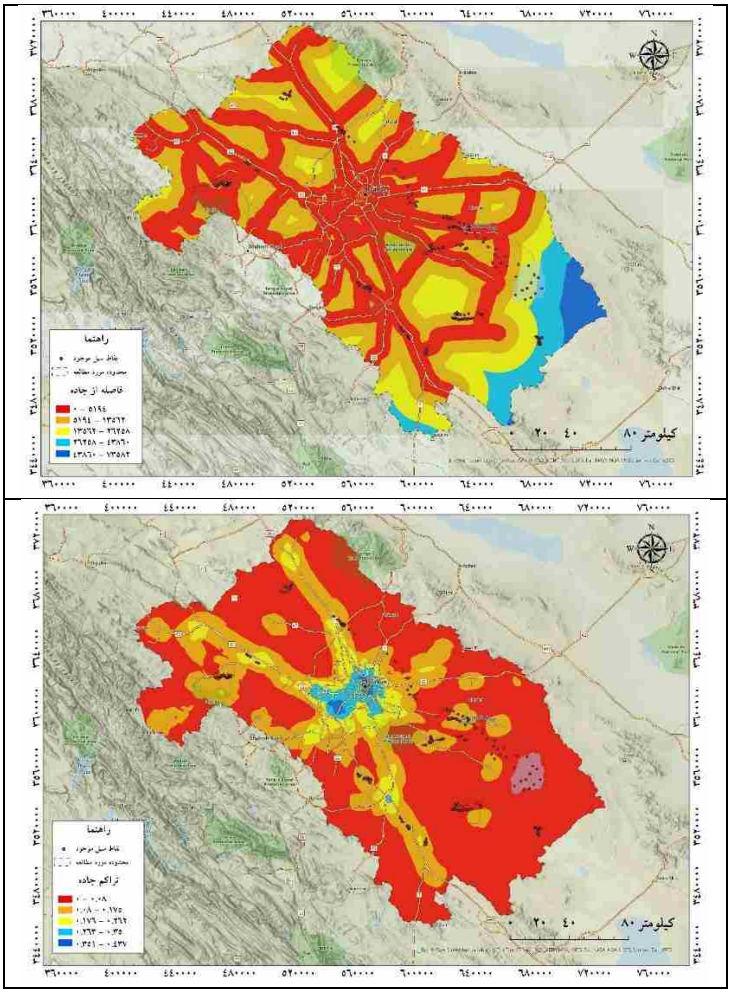

**شکل ۳- پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده بر اساس دو معیار بارش و دما**

نقشه تراکم رودخانه و فاصله از رودخانه نشان می‌دهند که سکونت‌گاه‌هایی که به بستر رودخانه نزدیک‌ترند، ریسک بالاتری از سیلاب را تجربه می‌کنند، به‌ویژه در مناطق با شیب ملایم میزان این ریسک بیشتر است (شکل ۴).



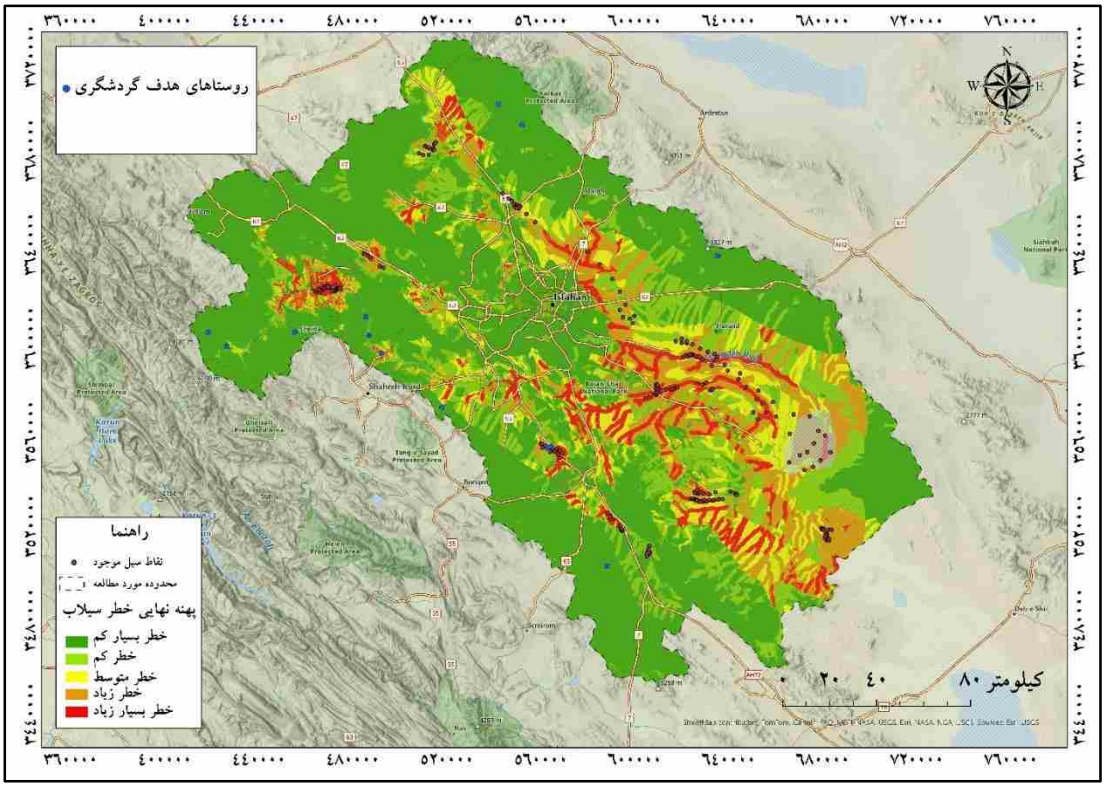
**شکل ۴- پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده بر اساس دو معیار تراکم رودخانه و فاصله از رودخانه**

نقشه فاصله از جاده و تراکم جاده نیز به‌خوبی تأثیر زیرساخت‌ها را در تغییر مسیر یا تشدید سیلاب‌های احتمالی نشان می‌دهد. (شکل ۵).




**شکل ۵- پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده بر اساس دو معیار فاصله از جاده و تراکم جاده**

نقشه نهایی پهنه‌بندی سیلاب (شکل ۶ و جدول ۱) که حاصل ترکیب وزن‌دار تمامی عوامل در مدل آنتروپی است، طبقه‌بندی دقیقی از مخاطره ارائه می‌دهد. طبق جدول نهایی، از میان روستاهای هدف گردشگری، روستای چلوان در پهنه خطر بسیار زیاد، و دو روستای قهه و سوادجان در پهنه خطر زیاد قرار دارند. سایر روستاها (مانند پوده، تینجان، بارده، دیمه و نیاکان) عمدتاً در پهنه‌های "خطر بسیار کم" تا "کم خطر" واقع شده‌اند. این نتیجه، نقاط ضعف و قوت توسعه گردشگری را در منطقه روشن می‌کند. برای سه روستای پرخطر، پیشنهاد می‌شود مداخلات مهندسی نظیر ساخت دیوار حفاظتی، اصلاح مسیر رواناب‌ها، و آموزش‌های تاب‌آورانه انجام شود.




**شکل ۶- پهنه‌بندی نهایی حوضه آبریز زاینده رود به لحاظ مخاطره سیل**

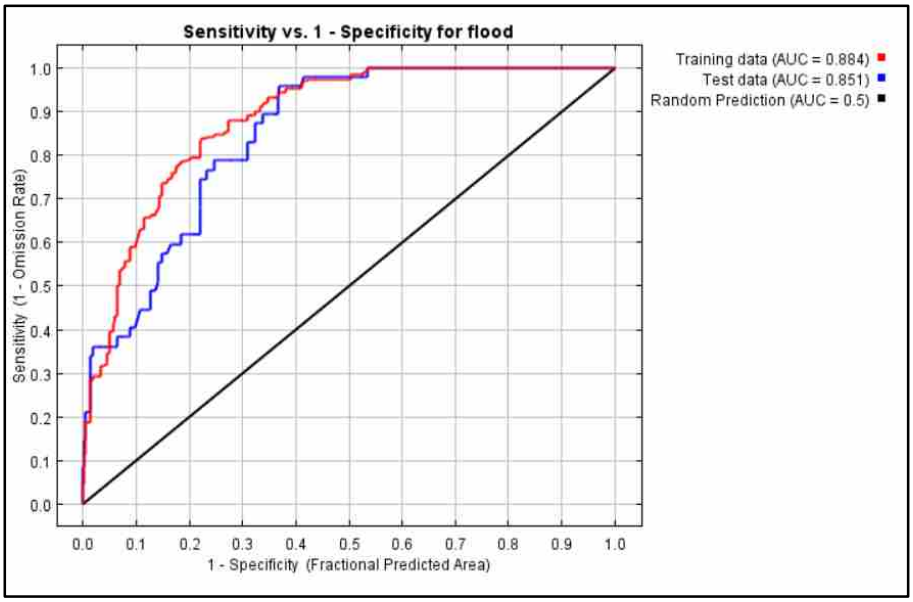
**جدول ۱- وضعیت استقرار روستاهای هدف گردشگری در پهنه‌های مختلف سیلاب**

| نام روستا | عرض جغرافیایی | طول جغرافیایی | پهنه خطر |
|---|---|---|---|
| هاردنگ | 32° 16' 30.916" N | 51° 11' 24.709" E | خطر بسیار کم |
| سه | 33° 26' 16.991" N | 51° 27' 2.758" E | خطر بسیار کم |
| کلهرود | 33° 21' 39.039" N | 51° 33' 33.942" E | خطر بسیار کم |
| تینجان | 32° 50' 55.953" N | 52° 26' 42.873" E | خطر بسیار کم |
| اسفرجان | 31° 39' 42.860" N | 51° 55' 48.322" E | خطر بسیار کم |
| بارده | 32° 33' 43.284" N | 50° 31' 22.435" E | خطر بسیار کم |
| دیمه | 32° 30' 24.783" N | 50° 12' 57.626" E | خطر بسیار کم |
| نیاکان | 32° 33' 34.060" N | 50° 7' 57.921" E | خطر بسیار کم |
| یاسه چا | 32° 37' 25.279" N | 50° 50' 46.565" E | خطر بسیار کم |
| پوده | 32° 7' 9.417" N | 51° 39' 58.901" E | خطر کم |
| قهه | 32° 7' 21.207" N | 51° 40' 53.658" E | خطر زیاد |
| سوادجان | 32° 33' 1.940" N | 50° 51' 33.471" E | خطر زیاد |
| چلوان | 32° 28' 58.291" N | 50° 54' 58.388" E | خطر بسیار زیاد |

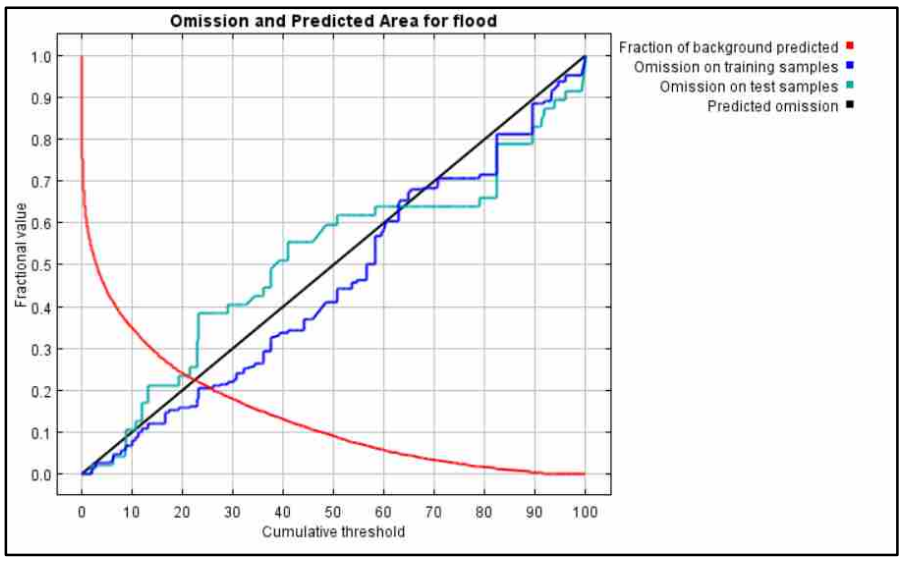
### صحت سنجی پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده رود به لحاظ مخاطره سیل

نتایج حاصل صحت سنجی پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده رود به لحاظ مخاطره سیل با استفاده از معیارهای ROC و Omission Rateو Predicted Area (شکل ۷ و ۸) نشانگر عملکرد رضایت‌بخش مدل تهیه شده است. دقت بالای این مدل در پیش‌بینی

پهنه‌های خطر، آن را به ابزاری مؤثر برای برنامه‌ریزی توسعه‌ای و کاهش ریسک در نواحی روستایی تبدیل کرده است. در مجموع، این پژوهش با تلفیق داده‌های مکانی، اقلیمی و تخصصی، بستری علمی برای توسعه گردشگری ایمن و پایدار در حوضه زاینده‌رود فراهم ساخته است.




**شکل ۷- صحت‌سنجی پهنه‌بندی سیلاب در حوضه آبریز زاینده رود با استفاده از معیار ROC**




**شکل ۸- صحت‌سنجی پهنه‌بندی سیلاب در حوضه آبریز زاینده رود با استفاده از معیار Omission Rate و Predicted Area**

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مدیریت مخاطرات محیطی به‌واسطه اثرات مخرب چندبعدی که به دنبال دارند، به صورت فزاینده‌ای مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شهری و روستایی قرار گرفته است. در این میان مدیریت مخاطرات محیطی در فضاهای دارای اهمیت بیشترو حساس از

جمله روستاهای هدف گردشگری، دارای اهمیت دوچندان است. از انجایی که روستاهای هدف گردشگری همواره در معرض بازدید گردشگران قرار دارد و همواره تبادلات اقتصادی و اجتماعی در آن تداوم دارد، وقوع مخاطرات در این فضاهای جغرافیایی می‌تواند آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بیشتری را به همراه داشته باشد. در این میان سیل از مهم‌ترین مخاطراتی است که در صورت وقوع، می‌تواند بنیان‌های معیشت جامعه روستایی را با تهدید جدی مواجه نماید. از این رو شناسایی روستاهای در معرض خطر وقوع سیل می‌تواند گام مهمی در راستای مدیریت مخاطره سیل در فضاهای گردشگرپذیری و سایر نواحی نیز باشد. در این راستای استفاده ترکیبی از تکنیک‌های سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی یکی از کم‌هزینه‌ترین روش‌های پهنه‌بندی فضاهای جغرافیایی به لحاظ مخاطرات محیطی از جمله سیل است. نتایاج پژوهش حاضر نشان داد حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ خطر سیل در وضعیت کلی مناسبی قرار دارد. با ابن وجود در برخی از پهنه‌های این قلمرو جغرافیایی، احتمال وقوع سیل جدی است. به گونه‌ای که ۳ روستا از ۱۳ روستاهی هدف گردشگری مورد بررسی، در پهنه‌های خطر زیاد و بسیار زیاد واقع شده‌اند. با توجه به حساسیت بالای روستاهای هدف گردشگری و احتمال بازدید شبانه‌روزی گردشگران از این فضاهای گردشگرپذیر، مدیریت این مخاطره در این روستاها به ویژه در فصول پاییر، زمستان و بهار ضروری به نظر می‌رسد. بارش‌های رگباری و ناگهانی در فصول مذکور می‌تواند منجر به وقوع سیل و تحمیل خسارت جانی و مالی بر گردشگران و جامعه محلی به‌ویژه در روستاهای روستای چلوان، قهه و سوادجان باشد. در راستای مدیریت خطر سیل در محدوده مورد مطالعه می‌توان اقدامات کاربردی و اجرایی متعددی از جمله ایجاد مانع در مسیر سیل، جلوگیری از ساخت و ساز در حریم رودخانه‌ها و پهنه‌های واقع در معرض خطر سیل، ساخت و ساز جدید در ارتفاع بالاتر از پهنه‌های سیل‌گیر، تعبیه جدول‌ها و کانال‌های مناسب جهت دفع آب‌های سطحی.

## منابع و ماخذ


Askar, S., Zeraat Peyma, S., Yousef, M. M., Prodanova, N. A., Muda, I., Elsahabi, M., & Hatamiafkoueieh, J. (2022). Flood susceptibility mapping using remote sensing and integration of decision table classifier and metaheuristic algorithms. Water, 14(19), 3062.

Cherian, A., Antony, R., Babu, A., & Chitra, C. J. (2024). Flood mapping in Ernakulam using QGIS. Sustainability, Agri, Food and Environmental Research, 12.

Feng, Y., Xiao, Q., Brenner, C., Peche, A., Yang, J., Feuerhake, U., & Sester, M. (2022). Determination of building flood risk maps from LiDAR mobile mapping data. Computers, Environment and Urban Systems, 93, 101759.

Ghansah, B., Nyamekye, C., Owusu, S., & Agyapong, E. (2021). Mapping flood prone and Hazards Areas in rural landscape using landsat images and random forest classification: Case study of Nasia watershed in Ghana. Cogent Engineering, 8(1), 1923384.

Ghofrani, Z., Sposito, V., & Faggian, R. (2019). Improving flood monitoring in rural areas using remote sensing. Water Practice & Technology, 14(1), 160-171.

Kyaw, K. K., Bonaiuti, F., Wang, H., Bagli, S., Mazzoli, P., Alberoni, P. P., ... & Castellarin, A. (2024). Fast-Processing DEM-Based Urban and Rural Inundation Scenarios from Point-Source Flood Volumes. Sustainability, 16(2), 875.

Notti, D., Giordan, D., Caló, F., Pepe, A., Zucca, F., & Galve, J. P. (2018). Potential and limitations of open satellite data for flood mapping. Remote sensing, 10(11), 1673.

Popa, M.C.; Peptenatu, D.; Drăghici, C.C.; Diaconu, D.C. (2019). Flood Hazard Mapping Using the Flood and Flash-Flood Potential Index in the Buzău River Catchment, Romania. Water, 11, 2116. https://doi.org/10.3390/w11102116.

Sanders, B. F., Schubert, J. E., Goodrich, K. A., Houston, D., Feldman, D. L., Basolo, V., ... & Matthew, R. A. (2020). Collaborative modeling with fine-resolution data enhances flood awareness, minimizes differences in flood perception, and produces actionable flood maps, Earth's Future, 8, e2019EF001391.

Swain, K. C., Singha, C., & Nayak, L. (2020). Flood susceptibility mapping through the GIS-AHP technique using the cloud. ISPRS International Journal of Geo-Information, 9(12), 720.

Tan, W., Qin, N., Zhang, Y., McGrath, H., Fortin, M., & Li, J. (2024). A rapid high-resolution multi-sensory urban flood mapping framework via DEM upscaling. Remote Sensing of Environment, 301, 113956.

Thalakkottukara, N. T., Thomas, J., Watkins, M. K., Holland, B. C., Oommen, T., & Grover, H. (2024). Suitability of the height above nearest drainage (HAND) model for flood inundation mapping in data-scarce regions: a comparative analysis with hydrodynamic models. Earth Science Informatics, 1-15.

Udin, W. S., Binti Ismail, N. A., Bahar, A. M. A., & Khan, M. M. A. (2018). GIS-based River flood hazard mapping in rural area: a case study in Dabong, Kelantan, Peninsular Malaysia. Asian Journal of Water, Environment and Pollution, 15(1), 47-55.

Wang, M., Fu, X., Zhang, D., Chen, F., Su, J., Zhou, S., ... & Tan, S. K. (2023). Urban Flooding Risk Assessment in the Rural-Urban Fringe Based on a Bayesian Classifier. Sustainability, 15(7), 5740.

# شناسایی سکونتگاه‌های روستایی مستعد توسعه گردشگری در حوضه آبریز زاینده رود

**داود جمینی***، استادیار، گروه ژئومورفولوژی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه کردستان، شهر سنندج، ایران

**رامین آتش بهار**، دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

**هانا اسماعیل‌پور**، دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

## چکیده

یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه نواحی روستایی که امروزه با چالش‌های متعددی مواجه هستند، توسعه گردشگری است. با این وجود همه روستاها یک منطقه از ظرفیت یکسانی در خصوص توسعه گردشگری و جذب گردشگری برخوردار نیستند. با توجه به محدودیت‌های مالی جوامع روستایی و هزینه بالای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به ویژه در بعد کالبدی و زیرساختی، منطقی است اقدامات توسعه گردشگری در نقاط روستایی مستعد صورت گیرد. این رو هدف اصلی پژوهش کمی و کاربری حاضر که ترکیبی از روش‌های توصیفی و تحلیلی انجام گرفته است، شناسایی سکونتگاه‌های روستایی مستعد توسعه گردشگری در حوضه آبریز زاینده رود است. در راستای دستیابی به هدف اصلی پژوهش از ۱۴ معیار طبیعی و انسانی استفاده شده است. در راستای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از رویکرد همپوشانی فازی و عملگر Sum استفاده شده است. به‌طور کلی نتایج پژوهش نشان داد بخش شرقی حوضه آبریز زاینده‌رود دارای ظرفیت بیشتری جهت توسعه گردشگری است. همچنی نتایج نشان داد از مجموع ۱۲۸۲ روستای واقع در حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ توسعه گردشگری ۱۷۲ روستا (معادل ۱۳/۴۲ درصد) در پهنه بسیار مناسب، ۶۸ روستا (معادل ۵/۳ درصد) در پهنه مناسب، ۱۶۳ روستا (معادل ۱۲/۷۱ درصد) در پهنه نسبتاً مناسب، ۴۷۸ روستا (معادل ۳۷/۲۹ درصد) در پهنه نامناسب و ۴۰۱ روستا (معادل ۳۱/۲۸ درصد) در پهنه بسیار نامناسب قرار گرفته‌اند.

**واژگان کلیدی:** توسعه روستایی، گردشگری، گردشگری روستایی، زاینده‌رود.

## ۱. مقدمه

امروزه بسیاری از کشورها با مسائل و چالش‌های متعددی در مناطق روستایی مواجه هستند (Ma et al, 2024: 1). این امر موجب توجه به رویکرد بازسازی سیستم‌های اقتصادی در مناطق روستایی شده است. در این میان توسعه گردشگری یکی از مهم‌ترین رویکردها بوده است (Dong et al, 2013: 181). مزایای صنعت گردشگری در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی تا حدی است که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه برای توسعه اقتصادی و رفاه خود، به شدت به بخش گردشگری متکی هستند (Komasi et al, 2025: 2).

سابقه گردشگری روستایی به قرن نوزدهم، یعنی زمانی که جامعه شهری با گسترش راه آهن، حمل و نقل پیشرفته و سیستم‌های ارتباطی به تدریج شروع به بازدید از روستاهای بکر نمودند، برمی‌گردد. گردشگری روستایی در صورت مدیریت بهینه و پایدار می‌تواند به عنوان ابزاری برای تقویت مشاغل و رفاه جوامع محلی، حفاظت از منابع روستایی و تقویت کننده اصالت و هویت محلی و در نهایت توسعه پایدار روستایی مورد استفاده قرار گیرد. در غیر این صورت می‌تواند منجر به افزایش نابرابری و بی عدالتی شدید در سطح جامعه، ازدحام فزاینده، تولید زباله، افزایش قیمت کالاهای محلی و زمین، افزایش هزینه زندگی، افزایش نرخ جرم و جنایت، مسائل مربوط به اصالت فرهنگی، تضاد فرهنگی، عدم صداقت و بیگانگی در میان ذینفعان در مناطق روستایی گردد (Karali et al, 2024: 173).

سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) گردشگری روستایی را به عنوان ابزاری بالقوه برای حفظ فرهنگ و طبیعت و حمایت از توسعه پایدار منطقه ای می شناسد (Verma et al, 2024: 1). گردشگری روستایی می تواند نقش‌های مختلفی را در فرایند توسعه روستایی ایفا نماید. به این صورت که اقتصادهای روستایی را احیا و متنوع کند، میراث محلی را حفظ کند و روستاهای سنتی را که از اثرات شهرنشینی و مدرن شدن آسیب دیده اند، احیا نماید (Lwoga & Maturo, 2020: 773). همچنین گردشگری روستایی با فراهم نمودن بسترهای جذاب دیداری، تجارب آموزشی، فرصت‌های تفریحی، تعاملات مذهبی و فرهنگی و ... (Joshi et al, 2024: 2) می‌تواند در تحریک اقتصاد، ایجاد مشاغل کوچک و درآمد جانبی برای جمعیت روستایی (Ramanauskienė et al, 2006: 39)، تقویت زیرساخت‌ها و ارتباطات روستایی (Grubor et al, 2019: 7) و ...، مزایای متعددی را برای جامعه محلی به همراه داشته باشد. گردشگری روستایی دارای مشخصه‌هایی همچون مکان ایمن، حافظ توسعه پایدار است (Gajić et al, 2023: 3) و بخشی از گردشگری پایدار است که ضمن تطابق با محیط، اقتصاد و جامعه محلی، در دستیابی به توسعه پایدار نقش کلیدی را ایفا می‌نماید (Andreopoulou et al, 2014: 447).

علی‌رغم جایگاه ویژه گردشگری در توسعه جوامع محلی و مقاصد گردشگری، شواهد نشان می‌دهد گردشگر به رسالت خود در نواحی روستایی، عمل نکرده است و نقش خود را به صورت کامل در توسعه پایدار روستایی ایفا نکرده است و این مهم می‌تواند معلول علل مختلفی باشد (جمینی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۳۸). در این میان یکی از مهم‌ترین این علل می‌تواند کم توجهی به استعداد واقعی نقاط روستایی به لحاظ توسعه گردشگری و جذب گردشگر باشد. در این میان ممکن است علی‌رغم محدودیت‌های بودجه‌ای و موانع نهادی توسعه گردشگری روستایی، منابع مالی محدودی که به سرمایه‌گذاری در راستای توسعه گردشگری روستایی تخصیص می‌یابد، در نقاط روستایی با ظرفیت پایین مصرف گردد و به هدر رفت سرمایه محدود منجر گردد. در راستای بهینه‌سازی سرمایه‌گذاری‌ها و همچنین برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی، شناسایی نقاط روستایی مستعد امری ضروری و منقطی است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد استفاده از الگوریتم‌ها و تکنولوژی‌های جدید، از پرکاربردترین ابزار برای حل مسائل جستجو و بهینه‌یابی در دنیای واقعی است. هدف اصلی استفاده از این ابزارها، تعیین مقادیر مطلوب با بهترین کارایی است (شیرجندی و همکاران، ۱۳۹۹). در این میان، سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) از پرکاربردترین ابزار برای پهنه‌بندی فضاهای مختلف جغرافیایی از جمله مکان‌یابی بهینه فضاهای مستعد گردشگری است (صیدایی و صادقی، ۱۴۰۲؛ صادقی، ۱۴۰۲).

حوضه آبریز زاینده رود به عنوان یکی از حوضه‌های آبریز واقع در مرکز ایران بیش از ۱۰۰۰ نقطه روستایی را در خود جای داده است. با توجه به محدودیت‌های منابع آب و همچنین چالش‌های مختلفی که جوامع روستایی در این حوضه آبریز با آن مواجه هستند،

توسعه گردشگری در نقاط روستایی مستعد می‌تواند راهبرد مناسبی برای توسعه روستایی در این نقاط روستایی باشد. در راستای بهینه‌سازی سرمایه‌گذاری‌ها و با توجه تعدد روستاهای واقع در محدوده مورد مطالعه و بنیان جغرافیایی متفاوت حاکم بر محدوده مورد مطالعه، شناسایی روستاهای مستعد توسعه گردشگری می‌تواند در رونق گردشگری وبه تبع آن توسعه روستایی در نواحی مستعد، کمک شایانی نماید. از این رو با توجه به مطالب عنوان شده، پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ استعداد گردشگری و شناسایی روستاهای دارای بیشترین ظرفیت توسعه گردشگری با اتکا به معیارهای طبیعی و انسانی، مسأله اساسی پژوهش حاضر است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در خصوص موضوع مورد بررسی مطالعات متعددی انجام گرفته است که در ادامه به نتایج چند مطالعه مهم اشاره می‌شود. یافته‌های مطالعه شهدادی و همکاران (۱۳۹۸) با هدف مکان‌یابی مناطق مستعد احداث اکوکمپ‌های عشایری در بخشی از شهرستان سمیرم نشان داد محققان در این مطالعه برای مکان‌یابی اکوکمپ از معیارهای مختلفی مانند فاصله از شبکه ارتباطی، فاصله از چشمه‌ها، ارتفاع، کاربری اراضی، شیب، مراکز خدماتی ـ رفاهی، فاصله از سکونتگاه‌های روستایی، استفاده کرده‌اند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد در میان ۱۷۱ روستای واقع در محدوده مورد مطالعه، ۲۹ روستا قابلیت احداث اکوکمپ را دارند. محمودی و بیشمی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با استفاده از معیارهای دسترسی به شبکهٔ معابر، شیب، ارتفاع، فاصله از فرودگاه، فاصله از مخاطرات طبیعی، اقدام به مکان‌یابی روستاهای مستعد احداث اکوکمپ بین‌المللی در استان کرمانشاه نموده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد روستای چالابه دارای بهترین شرایط برای ساخت اکوکمپ بین‌المللی در استان است. صادقی (۱۴۰۲) در پژوهشی با هدف تعیین پهنه‌های مستعد ایجاد اماکن اقامتی ـ گردشگری در منطقهٔ دزپارت واقع در استان خوزستان، از معیارهای ارتفاع، شیب، فاصله از جادهٔ ارتباطی، فاصله از سکونتگاه شهری، فاصله از سکونتگاه روستایی، فاصله از منابع گردشگری، فاصله از گسل، فاصله از منابع آب (رود کارون) و کاربری اراضی جهت دستیابی به هدف اصلی پژوهش استفاده کرده است. نتایج پژوهش نشان داد در حالت خوشبینانه و بدبینانه به‌ترتیب ۳۹/۴۱ درصد و ۳/۱ درصد از محدوده مورد مطالعه برای احداث خدمات اقامتی-گردشگری مناسب هستند.

محمدی و همکاران (۱۴۰۳) در مطالعه‌ای با هدف پهنه‌بندی شهرستان سروآباد به لحاظ استعداد احداث اکوکمپ گردشگری از معیارهایی نظیر فاصله از گسل، فاصله از نقاط سیل‌خیز، فاصله از رودخانه، فاصله از زمین لغزش، فاصله از جاده، درصد شیب، زاویه تابش سالانه خورشید، متوسط بارش سالیانه، متوسط دمای سالیانه، کاربری اراضی، فاصله از سکونتگاه‌های شهری، ارتفاع، فاصله از سکونتگاه‌های روستایی، زمین‌شناسی، جهت شیب، پوشش گیاهی و خاک و رویکرد همپوشانی فازی (عملگر Sum) استفاده کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد از کل مساحت شهرستان سروآباد (۱۰۴۳/۶۸ کیلومتر مربع) ۲/۱۳ کیلومتر مربع (۰/۲ درصد) در پهنه بسیار مناسب، ۹۱/۲۴ کیلومتر مربع (۸/۷۴ درصد) در پهنه مناسب، ۵۴۹/۹ کیلومتر مربع (۵۲/۶۹ درصد) در پهنه نسبتاً مناسب، ۳۸۸/۱۷ کیلومتر مربع (۳۷/۱۹ درصد) در پهنه نامناسب و ۱۲/۲۴ کیلومتر مربع (۱/۷ درصد) در پهنه بسیار نامناسب قرار گرفته است.

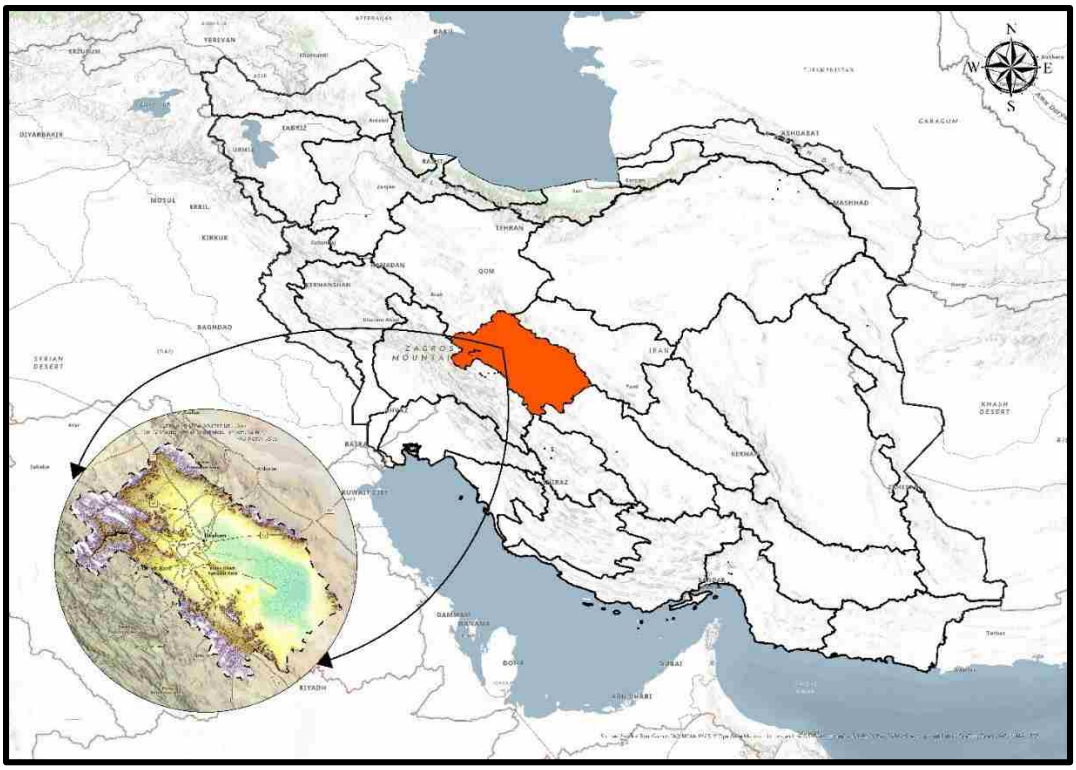
نتایج پژوهش فردوسی[1] (۲۰۲۴) با هدف مکان‌هایی اکوکمپ‌های گردشگری در راستای توسعه پایدار روستایی نشان داد این محقق از معیارهای نور خورشید، شیب، فاصله از بلندترین قله، کاربری اراضی، فرسایش، فاصله از شبکه راه، فاصله از گسل‌ها، فاصله از مناطق حفاظت‌شده، فاصله از جاذبه‌ها، فاصله طبیعی از سکونتگاه‌ها و فاصله از مناطق سیل‌خیز استفاده کرده است و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از رویکرد ترکیبی AHP و سیستم اطلاعات جغرافیایی استفاده کرده است. در نهایت مناسب‌ترین مکان‌ها برای ایجاد اکوکمپ‌های بوم گردی شناسایی و پیشنهاد شده است.

---

1Ferdowsi

## ۲. روش شناسی تحقیق

حوضه آبریز زاینده‌رود (شکل ۱) یکی از حوضه‌های مهم در مرکز ایران است که رودخانه زاینده‌رود، به‌عنوان شریان حیاتی آن، از ارتفاعات زردکوه بختیاری در رشته‌کوه زاگرس سرچشمه گرفته و پس از طی مسیری حدود ۴۰۵ کیلومتر، به تالاب گاوخونی می‌ریزد. این حوضه بخشی از حوضه آبریز فلات مرکزی ایران محسوب می‌شود و مساحتی بالغ بر ۴۱۵۵۰ کیلومتر مربع دارد. این حوضه از شمال به حوضه آبریز دریاچه نمک، از شرق به حوضه‌های دق سرخ و کویر سیاه‌کوه، از جنوب به حوضه کویر ابرقو و از غرب و جنوب غرب به حوضه آبریز کارون محدود می‌شود. منطقه دارای تنوع اقلیمی است؛ به‌طوری‌که در نواحی مرتفع غربی، اقلیم سرد و کوهستانی و در نواحی شرقی، اقلیم گرم و خشک حاکم است. این تنوع اقلیمی باعث ایجاد پوشش‌های گیاهی و زیستگاه‌های متنوعی در منطقه شده است. در سال‌های اخیر، به‌دلیل کاهش بارندگی، برداشت‌های بی‌رویه از منابع آب و مدیریت نادرست، جریان آب زاینده‌رود کاهش یافته و تالاب گاوخونی با خطر خشک‌شدن مواجه شده است. این وضعیت منجر به افزایش کانون‌های تولید گرد و غبار و تهدید تنوع زیستی منطقه شده است.




**شکل ۱- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه**

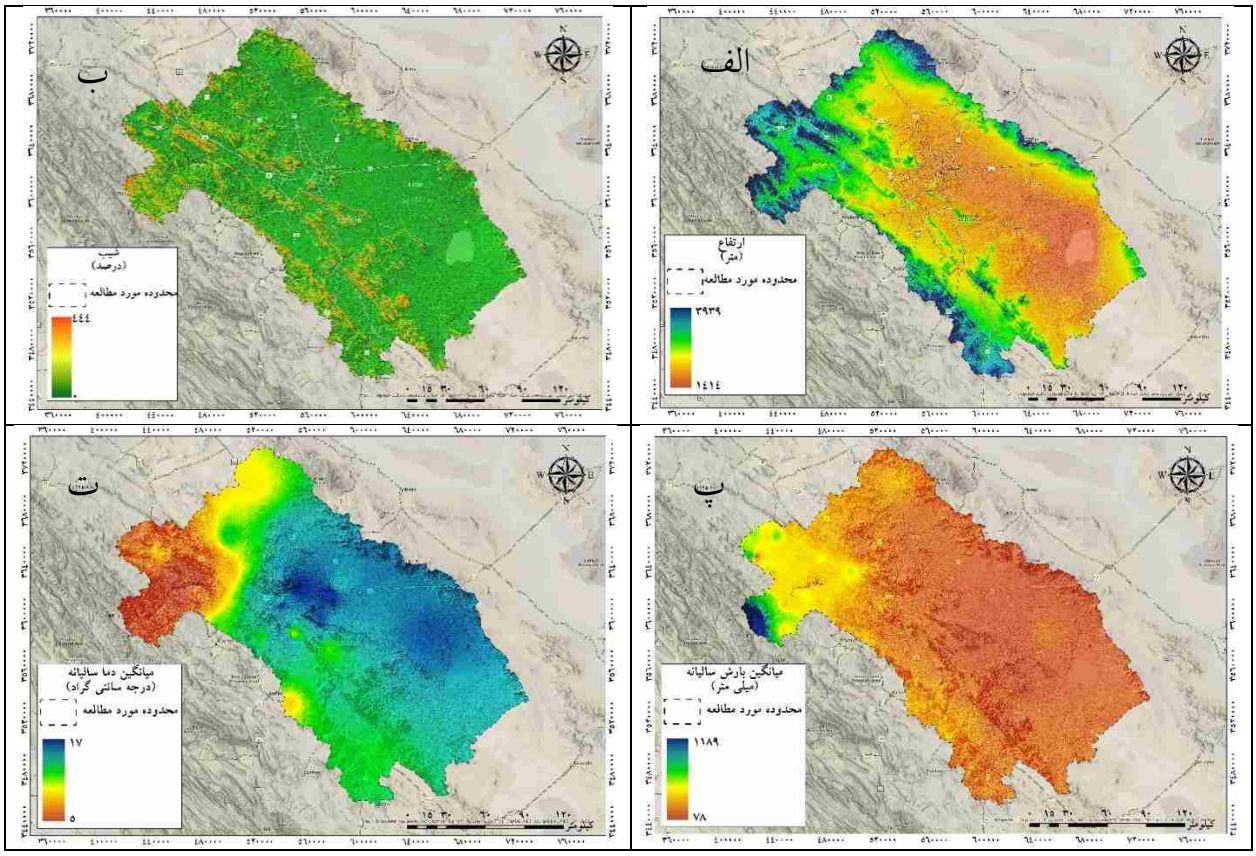
پژوهش کمی و کاربردی حاضر ترکیبی از رویکردهای توصیفی ـ تحلیلی فضایی انجام شده است. هدف اصلی این مطالعه، پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده‌رود و شناسایی روستاهای مستعد به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری با استفاده از تلفیق تکنیک‌های سنجش از دور، سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و منطق فازی است. در راستای دستیابی به هدف اصلی پژوهش، ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی پژوهش‌های مرتبط انجام گرفته و به واسطه آن عوامل مؤثر بر پهنه‌بندی فضاهای جغرافیایی به لحاظ استعداد گردشگری شناسایی و استخراج شده‌اند. طی این فرایند ۱۴ معیار کلیدی (ارتفاع، شیب، پوشش گیاهی(NDVI) ، فاصله از گسل، فاصله از رودخانه، فاصله از جاده، فاصله از زمین‌لغزش، فاصله از زلزله، جهت شیب، بارش، دما، فاصله از پهنه‌های سیلابی، فاصله از مناطق حفاظت‌شده و فاصله از زیستگاه‌های حیات‌وحش) به عنوان معیارهای موثر انتخاب شدند. در ادامه لایه‌های مکانی مورد نیاز از طریق پردازش تصاویر ماهواره‌ای نظیر Landsat و پایگاه‌های داده مکانی نظیر Google Earth Engine، SRTM و دیگر منابع در دسترس

در سطح ملی (نقشه‌های زمین‌شناسی، هیدرولوژی و ...) استخراج شدند. سپس با استفاده از نرم افزار Arc GIS Pro اقدام به استخراج نقشه معیارهای ۱۴گانه شده است.

در این مطالعه به منظور یکسان‌سازی مقیاس داده‌ها، تمامی لایه‌ها با استفاده از توابع عضویت فازی مناسب نرمال‌سازی شدند. برای هر معیار بسته به ماهیت تأثیر آن، از توابع Lainer، Large، Small و Triangular استفاده شده است. برای وزن‌دهی به معیارهای مورد استفاده از نظرات محققان و کارشناسان استفاده شده است. در نهایت با رویکرد همپوشانی فازی و کاربست عملگر Sum نقشه نهایی پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری تهیه گردید.

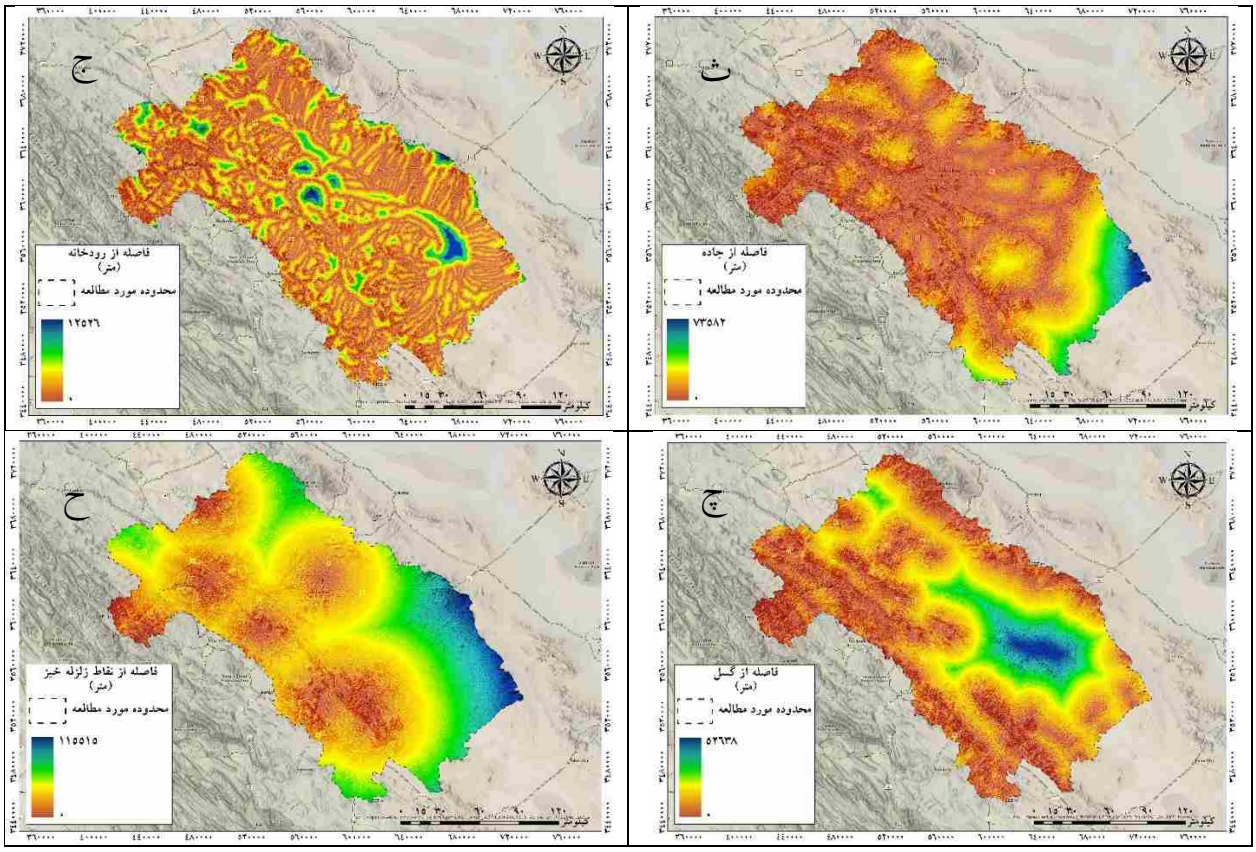
## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

با توجه به هدف اصلی پژوهش و در راستای دستیابی به این هدف نقشه های مربوط به ۱۴ معیار موثر تهیه شده‌اند. در شکل ۲، توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای ارتفاع، شب، بارش و دما نمایش داده شده است. در شکل ۲، نقشه (الف) پارامتر ارتفاع را نشان داده است. ارتفاع منطقه مورد مطالعه از ۱۴۱۴متر الی ۳۹۳۹ متر می باشد. مناطق با ارتفاع زیاد بیش‌تر در حاشیه منطقه مورد مطالعه قرار گرفته اند. مناطق مرکز حوضه زاینده‌رود دارای ارتفاع کمتری می‌باشند. در شکل ۲، نقشه (ب) معیار شیب منطقه مورد مطالعه را نشان داده است. به این صورت که شیب‌های زیاد نیز همانند ارتفاع های بالا بیشتر در مرز مطقه مورد مطالعه قرار گرفته‌اند و مناطق مرکزی دارای شیب ملایم‌تری هستند. در این شکل نقشه (پ) پارامتر اقلیمی بارش منطقه مورد مطالعه بارش را نشان داده است. میزان بارش منطقه به خوبی نشان داده است که منطقه از لحاظ میزان بارش بسیار متغیر است. در شکل ۲، نقشه (ت) وضعیت دما منطقه را نشان داده است. مناطق مرکزی دارای بیشترین میزان دما هستند.



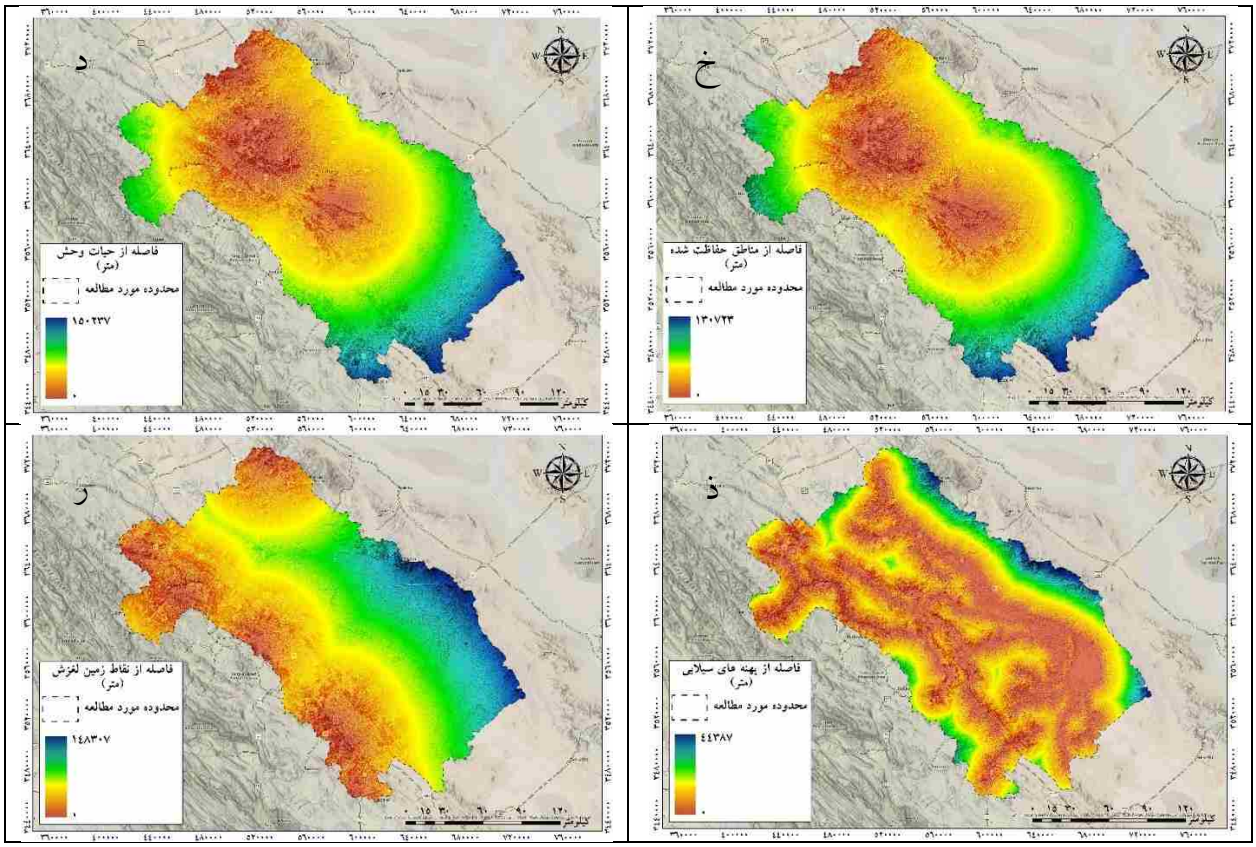

**شکل ۲- توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای ارتفاع، شب، بارش و دما**

در شکل ۳، توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای فاصله از جاده، فاصله از رودخانه، فاصله از گسل و فاصله از نقاط زلزله‌خیز نمایش داده شده است. در این شکل نقشه (ث) نقشه فاصله از جاده را نشان داده است. مناطقی که فاصله کمتری تا جاده دارند همواره مناطق مستعد گردشگری هستند. در شکل ۳، نقشه (ج) لایه فاصله از رودخانه را نشان داده است رودخانه ها از مناطق پرطرفدار گردشگری هستند. بنابراین هرچه فاصله از رودخانه کمتر باشد منطقه مستعد گردشگری می باشد. در این شکل نقشه (چ) پارامتر فاصله از گسل را نشان داده است. به طور کلی مناطق مرکزی ایران دارای تراکم گسلی بالا هستند و نقشه (ح) لایه فاصله از نقاط زلزله‌خیز را نشان داده است. مناطق مرکزی ایران در طول تاریخ همواره شاهد وقوع زلزله مکرر بوده‌اند.



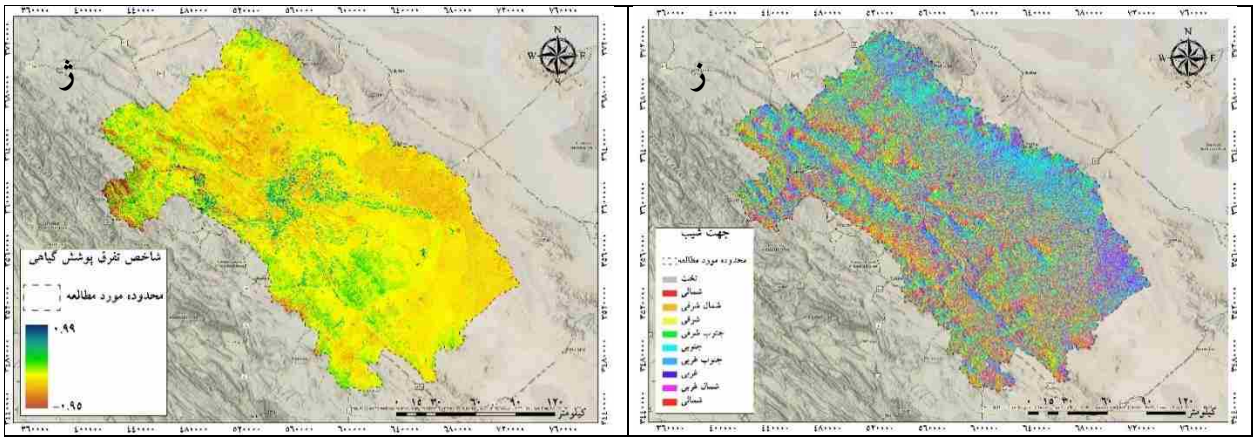

**شکل ۳- توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای ارتفاع، شب، بارش و دما**

در شکل ۴، توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای فاصله از مناطق حفاظت شده، فاصله از مناطق حیات وحش، فاصله از پهنه سیلابی و فاصله از نقاط زمین لغزش نمایش داده شده است. در این شکل نقشه (خ) معیار فاصله از مناطق حفاظت شده را نشان داده است. در محدوده مورد مطالعه سه پهنه منطقه حفاظت شده وجود دارد. در شکل ۴، نقشه (د) لایه فاصله از مناطق حیات وحش را نشان داده است. در این شکل نقشه (ذ) پارامتر فاصله از پهنه سیلابی را نشان داده است. حوضه زاینده رود یکی از حوضه های سیلاب خیز کشور می باشد. در شکل ۴، نقشه (ر) لایه فاصله از نقاط زمین لغزش را نشان داده است. زمین لغزش های اتفاق افتاده بیشتر در مرز حوضه زاینده رود بوده اند.




**شکل ۴- توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای فاصله از (مناطق حفاظت‌شده، مناطق حیات وحش، پهنه سیلابی و نقاط زمین‌لغزش)**

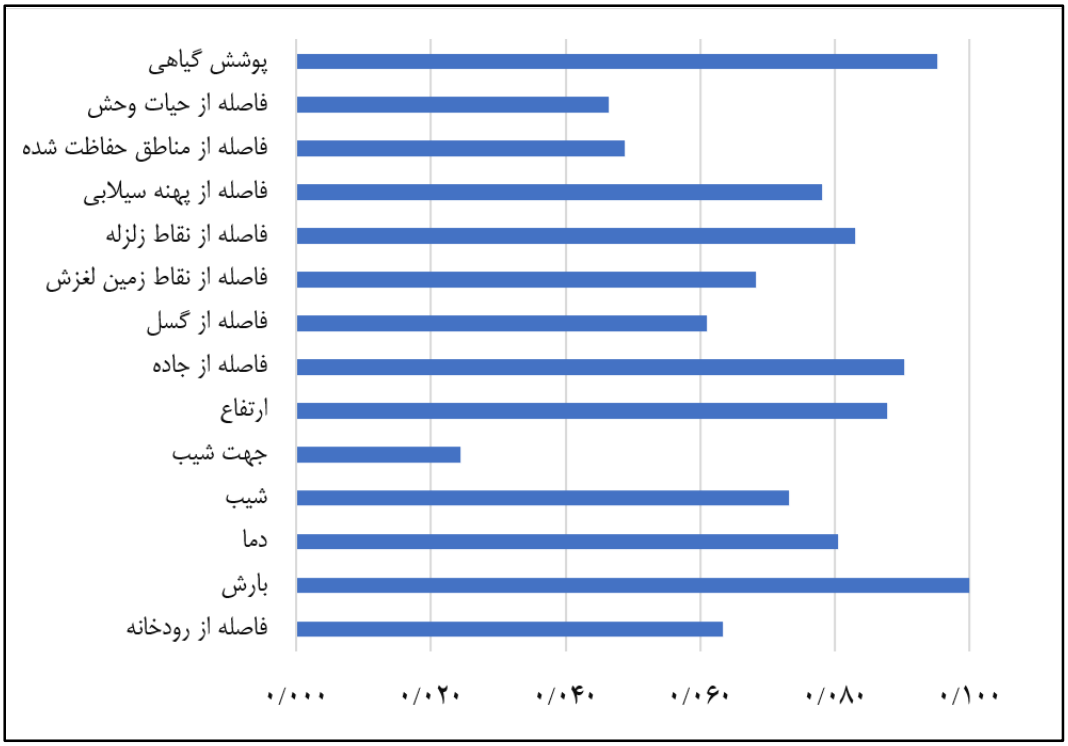
در شکل ۵، توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای جهت شیب و شاخص پوشش گیاهی نمایش داده شده است. در این شکل نقشه (ز) جهت شیب منطقه را نشان داده است. مناطق جنوبی به دلیل تابش بیشتر آفتاب دارای اهمیت بیشتری نسبت به دیگر مناطق هستند. در شکل ۵، نقشه (ژ)، وضعیت شاخص پوشش گیاهی منطقه مورد مطالعه را نشان داده است.




**شکل ۵- توزیع فضایی حوضه آبریز زاینده‌رود بر اساس معیارهای شیب و شاخص پوشش گیاهی**

### پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری

همان‌طور که در بخش‌های قبل عنوان گردد، در این مطالعه برای وزن‌دهی به معیارهای مورد استفاده از نظرات محققان و کارشناسان استفاده شده است (شکل ۶). در این میان معیارهای بارش و جهت شیب با وزن ۰/۱ و ۰/۰۲۴، به ترتیب بیشترن و کمترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند.

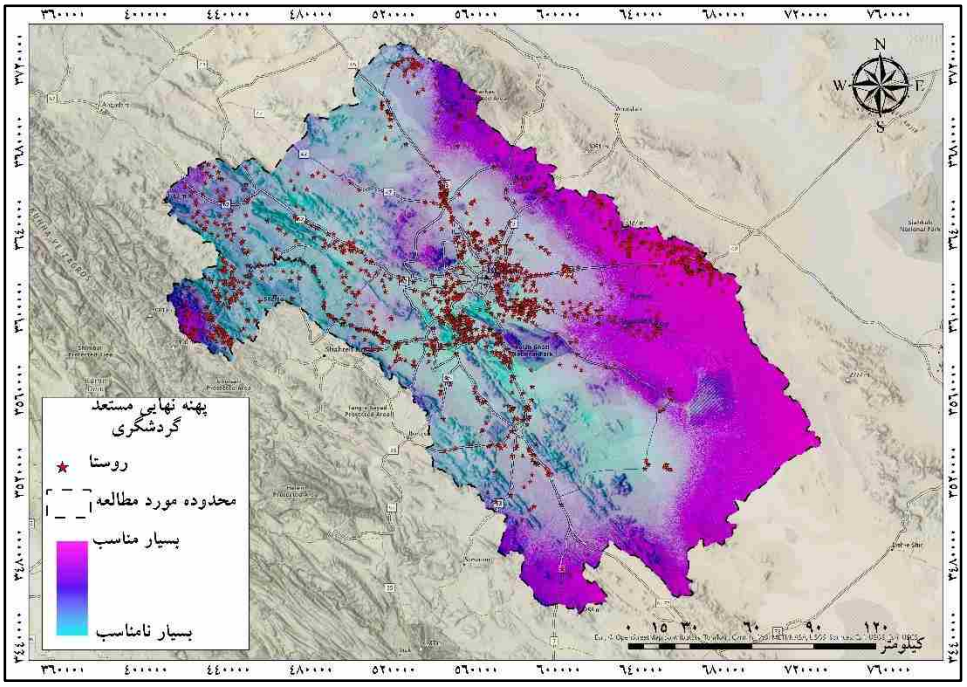



**شکل ۶- وزن تخصیص یافته به معیارهای مورد استفاده در پژوهش**

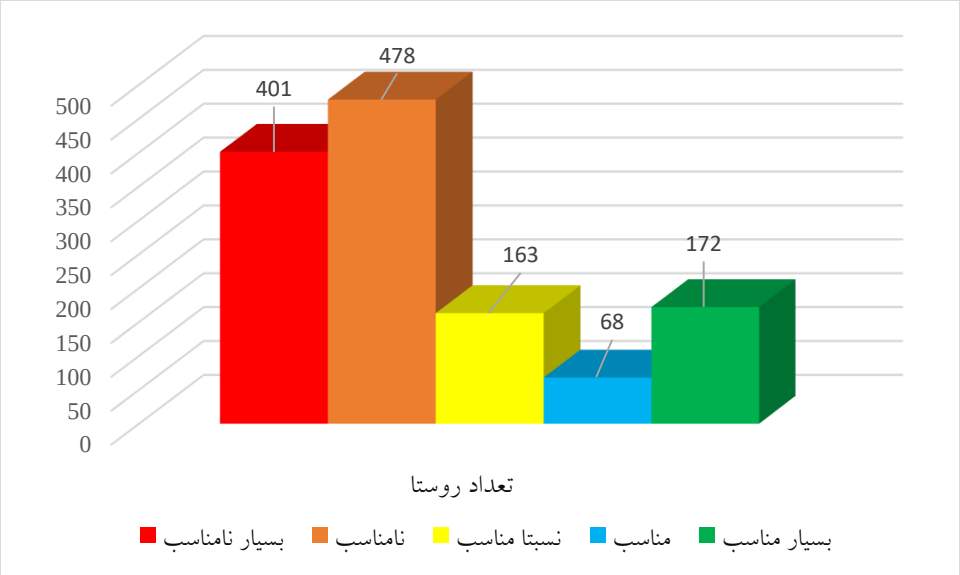
پس از محاسبه وزن معیارهای پژوهش، با استفاده از رویکرد همپوشانی فازی و کاربست عملگر Sum، حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری پهنه‌بندی شده است (شکل ۷). پهنه‌بندی مذکور در ۵ کلاس (بسیار مناسب، مناسب، نسبتاً مناسب، نامناسب و بسیار نامناسب) صورت گرفته است. در ادامه بر اساس پهنه‌بندی مذکور و با توجه به موقعیت جغرافیایی روستاهای واقع

در محدوده مورد مطالعه (۱۲۸۲ روستا)، این روستاها نیز در کلاس‌های پنج‌گانه مذکور به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری دسته‌بندی شده‌اند (شکل ۸).

یافته‌های حاصل شده نشان می‌دهد در مجموع بخش شرقی حوضه آبریز زاینده‌رود دارای ظرفیت بیشتری جهت توسعه گردشگری است و مرکز و نیمه غربی آن (به استثنای بخش کوچکی از حاشیه مرزی بخش غربی) دارای وضعیت چندان مناسبی برای توسعه گردشگری نیستند. در خصوص نحوه توزیع سکونتگاه‌های روستایی در پهنه مختلف حاصل شده، یافته‌ها نشان می‌دهد از مجموع ۱۲۸۲ روستای مورد بررسی، ۱۷۲ روستا (معادل ۱۳/۴۲ درصد) در پهنه بسیار مناسب، ۶۸ روستا (معادل ۵/۳ درصد) در پهنه مناسب، ۱۶۳ روستا (معادل ۱۲/۷۱ درصد) در پهنه نسبتاً مناسب، ۴۷۸ روستا (معادل ۳۷/۲۹ درصد) در پهنه نامناسب و ۴۰۱ روستا (معادل ۳۱/۲۸ درصد) در پهنه بسیار نامناسب قرار گرفته‌اند. یافته‌های حاصل شده نشانگر تفاوت قابل توجه وضعیت روستاهای حوضه آبریز به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری به لحاظ معیارهای مورد بررسی است.




**شکل ۷- پهنه‌بندی حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری**




**شکل ۸- وضعیت روستاهای واقع در حوضه آبریز زاینده‌رود به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری**

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

از یک طرف با توجه به مزایای متعددی که صنعت گردشگری به ویژه در بعد اقتصادی برای جوامع میزبان به همراه دارد و از طرف دیگر با توجه به چالش‌های متعددی که جوامع روستایی به ویژه در بعد اقتصادی با آن مواجه هستند، توسعه صنعت گردشگری در نواحی روستایی امری ضروری و منطقی به نظر می‌رسد. با این اوصاف توسعه گردشگری در روستایی نمی‌تواند مقرون به صورف باشد. سرمایه‌گذاری مالی و زیرساختی در سکونتگاه‌های روستایی با ظرفیت پایین جذب گردشگر، ممکن است به هدر رفت سرمایه‌گذاری‌ها منجر شود. از این‌رو توسعه گردشگری در هر فضای جغرافیایی، مستلزم شناسایی پهنه‌های مستعد و به تبع آن روستاهای مستعد جهت توسعه گردشگری است. حوضه آبریز زاینده‌رود از حوضه‌های مستعد توسعه گردشگری در مرکز ایران است. در این حوضه ۱۲۸۲ نقطه روستایی قرار گرفته است که به لحاظ ظرفیت توسعه گردشگری دارای شرایط یکسانی نبوده و به تبعیت از بنیان‌های جغرافیایی حاکم بر این حوضه، میان آن‌ها تفاوت‌های قابل توجهی وجود دارد. در راستای شناسایی سکونتگاه‌های روستایی دارای استعداد توسعه گردشگری، پژوهش حاضر با اتکا به ۱۴ معیار (ارتفاع، شیب، پوشش گیاهی، فاصله از گسل، فاصله از رودخانه، فاصله از جاده، فاصله از زمین‌لغزش، فاصله از زلزله، جهت شیب، بارش، دما، فاصله از پهنه‌های سیلابی، فاصله از مناطق حفاظت‌شده و فاصله از زیستگاه‌های حیات‌وحش) حوضه آبریز زاینده‌رود را به لحاظ استعداد و ظرفیت توسعه گردشگری پهنه‌بندی نموده است. نتایج پژوهش نشان گر این مهم است که از میان نقاط روستایی مورد بررسی ۲۴۰ نقطه روستایی (معادل ۱۸/۷۲ درصد نقاط روستایی واقع در حوضه آبریز زاینده‌رود) در طبقات مناسب و بسیار مناسب قرار گرفته‌اند. در واقع متناسب با معیارهای مذکور ۲۴۰ روستای شناسایی شده دارای شرایط نسبی مطلوب‌تری برای توسعه گردشگری است. نتایج این پژوهش می‌تواند چشم‌انداز مطلوبی را برای سرمایه‌گذاری‌های آتی در خصوص توسعه گردشگری روستایی در حوضه آبریز زاینده‌رود در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوضه مذکور قرار دهد. با این وجود با اتکا به معیارهای بیشتر و تخصصی‌تر و همچنین استفاده از روش‌های جدید پهنه‌بندی فضاهای جغرافیایی به لحاظ ظرفیت گردشگری می‌تواند نتایج قابل اطمیان‌تری را در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوضه آبریز زاینده‌رود قرار دهد.

## منابع و ماخذ


جمینی، داود؛ دهقانی، امین و محمدی، ایوب. (۱۴۰۳). بازاریابی گردشگری روستایی و شناسایی عوامل کلیدی موثر بر آن با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: روستای پالنگان در شهرستان کامیاران). مطالعات مدیریت توسعه سبز، ۳(۲): ۱۵۲-۱۳۵. https://doi.org/10.22077/jgdms.2024.7429.1106

شهدادی، علی؛ قنبری، یوسف؛ سلمانی‌زاده، الهام و آذره، علی. (۱۳۹۸). پتانسیل سنجی و مکان‌یابی مناطق مستعد احداث اکوکمپ‌های عشایری (مطالعه موردی: بخشی از شهرستان سمیرم). فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۹(۳۵)، ۲۹۳-۳۰۶. https://dorl.net/dor/20.1001.1.22286462.1398.9.3.42.0.

شیرجندی، شمیم؛ خادم الرسول، عطاءاله؛ مرادی سبزکوهی، عادل و عامری خواه، هادی. (۱۳۹۹). مکانیابی بهینه‌ی بندهای گابیونی با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی و الگوریتم ژنتیک مرتب‌سازی نامغلوب (مطالعه‌ی موردی حوضه‌ی امامزاده باغملک). مهندسی زراعی، ۴۳(۳)، ۳۱۵-۳۳۰. https://doi.org/10.22055/agen.2020.31651.1522.

صادقی، حجت الله. (۱۴۰۲). ارزیابی تطبیقی مدل‌های هم‌پوشانی فازی جهت تعیین پهنه‌های مستعد ایجاد اماکن اقامتی ـ گردشگری در منطقهٔ دزپارت با مدل‌های Gamma، Sum. برنامه‌ریزی فضایی، ۱۳(۴)، ۱-۲۲. https://doi.org/10.22108/sppl.2023.138669.1759.

صیدایی، سید اسکندر و صادقی، حجت الله. (۱۴۰۲). مکان‌یابی احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در منطقه چهارمحال و بختیاری. مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ نشینان، ۳(۱)، ۱۳-۳۰. https://doi.org/10.22034/jsnap.2023.167726.

محمدی، ایوب، جمینی، داود و آتش بهار، رامین. (۱۴۰۳). بهینه سازی فضا در نواحی مستعد توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سروآباد). *مطالعات مدیریت و بهره وری*، مقاله پذیرفته شده برای انتشار، https://jmps.uok.ac.ir/article_63437.html.

محمودی، مصطفی و بیشمی، بهار. (۱۴۰۰). امکان‌سنجی و مکان‌یابی روستاهای مستعد احداث اکوکمپ بین‌المللی؛ مطالعهٔ موردی: استان کرمانشاه. مسکن و محیط روستا، ۴۰(۱۷۵)، ۴۶-۳۵. http://dx.doi.org/DOI:%2010.22034/40.175.35.

Andreopoulou, Z., Tsekouropoulos, G., Koliouska, C., & Koutroumanidis, T. (2014). Internet marketing for sustainable development and rural tourism. International journal of business information systems, 16(4), 446-461.

Dong, E., Wang, Y., Morais, D., & Brooks, D. (2013). Segmenting the rural tourism market: The case of Potter County, Pennsylvania, USA. Journal of vacation marketing, 19(2), 181-193.

Ferdowsi, S. (2024). Site selection of ecotourism ecocamps for sustainable development of rural areas. *Journal of Ecotourism*, 1–19. https://doi.org/10.1080/14724049.2024.2366928

Gajić, T., Đoković, F., Blešić, I., Petrović, M. D., Radovanović, M. M., Vukolić, D., ... & Mićović, A. (2023). Pandemic boosts prospects for recovery of rural tourism in Serbia. Land, 12(3), 624.

Grubor, A., Leković, K., & Tomić, S. (2019). Rural tourism marketing of the Danube region. Ekonomika, 65(4), 1-9.

Joshi, S., Panzer-Kraus, S., Zerbe, S. & Saurwein, M. (2024). Rural tourism in Europe from a landscape perspective: A systematic review. European Journal of Tourism Research, 36, 3616. https://doi.org/10.54055/ejtr.v36i.3328.

Karali, A., Das, S., & Roy, H. (2024). Forty years of the rural tourism research: Reviewing the trend, pattern and future agenda. *Tourism Recreation Research*, *49*(1), 173-200. https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1961065.

Lwoga, N. B., & Maturo, E. (2020). Motivation-based segmentation of rural tourism market in African villages. Development Southern Africa, 37(5), 773-790.

Ramanauskienė, J., Ramanauskas, J., & Gargasas, A. (2006). Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania. Ekonomika, 74, 38-51.

Verma, V., Ahlawat, R., Ghai, M., & Bansal, S. (2024). Rural tourism in Himachal Pradesh in transition: Challenges for regional sustainability. Multidisciplinary Reviews, 7(1), 2024010-2024010

# پیامدهای کالایی‌سازی گردشگری بر تحولات فضاهای روستایی
## (مورد مطالعه: شهرستان شهرکرد)

**فرهاد جوان***، استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
(f.javan@umz.ac.ir)

## چکیده
پژوهش حاضر با هدف بررسی پیامدهای کالایی شدن گردشگری بر تحولات فضاهای روستایی شهرکرد انجام شده است. از این رو، کاربردی و به لحاظ رویکرد کیفی است. جامعه آماری پژوهش شامل شامل افراد متخصص (اساتید متخصص، کارشناسان (برنامه‌ریزی توسعه روستایی و گردشگری) هستند که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۹ نفر به عنوان جامعه نمونه تعیین شدند. ابزار تحقیق نیز مصاحبه است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش تئوری زمینه‌ای استفاده شد. نتایج نشان داد، کالایی شدن روستاهای گردشگری شهرکرد تحت تاثیر عوامل متعددی قرار دارد که در تعامل با یکدیگر، فضای روستایی را به کالایی برای مصرف گردشگران تبدیل می‌کنند. این عوامل را می‌توان در چند دسته کلی بررسی کرد. عوامل اقتصادی شامل: تغییر الگوی معیشت، افزایش قیمت زمین و مسکن و وابستگی به درآمدهای فصلی است. عوامل اجتماعی-فرهنگی نیز شامل بازاری شدن فرهنگ محلی، تغییر هویت روستایی و مهاجرت و تغییر جمعیت است. عوامل محیطی و کالبدی نیز شامل: تخریب محیط زیست، دگرگونی کاربری اراضی و ناهمگونی معماری، عوامل نهادی و سیاست‌گذاری نیز شامل: سیاست‌های تشویق گردشگری بدون برنامه‌ریزی پایدار، ضعف نظارت بر ساخت و سازها و تبلیغات یک‌سویه هستند..

**واژگان کلیدی:** گردشگری روستایی، کالایی شدن، مناطق روستایی، شهرکرد.

## ۱. مقدمه

در سال‌های اخیر، خواه در کشورهای شمال و یا جنوب دنیا، موارد مصرفی از واقعیت مادی‌شان به ساخت‌های اجتماعی در مناطق روستایی تغییر یافته‌اند؛ به گونه‌ای که امروزه ویژگی‌های یک اثر روستایی مانند مناظر، طبیعت، سکون و اصالت، به کالاهایی که قابل خرید و فروش هستند، تعبیر شده است (Woods, 2010). روستاهای تحت فرآیند کالایی شدن نسبت به روستاهایی که معیشت خود را از راه کشاورزی می‌گذرانند، ساختار حکمرانی پیچیده‌تری دارند؛ زیرا از یک سو، گردشگری به روستا و روندهای زندگی‌شان نفوذ کرده و از دیگر سو، کارآفرینان و گردشگران نیز در گردشگری درگیر هستند. بنابراین، روستاییان با چالش‌های متعددی روبرو می‌شوند (Coria & Calfucura, 2012). در مطالعات مرتبط با کالایی شدن در روستاهای گردشگری، محیط روستا به عنوان یک محصول گردشگری به بازار عرضه می‌گردد. در همین راستا، کراچ (۲۰۰۶) و جورج[۱] و همکاران (۲۰۰۹)، مطرح کردند، کالایی شدن زندگی روستایی زمانی پدیدار می‌گردد که فرهنگ اجتماعی که قبلاً در کنش‌های فرهنگی غیرمستقیم در حال توسعه بود، از یک فرآیند خودت تنظیمی به یک کالای تأیید شده انتقال یافته است، که برای مصرف گردشگری بسته‌بندی و ارائه می‌گردد. چنانکه گری[۲](۲۰۰۰)، اذعان نمودند که محیط‌های حومه‌ای اطراف شهرهای بزرگ به ویژه مناطق روستایی به جاذبه‌های متنوع گردشگری و فعالیت‌های اوقات فراغتی با کارکرد چند منظوره تبدیل شده‌اند. جایی که، هر دو عنصر طبیعی و فرهنگی، مناظر، ساختمان‌ها، سنت‌ها و مردم ویژگی‌های جدیدی را در زمینه کالایی شدن (اغلب در شکل نمایشی) کسب کرده‌اند (Bardone et al, 2013).

کالایی شدن جوامع روستایی اثرات چند وجهی دارد، از تغییرات در بافت اجتماعی تا تغییر در فعالیت‌های اقتصادی و الگوهای کاربری زمین. تبدیل خانه‌های روستایی به شرکت‌های تجاری یکی از این تأثیرات است که در آن ویژگی‌های سنتی و سبک زندگی خانه‌های روستایی برای ارائه خدمات به گردشگران تغییر می‌کند و منجر به انتقال از یک «خانه خصوصی» به یک «شرکت تجاری» می‌شود. این کالایی‌سازی می‌تواند منجر به بیگانگی خانواده‌های میزبان هم از محصول (مسکن، فعالیت‌های پذیرایی) و هم از نیروی کار خود شود که به خدمات توریستی اختصاص می‌یابد.کالایی‌سازی همچنین بر نیروی کار در مناطق روستایی تأثیر می‌گذارد، به طوری‌که نیروی کار خانواده از کار خانگی به تولید خدمات برای مسکن تجاری تبدیل می‌شود. این تغییر می‌تواند تأثیرات عاطفی بر اعضای خانواده داشته باشد؛ زیرا نقش آنها در جامعه تغییر می‌کند (Xiao & Zhou,2018) یکی دیگر از تأثیرات مهم کالایی‌سازی، اصالت‌گرایی روستایی است، که در آن افراد طبقه متوسط یا بالاشهری به دنبال کیفیت زندگی بالاتر به مناطق روستایی می‌روند، که به طور بالقوه منجر به افزایش قشربندی و حاشیه‌نشینی در جوامع روستایی می‌شود (Wu et al, 2022)، هجوم مهاجرت از شهر به روستا می‌تواند منجر به فرآیند «طبیعی‌سازی» شود که در آن چشم‌انداز روستایی با ترجیحات و سرمایه‌گذاری‌های تازه‌واردان تغییر می‌کند و اغلب بر زیبایی‌شناسی اکولوژیکی و حاکمیت محیطی تأکید می‌کند(Pallarès-Blanch et al, 2014)، این فرآیند می‌تواند طبقات و ساختارهای اجتماعی جدید را به مناطق روستایی تزریق کند و سرمایه اجتماعی و چالش‌های حاکمیتی را به همراه داشته باشد، و در نهایت منجر به جابجایی جمعیت محلی و تغییر در سلیقه مسکن و قیمت املاک و مستغلات شود (Liu,2022).

در همین راستا، در سال‌های اخیر توسعه گردشگری روستایی به عنوان راهکاری برای ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی در مناطق روستایی شهرکرد مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، این فرآیند در بسیاری از موارد به کالایی شدن فضای روستایی منجر شده است، به طوری که فرهنگ، طبیعت و شیوه زندگی روستاییان به کالاهایی برای مصرف گردشگران تبدیل می‌شوند. این پدیده، تغییرات عمیقی در ساختار اجتماعی، اقتصادی و محیطی روستاها ایجاد کرده و گاه به حاشیه‌نشینی ساکنان محلی، تخریب محیط زیست و از بین رفتن هویت فرهنگی منجر شده است. در این راستا، مسئله اصلی تحقیق این است که توسعه گردشگری در روستاهای شهرکرد چگونه به کالایی شدن منجر شده است، و پژوهش حاضر به دنبال بررسی و کنکاش سئوال ذیل است:

- مجموعه عوامل مؤثر در کالایی شدن روستاهای شهرکرد مبتنی بر گردشگری کدامند؟

---

[۱] George

[۲] Gray

در همین راستا، مطالعات متعددی در این زمینه صورت گرفته است، به عنوان نمونه، رحمانی‌فضلی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان، نقش گردشگری خانه‌های دوم در تشدید فرآیند کالایی شدن فضا (مطالعه موردی: عرصه‌های روستایی شهرستان محمودآباد)، به این نتایج دست یافتند، در بعد اقتصادی؛ افزایش قیمت زمین و مسکن، افزایش قیمت اجاره خانه‌ها، کاهش قدرت خرید جوانان؛ در بعد اجتماعی ـ فرهنگی؛ احساس خصوصی شدن روستاها، گسترش کالاهای لوکس و فرهنگ مصرف‌گرایی در روستاها؛ بهبود و افزایش رضایت از زیرساخت‌ها و امکانات؛ در بعد محیطی؛ تخریب اراضی جنگلی، تشدید تغییر کاربری اراضی زراعی به مسکونی، کاهش تعداد قطعات زمین‌های کشاورزی و نوسازی خانه‌های روستایی از مهم‌ترین عواملی هستند که می‌توانند در تشدید فرآیند کالایی شدن فضای روستایی شهرستان محمودآباد نقش مهمی را ایفاء نمایند. بیرانوند و تقوی زیروانی (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان بررسی نقش گردشگری خانه‌های دوم در کالایی شدن فضاهای روستاشهری گلدشت شهرستان بروجرد، به این نتایج دست یافتند، گردشگری خانه‌های دوم با اثرات مثبت و منفی گوناگونی در تشدید کالایی شدن فضا نقش دارد که در شاخص اجتماعی؛ افزایش مصرف‌گرایی، کاهش مهاجرت، احساس خصوصی شدن منطقه، در شاخص اقتصادی؛ افزایش قیمت زمین و مسکن، افزایش درآمد، بهبود وضعیت اشتغال و در شاخص کالبدی – زیست‌محیطی تشدید تغییر کاربری اراضی کشاورزی به مسکونی و تجاری، بهبود کیفیت مسکن و گسترش بافت مسکونی ازجمله عوامل تأثیرگذار در کالایی شدن فضای روستا شهر گلدشت شهرستان بروجرد می‌باشند. معینی و همکاران (۱۴۰۳)، در پژوهشی به این نتایج دست یافتند، در بازه زمانی ۲۰ ساله در روستاهای گردشگری شاندیز، حدود ۷۰۰ هکتار از اراضی کشاورزی و باغات تغییر کاربری یافته‌اند، که این تغییرات ناشی از گردشگری هستند. چن و کونگ (۲۰۲۱)، به این نتایج دست یافتند، کالایی شدن روستایی با اعیانی شدن روستایی، گسترش فرصت‌های شغلی برای زنان و تعدیل مجدد ساختار اجتماعی خانواده در ساختار جمعیتی همراه است. گردشگری روستایی و صنایع خلاق روستایی با تکمیل ساختار واحد کشاورزی، تلاقی و ادغام متقابل این سه صنعت را توسعه داده‌اند. با توجه به ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، کالاسازی روستایی موجب ارتقای آگاهی از مکان در حفاظت از بناهای باستانی و فرهنگ بومی شد، اما احساس محرومیت را برای جامعه به ارمغان آورد و روستایی بودن را در میان گروه‌های مختلف به چالش کشید. جوان و همکاران(۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان تحلیل فضایی اثرات گردشگری بر تحولات کالبدی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رضوان‌شهر به این نتایج رسیدند که گردشگری روستایی در ناحیه رضوانشهر دارای تنوع و تفاوت در شدت اثرات بر حسب واحدهای مکانی بوده است. به گونه‌ای که، اثرات کالبدی گردشگری(خانه‌های دوم، واحدهای خدماتی، تغییرات کابری اراضی و قیمت زمین) در محدوده‌ی ساحلی، شدت بیشتری نسبت به کانون‌های روستایی در محدوده دشتی و کوهپایه‌ای دارد.

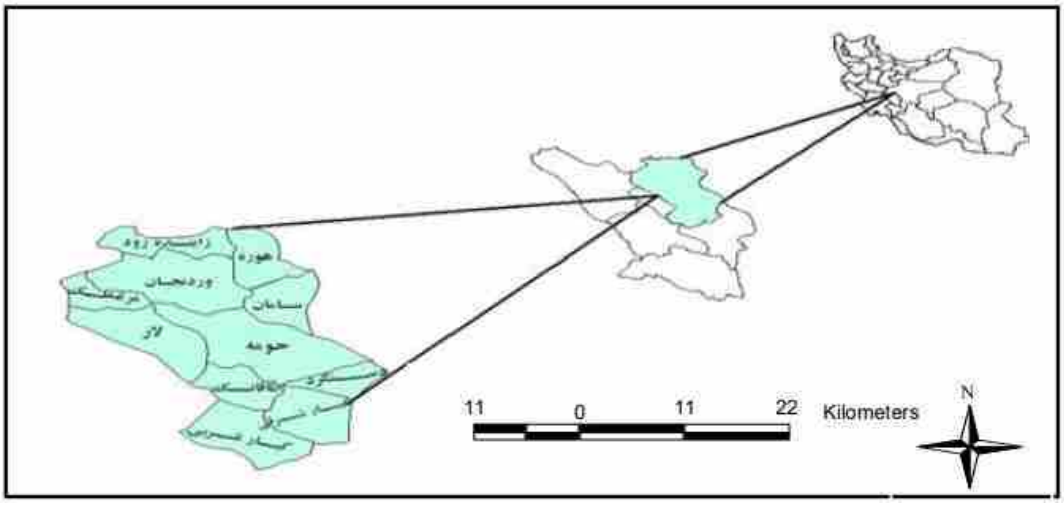
## ۲. روش شناسی تحقیق

مطالعه حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ رویکرد کیفی است. جامعه آماری پژوهش شامل شامل افراد متخصص (اساتید متخصص، کارشناسان (برنامه‌ریزی توسعه روستایی و گردشگری) هستند که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۹ نفر به عنوان جامعه نمونه تعیین شدند. ابزار تحقیق نیز مصاحبه است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش تئوری زمینه‌ای استفاده شد.

شهرستان شهرکرد یکی از شهرستان‌های استان چهارمحال و بختیاری است که با مساحت حدود ۱۷۶۷کیلومتر مربع، بالغ بر۱۱٪ از کل مساحت چهارمحال و بختیاری را تشکیل داده است. مرکز این شهرستان شهر شهرکرد است. براساس سرشماری سال ۱۳۹۵، شهرستان شهرکرد دارای ۳۱۵۹۸۰ نفر جمعیت می‌باشد. که ۲۷۷۶۰ نفر در نقاط روستایی ساکن هستند. این شهرستان در طول شرقی ۴۹ درجه و ۲۲ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۴۹ دقیقه‌است و از نظر عرض جغرافیایی در عرض شمالی ۳۲ درجه و ۲۰ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۳۱ دقیقه قرار گرفته است. به لحاظ وضعیت توپوگرافی این شهرستان در بخش شرقی سلسله جبال زاگرس و در حاشیه گسل زاگرس قرار گرفته و مهم‌ترین ارتفاعات آن کوه جهان بین است که با ارتفاع بیش از ۳۳۰۰ متر آن را پوشانیده است. این شهرستان قسمت شمال شرقی استان چهارمحال و بختیاری قرار گرفته است. شهرستان شهرکرد از شمال به شهرستان های سامان

و بِن، از شرق به استان اصفهان، از غرب به شهرستان فارسان و از جنوب به شهرستان‌های بروجن و کیار محدود می گردد. فواصل بین رشته کوه‌ها را دشت‌های وسیعی فرا گرفته‌است از عمده‌ترین دشت‌های منطقه می‌توان به دشت شهرکرد، دشت هفشجان اشاره نمود.

روستاهای این شهرستان به دلیل طبیعت زیبا، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی فراوان، یک مقصد گردشگری محبوب شناخته شده است که از مهم‌ترین آن‌ها که از طبیعت و فرهنگ منحصر به فردی برخوردارند. معماری سنتی و خانه‌ها و کوچه بازارهای زیبا در روستای کوهرنگ، مناظر کوهستانی و درختان پسته و مردمان مهمان‌نواز و صمیمی در روستای موگویی، مسجد با معماری سنتی و برجی باستانی در روستای مالخلف، آبشارهای زیبا و درختان سرسبز در روستای لاران، باغ‌های میوه و باغچه‌های گل و گیاه زینتی در روستای طبس، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی در روستای سراب دوره زبان‌زد گردشگری در شهرستان شهرکرد و استان چهارمحال و بختیاری است.




**شکل (۱): نقشه موقعیت شهرکرد در استان چهارمحال و بختیاری**

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

مطابق نتایج به دست آمده در جدول (۱). کالایی شدن روستاهای گردشگری شهرکرد تحت تاثیر عوامل متعددی قرار دارد که در تعامل با یکدیگر، فضای روستایی را به کالایی برای مصرف گردشگران تبدیل می‌کنند. این عوامل را می‌توان در چند دسته کلی بررسی کرد. عوامل اقتصادی شامل: تغییر الگوی معیشت، افزایش قیمت زمین و مسکن و وابستگی به درآمدهای فصلی است. عوامل اجتماعی-فرهنگی نیز شامل بازاری شدن فرهنگ محلی، تغییر هویت روستایی و مهاجرت و تغییر جمعیت است. عوامل محیطی و کالبدی نیز شامل: تخریب محیط زیست، دگرگونی کاربری اراضی و ناهمگونی معماری، عوامل نهادی و سیاست‌گذاری نیز شامل: سیاست‌های تشویق گردشگری بدون برنامه‌ریزی پایدار، ضعف نظارت بر ساخت و سازها و تبلیغات یک‌سویه هستند.

**جدول (۱): عوامل مؤثر در کالایی شدن روستاهای شهرکرد مبتنی بر گردشگری**

| مقوله‌ها (طبقات) | مفاهیم | مصاحبه شوندگان |
|---|---|---|
| تغییر الگوی معیشت X1 | جایگزینی فعالیت‌های سنتی (کشاورزی و دامداری) با مشاغل وابسته به گردشگری | X7 X1, X2, X4, X6, X6 |
| | گسترش مشاغل گردشگری (اجاره بهای خانه‌های روستایی، فروش صنایع دستی، راهنمای تور) | |
| افزایش قیمت زمین و مسکن X2 | ورود سرمایه‌گذاران خارج از روستا | X11, X12, X14, X15, X19, X21, X22 |
| | تقاضای بالا برای اقامتگاه‌های گردشگری | |
| | کاهش دسترسی ساکنان محلی به مسکن و گران شدن املاک | |
| وابستگی به درآمدهای فصلی X3 | درآمدهای نوسانی و فصلی | X11, X15, X19, X20 X22 |
| | ناپایداری اقتصادی | |
| بازاری شدن فرهنگ محلی X4 | نمایش آیین‌ها، جشن‌ها و صنایع دستی برای جذب گردشگران | X21, x22, x25 |
| | از بین رفتن اصالت فرهنگی | |
| تغییر هویت روستایی X5 | دگرگون شدن معماری سنتی | X11, x12, x15, x19 |
| | دگرگون شدن سبک زندگی و روابط اجتماعی تحت تاثیر انتظارات گردشگران | |
| مهاجرت و تغییر جمعیت X6 | ورود نیروی کار غیربومی | X5, x7, x9, x11, x12, x16, x19 |
| | خروج جوانان روستایی به دلیل ناپایداری مشاغل محلی | |
| تخریب محیط زیست X7 | ساخت و سازهای بی‌ضابطه | X11, x15, x19 |
| | افزایش زباله و آلودگی ناشی از تردد گردشگران | |
| دگرگونی کاربری اراضی X8 | تبدیل زمین‌های کشاورزی و مراتع به اقامتگاه‌ها، رستوران و جاذبه‌های مصنوعی | X1, X2, X4, X6, X6, X7 |
| ناهمگونی معماری X9 | ساخت ویلاها و هتل‌های مدرن در بافت سنتی روستا | X3, x6 |
| | مخدوش کردن منظره فرهنگی روستا | |
| سیاست‌های تشویق گردشگری بدون برنامه‌ریزی پایدار X10 | حمایت دولت و نهادهای محلی از توسعه گردشگری بدون در نظر گرفتن ظرفیت‌های بومی | X17, x19, x20 |
| ضعف نظارت بر ساخت و سازها X11 | عدم اجرای قوانین معماری بومی و محیط زیست در پروژه‌های گردشگری | X22, x26, x29, x28 |
| تبلیغات یک سویه X12 | بازاریابی گردشگری برای جذابیت‌های سطحی روستاها | X1, X2, X4, X6, X6, X7 |

**منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳**

بر اساس نتایج به دست آمده، تغییر الگوی معیشت از فعالیت‌های تولیدی سنتی به مشاغل خدماتی وابسته به گردشگری، هسته اصلی تحولات اقتصادی را تشکیل می‌دهد. این گذار اگرچه در کوتاه مدت موجب افزایش درآمد شده، اما پیامدهای عمیقی بر پایداری اقتصادی روستاها دارد. ورود سرمایه‌گذاران خارجی و تقاضای فزاینده برای املاک روستایی، بازار مسکن را دگرگون ساخته و دسترسی ساکنان بومی به مسکن را با چالش مواجه کرده است. وابستگی شدید به درآمدهای فصلی گردشگری نیز اقتصاد محلی را در برابر نوسانات بازار آسیب‌پذیر نموده است. یکی از مهم‌ترین پیامدهای کالایی شدن روستاهای شهرکرد، وابستگی اقتصاد محلی به درآمدهای فصلی گردشگری است. این مسئله باعث می‌شود اقتصاد روستاها به جای اتکا بر فعالیت‌های پایدار سنتی (مانند کشاورزی، دامداری و صنایع دستی اصیل)، به درآمدهای نوسانی وابسته شود که تنها در فصول خاصی از سال (معمولاً بهار و تابستان) جریان دارند. این وضعیت، چالش‌های متعددی را ایجاد می‌کند. از مهم‌ترین پیامدهای وابستگی به درآمدهای فصلی گردشگری، ناپایداری معیشت روستاییان است. درآمدهای گردشگری معمولا نامنظم و متکی به تقاضای فصلی هستند، در حالی که کشاورزی و دامداری

در گذشته درآمدی نسبتا پایدار در طول سال ایجاد می‌کردند، و در ماه‌های کم گردشگر (پاییز و زمستان)، بسیاری از خانواده‌های روستایی با کاهش شدید درآمد مواجه می‌شوند. از سوی دیگر، انگیزه برای فعالیت‌های تولیدی سنتی را کاهش می‌دهد. جوانان روستایی به جای یادگیری و توسعه کشاورزی یا دامداری، به سمت مشاغل کوتاه‌مدت گردشگری جذب می‌شوند. این امر در بلندمدت باعث فراموشی دانش بومی و تضعیف امنیت غذایی محلی می‌شود. از سوی دیگر، آسیب‌پذیری در برابر بحران‌ها را افزایش می‌دهد. اقتصادهای وابسته به گردشگری در برابر شوک‌های خارجی (تغییرات آب و هوایی، بیماری‌های همه‌گیری) بسیار آسیب‌پذیر هستند. برای مثال، در دوران پاندمی کووید ۱۹، بسیاری از روستاهای گردشگری با کاهش شدید درآمد مواجه شدند در حالی که روستاهای با اقتصاد متنوع‌تر مقاومت بهتری داشتند.

همچنین عناصر فرهنگی که زمانی بخشی از زندگی روزمره جوامع روستایی بود، امروز به کالاهای نمایشی برای جذب گردشگر تبدیل شده‌اند. این تغییرات نه تنها بر هویت روستایی تأثیر گذاشته، بلکه ساختارهای اجتماعی و روابط سنتی را نیز دگرگون ساخته است. به عبارت دیگر، تبدیل عناصر فرهنگی (جشن‌های محلی، پوشش سنتی و یا صنایع دستی) به کالاهای گردشگری، آنها را از کارکرد اصیلشان تهی می‌کند. به عنوان مثال، مراسمی که زمانی با مشارکت جمعی و معنای آیینی برگزار می‌شد، اکنون به نمایش زمان‌بندی شده برای گردشگران تقلیل یافته است. این فرایند به موزه‌ای شدن فرهنگ روستایی می‌انجامد، جایی که هویت به جای آنکه زنده و پویا باشد، به شیئی ایستا و مصرف‌پذیر تبدیل می‌شود. همچنین مهاجرت جوانان به دنبال فرصت‌های شغلی بهتر و همزمان جذب نیروی کار غیربومی، ترکیب جمعیتی روستاها را تغییر داده و پیوندهای اجتماعی سنتی را تضعیف کرده است.

توسعه گردشگری بدون ضابطه، فشارهای قابل توجهی بر محیط‌زیست روستایی وارد آورده است. ساخت‌وسازهای بی‌رویه و تغییر کاربری اراضی کشاورزی و مرتعی، چهره طبیعی روستاها را دگرگون ساخته است. معماری نامتناسب با بافت سنتی روستا، نه تنها منظر فرهنگی را مخدوش کرده، بلکه هویت مکانی این سکونتگاه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار داده است. افزایش تولید زباله و آلودگی‌های ناشی از تردد گردشگران نیز از دیگر چالش‌های محیطی ناشی از این فرآیند است. در نهایت، سیاست‌های حمایتی یک‌جانبه از توسعه گردشگری، بدون توجه به ظرفیت‌های بومی و ملاحظات پایداری، به تشدید روند کالایی شدن دامن زده است. ضعف نظارت بر ساخت‌وسازها و عدم اجرای قوانین مربوط به حفظ معماری بومی و محیط زیست، زمینه را برای تغییرات ناهمگون فراهم آورده است. تبلیغات گردشگری نیز با تمرکز صرف بر جذابیت‌های سطحی و نادیده گرفتن پیامدهای منفی توسعه، تصویری ناقص از واقعیت روستاها ارائه می‌دهد. این رویکردهای نهادی ناهماهنگ، به جای هدایت توسعه به سمت پایداری، به عاملی برای تشدید چالش‌ها تبدیل شده‌اند. بنابراین کالایی شدن روستاهای شهرکرد صرفا یک تغییر اقتصادی نیست، بلکه بازتعریف رابطه انسان با فضا، تاریخ و هویت جمعی است.

در ادامه نیز، لازم است با جهت هم‌افزایی عوامل مطرح شده با لحاظ دیدگاه سیستمی، همبستگی عوامل نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. در این راستا نتایج به دست آمده از برقراری همبستگی نشان داد که سطح معناداری در تمام عوامل کمتر از ۰/۰۵ است که مورد تایید می‌باشد، همچنین از نظر شدت همبستگی بین شاخص‌ها بسیار قوی است به طوری که در این عوامل رابطه هر عامل با خودش عدد ۱ است. جدول (۲).

**جدول (۲): همبستگی بین عوامل مؤثر در کالایی شدن روستاهای گردشگری شهرکرد**

| عامل | | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7 | X8 | X9 | X10 | X11 | X12 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X1 | R | | ۰/۳۵۴ | ۰/۴۳۳ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۱۲ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۳۵ | ۰/۳۳۶ | ۰/۳۱۴ | ۰/۳۲۴ | ۰/۳۳۲ |
| | Sig | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X2 | R | ۰/۴۰۰ | | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۵۵ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۱۲ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X3 | R | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۵۴ | | ۰/۳۵۴ | ۰/۳۳۱ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۵۱ | ۰/۳۳۷ | ۰/۳۱۲ | ۰/۳۲۲ | ۰/۳۱۱۰ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X4 | R | ۰/۳۲۲ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۵۵ | | ۰/۳۴۱ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۵۵ | ۰/۳۴۱ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۱۹ | ۰/۳۳۲ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X5 | R | ۰/۳۶۷ | ۰/۳۶۷ | ۰/۳۶۱ | ۰/۳۵۵ | | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۴۱ | ۰/۳۷۵ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۱۲ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X6 | R | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۵۶ | ۰/۳۶۲ | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۴۲ | | ۰/۳۶۵ | ۰/۳۷۷ | ۰/۳۵۲ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۳۲ | -۰/۳۱۰ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X7 | R | ۰/۳۵۴ | ۰/۳۲۲ | ۰/۳۳۱ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۳۲ | | ۰/۳۱۲ | ۰/۳۱۵ | ۰/۳۲۲ | ۰/۳۴۳ | ۰/۳۳۶ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X8 | R | ۰/۳۳۶ | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۱۲ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۳۴ | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۲۱ | | ۰/۳۴۵ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۱۹ | ۰/۳۲۲ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X9 | R | ۰/۳۳۵ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۱۰ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۱۴ | ۰/۳۴۱ | ۰/۳۳۸ | ۰/۳۵۴ | | ۰/۳۱۱ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۱۲ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X10 | R | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۱۵ | ۰/۳۳۴ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۳۳ | ۰/۳۵۶ | ۰/۳۱۹ | ۰/۳۳۱ | ۰/۳۱۸ | | ۰/۳۱۰ | ۰/۳۲۰ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| X11 | R | ۰/۳۴۱ | ۰/۳۵۵ | ۰/۳۶۲ | ۰/۳۳۹ | ۰/۳۱۲ | ۰/۳۱۶ | ۰/۳۰۹ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۱۲ | ۰/۳۲۰ | | ۰/۳۶۵ |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | | ۰/۰۰۰ |
| X12 | R | ۰/۳۰۰ | ۰/۳۰۹ | ۰/۳۳۲ | ۰/۳۲۶ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۱۷ | ۰/۳۱۱ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۱۷ | ۰/۳۱۶ | ۰/۳۱۸ | |
| | Sig | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | |

**منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳**

کالایی شدن روستاهای گردشگری شهرکرد، در سال‌های اخیر تحت تأثیر تعامل پیچیده‌ای از عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی قرار گرفته است که در نهایت این مناطق را به کالاهایی برای مصرف گردشگران تبدیل کرده است. یکی از عوامل مهم تغییرات جمعیتی ناشی از ورود گسترده مهاجران و گردشگران اصفهانی به این مناطق، به‌ویژه در فصل تابستان، است که پیامدهای مهمی برای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این روستاها داشته است.

مهاجرت و حضور گسترده اصفهانی‌ها در شهرکرد موجب افزایش تقاضای زمین و مسکن شده است که در نتیجه، قیمت املاک و هزینه‌های زندگی به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته و بسیاری از ساکنان بومی را به مهاجرت ناگزیر ساخته است. علاوه بر این، تغییر الگوی معیشتی از کشاورزی و دامداری به فعالیت‌های وابسته به گردشگری، باعث وابستگی شدید به درآمدهای فصلی شده که در بلندمدت اقتصاد محلی را شکننده کرده است. ورود جمعیت غیربومی و استقرار برخی اصفهانی‌ها در شهرکرد و روستاهای اطراف موجب تغییرات عمیق در بافت اجتماعی شده است.

تأثیرات محیطی و کالبدی نیز چشمگیر بوده است؛ تخریب طبیعت به دلیل ساخت و سازهای بی‌رویه، دگرگونی کاربری اراضی کشاورزی به اماکن اقامتی و تفریحی، و ناهمگونی معماری سنتی با سازه‌های مدرن، اصالت روستاها را تحت‌الشعاع قرار داده است. در بعد نهادی نیز سیاست‌های تشویق گردشگری بدون برنامه‌ریزی پایدار، ضعف نظارت بر ساخت و سازها، و تبلیغات یکسویه که تنها بر جذب گردشگر تمرکز دارد، به تشدید این روند کمک کرده است. در نتیجه، این تعامل چندبعدی عوامل، نه تنها چشم‌انداز فیزیکی روستاها، بلکه ساختار اقتصادی و اجتماعی آنها را دچار تحولاتی کرده که لزوماً به نفع جامعه محلی نیست و پایداری بلندمدت این مناطق را با چالش مواجه ساخته است.

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحولات اخیر در روستاهای گردشگری شهرکرد، بازتابی از یک تحول پارادایمی در مفهوم روستا از فضایی تولیدمحور به فضایی مصرف‌پذیر است. این دگرگونی، صرفاً محدود به تغییرات کالبدی نبوده، بلکه ساختارهای عمیق اقتصادی-اجتماعی و حتی روابط انسانی این جوامع را دچار دگردیسی اساسی کرده است.

توسعه گردشگری در این مناطق، نوعی "شبه شهرنشینی " را به همراه آورده که در آن، ارزش مبادله‌ای بر ارزش مصرفی غلبه یافته و تمامی ابعاد زندگی روستایی در خدمت صنعت توریسم قرار گرفته است. از بعد اقتصادی، این تحولات منجر به ظهور " اقتصاد نمایشی " شده که در آن، فعالیت‌های اقتصادی اصیل روستایی جای خود را به عملکردهای تجملی و نمایشی داده‌اند. در این میان، هجوم جمعیت از اصفهان به شهرکرد(به دلیل آب و هوای مناسب به ویژه در فصل تابستان) باعث تغییرات عمده‌ای در ساختار روستاهای گردشگری شده است. ورود سرمایه‌گذاران و مهاجران، افزایش قیمت زمین و مسکن را در پی داشته و دسترسی ساکنان بومی به منابع معیشتی را با چالش مواجه ساخته است. این روند منجر به شکل‌گیری نوعی "وابستگی ساختاری" شده که جامعه محلی را در چرخه معیوب خدمت‌گذاری به گردشگران و تازه‌واردان گرفتار کرده است.

در بعد اجتماعی-فرهنگی، شاهد بروز "ازخودبیگانگی فرهنگی" هستیم که در آن، آیین‌ها و سنت‌ها از بستر اصیل خود جدا شده و به کالاهای فرهنگی بدل گشته‌اند. این فرایند که می‌توان آن را "فولکلوریسم تجاری" نامید، منجر به استحاله هویت جمعی و بروز نوعی "شیزوفرنی فرهنگی" در میان ساکنان محلی شده است. مهاجرت اصفهانی‌ها و ورود جمعیت غیربومی، موجب تغییر در تعاملات اجتماعی و شکل‌گیری تضادهای هویتی شده است. برخی از سنت‌های بومی تحت تأثیر فرهنگ مهاجران کمرنگ یا دگرگون شده‌اند، و برخی جوامع روستایی به مرور زمان، ویژگی‌های اصیل خود را از دست داده‌اند.

تخریب محیط زیست و تغییر کاربری اراضی کشاورزی به منظور توسعه امکانات گردشگری، از دیگر چالش‌های جدی پیش‌روی این روستاهاست. ساخت‌وسازهای بی‌ضابطه و معماری ناهمگون، چهره طبیعی و فرهنگی روستاها را دگرگون ساخته و هویت مکانی آنها را تحت تأثیر قرار داده است.

در این راستا، برای تضمین آینده پایدار این روستاها، ضروری است سیاست‌های توسعه گردشگری با در نظر گرفتن ظرفیت‌های بومی و ملاحظات اجتماعی و محیطی بازنگری شود. ایجاد تعادل میان بهره‌برداری اقتصادی و حفظ سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی، مشارکت فعال جامعه محلی در فرآیند تصمیم‌گیری، و نظارت دقیق بر اجرای قوانین و مقررات، از جمله راهکارهای کلیدی برای دستیابی به توسعه متوازن و پایدار در این مناطق است. تنها از این طریق می‌توان از گردشگری به عنوان محرکی برای بهبود کیفیت زندگی روستاییان استفاده کرد، بدون اینکه هویت، منابع طبیعی و انسجام اجتماعی آن‌ها آسیب ببینند.

## منابع و ماخذ


بیرانوند محمد، تقوی‌زیروانی ا سماعیل. (۱۴۰۲). برر سی نقش گرد شگری خانه‌های دوم در کالایی شدن ف ضاهای رو ستا شهری (مطالعه موردی: روستاشهر گلدشت شهرستان بروجرد). اقتصاد فضا و توسعه روستایی. (۴۵)۱۸، ۱۰۹.

جوان، فرهاد، افراخته، حسن و ریاحی، وحید. (۱۳۹۸). تحلیل فضایی اثرات گرد شگری بر تحولات کالبدی سکونتگاه‌های رو ستایی شهرستان رضوان‌شهر. برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۶(۱)، ۵۷-۷۰.

رحمانی فضلی؛ سجادی، ژیلا؛ صدیقی، صابر. (۱۳۹۸). نقش گرد شگری خانه‌های دوم در تشدید فرآیند کالایی شدن فضا (مطالعه موردی: عرصه‌های روستایی شهرستان محمودآباد). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۷)، ۵۶-۸۲.

معینی، علیرضا، صادقلو، طاهره، شایان، حمید. اسدی، روح‌اله، بازرگان، مهدی. (۱۴۰۳). تحلیل اثرات کالایی شدن بر تحولات کاربری اراضی پیراشهری کلانشهر مشهد مورد مطالعه: شهر شاندیز). توسعه فضاهای پیراشهری، ۵ (۲). ۹۴-۷۱.

Bardone, E., Rattus, K., & Jääts, L. (2013). Creative Commodification of rural life from a performance perspective: A study of two south-east Estonian farm tourism enterprises. Journal of Baltic Studies, 44(2), 205-227.

Chen P, Kong X. (2021) Tourism-led Commodification of Place and Rural Transformation Development: A Case Study of Xixinan Village, Huangshan, China. Land.; 10(7):694. https://doi.org/10.3390/land10070694

Coria, J., & Calfucura, E. (2012). Ecotourism and the development of indigenous communities: The good, the bad, and the ugly. Ecological Economics, 73, 47-55.

Gray, J. (2000). The Common Agricultural Policy and the re-invention of the rural in the European Community. *Sociologia ruralis*, *40*(1), 30-52.

Liu, T. (2022). 'Enclosure with Chinese characteristics': a Polanyian approach to the origins and limits of land commodification in China. The Journal of Peasant Studies, 50(4), 1347–1375. https://doi.org/10.1080/03066150.2021.1979967.

Pallarès-Blanch, Marta.; Prados, Maria-José.; Francesc Tulla, Antoni., (2014), "Naturbanization and Urban – Rural Dynamics in Spain: Case Study of New Rural Landscapes in Andalusia and Catalonia", European Countryside, 6, 118-160.

Woods, M. (2010). Performing rurality and practising rural geography. Progress in Human Geography, 34(6), 835-846.

Wu1, Bin; Liu, Linghui; James Carter1, Chris, 2022, "Bridging social capital as a resource for rural revitalisation in China? A survey of community connection of university students with home villages", Journal of Rural Studies, 93, Pages 254-262.

Xiao, H.; Zhou, L.,2018, "Commodification and perceived authenticity in commercial homes", Annals of Tourism Research, 71, 39-53.

# بازاریابی تجربی رویکردی نوین در تقویت برند گردشگری فرهنگی شهر اصفهان

**سید چمران موسوی**[1] دکتری جغرافیا برنامه ریزی شهری
**تینا ابوالقاسمی**[2] کارشناس ارشد علوم اجتماعی گرایش جمعیت شناسی
**نرگس زینی پور:** کارشناس کامپیوتر و دبیر هنرستان های شهر تهران

## چکیده

برندسازی در گردشگری فرهنگی یکی از ابزارهای راهبردی جهت ارتقای تصویر ذهنی مقصد و افزایش جذابیت آن برای گردشگران است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش بازاریابی تجربی در برندسازی گردشگری فرهنگی شهر اصفهان انجام شده است. این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش را گردشگران فرهنگی داخلی و خارجی اصفهان تشکیل داده‌اند و داده‌ها از طریق پرسشنامه گردآوری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که مؤلفه‌های بازاریابی تجربی (حسی، احساسی، فکری، کنشی و ارتباطی) تأثیر معناداری بر ابعاد مختلف برند گردشگری فرهنگی اصفهان دارند. همچنین تجربیات مثبت گردشگران از تعامل با فضاهای فرهنگی، معماری، آیین‌ها و تعاملات مردمی، سبب افزایش وفاداری، رضایتمندی و تصویر ذهنی مثبت نسبت به برند گردشگری اصفهان شده است. پژوهش نشان می‌دهد که تمرکز بر بازاریابی تجربی و طراحی تجارب معنادار و اصیل برای گردشگران فرهنگی می‌تواند راهبردی مؤثر در ارتقای جایگاه برند گردشگری اصفهان باشد. این یافته‌ها می‌تواند در طراحی سیاست‌های توسعه گردشگری فرهنگی به‌ویژه در مقاصد تاریخی و فرهنگی ایران مؤثر باشد.

**واژگان کلیدی:** برندسازی، گردشگری فرهنگی، بازاریابی تجربی، تجربه گردشگر، شهراصفهان.

[1] پژوهشگر مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی chamranmousavi2@gmail.com
۲ کارشناس معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران abolghasemi.tina@yahoo.com

## مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوعترین صنعت در جهان، منبع درآمد ضروری و یکی از عواملی است که بر مبادلات فرهنگی بین کشورها تأثیر می‌گذارد(پیرجمادی، ۱۴۰۱).گردشگری همیشه عاملی در جهت پیشرفت در کلیه کشورهای جهان بوده است و همچون محرکی با استفاده از منابع طبیعی، انسانی، فرهنگی، سنت‌ها و آداب و رسوم محلی موجبات ارتباط مردم در سرتاسر جهان را فراهم می‌آورد و مزیت‌های واقعی را برای جامعه میزبان به همراه میآورد و به طور مستقیم به رشد تولید ناخالص ملی و اشتغالزایی کمک می‌کند(باندوی، ۱۳۹۸). گردشگری همچون شمشیری دو لبه عمل می‌کند، از طرفی منافع زیادی برای جامعه میزبان به همراه می‌آورد و از طرف دیگر خوددارای نیازها و خواسته‌هایی است که جامعه میزبان را متحمل هزینه می‌کند و با تأثیرگذاری بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی مقصد می‌تواند در افزایش یا کاهش کیفیت زندگی جامعه محلی نقش برجسته‌ای ایفا کند(نجفی، ۱۳۹۹). امروزه با گسترش روابط بین فردی و بین جوامع، زمینه برای رونق شیوه‌های جدید داد و ستد و مبادله اقتصادی و فرهنگی فراهم شده است. گردشگری یکی از اهرم‌های آشنایی ملل و اقوام با فرهنگ‌های یکدیگر است. در این میان، برخی جوامع در حوزه گردشگری بسیار موفق عمل کرده‌اند. بنابراین بازشناسی و بررسی راه کارهای آنها می‌تواند زمینه‌ساز رونق و رشد گردشگری فرهنگی در ایران و شهرهای مختلف آن باشد. مسئله اساسی قرن ۲۱ م. برای پدیده گردشگری، فرهنگ است و گردشگر بدون فرهنگ وجود نخواهد داشت. فرهنگ و گردشگری همواره جدا از هم نبوده‌اند. مناظر فرهنگی، جاذبه‌ها و حوادث یک انگیزه مهم را برای سفر فراهم می‌کند و سفر خود به خود تولید فرهنگ منجر می‌شود(ریچارد و گرک[۱] ۲۰۱۸). در همین راستا بسیاری از مدیران محلی از طریق برندینگ مکان، به دنبال اهداف مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی-روانشناختی هستند تا کار خود را رونق دهند. این نکته را نباید از خاطر دور داشت که برندسازی تنها به کالا محدود نمی‌شود. در عصر کنونی برندینگ مکانی، مدیریت باید بداند که مشتریانش چه کسانی هستند، چه چیزی می‌خواهند و چگونه می‌توان در منطقه مورد نظر ارزش افزوده ایجاد کرد. متأسفانه آمار گویای سهم بسیار ناچیز ایران از درآمد جهانی گردشگری به رغم جاذبه‌های بسیار بالای آن است و شواهد نشان می‌دهد که گردشگری ما هنوز نتوانسته سهم بازار شایسته خود را به دست آورد و این امر نه به دلیل فقدان جادبه‌های طبیعی یا آثار باستانی و یا شرایط آب و هوایی است بلکه صرفاً محصول بینش مدیریت و نرم افزار موجود در این صنعت است. ضرورت انجام پژوهش در این حوزه از آنجاست که شناخت راهکارهای جدید در عرصه گردشگری می‌تواند نقشی تعیین کننده در توسعه و درآمدزایی در این عرصه برای جامعه ایران و شهرهای مختلف آن داشته باشد. در میان مناطق ارزشمند تاریخی و فرهنگی کشورمان، همواره استان خراسان رضوی، از جایگاه پرآوازه برخوردار بوده است و در سیر تاریخی تحولات این مرز و بوم، شاهد رخدادهای سیاسی گوناگون و حضور بزرگان و اندیشمندان زیادی بوده است. در بین شهرهای این خطه، اصفهان جایگاه متفاوت و مهمی در ذهن صاحبنظران دارد. شهر اصفهان با وجود جاذبه‌های مذهبی، تاریخی، فرهنگی، طبیعی و تاریخ و تمدن غنی، دارای پتانسیل بالای گردشگری است، بنابراین شهر اصفهان، قابلیت برند شدن و جذب گردشگر بیشتر را دارد.

پیرامون پیشینه پژوهش حاضر باید گفت تاکنون اثری با این موضوع به رشته تحقیق در نیامده است. با این حال مقاالت متعددی در حوزه گردشگری فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن به رشته تحریر در آمده است. مقاله‌ای با عنوان » گردشگری فرهنگی« به قلم لوئیس بونت به رشته تحریر درآمده است که توسط محمدرضا فروتن ترجمه شده و در مجله بررسیهای بازرگانی در سال ۱۳۸۶ به چاپ رسیده است. نویسنده معتقد است صرف ارائه خدمات مهمان نوازی و برنامه سفرهای فرهنگی نمی‌توان به توسعه گردشگری پایدار اقتصادی کمک کرد(بونت،[۲] ۲۰۱۸). با این حال، در این بررسی کلی راه کارهای دقیق برای رونق گردشگری فرهنگی در جوامعی چون ایران و شهرهای آن ارائه نشده است. مقاله دیگری با عنوانِ »مهندسی فرهنگی گردشگری« در فصلنامه مهندسی فرهنگی توسط نیکنام(۱۳۹۴) به رشته تحریر در آمده است. او در این پژوهش بر آن است که ارائه خط مشی مناسب برای توسعه کشور و

---

[۱] Richard&Gerek

[۲] Bount

ترسیم دورنمای مطلوب گردشگری، باید به التزام توسعه و فرهنگ توجه شایانی داشت و با اتخاذ نگرشی تفسیری از فرهنگ بر لزوم تعامل سازنده و نفی تقابل بین این دو مفهوم تأکید کرد. با این تفاسیر او در بررسی خود به دنبال ارائه راهکار و الگو نیست بلکه با واکاوی اهمیت فرهنگی سعی در نشان دادن وابستگی حوزه فرهنگ و گردشگری دارد. پژوهش حاضر با عنوان برندسازی گردشگری فرهنگی با تاکید بر بازاریابی تجربی(نمونه مورد مطالعه شهر اصفهان) بر آن است تا با روش کمی و کیفی استفاده شده است. با توجه به اهمیت فزاینده برند گردشگری به عنوان عامل تمایز مقاصد در بازار رقابتی گردشگری، و با در نظر گرفتن جایگاه تاریخی و فرهنگی شهر اصفهان در سطح ملی و بین‌المللی، پژوهش حاضر بر آن است تا نقش بازاریابی تجربی را به‌عنوان رویکردی نوین در تقویت برند گردشگری فرهنگی این شهر بررسی نماید. بر این اساس، این تحقیق می‌کوشد با تحلیل مؤلفه‌های تجربی درک‌شده توسط گردشگران، راهکارهایی برای بهبود تصویر برند فرهنگی اصفهان ارائه دهد.

## مبانی نظری و پیشینه تحقیق

اخیراً به دلیل پدیده جهانی شدن روزافزون، اکثر شهرهای جهان شاهد تغییر قابل توجهی در ساختار رقابتی خود بوده‌اند. برنامه ریزان گردشگری نیاز به ایجاد استراتژی‌های برندسازی را به عنوان کلیدی برای تمایز درک کردهاند (الزوبی[۱] ۲۰۲۳). با توجه به افزایش رقابت برای جذب گردشگران، سرمایه‌گذاران، شرکت‌ها و ساکنان آموزش دیده، برندسازی مکان به سرعت به عنوان یک حوزه تحقیقی در حال تکامل یافتن است(گرتنر[۲] ۲۰۱۱). برندسازی مکان سعی می‌کند، تا به شهرها، مناطق و کشورها یاری رساند تا در زمینه استراتژی‌های برندسازی و فعالیت‌های بازاریابی شان به طور مؤثرتری عمل کنند(هانا و رولی[۳] ۲۰۱۵؛ بران[۴] ۲۰۲۲). از طریق برندسازی مکان، بازاریابان مکان، برساختن برندهای قوی مکان مطلوب و مناسب تمرکز می‌کنند تا بتوانند با ذینفعان و مخاطبان هدف زیادی ارتباط برقرارکنند(مریلس و همکاران[۵] ۲۰۲۲).

پیرامون واژه برند و کاربرد آن باید گفت: برند منشأ اولیه تمایز در هر موجودی است؛ انسان‌ها در بدو تولد با نامی که برایشان برگزیده می‌شود، هویت می‌یابند. سازمان‌ها نیز معمولاً قبل ازایجاد نامگذاری می‌شوند. کشورها و شهرها و مناطق نیز دارای برند هستند. برند با ارزشترین دارایی و جایگاه دردنیا محسوب می‌شود. جایگاهی درذهن مشتری که به معنی تعهد صاحب برند در ارائه ارزش به مشتریان در ازای دریافت‌های مادی و معنوی است(معصوم زاده زواره و دیگران، ۱۳۹۸). به دیگر سخن، برند، اصطلاح، طرح، نماد یا هر چیز دیگری است که محصول و خدمات خاصی را از محصولات و خدمات مشابه متمایز میکند. برند معمولا به یک محصول یا خدمات با ارزش اعتباری و اجتماعی زیاد اشاره دارد؛ برند دارای هویت اجتماعی است و برندهای قدرتمند آنهایی هستند که مردم نسبت به آنها احساس مالکیت دارند. بسیاری از سازمان‌ها بر گسترش برند خود یعنی برندسازی متمرکز شده‌اند تا موقعیت خود را در بازار تقویت کنند و به رقابت بپردازند. برندها یکی از قویترین سرمایه شرکت‌ها هستند. مزیت برند از جمله مزیت رقابتی، وفاداری و اعتبار طولانی مدت برای مشتریان است(رستمی و دیگران، ۱۳۹۷ ). با این تفاسیر به نظر می‌رسد برند و توجه به برندسازی یکی از راهکارهای اصلی حضور در بازاری مختلف است و کاربست برند یا برندسازی نقش محوری در توسعه و ابعاد مختلف آن می‌تواند ایفا کند.در عصر جهانی شدن، رقابت پذیری امری اجتناب ناپذیر است. این رقابت در میان کشورها، مناطق و شهرها در راستای جذب سرمایه‌های مالی و انسانی بیشتر صورت میگیرد. برندسازی مکان به عنوان ابزاری برای رقابت میان مکان‌ها طرح شده است. ساخت تصاویر مثبت و جذاب، ابزاری جهت جریان‌های جهانی سرمایه‌گذاری و مردم و به دنبال آن شکوفایی توسعه‌های محلی است. برندسازی مکان نه به عنوان یک ابزار که به عنوان رویکردی جامع و چند وجهی در توسعه مکان است. در فرایند برندسازی، هویت

---

۱ Alzoyy
۲ Gertner
۳ Hana&Rolei
۴ Beroun
۵ Meriles etal

برند مکان است. تعیین این هویت در راستای تلاش برای دستیابی به آن نیازمند مشارکت همه ذینفعان و توافق جمعی بر روی آن است(یزدان پناه شاه‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۸). بنابراین برندسازی مکان یکی از شناخته شده‌ترین راهکارهای برندسازی در راستای معرفی یک مکان و تلاش برای رونق آن است. این رویکرد قادر است با کمترین هزینه‌ها و مدیریت عالی زمینه‌ساز توسعه اقتصادی و فرهنگی یک مکان یا شهرگردد. امروزه برندسازی مقصد به سرعت در حال تبدیل شدن به اوج مدیریت و تلاش های بازاریابی است. برندها نه تنها محصولات را متفاوت را مشخص می‌کنند بلکه عقاید را بر می‌انگیزند، احساسات را فرا می‌خوانند و باعث انجام فعالیت‌هایی می‌شوند که هدف اصلی سازمان‌های مدیریت مقصد است. برند قوی علاوه بر جذب گردشگران، جذب تاجران و سرمایه-گذران را نیز به همراه دارد. یکی از عواملی که نقش اساسی در شکل‌گیری یک برند در شهر ایفای نقش کند، مدیریت خوب شهری است(علیزاده و روشنایی، ۱۴۰۱ ). با این تفاسیر می‌توان برندسازی مقصد را دارای نقش کلیدی در ایجاد توسعه و صنعت گردشگری معرفی کرد.

نقطه آغاز گردشگری فرهنگی به قرن نوزدهم و اروپا باز می‌گردد؛ گروهی از جوانان از طبقات مرفه انگلیس با انگیزه شناخت قاره اروپا و برای تکمیل اطلاعات علمی خود به گردش پرداختند. بی‌شک آنچه آنها در این سفر انجام دادند باعث می‌شود که امروزه به کار آنها گردشگری فرهنگی گفته شود. از دهه ۳۰ میلادی گردشگری به صورت واقعی و اساسی از انگیزه‌های شناخت و فعالیت‌های صرفاً فرهنگی فاصله گرفت و تنوع یافت. در این میان نه تنها گردشگری فرهنگی از میان نرفت بلکه با تنوع بخشیدن به موضوعات خود و تغییر در مقاصد سفر و نوع مشتریان درخششی نو یافت(عباس زادگان،۱۴۰۰). گردشگری فرهنگی دارای مفهومی عام است و نوعی از گردشگری است که در آن گردشگر در جستجو، فراگیری و تجربه درباره فرهنگ حال و گذشته جامعه خود یا دیگران است(رنجبران و زاهدی، ۱۴۰۱). گردشگری فرهنگی ظهور علائق انسان برای ارضای حس کنجکاوی در مورد چگونگی زندگی، محیط پیرامون مردم و همچنین دیدار از جنبه‌های فیزیکی زندگی آن‌ها است که در شغل و پیشه، موسیقی، ادبیات، رقص، غذا، نمایش، صنایع دستی، زبان و آیین‌های مذهبی می‌شود. بنابراین گردشگری فرهنگی را می‌توان در دو بعد مفهومی و فنی تعریف کرد. در بعد مفهومی گردشگری فرهنگی، حرکت انسان‌ها برای جاذبه‌های فرهنگی و جدا شده از مکان معمولی سکونت با هدف به دست آرودن اطلاعات و تجربه جدید برای ارضای نیازهای فرهنگی تعریف شده است. از نظر گردشگری فنی فرهنگی، حرکت انسانها برایی جاذبه‌های فرهنگی خاص همچون مکان‌های میراث، نشانه‌های زیباشناختی و گردشگری فرهنگی، هنرها و نمایش‌ها که خارج از مکان معمولی سکونت قرار دارد در بر می -گردد(بحرینی، ۱۳۹۹).در این زمان گردشگری فرهنگی، علیرغم آنکه جایگاه مهمی را در صنعت گردشگری یا در عرصه سفرهای فرهنگی به خود اختصاص نداده ست اما به طور کلی قبل از گردشگری جایگاه خاصی را در اقتصاد به خود اختصاص داده بوده است. گردشگری فرهنگی با اینکه شامل فرایند کنجکاوانه و هوشمندانه است که به دنبال اکتشاف فرهنگ‌های متنوع می‌باشد، ولی بخش‌های رمانتیک یا علاقه علمی در حاشیه قرار می‌دهد. پیدایش گردشگری فرهنگی در نتیجه پیشرفت‌های گسترده بازار گردشگری و نیاز آن به متنوع‌سازی بود. گردشگری فرهنگی رویداد افراد به سوی جاذبه‌های فرهنگی دور از محل اقامت فعلیشان و به منظور جمع‌آوری اطلاعات و تجربیات نو است تا نیازهای فرهنگی آنها را تأمین کند(بونت، ۲۰۱۹).

**شکل۱.گونه شناسی از جاذبه‌های گردشگری فرهنگی**

پایه و اساس بازاریابی تجربی براساس کسب تجربه شخصی از کالا و خدمات می باشد(رضایی و همکاران،۱۴۰۲). اولین بار مفهوم تجربه از طریق مقاله‌های (هولبروک و هیرچمن،[۱]۲۰۲۳). وارد حوزه مصرف و بازاریابی شد و به عنصری کلیدی در درک رفتار مصرف کننده تبدیل گردید(پین و گیلمورف،[۲]۲۰۱۸). الگویی از کالا، جنس، خدمات و تجربه را ارائه داده و بیان داشتند که سیر پیشرفت از حالت طبیعی و محسوس( کالا) به محسوس و استاندارد( جنس) سپس به حالت نامحسوس و سفارشی (خدمات) و در نهایت به حالت به یاد ماندنی و شخصی(تجربه)تکامل یافته است.

**شکل۲.گردشگری فرهنگی**

در نهایت اشمیت[۳](۱۹۹۹) با مطرح کردن بازاریابی تجربی، تجربه را به عنوان بازخوردی از رویداد تعریف می‌کند که در برخی از تحریکات رخ می‌دهد(نظیرتلاش های بازاریابی قبل و بعد ازخرید) او با ارائه مفهوم بازاریابی تجربی و مقایسه آن با بازاریابی سنتی بیان داشت که در بازاریابی سنتی، مشتریان به صورت عقلایی تصمیم‌گیری می‌کنند و ویژگی‌های عملکردی محصولات را سنجیده

---

۱ Holbrok&Heyrchman
۲ Pin&Geilmorf
۳ Eshmit

و محصولی را با بالاترین سطح مطلوبیت انتخاب می نمایند ولی در بازاریابی تجربی، مشتریان بیشتر از طریق محرکه های احساسی هدایت می‌شوند. به بیان دیگر، درحالیکه مشتریان درگیرانتخابی عقلایی هستند، غالباً به صورت احساسی تحریک می‌شوند.

**شکل۳.ویژگی‌های گردشگری فرهنگی در کنار میراث فرهنگی و گردشگری خلاق**

او بر طبق یافته‌هایش، مدلSEMs، را ارائه داد که این مدل دارای ساختار و فرآیندهای مجزایی است که شامل بازاریابی حسی، احساسی، فکری، فیزیکی و تعاملی می باشند(سعیدنیا، گودرزی،۱۳۹۷). بازاریابی تجربی، گرایشی حسی است، که منجر به ایجاد تجربه منطقی شده و به آنها توانایی توسعه ارزش‌های رفتاری، عاطفی، شناختی وهمبستگی می‌دهد(رضایی و همکاران،۱۴۰۲). شرکت‌ها می‌توانند فعالیت‌های بازاریابی خود رابه صورت تجربی و از طریق فهم احساس، عقاید، درک و عمل رضایت بخش در مشتریان، تمام فاکتورهایی را که مشتریان در فرآیند خرید مورد توجه قرار می‌دهند شناسایی و سازماندهی نمایند(اسماعیل پور، بهمدی، ۱۴۰۳). بازاریابی تجربی اثر مثبت بر تکرار مراجعهٔ مشتری و بروز رفتار وفادارانه و ایجاد نشاط و سرگرمی در مشتری دارد(ژینگ یی هوآنگ [۱] ۲۰۱۹). چهار مشخصهٔ اصلی بازاریابی تجربی عبارت است از: تمرکز بر تجربه مشتری، به آزمون گذاردن شرایط و موقعیت مصرف و بکارگیری، تصمیم‌گیری مشتریان با ذهن شناختی و ذهن هیجانی و قابل استفاده بودن روش‌ها و منابع متنوع تحقیقاتی(اسماعیل پور، بهمدی،۱۴۰۳). هدف بازاریابی تجربی ایجاد ارتباطات جدید بین برند و مشتریان جهت دستیابی به تجارب همه جانبه‌های است که تجارب حسی افراد را با تداخل همه حواس، یکپارچه سازد(رضایی و همکاران،۱۴۰۲). تجربه از تعامل بین یک مشتری با یک محصول یا یک شرکت ناشی میشود که مستلزم درگیر شدن مشتری در سطوح مختلف عقالیی، هیجانی، مادی و معنوی می باشد .به دلیل آنکه تجارب، درونی هستند و از فعل وانفعاالت ذهن شخص و حوادث درآن، ایجاد میشوند، هیچ دو تجربه یکسانی وجود ندارد و تجارب افراد شبیه به یکدیگر نمی‌باشد(سعیدنیا، گودرزی،۱۳۹۷). بازاریابی تجربی، تأثیر مثبتی بر درگیری احساسات و هیجانات دارند(رضایی و همکاران،۱۴۰۲). از آنجایی که مردم از طریق حواس خود جهان را تجربه می‌کنند، اطلاعات حسی و تجربیات ذهنی همراه آنها نقش مهمی در فعالیت و شناخت انسانها ایفا می‌کنند، حتی در حوزه‌هایی که به نظر انتزاعی و دور از ورودی حسی حقیقی هستند. مدل بازاریابی تجربی شامل اجزای زیر است: تجربه حس، تجربه، تجارب فکر، تجربه حقوقی و ارتباط بین تجربه و همچنین پیامدهای استفاده از بازاریابی تجربی در قالب تمایل به خرید یک سرویس، تولید ارتباط از طریق دهان و ایجاد وفاداری مصرف کننده(گنزالس و همکاران[۲] ۲۰۲۲). مطابق با نظر( اشمیت، ۱۹۹۹ ) پنج نوع تجربه وجود دارد:احساس، هیجان، تفکر، عمل، و رابطه .هدف از تجربهٔ فکری، تشویق مشتریان برای شرکت در تفکر خالق است که ممکن است به ارزیابی مجدد شرکت و محصول منجر شود(ابراهیم‌پور ازبری و همکاران،۱۴۰۰). درخواست کردن و برانگیختن مصرف کنندگان

[۱] Geing&Hoang
[۲] Gonzales etal

که عمیقاً تفکر کرده و به ارزیابی مجدد کسب و کار بپردازند. بیان دیگری نیز وجود دارد که عبارت است از: هدف قرار دادن هوش و آگاهی مصرف کننده با استفاده از یک روش نوآورانه به منظور ایجاد حس شناخته شدن با برند و تشویق مصرف کننده به تجربه‌ای متفاوت(رحیم‌نیا و همکاران، ۱۴۰۱). گردشگری فرهنگی از دو بعد تعریف می‌شود. در بعد مفهومی گردشگری فرهنگی، حرکت انسان‌ها برای جاذبه های فرهنگی و جدا شدن از مکان معمول سکونت با هدف به دست آوردن اطلاعات و تجربه جدید برای ارضای نیازهای فرهنگی تعریف شده است از نظر فنی گردشگری فرهنگی، حرکت انسان‌ها برای جاذبه های فرهنگی خاص همچون مکان‌های میراث نشانه‌های زیباشناختی و فرهنگی هنرها و نمایش‌ها که خارج از مکان معمول سکونت قرار دارد را در بر می‌گیرد (Bachleitner, 2019).

در سطح بین الملل داراجات[۱](۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان عوامل فیزیکی و امکانات فاکتورهای مؤثر بر توسعه گردشگری در بتول رجینسی، منطقه ویژه یوگیاکارتا به این نتیجه دست یافت که تأثیر عوامل فیزیکی بر توزیع تعداد گردشگران معنی دار است. تعداد گردشگران بر تسهیلات تأثیر گذار است. همچنین نتایج دیگر نشان داد عوامل فیزیکی متفاوت است بیشتر امکانات در جنوب قرار دارد بالاترین امکانات ثانویه و مشروط در پارانگتریت بیچ واقع شده است پیریللو[۲](۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان چالش‌های برنامه‌ریزی و توسعه گرد شگری فرهنگی در مراکز تاریخی به این نتیجه دست یافت که گردشگری فرهنگی می تواند با باز سازی و حفظ میراث فرهنگی برنامه ریزی تفسیری در مدیریت مشارکتی برای ساختن یک محصول که می‌تواند نیازهای گردشگری را تأمین کند بهبود یابد. شخروزبرگ[۳](۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان "ویژگی‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی و عوامل توسعه آن به این نتیجه دست یافت که ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی می توانند زمینه توسعه گردشگری فرهنگی را فراهم سازد. از سویی ویژگی‌هایی همچون نیاز به گردشگری و انتخاب مقصد برای برآورده ساختن نیازها می‌تواند بر توسعه تأثیر گذار باشد.

در ایران محسنی (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری فرهنگی در شهر تاریخی اصفهان این شهر را به عنوان یکی از مهمترین شهرهای کشور در عرصه فعالیت‌های صنعت گردشگری، بستر پژوهش قرار گرفته است که نقش منحصربه فردی در سیستم اقتصاد گردشگری ایران دارد و به عنوان یک مقصد بین المللی سالیانه مورد بازدید هزاران گردشگر داخلی و خارجی قرار میگیرد. از آن رو شهر تاریخی اصفهان با پتانسیلهای فرهنگی میتواند در زمینه ای برای گردشگران و تبلوری از آداب ور سوم آیینهای با ستانی، اعیاد ملی و احیای صنایع دستی گذشته ،اصفهان به شمار آید. روش تحقیق در پژوهش حاضر به صورت توصیفی – تحلیلی می‌باشد و نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که با معرفی فرهنگ، میتوان موجب کاهش آسیب پذیری فرهنگی صنعت گردشگری در شهر تاریخی فرهنگی اصفهان گردد. احمدی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل" عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی نواحی روستایی استان زنجان که جامعه آماری تحقیق ۲۲۰ نفر از مسئولان و کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی گردشگری استان زنجان دانشجویان و خبرگان محلی در روستاهای دارای پتانسیل بوده که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۳۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند به این نتیجه دست یافتند که بیشترین اثرات کلی گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصاد روستایی مربوط به شاخص اشتغال با میزان ۰/۷۷۶ و کمترین اثر کلی مربوط به شاخص سرمایه با میزان ۰/۰۸۹ میباشد. تأثیرات کلی به دست آمده حاکی از آن است که با گسترش گردشگری روستایی و گردشگری فرهنگی بر میزان اشتغال روستاییان افزوده شده است و افزایش اشتغال افزایش درآمد و تولید و در نتیجه سرمایه گذاری را به همراه داشته است. با توجه به پیشینه مطالعاتی ارائه شده در پژوهش حاضر از آنجایی که پژوهش حاضر به برندسازی گردشگری فرهنگی اصفهان با تاکید بر بازاریابی تجربی دارای نوآوری می‌باشد. اصفهان از جمله شهرهایی است که میتوان به جرأت آن را از میان شهرهای مهم دنیا مستثنی و منحصر به فرد تلقی کرد و این ویژگی ناشی از آن است که کالبد شهر در مجموع یک واحد منسجم و ارزشمند

---

[۱] Darajat
[۲] Peyeryllo
[۳] Shkhrozeberg

تلقی میشود و حامل نکته ها و لمنه های تفکری و بینشی خاص است. به عبارت دیگر شهرهای مشهور ممکن است یک ساختمان یا یک مجموعه و یا آثار منفردی چنین مفهومی را دنبال کنند حال آن که در اصفهان همه شهر چنین بار فلسفی را به دوش دارد در مجموع باید گفت اصفهان نه تنها تبلوری از یک نوع جهان بینی است بلکه با داشتن ده‌ها مناره، برج کبوتر آثار تاریخی مذهبی مانند: کلیسا، مسجد، بازار و عمارت و باغ از نظر تنوع مکانی از بی نظیرترین شهرهای موجود محسوب می‌شود رامشت (۱۳۹۴) جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی شهر اصفهان که در این پژوهش ارزیابی شده‌اند عبارتند از:

**جدول ۱. مولفه های معماری بالفعل تاریخی – فرهنگی گردشگری شهری**

| نوع عامل | نام بنا | ویزگی های معاصر |
|---|---|---|
| عناصر مجموعه شعری | میدان نقش جهان | سازوکار ارتباط فضایی درون وبرون، تنوع کالبد و فرم و فضا و کارکرد در عناصر مختلف مجموعه، امکان حضور و معاشرت در فضاهای متنوع مجموعه، ارتباط مناسب با طبیعت، از بناهای ثبت میراث جهانی یونسکو |
| | بازارها | فعالیت‌های موجود خرید و فروش زندگی امروز در کالبد های قدیمی، تنوع فضایی ( تیمچه، دالان، منحصر به فرد بن بازارچه، خان، خانسرا و....) |
| | پیاده راه چهارباغ | رابط اصلی و پیوند دهنده فضاهای پویای شهری، امکان برقراری تعاملات اجتماعی، نظام تردد مناسب، امکانات کالبدی حرکت وسکون در فضای خطی موجود (جریان عبور)، ارتباط مناسب با طبیعت، امکان زندگی در مکث و تنوع فعالیت ها بواسطه عملکردهای مختلف |
| تک بناها | هشت بهشت | گشادگی منظر، برونگرایی بنا، تنوع و گوناگونی فضاها، ارتباط درون با طبیعت بیرون، تزئینات منحصر به فرد.. |
| | چهل ستون | تنوع فضایی، تزئینات بنا شامل آیینه کاری، طلاکاری، منبت های تاریخی، کاری، خاتم کاری، نقاشی ها با مضمون داستان ارتباط با طبیعت ( باغ و حوض مقابل ایوان اصلی کاخ)، ایوان ستوندار منحصر به فرد، ثبت یونسکو |
| | پل ها | ارتباط بی‌واسطه با طبیعت، تجربه حس فضایی پل‌ها در دو لایه مختلف عمودی و افقی، امکانات فضایی مکث و حرکت، و کاشیکاری های آجرکاری . |

**جدول ۲. مولفه های معماری بالقوه تاریخی – فرهنگی گردشگری شهری**

| نوع عامل | نام بنا | ویزگی های معاصر |
|---|---|---|
| مرمت و ساماندهی عناصر تاریخی | عصارخانه ها کاروانسراها | آشنایی با نحوه زندگی گذشته سفر و صنعت و تجارت، تنوع و وسعت فضایی |
| | مساجد و مدارس | جذابیت ترکیب ،کارکردها تفکیک و تنوع فضایی در لایه های افقی و عمودی امکان بهره برداری با همان عملکرد گذشته خود بنا در حال به علت غنای فضا ساختار مجموعه |

| | | |
|---|---|---|
| | | |
| | حمام ها | امکان برگزاری آیین‌ها و نمایش آداب و رسوم و سبک زندگی گذشته، تنوع و سلسله مراتب فضایی و ابعاد و ارتفاعی |
| | خانه ها | مشاهده همزمان فضا ،زندگی معنا در یک مجموعه ارتباط مناسب و جذاب اتاق‌ها و تالارها با حیاط میانی تنوع تزیینات نورگیری‌ها |
| | بازارها | امکان نمایش و فروش صنایع دستی در کالبد مناسب تاریخی تقسیمات فضایی بازار، پویایی حرکت و فعالیت |
| | امامزاده ها | برگزاری آیین‌ها و مراسم مذهبی |
| احیای بافت تاریخی | بافت بافت تاریخی شهری | ایجاد حس تعلق ،مکانی احیای هویت فرهنگی افزایش محله ها قابلیت‌های محیط کمک به ادراک مناسب فضا و منطقه مجموعه‌های شهری، امکان شکل گیری فعالیت‌های گردشگری و تجارب |

در جمع‌بندی مبانی نظری، می‌توان گفت که برندسازی گردشگری فرهنگی زمانی اثربخش خواهد بود که تجربه‌ی گردشگر از حضور در مقصد با ادراکات فرهنگی، تعاملات اجتماعی، و ارزش‌های ملموس و ناملموس فرهنگی آمیخته شود. بازاریابی تجربی با تأکید بر تجربه‌ی چندحسی و مشارکتی گردشگر، به‌عنوان بستری برای ایجاد پیوند احساسی و ذهنی با برند مقصد عمل می‌کند. بنابراین، یکپارچه‌سازی استراتژیک بازاریابی تجربی در طراحی برند گردشگری فرهنگی می‌تواند موجب ارتقای جایگاه و هویت برند مقصد در ذهن مخاطبان گردد.

## روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی-توسعه‌ای است و از حیث روش اجرا در حوزه‌ی تحقیقات توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی قرار می گیرد و از روش آمیخته اکتشافی استفاده شده است. در مرحله کیفی تیم تصمیم تحقیق، ۲۰ نفر است که از مدیران و کارشناسان و متخصصان با ویژگیهایی نظیر در دسترس بودن، تجربه، تناسب رشته تحصیلی، مدرک دکتری یا کارشناسی ارشد، اشتغال به تدریس در دانشگاه، با سابقه پژوهشی و تألیف در این زمینه، انتخاب شده‌اند. در مرحله کمی جامعه آماری را گردشگران اصفهان تشکیل می‌دهند که تعداد آنان نامحدود بوده و برای تعیین حجم نمونه از جدول کرجسی و مورگان مورد استفاده قرار گرفته است. لذا تعداد حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین شد و روش نمونه گیریِ تصادفی طبقه‌ای بوده است و برای شناسایی شاخص های بازاریابی تجربی از روش دلفی فازی و تحلیل عاملی استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، در بخش آمار توصیفی از جدول شامل جداول توزیع فراوانی، نمودارها، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و از نرم افزار SPSS استفاده شده است. و در بخش امار استنباطی از روش های دلفی فازی و تحلیل عاملی و با استفاده از نرم افزار لیزرل، انجام شده است. این تحقیق در بازه زمانی۱۳۹۷-۹۸، در شهرستان اصفهان، انجام گرفته است.

## یافته‌ها

در مرحله نخست پس از تکمیل پرسشنامه ها توسط خبرگان، نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت. بدین ترتیب که مقادیر کیفی متغیرها به مقادیر کمی فازی تبدیل شده و میانگین فازی مربوط به هر معیار به طور جداگانه تعیین شد. جهت فازی کردن متغیرهای کلامی از مقادیر جدول ۳ استفاده شد.

**جدول۳.تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی**

| متغیرهای کلامی | عدد فازی مثلثی |
|---|---|
| کاملا موافقم | (۰/۹ ،۱ ،۱) |
| موافقم | (۰/۷ ،۰/۹ ،۰/۱) |
| نظری ندارم | (۰/۳ ،۰/۵ ،۰/۷) |
| مخالفم | (۰ ،۰/۱ ،۰/۳) |
| کاملا مخالفم | (۰،۰،۰/۱) |

-عوامل موثر بر برندسازی گردشگری فرهنگی با تاکید بر بازاریابی تجربی کدامند؟ برای پاسخ به این سوال از تکنیک دلفی فازی استفاده شده است که نتایج آن در ادامه آورده شده است.

**جدول ۴.میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله نخست نظرسنجی و مقدار فازی زدایی شده پرسشنامه بازاریابی تجربی**

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی | میانگین فازی شده |
|---|---|---|---|
| ۱ | داشتن تصویر بی نظیر از مقصد | (۰/۷ ،۰/۹۵ ،۰/۱) | ۰/۹۰ |
| ۲ | جذابیت طراحی ساختمانی و دکوراسیون مقصد | (۰/۷ ،۰/۹۴ ،۰/۱) | ۰/۸۹ |
| ۳ | بخاطر آوری تبلیغات مقصد | (۰/۳ ،۰/۹۲ ،۰/۱) | ۰/۷۹ |
| ۴ | شنیدن اخبار درباره مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۴ ،۰/۱) | ۰/۶۷ |
| ۵ | زیبایی شناسی بصری مقصد | (۰/۳ ،۰/۸۸ ،۰/۱) | ۰/۷۷ |
| ۶ | هوای مطبوع مقصد | (۰/۳ ،۰/۸۹ ،۰/۱) | ۰/۷۷ |
| ۷ | غذاهای محلی مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۵ ،۰/۱) | ۰/۶۷ |
| ۸ | خوراکی های محلی مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۶ ،۰/۱) | ۰/۶۸ |
| ۹ | سوغات و صنایع دستی مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۵ ،۰/۱) | ۰/۶۷ |
| ۱۰ | تاثیر گذاری بر حواس پنجگانه | (۰/۰ ،۰/۸۴ ،۰/۱) | ۰/۶۷ |
| ۱۱ | خوشایند بودن مقصد | (۰/۳ ،۰/۸۸ ،۰/۱) | ۰/۷۶ |
| ۱۲ | احساس شادی بخش بودن مقصد | (۰/۳ ،۰/۹۳ ،۰/۱) | ۰/۷۹ |
| ۱۳ | احساس لذت بخش بودن مقصد | (۰/۳ ،۰/۹۲ ،۰/۱) | ۰/۷۹ |
| ۱۴ | احساس گرم بودن مقصد | (۰/۳ ،۰/۹۳ ،۰/۱) | ۰/۷۹ |
| ۱۵ | شگفت انگیز بودن مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۶ ،۰/۱) | ۰/۶۸ |
| ۱۶ | علاقه مندی به مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۷ ،۰/۱) | ۰/۶۸ |
| ۱۷ | آرام بخش بودن مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۵ ،۰/۱) | ۰/۶۸ |
| ۱۸ | قابل تشخیص بودن مقصد از سایر شهرها | (۰/۳ ،۰/۹۱ ،۰/۱) | ۰/۷۸ |
| ۱۹ | یادآوری سریع ویژگیهای متمایز مقصد | (۰/۳ ،۰/۹۴ ،۰/۱) | ۰/۸۰ |
| ۲۰ | آشنایی کامل با محصولات مقصد | (۰/۷ ،۰/۹۵ ،۰/۱) | ۰/۹۰ |
| ۲۱ | شناختن علائم و سمبل های مقصد | (۰/۷ ،۰/۹۴ ،۰/۱) | ۰/۸۹ |
| ۲۲ | برانگیختن حس کنجکاوی | (۰/۳ ،۰/۹۲ ،۰/۱) | ۰/۷۹ |
| ۲۳ | فعالیت محور بودن مقصد | (۰/۰ ،۰/۸۴ ،۰/۱) | ۰/۶۷ |
| ۲۴ | بازدید از مقصد | (۰/۳ ،۰/۸۸ ،۰/۱) | ۰/۷۷ |
| ۲۵ | بازدید مجدد از مقصد | (۰/۳ ،۰/۸۹ ،۰/۱) | ۰/۷۷ |
| ۲۶ | تمایل به پرداخت مبلغ بیشتر | (۰/۰ ،۰/۸۵ ،۰/۱) | ۰/۶۷ |
| ۲۷ | وفاداری | (۰/۷ ،۰/۹۷ ،۰/۱) | ۰/۹۰ |

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی | میانگین فازی شده |
|---|---|---|---|
| ۲۸ | تبلیغات شفاهی | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۲۹ | قصد بازدید مجدد | (۰/۱، ۰/۸۴، ۰/۰) | ۰/۶۷ |
| ۳۰ | قصد توصیه و سفارش به دیگران برای بازدید از مقصد | (۰/۱، ۰/۸۶، ۰/۳) | ۰/۷۵ |
| ۳۱ | تمایل به شرکت در نشستهای رسمی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۳۲ | همراهی با افرادی که از این مقصد ، بازدید کرده اند | (۰/۱، ۰/۸۹، ۰/۳) | ۰/۷۷ |
| ۳۳ | تمایل به مطالعه اخبار درباره مقصد | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۴ | تفکر مثبت نسبت به مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۳۵ | هیجان انگیز بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۶ | سازگاری مقصد با شخصیت افراد | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۳۷ | تصویر اجتماعی مثبت مقصد | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۸ | واکنش های رفتاری | (۰/۱، ۰/۸۸، ۰/۳) | ۰/۷۶ |
| ۳۹ | عکس العمل های فیزیولوژیکی | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۴۰ | احساسات ذهنی | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۳) | ۰/۸۰ |
| ۴۱ | شگفت زدگی | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۴۲ | لذت برآورده شدن انتظارات | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |

**جدول ۵. میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله دوم نظرسنجی و مقدار فازی زدایی شده پرسشنامه بازاریابی تجربی**

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی | میانگین فازی شده |
|---|---|---|---|
| ۱ | داشتن تصویر بی نظیر از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۲ | جذابیت طراحی ساختمانی و دکوراسیون مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۳ | بخاطر آوری تبلیغات مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۴ | شنیدن اخبار درباره مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۵ | زیبایی شناسی بصری مقصد | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۸۸ |
| ۶ | هوای مطبوع مقصد | (۰/۱، ۰/۸۹، ۰/۳) | ۰/۸۵ |
| ۷ | غذاهای محلی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۸ | خواراکی های محلی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۸۱ |
| ۹ | سوغات و صنایع دستی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۱۰ | تاثیر گذاری بر حواس پنجگانه | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۷۹ |
| ۱۱ | خوشایند بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۸۱ |
| ۱۲ | احساس شادی بخش بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۱۳ | احساس لذت بخش بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۱۴ | احساس گرم بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۱۵ | شگفت انگیز بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۱۶ | علاقه مندی به مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۱۷ | آرام بخش بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۸۸، ۰/۳) | ۰/۷۷ |
| ۱۸ | قابل تشخیص بودن مقصد از سایر شهرها | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۷) | ۰/۸۷ |
| ۱۹ | یادآوری سریع ویژگیهای متمایز مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۲۰ | آشنایی کامل با محصولات مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۳) | ۰/۸۳ |
| ۲۱ | شناختن علائم و سمبل های مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۲۲ | برانگیختن حس کنجکاوی | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی | میانگین فازی شده |
|---|---|---|---|
| ۲۳ | فعالیت محور بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۲۴ | بازدید از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۲۵ | بازدید مجدد از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۳) | ۰/۸۰ |
| ۲۶ | تمایل به پرداخت مبلغ بیشتر | (۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۲۷ | وفاداری | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۲۸ | تبلیغات شفاهی | (۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۲۹ | قصد بازدید مجدد | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۰ | قصد توصیه و سفارش به دیگران برای بازدید از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۱ | تمایل به شرکت در نشستهای رسمی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۳۲ | همراهی با افرادی که از این مقصد ، بازدید کرده اند | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۳۳ | تمایل به مطالعه اخبار درباره مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۴ | تفکر مثبت نسبت به مقصد | (۰/۱، ۰/۹۸، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۵ | هیجان انگیز بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۶ | سازگاری مقصد با شخصیت افراد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۷ | تصویر اجتماعی مثبت مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۸ | واکنش های رفتاری | (۰/۱، ۰/۹۸، ۰/۷) | ۰/۹۲ |
| ۳۹ | عکس العمل های فیزیولوژیکی | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۴۰ | احساسات ذهنی | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۴۱ | شگفت زدگی | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۴۲ | لذت برآورده شدن انتظارات | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |

**جدول ۶. میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله سوم نظرسنجی و مقدار فازی زدایی شده پرسشنامه بازاریابی تجربی**

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی | میانگین فازی شده |
|---|---|---|---|
| ۱ | داشتن تصویر بی نظیر از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۸، ۰/۷) | ۰/۹۲ |
| ۲ | جذابیت طراحی ساختمانی و دکوراسیون مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳ | بخاطر آوری تبلیغات مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۴ | شنیدن اخبار درباره مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۵ | زیبایی شناسی بصری مقصد | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۸۸ |
| ۶ | هوای مطبوع مقصد | (۰/۱، ۰/۸۹، ۰/۳) | ۰/۸۵ |
| ۷ | غذاهای محلی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۸ | خواراکی های محلی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۸۱ |
| ۹ | سوغات و صنایع دستی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۱۰ | تاثیر گذاری بر حواس پنجگانه | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۷۹ |
| ۱۱ | خوشایند بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۸۱ |
| ۱۲ | احساس شادی بخش بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۱۳ | احساس لذت بخش بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۱۴ | احساس گرم بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۱۵ | شگفت انگیز بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی | میانگین فازی شده |
|---|---|---|---|
| ۱۶ | علاقه مندی به مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۱۷ | آرام بخش بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۸۸، ۰/۳) | ۰/۷۷ |
| ۱۸ | قابل تشخیص بودن مقصد از سایر شهرها | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۷) | ۰/۸۷ |
| ۱۹ | یادآوری سریع ویژگیهای متمایز مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۲۰ | آشنایی کامل با محصولات مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۳) | ۰/۸۳ |
| ۲۱ | شناختن علائم و سمبل های مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۲۲ | برانگیختن حس کنجکاوی | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۲۳ | فعالیت محور بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۲۴ | بازدید از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۷) | ۰/۸۹ |
| ۲۵ | بازدید مجدد از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۳) | ۰/۸۰ |
| ۲۶ | تمایل به پرداخت مبلغ بیشتر | (۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۲۷ | وفاداری | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۲۸ | تبلیغات شفاهی | (۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۲۹ | قصد بازدید مجدد | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۰ | قصد توصیه و سفارش به دیگران برای بازدید از مقصد | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۱ | تمایل به شرکت در نشستهای رسمی مقصد | (۰/۱، ۰/۹۴، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۳۲ | همراهی با افرادی که از این مقصد ، بازدید کرده اند | (۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳) | ۰/۷۸ |
| ۳۳ | تمایل به مطالعه اخبار درباره مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۴ | تفکر مثبت نسبت به مقصد | (۰/۱، ۰/۹۸، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۵ | هیجان انگیز بودن مقصد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۶ | سازگاری مقصد با شخصیت افراد | (۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳) | ۰/۷۹ |
| ۳۷ | تصویر اجتماعی مثبت مقصد | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۸ | واکنش های رفتاری | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۱ |
| ۳۹ | عکس العمل های فیزیولوژیکی | (۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۴۰ | احساسات ذهنی | (۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۴۱ | شگفت زدگی | (۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷) | ۰/۹۰ |
| ۴۲ | لذت برآورده شدن انتظارات | (۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳) | ۰/۸۸ |

**جدول ۷. اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله دوم و سوم پرسشنامه بازاریابی تجربی**

| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی زدایی شده مرحله ۱ | میانگین فازی زدایی شده مرحله ۲ | اختلاف |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | داشتن تصویر بی نظیر از مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۲ | ۰/۰۱ |
| ۲ | جذابیت طراحی ساختمانی و دکوراسیون مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۹۱ | ۰/۰۱ |
| ۳ | بخاطر آوری تبلیغات مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۴ | شنیدن اخبار درباره مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۰ |
| ۵ | زیبایی شناسی بصری مقصد | ۰/۸۸ | ۰/۹۰ | ۰/۰۲ |
| ۶ | هوای مطبوع مقصد | ۰/۸۵ | ۰/۸۹ | ۰/۰۴ |
| ۷ | غذاهای محلی مقصد | ۰/۸۹ | ۰/۸۰ | ۰/۰۹ |
| ۸ | خوراکی های محلی مقصد | ۰/۸۱ | ۰/۷۸ | ۰/۰۳ |

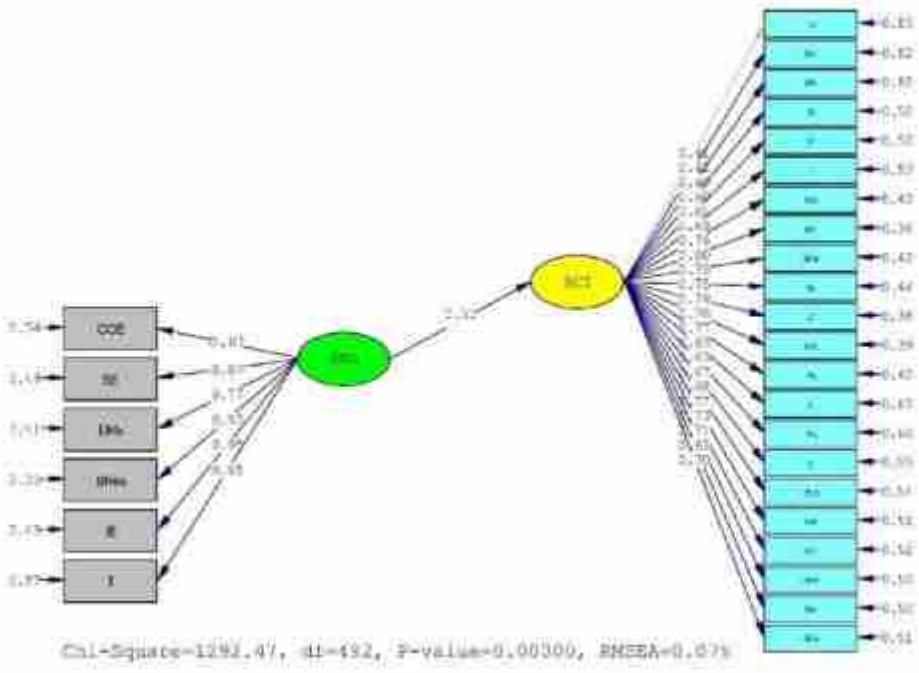
| ردیف | شاخص ها | میانگین فازی زدایی شده مرحله ۱ | میانگین فازی زدایی شده مرحله ۲ | اختلاف |
|---|---|---|---|---|
| ۹ | سوغات و صنایع دستی مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۰ |
| ۱۰ | تاثیر گذاری بر حواس پنجگانه | ۰/۷۹ | ۰/۷۸ | ۰/۰۱ |
| ۱۱ | خوشایند بودن مقصد | ۰/۸۱ | ۰/۷۹ | ۰/۰۲ |
| ۱۲ | احساس شادی بخش بودن مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۰ |
| ۱۳ | احساس لذت بخش بودن مقصد | ۰/۸۹ | ۰/۸۹ | ۰/۰۰ |
| ۱۴ | احساس گرم بودن مقصد | ۰/۸۹ | ۰/۸۰ | ۰/۰۹ |
| ۱۵ | شگفت انگیز بودن مقصد | ۰/۷۸ | ۰/۷۸ | ۰/۰۰ |
| ۱۶ | علاقه مندی به مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۰ |
| ۱۷ | آرام بخش بودن مقصد | ۰/۷۷ | ۰/۷۸ | ۰/۰۱ |
| ۱۸ | قابل تشخیص بودن مقصد از سایر شهرها | ۰/۸۷ | ۰/۷۹ | ۰/۰۸ |
| ۱۹ | یادآوری سریع ویژگیهای متمایز مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۲۰ | آشنایی کامل با محصولات مقصد | ۰/۸۳ | ۰/۹۰ | ۰/۰۷ |
| ۲۱ | شناختن علائم و سمبل های مقصد | ۰/۷۹ | ۰/۷۸ | ۰/۰۱ |
| ۲۲ | برانگیختن حس کنجکاوی | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۲۳ | فعالیت محور بودن مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۰ |
| ۲۴ | بازدید از مقصد | ۰/۸۹ | ۰/۸۹ | ۰/۰۰ |
| ۲۵ | بازدید مجدد از مقصد | ۰/۸۰ | ۰/۸۹ | ۰/۰۹ |
| ۲۶ | تمایل به پرداخت مبلغ بیشتر | ۰/۷۸ | ۰/۷۸ | ۰/۰۰ |
| ۲۷ | وفاداری | ۰/۹۰ | ۰/۹۰ | ۰/۰۰ |
| ۲۸ | تبلیغات شفاهی | ۰/۷۸ | ۰/۷۷ | ۰/۰۱ |
| ۲۹ | قصد بازدید مجدد | ۰/۷۹ | ۰/۸۷ | ۰/۰۸ |
| ۳۰ | قصد توصیه و سفارش به دیگران برای بازدید از مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۳۱ | تمایل به شرکت در نشستهای رسمی مقصد | ۰/۹۰ | ۰/۸۳ | ۰/۰۷ |
| ۳۲ | همراهی با افرادی که از این مقصد ، بازدید کرده اند | ۰/۷۸ | ۰/۷۹ | ۰/۰۱ |
| ۳۳ | تمایل به مطالعه اخبار درباره مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۳۴ | تفکر مثبت نسبت به مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۳۵ | هیجان انگیز بودن مقصد | ۰/۸۹ | ۰/۸۹ | ۰/۰۰ |
| ۳۶ | سازگاری مقصد با شخصیت افراد | ۰/۷۹ | ۰/۸۰ | ۰/۰۱ |
| ۳۷ | تصویر اجتماعی مثبت مقصد | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۳۸ | واکنش های رفتاری | ۰/۹۲ | ۰/۹۱ | ۰/۰۱ |
| ۳۹ | عکس العمل های فیزیولوژیکی | ۰/۹۱ | ۰/۹۰ | ۰/۰۱ |
| ۴۰ | احساسات ذهنی | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۴۱ | شگفت زدگی | ۰/۹۱ | ۰/۹۱ | ۰/۰۰ |
| ۴۲ | لذت برآورده شدن انتظارات | ۰/۸۹ | ۰/۸۹ | ۰/۰۰ |

با توجه به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله سوم و مقایسه آن با نتایج مرحله دوم، اختلاف میانگین قطعی شاخص‌ها بین دو مرحله کمتر از آستانه کم۰/۱ می‌باشد. بنابراین فرآیند نظرسنجی متوقف می شود و اعضای گروه خبره با تمامی شاخص‌ها موافق بوده‌اند و این شاخص‌ها بر اساس تکنیک دلفی فازی مورد قبول واقع شدند.

**جدول ۸.ماتریس چرخش یافتهٔ عاملی پرسشنامه بازاریابی تجربی**

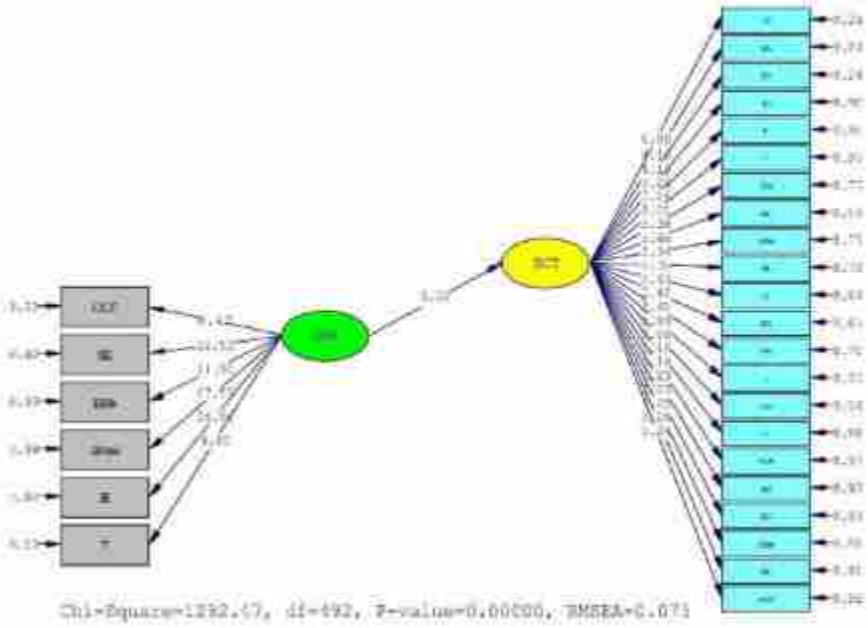
| Component | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ |
| EMa1 | ۰/۵۲۶ | ۰/۱۴۸ | ۰/۲۹۷ | -/۰۱۰ | ۰/۱۸۶ | ۰/۱۸۵ |
| EMa2 | ۰/۶۱۵ | ۰/۲۸۳ | ۰/۲۵۶ | ۰/۰۲۳ | ۰/۲۲۲ | ۰/۰۳۱ |
| EMa3 | ۰/۶۸۲ | ۰/۲۲۲ | ۰/۱۰۷ | ۰/۱۱۹ | ۰/۱۴۹ | ۰/۲۶۳ |
| EMa4 | ۰/۵۶۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۳۷۵ | ۰/۲۷۱ | ۰/۱۷۴ | ۰/۱۲۰ |
| EMa5 | ۰/۶۱۳ | ۰/۱۱۰ | ۰/۰۴۱ | ۰/۰۷۶ | ۰/۱۲۶ | ۰/۴۸۳ |
| EMa6 | ۰/۷۸۱ | ۰/۱۸۹ | ۰/۱۱۹ | ۰/۲۲۵ | -۰/۱۳ | ۰/۰۲۵ |
| EMa7 | ۰/۵۶۷ | ۰/۳۵۶ | ۰/۳۹۷ | ۰/۲۱۷ | ۰/۰۰۰ | -۰/۰۰۸ |
| EMa8 | ۰/۵۶۷ | ۰/۱۷۵ | ۰/۱۸۲ | ۰/۳۰۱ | ۰/۰۳۴ | ۰/۲۵۸ |
| EMa9 | ۰/۵۸۶ | ۰/۲۰۳ | ۰/۱۷۱ | ۰/۲۱۰ | ۰/۴۷۴ | ۰/۰۴۱ |
| EMa10 | ۰/۴۹۲ | ۰/۱۴۶ | ۰/۲۴۶ | ۰/۲۴۰ | ۰/۳۱۲ | ۰/۴۸۷ |
| EMa11 | ۰/۱۴۸ | ۰/۴۹۷ | ۰/۲۳۱ | ۰/۴۷۵ | ۰/۰۴۵ | ۰/۰۹۷ |
| EMa12 | ۰/۲۶۸ | ۰/۸۶۹ | ۰/۳۷۵ | ۰/۳۵۴ | -۰/۰۹۱ | ۰/۵۱۷ |
| EMa13 | ۰/۱۳۸ | ۰/۵۹۵ | ۰/۱۶۸ | ۰/۴۳۶ | ۰/۴۰۰ | ۰/۱۴۶ |
| EMa14 | ۰/۲۴۶ | ۰/۴۸۶ | ۰/۱۴۸ | ۰/۶۰۶ | -۰/۰۵۱ | ۰/۱۱۶ |
| EMa15 | ۰/۱۶۶ | ۰/۵۷۷ | ۰/۱۵۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۵۸۱ | ۰/۰۵۹ |
| EMa16 | ۰/۵۶۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۳۷۵ | ۰/۲۷۱ | ۰/۱۷۴ | ۰/۱۲۰ |
| EMa17 | ۰/۶۱۳ | ۰/۱۱۰ | ۰/۰۴۱ | ۰/۰۷۶ | ۰/۱۲۶ | ۰/۴۸۳ |
| EMa18 | ۰/۷۸۱ | ۰/۱۸۹ | ۰/۱۱۹ | ۰/۲۲۵ | -۰/۱۳ | ۰/۰۲۵ |
| EMa19 | ۰/۵۶۷ | ۰/۳۵۶ | ۰/۳۹۷ | ۰/۲۱۷ | ۰/۰۰۰ | -۰/۰۰۸ |
| EMa20 | ۰/۵۶۷ | ۰/۱۷۵ | ۰/۱۸۲ | ۰/۳۰۱ | ۰/۰۳۴ | ۰/۲۵۸ |
| EMa21 | ۰/۵۸۶ | ۰/۲۰۳ | ۰/۱۷۱ | ۰/۲۱۰ | ۰/۴۷۴ | ۰/۰۴۱ |
| EMa22 | ۰/۴۹۲ | ۰/۱۴۶ | ۰/۲۴۶ | ۰/۲۴۰ | ۰/۳۱۲ | ۰/۴۸۷ |
| EMa23 | ۰/۱۴۸ | ۰/۴۹۷ | ۰/۲۳۱ | ۰/۴۷۵ | ۰/۰۴۵ | ۰/۰۹۷ |
| EMa24 | ۰/۲۶۸ | ۰/۸۶۹ | ۰/۳۷۵ | ۰/۳۵۴ | -۰/۰۹۱ | ۰/۵۱۷ |
| EMa25 | ۰/۵۶۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۳۷۵ | ۰/۲۷۱ | ۰/۱۷۴ | ۰/۱۲۰ |
| EMa26 | ۰/۶۱۳ | ۰/۱۱۰ | ۰/۰۴۱ | ۰/۰۷۶ | ۰/۱۲۶ | ۰/۴۸۳ |
| EMa27 | ۰/۷۸۱ | ۰/۱۸۹ | ۰/۱۱۹ | ۰/۲۲۵ | -۰/۱۳ | ۰/۰۲۵ |
| EMa28 | ۰/۵۲۶ | ۰/۱۴۸ | ۰/۲۹۷ | -/۰۱۰ | ۰/۱۸۶ | ۰/۱۸۵ |
| EMa29 | ۰/۶۱۵ | ۰/۲۸۳ | ۰/۲۵۶ | ۰/۰۲۳ | ۰/۲۲۲ | ۰/۰۳۱ |
| EMa30 | ۰/۶۸۲ | ۰/۲۲۲ | ۰/۱۰۷ | ۰/۱۱۹ | ۰/۱۴۹ | ۰/۲۶۳ |
| EMa31 | ۰/۵۶۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۳۷۵ | ۰/۲۷۱ | ۰/۱۷۴ | ۰/۱۲۰ |
| EMa32 | ۰/۶۱۳ | ۰/۱۱۰ | ۰/۰۴۱ | ۰/۰۷۶ | ۰/۱۲۶ | ۰/۴۸۳ |

| Component | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| EMa33 | ۰/۷۸۱ | ۰/۱۸۹ | ۰/۱۱۹ | ۰/۲۲۵ | -۰/۱۳ | ۰/۰۲۵ |
| EMa34 | ۰/۵۶۷ | ۰/۳۵۶ | ۰/۳۹۷ | ۰/۲۱۷ | ۰/۰۰۰ | -۰/۰۰۸ |
| EMa35 | ۰/۵۲۶ | ۰/۱۴۸ | ۰/۲۹۷ | -/۰۱۰ | ۰/۱۸۶ | ۰/۱۸۵ |
| EMa36 | ۰/۱۳۸ | ۰/۵۹۵ | ۰/۱۶۸ | ۰/۴۳۶ | ۰/۴۰۰ | ۰/۱۴۶ |
| EMa37 | ۰/۲۴۶ | ۰/۴۸۶ | ۰/۱۴۸ | ۰/۶۰۶ | -۰/۰۵۱ | ۰/۱۱۶ |
| EMa38 | ۰/۱۶۶ | ۰/۵۷۷ | ۰/۱۵۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۵۸۱ | ۰/۰۵۹ |
| EMa39 | ۰/۵۶۶ | ۰/۱۷۲ | ۰/۳۷۵ | ۰/۲۷۱ | ۰/۱۷۴ | ۰/۱۲۰ |
| EMa40 | ۰/۱۵۷ | ۰/۲۱۸ | ۰/۵۳۶ | ۰/۲۱۲ | ۰/۱۵۲ | ۰/۴۰۱ |
| EMa41 | ۰/۲۶۰ | ۰/۳۶۷ | ۰/۵۳۰ | ۰/۲۵۹ | ۰/۳۶۱ | ۰/۴۰۷ |
| EMa42 | ۰/۳۶۱ | ۰/۳۶۶ | ۰/۵۲۵ | ۰/۲۱۶ | ۰/۲۴۹ | ۰/۵۰۶ |



**شکل۴.نتایج تحلیل عاملی تائیدی مدل کلی پژوهش بر اساس ضرایب استاندارد شده**

شکل ۴ بیانگر ضرایب بارهای عاملی در حالت استاندارد است که در بازه(۱ و ۱-) قرار دارند و نشان دهنده میزان رابطه بین متغیرها می‌باشند. مقدار مالک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۳ می‌باشد. در نمودار فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۳ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.



**شکل۵.نتایج تحلیل عاملی تائیدی مدل کلی پژوهش بر اساس ضرایب معناداری**

همانطور که در شکل ۵ مشاهده می‌شود، مقادیر value-Tبزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشند و بیانگر این است تمامی ضرایب مسیر در شکل ۴ در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشند. به صورت کلی شهرها از یکسو با تمرکز جمعیت و کار و فعالیت در خود، محل صدور گردشگر هستند و از سوی دیگر، بعضی از آنها با داشتن امکانات و جاذبه‌های گردشگری به عنوان مقصد ایفای نقش می‌کنند؛ به عبارت دیگر،گسترش شهرنشینی ازعلل مهم شکل‌گیری گردشگری است.

در حال حاضر گردشگری شهری برای بسیاری از مدیران و مسولان شهری امری نمادین و اقتصادی است که باید برای استفادهٔ حداکثری از آن برنامه‌ریزی کرد. در این پژوهش به تبیین الگوی برندسازی گردشگری فرهنگی با تاکید بر بازاریابی تجربی با استفاده از تکنیک دلفی و معادلات ساختاری پرداخته شد. ابتدا با استفاده از تکنیک دلفی به جمع آوری نظرات خبرگان و متخصصان و کارشناسان راجع به مولفه ها و متغیرهای بازاریابی تجربی و برندسازی گردشگری فرهنگی پرداختیم ، این تکینک را تا سه مرحله به انجام رساندیم و زمانی که به اجماع رسیدیم به تبیین الگوی برندسازی گردشگری فرهنگی با تاکید بر بازاریابی تجربی پرداختیم و نتایج بیانگر آن است که ضرایب بارهای عاملی در حالت استاندارد است که در بازه(۱ و ۱-) قرار دارند و نشاندهنده میزان رابطه بین متغیرها می‌باشند. مقدار مالک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۳ می‌باشد. تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۳ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. همچنین مقادیر value-Tبزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشند و بیانگر این است تمامی ضرایب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشند. نتایج تحقیق نشان داد ۶ دسته کلی(حواس پنجگانه، احساس، تفکر،رابطه، عمل و عکس العمل، هیجان )و ۳۳ شاخص فرعی، به عنوان مهمترین شاخص‌های برندسازی گردشگری فرهنگی با تاکید بر بازاریابی تجربی معرفی شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مؤلفه‌ی تجربه حسی (مانند مناظر شهری، رنگ‌ها، صداها و رایحه‌ها) بیشترین تأثیر را بر درک برند فرهنگی اصفهان داشته است. گردشگران از جذابیت‌های بصری معماری تاریخی، فضاهای سنتی، بازارهای محلی و نمادهای فرهنگی مانند میدان نقش جهان و پل‌های تاریخی به عنوان عناصر متمایزکننده‌ی تجربه حسی نام برده‌اند. همچنین، تجربه احساسی در قالب حس تعلق، شگفتی و تحسین نسبت به غنای فرهنگی شهر، نقش مهمی در ایجاد پیوند احساسی با برند ایفا کرده است. در ادامه، تجربه کنشی و ارتباطی به‌عنوان دو بعد مهم دیگر، در تعاملات مستقیم گردشگران با فرهنگ محلی از جمله شرکت در آیین‌ها، صنایع‌دستی، غذاهای محلی و تعامل با مردم بومی، نمود یافته است. این تجربه‌ها سبب

درونی‌سازی تصویر مثبت برند فرهنگی و افزایش احتمال بازگشت یا توصیه مقصد به دیگران شده‌اند. یافته‌ها تأیید می‌کنند که طراحی و ارائه‌ی تجارب فرهنگی اصیل می‌تواند به‌عنوان محرک کلیدی در فرایند برندسازی گردشگری فرهنگی عمل کند.

## بحث و نتیجه گیری

با توجه به اهمیت توسعه برند و تأثیرگذاری قابل توجه آن در صنعت گردشگری، تحقیق حاضر با هدف برندسازی گردشگری فرهنگی اصفهان با تاکید بر بازاریابی تجربی صورت گرفت. یک مقصد گردشگری در صورتی رقابتی است که بتواند گردشگران بالقوه را جذب نموده و راضی کند؛ این رقابت هم به وسیله عوامل خاص گردشگری و هم به وسیله طیف گسترده‌ای از عواملی که بر ارائه دهندگان خدمات گردشگری تأثیرگذار است تعیین می‌شود، بنابراین بسیاری از این تلاش های رقابتی بر تبلیغات مقصد و توسعه مقصد تمرکز دارد. رقابت گردشگری توانایی یک مقصد در خلق، یکپارچه نمودن و توزیع تجربیات گردشگری است. این تجربیات موجب تداوم منابع یک مقصد میشود و در جهت حفظ جایگاه نسبی بازار در مقایسه با سایر مقصدها کمک شایان توجهی می‌کند. داشتن یک برند موفق گردشگری می‌تواند در جذب گردشگر و در نتیجه افزایش درآمدهای ناشی از صنعت گردشگری و رونق اقتصادی در یک مقصد گردشگری بسیار مؤثر باشد و توجه به روند روبه رشد گردشگری و افزایش رقابت مقاصد مختلف گردشگری در جذب گردشگران اهمیت یک مدیریت برند موفق گردشگری را بیشتر نمایان می نماید. عوامل مختلفی در ساخت یک برند مقصد مؤثر است که باید به تمام این فاکتورها توجه نمود تا با داشتن یک برند موفق گردشگری در جذب گردشگر و رونق اقتصادی مقصد موفق گردید.

جهت رونق اقتصادی و تولید اشتغال در مناطق مختلف کشور بهترین راه کار رونق صنعت گردشگری و حمایت از این صنعت و ساخت برند گردشگری مقصد است و این امر از طریق تبلیغات مؤثر، آموزش‌های کاربردی درخصوص برندینگ، مدیریت صحیح برند شامل ساخت، ارتقا و نگهداری، و همچنین سیاست‌های حمایتی دولت شکل می‌گیرد. امروزه درآمدهای حاصل از توسعه‌ی صنعت گردشگری به یکی از اصلی‌ترین منابع اقتصادی کشورها تبدیل شده است. رشد روز افزون سفر و تشابه خدمات ارائه شده به گردشگران در مقاصد گردشگری رقابت را در صنعت گردشگری دشوار نموده است. اهمیت این موضوع باعث می‌شود که برند مقصد شکل گیرد و بالا رفتن ارزش برند مقصد باعث جذب گردشگر، سرمایه‌گذار و برندهای معروف شرکت‌های گردشگری می‌شود. همچنان که میدانید ایجاد برند یا نام تجاری مزایایی را در زمینه بازاریابی مؤثر و فروش بهتر ایجاد می‌کند و صنعت گردشگری نیز از این قائله مستثنی نیست. با این تفاسیر باید گفت در خصوص شهر نیشاپور، اقداماتی همچون برگزاری نمایشگاه‌ها و سمینارهای بین المللی برای ارائه و نمایش پتانسیل‌های موجود و معرفی بیشتر تاریخ، فرهنگ و رویدادهای فرهنگی، مردم، صنایع دستی و ... می‌تواند مؤثر باشد. همکاری نهادهای مرتبط در ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی منجر به ایجاد تجربه بی‌نظیر در آشنایی بیشتر و برقراری ارتباط بهتر آنها با هویت ملی و مذهبی شهرها، مردم و شیوه زندگی آنها می‌شود. تجربه بی نظیری که شاید در کمتر در هتل و مرکز اقامتی مدرن تجربه شود. غنی‌سازی فعالیت‌های جذاب شهری-گردشگری با رویکرد افزایش کیفیت تجربه و بهبود تصویر مقصد مبتنی بر برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهایی که در شهرستان اصفهان ثبت میراث معنوی شده‌اند. در برندسازی توسعه و ساماندهی بازارهای بومی (فروش صنایع دستی و تولیدات محلی) در گردشگری فرهنگی و برندسازی این شهر مؤثر است. آموزش نیروی متخصص و کارآمد گردشگری در منطقه و برنامه‌هایی برای افزایش آگاهی جامعهٔ محلی درخصوص مزایای گردشگری و نحوهٔ برخورد آنان با گردشگران از عوامل مهم است. نتایج این تحقیق مشابه نتایج تحقیقات، سرافین و همکاران(۲۰۱۹) یوگانتن و همکاران(۲۰۱۹) فرودی(۲۰۲۱) اسکاندالیساو همکاران(۲۰۲۰) محمدی، میرتقیان رودسری(۱۴۰۱) اسمعیل زاده، پاشازاده(۱۴۰۰) لزگی، صیامی(۱۳۹۹) می‌باشد. از آنجایی که مسافران با توجه به تنوع فرهنگی مقصد خود نسبت به مبدأ علاقه مند به خرید صنایع دستی این شهر هستند؛ بنابراین، این امر ضمن سودآوری برای شهر و چرخش چرخ‌های اقتصاد این شهر، موجب تقویت گردشگری شهری این شهر نیز می‌شود، در این میان، توجه و ساماندهی مراکز تولید صنایع دستی و تخصیص فضای بیشتر به این بازارها با تسهیلات بهتر در مرکز شهر و به خصوص در اطراف مناطق توریستی شهر اصفهان می‌تواند مفید و مؤثر باشد. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که بازاریابی تجربی

می‌تواند به عنوان رویکردی مؤثر در برندسازی گردشگری فرهنگی شهر اصفهان به کار گرفته شود. مؤلفه‌های تجربی نقش اساسی در شکل‌گیری تصویر ذهنی گردشگر، افزایش رضایتمندی و وفاداری به برند ایفا می‌کنند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که تجربه گردشگر از عناصر ملموس و ناملموس فرهنگی در مقصد، به‌مثابه سرمایه‌ای راهبردی در برندسازی فرهنگی محسوب می‌شود. با توجه به یافته های تحقیق پیشنهادهای عملیاتی زیر ارائه می شود.

**۱.طراحی مسیرهای تجربه‌محور فرهنگی:** ایجاد تورهای تخصصی فرهنگی که گردشگران را درگیر تجربه‌ی تعاملی با میراث ناملموس و آیین‌های بومی کند.

**۲.افزایش حضور دیجیتال تجربی برند:** استفاده از فناوری واقعیت افزوده و اپلیکیشن‌های موبایلی جهت شبیه‌سازی تجارب فرهنگی برای جذب گردشگران پیش از سفر.

**۳.ظرفیت‌سازی جوامع محلی برای ارائه تجربه اصیل:**آموزش و توانمندسازی کسب‌وکارهای کوچک محلی جهت خلق تجارب اصیل و تعاملی برای گردشگران با هدف حفظ اصالت و مشارکت اجتماعی در فرآیند برندسازی.

## منابع


ابراهیم پور از بری، مصطفی و همکاران (۱۳۹۷)، نقش بازاریابی تجربی در تعهد به برند با میانجی گری اعتماد و وفاداری به برند ، مجله مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران دوره ۷، شماره ۴، صص ۸۰۴-۷۸۳

اسماعیل پور، حسن بهمدی معصومه (۱۳۹۹)، بازار یابی حسی رویکرد: نوین بازاریابی فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری دوره ۲، شماره ۴، صص ۴۶-۵۵

اسمعیل زاده حسن پاشازاده ، یوسف (۱۳۹۷) شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر ایجاد یک تصویر ماندگار و برندسازی گردشگری(مطالعه موردی شهرستان (ارومیه) پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت مدیریت بازرگانی بازرگانی داخلی دانشگاه ارومیه دانشکده اقتصاد و مدیریت.

بحرینی، بدریه (۱۳۹۹) گردشگری فرهنگی و توسعه پایدار پژوهشهای گردشگری و توسعه پایدار»، فصلنامه علمی تخصصی پژوهشهای گردشگری و توسعه پایدار شماره ۱: صص ۶۲-۵۳

بونت، لوییس (۲۰۱۹) گردشگری» «فرهنگی بررسیهای ،بازرگانی ترجمه محمدرضا فرزین، شماره ۲۳، صص ۵۲

سعیدنیا، حمیدرضا گودرزی ،آزاده (۱۳۹۷) بررسی تأثیر بازاریابی تجربی بر رفتار پس از خرید مصرف کنندگان محصولات غذایی پژوهشگر فصلنامه مدیریت سال دهم شماره ۲۱، صص ۷۹-۹۰

حسن زاده، مهرداد صفر دوست محسن (۱۳۹۵) تأثیر بازاریابی حسی بر خرید مشتریان با آزمون نقش تعدیلگری کیفیت، ادراک شده خدمات بر اساس مدل SWIPE) مطالعه موردی خودرو مرسدس بنز در شهر تهران سال ۱۳۹۵)، فصلنامه پژوهشهای جدید در مدیریت و حسابداری شماره ۷ ،

رحیم نیا و همکاران (۱۳۹۵)، تأثیر نوآوری در خدمات بر نیات رفتاری مشتریان به واسطه بازاریابی حسی(مورد مطالعه: هتل های پنج ستاره شهر مشهد فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین شماره دوم شماره پیاپی( ۱۲ )،

رضایی، مونا (۱۴۰۲) بررسی شاخصهای روانسنجی پرسشنامه بازاریابی تجربی برندهای ورزشی پژوهشهای معاصر در مدیریت ورزشی ، شماره ۹، صص ۲۳-۳۳

رنجبران بهران و ،زاهدی محمد (۱۴۰۱) شناخت گردشگری اصفهان، نشر چهارباغ.

کوثری، مهدی (۱۳۹۵) مهراز شهر راز نگاهی به معماری و شهرسازی نیشابور در گستره ،تاریخ، انتشارات رهنما، چاپ اول

عباس زادگان، مصطفی (۱۴۰۰) آغاز گردشگری فرهنگی سفر شماره ۲۷، صص۸۲-۷۸ علیزاده ،کتایون ،روشنایی حامد (۱۳۹۵)، «نقش حکمروایی خوب در برندسازی شهری مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۱۵

لزگی، انسیه صیامی، قدیر ( ۱۳۹۶ ) تبیین مؤلفه های برندینگ شهری با تأکید بر ابعاد اقتصادی آن نمونه موردی: کلانشهر مشهد فصلنامه تحقیقات جغرافیایی سال سی و دوم شماره سوم پاییز ۱۳۹۶، شماره پیاپی ۱۲۶ ، صص ۱۵۲-۱۶۲

محمدی، مصطفی میرتقیان رودسری، سید محمد (۱۳۹۸) بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری به مقصد گردشگری شهری مطالعه موردی شهر رامسر گردشگری ،شهری دورهٔ ،۱ شماره ۱، صص ۱۶۷-۱۴۹ م

معصوم زاده ،زواره ،ابوالفضل ،شمسی ،جعفر ابرهیمی ،ابوالقاسم (۱۳۹۸)، تدوین راهبردهای برندسازی ملی در ایران» چشم انداز مدیریت بازرگانی شماره ۱۶، صص ۵۲-۲۹

نجفی، کمال،. حیدرزاده،کاظم. و حسینی، علی(۱۳۹۹). "تأثیر کیفیت خدمات گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی از مقصد گردشگری و رضایت گردشگران"، مطالعات مدیریت گردشگری، ؛ ۲۱(۴۴)

پزدان پناه شاه آبادی، محمدرضا سجادزاده حسن ،رفیعیان مجتبی (۱۳۹۸) تبیین مدل مفهومی برندسازی مکان مروری بر ادبیات نظری مجله باغ ،نظر شمراه ۱۶، صص ۳۴-۱۹

Alzouby A., Obeidat B. & Tanash S.(2023) “Significant dimensions in the process of determining the city branding: case study of Ibric city, Jordan”, Theoretical and Empirical Researches in Urban Management, 2023; 18(1): 27-51.

Bandoi A., Jianu E., Enescu M., Axinte G., Tudor S. & Firoiu D.(2020) “The Relationship between Development of Tourism, Quality of Life, and Sustainable Performance in EU Countries”, Sustainability, 2020; 12 (1628): 1-24.

Braun E. (2012)“Putting city branding into practice”,Journal of Brand Management, 2012; 19(4): 257-267

Gertner D. (2011)“Unfolding and configuring two decades of research and publications on place marketing and place branding”, Place Branding and Public Diplomacy, 2011; 7(2): 91-106

Hanna, S& Rowley ,J.,(2008) “An Analysis of Terminology Use in Place Branding”, Place Branding and Public Diplomacy. 2008; 4(1): 61-75.

Merrilees B., Miller D. & Herington C.(2013) “City branding: A facilitating framework for stressed satellite cities”, Journal of Business Research, 2013; 66(1): 37-44.

Pirjamadi S., Motahhari M., Karoubi M. & Mahmoudi A.(2022) “Identifying Feasibility Marketing Indicators of Sport Tourism Development in Free Trade, Industrial and Economic Zones of Iran”, Tourism Management Studies, 2022; 17(57): 47-78.

Foroudi, Pantea, .19, Influence of brand signature, brand awareness, brand attitude, brand reputation on hotel industry's brand performance, International Journal of Hospitality Management, pp1-15,

Kovathanakul, Donruetai, 2015, Central Northeastern Thailand Tourism Branding, Supporting The ASEAN Economic Community, Procedia Economics and Finance, pp 1-4.

- Tosun C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism studyAnnals lof Tourism Research. Vol. 296 No 1: 231-253-96

Yoganathana, Vignesh, Osburgb, et al, 2019, Sensory stimulation for sensible consumption: Multisensory marketing for etailing of ethical brands, Journal of Business Research https

# آینده‌پژوهی در تعیین مقاصد جدید گردشگری؛ ارزیابی شهر شهرضا بر اساس شاخص‌های مؤسسه جهانی شهرهای دوستدار گردشگری URBACT [1]

**رضا مختاری ملک‌آبادی**، دانشیار گروه گردشگری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

r.mokhtari@geo.ui.ac.ir

**اکرم حبیبی**، دانشجوی کارشناسی‌ارشد رشته گردشگری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

a.habibi@geo.ui.ac.ir

## چکیده

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی، نقش بسزایی در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و توسعه مناطق دارد. مقصد دوستدار گردشگر مفهومی است که از طریق تماس و حداکثر استفاده از فضا، فعالیت‌ها و محصولات، رضایت گردشگران را ایجاد می‌کند. ما در این پژوهش برای اولین‌بار به بررسی شهر شهرضا جهت پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر باتوجه‌به استانداردهای URBBACT پرداخته‌ایم. هدف از این پژوهش، بررسی شاخص‌ها و مانیفست‌های شبکه شهرهای بین‌المللی دوستدار گردشگر (Urbact) و مجموعه راهکارها و پیشنهادها در راستایی پیوستن شهر شهرضا به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر بر اساس استانداردهای URBACT، شناسایی پتانسیل‌های گردشگری شهر شهرضا و ارتقای زیرساخت‌های گردشگری و بهبود خدمات مرتبط با گردشگران است. پژوهش حاضر از نوع کمی و کیفی است که پس از استخراج شاخص‌ها، اطلاعات موردنیاز از روش کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه استاندارد از ۲۶ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری جمع‌آوری و سپس تحلیل‌های مربوطه انجام گردید. در راستای تحلیل داده ها از مدل تحلیل عاملی، مدل SWOT، مدل TAPSIS، مدل تحلیل علی لایه ای (CLA) استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان میدهد که شهرضا با پتانسیل‌های گردشگری بالا، نیازمند برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مناسب برای توسعه این صنعت است. عوامل مختلفی از جمله امکانات رفاهی، آموزش، زیرساخت‌ها، حمل‌ونقل، مهمان‌نوازی، امنیت و ... در توسعه گردشگری شهرضا مؤثرند. در نهایت، با توجه به این تحلیل‌ها، پیشنهاداتی برای بهبود وضعیت گردشگری شهرضا ارائه شده و با اجرای آن‌ها، شهرضا را به یک مقصد گردشگری جذاب تبدیل کرد.

**کلیدواژه‌ها:** شهرهای دوستدار گردشگر، گردشگری پایدار، شهرضا، URBACT

[1] برنامه URBACT یک برنامه از جانب کمیسیون اروپا است که با هدف بهبود توسعه و مدیریت شهرها در سراسر اروپا در حال فعالیت است. این برنامه به‌ویژه بر ایجاد شبکه‌های همکاری بین شهرها، تبادل تجربیات و بهترین شیوه‌ها تمرکز دارد.

## ۱- مقدمه

معرفی مفهوم مقصد دوستدار گردشگر برای گردشگری شهری مورد نیاز است. با این حال، این مفهوم نه تنها برای پاسخگویی به ارائه دهنده گردشگری مورد نظر، بلکه برای نیازهای گردشگر به ویژه گردشگران داخلی است. (Anuar, A. N. A 2015) مقصد دوستدار گردشگر مفهومی است که از طریق تماس و حداکثر استفاده از فضا، فعالیت‌ها و محصولات، رضایت گردشگران را ایجاد میکند. (Anuar, A. N. A & et al 2013) ایده شهرهای دوستدار گردشگری (TFC) مبتنی بر مشارکت هایی است که هدف آن رویکرد گردشگری پسند به یک شهر است. پروژه TFC در چارچوب برنامه اتحادیه اروپا URBACT III انجام میشود. پروژه TFC منجر به یک برنامه برای هر شهر خواهد شد که هدف آن شناسایی راه‌هایی برای رسیدن به گردشگری پایدار در شهرها به وسیله کاهش اثرات منفی فعالیت‌های گردشگری و اثرات مرتبط با گردشگری است. این برنامه های باید با مشارکت سهامداران محلی برای شناسایی مجموعه ای مشخص و منسجم از اقدامات برای رسیدگی به چالش سیاست محلی تهیه شود. هدف این شبکه اخذ یک استراتژی یکپارچه برای ایجاد تعادل بین نیازهای جامعه محلی از نظر کیفیت زندگی و خدمات در دسترس با ارتقای توسعه پایدار شهری در سطوح زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی است. (C Chancellor & et al 2021) برنامه ریزی اقدام مشخص شهرهای همکار با گردشگری (TFC) عبارتند از: براگا، کاسرس، دروسکینیکای، دوبرونیک، دان لاوخایر، جنوا، کراکوف، رووانیمی و ونیز. ( C Chancellor & et al 2021) توسعه شهر دوستانه نیازمند لمس نمایش های فرهنگی است که ساختمان فرهنگی را به تصویر می کشد. شهر دوستانه یا روستای دوستانه بر اساس فرهنگ محلی ممکن است پتانسیل های جالبی برای مقصد گردشگری باشد. هر چه شهرها یا روستاها از نظر فرهنگی بیشتر توسعه یافته باشند، برای گردشگران جذاب تر می شوند.( Sibarani, R 2020) سفرهای گروهی مزایای اجتماعی و زیست محیطی متفاوتی را به همراه دارد، با این حال اعضا ی گروه ممکن است علایق متفاوت و متناقضی داشته باشند.(M Kargar, Z Lin 2021) یک سازمان مدیریت و بازاریابی مقصد برای داشتن جامعه محلی دوست داشتنی و کارکنان مهمانوازی مشتری محور ارزش بسیار قائل است، زیرا تعاملات منفی مهمان و کارمندان منجر به نظرات منفی دهان به دهان یا پست‌ها و نظرات رسانه‌ای منفی میشود که میتواند بر روی مقصد گردشگری تاثیر زیادی بگذارد.(C Chancellor & et al 2021)

شهر شهرضا، واقع در استان اصفهان، با پیشینه تاریخی غنی، جاذبه‌های طبیعی بکر و فرهنگ اصیل، پتانسیل بالایی برای تبدیل‌شدن به یک مقصد گردشگری مهم در ایران را داراست. بااین‌حال، به‌رغم وجود این ظرفیت‌ها، شهرضا هنوز نتوانسته است به جایگاه شایسته‌ای در صنعت گردشگری کشور دست یابد. این پژوهش باهدف شناسایی موانع و ارائه راهکارهای عملی برای تبدیل شهرضا به یک مقصد گردشگری جذاب و دوستدار گردشگر انجام می‌شود. باتوجه‌به رشد روزافزون صنعت گردشگری در جهان و نقش آن در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق، ضرورت توجه به این موضوع بیش‌ازپیش احساس می‌شود.

## ۲- پیشینه پژوهش

### ۲-۱) پیشینه‌های داخلی؛

- دهقان‌زاده و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود با عنوان "مطالعه تطبیقی عناصر ساختار سبز در بافت سنتی و جدید شهرضا"، به بررسی تفاوت‌های ساختار سبز در دو بافت پرداختند. در بافت سنتی، عناصر سبز شامل فضاهای سبز داخل خانه‌ها، مادی‌ها (نهرهای آبی) و باغات خصوصی بودند، در حالی که در بافت جدید، فضاهای سبز محلی، بلوارها و پارک‌های

عمومی جایگزین شده‌اند. پژوهش تأکید کرد که تلفیق مناسب ساختار سبز با ساختار شهری، پیوند بین بافت قدیم و جدید را ممکن ساخته و به شهر ساختاری منسجم و کارآمد می‌بخشد.

- حقیقتیان و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی والدین بر مهارت‌های اجتماعی–توسعه‌ای نوجوانان شهرضا"، به این نتیجه رسیدند که عواملی مانند ساختار خانواده، رابطه والدین با فرزندان، نظارت والدین و مشارکت آن‌ها در امور فرزندان، ارتباط معناداری با مهارت‌های اجتماعی نوجوانان دارند. تحلیل رگرسیون نشان داد که مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگی والدین، ۳۱ درصد از تغییرات مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان را تبیین می‌کنند. این پژوهش بر نقش کلیدی والدین در توسعه مهارت‌های اجتماعی نوجوانان تأکید کرد.
- دهقان‌زاده و قلعه‌نویی (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان "ارزشیابی شهرها بر اساس معیارهای کلان ساختار سبز شهری: مورد پژوهی شهرضا (اصفهان)"، پس از بررسی و مکانیابی فضای سبز شهری، پیشنهادهایی برای طراحی ساختار سبز شهرضا ارائه کردند. از جمله این پیشنهادها می‌توان به ایجاد فضاهای سبز در مرکز محلات، جلوگیری از رشد افقی و بی‌رویه شهر، و طراحی سلسله‌مراتب دسترسی سبز اشاره کرد. این پژوهش بر اهمیت برنامه‌ریزی مناسب برای توسعه ساختار سبز شهری تأکید داشت.
- موسوی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان "ارزیابی توان اکولوژیکی توسعه تفرج متمرکز و گسترده اکوتوریسم در شهرضا"، از مدل اکولوژیکی برای ارزیابی توان منطقه استفاده کردند. نتایج نشان داد که حدود ۹,۰۱۹۸ و ۳,۹۵۲۶ کیلومتر مربع از شهرستان شهرضا برای توسعه سطوح یک و دو تفرج متمرکز مناسب است. همچنین، ۲۶۳,۱۹۷۳ و ۲۹۸,۱۸۴۳ کیلومتر مربع نیز برای توسعه سطوح یک و دو تفرج گسترده سازگاری داشتند. این پژوهش بر قابلیت‌های اکوتوریستی شهرضا و ضرورت برنامه‌ریزی مناسب برای توسعه پایدار تأکید کرد.
- طحانی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهش خود با عنوان، برنامه‌ریزی توسعه راهبردی بافت فرسوده شهری با تأکید بر مشارکت مردمی نمونه موردی: بافت فرسوده شهرضا، نشان داد بود که کمبود امکانات، خدمات شهری و تأسیسات زیربنایی، سبب مهاجرت ساکنان بومی به مناطق دیگر شهر و از جمله توسعه‌های آماده‌سازی مذکور شده‌اند.
- فرهادی و ابراهیمی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان "بررسی نقش دفاتر ICT روستایی در توسعه اجتماعی زنان روستایی شهرستان شهرضا"، به این نتیجه رسیدند که بیشترین آگاهی و مراجعه زنان روستایی به دفاتر ICT برای دریافت خدمات پایه است. فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توسعه اجتماعی زنان روستایی از طریق افزایش مشارکت، آگاهی، بهبود کیفیت خدمات، عدالت اجتماعی و رضایت از زندگی تأثیرگذار بود. همچنین، بین توسعه اجتماعی زنان روستایی با متغیرهایی مانند تحصیلات، تعداد سفرهای سالانه، استقلال مالی، آگاهی از خدمات و میزان استفاده از خدمات، رابطه مثبت و معناداری وجود داشت. سه عامل کلیدی تأثیرگذار بر توسعه اجتماعی زنان روستایی عبارت بودند از: استقلال مالی، آگاهی از خدمات دفاتر ICT و میزان مراجعه به این دفاتر.
- میرزایی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهش خود با عنوان، اثر رد پای دایناسور از نهشته های تریاس منطقه شهرضا، جنوب شرق اصفهان، کشف کردند که، رد پای نسبتا کوچک سه انگشتی از دایناسورها که دارای قرابت اثر شناسی با جنس اثری Eubrontes میباشد به عنوان قدیمی ترین فسیل یافت شده از این جانوران در ایران معرفی گردیده است.
- شاه‌سیاه و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهش خود با عنوان، بررسی رابطه‌ی رضایت جنسی و تعهد زناشویی زوجین شهرستان شهرضا ، به این نتیجه رسیدند که، بین تعهد زناشویی و رضایت جنسی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین طول مدت ازدواج با تعهد زناشویی و رضایت جنسی رابطه وجود دارد و هر چه مدت ازدواج کمتر باشد تعهد و رضایت جنسی

بیشتر است. بین رضایت جنسی و تحصیلات نیز رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. به این معنی که هر چه میزان تحصیلات بالاتر باشد رضایت جنسی در زوجین بیشتر خواهد بود.  در کل ارتقا در رضایت جنسی می‌تواند در افزایش تعهد زناشویی نقش موثری داشته باشد.

- ناظم و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان "ارزیابی اولویت‌ها و پتانسیل بازیافت از پسماندهای شهری شهرضا"، نشان دادند که ۷۱٫۶۱ درصد از پسماندهای جامد شهرضا را مواد فسادپذیر با رطوبت ۶۹٫۶۹ درصد و نسبت N/C 22.16 تشکیل می‌دهند. همچنین، پلاستیک (۷٫۵۷ درصد)، کاغذ و مقوا (۷٫۶۴ درصد)، شیشه (۲٫۰۹ درصد)، فلز (۲٫۰۴ درصد) و پت (۰٫۳۵ درصد) از دیگر اجزای پسماند بودند. با بازیافت و تولید کمپوست، می‌توان از هدررفت سالانه حدود ۹۷۶۸ میلیون ریال سرمایه جلوگیری کرد. اولویت‌های بازیافت به ترتیب عبارت بودند از: تولید کمپوست، بازیافت پلاستیک، کاغذ و مقوا، فلز، پت و شیشه.

**۲-۲) پیشینه‌های خارجی؛**

- Spadaro, I & et al (2023)، در پژوهشی با عنوان "مشارکت ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی گردشگری پایدار و رقابتی"، به ارائه یک مدل مارپیچ شش‌گانه برای مشارکت ذی‌نفعان کلیدی در برنامه‌ریزی شهری پرداختند. این مطالعه نشان داد که مشارکت ذی‌نفعان باعث افزایش اعتماد، نوآوری، کیفیت برنامه‌ریزی و پایداری می‌شود. روش‌های ترکیبی (دیجیتال و حضوری) به‌عنوان گزینه‌ای مطلوب‌تر از روش‌های صرفاً دیجیتال شناسایی شدند. این پژوهش دستورالعمل‌هایی برای ارتقای گردشگری پایدار در چارچوب پروژه شهرهای دوستدار گردشگری ارائه کرد.
- Adam R. Szromek & et al (2022)، در پژوهش خود با عنوان "تمایل نمایندگان شهرهای دوستدار گردشگری (TFC) به‌اشتراک‌گذاری راه‌حل‌های نوآورانه در قالب نوآوری باز"، به بررسی چالش‌های گردشگری مدرن در این شهرها پرداختند. مشکلات اصلی شامل کمبود فضای پارکینگ، اجاره کوتاه‌مدت زمین و قیمت بالای زمین بود. کارشناسان اقداماتی مانند افزایش انعطاف‌پذیری و رقابت را پیشنهاد کردند که توسط کسب‌وکارها و ادارات محلی آغاز شده است. حدود ۹۳٪ از کارشناسان معتقد بودند که اشتراک‌گذاری راه‌حل‌های توسعه‌یافته در قالب نوآوری باز، روشی مناسب برای بهبود همکاری ذینفعان در TFC ها است.
- M Kargar, Z Lin (2021)، در پژوهش خود با عنوان "یک چارچوب توصیه تور با انگیزه اجتماعی و سازگار با محیط زیست برای گروه‌های توریستی"، به ارائه رویکردی نوین برای طراحی تورهای گروهی پرداختند. هدف این سیستم، ایجاد انگیزه در گردشگران برای کاوش مقاصد جدید با پوشش یکنواخت علایق همه اعضای گروه بود. چارچوب پیشنهادی، محدودیت‌های واقع‌بینانه تورها را در نظر گرفته و با دریافت علایق گردشگران، تورهای چندروزه طراحی می‌کند که تمامی ترجیحات آن‌ها را پوشش می‌دهد. این رویکرد، تعادل بین انگیزه‌های اجتماعی و ملاحظات محیط‌زیستی را برقرار می‌سازد.
- et al & C Chancellor (2021)، در پژوهش خود با عنوان برنامه‌های سفیر مقصد: ایجاد مقاصد گردشگری دوستدار آگاهانه، به بررسی برنامه‌های سفیران مقصد، مخصوصاً تلاش‌های آنها برای افزایش رضایت گردشگران به‌وسیله آموزش ذی‌نفعان بومی برای تعاملات مثبت و آموزنده با گردشگران پرداخته است.
- Sibarani, R (2020)، در پژوهش خود تحت عنوان، توسعه شهر دوستانه بر اساس فرهنگ محلی: مطالعه انسان‌شناسی، بر اساس رویکرد فرهنگی به نقش فرهنگ‌ها در توسعه شهر دوست و روستای دوست می‌پردازد. هدف آن یافتن نمایش‌های فرهنگی و همچنین حکمت‌های محلی است که می‌تواند برای توسعه شهری دوستانه و روستای دوستانه به کار رود. یک

رویکرد انسان‌شناسی برای مطالعه اجراهای مربوط به ساختمان فرهنگی، سنت‌های فرهنگی و برند فرهنگی برای شهر دوست و روستای دوستانه استفاده می‌شود. پارامترهای تحلیلی عبارت‌اند از اتصال، ارزش و پایداری.

- Anuar, A. N. A (2016)، در پژوهش خود با عنوان مطالعات مقدماتی مفهوم مقصد گردشگری پسندد در شهر گردشگری، باهدف توسعه مفهوم مقدماتی مقصد گردشگری پسند از دیدگاه گردشگران داخلی است. در مجموع ۳۰ نفر از پاسخ دهندگان روش نمونه گیری هدفمند را در کوالالامپور انتخاب کردند. نتایج مطالعه نشان داد که سطح ویژگی‌ها «مهم» و «بسیار مهم» در محدوده میانگین کلی ۳,۰۹ تا ۴,۶۳ است. این مطالعه به ارائه‌دهندگان و برنامه‌ریزان گردشگری در توسعه گردشگری شهری به سمت مفهوم مقصد گردشگری دوستدار کمک می‌کند.
- Anuar, A. N. A (2015)، در پژوهش خود با عنوان "توسعه مفهوم مقصد دوستدار گردشگر: مطالعه کمی"، به بررسی این مفهوم در گردشگری شهری با تمرکز بر گردشگران داخلی پرداخت. مطالعه موردی در کوالالامپور با مشارکت ۴۲۰ پاسخ‌دهنده از شش زیربخش گردشگری انجام شد. نتایج نشان داد که ویژگی‌های مقصد دوستدار گردشگر با میانگین ۳,۶۱ تا ۴,۰۴ از نظر پاسخ‌دهندگان مهم ارزیابی شده‌اند. این پژوهش به توسعه مفهوم مقصد دوستدار گردشگر کمک کرده و راهکارهایی برای بهبود گردشگری در سطح ملی و ایالتی ارائه می‌دهد.
- Anuar, A. N. A & et al (2013)، در پژوهش خود با عنوان "سیاست و استراتژی توسعه گردشگری در راستای مقصد دوستدار گردشگر در کوالالامپور"، به بررسی سیاست‌های گردشگری در سطح ملی و ایالتی پرداختند. نتایج نشان داد که سیاست‌های ملی می‌توانند در سطح ایالتی اجرا شوند، اما در حال حاضر هیچ برنامه‌ریزی جامع ملی وجود ندارد و تنها برنامه‌ریزی‌ها در سطح ایالتی انجام می‌شود. این مطالعه تأکید کرد که سیاست‌های ملی باید با اصلاحات متناسب با شرایط موجود و ویژگی‌های فیزیکی منطقه تطبیق داده شوند، بدون اینکه از اهداف اصلی برنامه‌ریزی ملی فاصله بگیرند. این رویکرد به بهبود هماهنگی و توسعه گردشگری کمک می‌کند.

## ۳- روش تحقیق

این پژوهش از نوع کمی و کیفی است که باهدف بررسی شاخص‌ها و مانیفست شبکه شهرهای بین‌المللی دوستدار گردشگر (Urbact) انجام شده است. در این پژوهش، پس از استخراج شاخص‌ها، اطلاعات موردنیاز از روش کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه استاندارد از ۲۶ نفر از متخصصین و کارشناسان حوزه گردشگری جمع‌آوری و سپس تحلیل‌های مربوطه انجام گردید. در راستای تحلیل داده‌ها از مدل تحلیل عاملی، مدل SWOT، مدل TAPSIS، مدل تحلیل علی لایه‌ای (CLA) استفاده شده است.

## ۴- مبانی نظری

### ۴-۱) کلید واژه ها

**شهر دوستدار گردشگر**: مقصد گردشگری پسند مفهومی است که با تأمین نیازهای گردشگران از طریق فعالیت‌ها، محصولات و فضاهای مناسب، تقاضای آن‌ها را برآورده می‌کند. این مفهوم نه‌تنها برای گردشگران جذاب است، بلکه از طریق بسته‌های توری مناسب، امکاناتی مانند قیمت‌های رقابتی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، دسترسی به اینترنت و توزیع عادلانه درآمد بین اپراتورها، ساکنان محلی و ذی‌نفعان، به توسعه گردشگری کمک می‌کند. پنج عامل اصلی شکل‌دهنده این مفهوم عبارت‌اند از: تغییر در مفهوم گردشگری،

افزایش ظرفیت سفر گردشگران، انگیزه‌های انتخاب مقصد، تغییر سلیقه گردشگران و مشارکت بخش‌های دولتی و خصوصی. این عوامل از طریق سه عنصر کلیدی سیستم گردشگری فعالیت، فضا و محصول بر مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارند. برای توسعه گردشگری، یک مقصد باید این سه عنصر را به‌طور هماهنگ ارائه دهد تا تجربیات جدید و رضایتمندی گردشگران را ایجاد کند. (Anuar, A. N. A 2015) و (Anuar, A. N. A 2016)

**گردشگری پایدار**: مفهومی است که تجربه کامل گردشگری از جمله توجه به مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی و توجه به بهبود تجربه گردشگران و رفع نیازهای جوامع میزبان را در بر می‌گیرد. (سایت UNWTO)

**شهرضا**: شهرضا یکی از شهرستان‌های استان اصفهان که در فاصله ۸۰ کیلومتری اصفهان قرار گرفته و دارای یک بخش، دو شهر، چهار دهستان و ۲۸ روستای دارای سکنه می‌باشد. جمعیت شهرستان شهرضا در سال ۱۳۹۰ نزدیک به ۱۴۹۵۵۵ نفر گزارش شده که از این جمعیت حدود ۱۹۴۵۰ نفر در مناطق روستایی سکونت دارند. از ۲۸ روستای این شهرستان ۱۶ روستا دارای دفاتر ICTروستایی هستند که دارای ۵۰۱۸ نفر زن روستایی باسواد و بالای ۱۵ سال است که این تعداد، جامعه آماری تحقیق حاضر را تشکیل داده است. (فرهادی و ابراهیمی ۱۳۹۴)

**URBACT**: مطابق با اساس‌نامه مؤسسه جهانی URBACT، این سازمان با این تعریف شناخته می‌شود: مأموریت URBACT: ترویج و تسهیل همکاری و تبادل تجربیات میان شهرهای اروپایی در زمینه توسعه شهری پایدار و یکپارچه. توانمندسازی شهرها برای یافتن راهکارهای نوآورانه و مؤثر برای چالش‌های شهری خود. چشم‌انداز URBACT: ایجاد شبکه‌ای از شهرهای پویا و پایدار که در آن شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دارند و از کیفیت بالای زندگی برخوردارند. تبدیل URBACT به مرجع اصلی برای تبادل دانش و تجربه در زمینه توسعه شهری در اروپا. مهم‌ترین اهداف URBACT: حمایت از پروژه‌های همکاری میان‌شهری در زمینه‌های مختلف توسعه شهری، ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای به شهرها برای بهبود ظرفیت‌های خود، انتشار و ترویج نتایج و دستاوردهای پروژه‌های URBACT، **URBACT** با تأکید بر رویکرد مشارکتی و تبادل تجربیات، به شهرها کمک می‌کند تا با چالش‌های پیچیده شهری خود به طور مؤثرتری مقابله کنند و به‌سوی توسعه پایدار گام بردارند.

## ۲-۴) اهداف پژوهش

مجموعه راهکارها و پیشنهادها در راستایی پیوستن شهر شهرضا به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر بر اساس استانداردهای URBACT

## ۳-۴)سوالات پژوهش

۱. چه راهکارهایی برای بهبود زیرساخت‌های گردشگری و خدمات در شهرضا وجود دارد؟
۲. شهر شهرضا بر اساس شاخص‌های جهانی URBACT چه جایگاهی دارد؟

## ۴-۴) اهمیت و ضرورت پژوهش

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی، نقش بسزایی در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و توسعه مناطق دارد. در ایران نیز باتوجه‌به تنوع فرهنگی، تاریخی و طبیعی، گردشگری می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی عمل کند. شهرضا با دارابودن جاذبه‌های متعدد نظیر مسجد جامع شهرضا، چشمه‌های آب‌معدنی، طبیعت زیبا و صنایع‌دستی منحصربه‌فرد، ظرفیت تبدیل‌شدن به یک مقصد گردشگری مهم را دارد. بااین‌حال، نبود برنامه‌ریزی جامع، کمبود زیرساخت‌های مناسب، ضعف در بازاریابی و معرفی جاذبه‌ها و ناآگاهی از نیازهای گردشگران، از جمله عواملی هستند که مانع از تحقق این پتانسیل شده‌اند. این پژوهش با ارائه راهکارهای عملی و پیشنهادهای کاربردی، می‌تواند به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و فعالان حوزه گردشگری کمک کند تا با استفاده از ظرفیت‌های موجود، شهرضا را به‌عنوان مقصدی جدید و جذاب در نقشه گردشگری ایران معرفی کنند. همچنین، توسعه گردشگری در شهرضا می‌تواند به ایجاد اشتغال، افزایش درآمد محلی و بهبود کیفیت زندگی ساکنان منجر شود.

## ۴-۵) منطقه مورد مطالعه

### ۴-۵-۱) شهرستان شهرضا

شهرستان شهرضا با دارای ۸۱ جاذبه گردشگری، ۳/۶ درصد منابع گردشگری استان اصفهان را داراست. گونه‌شناسی منابع گردشگری در این شهرستان نشان می‌دهد که ۷۹ درصد منابع آن از تاریخی- فرهنگی و ۲۱ درصد آن طبیعی می‌باشند. منابع تاریخی- فرهنگی این شهرستان ۳/۵ درصد منابع تاریخی- فرهنگی را در سطح استان شامل میشود. سهم منابع طبیعی نیز ۵/۵ درصد از کل منابع طبیعی استان است. از مجموع ۸۱ جاذبه گردشگری در شهرستان شهرضا، ۹۸/۵ درصد در سطح محلی قرار دارند. درواقع منابع ملی این شهرستان ۲/۳ درصد از مجموع منابع ملی استان را تشکیل میدهد. بیشترین تعداد منابع تاریخی- فرهنگی شهرستان شهرضا مربوط به زیرگونه‌های مسجد، مدرسه و خانه‌های تاریخی است. قلعه‌ها و کاروانسراها، بازارهای تاریخی، و اماکن مذهبی و زیارتگاهی از دیگر زیرگونه‌های اصلی در این گروه هستند. آبشار و چشمه‌ها نیز از مهمترین زیرگونه-های منابع طبیعی شهرضا محسوب میشوند. (موسوی و همکاران ۱۳۹۶)

**جدول شماره۱ : (منبع: سازمان هواشناسی کل کشور)**

| ایستگاه | طول جغرافیایی | | عرض جغرافیایی | | ارتفاع (متر) | بارش سالانه (میلیمتر) | میانگین دمای سالانه (C) | دمای سالانه روزهای آفتابی | میانگین سالانه رطوبت نسبی (٪) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | درجه | دقیقه | درجه | دقیقه | | | | | |
| شهرضا | ۵۱ | ۵۰ | ۳۱ | ۵۹ | ۱۸۴۵/۲ | ۱۴۲/۲ | ۱۴/۷ | ۲۵۳/۹ | ۳۶ |

### ۴-۵-۲) شهر شهرضا

شهرضا، یکی از شهرهای استان اصفهان با آب‌وهوای نسبتاً گرم و خشک و مساحتی حدود ۲۹۸۳ کیلومترمربع است. این شهر به لحاظ نوع کاربری در بخش‌هایی از جنوب، غرب و شرق توسط اراضی کشاورزی و باغات پوشیده شده است که این محدوده جدا

از اراضی کشاورزی و باغات پراکنده داخل شهر است. مطابق با اسناد، ۵۰/۲۶ درصد از مساحت شهر را بافت پر و ۴۹/۷۴ درصد را بافت خالی تشکیل میدهد که شامل اراضی سبز و معابر است. بر اساس مطالعات، مشخص شد که ۴۱/۷۹ درصد کاربری‌های شهری را کاربری فضای سبز با سرانه ۹۹/۷۶ مترمربع در برمیگیرد. در شهرضا به علت محدود بودن به نواحی کوهستانی در غرب و جنوب و نواحی پست کویری در شمال‌شرقی، در بیشتر اوقات نسیم ملایم یا بادهای شدید همراه است. مقدار بارندگی آن ناچیز و جز مناطق خشک کشور است. پیشینه سکونت در شهرضا به عنوان یک شهر تاریخی، به سال ۳۵ هجری قمری باز میگردد. پوشش گیاهی به‌عنوان یک بخش مهم از کاربری اراضی، به فضاهای سبز عمومی با عملکرد اجتماعی اشاره دارد که شامل درختکاری و بیشه‌زار، جنگل‌کاری، پارک‌کوهستانی، باغ‌ها، گلخانه‌ها، اراضی کشاورزی، حاشیه سبز معابر و درختکاری معابر میباشد. مجاری و تاسیسات آبی نیز بر اساس طرح بازنگری طرح تفصیلی شهرضا شامل مسیل‌ها، کانال‌های آب، چشمه‌ها، قنات‌ها و چاه‌ها می‌شود. (دهقان زاد و همکاران ۱۴۰۰) (شکل شماره ۱)

**جدول شماره ۲ : (منبع: سازمان هواشناسی کل کشور)**

| ایستگاه | جمعیت (سرشماری ۱۳۹۵) | مساحت (کیلومترمربع) | ارتفاع (متر) | بارش سالانه (میلیمتر) | میانگین دمای سالانه (C) | آب‌وهوای منطقه | میانگین سالانه تبخیر (میلیمتر) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| شهرضا | ۱۳۴,۹۵۲ | ۴,۵۷۳ | ۱۸۲۵/۲ | ۱۵۰ | ۱۳ | کوهستانی و خشک | ۵۰۰ |

**شکل شماره ۱ : نقشه موقعیت جغرافیایی شهرضا**

### ۶-۴) معرفی برنامه URBACT و اهداف آن

برنامه URBACT یک برنامه از جانب کمیسیون اروپا است که باهدف بهبود توسعه و مدیریت شهرها در سراسر اروپا در حال فعالیت است. این برنامه به‌ویژه بر ایجاد شبکه‌های همکاری بین شهرها، تبادل تجربیات و بهترین شیوه‌ها تمرکز دارد در اصل می‌توان

گفت یک برنامه همکاری سرزمینی اروپا است باهدف تقویت توسعه پایدار شهری یکپارچه در شهرهای سراسر اروپا باسیاست انسجام بین شهرهای اروپا در راستای توسعه گردشگری پایدار با تأمین مالی مشترک صندوق توسعه منطقه‌ای اروپا. در حال حاضر ۲۷ کشور عضو این شبکه همکاری هستند. شبکه URBACT اهداف متعددی را دنبال می‌کند که برخی از آنها شامل: تقویت همکاری‌های شهری، پاسخگویی به چالش‌های شهری، توسعه راه‌حل‌های پایدار، تقویت ظرفیت‌های محلی، افزایش مشارکت شهروندان، جلوگیری از انزوا اجتماعی، سیاست‌ها و بهبود اثربخشی سیاست انسجام در شهرها، تسهیل اشتراک‌گذاری دانش و عملکرد خوب بین شهرها و سطوح دیگر.

**۴-۷) ۱۰ اصل اساسی جهت تحقق شهرهای دوستدار گردشگر در جهان :**

۱- تقویت گردشگری دوستانه از طریق ارائه پیشنهاد به گردشگران و ساکنان (شهر جنوا در ایتالیا)
۲- مشارکت ذی‌نفعان و ساکنان محلی شهر به‌عنوان سفیران و مبتکران زیبایی شهر (شهر براگا در پرتغال)
۳- ترویج تولیدات صنایع‌دستی محلی برای جذب گردشگری باکیفیت (شهر کاسرس اسپانیا)
۴- دردسترس‌تر کردن زیرساخت‌های شهر برای همه (شهر دروسکینینکای در لیتوانی)
۵- پیاده‌راه‌سازی نوآورانه و پاک‌راه حلی برای آرامش گردشگران و ساکنان (شهر دوبروونیک، یک شهر تاریخی در کشور کرواسی)
۶- بهبود فضاهای عمومی و شهروندی و ایجاد زیرساخت‌ها برای ساکنان و گردشگران (شهر دانلیری در جمهوری ایرلند)
۷- جذب نسل‌های جدید گردشگران برای کشف زیبایی‌های جدید شهری (شهر کراکوف در لهستان)
۸- ایجاد تعادل بین نیازهای بخش کسب‌وکار و نیازهای ساکنان و بازدیدکنندگان (شهر رووانیمی در فنلاند)
۹- آموزش گردشگران برای احترام به مقاصد گردشگری و زندگی در مقاصد همانند یک محلی (شهر ونیز ایتالیا)
۱۰-از محلی به جهانی: بازیابی مجدد برنامه ریزی گردشگری همراه با جوامع محلی (سایت www.urbact.eu)

بر اساس ۱۰ اصل بالا، برای شهر شهرضا می‌توان اصل دوم و سوم شهرهای دوستدار گردشگر را به کار برد :

باتوجه‌به ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی و صنایع‌دستی غنی آن، اصل سوم (ترویج تولیدات صنایع) می‌تواند بسیار مناسب باشد. این اصل به شهرضا کمک می‌کند تا با معرفی و فروش صنایع‌دستی و محصولات محلی خود محلی، نه‌تنها به اقتصاد محلی رونق بخشد، بلکه تجربه‌ای منحصربه‌فرد و اصیل را به گردشگران ارائه دهد. شهرضا به دلیل داشتن صنایع‌دستی مانند سفال‌کاری، قالی‌بافی، گلیم‌بافی و سایر هنرهای سنتی، می‌تواند از این اصل بهره‌برداری کند. با ایجاد بازارهای محلی، کارگاه‌های آموزشی و نمایشگاه‌های صنایع‌دستی، می‌توان گردشگران را به خرید و تجربه این محصولات تشویق کرد. این کار نه‌تنها به حفظ و ترویج فرهنگ محلی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک جاذبه گردشگری قوی عمل کند. علاوه بر این، اصل دوم (مشارکت ذی‌نفعان و ساکنان محلی) نیز می‌تواند بسیار مفید باشد. با مشارکت‌دادن ساکنان محلی در برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های گردشگری، می‌توان حس مالکیت و مسئولیت‌پذیری را در میان آنها افزایش داد و اطمینان حاصل کرد که توسعه گردشگری به نفع همه ساکنان شهر باشد؛ بنابراین، ترکیب این دو اصل می‌تواند به شهرضا کمک کند تا به یک مقصد گردشگری تبدیل شود.

## ۵- نتایج و تجزیه‌وتحلیل

**۵-۱) پرسشنامه شهر دوستدار گردشگر شهرضا**

**سن:** - کمتر از ۲۰: ۲ نفر - ۲۰ تا ۳۰: ۱۵ نفر - ۳۱ تا ۴۰: ۵ نفر - ۴۱ تا ۵۰: ۴ نفر

**جنسیت:** - زن: ۱۸ نفر - مرد: ۸ نفر

**تحصیلات:** - زیر دیپلم: ۱ نفر - دیپلم: ۶ نفر - کارشناسی: ۸ نفر - کارشناسی‌ارشد: ۱۰ نفر - دکتری: ۱ نفر

**جدول شماره ۳ : شاخص ها و پرسش‌نامه پژوهش**

| عوامل | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم |
|---|---|---|---|---|---|
| میزان امن بودن شهر از جهات متفاوت | ۶ | ۱۲ | ۸ | ۰ | ۰ |
| میزان استفاده از دوربین‌های شهری و سازمان‌یافته | ۰ | ۴ | ۱۶ | ۱ | ۰ |
| تعداد تصادفات داخل و خارج از شهر و آتش‌سوزی | ۲ | ۴ | ۱۲ | ۶ | ۲ |
| میزان حوادث مانند سیل و فرونشست زمین و.... | ۰ | ۱ | ۱۱ | ۸ | ۶ |
| میزان استفاده از قدرت و سوءاستفاده از آن و فساد در شهر | ۲ | ۵ | ۷ | ۸ | ۴ |
| میزان زوال اجتماعی و اخلاقی مثل اعتیاد به مواد مخدر و جنایات | ۱ | ۵ | ۱۱ | ۵ | ۴ |
| میزان خشونت‌های اجتماعی مثل دزدی، قاپ‌زنی و... | ۰ | ۳ | ۱۰ | ۳ | ۵ |
| میزان امکانات خدماتی و رفاهی باکیفیت | ۲ | ۱۱ | ۵ | ۶ | ۲ |
| وجود تأسیسات و زیرساخت‌های فیزیکی جهت سهولت گردشگر | ۱ | ۹ | ۵ | ۵ | ۱ |
| تأمین فضای مناسب و برنامه‌ریزی‌شده | ۲ | ۹ | ۱۰ | ۴ | ۱ |
| وجود امکانات تفریحی و سرگرمی برای تمامی سنین | ۴ | ۲ | ۶ | ۷ | ۲ |
| وجود مسیر پیاده‌روی در مسیر بازارچه‌های محلی و جاذبه‌ها | ۲ | ۱۰ | ۱۳ | ۱ | ۰ |
| وجود انواع فعالیت‌های تجاری در مسیر گردشگران | ۰ | ۹ | ۱۰ | ۰ | ۲ |
| کیفیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی شهر (اتوبوس، تاکسی و...) | ۴ | ۱۱ | ۸ | ۲ | ۱ |
| وجود هتل‌ها و اقامتگاه‌های چند ستاره در شهر | ۲ | ۵ | ۸ | ۶ | ۵ |
| وضعیت خیابان‌ها و جاده‌های منتهی به شهر از مطلوبیت کافی برخوردار است؟ | ۲ | ۵ | ۱۲ | ۵ | ۲ |
| امکانات شهر برای افراد معلول و روشندل تا چه میزان است؟ | ۰ | ۲ | ۸ | ۸ | ۸ |
| وجود پارکینگ‌های باکیفیت در سطح شهر و اطراف مراکز تفریحی | ۲ | ۰ | ۹ | ۱۲ | ۳ |
| میزان استفاده از تابلوهای راهنما و اطلاعات مسیر برای گردشگران | ۴ | ۷ | ۱۱ | ۴ | ۰ |
| مقدار وجود روشنایی در شب، مراکز و در مسیر گردشگران | ۴ | ۶ | ۱۳ | ۱ | ۲ |
| میزان مهمان‌نوازی و رابطه دوستانه مردم محلی با گردشگران | ۳ | ۱۰ | ۹ | ۳ | ۱ |
| وجود افراد آموزش‌دیده در حوزه گردشگری و چندزبانه بودن آنها | ۲ | ۱ | ۹ | ۶ | ۸ |
| ارائه پکیج‌ها و تورهای گردشگری جذاب مناسب هر سنین | ۳ | ۳ | ۵ | ۸ | ۷ |
| میزان آموزش مناسب به جامعه میزبان و گردشگران | ۲ | ۴ | ۵ | ۱۱ | ۴ |
| دسترسی به خدمات درمانی؛ مانند بیمارستان، درمانگاه و داروخانه | ۲ | ۳ | ۷ | ۴ | ۱۰ |
| دسترسی به اینترنت، سیستم‌های راهنمای مسیر، سیستم‌های هوشمند و... | ۹ | ۵ | ۹ | ۳ | ۰ |
| میزان جذابیت این شهر برای نسل جدید | ۴ | ۷ | ۱۰ | ۴ | ۱ |
| چه میزان از سیاست‌های مربوط به توسعه گردشگری ارائه در شهر اجرا می‌شود؟ | ۱ | ۴ | ۱۵ | ۴ | ۲ |
| تا چه میزان برند بودن انار و سفال شهرضا و برگزاری جشنواره انار در جذب گردشگری سهیم است؟ | ۱۳ | ۶ | ۶ | ۱ | ۰ |

## ۲-۵) مدل SPSS

### مدل تحلیل عاملی

**جدول شماره ۴ : دسته‌بندی شاخص‌ها در ۹ عامل از طریق تحلیل عاملی**

| Rotated Component Matrix[a] | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Component | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| دسترسی به خدمات درمانی؛ مانند بیمارستان، درمانگاه و داروخانه | .862 | | | | | | | | |
| دسترسی به اینترنت، سیستم‌های راهنمای مسیر، سیستم‌های هوشمند و... | .751 | | | | | | | | |
| وجود انواع فعالیت‌های تجاری در مسیر گردشگران | .748 | | | | | | | | |
| تأمین فضای مناسب و برنامه‌ریزی‌شده | .702 | | | | | | | | |
| ارائه پکیج‌ها و تورهای گردشگری جذاب مناسب هر سنین | | .846 | | | | | | | |
| میزان امکانات خدماتی و رفاهی باکیفیت | | .799 | | | | | | | |
| میزان آموزش مناسب به جامعه میزبان و گردشگران | | .577 | | | | | | | |
| وجود افراد آموزش‌دیده در حوزه گردشگری و چندزبانه بودن آنها | | .545 | | | | | | | |
| وجود تأسیسات و زیرساخت‌های فیزیکی جهت سهولت گردشگر | | | .715 | | | | | | |
| کیفیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی شهر (اتوبوس، تاکسی و...) | | | .666 | | | | | | |
| وجود امکانات تفریحی و سرگرمی برای تمامی سنین | | | .654 | | | | | | |
| وجود هتل‌ها و اقامتگاه‌های چند ستاره در شهر | | | .642 | | | | | | |
| میزان حوادث مانند سیل و فرونشست زمین و.... | | | .472 | | | | | | |
| وجود پارکینگ‌های باکیفیت در سطح شهر و اطراف مراکز تفریحی | | | | .894 | | | | | |
| چه میزان از سیاست‌های مربوط به توسعه گردشگری ارائه در شهر اجرا می‌شود؟ | | | | .734 | | | | | |
| وضعیت خیابان‌ها و جاده‌های منتهی به شهر از مطلوبیت کافی برخوردار است؟ | | | | .598 | | | | | |
| میزان جذابیت این شهر برای نسل جدید | | | | | .908 | | | | |
| تا چه میزان برند بودن انار و سفال شهرضا و برگزاری جشنواره انار در جذب گردشگری سهیم بوده است؟ | | | | | .720 | | | | |
| میزان مهمان‌نوازی و رابطه دوستانه مردم محلی با گردشگران | | | | | .482 | | | | |
| مقدار وجود روشنایی در شب، مراکز و در مسیر گردشگران | | | | | .549 | | | | |
| میزان خشونت‌های اجتماعی مثل دزدی، قاپ‌زنی و... | | | | | | .824 | | | |
| امکانات شهر برای افراد معلول و روشندل تا چه میزان است؟ | | | | | | .677 | | | |
| میزان استفاده از دوربین‌های شهری و سازمان‌یافته | | | | | | | .826 | | |
| میزان امن بودن شهر از جهات متفاوت | | | | | | | .792 | | |
| وجود مسیر پیاده‌روی در مسیر بازارچه‌های محلی و جاذبه‌ها | | | | | | | | .896 | |
| میزان استفاده از تابلوهای راهنما و اطلاعات مسیر برای گردشگران | | | | | | | | .400 | |
| میزان استفاده از قدرت و سوءاستفاده از آن و فساد در شهر | | | | | | | | | .821 |
| تعداد تصادفات داخل و خارج از شهر و آتش‌سوزی | | | | | | | | | .499 |
| میزان زوال اجتماعی و اخلاقی مثل اعتیاد به مواد مخدر و جنایات | | | | | | | | | .391 |

**جدول شماره ۵ : انتخاب عنوان برای هر یک از عامل‌های تحلیل عاملی**

| ردیف | عامل‌ها | عنوان هر عامل |
|---|---|---|
| ۱ | عامل یک | امکانات و خدمات رفاهی و فعالیت‌های تجاری |
| ۲ | عامل دو | آموزش افراد و خدمات در حوزه گردشگری |
| ۳ | عامل سه | تأسیسات و زیرساخت‌های موجود جهت سهولت گردشگر |
| ۴ | عامل چهار | مطلوبیت حمل‌ونقل تا سیاست‌های گردشگری |
| ۵ | عامل پنج | مهمانوازی مردم محلی تا جذابیت شهر |
| ۶ | عامل ششم | خشونت‌های اجتماعی تا امکانات برای معلولین |
| ۷ | عامل هفتم | امنیت شهری |
| ۸ | عامل هشتم | راهنمای مسیرها |
| ۹ | عامل نهم | فساد و زوال اجتماعی |

پرسش‌نامه با ۳۲ سوال بوده که در ۹ عامل دسته بندی شده است. جدول نتایج تحلیل عاملی که روی داده‌های پرسشنامه انجام شده، نشان دهنده بارهای عاملی هر سوال در هر عامل است که بارهای عاملی نشان دهنده آن است که هر سوال چقدر با هر عامل مرتبط است. به طور کلی مطالعات انجام شده به دنبال شناسایی و سنجش عواملی هستند که میتوانند به توسعه گردشگری شهرضا و تبدیل آن به یک شهر دوستدار گردشگر کمک کنند.

### ۳-۵) مدل تحلیل علی لایه ای( CLA)

**جدول شماره ۶ : ماتریس مدل تحلیل علی لایه‌ای(CLA)**

| | مشکلات سطحی (سطح لیتانی) | علت‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی | گفتمان‌ها یا ایدئولوژی | استعاره و اسطوره |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | بحران آب شرب و کشاورزی (مسئله کمبود آب) | کاهش سطح آب‌های زیر زمینی، خشک‌شدن قنات‌ها، کشاورزی سنتی و پر آب، عدم وجود سیستم‌های نوین آبیاری، رشد جمعیت و افزایش تقاضا برای آب، | حق به تاریخی، اهمیت کشاورزی در اقتصاد شهر، عدم آگاهی از روش‌های نوین مدیریت آب | آب در کوزه و ما تشنه‌لبان می‌گردیم، آب حیات است، قدرش را بدانیم. |
| ۲ | مهاجرت جوانان به شهرهای بزرگ‌تر | کاهش فرصت‌های شغلی، عدم توسعه صنایع و کسب کارهای کوچک و متوسط، ضعف زیرساخت‌های شهری، نبود برنامه‌ریزی جامع برای توسعه شهری، نرخ بالای بیکاری جوانان، | مهاجرت به‌عنوان راه برای بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی، اهمیت تحصیلات عالی و فرصت‌های شغلی بهتر، تأکید بر مهاجرت به شهرهای بزرگ به‌عنوان نمادی از موفقیت، | سنگ از آسمان نمی‌بارد، آب در کوزه و ما تشنه‌لبان می‌گردیم |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۳ | کاهش جاذبه‌های گردشگری | کاهش تعداد گردشگران، کاهش تعداد درآمدهای حاصل از گردشگری، تخریب آثار تاریخی و طبیعی، نبود زیرساخت‌های مناسب گردشگری، | اولویت‌دادن به سایر بخش‌ها بر گردشگری، نبود برنامه‌ریزی جامع برای توسعه گردشگری، عدم توجه به نیازهای گردشگران | آب از آسیاب افتادن، خسته‌کننده و تکراری |
| ۴ | مسائل نابرابری اجتماعی | افزایش شکاف درآمدی، محرومیت برخی مناطق از خدمات شهری، افزایش جرم و جنایت، توزیع ناعادلانه درآمد | اهمیت فردگرایی بر جمع‌گرایی، باور به‌تساوی فرصت‌ها، عدم توجه به نیازهای اقشار محروم | پوستین گران به‌تن‌کردن، گرسنه ماندن هنر نیست، آب که از سرگذشت چه یک وجب چه صد وجب، |
| ۵ | نرخ بالای بیکاری در میان جوانان | کمبود فرصت‌های شغلی در بخش‌های مختلف، مهاجرت نیروی کار ماهر، عدم تطابق آموزش‌های دانشگاهی با نیازهای بازار کار، نگرش سنتی نسبت به کار و اشتغال، | اهمیت اشتغال دولتی، مهاجرت به‌عنوان راهی برای بهبود وضعیت اقتصادی، اهمیت خانواده و تأمین معاش خانواده، فشار اجتماعی برای یافتن شغل مناسب، | آسمان نمی‌بارد و زمین نان نمی‌دهد، آدم بیکار به همه چیز کار داره، آدم بیکار بیعار هم می‌شود. |
| ۷ | کاهش مشارکت شهروندی | کاهش مشارکت در انتخابات، کاهش حضور در جلسات شورا، عدم همکاری با نهادهای عمومی، عدم اعتماد به نهادهای عمومی، پیچیدگی فرایند تصمیم‌گیری، عدم وجود کانال‌های مناسب برای مشارکت | باور به بی‌تأثیربودن مشارکت فردی، اولویت‌دادن به مسائل شخصی بر مسائل عمومی | کار به کارگر ندارد، کار دولت است کار مردم نیست، هر کس به فکر خانه خود باشد. |
| ۱۱ | مسئله مهاجرت روستاییان به شهر | کاهش جمعیت روستاها، افزایش حاشیه‌نشینی در شهرها، افزایش فشار بر منابع شهری، نبود فرصت‌های شغلی در روستاها، خشکسالی و کمبود آب، جذابیت‌های زندگی شهر | اهمیت زندگی مدرن و شهری، عدم علاقه به کشاورزی و دامداری | هرکه طاووس خواهد جور هندوستان کشد، توی شهر موفق‌تری، فرصت شغلی داخل شهر بیشتر است. |

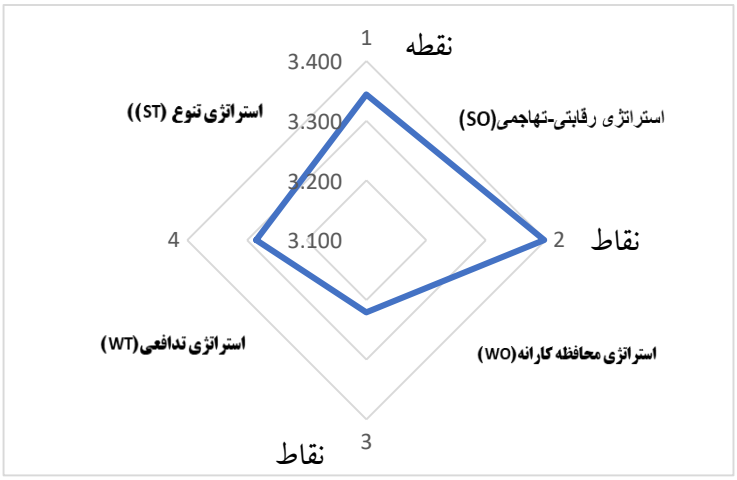
### ۴-۵) مدل SWTO

**جدول شماره ۷ : ماتریس عوامل داخلی(نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی(نقاط فرصت و تهدید)**

| قوت‌ها | ضعف‌ها | فرصت‌ها | تهدیدها |
|---|---|---|---|
| وجود کسب‌وکارهای کوچک و متنوع در سطح شهر، وجود جاذبه مذهبی امامزاده شهرضا، شهر شهرضا به‌عنوان پایتخت انار ایران، وجود کارگاه‌های سفالگری، وجود دسترسی آسان از شهرهای دیگر. | عدم مرمت بنا و آثار تاریخی، پایین‌بودن امنیت، عدم توزیع مناسب خدمات برای گردشگران، بالابودن میزان بیکاری، نبود هتل و امکانات زیرساختی مناسب، نبود مراکز تفریحی و سرگرمی، نبود مراکز تجاری جهت‌نمایش و فروش محصولات محلی. | برگزاری جشنواره انار، برگزاری جشنواره سفال و سفالگری، امکان به‌کارگیری مراکز مذهبی جهت گردشگری مذهبی، امکان خلق فرصت‌های کسب‌وکار، امکان گسترش فضاهای عمومی و سبز، امکان ایجاد سیستم‌ها و دوربین‌های هوشمند امنیتی. | نبود سیاست‌ها و اقدامات مناسب جهت سهولت گردشگری، مهاجرت نخبگان، افراد جوان و آموزش‌دیده به شهرهای اطراف، نبود آموزش مناسب به مردم بومی در مواجهه با گردشگر، روند کاهشی اشتغال جوانان. |

(وزن‌های نهایی نقاط)

| | | |
|---|---|---|
| S | نقاط قوت | ۳,۳۴۴ |
| O | نقاط فرصت | ۳,۳۹۸ |
| W | نقاط ضعف | ۳,۲۲۱ |
| T | نقاط تهدید | ۳,۲۸۴ |




**شکل شماره ۲: ماتریس عنکبوتی SWOT**

شهرضا پتانسیل‌های بسیار خوبی برای توسعه گردشگری و اقتصادی دارد. وجود جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی، همچنین ظرفیت‌های تولیدی و صنایع‌دستی، می‌تواند این شهر را به یک مقصد گردشگری جذاب تبدیل کند. بااین‌حال، چالش‌هایی مانند نبود زیرساخت‌های مناسب، ناامنی و بیکاری، مانع از تحقق این پتانسیل‌ها شده است.

تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها:

* نقاط قوت: وجود جاذبه‌های تاریخی و طبیعی، تنوع محصولات تولیدی و صنایع‌دستی، و دسترسی آسان از شهرهای دیگر، از جمله نقاط قوت شهرضا محسوب می‌شوند. این عوامل می‌توانند به‌عنوان پایه و اساس برای توسعه گردشگری و اقتصاد محلی مورداستفاده قرار گیرند.

* نقاط ضعف: عدم مرمت بناهای تاریخی، پایین‌بودن امنیت، نبود زیرساخت‌های گردشگری و بیکاری بالا، از جمله مهم‌ترین ضعف‌های شهرضا هستند. این ضعف‌ها مانع از جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران می‌شوند و به توسعه پایدار شهر آسیب می‌رسانند.

* فرصت‌ها: برگزاری جشنواره‌ها، توسعه گردشگری مذهبی، ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار، و گسترش فضاهای عمومی، از جمله فرصت‌هایی هستند که می‌توانند برای توسعه شهرضا مورداستفاده قرار گیرند. با برنامه‌ریزی مناسب و سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها، می‌توان به رشد اقتصادی و اجتماعی شهر کمک کرد.

* تهدیدها: نبود سیاست‌های مناسب برای توسعه گردشگری، مهاجرت نخبگان، و نبود آموزش‌های لازم برای مردم بومی، از جمله تهدیدات جدی برای توسعه شهرضا هستند. این تهدیدها می‌توانند مانع از تحقق پتانسیل‌های شهر شوند.

ارزیابی وزن‌های نهایی: بر اساس وزن‌های نهایی ارائه شده، فرصت‌ها و نقاط قوت شهرضا از وزن بیشتری نسبت به نقاط ضعف و تهدیدها برخوردار هستند. این نشان می‌دهد که باوجود چالش‌هایی که وجود دارد، شهرضا همچنان دارای پتانسیل‌های بالایی برای توسعه است.

### ۵-۵) مدل تاپسیس (TAPSIS)

**جدول شماره ۸ : ماتریس امتیاز نهایی و رتبه‌بندی مناطق شهری شهرضا**

| رتبه | ضریب اولویت | مکان |
|---|---|---|
| 1 | 0.722124585 | بافت تاریخی |
| 2 | 0.534977674 | شاهرضا |
| 3 | 0.279311287 | ۴۰ متری |
| 4 | 0.198730159 | ۴۵ متری |
| 5 | 0.145554202 | پاسداران |
| 6 | 0.116971765 | جانبازان |
| 7 | 0.125154512 | سروستان |
| 8 | 0.055752498 | خمینی آباد |
| 9 | 0 | اسلام‌آباد |

بافت تاریخی با رتبه ۱ به‌عنوان بهترین منطقه از نظر شاخص‌های گردشگری شناخته شده است. این منطقه دارای بیشترین تعداد مناطق گردشگری (۱۰ عدد)، بیشترین تعداد بانک (۱۰ عدد) و بیشترین تعداد رستوران (۹ عدد) است. بااین‌حال، تعداد هتل‌ها در این منطقه صفر است که می‌تواند به‌عنوان یک نقطه‌ضعف در نظر گرفته شود. شاهرضا و ۴۵ متری به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. این مناطق نیز از نظر تعداد رستوران و بانک وضعیت نسبتاً خوبی دارند، اما تعداد هتل‌ها و اقامتگاه‌ها در این مناطق کم است. ۴۵ متری با رتبه ۴ دارای تعداد نسبتاً خوبی از رستوران و پارک است. این منطقه همچنین دارای یک هتل است که نسبت به سایر مناطق برتری دارد. پاسداران و جانبازان به ترتیب در رتبه‌های ۵ و ۶ قرار دارند. این مناطق از نظر تعداد رستوران و پارک وضعیت متوسطی دارند و تعداد هتل‌ها و اقامتگاه‌ها در این مناطق صفر است. سروستان، خمینی آباد و اسلام‌آباد در رتبه‌های پایین‌تر قرار دارند. این مناطق از نظر تعداد مناطق گردشگری، رستوران‌ها، بانک‌ها و هتل‌ها وضعیت ضعیفی دارند.

## ۶- نتیجه‌گیری

باتوجه‌به تحلیل پرسش‌نامه با استفاده از SPSS مدل تحلیل عاملی، پرسش‌نامه با ۳۲ سوال بوده که در ۹ عامل دسته بندی شده است. این ۹ عامل شامل: امکانات و خدمات رفاهی و فعالیت های تجاری، آموزش افراد و خدمات در حوزه گردشگری، تاسیسات و زیرساخت های موجود جهت سهولت گردشگر، مطلوبیت حمل و نقل تا سیاست های گردشگری، مهمانوازی مردم محلی تا جذابیت شهر، خشونت های اجتماعی تا امکانات برای معلولین، امنیت شهری، راهنمای مسیرها و فساد و زوال اجتماعی.

جدول نتایج تحلیل عاملی که روی داده‌های پرسش‌نامه انجام شده، نشان‌دهنده بارهای عاملی هر سؤال در هر عامل است که بارهای عاملی نشان‌دهنده آن است که هر سؤال چقدر با هر عامل مرتبط است. به‌طورکلی مطالعات انجام شده به دنبال شناسایی و سنجش عواملی هستند که می‌توانند به توسعه گردشگری شهرضا و تبدیل آن به یک شهر دوستدار گردشگر کمک کنند. نتایج این مدل برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در حوزه گردشگری شهرضا مفید است.

باتوجه‌به اطلاعات ارائه شده در مدل SWOT شهرضا، می‌توان به این نتیجه رسید که شهرضا پتانسیل‌های بسیار خوبی برای توسعه گردشگری و اقتصادی دارد. وجود جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی، همچنین ظرفیت‌های تولیدی و صنایع‌دستی، می‌تواند این شهر را به یک مقصد گردشگری جذاب تبدیل کند. بااین‌حال، چالش‌هایی مانند نبود زیرساخت‌های مناسب، ناامنی و بیکاری، مانع از تحقق این پتانسیل‌ها شده است. وجود جاذبه‌های تاریخی و طبیعی، تنوع محصولات تولیدی و صنایع‌دستی، و دسترسی آسان از شهرهای دیگر، از جمله نقاط قوت شهرضا محسوب می‌شوند، این عوامل می‌توانند به‌عنوان پایه و اساس برای توسعه گردشگری و اقتصاد محلی مورداستفاده قرار گیرند. عدم مرمت بناهای تاریخی، پایین‌بودن امنیت، نبود زیرساخت‌های گردشگری و بیکاری بالا، از جمله مهم‌ترین ضعف‌های شهرضا هستند، این ضعف‌ها مانع از جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران می‌شوند و به توسعه پایدار شهر آسیب می‌رسانند. برگزاری جشنواره‌ها، توسعه گردشگری مذهبی، ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار، و گسترش فضاهای عمومی، از جمله فرصت‌هایی هستند که می‌توانند برای توسعه شهرضا مورداستفاده قرار گیرند. با برنامه‌ریزی مناسب و سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها، می‌توان به رشد اقتصادی و اجتماعی شهر کمک کرد. نبود سیاست‌های مناسب برای توسعه گردشگری، مهاجرت نخبگان، و نبود آموزش‌های لازم برای مردم بومی، از جمله تهدیدات جدی برای توسعه شهرضا هستند. این تهدیدها می‌توانند مانع از تحقق پتانسیل‌های شهر شوند. بر اساس وزن‌های نهایی ارائه شده، فرصت‌ها و نقاط قوت شهرضا از وزن بیشتری نسبت به نقاط ضعف و تهدیدها برخوردار هستند. این نشان می‌دهد که باوجود چالش‌هایی که وجود دارد، شهرضا همچنان دارای پتانسیل‌های بالایی برای توسعه است.

باتوجه‌به تحلیل داده‌های مدل TAPSIS، رتبه‌بندی مناطق بر اساس شاخص‌های گردشگری به ترتیب براین‌اساس است: - بافت تاریخی: رتبه ۱ - شاهرضا: رتبه ۲ - ۴۰ متری: رتبه ۳ - ۴۵ متری: رتبه ۴ - پاسداران: رتبه ۵ - جانبازان: رتبه ۶ - سروستان: رتبه ۷ - خمینی‌آباد: رتبه ۸ - اسلام‌آباد: رتبه ۹

براین‌اساس برای بهبود وضعیت گردشگری در مناطق پایین‌تر مانند خمینی آباد، اسلام‌آباد و سروستان، می‌توان اقداماتی مانند افزایش تعداد رستوران‌ها، اقامتگاه‌ها و هتل‌ها انجام داد. در مناطق برتر مانند بافت تاریخی و شاهرضا، می‌توان با افزایش تعداد هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، جذابیت این مناطق را برای گردشگران افزایش داد.

## ۷- استراتژی های پیشنهادی برای توسعه شهرضا

* توسعه گردشگری: مرمت و احیای بناهای تاریخی، ایجاد مسیرهای گردشگری مذهبی، برگزاری جشنواره‌ها، ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، برگزاری دوره‌های آموزشی برای شهروندان در زمینه گردشگری، آموزش راهنمایان تور و استفاده از پتانسیل‌های موجود در این حوزه‌ها، ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی و برگزاری تورهای روستایی جهت رونق اقتصادی روستاها و جذب گردشگر.

* توسعه اقتصادی: ایجاد بازارچه‌های دائمی و فصلی، برگزاری نمایشگاه‌ها و ارائه تسهیلات مالی حمایت از صنایع‌دستی و کسب‌وکارهای کوچک، ایجاد صنایع وابسته به گردشگری، ایجاد صنایع وابسته به گردشگری، مانند صنایع غذایی و صنایع‌دستی، جهت ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی.

* بهبود امنیت: افزایش تعداد دوربین‌های مداربسته، گشت‌های شبانه‌روزی جهت افزایش امنیت شهر و آموزش شهروندان.

* توسعه زیرساخت‌ها: بهبود سیستم آب‌وفاضلاب، جمع‌آوری زباله، روشنایی معابر و فضای سبز، ایجاد هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز تفریحی با استانداردهای مناسب و همچنین فراهم‌کردن امکانات رفاهی برای گردشگران، از جمله سرویس‌های بهداشتی و پارکینگ.

* ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند و معرفی شهرضا را به‌عنوان یک مقصد گردشگری جذاب.

برای اجرای موفق این استراتژی‌ها، پیشنهاد می‌شود موارد زیر نیز مدنظر قرار گیرد:

* توجه به مشارکت مردم محلی: در فرایند توسعه شهر، مشارکت مردم محلی بسیار مهم است. باید از نظرات و ایده‌های آن‌ها استفاده شود و به آن‌ها آموزش‌های لازم داده شود تا بتوانند در این فرایند نقش فعالی داشته باشند.

* ایجاد یک برند قوی برای شهر: برای جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران، نیاز به ایجاد یک برند قوی برای شهرضا است. این برند باید بر اساس جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی شهر ساخته شود.

* همکاری با بخش خصوصی: برای توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد فرصت‌های شغلی، همکاری با بخش خصوصی ضروری است. می‌توان با ارائه تسهیلات و مشوق‌های مناسب، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را به سرمایه‌گذاری در شهرضا ترغیب کرد.

* پایش و ارزیابی مستمر: برای اطمینان از موفقیت استراتژی‌ها، باید به طور مستمر عملکرد آن‌ها را پایش و ارزیابی کرد و در صورت نیاز تغییرات لازم را اعمال کرد.

## منابع و مأخذ


1. حقیقتیان، منصور، متقی، زینب، و اسماعیلی، رضا. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی والدین بر مهارت‌های اجتماعی - توسعه‌ای نوجوانان شهر شهرضا. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۴(۱)، ۲۲۵-۲۳۷. SID. https://sid.ir/paper/1063595/fa
۲. دهقان زاد، شیما، قلعه‌نویی، محمود، و قاسمی، الهام. (۱۴۰۰). مطالعه تطبیقی عناصر ساختار سبز در بافت سنتی و جدید (مورد مطالعه: شهرضا). پژوهش های محیط زیست، ۱۲(۲۳ )، ۱۴۵-۱۵۹. SID. https://sid.ir/paper/986382/fa
۳. دهقان زاد، شیما، و قلعه نوعی، محمود. (۱۳۹۷). ارزشیابی شهرها بر اساس معیارهای کلان ساختار سبز شهری. مورد پژوهی: شهرضا (اصفهان). آمایش جغرافیایی فضا، ۸(۲۷ )، ۱۶۹-۱۸۴. SID. https://sid.ir/paper/251004/fa
۴. شاه سیاه، مرضیه، بهرامی، فاطمه، و محبی، سیامک. (۱۳۸۸). بررسی رابطه رضایت جنسی و تعهد زناشویی زوجین شهرستان شهرضا . اصول بهداشت روانی، ۱۱(۳ (پیاپی ۴۳))، ۲۳۳-۲۳۸. SID. https://sid.ir/paper/88506/fa
۵. طحانی، اسدالله، ده‌مرده پهلوان، مهدی، رضایی رحیمی، محمد، و طحانی، حجت اله. (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی توسعه راهبردی بافت فرسوده شهری با تأکید بر مشارکت مردمی (نمونه موردی: بافت فرسوده شهرضا). مرمت و معماری ایران (مرمت آثار و بافت‌های تاریخی فرهنگی)، ۹(۱۷)، ۵۳-۶۲. SID. https://sid.ir/paper/205184/fa
۶. فرهادی، فریبا، و ابراهیمی، محمدصادق. (۱۳۹۴). بررسی نقش دفاتر ICT روستایی در توسعه اجتماعی زنان روستایی شهرستان شهرضا. برنامه ریزی منطقه ای، ۵(۱۹)، ۱۳۷-۱۴۸. SID. https://sid.ir/paper/230574/fa
۷. میرزایی عطاآبادی، مجید، عباسی، نصرالله، امیری، جواد، جاوری، منصور، و رفیع بهرامی، محمد. (۱۳۹۲). چینه‌شناسی و دیرینه‌شناسی: اثر ردپای دایناسور از نهشته‌های تریاس منطقه شهرضا، جنوب شرق اصفهان. همایش انجمن‌های زمین‌شناسی ایران. SID. https://sid.ir/paper/835891/fa
۸. موسوی، سید حجت، عباسیان، آسیه، و زورمند، پری‌ناز. (۱۳۹۶). ارزیابی توان اکولوژیکی توسعه تفرج متمرکز و گسترده اکوتوریسم در شهرضا. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (علوم جغرافیایی)، ۱۷(۴۶ )، ۱۱۹-۱۳۸. SID.https://sid.ir/paper/102326/fa
۹. ناظم، فرناز، عبدلی، محمدعلی، ریاحی بختیاری، علیرضا، و مساح، احمدرضا. (۱۳۸۷). ارزیابی اولویت ها و پتانسیل بازیافت از پسماندهای شهری شهرضا. منابع طبیعی ایران، ۶۱(۴)، ۹۳۳-۹۴۱. SID. https://sid.ir/paper/23042/fa
۱۰. سایت وزارت میراث‌فرهنگی و صنایع‌دستی و گردشگری https://tehran.mcth.ir
11. سازمان هواشناسی کل کشور https://www.irimo.ir/far/index.php
۱۲. سایت شهرداری شهر شهرضا http://www.shahreza.ir
13. Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H., Hussain, M. Y., & Nasir, R. A. (2015). Developing of tourist friendly destination concept: a quantitative study. *Journal Tourism Hospitality*, *4*(1), 2167-0269.
14. Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H., & Hussain, M. Y. (2013). Policy and tourism development strategy towards tourist friendly destination in Kuala Lumpur. *Asian Social Science*, *9*(2), 180.
15. Anuar, A. A., Ahmad, H., Jusoh, H., Hussain, M. Y., Nasir, R. A., & Ahmad, C. B. (2016). A preliminary study of tourist friendly destination concept in city tourism. *Journal of Hotel & Business Management*, *5*(2).
16. Charles Chancellor, Lauren Townson, Lauren Duffy, (2021), Destination ambassador programs:Building informed tourist friendly destinations, Journal of Destination Marketing &

Management ,Volume 21, (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X21000871)
17. Mehdi Kargar, Zhibin Lin, (2021), A socially motivating and environmentally friendly tour recommendation framework for tourist groups,Expert Systems with Applications,Volume 180, (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417421005248)
18. Spadaro, I., Pirlone, F., Bruno, F., Saba, G., Poggio, B., & Bruzzone, S. (2023). Stakeholder participation in planning of a sustainable and competitive tourism destination: The Genoa integrated action plan. *Sustainability*, *15*(6), 5005.
19. Szromek, A. R., Walas, B., & Kruczek, Z. (2022). The willingness of tourism-friendly cities' representatives to share innovative solutions in the form of open innovations. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *8*(3), 112.
20. Sibarani, R. (2020, April). Developing friendly city and friendly village based on local culture: An Anthropolinguistic Study. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 452, No. 1, p. 012062). IOP Publishing.
21. www.urbact.eu

# رویکرد گردشگری در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود: از مدیریت منابع تا چالش ها، ظرفیت ها و راهبردهای توسعه

**حجت صادقی**، استادیار، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

گردشگری به عنوان یک رویکرد مطلوب و گاهاً مکمل برای فعالیت های اقتصادی و اجتماعی شناخته می شود. برای تحقق و توسعه این رویکرد در هر منطقه، بایستی بسترها و زمینه های لازم فراهم شود. پهنه جغرافیایی زاینده رود شامل چهار استان اصفهان، چهارمحال و بختیاری، فارس و یزد می شود که هر کدام از این نواحی، از لحاظ گردشگری شرایط خاص خود را دارند. گردشگری به عنوان یک رویکرد تعاملی می تواند نقطه عطفی در کاهش مسائل و معضلات و توسعه پهنه زاینده رود باشد. در این پژوهش سعی شده که شناخت مطلوبی از گردشگری پهنه زاینده رود از لحاظ منابع، چالش ها و ظرفیت ها فراهم شود و در ادامه راهبردهای توسعه در این زمینه تبیین و تحلیل شود. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده های اسنادی بوده است. همچنین روش تجزیه و تحلیل داده ها از طریق تحلیل محتوا با توجه به متون، گزارشات و مقالات مختلف در زمینه گردشگری پهنه زاینده رود می باشد. نتیجه نشان داد که چالش ها و ظرفیت های متنوعی چه از نوع داخلی و چه بیرونی در پهنه زاینده رود وجود دارد که بخش اعظم آنها به معضلات منابع طبیعی، عدم رعایت قوانین و همچنین همگرایی مدیریتی مرتبط می شود. نتیجه نشان می دهد که پهنه زاینده رود نیازمند آن است که در مدیریت منابع خود تجدید نظر اساسی داشته باشد؛ چرا که محدودیت منابع، محدودیت توسعه گردشگری را نیز به دنبال دارد. همچنین توسعه گردشگری در این منطقه با رعایت اصول و ضوابط می تواند یک رویکرد متنوع سازی در حوزه اقتصادی باشد و نتیجه آن کاهش فشار بر طبیعت و منابع آبی به دلیل تنوع سازی در مشاغل و درآمدها است. بر همین اساس، ایجاد مسیرهای بهینه توسعه گردشگری، گسترش بوم گردی ها، ایجاد کمیته مشترک استان ها در زمینه گردشگری و همچنین تهیه برنامه جامع گردشگری برای این پهنه جغرافیایی می تواند بستر را برای تحقق گردشگری مطلوب و کاهش بسیاری از تنش ها فراهم نماید.

**واژگان کلیدی**: منابع مشترک، مدیریت، توسعه پایدار، گردشگری، زاینده رود

## ۱. مقدمه

امروزه گردشگری شاخه‌ای با اهمیت از اقتصاد جهانی و یکی از محرک‌های اصلی رشد اجتماعی- اقتصادی در بسیاری از کشورها است (King et al, 2024). سهم گردشگری بین‌المللی از تولید ناخالص داخلی جهانی ۱۰ درصد است؛ و حدود ۷ درصد از صادرات جهانی را تشکیل می‌دهد. همچنین، گردشگری رتبه سوم را در میان مهمترین صنایع صادراتی جهان دارد ( Šauer & Bobkova, 2018). گردشگری از رویکردهای مهم توسعه مکان های جغرافیایی است. بگونه ای که در عصر حاضر گردشگری با توجه به رشد غیرقابل انکار آن، به انواع مختلف در حال توسعه و نقش آفرینی است(صیدایی و صادقی،۱۴۰۲). گردشگری یک صنعت بزرگ و پراکنده جهانی است(Buckley,2011:397). گردشگری صنعتی است که می‌تواند به طور فعال بر اقتصاد یک کشور یا منطقه تأثیر بگذارد(Sabirdjahnovna,2019: 42). با کمک گردشگری، مشاغل جدید ایجاد می‌شود، مناطق جدید توسعه می‌یابد و اقتصاد ملی شتاب می‌گیرد(Mehdiabadi et al,2021). در واقع گردشگری یکی از صنایع اصلی در ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی است(Ninerola et al,2019:4). گردشگری می‌تواند به عنوان مکانیزمی برای توزیع مجدد درآمد ملی به نفع دولت عمل کند. گردشگری همچنین ضریب رشد درآمد ملی، تضمین توسعه زیرساخت‌ها و اشتغال محلی و همچنین افزایش سطح زندگی مردم محلی محسوب می‌شود(Nazarova et al,2021). ویژگی گردشگری در این واقعیت نهفته است که وسیله‌ای مؤثر برای حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی است که اساس منابع آن را تشکیل می‌دهد(Sharpley,2020: 1934).

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های رویکرد گردشگری، شناخت جامع منابع، ظرفیت‌ها و چالش‌های موجود در یک منطقه است. این شناخت، پایه‌ریزی برنامه‌های مؤثر و پایدار برای بهره‌برداری بهینه از منابع و کاهش آثار منفی گردشگری را امکان‌پذیر می‌سازد(Hall,2020: ۲۴). منابع گردشگری شامل مجموعه‌ای گسترده از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، و اقتصادی است که توانایی جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی را دارند. در این میان، شناخت دقیق این منابع و ظرفیت‌های بالقوه، نیازمند مطالعه ساختار فضایی، اجتماعی و محیطی هر منطقه است(Smit & Puczko,2014: 56). به عنوان مثال، زاینده‌رود به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پهنه‌های جغرافیایی ایران، منابع طبیعی بی‌نظیری همچون چشم‌اندازهای آبی و اکوسیستم‌های وابسته را ارائه می‌دهد که در کنار جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی منطقه، قابلیت‌های گردشگری منحصربه‌فردی را به وجود آورده‌اندبا این حال، بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها بدون درک چالش‌های موجود، می‌تواند به مشکلات بلندمدت منجر شود. چالش‌هایی همچون تخریب منابع طبیعی به دلیل افزایش فشار گردشگران، تغییرات اقلیمی، کمبود زیرساخت‌های مناسب و مدیریت ناکارآمد، از جمله موانع اصلی توسعه گردشگری پایدار در مناطق گردشگری به شمار می‌روند(Dredge et al,2016: 33). از این رو، برنامه‌ریزی استراتژیک که بر اساس تحلیل دقیق منابع و ظرفیت‌ها و شناسایی چالش‌ها انجام شود، برای دستیابی به توسعه پایدار در گردشگری ضروری است.

پهنه جغرافیایی زاینده‌رود، با تنوع زیستی، تاریخی و فرهنگی کم‌نظیر خود، از دیرباز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری ایران شناخته شده است. پهنه زاینده رود وابسته به رودخانه زاینده رود است.رودخانه زاینده رود بزرگ‌ترین و پرآب‌ترین رودخانه فلات مرکزی ایران است که از کوه‌های زاگرس مرکزی به ویژه زردکوه در استان چهارمحال و بختیاری سرچشمه گرفته و در دشت مرکزی ایران به سمت شرق پیش می‌رود تا در نهایت به تالاب گاوخونی می‌ریزد. حوضه آبریز گاوخونی یکی از حوضه‌های بسته ایران است که در تقسیم‌بندی حوضه‌های آبریز ایران، حوضه فرعی به‌شمار می‌رود و زیرمجموعه حوضه آبریز فلات مرکزی است. مساحت این حوضه، ۴۱۵۵۰ کیلومتر مربع است(شرکت مدیریت منابع ایران،۱۳۸۳: ۶). رود اصلی آن زاینده‌رود است. ۳/۸۷ درصد آن در استان اصفهان، ۹/۴ در استان چهارمحال و بختیاری، ۶/۴ در استان فارس و ۲/۳ در استان یزد واقع شده است. در سالهای اخیر، آورد حوضه‌ی زاینده رود به دلایل مختلف از جمله خشکسالی کاهش زیادی داشته است(سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان اصفهان، ۱۳۹۶: ۶۶).

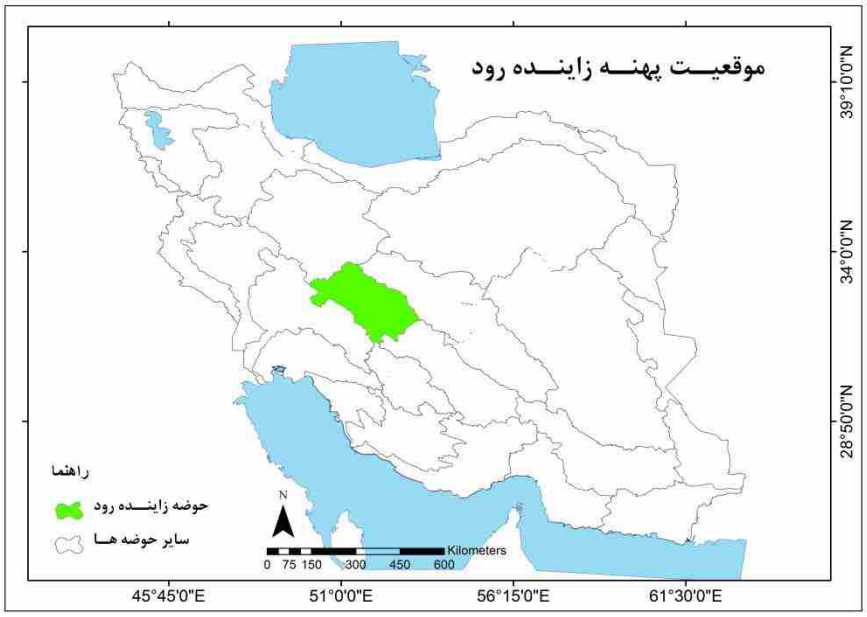
منطقه زاینده رود با دارا بودن مناظر طبیعی چشم‌نواز، جاذبه‌های تاریخی متعدد و جوامع محلی با فرهنگ‌های غنی، پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری پایدار دارد. با این‌حال، در سال‌های اخیر، عوامل متعددی مانند کاهش جریان آب، تخریب منابع طبیعی، ضعف در زیرساخت‌های گردشگری و افزایش تنش‌های زیست‌محیطی، موجب کاهش جذابیت این پهنه برای گردشگران و آسیب به

اقتصاد محلی شده است. از طرف دیگر، افزایش تقاضا برای گردشگری طبیعی و فرهنگی در سطح ملی و بین‌المللی فرصتی منحصربه‌فرد برای احیای این منطقه و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه آن فراهم کرده است. به عبارت دیگر اینکه، توسعه گردشگری زاینده رود، منوط به حل معضلات و مدیریت منابع آن است. در این راستا بایستی ابتدا چالش ها و ظرفیت ها شناخته شود و سپس با توجه شرایط موجود، راهبردهای توسعه ای مطلوب برای آن انتخاب گردد. لذا این مسأله نیازمند برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت منابع بهینه و تدوین راهبردهای توسعه‌ای هماهنگ با اصول پایداری است. پژوهش حاضر با بررسی چالش‌ها و ظرفیت‌های گردشگری در پهنه زاینده‌رود و استفاده از مدل‌های علمی تلاش می‌کند راهکارهای عملیاتی و قابل اجرا برای توسعه گردشگری پایدار در این منطقه ارائه دهد.

با توجه به مساله و چارچوب پژوهش سوالات اینگونه طرح می شود. چالش‌های اصلی توسعه گردشگری در حوضه زاینده‌رود کدامند؟ ظرفیت‌های مختلف پهنه جغرافیایی زاینده‌رود در زمینه توسعه گردشگری چیست؟ چه راهبردهایی می‌توان برای مدیریت بهینه منابع و توسعه گردشگری در این پهنه جغرافیایی پیشنهاد داد؟

## 2. روش شناسی تحقیق

این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با هدفی کاربردی طراحی شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش اسنادی استفاده شده که شامل بررسی مقالات علمی، کتب معتبر، گزارش‌ها، پایان‌نامه‌ها و اسناد مرتبط با پهنه جغرافیایی زاینده‌رود بوده است. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش تحلیل محتوا و جمع‌بندی متون، تجزیه و تحلیل شده‌اند. به‌منظور ارائه چارچوبی علمی و نظام‌مند برای تحلیل داده‌ها، از مدل سوات بهره گرفته شده است. این مدل به‌عنوان یک ابزار استراتژیک، ابتدا به شناسایی و ارزیابی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود پرداخته و سپس راهبردهایی عملیاتی و مبتنی بر وضعیت کنونی ارائه می‌کند. در نتیجه، این پژوهش ضمن بررسی جامع داده‌های موجود، سعی دارد راهکارهایی هدفمند و علمی برای بهبود وضعیت زاینده‌رود و مدیریت پایدار آن ارائه دهد.




**شکل (۱): موقعیت جغرافیایی پهنه زاینده رود**

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

تحلیل چالش های گردشگری در پهنه زاینده رود

جدول ارائه‌شده(۱) نشان‌دهنده چالش‌های داخلی و بیرونی گردشگری در پهنه زاینده‌رود است. در بعد داخلی، مشکلاتی نظیر کمبود منابع آب، خشکسالی‌های مداوم و نبود مدیریت یکپارچه، مهم‌ترین موانع در توسعه گردشگری منطقه هستند. همچنین، ضعف زیرساخت‌های مدرن، مانند حمل‌ونقل عمومی و امکانات رفاهی، تجربه گردشگران را تحت تأثیر قرار داده و جذابیت منطقه را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، عدم همگرایی زیستی، ضعف در بهره‌برداری از ظرفیت بوم‌گردی و کم‌توجهی به برنامه‌های آموزشی برای گردشگران و مردم محلی، نشان‌دهنده کمبود برنامه‌ریزی مناسب برای استفاده پایدار از ظرفیت‌های منطقه است.

در بعد بیرونی، چالش‌هایی مانند مدیریت نادرست منابع آب، فرسودگی زیرساخت‌ها به دلیل کمبود سرمایه‌گذاری و رقابت با دیگر مناطق گردشگری، مانعی جدی در جذب گردشگران محسوب می‌شوند. علاوه بر این، بحران‌های اقتصادی، از جمله کاهش ارزش پول ملی و افزایش قیمت‌ها، توان گردشگران داخلی و خارجی را برای بازدید کاهش داده است. واردات کالاهای ارزان و کاهش حمایت از صنایع دستی نیز تهدیدی برای حفظ فرهنگ بومی است. در مجموع، توسعه گردشگری در این منطقه نیازمند هماهنگی میان سازمان‌ها، سرمایه‌گذاری هدفمند، و برنامه‌ریزی بلندمدت برای مقابله با این چالش‌هاست. این جدول چالش‌ها را در دو بعد داخلی و بیرونی برای گردشگری منطقه زاینده‌رود دسته‌بندی کرده است. تحلیل مختصر در این زمینه به شرح زیر است:

۱-چالش‌های داخلی:

بحران منابع آب و خشکسالی‌ها :کاهش دبی آب زاینده‌رود و تنش‌های آبی یکی از مهم‌ترین تهدیدها برای گردشگری منطقه است. این مسئله علاوه بر تأثیر بر زیبایی‌های طبیعی، فعالیت‌های بوم‌گردی و اکوتوریسم را نیز محدود می‌کند.

کمبود زیرساخت‌ها :ضعف زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی و امکانات رفاهی باعث کاهش تجربه مثبت گردشگران شده و مانع از افزایش بازدیدکنندگان می‌شود.

عدم مدیریت و هماهنگی :نبود یکپارچگی مدیریتی و عدم هماهنگی میان استان‌ها چالشی کلیدی برای برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای محسوب می‌شود.

۲-چالش‌های بیرونی:

رقابت با مناطق دیگر :کاهش جذابیت منطقه به‌دلیل وجود رقابت با دیگر مناطق گردشگری و عدم تبلیغات مؤثر می‌تواند سهم بازار گردشگری منطقه را کاهش دهد.

تهدید برای آثار تاریخی و فرهنگی :فرسودگی آثار تاریخی و واردات کالاهای ارزان، صنایع دستی و فرهنگ بومی را در معرض خطر قرار داده است.

مسائل اقتصادی و اجتماعی :کاهش ارزش پول ملی و افزایش هزینه‌ها، توانایی گردشگران داخلی و خارجی برای بازدید از منطقه را کاهش داده است. همچنین، ناآرامی‌های منطقه‌ای تصویر بین‌المللی گردشگری ایران را تضعیف می‌کند.

به‌طور کلی، گردشگری زاینده‌رود با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که برای مقابله با آن‌ها نیاز به راهکارهای جامع وجود دارد. اجرای مدیریت یکپارچه، بهبود زیرساخت‌ها، بهره‌گیری از بخش خصوصی، و تبلیغات هدفمند می‌تواند تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری این منطقه داشته باشد. در عین حال، باید برای کاهش تأثیر چالش‌های بیرونی نظیر بحران‌های اقتصادی و زیست‌محیطی نیز برنامه‌ریزی شود.

**جدول (۱): چالش های گردشگری در پهنه جغرافیایی زاینده رود**

| ردیف | چالش های داخلی سیستم | چالش های بیرونی سیستم |
|---|---|---|
| ۱ | کمبود منابع آب و تنش های آبی | افزایش تنش‌های اجتماعی به‌دلیل مدیریت نادرست منابع آب |
| ۲ | عدم همگرایی زیستی | فرسودگی زیرساخت‌ها به‌دلیل کمبود سرمایه‌گذاری |
| ۳ | فعال نبودن کامل بخش خصوصی در گردشگری | افزایش آلودگی ناشی از صنایع |
| ۴ | کاهش دبی آب زاینده‌رود و خشکسالی‌های مداوم | رقابت با دیگر مناطق گردشگری کشور و کاهش جذابیت منطقه |
| ۵ | نبود مدیریت یکپارچه برای گردشگری منطقه‌ای | تضعیف صنایع دستی به‌دلیل واردات کالاهای ارزان خارجی |
| ۶ | کمبود زیرساخت‌های مدرن گردشگری مانند حمل‌ونقل عمومی | بالابودن قیمت صنایع دستی و عدم رقابت با موارد مشابه خارجی |
| ۷ | ضعف تبلیغات و بازاریابی گردشگری منطقه | آسیب به جوامع محلی و فرهنگ بومی به‌دلیل گردشگری انبوه |
| ۸ | ضعف برنامه‌های آموزشی برای گردشگران و مردم محلی | ضعف در تطبیق با استانداردهای بین‌المللی گردشگری |
| ۹ | عدم بهره‌برداری مناسب از ظرفیت بوم‌گردی | افزایش قیمت‌ها و کاهش توان مالی گردشگران داخلی |
| ۱۰ | فرسودگی آثار تاریخی و عدم حفاظت کافی | تهدید آثار تاریخی به‌دلیل کمبود بودجه حفاظتی |
| ۱۱ | کمبود امکانات رفاهی در مناطق طبیعی و گردشگری | عدم هماهنگی میان سازمان‌های مختلف مرتبط با گردشگری |
| ۱۲ | عدم مشارکت مؤثر جوامع محلی در توسعه گردشگری | رشد بی‌رویه ساخت‌وسازهای غیرمجاز در مناطق گردشگری |
| ۱۳ | وابستگی بیش از حد به جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان | مخاطرات ناشی از بلایای طبیعی مانند خشکسالی شدید |
| ۱۴ | ضعف در ارائه خدمات دیجیتالی برای جذب گردشگر | تأثیر منفی ناآرامی‌های خاورمیانه بر تصویر گردشگری ایران |
| ۱۵ | عدم هماهنگی بین استان های پهنه زاینده رود برای توسعه گردشگری | کاهش ارزش پول ملی |
| ۱۶ | عدم نگاه جدی به گردشگری منطقه | افزایش بی رویه جمعیت در شهرهای منطقه |
| ۱۷ | *** | زوال تدریجی سنت ها و فرهنگ منطقه |

## تحلیل ظرفیت های گردشگری در پهنه زاینده رود

جدول (۲) به بررسی ظرفیت‌های داخلی و بیرونی گردشگری در پهنه زاینده‌رود می‌پردازد. در بخش ظرفیت‌های داخلی، وجود منابع طبیعی متنوع مانند چشمه‌ها، آبشارها و رودها، اقلیم معتدل و چهارفصل، و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، منطقه را به یک مقصد جذاب برای گردشگری تبدیل کرده است. همچنین، تنوع فرهنگی و قومیتی، صنایع دستی برجسته، و فرهنگ مهمان‌نوازی مردم محلی به‌عنوان مزیت‌های رقابتی برجسته می‌شوند. وجود زیرساخت‌های جاده‌ای مناسب، مراکز علمی و دانشگاهی مرتبط، و حمایت اجتماعی از گردشگری نیز از دیگر عوامل مؤثر در توسعه این صنعت است.

در بخش ظرفیت‌های بیرونی، امکان جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای بازاریابی، و همکاری با نهادهای بین‌المللی فرصت‌های ارزشمندی را برای توسعه گردشگری فراهم کرده‌اند. علاوه بر این، تمرکز بر گردشگری سلامت، فرهنگی و بومی، و طراحی مسیرهای گردشگری مشترک با استان‌های هم‌جوار می‌تواند برند گردشگری منطقه را ارتقا دهد. بهره‌گیری از تجربیات موفق سایر کشورها، جلب حمایت سازمان‌هایی مانند یونسکو، و استفاده از کمپین‌های تبلیغاتی بین‌المللی از جمله اقدامات استراتژیک برای بهره‌برداری از این ظرفیت‌هاست. در مجموع، زاینده‌رود با ترکیب ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی، و اقتصادی داخلی و خارجی، پتانسیل تبدیل‌شدن به یک مقصد گردشگری بین‌المللی را داراست. در مجموع ظرفیت های گردشگری زاینده رود دو دسته زیر تقسیم می شود.

### ۱-ظرفیت‌های داخلی

منابع طبیعی و اقلیمی :وجود منابع طبیعی متنوع مانند چشمه‌ها، آبشارها، و رودها همراه با اقلیم معتدل و چهارفصل، جذابیت بالایی برای گردشگران ایجاد کرده است.

جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی :پل‌ها، بناهای تاریخی، تنوع فرهنگی و قومیتی، و صنایع دستی برجسته همچون فرش و خاتم‌کاری از مهم‌ترین مزیت‌های گردشگری منطقه محسوب می‌شوند.
حمایت اجتماعی و محلی :استقبال مردم محلی، فرهنگ مهمان‌نوازی، و فعالیت نهادهای محلی مانند شوراها و دهیاری‌ها، زمینه مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری را تقویت می‌کند.
ظرفیت‌های علمی و اجرایی :وجود مراکز دانشگاهی و افراد مشتاق و متخصص در حوزه گردشگری، امکان استفاده از دانش و تجربه برای توسعه پایدار را فراهم می‌سازد.

**۲- ظرفیت‌های بیرونی**

سرمایه‌گذاری و همکاری بین‌المللی :امکان جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و همکاری با نهادهای بین‌المللی همچون یونسکو فرصت‌های ویژه‌ای برای توسعه زیرساخت‌ها و حفاظت از منطقه به ارمغان می‌آورد.
فناوری و بازاریابی :استفاده از فناوری‌های دیجیتال و کمپین‌های بین‌المللی تبلیغاتی برای معرفی منطقه، می‌تواند برند گردشگری زاینده‌رود را ارتقا دهد.
تنوع در گردشگری تخصصی :توسعه گردشگری سلامت، فرهنگی، و بومی، به‌ویژه از طریق همکاری با کشورهای همسایه، می‌تواند به جذب گردشگران خارجی کمک کند.
ارتقای جایگاه منطقه‌ای و ملی :توجه به گردشگری در سطح ملی، الگوگیری از کشورهای موفق، و بهبود دسترسی از طریق فرودگاه‌ها و مسیرهای زمینی از دیگر فرصت‌های توسعه است.
ظرفیت‌های متنوع داخلی و بیرونی زاینده‌رود نشان می‌دهد که این منطقه پتانسیل بالایی برای تبدیل‌شدن به یک مقصد گردشگری برجسته در سطح ملی و بین‌المللی دارد. بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها نیازمند مدیریت یکپارچه و سیاست‌گذاری‌های هوشمندانه است.

**جدول (۲): ظرفیت های گردشگری در پهنه جغرافیایی زاینده رود**

| ردیف | ظرفیت های داخلی سیستم | ظرفیت های بیرونی سیستم |
|---|---|---|
| ۱ | منابع طبیعی متنوع(چشمه ها، آبشارها، رودها و....) | امکان جذب سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی برای توسعه زیرساخت‌ها |
| ۲ | اقلیم معتدل و چهارفصل(جذاب برای گردشگری) | استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای بازاریابی |
| ۳ | جاذبه های تاریخی و فرهنگی متنوع(پل ها، بناها و....) | ارتقای برند گردشگری منطقه با تمرکز بر زاینده‌رود |
| ۴ | تنوع فرهنگی و قومیتی(فرهنگ غنی و متنوع در منطقه) | امکان جذب نیروی انسانی متخصص از بیرون منطقه |
| ۵ | برخورداری از مراکز گردشگری بین المللی | امکان توسعه گردشگری سلامت و جذب گردشگران خارجی |
| ۶ | پشتیبانی اجتماعی از گردشگری(استقبال بخش اعظم مردم محلی) | امکان توسعه گردشگری فرهنگی و بومی با جذب گردشگران خارجی و کشورهای همسایه |
| ۷ | وجود مراکز علمی و دانشگاهی مرتبط با گردشگری | همکاری با استان‌های هم‌جوار برای طراحی مسیرهای گردشگری مشترک |
| ۸ | وجود صنایع سنگین در حمایت از بخش گردشگری | همکاری با نهادهای بین‌المللی در زمینه گردشگری |
| ۹ | وجود جاده ارتباطی مناسب بین مراکز رشد اصلی | ارتقای جایگاه منطقه زاینده‌رود به‌عنوان یک مقصد گردشگری بین‌المللی |
| ۱۰ | توزیع فضایی مناسب جاذبه های گردشگری در منطقه | توجه ویژه به گردشگری منطقه در سطح ملی |
| ۱۱ | صنایع دستی برجسته مانند فرش، گلیم و خاتم‌کاری | ایجاد شبکه‌های گردشگری و تورهای مشترک با شرکت‌های خارجی |
| ۱۲ | وجود ظرفیت‌های کشاورزی و باغداری در کنار گردشگری | ایجاد و توسعه مسیرهای گردشگری منطقه‌ای |
| ۱۳ | تنوع غذاهای محلی و خوراکی‌های بومی جذاب | استفاده از تجربیات موفق سایر کشورها |
| ۱۴ | برخورداری از فرهنگ مهمان‌نوازی مردم محلی | جلب مشارکت نهادهایی مانند سازمان یونسکو برای حفاظت و توسعه پایدار منطق |

| | | |
|---|---|---|
| ۱۵ | قابلیت برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری در مناطق مختلف | بهره‌گیری از کمپین‌های بین‌المللی تبلیغاتی برای معرفی منطقه به گردشگران |
| ۱۶ | استفاده از ظرفیت های جامعه عشایری و محلی برای توسعه گردشگری | استفاده از سیاست‌های کلان کشور در حمایت از گردشگری مناطق کمتر شناخته‌شده |
| ۱۷ | استفاده از نهادهای محلی مانند دهیاری ها و شوراهای اسلامی برای فعال نمودن گردشگری روستایی | تمایل روزافزون گردشگران خارجی به تجربه مناطق طبیعی و بکر |
| ۱۸ | وجود افراد مشتاق و با انگیزه در حوزه گردشگری منطقه | بهبود دسترسی از طریق توسعه فرودگاه اصفهان و شهرکرد و مسیرهای زمینی منطقه |
| ۱۹ | توسعه گردشگری منطقه و استفاده از آن جهت کاهش تنش های محیطی و انسانی | الگوگیری از کشورهای موفق در توسعه گردشگری رودخانه‌ای |
| ۲۰ | تنوع بالای روستاهای گردشگری | *** |

**تدوین راهبردهای مطلوب**

پس از مشخص کردن چالش ها و ظرفیت های داخلی و بیرونی سیستم گردشگری، حال می‌توانیم راهبردهای مرتبط با هر بخش را تعیین کنیم. در حقیقت برای اینکه توسعه گردشگری بهتر بتوانند نقش ایفاء نمایند، بایستی از راهبردهای مختلف در این راستا استفاده نمود. راهبردهای تعیین‌شده در چهار بخش جداگانه صورت گرفته و به‌صورت ترکیبی از عوامل درونی و بیرونی می‌باشد. چهار نوع راهبرد وجود دارد. در ادامه شماتیک این راهبردها قابل‌مشاهده است.

۱- راهبرد رقابتی-تهاجمی(SO): با بهره‌گیری از ظرفیت های داخلی درصدد بهره‌برداری از ظرفیت های بیرونی باشیم.

۲- راهبرد تنوع(ST): برای احتراز از چالش های بیرونی از ظرفیت های داخلی استفاده کنیم.

۳- راهبرد محافظه‌کارانه(WO): با بهره جستن از ظرفیت های بیرونی، چالش های داخلی را از بین ببریم.

۴- راهبرد تدافعی(WT): چالش های داخلی را کاهش و از چالش های بیرونی پرهیز کنیم.

بر اساس تحلیل برای توسعه گردشگری پهنه زاینده رود، می‌توان، راهبردهای متناسب با مدل‌های مختلف پیشنهاد داد. در اینجا به تفکیک و بر اساس چهار مفهوم (رقابتی-تهاجمی، تنوع، محافظه‌کارانه و تدافعی)، تعدادی راهبرد برای هر کدام بیان شده است.

با توجه به چالش‌ها و ظرفیت‌های گردشگری در پهنه جغرافیایی زاینده‌رود، در اینجا چهار راهبرد اصلی همراه با استراتژی‌های عملیاتی و قابل اجرا برای توسعه گردشگری منطقه ارائه شده است.

راهبرد رقابتی-تهاجمی : با بهره‌گیری از ظرفیت‌های داخلی درصدد بهره‌برداری از ظرفیت‌های بیرونی باشیم. این راهبرد به این معناست که از منابع و ظرفیت‌های داخلی استفاده کنیم تا از فرصت‌های بیرونی برای توسعه گردشگری بهره‌برداری کنیم.

۱. استفاده از منابع طبیعی متنوع (چشمه‌ها، آبشارها و رودها) برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بخش گردشگری.
۲. پشتیبانی از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی منطقه و استفاده از تبلیغات بین‌المللی برای ارتقای برند گردشگری زاینده‌رود.
۳. ارتقای گردشگری سلامت با استفاده از منابع آب درمانی و طبیعت‌گردی برای جذب گردشگران خارجی.
۴. گسترش بوم‌گردی و صنایع دستی با بهره‌گیری از حمایت‌های بین‌المللی و کمپین‌های تبلیغاتی جهانی.
۵. ایجاد و توسعه مسیرهای گردشگری منطقه‌ای با همکاری استان‌های هم‌جوار برای جذب گردشگران داخلی و خارجی.
۶. تقویت فرهنگ مهمان‌نوازی محلی با استفاده از جلب مشارکت نهادهای بین‌المللی در زمینه گردشگری پایدار.
۷. استفاده از ظرفیت‌های علمی و دانشگاهی برای تحقیق و توسعه گردشگری در منطقه.
۸. برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری برای ارتقای برند گردشگری زاینده‌رود در سطح بین‌المللی.
۹. مشارکت با آژانس‌های گردشگری جهانی برای جذب گردشگران از کشورهای مختلف.
۱۰. توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل و بهبود دسترسی به مناطق گردشگری از طریق حمایت‌های ملی و بین‌المللی.

۱۱. تهیه و تدوین برنامه جامعه گردشگری پهنه جغرافیایی زاینده رود
۱۲. تقویت برنامه های گردشگری روستایی و محلی با تلفیق گردشگری طبیعی، تاریخی و...

**راهبرد تنوع** : برای احتراز از چالش‌های بیرونی از ظرفیت‌های داخلی استفاده کنیم. در این راهبرد، از ظرفیت‌های داخلی برای مقابله با چالش‌های بیرونی و حفظ پایداری گردشگری استفاده می‌کنیم.

۱. تقویت زیرساخت‌های گردشگری منطقه با استفاده از سرمایه‌گذاری داخلی و جلوگیری از آسیب‌های ناشی از کمبود منابع.
۲. استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و قومیتی برای ارتقای هویت فرهنگی و مقابله با چالش‌های گردشگری انبوه.
۳. مدیریت منابع آبی و جلوگیری از تنش‌های آبی از طریق همکاری با نهادهای علمی و محلی برای حفظ محیط زیست.
۴. برگزاری برنامه‌های آموزشی برای مردم محلی و گردشگران به منظور مدیریت صحیح و پایدار منابع.
۵. توسعه گردشگری روستایی و بوم‌گردی برای کاهش فشار بر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی.
۶. حمایت از صنایع دستی و ارتقای رقابت‌پذیری آن‌ها در برابر کالاهای وارداتی از طریق نمایشگاه‌های بین‌المللی.
۷. تقویت ظرفیت‌های کشاورزی و باغداری در کنار گردشگری، به‌ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته.
۸. توسعه گردشگری با تمرکز بر اکوتوریسم به‌منظور جذب گردشگران علاقه‌مند به طبیعت و محیط‌زیست.
۹. همکاری با سازمان‌های بین‌المللی برای افزایش آگاهی و مشارکت در توسعه پایدار منطقه.
۱۰. آموزش و ارتقای مهارت‌های گردشگری در سطح محلی و ایجاد اشتغال برای جوانان منطقه.
۱۱. احیاء و برقراری مجدد حقابه قطع شده
۱۲. بازسازی ، بهینه سازی فضاهای تاریخی مانند قلعه ها، کاروانسرها و....
۱۳. آموزش و فرهنگ سازی جوامع روستایی در رابطه با قابلیت ها، منابع و منافع گردشگری

**راهبرد محافظه‌کارانه** : با بهره‌جستن از ظرفیت‌های بیرونی، چالش‌های داخلی را از بین ببریم. این راهبرد مبتنی بر استفاده از ظرفیت‌های بیرونی برای رفع چالش‌های داخلی و بهبود شرایط گردشگری است.

۱. جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای ایجاد زیرساخت‌های مدرن گردشگری و بهبود حمل‌ونقل عمومی.
۲. حمایت از توسعه گردشگری سلامت با استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای بازاریابی و جذب گردشگران خارجی.
۳. توسعه همکاری‌های بین‌المللی با کشورهای همسایه برای تبادل تجربیات و تقویت گردشگری فرهنگی.
۴. ارتقای استانداردهای گردشگری با همکاری با نهادهای بین‌المللی برای توسعه پایدار.
۵. استفاده از تجارب موفق کشورهای دیگر در توسعه گردشگری رودخانه‌ای و طبیعت‌گردی.
۶. ایجاد مسیرهای گردشگری مشترک با کشورهای همسایه به‌ویژه در حوزه‌های اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی.
۷. مشارکت در کمپین‌های تبلیغاتی بین‌المللی برای معرفی زاینده‌رود به عنوان مقصد گردشگری جهانی.
۸. برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی در حوزه گردشگری برای تبادل دانش و ایجاد همکاری‌های جدید.
۹. استفاده از سازمان‌های بین‌المللی مانند یونسکو برای حفاظت از آثار تاریخی و فرهنگی منطقه.
۱۰. توسعه دسترسی به مناطق گردشگری از طریق بهبود فرودگاه‌ها و مسیرهای حمل‌ونقل بین‌المللی.
۱۱. ساماندهی و بهینه سازی فعالیت های تبلیغاتی و بازاریابی گردشگری
۱۲. حمایت از سازمان های مردم نهاد در راستای حفظ میراث فرهنگی و تاریخی و توسعه بنرامه های گردشگری
۱۳. بهره وری کشاورزی با در نظر گرفتن محدودیت منابع

**راهبرد تدافعی** : چالش‌های داخلی را کاهش و از چالش‌های بیرونی پرهیز کنیم. در این راهبرد، تلاش می‌کنیم چالش‌های داخلی را کاهش دهیم و از چالش‌های بیرونی که می‌تواند بر گردشگری تأثیر منفی بگذارد، پرهیز کنیم.

۱. تقویت مدیریت یکپارچه گردشگری برای هماهنگی بهتر بین نهادهای محلی و دولتی.
۲. ایجاد زیرساخت‌های حفاظت از منابع طبیعی برای مقابله با مشکلات ناشی از خشکسالی و تغییرات اقلیمی.
۳. مراقبت از آثار تاریخی و سرمایه‌گذاری در حفاظت و مرمت آثار تاریخی و فرهنگی.
۴. افزایش آموزش‌های تخصصی برای مردم محلی جهت ارتقای فرهنگ گردشگری پایدار.
۵. تقویت نقش جوامع محلی در توسعه گردشگری و استفاده از ظرفیت‌های آن‌ها برای کاهش آسیب‌ها.
۶. گسترش آگاهی در مورد گردشگری پایدار از طریق برنامه‌های آموزشی و رسانه‌ها.
۷. بررسی و کاهش اثرات منفی گردشگری انبوه و تشویق به گردشگری مسئولانه و پایدار.
۸. توسعه مشاغل محلی مرتبط با گردشگری به‌ویژه در مناطق روستایی برای کاهش وابستگی به صنایع غیرپایدار.
۹. کاهش وابستگی به صنایع پرخطر و ارتقای صنایع دستی برای رقابت با کالاهای وارداتی.
۱۰. مدیریت صحیح منابع آبی از طریق همکاری‌های بین‌المللی و داخلی برای پیشگیری از بحران‌های آبی.
۱۱. برنامه ریزی جهت تشکیل تعاونی های مرتبط با توسعه گردشگری در سطح روستاهای مختلف.

این راهبردها و استراتژی‌ها می‌توانند به‌طور مؤثر در توسعه گردشگری زاینده‌رود با توجه به چالش‌ها و ظرفیت‌های موجود عمل کنند و مسیر پیشرفت را هموار سازند.

### تحلیل نتایج بر اساس مدل SOAR

مدل SOAR که بر مبنای  قوت ها، فرصت ها، آرمان ها و نتایج بنا شده است، ابزاری مؤثر برای تحلیل استراتژیک گردشگری منطقه زاینده‌رود به‌شمار می‌آید. بر اساس داده‌های دو جدول ارائه‌شده، تحلیل این مدل به شرح زیر انجام می‌شود(جدول۳). تحلیل مبتنی بر مدل SOAR نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در منطقه زاینده‌رود، با وجود چالش‌های موجود، فرصت‌های بسیاری برای رشد و توسعه دارد. بهره‌گیری از قوت‌ها و فرصت‌ها، همراه با برنامه‌ریزی دقیق و مشارکت همه‌جانبه، می‌تواند به دستیابی به آرزوهای منطقه‌ای و تحقق نتایج مطلوب منجر شود. این مدل تأکید می‌کند که تمرکز بر ظرفیت‌های موجود و برنامه‌ریزی استراتژیک، نقشی کلیدی در رفع چالش‌ها و ایجاد تحولی پایدار در گردشگری منطقه ایفا خواهد کرد.

**جدول(۳). نتایج تحلیل مدل SOAR**

| فرصت ها | قوت ها |
|---|---|
| **امکان جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری.**<br>**استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای بازاریابی و تبلیغات بین‌المللی.**<br>**امکان توسعه گردشگری سلامت و جذب گردشگران خارجی.**<br>**همکاری با نهادهای بین‌المللی مانند یونسکو برای حفاظت از آثار تاریخی و طبیعی.** | **منابع طبیعی متنوع شامل چشمه‌ها، آبشارها، و رودخانه‌ها.**<br>**اقلیم چهارفصل و جذابیت‌های فرهنگی و قومیتی منطقه.**<br>**وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی ازجمله پل‌ها و بناهای برجسته.**<br>**برخورداری از صنایع دستی باکیفیت و برجسته مانند فرش، گلیم و خاتم‌کاری.**<br>**توزیع فضایی مناسب جاذبه‌های گردشگری.** |

| | |
|---|---|
| **بهره‌گیری از تجربیات موفق سایر کشورها در توسعه گردشگری رودخانه‌ای و اکوتوریسم.**<br>**توسعه شبکه‌های گردشگری مشترک با سایر استان‌ها و شرکت‌های بین‌المللی.** | **استقبال و پشتیبانی اجتماعی از گردشگری در میان مردم محلی.** |
| **نتایج** | **آرمان** |
| **بهبود مدیریت منابع آبی و کاهش تنش‌های محیطی و انسانی با تکیه بر توسعه پایدار گردشگری.**<br>**افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و رونق اقتصادی منطقه.**<br>**حفاظت از آثار تاریخی و طبیعی منطقه از طریق همکاری با نهادهای داخلی و بین‌المللی.**<br>**تقویت صنایع دستی محلی و افزایش سهم آن‌ها در بازارهای داخلی و خارجی.**<br>**کاهش مهاجرت از روستاها و تقویت معیشت جوامع محلی از طریق گردشگری روستایی و عشایری.**<br>**ارتقای تجربه گردشگران و افزایش تعداد بازدیدکنندگان داخلی و خارجی.** | **ارتقای جایگاه زاینده‌رود به‌عنوان یک مقصد گردشگری بین‌المللی و الگو برای توسعه پایدار.**<br>**تبدیل منطقه به یک مرکز مهم گردشگری سلامت، فرهنگی، و بومی در سطح ملی و جهانی.**<br>**ایجاد زیرساخت‌های مدرن گردشگری و حمل‌ونقل عمومی برای بهبود دسترسی.**<br>**تقویت نقش جوامع محلی در مدیریت و توسعه گردشگری پایدار.**<br>**افزایش آگاهی جهانی از ظرفیت‌های زاینده‌رود با استفاده از کمپین‌های تبلیغاتی و فناوری‌های دیجیتال.** |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

منطقه زاینده‌رود به‌عنوان یکی از پهنه‌های جغرافیایی کلیدی کشور، دارای پتانسیل‌های گسترده‌ای برای توسعه گردشگری است. این منطقه، به دلیل برخورداری از منابع طبیعی متنوع، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی برجسته، و اقلیم معتدل و چهارفصل، قابلیت تبدیل‌شدن به یک مقصد گردشگری بین‌المللی را داراست. اما همزمان با این ظرفیت‌ها، چالش‌های متعددی در ابعاد داخلی و بیرونی، فرایند توسعه پایدار گردشگری را تهدید می‌کنند.

یکی از مهم‌ترین نکات برجسته، وجود تضاد آشکار میان چالش‌های داخلی مانند کمبود منابع آب و زیرساخت‌های ضعیف با ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی منطقه است. به‌عنوان مثال، منابع طبیعی متنوع زاینده‌رود که می‌توانند به‌عنوان یک مزیت رقابتی برای جذب گردشگران به کار گرفته شوند، تحت تأثیر خشکسالی‌های مداوم و مدیریت نادرست منابع آبی قرار گرفته‌اند. این مسئله نه‌تنها از جذابیت منطقه می‌کاهد، بلکه خطراتی جدی برای بوم‌گردی و اکوتوریسم به همراه دارد. بنابراین، بهبود مدیریت منابع آبی و توجه به پایداری زیست‌محیطی باید در اولویت برنامه‌ریزی‌ها قرار گیرد.

از سوی دیگر، ضعف در زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی و امکانات رفاهی، تجربه گردشگران را به‌شدت محدود می‌کند. این در حالی است که وجود جاده‌های ارتباطی مناسب و توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری می‌تواند پایه‌ای برای ارتقای زیرساخت‌ها باشد. بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در این زمینه می‌تواند به توسعه زیرساخت‌های مدرن کمک کرده و محدودیت‌های موجود را برطرف کند.

بر اساس تحلیل ظرفیت‌های بیرونی، فرصت‌های بسیاری برای همکاری بین‌المللی و جذب گردشگران خارجی وجود دارد. ارتقای برند گردشگری زاینده‌رود با استفاده از کمپین‌های تبلیغاتی بین‌المللی و فناوری‌های دیجیتال، یکی از راهکارهای مؤثر برای افزایش آگاهی

جهانی از ظرفیت‌های منطقه است. همچنین، گردشگری سلامت و فرهنگی، به‌ویژه در تعامل با کشورهای همسایه، می‌تواند به‌عنوان محرکی برای افزایش تعداد بازدیدکنندگان خارجی عمل کند.

در سطح ملی، توجه به سیاست‌های کلان حمایتی برای توسعه گردشگری مناطق کمتر شناخته‌شده، به‌ویژه مناطقی مانند زاینده‌رود، ضروری است. این منطقه با برخورداری از مراکز دانشگاهی و جوامع محلی مشتاق، توانایی تبدیل‌شدن به یک مدل موفق در گردشگری پایدار را دارد. استفاده از تجربیات کشورهای موفق در زمینه گردشگری رودخانه‌ای و بوم‌گردی، می‌تواند راهبردهای توسعه‌ای منطقه را غنی‌تر کند.

یکی از نقاط قوت کلیدی در منطقه زاینده‌رود، حمایت و مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری است. فرهنگ مهمان‌نوازی، صنایع دستی برجسته، و ظرفیت‌های کشاورزی و باغداری می‌تواند به‌عنوان اهرمی برای تقویت گردشگری پایدار به کار گرفته شود. فعال‌سازی نهادهای محلی مانند شوراها و دهیاری‌ها نیز نقش مؤثری در این فرایند دارد. از سوی دیگر، همکاری با نهادهای بین‌المللی نظیر یونسکو برای حفاظت از آثار تاریخی و طبیعی منطقه، به ارتقای جایگاه جهانی زاینده‌رود کمک شایانی می‌کند.

در نهایت، موفقیت در توسعه گردشگری زاینده‌رود نیازمند ترکیبی از مدیریت جامع، سرمایه‌گذاری هدفمند، و مشارکت جوامع محلی و نهادهای بین‌المللی است. توجه به رفع چالش‌های موجود، مانند کمبود زیرساخت‌ها و مدیریت نادرست منابع آبی، و بهره‌برداری بهینه از ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی، و اقتصادی، می‌تواند زاینده‌رود را به الگویی برای گردشگری پایدار تبدیل کند. از این رو، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ای ملی و فراملی با تأکید بر توسعه پایدار و حفاظت از منابع تدوین شود تا زاینده‌رود به جایگاهی شایسته در نقشه گردشگری ایران و جهان دست یاب

- ایجاد و طراحی مسیرهای بهینه گردشگری در منطقه زاینده رود جهت رشد گردشگری و افزایش تعاملات و همگرایی فرهنگی و قومی میان استان ها.
- ایجاد چندین نقطه خدماتی در مسیر شهرکرد – اصفهان( و یا مسیرهای گردشگری) با فواصل مشخص و با معماری سنتی و مبتنی بر کاروانسرهای تاریخی و تلفیق فرهنگ بومی منطقه در راستای همگرایی فرهنگی و تعاملات منسجم.
- تهیه برنامه جامعه گردشگری پهنه جغرافیایی زاینده رود با مشارکت ادارات کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان های مرتبط.
- تهیه کارگروه یا کمیته مشترک و راهبردی میان استان ها جهت توسعه گردشگری پهنه زاینده رود.
- ایجاد تعاونی و بازار مشترک در حوزه صنایع دستی و گردشگری و حمایت از فعالان این بخش و همچنین تسهیل در فروش و بازار محصولات صنایع دستی.
- برنامه ریزی و افزایش تورهای گردشگری بین دو استان اصفهان و چهارمحال بختیاری در راستای هم افزایی فرهنگی و توسعه فعالیت های گردشگری محور.
- دعوت از سازمان‌های مردم‌نهاد استان‌های مرتبط برای زمینه‌سازی گفتگوهای گردشگری محور و ایجاد میز گفتگو بین استان‌های همجوار
- حمایت از شرکت‌های سرمایه‌گذاری و شتاب‌دهنده‌های مرتبط با حوزه گردشگری برای مشارکت در تامین منابع مالی مورد نیاز.
- تاسیس صندوق پرداخت حمایت های مالی از حوزه گردشگری و فعالان این بخش در منطقه زاینده رود با محوریت های استان های مرتبط.
- شفاف‌سازی وضعیت مصارف در سرتاسر حوضه آبی زاینده‌رود و اطلاع‌رسانی عمومی غیرقابل انکار است و این موضوع می تواند به همگرایی فرهنگی و رشد گردشگری کمک نماید.
- حمایت از طرح‌های فناورانه ارتقاء گردشگری منطقه زاینده رود با توجه به اینکه گردشگری می تواند یک رویکرد موثر در متنوع سازی اقتصاد منطقه و کاهش تنش های محیطی باشد.

- اعمال سیاست‌های تشویقی درخصوص گردشگری و رونق آن،مطابق با ضوابط و استانداردهای اقتصادی را نیز می توان در دستور کار قرار داد.
- بوم‌گردی‌ها، می تواند عامل ایجاد شکل جدیدی از گردشگری در پهنه زاینده رود باشد که بایستی توسعه و حمایت شوند.
- ایجاد تعامل میان ذی‌نفعان مختلف (دولت، جوامع محلی، و بخش خصوصی) برای تقویت گردشگری پایدار در این منطقه.

## منابع و ماخذ


- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان.(۱۳۹۶). اسناد راهبردی برنامه ششم توسعه استان اصفهان (۱۴۰۰-۱۳۹۶ ). اصفهان، جلد سوم(حوزه های برابخشی): نشر سازمان.
- شرکت مدیریت منابع ایران.(۱۳۸۳). دستورالعمل و ضوابط تقسیم بندی و کدگذاری حوضه‌های آبریز و محدوده‌های مطالعاتی در سطح کشور. تهران: نشر شرکت.
- صیدایی، سید اسکندر؛ صادقی، حجت الله. (۱۴۰۲). مکان یابی احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در منطقه چهارمحال و بختیاری .مطالعات برنامه ریزی قلمرو کوچ نشینان،۳(۱)،۱۳-۳۰.
- Dredge, D., Jenkins, J., & Whitford, M. (2016). Tourism planning and policy: Historical development and contemporary challenges. In Stories of practice: tourism policy and planning (pp. 13-35). Routledge.
- Hall, C. M. (2020). Tourism Planning and Development. Routledge.
- King, B., Richards, G., & Yeung, E. (2024). City neighbourhood branding and new urban tourism. Current Issues in Tourism, 27(10), 1649-1665.
- Šauer, M., & Bobkova, M. (2018). TOURIST FLOWS BETWEEN CENTRAL EUROPEAN METROPOLISES (IN THE CONTEXT OF METROPOLISATION PROCESSES). Geographia Technica, 13(2).
- Smith, M. K., & Puczkó, L. (2014). Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel. Routledge.

# بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی استان اصفهان با رویکرد سری‌های زمانی ساختاری

**میثم حداد**، دانش آموخته دکتری اقتصاد، دانشگاه اصفهان و رئیس گروه حساب‌های فصلی و هزینه مرکز آمار ایران، تهران، ایران
**فاطمه مجیدی‌پور**، دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
**منا ربیعی**، دانشجوی دکتری، گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

## چکیده

براساس تئوری‌های اقتصادی، صنعت گردشگری یکی از محرک‌های مهم رشد اقتصادی است و نقش کلیدی در تحریک فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد شغل، درآمد زایی، ارز آوری، ارتقای توسعه منطقه‌ای و حمایت از جمعیت محلی ایفا می‌کند. از دیرباز کشور ایران با توجه به موقعیت جغرافیایی و همچنین آثار تاریخی و مناظر گردشگری فراوان، مورد توجه گردشگران بوده است. در این میان استان اصفهان با دارا بودن ظرفیت‌های بالای گردشگری، یکی از مهمترین مقاصد گردشگران داخلی و خارجی محسوب می‌شود. از این‌رو در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی استان اصفهان پرداخته شد. همچنین با وارد کردن جز غیر قابل مشاهده روند و ایجاد یک مدل فضا- حالت، با استفاده از روش سری‌های زمانی ساختاری و به کارگیری الگوریتم فیلتر کالمن، به برآورد ضرایب و محاسبه کشش‌های عوامل موثر بر رشد اقتصادی استان اصفهان پرداخته شد. داده‌های مورد استفاده در این پژوهش به صورت سری زمانی فصلی طی دوره زمانی (۳) ۱۴۰۳- (۱) ۱۳۹۳ است. از متغیرهای نیروی کار، موجودی سرمایه خالص و تعداد گردشگران برای شناسایی عوامل موثر بر رشد اقتصادی استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که روند ضمنی برآورد شده از نوع مدل سطح نسبی با انتقال است. با توجه به مدل برآورد شده، کشش درآمدی نیروی کار، موجودی سرمایه خالص و تعداد گردشگران به ترتیب ۰/۶۱، ۰/۹۹ و ۰/۳ است. براساس نتایج این پژوهش پیشنهاد کلی برای رشد اقتصادی استان اصفهان، توجه ویژه به صنعت گردشگری در کنار عوامل سرمایه‌گذاری و اشتغال است. همچنین از دیگر سیاست‌های رشد صنعت گردشگری، اثرات خارجی و سرریزها است که خود باعث افزایش سرعت در رشد اقتصادی از طریق افزایش درآمد و ایجاد اشتغال می‌شود.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، رشد اقتصادی، الگوریتم فیلتر کالمن، سری‌های زمانی ساختاری، استان اصفهان.

## ۱. مقدمه

در دنیای کنونی گردشگری به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای توسعه و رشد اقتصادی مطرح می‌شود و امروزه، یکی از بزرگترین صنایع شناخته‌شده‌است. این صنعت یکی از مولفه‌های رشد اقتصادی در جهت افزایش رفاه مردم است و نیز یکی از اقتصادی‌ترین فعالیت‌ها، به‌خصوص از جهت اشتغال و رونق مناطق مختلف تلقی می‌شود (حاضری و نظافت تکله، ۱۴۰۲). امروزه گردشگری به شکل گسترده و فراگیر مدنظر دولت‌ها است و هر یک از کشورها اهداف خاصی را در این صنعت دنبال می‌کنند که با توجه به توانمندی‌هایشان، برای آن برنامه‌ریزی کرده‌اند (آچاک و همکاران، ۱۳۹۳). صنعت گردشگری در میان کشورهای در حال توسعه نیز به عنوان نیرویی مولد برای رشد اقتصادی شناخته شده است. به عبارتی، گردشگری یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر به شمار می‌رود که نقش مهمی در توسعه پایدار محلی ایفا می‌کند (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۸۸).

در چند دهه‌ی گذشته، تعداد کل گردشگران در جهان رشد قابل توجهی داشته است، به طوری که براساس گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری[۱]تعداد گردشگران در سال ۱۹۵۰ حدود ۲۵ میلیون نفر بوده است در حالی‌که در سال ۲۰۰۷ به ۸۲۵ میلیون گردشگر افزایش یافته است که تقریباً در هر سال با رشد ۶/۵ درصدی همراه بوده است. در سال ۲۰۲۴ حدود ۱/۴ میلیارد گردشگر بین المللی در سراسر جهان ثبت شده است که نسبت به سال ۲۰۲۳ حدود ۱۴۰ میلیون نفر افزایش داشته است و این معادل رشد ۱۱ درصدی است و نشان‌دهنده‌ی تثبیت و بهبود گردشگری پس از شیوع کرونا در سال ۲۰۱۹ است. از این‌رو مجموع درآمدهای صادراتی حاصل از گردشگری (از جمله حمل و نقل مسافر) در سال ۲۰۲۴ رکورد ۱/۹ تریلیون دلاری را ثبت کرده است. بر اساس برآوردهای اولیه سازمان جهانی گردشگری، انتظار می‌رود که ورود گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۲۵ نسبت به سال ۲۰۲۴ بین ۳ تا ۵ درصد رشد داشته باشد.

براساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۴ بیش از ۷ میلیون گردشگر خارجی از ایران بازدید کرده‌اند که نشان‌دهنده رشد ۲۰ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۳ است. این در حالی است که بر اساس آمار اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان در سال ۲۰۲۴ حدود ۵۴ هزار گردشگر خارجی از این استان بازدید کرده‌اند که نسبت به سال ۲۰۲۳ حدود ۵۹ درصد کاهش داشته است. همچنین در این سال بیش از ۲ میلیون گردشگر داخلی از استان اصفهان بازدید کرده‌اند که نسبت به سال ۲۰۲۳ حدود ۱۹ درصد کاهش داشته است.

در ارتباط گردشگری و توسعه اقتصادی تئوری‌ها بیان‌گر آن است که افزایش گردشگری به‌ویژه در کشورهای کم درآمد که امکان صنعتی شدن سریع ندارند، می‌تواند منجر به تنوع اقتصادی، بدون توجه بیش از حد به صادرات شود. از نظر مارین[۲](۱۹۹۲) گردشگری یکی از بخش‌های صادراتی مهم است و تفاوت آن با صادرات کالاها و خدمات در این است که مصرف‌کننده‌ی آن در کشور میزبان مصرف می‌کند. این صنعت، اگر چه نمی‌تواند رشد اقتصادی را به طور کامل ایجاد کند، اما نقش مثبتی از طریق عوامل مستقیم و عوامل غیر مستقیم در رشد اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. اثرات مستقیم صنعت گردشگری از مخارج اولیه گردشگران برای کالاها و خدمات مصرفی ایجاد می‌شود. این بخش از اثرات، باعث ایجاد اشتغال مستقیم و کسب درآمدهای ارزی از طریق تولید و فروش کالاها و خدمات به گردشگران می‌شود (بوتچر و همکاران[۳] ۲۰۰۳). اثرات غیر مستقیم صنعت گردشگری به شکل آثار سرریز[۴]و یا دیگر آثار خارجی[۵]رشد اقتصادی را شامل می‌شود. به عبارت دیگر، گردشگری می‌تواند به عنوان موتوری محرک برای رشداقتصادی عمل کند و رشد سایر فعالیت‌های اقتصادی را نیز که با آن صنعت مرتبط هستند و به آن کالا یا خدمت ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند به همراه داشته باشد. براساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۴، اثرات مستقیم و غیرمستقیم

---

۱ UN Tourism
۲ Marian
۳ Butcher and et al.
۴ Spillovers
۵ Externalities

گردشگری بر تولید ناخالص داخلی جهانی حدود ۱۰/۹ تریلیون دلار محاسبه شده است و این صنعت سهم ۱۰ درصدی از اقتصاد جهانی را در این سال به خود اختصاص داده است.

استان اصفهان به دلیل تاریخ کهن و میراث فرهنگی غنی یکی از محبوب‌ترین مقاصد گردشگری در ایران به شمار می‌رود. این استان با ترکیبی از زیبایی‌های طبیعی و دستاوردهای هنری و معماری، در هر سال گردشگران بسیاری را از سراسر جهان به خود جذب می‌کند. رودخانه زاینده رود، صنایع دستی، آثار تاریخی، چشم اندازهای طبیعی و غذاهای سنتی متنوع این استان را به یکی از قطب‌های گردشگری ایران تبدیل کرده است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد سری‌های زمانی ساختاری[۱](STSM) به دنبال بررسی اثرات صنعت گردشگری در رشد اقتصادی استان اصفهان است. به عبارت دیگر در این پژوهش با در نظر گرفتن عامل گردشگری در کنار دیگر عوامل موثر بر رشد اقتصادی، اثر این عامل بر توسعه و رشد اقتصادی استان اصفهان به صورت کمی محاسبه می‌شود. از نتایج این پژوهش می‌توان در تصمیم گیری‌های حوزه گردشگری استفاده کرد.

از دلایل استفاده از روش سری‌های زمانی ساختاری این است که روند ضمنی در قالب مجموعه‌ای از عوامل غیر قابل مشاهده محاسبه می‌شود. مزیت این روش این است که می‌توان متغیر غیر قابل مشاهده را در کنار متغیرهای قابل مشاهده متعددی به عنوان علت و یا شاخص منعکس کننده رشد اقتصادی در مدل وارد کرد و تورش برآورد ضرایب را تا حد زیادی کاهش داد و نتایج را به واقعیت نزدیک کرد.

در ادامه و در قسمت دوم، مبانی نظری و پیشینه پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در قسمت سوم، به روش شناسی تحقیق و مدل‌سازی عوامل موثر بر آن پرداخته می‌شود، در قسمت چهارم نتایج تجزیه و تحلیل و عوامل موثر بر رشد اقتصادی استان اصفهان مورد بررسی قرار می‌گیرد و در بخش پایانی، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها بیان می‌شود.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

این بخش شامل دو قسمت می‌باشد که در قسمت اول مبانی نظری مطرح شده در زمینه ارتباط بین گردشگری و رشد اقتصادی بررسی شده و در قسمت دوم نیز تعدادی از مطالعات خارجی و داخلی انجام شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

### ۱،۲. مبانی نظری ارتباط بین گردشگری و رشد اقتصادی

یکی از مهم‌ترین مسائل کشورهای جهان، رشد اقتصادی است و یکی از شاخص‌های کمی سنجش، میزان پیشرفت اقتصاد کشورها می‌باشد. این شاخص از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد که در این میان ظرفیت‌های صنعت گردشگری، مانند ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌ها، ورود گردشگران خارجی، افزایش تقاضا برای کالاهای داخلی، افزایش صادرات و افزایش امکان سرمایه‌گذاری خارجی، از دلایل اصلی است که در راستای رشد اقتصادی باید بدان توجه ویژه‌ای داشت.لذا ظرفیت‌های صنعت گردشگری به چند دلیل باید مورد توجه قرار گیرد: ورودگردشگران خارجی را همانند توسعه‌ی زیرساخت‌ها، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش صادرات، افزایش تقاضای کالاهای داخلی و افزایش امکان سرمایه‌گذاری خارجی می‌توان تقویت کرد و با درک موقعیت برتر این صنعت در الگوهای مختلف توسعه‌ی اقتصادی، موجب رشد اقتصادی کشور شد. در این میان، نکته اصلی، چگونگی شکل‌گیری فرایند رشد است (نرگسی و همکاران، ۱۳۹۷). بحث الگوهای رشد برونزا و این که چه عواملی بر نرخ رشد تأثیرگذار می‌باشند، در ایجاد ارتباط میان گردشگری و رشد اقتصادی اهمیت بسیار دارد. در مدل‌های رشد برونزا، هر گونه تغییر فناوری‌ای خارج از مدل شکل گیرد. تأثیر سیاست‌های دولت نیز سطحی هستند و پس از یک دوره از بین می‌روند. به عبارت دیگر، ممکن است سیاست‌ها نرخ رشد را موقتاً افزایش دهند و اقتصاد در یک مسیر رشد متوازن قرار گیرد، اما در بلندمدت به سطح اولیه خود باز می‌گردند (شریفی رنانی و همکاران، ۱۳۸۸).

---

[۱] Structural Time Series Model

فرضیهٔ صادرات منجر به رشد(ELGH)، بیان می‌کند که رشد اقتصادی به وسیله‌ی افزایش در میزان نیروی کار و سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی صادرات حاصل می‌شود. فرضیهٔ گردشگری منجر به رشد[۲](TLGH) مستقیماً از این فرضیه اقتباس شده است؛ زیرا اولا گردشگری بین‌المللی به‌عنوان یک منبع تأمین مالی، نوعی صادرات جدید محسوب می‌شود و ثانیاً، یک عامل راهبرد بالقوه برای رشد و توسعه‌ی اقتصادی به‌حساب می‌آید که مبنای بسیاری از مطالعات اقتصادی در سطح جهانی قرار گرفته و در بیشتر موارد درستی آن به اثبات رسیده است (کورتس و پولینا[۳] ۲۰۰۶).

با این که در مورد سهم صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی میان محققان اتفاق نظر وجود ندارد (بیانچی[۴] ۲۰۱۸؛ پاراماتی و همکاران[۵] ۲۰۱۷). اما ازآن جا که بی‌ثباتی اقتصادی بر تقاضای گردشگری اثر منفی دارد، مهم‌ترین علت توسعه‌ی صنعت گردشگری در اغلب کشورها را می‌توان بهره‌برداری از منافع اقتصادی آن دانست. گرچه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می‌گردند (راسخی، ۱۳۹۶). به این صورت که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی رونق یابد، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا یا خدمت ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند نیز رونق می‌یابند. گردشگری می‌تواند به عنوان موتوری برای رشد اقتصادی عمل کند و سایر فعالیت‌های مرتبط را نیز به دنبال خود توسعه دهد (شورای جهانی مسافرت و گردشگری[۶] ۲۰۱۹). از سوی دیگر، رشد اقتصادی نیز بر توسعه‌ی گردشگری مؤثر است. رشد اقتصادی، با توسعه‌ی خدمات، تسهیلات و تأسیسات گردشگری از جمله توسعه‌ی حمل‌ونقل و راه‌ها، توسعه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات[۷] (ICT) توسعه‌ی اماکن اقامتی و پذیرایی، توسعه‌ی بهداشت عمومی و همچنین توسعه‌ی تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، سبب توسعه‌ی صنعت گردشگری می‌شود. از این فرایند، به عنوان زنجیره تأمین یاد می‌شود (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸).

### ۲,۲. پیشینه تحقیق

در سال‌های اخیر با توجه به اهمیت موضوع گردشگری، مطالعات زیادی در زمینه تاثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است. در قسمت نخست، برخی از مطالعات انجام شده در سایر کشورها و در قسمت دوم مطالعات انجام شده در اقتصاد ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

گوپتا و همکاران[۸](۲۰۲۳)، در پژوهشی با عنوان تأثیر گردشگری طبیعت بر اقتصاد به این نتایج دست یافته‌اند که گردشگری مبتنی بر طبیعت مزایای اقتصادی قابل توجهی برای جوامع اطراف مناطق حفاظت شده از جمله فقیرترین خانوارها ایجاد می‌کند. بسیاری از این مزایا، به طور غیرمستقیم و از طریق سرریزهای درآمد و تولید عاید می‌شوند. هر یک گردشگر اضافی درآمد سالانه‌ی واقعی را در این جوامع، ۱۶۹ تا ۲۴۰۰ دلار افزایش می‌دهد که به طور قابل توجهی بیشتر از هزینه‌های متوسط گردشگران است. برعکس، گردشگری از دست رفته به دلیل همه‌گیری کووید-۱۹ و هزینه‌های اقتصادی درگیری انسان و حیات وحش، تأثیرات منفی زیادی بر درآمدهای محلی دارند.

آقازاده و همکاران[۹](۲۰۲۳)، در مطالعه خود با استفاده از تعداد گردشگران بر اساس ملیت و داده‌های مربوط به درآمدهای گردشگری بین‌المللی، تأثیر ساختار بازار منبع گردشگری را بر نوسانات درآمدهای گردشگری در ترکیه بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که

---

۱ Export-Led Growth Hypothesis
۲ Growth Led-Touri
۳ Cortes and Pulina
۴ Bianchi
۵ Paramati and et al.
۶ United Nations World Tourism Organization
۷ Information and communications technology
۸ Gupta and et al.
۹ Ağazade and et al.

هر دو متغیر اندازه‌گیری ساختار بازار منبع گردشگری، بر نوسانات درآمدهای گردشگری تأثیر می‌گذارند. بر این اساس، تمرکز بازار منبع گردشگری، نوسانات درآمدهای گردشگری را افزایش می‌دهد، در حالی که تنوع بازار منبع آن را کاهش می‌دهد.

حسنلی و همکاران[۱](۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان اثرات اقتصادی گردشگری در کشور آذربایجان، به این نتایج رسیده‌اند که گردشگری یکی از بخش‌های اصلی اقتصاد است و تا زمان همه‌گیری کووید-۱۹، حوزه‌ی مهمی برای اقتصادهای نوظهور و توسعه‌یافته به منظور جبران درآمدهای صادراتی ضعیف سایر کالاها و خدمات محسوب می‌شد. با این حال، در طول همه‌گیری کووید-۱۹، بخش گردشگری یکی از بخش‌هایی بود که بیشترین تأثیر منفی را داشته است.

پاتا[۲](۲۰۲۰)، در مقاله خود به مطالعه روابط بلند مدت بین بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات، درآمدهای گردشگری و تعداد گردشگرانی که در دوره ۲۰۱۷-۱۹۶۳ در ترکیه به این کشور می‌آیند، پرداخته‌اند. یافته‌های به دست آمده با آزمون علیت نامتقارن در تحقیق نشان می‌دهد که یک رابطه علیت یک طرفه از درآمدهای گردشگری به بخش خدمات و یک رابطه علیت دو طرفه بین تعداد گردشگرانی که به کشور می‌آیند و بخش کشاورزی وجود دارد. در نتیجه، این یافته‌ها تایید می‌کنند که فرضیه رشد توریسم در بخش کشاورزی و خدمات ترکیه معتبر است.

سنت آکدیاری و همکاران[۳](۲۰۲۰)، معتقد هستند در سال‌های اخیر، بهار عربی باعث شد اکثر اقتصادهای وابسته به گردشگری مانند ترکیه موج بی‌سابقه‌ای از ناآرامی‌های سیاسی را تجربه کنند که چشم‌انداز صنعت گردشگری را به شدت تحت تأثیر قرار داد. برای این منظور، این مطالعه از نسخه اصلاح شده رویکرد علیت گرنجر ارائه شده توسط تودا و یاماموتو (۱۹۹۵) برای بررسی جهت علیت در میان شاخص ریسک ژئوپلیتیکی جدید معرفی شده، گردشگری و رشد اقتصادی در مورد ترکیه استفاده می‌کند. نتایج تجربی نشان دهنده یک علیت یک طرفه است که از شاخص ریسک ژئوپلیتیکی به رشد اقتصادی و از شاخص ریسک ژئوپلیتیکی به گردشگری ادامه می‌دهد. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که یک شوک انحراف استاندارد به ریسک ژئوپلیتیکی تأثیر منفی قابل توجهی بر گردشگری و رشد اقتصادی در کوتاه مدت و بلند مدت دارد.

سوزا و همکاران[۴](۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان اثرات اقتصادی گردشگری در مناطق حفاظت شده‌ی برزیل، به این نتایج دست یافته‌اند که هر یک دلار سرمایه‌گذاری در مناطق حفاظت شده ۷ دلار سود اقتصادی در پی دارد. همچنین مجموع مشارکت‌های اقتصادی بیش از ۱/۳ میلیارد دلار در کل فروش، ۳۴۲ میلیون دلار درآمد شخصی و ۴۷۳ میلیون دلار ارزش افزوده در تولید ناخالص داخلی ایجاد کرده است و از ۴۳۶۰۲ شغل در سطح ملی حمایت می‌کند. به علاوه، این دیدگاه که اثرات اقتصادی گردشگری بر مناطق حفاظت شده و همچنین به طور غیرمستقیم بر سایر مشاغل و جوامع محلی تأثیر می‌گذارد، تقویت می‌شود.

آکادیرا و همکاران[۵](۲۰۱۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان آیا ارتباطی بین ریسک جغرافیایی، گردشگری و رشد اقتصادی وجود دارد؟ به بررسی جهت علّیت در میان شاخص ریسک جغرافیایی، گردشگری و رشد اقتصادی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که یک شوک انحرافی استاندارد به ریسک جغرافیایی تأثیر منفی قابل توجهی بر گردشگری و رشد اقتصادی در دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت دارد.

فورملی[۶](۲۰۱۷)، در پژوهش خود با عنوان نقش گردشگری در اقتصاد، به بررسی تأثیر تعداد گردشگر ورودی بر رشد اقتصادی ترکیه طی سال‌های ۲۰۱۵-۱۹۶۳ پرداخته است. در این پژوهش صنعت گردشگری ترکیه به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع برای توسعه اقتصادی مطرح و این نتیجه حاصل شده که درآمدهای گردشگری ناشی از تعداد گردشگران همراه با صادرات، قابلیت بهبود کسری بودجه ترکیه را دارند.

---

۱ Hasanli
۲ Pata
۳ Saint Akadiri and et al.
۴ Souza and et al.
۵ Akadiria
۶ Furmolly

خوشنویس یزدی و همکاران[۱](۲۰۱۵)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی ارتباط کوتاه مدت و بلند مدت بین گردشگری و رشد اقتصادی در ایران، به بررسی رابطه‌ی بین گردشگری و رشد اقتصادی با استفاده از مدل خودرگرسیون توضیحی با وقفه‌ی توزیعی و آزمون علیت گرنجر در بازه‌ی زمانی ۱۹۸۵-۲۰۱۳ پرداختند. نتایج حاکی از وجود ارتباط مستقیم بین هزینه‌ی گردشگری و رشد اقتصادی در کوتاه مدت و بلند مدت و همچنین رابطه‌ی مستقیم بین نرخ ارز موثر واقعی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و رشد اقتصادی است. آزمون علیت گرنجر نشان دهنده‌ی رابطه‌ی علی دو طرفه بین هزینه‌های گردشگری و رشد اقتصادی می‌باشد.

کومار و همکاران[۲](۲۰۱۵)، در مقاله‌ای با عنوان توسعه بخش مالی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و رشد اقتصادی در هند: یک تحلیل تجربی و با استفاده از رویکرد ARDL[۳] سهم گردشگری را به همراه سایر محرک‌های موثر از جمله توسعه‌ی مالی و شهرنشینی در رشد اقتصادی فیجی طی سال‌های ۲۰۰۹-۱۹۸۱ مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد به ازای بازده خروجی هر کارگر، گردشگری به میزان ۰/۱۳ درصد افزایش می‌یابد در حالی که توسعه مالی بالاترین سهم را در این افزایش به میزان ۰/۷۱ درصد به ازای هر نفر در بلند مدت دارد.

خوشنویس یزدی و ماستوراکیس[۴](۲۰۱۴)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی روابط بلندمدت بین گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی با روش خودرگرسیون توضیحی با وقفه‌ی توزیعی در بازه‌ی ۲۰۱۱-۱۹۷۵ پرداختند. نتایج وجود رابطه‌ی بلندمدت بین متغیرها ثابت شده است و همچنین گردشگر بین‌المللی در بین سایر متغیرها، از جمله سرمایه‌ی فیزیکی، تعداد ورود گردشگران خارجی، مصرف انرژی و نرخ ارز موثر واقعی، در رشد موثرتر است و فرضیه‌ی رشد موجب گردشگری بین‌المللی تایید می‌شود.

صفدری و همکاران[۵](۲۰۱۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان تاثیر مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی در ایران، رابطه‌ی بلند مدت بین مصارف صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را برای ایران و در دوره‌ی ۲۰۰۸-۱۹۷۵ بررسی کردند. نتایج این مطالعه که بر اساس مدل خودرگرسیون برداری انجام شده است، بیانگر آن است که مخارج گردشگری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد.

لیتاوو[۶](۲۰۱۱)، رابطه‌ی بین گردشگری و رشد اقتصادی را طی سال‌های ۲۰۰۸-۱۹۹۵ برای پرتغال و ۲۰ کشور دیگر با استفاده از تخمین زننده‌ی گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی بررسی کرد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که گردشگری اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارد.

مارتین و همکاران[۷](۲۰۰۴)، به بررسی رابطه‌ی بین گردشگری و رشد اقتصادی ۲۱ کشور آمریکای لاتین در سال‌های ۱۹۸۸-۱۹۵۸ با استفاده از روش‌های پنل دیتا و تخمین زننده‌ی آرلانو بوند، پرداختند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در کشورهای با درآمد سرانه پایین و نیز در کشورهای با درآمد متوسط رشد گردشگری بر رشد اقتصادی کشور موثر بوده است و تأثیر مثبتی بر آن دارد؛ اما در کشورهای با درآمد بالا این رابطه عکس شده و رشد گردشگری اثر منفی بر رشد اقتصادی می‌گذارد.

کهن هوش نژاد و فیروزی (۱۴۰۳)، در مقاله‌ای با عنوان نقش گردشگری در رشد اقتصادی ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۳، تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی ترکیه از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۳ را در چارچوب فرضیه رشد مبتنی بر گردشگری بررسی کردند. در این مطالعه از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون هم‌انباشتگی جوهانسن برای محاسبه شدت تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی و از تحلیل محتوای استقرایی کیفی برای تحلیل سیاست‌های دولت ترکیه در بخش گردشگری استفاده شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که گردشگری در این دوره تأثیر مثبت بسیار قوی بر رشد اقتصادی ترکیه داشته است. همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که طی سال‌های ۲۰۲۳-۲۰۰۲، بین رشد اقتصادی و گردشگران رابطه وجود دارد و با افزایش درآمد گردشگری، رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی افزایش می‌یابد و تمرکز استراتژیک دولت طی دوره‌ی ۲۰۲۳-۲۰۰۲ بر ارتقا و پیشرفت بخش گردشگری بوده است.

---

۱ Khoshnevis Yazdi and et al.
۲ Kumar et. al
۳ Autoregressive Distributed Lag
۴ Mastorakis
۵ Safdari and et al.
۶ Leitao
۷ Martin

فروزان (۱۴۰۲)، به بررسی اثرات اقتصادی صنعت گردشگری پرداخته‌است. نتایج حاکی از آن است که صنعت گردشگری در یک منطقه می‌تواند به طور همزمان اثرات اقتصادی مثبت و منفی به همراه داشته باشد. به طوری که به موازات هر اثر اقتصادی مثبت در یک منطقه، می‌توان شاهد بروز اثرات منفی اقتصادی نیز بود و الزام است به گونه‌ای عمل شود که اثرات مثبت تقویت شده و تا حد امکان از بروز اثرات منفی جلوگیری شود.

کمالی و همکاران (۱۴۰۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان ضرورت توجه به گردشگری جهت تحقق رشد اقتصادی در برنامه هفتم توسعه، به بررسی اثر گردشگری خارجی بر رشد اقتصادی استان‌های ایران به صورت کلی و تفکیک ۹ منطقه آمایش سرزمینی در بازه‌ی زمانی ۱۳۹۷-۱۳۸۹ با استفاده از روش پنل دیتا پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که گردشگری اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی بیشتر استان‌های ایران دارد و بیشترین اثر در مناطق ۴ و ۵ و کمترین اثر در منطقه ۸ و ۹ آمایش سرزمین وجود دارد.

فاطمی نسب و همکاران (۱۴۰۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان اثر تعامل توسعه مالی و گردشگری بر رشد اقتصادی در ایران، به بررسی اثر تعاملی توسعه‌ی مالی و گردشگری بر رشد اقتصادی در ایران با استفاده از مدل خودرگرسیونی برداری عامل- افزوده شده[۱] (FAVAR) ترکیبی با مدل پارامترهای متغیر در طول زمان[۲](TVP) در بازه‌ی زمانی ۱۳۹۷-۱۳۶۳ پرداختند. نتایج حاکی از وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین رشد اقتصادی و گردشگری و همچنین رشد اقتصادی و توسعه‌ی مالی است.

بزازان و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به استان خراسان رضوی به این نتایج دست یافته‌اند که به ازای ورود گردشگران داخلی در سال ۱۳۹۰ تولید استان خراسان رضوی ۱۲/۱۱ درصد و اشتغال این استان ۴۷/۱۱ درصد افزایش یافته است. همچنین، بخش صنعت استان خراسان رضوی بیشترین تأثیرپذیری را از ورود گردشگران داخلی داشته است و بخش‌های مرتبط با گردشگری نظیر حمل و نقل و انبارداری از یک سو و عمده‌فروشی و خرده‌فروشی از سوی دیگر رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند. گردشگری همچنین نقش حیاتی در حفظ و تبادل فرهنگی دارد. گردشگری با ارزش‌گذاری و نمایش دارایی‌های فرهنگی می‌تواند بازدیدکنندگان علاقه‌مند به تجربه سنت‌ها، هنرها و تاریخ منحصر به فرد را جذب کند. این علاقه می‌تواند حمایت مالی مورد نیاز برای حفظ و نگهداری میراث فرهنگی را فراهم کند.

حقیقت و معصوم‌زاده (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی اثر غیر خطی گردشگری سلامت بر رشد اقتصادی ایران: رهیافت خودرگرسیونی با وقفه‌های توزیعی، به بررسی رابطه‌ی ورود گردشگران سلامت و رشد اقتصادی در ایران با استفاده از مدل رگرسون با وقفه‌های توزیعی در بازه‌ی زمانی ۲۰۱۷-۲۰۰۵ در ایران پرداختند. نتایج نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی مثبت افزایش ورود گردشگران سلامت بر رشد اقتصادی در کوتاه مدت است. همچنین نرخ ارز موثر و تعداد ارائه دهندگان خدمات پزشکی به گردشگران به ترتیب اثر منفی و مثبت بر رشد اقتصادی داشته است. همچنین در بلند مدت با افزایش ورود گردشگران سلامت، رشد اقتصادی افزایش داشته و نرخ ارز و تعداد ارائه دهندگان خدمات سلامت به ترتیب اثر منفی و مثبت بر رشد اقتصادی داشته است.

دشتبان فاروجی و همکاران (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای با عنوان بررسی رابطه بین کیفیت خدمات گردشگری و رشد اقتصادی: یک الگوی رشد درونزا، با معرفی یک الگوی نظری و یک مطالعه تجربی، نقش کیفیت خدمات گردشگری و گردشگری درونزا را در رشد اقتصادی بلندمدت بررسی کرده‌اند. برای این منظور، یک الگوی رشد نظری تجارت بین‌الملل ارائه شده که در آن گردشگری موتور رشد اقتصادی است و کیفیت خدمات گردشگری بر رشد بلندمدت تأثیر می‌گذارد. همچنین با ارائه یک تحلیل تجربی، رابطه بین گردشگری، کیفیت و رشد اقتصادی در ایران در بازه زمانی ۱۳۹۴-۱۳۴۸ مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که در بلندمدت ورود گردشگران و کیفیت اقامتگاه‌های گردشگری اثر مثبتی برتولید ناخالص داخلی ایران دارد، درحالی که تولید ناخالص داخلی خارجی دارای اثر منفی بر رشد اقتصادی ایران است. همچنین یافته‌های مقاله حکایت از وجود رابطه علیتی دوطرفه بین شد تولید اخالص داخلی حقیقی و رشد گردشگری در ایران دارد.

---

[۱] Factor -augmented Vector Auto Regressive

[۲] Time Varying Parameters

بر اساس مطالعات فوق می‌توان مشاهده کرد که یافته‌های تجربی بر اساس شرایط اقتصادی، روش به کار گرفته شده، داده‌های مورد استفاده، ماهیت مطالعه اعم از مقطعی، داده‌های تابلویی یا خاص کشور و دوره زمانی مطالعه متنوع هستند. از اینرو بررسی ارتباط بین گردشگری و رشد اقتصادی با استفاده از رهیافت فیلتر کالمن و مفهوم روند ضمنی در قالب مدل‌های سری‌های زمانی ساختاری (STSM) و وارد کردن جز غیرقابل مشاهده به منظور برآورد صحیح و بدون تورش ضرایب مدل برای حصول اطمینان از نتایج مدل، حائز اهمیت است.

## ۳. روش شناسی تحقیق

از جمله عوامل مهم تأثیرگذار در برآورد توابع رشد اقتصادی، متغیرهای غیرقابل مشاهده هستند. لذا بایستی در مدل‌سازی به آن توجه ویژه‌ای داشت. این متغیرها نه تنها از نظر فنی (همانند پیشرفت تکنولوژی) مورد توجه هستند، بلکه از جنبه‌های دیگر نظیر سلیقه، عوامل غیر اقتصادی (جمعیت، عوامل جغرافیایی و اجتماعی) می‌تواند مورد تحلیل قرار گیرند. همیشه خطی بودن پیشرفت تکنولوژی صحیح نیست و باید به درستی محاسبه شود (هاروی[۱] ۱۹۸۹). با توجه به مطالب گفته شده ارجح است که متغیرهای غیرقابل مشاهده در مدل لحاظ شوند، اما به دلیل عدم اندازه‌گیری و متغیر بودن در طی زمان نمی‌توان آن‌ها را وارد مدل کرد. بنابراین برای این‌که بتوان اثر موارد فوق را بر توابع تولید بررسی کرد، مدل سری‌های زمانی ساختاری توسط هاروی (۱۹۸۹)، جهت رفع این مشکل به کار گرفته شد. وی برای هر سری زمانی یک جزء روند[۲]، سیکلی[۳] و نامنظم[۴] در نظر گرفت. در کنار عوامل اقتصادی نظیر نیروی کار و سرمایه عوامل دیگری مانند تغییر تکنولوژی، ساختار اقتصادی، بهره‌وری و یا عوامل غیراقتصادی که قابل مشاهده نیستند، می‌توانند اثر قوی و زیادی بر رشد اقتصادی داشته‌باشد. ممکن است آثار مذبور در طول زمان دارای روند معینی نباشند و عدم مدل‌سازی صحیح آن‌ها می‌تواند منجر به وجود تورش در تخمین شود. این روش در برآورد جزء روند بین این عوامل با عوامل اقتصادی تفاوت قائل می‌شود. مدل مورد بررسی در این روش، مدل رگرسیونی مرکب از یک سری زمانی ساختاری است که به جزء غیرقابل مشاهده در طول زمان اجازه می‌دهد تا به طور تصادفی تغییر کند. در حالت کلی مدل سری زمانی ساختاری به صورت زیر ارائه می‌شود.

$$Q_t = \mu_t + Z_t'\delta + \varepsilon_t \qquad (۱)$$

که در آن $Q_t$ متغیر وابسته، $\mu_t$ جزء روند، $Z_t$ بردار متغیرهای توضیحی، $\delta$ پارامترهای نامعلوم و $\varepsilon_t$ جزء تصادفی مدل و مشابه همان باقیمانده‌ها در رگرسیون مرسوم است و فرض می‌شود که توزیع نرمال با میانگین صفر و واریانس ثابت است ($\varepsilon_t \sim NID\ (0,\sigma^2_\varepsilon)$).
فرض می‌شود جزء روند دارای فرآیند تصادفی به صورت زیر است:

$$\mu_t = \mu_{t-1} + \beta_{t-1} + \eta_t$$
$$\beta_t = \beta_{t-1} + \xi_t \qquad (۲)$$

که در آن $\eta_t$ و $\xi_t$ دارای توزیع نرمال $\eta_t \sim NID(0, \sigma_\eta^2)$ و $\xi_t \sim NID(0, \sigma_\xi^2)$ هستند.
معادلات فوق به ترتیب بیان کننده سطح و شیب روند هستند. فرآیند فوق را به این صورت می‌توان توصیف کرد که روند در یک دوره برابر است با روند در یک دوره قبل، به علاوه جزء رشد و برخی عوامل غیرقابل پیش بینی است، که جزء رشد همان شیب است که در طول زمان متغیر است. واریانس‌های $\sigma_\xi^2$ و $\sigma_\eta^2$ ابرپارامترها[۵] نامیده می‌شوند که نقش بسیاری در ماهیت روند دارند به گونه‌ای

---

۱ Harvey
۲ Trend
۳ Cyclical
۴ Irregular
۵ Hyper Parameters

که اگر این دو واریانس صفر باشند، مدل رگرسیون فوق تبدیل به یک مدل رگرسیونی معمولی با روند خطی معین خواهد شد، مانند معادله زیر:

$$Q_t = \alpha + \beta_t + Z_t'\delta + \varepsilon_t \qquad (۳)$$

بسته به اینکه در فرآیند مذکور ابرپارامترها صفر باشند یا نه و همچنین دارای شیب و سطح باشند یا نه، مدل‌های رگرسیونی متفاوتی شکل خواهد گرفت. در جدول (۱) حالت‌های مختلف سری زمانی ساختاری آمده است.

همانطور که اشاره شد بدلیل وجود جزء غیرقابل مشاهده در این مدل، بنابراین مدل مذکور با روش حداقل مربعات معمولی قابل برآورد نخواهد بود. با این وجود، چنان چه معادله (۱) همراه معادلات (۲) در شکل فضا- حالت به‌صورت دو معادله بصورت مجزا، یکی معادله انتقال[۱] و دیگری معادله اندازه‌گیری[۲] تنظیم شوند، در این صورت الگوریتم کالمن فیلتر[۳] می‌تواند یک دسته معادلات بازگشتی تولید کند که پارامترهای نامعلوم (ابر پارامترها و سایر پارامترها) از طریق روش حداکثر راستنمایی[۴] برآورد شوند.

**جدول۱- حالت‌های مختلف سری زمانی ساختاری**

| حالت های مختلف | معروف | معادله |
|---|---|---|
| شیب و سطح روند هر دو تصادفی | مدل روند نسبی[۵] | $Q_t = \mu_t + Z_t'\delta + \varepsilon_t$<br>$\mu_t = \mu_{t-1} + \beta_{t-1} + \eta_t$ (۴)<br>$\beta_t = \beta_{t-1} + \xi_t$ |
| فاقد شیب اما سطح روند تصادفی | مدل سطح نسبی[۶] | $Q_t = \mu_t + Z_t'\delta + \varepsilon_t$<br>$\mu_t = \mu_{t-1} + \eta_t$ (۵) |
| شیب ثابت و سطح تصادفی | مدل سطح نسبی با انتقال[۷] | $Q_t = \mu_t + Z_t'\delta + \varepsilon_t$<br>$\mu_t = \mu_{t-1} + \beta_{t-1} + \eta_t$ (۶)<br>$\beta_t = \beta_{t-1}$ |
| شیب روند تصادفی و سطح ثابت | مدل روند هموار[۸] | $Q_t = \mu_t + Z_t'\delta + \varepsilon_t$<br>$\mu_t = \mu_{t-1} + \beta_{t-1}$ (۷)<br>$\beta_t = \beta_{t-1} + \xi_t$ |

منبع: هاروی، ۱۹۸۹

حال با داشتن مقادیر این پارامترها، برآوردهای مناسب از اجزاء سطح و شیب روند، توسط کالمن فیلتر ارائه می‌شود. در شکل فضا – حالت، پارامترهای غیرقابل مشاهده مانند روند به عنوان متغیرهای وضعیت[۹] تلقی می‌شوند. معادله انتقال بصورت زیر تعریف می‌شود:

$$\alpha_t^* = \begin{bmatrix}\mu_t \\ \beta_t \\ \delta_t\end{bmatrix} = \begin{bmatrix}1 & 1 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 1\end{bmatrix}\begin{bmatrix}\mu_{t-1} \\ \beta_{t-1} \\ \delta_{t-1}\end{bmatrix} + \begin{bmatrix}\eta_t \\ \xi_t \\ 0\end{bmatrix} \qquad (۸)$$

که در آن $\alpha_t^*$ بردار وضعیت است. معادله اندازه گیری به صورت زیر است:

$$Q_t = (1 \;\; 0 \;\; Z_t')\,\alpha_t^* + \varepsilon_t \qquad (۹)$$

---

۱ Transaction
۲ Measurment
۳ Kalman Filter
۴ Maximum Likelihood
۵ Local Trend Model
۶ Local Level Model
۷ Local Level Model with Drift
۸ Smooth Trend Model
۹ State

معادله اندازه گیری با معادله رابطه (۱) مطابقت دارد. کاربرد معادله فوق در این است که بردار وضعیت غیرقابل مشاهده را به ارزش‌های عددی قابل مشاهده $Q_t$ مرتبط کند. جهت انتخاب مناسبت ترین حالت از طریق آماره نسبت راستنمایی[۱](LR)، فرضیه تصادفی بودن هر دو جزء روند در مقابل حداقل ثابت بودن یکی از آن‌ها آزمون می‌شود.[۲]

آماره نسبت راستنمایی از طریق رابطه (۱۰) بدست می‌آید. که در آن صورت کسر مقدار حداکثر راستنمایی حاصل از برآورد توابعی است که در آن قید لحاظ شده است و مخرج آن مقدار حداکثر راستنمایی در حالت غیرمقید است. با توجه به اینکه معمولا مقدار حداکثر راستنمایی مقید کمتر از حالت غیر مقید است لذا نسبت کسر کوچکتر از یک خواهد شد. حال اگر قید بار سنگینی بر دوش داده‌ها باشد (قید معتبر باشد) در این صورت نسبت فوق به سمت یک متمایل می‌شود و اگر قید معتبر نباشد به سمت صفر متمایل خواهد شد (شاکری و همکاران، ۱۳۸۹).

$$LR = \frac{\text{Log likelihood } (\hat{\theta}_R)}{\text{Log likelihood } (\hat{\theta}_{UR})} \approx \chi^2(k) \qquad (۱۰)$$

با توجه به هدف اصلی پژوهش و مبانی نظری ارایه شده در زمینه عوامل موثر بر رشد اقتصادی، در این بخش به مدل‌سازی تابع تولید پرداخته می‌شود. معادله (۱۱)، مدل رگرسیونی پیشنهادی رشد اقتصادی استان اصفان را نشان می‌دهد.

$$GPPF_t = \alpha + \beta_1 L_t + \beta_2 K_t + \beta_3 T_t + \varepsilon_t \qquad (۱۱)$$

که در آن:

$GDPF_t$ محصول ناخالص داخلی استان اصهان به قیمت ثابت سال ۱۴۰۰

$L_t$ نیروی کار در استان اصفهان

$K_t$ موجودی سرمایه در استان اصفهان به قیمت ثابت۱۴۰۰

$T_t$ مجموع گردشگران داخلی و خارجی استان اصفهان

حال برای محاسبه سریع و آسان کشش‌ها و همچنین همگن‌سازی متغیرها از دو طرف معادله (۱۱) لگاریتم گرفته می‌شود.

$$LGDPF_t = \mu_t + \beta_1 LL_t + \beta_2 LK_t + \beta_3 LT_t + \varepsilon_t \qquad (۱۲)$$

که در آن:

$LGDPF_t$ لگاریتم محصول ناخالص داخلی استان اصفهان به قیمت ثابت سال ۱۴۰۰

$LL_t$ لگاریتم نیروی کار در استان اصفهان

$LK_t$ لگاریتم موجودی سرمایه در استان اصفهان به قیمت ثابت۱۴۰۰

$LT_t$ لگاریتم مجموع گردشگران داخلی و خارجی استان اصفهان

اکنون باتوجه به مفهوم روند ضمنی و مدل پیشنهادی، معادله (۱۲) به معادله (۱۳) تبدیل می‌شود که بیان کننده عوامل موثر بر رشد اقتصادی استان اصفهان در این پژوهش است:

$$\begin{aligned} LGDPF_t &= \mu_t + \beta_1 LL_t + \beta_2 LK_t + \beta_3 T_t + \varepsilon_t \\ \mu_t &= \mu_{t-1} + \beta_{t-1} + \eta_t \\ \beta_t &= \beta_{t-1} + \xi_t \qquad (۱۳) \\ \xi_t \sim NID(0, \sigma_\xi^2) &\text{ و } \eta_t \sim NID(0, \sigma_\eta^2) \end{aligned}$$

به منظور برآورد سری‌های زمانی ساختاری از نرم افزار STAMP 8.3 که در بسته نرم افزار OxMetrics 6.3 تعبیه شده است، استفاده می‌شود.

---

[۱] Likelihood ratio

[۲] جهت مطالعه بیشتر به چیت نیس (۱۳۸۴) رجوع شود.

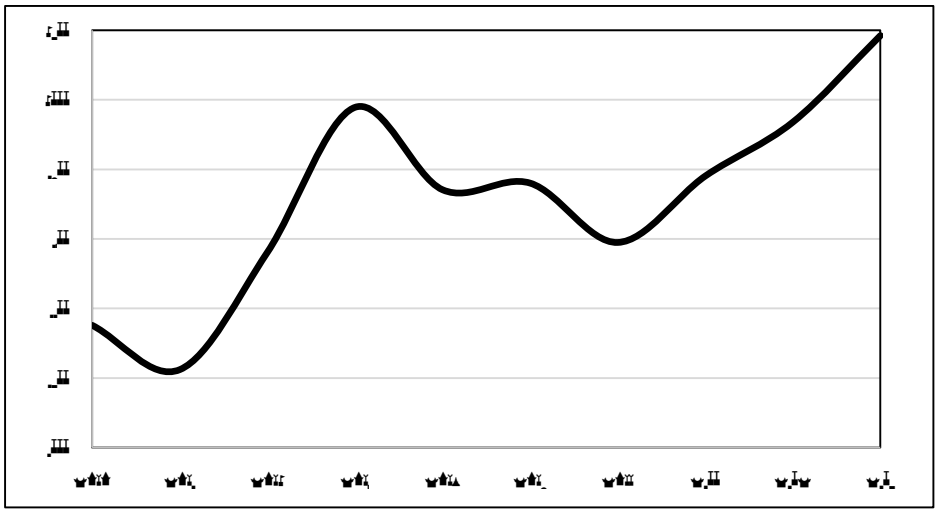
## ۴. نتایج و تجزیه و تحلیل

داده‌های به کار گرفته شده در این پژوهش به صورت سری زمانی فصلی و طی دوره زمانی (۳) ۱۴۰۳- (۱) ۱۳۹۳، از منابع آماری مختلف جمع آوری شده‌است. آمار مربوط به محصول ناخالص داخلی به قیمت ثابت ۱۴۰۰ و نیروی کار شاغل در استان اصفهان از درگاه مرکز آمار ایران جمع‌آوری شده‌است. آمار مربوط به تعداد گردشگران خارجی و داخلی از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان و موجودی سرمایه خالص به قیمت ثابت از اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران گردآوری شد.

در بررسی عوامل موثر بر رشد اقتصادی، متغیرهای زیادی می‌توانند وارد مدل شوند، اما اصل قلت متغیرهای توضیحی حکم می‌کند که برای توصیف واقعیت نباید از مدل‌های پیچیده‌ای که فاقد ارزش علمی هستند، استفاده کرد. از سویی، اگر متغیرهای کلیدی و اثرگذار وارد مدل نشوند، دچار خطای تصریح می‌شویم. هر چند یک مدل هیچگاه نمی‌تواند واقعیت را به صورتی که وجود دارد، نشان دهد. با استفاده از مبانی نظری و مدل پیشنهادی در بخش قبل، می‌توان از جمله متغیرهای اصلی و تاثیرگذار بررشد اقتصادی به نیروی کار، موجودی سرمایه خالص و تعداد گردشگران، اشاره کرد.

ابتدا در این بخش برای درک بهتر از ارتباط متغیرهای مورد استفاده در این پژوهش، ابتدا به بررسی روند این متغیرها در بازه زمانی ۱۴۰۲-۱۳۹۹ پرداخته می‌شود. در این پژوهش از محصول ناخالص داخلی به قیمت ثابت به عنوان نماینده رشد اقتصادی استفاده می‌شود. نمودار (۱)، روند محصول ناخالص داخلی استان اصفهان به قیمت ۱۴۰۰ را نشان می‌دهد.

**نمودار ۱- روند محصول ناخالص داخلی استان اصفهان به قیمت ۱۴۰۰ (هزار میلیارد ریال) در طی سال‌های ۱۴۰۲-۱۳۹۹**

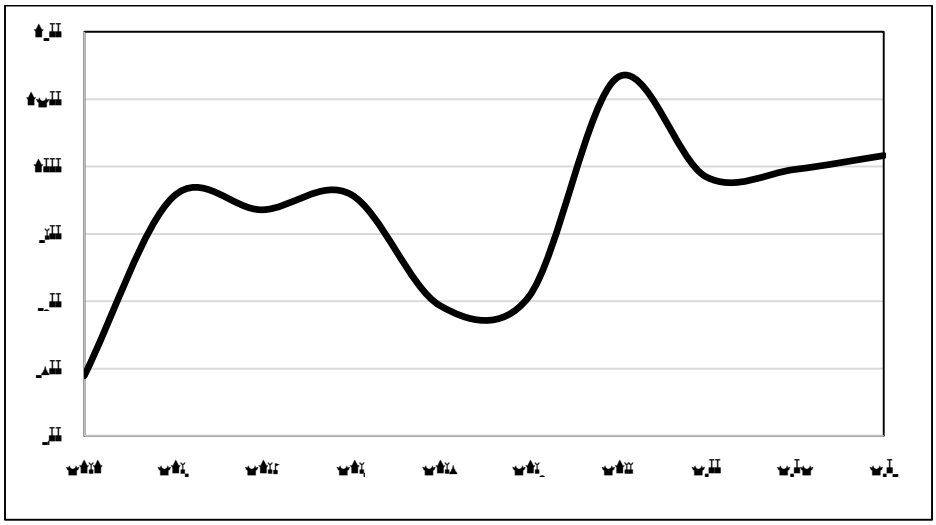


منبع: مرکز آمار ایران

با توجه به نمودار (۱)، محصول ناخالص داخلی استان اصفهان در سال ۱۳۹۴ کاهشی، سپس تا سال ۱۳۹۶ افزایشی بوده است. با خارج شدن آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷ و برگشت تحریم‌های ظالمانه، کیک اقتصادی استان اصفهان را هم تحت تاثیر گذاشت و روند محصول ناخالص داخلی به قیمت ثابت را تا سال ۱۳۹۹ نزولی کرد. سپس از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ این روند افزایشی شده است و مقدار محصول ناخالص داخلی استان اصفهان در نه ماهه ۱۴۰۳ بیش از ۵۰۰۰ هزار میلیارد ریال بوده است.

متغیرهای موجودی سرمایه و تعداد نیروی کار شاغل در استان اصفهان به ترتیب نماینده سرمایه و نیروی کار در تابع تولید پیشنهادی در این پژوهش هستند. نمودارهای (۲) و (۳) به ترتیب روند متغیر موجودی سرمایه خالص به قیمت ثابت ۱۴۰۰ و تعداد نیروی کار شاغل در استان اصفهان را نشان می‌دهند.

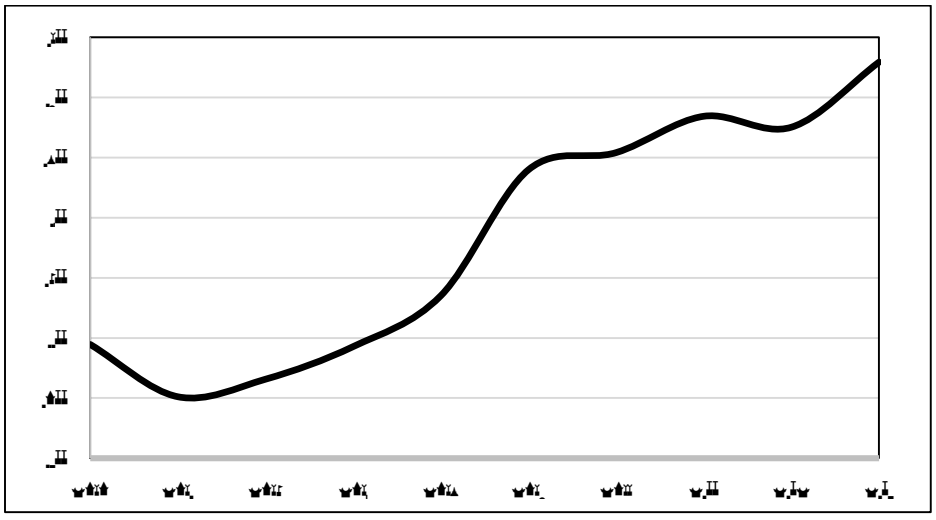
**نمودار ۲- روند موجودی سرمایه خالص به قیمت ثابت (هزار میلیارد ریال) در استان اصفهان طی سال‌های ۱۴۰۲-۱۳۹۹**



منبع: بانک مرکزی ج.ا.ا

با توجه به نمودار (۲)، روند موجودی سرمایه خالص به قیمت ثابت از ابتدای دوره مورد مطالعه تا سال ۱۳۹۶ با نوسانات قابل ملاحظه‌ای، صعودی بوده است. سپس در سال ۱۳۹۷ و با خارج شدن آمریکا از برجام و برگشت تحریم‌های ظالمانه علیه ایران، موجودی سرمایه خالص به شدت نزولی شده است. در سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ با جذب سرمایه‌های داخلی روند موجودی سرمایه افزایشی بوده است. از سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ موجودی سرمایه خالص در استان اصفهان دارای رشد نزدیک به صفر است به طوری‌که مقدار آن در نه ماهه ۱۴۰۳ به حدود ۲۴۰۰ هزار میلیارد ریال رسیده است.

**نمودار ۳- نیروی کار شاغل در استان اصفهان (هزار نفر) طی سال‌های ۱۴۰۲-۱۳۹۹**

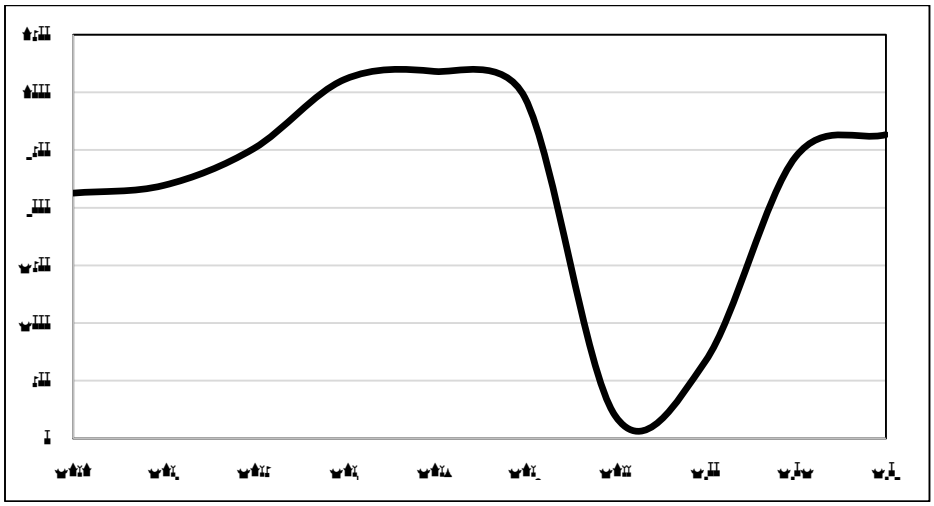


منبع: مرکز آمار ایران

با توجه به نمودار (۳)، روند نیروی‌کار شاغل در استان اصفهان در ابتدای دوره مورد مطالعه کاهشی و سپس با نوسانات قابل ملاحظه‌ای صعودی بوده است. به طوری‌که از حدود ۴/۴ میلیون نفر شاغل در سال ۱۳۹۳ به بیش از ۴/۸ میلیون شاغل در سال ۱۴۰۲ رسیده است. لازم به ذکر است تعداد شاغلین استان اصفهان در نه ماهه ۱۴۰۳ بیش از ۴/۹ میلیون نفر است.

همان‌طور که در مرور تئوری‌های اقتصادی مربوط به رشد اقتصادی بیان شد، صنعت گردشگری یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار بر رشد اقتصادی است. در این پژوهش از متغیر تعداد گردشگر به عنوان نماینده اصلی این صنعت استفاده می‌شود. نمودار (۴)، روند تعداد گردشگران داخلی و خارجی در استان اصفهان را نشان می‌دهد.

**نمودار ۴- روند تعداد گردشگران داخلی و خارجی (هزار نفر) در استان اصفهان طی سال‌های ۱۴۰۲-۱۳۹۹**



منبع: اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان

با توجه به نمودار (۴)، روند تعداد گردشگران در استان اصفهان از ابتدای دوره مورد مطالعه تا سال ۱۳۹۸ صعودی و تا مرز ۳ میلیون نفر در سال بوده‌است. در سال ۱۳۹۹ به دلیل شیوع بیماری کرونا و محدودیت‌های تردد و بازدید این تعداد به شدت کاهش یافته و به ۲۰۰ هزار نفر رسیده است. سپس در سال‌های بعد روند صعودی داشته است اما تعداد گردشگران تا نه ماهه سال ۱۴۰۳ به تعداد سال‌های قبل از کرونا فاصله زیادی دارد. لازم به ذکر است مجموع گردشگران داخلی و خارجی در نه ماهه ۱۴۰۳ حدود یک میلیون و ۸۵۰ هزار نفر می‌باشد. از دلایل کاهش گردشگران داخلی می‌توان به افزایش چشمگیر هزینه‌های سفر و خشک بودن رودخانه زاینده رود در اکثر روزهای سال نام برد. همچنین از مهمترین دلایل کاهش گردشگران خارجی می‌توان به درگیری‌های منطقه و تحریم‌های ظالمانه علیه ایران در سال‌های اخیر اشاره کرد.

پس از بررسی روند متغیرهای مورد استفاده در مدل پژوهش حاضر، در ادامه به نتایج حاصل از برآورد مدل با استفاده از رویکرد سری‌های زمانی ساختاری پرداخته می‌شود.

در روش‌های متعارف اقتصادسنجی قبل از برآورد مدل، داده‌ها بایستی از لحاظ مانایی مورد بررسی قرار گیرند. در برآورد مدل به روش سری‌های زمانی ساختاری به دلیل اینکه از مدل‌های ساختاری فضا- حالت در برآورد آن‌ها استفاده می‌شود نیازی به آزمون

مانایی نیست و این یکی از مزایای این روش نسبت به سایر روش‌هاست. در واقع دلیل اصلی آزمون مانایی این است که اطمینان حاصل شود که مرتبه تفاضل متغیرهای مورد بررسی تفاضل دوم نباشد.

در این پژوهش، ابتدا حالت‌های مختلف مدل با در نظر گرفتن وقفه‌ها و متغیرهای توضیحی گوناگون به کمک سری‌های زمانی ساختاری و بنابه حالت‌هایی که در قسمت روش‌شناسی تحقیق به آن اشاره شد، بررسی شد. سپس با توجه به آزمون راستنمایی مناسب‌ترین حالت برای ابرپارامترها، حالت تصادفی بودن سطح روند و ثابت بودن شیب تشخیص داده شد. به عبارت دیگر، ماهیت روند در تابع مورد نظر، از نوع مدل سطح نسبی با انتقال است. نتایج حاصل از برآورد عوامل موثر بر رشد اقتصادی در جدول (۲)، نشان داده شده‌است.

**جدول۲- نتایج حاصل از روش سری‌های زمانی ساختاری (متغیر وابسته (LGDPF))**

| متغیر | ضرایب | خطای استاندارد | آماره t |
|---|---|---|---|
| **LL** | ۰/۶۱۱۳۵ | ۰/۱۷۰۰۹ | ۳/۵۹۴۲* |
| **LK** | ۰/۹۹۳۹۴ | ۰/۲۹۶۹۹ | ۳/۳۴۶۷* |
| **LT** | ۰/۳۰۸۶۵ | ۰/۱۰۰۷۶ | ۳/۰۶۳۳* |
| **Level break 1394(1)** | -۰/۱۵۷۷۳ | ۰/۰۱۳۴۹ | -۱۱/۶۸۸۱* |
| **Level break 1399(1)** | -۰/۱۵۵۸۹ | ۰/۰۱۵۱۵ | -۱۰/۲۹۰۹* |
| **تحلیل بردار حالت دوره (۳)۱۴۰۳** | | | |
| **سطح** | ۱۲/۳۹۷۴* | **شیب** | ۰/۰۰۷۱ |
| **ابرپارامترها (مدل سطح نسبی)** | | | |
| **سطح** | ۰/۰۰۱۳ | **جزءنامنظم** | ۰/۰۰۰۱ |
| **معیارهای خوبی برازش** | | | |
| $\mathbf{LR = 0/96}$ | $\mathbf{p.e.v = 0/001}$ | $\mathbf{\bar{R}^2 = 0/97}$ | $\mathbf{R^2 = 0/98}$ |

* سطح احتمال ۵ درصد آماره t

ماخذ: یافته‌های پژوهش

باتوجه به جدول (۲)، همه متغیرها در سطح ۵ درصد معنی‌دار هستند. نرم افزار به طور خودکار سال‌هایی که شکست در سطح اتفاق افتاده است را نشان می‌دهد. علامت ضرایب منفی نشان دهنده کاهش نرخ رشد اقتصادی می‌باشد. در فصل بهار سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۹ شکست ساختاری در سطح متغیر رشد اقتصادی صورت گرفته است. از دلایل اصلی شکست ساختاری در این سال‌ها می‌توان به ترتیب به افزایش تحریم‌های اقتصادی و همه گیری ویروس کرونا در اوایل سال ۱۳۹۹ اشاره کرد. همان‌طور که قبلاً بیان شد در مدل مورد بررسی، همه متغیرها به‌صورت لگاریتمی هستند، بنابراین ضرایب برآورد شده نشان دهنده کشش‌ها هستند.

با توجه به جدول (۲)، متغیرهای نیروی کار، سرمایه و تعداد گردشگران استان اصفهان اثر مثبت و معنی‌داری بر رشد اقتصادی استان اصفهان دارند به طوری‌که با افزایش ده درصد نیروی کار، سرمایه و تعداد گردشگران به ترتیب رشد اقتصادی ۶/۱ درصد، ۹/۹ و ۳/۱ درصد افزایش می‌یابد. براساس مبانی نظری مطرح شده در قسمت قبل و همچنین تئوری‌های موجود در ادبیات اقتصادی موجود در رشد اقتصادی، دو عامل نیروی کار و سرمایه از عوامل مهم رشد اقتصادی در اکثر مطالعات محسوب می‌شوند. علاوه بر این همانطور که از نتایج پژوهش حاضر مشخص شد، گردشگری در استان اصفهان یکی دیگر از عوامل موثر در کنار دو عامل نیروی کار و سرمایه است که تاثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی این استان دارد.

## ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به اهمیت رشد اقتصادی بر رفاه جامعه و همچنین ضرورت برآورد صحیح عوامل موثر بر آن، در پژوهش حاضر به بررسی ارتباط گردشگری و رشد اقتصادی در استان اصفهان با استفاده از سری‌های زمانی ساختاری و مفهوم روند ضمنی طی دوره زمانی (۳) ۱۴۰۳- (۱) ۱۳۹۳ پرداخته شد.

در این پژوهش با استفاده از مدل‌های سری زمانی ساختاری و بکارگیری فیلتر کالمن اثر گردشگری و سایر متغیرهای اثرگذار بر رشد اقتصادی استان اصفهان مانند موجودی سرمایه خالص و اشتغال نیروی کار بررسی شد. مدل سری‌های زمانی ساختاری این قابلیت را دارد که در کنار عوامل قابل مشاهده نظیر نیروی کار، موجودی سرمایه و گردشگری، عوامل غیرقابل مشاهده نظیر تغییرات ساختاری در اقتصاد، عوامل اجتماعی و فرهنگی را در مدل لحاظ کند. به عبارت دیگر در این مدل بر خلاف سایر مدل‌های متعارف که عوامل غیر قابل مشاهده را به صورت ثابت و خطی در نظر می‌گیرد، آن‌ها را متغیری تصادفی در نظر می‌گیرد و برای برآورد آن از الگوریتم فیلتر کالمن استفاده می‌نماید. براساس نتایج مدل‌سازی به روش سری‌های زمانی ساختاری، ماهیت روند غیر هموار و مدل دارای سطح تصادفی و شیب ثابت است، به عبارت دیگر مدل از نوع مدل سطح نسبی با انتقال است.

براساس یافته‌های پژوهش حاضر، نتایج برآورد مدل سری‌های زمانی ساختاری نشان می‌دهد که ضرایب همه متغیرها معنادار و مثبت است و با افزایش ده درصد نیروی کار، سرمایه و تعداد گردشگران به ترتیب رشد اقتصادی ۶/۱ درصد، ۹/۹ و ۳/۱ درصد افزایش می‌یابد. بنابراین عامل گردشگری در کنار عوامل نیروی کار، سرمایه و سایر عوامل غیرقابل مشاهده (که به صورت ضمنی وارد مدل شده است)، عامل مهم و تاثیرگذار بر رشد اقتصادی استان اصفهان است. از این‌رو توجه به جذب گردشگر و افزایش پتانسیل‌های گردشگری در استان اصفهان باید بیشتر مورد توجه مسئولین و سیاست گذاران قرار گیرد تا از این طریق علاوه بر ایجاد شغل و افزایش درآمد در استان اصفهان، منجر به افزایش رشد اقتصادی به عنوان یکی از مولفه‌های رفاه جامعه شود.

## منابع و ماخذ


ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی‌زاده، عبداله. (۲۰۰۹). تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT . *مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه ای*، دوره ۱، شماره ۱، صص: ۱۲۸-۱۰۷

آچاک، آرمین، حمیدی، بابایی همتی و روشن. (۱۳۹۳). توسعه اقتصاد گردشگری مبتنی بر الگوی آمیخته بازاریابی (مطالعه موردی: شهرستان قزوین). *فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری*، ۲(۶)، صص: ۵۳-۳۷.

بزازان، فاطمه؛ اسماعیلی، مهناز و فارسی، فرشته (۱۳۹۹). اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به استان خراسان رضوی. *پژوهشنامه‌ی اقتصادی*، سال ۲۰، شماره ۷۶، صص: ۸۸-۵۰.

چیت نیس، مونا (۱۳۸۴)، برآورد کشش قیمتی تقاضای بنزین با استفاده از مدل سری زمانی ساختاری و مفهوم روند ضمنی، فصلنامه‌ی پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال پنجم، صص: ۱۶-۱.

حاضری، هاتف، نظافت تکله، بهروز (۱۴۰۲)، توسعه اقتصادگردشگری شهرستان سرعین با استفاده از مدل کرچنر و gam. *جغرافیا و روابط انسان*. دوره ۶، شماره ۲، صص: ۶۷۵-۶۶۲.

حقیقت، جعفر، معصوم زاده، سارا، (۱۳۹۹). بررسی اثر غیر خطی گردشگری سلامت بر رشد اقتصادی ایران: رهیافت خود رگرسیون با وقفه‌های توزیعی. *مجله راهبردهای مدیریت در نظام سلامت*. دوره ۵، شماره ۲، صص: ۱۰۰-۸۹.

دشتبان فاروجی, مجید، خشنودی،عبدالله، دشتبان فاروجی، سحر. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین کیفیت خدمات گردشگری و رشد اقتصادی بلندمدت در قالب یک الگوی رشد درون زا. *فصلنامه اقتصاد و الگوسازی*. سال ۸، شمارهٔ ۳، صص: ۱۵۰-۱۲۵.

راسخی، سعید؛ (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری کشورهای حوزه دریای خزر، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره۱۲، شماره ۳۸.

شاکری، عباس، محمدی، تیمور، جهانگرد، اسفندیار و میرحسن موسوی (۱۳۸۹)، تخمین مدل‌سازی تقاضای بنزین در بخش حمل و نقل ایران، فصل‌نامه مطالعات اقتصاد انرژی، سال هفتم، صص: ۲۸-۱.

شریفی رنانی، حسین؛ صفایی شکیب، مریم و عمادزاده، مصطفی(۱۳۸۸). بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران در سال‌های(۱۳۶۸-۱۳۸۷)، *فصلنامه اقتصاد مالی*، سال سوم، شماره ۶، بهار ۱۳۸۸، صص: ۱۷-۱.

فاطمی نسب، سید حسین، حاجی‌ها، زهره، امام وردی، قدرت اله، باغانی، علی. (۱۴۰۱). اثر تعاملی توسعه مالی وگردشگری بر رشد اقتصادی در ایران. پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی. سال ۱۲، شماره ۴۷، صص: ۹۶-۷۷.

فروزان, میر امیر. (۲۰۲۴). مروری بر اثرات اقتصادی صنعت گردشگری. *جغرافیا و روابط انسانی*, ۶(۳),صص: ۳۰۴-۳۱۶.

کمالی، مهدی، آسایش، حمید، آریان مهر، یحیی. (۱۴۰۱). ضرورت توجه به گردشگری جهت تحقق رشد اقتصادی در برنامه هفتم توسعه. *فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی*. ۱۵، (۱)، صص: ۱۱۲-۹۵.

کهن‌هوش نژاد، روح‌الله و فیروزی، زهرا. (۱۴۰۳). نقش گردشگری در رشد اقتصادی ترکیه طی سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰. *فصلنامه علمی مطالعات خاورمیانه*. سال ۳۱، شماره ۶۲، صص: ۴۱-۶۸.

نرگسی، شهین؛ بابکی، روح الله و عفتی، مهناز (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۶۸-۱۳۹۵). *فصلنامه اقتصاد مالی*، شماره۴۴، صص: ۶۷ـ۴۱.

Ağazade, S., Tükenmez, E. G., & Uzun, M. (2023). Is the volatility of international tourism revenues affected by tourism source market structure? An empirical analysis of Turkey. *Tourism Economics*, 29(2), 291-304.

Akadiria, H., Seyi Saint; Kayode Kolawole Eluwole, Ada Chigozie Akadiri, Turgay Avci, (2019) “Does Causality Between Geopolitical Risk, Tourism and Economic Growth Matter? Evidence from Turkey”. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 526-537.

Butcher, G., Fairweather, J., & Simmons, D. (2003). *The economic impact of tourism on Christchurch city and Akaroa Township*.

Cortés-Jiménez, I., & Pulina, M. (2006). A further step into the ELGH and TLGH for Spain and Italy.

Eugenio-Martin, J. L., Morales, N. M., & Scarpa, R. (2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: A panel data approach. 26.

Furmolly, A. W. (2017). The role of tourism on the economic. Master's thesis, *Dokuz Eylül University*. İzmir.

Gupta, A., Zhu, H., Bhammar, H., Earley, E., Filipski, M., Narain, U., Spencer, P., Whitney, E. & Taylor, J.E. (2023). *Economic impact of nature-based tourism.* Plos One, Vol. 18, No. 4, P. 1-16

Harvey A.C. (1989). Forecasting, Structural Time Series Models and The Kalman Filter. Cambridge University Press, Cambridge, UK.

Hasanli, Y., Rahimli, G. & Salihova, S. (2021). Economic impact of tourism in Azerbaijan: a sam-based muliplier model. (P. 151). *70th International Scientific Conference on Economic and Social*. Baku, Azerbaijan, June 2021.

Khoshnevis Yazdi, S.; Salehia, K. H.; Soheilzada, M. (2015). The Relationship between Tourism, Foreign Direct Investment Andeconomic Growth: Evidence from Iran, *Current Issues in Tourism*, 20(1): 15-26.

Khoshnevis Yazdi, S. and Mastorakis, N. (2014). Tourism Development and Economic Growth in Iran: Using ARDL Bounds Tests, Advances in Economics, *Law and Political Sciences*, 172-180.

Kumar, V. & Rishika, N. (2015). Financial Sector Development, Foreign Direct Investment and Economic Growth in India: An Empirical Analysis. *Asian Journal Research in Banking and Finance*, 7, 179- 196.

Leitao, N. C (2011). Tourism and Economic Growth: a Panel Data Approach. http://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/1/453/10400.15/NunolLeitao_APE_2011.pdf

Marin, D. (1992). Is The Export-Led Hypothesis Valid for Industrializae Countries? Review of Economics and statistics, 74, 678-688.

Paramati, S. R., Alam, M. S., & Chen, C. F. (2017). The effects of tourism on economic growth and CO2 emissions: a comparison between developed and developing economies. *Journal of Travel Research*, 56(6), 712-724.

Pata, U. (2020). Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: Bootstrap ARDL yaklaşımı ve asimetrik nedensellik testi ile sektörel bir analiz. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 590-611.

Safdari, M., AbouieMehriz, M. & Elahi, M (2012). Impact of Tourism Spending on Economic Growth in Iran. *American Journal of Scientific Reaserch,* 48, 68-73.

Saint Akadiri, S., Eluwole, K. K., Akadiri, A. C., & Avci, T. (2020). Does causality between geopolitical risk, tourism and economic growth matter? Evidence from Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 273-277.

Souza, T.V.S.B., Thapa, B., Rodrigues, C.G.O. & Imori, D. (2019). Economic impacts of tourism in protected areas of Brazil. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 27, No. 6, P 735-749.

United Nations World Tourism Organization, (2018). World Tourism Barometer, 2018 Report. Madrid: UNWTO.

UNWTO (2018). Yearbook of tourism statistics, at.http://statistics.unwto.org/content/yearbook-tourism-statistics.

World Travel and Tourism Council (2019). The economic impact of tourism. London: WTTC.

# تحلیلی نو پیرامون مقاصد جدید گردشگری در حوضه زاینده رود (ارزیابی شهر فولادشهر بر اساس شاخص های موسسه جهانی شهرهای دوستدار گردشگر URBACT[1])

**دکتر رضا مختاری ملک ابادی** ، دانشیار گروه گردشگری ، گروه گردشگری ، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی ، دانشگاه اصفهان ، اصفهان ، ایران
r.mokhtari@geo.ui.ac.ir

**فاطمه عباسی مهر**، دانشجوی کارشناسی ارشد رشته گردشگری ، گروه گردشگری ، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی ، دانشگاه اصفهان ، اصفهان ، ایران
f.abbasimehr@geo.ui.ac.ir

## چکیده

گردشگری نه تنها ابزاری برای تبادل فرهنگی و اجتماعی میان ملت‌ها محسوب می‌شود، بلکه نقشی کلیدی در توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های پایدار دارد. توسعه گردشگری در هر منطقه نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی، طبیعی و تاریخی است. یکی از راهبردهای جهانی برای توسعه پایدار گردشگری، پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر است که از سال ۲۰۰۲ با همکاری موسسه URBACT ایجاد شده و شهرهای متعددی در سراسر جهان به آن پیوسته‌اند. این شبکه با ارائه استانداردهای مشخص، زمینه‌ساز بهبود کیفیت خدمات گردشگری، افزایش رضایت گردشگران و تقویت مشارکت جامعه محلی در فرایند توسعه گردشگری می‌شود. پژوهش حاضر، با هدف بررسی امکان پیوستن فولادشهر به این شبکه، بر اساس استانداردهای URBACT طراحی شده است. هدف این تحقیق، بررسی راهکارهای پیوستن فولادشهر به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر بر اساس استانداردهای سایت URBACT است. فولادشهر به‌عنوان یک شهر صنعتی و جدید با ویژگی‌های خاص خود، پتانسیل تبدیل شدن به یک مقصد گردشگری را داراست. برای دستیابی به این هدف، از مدل‌های تحلیل CLA، TOPSIS،SWOT ، تحلیل توصیفی، تحلیل عاملی و سایر مدل‌های آنالیز چندمتغیره استفاده شده است. نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهند که فولادشهر در حال حاضر از زیرساخت‌های گردشگری کافی برخوردار نیست، اما فرصت‌های زیادی برای توسعه در این زمینه وجود دارد. به‌ویژه محله‌های تجاری و خدماتی فولادشهر، به دلیل زیرساخت‌های قوی‌تر، دارای اولویت برای توسعه گردشگری هستند. همچنین، نتایج نشان می‌دهند که فولادشهر باید بر بهبود زیرساخت‌ها، کیفیت خدمات، امنیت، حفظ محیط زیست و رضایت جامعه محلی تمرکز کند. این عوامل تاثیر قابل توجهی در جذب گردشگران دارند. در نهایت، با استفاده از پتانسیل‌های موجود در گردشگری ورزشی و صنایع دستی، فولادشهر می‌تواند به یک مقصد چند بعدی تبدیل شود و با اجرای استراتژی‌های جامع، به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر بپیوندد.

**واژگان کلیدی:** شهرهای دوستدار گردشگر، URBACT، توسعه گردشگری، فولادشهر

---

URBACT-1 یک برنامه اروپایی برای تبادل و یادگیری است که توسعه پایدار شهری را ترویج می کند و به شهرها کمک میکند تا با یکدیگر همکاری کنند و راه حل های عملی، نوآورانه و پایدار را در مواجهه با مشکلات ارائه دهند. بیش از ۱۵ سال است که این برنامه با اهداف مذکور در شهرهای سراسر اروپا اجرا می شود و شامل ۵۵۰ شهر، ۳۰ کشور و ۷۷۰۰ ذینفع محلی فعال است.

### ۱. مقدمه

شهرها، به‌عنوان بستر زندگی اجتماعی و اقتصادی، نقش کلیدی در توسعه پایدار ایفا می‌کنند. هرچند بسیاری از شهرها با اهداف مشخصی طراحی و توسعه یافته‌اند، اما با گذر زمان، پتانسیل‌های پنهانشان آشکار می‌شود. فولادشهر، یکی از شهرهای جدید کشور، در ابتدا برای سکونت کارگران صنایع سنگین در شهرستان لنجان شکل گرفت. اما مهاجرپذیری بالای آن، زمینه‌ساز حضور اقوام و فرهنگ‌های متنوعی شد که این شهر را به "ایران کوچک" تبدیل کرده است.

حضور این تنوع فرهنگی، همراه با جاذبه‌هایی همچون باشگاه فرهنگی-ورزشی ذوب‌آهن و ورزشگاه آن، ظرفیت بالقوه‌ای برای جذب نسل جدید گردشگران، به‌ویژه علاقه مندان به ورزش، ایجاد کرده است. علاوه بر این، برخلاف بسیاری از شهرهای جدید که دچار بحران هویت می‌شوند، فولادشهر با داشتن محله‌ها و بناهای قدیمی و تنوع قومی، حس تعلق خاصی در شهروندان خود ایجاد کرده است.

این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که فولادشهر، با برنامه‌ریزی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های خود، می‌تواند به شهری گردشگرپذیر و دوستدار گردشگر تبدیل شود؛ شهری که نه‌تنها برای ساکنانش، بلکه برای بازدیدکنندگان نیز تجربه‌ای ارزشمند خلق کند.

این پروژه به بررسی ظرفیت‌های فولادشهر برای تبدیل‌شدن به یک شهر دوستدار گردشگر می‌پردازد و تلاش می‌کند با نگاهی جامع، امکانات و محدودیت‌های این منطقه را شناسایی کند. هدف این مطالعه، ارائه راهکارهایی عملی برای تبدیل این شهر به یک مقصد گردشگری جدید است، به‌طوری‌که بتواند هم‌راستا با نیازهای ساکنان و بازدیدکنندگان، به جایگاهی شایسته در نقشه گردشگری کشور دست یابد.

## ۲. مروری بر تحقیقات گذشته

### ۲,۱) داخلی

۱. عبداله زاده فرد و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «شهر دوستدار توریست با رویکرد به میراث فرهنگی-باستانی شهر شیراز»، به بررسی نقش گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع کلیدی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پرداخته‌اند. این مطالعه با تأکید بر شهر شیراز و جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، و آداب و رسوم آن، به تحلیل پتانسیل‌های این منطقه در تبدیل شدن به قطب گردشگری ملی و بین‌المللی می‌پردازد. در این پژوهش، ضمن بررسی مبانی نظری، بناها و معماری دوره‌های مختلف تاریخی شیراز به‌عنوان نمونه‌های موردی مورد مطالعه قرار گرفته است. نتایج تحقیق محدودیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری را مشخص کرده و راهکارها و پیشنهاداتی برای رفع این نواقص و تبدیل شیراز به یک شهر دوستدار توریست ارائه می‌دهد.

۲. افشاری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان "تبیین الگوی مفهومی از شهر دوستدار گردشگر با تأکید بر عناصر فضایی شهر مشهد"، به بررسی ظرفیت‌های مشهد برای تبدیل به یک شهر دوستدار گردشگر پرداختند. در این تحقیق، علاوه بر مطالعات کتابخانه‌ای، از پرسشنامه‌ها و مشاهدات میدانی در ۱۹ نقطه از شهر استفاده شد. نتایج نشان داد که حدود ۶۵ درصد از پاسخ‌های گردشگران نسبت به شاخص‌های شهر دوستدار گردشگر منفی بوده است و مؤلفه‌های فضایی از نظر آنها رضایت‌بخش نبوده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از AHP و GIS نشان داد که بیشترین رضایت در منطقه مرکزی مشهد و اطراف حرم ثبت شده است، اما مشکلاتی نظیر حمل‌ونقل عمومی ضعیف و احساس عدم ایمنی از سوی گردشگران مطرح شده است. نتایج پژوهش حاکی از اولویت تقویت خدمات رفاهی و کاربری‌های خدماتی در این شهر است.

۳. قهرمان و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان "تحلیل اولویت‌های گردشگری و دلالت‌های راهبردی آن در توسعه شهری مشهد"، به بررسی مدل‌های توسعه گردشگری در مشهد از منظر اقتصاد سیاسی پرداختند. این تحقیق با هدف شناسایی کارکرد و نقش سیاسی شهر مشهد در سطح ملی و تحلیل گروه‌های ذینفع، از تکنیک ویکور برای رتبه‌بندی برنامه‌های توسعه گردشگری

استفاده کرد. نتایج نشان داد که توسعه گردشگری سلامت و گسترش پروژه‌های تفریحی در مشهد و اطراف آن در رتبه‌های بالاتر قرار دارند، به‌طوری که گردشگری سلامت با معیار گروه‌های ذی‌ربط دارای رتبه اول و پروژه‌های تفریحی دارای رتبه دوم در این مطالعه بودند.

۴. سجاسی قیداری و کامرانی فر( ۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان "برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی کلانشهر مشهد"، به بررسی مزیت‌های رقابتی گردشگری مذهبی مشهد پرداختند. این پژوهش با استفاده از روش تحقیق توصیفی و تحلیلی و مدل SWOT، تلاش کرده است زمینه‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در مشهد را استخراج کند. نتایج نشان داد که برای تبدیل مشهد به یک قطب گردشگری مذهبی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، راهبرد تهاجمی مناسب‌ترین انتخاب است. تحلیل داده‌ها از طریق ۲۳ نفر از خبرگان حوزه گردشگری مذهبی نشان داد که نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در زمینه توسعه گردشگری مذهبی مشهد شناسایی شده و بر اساس آن سه استراتژی کلیدی برای توسعه این بخش پیشنهاد شد.

۵. سلیمانیان و فنی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان "ارزیابی عوامل مؤثر بر گردشگری در بافت تاریخی با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌مبنا (محدوده موردمطالعه: شهر بابلسر)" به بررسی نقش بازآفرینی فرهنگی در توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی پرداختند. هدف این پژوهش کاربردی، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی شهر بابلسر با استفاده از روش جمع‌آوری داده‌های کمی از طریق پرسشنامه بود. نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر نشان داد که بازآفرینی بافت تاریخی با رویکرد فرهنگی، عاملی کلیدی در توسعه گردشگری پایدار در شهر بابلسر است. همچنین تقویت فرهنگ بومی، صنایع دستی سنتی و حفظ ساختمان‌های تاریخی از جمله عوامل مؤثر بر این توسعه هستند. با وجود فرصت‌های منحصربه‌فرد این بافت‌ها از منظر جاذبه‌های معماری و سنت‌های تاریخی، مشکلاتی مانند کمبود زیرساخت‌های گردشگری و محدودیت‌های مدیریت شهری می‌توانند موانع مهمی برای فعال‌سازی ظرفیت‌های گردشگری در این منطقه باشند

۶. شاکرمی و اجزا شکوهی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی توسعه شهرهای جدید در ایران به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه شهر جدید پردیس پرداخته‌اند. این پژوهش با استفاده از تکنیک SWOT-Meta موقعیت پردیس را در نقشه رقابتی با سایر شهرهای جدید مانند پرند و اندیشه تحلیل کرده است. نتایج نشان می‌دهند که پردیس به دلیل مشکلات زیرساختی و اقتصادی در مقایسه با رقبا جایگاه کمتری دارد، اما پتانسیل بالایی برای جمعیت‌پذیری و رشد در آینده دارد.

۷. درویشی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی نیاز به مدیریت و برنامه‌ریزی سیستمی گردشگری پایدار در کلان‌شهرهای ایران پرداختند. آن‌ها تأکید دارند که گردشگری به‌عنوان یک پدیده میان‌بخشی به همکاری تمامی نهادهای حاکمیتی، به‌ویژه نهادهای امنیتی، نیاز دارد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که برای اجرای موفق گردشگری پایدار در کلان‌شهرها، باید دولت در سطوح قانون‌گذاری و اجرایی فعالانه نقش ایفا کند.

۸. آقاعلیخانی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به بررسی نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهر رامسر پرداختند. نتایج نشان داد که رامسر با پتانسیل‌های جغرافیایی و طبیعی خود می‌تواند مقصد گردشگری مهمی باشد، اما ضعف در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، اثرات منفی زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی به دنبال داشته است. این تحقیق با استفاده از روش‌های دلفی و تاپسِیس، اهمیت مدیریت شهری در تعامل بین جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت را به‌عنوان عامل کلیدی در توسعه پایدار گردشگری رامسر معرفی کرده است.

۹. مهابادی و مختارزاده (۱۴۰۱) در پژوهشی به تحلیل و ارزیابی ویژگی‌های «شهر شاد» در فولادشهر پرداخته‌اند و هدف آن‌ها شناسایی عواملی است که بر شادی و کیفیت محیطی محلات تاثیرگذار هستند. در این تحقیق، به مشکلاتی چون کمبود فضاهای عمومی، ناامنی، عدم زیبایی بصری، و آلودگی محیطی در محله‌های فولادشهر اشاره شده که باعث کاهش میزان شادی و نشاط شهروندان شده است. از تحلیل داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و تکنیک تصمیم‌گیری TOPSIS مشخص شده که محله A۲ در رتبه اول و محله C۷ در رتبه ۱۹ قرار دارند. عواملی مانند توسعه بی‌برنامه، عدم توجه به هویت محله‌ها، کمبود کاربری‌های مورد

نیاز، و نداشتن فضاهای تفریحی به کاهش شادی شهروندان منجر شده است. در نهایت، پیشنهاداتی برای ارتقاء کیفیت زندگی و دستیابی به پایداری محله‌ها ارائه شده است، از جمله تقویت زیرساخت‌ها، ایجاد فضاهای اجتماعی شاد، و تقویت مشارکت مردمی.

**۲,۲) خارجی**

۱. Yildizو همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «روندهای کنونی در توسعه گردشگری شهری» به بررسی اهمیت هماهنگی میان معماری و دیگر رشته‌ها در توسعه گردشگری با هدف تداوم ارتباط گذشته و آینده پرداخته‌اند. این تحقیق به همکاری معماران و طراحان شهری با علوم اجتماعی در حوزه گردشگری شهری اشاره دارد و نمونه‌هایی از فعالیت‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی مانند بازتبدیل مناطق بندری، ایجاد موزه‌های جدید، استفاده مجدد از ساختارهای تاریخی، رویکردهای نوآورانه در خدمات اقامتی و مسابقات معماری را مورد بررسی قرار می‌دهد. همچنین رویدادهایی نظیر جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنسرت‌ها و فعالیت‌های شهری دیگر نیز تحلیل شده است. این مقاله پروژه‌های جاری استانبول را به‌عنوان یک شهر مهم جهانی مورد مطالعه قرار داده و با نگاهی چندبعدی به بررسی محورهای حرکت شهری، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی پرداخته است. هدف اصلی تحقیق، ارائه نکات متنوع و توسعه همکاری‌های چندرشته‌ای در زمینه گردشگری شهری است.

۲. Anuar و همکاران (2013) در پژوهشی با عنوان سیاست‌ها و استراتژی‌های توسعه گردشگری در راستای مقصد گردشگری دوستدار گردشگر در کوالالامپور، به بررسی مفهومی پرداخته است که از طریق بهره‌برداری حداکثری از ابعاد فضا، فعالیت‌ها و محصولات، رضایت گردشگران را بدون هیچ‌گونه وقفه یا مشکلی فراهم می‌آورد. هدف این مطالعه، تحلیل سیاست‌ها و استراتژی‌های گردشگری در سطوح ملی و ایالتی به‌منظور تعیین جهت و چشم‌اندازهای توسعه کوالالامپور به‌عنوان یک مقصد دوستدار گردشگر است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های اتخاذشده در سطح ملی قابلیت اجرا در سطح ایالتی را دارند و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری باید بر اساس برنامه‌های مشخص پیش برود. اگرچه در سطح ملی سیاست‌گذاری منسجمی وجود ندارد، اما برنامه‌ریزی‌ها در سطح ایالتی با اصلاحات و انطباق با وضعیت کنونی ادامه دارند. این پژوهش تأکید می‌کند که در کوالالامپور، برنامه‌ریزی و مدیریت مطابق با مفهوم «شهر دوستدار گردشگر» بدون مشکل خاصی و هماهنگ با سیاست‌ها و استراتژی‌های ملی و ایالتی انجام می‌شود.

۳. Gelbman و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان «گردشگری در صنعت در شهرهای پساصنعتی»، به بررسی توسعه گردشگری صنعتی به‌عنوان نتیجه‌ای از علاقه و کنجکاوی مردم نسبت به فرآیندهای کاری و تولیدی در کارخانه‌ها پرداخته است. این پدیده که در کشورهای مختلف جهان از جمله اسرائیل در حال گسترش است، به‌عنوان بخشی از فرآیندهای جاری در شهرهای پساصنعتی مورد تحلیل قرار گرفته است. مقاله ابتدا مفهوم «گردشگری در صنعت» را تعریف کرده و ارتباط آن با شهرهای پساتولیدی را بررسی می‌کند. سپس، مطالعات موردی گردشگری صنعتی در کشورهای مختلف را شرح داده و اطلاعات کلی درباره ویژگی‌های گردشگری در اسرائیل ارائه می‌دهد. در بخش پایانی، سه مطالعه موردی از گردشگری صنعتی در اسرائیل معرفی و تحلیل شده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری صنعتی در اسرائیل بخشی از فرآیندهای تحولی شهرهای پساتولیدی است و ویژگی‌های این نوع گردشگری را از طریق نمونه‌های موردی بررسی می‌کند.

۴. Andari و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «نقش گردشگری سبز در ایجاد گردشگری شهری پایدار» به بررسی تأثیرات گردشگری سبز بر توسعه پایدار گردشگری پرداخته‌اند. این تحقیق بر اصول گردشگری سبز تأکید دارد که بر حفاظت و حفظ طبیعت متمرکز است. بندانگ، پایتخت جاوه غربی، به‌عنوان نمونه موردی این پژوهش انتخاب شده است. روش تحقیق شامل نظرسنجی توصیفی و تبیینی بوده و داده‌ها از طریق پرسشنامه، مشاهده و مصاحبه با گردشگران داخلی جمع‌آوری شده است. نتایج نشان می‌دهد که بندانگ به‌عنوان یک مقصد سبز مورد توجه قرار گرفته و در توسعه آن برای حفظ محیط‌زیست طبیعی و حیات اکوسیستم تلاش شده است. این توسعه پایدار نه‌تنها به سلامت بلندمدت اکوسیستم کمک کرده، بلکه از اقتصاد محلی و کسب‌وکارها حمایت کرده و رفاه جامعه را افزایش داده است. همچنین، نتایج نشان دادند که گردشگری سبز در بندانگ به حفظ تنوع فرهنگی و رضایت گردشگران از تعامل با طبیعت و فرهنگ محلی کمک کرده است.

## ۳. روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع تحقیقات کمی-کیفی است که بر اساس تدوین شاخص‌ها و مانیفست شبکه شهرهای بین‌المللی URBACT انجام شده است. در گام نخست، شاخص‌های مرتبط استخراج و سپس بر اساس پرسشنامه استاندارد، داده‌ها از ۳۱ نفر از متخصصین گردآوری و تحلیل شده‌اند. شایان ذکر است که در تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌های مختلفی مانند تحلیل توصیفی، میانگین جامعه، مدل SWOT، تحلیل علی لایه‌ای، مدل TOPSIS، تحلیل عاملی و سایر مدل‌های آنالیز چندمتغیره استفاده شده است. این تحلیل‌ها در سطح جامعه آماری ۱۴۲۵۰۰ هزار نفری شهر فولادشهر به دست آمده اند.

## ۴. مبانی نظری

### ۱,۴) تعاریف و کلیات

#### ۱,۱,۴) شهرهای دوستدار گردشگر

شهرهای دوستدار گردشگری به‌عنوان یک رویکرد نوین در حوزه گردشگری شناخته می‌شوند که هدف اصلی آن‌ها پاسخگویی به نیازها و رضایت گردشگران است. این مفهوم به این معناست که گردشگران باید فرصت انتخاب و کشف تجربیات جدید در طول سفر خود را داشته باشند. از سوی دیگر، مفهوم "شهر دوستدار گردشگر" به‌عنوان یک استراتژی برای ارائه تجربیات تازه در صنعت گردشگری مطرح است، زیرا مقاصد گردشگری که قبلاً به‌عنوان تقاضا برای سفر شناخته می‌شدند، حالا به عرضه‌کنندگان تجربیات جدید تبدیل شده‌اند. در دنیای امروز، گردشگران تمایل دارند به مقصدهایی سفر کنند که نیازهای آن‌ها به راحتی و به‌طور مداوم تأمین شود. مقصدهایی که به‌عنوان شهرهای دوستدار گردشگر شناخته می‌شوند، به‌عنوان رویکردی برای ترویج و توسعه گردشگری در سطح جهانی مطرح هستند. توسعه این مفهوم نیازمند ارزیابی دقیق دیدگاه‌های گردشگران در هر منطقه است تا بر اساس آن برنامه‌ریزی‌های خاص صورت گیرد.

مفهوم شهر یا مقصد دوستدار گردشگر به‌ویژه به دلیل پاسخگویی به پنج نیاز کلیدی شکل گرفته است: اول، تغییر در مفهوم گردشگری؛ دوم، افزایش ظرفیت گردشگری؛ سوم، انگیزه دادن به گردشگران برای انتخاب نوع و مقصد سفر؛ چهارم، تغییر در سلیقه‌های گردشگران؛ و پنجم، مشارکت مؤثر بخش‌های خصوصی و دولتی در توسعه گردشگری. بنابراین، مفهوم شهر یا مقصد دوستدار گردشگر به‌عنوان یک سیستم پیچیده‌تر از گردشگری شهری با توجه به عناصر فضایی، عملکردی و مفهومی توسعه یافته است.

در تعاریف مرتبط با شهرهای دوستدار گردشگر، عنصر فضایی اهمیت زیادی دارد، زیرا این عناصر به‌طور مستقیم بر انگیزه‌های اولیه گردشگران برای صرف زمان در یک مقصد تأثیر می‌گذارند. پنج عنصر اصلی فضایی که برای ایجاد مفهوم شهر دوستدار گردشگر شناسایی شده‌اند، عبارتند از: زیرساخت‌ها، مکان جغرافیایی، ایمنی و امنیت، هزینه و ارزش، و دسترسی‌پذیری.

در ایران، این موضوع هنوز به‌طور محدود و در غالب مباحث اقتصادی و بازاریابی گردشگری مورد توجه قرار گرفته است. به‌ویژه در بررسی‌هایی مانند نقش مراکز خرید در گردشگری و تأثیر آن‌ها بر رضایت گردشگران و تمایل به بازگشت مجدد به مقاصد، توجهات زیادی جلب شده است. با توجه به ویژگی‌های بومی هر منطقه در جذب گردشگر و بر اساس تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی، طبیعی و اقتصادی، نظریات مختلفی در مورد مفهوم شهر دوستدار گردشگر مطرح شده است. به‌ویژه در سال ۲۰۲۱، سازمان URBACT در اتحادیه اروپا شاخص‌هایی برای توسعه این مفهوم ارائه کرده است. این شاخص‌ها شامل: ۱) ارتقای گردشگری محلی از طریق بهبود پیشنهادات برای گردشگران و ساکنان، ۲) مشارکت و استفاده از ظرفیت‌های بومی برای بهبود فضاهای شهری، ۳) تولید صنایع دستی باکیفیت به‌منظور جذب گردشگران، ۴) ایجاد زیرساخت‌های شهری برای همه، ۵) استفاده از راه‌حل‌های نوآورانه و پایدار برای جابجایی گردشگران و ساکنان، ۶) بهبود فضاهای عمومی و زیرساخت‌های مدنی، ۷) جذب نسل‌های جدید گردشگران برای کشف

دوباره زیبایی‌های شهری، ۸) تعادل‌سازی بین نیازهای اقتصادی جامعه و حفظ طبیعت، و ۹) آموزش گردشگران برای احترام به فرهنگ و آداب محلی مقاصد گردشگری. این شاخص‌ها مورد تایید کارشناسان گردشگری و شهری و همچنین مقامات دولتی قرار گرفت و با توجه به شرایط خاص هر منطقه، نیازمند بومی‌سازی است (افشاری و شکوهی، ۱۴۰۲).

### ۲،۱،۴) معرفی موسسه URBACT

URBACT یک برنامه اروپایی برای تبادل و یادگیری است که توسعه پایدار شهری را ترویج می‌کند. ما به شهرها کمک می‌کنیم تا با یکدیگر همکاری کنند و راه‌حل‌هایی برای چالش‌های بزرگ شهری بیابند و نقش کلیدی خود را در مواجهه با تغییرات اجتماعی پیچیده تر، تقویت کنند. ما به شهرها کمک می‌کنیم تا راه‌حل‌های عملی، نوآورانه و پایدار توسعه دهند که ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در بر بگیرد. ما امکان به اشتراک گذاری تجربیات و درس‌های آموخته شده را برای تمامی متخصصان حوزه سیاست‌گذاری شهری در سراسر اروپا فراهم می‌کنیم. URBACT شامل ۵۵۰ شهر، ۳۰ کشور و ۷،۰۰۰ ذینفع محلی فعال است. این برنامه با حمایت مالی مشترک اتحادیه اروپا (صندوق توسعه منطقه‌ای اروپا) و کشورهای عضو اجرا می‌شود.
بیش از ۱۵ سال است که برنامه URBACT به‌عنوان بخشی از همکاری منطقه‌ای اروپا، با هدف ترویج توسعه پایدار و یکپارچه شهری در شهرهای سراسر اروپا اجرا می‌شود. این برنامه یکی از ابزارهای سیاست همبستگی (Cohesion Policy) است و با حمایت مالی صندوق توسعه منطقه‌ای اروپا و ۲۸ کشور عضو تأمین می‌شود.

### ۳،۱،۴) ساختار سازمانی URBACT

سازمان URBACT مطابق با چارچوب مشخصی اداره می‌شود که در ادامه توضیح داده شده است. URBACT با سازمان‌های اروپایی و برنامه‌های همکاری منطقه‌ای اروپا ارتباط نزدیکی دارد و به دنبال ایجاد هم افزایی و اقدامات مشترک برای پاسخگویی جامع تر به نیازهای شهرها و ذینفعان محلی آن‌ها است. برنامه URBACT عمدتاً از بودجه اتحادیه اروپا تأمین می‌شود و علاوه بر آن، مشارکت‌های ملی و محلی نیز به تأمین مالی این برنامه کمک می‌کنند.

### ۴،۱،۴) مانیفست ۱۰ گانه بر اساس استانداردهای بین المللی سایت URBACT

در مسیر توسعه‌ی شهرهای مدرن و تبدیل آن‌ها به مقاصد گردشگری ، استفاده از الگوها و سیاست‌های موفق در شهرهای دیگر می‌تواند راهگشا باشد. هر شهر با توجه به ظرفیت‌ها، چالش‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد خود، رویکردهایی خلاقانه و هدفمند را برای رشد گردشگری و بهبود کیفیت زندگی ساکنین اتخاذ کرده است.
سایت بین المللی URBACT به‌عنوان بستری برای تبادل تجربه‌های موفق شهری، مجموعه‌ای از مانیفست‌های اثربخش را ارائه کرده است که هر یک در زمینه‌های گوناگون از گردشگری گرفته تا بهبود زیرساخت‌ها، در شهرهای مختلف اروپا پیاده‌سازی شده‌اند و هر یک نمایانگر استراتژی‌های اثربخش در زمینه‌ی بهبود گردشگری و ارتقای کیفیت زندگی در شهرهای مختلف است.
این مانیفست‌ها به‌عنوان نمونه‌های عملی از سیاست‌های موفق شهری، ابزارهای ارزشمندی برای الهام گرفتن و تطبیق با شرایط محلی هستند. هدف از معرفی این ۱۰ مانیفست، شناسایی و تحلیل تطبیقی آن‌ها با فولادشهر است تا مشخص شود کدام‌یک از این استراتژی‌ها قابلیت پیاده‌سازی و اثرگذاری در این شهر را دارند. با این رویکرد، می‌توان به تدوین راهکارهای عملی و متناسب برای تقویت گردشگری در فولادشهر دست یافت.

### ۵،۱،۴) اصول ده گانه موسسه URBACT برای پیوستن شهرها به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر

۱. جنوا :تقویت گردشگری محلی از طریق بهبود پیشنهادها برای توریست‌ها و ساکنین
۲. براگا: تبدیل ذی نفعان محلی و ساکنین به سفیران نوآور زیبایی‌های شهر

۳. کاسرس: ترویج تولیدات صنایع دستی محلی برای جذب گردشگری با کیفیت
۴. دروسکینینکای: دسترسی‌پذیرتر کردن زیرساخت‌های شهری برای همه
۵. دوبرونیک: اجرای راه‌حل‌های نوآورانه و پاک در حوزه حمل‌ونقل برای توریست‌ها و ساکنین
۶. دانلیری: بهبود فضاهای عمومی و زیرساخت‌های مدنی برای ساکنین و گردشگران
۷.کراکوف: جذب نسل‌های جدید گردشگران برای کشف دوباره زیبایی‌های شهری
۸.رووانیمی: متعادل سازی نیازهای بخش تجاری با نیازهای ساکنین و بازدیدکنندگان
۹. ونیز: آموزش گردشگران برای احترام گذاشتن به مقاصد گردشگری و زندگی مانند یک فرد محلی
۱۰. از محلی به جهانی: برنامه‌ریزی برای بهبود گردشگری با همکاری جوامع محلی

### ۴,۲) گردشگری پایدار

گردشگری پایدار به منظور محدود کردن گردشگری طراحی نشده، بلکه هدف آن مدیریت منافع سه گروه اصلی یعنی ساکنان محلی، گردشگران و فعالان صنعت گردشگری است. این رویکرد تلاش می‌کند تعادلی میان توسعه گردشگری و حفاظت از محیط زیست و فرهنگ بومی ایجاد کند. در این چارچوب، گردشگری پایدار به معنای بهره‌برداری مسئولانه از ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی مناطق مختلف است، به گونه‌ای که منابع برای آینده حفظ شوند، تجربه گردشگران غنی‌تر شود و جوامع محلی سهم عادلانه‌ای از منافع اقتصادی این صنعت داشته باشند. با وجود اهمیت این مفهوم، شاخص‌های پایداری در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی بسته به هر منطقه متفاوت است. به همین دلیل، پژوهشگران بر بومی‌سازی این شاخص‌ها تأکید دارند تا تناسب بیشتری با شرایط مقصدهای مختلف داشته باشند. در مجموع، گردشگری پایدار باید از نظر محیطی بی‌خطر، از نظر اقتصادی مقرون‌به‌صرفه و از نظر اجتماعی مورد پذیرش جامعه میزبان باشد(بیضائی و صداقتی، ۱۳۹۸).

گردشگری پایدار بر اصول توسعه پایدار تأکید دارد و تمام تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی آن را در نظر می‌گیرد. این رویکرد برای کاهش تنش‌های میان صنعت گردشگری، گردشگران و جوامع میزبان به کار می‌رود. گردشگری هم مصرف‌کننده منابع طبیعی، فرهنگی و تاریخی است و هم تولیدکننده خدمات، بنابراین رابطه‌ای متقابل با محیط دارد. حفظ منابع محیطی در برنامه‌ریزی‌های گردشگری ضروری است، چرا که نگرانی‌های محیط زیستی از دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی، منجر به شکل‌گیری مفهوم توسعه پایدار در این صنعت شده است. در سال‌های اخیر، مباحثی مانند استفاده پایدار از منابع، ظرفیت تحمل و اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری اهمیت بیشتری یافته‌اند.

برنامه‌ریزی گردشگری بدون در نظر گرفتن زیست‌بوم، منابع فرهنگی و تاریخی ناقص است. با رشد گردشگری، نیاز به توسعه پایدار آن به یک مسئله جهانی تبدیل شده است. از دهه ۱۹۹۰، با تأکید بر پیامدهای مثبت و منفی گردشگری، حرکت به سمت گردشگری پایدار آغاز شد. طبق گزارش براندلند، توسعه پایدار باید نیازهای نسل فعلی را بدون آسیب به نسل‌های آینده تأمین کند. شورای جهانی گردشگری نیز پایداری را در سه بُعد اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی-فرهنگی تعریف کرده که امروزه مورد پذیرش گسترده است (ضیائی و عباسی، ۱۳۹۷).

### ۵,۲) مفهوم و اهمیت گردشگری پایدار

گردشگری پایدار مفهومی گسترده است که باید برای انواع گردشگری و محیط‌ها کاربرد داشته باشد، اما اجرای آن با چالش‌هایی همراه بوده است. برخی محققان معتقدند مفهوم پایداری جا افتاده، اما در عمل چندان موفق نبوده است، زیرا تعریف واحدی ندارد. کمیته برانت لند توسعه پایدار را تأمین نیازهای کنونی بدون لطمه به نسل‌های آینده می‌داند. این توسعه شامل سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است، اما همچنان ابهاماتی درباره معنا و کاربرد آن وجود دارد. ساربنن سه منبع پایداری را مطرح می‌کند: حفظ محیط زیست، تأمین منابع اقتصادی و مشارکت جوامع محلی. کلارک نیز سه دیدگاه درباره گردشگری پایدار ارائه می‌دهد:

تضاد بین گردشگری انبوه و پایدار، پیوستگی بین این دو در سطوح مختلف و استفاده از گردشگری پایدار برای بهبود گردشگری انبوه (نصراللهی و موسی، ۱۳۹۴)

### ۶,۲) ابعاد اصلی گردشگری پایدار

- اقتصادی: تأمین درآمد پایدار، تثبیت قیمت‌ها و ایجاد فرصت‌های شغلی برابر.
- محیطی: مدیریت منابع طبیعی و جلوگیری از آسیب‌های جدی به زیست بوم.
- اجتماعی و فرهنگی: حفظ هویت و سرمایه اجتماعی، تقویت فرهنگ جامعه و افزایش عزت نفس ساکنان محلی.

برای موفقیت گردشگری پایدار، ارتباط میان این سه بعد باید به خوبی درک شود. هرگونه برنامه‌ریزی برای آینده گردشگری باید ضمن حفظ محیط زیست، سود اقتصادی و تعادل اجتماعی-فرهنگی را نیز مدنظر قرار دهد. در نهایت، توسعه پایدار گردشگری به بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی، ارتقای تجربه گردشگران و حفاظت از محیط زیست منجر خواهد شد (بیضائی و صداقتی، ۱۳۹۸).

### ۷,۲) شاخص های توسعه گردشگری پایدار

شاخص‌های توسعه گردشگری پایدار شامل ابعاد مختلفی هستند که در ارتباط با یکدیگر قرار دارند:

۱. اکولوژیکی: حفظ تنوع زیستی، مدیریت منابع، کاهش آلودگی و پسماند، حفظ پوشش گیاهی و ایمنی محیطی.
۲. اقتصادی: افزایش اشتغال، بهبود رفاه، بهره‌وری اقتصادی، کاهش مصرف انرژی و بهینه‌سازی حمل‌ونقل.
۳. اجتماعی: ارتقای مشارکت، آموزش، سلامت، عدالت، امنیت و سطح رضایت گردشگران.
۴. نهادی: تسهیل دسترسی به اطلاعات، توسعه نهادهای محلی و پیشرفت علم و فناوری.
۵. فرهنگی: حفظ هویت محلی، تقویت آداب و رسوم بومی و میزان وفاداری به سنت‌ها.

این شاخص‌ها به‌طور متقابل بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و در برنامه‌ریزی گردشگری پایدار باید به تعامل میان آنها توجه شود. در نهایت، اجرای این رویکرد می‌تواند به رشد پایدار گردشگری در جوامع محلی کمک کند (خلجی و غلامی، ۱۳۹۶).

## ۵. محدوده مورد مطالعه

فولادشهر با محدوده مصوب قانونی شهر ۱۰۶۹۲,۲ هکتار در ۱۹ کیلومتری جنوب غربی محدوده شهری اصفهان، ۵ کیلومتری شمال شرقی کارخانه ذوب آهن و ۱۱ کیلومتری شمال شرقی زرین شهر در ارتفاع ۱۶۵۵ متر از سطح دریا واقع شده است (مهابادی و مختارزاده، ۱۴۰۱). این نوشهر در عرض شمالی ۳۲ درجه و ۳۰ دقیقه و ۵۱ درجه و ۲۴ دقیقه طول شرقی استقرار یافته است (www.fooladshahr.ir). نجف آباد از شمال و رشته کوههای اشترجان از جنوب کوههای قلعه بزی گز ستون و ... غرب و شمال غرب شهر را احاطه کرده اند؛ سمت شرق فولاد شهر مزارع باغ وحش و روستاهای جوزدان و ... وجود دارد (مهابادی و مختارزاده، ۱۴۰۱). شکل (۱).

**شکل (۱): محدوده شهر فولادشهر(منبع: Google earth )**

## ۶. نتایج و تجزیه و تحلیل

### ۶,۱) تطبیق دهی شهر فولادشهر با مانیفست های ده گانه جدول (۱)

**جدول (۱): مانیفست های ده گانه (منبع: urbact.eu)**

| | | |
|---|---|---|
| ۱. | جنوا | تقویت گردشگری محلی از طریق بهبود پیشنهادها برای توریست‌ها و ساکنین |
| ۲. | براگا | تبدیل ذی نفعان محلی و ساکنین به سفیران نوآور زیبایی‌های شهر |
| ۳. | کاسرس | ترویج تولیدات صنایع دستی محلی برای جذب گردشگری با کیفیت |
| ۴. | دروسکینینکای | دسترسی‌پذیرتر کردن زیرساخت‌های شهری برای همه |
| ۵. | دوبرونیک | اجرای راه‌حل‌های نوآورانه و پاک در حوزه حمل‌ونقل برای توریست‌ها و ساکنین |
| ۶. | دانلیری | بهبود فضاهای عمومی و زیرساخت‌های مدنی برای ساکنین و گردشگران |
| ۷. | کراکوف | جذب نسل‌های جدید گردشگران برای کشف دوباره زیبایی‌های شهری |
| ۸. | رووانیمی | متعادل سازی نیازهای بخش تجاری با نیازهای ساکنین و بازدیدکنندگان |
| ۹. | ونیز | آموزش گردشگران برای احترام گذاشتن به مقاصد گردشگری و زندگی مانند یک فرد محلی |
| ۱۰. | از محلی به جهانی | برنامه‌ریزی برای بهبود گردشگری با همکاری جوامع محلی |

برای انتخاب مانیفستی که به بهترین شکل با فولادشهر همخوانی داشته باشد، باید ویژگی‌های این شهر را در نظر بگیریم:

۱. فولادشهر یک شهر جدید و صنعتی است که به‌طور عمده برای اقامت ساخته شده و ویژگی‌های گردشگری طبیعی یا تاریخی آن محدود است.

۲. زیرساخت‌های آن برای ساکنین طراحی شده، نه برای گردشگران.

۳. ارتباط نزدیکی با اصفهان و شهرک‌های صنعتی داردکه فرصت ایجاد گردشگری صنعتی یا محلی را فراهم می‌کند.

با توجه به عوامل مذکور، مانیفست های شماره ۳،۶،۷ و ۱۰ می توانند موارد مناسبی برای تطبیق و پیاده سازی در فولادشهر باشند.

۱. مانیفست شماره ۳: کاسرس ، ترویج تولیدات صنایع دستی محلی

با وجود ماهیت صنعتی فولادشهر، نزدیکی آن به اصفهان که به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم صنایع دستی ایران شناخته می‌شود، امکان بهره‌برداری از این ظرفیت را برای جذب گردشگران فراهم می‌سازد. در رویدادهای ورزشی که در ورزشگاه ذوب‌آهن برگزار می‌شوند، می‌توان غرفه‌هایی جهت ارائه صنایع دستی محلی و سوغاتی‌های مرتبط با ورزش طراحی کرد. این رویکرد نه تنها به افزایش جذابیت تجربه گردشگری کمک می‌کند، بلکه از طریق تقویت اقتصاد محلی موجب ارتباط مؤثرتر میان گردشگران و جامعه محلی می‌گردد. همچنین، می‌توان تولیدات مرتبط با برند ذوب‌آهن را به‌عنوان یک هویت محلی به گردشگران معرفی کرد.

۲. مانیفست شماره ۶ : دانلیری، بهبود فضاهای عمومی و زیرساخت‌های مدنی

بهبود فضاهای عمومی و ارتقای زیرساخت‌های شهری می‌تواند زمینه‌ساز ارتقای تجربه گردشگری و افزایش رضایتمندی ساکنان شود. در این راستا، ورزشگاه ذوب‌آهن به‌عنوان یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های موجود در فولادشهر می‌تواند هسته اصلی توسعه باشد. ایجاد فضاهای سبز و محیط‌های گردهمایی در اطراف ورزشگاه، نه تنها به بهبود سیمای شهری کمک می‌کند، بلکه این مکان را به نقطه‌ای برای تعاملات اجتماعی میان ساکنین و گردشگران تبدیل می‌نماید. علاوه بر این، توسعه مسیرهای دسترسی و امکانات رفاهی پیرامون ورزشگاه می‌تواند موجب ارتقای تجربه بازدیدکنندگان گردد.

۳. مانیفست شماره ۷: کراکوف، جذب نسل‌های جدید گردشگران

ورزشگاه ذوب‌آهن به‌عنوان یکی از دارایی‌های استراتژیک فولادشهر، ظرفیت بالایی برای جذب نسل‌های جدید گردشگران ورزشی دارد. توسعه گردشگری ورزشی که یکی از شاخه‌های نوظهور گردشگری محسوب می‌شود، می‌تواند با برگزاری مسابقات ملی و بین‌المللی در این ورزشگاه محقق گردد. این رویکرد، فولادشهر را به مقصدی برای گردشگرانی تبدیل می‌کند که به دنبال تجربه‌های هیجان‌انگیز و رویدادهای خاص هستند. همچنین، نزدیکی فولادشهر به شهر تاریخی اصفهان، این امکان را فراهم می‌آورد که این دو شهر در کنار یکدیگر به‌عنوان یک بسته گردشگری مکمل به گردشگران معرفی شوند.

۴. مانیفست شماره ۱۰: از محلی به جهانی، برنامه‌ریزی برای بهبود گردشگری با همکاری جوامع محلی

تعامل با جوامع محلی و بهره‌گیری از مشارکت آن‌ها در فرآیندهای توسعه گردشگری، عاملی کلیدی برای موفقیت برنامه‌های گردشگری است. در فولادشهر، می‌توان از ظرفیت جوامع محلی، هواداران تیم ذوب‌آهن و سازمان‌های صنعتی بهره گرفت تا برندسازی شهر و ورزشگاه به‌عنوان مقصدی گردشگری انجام گیرد. برای مثال، با طراحی برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های مشارکتی، می‌توان به جوامع محلی این امکان را داد تا ایده‌ها و پیشنهادات خود را برای بهبود تجربه گردشگری ارائه دهند. علاوه بر این، برگزاری رویدادهایی که با همکاری مستقیم ساکنان طراحی و اجرا می‌شوند، به ارتقای هویت شهری و انسجام اجتماعی کمک شایانی خواهد کرد.

پیاده‌سازی مانیفست‌های مذکور به‌صورت هم‌افزا، می‌تواند فولادشهر را از یک شهرک صنعتی به مقصدی چند بعدی برای گردشگران تبدیل کند. توسعه گردشگری ورزشی حول محور ورزشگاه ذوب‌آهن، ترویج صنایع دستی محلی، بهبود زیرساخت‌های مدنی و بهره‌گیری از مشارکت جوامع محلی، راهبردهایی عملی و مؤثر برای ارتقای جایگاه فولادشهر در صنعت گردشگری هستند.

**۶,۲) پرسشنامه**

در این تحقیق، ۳۱ نفر از افراد مختلف شرکت کردند.جدول(۵). نمونه مورد بررسی شامل افراد با ویژگی‌های مختلف از نظر جنسیت، سن و سطح تحصیلات است. برای تحلیل داده‌ها، ابتدا به جنسیت پاسخ‌دهندگان پرداخته شده است. طبق جدول (۳)، از مجموع ۳۱ نفر، ۱۸ نفر زن (۵۸,۱٪) و ۱۳ نفر مرد (۴۱,۹٪) بودند.

در جدول (۴) که به سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان اشاره دارد، نتایج نشان می‌دهند که بیشترین تعداد افراد با مدرک دیپلم (۱۲ نفر، معادل ۳۸,۷٪) بوده‌اند. همچنین ۸ نفر از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی (۲۵,۸٪) و ۶ نفر دارای تحصیلات تکمیلی (۱۹,۴٪) هستند. تعداد ۳ نفر نیز دارای تحصیلات زیر دیپلم (۹,۷٪) هستند.

در جدول (۲) ، توزیع سنی پاسخ‌دهندگان به این صورت است که بیشترین تعداد افراد در گروه سنی ۲۰ تا ۴۰ سال قرار دارند (۱۷ نفر، معادل ۵۴,۸٪). پس از آن، گروه سنی ۴۰ تا ۶۰ سال با ۹ نفر (۲۹٪) و گروه سنی زیر ۲۰ سال با ۳ نفر (۹,۷٪) قرار دارند. تنها ۲ نفر از پاسخ‌دهندگان در گروه سنی بالای ۶۰ سال (۶,۵٪) قرار دارند.

این تحلیل‌ها به ما کمک می‌کند تا تصویری جامع از ترکیب جنسیتی، سنی و تحصیلی جامعه آماری تحقیق به دست آورده و نتایج آن را در تحلیل‌های بعدی مورد استفاده قرار دهیم.

**جدول(۲): جدول فراوانی سن**

| سن | فراوانی | درصد |
|---|---|---|
| زیر ۲۰ سال | 3 | 9.7 |
| ۲۰ تا ۴۰ سال | 17 | 54.8 |
| ۴۰ تا ۶۰ سال | 9 | 29.0 |
| بالای ۶۰ سال | 2 | 6.5 |
| **جمع کل** | 31 | 100.0 |

**جدول (۳): جدول فراوانی جنسیت بر اساس پرسشنامه**

| جنسیت | فراوانی | درصد |
|---|---|---|
| زن | 18 | 58.1 |
| مرد | 13 | 41.9 |
| **جمع کل** | 31 | 100.0 |

**جدول (۴): جدول فراوانی تحصیلات بر اساس پرسشنامه**

| تحصیلات | تکرار | درصد |
|---|---|---|
| زیر دیپلم | 2 | 6.5 |
| دیپلم | 6 | 19.4 |
| کارشناسی | 12 | 38.7 |
| کارشناسی ارشد | 8 | 25.8 |
| دکترا و بالاتر | 3 | 9.7 |
| **جمع کل** | 31 | 100.0 |

**جدول(۵): پرسشنامه**

| سوال | خیلی کم(۱) | کم(۲) | متوسط(۳) | زیاد(۴) | خیلی زیاد(۵) |
|---|---|---|---|---|---|
| **۱_فولادشهر به منظور جذب گردشگران، پیشنهادات و اطلاعات مفیدی به آنها ارائه می کند.** | ۹ | ۱۱ | ۷ | ۲ | ۲ |
| **۲_میزان مشارکت ساکنان محلی، به عنوان میزبانان گردشگران و تعامل دوستانه آن ها با گردشگران چگونه است؟** | ۴ | ۴ | ۱۹ | ۳ | ۱ |
| **۳_زیرساخت ها و خدمات شهری، مانند امکانات برای افراد دارای معلولیت، پارکینگ ها و وسایل نقلیه عمومی تا چه حد مطلوب هستند؟** | ۴ | ۹ | ۱۶ | ۲ | ۰ |
| **۴_مسیرهای پیاده روی و جاده های شهر تا چه اندازه از نظر ایمنی ، طراحی و کیفیت، مناسب هستند؟** | ۲ | ۶ | ۱۲ | ۹ | ۲ |
| **۵_تعادل بین نیازهای گردشگران و کسب و کارهای محلی و ساکنان شهر چقدر برقرار است؟** | ۲ | ۸ | ۱۳ | ۷ | ۱ |
| **۶_چقدر این شهر می تواند برای جذب نسل های جدید گردشگران جذاب باشد؟** | ۴ | ۴ | ۸ | ۱۲ | ۳ |
| **۷_فناوری های روز مانند اینترنت، سیستم های راهنمای مسیر، سیستم های هوشمند و... در** | ۲ | ۸ | ۱۱ | ۵ | ۵ |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| فولادشهر تا چه اندازه در دسترس و کاربردی هستند؟ | | | | | |
| ۸_فعالیت ها و اقدامات آموزشی برای آگاهی بخشی به جامعه محلی و گردشگران و آموزش رفتارهای مناسب به آن ها تا چه اندازه انجام می شود؟ | ۵ | ۸ | ۱۴ | ۳ | ۱ |
| ۹_ چقدر کارکنان بخش گردشگری فولادشهر از نظر مهارت های حرفه ای و تسلط به زبان های خارجی در سطح مطلوبی قرار دارند؟ | ۷ | ۱۰ | ۱۰ | ۳ | ۱ |
| ۱۰_کیفیت و دسترسی به امکانات اقامتی، رستوران ها و خدمات رفاهی تا چه اندازه مناسب است؟ | ۲ | ۶ | ۱۷ | ۳ | ۳ |
| ۱۱_زیرساخت های امنیتی مانند دوربین های مداربسته، گشت های امنیتی و امنیت اجتماعی در فولادشهر فراهم شده است. | ۴ | ۶ | ۱۲ | ۵ | ۴ |
| ۱۲_فضاهای عمومی، معابر و محیط شهری تا چه میزان از نظر وجود تابلوهای راهنما، زیبایی، پاکیزگی، روشنایی و نظم در وضعیت مطلوبی قرار دارند؟ | ۴ | ۷ | ۱۰ | ۱۰ | ۰ |
| ۱۳_امکانات تفریحی و سرگرمی مانند فضاهای تفریحی و بناهای تاریخی، برای گروه های سنی مختلف در وضعیت خوبی قرار دارد. | ۱۳ | ۷ | ۹ | ۱ | ۱ |
| ۱۴_تا چه اندازه فولادشهر از بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله و... محفوظ است؟ | ۴ | ۵ | ۱۴ | ۲ | ۶ |
| ۱۵_تا چه اندازه فولادشهر از زوال و جرم های اجتماعی مانند فساد، جنایت و اعتیاد دور است؟ | ۹ | ۱۰ | ۱۱ | ۰ | ۱ |
| ۱۶_دسترسی به خدمات درمانی مانند بیمارستان ها، درمانگاه ها و داروخانه ها چقدر مطلوب است؟ | ۲ | ۲ | ۱۵ | ۶ | ۶ |
| ۱۷_کیفیت و عملکرد زیرساخت های حمل و نقل عمومی شهر مانند اتوبوس، مینی بوس، تاکسی و توزیع ایستگاه های حمل و نقل عمومی مطلوب است. | ۳ | ۶ | ۱۴ | ۵ | ۳ |

### ۶,۳) تحلیل عاملی

تحلیل عاملی یک تکنیک آماری است که برای کاهش ابعاد داده‌ها و شناسایی الگوهای پنهان در بین مجموعه‌ای از متغیرها استفاده می‌شود. هدف از تحلیل عاملی این است که متغیرهای متعدد را به تعدادی عامل (یا مؤلفه) که از نظر مفهومی با هم مرتبط هستند، کاهش دهیم. ماتریس بار عاملی نشان‌دهنده بارهای عاملی (یا وزن‌های هر متغیر در هر عامل) است. هر ستون در این جدول به یک عامل خاص اشاره دارد و هر ردیف نشان‌دهنده یک متغیر است. بارهای عاملی نشان می‌دهند که یک متغیر چقدر به یک عامل خاص مرتبط است. به طور کلی، بارهای بالاتر از ۰,۴ یا ۰,۵ معنادار در نظر گرفته می‌شوند(جدول۶).

**جدول (۶): جدول تحلیل عاملی spss بر اساس سولات پرسشنامه**

| اجزای تشکیل دهنده جدول | عناصر | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| سن | -.143 | .569 | .165 | .498 | .153 | -.157 | .389 |
| جنس | -.338 | .655 | .114 | -.123 | .103 | .498 | .094 |
| تحصیلات | -.219 | -.249 | .103 | .777 | -.236 | .059 | .226 |
| میزان ارائه اطلاعات به گردشران | .707 | .306 | -.020 | -.137 | .062 | .137 | .304 |
| میزان مشارکت ساکنان در گردشگری | .621 | .230 | -.134 | -.425 | -.040 | .110 | .274 |
| کیفیت زیرساخت ها و خدمات | .566 | -.260 | .459 | -.189 | .048 | -.330 | .275 |
| ایمنی و کیفیت جاده ها | .637 | .393 | .005 | .124 | .188 | -.317 | -.081 |
| وجود تعادل بین نیاز ها و تعداد کسب کارها | .741 | -.061 | -.124 | .153 | -.074 | -.184 | .129 |
| میزان جذابیت مقصد برای نسل جوان | .313 | .225 | .731 | .145 | .174 | .069 | -.147 |
| میزان دسترسی شهر به تکنولوژی های نوین و فناوری | .677 | -.255 | .451 | .140 | -.144 | .180 | .138 |
| میزان آموزش و آگاهی به جامعه محلی و گردشگران | .421 | -.307 | .292 | .131 | .123 | .600 | -.247 |
| میزان تسلط و مهارت کارکنان بخش گردشگری | .399 | -.392 | -.282 | .066 | .577 | .034 | .265 |
| میزان کیفیت دسترسی به امکانات اقامتی خدماتی | .555 | -.328 | -.205 | .091 | .544 | .147 | -.023 |
| میزان فراهم بودن زیرساخت های امنیتی | .738 | -.010 | .382 | -.202 | -.110 | -.234 | -.173 |
| میزان مطلوبیت وضع تابلوها، پاکیزگی و نظم شهری | .597 | -.053 | .022 | -.248 | -.297 | .076 | .170 |
| میزان وجود امکانات تفریحی برای همه سنین | .541 | -.064 | -.306 | .104 | -.453 | .304 | .294 |
| میزان محفوظ بودن از بلایای طبیعی | .445 | .676 | -.120 | .135 | .040 | .055 | -.175 |
| میزان دور بودن از زوال اجتماعی، فسادو جرم | .705 | .128 | -.170 | .060 | .050 | .106 | -.179 |
| میزان دسترسی به خدمات و امکانات سلامتی درماتی | .725 | .131 | -.364 | .275 | -.041 | -.123 | -.160 |
| میزان کیفیت زیرساخت های حمل و نقل | .712 | -.015 | -.156 | .200 | -.233 | -.028 | -.416 |

در این جدول، هر ردیف نمایانگر یک متغیر است و هر ستون نشان‌دهنده یک عامل استخراج‌شده است. بارهای عاملی بالای ۰,۴ معمولاً به عنوان بارهای معنادار در نظر گرفته می‌شوند. این بارها نشان‌دهنده اهمیت هر متغیر در هر عامل هستند. در این جدول ۷ عامل استخراج شده است که به وضوح نشان‌دهنده ویژگی‌ها و جنبه‌های مختلف شهری و گردشگری هستند. به صورت کلی، هر عامل مجموعه‌ای از متغیرهای مشابه را در خود جای داده است که برای تحلیل و تفسیر بهتر باید آن‌ها را گروه‌بندی کنیم.

عوامل استخراج‌شده:

۱. عامل ۱ (ویژگی‌های گردشگری عمومی):

متغیرهای اصلی: میزان تعامل سازندگان در گردشگری (بار = ۰,۷۰۷)، کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات (بار = ۰,۵۶۶)، میزان جذابیت مقصد برای نسل جوان (بار = ۰,۳۱۳)

این عامل بیشتر به عواملی مربوط می‌شود که کیفیت گردشگری عمومی و تعامل‌های مختلف در جذب گردشگر را بررسی می‌کنند. متغیرهایی مانند کیفیت خدمات و جذابیت برای نسل جوان، از جمله عوامل مهم در این حوزه هستند. این عامل نشان می‌دهد که برای جذب گردشگر، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها و همچنین جذابیت مقصد برای نسل‌های جوان اهمیت دارد.

۲. عامل ۲ (زیرساخت‌ها و کیفیت خدمات):

متغیرهای اصلی: وجود امکانات تفریحی برای همه سنین (بار = ۰,۶۳۷)، میزان دسترسی به خدمات بهداشت و درمان (بار = ۰,۵۴۱)

تحلیل: این عامل بر کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات مرتبط با گردشگری تأکید دارد. بار بالای "وجود امکانات تفریحی" نشان‌دهنده اهمیت فراهم بودن خدمات برای تمامی گروه‌های سنی است.

۳. عامل ۳ (امنیت و محیط شهری):

متغیرهای اصلی: کیفیت حمل و نقل (بار = ۰,۷۱۲)، میزان امنیت شهری (بار = ۰,۵۵۵)

تحلیل: این عامل به ویژگی‌های امنیتی و زیرساخت‌های حمل و نقل شهری مرتبط است. وجود امنیت و راحتی در حمل و نقل از جمله ویژگی‌های اساسی برای گردشگران هستند.

۴. عامل ۴ (محیط زیستی و حفظ منابع طبیعی):

متغیرهای اصلی: میزان حفظ و کنترل از منابع طبیعی (بار = ۰,۷۴۵)، میزان حفظ محیط زیست شهری (بار = ۰,۴۴۵)

تحلیل: این عامل مربوط به توجه به حفظ منابع طبیعی و محیط زیست است. نظارت و مدیریت مؤثر بر منابع طبیعی برای ایجاد مقصدی پایدار و دوستدار محیط زیست ضروری است.

۵. عامل ۵ (مشارکت و رضایت جامعه محلی):

متغیرهای اصلی: میزان رضایت جامعه محلی از گردشگری (بار = ۰,۷۳۱)

تحلیل: این عامل به میزان مشارکت و رضایت جامعه محلی از گردشگری اشاره دارد. وقتی مردم محلی به گردشگری علاقه دارند و از آن راضی هستند، این موضوع به جذب گردشگران کمک می‌کند.

۶. عامل ۶ (پایداری و توسعه):

متغیرهای اصلی: میزان پایداری اقتصادی گردشگری (بار = ۰,۷۳۵)

تحلیل: این عامل به پایداری اقتصادی گردشگری اشاره دارد و نشان می‌دهد که چگونه توسعه گردشگری می‌تواند به بهبود اقتصادی منطقه کمک کند.

۷. عامل ۷ (سهولت دسترسی و امکانات):

متغیرهای اصلی: میزان سهولت دسترسی به مقصد گردشگری (بار = ۰,۷۱۲)

تحلیل: این عامل به راحتی دسترسی به مقصد گردشگری و امکانات مرتبط با آن مربوط است. این عامل نشان می‌دهد که اگر گردشگران بتوانند به راحتی به مقصد برسند، احتمال بازدید مجدد از آن بالا خواهد بود.

بنابراین با توجه به بارهای عاملی و نحوه گروه بندی متغیرها، می‌توان نتیجه گرفت که شهر فولادشهر برای پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر باید در ابتدا بر روی زیرساخت‌های گردشگری، بهبود کیفیت خدمات، امنیت شهری، حفظ محیط زیست، افزایش مشارکت و رضایت جامعه محلی و سهولت دسترسی تمرکز کند. همچنین بهبود دسترسی به امکانات تفریحی، فراهم کردن شرایط پایدار اقتصادی برای گردشگری و توجه به نیازهای نسل جوان و گردشگران می‌تواند تاثیر زیادی در رشد گردشگری این منطقه داشته باشد.

### ۶,۴) تحلیل SWOT

برای بررسی پتانسیل فولادشهر در پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر و ارائه راهکارهای مؤثر، استفاده از مدل SWOT می‌تواند ابزار مناسبی باشد .این مدل به ما کمک می‌کند تا نقاط قوت فولادشهر، مانند موقعیت جغرافیایی و ویژگی‌های خاص، را شناسایی کرده و از آن‌ها به نفع جذب گردشگر استفاده کنیم .در عین حال، نقاط ضعف آن، مثل زیرساخت‌های محدود یا نبود آگاهی عمومی، می‌توانند به‌عنوان چالش‌هایی برای پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر شناسایی شوند .همچنین، فرصت هایی مانند توسعه زیرساخت‌های گردشگری و تهدیدهایی نظیر رقابت با شهرهای دیگر، در این تحلیل برجسته خواهند شد.استفاده از مدل SWOTبه‌طور کلی به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در راستای ارتقاء فولادشهر به یک مقصدگردشگری پایدارکمک خواهدکرد.

**جدول(۷): جدول نقاط قوت و ضعف SWOT**

| نقاط قوت | نقاط ضعف |
|---|---|
| **۱. نزدیکی به کلان شهر اصفهان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شهرهای توریستی ایران** | ۱. نبود جاذبه‌های گردشگری شناخته شده و خاص |
| **۲. آرامش اقلیمی و عدم وقوع بلایای طبیعی شدید** | ۲. وابستگی اقتصادی شدید به صنایع |
| **۳. دسترسی به زیرساخت‌های حمل‌ونقل (نزدیکی به بزرگراه‌ها)** | ۳.کمبود هتل‌ها یا اقامتگاه‌های باکیفیت |
| **۴. نزدیکی به شهرک‌های صنعتی، کارخانه ذوب آهن و صنایع فولاد** | ۴. عدم تبلیغ مؤثر به‌عنوان مقصدی برای گردشگران |
| **۵. سکونت نیروهای متخصص و قشر جوان** | ۵. کمبود فضاهای فرهنگی و هنری برای جذب گردشگران |
| **۶. هوای نسبتاً پاک‌تر نسبت به اصفهان** | ۶. عدم هویت تاریخی یا فرهنگی قوی برای شهر |
| **۷. داشتن یکی از بزرگترین مسکن مهر های ایران** | ۷. عدم وجود برند یا شعار گردشگری مشخص |
| **۸. نزدیکی به مناطق طبیعی اطراف مانند کوه‌ها و دشت‌ها** | ۸. ضعف در مدیریت پسماند و زباله‌ها در برخی مناطق |
| **۹. وجود تنوع اجتماعی، تنوع فرهنگی و تنوع قومی به واسطه وجود مهاجران** | ۹. نبود سیستم حمل‌ونقل عمومی پیشرفته |
| **۱۰. وجود ساختمان ها و خانه های ویلایی با بافت قدیمی بسیار زیبا در بعضی محله ها** | ۱۰. کمبود امکانات تفریحی برای خانواده‌ها و کودکان |
| **۱۱. سیستم فاضلاب و زیرساخت های مدرن شهری** | ۱۱. فاصله‌داشتن از رودخانه زاینده‌رود که می‌توانست مزیت باشد |
| **۱۲. نزدیکی به جاذبه‌های گردشگری مثل باغ بهادران** | ۱۲. مهاجرت جوانان به‌دلیل کمبود فرصت‌های شغلی جذاب |
| **۱۳. داشتن جاذبه هایی مانند ورزشگاه ذوب آهن، دریاچه مصنوعی و ...** | ۱۳. نبود سرمایه‌گذاری خصوصی کافی در حوزه گردشگری |
| **۱۴. دسترسی آسان به امکانات لازم در همه محله ها** | ۱۴. کمبود برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری |
| **۱۵. کیفیت مناسب پیاده روها و جاده ها** | ۱۵. بی‌توجهی به ظرفیت‌های گردشگری طبیعی اطراف |
| **۱۶. وجود محله های قدیمی با طراحی باغ شهر** | |

| | |
|---|---|
| **۱۷. مهاجر پذیر بودن** | |

**جدول (۸): جدول فرصت ها و تهدید ها SWOT**

| فرصت ها | تهدیدها |
|---|---|
| **۱. جذب سرمایه‌گذاران برای ساخت اماکن تفریحی و اقامتی** | ۱. رقابت با شهرهای تاریخی و شناخته‌شده‌تر مثل اصفهان |
| **۲. امکان ایجاد و توسعه گردشگری صنعتی با بازدید از صنایع بزرگ** | ۲. آلودگی هوای ناشی از صنایع بزرگ |
| **۳. استفاده از نزدیکی به اصفهان برای جذب گردشگرانی که به‌دنبال محیطی آرام‌تر هستند** | ۳. افزایش مهاجرت از فولادشهر به شهرهای دیگر |
| **۴. امکان ایجاد سرگرمی هایی مانند کمپینگ و کوهنوردی به خاطر وجود کوه های اطراف شهر** | ۴. نبود برنامه‌های بلندمدت برای توسعه شهر |
| **۵. امکان ایجاد مسیرهای طبیعت‌گردی و ورزشی در اطراف فولادشهر** | ۵.کمبود توجه مسئولین به ظرفیت‌های گردشگری شهر |
| **۶. بهره‌برداری از ظرفیت فضای سبز برای ساخت پارک‌های بزرگ** | ۶. کاهش سرزندگی شهر به دلیل عدم هویت داشتن شهر |
| **۷. جذب مهاجران خارجی شاغل در صنایع و تبدیل آنها به گردشگران داخلی** | ۷. آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های صنعتی |
| **۸. امکان جذب دانشجویان معماری برای بازدید از مسکن مهر فولادشهر** | ۸. عدم استقبال گردشگران به‌دلیل نبود جاذبه‌های قوی |
| **۹. همکاری با شهرها و روستاهای نزدیک برای ایجاد تورهای ترکیبی** | ۹. افزایش رقابت با مناطق طبیعی و روستاهای گردشگری اطراف |
| **۱۰. ایجاد برند گردشگری بر مبنای معماری مدرن و صنایع** | ۱۰. احتمال تغییرات اقلیمی و کمبود آب |
| **۱۱. برگزاری فستیوال‌های بومی یا نمایشگاه‌های صنعتی** | ۱۱. عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف در توسعه شهر |
| **۱۲. گسترش گردشگری ورزشی با استفاده از ورزشگاه ذوب آهن** | ۱۲. نبود تبلیغات کافی در رسانه‌های ملی و بین‌المللی |
| **۱۳. امکان اسکان گردشگران و ساخت اقامتگاه هایی در محله های باغ شهر** | ۱۳. کاهش انگیزه مردم محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری |
| **۱۴. توسعه مسیرهای دوچرخه‌سواری و ترویج حمل‌ونقل سبز** | ۱۴. نبود نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری |
| **۱۵. امکان استفاده از تنوع فرهنگی موجود در شهر برای ارائه غذا و فرهنگ های مختلف اقوام ایران به گردشگران** | ۱۵. تمرکز بیش‌ازحد روی صنایع به‌جای گردشگری |

**جدول (۹): ارزیابی نقاط قوت**

| نقاط قوت | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| **نزدیکی به اصفهان** | 124 | 0.065 | 4 | 0.261 |
| **آرامش اقلیمی و عدم وقوع بلایای طبیعی شدید** | 117 | 0.061 | 4 | 0.246 |
| **دسترسی به زیرساخت‌های حمل‌ونقل** | 122 | 0.064 | 4 | 0.256 |
| **نزدیکی به شهرک‌های صنعتی** | 100 | 0.053 | 2 | 0.105 |
| **سکونت نیروهای متخصص و قشر جوان** | 103 | 0.054 | 3 | 0.162 |
| **هوای نسبتاً پاک‌تر نسبت به اصفهان** | 122 | 0.064 | 3 | 0.192 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| داشتن یکی از بزرگترین مسکن مهر های ایران | 110 | 0.058 | 1 | 0.058 |
| نزدیکی به مناطق طبیعی اطراف | 128 | 0.067 | 3 | 0.202 |
| وجود تنوع اجتماعی، تنوع فرهنگی و تنوع قومی | 118 | 0.062 | 2 | 0.124 |
| وجود ساختمان ها و خانه های ویلایی با بافت قدیمی | 111 | 0.058 | 2 | 0.117 |
| سیستم فاضلاب و زیرساخت های مدرن شهری | 102 | 0.054 | 1 | 0.054 |
| نزدیکی به جاذبه‌های گردشگری | 127 | 0.067 | 4 | 0.267 |
| داشتن جاذبه هایی مانند ورزشگاه ذوب آهن | 115 | 0.060 | 4 | 0.242 |
| دسترسی آسان به امکانات لازم در همه محله ها | 119 | 0.063 | 3 | 0.188 |
| کیفیت مناسب پیاده روها و جاده ها | 102 | 0.054 | 2 | 0.107 |
| وجود محله های قدیمی با طراحی باغ شهر | 102 | 0.054 | 3 | 0.161 |
| مهاجر پذیر بودن | 81 | 0.043 | 1 | 0.043 |

جدول(۱۰): ارزیابی نقاط ضعف

| نقاط ضعف | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| نبود جاذبه‌های گردشگری شناخته شده و خاص | 133 | 0.077 | 4 | 0.308 |
| وابستگی اقتصادی شدید به صنایع | 121 | 0.070 | 3 | 0.210 |
| کمبود هتل‌ها یا اقامتگاه‌های باکیفیت | 127 | 0.073 | 4 | 0.294 |
| عدم تبلیغ مؤثر به‌عنوان مقصدی برای گردشگران | 119 | 0.069 | 3 | 0.206 |
| کمبود فضاهای فرهنگی و هنری برای جذب گردشگران | 112 | 0.065 | 4 | 0.259 |
| عدم هویت تاریخی یا فرهنگی قوی برای شهر | 122 | 0.071 | 3 | 0.212 |
| عدم وجود برند یا شعار گردشگری مشخص | 128 | 0.074 | 2 | 0.148 |
| ضعف در مدیریت پسماند و زباله‌ها در برخی مناطق | 110 | 0.064 | 2 | 0.127 |
| نبود سیستم حمل‌ونقل عمومی پیشرفته | 118 | 0.068 | 3 | 0.205 |
| کمبود امکانات تفریحی برای خانواده‌ها و کودکان | 125 | 0.072 | 4 | 0.289 |
| فاصله‌داشتن از رودخانه زاینده‌رود | 92 | 0.053 | 1 | 0.053 |
| مهاجرت جوانان به‌دلیل کمبود فرصت‌های شغلی جذاب | 88 | 0.051 | 1 | 0.051 |
| نبود سرمایه‌گذاری خصوصی کافی در حوزه گردشگری | 111 | 0.064 | 2 | 0.128 |
| کمبود برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری | 109 | 0.063 | 3 | 0.189 |
| بی‌توجهی به ظرفیت‌های گردشگری طبیعی اطراف | 115 | 0.066 | 2 | 0.133 |

جدول(۱۱): ارزیابی فرصت ها

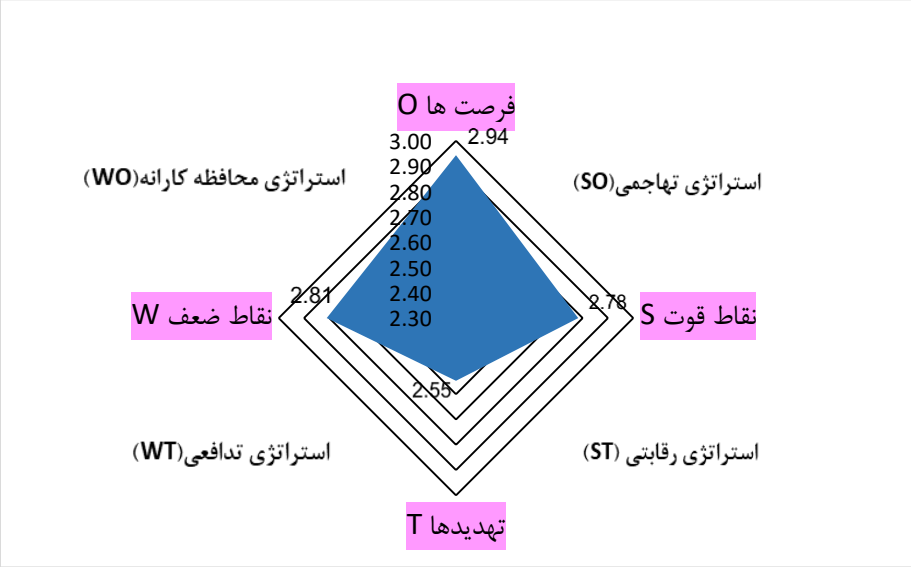
| فرصت ها | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| جذب سرمایه‌گذاران برای ساخت اماکن تفریحی و اقامتی | 114 | 0.066 | 2 | 0.133 |
| امکان ایجاد و توسعه گردشگری صنعتی با بازدید از صنایع بزرگ | 120 | 0.070 | 3 | 0.210 |
| استفاده از نزدیکی به اصفهان برای جذب گردشگران | 123 | 0.072 | 3 | 0.215 |
| امکان ایجاد سرگرمی هایی مانند کمپینگ و کوهنوردی | 115 | 0.067 | 3 | 0.201 |
| امکان ایجاد مسیرهای طبیعت‌گردی و ورزشی در اطراف فولادشهر | 118 | 0.069 | 3 | 0.206 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| بهره‌برداری از ظرفیت فضای سبز برای ساخت پارک‌های بزرگ | 107 | 0.062 | 2 | 0.125 |
| جذب مهاجران خارجی شاغل در صنایع و تبدیل آنها به گردشگران داخلی | 104 | 0.061 | 1 | 0.061 |
| امکان جذب دانشجویان معماری برای بازدید از مسکن مهر فولادشهر | 108 | 0.063 | 3 | 0.189 |
| همکاری با شهرها و روستاهای نزدیک برای ایجاد تورهای ترکیبی | 129 | 0.075 | 2 | 0.150 |
| ایجاد برند گردشگری بر مبنای معماری مدرن و صنایع | 117 | 0.068 | 3 | 0.205 |
| برگزاری فستیوال‌های بومی یا نمایشگاه‌های صنعتی | 100 | 0.058 | 3 | 0.175 |
| گسترش گردشگری ورزشی با استفاده از ورزشگاه ذوب آهن | 126 | 0.073 | 4 | 0.294 |
| امکان اسکان گردشگران و ساخت اقامتگاه هایی در محله های باغ شهر | 113 | 0.066 | 4 | 0.264 |
| توسعه مسیرهای دوچرخه‌سواری و ترویج حمل‌ونقل سبز | 114 | 0.066 | 4 | 0.266 |
| امکان استفاده از تنوع فرهنگی موجود در شهر | 107 | 0.062 | 4 | 0.250 |

**جدول (۱۲): ارزیابی تهدیدها**

| تهدیدها | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| رقابت با شهرهای تاریخی و شناخته‌شده‌تر مثل اصفهان | 110 | 0.064 | 3 | 0.191 |
| آلودگی هوای ناشی از صنایع بزرگ | 116 | 0.067 | 2 | 0.134 |
| افزایش مهاجرت از فولادشهر به شهرهای دیگر | 118 | 0.068 | 2 | 0.137 |
| نبود برنامه‌های بلندمدت برای توسعه شهر | 116 | 0.067 | 2 | 0.134 |
| کمبود توجه مسئولین به ظرفیت‌های گردشگری شهر | 117 | 0.068 | 4 | 0.271 |
| کاهش سرزندگی شهر به دلیل عدم هویت داشتن شهر | 111 | 0.064 | 4 | 0.257 |
| آسیب‌های زیست‌محیطی ناشی از فعالیت‌های صنعتی | 103 | 0.060 | 2 | 0.119 |
| عدم استقبال گردشگران به‌دلیل نبود جاذبه‌های قوی | 119 | 0.069 | 3 | 0.207 |
| افزایش رقابت با مناطق طبیعی و روستاهای گردشگری اطراف | 106 | 0.061 | 2 | 0.123 |
| احتمال تغییرات اقلیمی و کمبود آب | 108 | 0.063 | 1 | 0.063 |
| عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف در توسعه شهر | 122 | 0.071 | 1 | 0.071 |
| نبود تبلیغات کافی در رسانه‌های ملی و بین‌المللی | 121 | 0.070 | 3 | 0.210 |
| کاهش انگیزه مردم محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری | 116 | 0.067 | 2 | 0.134 |
| نبود نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری | 126 | 0.073 | 4 | 0.292 |
| تمرکز بیش از حد روی صنایع به‌جای گردشگری | 116 | 0.067 | 3 | 0.202 |

در گام بعدی بعد از جمع ستون وزن نهایی در جدول مربوط به هر کدام از عوامل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها، چهار عدد متفاوت ۲,۹۴ ، ۲,۷۸ ، ۲,۵۵ و ۲,۸۱ را به دست آوردیم که با استفاده از این چهار نقطه نمودار تعیین استراتژی swot را رسم می کنیم. (نمودار ۱).




**نمودار۱. نمودار تعیین استراتژی swot**

با توجه به نمودار (1)، استراتژی محافظه‌کارانه (WO) بهترین نوع استراتژی برای ارائه راهبردها است. این نوع استراتژی یعنی استفاده از فرصت‌ها برای رفع نقاط ضعف. یعنی با توجه به فرصت‌های موجود در محیط بیرونی، تلاش کنیم ضعف‌های داخلی رو کاهش و بهبود دهیم. در جدول (۱۳) به ارائه راهبردهای پیشنهادی برای فولادشهر بر اساس استراتژی محافظه کارانه پرداخته ایم.

**جدول (۱۳): راهبردهای استراتژی محافظه کارانه**

| | |
|---|---|
| ۱ | **توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهری**<br>**- ایجاد امکانات اولیه مانند هتل‌های اقتصادی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، و رستوران‌های محلی**<br>**- بهره‌برداری از فرصت نزدیکی فولادشهر به کلان‌شهر اصفهان برای جذب گردشگران** |
| ۲ | **ارتقاء آموزش و فرهنگ‌سازی برای جوامع محلی**<br>- برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای ارتقاء خدمات گردشگری (مثلاً آموزش هتل‌داری و راهنمایان محلی)<br>- ترویج فرهنگ مهمان‌نوازی و گردشگرپذیری در جامعه محلی |
| ۳ | **بهره‌برداری از فرصت‌های زیست‌محیطی و طبیعی**<br>- توسعه فضاهای سبز شهری و احداث پارک‌های تفریحی طبیعی<br>- ایجاد مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در مناطق طبیعی اطراف فولادشهر |
| ۴ | **برندسازی فولادشهر به عنوان مقصد گردشگری نوظهور**<br>- معرفی فولادشهر به عنوان مکانی برای گردشگری صنعتی یا طبیعت‌گردی شهری<br>- استفاده از کمپین‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی جاذبه‌های موجود |
| ۵ | **سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های مشارکتی**<br>- دعوت از سرمایه‌گذاران خصوصی برای مشارکت در پروژه‌های گردشگری مانند مجتمع‌های تفریحی و بازارچه‌های محلی<br>- همکاری با شهرداری و بخش خصوصی برای تأمین زیرساخت‌های لازم |
| ۶ | **احیای نقاط ضعف با بهره‌گیری از فرصت‌های منطقه‌ای** |

| | |
|---|---|
| | - تقویت حمل‌ونقل و دسترسی مناسب از اصفهان و شهرهای اطراف<br>- برگزاری رویدادهای محلی مانند نمایشگاه‌ها، فستیوال‌ها و بازارچه‌های فصلی |
| ۷ | **تقویت گردشگری صنعتی**<br>- طراحی بازدیدهای سازمان‌دهی‌شده از کارخانه‌ها و کارگاه‌های صنعتی رو طراحی و جذاب ساختن این تجربه برای گردشگران<br>- برگزاری تورهای آموزشی برای دانشجویان و علاقه‌مندان به صنایع مدرن |
| ۸ | **طراحی پروژه‌های نوآورانه برای استفاده از ظرفیت بومی**<br>- راه‌اندازی بازارچه‌ها و نمایشگاه‌های صنایع دستی و محصولات محلی که افراد بومی بتوانند توانمندی‌های خود را به نمایش بگذارند<br>- احیای فرهنگ و هنر محلی در قالب کارگاه‌ها و نمایشگاه‌های دائمی (نقاشی، طراحی، مجسمه‌سازی و...) با حضور هنرمندان محلی |
| ۹ | **توسعه گردشگری ورزشی و تفریحی**<br>- ایجاد زیرساخت برای ورزش‌های شهری مثل اسکیت‌سواری، دوچرخه‌سواری، پاراگلایدر و... با توجه به فضای باز و پتانسیل طبیعی<br>- احداث پارک‌های موضوعی و تفریحی که شامل بازی‌ها و ورزش‌های گروهی شود |
| ۱۰ | **برنامه‌ریزی برای جشنواره‌ها و رویدادهای فصلی**<br>- برگزاری جشنواره‌های فصلی مثل جشنواره‌های گل و گیاه، غذاهای محلی یا مسابقات فرهنگی و ورزشی برای جذب گردشگران<br>- ایجاد رویدادهای شبانه مثل بازارچه‌های عصرگاهی یا اجرای موسیقی‌های محلی در فضای باز برای تقویت زندگی شبانه |
| ۱۱ | **هوشمندسازی خدمات شهری برای گردشگران**<br>- ایجاد اپلیکیشن گردشگری شهری برای معرفی جاذبه‌ها، راهنمای تورها، محل اقامت و خدمات محلی<br>- نصب تابلوهای هوشمند و نقشه‌های دیجیتال در سطح شهر برای تسهیل دسترسی گردشگران |
| ۱۲ | **افزایش ظرفیت اقامتی و رستورانی**<br>- جذب سرمایه‌گذاران برای ساخت اقامتگاه‌های مقرون‌به‌صرفه و جذاب مثل بوتیک‌هتل‌ها یا اقامتگاه‌های بوم‌گردی<br>- توسعه رستوران‌ها و کافه‌های با طراحی‌های خاص که امکان تجربه منحصربه‌فردی به گردشگران دهد |
| ۱۳ | **ایجاد موزه‌های کوچک و فضاهای فرهنگی**<br>- تأسیس یک موزه کوچک صنعتی یا تاریخی برای نمایش پیشینه و هویت فولادشهر<br>- تبدیل ساختمان‌های قدیمی یا فضاهای بلااستفاده به گالری‌های هنری یا مراکز فرهنگی |
| ۱۴ | **جذب گردشگران طبیعت‌دوست**<br>- ایجاد کمپینگ‌های طبیعی و مسیرهای طبیعت‌گردی برای جذب خانواده‌ها و گردشگران علاقه‌مند به فضای سبز<br>- احداث باغ‌های گیاه‌شناسی کوچک که با محیط صنعتی شهر تضاد زیبایی ایجاد کند |

### ۶,۵) مدل CLA (تجزیه و تحلیل علی _ لایه ای)

مدل (Causal Layered Analysis) CLAیک رویکرد تحلیلی است که به ما کمک می‌کند تا مسائل پیچیده را از سطوح مختلف بررسی کنیم و به درک عمیق‌تری از آن‌ها دست یابیم.جدول (۱۴). در راستای تحلیل پتانسیل فولادشهر برای پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر، مدل CLAمی‌تواند به ما کمک کند تا این موضوع را از چهار لایه مختلف بررسی کنیم :سطح روزمره )که شامل وضعیت موجود شهر است (سطح سیستماتیک) که به تحلیل زیرساخت‌ها و برنامه‌ریزی‌های موجود می‌پردازد(، لایه ساختاری )که شامل تحلیل فرهنگ، ارزش‌ها و نگرش‌های مردم نسبت به گردشگری است (و لایه عمیق‌تر )که به باورها، اسطوره ها و داستان‌های پشت پرده درباره گردشگری و فولادشهر می‌پردازد. استفاده از مدل CLAدر این پژوهش به‌طور خاص به ما کمک می‌کند تا نه‌تنها چالش‌های سطحی، بلکه دلایل عمیق‌تری را که مانع یا تسهیل‌کننده فرآیند پیوستن فولادشهر به این شبکه جهانی هستند، شناسایی کنیم.

**جدول (۱۴): جدول مدل CLA**

| لایه اول مشکلات سطحی (لیتانی) | لایه دوم علت های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی | لایه سوم گفتمان ها یا ایدئولوژی ها | لایه چهارم استعاره و اسطوره (باورهای بنیادین) | راهبردها |
|---|---|---|---|---|
| **نبود جاذبه های طبیعی و تاریخی برجسته (فولادشهر جاذبه‌های خاص طبیعی یا تاریخی قابل رقابت با شهرهای اطراف مثل اصفهان را ندارد.)** | _ فولادشهر شهری تازه ساخت است و در تاریخ، موقعیتی فرهنگی یا طبیعی مهمی نداشته است<br>_ تمرکز طراحی شهری بر اسکان کارگران صنایع بوده است، نه حفظ یا ایجاد جاذبه | _ فولادشهر برای کار ساخته شده است ، نه تفریح.<br>_جاذبه‌های تاریخی و طبیعی مختص شهرهای کهن است.<br>_ فولادشهر یک خوابگاه بزرگ است. | _ هر گلی یک بویی دارد.<br>_کسی از درخت میوه توقع سایه انداختن ندارد. | ۱. شناسایی و برجسته سازی ویژگی‌های طبیعی اطراف شهر.<br>2. ایجاد موزه های صنعتی.<br>3. طراحی پارک‌ها و باغ‌های مصنوعی با تم های فرهنگی<br>4. برگزاری فستیوال های محلی. |
| **کمبود امکانات تفریحی و رفاهی (تعداد کمی از کافه ها، پارکها، یا فضاهای تفریحی در فولادشهر وجود دارد.)** | _ کمبود سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و عمومی برای ایجاد فضاهای تفریحی.<br>_ نبود سیاست‌های تشویقی برای توسعه این فضاها. | _ فولادشهر یک شهر صنعتی است که شهروندانش نیازی به تفریح ندارند.<br>_ امکانات تفریحی تنها برای شهرهای گردشگری است. | _ هر که طاووس خواهد جور هندوستان کشد.( تشویق به تحمل سختی ها)<br>_ قناعت توانگر کند مرد را.<br>_ ما فقط به سقفی بالای سر نیاز داریم (بیانگر بی‌اهمیتی به کیفیت زندگی در چنین مناطقی) | ۱.ایجاد فضاهای تفریحی مدرن و خانوادگی.<br>2. توسعه کافه‌ها و رستوران‌ها با معماری جذاب<br>۳. ارائه مشوق‌های مالیاتی به سرمایه گذاران محلی.<br>3. توسعه فضاهای فرهنگی.<br>4. راه‌اندازی بازارچه های محلی. |
| **ضعف زیرساختهای حمل و نقل برای گردشگری** | _ عدم اولویت‌دهی به توسعه زیرساخت‌های حمل ونقل برای اهداف گردشگری.<br>_ هزینه بر بودن توسعه شبکه‌های حمل‌ونقل. | _مسافرانی که به اصفهان می‌روند، نیازی به توقف در فولادشهر ندارند.<br>_ شهرهای کوچک به حمل‌ونقل گسترده و توریستی نیاز ندارند. | هر کی خربزه میخورد پای لرزش هم می نشیند.( اشاره به این مسئله که گردشگر خود باید چالش های سفرش را بپذیرد و مدیریت کند). | ۱.توسعه شبکه حمل ونقل عمومی بین فولادشهر و نقاط دیدنی اطراف<br>2. بهبود جاده‌ها و مسیرهای دسترسی با نصب علائم راهنمای مناسب و نورپردازی مسیرها.<br>3. ایجاد پارکینگ‌های امن در نقاط ورودی شهر برای جذب گردشگران. |
| **عدم تبلیغات و بازاریابی مناسب برای فولادشهر** | _ عدم برنامه‌ریزی برای تبلیغات گردشگری. | _ گردشگران برای دیدن فولادشهر نمی‌آیند. | _طوری بخور که همیشه بخوری.<br>_ پول علف خرس نیست. | ۱. طراحی و اجرای تبلیغاتی گسترده با |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **به‌عنوان یک مقصد گردشگری (نبود برنامه های حرفه ای برای تبلیغ جاذبه ها و امکانات شهر).** | _ نبود محتوای جذاب برای معرفی شهر.<br>_ اختصاص ندادن بودجه کافی و سرمایه گذاری برای تبلیغات حرفه ای و هدفمند.<br>_ نبود یک سازمان یا مدیریت واحد گردشگری مستقل<br>_ فقدان استراتژی بازاریابی<br>_ نبود همکاری میان شهرداری، فعالان محلی و کسب و کارها برای تعریف یک استراتژی جامع تبلیغاتی. | _ تبلیغاتی که روی اصفهان انجام می‌شود، کافی است.<br>_گردشگری فقط برای شهرهای تاریخی است. | _ یک سال بخور نان و تره هر سال بخور نان و کره. | استفاده از رسانه های اجتماعی و محلی.<br>۲. ایجاد یک نهاد محلی برای مدیریت گردشگری و بازاریابی، تامین بودجه و افزایش همکاری های بین بخشی.<br>۳. تغییر تصویر صنعتی شهر از طریق معرفی جاذبه ها و امکانات متنوع (مانند ورزشگاه ذوب آهن و طبیعت اطراف).<br>۴. تغیر باورهای عمومی از طریق آموزش و اطلاع رسانی و خلق یک برند جدید که پتانسیل های گردشگری آن را برجسته کند. |
| **ضعف در هویت‌سازی گردشگری (فولادشهر به‌عنوان یک شهر بی هویت یا صرفاً صنعتی شناخته می‌شود و جاذبه های گردشگری مشهودی ندارد.** | _ نبود تلاش برای ایجاد برندینگ یا هویت گردشگری.<br>_ محدود بودن منابع فرهنگی و طبیعی که بتوانند به شهر هویت بدهند.<br>_ تمرکز شهر روی صنایع و مسکن، بدون در نظر گرفتن توسعه گردشگری.<br>_ نبود برنامه‌های فرهنگی یا جاذبه‌های تاریخی برجسته. | _ شهرهای جدید و تازه تاسیس و صنعتی هویت خاصی ندارند.<br>_ هویت فولادشهر به صنعت گره خورده است. | _ تا که پرسند کجا می روی؟ گو رو به رهی. (فولادشهر هنوز مقصدی مشخص در گردشگری نداره)<br>_ دیگی که برای ما نمی‌جوشد، بگذار سر سگ بجوشد. (تصور اینکه گردشگری منفعتی برای مردم محلی ندارد.) | ۱.ایجاد برندینگ شهری با تمرکز بر صنعت و نوآوری.<br>2. برگزاری رویدادهای صنعتی-فرهنگی.<br>3. تأکید بر زیبایی شناسی شهری و طبیعت شهر.<br>4. توسعه برنامه‌های مشارکتی با ساکنین شهر برای ایجاد حس تعلق و ارتقای هویت بومی شهر. |
| **عدم مشارکت صحیح و به اندازه جامعه محلی(مردم محلی نقشی در جذب گردشگر یا ارائه خدمات گردشگری ندارند).** | _ ناآگاهی از فرصت‌های اقتصادی گردشگری.<br>_ نبود حمایت از مشاغل کوچک مرتبط با گردشگری. | _ رسیدگی به گردشگری فقط وظیفه دولت یا بخش های خصوصی بزرگ است. | _ آشپز که دوتا شد آش یا شور می شود یا بی نمک. | _ برگزاری دوره‌های آموزشی برای مردم محلی.<br>_حمایت مالی و تسهیلاتی از کسب وکارهای محلی مثل اقامتگاه‌های بوم‌گردی.<br>_ ایجاد حس مالکیت در مردم نسبت به |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | جاذبه‌های محلی و فرهنگی |
| **ضعف در فضای سبز و زیبایی بصری شهر (کمبود پارک‌ها و فضاهای سبز بزرگ. طراحی یکنواخت و خسته‌کننده شهر).** | _ تمرکز بر ساخت مسکن و صنایع به جای توسعه محیط‌زیست.<br>_ عدم اهمیت دادن به زیبایی بصری در طراحی شهری. | _ فضای سبز در شهرهای صنعتی کاربردی ندارد.<br>_ زیبایی برای شهرهای توریستی مهم است، نه فولادشهر. | _ باغی که آب ندارد، درخت هم نمی‌خواهد. (اشاره به بی‌اهمیتی به فضای سبز در شهرهای صنعتی). | ۱. طراحی و ایجاد پارک‌ها و فضاهای سبز کوچک در مناطق مختلف.<br>۲. همکاری با معماران و طراحان شهری<br>۳. ایجاد برنامه‌های مشارکتی با ساکنان |

### ۶,۶) مدل TOPSIS

مدل تاپسیس (TOPSIS) که مخفف عبارت Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution است، یکی از موثرترین روش‌ها برای رتبه بندی است. این مدل با تکیه بر اصول ریاضی و منطقی، محله‌هایی را که بیشترین شباهت به حالت ایده‌آل و کمترین فاصله از آن دارند، شناسایی می‌کند.  برای پژوهش حاضر، مدل تاپسیس به دلیل توانایی در ترکیب شاخص‌های مختلف و ارائه نتیجه‌ای شفاف انتخاب شد. این مدل نه‌تنها امکان مقایسه محلات را فراهم می‌کند، بلکه اولویت بندی دقیق را براساس وزن دهی به شاخص‌ها انجام می دهد.

**جدول (۱۵): نتایج نهایی مدل تاپسیس**

| شاخص ها/ مناطق | ضریب الویت | رتبه |
|---|---|---|
| **A1** | 0.084 | 12 |
| **A2** | 0.171 | 7 |
| **A3** | 0.283 | 4 |
| **A4** | 0.199 | 5 |
| **A6** | 0 | 16 |
| **B1** | 0.709 | 2 |
| **B2** | 0.143 | 9 |
| **B3** | 0.043 | 14 |
| **B4** | 0.356 | 3 |
| **B5** | 0.195 | 6 |
| **B6** | 0 | 17 |
| **B7** | 0.087 | 11 |
| **B8** | 0.161 | 8 |
| **B9** | 0 | 18 |
| **C1** | 0.022 | 15 |
| **C2** | 0 | 19 |
| **C3** | 0 | 20 |
| **C4** | 0.096 | 10 |
| **C5** | 0.083 | 13 |
| **C6** | 0 | 21 |
| **C7** | 0 | 22 |
| **C8** | 0 | 23 |
| **محلات تجاری خدماتی آ** | 0.803 | 1 |

بنابراین با توجه به جدول (۱۵) میتوان اینگونه بیان کرد که:
۱. محله تجاری خدماتی آ، با ضریب اولویت ۰,۸۰۳ در رتبه اول قرار گرفته است. این نشان می‌دهد که این محله به دلیل زیرساخت‌های قوی تجاری و خدماتی، از پتانسیل بالاتری برخوردار است.
۲. محله B1 با ضریب اولویت ۰,۷۰۹ رتبه دوم را به خود اختصاص داده است. به‌نظر می‌رسد این محله نیز از نظر دسترسی به امکانات گردشگری و زیرساخت‌ها در وضعیت مطلوبی قرار دارد.
۳. محله B4 با ضریب ۰,۳۵۶ در جایگاه سوم قرار گرفته است. هرچند فاصله قابل توجهی با دو محله اول دارد، اما همچنان یکی از گزینه‌های برتر محسوب می‌شود.
۴. محلات A3 (0.283) و A4 (0.199) به ترتیب در رتبه‌های چهارم و پنجم قرار دارند. این نتایج نشان می‌دهد که محلات ناحیه A، به‌طور کلی از پتانسیل بیشتری نسبت به سایر مناطق برخوردارند.
۵. محلات با ضریب ۰ (مانند A6،B6 ،B9 ، و C2) پایین‌ترین رتبه‌ها را دارند که نشان‌دهنده کمبود شدید زیرساخت‌های گردشگری در این مناطق است. این محلات نیازمند برنامه‌ریزی و سرمایه گذاری بیشتری هستند.
۶. توزیع شاخص‌ها نشان می‌دهد که مناطق ناحیه B به طور کلی عملکرد بهتری نسبت به ناحیه C دارند، زیرا بالاترین رتبه‌های جدول (مانند B1 و B4) به این ناحیه تعلق دارد.
به طورکلی این تحلیل نشان می‌دهد که زیرساخت‌های تجاری و خدماتی نقش مهمی در ارتقای رتبه محلات دارند. محلات تجاری خدماتی آ به دلیل برخورداری از بیشترین ضریب اولویت، در برنامه‌های توسعه گردشگری می‌تواند نقطه تمرکز اصلی باشد. همچنین، برای محلاتی که ضریب پایین‌تری دارند (به‌خصوص مناطق با امتیاز صفر)، باید سرمایه گذاری ویژه‌ای برای تقویت زیرساخت‌های گردشگری انجام گیرد.

## ۷. نتیجه گیری و پیشنهادها

با توجه به نتایج تحلیل‌ها و مدل‌های مختلف، فولادشهر به‌عنوان یک شهر صنعتی و جدید با ویژگی‌های خاص خود، پتانسیل تبدیل شدن به یک شهر دوستدار گردشگر را دارا است. در این راستا، تحلیل‌ها و مدل‌های مختلف مانند SWOT، TOPSIS ، CLA و تحلیل عاملی نشان می‌دهند که در حال حاضر، فولادشهر از زیرساخت‌های گردشگری مناسب و کافی برخوردار نیست، اما فرصت‌های زیادی برای توسعه گردشگری وجود دارد. محله‌های تجاری و خدماتی فولادشهر به دلیل زیرساخت‌های قوی‌تر، اولویت بالاتری برای توسعه گردشگری دارند. محله A1 به‌عنوان منطقه‌ای با پتانسیل بالا برای گردشگری، می‌تواند نقطه شروع اصلی برنامه‌ریزی‌های آینده باشد. نتایج نشان می‌دهند که فولادشهر باید بر روی بهبود زیرساخت‌های گردشگری، کیفیت خدمات، امنیت شهری، حفظ محیط زیست، و رضایت جامعه محلی تمرکز کند. این عوامل از اهمیت بالایی برخوردارند و تاثیر زیادی بر جذب گردشگران خواهند داشت.
فولادشهر به‌عنوان یک شهر جدید و صنعتی با استفاده از پتانسیل‌های موجود در زمینه گردشگری ورزشی، صنایع دستی، بهبود زیرساخت‌ها و مشارکت جوامع محلی، می‌تواند به یک مقصد گردشگری چندبعدی تبدیل شود. پیوستن به شبکه شهرهای دوستدار گردشگر نیازمند اجرای استراتژی‌های جامع و هم‌افزا است که بر مبنای تحلیل‌های SWOT و مدل‌های دیگر پایه‌ریزی شده‌اند. با این رویکرد، فولادشهر می‌تواند جایگاه خود را در صنعت گردشگری تقویت کند و به یک مقصد مورد توجه گردشگران تبدیل شود.

### ۷,۱) پیشنهادها

۱. توسعه گردشگری ورزشی: با توجه به وجود ورزشگاه ذوب‌آهن و پتانسیل‌های موجود برای برگزاری رویدادهای ورزشی ملی و بین‌المللی، فولادشهر می‌تواند به‌عنوان مقصدی برای گردشگران ورزشی معرفی شود. این امر به‌ویژه با توجه به نزدیکی فولادشهر به اصفهان، می‌تواند به‌عنوان یک بسته گردشگری مکمل ارائه گردد.

۲. ترویج صنایع دستی محلی: برگزاری رویدادهایی برای معرفی صنایع دستی منطقه و تولیدات محلی می‌تواند به‌عنوان یک جاذبه گردشگری در کنار ورزشگاه ذوب‌آهن، برای جذب گردشگران موثر باشد. این رویکرد همچنین باعث تقویت ارتباط میان گردشگران و جامعه محلی خواهد شد.

۳. بهبود زیرساخت‌ها و فضای عمومی: بهبود فضاهای عمومی مانند پارک‌ها، فضاهای سبز و مسیرهای دسترسی اطراف ورزشگاه، می‌تواند به‌طور مؤثری تجربه گردشگران را ارتقا دهد و به جذابیت شهری افزوده کند.

۴. مشارکت جامعه محلی: برگزاری کارگاه‌ها و رویدادهای مشارکتی با حضور جوامع محلی و هواداران تیم‌های ورزشی مانند ذوب‌آهن، می‌تواند به برندسازی فولادشهر به‌عنوان یک مقصد گردشگری کمک کند. این امر همچنین موجب افزایش انسجام اجتماعی و ارتقای هویت شهری خواهد شد.

۵. پایداری اقتصادی گردشگری: برای تضمین توسعه پایدار گردشگری در فولادشهر، لازم است که برنامه‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت در این زمینه پیش‌بینی شود. این شامل سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، توسعه خدمات بهداشتی و رفاهی، و ارتقای حمل‌ونقل شهری است.

## منابع و ماخذ

۱. ابراهیم زاده، زهرا، ملکیان، آرش، محسنی ساروی، محسن، و زارع بیدکی، رفعت. (۱۴۰۰). تعیین نقاط احتمالی آبگرفتگی شبکه زهکشی شهر فولادشهر در سیلاب شهری. مجله علوم و مهندسی آبخیزداری ایران، ۱۵(۵۲ )، ۵۴-۶۲.
۲. افشاری، مهرنوش، شکوهی، محمداجزاء و خاکپور، براتعلی. (۱۴۰۲)، تبیین یک الگوی مفهومی از شهر دوستدار گردشگر با تاکید بر عناصر فضایی شهر مشهد. پژوهشنامه خراسان بزرگ، ۱۴(۵۳)، ۱۰۴ـ۹۱.
۳. آقا علیخانی، مصطفی، بخشنده نصرت، عباس، و رحمانی، محمود. (۱۳۹۷). نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری، مطالعه موردی: شهر رامسر. مدیریت شهری، ۱۷(۵۱ )، ۱۸۳-۱۹۷.
۴. بیضائی میترا، صداقتی، عاطفه. (۱۳۹۸)، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری پایدار: شناسایی عناصر پایه و ارزیابی وضعیت مطالعه موردی: شهرستان بجنورد، جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، ۳۰(۱)، ۱۲۶ـ۱۱۱.
۵. خلجی، نسترن، غلامی، یونس. (۱۳۹۶)، تدوین و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری با رویکرد پایداری (نمونه موردی: شهر کاشان). گردشگری شهری، ۴(۲)، ۱۷-۳۰.
۶. درویشی, کمیل , لطفی, حیدر و نامی, محمد حسن . (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی و نگرش سیستمی حاکمیت نسبت به امنیت و توسعه پایدار گردشگری در کلان‌شهرهای ایران: مطالعه موردی کلان شهر تهران. فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای), ۹(۳۵), ۴۲۹-۴۵۷.
۷. سجاد مهابادی, نجمه سادات، مختارزاده, صفورا . (۱۴۰۱). تحلیل و ارزیابی شهر شاد در شهر جدید فولادشهر در راستای پایداری محلات شهری. توسعه پایدار شهری, ۳(۶), ۱۹-۳۴.
۸. سجاسی قیداری، حمداله، و کامرانی فر، حدیث (۱۳۹۳). برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی کلان شهر مشهد. همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران چالش ها و چشم اندازها.
۹. سلیمانیان, ساجد و فنی, زهره . (۱۴۰۰). ارزیابی عوامل موثر بر گردشگری در بافت تاریخی با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا (محدوده مورد مطالعه: شهر بابلسر). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری, ۱۶(۵۳), ۲۶۵-۲۹۲.
۱۰. شاکرمی، کیان، و اجزاء شکوهی، محمد. (۱۴۰۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه شهرهای جدید در ایران (مطالعه موردی: شهر جدید پردیس). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۸(۴)، ۱۴۱-۱۵۴.
۱۱. ضیایی، محمود، عباسی، دیاکو. (۱۳۹۷)، چالش ها و رویکردهای توسعه ی گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۴)، ۳۷ـ۸.
۱۲. عبدالله زاده فرد، علیرضا، امیری، محمدرضا، و ملک‌زاده، ثمین. (۱۳۹۶). شهر دوستدار توریست با رویکرد به میراث فرهنگی-باستانی شهر شیراز. در دوازدهمین سمپوزیوم پیشرفت‌های علوم و تکنولوژی، کمیسیون پنجم: همایش ملی معماری شهرسازی و سرزمین پایدار.
۱۳. قهرمان، آرش ، رهنما، علی و بستان، زهرا . (۱۴۰۱). تحلیل اولویت‌های گردشگری و دلالت‌های راهبردی آن در توسعه شهری مشهد. جغرافیا و توسعه فضای شهری، ۹(۴)، ۱-۱۷.
۱۴. مهجوریان، محمدرضا. (۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی تاثیر گذار بر روابط اجتماعی خانوارهای شهری در محلات شهر فولادشهر. کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی.
۱۵. نصراللهی، زهرا، موسی بیکی ده آبادی، فریده. (۱۳۹۴)، تحلیل اهمیت ـ عملکرد گردشگری پایدار: با استناد بر عوامل زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی، گردشگری شهری، (۱)۲، ۵۹ـ۴۵.
۱۶. وارثی، حمیدرضا، علی زاده، جابر، و صالحی، مریم. (۱۳۹۰). تحلیل و ارزیابی احساس هویت ساکنین در شهرهای جدید (نمونه موردی: شهر جدید فولاد شهر). برنامه ریزی فضایی، ۱(۳)، ۳۷-۶۲.

17. Andari, R., & Diyah Setiyorini, H. P. (2016). South East Asia Journal of Contemporary.

18. Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H., & Hussain, M. Y. (2013). Policy and tourism development strategy towards tourist friendly destination in Kuala Lumpur.
19. Gelbman, A. (2007). Tourism in industry In the post-industrial city.
20. Yıldız, S., & Akbulut, M. T. (2013). Current trends In developing urban tourism. ArchNet-IJAR: International Journal of Architectural Research, 7(2), 297-310.
21. http://www.fooladshahr.ir
22. http://www.topomap.ir
23. http://erbact.eu
24. http://earth.google.com
25. https://urbact.eu/tourism-friendly-cities

# توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر

**امید خادم حسینی**، دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
**علی اکبر عنابستانی**، استاد دانشکده علوم زمین،گروه جغرافیای انسانی و آمایش ، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

## چکیده

حوضه جغرافیایی زاینده رود از کوهرنگ تا کویر(شرق اصفهان) دارای ظرفیت ها و محدودیت های متنوعی است اما ظرفیت های آن بگونه ای است که می توان از این ظرفیت ها در راستای حل مسائل و چالش های آن استفاده نمود. گردشگری و به ویژه گردشگری روستایی از جمله این قابلیت ها است که با توجه به تنوع محیطی و اقلیمی این حوضه، می تواند در توسعه و پایداری این حوضه موثر باشد. هدف این پژوهش شناخت و تحلیل موانع و ظرفیت های گردشگری روستایی حوضه زاینده رود از کوهرنگ تا کویر است که به صورت نظری و توصیفی روی آن تاکید است. رو.ش پژوهش، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده ها اسنادی، علمی است. روش تحلیل داده ها در قالب مدل سوات بوده است. نتایج نشان داد که تنوع روستاها از لحاظ جاذبه‌های طبیعی (با وزن نهایی۰/۳۸۸) مهم‌ترین نقطه قوت؛ ضعف زیرساخت‌های ارتباطی میان روستاها (با وزن نهایی۰/۴۲۳) مهمترین ضعف؛ امکان ایجاد مسیر گردشگری از کوهرنگ تا کویر و امکان سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی نهادهای متولی گردشگری (هر دو با وزن نهایی۰/۳۷۵) به عنوان مهمترین فرصت ها؛ خشکسالی و کم‌آبی حوضه زاینده‌رود (با وزن نهایی۰/۵۱۱) مهم‌ترین تهدید شناخته شدند. همچنین بررسی ها نشان می دهد طرح گردشگری از کوهرنگ تا کویر با استفاده از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه کمک کند. توجه به زیرساخت‌ها، آموزش جامعه محلی و حفاظت از محیط زیست برای موفقیت این طرح ضروری است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری روستایی، زاینده رود، کوهرنگ، کویر مرکزی ایران.

## ۱. مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از صنایع پررشد و با تأثیرات گسترده در جهان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، توانسته است نقش کلیدی در رشد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ایفا کند. این صنعت علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی، به انتقال فرهنگ‌ها، ایجاد درآمدهای پایدار و توسعه زیرساخت‌ها کمک می‌کند(Buckley,2011: 399|). در حال حاضر، بسیاری از کشورها توجه ویژه‌ای به توسعه گردشگری دارند تا از آن به عنوان یکی از منابع اصلی درآمدزایی بهره‌برداری کنند. توسعه گردشگری نه تنها به بهبود وضعیت اقتصادی کمک می‌کند، بلکه موجب ارتقای کیفیت زندگی و افزایش آگاهی‌های زیست‌محیطی می‌شود. با توجه به روند رشد سریع جمعیت و اهمیت جلب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، کشورهای مختلف به ویژه در مناطق کمتر توسعه یافته، بر جذب گردشگر و توسعه امکانات گردشگری متمرکز شده‌اند(Craik,2002: 125). این فرآیند، به ویژه در نواحی دارای ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از منابع بهینه است.

گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های مهم گردشگری است که به طور ویژه بر توسعه مناطق روستایی و بهره‌برداری از منابع طبیعی و فرهنگی این مناطق تأکید دارد((Lane,2009: 356). این نوع گردشگری به‌ویژه در کشورهایی که مناطق روستایی آنها دارای ویژگی‌های طبیعی و فرهنگی منحصر به فرد است، به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی این نواحی شناخته می‌شود(sharpley & Roberts,2004: 123).گردشگری روستایی نه تنها می‌تواند به ایجاد اشتغال و تقویت بنیان‌های اقتصادی کمک کند(Leite et al,2023: 86)، بلکه به حفظ و ارتقای فرهنگ‌های محلی و آداب و رسوم بومی نیز کمک می‌کند. از این رو، این نوع گردشگری فرصت‌های مناسبی برای توانمندسازی جوامع روستایی فراهم می‌آورد(An & Alarcon,2020: 3). ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در این مناطق، می‌تواند باعث جلب سرمایه‌گذاری و افزایش تعاملات بین‌المللی در حوزه‌های مختلف شود(Srreimikiene & Bilan,2015: 25). از دیگر مزایای گردشگری روستایی، می‌توان به کاهش مهاجرت‌های روستایی به شهرها و حمایت از حفظ محیط‌زیست اشاره کرد. به علاوه، این نوع گردشگری با توجه به جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی روستاها، ظرفیت زیادی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد(Yang et al,2021: 42).

علیزاده و همکاران(۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان تحلیلی بر وضعیت توسعه گردشگری و موانع عمده جذب گردشگر در شهرها (نمونه موردی: مهاباد) نشان دادند که موانع قانونی، اقتصادی و کالبدی، طبیعی و جغرافیایی سه مشکل جدی در توسعهٔ گردشگری شهرستان مهاباد است. خوش الحال و همکاران(۱۳۹۹) در بررسی راهکارهای توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر تبریز مبتنی بر مؤلفه‌های منطقه‌ای نشان دادند که آمادگی همه جانبه شهر با توجه به معیارهای زیستی، محیطی، ارزشی، و انسانی پایدارسازی گردشگری، و فرهنگ‌سازی و ارتقاء دانش و بینش شهروندی برای باورسازی توریسم از مهم‌ترین راهکارهای توسعه گردشگری می‌باشد. صفری علی اکبری و صادقی(۱۴۰۱) در تحلیل موانع و راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان دزپارت نشان دادند که موانع محیطی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی و زیربنایی تأثیرگذاری زیادی در توسعه گردشگری منطقه دزپارت ایفاء می‌نمایند. موانع زیربنایی بیشترین تأثیرگذاری و موانع محیطی کمترین تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری دارند. در راستای رفع موانع، شش راهبرد برنامه ریزی فرهنگی، مدیریت یکپارچه، بهبود خدمات و امکانات، ظرفیت سنجی و عرضه محصولات، توسعه عمرانی-زیربنایی و بهبود دانش گردشگری ارائه شد.

آمیت (۲۰۱۰) در تحلیل توسعه گردشگری روستایی بر توسعه کشور نتیجه گرفت که علاوه بر عدم وجود امکانات و تأسیسات رفاهی، عدم برنامه‌ریزی مناسب در زمینه گردشگری نیز از موانع توسعه گردشگری روستایی است. نیکولا و همکاران (۲۰۱۳) در بررسی توسعه گردشگری منطقه‌ای نتیجه گرفت که کمبود امکانات، عدم تولید، عدم آموزش جامعه محلی، عدم مشارکت، نبود اطلاعات لازم و عدم درک از گردشگری به عنوان مهمترین موانع شناخته شده است. سامرس و همکاران (۲۰۱۹) عوامل و موانع گردشگری به عنوان محرک رشد اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی در کوئینزلند را بررسی نموده‌اند و نشان دادند که عدم درک گردشگری، نداشتن بصیرت تجاری، کمبود منابع مالی و انسانی و عدم تمایل به همکاری در زمینه مشاغل گردشگری به عنوان موانع و حمایت دولت

محلی، درک صحیح از ساختار گردشگری و ظرفیت مشارکت در بازاریابی از عوامل رشد گردشگری هستند. لاکجانووا (۲۰۱۹) مشکلات و روندهای توسعه گردشگری منطقه‌ای در لتونی را مورد تأکید قرار داده و نتیجه گرفت که ضعف زیرساختی و امکانات، نبود تبلیغات، ضعف در رقابت، کمبود سرمایه و نبود مشارکت از مهمترین موانع و بازاریابی به عنوان مهمترین راهکار شناخته شده است. مطالعه حاضر روی توسعه گردشگری در یک پهنه جغرافیایی با اقلیم متفاوت از کوهستانی تا خشک تاکید نموده در حایل که تحقیقات گذشته هر کدام روی یک منطقه با ویژگی محیی خاص متمرکز شده است. علاوه بر این تحقیق به بحث توسعه گردشگری روستایی تاکید نموده است در حالی که تحقیقات گذشته جنبه های مختلف این رویکرد را مطالعه نموده اند.

ایران با داشتن مناظر طبیعی منحصر به فرد و تنوع فرهنگی بالا، می‌تواند از پتانسیل‌های گردشگری روستایی بهره‌برداری کند. منطقه زاینده رود، از سرچشمه‌های کوهرنگ تا مناطق کویری، یکی از نواحی با ظرفیت‌های برجسته در این زمینه است. این منطقه با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی همچون کوهستان‌های سرسبز، دشت‌های وسیع، رودخانه زاینده رود و منابع آبی غنی، در کنار فرهنگ بومی و آداب و رسوم سنتی و همچنین آثار تاریخی، زمینه مناسبی برای توسعه گردشگری روستایی فراهم می‌آورد. رویکرد گردشگری برای این پهنه جغرافیایی می‌تواند علاوه بر تقویت اقتصاد محلی، به حفظ محیط‌زیست و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان منطقه کمک کند.با این حال، علی‌رغم ظرفیت‌های بالا، این منطقه با چالش‌هایی در زمینه توسعه گردشگری روستایی مواجه است. کمبود زیرساخت‌های مناسب همچون هتل‌ها و اقامتگاه‌های استاندارد، کمبود جاده‌ها و سیستم‌های حمل‌ونقل کارآمد، و عدم آموزش نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری از جمله مشکلات عمده‌ای است که در مسیر توسعه گردشگری در این حوضه جغرافیایی قرار دارد. همچنین، عدم وجود برنامه‌ریزی جامع و منسجم برای مدیریت گردشگری و استفاده بهینه از منابع طبیعی می‌تواند به تهدیداتی برای محیط‌زیست و فرهنگ‌های بومی منطقه منجر شود.

توسعه گردشگری روستایی در حوزه زاینده رود از کوهرنگ تا کویر می‌تواند فرصتی عظیم برای رشد و شکوفایی این منطقه ایجاد کند. این طرح نه تنها می‌تواند موجب ایجاد اشتغال و افزایش درآمد برای مردم محلی شود، بلکه با ترویج حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ‌های بومی، به حفظ هویت منطقه کمک خواهد کرد. به علاوه، جذب گردشگران داخلی و خارجی می‌تواند به رونق صنایع دستی و تولیدات محلی، بهبود خدمات بهداشتی و آموزشی، و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری کمک کند. در واقع این نتیجه برنامه ریزی توسعه گردشگری است(Liu et al,2020: 179) بنابراین، ضروری است که برنامه‌ریزی‌های دقیق و همه‌جانبه‌ای برای این منطقه انجام شود. این برنامه‌ها باید در عین حال که به توسعه اقتصادی توجه دارند، به حفاظت از منابع طبیعی و حفظ فرهنگ‌های محلی نیز اهمیت دهند. در این راستا، طراحی مدل‌های گردشگری پایدار که هم به توسعه اجتماعی و اقتصادی منطقه کمک کند و هم آثار منفی زیست‌محیطی را کاهش دهد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به آنچه که بیان شد برای تحقق توسعه گردشگری کوهرنگ تا کویر بایستی ظرفیت ها، چالش ها و در ادامه راهبردهای لازم شناسایی و ارائه گردد. با توجه به اهمیت گردشگری روستایی در این منطه، متنوع بودن جغرافیای آن و همچنین عدم بهره برداری بهینه از این رویکرد اقتصادی، ضروری است که چنین موضوعی بررسی و تحلیل شود. این پژوهش ، چنین هدف و چارچوبی را دنبال می نماید. بنابراین سه سوال اصلی طرح می گردد.

۱-ظرفیت های توسعه گردشگری روستایی در حوزه زاینده رود از کوهرنگ تا کویر کدامند؟ موانع توسعه گردشگری روستایی در حوزه زاینده رود از کوهرنگ تا کویر کدامند؟ راهبردهای رفع این موانع چگونه است؟

## 2. روش شناسی تحقیق

تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده های اسنادی و علمی است. در واقع با کنکاش در مقالات، کتاب ها و اطلاعات مختلف و مرتبط با حوضه زاینده رود، مهمترین موانع و ظرفیت های توسعه گردشگری روستایی از کوهرنگ تا کویر شناخته شده است. سپس در قالب مدل سوات منظم و ساختاربندی شدند. جامعه آماری پژوهش را خبرگان تشکیل داده اند که نسبت به موضوع گردشگری و منطقه آگاهی و اطلاعات داشته اند. این هبرگان شامل اساتید

دانشگاهی،کارشناسان سازمانی و دانشجویان دکتری بوده اند. آمار از تعداد این افراد در دسترس نبوده است. از طریق روش گلوله برفی اقدام به تعیین حجم نمونه شد که تعداد ۳۰ نفر به عنوان حجم نمونه شناسایی و پرسشگری شدند. مدل سوات مخفف واژه‌های (قوت‌ها)، (ضعف‌ها)، (فرصت‌ها) و (تهدیدها)[1]است و ابزاری بسیار مهم برای تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی یک سازمان یا پدیده به شمار می‌رود. از طریق این مدل، سعی می‌شود که ضعف‌ها به قوت‌ها تبدیل شوند و با به حداقل رساندن ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی، از فرصت‌ها حداکثر استفاده به عمل آید. زمانی که مدل SWOT در برنامه‌ریزی به‌صورت کامل اجرا گردد، می‌تواند پایه‌ای مناسب برای فرمول‌بندی سیاست‌ها و خط‌مشی ارائه دهد.در این پژوهش، از مدل سوات جهت شناخت و تحلیل مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی شامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در زمینه توسعه گردشگری روستایی از کوهرنگ تا کویر بهره گرفته شد.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

نتایج نشان داد که در زمینه توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر ۱۱ قوت، ۱۰ ضعف، ۱۱ فرصت و ۱۰ تهدید شناسایی و دسته بندی شده است. برای تعیین اهمیت هر کدام از این عوامل، بر اساس مدل برنامه‌ریزی استراتژیک (SWOT)، اقدام به بررسی و اهمیت‌دهی آنها شد. برای این کار، ابتدا ضریب اولیه که همان نتایج توصیفی پرسش‌نامه است، با لحاظ کردن اهمیت هر یک از گزینه‌ها بر اساس طیف پنج‌قسمتی لیکرت (۱= اهمیت خیلی کم، ۲= اهمیت کم، ۳= اهمیت متوسط، ۴= اهمیت زیاد، ۵= اهمیت خیلی زیاد)، محاسبه و به‌دست آمد. سپس، از تقسیم هر یک از ضرایب اولیه هر عامل بر مجموع آنها، ضریب ثانویه حاصل شد. در ادامه، مطابق با نظر کارشناسان، به هر یک از عوامل (نقاط)، رتبه مشخصی از نظر اهمیت و ارزش داده شد. در انتها نیز ضریب ثانویه در رتبه مربوط به هر عامل ضرب و وزن نهایی که نشانگر اهمیت و رتبه آن عامل (نقطه) در مقایسه با دیگر عوامل می‌باشد، به‌دست آمد.

### تحلیل عوامل داخلی (قوت و ضعف)

تحلیل جدول نشان می‌دهد که تنوع روستاها از لحاظ جاذبه‌های طبیعی (با وزن نهایی۰/۳۸۸) مهم‌ترین نقطه قوت در توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود محسوب می‌شود، زیرا ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران طبیعت‌دوست دارد. پس از آن، تنوع روستاها از لحاظ آثار تاریخی(۰/۳۸۲) و اقلیم متنوع منطقه (۰/۳۷۶) به‌عنوان عوامل کلیدی تأثیرگذار بر گردشگری منطقه شناسایی شده‌اند .وجود رودخانه زاینده‌رود (۰/۳۷۴) و تنوع محصولات کشاورزی (۰/۳۷۲) نیز از دیگر مزیت‌های مهم هستند که می‌توانند در توسعه گردشگری پایدار نقش بسزایی داشته باشند. در مقابل، تعاملات فرهنگی در روستاها (۰/۱۸۹) کمترین امتیاز را دارد که نشان می‌دهد این بخش نیازمند برنامه‌ریزی و تقویت بیشتری برای بهره‌گیری در صنعت گردشگری منطقه است.

**جدول۴-۱:عوامل داخلی (قوت‌های توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر)**

[1] Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

| نقاط قوت | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| اقلیم متنوع در حوضه زاینده رود | ۱۹۶ | ۰/۰۹۴۱ | ۴ | ۰/۳۷۶ |
| تنوع روستاها از لحاظ جاذبه طبیعی | ۲۰۲ | ۰/۰۹۷۰ | ۴ | ۰/۳۸۸ |
| تنوع روستاها از لحاظ آثار تاریخی | ۱۹۹ | ۰/۰۹۵۶ | ۴ | ۰/۳۸۲ |
| فرهنگ متنوع جامعه روستایی از کوهرنگ تا کویر | ۱۷۳ | ۰/۰۸۳۱ | ۳ | ۰/۲۴۹ |
| تلفیق گردشگری روستایی و عشایری در حوضه زاینده رود | ۱۸۰ | ۰/۰۸۶۵ | ۴ | ۰/۳۴۶ |
| وجود رودخانه زاینده رود از کوهرنگ تا کویر | ۱۹۵ | ۰/۰۹۳۷ | ۴ | ۰/۳۷۴ |
| تعاملات فرهنگی در روستاهای منطقه | ۱۹۷ | ۰/۰۹۴۶ | ۲ | ۰/۱۸۹ |
| فاصله جغرافیایی مطلوب برای توسعه گردشگری کوهرنگ تا کویر | ۱۹۳ | ۰/۰۹۲۷ | ۳ | ۰/۲۷۸ |
| امنیت مناسب روستاهای حوضه از کوهرنگ تا کویر | ۱۹۰ | ۰/۰۹۱۳ | ۳ | ۰/۲۷۳ |
| تنوع محصولات کشاورزی حوضه از کوهرنگ تا کویر | ۱۹۴ | ۰/۰۹۳۲ | ۴ | ۰/۳۷۲ |
| وجود مسیرهای طبیعت‌گردی و اکوتوریسم | ۱۶۲ | ۰/۰۷۷۸ | ۳ | ۰/۲۳۳ |
| مجموع | ۲۰۸۱ | ۱ | - | ۳/۴۶۴ |

تحلیل جدول نشان می‌دهد که ضعف زیرساخت‌های ارتباطی میان روستاها (با وزن نهایی۰/۴۲۳) مهم‌ترین چالش در توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود است، زیرا نبود مسیرهای مناسب و امکانات حمل‌ونقل، دسترسی به این مناطق را دشوار می‌کند .کمبود اقامتگاه‌ها و بومگردی‌ها (۰/۴۱۶) و کمبود خدمات گردشگری در روستاها (۰/۴۰۵) نیز از دیگر موانع اصلی هستند که بر تجربه گردشگران تأثیر منفی می‌گذارند. همچنین، عدم توجه شرکت‌های گردشگری به این حوزه (۰/۳۸۳) و فقدان برنامه جامع گردشگری برای منطقه (۰/۳۷۴) نشان‌دهنده نبود سیاست‌گذاری منسجم در این زمینه است. در مقابل، عدم ترویج و آموزش به جامعه میزبان (۰/۲۷۲) و چالش‌های زیست‌محیطی و محدودیت‌های آبی (۰/۲۷۹) با وجود اهمیتشان، امتیاز کمتری گرفته‌اند که این موضوع لزوم برنامه‌ریزی برای آگاهی‌بخشی و مدیریت پایدار منابع طبیعی را نشان می‌دهد.

**جدول۴-۲: عوامل داخلی (ضعف‌های توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر)**

| نقاط ضعف | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| ضعف زیرساخت های ارتباطی میان روستاها | ۱۹۱ | ۰/۱۰۵۸ | ۴ | ۰/۴۲۳ |
| کمبود خدمات گردشگری در روستاها | ۱۸۳ | ۰/۱۰۱۴ | ۴ | ۰/۴۰۵ |
| کمبود اقامتگاه ها و بومگردی ها | ۱۸۸ | ۰/۱۰۴۲ | ۴ | ۰/۴۱۶ |
| عدم توجه مسوولین به گردشگری روستایی حوضه | ۱۹۳ | ۰/۱۰۶۹ | ۳ | ۰/۳۲۰ |
| ناشناخته بودن گردشگری روستایی حوضه زاینده رود | ۱۸۹ | ۰/۱۰۴۷ | ۳ | ۰/۳۱۴ |
| عدم توجه شرکت های گردشگری به این نوع از گردشگری | ۱۷۳ | ۰/۰۹۵۹ | ۴ | ۰/۳۸۳ |
| عدم سرمایه گذاری در رشد گردشگری حوضه زاینده رود | ۱۸۶ | ۰/۱۰۳۱ | ۳ | ۰/۳۰۹ |
| فقدان وجود برنامه جامع در زمینه گردشگری منطقه کوهرنگ تا کویر | ۱۶۹ | ۰/۰۹۳۶ | ۴ | ۰/۳۷۴ |
| عدم ترویج و آموزش به جامعه میزبان در زمینه گردشگری | ۱۶۴ | ۰/۰۹۰۹ | ۳ | ۰/۲۷۲ |
| محدودیت‌های آبی و چالش‌های زیست‌محیطی | ۱۶۸ | ۰/۰۹۳۱ | ۳ | ۰/۲۷۹ |
| مجموع | ۱۸۰۴ | ۱ | - | ۳/۴۹۹ |

**تحلیل عوامل خارجی (فرصت و تهدید)**

در بررسی یک پدیده یا سیستم، عوامل خارجی نیز وجود دارد که بر روند، توسعه و بهبود آن تأثیرگذار است. تحلیل جدول نشان می‌دهد که امکان ایجاد مسیر گردشگری از کوهرنگ تا کویر و امکان سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی نهادهای متولی گردشگری (هر دو با وزن نهایی۰/۳۷۵) مهم‌ترین فرصت‌های توسعه گردشگری روستایی در این حوضه هستند، زیرا می‌توانند زیرساخت‌های گردشگری را تقویت کرده و جریان پایدار گردشگران را به منطقه هدایت کنند .امکان جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد سایت عرضه محصولات و صنایع‌دستی (هر دو با۰/۳۵۹) نیز از فرصت‌های کلیدی محسوب می‌شوند که می‌توانند اقتصاد محلی را تقویت کنند. در مقابل، امکان توسعه گردشگری کشاورزی و تجربه‌محور (۰/۱۷۳) و امکان دریافت کمک‌های بین‌المللی برای حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی (۰/۱۷۲) کمترین امتیاز را کسب کرده‌اند، که نشان‌دهنده لزوم تلاش بیشتر برای بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها در توسعه گردشگری پایدار است.

**جدول۴-۳: عوامل خارجی (فرصت های توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر)**

| نقاط فرصت | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| امکان ایجاد مسیر گردشگری از کوهرنگ تا کویر | ۱۹۱ | ۰/۰۹۳۸ | ۴ | ۰/۳۷۵ |
| افزایش تعاملات فرهنگی در نتیجه رشد گردشگری در حوضه زاینده رود | ۱۹۶ | ۰/۰۹۶۳ | ۳ | ۰/۲۸۸ |
| امکان برندسازی گردشگری روستایی کوهرنگ تا کویر | ۱۸۳ | ۰/۰۸۹۹ | ۳ | ۰/۲۶۹ |
| امکان جذب سرمایه‌گذاری از بخش خصوصی برای ایجاد مسیر گردشگری کوهرنگ تا کویر | ۱۸۳ | ۰/۰۸۹۹ | ۴ | ۰/۳۵۹ |
| امکان ایجاد بازار گردشگری روستایی از کوهرنگ تا کویر | ۱۸۱ | ۰/۰۸۸۹ | ۳ | ۰/۲۶۶ |
| ایجاد یک سایت عرضه محصولات و صنایع دستی روستاهای منطقه | ۱۸۳ | ۰/۰۸۹۹ | ۴ | ۰/۳۵۹ |
| امکان ایجاد و رشد گردشگری عشایری-روستایی در منطقه | ۱۸۶ | ۰/۰۹۱۴ | ۲ | ۰/۱۸۲ |
| امکان توسعه گردشگری کشاورزی و تجربه‌محور از کوهرنگ تا کویر | ۱۷۷ | ۰/۰۸۶۹ | ۲ | ۰/۱۷۳ |
| امکان سرمایه گذاری و برنامه ریزی نهادهای متولی گردشگری | ۱۹۱ | ۰/۰۹۳۸ | ۴ | ۰/۳۷۵ |
| امکان دریافت کمک‌های بین‌المللی برای حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی | ۱۷۶ | ۰/۰۸۶۴ | ۲ | ۰/۱۷۲ |
| بهبود جاده‌های روستایی و افزایش دسترسی به مناطق گردشگری | ۱۸۸ | ۰/۰۹۲۳ | ۳ | ۰/۲۷۶ |
| مجموع | ۲۰۳۵ | ۱ | - | ۳/۱۰۱ |

قسمت دوم عوامل خارجی، نقاط تهدیدی است که از بیرون سیستم بروز می‌کند یا وجود دارد که بایستی مورد توجه قرار گیرند. بررسی جدول نشان می‌دهد که خشکسالی و کم‌آبی حوضه زاینده‌رود (با وزن نهایی۰/۵۱۱) مهم‌ترین تهدید برای توسعه گردشگری روستایی منطقه است، زیرا کاهش منابع آبی می‌تواند بر جذابیت‌های طبیعی، کشاورزی و حیات روستایی تأثیر منفی بگذارد. پس از آن، شرایط اقلیمی گرم در بخش کویری حوضه (۰/۴۳۳) به‌عنوان یک چالش اساسی مطرح است که می‌تواند گردشگری را در فصول گرم محدود کند .کاهش جذابیت‌های طبیعی به دلیل بهره‌برداری بی‌رویه از منابع (۰/۳۱۵) و افزایش آلودگی‌های زیست‌محیطی ناشی از ورود گردشگران (۰/۲۸۲) یز از دیگر تهدیدات قابل‌توجه هستند که می‌توانند کیفیت تجربه گردشگری را کاهش دهند. در مقابل، نبود قوانین شفاف برای حمایت از بوم‌گردی(۰/۱۵۸) و تهدیدات مرتبط با مخاطرات طبیعی مانند زمین‌لغزش(۰/۱۶۷)کمترین امتیاز را داشته‌اند، اما همچنان باید برای کاهش اثرات آن‌ها برنامه‌ریزی شود تا توسعه گردشگری روستایی به‌صورت پایدار انجام گیرد.

**جدول۴-۴: عوامل خارجی (تهدیدات توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر)**

| نقاط تهدید | ضریب اولیه | ضریب ثانویه | رتبه | وزن نهایی |
|---|---|---|---|---|
| شرایط اقلیمی گرم برای بخش کویری حوضه زاینده رود در فصل گرم سال | ۱۷۸ | ۰/۱۰۸۳ | ۴ | ۰/۴۳۳ |
| خشکسالی و کم‌آبی حوضه زاینده رود | ۲۱۰ | ۰/۱۲۷۸ | ۴ | ۰/۵۱۱ |
| تأثیرات منفی گردشگران بر فرهنگ روستاییان منطقه | ۲۱۵ | ۰/۱۳۰۸ | ۲ | ۰/۲۶۱ |
| افزایش آلودگی‌های زیست‌محیطی ناشی از ورود گردشگران | ۱۵۵ | ۰/۰۹۴۳ | ۳ | ۰/۲۸۲ |
| تهدیدات مرتبط با مخاطرات طبیعی از جمله زمین لغزش و... | ۱۳۸ | ۰/۰۸۳۹ | ۲ | ۰/۱۶۷ |
| ایجاد چالش‌های امنیتی و زیرساختی در حوضه زاینده رود | ۱۴۲ | ۰/۰۸۶۴ | ۳ | ۰/۲۵۹ |
| افزایش ساخت‌وسازهای بی‌رویه و تغییر کاربری اراضی در روستاها | ۱۶۹ | ۰/۱۰۲۸ | ۲ | ۰/۲۰۵ |
| کاهش جذابیت‌های طبیعی به دلیل بهره‌برداری بی‌رویه از منابع | ۱۷۳ | ۰/۱۰۵۲ | ۳ | ۰/۳۱۵ |
| مشکلات حمل‌ونقل و زیرساخت‌های نامناسب جاده‌ای | ۱۳۳ | ۰/۰۸۰۹ | ۳ | ۰/۲۴۲ |
| نبود قوانین شفاف برای حمایت از بوم‌گردی و فعالیت‌های گردشگری پایدار | ۱۳۰ | ۰/۰۷۹۱ | ۲ | ۰/۱۵۸ |
| مجموع | ۱۶۴۳ | ۱ | - | ۲/۸۳۸ |

**ارائه راهبردها**

پس از مشخص کردن عوامل داخلی و خارجی و تعیین ارزش‌ها، حال می‌توان راهبردهای مرتبط با هر بخش را تعیین نمود. در حقیقت، برای توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده رود؛ از کوهرنگ تا کویر ، بایستی از راهبردهای مختلف در این راستا، استفاده نمود. راهبردهای تعیین‌شده، در چهار بخش جداگانه صورت گرفته و به‌صورت ترکیبی از عوامل داخلی و بیرونی است. در واقع نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید با هم ترکیب شده و راهبردها مشخص شده است. چهار نوع راهبرد وجود دارد. در جدول زیر، شماتیک این راهبردها قابل‌مشاهده است.

۱) راهبرد رقابتی-تهاجمی (SO): بهره‌برداری از فرصت‌ها با بهره‌گیری از نقاط قوت
۲) راهبرد محافظه‌کارانه (ST): استفاده از نقاط قوت برای احتراز از تهدیدها
۳) راهبرد تنوع (WO): از بین بردن نقاط ضعف با بهره جستن از فرصت‌ها
۴) راهبرد تدافعی (WT): کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدات

**جدول۴-۵: انواع استراتژی‌ها در چهار بعد تهاجمی، تنوع، محافظه‌کارانه و تدافعی**

| |
|---|
| **استراتژی رقابتی-تهاجمی SO (فرصت‌ها و قوت‌ها)** |
| ایجاد سایت‌های عرضه محصولات و صنایع دستی روستاهای منطقه به منظور حمایت از اقتصاد محلی و جذب گردشگران |
| گسترش تعاملات فرهنگی با کشورهای همسایه برای جذب گردشگران خارجی و بهره‌برداری از پتانسیل‌های فرهنگی و تاریخی منطقه |
| برندسازی گردشگری روستایی با تأکید بر فرهنگ و آداب‌ورسوم خاص روستایی در منطقه زاینده رود |
| توسعه اکوتوریسم و گردشگری طبیعت‌گردی در مناطق مختلف حوضه با توجه به تنوع زیست‌محیطی |
| ایجاد و توسعه مسیرهای گردشگری از کوهرنگ تا کویر با استفاده از تنوع جاذبه‌های طبیعی و رودخانه زاینده‌رود |
| **استراتژی محافظه‌کارانه ST (تهدیدها و قوت‌ها)** |
| حمایت از تولیدات بوم‌گردی و صنایع دستی روستایی به‌عنوان راهی مؤثر برای مقابله با چالش‌های تغییرات اقلیمی و تقویت اقتصاد محلی از طریق حفظ منابع طبیعی و ترویج محصولات پایدار |
| تقویت فرهنگ بومی و آموزش گردشگران در زمینه اصول گردشگری پایدار به‌منظور محافظت از هویت فرهنگی روستاها و کاهش تأثیرات منفی بر آداب‌ورسوم محلی |
| تقویت سیاست‌های زیست‌محیطی با بهره‌گیری از تنوع کشاورزی و ویژگی‌های منحصر به فرد رودخانه زاینده‌رود به‌منظور جذب گردشگران آگاه و ترویج گردشگری پایدار |
| بهره‌برداری از ظرفیت‌های طبیعی رودخانه زاینده‌رود برای جذب گردشگران و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری پایدار به‌منظور جلوگیری از آلودگی و آسیب به محیط‌زیست |
| توسعه زیرساخت‌های گردشگری با اتکا به پتانسیل‌های اقتصادی روستاها برای کاهش مشکلات امنیتی و اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی |
| **استراتژی‌های تنوع WO (فرصت‌ها و ضعف‌ها)** |
| رتقای سیستم حمل‌ونقل عمومی و بهبود جاده‌های روستایی به‌منظور تسهیل دسترسی به مقاصد گردشگری و افزایش راحتی سفر گردشگران، به‌ویژه در نواحی دورافتاده و کمتر شناخته‌شده |
| طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی برای جوامع میزبان به‌منظور آشنا ساختن آنها با اصول گردشگری پایدار و ارتقاء آگاهی نسبت به آثار منفی احتمالی بر فرهنگ و جامعه محلی، به‌منظور تضمین پذیرش گردشگران به‌صورت مسئولانه و حفظ هویت فرهنگی |
| سرمایه‌گذاری در ساخت اقامتگاه‌ها و بومگردی‌ها به منظور جذب گردشگران و برطرف کردن کمبود خدمات گردشگری |
| توسعه و تقویت زیرساخت‌های ارتباطی میان روستاها با همکاری بخش خصوصی و حمایت‌های دولتی، به‌منظور تسهیل دسترسی به امکانات و خدمات گردشگری و افزایش هم‌پیوندی مناطق مختلف |
| حمایت و تقویت کسب‌وکارهای محلی و تولیدکنندگان صنایع دستی به‌منظور ارتقاء بازار گردشگری روستایی و کاهش مشکلات ناشی از کمبود خدمات و زیرساخت‌های ضروری |
| **استراتژی‌های تدافعی WT (تهدیدات و ضعف‌ها)** |
| اعمال محدودیت‌های شدید بر ساخت‌وسازهای بی‌رویه و تغییرات غیرمجاز کاربری اراضی، به‌منظور حفظ جذابیت‌های طبیعی و پیشگیری از بهره‌برداری نادرست و پایدار از منابع طبیعی |
| اجرای برنامه‌های آموزشی مؤثر برای جوامع میزبان به‌منظور آگاهی‌بخشی در خصوص اهمیت حفظ فرهنگ، آداب‌ورسوم و هویت محلی در برابر ورود گردشگران |

| استراتژی رقابتی-تهاجمی SO (فرصت‌ها و قوت‌ها) |
| --- |
| تدوین و اجرای قوانین و مقررات شفاف و جامع برای حمایت از گردشگری پایدار و بوم‌گردی، به‌منظور کاهش اثرات منفی بر محیط‌زیست و فرهنگ منطقه و ارتقاء گردشگری مسئولانه |
| تقویت و به‌روزرسانی سیاست‌های مدیریت بحران به‌منظور مقابله با مخاطرات طبیعی نظیر سیل، زمین‌لغزش و خشکسالی، به‌طوری که امنیت جانی و مالی گردشگران و ساکنان محلی در برابر این تهدیدات |
| بهبود و توسعه سیستم حمل‌ونقل روستایی و زیرساخت‌های مربوطه به‌منظور کاهش مشکلات امنیتی، ترافیکی و دسترسی آسان‌تر به مناطق گردشگری |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به تجزیه و تحلیل دقیق از عوامل داخلی و خارجی حوضه زاینده‌رود از کوهرنگ تا کویر، این منطقه به‌عنوان یکی از نقاط با پتانسیل بالا برای توسعه گردشگری روستایی شناخته می‌شود. عوامل داخلی این حوضه مانند تنوع جاذبه‌های طبیعی و فرهنگ غنی جامعه روستایی، فرصت‌هایی را فراهم می‌آورد که می‌توانند پایه‌گذار موفقیت در گردشگری پایدار باشند. با این حال، برای استفاده مؤثر از این پتانسیل‌ها، نیاز به راهبردهای منسجم و برنامه‌ریزی دقیق در جهت بهبود و تقویت زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری وجود دارد.

یکی از مسائل کلیدی که در این تحقیق مطرح شد، کمبود زیرساخت‌های گردشگری در این منطقه است که می‌تواند مانع از استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود شود. این کمبودها شامل نقص در زیرساخت‌های حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها و امکانات رفاهی هستند که برای جذب گردشگر به شدت نیازمند بهبود و توسعه هستند. تبیین این نکته مهم است که بهبود این زیرساخت‌ها نه تنها برای ارتقای تجربه گردشگران ضروری است، بلکه به ارتقاء کیفیت زندگی جوامع محلی نیز منجر می‌شود. سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها به‌ویژه در روستاهای دورافتاده می‌تواند به کاهش شکاف‌های اقتصادی و اجتماعی در این منطقه کمک کند.

از طرفی، تهدیداتی همچون خشکسالی و کم‌آبی و همچنین افزایش آلودگی‌های زیست‌محیطی که به دلیل افزایش گردشگران ممکن است به وجود آید، از جمله چالش‌هایی است که باید به‌طور جدی مورد توجه قرار گیرد. در این راستا، باید توجه ویژه‌ای به گردشگری پایدار و حفاظت از منابع طبیعی داشته باشیم. کاهش این تهدیدات تنها از طریق مدیریت درست منابع آبی و آموزش گردشگران در خصوص رعایت اصول زیست‌محیطی ممکن خواهد بود. بنابراین، لازم است که یک مدل گردشگری مبتنی بر حفظ منابع طبیعی در کنار جذب گردشگران طراحی شود که در آن همگان از منافع اقتصادی بهره‌مند شوند و در عین حال آسیبی به محیط زیست وارد نگردد.

فرصت‌هایی که در پژوهش مشخص شدند، از جمله برندسازی گردشگری روستایی و ایجاد مسیرهای گردشگری از کوهرنگ تا کویر، می‌توانند به‌عنوان ابزارهای حیاتی در جذب گردشگران و ارتقای کیفیت اقتصادی منطقه عمل کنند. برای استفاده حداکثری از این فرصت‌ها، باید از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و حمایت‌های دولتی به‌طور هم‌زمان بهره‌برداری کرد. همچنین، آموزش جامعه میزبان و ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری می‌تواند تأثیرات اجتماعی و اقتصادی مثبتی در سطح محلی به همراه داشته باشد.

در نهایت، برای تحقق توسعه گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود، لازم است که یک استراتژی جامع و هماهنگ تدوین شود که شامل تمامی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. توجه به تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل و اقامتی، حمایت از بوم‌گردی‌های پایدار و حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی باید در اولویت قرار گیرد. علاوه بر این، سیاست‌های حمایتی از گردشگری کشاورزی و عشایری می‌تواند به ایجاد شغل و تقویت اقتصاد روستایی کمک کند. از این رو، پیشنهاد می‌شود که یک همکاری میان دولت، بخش خصوصی و جامعه محلی برای ایجاد این تغییرات صورت گیرد تا گردشگری روستایی به یک منبع پایدار اقتصادی و اجتماعی برای منطقه تبدیل شود.

نتایج پژوهش حاضر در مقایسه با تحقیقات پیشین مشابه مانند علیزاده و همکاران (۱۳۹۴)، خوش حال و همکاران (۱۳۹۹)، و نیکولا و همکاران (۲۰۱۳)، بر مشکلات مشترک مانند کمبود زیرساخت‌ها، نیاز به آموزش جامعه میزبان و لزوم سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف گردشگری تأکید دارد. در پژوهش علیزاده و همکاران، به موانع زیرساختی در جذب گردشگر در مهاباد اشاره شده است که مشابه با کمبود زیرساخت‌ها در منطقه زاینده‌رود است. همچنین در تحقیق خوش حال و همکاران، بر فرهنگ‌سازی و ارتقاء دانش برای توسعه گردشگری پایدار تأکید شده که مشابه با پیشنهاد تحقیق حاضر در زمینه آموزش جامعه میزبان است. در تحقیق نیکولا و همکاران نیز کمبود منابع و عدم درک صحیح از گردشگری به‌عنوان موانع شناخته شده است. اما آنچه که نتایج پژوهش حاضر را از این تحقیقات متمایز می‌کند، توجه ویژه به تهدیدات زیست‌محیطی مانند خشکسالی و آلودگی و همچنین تأکید بر توسعه گردشگری مبتنی بر حفظ منابع طبیعی است، که به‌طور خاص در تحقیقات پیشین کمتر مطرح شده است. همچنین، پیشنهاد پژوهش حاضر در خصوص برندسازی گردشگری روستایی و ایجاد مسیرهای گردشگری جدید با مشارکت بخش خصوصی و دولتی، راهکارهایی نوآورانه هستند که در مقایسه با مطالعات پیشین ابعاد جدیدی را در توسعه گردشگری روستایی معرفی می‌کنند.

**پیشنهاد اصلی پژوهش؛ ایجاد طرح گردشگری روستایی از کوهرنگ تا کویر**

با توجه به اهمیت طرح گردشگری از کوهرنگ تا کویر که یکی از فرصت‌های برجسته برای توسعه گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود است، می‌توان گفت که این مسیر می‌تواند به‌عنوان یکی از استراتژی‌های اصلی برای جذب گردشگر و توسعه اقتصادی منطقه مطرح شود. این مسیر با بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی متنوع، رودخانه زاینده‌رود، تنوع روستاها و میراث فرهنگی غنی، می‌تواند یک مقصد گردشگری منحصر به فرد را در سطح ملی و بین‌المللی معرفی کند.

برای اجرایی شدن این طرح، نخستین گام تحلیل دقیق زیرساخت‌ها و نیازهای ضروری در راستای ایجاد این مسیر گردشگری است . پلان‌ریزی زیرساخت‌های حمل‌ونقل مانند جاده‌های مناسب و دسترسی‌های آسان، همچنین فراهم آوردن امکانات اقامتی از جمله بوم‌گردی‌ها و هتل‌های بومی، برای رفاه گردشگران، اهمیت ویژه‌ای دارد. علاوه بر این، در این مسیر باید نشانه‌گذاری‌های مناسب برای راهنمایی گردشگران و ایجاد نقاط توقف با جاذبه‌های مختلف انجام شود تا گردشگران بتوانند تجربه‌ای متنوع و جذاب داشته باشند.از سوی دیگر، ایجاد یک شبکه ارتباطی بین جوامع محلی در راستای حمایت از بوم‌گردی‌ها و صنایع‌دستی می‌تواند به‌طور مستقیم به تقویت این مسیر گردشگری کمک کند. یکی از اقدامات کلیدی در این زمینه، آموزش جوامع محلی در زمینه مدیریت گردشگری و پذیرش گردشگران است تا آن‌ها بتوانند از این فرصت‌ها بهره‌برداری کنند و در عین حال فرهنگ و سنت‌های خود را حفظ نمایند.در کنار این اقدامات، جذب سرمایه‌گذاری از بخش خصوصی و مؤسسات دولتی برای توسعه این مسیر نیز امری ضروری است. سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف این طرح از جمله پیشبرد برنامه‌های تبلیغاتی، برندسازی و حمایت از گردشگری پایدار، می‌تواند به ایجاد یک برند گردشگری معتبر و جذاب برای منطقه منجر شود. برای این منظور، طراحی کمپین‌های تبلیغاتی و استفاده از ظرفیت‌های دیجیتال برای معرفی این مسیر گردشگری به گردشگران داخلی و خارجی، باید در دستور کار قرار گیرد.

در نهایت، برای پایداری و موفقیت این طرح، باید به حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی نیز توجه ویژه‌ای داشته باشیم. اجرای طرح‌های زیست‌محیطی و قوانین مناسب برای حفظ این منابع، باید هم‌زمان با توسعه گردشگری در این مسیر به‌طور جدی پیگیری شود. پیشنهاد می‌شود که در راستای توسعه گردشگری پایدار، همکاری نزدیک بین مقامات دولتی، سرمایه‌گذاران و جوامع محلی صورت گیرد تا این طرح به یک الگوی موفق برای سایر مناطق روستایی کشور تبدیل شود.اجرای موفق این طرح گردشگری می‌تواند نه‌تنها موجب جذب گردشگران و ارتقاء اقتصاد محلی شود، بلکه به حفظ و معرفی فرهنگ‌های بومی و تقویت هویت منطقه‌ای کمک کرده و پایداری زیست‌محیطی را نیز تضمین نماید.

## منابع و ماخذ


1. Alizade azar, K. , Ahmad tozeh, V. and Aziziyan, S. (2015). An Investigation on the barriers to the development of Mahabad tourism industry. urban tourism, 2(3), 233-252. doi: 10.22059/jut.2015.58446 [Persian]
2. Amit, J. (2011). Impact analysis of a rural tourism on county development, Journal of Event Management, 9(4): 78-93. https://www.researchgate.net/publication/354412213
3. An, W., & Alarcón, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. Sustainability, 12(18), 1-18.
4. Buckley, R. (2011). Tourism and environment. Annual review of environment and resources, 36(1), 397-416.
5. Craik, J. (2002). The culture of tourism. In Touring cultures (pp. 123-146). Routledge.
6. khoshalhan, V. , hoseinzade dalir, K. and Nazmfar, H. (2020). Strategies for the development of Tabriz sustainable tourism industry based on regional components. Geography (Regional Planning), 10(40), 47-60.Dio: 20.1001.1.22286462.1399.10.4.4.1 [Persian]
7. Lane, B. (2009). Rural tourism: An overview. The SAGE handbook of tourism studies, 354-370.
8. Leite, H. D. L. K., Binotto, E., Padilha, A. C. M., & de Oliveira Hoeckel, P. H. (2023). Cooperation in rural tourism routes: Evidence and insights. Journal of Hospitality and Tourism Management, 57, 84-96.
9. Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. Journal of Rural Studies, 79, 177-188.
10. Lukjanova,J. (2019). Problems and trends of regional tourism development in Latvia, Journal of Economics Ecology Socium, 3(1): 1-11. https://ees-journal.com/index.php/journal/article/view/90/53
11. Nicula, V. , Spanu, S. , Neagu, R. (2013). Regional tourism development, Procedia Economics and Finance, 6(1): 530-541. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567113001718
12. Safari Aliakbari, M. and sadeghi, H. (2023). Analysis of obstacles and strategies for tourism development in the Dezpart County. Journal of Geography and Planning, 26(82), 143-125. doi: 10.22034/gp.2022.48735.2913 [Persian]
13. Sharpley, R., & Roberts, L. (2004). Rural tourism—10 years on. International Journal of tourism research, 6(3), 119-124.
14. Streimikiene, D., & Bilan, Y. (2015). Review of rural tourism development theories. Transformations in Business & Economics, 14(2), 21-34.
15. Summers,J. , Cavaye,J. , Woolcock, G. (2019). Enablers and Barriers of Tourism as a Driver of Economic and Social-cultural Growth in Remote Queensland, Journal of Economic Papers,38(2): 77094. doi/10.1111/1759-3441.12246
16. Yang, J., Yang, R., Chen, M. H., Su, C. H. J., Zhi, Y., & Xi, J. (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. Journal of Hospitality and Tourism Management, 47, 35-45.

# عوامل پیش برنده توسعه زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهرستان سلماس

**خدیجه نظری امستجان**[۱] کارشناسی ارشد رشته جغرافیا،گرایش برنامه ریزی آمایش سرزمین، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران ایران
**علی‌رضا جمشیدی**[۲] استادیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

## چکیده

گردشگری که به عنوان بزرگ‌ترین صنعت پاک درآمدزا در جهان از آن یاد می‌شود، ارتباط مستقیمی با رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال پایدار دارد. از این رو، هدف پژوهش حاضر شناسایی انواع زیرساخت‌های مورد نیاز توسعه گردشگری شهرستان سلماس و نیز اولویت بندی آن ها به منظور توسعه‌های آتی است. نحوه گردآوری اطلاعات در این تحقیق به صورت کتابخان‌های و میدانی است. در نهایت برای تجزیهو تحلیل داده‌ها از یکی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، روش الکتره، استفاده شده است. نتایج به دست آمده حاکی از این امر است که از بین ۲۴ زیرمعیار ۱۰ زیرمعیار نخست به عنوان زیرساخت‌های پر اهمیتی که نیاز است در اولویت بهبود و توسعه قرار گیرند. که زیرساخت‌های تمرکز بر بهبود جاده‌ها و حمل و نقل عمومی، ایجاد امکانات تفریحی و خدمات رفاهی، توجه به نصب نابلوها و راهنماهای مشخص، و همچنین سامانه‌های اطلاعات گردشگری، از ضروریات اصلی توسعه صنعت گردشگری در این شهرستان محسوب می‌شود. به‌علاوه، تقویت ایمنی و حفاظت و توسعه فضاهای تفریحی و استراحت از جاذبه‌ها در راستای جلب اعتماد گردشگران و افزایش ماندگاری آن‌ها در این منطقه، نیازمند توجه و سرمایه‌گذاری‌های ویژه‌ای است. با توجه به پتانسیل‌های موجود و پیاده‌سازی این راهکارها، شهرستان سلماس می‌تواند به مقصدی جذاب و پایدار در عرصه گردشگری تبدیل شود.

**واژگان کلیدی:** توسعه گردشگری، عوامل پیش برنده، زیرساخت ها، زیرساخت گردشگری، شهرستان سلماس.

[۱] . nazarikhadije74@gmail.com

[۲] . al.jamshidi@urmia.ac.ir

## ۱. مقدمه

قرن بیست یکم، سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش خدماتی به ویژه گردشگری است. فعالیت گردشگری امروزه به عنوان یمی از مهم‌ترین و پویاترین فعالیت‌ها در جهان مطرح است. در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح جهانی، ملی و منطقه‌ای مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت زندگی اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. اخیرا صنعت گردشگری با رشد فزاینده‌ای روبرو بوده است. صنعت گردشگری از زمان‌های بسیار دور به شکل‌های مختلف در همه جوامع وجود داشته و سیر تکاملی خود را تا کنون پیموده است. این صنعت ابعاد مختلفی دارد که مهم‌ترین و شناخته شده‌ترین آن بعد اقتصادی است (Liu and Wall, ۲۰۰۳: ۶۹۱). به عبارتی توسعه صنعت گردشگری، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است (صباغ کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹: ۱). با وجود اهمیت بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشور صورت نپذیرفته و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه اخیر، معطوف به رهیافت‌های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده‌اند (نوبخت، ۱۳۸۷: ۵۹). از این رو، یکی از راه‌های مهم و اساسی برای توسعه گردشگری در هر کشوری، بها دادن به ساخت و ارتقای سطح زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی و غیره خواهد بود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۹: ۵۰). که زیرساخت‌ها، از جمله عناصر بسیار مهم در صنعت گردشگری می‌باشند که نقش تعیین کننده و حیاتی در فرایند این صنعت را دارند. درواقع زیرساخت‌ها، تسهیلاتی هستند که میزبان برای توسعه و رشد صنعت گردشگری از آن‌ها بهره برداری می‌کند و از این طریق منجر به توسعه فرابخشی این مناطق شده و رضایت از زندگی را در بین ساکنان این مناطق بالا برده و باعث جلب بیش از پیش گردشگر می‌شود. همچنین باعث استفاده از منافع اقصادی-اجتماعی گردشگری شوند، چرا که زیرساخت‌ها کارآیی چند منظوره دارند. ازجمله مواردی که جزء زیرساخت‌های مهم گردشگری می‌باشد، تسهیلات و تجهیزات گردشگری است که نقش بهسزایی در جذب گردشگر داشته و موجب رضایت گردشگران می‌شود. در دنیای امروز، صنعت گردشگری، نقش ممتازی را به زیرساخت‌های مربوط به این صنعت داده است. آداب و رسوم خاص منطقه، تبلیغات، پذیرایی و سوغاتی، حمل و نقل، وسایل ارتباطی، مراکز اقامتی، حمل و نقل و غیره از مهم‌ترین تسهیلات مربوط به زیرساخت‌ها می‌باشند که در کنار جاذبه‌های گردشگری، از عوامل اصل رشد این صنعت خواهند بود. از تفاوت‌هایی که در بین مقاصد گردشگری وجود دارد، ارائه خدمات به گردشگر است و همین موضوع عاملی برای انتخاب مقاصد گردشگری توسط گردشگر به حساب می‌آید. درواقع این عوامل به عنوان متغیری مهم و موثر در فرایند انتخاب و ایجاد انگیزه در انتخاب مقاصد مورد سنجش قرار می‌گیرد (کاظمی، ۱۳۹۲: ۱۱۵).

به طور کلی، گردشگری شهری شامل دو عنصر جاذبه‌ها و عنصر ثانویه می‌باشد. عناصر ثانویه درواقع همان خدمات و تسهیلاتی است که در قالب زیرساخت‌ها باعث ایجاد رفاه برای میزبان و میهمان می‌شوند. گرچه این خدمات و تسهیلات عامل اول در جذب گردشگر نیست، ولی پارامتری مهم در این زمینه بوده‌اند و انگیزه‌ای برای سفر، میزان رضایت و میزان ماندگاری و حتی تکرار سفر به شمار می‌روند و می‌توانند آن مناطق را در پذیرش توریست موفق بگرداند. درکل زیرساخت‌های گردشگری در پنج دسته کلی تقسیم بندی کرده‌اند: حمل و نقل، مراکز اقامتی-پذیرایی، مراکز تجاری-تفریحی، شبکه فناوری ارتباطات، فضاسازی و ساماندهی جاذبه‌های گردشگری. وجود این پنج عنصر می‌تواند موجب رشد و توسعه صنعت گردشگری شده و باعث استفاده بهینه از پتانسیل‌ها و فرصت‌های مقاصد گردشگری شوند. چنین به نظر می‌رسد که اگر خواستار رشد و توسعه گردشگری می‌باشیم، لازم است به زیرساخت‌های مناسب نیز بها دهیم. در این زمینه کشورهای درحال توسعه و حتی کمتر توسعه‌یافته که معمولا در زیرساخت‌ها ضعیف و محدود هستند، در قدم اول لازم است به این نکته توجه کافی نمایند(Inskeep, ۱۹۹۱). ایران به عنوان کشوری مهم و تاثیرگذار در آسیا، از نظر جاذبه‌های گردشگری بسیار غنی است و وجود آثار تاریخی و باستانی، مناطق بکر طبیعی ایران را دارای یک پتانسیل بسیار قوی در صنعت گردشگری کرده است. ولی با این وجود بسیار کمتر این پتانسیل استفاده شده و کمتر به آن پرداخته شده است.

مدیریت تخصصی صنعت گردشگری، شناسایی فرصت‌ها، ترسیم طرح جامع گردشگری، زمینه‌سازی برای ورود سرمایه گذاری‌های خصوصی و.. در توسعه زیرساخت‌ها بسیار حایز اهمیت است. بخش دولتی در کنار بخش خصوصی هم در زمینه زیرساخت‌های نرم (فرهنگی -آموزشی) و هم در زیرساخت‌های سخت (مراکز اقامتی-پذیرایی) می‌تواند بسیار موفق عمل نماید (نرگسی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۹).

از آنجا که، موضوع عوامل پیش برنده توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان سلماس از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چرا که این شهرستان با برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی منحصر به فرد، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران دارد. توسعه زیرساخت‌های گردشگری، شامل بهبود امکانات اقامتی، حمل و نقل، خدمات بهداشتی و ایمنی، نه تنها می‌تواند به افزایش تعداد بازدیدکنندگان کمک کند، بلکه در نهایت به ارتقای سطح اقتصادی و اجتماعی جامعه محلی نیز منجر می‌شود. بررسی و تجزیه و تحلیل این عوامل در شهرستان سلماس، ضمن شناسایی چالش‌ها و فرصت‌ها، به تدوین راهکارهای موثر برای تبدیل این منطقه به یکی از مقاصد گردشگری موفق در کشور کمک خواهد کرد. با توجه به موقعیت جغرافیایی و ویژگی‌های خاص سلماس، توجه به این موضوع می‌تواند نقش بسزایی در تحقق توسعه پایدار و متوازن در این منطقه داشته باشد. که در همین راستا، هدف این پژوهش شناسایی انواع زیرساخت‌های مورد نیاز توسعه گردشگری شهرستان سلماس و نیز اولویت بندی آن ها به منظور توسعه‌های آتی است.

**جدول (۱): پیشینه پژوهشی در زمینه زیرساخت‌های توسعه گردشگری**

| نویسندگان | موضوع | نتایج |
|---|---|---|
| علیزاده و کارگر (۱۳۸۹) | نقش و اهمیت زیرساخت‌ها در توسعه گردشگری شهری | نتایج حاصله حاکی از آن است که، دولت باید زمینه سرمایه گذاری را برای سرمایه‌گذاران خصوصی باز گذارد و سختی راه را برای آنان سهل کند. همچنین با انجام سرمایه‌گذاری‌های بلند مدت در زمینه توسعه صنعت گردشگری و فعالیت‌های وابسته به آن زمینه‌های ورود گردشگر خارجی و بالطبع درآمدزایی به کشور را مهیا سازد. |
| کلانتری و ملک (۱۳۹۳) | تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه راه در شهرستان خور و بیابانک | به این نتیجه رسیدند که با کم شدن مساحت پهنه‌های رتبه‌بندی زیرساخت‌های ارتباطی از میزان جاذبه‌های گردشگری کاسته می‌شود. و توزیع جاذبه‌های گردشگری در شهرستان خور و بیابانک با الگوی فضایی پراکنش زیرساخت‌های ارتباطی و شبکه‌ی راه تناسب ندارد و این موضوع نیازمند توجه ویژه است. |
| قاسمی و همکاران (۱۳۹۵) | رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از تکنیک کوپراس (مطالعه موردی: استان زنجان) | به این نتیجه رسیدند که در استان زنجان، شهرستان‌های زنجان به ترتیب با ارزش نهایی ۰،۰۶۱ و خرمدره با ارزش نهایی ۰،۱۵۵، از نظر زیرساخت‌های گردشگری وضعیت مطلوب و مساعدی دارند. شهرستان‌های ایجرود با ارزش نهایی ۰،۴۱۷ و خدابنده با ارزش ۰،۳۲۶ از حداقل زیرساخت‌های لازم برای گردشگری برخوردارند و بقیه شهرستان‌ها از نظر رتبه‌بندی وضعیت بینابین دارند. |
| نصیری و همکاران (۱۳۹۵) | سطح‌بندی زیرساخت‌ها و تاسیسات گردشگری در شهرستان‌های استان آذربایجان غربی | یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شهرستان ارومیه به لحاظ برخورداری از زیرساخت‌ها در رتبه اول و شهرستان خوی در رتبه دوم و شهرستان‌های شوط و پلدشت در رتبه شانزدهم و هفدهم قرار گرفته‌اند. و سطح‌بندی شهرستان‌های استان نشان از وجود ناهمگنی در سطح استان دارد به‌طوری که، شهرستان ارومیه در سطح کاملا توسعه یافته و شهرستان‌های خوی و سردشت، توسعه یافته و شهرستان‌های چالدران، |

| | | |
|---|---|---|
| | | ماکو، مهاباد، سلماس، میاندوآب، نقده، بوکان در حال توسعه و بقیه شهرستان‌ها محروم می‌باشند. |
| محمد و عمر (۲۰۰۵) | ارزیابی زیرساخت‌های گردشگری در شمال مالزی | اذعان داشتند زیرساخت‌ها فاکتور مهمی در کیفیت تجربه گردشگران می‌باشد و فقدان یا کمبود امکانات اساسی و پایه گردشگری در مقاصد می‌تواند گردشگری را از رسیدن به موفقیت‌ها دور کند و روی حس لذت گردشگرها تاثیر منفی بگذارد. |
| اندرودی (۲۰۲۰)، | بازشناسی زیرساخت‌های گردشگری فرهنگی در محوطه‌های میراث با تأکید بر خصیصه‌های طراحی معماری | یافته‌های حاصل از برداشت‌های میدانی نشان می‌دهد که وجه عملکردی و خدماتی زیرساخت‌ها ضروری بوده و در اولویت اول قرار دارد. اما وجه بصری الحاقات و تاثیر آن بر یکپارچگی منظر و به طور ویژه تاسیسات و تجهیزات نیازمند حضور طراح، مجری دقیق و مدیریت حساس به نظارت درازمدت بوده که در برخی نمونه‌های برداشت شده نیازمند بازنگری است. |
| مامیرکولوا و همکاران (۲۰۲۰) | فرصت‌های زیرساختی جاده ابریشم جدید در توسعه محیط گردشگری برای زندگی بهتر ساکنان | با توجه به یافته‌های تحقیق، استراتژی‌های زیرساخت گردشگری به تنهایی نمی‌توانند کیفیت زندگی ساکنان را بهبود بخشند و فاکتورهایی از قبیل عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی نیز برای توسعه گردشگری پایدار عوامل حیاتی هستند و برای اطمینان از حصول اثرات مثبت توسعه زیرساخت گردشگری باید مورد توجه قرار گیرند. |

## ۲. روش شناسی تحقیق

با توجه به اینکه هدف این پژوهش عوامل پیش برنده توسعه زیرساخت‌های گردشگری، در جهت توسعه هدفمند و متوازن گردشگری شهرستان سلماس است. این پژوهش براساس هدف کاربردی و روش بررسی آن، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق به صورت کتابخانه‌ای و میدانی است به طوری که در روش کتابخانه‌ای؛ از مقالات و مجلات معتبر علمی و در روش میدانی پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه آماری پژوهش به دلیل محدویت ۱۰ نفر کارشناسان متخصص در زمینه مدیریت گردشگری می‌باشد. در نهایت، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش الکتره استفاده خواهد شد.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

### شناسایی انواع زیرساخت‌های مورد نیاز شهرستان سلماس

زیرساخت‌های گردشگری خدمات و تسهیلاتی را در بر می‌گیرد که در رفاه گردشگر و افزایش ماندگاری آن‌ها در مقصد تأثیر بهسزایی دارد و به عنوان عامل موثر در توسعه صنعت گردشگری نقش مهمی را ایفا می‌کند. که این زیرساخت‌ها دارای انواع مختلف هستند که با توجه به شرایط منطقه و خواسته‌های گردشگران طراحی و ایجاد می‌شوند. شهرستان سلماس، با ویژگی‌های طبیعی و تاریخی منحصربه‌فرد و پتانسیل‌های فراوان، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری دارد. برای تحقق این هدف، نیاز به زیرساخت‌های مناسبی است که بتوانند تجربه‌ای دلپذیر و ماندگار برای گردشگران فراهم کنند. زیرساخت‌های حمل و نقل از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. وجود جاده‌های ارتباطی مناسب، که توانایی پاسخگویی به حجم بالای تردد گردشگران را داشته باشند، نقش محوری در دسترسی آسان به جاذبه‌ها ایفا می‌کنند. به‌ویژه در شهرستان سلماس، جاده‌ها باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که گردشگران به راحتی بتوانند به نقاط مختلف اعم از اماکن تاریخی و طبیعت زیبا دسترسی پیدا کنند. همچنین، توسعه سیستم حمل و نقل عمومی شامل اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌ها، به گردشگران این امکان را می‌دهد که بدون مشکل و با هزینه‌ای کمتر به مقاصد خود بروند. در کنار حمل و نقل، پارکینگ‌های مناسب و ایستگاه‌های خودرو نیز از الزامات اصلی به شمار می‌روند. این ایستگاه‌ها باید در نقاط استراتژیک و نزدیک به جاذبه‌ها واقع شوند تا گردشگران بتوانند به راحتی خودروهای خود را پارک کنند و از خدمات لازم بهره‌مند شوند. همچنین، نصب

تابلوها و راهنماهای مشخص در نقاط مختلف شهرستان می‌تواند به تقویت تجربه گردشگری کمک کند و انتخاب مسیر صحیح را تسهیل نماید. جاد مراکز خرید متنوع و با کیفیت نیز یکی دیگر از مؤلفه‌های زیرساخت‌های گردشگری است. این مراکز می‌توانند به عرضه محصولات محلی، صنایع دستی و سوغات اختصاص یابند و از این طریق به توسعه اقتصادی منطقه کمک کنند. با فراهم کردن فضایی جذاب برای خرید، گردشگران بیشتر ترغیب به بازدید از این مراکز می‌شوند و به این ترتیب، اقتصاد محلی پشتیبانی خواهد شد. امکانات تفریحی و سرگرمی نیز از عواملی هستند که رضایت گردشگران را افزایش می‌دهند. با توجه به این که سلماس طبیعی زیبا و آب و هوای مطبوعی دارد، توسعه فضاهای سبز و تفریحی می‌تواند به تجربه‌ای لذت‌بخش برای خانواده‌ها و گروه‌های مختلف منجر شود. این فضاها باید شامل پارک‌ها، زمین‌های بازی و دیگر امکانات تفریحی باشند که به ایجاد فضایی شاد و دوست‌داشتنی برای گردشگران کمک می‌کنند. توجه به فضاهای فرهنگی و هنری نیز امری ضروری است. به‌دلیل وجود تاریخ غنی و فرهنگ بومی در شهرستان سلماس، راه‌اندازی مراکز فرهنگی و هنری می‌تواند به معرفی و حفظ این میراث فرهنگی کمک کند. برگزاری نمایشگاه‌ها، اجراهای هنری و برنامه‌های فرهنگی در این مراکز می‌تواند مایه جلب توجه گردشگران و افزایش آگاهی آن‌ها از فرهنگ محلی باشد. در نهایت، ایجاد وب‌سایت رسمی گردشگری برای شهرستان سلماس می‌تواند به معرفی این ظرفیت‌ها و جاذبه‌ها به طور مؤثر کمک کند. این وب‌سایت باید شامل اطلاعات کاملی در مورد اماکن دیدنی، خدمات، رویدادها و امکانات موجود باشد. همچنین، برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی در فضای مجازی و رسانه‌های مختلف می‌تواند به جذب گردشگران جدید کمک شایانی کند.

به‌طور کلی، توسعه زیرساخت‌های گردشگری در شهرستان سلماس نیازمند همکاری و هم‌افزایی بین نهادهای دولتی، بخش خصوصی و جامعه محلی است. با توجه به پتانسیل‌های موجود و اجرای یک برنامه‌ریزی جامع می‌توان به رونق گردشگری در این شهرستان امیدوار بود و از طریق این رشد، به توسعه پایدار اقتصادی و فرهنگی منطقه کمک کرد. بنابراین، با توجه به توضیحات بالا، در این فرایند معیارهای موثر در ۶ گروه اصلی شامل معیارهای حمل و نقل، مراکز تجاری-تفریحی، شبکه فناوری ارتباطات، ساماندهی جاذبه‌های گردشگری، بازاریابی و تبلیغات و امنیت، و ۲۴ زیر معیار مورد مطالعه قرار گرفته است.

**جدول (۲): فهرست معیارهای مورد استفاده در پژوهش**

| معیار | نوع اثر | زیرمعیار |
|---|---|---|
| حمل و نقل | + | وجود جاده‌های ارتباطی مناسب، حمل و نقل عمومی، ایستگاه‌های خودرو و پارکینگ‌ها، نصب تابلوها و راهنماهای مشخص، مسیرهای دسترسی به اماکن دسترسی |
| مراکز تجاری-تفریحی | + | تنوع و کیفیت مراکز خرید، امکانات تفریحی و سرگرمی، فضاهای فرهنگی و هنری، برنامه‌ریزی رویدادها و جشنواره‌ها، امکانات رفاهی و بهداشتی |
| شبکه فناوری ارتباطات | + | دسترسی به اینترنت پرسرعت، توسعه شبکه‌های موبایلی، سیستم‌های پرداخت الکترونیکی، سامانه‌های اطلاعاتی گردشگری |
| ساماندهی جاذبه‌های گردشگری | + | حفاظت و مرمت جاذبه‌ها، برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها، توسعه فضاهای تفریحی و استراحت، ایجاد امکانات خدماتی، تور و پکیج‌های گردشگری |
| بازاریابی و تبلیغات | + | ایجاد وب‌سایت رسمی گردشگری، برگزاری کمپین‌های تبلیغات، گردشگری الکترونیک |
| امنیت | + | ایمنی، حفاظت |

منبع: (نگارندگان تحقیق)

**رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری شهرستان سلماس**

در گام بعد با توجه به ۲۴ زیرساخت به عنوان گزینه‌های مناسب جهت توسعه در شهرستان سلماس انتخاب گردید، به منظور اولویت‌بندی زیرساخت‌ها پرسشنامه مربوطه براساس ۲۴ زیرمعیار و در ۶ معیار اصلی طراحی و جهت دریافت اطلاعات از میان کارشناسان گردشگری شهر سلماس توزیع گردید. این رتبه‌بندی می‌تواند در جهت تخصیص سرمایه و توسعه هدفمند زیرساخت‌های گردشگری شهر سلماس از طریق تعیین اولویت و اهمیت هریک از آن‌ها مورد استفاده قرار گیرد. در انتها با به کارگیری یکی از از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، Electre، پرسشنامه‌های جمع آوری شده تجزیه و تحلیل و زیرساخت‌های گردشگریشهرستان سلماس به ترتیب ذیل اولویت‌بندی گردید ؛ و بر این اساس ۱۰ زیرمعیار اول به عنوان زیرمعیار اصلی این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

**جدول (۳): نمرات رتبه‌بندی زیر معیارها**

| رتبه | معیار | مقدار | رتبه | معیار | مقدار |
|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | وجود جاده‌های ارتباطی مناسب | ۵,۴۹۲ | ۱۴ | برنامه‌ریزی رویدادها و جشنواره‌ها | ۱,۸۲۱ |
| ۲ | مسیرهای دسترسی به اماکن دسترسی | ۵,۳۸۱ | ۱۵ | حفاظت و مرمت جاذبه‌ها | ۱,۷۹۳ |
| ۳ | امکانات تفریحی و سرگرمی | ۴,۸۹۲ | ۱۶ | ایجاد وب‌سایت رسمی گردشگری | ۱,۶۰۲ |
| ۴ | نصب تابلوها و راهنماهای مشخص | ۴,۷۱۸ | ۱۷ | ایمنی | ۱,۵۵۱ |
| ۵ | امکانات رفاهی و بهداشتی | ۳,۶۶۱ | ۱۸ | حفاظت | ۱,۵۰۱ |
| ۶ | توسعه فضاهای تفریحی و استراحت | ۳,۵۲۷ | ۱۹ | سیستم‌های پرداخت الکترونیکی | ۱,۴۵۲ |
| ۷ | ایجاد امکانات خدماتی | ۳,۴۶۲ | ۲۰ | برگزاری کمپین‌های تبلیغات | ۱,۲۲۶ |
| ۸ | حمل و نقل عمومی | ۲,۳۲۱ | ۲۱ | تور و پکیج‌های گردشگری | ۱,۰۶۹ |
| ۹ | ایستگاه‌های خودرو و پارکینگ‌ها | ۲,۳۰۹ | ۲۲ | برگزاری رویدادها و جشنواره‌ها | ۰,۹۶۲ |
| ۱۰ | سامانه‌های اطلاعاتی گردشگری | ۲,۱۰۷ | ۲۳ | دسترسی به اینترنت پرسرعت | ۰,۸۵۲ |
| ۱۱ | تنوع و کیفیت مراکز خرید | ۲,۰۶۱ | ۲۴ | توسعه شبکه‌های موبایلی | ۰,۷۱۲ |
| ۱۲ | فضاهای فرهنگی و هنری | ۲,۰۵۸ | | | |
| ۱۳ | گردشگری الکترونیک | ۱,۹۶۲ | | | |

منبع: (یافته‌های پژوهش)

شهرستان سلماس با ویژگی‌های منحصر به فرد خود و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی قابل توجه، پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری دارد. این پتانسیل به‌ویژه در شرایط کنونی، نیاز به زیرساخت‌های متناسب و هدفمند برای بهره‌برداری کامل از این ظرفیت‌ها را ضروری می‌کند. بنابراین، ارزیابی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که وجود جاده‌های ارتباطی مناسب و مسیرهای دسترسی به اماکن، بالاترین نمرات را کسب کرده و نشان‌دهنده ضرورت این زیرساخت‌ها برای جذب گردشگر و تسهیل دسترسی به مقاصد مختلف است. وجود جاده‌های ارتباطی مناسب (با نمره ۵,۴۹۲) یکی از اولویت‌های اصلی در توسعه گردشگری شهرستان سلماس است. این جاده‌ها نه تنها باید از کیفیت بالایی برخوردار باشند بلکه باید به جاذبه‌های کلیدی و مراکز گردشگری متصل شوند .مسیرهای دسترسی به اماکن با نمره ۵,۳۸۱ نیز نشان می‌دهد که تسهیل دسترسی به نقاط دیدنی و تاریخی، اهمیت زیادی دارد. بدون وجود مسیرهای ارتباطی مؤثر، جذب گردشگران به مناطق طبیعی و فرهنگی سخت خواهد بود. به‌علاوه، ایجاد ایستگاه‌های خودرو و پارکینگ‌ها (با

نمره ۲,۳۰۹) نیز به حساسیت این مسئله متأثر است، چرا که تسهیل تردد و پارک مناسب خودروها می‌تواند به تجربه مثبت گردشگران منجر شود. امکانات تفریحی و سرگرمی (با نمره ۴,۸۹۲) نشان‌دهنده نیاز به فضاها و فعالیت‌های متنوع برای جذب گردشگران است. این امر به ویژه برای خانواده‌ها و گروه‌های دوستانه حائز اهمیت است و می‌تواند به ایجاد فضای مثبت و تجربه شادی برای بازدیدکنندگان کمک کند. این زیرساخت‌ها شامل پارک‌ها، زمین‌های بازی، و مراکز تفریحی است که می‌تواند به جذابیت شهرستان افزوده و ساعاتی خوش را برای گردشگران فراهم کند. زیرساخت نصب تابلوها و راهنماهای مشخص با نمره ۴,۷۱۸ نیز به نوعی جزو الزامات راهبردی محسوب می‌شود. نصب تابلوها و راهنماهای مشخص در نقاط کلیدی شهرستان، اطلاعات لازم درباره مسیرها و جاذبه‌ها را به گردشگران ارائه می‌دهد و باعث تسهیل در برنامه‌ریزی بازدید آن‌ها می‌شود. این مهم به گردشگران کمک می‌کند تا به سادگی به مقصد مورد نظر خود برسند و از جاذبه‌ها به‌خوبی بهره‌برداری کنند. وجود امکانات رفاهی و بهداشتی (با نمره ۳,۶۶۱) به لحاظ تلاش برای ایجاد اطمینان و راحتی گردشگران اساسی است. به‌طوری که تأمین سرویس‌های بهداشتی، کافی شاپ‌ها و رستوران‌ها با کیفیت مناسب، برای جلب رضایت گردشگران بسیار تعیین‌کننده است. توسعه فضاهای تفریحی و استراحت (با نمره ۳,۵۲۷) و ایجاد امکانات خدماتی (با نمره ۳,۴۶۲) نیز به‌دنبال همین هدف است تا در کنار ایجاد تجربه مثبت، به رفع نیازهای روزانه گردشگران کمک کند. فضاهای فرهنگی و هنری (با نمره ۲,۰۵۸) و همچنین برنامه‌ریزی رویدادها و جشنواره‌ها (با نمره ۱,۸۲۱) نشان‌دهنده نیاز به آموزش و معرفی فرهنگ محلی به گردشگران است. برگزاری رویدادها به‌ویژه می‌تواند باعث جذب گردشگران از داخل و خارج شهرستان شود و همچنین نمایش‌دهنده غنای فرهنگی شهرستان است. حفاظت و مرمت جاذبه‌ها (با نمره ۱,۷۹۳) نیز باید در اولویت قرار گیرد تا بتوان هویت فرهنگی و تاریخی منطقه را حفظ کرد و از وقوع آسیب‌های جدی جلوگیری نمود.

گردشگری الکترونیک (با نمره ۱,۹۶۲) و ایجاد وب‌سایت رسمی گردشگری با نمره (۱,۶۰۲) از دیگر زیرساخت‌های مهم در عصر حاضر محسوب می‌شود. با توجه به رشد روزافزون تکنولوژی و نیاز به دسترسی آسان به اطلاعات آنلاین، توسعه این زیرساخت‌ها می‌تواند تأثیر مثبتی بر روی فعالیت‌های گردشگری داشته باشد. این وب‌سایت‌ها می‌توانند به‌عنوان پایگاهی برای ارائه اطلاعات به گردشگران، معرفی جاذبه‌ها و خدمات، و همچنین برنامه‌ریزی تورها و پکیج‌های گردشگری عمل کنند. در نهایت، ایمنی با نمره ( ۱,۵۵۱) یکی از مضامین اساسی در توسعه پایدار گردشگری است. تضمین امنیت برای گردشگران در تمامی مراحل سفر می‌تواند به افزایش اعتماد و مشارکت بیشتر گردشگران منجر شود. حفاظت (با نمره ۱,۵۰۱) در برابر آسیب به جاذبه‌های تاریخی و طبیعی و نیز فراهم کردن زیرساخت‌های امنیتی برای حفاظت از گردشگران، بخش دیگر این نیازها را تشکیل می‌دهد.

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری که به عنوان بزرگ‌ترین صنعت پاک درآمدزا در جهان از آن یاد می‌شود، ارتباط مستقیمی با رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال پایدار دارد. این صنعت پویا، دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فردی است و بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است و دربردارنده تمامی پدیده‌هاو روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران است. توسعه گردشگری مستلزم توجه به هر دو بعد زیرساخت‌های عمومی و تسهیلات رفاهی است. از یک طرف به منظور جذب گردشگر بیشتر و از یک طرف ایجاد و معرفی جاذبه‌های گردشگری به منظور افزایش طول اقامت گردشگران. بنابراین شناسایی عوامل و زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری نقش کلیدی در برنامه‌ریزی بهبود و توسعه این صنعت ایفا می‌کند. شهرستان سلماس نشان می‌دهد که این منطقه با داشتن جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران دارد، اما برای تحقق این هدف، نیاز به سرمایه‌گذاری و توسعه و شناسایی زیرساخت‌های لازم است. از این رو، هدف از انجام این پژوهش شناسایی انواع زیرساخت‌های گردشگری و اولویت‌بندی زیرساخت‌ها در شهرستان سلماس است. بدین منظور ابتدا یک لیستی از انواع زیرساخت‌های گردشگری به همراه طبقه‌بندی‌های آن استخراج گردید. که در ۶ گروه اصلی و ۲۴ زیرمعیار طبقه‌بندی شده است. در ادامه به منظور دریافت نظرات

کارشناسان گردشگری شهرستان سلماس پرسشنامه "اولویت‌بندی زیرساخت گردشگری" طراحی گردید؛ تا بدین وسیله علاوه بر تعیین اهمیت هریک از زیرساخت‌ها، دسته مربوطه نیز وزن‌دهی گردد. در نهایت با استفاده از روش الکتره نتایج به دست آمده تجزیه و تحلیل گردید. و علاوه بر اولویت‌بندی کلیه زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری شهرستان سلماس، ۱۰ زیرساخت نخست به عنوان زیرساخت‌های پر اهمیتی که نیاز است در اولویت بهبود و توسعه قرار گیرند، مشخص گردید. که زیرساخت‌های تمرکز بر بهبود جاده‌ها و حمل و نقل عمومی، ایجاد امکانات تفریحی و خدمات رفاهی، توجه به نصب نابلوها و راهنماهای مشخص، و همچنین سامانه‌های اطلاعات گردشگری، از ضروریات اصلی توسعه صنعت گردشگری در این شهرستان محسوب می‌شود. به‌علاوه، تقویت ایمنی و حفاظت و توسعه فضاهای تفریحی و استراحت از جاذبه‌ها در راستای جلب اعتماد گردشگران و افزایش ماندگاری آن‌ها در این منطقه، نیازمند توجه و سرمایه‌گذاری‌های ویژه‌ای است. با توجه به پتانسیل‌های موجود و پیاده‌سازی این راهکارها، شهرستان سلماس می‌تواند به مقصدی جذاب و پایدار در عرصه گردشگری تبدیل شود.

مطابق با نتایج پژوهش پیشنهادهایی در زیر ارائه می‌گردد:

- توسعه و اصلاح جاده‌های ارتباطی و ایجاد سیستم حمل و نقل عمومی مؤثر برای دسترسی آسان‌تر به جاذبه‌ها؛
- ایجاد و بهبود زیرساخت‌های رفاهی شامل رستوران‌ها، کافی شاپ‌ها و سرویس‌های بهداشتی در مناطق گردشگری؛
- ایجاد وب‌سایت رسمی گردشگری و سیستم‌های آنلاین برای ارائه اطلاعات به گردشگران و تسهیل خرید خدمات؛
- آموزش جامعه محلی و کسب و کارها در زمینه میهمان‌نوازی و رفتار مناسب با گردشگران؛
- اتخاذ تدابیر امنیتی لازم برای حفاظت از گردشگران و بهسازی جاذبه‌های تاریخی و طبیعی به‌منظور جلوگیری از آسیب‌ها.

## منابع و ماخذ


پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی. (۱۳۸۹). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: سمت.{ ۳۰۵۶۸۷۵۵- https://elmnet.ir/doc/۱۵۱۲}.

صباغ کرمانی، مجید؛ امیریان، مجید. (۱۳۷۹). بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران (با استفاده از تحلیل داده-ستانده). پژوهشنامه بازرگانی، ۱۹(۱۶)، ۸۴-۵۷.{ https://ensani.ir/fa/article/۶۵۰۵}.

علیزاده ، یحیی؛ کارگر، محمدجواد. (۱۳۸۹). نقش و اهمیت زیرساخت‌ها در توسعه گردشگری شهری. همایش منطقه‌ای توریسم و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج.{ https://civilica.com/doc/۱۲۴۶۲۱}.

قاسمی، مسلم؛ شرفی، حجت الله؛ جعفری، مرضیه؛ شیخ علی پور، بهزاد. (۱۳۹۵). رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از تکنیک کوپراس (مطالعه موردی: استان زنجان). گردشگری شهری، ۳ (۱)، ۳۱-۴۱.{ ۲۵۵۳۵۶ fa/ https://www.sid.ir/paper/}.

کاظمی، مهدی. (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری. تهران: سمت. { https://samta.samt.ac.ir/product/۱۳۵۹۶}.

کلانتری، محسن؛ ملک، مرضیه. (۱۳۹۳). تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه‌ی راه در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی : شهرستان خور و بیابانک). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۵ (۱۷)، ۵۳-۷۰. {https://ensani.ir/fa/article/۵۷٤۵۱۷}.

نرگسی، شهین؛ بابکی، روح اله و عفتی، مهناز. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۹۵-۱۳۶۸). اقتصاد مالی، ۴۴(۱۲)، ۶۷-۴۱.{ https://ensani.ir/fa/article/٤۸۲۸۸۸}.

نصیری هندخاله، اسماعیل؛ حسین زاده، رباب؛ صفرعلی زاده، اسماعیل. (۱۳۹۵). سطح‌بندی زیرساخت‌ها و تاسیسات گردشگری در شهرستان‌های استان آذربایجان غربی. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۰ (۵۵)، ۲۵۵-۲۷۱.{ https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_ ٤۷٤۵.html}.

نوبخت، محمدباقر. (۱۳۸۷). توسعه گردشگری در ایران موانع و راهکارها، نشر دانشگاه آزاد اسلامی، تهران. {https://nosabooks.com/WebUI/book.aspx?simorgh=۳&marckind=۱۰۲۳۰۱۲&marckey=۱}.

Androudi, E., Crouch, G. I., (2020). Analyzing the Infrastructures of Cultural Tourism in Heritage Sites with an Emphasis on Architectural Design Elements, Art and Civilization of the East,8(27), 53-66. {https://www.jaco-sj.com/jufile?ar_sfile=۱۲۷۴۷۶۰}.

Inskeep, E, (1991), Tourism Planning: an Integrated and Sustainable Approach, New York, John Wiley & Sons. {https://www.researchgate.net/publication/284467918}.

Liu, A. and Wall, G. (2003). Human resources development for tourism in China.

Annals of Tourism Research, 32(3), 689–710. {https://www.scienc ciencedirect.com}.

Mamirkulova, G., & Mi, J., & Abbas, J., & Mahmood, Sh., & Mubeen, R., & Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for resident's better quality of life.

Global Ecology and Conservation, 24, e01194. {https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2351989420307356}.

Mohammed, B., Omar, S. I., (2005) The Evaluation of Tourist Infrastructure in Northern Malaysia, 8th International Conference of the Asian Planning Schools Association, At Penang, Malaysia, Volume: 1. {https://www.researchgate.net/publication/294871676}.

# ارزیابی پتانسیل ایجاد اکوسیستم گردشگری هوشمند در حوضهٔ زاینده‌رود با تأکید بر فناوری‌های نوظهور و رویکردهای مدیریت استراتژیک

**مهسا درویش زاده**، پژوهشگر، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، مشهد، ایران
**آرمینا میرزاده**، هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه بین المللی چابهار، چابهار، ایران
**اسماعیل قدری**، استادیار، گروه علوم تربیتی و تکنولوژی آموزشی، دانشگاه بین المللی چابهار، چابهار، ایران

## چکیده

با تحول سریع فناوری‌های نوین، صنعت گردشگری شاهد ظهور مدل‌های نوین مدیریتی و ایجاد اکوسیستم‌های هوشمند شده است. هدف از این پژوهش، بررسی پتانسیل ایجاد اکوسیستم گردشگری هوشمند در حوزه زاینده‌رود با تأکید بر کاربرد فناوری‌های نوظهور و رویکردهای مدیریت استراتژیک است. در این راستا، بررسی نظام‌مند ادبیات موجود از منابع معتبر انجام شده و شواهد ثانویه ناشی از مطالعات پیشین در زمینه گردشگری هوشمند، فناوری‌های دیجیتال، مدیریت استراتژیک و پایداری مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. نتایج تحلیل نشان می‌دهد که فناوری‌هایی نظیر اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و بلاک‌چین نقش کلیدی در بهبود بهره‌وری سیستم‌های مدیریتی، کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش تعامل میان ذی‌نفعان دارد. به طور نمونه، استفاده از سنسورهای اینترنت اشیا در مدیریت منابع انرژی و کنترل تراکم گردشگران می‌تواند منجر به بهینه‌سازی مصرف منابع طبیعی شود؛ به‌علاوه، سامانه‌های هوش مصنوعی موجب کاهش تماس‌های خدماتی و بهبود کیفیت ارتباطات می‌گردند. همچنین، فناوری بلاک‌چین با افزایش شفافیت و کاهش هزینه‌های تراکنش‌ها، بستر اعتمادسازی در زنجیره تأمین گردشگری فراهم می‌آورد. در مجموع، نتایج حاکی از آن است که اجرای چارچوب‌های مدیریتی یکپارچه و راهبردهای مشارکتی در کنار بهره‌برداری از فناوری‌های نوین، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار و تحول واقعی اکوسیستم گردشگری در حوزه زاینده‌رود گردد. بدین ترتیب، تدوین راهکارهای نوآورانه در مدیریت تغییر و بهبود بهره‌وری سیستم‌های گردشگری، نقش بسزایی در افزایش رقابت‌پذیری مقصدها داشته و به بهبود رضایت گردشگران و حفظ تعادل اکولوژیکی منطقه کمک می‌کند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری هوشمند، اکوتوریسم، فناوری‌های نوظهور، مدیریت استراتژیک.

## ۱. مقدمه

با پیشرفت فناوری‌های نوین[۱] صنعت گردشگری دستخوش تغییرات اساسی و عمیق شده و مفهوم گردشگری هوشمند[۲]شکل‌گرفته است. گردشگری هوشمند به‌عنوان یک اکوسیستم هماهنگ مبتنی بر فناوری‌های نوین تعریف می‌شود که با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند اینترنت اشیا[۳] هوش مصنوعی[۴] کلان‌داده‌ها[۵] واقعیت افزوده[۶] و بلاک‌چین[۷] موجب بهبود کیفیت سفر و ارتقای سطح خدمات مسافرتی، بهینه‌سازی مدیریت منابع و افزایش تعامل میان ذی‌نفعان اعم از مسافران، کسب‌وکارها، دولت و جامعه محلی می‌شود. (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۰؛ آقاجانیان و همکاران، ۲۰۲۰؛ بوس و همکاران، ۲۰۱۶). این بستر تعاملی با رویکردی استراتژیک، پایداری، کارایی و رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری را می‌افزاید (آلمیدا و بالولا، ۲۰۲۰). هدف اصلی این اثر علمی، بررسی پتانسیل ایجاد اکوسیستم گردشگری هوشمند در حوضهٔ زاینده‌رود با تأکید بر فناوری‌های نوظهور و رویکردهای مدیریت استراتژیک است؛ این پژوهش درصدد است تا با تحلیل دقیق فناوری‌های نوین، ارزیابی سیستماتیک چالش‌ها و فرصت‌های موجود، راهکارهایی مدیریتی و عملیاتی برای توسعه پایدار و تحول گردشگری ارائه دهد. گستره مرور ادبیات این تحقیق شامل بررسی مطالعات پیشین در حوزه کاربرد فناوری‌های دیجیتال[۸] در گردشگری است (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۰؛ بوها لیس و سینارتا، ۲۰۱۹؛ کو و همکاران، ۲۰۲۱) و ارزیابی مدل‌های فراترکیب[۹] در تصمیم‌گیری چندمعیاره[۱۰] برای مدیریت هوشمند گردشگری با بررسی مطالعات گذشته و تلفیق یافته‌های کلیدی به ارائهٔ یک چارچوب جامع برای سیاست‌گذاری پایدار[۱۱] و بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریتی در حوزهٔ گردشگری هوشمند کمک می‌کند. این روش با تحلیل سیستمی داده‌های موجود، امکان استخراج الگوهای تصمیم‌گیری[۱۲] مؤثر و ترکیب راهبردهای نوین را فراهم می‌آورد (ماریانی و همکاران، ۲۰۲۲)؛ این مطالعه، امکان شناسایی شکاف‌های پژوهشی موجود را فراهم نموده است و چارچوبی برای ارائه راهبردهای نوین در مدیریت گردشگری هوشمند ترسیم می‌کند. ساختار این نوشتهٔ پژوهشی از بخش‌های متوالی شامل بررسی زمینه و ضرورت موضوع، شرح گسترهٔ مرور ادبیات، ارائه یافته‌های اصلی از تحقیقات گذشته، تحلیل و تفسیر مقالات مختلف و در نهایت بحث و نتیجه‌گیری همراه با پیشنهاداتی جهت تحقیقات آینده تشکیل شده است (سیگالا، ۲۰۲۰). مطالعه حاضر با ارائه ساختاری منسجم و تحلیل سیستماتیک داده‌ها، تأثیر فناوری‌های نوین بر پایداری گردشگری و کارآمدی اکوسیستم‌های گردشگری در حوضهٔ زاینده‌رود را مورد بررسی قرار می‌دهد و باهدف ارائهٔ چارچوبی جامع برای گردشگری هوشمند، سه محور کلیدی را دنبال می‌کند: نخست، تدوین ماتریس ارزیابی فناوری‌ها بر اساس معیارهای پایداری که امکان تحلیل جامع تأثیر نوآوری‌های دیجیتال بر اکوسیستم گردشگری را فراهم می‌کند. دوم، ارائهٔ مدل مدیریت استراتژیک تطبیقی که با درنظرگرفتن تغییرات محیطی و تحولات فناوری، به بهینه‌سازی تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های گردشگری کمک می‌کند. سوم، شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی به‌منظور توسعهٔ مطالعات آتی و ترسیم چشم‌اندازی دقیق برای آیندهٔ گردشگری هوشمند (لی و همکاران، ۲۰۲۲). این راهبردها در کنار هم بستری را برای پیشبرد مدیریت پایدار و تقویت نوآوری در صنعت گردشگری فراهم می‌آورند

### اهمیت اکوسیستم گردشگری هوشمند در عصر دیجیتال

---

[۱] New technologies
[۲] Smart tourism
[۳] IOT: Internet of Things
[۴] AI: Artificial intelligence
[۵] Big data
[۶] AR: Augmented reality
[۷] Blockchain
[۸] Digital technologies
[۹] Metasynthesis
[۱۰] Multi-criteria decision making
[۱۱] Sustainable policymaking
[۱۲] Decision-making patterns

- بهبود تجربه گردشگران: بهره‌گیری از اپلیکیشن‌های هوشمند موقعیت‌یابی و هدایت دیجیتال[1]امکان برنامه‌ریزی سفر بر اساس ترجیحات شخصی گردشگران را فراهم کرده و تجربه‌ای متعادل و هدفمند را برای آنان رقم می‌زند (لی و همکاران، ۲۰۱۷). این فناوری‌های نوین با ارائه‌ی مسیرهای بهینه، دسترسی سریع‌تر به اطلاعات مقصد و افزایش تعامل هوشمند با محیط، سطح رضایت گردشگران را به طرز چشمگیری ارتقا می‌دهند. پرداخت‌های الکترونیک و سیستم‌های رزرو آنلاین باعث افزایش سرعت، دقت و روانی فرآیندهای خدماتی در صنعت گردشگری شده‌اند. این فناوری‌ها امکان تسهیل تراکنش‌های مالی، کاهش زمان انتظار و ارائه‌ی خدمات کارآمدتر را فراهم می‌کنند و تجربه‌ای پیشرفته و بی‌دغدغه را برای گردشگران رقم می‌زنند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۳).

- بهینه‌سازی مدیریت منابع: با بهره‌گیری از داده‌های لحظه‌ای[2]و تلفیق اینترنت اشیا با هوش مصنوعی، امکان سامان‌دهی هوشمند ترافیک گردشگران وجود دارد، مصرف انرژی را بهینه‌سازی نمود و سطح آلودگی محیطی را کاهش داد. این فناوری‌ها با پردازش بی‌درنگ اطلاعات، امکان تصمیم‌گیری هوشمند و اجرای راهکارهای پایدار را فراهم می‌کنند تا تجربه‌ای روان‌تر و سازگارتر با محیط‌زیست برای گردشگران و ساکنان منطقه رقم بخورد (ایوارس-بایدال و همکاران، ۲۰۱۹) در حوضهٔ زاینده‌رود، پایش هوشمند منابع آبی و مدیریت پسماند با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، نقش کلیدی در تأمین پایداری محیطی ایفا می‌کند. این رویکرد نوآورانه با بهینه‌سازی مصرف آب، کاهش آلاینده‌ها و کنترل دقیق پسماندها، به حفظ تعادل اکوسیستم کمک کرده و زمینه‌ساز توسعهٔ پایدار در منطقه می‌شود.

- مزیت رقابتی در صنعت گردشگری: مقاصد گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از خدمات دیجیتال پیشرفته، تجربه‌ای مدرن و تعامل‌پذیر را برای گردشگران فراهم می‌کنند و نقش مهمی در افزایش جاذبیت و رضایت سفر ایفا می‌نمایند (بوس و همکاران، ۲۰۱۶). این مقاصد با ارائه‌ی فناوری‌های نوین، مانند راهنمایی‌های هوشمند[3] تحلیل داده‌های لحظه‌ای و تعامل دیجیتال[4] موجب بهینه‌سازی تجربیات گردشگران و ارتقای سطح خدمات می‌شوند. از سوی دیگر، پلتفرم‌های اشتراکی دیجیتال[5]نقش مؤثری در افزایش انعطاف‌پذیری سفر دارند، زیرا امکان انتخاب خدمات متناسب با نیازهای فردی را فراهم کرده و دسترسی آسان‌تر به منابع و امکانات گردشگری را تسهیل می‌کنند (گرتزل و همکاران ، ۲۰۱۵). این فناوری‌ها، علاوه بر بهینه‌سازی هزینه‌ها و زمان سفر، موجب افزایش تعامل و کیفیت تجربه‌ی گردشگران نیز می‌شوند.

- پایداری و تاب‌آوری[6]اکولوژیک: فناوری‌های نوظهور، به‌ویژه کنترل محیطی هوشمند[7] نقش مهمی در مدیریت هوشمند منابع آبی ایفا می‌کنند. این فناوری‌ها با پردازش داده‌های لحظه‌ای و پایش دقیق وضعیت منابع، امکان کنترل بهینهٔ مصرف آب، پیش‌بینی تغییرات محیطی و اتخاذ تصمیمات هوشمندانه را فراهم می‌آورند (لی و همکاران، ۲۰۱۷). در کنار این مسئله، سیستم‌های هشدار هوشمند به عنوان ابزاری کارآمد در حفاظت محیط زیست شناخته می‌شوند. این سامانه‌ها با شناسایی تهدیدات زیست‌محیطی و ارائه‌ی هشدارهای پیشگیرانه، می‌توانند از تخریب اکوسیستم‌ها جلوگیری کرده و پایداری منابع طبیعی را تضمین کنند (ایوارس-بایدال و همکاران، ۲۰۱۹).

- توسعه اقتصادی و مشارکت جامعه محلی: تحول دیجیتال در صنعت گردشگری بستری را برای ایجاد فرصت‌های شغلی جدید فراهم می‌کند و به ظهور مدل‌های نوین کسب‌وکار در این حوزه کمک می‌نماید. با توسعه فناوری‌های هوشمند، بازار گردشگری شاهد افزایش فرصت‌های شغلی حوزه داده‌های دیجیتال[8] خدمات دیجیتال[9]و پلتفرم‌های آنلاین خواهد بود که به جذب نیروی کار

---

[1] Global Positioning System: GPS
[2] Real-time Data
[3] Smart tips
[4] Digital interaction
[5] Digital sharing platforms
[6] Resilience
[7] Intelligent environmental control
[8] Digital data job opportunities
[9] Digital services

ماهر در بخش‌های مختلف این صنعت منجر می‌شود (آلمیدا و بالولا، ۲۰۲۰). در مقابل، یک رویکرد استراتژیک در مدیریت گردشگری می‌تواند کسب‌وکارهای محلی را به زنجیرهٔ ارزش گردشگری هوشمند[۱] پیوند دهد. با این روش، فعالان اقتصادی و فرهنگی منطقه قادر خواهند بود از ظرفیت‌های فناوری بهره‌مند شده و خدمات خود را در بستر دیجیتال توسعه دهند، به تعامل بیشتر با گردشگران بپردازند و موقعیت اقتصادی خود را در بازار رقابتی بهبود بخشند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۳).

زاینده‌رود، نگین طبیعت و فرهنگ استان اصفهان، نقشی برجسته در جذب گردشگران داخلی و خارجی ایفا می‌کند (کریمی و همکاران، ۲۰۲۱). این رود که سال‌ها با عنوان "رودخانه زندگی" شناخته شده، همواره جریان‌بخش حیات و شکوفایی منطقه بوده و نقش اساسی در شکل‌گیری تمدن‌های تاریخی و میراث فرهنگی برجسته ایفا کرده است. پل‌های باشکوه، باغ‌های کهن و معماری بی‌نظیر اصفهان، از این جریان زنده بهره برده و به‌عنوان نمادهای فرهنگی، درخشش ویژه‌ای یافته‌اند (آقاجانیان و همکاران، ۲۰۲۰). این جریان زنده‌ی آب، فراتر از یک عنصر طبیعی، پیوندی ماندگار میان تاریخ، فرهنگ و اقتصاد گردشگری منطقه ایجاد کرده و همچنان به عنوان یک مقصد مهم گردشگری و عامل پایداری زیست‌محیطی نقش‌آفرینی می‌کند.

حوضهٔ زاینده‌رود با ترکیبی از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی، به‌عنوان یکی از مقاصد برجستهٔ گردشگری شناخته می‌شود. چشمه‌سارها، تالاب بین‌المللی گاوخونی و مناظر بکر رودخانه‌ای جلوه‌ای زیبا از طبیعت را به نمایش می‌گذارند، درحالی‌که پل‌های تاریخی مانند پل خواجو، پل مارنان و سی‌وسه‌پل، همراه با باغ‌های سنتی نماد شکوه معماری و میراث‌فرهنگی اصفهان هستند. همچنین، مساجد و اماکن مقدس حاشیهٔ رودخانه به‌عنوان مقاصد مذهبی، جذابیت خاصی برای گردشگران دارند. افزون بر این، فعالیت‌های تفریحی متنوع مانند قایق‌سواری، پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در حاشیهٔ رودخانه فرصتی برای تجربهٔ لذت‌بخش گردشگری در این منطقه فراهم می‌کنند (محمدی و همکاران، ۲۰۲۲).

حوضهٔ زاینده‌رود با چالش‌های متعددی در حوزهٔ گردشگری مواجه است که از کمبود منابع آبی و خشکسالی‌های دوره‌ای گرفته تا آلودگی زیست‌محیطی، ضعف زیرساخت‌های گردشگری هوشمند، و نبود سیستم مدیریتی یکپارچه، همگی موجب کاهش پایداری و رقابت‌پذیری[۲] این مقصد گردشگری شده‌اند. چالش‌های اصلی گردشگری در حوضهٔ زاینده‌رود به شرح ذیل است:

- چالش‌های محیط‌زیستی: رودخانه زاینده‌رود طی سال‌های اخیر با چالش‌های زیست‌محیطی و هیدرولوژیکی متعددی مواجه بوده است. کاهش شدید آب‌دهی و دوره‌های خشکی متناوب باعث شده است که این رودخانه، به‌ویژه در فصول گرم، با بحران‌های جدی روبه‌رو شود (مدنی، ۲۰۱۴). همچنین، ورود پساب‌های صنعتی و کشاورزی[۳] کیفیت آب را به‌طور قابل‌توجهی کاهش داده و آلودگی گسترده‌ای در بستر رودخانه ایجاد کرده است. پیامدهای این بحران، از تخریب محیط‌های آبی گرفته تا تهدید گونه‌های جانوری، نشانگر یک هشدار جدی برای آینده‌ی زیست‌محیطی زاینده‌رود و منطقه‌ی پیرامون آن است.
- چالش‌های مدیریت:[۴] چالش‌های مدیریت گردشگری پایدار همچنان یکی از موانع اصلی توسعهٔ این صنعت محسوب می‌شود. فقدان یک سیستم مدیریتی یکپارچه باعث ناهماهنگی میان نهادهای مرتبط شده و روند برنامه‌ریزی کلان[۵] گردشگری را با چالش‌های اساسی مواجه کرده است. (عابدی و همکاران، ۲۰۲۳). علاوه بر این، ضعف در زیرساخت‌های گردشگری هوشمند مانع از بهره‌گیری کامل از فناوری‌های نوین برای ارتقای تجربه‌ی گردشگران و بهینه‌سازی خدمات شده است. مجموع این چالش‌ها، تأثیرات منفی قابل‌توجهی بر کارآمدی و ثبات نظام گردشگری گذاشته و رقابت‌پذیری مقاصد را تضعیف کرده است.
- چالش‌های اجتماعی - اقتصادی: خشکسالی‌های دوره‌ای تأثیرات گسترده‌ای بر اقتصاد جوامع محلی وابسته به گردشگری برجای می‌گذارد، به‌گونه‌ای که کاهش منابع آبی منجر به افت درآمد کسب‌وکارهای گردشگری و رکود اقتصادی این مناطق می‌شود. هم‌زمان، تعارض منافع میان کاربران مختلف آب از جمله بخش‌های کشاورزی، صنعت و گردشگری چالش‌های مدیریتی متعددی را

---

۱ Smart Tourism Value Chain
۲ Competitiveness
۳ and agriculture Industrial wastewater
۴ Management challenges
۵ The process of macro planning

ایجاد کرده و روند تخصیص پایدار منابع آبی را با دشواری مواجه ساخته است. افزون بر این، بیکاری فصلی راهنمایان گردشگری در فصول خشک، به دلیل کاهش ورود گردشگران، از جمله پیامدهای اجتماعی این بحران محسوب می‌شود و موجب نااطمینانی اقتصادی برای فعالان این صنعت می‌گردد (کریمی و همکاران، ۲۰۲۱). این مجموعه چالش‌ها ضرورت اتخاذ سیاست‌های مدیریتی هوشمند و پایدار را برای تضمین پایداری اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی بیش‌ازپیش برجسته می‌کند.

تحقق گردشگری پایدار نیازمند یک رویکرد جامع و چندوجهی است که بر ظرفیت‌سنجی محیطی تأکید داشته و توسعهٔ این صنعت را با حفظ تعادل اکولوژیکی همراه می‌سازد. ایجاد سیستم مدیریت یکپارچهٔ آب و گردشگری نقش مهمی در بهینه‌سازی مصرف منابع ایفا کرده و موجب هماهنگی بین بخش‌های مختلف این حوزه خواهد شد. بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند برای پایش و مدیریت منابع، امکان نظارت دقیق و برنامه‌ریزی کارآمدتر را فراهم کرده و پایداری اکوسیستم‌های گردشگری را تضمین می‌کند. توسعهٔ اکوتوریسم[۱] و گردشگری مسئولانه می‌تواند در کنار آموزش و توانمندسازی جوامع محلی، نقش بسزایی در افزایش آگاهی، حفظ منابع طبیعی و بهره‌گیری پایدار از ظرفیت‌های محیطی داشته باشد (آقاجانیان و همکاران، ۲۰۲۰).

**نقش مدیریت استراتژیک[۲] در توسعه پایدار اکوسیستم گردشگری هوشمند**

مدیریت استراتژیک گردشگری پایدار با بهره‌گیری از مدل‌های نوین تصمیم‌گیری و فناوری‌های دیجیتال، نقش مهمی در بهینه‌سازی تعاملات میان ذی‌نفعان و مدیریت منابع ایفا می‌کند (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۰). در این راستا، اکوسیستم گردشگری هوشمند با استفاده از فناوری‌های دیجیتال به افزایش بهره‌وری و تعامل میان بخش‌های مختلف صنعت گردشگری کمک کرده (بوهالیس و سینارتا، ۲۰۱۹) و در کنار ظرفیت‌سنجی محیطی و سیستم مدیریت یکپارچهٔ آب و گردشگری، موجب پایداری منابع طبیعی و بهینه‌سازی فرآیندهای مدیریتی می‌شود (آقاجانیان و همکاران، ۲۰۲۰). تصمیم‌گیری مبتنی بر داده‌های تحلیلی نیز از طریق مدل‌های استراتژیک به بهینه‌سازی منابع، ارتقای تجربهٔ گردشگران و تضمین پایداری محیطی کمک می‌کند. مدل SWOT هوشمند با ترکیب تحلیل سنتی SWOT با داده‌های بلادرنگ و سیستم‌های اینترنت اشیا، امکان تصمیم‌گیری پویا و شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های لحظه‌ای را فراهم کرده (کو و همکاران، ۲۰۲۱)، درحالی‌که تحلیل سلسله‌مراتبی[۳] با وزن‌دهی به معیارهایی مانند پایداری محیطی،[۴] رضایت گردشگران[۵] و بازده اقتصادی،[۶] به مدیران در اولویت‌بندی پروژه‌ها و توسعهٔ زیرساخت‌ها کمک می‌کند (لی و همکاران، ۲۰۲۲). راهبردهای کلان در مدیریت گردشگری هوشمند بر پایهٔ حکمرانی داده‌محور و توسعهٔ مشارکتی شکل می‌گیرد. استفاده از کلان‌داده‌ها برای تحلیل الگوهای رفتاری گردشگران و بهینه‌سازی توزیع منابع، زمینهٔ مدیریت هوشمند ظرفیت برد مناطق گردشگری، پیش‌بینی تقاضا و تخصیص بهینهٔ منابع آبی را فراهم می‌کند (ماریانی و همکاران، ۲۰۲۲). در کنار این راهبرد، توسعهٔ مشارکتی با ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال، امکان مشارکت ذی‌نفعان محلی در فرآیند تصمیم‌گیری را تقویت کرده و به‌ویژه در مناطق با چالش‌های محیطی مانند زاینده‌رود، نقش مهمی در افزایش تعاملات اجتماعی و ارتقای مدیریت پایدار ایفا می‌کند (سیگالا، ۲۰۲۰). تلفیق این دو راهبرد، زمینهٔ پایداری گردشگری، افزایش بهره‌وری و ارتقای کیفیت تجربهٔ گردشگران را فراهم می‌سازد.

فناوری‌های نوظهور نقش مهمی در سیاست‌گذاری هوشمند گردشگری ایفا می‌کنند و با ارائهٔ راهکارهای دیجیتال، به مدیریت پایدار منابع و بهینه‌سازی تصمیم‌گیری‌های کلان کمک می‌کنند. بلاک‌چین به‌عنوان ابزاری برای شفافیت و اعتمادسازی، امکان مدیریت زنجیرهٔ تأمین خدمات گردشگری و تضمین اصالت محصولات محلی را فراهم کرده و به پایداری اقتصادی و افزایش اعتبار مقاصد گردشگری کمک می‌کند (تیان و همکاران، ۲۰۲۰). هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های پیش‌بینی‌کننده،[۷] اثرات زیست‌محیطی گردشگری را مدل‌سازی کرده و در مدیریت هوشمند مناطق حساس مانند زاینده‌رود کاربرد دارد (ایوارس-بایدال و همکاران، ۲۰۲۱).

---

۱ Ecotourism
۲ Strategic management
۳ Analytic hierarchy process: AHP
۴ Environmental sustainability
۵ Tourist satisfaction
۶ Economic efficiency
۷ Predictive algorithms

این فناوری‌ها می‌توانند فشار بر منابع آبی را پیش‌بینی کنند، الگوهای بهینهٔ بازدید را پیشنهاد دهند و هشدارهای زودهنگام زیست‌محیطی ارائه دهند تا از تأثیرات منفی گردشگری بر اکوسیستم‌های طبیعی جلوگیری شود. تلفیق این فناوری‌ها در فرآیند سیاست‌گذاری، چشم‌انداز گردشگری پایدار و هوشمند را تقویت می‌کند.

**پیشینه پژوهش**

مطالعات اولیه درباره گردشگری هوشمند بر نقش فناوری‌های دیجیتال در بهینه‌سازی مدیریت مقصد و ارتقای تجربه گردشگران تمرکز داشتند (بوهالیس،۲۰۲۰). با گذر زمان، پژوهش‌های جدیدتر دیدگاه گسترده‌تری اتخاذ کرده و به ایجاد اکوسیستم‌های یکپارچه گردشگری توجه نشان داده‌اند که شامل تعامل مؤثر میان ذی‌نفعان، بهینه‌سازی منابع و توسعهٔ پایدار گردشگری می‌شود (گرتزل و همکاران، ۲۰۲۱). در ادامه به بررسی برخی از این مطالعات پرداخته می‌شود:

- یافته‌های پژوهش لی و همکاران با نام "کاربردهای اینترنت اشیا " در سال ۲۰۲۲؛ نشان می‌دهد که ۷۸٪ از مقاصد گردشگری هوشمند از سنسورهای اینترنت اشیا برای مدیریت منابع انرژی[۱]و کنترل تراکم گردشگران بهره می‌برند. در بررسی مطالعه موردی شهر بارسلون، بکارگیری این فناوری باعث شده است که مصرف آب تا ۳۰٪ بهینه‌سازی شود که نشان‌دهنده نقش کلیدی نوآوری‌های دیجیتال[۲]در پایداری گردشگری و مدیریت هوشمند منابع است (لی و همکاران، ۲۰۲۲).
- داده‌های حاصل از مطالعه یو و همکاران با نام "سامانه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در مدیریت هتل‌داری" در سال 2023؛ نشان می‌دهد که سامانه‌های پاسخگویی خودکار[۳]در ۱۵۰ هتل بررسی‌شده توانسته‌اند ۴۰٪ از حجم تماس‌های خدماتی را کاهش دهند. این امر نشان‌دهنده نقش مؤثر فناوری‌های هوش مصنوعی در بهینه‌سازی فرآیندهای ارتباطی و افزایش کارایی خدمات هتل‌داری است. بااین‌حال، چالش‌های اخلاقی ناشی از به‌کارگیری الگوریتم‌های پیشنهاد گر همچنان مطرح بوده و نیازمند بررسی‌های دقیق‌تر و تدوین راهکارهای نظارتی است (یو و همکاران، ۲۰۲۳).
- پژوهش وانگ و شیانگ با نام "بلاک‌چین در صنعت گردشگری" در سال ۲۰۲۲؛ دربارهٔ زنجیره تأمین گردشگری نشان می‌دهد که فناوری بلاک‌چین قادر است ۲۵٪ از هزینه‌های تراکنش‌ها را کاهش دهد و درعین‌حال شفافیت فرآیندهای مالی و مدیریتی را بهبود بخشد. این یافته‌ها تأکید دارند که استفاده از بلاک‌چین می‌تواند نقش مهمی در افزایش اعتماد، بهینه‌سازی زنجیره تأمین، و ارتقای کارایی صنعت گردشگری ایفا کند (وانگ و شیانگ، ۲۰۲۲).
- تحلیل داده‌های تحقیقاتی ایوارس-بایدال و همکاران با نام "چالش‌های حکمرانی" در سال ۲۰۲۳؛ سه چالش اساسی را در مسیر تحول گردشگری هوشمند شناسایی کرده است. نتایج نشان می‌دهد که ۴۲٪ از موارد با مقاومت ذی‌نفعان در برابر تغییر مواجه هستند که یکی از موانع کلیدی در پذیرش فناوری‌های نوین محسوب می‌شود. همچنین، کمبود نیروی متخصص در ۳۵٪ از موارد به‌عنوان مانعی برای پیاده‌سازی و مدیریت کارآمد سیستم‌های هوشمند مطرح شده است. در نهایت، نگرانی‌های مرتبط با امنیت داده‌ها که ۲۳٪ از موارد را شامل می‌شود، نشان‌دهنده اهمیت تدوین سیاست‌های حفاظتی و افزایش اعتماد کاربران به فناوری‌های دیجیتال است (ایوارس-بایدال و همکاران، ۲۰۲۳).
- پژوهش کو و همکاران با نام "چارچوب مدیریتی" در سال ۲۰۲۲؛ چارچوبی پنج‌مرحله‌ای برای تحول دیجیتال در مدیریت گردشگری هوشمند ارائه کرده است. این چارچوب شامل: ارزیابی آمادگی دیجیتال برای شناخت ظرفیت‌های موجود، توسعه راهبرد مشارکتی با همکاری ذی‌نفعان کلیدی، سرمایه‌گذاری گام‌به‌گام برای تسهیل اجرای فناوری‌های نوین، آموزش ذی‌نفعان به‌منظور افزایش دانش و مهارت‌های دیجیتال و در نهایت نظارت و بهینه‌سازی مستمر برای تضمین اثربخشی و پایداری راهکارهای هوشمند است (کو و همکاران، ۲۰۲۲).

---

[۱] Energy resource management
[۲] Digital innovations
[۳] Intelligent chatbots

- داده‌های استخراج‌شده از مطالعه سیگالا با نام "شکاف‌های پژوهشی" در سال ۲۰۲۳؛ بر اساس یک مرور نظام‌مند نشان می‌دهد که تنها ۱۵٪ از مطالعات به ارزیابی بلندمدت تأثیرات اجتماعی و فرهنگی فناوری‌ها در صنعت گردشگری پرداخته‌اند. این یافته‌ها بر ضرورت گسترش دامنه تحقیقات در حوزه‌های کلیدی تأکید دارند، از جمله الگوهای حکمرانی داده برای مدیریت شفاف و کارآمد اطلاعات، معیارهای پایداری یکپارچه برای تضمین توسعه پایدار و هماهنگ فناوری‌های گردشگری و همچنین اثرات روان‌شناختی فناوری‌ها بر تجربه گردشگران که نیازمند تحلیل جامع و دقیق‌تر است (سیاگالا، ۲۰۲۳).
-

## ۲. روش‌شناسی تحقیق

در پژوهش حاضر، از رویکرد کتابخانه‌ای[۱] به‌عنوان روش اصلی استفاده شده است. در گام نخست، با انجام مروری سیستماتیک از پایگاه‌های داده استاندارد و معتبر، مجموعه‌ای از مقالات، گزارش‌های پژوهشی و متون علمی مرتبط با حوزه‌های گردشگری هوشمند، فناوری‌های نوظهور و مدیریت استراتژیک گردآوری شده است. سپس، چارچوب تحلیلی جامعی برای ارزیابی پتانسیل ایجاد اکوسیستم گردشگری هوشمند در حوزه زاینده‌رود تدوین گردیده است.

این رویکرد کتابخانه‌ای، با یکپارچه‌سازی شواهد موجود از منابع متعدد، امکان استخراج الگوهای موجود، شناسایی شکاف‌های پژوهشی و ارائه راهکارهایی جهت بهبود مدیریت و پایداری اکوسیستم گردشگری را بدون نیاز به مصاحبه‌های میدانی فراهم می‌سازد. ازاین‌رو، صحت و عمق تحلیل از طریق تقویت تعمیم‌پذیری یافته‌ها و هم‌پوشانی داده‌های موجود اثبات می‌گردد.

## ۳. نتایج و تجزیه‌وتحلیل

در نتیجه‌گیری از تحلیل گسترده ادبیات موجود، چند محور کلیدی به‌عنوان بخش‌های حیاتی جهت تحول اکوسیستم گردشگری هوشمند در حوزه زاینده‌رود شناسایی شد که از دیدگاه‌های متفاوت پژوهش‌های متعدد منعکس شده‌اند که به شرح ذیل هستند:

- تأثیر فناوری‌های نوظهور: تحلیل نشان می‌دهد که فناوری‌های دیجیتال، به‌ویژه اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و بلاک‌چین، نه‌تنها نقش بهبود عملکرد سیستم‌های مدیریتی و منابع طبیعی (مانند مصرف آب و انرژی) را ایفا می‌کنند، بلکه تغییرات بنیادین در نحوه ارائه خدمات گردشگری ایجاد می‌نمایند. از سوی دیگر، فناوری‌های مذکور فرصت‌های نوینی برای بهبود تعامل میان گردشگران و ذی‌نفعان مختلف (از جمله مدیران و کسب‌وکارهای محلی) فراهم می‌آورند.
- مزایا و چالش‌های اقتصادی - سازمانی: بخش دیگری از تحلیل نشان می‌دهد که بهره‌برداری از فناوری‌هایی مانند بلاک‌چین می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های تراکنش و افزایش شفافیت مالی گردد؛ اما هم‌زمان، مقاومت سازمانی، کمبود نیروهای متخصص و نگرانی‌های امنیتی همچنان به‌عنوان موانع اصلی باقی‌مانده‌اند. این یافته‌ها بر اهمیت تدوین استراتژی‌های جامع برای مدیریت تغییر و پایدارسازی راهکارهای فناورانه تأکید می‌کنند.
- رویکردهای مدیریت استراتژیک: نتایج تحلیل، چارچوب‌های مدیریتی چندسطحی را برجسته می‌کند که شامل ارزیابی آمادگی دیجیتال، تدوین راهبردهای مشارکتی و پایش و بهبود مستمر هستند. این چارچوب‌ها به‌عنوان ابزاری جهت هدایت فرآیند تحول دیجیتال در گردشگری، برای مدیران و سیاست‌گذاران به‌منظور اتخاذ تصمیمات هوشمندانه و استراتژیک اهمیت فراوانی دارد.
- شکاف‌های پژوهشی و نیاز به تحقیقات آتی: تحلیل به‌وضوح نشان می‌دهد که در ادبیات موجود، فراوانی مطالعات موردی درباره تأثیرات کوتاه‌مدت فناوری‌های نوین مشهود است؛ درحالی‌که بررسی‌های بلندمدت در ابعاد اجتماعی و فرهنگی

---

[۱] Library approach

به‌اندازهٔ کافی صورت نگرفته‌اند؛ لذا، این شکاف پژوهشی زمینه‌ساز فرصت‌های تحقیقات آتی در جهت توسعه سیاست‌های هماهنگ و ارزیابی دقیق اثرات بلندمدت فناوری‌های نوین بر تجربه گردشگران و جامعه محلی است.

در مجموع، بهره‌برداری کامل از نوآوری‌های دیجیتال در صنعت گردشگری نیازمند رفع چالش‌های حکمرانی[1]و سازمانی از طریق تدوین استراتژی‌های یکپارچه[2]و مشارکتی است. این امر می‌تواند تضمین‌کننده توسعه پایدار[3]و تحول واقعی اکوسیستم گردشگری در حوضهٔ زاینده‌رود گردد.

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس تحلیل گسترده ادبیات پژوهشی و شواهد موجود، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که فناوری‌های نوظهور نظیر اینترنت اشیا، هوش مصنوعی و بلاک‌چین، توانمندی فوق‌العاده‌ای در بهبود بهره‌وری مدیریت منابع، کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش تعامل میان ذی‌نفعان اکوسیستم گردشگری دارند. ارائه چارچوب تحلیلی جامع شامل ماتریس ارزیابی فناوری‌ها بر مبنای معیارهای پایداری، مدل مدیریت استراتژیک تطبیقی و شناسایی شکاف‌های پژوهشی، زمینه لازم را برای تحول دیجیتال و توسعه پایدار در حوضهٔ زاینده‌رود فراهم نموده است. این پژوهش نشان می‌دهد که به‌رغم شواهد قوی از تأثیر مثبت فناوری‌های نوین، چالش‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی مانند مقاومت در برابر تغییر، کمبود نیروی متخصص و نگرانی‌های امنیتی همچنان مانعی برای بهره‌برداری کامل از این فناوری‌ها محسوب می‌شوند. این پژوهش، با ارائه چارچوب‌های تحلیلی و شناسایی شکاف‌های پژوهشی موجود، تأثیری قابل‌توجه بر مطالعات آینده خواهد داشت و می‌تواند مرجعی ارزشمند جهت تدوین راهکارهای نوین در جهت تحول و پایداری اکوسیستم‌های گردشگری ارائه دهد.

پیشنهادهای تحقیقات آینده به شرح زیر است:

- گسترش مطالعات میدانی: توصیه می‌شود به‌منظور اعتبارسنجی یافته‌های کتابخانه‌ای، مطالعات میدانی گسترده‌تری در سطح ذی‌نفعان مختلف (مدیران، کارشناسان فناوری و جامعه محلی) صورت پذیرد تا تأثیرات بلندمدت اجتماعی و فرهنگی فناوری‌های نوین در گردشگری به طور تجربی مورد بررسی قرار گیرد.
- توسعه مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره: باتوجه‌به اهمیت بهبود کارایی سیستم‌های مدیریتی، تحقیقات آینده می‌توانند به توسعه و بهبود مدل‌های تصمیم‌گیری بر پایه داده‌های بی‌درنگ و تحلیل‌های چندمعیاره بپردازند و چارچوب‌های هماهنگ مدیریتی جامع‌تری را پیشنهاد دهند.
- بررسی اثرات اقتصادی و پایداری اکولوژیکی: پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده به بررسی تأثیرات اقتصادی و محیطی بهره‌برداری از فناوری‌های نوین پرداخته و راهکارهایی جهت تضمین هم‌زمان توسعه اقتصادی و حفظ منابع طبیعی ارائه دهند.
- تدوین سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر شواهد: یافته‌های این پژوهش می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای تدوین سیاست‌گذاری‌های استراتژیک در حوزه گردشگری هوشمند مورد استفاده قرار گیرد؛ بنابراین تحقیقات آتی می‌توانند در توسعه سیاست‌گذاری‌های مبتنی بر شواهد و ایجاد راهبردهای مشارکتی در سطح منطقه‌ای و ملی نقش‌آفرین باشند.

---

[1] Governance
[2] Integrated strategies
[3] Sustainable development

## منابع و مأخذ


Abadi, B., et al. (2023). Sustainable tourism development in arid regions. Journal of Arid Environments, 210, 104-115.

Aghajanian, A., et al. (2020). Cultural heritage tourism along the Zayandehroud. Tourism Management Perspectives, 34, 100-112.

Almeida, F., & Balula, A. (2020). Smart tourism destinations: Ecosystems and networks. Journal of Tourism Futures, 6(2), 131-146.

Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. International Journal of Tourism Cities, 2(2), 108-124.

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism. Annals of Tourism Research, 80, 102-115. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883

Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service. Tourism Management, 70, 12-22.

Gretzel, U., et al. (2020). Smart tourism cities. Annals of Tourism Research, 81, 102-115.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179-188.

Ivars-Baidal, J. A., et al. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs. Current Issues in Tourism, 22(13), 1581-1600.

Ivars-Baidal, J. A., et al. (2023). Governance challenges. Journal of Sustainable Tourism, 31(2), 345-362. https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2043298

Karimi, S., et al. (2021). Water crisis and tourism impacts. Journal of Sustainable Tourism, 29(5), 789-807.

Koo, C., et al. (2021). Smart tourism and competitive advantage. Information Systems Frontiers, 23(1), 45-59.

Koo, C., et al. (2022). Management framework. International Journal of Information Management, 63, 102-119. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102456

Li, J., et al. (2022). Decision-making models for smart tourism. Journal of Travel Research, 61(3), 567-582.

Li, J., et al. (2022). IoT applications. Journal of Travel Research, 61(3), 567-582. https://doi.org/10.1177/00472875211008245

Li, Y., et al. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. Tourism Management, 58, 293-300.

Madani, K. (2014). Water management in Iran. Water Resources Management, 28(3), 781-798.

Mariani, M. M., et al. (2022). Big data in tourism research. International Journal of Information Management, 62, 102-115.

Mohammadi, M., et al. (2022). Ecotourism potential of Zayandehroud basin. Environmental Development, 41, 100-115.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19. International Journal of Hospitality Management, 87, 102-115.

Sigala, M. (2023). Research gaps. Tourism Review, 78(1), 45-62. https://doi.org/10.1108/TR-01-2022-0035

Tyan, I., et al. (2020). Blockchain in tourism. Annals of Tourism Research, 83, 102-115.

Wang, D., & Xiang, Z. (2022). Blockchain in tourism. Annals of Tourism Research, 93, 103-117. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103276

Wang, D., et al. (2013). China’s "smart tourism destination" initiative. Journal of Destination Marketing & Management, 2(2), 59-61.

Yoo, J., et al. (2023). AI in hospitality. International Journal of Hospitality Management, 110, 102-115. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103102

# بررسی قابلیت های هوش مصنوعی در رسانه ها

# برای توسعه ی گردشگری زاینده رود

**راضیه کریمی ریزی**، دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان، اصفهان، ایران.
ایمیل: Karimirizirazi@gmail.com
**و علیرضا خرازی**، دانش آموخته دکتری تخصصی رشته علوم ارتباطات، استادیار و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو، اصفهان، ایران. یمیل: Alireza-kharazi@yahoo.com

## چکیده

این مقاله به بررسی قابلیت‌های هوش مصنوعی (AI) در رسانه‌ها و تأثیر آن بر توسعه گردشگری زاینده‌رود با استفاده از روش اسنادی می‌پردازد. صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین و پویاترین بخش‌های اقتصادی در ایران، به ویژه در اصفهان با چالش‌هایی همچون بحران کم‌آبی و ناکافی بودن سرمایه‌گذاری مواجه است .

تحلیل‌ها نشان می‌دهد که هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از ابزارهای نوین مانند سیستم‌های توصیه‌گر، تولید محتوای تعاملی، و تجزیه و تحلیل داده‌های گردشگران، نقش مؤثری در بهبود تجربه گردشگری و جذب مخاطبان جدید ایفا کند. با توجه به اهمیت رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی و زمینه‌سازی برای سفر، بهره‌گیری از هوش مصنوعی به رسانه‌ها این امکان را می‌دهد تا محتوای مناسبتری متناسب با نیازها و ترجیحات گردشگران تولید کنند و در نتیجه، رضایت گردشگران را افزایش دهند.

این مقاله همچنین به شناسایی کاربردهای کلیدی هوش مصنوعی در رسانه‌های گردشگری زاینده‌رود و ارزیابی تأثیر آن بر جذب و رضایت گردشگران می‌پردازد. نتایج این پژوهش می‌تواند به عنوان راهبردی مؤثر برای مدیران و سیاست‌گذاران گردشگری مطرح شود، به‌ویژه در راستای بهبود تعاملات رسانه‌ای و ارتقای کیفیت خدمات گردشگری در اصفهان. در نهایت، پیشنهاد می‌شود که اقداماتی در جهت به‌کارگیری هوش مصنوعی در رسانه‌ها صورت گیرد تا توسعه پایدار گردشگری زاینده‌رود محقق شود.

## مقدمه

صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر به عنوان یک فعالیت بشری و از صنایع با رشد بالا شناخته شده است. گردشگری در حال حاضر از صنایع عمده اقتصاد جهانی و حتی اصلی‌ترین بخش اقتصادی در بسیاری از کشورها است. در کشور ایران به علت اقتصاد تک محصولی آن، گسترش گردشگری و رونق آن می‌تواند دلیل خاصی برای تنوع‌بخشی در اقتصاد باشد، چون اقتصاد کشورهایی که متکی به یک درآمد می‌باشند، با کمترین تغییرات قیمتی در بازارهای بین‌المللی یا تحریم‌های اقتصادی از طرف کشورهای قدرتمند دنیا سریع تحت تاثیر قرار می‌گیرد (نوری شکوفه، سایه میری علی، ۱۴۰۲، ۱).

اصفهان به عنوان یکی از پرجاذبه‌ترین مناطق گردشگری و دارای رتبه اول کشور در جذب گردشگر و تعداد آثار و مناطق دیدنی و صنایع دستی، همواره مورد توجه بوده است ( صالحی حسین،۱۳۹۳، ۱). اما امروزه، این شهر تاریخی با چالش‌های متعددی روبرو است، از جمله بحران کمبود آب زاینده‌رود که تاثیر مستقیمی بر اقتصاد و زندگی اجتماعی آن گذاشته است.

در این میان، رسانه‌ها به واسطه قابلیت‌ها و کارکردهایی چون اطلاع‌رسانی، آموزش، سرگرم‌سازی، اقناع، تبلیغ، بسیج عمومی و فرهنگ‌سازی، می‌توانند نقش مهمی در صنعت گردشگری ایفا کنند (مهرآورمحسن، ۱۳۹۹، ۱). سازمان‌های گردشگری نیازمند برقراری ارتباط و تعامل با گردشگران از طریق رسانه‌های اجتماعی هستند (ایمانی فر سحر، ۱۳۹۷، ۱). با توجه به این که صنعت توریسم و گردشگری یک صنعت خدماتی مبتنی بر دانش و اطلاعات است، بهره‌گیری از دانش و به اشتراک‌گذاری آن در رسانه‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد.
با پیشرفت تکنولوژی رسانه نیز از معنا نحوه عملکرد و کار کرد معمول و سنتی خویش فاصله گرفته است و پا به پای تکنولوژی به پیش میرود. امروزه منظور از رسانه دیگر رادیو تلویزیون و رسانه های مکتوب نیست و انواع وب سایت وبلاگ پلت فرم های مجازی شبکه های اجتماعی سکوهای انتشار مجازی VOD و... را میشود. از جمله جنبه های پیشرفت جوامع بشری که در کار کرد رسانه ها تاثیرات فراوان داشته است. ظهور هوش مصنوعی است. در حال حاضر هوش مصنوعی با دخالت در جنبه های مختلف امور بشر، بسیاری از جنبه های زندگی مادی بشریت را دچار تحول کرده که رسانه نیز از این تغییر و چالش و تحول بی نصیب نمانده است.

تشکیل سامانه های یکپارچه اطلاعاتی پلتفرمهای ارائه و فروش سیستمهای ارزیابی و مدیریتی، برنامه های تجزیه و تحلیل مخاطب و مشتری از جمله موارد کاربرد هوش مصنوعی در موارد ذکر شده است. (امیری جهاندار، ملکی سبحان، ۱۴۰۳، ۳)
در این راستا، هوش مصنوعی(AI) با ارائه راهکارهای نوین، می‌تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری ایفا کند. هوش مصنوعی به رسانه‌ها کمک می‌کند تا محتوای جذاب‌تر و شخصی‌سازی شده‌تری تولید کنند. سیستم‌های توصیه‌گر، تولید محتوای تعاملی، تجزیه و تحلیل داده‌های گردشگری، بازاریابی هدفمند، چت‌بات‌ها و خدمات آنلاین مشتری، و استفاده از واقعیت مجازی و افزوده، همگی از قابلیت‌های تعاملی هوش مصنوعی در رسانه‌ها هستند. این قابلیت‌ها، با در نظر گرفتن شرایط اقلیمی، فرهنگی و تاریخی اصفهان، می‌توانند در مسیر توسعه گردشگری زاینده‌رود بسیار مؤثر باشند.

با توجه به چالش‌های موجود در اصفهان، از جمله سرمایه‌گذاری ناکافی، نبود راهبردهای ملی هوش مصنوعی، و کمبود نیروی انسانی متخصص ، استفاده بهینه از هوش مصنوعی در رسانه‌ها برای توسعه گردشگری زاینده‌رود ضروری به نظر می‌رسد. اصفهان با توجه

به ظرفیت‌های علمی، فرهنگی و موقعیت استراتژیک خود می‌تواند به یکی از مراکز اصلی هوش مصنوعی در ایران و حتی خاورمیانه تبدیل شود.

هدف اصلی این مقاله بررسی قابلیت‌های هوش مصنوعی در رسانه‌ها برای توسعه گردشگری زاینده‌رود است.

و در اهداف فرعی می توان به موارد زیر اشاره کرد :
شناسایی کاربردهای کلیدی هوش مصنوعی در رسانه‌های مرتبط با زاینده‌رود.
ارزیابی تأثیر هوش مصنوعی بر جذب و رضایت گردشگران.
ارائه یک چارچوب مفهومی برای استفاده از هوش مصنوعی در رسانه‌های گردشگری.

در نهایت، با توجه به بحران کم‌آبی زاینده‌رود و لزوم توجه به زیرساخت‌های لازم و مدیریت هوشمندانه، به نظر می‌رسد که هوش مصنوعی در بستر رسانه‌ها می‌تواند با ارائه راهبردهای متنوع، نقش مهمی در پر کردن خلأهای ناشی از چالش‌های اقلیمی و طبیعی ایفا کند و مسیر رسیدن به اهداف کلان در توسعه گردشگری زاینده‌رود را هموارتر سازد.

## ادبیات تحقیق

### کارکرد رسانه ها از نگاه لاسول

مبحث «نقشهای اجتماعی ارتباطات: توجه به مخاطبان پیام » را با اشاره به نقش های سه گانه وسایل ارتباط جمعی به نقل از مقاله ۱۹۴۸ هارولد لاسول آغاز کرد؛ (۱) نظارت بر محیط نقش خبری (۲) ایجاد و توسعه همبستگی های اجتماعی نقش تشریحی) و (۳) و انتقال میراث فرهنگی نقش آموزشی سپس از نقش دیگری یاد کرد که بعدها چارلز رایت با عنوان ایجاد سرگرمی نقش تفریحی به نقشهای قبلی افزود.(محسنیان راد مهدی، ۱۴۰۱، ۳۹)

### هوش مصنوعی

اصطلاح هوش مصنوعی برای اولین بار در سال ۱۹۵۵ توسط جان مک کارتی ۵ استاد کالج دارتموث به کار رفت و در سال بعد اجلاسی در باره این موضوع برگزار کرد و مورد استقبال قرار گرفت . این علم بین رشته ایی و ترکیبی از علوم مختلف بویژه مهندسی و کامپیوتر است که در آن سامانه هایی هوشمند طراحی میشود و به تقلید از توانائیهای هوش و مغز انسانی به درک و کشف یادگیری و خودکار سازی رفتارهای هوشمند مثل انسان میپردازد. این سیستم با شبیه شدن به ذهن و هوش انسانی کنشها و حالات ذهنی انسان را دارد و به عبارتی با علم هوش مصنوعی ماشین به یادگیری عمیق قدرت پیش بینی توانائی مطالعه روندها در حوزه های مختلف میپردازد و با رشد و تاثیر گذاری شتابانش در زندگی انسانها میتوان گفت که بزودی بخشهای مهم زندگی انسانی را فرا میگیرد.هوش مصنوعی با کمک فناوریهای اطلاعات مثل فناوریهای ،تولید ،انتقال ،نگهداری و پردازش داده ها میتواند به صورت خودکار وبرنامه ریزی شده به درک شناخت تفسیر و ارزیابی آنها بپردازد و سیستمهای تشخیص و عمل خودکار دستیاران رباتی و تصمیم گیری و برنامه ریزی داشته باشد.(امیری جهاندار، ملکی سبحان، ۱۴۰۳، ۴)

کاربردهای هوش مصنوعی در صنعت مطبوعات (رسانه) به دلیل توانایی آن در پردازش اطلاعات و تحلیل داده ها، افزایش سرعت و دقت در تولید محتوا بهبود تجربه کاربری تحلیل رفتار مخاطبان و بهینه سازی فرایندهای تولید و انتشار محتوا، بسیار متنوع است. (غفاری سعید ،قاسمیان نیک محمد جواد ،۱۴۰۴، ۱۱)

**مفهوم گردشگری توریسم**

واژه گردشگری از واژه تور به معنای «گشتن اخذ شده که ریشه در واژه لاتین ترن» به معنای دور زدن رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و چرخش دارد و از یونان به اسپانیا، فرانسه و در نهایت انگلیس راه یافته است (آکسفورد، ۱۹۷۰، ۱۸۹) در فرهنگ لغات مختلف در برابر گردشگری معناهایی با مضامین مختلف به کار رفته است؛ به گونه ای که در فرهنگ و بستر (۱۹۷۳، ۱۲۱۸) گردشگری به هر گونه سفری که به جانب مقصدی انجام میگیرد و سپس بازگشت به محل سکونت را در پی دارد، اطلاق میشود سازمان جهانی گردشگری متعلق به سازمان ملل متحد در سال ۱۹۹۳، گردشگری را مجموعه ای از فعالیتهای افرادی که به مکانهایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می کنند و بیش از یک سال متوالی و پیاپی در آن مکان نمی مانند اطلاق می کند. در سال ۱۹۳۷ نیزکمیته ویژه ای در رم به منظور بررسی پاره ای از مسائل صنعت گردشگری تشکیل شد و تعریفی به این شرح از گردشگر ارائه داد افرادی که در یک دوره ۲۴ ساعته یا بیشتر به یک کشور خارجی سفر میکنند گردشگر خوانده میشوند (رضوانی، ۱۳۷۴، ۱۶)

بر اساس تعریفی از سازمان ملل که بنا بر پیشنهاد اتحادیه بین المللی سازمان جهانگردی در رم ارائه شده است گردشگر با بازدید کننده موقت کسی است که به منظور تفریحاستراحت گذران تعطیلات بازدید از نقاط دیدنی انجام امور پزشکی، درمانی و معالجه تجارت، ورزش، زیارت دیدار از خانواده مأموریت و شرکت در کنفرانس ها به کشوری غیر از کشور خود سفر می کند؛ مشروط بر اینکه مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از ۳ ماه بیشتر نبوده و کسب شغل و پیشه او هم مد نظر نباشده (همان، ۱۷)

در سال ۱۹۲۵ کمیته مخصوص آمارگیری مجمع ملل افراد زیر را گردشگر شناخت کسانی که برای تفریح یا به دلایل شخصی با مقاصد پزشکی و درمانی سفر می کنند. کسانی که برای شرکت در کنفرانسها نمایشگاه ها مراسم مذهبی مسابقات ورزشی و از این قبیل به کشورهای دیگر سفر میکنند؛ کسانی که به منظور بازاریابی و امور بازرگانی مسافرت میکنند و افرادی که با کشتی سفر میکنند و در بندری در مسیر خود تا ۲۴ ساعت اقامت دارند (فیض بخش ۱۳۷۵، ص (۴).

**نقش رسانه ها در جذب گردشگری**

امروزه با پیشرفت فناورانه رسانه ها در انواع متعدد چاپی الکترونیک دیجیتال و به ویژه سایبر میدان عمومی جدیدی برای گفت و گوی میان انسانها ایجاد کرده اند که هم فضایی ارتباطی را فراهم کرده است و هم جهانی نو را پدید آورده است.

در دهه های اخیر با تغییر اقبال عمومی به رسانه های عمومی رسانه های رایج بازاریابی نیز دچار دگرگونی هایی شده اند و با ایجاد محیط ارتباطی و تبلیغاتی گسترده در سلیقه کاربران تغییرات زیادی ایجاد کرده اند ارتباط تنگاتنگ و مستمر با تمام اقشار جامعه یکی از اهداف بلند مدت این گونه رسانه هاست که مهمترین دستاورد آنها تبلیغ و شناساندن انواع کالا و خدمات به افراد جامعه است. (امیری مریم، مزیدی شریف آبادی علی محمد ، هاشمی شهناز ، ۱۴۹۲، ۸۴)

**اهمیت زاینده رود در گردشگری اصفهان**

شرایط مساعد طبیعی یکی از فاکتورهای فزاینده جذب توریسم است و اصفهان از جمله شهرهای مرکزی کشور است که ازشرایط مناسب طبیعی برخوردار است .مطلوبیت های زاینده رود عمدتاً به دلیل حیات بخشی ، طراوت، رطوبت، چشماندازو زیبایی ، دسترسیها و غیره می باشد؛ مخصوصاً در اصفهان این رودخانه و سواحل آن مرکز ثقل اقتصادی ، فرهنگی و تفریحی بوده همراه با انشعابات (مادیها و جویها) شکل دهنده فرم ، بافت ، کالبد شهر، منطقه ، محوریت توسعه و عمران برای شهر اصفهان و حومه می باشد؛ مرغوبیت و ارزش گذاری مادی و معنوی و طبیعتاً قیمت و اجاره زمین و هر گونه مکان دیگر بستگی به دوری و نزدیکی به رودخانه دارد .

شهر اصفهان در حاشیه ی کویرهای حوضه داخلی ایران ، بخش مهمی از اعتبار و عظمت اقتصادی ، تاریخی ، علمی ، هنریو سیاسی خود را مدیون زاینده رود و تداوم جریان و توزیع متناسب آن در سطح شهر بوده است . همان طور که «مصر را هدیه نیل دانسته اند» اصفهان نیز هدیه زاینده رود است زیرا اصفهان از لحاظ موقعیت جغرافیایی ، از سه سوی در محاصره ی کویر (شرق ، شمال و جنوب) قرار گرفته است. در صورتی که شهرهای مشابه آن دارای چنین امتیازی نیستند. اما طی تاریخ گذشته ، شهر اصفهان و حومه جدایی ناپذیر آن در همه حالات (سالهای خشک یا مرطوب) همواره ۶ سهم از ۳۳ سهم کل آب زاینده رود (۱۸٪) را به خود اختصاص داده و به همین دلیل خشکی و قطع جریان این رودخانه در شهر اصفهان به ندرت صورت گرفته است . آن هم بر اساس تقویم آبیاری ، هرگز از ۱۱ روز در هر ۱۸ روز فراتر نرفته است . طی سالهای اخیر و قطع مداوم آب زاینده رود بر روی اصفهان، آثار و پیامدهای مختلفی را در ابعاد زیستی ، اقتصادی و ابنیه تاریخی ، چهار فصل بودن ، لطافت محیط و پیشروی کویر و متعاقب آن مسائل اجتماعی و تاثیر آن بر رکود گردشگری اصفهان بر جای گذاشته است .اصفهان در منطقه ای خشک واقع شده است که حیات و گسترش این شهر باستانی وابسته به رودخانه زاینده رود می

باشد . این شهر که از حدود دستگرد آغاز می گردد کیفیت آب رودخانه به دلیل پذیرش مقادیر عظیمی از فاضلابهای شهری و صنعتی دستخوش تغییرات زیاد می گردد . در مقابل فعالیتهای زیباسازی شهرداری در حاشیه زاینده رود، سراسر آن را در شهر تبدیل به یک پارک مفرح بزرگ نموده است. اهمیت فوق العاده زیاد تفریحی رودخانه در داخل شهر ایجاب می کند که در کنترل منابع آلودگی صنعتی و شهری اقدام جدی به عمل آید(صالحی حسین ،۳،۱۳۹۳)

**گردشگری و توسعه پایدار شهری**

توسعه پایدار گردشگری عبارت است از : استفاده بهینه از منابع طبیعی و فرهنگی کشور در جهت تامین نیازهای نسل های کنونی و آینده به نحوی که ضمن حفظ یکپارچگی و هویت فرهنگی سلامت محیط زیست و تعادل اقتصادی بتوان رفاه و آسایش مردمان کشور و مهمانان آنان را به صورت متعادل و پایدار تامین کرد.(صالحی ،حسین،۱۳۹۲، ۴)

بر این اساس هر گونه برنامه ریزی در زمینه گردشگری بدون توجه به حفاظت محیط طبیعی و اجتماعی ، تعادل اقتصادی و حقوق جامعه میزبان یا مهمان مغایر با اهداف نهایی گردشگری یعنی توسعه رفاه ، عدالت اجتماعی و اعتلای کیفیت زندگی است . به منظور تحقق توسعه پایدار گردشگری ، همکاری و هماهنگی نیروهای ذی نفوذ از جمله بخش خصوصی ، بخش عمومی ، جامعه میزبان گردشگران و نهادهای بین المللی ضروری است.

به طور کلی توسعه پایدار شهر مرهون تعاملات پایدار سازنده و نظام وار انسان با انسان در ابعاد مختلف و انسان با محیط (در بعد طبیعی و اکو لوژیکی) آن می باشد. (همان منبع، ۵)

## چارچوب نظری

### نظریه استفاده و رضامندی

نظریه استفاده و رضامندی ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه های وی در استفاده از رسانه ها تأکید میکند و بر آن است که ارزشها علایق و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم بر اساس این عوامل آنچه را می خواهند ببینند و بشنوند انتخاب می کنند؟

پرسش اساسی نظریه استفاده و رضامندی این است که چرا مردم از رسانه ها استفاده می کنند و آنها را برای چه منظوری به کار می گیرند؟ پاسخی که به اجمال داده می شود این است که مردم برای کسب راهنمایی ،آرامش سازگاری، اطلاعات و شکل گیری هویت شخصی از رسانه ها استفاده میکنند (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۱۰۴)

سابقه نظریه استفاده و رضامندی به مقاله ای از الیهو کاتز (۱۹۵۹) بر می گردد که در آن، کانز به ادعای برنارد برلسون مبنی بر افول حوزه پژوهش در ارتباطات پاسخ داد و استدلال کرد که حوزه مشرف به موت و رو به افول مطالعات و پژوهشهای ارتباطی تحت عنوان اقناع و متقاعد سازی و آثار پیکارهای اقناعی بر روی مخاطبان است. به گفته وی هدف این نوع پژوهشها پاسخ به این سؤال بود که رسانه ها چه تأثیری بر افراد دارند؟ کاتز لزوم توجه به رویکردی جدید را با طرح پرسش «چرا مردم از رسانه ها استفاده می کنند؟ یادآوری می کند.( مهدی زاده،۱۴۰۲،۷۶)

نظریه استفاده و رضامندی را می‌توان به خوبی با موضوع مقاله «قابلیت‌های هوش مصنوعی در رسانه‌ها برای توسعه گردشگری زاینده‌رود» تطبیق داد، زیرا این نظریه بر نقش فعال مخاطبان و نیازها و انگیزه‌های آن‌ها در انتخاب و استفاده از رسانه‌ها تأکید دارد. به‌ویژه در زمینه گردشگری، مخاطبان به دنبال دسترسی به اطلاعات مرتبط، تجربه‌های شخصی سازی‌شده و محتوای جذابی هستند که ارزش‌ها و علایقشان را منعکس کند. استفاده از هوش مصنوعی در رسانه‌های گردشگری می‌تواند با تحلیل نیازهای کاربران و ارائه محتوای هدفمند (مانند اطلاعات دقیق درباره زاینده‌رود، پیشنهادات سفری و ابزارهای تعاملی) به افزایش رضایت مخاطبان کمک کند. بر این اساس، نظریه استفاده و رضامندی می‌تواند چارچوب نظری مناسبی برای تحلیل رفتار گردشگران و انگیزه‌های آنان در بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای مبتنی بر هوش مصنوعی ارائه کند.

### نظریه اشاعه نوآوری

نظریه اشاعه پذیرش نوآوری یک چارچوب اساسی در زمینه ارتباطات است که به دنبال توضیحچگونگی پذیرش گسترش و ادغام نوآوریها در یک سیستم اجتماعی است. این نظریه که توسط اورت ام راجرز (۱۹۸۳) ابداع شد بینشهای ارزشمندی را در مورد فرآیند پذیرش نوآوری و عواملی که بر انتشار ایده ها فناوری ها یا شیوه های جدید تأثیر میگذارند ارائه میکند این نظریه با تمرکز بر تعامل بین کانالهای ارتباطی ویژگیهای پذیرنده و ویژگیهای خود نوآوری فرآیندهای ارتباطی را بررسی میکند که گسترش نوآوری ها را در

یک زمینه اجتماعی تسهیل کرده یا مانع آن میشود نظریه اشاعه نوآوری راجرز فرآیندی را بررسی می کند که از طریق آن نوآوریها توسط افراد یا گروههای درون یک سیستم اجتماعی ابلاغ و پذیرفته میشوند. راجرز چهار مرحله برای پذیرش هر نوآوری مطرح کرد که عبارت بودند از (۱ مرحله دانش، ۲۷ مرحله ترغیب ،۳۸ مرحله تصمیم، ۴۹ مرحله همنوایی ) (Ragers،۲۰۰۳)

در نظریه اشاعه نوآوری دو مفهوم کلیدی وجود دارد که راجرز این گونه آنها را تعریف کرده است:

۱- **اشاعه** : فراگردی که به گسترش یک نوآوری در یک سیستم اجتماعی در طول دوره زمانی خاصی اشاره دارد. این فراگرد شامل پذیرش و استفاده از نوآوری توسط افراد یا گروه های درون سیستم است. اشاعه میتواند تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله کانالهای ارتباطی، ویژگیهای پذیرنده و ویژگی های خود نوآوری باشد.

۲ـ **نوآوری** :نوآوری ،اندیشه ها ایده ها شیوه ها ،کردارها محصولات یا فناوریهای جدیدی هستند که فرد یا واحد اقتباس کننده آنها را نو میداند نوآوریها میتواند مانند اختراعات جدید یا پیشرفتهای فناوری ملموس یا مانند سیاستهای جدید جنبش‌های اجتماعی یا تغییرات رفتاری ناملموس باشند.(امیری وملکی به نقل از راجرز،۱۴۰۳، ۷)

در این پژوهش از نظریه اشاعه نوآوری راجرز به عنوان چارچوب نظری استفاده شده است. این نظریه توضیح می‌دهد که پذیرش و گسترش نوآوری، به تعامل میان سه عامل اصلی یعنی کانال‌های ارتباطی، ویژگی‌های مخاطبان، و ویژگی‌های خود نوآوری بستگی دارد. با تکیه بر این دیدگاه، قابلیت‌های هوش مصنوعی در رسانه‌ها می‌توانند در مراحل مختلف فرآیند اشاعه گردشگری زاینده‌رود مؤثر باشند. این مراحل شامل ایجاد آگاهی (ارائه اطلاعات دقیق و جذاب از طریق هوش مصنوعی)، ترغیب (شخصی‌سازی محتواها برای افزایش انگیزه مخاطبان)، تصمیم‌گیری (ارائه پیشنهادات هوشمند و اعتمادسازی)، و همنوایی (ترویج مستمر و ایجاد ارتباط پایدار با گردشگران) هستند. در نتیجه، هوش مصنوعی می‌تواند به‌عنوان یک نوآوری تأثیرگذار، فرآیند پذیرش و توسعه گردشگری زاینده‌رود را تسهیل کند.

**نظریه تعامل انسان وسیستم**

تعامل انسان و رایانه (HCI) یک حوزه چندرشته‌ای است که به طراحی و مطالعه تعامل میان افراد (کاربران) و رایانه‌ها اختصاص دارد. این حوزه که در ابتدا بر ابزارهای محاسباتی متمرکز بود، اکنون دامنه خود را گسترش داده و انواع مختلف فناوری اطلاعات را شامل می‌شود. محوریت اصلی این حوزه بر فهم نحوه تعامل کاربران با فناوری و بهبود این تعامل از طریق طراحی رابط‌هایی مؤثرتر و کاربرپسندتر قرار دارد.جنبه آکادمیک HCI شامل مطالعه تحلیلی رفتار کاربران، ترجیحات آن‌ها و عوامل روان‌شناختی و فیزیولوژیکی است که بر این تعاملات تأثیر می‌گذارند. این مطالعه شامل بررسی تأثیر عناصر طراحی بر عملکرد کاربران و میزان رضایت آن‌ها است. از سوی دیگر، جنبه طراحی HCI این یافته‌های پژوهشی را در توسعه راه‌حل‌های فناوری عملی که به نیازهای واقعی کاربران پاسخ می‌دهند، به کار می‌گیرد.( وبسایت بنیاد طراحی تعامل ،۲۰۲۵، استناد ۶۶)

مسئله این پژوهش بر بررسی نقش فناوری‌های هوش مصنوعی در رسانه‌ها برای توسعه گردشگری زاینده‌رود متمرکز است. با تکیه بر نظریه تعامل انسان و رایانه (HCI)، این مسئله به نحوه طراحی و بهینه‌سازی تعامل میان کاربران (گردشگران بالقوه) و سیستم‌های هوش مصنوعی مربوط می‌شود. رسانه‌ها با بهره‌گیری از طراحی رابط‌های کاربرپسند و تحلیل رفتار کاربران، می‌توانند تجربه تعاملی جذاب‌تر و مؤثرتری فراهم کنند. این ارتباط هوشمند، از طریق ارائه اطلاعات دقیق، شخصی‌سازی محتوا، و استفاده از فناوری‌های تعاملی، به رضایت و جذب بیشتر گردشگران کمک کرده و فرصت‌های توسعه گردشگری زاینده‌رود را افزایش می‌دهد.

## پیشینه تحقیق

در مقاله ای با عنوان مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در رسانه که توسط جهاندار امیری ، سبحان ملکی (۱۴۰۳) که دراولین کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی، مدیریت و علوم اجتماعی منتشر شد ،آمده است : بکارگیری فناوریهای نوین هوش مصنوعی، تولید و پخش اطلاعات و اخبار را در رسانه های مختلف به سمت دگرگونیهای زیادی پیش برده و رسانه ها به سمت خودکارسازی یعنی جمع آوری، تنظیم و پخش اخبار بدون کمک انسان پیش میروند. پژوهش حاضر با موضوع بررسی مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در رسانه با هدف شناسایی مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در صنعت رسانه، با رویکرد کیفی و با استفاده از روش اسنادی انجام شده است. یافته های پژوهش، بیانگر برخی از اهم مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در رسانه است که عبارتند از: تولید محتوای هوشمند و سفارشی، خبررسانی و گزارش خبری خودکار، تعامل هوشمند با مخاطبان، جایگزینی شغل، عدم شفافیت و وابستگی به داده ها همچنین افزایش سرعت و کاهش هزینه ها. همچنین هوش مصنوعی، منافع، شفافیت، سوگیری هنجارها، اصول و ارزش های حرفه ای رسانه ها را با چالشهای جدی مواجه کرده است.

مقاله ای با عنوان "گردشگری هوشمند: مروری بر پژوهش های نوین در صنعت گردشگری با رویکردهوش مصنوعی" توسط سیدمحمد عنبری، ؛ محمدنبی کلیدری، الهام اعرابی، سید دانیال علیزاده جواهری، افشین سریع، رزیتا عبدوس، (۱۴۰۳) در هجدهمین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم مهندسی منتشر شده است. در چکیده آن آمده است : در عصر حاضر، هوش مصنوعی AI به عنوان یک ابزار کلیدی در تحول و بهبود صنعت گردشگری شناختهمیشود. این مقاله به بررسی بهره برداری از تکنولوژی های هوش مصنوعی برای ایجاد تجربه های شخصی سازی شده و بهبودخدمات در صنعت گردشگری می پردازد. الگوریتم های یادگیری ماشین، چت بات ها و تحلیل داده ها به مجریان گردشگریامکان می دهند تا نیازها و سلیقه های مشتریان را بهتر درک کرده و خدمات متناسب را ارائه دهند. با این حال، پیاده سازیاین فناوری ها با چالش هایی مانند مسائل امنیتی و حریم خصوصی، موانع فناوری در مناطق کمتر توسعه یافته، نیاز به آموزشنیروی کار و مسائل اخلاقی و اجتماعی مواجه است. این مقاله به تحلیل این چالش ها و ارائه راهکارهایی برای غلبه بر آنهامی پردازد و بر اهمیت تدوین تدابیر و سیاست های مناسب به منظور حداکثر بهره وری از هوش مصنوعی در صنعت گردشگری تاکید دارد.

در پژوهشی با عنوان شناسایی الگوی توسعه هوش مصنوعی وفناوری های هوشمند در بهبود گردشگری هوشمند که توسط نفیسه سلجی(۱۴۰۳) در فصلنامه علمی گردشگری شهری منتشر شده است ، آمده است این پژوهش از نظر هدف کاربردی و با روش کیفی از نوع تحلیل مضمون اجرا شد. جامعه آماری، خبرگان، مدیران ارشد صنعت گردشگری و کارکنان و مدیران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر تهران در سال ۱۴۰۳ هست. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند ۳۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت استخراج ابعاد الگوی نهایی پژوهش از روش نظام‌مند اشتراوس و کوربین استفاده شد. اعتبار یابی یافته‌های این پژوهش از طریق چهار معیار ارزیابی گوبا و لینکلن، خود بازبینی محقق و توافق بین دو کدگذار مورد ارزیابی قرار گرفت. تحلیل یافته‌ها بر اساس روش کدگذاری در نرم‌افزار MAXQDA انجام شد. بر اساس یافته‌های پژوهش تعداد ۳۹۸ مضمون پایه، ۳۳ مضمون سازمان دهنده و ۷ مضمون فراگیر که شامل هوش مصنوعی، بازاریابی گردشگری دیجیتال، رمز ارزها و اکوسیستم مالی در زمینه گردشگری، رسانه‌های اجتماعی در گردشگری، برندینگ، اینترنت اشیاء و زیرساخت‌های فناوری به‌عنوان ابعاد الگوی توسعه هوش مصنوعی و فناوری‌های هوشمند در بهبود تجربه گردشگری شهری شناسایی شدند. با توجه به یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می‌گردد مدیران صنعت گردشگری با در نظر گرفتن ابعاد الگوی استحصال‌شده در این پژوهش گردشگری شهری را بهبود بخشند.

مقاله ای با عنوان بررسی تاثیر هوش مصنوعی (AI) بر رسانه های اجتماعی که توسط المیرا غفورزاده کاشانی، امیدعلی کهریزی ( ۱۴۰۳) که درپایگاه علمی سیویلیکا منتشر شده برمرور ادبیات سیستماتیک، تاثیرات چند وجهی هوش مصنوعی بر پلتفرم های رسانه های اجتماعی را بررسی می کند و بر تعامل بین پیشرفت های تکنولوژیکی و پیامدهای آن برای تجربه کاربر، تعدیل محتوا، نگرانی های اخلاقی و نتایج اجتماعی تمرکز دارد. این بررسی با ترکیب یافته های ۱۴ مقاله تحقیقاتی اصلی، حوزه های کلیدی از جمله شخصی سازی محتوای مبتنی بر هوش مصنوعی، تعصب الگوریتمی، مدیریت اطلاعات غلط و چالش های اخلاقی مرتبط با هوش مصنوعی در رسانه های اجتماعی را بررسی می کند. این بررسی، پیشرفت های قابل توجهی را در فناوری های هوش مصنوعی، مانند بهبود مدیریت محتوا و افزایش تعامل کاربر، شناسایی می کند. با این حال، مسائل مهمی از جمله سوگیری الگوریتمی، نگرانی های مربوط به حریم خصوصی و تقویت اطلاعات نادرست را نیز برجسته می کند. این مطالعه بر نیاز به تحقیقات مستمر برای رسیدگی به این چالش ها و اطمینان از اجرای فناوری های هوش مصنوعی به شیوه ای منصفانه، شفاف و اخلاقی تاکید می کند. این بررسی به درک عمیق تر نقش هوش مصنوعی در شکل دهی به پویایی رسانه های اجتماعی کمک می کند و توصیه هایی را برای تحقیقات آینده برای کشف روندهای نوظهور و کاهش اشکالات احتمالی ارائه می دهد.

در پژوهشی با عنوان تحولات صنعت رسانه مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی: کاربست‌ها، فرصت‌ها و مخاطرات که توسط سپیده سیروس کبیری، سید محمدرضا موسوی (۱۴۰۲) درسامانه نشر مجلات علمی دانشگاه تهران منتشر شده استو در چکیده آن آمده است هدف این پژوهش شناسایی کاربست‌ها، فرصت‌ها، مخاطرات و تحولات ناشی از به‌کارگیری فناوری‌های هوش مصنوعی در صنعت رسانه است. این پژوهش با روش مرور نظام‌مند و تکنیک‌های اسنادی و کتابخانه‌ای انجام شد. گردآوری اطلاعات از پایگاه‌های علمی ایرانداک، جهاد دانشگاهی، ریسرچ‌گیت، اسکوپوس و سایت‌های مجمع جهانی اقتصاد، مرکز نوآوری و توسعه هوش مصنوعی کشور، کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد، سازمان ایزو، اتحادیه اروپا و وبسایت‌های تخصصی و خبری حوزه رسانه نظیر رویترز و فارس صورت گرفت. در این مرحله، ۵۰ سند مطالعه و شواهد تحقیقات آن‌ها شناسایی شد. در ادامه، ۱۱ سند فارسی و ۲۲ سند انگلیسی انتخاب و داده‌های استخراج شده دسته‌بندی، ترکیب و تفسیر شدند. راهبردها و سیاست‌گذاری‌های حوزه رسانه تحت تأثیر فناوری هوش مصنوعی قرار گرفته است و دو تحول محیطی و محتوایی را رقم زده‌اند. تحولات محیطی در ابعاد زیرساخت و فناوری، منابع انسانی، محیط کاری و ساختار، تأمین‌کننده سه مؤلفه «دانش و مهارت، زیرساخت داده و زیرساخت محاسباتی»، اجزای اصلی توسعه فناوری هوش مصنوعی هستند و در تحولات محتوایی، مدیریت هوشمند محتوا از تولید تا تنظیمگری حاصل شده است.نتیجه‌گیری: گستره کارکردهای هوش مصنوعی در صنعت رسانه متأثر از درک و شناسایی، استخراج مفهوم، استدلال و برنامه‌ریزی و یادگیری ماشین، در حال توسعه است و فرصت‌ها و مخاطرات بسیاری را در مسیر تحول صنعت رسانه رقم خواهد زد. متخصصان این حوزه در سراسر دنیا تحت تأثیر این تحولات، به‌دنبال پیاده‌سازی ساختار و سامانه‌های اجرایی و نظارتی هستند تا ضمن صیانت از انواع محتوای رسانه‌ای، از حریم خصوصی کاربران و مشتریان خود نیز حفاظت کنند.

در مقاله ای با عنوان مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در رسانه که توسط جهاندار امیری ، سبحان ملکی (۱۴۰۳) که دراولین کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی، مدیریت و علوم اجتماعی منتشر شد ،آمده است : بکارگیری فناوریهای نوین هوش مصنوعی، تولید و پخش اطلاعات و اخبار را در رسانه های مختلف به سمت دگرگونیهای زیادی پیش برده و رسانه ها به سمت خودکارسازی یعنی جمع آوری، تنظیم و پخش اخبار بدون کمک انسان پیش میروند. پژوهش حاضر با موضوع بررسی مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در رسانه با هدف شناسایی مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در صنعت رسانه، با رویکرد کیفی و با

استفاده از روش اسنادی انجام شده است. یافته های پژوهش، بیانگر برخی از اهم مزایا و معایب بکارگیری هوش مصنوعی در رسانه است که عبارتند از: تولید محتوای هوشمند و سفارشی، خبررسانی و گزارش خبری خودکار، تعامل هوشمند با مخاطبان، جایگزینی شغل، عدم شفافیت و وابستگی به داده ها همچنین افزایش سرعت و کاهش هزینه ها. همچنین هوش مصنوعی، منافع، شفافیت، سوگیری هنجارها، اصول و ارزش های حرفه ای رسانه ها را با چالشهای جدی مواجه کرده است.

در مقاله ای با عنوان ارائه الگوی توسعه گردشگری مبتنی بر نقش رسانه با بکارگیری رویکرد فراترکیب که توسط فاطمه حاج محمد ،ا سدالله کردناییج ، حمیدرضا یزدانی ، محمد میره ای (۱۴۰۲) درفصلنامه علمی برنامه ریزی منطقه منتشر شده است . در چکیده این مقاله آمده است توسعه گردشگری یکی از چالش های کشورها به خصوص کشور ایران در حوزه اقتصادی شان می باشد. امروزه اکثر کشورها علی الخصوص کشور ایران در تلاش هستند تا بخش عمده ای از درآمد و GDP خود را به سمت توسعه گردشگری ببرند. توسعه گردشگری از طریق رسانه ها باعث آشنا شدن مخاطبان متنوع با فرهنگ جوامع می شود. مکان های گردشگری می توانند شاهد تاثیر مستقیم یک اثر رسانه ای در توسعه فعالیت های گردشگری باشند. از آنجایی که در تحقیقات پیشین نقش رسانه ها در توسعه گردشگری کمتر معرفی شده است، مسئله ی اصلی در این تحقیق، اثرگذاری نقش رسانه در توسعه گردشگری می باشد. هدف از این مقاله ارائه الگوی توسعه گردشگری مبتنی بر نقش رسانه است. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش فرا ترکیب یکی از انواع روش تحقیق های مروری است. به این منظور محقق بازنگری عمیق و دقیق در موضوع را انجام داده و یافته های مطالعات کیفی و کمی را ترکیب نموده است. در این راستا ۱۳۲۴ پژوهش در حوزه رسانه و توسعه گردشگری ارزیابی شد. در پایان، ۳۳ پژوهش با روش های کمی، کیفی و آمیخته انتخاب شدند. در مجموع ۴۸ کد،۹ مفهوم و ۴ مقوله به عنوان ابعاد و مؤلفه های الگوی توسعه گردشگری مبتنی بر نقش رسانه شناسایی و طبقه بندی شده است. در ۹ مفهوم شامل برند مقصد، کسب و کار، بازاریابی، نیت های رفتاری گردشگران (ذهنی)، رفتارهای اجتماعی گردشگران (عینی)، مدیریت بحران های گردشگری، پوشش رسانه ها از مقصد گردشگری، فرهنگ، مذهب، آموزش، زیرساخت، زبان و اطلاعات عمومی نقش رسانه تبیین شده است. چهار مقوله ی بدست آمده از این روش مقوله های اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی هستند.

در مقاله ای با عنوان تبیین مؤلفه های اجتماعی، فرهنگی مؤثر بر گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران (محور زاینده رود اصفهان) که توسط محقق فائزه ، تقوایی مسعود ، صادقی نگین (۱۴۰۲) که در نشریه مطالعات اجتماعی منتشر شده است . در چکیده آن آمده است : گردشگری گردشگری خلاق نوعی گردشگری فرهنگی است که با تمرکز بر توسعه مهارت ها در حال ظهور است. از این رو میراث های فرهنگی, آیین ها و صنایع دستی می توانند به گونه ای ایجاد شوند تا نقش تعاملی تری بین بازدیدکنندگان و جمعیت محلی ایجاد شود. توسعه گردشگری خلاق اجتماعی, فرهنگی اصفهان خصوصاً برای محور زاینده رود, با توجه به خشکسالی های پیاپی و کاهش جمعیت گردشگران, بسیار ضروری است. هدف از انجام پژوهش شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های اجتماعی, فرهنگی گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران در محور زاینده رود است. روش انجام پژوهش توصیفی, تحلیلی و پیمایشی است. به منظور تحلیل یافته ها از تحلیل عاملی تأییدی در نرم افزار آموس استفاده شده است. نتایج حاصل نشان می دهد بین عوامل اجتماعی و فرهنگی, عوامل فرهنگی در گردشگری خلاق محور زاینده رود در اولویت می باشد و فراهم سازی فرهنگ بومی با تأکید بر رویکردهای اجتماعی و فرهنگی در جذب گردشگر محور زاینده رود حتی در زمان خشکی مؤثر خواهد بود. با کاهش جذابیت رودخانه در زمان های خشکسالی, یادمان ها و میراث های فرهنگی می تواند سبب جذب گردشگران گردد. در نهایت با استفاده از ماتریس سوآت کمی به تدوین و اولویت بندی استراتژی های گردشگری خلاق فرهنگی محور زاینده رود پرداخته شده است و استراتژی

«فضاسازی و رویدادسازی بر اساس پتانسیل های فرهنگی اصفهان در محور زاینده رود به منظور جذب گردشگر در فصول کم بازدید و دوره خشکی رودخانه» با کسب امتیاز ۱۰/۴۸, جهت توسعه گردشگری خلاق اجتماعی-فرهنگی محور زاینده رود در اولویت است.

در مقاله ای با عنوان برنامه راهنمای گردشگری هوشمند با استفاده از خدمات مبتنی بر مکا Go. Travel که توسط وانگ ییت‌منگ، شبیغت‌الله، سوبارامانیام (۲۰۲۲) که در مجموعه مقالات کنفرانس بین‌المللی زندگی هوشمند و رباتیک منتشر شده است. این مقاله تحقیقی به بررسی ساخت یک برنامه کمکی می‌پردازد که به مسافران اجازه می‌دهد از خدمات مرتبط با گردشگری در مالزی استفاده کنند تا تجربه سفر خود را بهبود بخشند. هدف این پروژه توسعه و بهبود یک برنامه راهنمای گردشگری هوشمند به نام Go. Travel بر اساس محدودیت‌های شناسایی شده است. با استفاده از برنامه پیشنهادی، گردشگران قادر خواهند بود به طور مؤثرتری سفر کنند و تجربه بهتری در مالزی داشته باشند .

در مقاله ای با عنوان هوش مصنوعی در صنعت گردشگری: روندهای کنونی و چشم‌انداز آینده که توسط یانگجین چوی، دونگ هیوک کیم (۲۰۲۴)که درمجله بین المللی علوم پیشرفته، مهندسی وفناوری اطلاعات منتشر شده است درچکیده این پژوهش آمده است : این مقاله بر اهمیت هوش مصنوعی در بخش گردشگری تأکید می‌کند. فناوری‌های مختلفی برای بهبود خدمات مشتری در حال ادغام هستند. جهان تلاش‌های قابل توجهی را برای تقویت رقابت‌پذیری صنعتی با استفاده از داده‌های کلان و فناوری‌های هوش مصنوعی انجام می‌دهد و صنعت گردشگری با تقاضاهای فزاینده‌ای برای راه‌حل‌های استراتژیک جدید از طریق دیجیتال‌سازی صنعت موجود روبه‌رو است. هوش مصنوعی به سرعت به نیازهای مشتریان پاسخ می‌دهد و اطلاعات به‌موقعی در مورد عوامل کلیدی مانند هتل‌ها، پروازها، کاتدرال‌ها، امکانات عمومی و منابع طبیعی ارائه می‌دهد. این اطلاعات می‌تواند شامل پیام‌های تعاملی، تورهای مجازی، فرآیندهای تعامل‌محور در رزرو، ترجمه زبان و فناوری موقعیت‌یابی جهانی باشد. الگوریتم‌های هوش مصنوعی در صنعت گردشگری به پیش‌بینی تقاضا، درآمد و روندهای کسب‌وکار کمک می‌کنند. صنعت گردشگری فناوری‌های جدیدی مانند واقعیت مجازی، چت‌بات‌ها و ترجمه زبان را به کار می‌گیرد. پذیرش برنامه‌های هوش مصنوعی نیاز به سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی دارد که شامل هزینه‌های اولیه سرمایه، نگهداری، به‌روزرسانی نرم‌افزار و آموزش کارکنان است. درک صنعت گردشگری و هوش مصنوعی به ساخت هوش مصنوعی کمک می‌کند که به‌طور قابل توجهی صنعت گردشگری را در آینده متحول خواهد کرد. ظهور هوش مصنوعی فرآیند برنامه‌ریزی سفر را ساده‌تر می‌کند. گردشگران قبلاً مقاصد و فعالیت‌های خود را با استفاده از تصاویر در کاتالوگ یا اینترنت مشخص می‌کردند، اما اخیراً شروع به استفاده از هوش مصنوعی برای یافتن و سفارشی‌سازی نیازهای خاص خود کرده‌اند. هوش مصنوعی یک جنبه مکمل ارزشمند برای آینده صنعت گردشگری است. با این حال، نمی‌تواند بر احساس انسانی غلبه کند که یکی از عوامل اساسی گردشگری تجربی است.ی و هوش مصنوعی می‌باشد.

**قابلیت های هوش مصنوعی در توسعه گردشگری زاینده رود**

این پژوهش با رویکردی اسنادی، به بررسی ظرفیت‌های هوش مصنوعی در تحول رسانه‌های گردشگری و توسعه پایدار زاینده‌رود پرداخته است. با توجه به چالش‌های جدی پیش روی گردشگری اصفهان، از جمله بحران کم‌آبی و کمبود سرمایه‌گذاری، استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی برای بهبود وضعیت موجود ضروری به نظر می‌رسد .

مطالعه حاضر نشان می‌دهد که هوش مصنوعی می‌تواند با تکیه بر مدل‌های ارتباطی لاسول و رایت، نقش مؤثری در ارتقای صنعت گردشگری ایفا کند. هوش مصنوعی فراتر از یک ابزار صرف، بستری نوین برای تعامل و تجربه است که می‌تواند رسانه‌های گردشگری را به کانال‌هایی پویا، شخصی‌سازی‌شده و بسیار جذاب‌تر تبدیل کند. این تحول از طریق قابلیت‌های زیر امکان‌پذیر است:.

**تولید محتوای هوشمند و شخصی**: هوش مصنوعی با تحلیل داده‌های گسترده از ترجیحات، رفتار و الگوهای سفر مخاطبان، قادر است محتوایی متناسب با نیازها و سلایق هر فرد تولید کند. این محتوا می‌تواند شامل برنامه‌های سفر سفارشی، مقالات جذاب در مورد جاذبه‌های گردشگری، و حتی ویدیوهای تبلیغاتی تعاملی باشد که با علایق خاص هر کاربر همخوانی دارد. این سطح از شخصی‌سازی، تعامل مخاطب با رسانه را افزایش داده و احتمال سفر به زاینده‌رود را تقویت می‌کند.

**تحلیل احساسات و پاسخگویی بلادرنگ**: رسانه‌های هوشمند مجهز به هوش مصنوعی می‌توانند احساسات و بازخوردهای مخاطبان را در لحظه تحلیل کرده و به آن‌ها پاسخ دهند. این قابلیت به مدیران گردشگری امکان می‌دهد تا مشکلات و نارضایتی‌ها را سریعاً شناسایی کرده و برای رفع آن‌ها اقدام کنند. همچنین، تحلیل احساسات می‌تواند در طراحی کمپین‌های تبلیغاتی مؤثرتر و هدفمندتر کمک کند.

**بهینه‌سازی تجربه کاربری**: هوش مصنوعی می‌تواند با ایجاد چت‌بات‌های هوشمند، مسیریابی شخصی‌سازی‌شده، و ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز در مورد شرایط آب‌وهوایی، ترافیک، و سایر موارد ضروری، تجربه کاربری رسانه‌های گردشگری را به طور قابل توجهی بهبود بخشد.

**تشخیص تصویر و واقعیت افزوده**: هوش مصنوعی با تشخیص تصاویر و ادغام آن‌ها با اطلاعات آنلاین، می‌تواند تجربه‌ای غنی و تعاملی برای گردشگران ایجاد کند. به عنوان مثال، گردشگران می‌توانند با اسکن یک تصویر از یک بنای تاریخی با تلفن همراه خود، اطلاعات بیشتری در مورد آن بنا دریافت کنند یا در یک تور مجازی تعاملی شرکت کنند.

**نقش کلیدی در توسعه پایدار**: هوش مصنوعی می‌تواند با بهینه‌سازی مصرف انرژی، مدیریت پسماند، و ترویج رفتارهای مسئولانه در بین گردشگران، به توسعه پایدار گردشگری کمک کند.

با وجود مزایای فراوان، پیاده‌سازی موفق هوش مصنوعی در این حوزه نیازمند توجه به چالش‌هایی همچون فقدان زیرساخت‌های اطلاعاتی مناسب، نبود نیروی انسانی متخصص، و عدم وجود چارچوب قانونی و اخلاقی برای استفاده از داده‌های گردشگران است. بنابراین، برای بهره‌گیری کامل از ظرفیت‌های هوش مصنوعی در توسعه گردشگری پایدار زاینده‌رود، اجرای برنامه‌های آموزشی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، و تدوین راهبردهای ملی ضروری به نظر می‌رسد. در نهایت، موفقیت این تلاش مستلزم همکاری و هماهنگی میان بخش دولتی، بخش خصوصی، جامعه محلی، و متخصصان حوزه گردشگراست.

## نتیجه‌گیری

در دنیای امروز که تکنولوژی‌های نوین به‌ویژه هوش مصنوعی نقش چشم‌گیری در تحول صنایع مختلف ایفا می‌کنند، صنعت گردشگری نیز از این روند مستثنی نیست. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بهره‌گیری از قابلیت‌های هوش مصنوعی در حوزه رسانه‌ها می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای معرفی و ترویج جاذبه‌های گردشگری، به‌ویژه در مناطقی با پتانسیل مغفول‌مانده مانند زاینده‌رود، فراهم آورد. تکنولوژی‌هایی همچون تحلیل داده‌های کلان، تولید محتوای خودکار، شخصی‌سازی پیام‌های تبلیغاتی، واقعیت افزوده (AR) و چت‌بات‌ها، ظرفیت آن را دارند که تجربه گردشگران را از مرحله آگاهی تا بازدید و حتی پس از آن بهبود بخشند.

همچنین، استفاده هوشمندانه از رسانه‌های نوین با پشتوانه الگوریتم‌های یادگیری ماشین می‌تواند درک دقیق‌تری از نیازها و سلیقه‌های مخاطبان هدف ایجاد کند و در نتیجه، برنامه‌های بازاریابی و اطلاع‌رسانی اثربخش‌تری طراحی شود. این امر نه‌تنها به جذب گردشگران داخلی و خارجی کمک می‌کند، بلکه به توسعه اقتصادی و فرهنگی منطقه نیز منجر می‌شود.

با توجه به چالش‌های زیست‌محیطی و کاهش آب زاینده‌رود، بهره‌برداری مسئولانه از ظرفیت گردشگری، به‌ویژه از طریق اطلاع‌رسانی شفاف، آموزش زیست‌محیطی، و مدیریت جریان بازدیدکنندگان، ضرورتی دوچندان دارد. هوش مصنوعی می‌تواند در این زمینه نیز با ارائه تحلیل‌های پیش‌بینی‌گر و راهکارهای هوشمند، نقش مهمی ایفا کند.

در مجموع، تلفیق هوش مصنوعی و رسانه‌های دیجیتال، چشم‌اندازی نوین برای احیای گردشگری زاینده‌رود ترسیم می‌کند؛ چشم‌اندازی که نیازمند نگاه بین‌رشته‌ای، سرمایه‌گذاری هوشمندانه، و تدوین سیاست‌های حمایتی از سوی نهادهای دولتی و خصوصی است.

در این مسیر، توجه به بومی‌سازی فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. الگوریتم‌ها و ابزارهای هوشمند باید با درک عمیق از ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی، و محیط‌زیستی زاینده‌رود طراحی و پیاده‌سازی شوند تا پیام‌ها و محتوای رسانه‌ای تولیدشده با نیازها و انتظارات جامعه محلی و گردشگران هم‌راستا باشد. مشارکت ذی‌نفعان محلی از جمله ساکنان منطقه، فعالان گردشگری، و کارشناسان محیط‌زیست در فرایند طراحی و اجرای این برنامه‌ها می‌تواند تضمین‌کننده اثربخشی و پایداری اقدامات مبتنی بر هوش مصنوعی باشد.

از سوی دیگر، آموزش و توانمندسازی فعالان رسانه‌ای و گردشگری برای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی، زمینه‌ساز افزایش کیفیت محتوای تولیدی و ارتقای تعامل با مخاطبان هدف خواهد بود. دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی نیز می‌توانند با تولید دانش کاربردی و انجام پروژه‌های مشترک با نهادهای اجرایی، نقش مهمی در گسترش این رویکرد ایفا کنند.

در نهایت، دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در منطقه زاینده‌رود از طریق هوش مصنوعی، نه تنها یک ضرورت فناورانه، بلکه یک فرصت استراتژیک برای احیای هویت فرهنگی، حفظ منابع طبیعی و ارتقای جایگاه منطقه در نقشه گردشگری ایران به‌شمار می‌رود. موفقیت در این مسیر نیازمند همکاری میان‌رشته‌ای، نگاه بلندمدت، و تعهد به اصول مسئولانه توسعه است.نتیجه‌گیری

در دنیای امروز که تکنولوژی‌های نوین به‌ویژه هوش مصنوعی نقش چشم‌گیری در تحول صنایع مختلف ایفا می‌کنند، صنعت گردشگری نیز از این روند مستثنی نیست. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بهره‌گیری از قابلیت‌های هوش مصنوعی در حوزه رسانه‌ها می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای معرفی و ترویج جاذبه‌های گردشگری، به‌ویژه در مناطقی با پتانسیل مغفول‌مانده مانند زاینده‌رود، فراهم آورد. تکنولوژی‌هایی همچون تحلیل داده‌های کلان، تولید محتوای خودکار، شخصی‌سازی پیام‌های تبلیغاتی، واقعیت افزوده (AR) و چت‌بات‌ها، ظرفیت آن را دارند که تجربه گردشگران را از مرحله آگاهی تا بازدید و حتی پس از آن بهبود بخشند.

همچنین، استفاده هوشمندانه از رسانه‌های نوین با پشتوانه الگوریتم‌های یادگیری ماشین می‌تواند درک دقیق‌تری از نیازها و سلیقه‌های مخاطبان هدف ایجاد کند و در نتیجه، برنامه‌های بازاریابی و اطلاع‌رسانی اثربخش‌تری طراحی شود. این امر نه‌تنها به جذب گردشگران داخلی و خارجی کمک می‌کند، بلکه به توسعه اقتصادی و فرهنگی منطقه نیز منجر می‌شود.

با توجه به چالش‌های زیست‌محیطی و کاهش آب زاینده‌رود، بهره‌برداری مسئولانه از ظرفیت گردشگری، به‌ویژه از طریق اطلاع‌رسانی شفاف، آموزش زیست‌محیطی، و مدیریت جریان بازدیدکنندگان، ضرورتی دوچندان دارد. هوش مصنوعی می‌تواند در این زمینه نیز با ارائه تحلیل‌های پیش‌بینی‌گر و راهکارهای هوشمند، نقش مهمی ایفا کند.

در مجموع، تلفیق هوش مصنوعی و رسانه‌های دیجیتال، چشم‌اندازی نوین برای احیای گردشگری زاینده‌رود ترسیم می‌کند؛ چشم‌اندازی که نیازمند نگاه بین‌رشته‌ای، سرمایه‌گذاری هوشمندانه، و تدوین سیاست‌های حمایتی از سوی نهادهای دولتی و خصوصی است.

## منابع

**کتاب‌ها:**

محسنیان‌راد، مهدی(۱۴۰۱) ارتباط‌شناسی، چاپ بیست و یکم، سروش (انتشارات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران).

مهدی‌زاده، محمد مهدی (۱۴۰۲) نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، چاپ یازدهم، انتشارات همشهری.

**مقالات علمی-پژوهشی:**

حاج محمد، فاطمه، کردنائیج، اسدالله، یزدانی، حمیدرضا، میره‌ای، محمد (۱۴۰۲) ارائه الگوی توسعه گردشگری مبتنی بر نقش رسانه با بکارگیری رویکرد فراترکیب، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۳ (۴۹)، ۲۶۹-۲۸۲ . ۲۰۲۱,۲۸۴۲۳,۳۹۳۵/jzpm.۱۰,۳۰۴۹۵https://doi.org/

سلجی، نفیسه(۱۴۰۳). شناسایی الگوی توسعه هوش مصنوعی و فناوری‌های هوشمند در بهبود تجربه گردشگری شهری، نشریه گردشگری شهری، ۱۱، (۴)، ۷۷–۹۳ .

سیروس‌کبیری، سپیده، موسوی، سید محمد رضا (۱۴۰۲). تحولات صنعت رسانه مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی: کاربست‌ها، فرصت‌ها و مخاطرات، بررسی‌های مدیریت رسانه، ۲ (۳)، ۳۶۶-۳۹۰. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

غفاری، سعید، قاسمیان‌نیک، محمد جواد (۱۴۰۲). نقش هوش مصنوعی در صنعت مطبوعات و تأثیر آن بر روند تولید و انتشار محتوا. دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، تهران.

محقق، فائزه، تقوایی، مسعود، صادقی، نگین. (۱۴۰۰). تبیین مولفه‌های گردشگری خلاق پایدار در کریدورهای طبیعی شهری (مطالعه موردی: محور زاینده‌رود اصفهان) فصلنامه گردشگری، ۸ (۴). SID.ir (https://www.sid.ir)

نوری، شکوفه، میری، علی (۱۴۰۲). نقش گردشگری در اقتصاد ایران، اولین کنفرانس بین‌المللی توانمندی مدیریت، مهندسی، صنایع، حسابداری و اقتصاد.

**مقالات همایشی:**

امیری، مریم، مزیدی شریف‌آبادی، علی محمد، هاشمی، شهناز (۱۴۰۲). ارائه الگوی رسانه‌ای به بیمارستان‌ها برای جذب گردشگر سلامت مبتنی بر مدل ارتباطی لاسول ، دانشگاه علوم پزشکی تهران.

ایمانی‌فر، سحر (۱۳۹۷). نقش رسانه‌های اجتماعی و اشتراک دانش در صنعت گردشگری با استفاده از روش مرور سیستماتیک، کنفرانس بین‌المللی مطالعات بین‌رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، دانشگاه تهران.

صالحی، حسین (۱۳۹۲). نقش مهم زاینده‌رود در توسعه گردشگری شهر اصفهان، اولین همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی، چشم‌انداز آینده، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.

کلیدری، محمد نبی، اعرابی، الهام، علیزاده‌جواهری، سید دانیال ، سریع، افشین، عبدوس، رزیتا (۱۴۰۳). گردشگری هوشمند: مروری بر پژوهش‌های نوین در صنعت گردشگری با رویکردهای هوش مصنوعی ، هجدهمین کنفرانس بین‌المللی نوآوری و تحقیق در علوم مهندسی. Civilica (https://civilica.com/doc/ ۲۰۶۴۵۶۳.

مهرآور، محسن (۱۳۹۹). مروری بر نقش رسانه در اطلاع‌رسانی و گسترش صنعت گردشگری ،ششمین کنفرانس بین‌المللی پیشرفت‌های اخیر در مدیریت، مهندسی صنایع، گروه روابط‌عمومی دانشگاه علمی-کاربردی واحد ۷ تهران.

غفورزاده ،المیرا، کهریزی ،امید علی(۱۴۰۳). بررسی تاثیر هوش مصنوعی (AI) بر رسانه‌های اجتماعی، انتشارات علمی Civilica.

Choi, Y., & Kim, D. (2024). Artificial intelligence in the tourism industry: Current trends and future prospects. International Journal of Advanced Science, Engineering, and Information Technology, ۱۴(۶).

Wang, W. M., Shibghatullah, E. S. B., & Subramaniam, K. (2022). Smart tourism guide program using location-based services: Go.Travel. In Proceedings of the International Conference on Artificial Life and Robotics (pp.219-228 Retrieved from https). Retrieved: from https: //alife-robotics.co.jp.

**وب‌سایت‌ها:**

بنیاد طراحی تعامل. (۲۰۲۵). دریافت شده از:

https://interaction-design.org/literature/topics/human-computer-interaction

-پایگاه داده علمی پژوهشی ایران. دریافت شده از:

http://www.ensani.ir

-وب‌سایت Civilica دریافت شده از:

https://civilica.com

-گوگل اسکالر. دریافت شده از:

https://www.google.com/scholar

# تحلیل نقش ژئوتوریسم در توسعه‌پایدار گردشگری با تاکید بر بعد اقتصادی جوامع میزبان

**رمضانعلی نادری مایوان**،استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه کوثر بجنورد، بجنورد، ایران

**مبارکه رجائی لطف آبادی**، دانش آموخته کارشناس ارشد توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی، بجنورد، ایران

**امیر سنخواستیان**،دانش آموخته کارشناس ارشد، بجنورد، ایران1395asas@gmail.com

## چکیده

ژئوتوریسم، شکل ویژه‌ای از صنعت گردشگری است بر ویژگی‌های زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی به عنوان بستر کلیه‌ی فعالیت‌های انسانی و خصیصه‌های جغرافیایی تأکید دارد. این نوع از گردشگری فرصتی را برای مطالعه‌ی اشکال زمین شناختی و مکانهایی را برای درک موضوعات علمی زمین‌شناختی و همگانی‌سازی آنها فراهم می‌آورد. امروزه با توجه به شرایط اقتصادی و پیامدهای آن توجه دولت و برنامه‌ریزان به گردشگری مضاعف گردیده است؛ چرا که توجه به مشکلات روز افزون مهاجرت روستاییان به شهرها و افول فعالیتهای کشاورزی و کاهش درآمد در مناطق روستایی، گسترش گردشگری در این جوامع مرا می‌طلبد تا سبب توسعه‌پایدار و افزایش اشتغال و درآمدزایی جوامع میزبان گردد. با توجه به اهمیت موضوع این مطالعه در صدد بررسی و تحلیل نقش ژئوتوریسم در توسعه‌پایدار گردشگری با تاکید بر بعد اقتصادی جوامع میزبان است. نتایج حاکی از آن است که ژئوتوریسم در واقع شناخت پدیده‌های زمین‌شناسی و بازید و بررسی آنها همواره امری جذاب و زیبا است که می‌تواند به عنوان یک ابزار توسعه اقتصادی برای جوامع میزبان عمل کند. اثرات اقتصادی ژئوتوریسم را می‌توان شامل: ایجاد اشتغال و درآمد، تنوع اقتصادی و توسعه زیرساخت‌ها دانست؛ که سبب می‌گردد گردشگری در مناطقی که دارای این مزیتهای طبیعی و آثار باستانی است؛ رونق یابد و برای جوامع میزبان در نهایت اشتغال ایجاد نموده و این مناطق را توسعه دهد.

**واژگان کلیدی:** ژئوتوریسم، توسعه‌پایدار، گردشگری، اقتصاد، جوامع میزبان

## ۱-مقدمه

صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت؛ پدیده ای با ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی است. پیش‌بینی می‌شود در سال‌های آینده گردشگری به لحاظ درآمد در راس صنایع موجود دنیا و به لحاظ اهمیت بزرگترین بخش تجارت بین‌الملل را به خود اختصاص دهد. وجود جاذبه های گردشگری یکی از عناصر اصلی صنعت گردشگری است. در این میان رفتار و نگرش ساکنین محلی و کیفیت زندگی آنان در تعامل با گردشگران تاثیر بسیار مهمی در رونق و توسعه گردشگری دارد. با این حال، اگر صنعت توریسم بدون ملاحظه به عوامل منفی تاثیر گذار آن توسعه یابد، می‌تواند آسیب‌های جدی و جبران ناپذیری در ابعاد متفاوت بر جامعه وارد

آورد. سریع‌ترین بخش اقتصادی در حال رشد کشورهای توسعه‌یافته در طول سالهای گذشته، بخش خدمات بوده است. از بزرگترین بخشهای صنعت خدمات، بخش گردشگری و مسافرت است (جوکار،۱۴۰۰). از این رو صنعت گردشگری دارای آثار اقتصادی گسترده-ای است؛ افزایش اشتغال و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد، ارتقای سطح زندگی مردم، بهبود زیرساختها و امکانات موجود از مهم‌ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه گردشگری به شمار می‌روند. صنعت گردشگری می‌تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد (طیبی و همکاران،۱۳۸۶).

ژئوتوریسم، شکل ویژه‌ای از صنعت گردشگری است که در آن ژئوسایتها در مرکز توجه گردشگران قرار می‌گیرند. یک ژئوسایت می‌تواند یک چشم‌انداز، دسته‌ای از اشکال متنوع ناهمواریهای سطح زمین باشد. این نوع از توریسم مترادف با توریسم جغرافیایی است که هدف آن کشف یک منطقه با تمام عناصر طبیعی و انسانی مرتبط با آن می‌باشد که بعد از مطرح شدن ژئوپارکها مورد توجه یونسکو قرار گرفته است. در واقع ژئوتوریسم به طور ضمنی بر ویژگیهای زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی به عنوان بستر کلیه‌ی فعالیت‌های انسانی و خصیصه‌های جغرافیایی تأکید دارد. این نوع از گردشگری فرصتی را برای مطالعه‌ی اشکال زمین شناختی و مکانهایی را برای درک موضوعات علمی زمین‌شناختی و همگانی‌سازی آنها فراهم می‌آورد. اقتصاد محلی را از طریق گردش علمی، پژوهشی و گردشگری، محافظت زیست محیطی توسعه می‌دهد. در حالت کلی ژئوتوریسم به عنوان شکلی جامع از گردشگری پایدار است که شامل موضوعاتی در زمینه‌ای متنوع گردشگری پایدار مانند گردشگری‌روستایی، گردشگری میراث‌فرهنگی، مبتنی بر جامعه‌ی جهانگردی، گردشگری حامی فقرا و طبیعت‌گردی است (قنبری و همکاران،۱۳۹۱).

گردشگری یکی از مسائل مهم و موثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهان محسوب می‌شود. در واقع گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی امنیتی و ارتبایی در قرن بیست‌ویک گردشگری را به واقعیتی اجتناب-ناپذیر در زندگی انسان‌ها تبدیل کرده‌است (سقایی و علیزاده،۱۳۹۲). از این رو گردشگری یکی از صنایع کلیدی در هر جامعه است که می‌تواند توجه برنامه ریزان را جلب کند، زیرا این صنعت بر بسیاری از بخش‌های جامعه، از جمله بخش های اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی تأثیر می‌گذارد. از طرف دیگر، حجم زیاد مسافرت‌ها در سال‌های اخیر موجب شده است گردشگری یکی از بزرگترین صنایع در دنیا معرفی شود (کاظمی و همکاران،۱۳۹۱). گردشگری از دید اقتصادی یکی از سریع‌ترین راه های برگشت سرمایه است و بالاترین ضریب انباشت سرمایه را دارد؛ زیرا سرمایه به صورت ارز وارد کشور می شود (ابهری،۱۳۸۴).

در واقع صنعت گردشگری در دنیای ناپایدار امروز به عنوان کلید توسعه، رفاه و آسایش شناخته می‌شود. صنعت توریسم عملا به طور توقف ناپذیری طی دهه های اخیر رشد کرده که نشان‌دهنده قدرت و دوام این صنعت در خلال شوک‌ها و مسائلی است که دنیای امروز با آن‌ها مواجه است. در عصر کنونی، گردشگری به عنوان یکی از پویاترین و متنوع ترین صنعت‌های دنیا در نظر گرفته می‌شود که نقش مهمی در تغییر شکل مناطق واجد گردشگری دارد (سادات موسوی و لاله پور،۱۴۰۳).

به طور کلی ژئوتوریسم در واقع نگاهی متمایز به صنعت گردشگری با رویکرد علمی است، از این رو علاقه‌مندان به علم زمین‌شناسی تلاش کرده‌اند با رویکردی متفاوت به جاذبه‌های گردشگری و پدیده‌های طبیعی نگاه کنند. زمین‌شناسی گردشگری را می‌توان شاخه‌ای از بوم‌گردی هم دانست که موجب تقویت هویت جغرافیایی در یک منطقه می‌شود. گردشگری نقش مهمی در توسعه

اقتصادی بسیاری از کشورها ایفا می‌کند و در سال‌های اخیر موجب اشتغال‌زایی در بسیاری از کشورها شده است به همین دلیل ژئوتوریسم هم به عنوان یکی از شاخه‌های این علم جایگاه ویژه‌ای در بین فعالان صنعت گردشگری پیدا کرده و بسیاری از کشورها مشغول سرمایه‌گذاری روی این حوزه هستند چرا که از این طریق می‌توان بعد اقتصادی تاثیر گردشگری را در جوامع میزبان پررنگتر نمود. از این رو با توجه به اهمیت مطالب ذکر شده این مطالعه درصدد پاسخ به این سوال تحقیق است که نقش ژئوتوریسم در توسعه‌پایدار گردشگری  با تاکید بر بعد اقتصادی جوامع میزبان چیست؟

## ۲-مطالعات انجام شده

سادات موسوی و لاله پور (۱۴۰۳) در مطالعه خود به بررسی درآمدی بر مفهوم گردشگری؛ تاریخچه و اثرات آن بر جوامع پرداختند. نتایج حاکی از آن است که گردشگری همچون سایر پارادایم ها از تاریچه ای طولانی برخوردار بوده و ریشه در زندگی جمعی انسان در دوره های بسیار کهن دارد. بروز جنگ های متعدد بین حکومت ها، انقلاب صنعتی و پیشرفت تکنولوژی و فناوری ها، موجب دگرگونی و گسترش این مفهوم در طول تاریخ به ویژه در دوره حاضر شده اند. بر همین اساس، آگاهی از تارخچه گردشگری، انواع آن، اثرات و پیامدهای آن بر جوامع به ویژه مناطقی که از پتانسیل‌های لازم برخوردارند، و نیز علل موفقیت یا عدم موفقیت آن در کشورها و جوامع مختلف از اهمیت بالایی برخوردار است.

دلاوری و نادری مایوان (۱۴۰۲) در مطالعه خود به شناسایی راهکارهای گردشگری پایدار در راستای توسعه اقتصادی سکونتگاهای روستایی در قلمرو کوچ نشینان شهرستان قوچان پرداختند. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی- تحلیلی می‌باشد، و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش گراندد تئوری و مدل( DEMATEL )استفاده شد. در این تحقیق نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی به صورت نمونهگیری هدفمند تا مرحله اشباع (کفایت) نظری پیشرفت و در مجموع ۴۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. با تقویت فرهنگ محلی و سنتی منطقه می‌توان توسعه گردشگری را به حداکثر رساند تا بتوان تاثیرات آن را بر ابعاد اقتصادی زندگی سکونت‌گاههای روستایی به وضوح مشاهده گردد.

جهانیان (۱۴۰۱) در مطالعه خود به بررسی و تحلیل نقش ژئوتوریسم در توسعه اقتصادی جوامع میزبان و محلی پرداخته است. ژئوتوریسم را می‌توان رهیافتی جدید در ابقای میراث‌های زمین‌شناسی، طبیعی و اکولوژیک دانست که با افزایش علاقه‌ی عمومی نسبت به حفاظت از پدیده‌های محیطی، زمینه‌ساز توسعه ی پیشرفت این مناطق را فراهم می‌سازد. همچنین به عنوان گذرنامه ی توسعه‌ی پایدار برای کشورهای جهان سوم مطرح می‌باشد.

جوکار (۱۴۰۰) در مطالعه خود به بررسی تحلیلی بر جامعه میزبان و بررسی اثرات اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی در توسعه گردشگری پرداختند. روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات همزمان از روش‌های کتابخانه ای و میدانی استفاده کرده است. گردشگری یک فعالیت منبع پایه است و به جاذبه ها و خدمات وابسته است، اما در عین حال توسعه موفقیت‌آمیز آن مستلزم میهمان‌نوازی و استقبال از طرف جامعه میزبان نیز می‌باشد. به طوری که بدرفتاری، بی‌علاقگی و سوءظن جامعه محلی، نهایتا به گردشگران منتقل خواهد شد و احتمالا عدم تمایل گردشگران به بازدید مجدد از مقصدهای مذکور، را در پی خواهد داشت. بدین سان درک واکنش

جامعه محلی و عواملی که بر روی این طرز تفکر تاثیر می‌گذارند، به منظور دستیابی به حمایت مطلوب جامعه میزبان از توسعه گردشگری امری ضروری به شمار می‌آید.

موحدی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان، راهکارهای توسعه ظرفیت‌های گردشگری پایدار روستایی در شهرستان خرم‌آباد، به این نتایج دست یافتند، استفاده از امکانات بالقوه سنتی روستاها، برنامه‌های آموزشی و مشارکت مردم محلی، مدیریت و برنامه‌ریزی، قانونگذاری و سیاستگذاری، حمایت از صنایع دستی و نیز توجه به تبلیغات، می‌تواند در راستای توسعه گردشگری روستایی این شهرستان موثر واقع شود.

محمدپور و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه خود به بررسی نقش جوامع میزبان در پشتیبانی از توسعه گردشگری: مورد مطالعه استان گلستان پرداختند. برای بررسی روایی متغیرهای مدل از روش تحلیل عامل و برای بررسی روابط علّی بین متغیرهای پنهان مدل از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. تحلیل داده های با بهره گیری از نرم افزارهای SPSS23و AMOS 18 انجام می گیرد. نتایج پژوهش نشان می دهد یکی از عوامل مهم حمایت یا عدم حمایت جامعه میزبان، میزان رضایتمندی از گردشگری است این عامل با ضریب تاثیر ۰/۹ مهمترین عامل تبیین کننده واریانس متغیر وابسته است. بعد اجتماعی با ضریب تاثیر ۰/۸به صورت غیرمستقیم و از طریق دو متغیر اثرات ادراک شده مثبت و رضایتمندی، مهمترین عوامل موثر بر حمایت از توسعه گردشگری هستند.

مطیعی لنگرودی و رضائیه آزادی (۱۳۹۲) در مطالعه خود به ارزیابی اثرات اقتصاد گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان در تفرجگاه بند ارومیه پرداختند. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش توصیفی- تحلیلی است. جامعه آماری این تحقیق، ساکنین محلی روستاهای بند ارومیه می‌باشند، برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران استفاده شده است، تعداد ۳۰۰ نفر سرپرست خانوار به عنوان حجم نمونه انتخاب شده و مورد پرسشگری قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌ها، از آزمون ناپارامتری (کای اسکوئر) و آزمون T-test بهره گرفته شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، که گردشگری اثرات مثبتی همچون ایجاد اشتغال برای جوانان و افزایش درآمد برای ساکنین محلی و اثرات منفی مانند افزایش قیمت زمین برای ساکنین محلی به دنبال داشته است.

روستایی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه خود به ارزیابی تطبیقی توانمندی های ژئوتوریستی آبشارهای منطقه مرند و ورزقان به روش ارزش علمی و ارزش افزوده توانمندی ژئوتوریستی آبشارهای موجود در شهرستانهای ورزقان و مرند را با استفاده از روشهای کمی مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که مهمترین علی الروم امکان بالقوه‌ی ژئوسایتهای تحت بررسی، عامل در توسعه ی ژئوتوریستی ژئوسایتهای مورد مطالعه توسعه‌ی زیرساخت ها و ایجاد امکانات اقامتی می‌باشد.

لنگ و همکاران[۱](۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان، بررسی ظرفیت محیطی گردشگری، موضوع و چشم‌انداز، به بررسی یک مدل عینی و علمی از ظرفیت گردشگری می‌پردازند.

---

۱. Long et al.

یبانسکو[1](۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان، تاثیر گردشگری بر توسعه پایدار مناطق روستایی، در کشور رومانی، به این نتایج دست یافت، که گردشگری روستایی به مثابه روش و ابزاری برای توسعه اقتصادی در این مناطق است و نقش انکارناپذیری در توسعه روستاها دارد.

## ۳- ژئوتوریسم

ژئوتوریسم از دو واژه ژئو به معنای "زمین‌شناسی" و توریسم به معنای "گردشگری" ساخته شده است و یکی از شاخه‌های نوپا در صنعت‌گردشگری محسوب می‌شود که هدف آن بررسی و شناخت پدیده‌های زمین‌شناسی است. تمرکز این شاخه از صنعت گردشگری بر ویژگی‌های زمین‌شناسی یک منطقه یا مکان مشخص است. در واقع هدف گردشگران در این مسیر علاوه بر تفریح، بازدید و بررسی پدیده‌های زمین‌شناسی و آثار باستانی است که وقایع طبیعی روی آنها اثر گذاشته‌اند. در این نوع گردشگری مسافران به مناطقی بااهمیت زمین‌شناسی سفر می‌کنند تا ساختارها و تغییرات زمین را در سفر خود مورد ارزیابی قرار دهند و از منابع طبیعی و معدنی موجود در آنجا استفاده کنند. این شاخه از صنعت گردشگری به‌تمامی تغییراتی می‌پردازد که به‌واسطه فرسایش‌های آبی و بادی در کره زمین ایجاد شده‌اند، این تغییرات به صورت کلی شامل موارد زیر است:

- ❖ رسوب‌گذاری
- ❖ فرسایش
- ❖ فعالیت‌های آتش‌فشانی
- ❖ حرکت صفحات زمین
- ❖ چین‌خوردگی
- ❖ بلورهای نمکی
- ❖ تپه‌های مرجانی
- ❖ شرایط اقلیمی
- ❖ بررسی فسیل‌ها و سنگواره‌ها

## ۴-گردشگری

بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، گردشگری یا معادل دقیق و درست انگلیسی آن توریسم، به کلیه فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف ها، برای مدت کمتر از یک سال میروند. به این ترتیب، محدوده توریسم از مسافرت هایی که صرفاً به منظور گذراندن تعطیلات وسپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد، بسی فراتر می‌رود. توریسم در معانی وسیع آن، علاوه بر گروه اشاره شده، شامل افرادی می شود که در ارتباط با کار و حرفه خویش سفر میکنند و آنان که فعالیت‌های علمی و

---

[1] . Ibanescu

تحقیقاتی انجام می‌دهنـد. بـه ایـن ترتیـب، دامنهی تأثیرگذاری بر محیط و تأثیرپذیری آن از محیط، بسیار وسیع‌تر می‌شود. این جدیدترین تعریفی اسـت کـه از طرف سازمان جهانی توریسم ارائه شده است. در تعریف گردشگری و تعیین قلمرو آن، باید گروه‌های مختلفی که در این صنعت مشارکت دارنـد و از آن تـأثیر می‌پذیرند را لحاظ کرد. عوامل عمده در این صنعت عبارت‌اند از:

۱. توریستها و یا گردشگرانی که در صدد کسب تجارب فیزیکی و روانی و رضایت و راحتی از سفرند؛

۲. سازمانهای فعال در زمینه‌ی تهیه و تدارک کالاها و خدمات مورد نیاز گردشگران؛ سازمان‌های مذکور از ایـن طریق به منافع خود می‌اندیشند؛

۳. دولت کشور میزبان، شامل سیاست‌مدارانی که به گردشگری به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد درآمد شـهروندان و افزایش درآمدهای مالیاتی مستقیم و غیر مستقیم می‌نگرند؛

۴. جامعه‌ی میزبان، مردمانی که به توریسم به عنوان پدیدهای فراهم می‌آورد که این تعامل می‌تواند اثرات مثبت و یا منفی داشته باشد (زاهدی،۱۳۸۵).

اگر بنا باشد با دید اقتصادی به گردشگری نگاه کنیم؛ می توان آنرا نوعی مهمان‌نوازی تجاری تلقی ومن د کـه طی آن میزبانان به بهترین نحو از میهمان خود پذیرایی کرده و سعی دارند تا خاطرات و تجارب خوشایندی برایشان فراهم نمایند، اما از این میهمان‌نوازی منفعت نیز حاصل می‌کنند. کارشناسان اقتصاد منطقه‌ای، گردشگری را به عنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته معرفی می نمایند (آقاجانی،۱۳۸۶).

## ۵-گردشگری و جامعه میزبان

گردشگری اثرات گوناگونی بر مقصد و جامعه میزبان به جای می‌گذارد. این اثرات طیف گستردهای از اثرات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و یا زیست‌محیطی را شامل می‌شود. با توجه به تنوع و پیچیدگی فعالیتهای اجتماعی -گردشگری، اثرات ناشی از این فعالیت‌ها نیز ابعاد گسترده و به هم پیوسته‌ای دارند که باید در مطالعه‌ی اثرات گردشگری به آنها توجه شود. نوع و میزان اثرات گردشگری در یک مقصد از عوامل متعددی متاثر می‌شود؛ از جمله مهمترین این عوامل ویژگی‌های جامعه میزبان و میهمان و ماهیت فعالیت‌های گردشگر در مقصد می‌باشند. طبق نظر برنز و هلدن زمانی که اختلاف زیادی بین فرهنگ جامعه‌ی میزبان و جامعه‌ی مبداء وجود داشته باشد، احتمال افزایش اثرات بسیار خواهد بود (ضیایی و ترابیان،۱۳۸۹). همچنین میان چرخه‌ی حیات گردشگری و تاثیرات گردشگری بر جامعه ساکنان رابطه وجود دارد، بدین ترتیب که در مرحله اولیه توسعه گردشگری، معمولاً مقدار زیادی از آرزوها و اشتیاق ساکنان مقصد به خاطر فواید اقتصادی درک شده برآورده می شود ولی از آن جا که در مراحل بعد، به خاطر بروز تغییرات ناخوشایند در محیط طبیعی و نوع گردشگرانی که جذب شده‌اند، درک و تصور مردم از اثرات گردشگری به تدریج منفی می شود. معمولاً در مرحله اولیه توسعه گردشگری، فواید اقتصادی بیشتر نمود پیدا می‌کند ولی در مراحل بعد توسعه در مقیاس انبوه و کنترل نشده، هزینه‌های اجتماعی و محیطی نیز جلوه‌گر می‌شوند (فیروزجانی و همکاران،۱۳۸۶). ساکنان هر منطقه میزبانی ممکن است گردشگری را بخاطر پتانسیل آن برای اشتغالزایی، تولید درآمد و ارتقاء تسهیلات و زیرساختهای عمومی، مقوله‌ای مثبت ارزیابی نمایند. همانطور که در بسیاری از جوامع میزبان دیده شده است. در مقابل، ساکنان هر منطقه میزبانی نیز ممکن است گردشگری را

بخاطر هزینه های اجتماعی- فرهنگی و محیطی مقوله‌ای منفی قلمداد نمایند، همان طور که در جوامع میزبان بسیاری دیده شده است (اجزاءشکوهی و همکاران،۱۳۹۳).

در واقع بدون برنامه‌ریزی گردشگری، تبعات ناخواسته بسیاری ممکن است گسترش پیدا کند. این تبعات شامل آسیب بر روی محیط طبیعی، اثرات مخرب بر روی محیط فرهنگی و کاهش زمینه‌های مزایای اقتصادی می‌باشد. تجربه منفی مقاصد گردشگری بدون برنامه و موفقیت مقاصد محلی و منطقه‌ای با برنامه تائیدی است بر اینکه توسعه گردشگری باید بر اساس یک فرایند برنامه‌ریزی صورت گیرد که شامل یک ارزیابی معتبر از منابع در مکان‌های مقصد و پتانسیل‌های جذاب این مکانها باشد (کیم[۱]،۲۰۰۲).

گردشگری صنعتی درآمدزا و با صرفه اقتصادی بسیار مناسب است که با ایجاد تبادلات فرهنگی و اجتماعی میان ملل مختلف به خاطر فقدان آلودگی‌های زیست‌محیطی امروز بسیار مورد توجه است. جاذبه‌های طبیعی هر کشوری در جذب گردشگر نقش بسزایی دارند. از طرفی امروزه نهاد های متولی صنعت گردشگری در سراسر دنیا، به امور گردشگری در طبیعت و در ورای آن به لزوم حفظ محیط‌زیست بیش از هر زمان دیگر اذعان دارند. ژئوتوریسم شاخه‌ای از اکوتوریسم است که در آن گردشگران بازدیدکننده به دنبال مشاهده جاذبه‌های مورفولوژیکی و طبیعی هستند (خمر و جعفری،۱۴۰۲).

۶-ژئوتوریسم و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان

ژئوتوریسم، شاخه‌ای از صنعت گردشگری است که بر پدیده‌های زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی متمرکز است. این نوع گردشگری نه تنها برای متخصصان زمین‌شناسی، بلکه برای گردشگران عادی نیز جذاب است. اثرات اقتصادی ژئوتوریسم:

- ایجاد اشتغال و درآمد: ژئوتوریسم می‌تواند منجر به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و درآمدزایی برای جوامع میزبان شود.
- تنوع اقتصادی: این صنعت می‌تواند به تنوع اقتصادی در مناطق درحال‌توسعه کمک کند و فعالیت‌های اقتصادی را گسترش دهد.
- توسعه زیرساخت‌ها: با افزایش گردشگران، نیاز به توسعه زیرساخت‌های محلی مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و حمل‌ونقل بیشتر می‌شود (اجزاءشکوهی و همکاران،۱۳۹۲).

روند روز افزون توسعه گردشگری در شکل انبوه و خودجوش با اثرگذاری بر بنیان‌های اقتصادی روستایی، اثرات و پیامدهای اقتصادی گوناگونی را به دنبال داشته است (دستگیر و خسروی پور،۱۳۹۳). بسیاری از کشورها، گردشگری را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساختها می‌دانند. اگر چه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت است، ولی گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید (شارپلی[۲]،۲۰۰۲). امروزه گردشگری به عنوان کاتالیزور کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع است. از نقطه نظر برنامه ریزان گردشگری روستایی، به دست آوردن منافع اقتصادی برای منطقه، هدف اصلی نیست، بلکه توزیع مناسب درآمد، توزیع مناسب فرصت‌های شغلی، هدایت منابع مالی به سوی مردم محلی، کاهش نابرابری و به طور کلی استفاده از فعالیت گردشگری برای هدایت هرچه بیشتر منطقه به سوی تعادل و توازن مطرح می‌باشد گردشگری با مکانیسم خاص و پیچیده خود می‌تواند اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد و آن را متحول کند گردشگری از طریق مکانیزم‌هایی چون ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، توزیع مجدد درآمدها، افزایش تولید ناخالص و متوازن نگه داشتن ترکیب اقتصادی بخش‌های مختلف

---

۱. Kim.
۲. Sharply.

می‌تواند، اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد و آن را متحول کند. اما زمانی که گردشگری می‌تواند در اثرات مثبت اقتصادی خود را در منطقه داشته باشد که فعالیت گردشگری در منطقه با موافقت و همراهی ساکنین محلی همراه باشد. در غیر این صورت اثرات اقتصادی گردشگری پایدار نخواهد بود و اثرات زیست محیطی ناشی از گردشگری به مراتب بیشتر از اثرات مثبت اقتصادی گردشگری خواهد بود (مطیعی لنگرودی و رضائیه آزادی،۱۳۹۲). لذا می‌توان نتیجه گرفت علاوه بر مزیتها گردشگری با چالشهایی نیز مواجه است. چالش‌هایی که در اثرگردشگری به وجود می‌آید را می‌توان تاثیر هزینه‌های اقتصادی (توسعه زیرساخت‌ها و گسترش گردشگری ممکن است هزینه‌های بالایی برای جوامع میزبان ایجاد کند) و تأثیرات زیست‌محیطی (افزایش گردشگران می‌تواند به آسیب‌های زیست‌محیطی منجر شود) دانست (اجزاءشکوهی و همکاران،۱۳۹۲). ژئوتوریسم می‌تواند به عنوان یک ابزار توسعه اقتصادی برای جوامع میزبان عمل کند، اما مدیریت پایدار و برنامه‌ریزی دقیق برای کاهش چالش‌های مرتبط با آن ضروری است.

## ۷-نتیجه گیری

ژئوتوریسم (زمین‌گردشگری) به عنوان یکی از زیر مجموعه‌های صنعت گردشگری، در سال‌های اخیر، بخش مهمی از فعالیت-های گردشگری را در دنیا به خود اختصاص داده‌است. ژئوتوریسم، شاخه جدیدی از گردشگری مسئولانه است که با هدف حفاظت از میراث زمین و همچنین ارتقای سطح زندگی جوامع میزبان و بومی، حفظ ارزش‌های فرهنگی و توسعه‌اقتصادی، بر استفاده از جاذبه‌های زمین‌شناختی و ژئومورفولوژیکی تاکید می‌کند. امروزه گردشگری به عنوان کاتالیزور کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع است. از نقطه نظر برنامه‌ریزان گردشگری روستایی، به دست آوردن منافع اقتصادی برای منطقه، هدف اصلی نیست، بلکه توزیع مناسب درآمد، توزیع مناسب فرصت‌های شغلی، هدایت منابع مالی به سوی مردم محلی، کاهش نابرابری و به طور کلی استفاده از فعالیت گردشگری برای هدایت هرچه بیشتر منطقه به سوی تعادل و توازن مطرح می‌باشد گردشگری با مکانیسم خاص و پیچیده خود می‌تواند اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد و آن را متحول کند گردشگری از طریق مکانیزم‌هایی چون ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، توزیع مجدد درآمدها، افزایش تولید ناخالص و متوازن نگه داشتن ترکیب اقتصادی بخش‌های مختلف می‌تواند، اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد و آن را متحول کند. با توجه به اهمیت موضوع این مطالعه درصدد بررسی و تحلیل نقش ژئوتوریسم در توسعه‌پایدار گردشگری با تاکید بر بعد اقتصادی جوامع میزبان است. نتایج حاکی از آن است که ژئوتوریسم در واقع شناخت پدیده‌های زمین‌شناسی و بازید و بررسی آنها است که می‌تواند به عنوان یک ابزار توسعه اقتصادی برای جوامع میزبان عمل کند. اثرات اقتصادی ژئوتوریسم را می‌توان شامل: ایجاد اشتغال و درآمد، تنوع اقتصادی و توسعه زیرساخت‌ها دانست؛ که سبب می‌گردد گردشگری در مناطقی که دارای این مزیتهای طبیعی و آثار باستانی است برای جوامع میزبان در نهایت اشتغال ایجاد نموده و این مناطق را توسعه دهد. لذا پیشنهاد می‌شود در راستای حمایت از صنعت گردشگری و افزایش جذب گردشگری در حوزه ژئوتوریسم تمام استانهای کشور جاذبه های زمین شناسی و آثار باستانی و.... مرتبط با این امر را تهیه نموده و به صورتهای گوناگون در اختیار همگان قرار دهند، چرا که سبب افزایش جذب گردشگران و توسعه اقتصادی و در نهایت درآمدزایی از این صنعت در استان خود می‌گردند.

## منابع


۱. ابهری، بهروز (۱۳۸۴)، نقش صنعت توریسم بر متغیرهای کلان اقتصادی، مجموعه مقالات همایش ظرفیتهای اقتصادی ایران با تاکید بر وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی، دانشگاه آزاداسلامی واحد فیروزکوه.

۲. اجزاءشکوهی، محمد، بوذرجمهری، خدیجه، ایستگلدی، مصطفی، مودودی، مهدی (۱۳۹۲)، بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان نمونه مطالعاتی شهر بندرترکمن، فصلنامه علمی و پژوهشی فضایی جغرافیایی، سال ۱۴، شماره ۴۷، صص ۱۲۵-۱۰۱.

۳. آقاجانی، سمیه (۱۳۸۶)، راههای تقویت جاذبه های گردشگری در شهرهای ایران، شوراها، شماره ۲۰، صص ۲۲-۱۸.

۴. جوکار، فاطمه (۱۴۰۰)، تحلیلی بر جامعه میزبان و بررسی اثرات اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی در توسعه گردشگری، ششمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، مقاله۱۰۲، صص۱۸۱-۱۷۹.

۵. جهانیان، منوچهر (۱۴۰۱)، تحلیل نقش ژئوتوریسم در توسعه اقتصادی جوامع میزبان و محلی، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، دوره ۱۲، شماره ۴۹، صص ۵۱۸-۵۰۹.

۶. دستگیر، حامد، خسروی پور،بهمن (۱۳۹۳)، بررسی اثرات اقتصادی گردشگری روستایی بر جوامع میزبان، اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز، مقاله ۲۰۱، صص ۱۹۸-۱۸۲.

۷. دلاوری، حسین، نادری مایوان، رمضان علی(۱۴۰۲)، شناسایی راهکارهای گردشگری پایدار در راستای توسعه اقتصادی سکونتگاهای روستایی در قلمرو کوچ نشینان شهرستان قوچان، دوره سوم، شماره اول، صص ۵۴-۴۳.

۸. خمر، غلامعلی، جعفری، زهرا (۱۴۰۲)، بررسی قابلیتهای گردشگری و ژئوتوریسم شهر شوسف شهرستان نهبندان، دومین کنفرانس بین المللی دانشجویان جغرافیا و علوم زمین ایران، رکز توسعه علمی و فناوری دانشجویان.

۹. روستایی، شهرام، قنبری، محمد، پور ابراهیم، حبیب (۱۳۹۱)، ارزیابی تطبیقی توانمندی های ژئوتوریستی آبشارهای منطقه مرند و ورزقان به روش ارزش علمی و ارزش افزوده، فصلنامه گردشگری و چشم انداز آینده، سال ۳، شماره ۴، صص ۶۸-۵۱.

۱۰. زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تاکید بر محیط زیست)، دانشگاه علامه طباطبایی، شماره نشر۱۹۱، تهران.

۱۱. سادات موسوی، زهرا، لاله پور، منیژه (۱۴۰۳)، بررسی درآمدی بر مفهوم گردشگری؛ تاریخچه و اثرات آن بر جوامع، اولین همایش بین المللی صنعت گردشگری، مقاله ۱۱۲، صص ۱۲۳-۱۰۰.

۱۲. سقائی، مهدی، علیزاده، سیددانا (۱۳۹۲)، امکان سنجی محصول گردشگری روستایی در شهرستان پاوه، فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۳، شماره ۴۱، صص ۲۰-۱.

۱۳. ضیایی، محمود، ترابیان،پونه (۱۳۸۹)، سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران مورد مطالعه سکونتگاه های روستایی حوضه‌ی تالاب پریشان، جغرافیا، شماره ۲۷، صص ۵۲-۲۵.

۱۴. طیبی، سیدکمیل، بابکی، روح اله، جباری، امیر (۱۳۸۶)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی (ویژه اقتصاد)، سال۷، شماره ۲۶، دانشگاه مازنداران.

۱۵. کاظمی، مصطفی، پور، سمیرا، سعادت یار، فهمیمه، بی‌طرف، فاطمه (۱۳۹۱)، تاثیر تصویر ذهنی گردشگران بر ارزش ادراک شده از شهرهای ساحلی دریای خزر با تاکید بر نقش واسط کیفیت عوامل ادراک شده، مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال ۲، شماره ششم، صص ۳۴-۱۹.

۱۶. قنبری، ابوالفضل، حجازی، میراسدالله، قنبری، محمد (۱۳۹۱)، ارزیابی توانمندی زیمن گردشگری مکان های ژئومورفولوژیکی موجود در روستای کندوان، فصلنامه علمی پژوهشی مسکن و محیط روستا، دوره ۳۲، شماره ۱۴۱، صص ۱۱۹-۱۰۹.

۱۷. محمدپور، نسیبه، رجب زاده قطری، علی، آذر، عادل، صرغام بورجنی، حمید(۱۳۹۵)، بررسی نقش جوامع میزبان در پشتیبانی از توسعه گردشگری: مورد مطالعه استان گلستان، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، سال ۶، شماره ۲، صص ۱۳۹-۱۲۵.

۱۸. مطیعی لنگرودی، سیدحسن، رضائیه آزادی، مریم (۱۳۹۲)، ارزیابی اثرات اقتصاد گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان در تفرجگاه بند ارومیه، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوم، شماره ۲، پیاپی ۴، صص ۹۱-۷۱.

۱۹. موحدی، رضا، سپهوند، فاطمه. رحیمیان، مهدی، (۱۴۰۰)، راهکارهای توسعه ظرفیتهای گردشگری پایدار روستایی در شهرستان خرم آباد. مطالعات مدیریت گردشگری 256-237.

20. Ibanescu, B., (2018). Consequences of peripheral features on tourists' motivation, the case of rural destinations in Moldavia, Romania. J. Settl. Spat. Plan. 4(1), 191-205.

21. Long, Ch, Lu, S, Chang, j, Zhu, J, Chen, L, (2022). Tourism Environmental Carrying Capacity Review, Hotspot, Issue, and Prospect. Int. J. Environ. Res. Public Health. 19(24), 1-16.

22. kim ,Woo Gon.(2002). Measuring Customer-Based Restaurant Brand Equity. Cornell Hospitality Quarterly.45 (2), 115-131.

23. Sharply, Richard. (2002), rural tourism and challenge of tourism diversification: the case of Cyprus, tourism management 23.

# نقش معماری بناهای تاریخی در توسعه پایدار گردشگری منطقه زاینده رود

**میرسالار حبیبی،** گروه آموزشی معماری و شهرسازی، واحد صحنه، دانشگاه آزاد اسلامی، صحنه، ایران[۱]

[۱] Mirsalar.habibi@iau.ac.ir

## چکیده

منطقه جغرافیایی زاینده‌رود، به عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز فرهنگی و تاریخی ایران، دارای مجموعه‌ای از بناهای تاریخی باارزش است که می‌توانند نقش مؤثری در توسعه پایدار گردشگری ایفا کنند. معماری بناهای تاریخی این منطقه، از جمله پل‌های تاریخی، مساجد، خانه‌های سنتی، و کاروانسراها، نه تنها بازتابی از هنر و دانش معماری ایرانی است، بلکه ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری دارد. در این مقاله، تأثیر معماری این بناها بر توسعه پایدار گردشگری بررسی می‌شود.این مقاله به بررسی تأثیر معماری این بناها بر توسعه پایدار گردشگری در منطقه زاینده‌رود می‌پردازد. روش پژوهش مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیل محتوای متون و مقالات مختلف و مرتبط با گردشگری، معماری و حوضه زاینده رود است. نتایج نشان می‌دهد که معماری بناهای تاریخی نه تنها هویت فرهنگی منطقه را تقویت می‌کند، بلکه از طریق جذب گردشگران، ایجاد فرصت‌های شغلی، و حمایت از صنایع دستی و محلی، می‌تواند موجب پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی منطقه شود. در این زمینه بایستی برنامه ریزی برای حفظ و مرمت مستمر بناهای تاریخی، توسعه زیرساخت‌های گردشگری پایدار و همچنین توسعه اقامتگاه های سنتی در زمینه حفاظت از میراث فرهنگی و استفاده بهینه از ظرفیت‌های گردشگری مورد تاکید قرار گیرد.

**واژگان کلیدی:** معماری، بناهای تاریخی، گردشگری پایدار، منطقه زاینده رود

## ۱. مقدمه

معماری یکی از بنیادی‌ترین جلوه‌های تمدن بشری است که نه‌تنها محیط زندگی انسان را شکل داده، بلکه به عنوان ابزاری برای بیان هویت فرهنگی، تاریخی و اجتماعی جوامع مختلف عمل کرده است(Kreuzberger et al,2023: 23). از گذشته‌های دور تا امروز، معماری به‌عنوان یک زبان بصری، روایت‌گر ارزش‌ها، باورها و سبک زندگی انسان‌ها بوده است. در طول تاریخ، بسیاری از تمدن‌ها از طریق معماری خود شناخته شده‌اند؛ از اهرام مصر و تخت جمشید گرفته تا کلیساهای گوتیک و بناهای مدرن امروزی، همه این آثار نشانگر خلاقیت، دانش و هنر معماران هر دوره هستند(Chen,2021: 46). معماری به‌ویژه در بناهای تاریخی، فراتر از

یک سازه فیزیکی است؛ این بناها حامل خاطرات جمعی، سبک‌های هنری و دستاوردهای فنی زمان خود بوده و بخشی از میراث جهانی محسوب می‌شوند. در جهان امروز، که هویت فرهنگی جوامع با چالش‌های متعددی مواجه است، حفظ این آثار از اهمیت زیادی برخوردار است(Nazsir & Kamal,2021: 221).

از دیدگاه گردشگری ,معماری دو نقش اصلی را دارا است که عبارتند از لازمه و جاذبه. لازمه در حوزه زیر ساختهای صنعت گردشگری قرار می گیرد درحالیکه جاذبه, جزئی از جاذبه های فرهنگی است که در آن دسته بندهای متفاوتی به منظور جاذبه های معماری در نظر گرفته شده است(فرجی راد و افتخاریان،۱۳۹۱: ۴۹). در دنیای امروز، علاوه بر نقش عملکردی معماری، این حوزه به یکی از مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران تبدیل شده است(Chaudhary & Islam,2023: 61)؛زیرا بسیاری از گردشگران به دنبال تجربه فضاهایی با اصالت تاریخی و فرهنگی هستند. بنابراین، حفاظت، مرمت و بهره‌برداری صحیح از بناهای تاریخی، نه تنها در حفظ میراث فرهنگی، بلکه در توسعه اقتصادی و اجتماعی نیز تأثیر بسزایی دارد.

یکی از حوزه‌هایی که معماری تاریخی می‌تواند در آن نقش کلیدی ایفا کند، گردشگری فرهنگی و تاریخی است( Yadav et al,2023: 122). بسیاری از شهرهای تاریخی در سراسر جهان، از طریق بهره‌برداری مناسب از میراث معماری خود، توانسته‌اند به قطب‌های مهم گردشگری تبدیل شوند. معماری، به دلیل ماهیت منحصربه‌فرد و پیوند عمیقی که با تاریخ و فرهنگ یک منطقه دارد، یکی از اصلی‌ترین عوامل جذب گردشگران است(Mulia et al,2024: 62). مردم از سراسر جهان به کشورهایی مانند ایتالیا، فرانسه، ایران، چین و مصر سفر می‌کنند تا از نزدیک شاهد آثار معماری باشکوه و تاریخی آن‌ها باشند. در این میان، مفهوم "توسعه پایدار گردشگری" به‌عنوان رویکردی نوین مطرح شده است که بر حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی، مشارکت جوامع محلی و ایجاد منافع اقتصادی بلندمدت تأکید دارد(Ginting,2022: 169). در این چارچوب، معماری تاریخی به‌عنوان یک منبع ارزشمند، می‌تواند نه‌تنها موجب رونق گردشگری شود، بلکه با مدیریت صحیح، عاملی برای توسعه پایدار باشد.

در ایران، که یکی از کهن‌ترین تمدن‌های جهان را در خود جای داده، بناهای تاریخی متعددی وجود دارد که هرکدام روایت‌گر بخشی از تاریخ پرشکوه این سرزمین هستند(Misra,2022: 184). یکی از مناطق شاخص از این نظر، منطقه زاینده‌رود است که به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص خود، در طول قرن‌ها به یکی از مهم‌ترین کانون‌های معماری و شهرسازی ایران تبدیل شده است. شهرهایی مانند اصفهان، که در امتداد این رودخانه قرار دارند، میزبان مجموعه‌ای از مهم‌ترین آثار معماری ایرانی هستند؛ از جمله پل‌های تاریخی مانند سی‌وسه‌پل و پل خواجو، مساجد باشکوه، کاخ‌ها، خانه‌های تاریخی و باغ‌های ایرانی. این بناها، علاوه بر جذابیت‌های بصری و تاریخی، بازتابی از دانش پیشرفته معماری ایرانی در زمینه‌های سازه‌ای، زیبایی‌شناختی و سازگاری با محیط‌زیست هستند. با این حال، در دهه‌های اخیر، چالش‌های متعددی این میراث ارزشمند را تهدید کرده است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، کاهش جریان آب زاینده‌رود است که تأثیر مستقیمی بر وضعیت پل‌های تاریخی و محیط پیرامون آن‌ها داشته است. از سوی دیگر، روند رو به رشد شهرنشینی و ساخت‌وسازهای مدرن بدون در نظر گرفتن اصول معماری بومی، موجب تغییر چهره سنتی این منطقه شده است. فرسودگی بناهای تاریخی، عدم رسیدگی مناسب، و بهره‌برداری نادرست از این آثار نیز از دیگر عواملی است که بر پایداری این میراث تأثیر منفی گذاشته است. در این میان، گردشگری ناپایدار نیز به‌عنوان یک تهدید جدی مطرح است؛ بسیاری از آثار تاریخی به دلیل هجوم بی‌رویه گردشگران، بدون در نظر گرفتن ظرفیت‌پذیری و برنامه‌های حفاظتی، دچار آسیب شده‌اند.

در چنین شرایطی، این سؤال مطرح می‌شود که چگونه می‌توان از ظرفیت معماری بناهای تاریخی منطقه زاینده‌رود در راستای توسعه پایدار گردشگری بهره برد؟ چگونه می‌توان تعادلی میان حفظ اصالت فرهنگی این بناها و نیازهای گردشگری برقرار کرد؟ و چه راهکارهایی برای مدیریت بهتر این میراث ارزشمند وجود دارد؟ این پژوهش در تلاش است تا با بررسی نقش معماری بناهای تاریخی در توسعه گردشگری پایدار، به این پرسش‌ها پاسخ دهد و راهکارهایی عملی برای حفاظت و استفاده بهینه از این میراث ارائه کند. تنها از طریق یک رویکرد جامع، که همزمان به حفاظت، مدیریت و توسعه گردشگری پایدار توجه داشته باشد، می‌توان از این ظرفیت منحصربه‌فرد برای بهبود وضعیت اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه بهره برد.

## 2. روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی است که هدف آن بررسی نقش معماری بناهای تاریخی در توسعه پایدار گردشگری منطقه زاینده‌رود و ارائه راهکارهای اجرایی برای بهره‌برداری صحیح از این میراث ارزشمند است. از آنجا که این مطالعه به بررسی ابعاد مختلف یک پدیده تاریخی-معماری و تأثیرات آن بر گردشگری می‌پردازد، روش تحقیق به‌صورت توصیفی-تحلیلی انتخاب شده است. این روش به محقق امکان می‌دهد تا با استفاده از اطلاعات موجود، به تحلیل و استنتاج علمی در خصوص نقش معماری در توسعه پایدار گردشگری بپردازد.

داده‌های مورد نیاز این تحقیق از طریق گردآوری اسنادی و علمی به‌دست آمده است. در این راستا، منابع مختلفی شامل مقالات علمی، کتاب‌ها، اسناد تاریخی، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و مطالعات پیشین مرتبط با موضوع بررسی شده‌اند. روش تحلیل داده‌ها مبتنی بر تحلیل محتوای متون موجود بوده است که در آن اطلاعات مرتبط با موضوع تحقیق دسته‌بندی، طبقه‌بندی و سازمان‌دهی شده‌اند. سپس، با بهره‌گیری از شیوه‌های تحلیلی، یافته‌های به‌دست‌آمده مورد بررسی قرار گرفته و در چارچوب توسعه پایدار گردشگری تبیین شده‌اند. در نهایت، با استفاده از اطلاعات گردآوری‌شده و تحلیل‌های انجام‌شده، پیشنهاداتی برای مدیریت بهتر بناهای تاریخی، بهره‌برداری پایدار از آن‌ها و توسعه گردشگری ارائه شده است.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

### ویژگی های معماری بناهای منطقه زاینده رود

معماری بناهای تاریخی منطقه زاینده‌رود بازتابی از هنر، فرهنگ و شرایط اقلیمی این منطقه است که در طول قرن‌ها تکامل یافته است. یکی از برجسته‌ترین ویژگی‌های این معماری، استفاده از مصالح بومی مانند خشت، آجر، گچ و چوب است که علاوه بر ایجاد هماهنگی با محیط، به پایداری بناها در برابر تغییرات دمایی کمک می‌کند. بناهای این منطقه، به‌ویژه پل‌های تاریخی ، به دلیل طراحی منحصربه‌فرد خود که ترکیبی از عملکرد سازه‌ای و زیبایی‌شناسی است، مورد توجه قرار دارند. این پل ها نه‌تنها به‌عنوان راه‌های ارتباطی بلکه به‌عنوان مراکز تجمع اجتماعی و فرهنگی نیز عمل کرده‌اند. طاق‌های بلند و کشیده، مقرنس‌کاری‌های ظریف و کتیبه‌های مزین به خطوط خوشنویسی، از جمله عناصر تزئینی بارز این بناها محسوب می‌شوند که زیبایی خاصی به آن‌ها بخشیده‌اند. علاوه بر این، بناهای مسکونی و کاروانسراهای منطقه با حیاط‌های مرکزی، ایوان‌های مرتفع و آب‌نماهای داخلی طراحی شده‌اند که نقش مهمی در ایجاد تعادل دمایی و تهویه طبیعی ایفا می‌کنند.

از دیگر ویژگی‌های معماری این منطقه، توجه ویژه به اصول شهرسازی سنتی و در نظر گرفتن هماهنگی بناها با محیط اطراف است. در معماری مساجد و مدارس تاریخی منطقه، از ایوان‌های مرتفع، شبستان‌های وسیع و گنبدهای کاشی‌کاری‌شده استفاده شده است که علاوه بر ایجاد شکوه و زیبایی، عملکردی اقلیمی نیز دارند. همچنین، بازارهای تاریخی با راسته‌های طولانی، طاق‌نماهای متقارن و نورگیرهای سقفی، الگویی از معماری کاربردی و در عین حال زیبا را ارائه می‌دهند. در مجموع، معماری منطقه زاینده‌رود ترکیبی هماهنگ از سازه‌های مستحکم، تزئینات هنری، کارکردهای اقلیمی و ارزش‌های فرهنگی است که آن را به یکی از غنی‌ترین و شاخص‌ترین نمونه‌های معماری سنتی ایران تبدیل کرده است.در جدول (۱) برخی ویژگی ها، عناصر و فضاهای بکاررفته در معماری بناهای این حوضه جغرافیایی اشاره شده است.

**جدول۱: ویژگی ها، عناصر و فضاهای موجود در بناهای منطقه زاینده رود**

| ردیف | برخی ویژگی ها معماری بناها |
|---|---|
| ۱ | استفاده از مصالح بومی |
| ۲ | طراحی اقلیمی |

| | |
|---|---|
| **۳** | بکارگیری ایوان‌های وسیع |
| **۴** | گنبدهای کاشی‌کاری‌شده |
| **۵** | طاق‌های بلند و قوسی |
| **۶** | آب‌نماها و حوض‌ها |
| **۷** | حیاط‌های مرکزی |
| **۸** | مقرنس‌کاری و تزئینات داخلی |
| **۹** | سقف‌های گِلی و چوبی |
| **۱۰** | توسعه در قالب شبکه‌های شهری سنتی |
| **۱۱** | استفاده از نور طبیعی |
| **۱۲** | توجه به جزئیات تزئینی |

با توجه به عنوان پژوهش، در جدول(۲) برخی ویژگی های مربوط به معماری بناهای تاریخی و گردشگری منطقه زاینده رود اشاره شده است. این ویژگی ها در واقع ارتباط دهند معماری و صنعت گردشگری است. به عبارت دیگر این ویژگی ها، نشانگر ظرفیت ها و همچنین اهمیت معماری بکاررفته در بناهای تاریخی و گردشگری است. در واقع بر اساس این ویژگی ها، اهمیت و ضرورت بهره برداری از معماری بناها در توسعه گردشگری پایدار مشخص می شود.

**جدول۲: برخی ویژگی های مربوط به معماری بناهای تاریخی و گردشگری منطقه زاینده رود**

| ردیف | ویژگی بناهای تاریخی و گردشگری |
|---|---|
| ۱ | تنوع معماری در استان‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری |
| ۲ | وجود پل‌های تاریخی مهم |
| ۳ | مساجد تاریخی با معماری اسلامی ایرانی |
| ۴ | بناهای تاریخی با تزئینات کاشی‌کاری و گچ‌بری‌های منحصر به فرد |
| ۵ | خانه‌های سنتی با حیاط‌های مرکزی |
| ۶ | استفاده از عناصر طبیعی مانند آب‌نماها، حوض‌ها و جوی‌ها |
| ۷ | کاروانسراها و اقامتگاه‌های سنتی برای جذب گردشگران |
| ۸ | بازارهای سنتی و مراکز تجاری با طراحی معماری اصیل |
| ۹ | گنبدها و طاق‌های قوسی در بناهای مذهبی و عمومی |
| ۱۰ | ایوان‌های بزرگ برای فضای عمومی و اجتماعی |
| ۱۱ | فضاهای عمومی و باغ‌ها با طراحی متناسب با اقلیم منطقه |
| **۱۲** | هم‌پیوندی معماری با طبیعت در بناهای تاریخی |

## بهره‌گیری از ظرفیت معماری بناهای تاریخی برای توسعه پایدار گردشگری

معماری بناهای تاریخی، بخشی جدایی‌ناپذیر از هویت فرهنگی هر منطقه محسوب می‌شود و نقش بسزایی در جذب گردشگران دارد. منطقه زاینده‌رود، به‌ویژه در استان‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری، دارای بناهای تاریخی ارزشمندی است که می‌توانند به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری مهم مورد بهره‌برداری قرار گیرند. اما برای استفاده پایدار از این ظرفیت، لازم است برنامه‌هایی تدوین شود که هم به حفظ این بناها کمک کند و هم باعث رونق اقتصادی منطقه شود. در ادامه جهت بهره گیری از این ظرفیت ها برای توسعه گردشگری، نکات و راهکارهای موثری ارائه می شود.

- مرمت و بازسازی اصولی بناهای تاریخی
- اجرای پروژه‌های مرمتی با رعایت اصول علمی و استفاده از مصالح بومی برای حفظ اصالت بناها.
- تبدیل بناهای تاریخی به اقامتگاه‌های بوم‌گردی
- احیای خانه‌های قدیمی و کاروانسراها و تبدیل آن‌ها به هتل‌های سنتی یا مهمانسراهای بوم‌گردی.
- توسعه موزه‌ها و فضاهای فرهنگی در بناهای تاریخی
- استفاده از عمارت‌های تاریخی برای ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی، صنایع‌دستی و نمایشگاه‌های فرهنگی.
- ایجاد مسیرهای گردشگری معماری تاریخی
- طراحی تورهای ویژه بازدید از پل‌های تاریخی، کاروانسراها، مساجد و خانه‌های سنتی.
- احیای بازارهای قدیمی و گذرهای فرهنگی
- بازسازی و رونق‌بخشی به بازارهای تاریخی برای عرضه محصولات بومی و صنایع‌دستی.
- استفاده از نورپردازی هنری برای برجسته‌سازی معماری بناها
- نورپردازی مناسب برای زیباسازی بناها و ایجاد جاذبه‌های بصری در شب.
- برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی در اماکن تاریخی
- اجرای رویدادهای هنری، نمایش‌های سنتی و مراسم آیینی در بناهای تاریخی.
- آموزش راهنمایان گردشگری تخصصی در حوزه معماری بومی
- تربیت راهنمایان آگاه به معماری و تاریخ منطقه برای معرفی صحیح بناها.
- ایجاد مراکز پژوهشی و مطالعاتی در بناهای تاریخی
- راه‌اندازی مراکز تحقیقاتی برای بررسی و مستندسازی معماری سنتی منطقه.
- استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای معرفی بناهای تاریخی
- بهره‌گیری از اپلیکیشن‌های راهنما، واقعیت افزوده و مدل‌های سه‌بعدی برای آشنایی گردشگران با معماری تاریخی.

**تعادل بین حفظ اصالت فرهنگی و نیازهای گردشگری**

حفظ اصالت فرهنگی بناهای تاریخی در مواجهه با گردشگری انبوه یکی از چالش‌های اساسی در توسعه پایدار این صنعت است. در بسیاری از مناطق، ورود بی‌رویه گردشگران، تغییرات غیرمجاز در بافت تاریخی و تبدیل آثار ارزشمند به مراکز تجاری نامناسب، منجر به تخریب هویت فرهنگی شده است. برای ایجاد تعادل میان نیازهای گردشگری و حفاظت از اصالت بناها، لازم است استراتژی‌های مشخصی اتخاذ شود که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود.

- وضع قوانین سخت‌گیرانه برای تغییرات در بافت تاریخی
- محدود کردن ساخت‌وسازهای مدرن در اطراف آثار تاریخی برای جلوگیری از ناهماهنگی معماری.
- الزام به استفاده از مصالح بومی در نوسازی‌ها
- اجرای قوانین برای حفظ سبک معماری سنتی در ساخت و ترمیم بناها.
- مدیریت ظرفیت‌پذیری گردشگری در اماکن تاریخی
- تعیین سقف بازدید روزانه برای جلوگیری از فرسایش بناها و کاهش تأثیرات منفی حضور بیش‌ازحد گردشگران.
- تشویق کسب‌وکارهای محلی مرتبط با فرهنگ بومی
- حمایت از مشاغل سنتی مانند صنایع‌دستی، غذاهای محلی و معماری بومی برای ایجاد ارتباط فرهنگی میان گردشگران و جامعه میزبان.

- حفظ کاربری سنتی اماکن تاریخی در حد امکان
- جلوگیری از تغییر کاربری‌های نامناسب و تلاش برای نگه‌داشتن بناها در قالب‌های اصلی خود.
- آموزش و آگاهی‌بخشی به ساکنان و گردشگران
- اجرای برنامه‌های آموزشی درباره اهمیت حفظ بافت تاریخی و رعایت اصول بازدید مسئولانه.
- ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای هدایت جریان گردشگری
- ساخت مسیرهای مشخص برای بازدید از بناها به‌گونه‌ای که کمترین آسیب به آن‌ها وارد شود.
- نظارت مستمر بر فعالیت‌های گردشگری در بناهای تاریخی
- ایجاد کمیته‌های تخصصی برای پایش و ارزیابی اثرات گردشگری بر میراث فرهنگی.
- استفاده از فناوری برای حفاظت از بناهای تاریخی
- استفاده از ابزارهای دیجیتال برای نظارت بر تغییرات ساختاری بناها و جلوگیری از فرسایش.
- توسعه مدل‌های گردشگری مشارکتی
- ایجاد فرصت‌های مشارکت جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی.

**راهکارهای مدیریت مطلوب میراث ارزشمند معماری در صنعت گردشگری**

حفظ و مدیریت صحیح بناهای تاریخی نه‌تنها باعث جلوگیری از تخریب این آثار می‌شود، بلکه زمینه را برای استفاده بهینه از آن‌ها در صنعت گردشگری فراهم می‌آورد. در بسیاری از موارد، عدم وجود برنامه‌ریزی مناسب، کمبود بودجه و نبود هماهنگی میان نهادهای مسئول، باعث شده است که بناهای تاریخی با سرعت زیادی تخریب شوند. برای مدیریت کارآمد این میراث ارزشمند، نیاز به اجرای سیاست‌های مشخص و عملی وجود دارد.

- تخصیص بودجه کافی برای حفاظت از بناهای تاریخی
- ایجاد منابع مالی پایدار از طریق گردشگری، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و حمایت دولتی.
- توسعه همکاری بین نهادهای دولتی و خصوصی
- افزایش هماهنگی میان سازمان‌های میراث فرهنگی، شهرداری‌ها و سرمایه‌گذاران برای اجرای پروژه‌های حفاظتی.
- ایجاد بانک اطلاعاتی از بناهای تاریخی منطقه
- مستندسازی جامع از ویژگی‌های معماری و وضعیت حفاظتی بناها برای برنامه‌ریزی بهتر.
- بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای نظارت و نگهداری بناها
- استفاده از پهپادها، سنسورهای هوشمند و هوش مصنوعی برای بررسی وضعیت سازه‌ای آثار تاریخی.
- ایجاد مراکز تخصصی مرمت و نگهداری
- راه‌اندازی کارگاه‌های مرمت و آموزش نیروهای متخصص برای حفظ اصولی آثار تاریخی.
- افزایش مشارکت جوامع محلی در حفاظت از میراث فرهنگی
- تشویق ساکنان به همکاری در نگهداری و مرمت آثار تاریخی با ارائه مشوق‌های مالی و آموزشی.
- برنامه‌ریزی برای کاهش اثرات زیست‌محیطی گردشگری بر بناهای تاریخی
- اجرای سیاست‌های پایدار برای کاهش آلودگی، مدیریت پسماند و مصرف انرژی در اماکن تاریخی.
- ایجاد قوانین سخت‌گیرانه برای جلوگیری از تخریب و تغییر کاربری بناهای تاریخی
- اعمال جرایم سنگین برای تخریب‌کنندگان و متخلفان در حوزه میراث فرهنگی.
- توسعه گردشگری پایدار در مناطق تاریخی

- ایجاد مدل‌های گردشگری مبتنی بر حفاظت از میراث و مشارکت فعال جوامع محلی.
- برگزاری همایش‌ها و نشست‌های تخصصی برای معرفی چالش‌های مدیریت میراث فرهنگی
- افزایش آگاهی عمومی و تبادل تجربیات برای بهبود روش‌های حفاظت از آثار تاریخی.

**نقش معماری بناهای تاریخی در توسعه پایدار گردشگری**

معماری بناهای تاریخی در هر منطقه بازتابی از فرهنگ، سنت و پیشینه تمدنی آن سرزمین است. در منطقه زاینده‌رود، به ویژه در دو استان اصفهان و چهارمحال و بختیاری، آثار معماری باشکوهی همچون پل‌های تاریخی، کاروانسراها، مساجد و خانه‌های سنتی، هویت فرهنگی این منطقه را شکل داده‌اند. این بناها نه‌تنها جاذبه‌های گردشگری ارزشمندی محسوب می‌شوند، بلکه می‌توانند در توسعه پایدار گردشگری نیز نقش کلیدی ایفا کنند. توسعه پایدار گردشگری، به معنای ایجاد تعادل میان نیازهای گردشگران، حفظ منابع فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی است. در این راستا، معماری تاریخی منطقه زاینده‌رود می‌تواند با ایجاد جذابیت‌های ویژه، افزایش آگاهی فرهنگی و تقویت اقتصاد محلی، زمینه‌ساز گردشگری پایدار باشد. نقش معماری بناهای تاریخی در گردشگری منطقه زاینده رود شامل موارد زیر است.

**۱-حفظ هویت فرهنگی و ارتقای تجربه گردشگری**

بناهای تاریخی، به‌عنوان میراثی زنده، روح و هویت یک منطقه را تجسم می‌بخشند. با حفظ و مرمت این بناها، امکان تجربه‌ای اصیل برای گردشگران فراهم می‌شود که به درک بهتر آن‌ها از فرهنگ بومی کمک می‌کند. تجربه حضور در یک فضای تاریخی، تأثیری عمیق‌تر از بازدید صرف از یک مکان گردشگری مدرن دارد.

**۲- ایجاد جذابیت‌های بصری و هنری برای گردشگران**

معماری سنتی منطقه زاینده‌رود، با الگوهای خاص هندسی، کاشی‌کاری‌های ظریف، مقرنس‌کاری و استفاده از مصالح بومی مانند خشت و آجر، زیبایی منحصربه‌فردی را به نمایش می‌گذارد. این ویژگی‌ها، جاذبه‌ای قوی برای گردشگران داخلی و خارجی ایجاد کرده و ارزش هنری و فرهنگی این بناها را دوچندان می‌کند.

**۳- افزایش ظرفیت‌های اقتصادی و ایجاد اشتغال پایدار**

بازسازی و احیای بناهای تاریخی به‌عنوان اقامتگاه‌های بوم‌گردی، موزه‌ها، گالری‌های هنری یا مراکز فرهنگی، می‌تواند فرصت‌های شغلی زیادی را برای ساکنان محلی ایجاد کند. همچنین، ورود گردشگران به این مناطق موجب رونق بازارهای سنتی، صنایع‌دستی و غذاهای محلی خواهد شد.

**۴- بهره‌گیری از معماری پایدار در مرمت و بازسازی**

یکی از ویژگی‌های برجسته معماری سنتی، تطابق آن با شرایط اقلیمی منطقه است. بهره‌گیری از تکنیک‌های سنتی، مانند بادگیرها، حیاط‌های مرکزی و مصالح بومی، در مرمت این بناها باعث کاهش مصرف انرژی و افزایش پایداری زیست‌محیطی آن‌ها می‌شود. این امر، نقش معماری تاریخی را در توسعه گردشگری پایدار تقویت می‌کند.

**۵- توسعه مسیرهای گردشگری فرهنگی و تاریخی**

ایجاد مسیرهای گردشگری که از بناهای تاریخی مهم عبور کنند، می‌تواند باعث افزایش ماندگاری گردشگران در منطقه شود. به‌عنوان‌مثال، طراحی مسیرهای ویژه بازدید از پل‌های تاریخی زاینده‌رود، کاروانسراهای مسیر اصفهان به چهارمحال و بختیاری و خانه‌های تاریخی، می‌تواند تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران رقم بزند.

**۶-تقویت تعامل میان گردشگران و جامعه محلی**

معماری بناهای تاریخی می‌تواند به‌عنوان پل ارتباطی میان گردشگران و مردم محلی عمل کند. از طریق فعالیت‌هایی مانند کارگاه‌های آموزشی، نمایشگاه‌های فرهنگی و اقامت در خانه‌های سنتی، ارتباط عمیق‌تری میان گردشگران و جوامع محلی ایجاد می‌شود که به تبادل فرهنگی و درک متقابل کمک می‌کند.

**۷-کاهش اثرات منفی گردشگری بر محیط‌زیست**

معماری پایدار تاریخی منطقه زاینده‌رود، نمونه‌ای موفق از هماهنگی با طبیعت است. در صورت مدیریت صحیح گردشگری، استفاده از بناهای تاریخی به‌عنوان مراکز اقامتی یا فرهنگی می‌تواند از نیاز به ساخت‌وسازهای جدید بکاهد و درنتیجه، اثرات منفی بر محیط‌زیست را کاهش دهد.

**۸- احیای معماری سنتی در پروژه‌های جدید گردشگری**

یکی از راه‌های توسعه پایدار گردشگری، تلفیق سبک‌های معماری سنتی با ساخت‌وسازهای جدید است. استفاده از عناصر معماری بومی در طراحی هتل‌ها، رستوران‌ها و مراکز فرهنگی جدید، می‌تواند باعث حفظ هویت تاریخی منطقه و جلوگیری از ناهماهنگی‌های بصری شود.

**۹-ترویج آموزش و پژوهش در زمینه معماری تاریخی**

دانشجویان و پژوهشگران معماری می‌توانند از بناهای تاریخی منطقه زاینده‌رود به‌عنوان نمونه‌های مطالعاتی استفاده کنند. ایجاد دوره‌های آموزشی و پژوهشی درباره مرمت و حفاظت از این بناها، به افزایش آگاهی و مشارکت عمومی در حفاظت از میراث فرهنگی کمک خواهد کرد.

**۱۰- ایجاد سیاست‌های حمایتی و نظارتی برای حفاظت از بناهای تاریخی**

حفاظت از معماری تاریخی بدون وجود قوانین و نظارت‌های دقیق امکان‌پذیر نیست. دولت و نهادهای محلی می‌توانند با وضع قوانین سخت‌گیرانه برای جلوگیری از تخریب یا تغییر کاربری نادرست این بناها، نقش مؤثری در توسعه پایدار گردشگری ایفا کنند. همچنین، حمایت مالی و تخصیص بودجه برای پروژه‌های مرمتی، از الزامات حفظ این آثار ارزشمند است.

در مجموع معماری بناهای تاریخی در منطقه زاینده‌رود، فراتر از یک عنصر زیبایی‌شناختی، دارای نقش کلیدی در توسعه پایدار گردشگری است. این بناها می‌توانند از طریق ایجاد تجربه‌های فرهنگی غنی، تقویت اقتصاد محلی، کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی و ترویج تعاملات فرهنگی، به یکی از محورهای اصلی گردشگری پایدار در منطقه تبدیل شوند. بااین‌حال، تحقق این هدف نیازمند مدیریت اصولی، مرمت علمی، برنامه‌ریزی استراتژیک و مشارکت فعال جامعه محلی و نهادهای مرتبط است. تنها از این طریق می‌توان این میراث ارزشمند را حفظ کرده و از آن به‌عنوان ابزاری برای توسعه پایدار گردشگری بهره برد.

**راهکارهای نقش‌آفرینی و بهره‌برداری از معماری در صنعت گردشگری منطقه زاینده‌رود**

معماری تاریخی یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های فرهنگی و گردشگری منطقه زاینده‌رود محسوب می‌شود. پل‌های تاریخی، کاروانسراها، خانه‌های سنتی و سایر بناهای ارزشمند این منطقه، نه‌تنها هویت فرهنگی را به نمایش می‌گذارند، بلکه پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارند. بااین‌حال، استفاده مؤثر از این ظرفیت نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و اجرای راهکارهای عملیاتی است. در ادامه، راهکارهایی کاربردی و قابل اجرا برای بهره‌برداری از معماری در صنعت گردشگری منطقه زاینده‌رود ارائه می‌شود.

**۱-تبدیل بناهای تاریخی به اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هتل‌های سنتی**

چگونگی اجرا:

احیای خانه‌های تاریخی و کاروانسراها و تبدیل آن‌ها به اقامتگاه‌های سنتی با رعایت اصول مرمتی و استانداردهای گردشگری.

ارائه مجوزهای خاص به سرمایه‌گذاران بومی برای مرمت و بهره‌برداری از این بناها.

حمایت دولتی از بازسازی بناهای قدیمی از طریق وام‌های کم‌بهره و مشوق‌های مالیاتی.

معرفی این اقامتگاه‌ها در پلتفرم‌های بین‌المللی مانند Booking و Airbnb برای جذب گردشگران خارجی.

**۲- توسعه مسیرهای گردشگری معماری تاریخی**

چگونگی اجرا:

طراحی تورهای تخصصی بازدید از بناهای تاریخی با راهنمایان متخصص در معماری و تاریخ منطقه.

ایجاد مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری میان پل‌های تاریخی، بازارهای قدیمی و اماکن مذهبی برای تجربه‌ای عمیق‌تر.

نصب تابلوهای راهنمای دیجیتالی و کدهای QR در بناهای تاریخی برای ارائه اطلاعات به گردشگران.

همکاری با آژانس‌های گردشگری برای طراحی بسته‌های ویژه تورهای معماری.

**۳-احیای بازارهای تاریخی و گذرهای فرهنگی**

چگونگی اجرا:

بازسازی بازارهای قدیمی و تخصیص فضاهای آن‌ها برای فروش صنایع‌دستی و محصولات بومی.

اجرای برنامه‌های فرهنگی مانند نمایش‌های خیابانی، موسیقی سنتی و کارگاه‌های هنری در این بازارها.

ایجاد مسیرهای ویژه پیاده‌روی برای خرید و بازدید از این گذرهای فرهنگی.

تخصیص بخشی از درآمد حاصل از این بازارها برای مرمت مستمر بناهای تاریخی.

**۴- نورپردازی و زیباسازی بناهای تاریخی برای گردشگری شبانه**

چگونگی اجرا:

طراحی و نصب سیستم‌های نورپردازی هنری بر روی پل‌های تاریخی مانند سی‌وسه‌پل و پل خواجو.

استفاده از تکنولوژی‌های نورپردازی کم‌مصرف و هوشمند برای کاهش تأثیرات زیست‌محیطی.

برگزاری رویدادهای ویژه در شب مانند شب‌های فرهنگی، جشنواره‌های نور و موسیقی در کنار این بناها.

**۵- استفاده از فناوری‌های دیجیتال در معرفی معماری تاریخی**

چگونگی اجرا:

توسعه اپلیکیشن‌های راهنمای گردشگری که اطلاعات معماری، تصاویر سه‌بعدی و تورهای مجازی را ارائه دهند.

بهره‌گیری از فناوری واقعیت افزوده (AR) برای نمایش جزئیات معماری و تاریخچه بناها به گردشگران.

ایجاد تورهای مجازی ۳۶۰ درجه از بناهای تاریخی و انتشار آن‌ها در سایت‌های گردشگری و شبکه‌های اجتماعی.

**۶-راه‌اندازی جشنواره‌های معماری و فرهنگی در اماکن تاریخی**

چگونگی اجرا:

برگزاری جشنواره‌های معماری سنتی، هنرهای بومی و صنایع‌دستی در فضاهای تاریخی مانند میدان نقش‌جهان.

دعوت از معماران و پژوهشگران داخلی و خارجی برای ارائه مقالات و پژوهش‌های مرتبط با معماری منطقه.

تشویق هنرمندان به خلق آثار هنری الهام‌گرفته از معماری تاریخی منطقه و برپایی نمایشگاه‌های مرتبط.

**۷- آموزش و تربیت راهنمایان تخصصی در حوزه معماری تاریخی**

چگونگی اجرا:

راه‌اندازی دوره‌های آموزشی ویژه راهنمایان گردشگری با تمرکز بر معماری بومی و تاریخ منطقه.

ارائه گواهینامه‌های تخصصی به راهنمایانی که در زمینه معرفی معماری تاریخی آموزش‌دیده‌اند.

ایجاد همکاری میان دانشگاه‌های معماری و مؤسسات گردشگری برای تربیت نیروی متخصص.

**۸-حمایت از کسب‌وکارهای محلی مرتبط با معماری سنتی**

چگونگی اجرا:

تشویق استادکاران محلی به تولید مصالح و تزئینات معماری سنتی و استفاده از آن‌ها در بازسازی‌ها.

ارائه تسهیلات مالی به کسب‌وکارهایی که در بازآفرینی بناهای تاریخی فعالیت می‌کنند.
برگزاری نمایشگاه‌های زنده از هنرهای معماری مانند کاشی‌کاری، گچ‌بری و مقرنس‌کاری در اماکن تاریخی.

**۹- مدیریت ظرفیت‌پذیری گردشگری برای جلوگیری از آسیب به بناها**

چگونگی اجرا:
تعیین سقف بازدید روزانه برای بناهای تاریخی آسیب‌پذیر مانند سی‌وسه‌پل.
ایجاد مسیرهای مشخص برای بازدیدکنندگان به‌منظور کاهش فرسایش فیزیکی بناها.
اجرای سیستم‌های رزرو آنلاین برای مدیریت تعداد بازدیدکنندگان.
افزایش نظارت و برخورد با رفتارهای نادرست گردشگران که به بناها آسیب می‌زند.

**۱۰- ایجاد مراکز پژوهشی و مرمت بناهای تاریخی**

چگونگی اجرا:
تأسیس مراکز تحقیقاتی در زمینه معماری سنتی و تاریخ زاینده‌رود.
جذب همکاری دانشگاه‌ها و مراکز علمی برای مطالعه شیوه‌های مدرن حفاظت از بناهای تاریخی.
اختصاص بودجه برای پژوهش در حوزه بهینه‌سازی مصالح و روش‌های مرمت پایدار.

در مجموع برای بهره‌برداری صحیح از معماری تاریخی در صنعت گردشگری منطقه زاینده‌رود، نیاز به اجرای راهکارهای عملی و پایدار وجود دارد. این راهکارها باید ضمن حفظ اصالت و هویت بناهای تاریخی، تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران ایجاد کنند و در عین حال، موجب رونق اقتصادی و اشتغال‌زایی در منطقه شوند. اجرای این پیشنهادات مستلزم همکاری بین نهادهای دولتی، بخش خصوصی و جوامع محلی است تا بتوان معماری تاریخی را به‌عنوان یک سرمایه ارزشمند برای توسعه گردشگری پایدار به کار گرفت.

**جدول۳: راهکارهای نقش‌آفرینی و بهره‌برداری از معماری در صنعت گردشگری منطقه زاینده‌رود**

| ردیف | راهکار |
|---|---|
| ۱ | تبدیل بناهای تاریخی به اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هتل‌های سنتی |
| ۲ | توسعه مسیرهای گردشگری معماری تاریخی |
| ۳ | نورپردازی و زیباسازی بناهای تاریخی برای گردشگری شبانه |
| ۴ | استفاده از فناوری‌های دیجیتال در معرفی معماری تاریخی |
| ۵ | راه‌اندازی جشنواره‌های معماری و فرهنگی در اماکن تاریخی |
| ۶ | آموزش و تربیت راهنمایان تخصصی در حوزه معماری تاریخی |
| ۷ | حمایت از کسب‌وکارهای محلی مرتبط با معماری سنتی |
| ۸ | مدیریت ظرفیت‌پذیری گردشگری برای جلوگیری از آسیب به بناها |
| ۹ | ایجاد مراکز پژوهشی و مرمت بناهای تاریخی |
| ۱۰ | احیای بازارهای تاریخی و گذرهای فرهنگی |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

معماری بناهای تاریخی منطقه زاینده‌رود نه‌تنها بازتابی از فرهنگ، هنر و تاریخ این منطقه است، بلکه یکی از مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران داخلی و خارجی محسوب می‌شود. پل‌های تاریخی، مساجد، بازارهای سنتی، کاروانسراها و خانه‌های قدیمی، نمونه‌هایی ارزشمند از معماری ایرانی هستند که با طراحی هوشمندانه خود، علاوه بر زیبایی، کارکردهای اجتماعی، فرهنگی و اقلیمی داشته‌اند.

این آثار تاریخی، با ایجاد تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران، به توسعه گردشگری فرهنگی کمک کرده و موجب رونق اقتصادی منطقه می‌شوند. از سوی دیگر، معماری سنتی منطقه زاینده‌رود، با در نظر گرفتن اصول پایداری، بهره‌گیری از مصالح بومی و هماهنگی با شرایط اقلیمی، الگوی مناسبی برای توسعه گردشگری پایدار ارائه می‌دهد.

بااین‌حال، چالش‌هایی مانند فرسودگی بناهای تاریخی، عدم رسیدگی مناسب، توسعه نامتوازن شهرنشینی و گردشگری ناپایدار، این میراث ارزشمند را در معرض خطر قرار داده است. برای حفظ و بهره‌برداری بهینه از این بناها در صنعت گردشگری، ضروری است که تعادلی میان حفاظت از هویت تاریخی و پاسخگویی به نیازهای گردشگران برقرار شود. استفاده از فناوری‌های نوین، توسعه اقامتگاه‌های سنتی، طراحی مسیرهای گردشگری معماری، و مدیریت ظرفیت‌پذیری گردشگران، از جمله راهکارهایی است که می‌تواند به حفظ این آثار و رونق صنعت گردشگری منطقه کمک کند. معماری تاریخی زاینده‌رود نه‌تنها به‌عنوان یک جاذبه گردشگری، بلکه به‌عنوان بستری برای تعامل فرهنگی، آموزشی و اقتصادی، نقشی کلیدی در توسعه پایدار این منطقه دارد. اگر این ظرفیت‌ها به‌درستی مدیریت شوند، می‌توان از معماری تاریخی زاینده‌رود به‌عنوان عاملی مؤثر در افزایش جذب گردشگر، بهبود کیفیت تجربه گردشگری و حفاظت از هویت فرهنگی بهره برد.

### پیشنهادات اصلی پژوهش

**توسعه اقامتگاه‌های سنتی و هتل‌های بوتیک در بناهای تاریخی؛** تبدیل خانه‌های قدیمی، کاروانسراها و سایر بناهای تاریخی به اقامتگاه‌های سنتی و هتل‌های بوتیک می‌تواند جذابیت زیادی برای گردشگران داخلی و خارجی ایجاد کند. این کار نه‌تنها موجب احیای بناهای تاریخی و حفظ اصالت معماری آن‌ها می‌شود، بلکه زمینه اشتغال‌زایی و توسعه پایدار گردشگری را نیز فراهم می‌کند.

**ایجاد مسیرهای گردشگری معماری و بازدیدهای تخصصی؛** طراحی مسیرهای ویژه برای بازدید از پل‌های تاریخی، مساجد، بازارهای قدیمی و خانه‌های سنتی، همراه با راهنماهای متخصص در زمینه معماری، می‌تواند تجربه‌ای متفاوت برای گردشگران رقم بزند. همچنین، اجرای برنامه‌های فرهنگی در این مسیرها، مانند موسیقی سنتی و نمایشگاه‌های هنری، می‌تواند جذابیت بیشتری به این تورها اضافه کند.

## منابع و ماخذ


۱. فرجی راد، عبدالرضا؛ افتخاریان، بهنام.(۱۳۹۱). بررسی نقش معماری در صنعت گردشگری (مطالعه موردی: معماری ایران). جغرافیایی فضای گردشگری.۱(۳)، ۴۹-۶۷.

2. Chaudhary, M., & Islam, N. U. (2023). Tourism 4.0 and Evolving Architecture of Tourism-A Perspective. JOHAR, 18(2), 95.
3. Chen, Z. (2021). Application of environmental ecological strategy in smart city space architecture planning. Environmental Technology & Innovation, 23, 101684.
4. Ginting, N. (2022). Study of Architecture Aspect of Creative Economy in Sustainable Tourism at Simanindo. International Journal of Architecture and Urbanism, 6(2), 167-177.
5. Kreuzberger, D., Kühl, N., & Hirschl, S. (2023). Machine learning operations (mlops): Overview, definition, and architecture. IEEE access, 11, 31866-31879.

6. Misra, M. (2022). Traditional architecture in Iran. International Journal of Environmental Studies, 79(2), 181-186.
7. Mulia, A., Ardyansyah, W. P., Lestari, T. P., Fahrurrozi, M. N. P., Nugroho, F. A., & Rizqiyah, F. (2024, May). Metaphorical Architecture of Tanean Lanjhang as a programming concept for Indonesia Islamic Science Park (IISP)–Madura, towards Sustainable Urban Tourism. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 1351, No. 1, p. 012005). IOP Publishing.
8. Nasir, O., & Kamal, M. A. (2021). Vernacular architecture as a design paradigm for sustainability and identity: The case of Ladakh, India. American Journal of Civil Engineering and Architecture, 9(6), 219-231.
9. Yadav, S., Hanjabam, D., & Verma, A. (2023). Role of Indian Temple Architecture in Tourism Development. In Prospects and Challenges of Global Pilgrimage Tourism and Hospitality (pp. 119-128). IGI Global.

# "توسعه زاینده رود مبتنی بر گردشگری خلاق"

**ریحانه بهرامیان** ، دانشجوی گرشگری ،دانشگاه اصفهان

## چکیده:

توسعه ی پایدار عنصر سازمان دهنده‌ای می باشد که موجب پایداری منابع تجدیدناپذیر می‌شود، منابعی که برای نسل آینده بر روی کره زمین ضروری است. توسعه ی پایدار را می توان یک فرایندی دانست که آینده‌ای مطلوب را برای جوامع بشری تصور میکند که در آن شرایط زندگی

و استفاده از منابع، بدون آسیب رساندن به یکپارچگی، زیبایی و ثبات نظام‌های حیاتی، نیازهای انسان را برطرف می‌سازد. گردشگری پایدار همچنین گردشگری ای میباشد که با به گردن گرفتن مسئولیت کامل تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی کنونی و آینده، نیاز گردشگران، پیشه ها، محیط زیست و جامعه ی میزبان را برآورده می کند. گردشگری خلاق هم شکل گسترده ای از گردشگری فرهنگی بوده و به توسعه و بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در مقاصد گردشگری کمک میکند. توسعه گردشگری خلاق اجتماعی، فرهنگی اصفهان خصوصاً برای محور زاینده رود، با توجه به خشکسالیهای پیاپی وکاهش جمعیت گردشگران، بسیار ضروری است.در این پژوهش که پژوهشی بنیادی می باشد هدف این است که  توسعه زاینده رود را مبتنی بر گردشگری خلاق پیگیری و تجزیه و تحلیل کنیم.

**واژگان کلیدی:**

۱.گردشگری پایدار: گردشگری پایدار شامل محافظت از منابعی است که به منظور فعالیت های گردشگری بر روی آنها سرمایه گذاری می شود. افراد در جوامع محلی کسب و کارهای خود را با توجه به آن تنظیم می کنند و مسئولیت ترویج حفاظت از محیط زیست را به عهده می گیرند تا داشته هایشان را حفظ نمایند.{۱- مهاجرت و گردشگری- ۱۴۰۳}

۲.گردشگری خلاق: شکل گسترده ای از گردشگری فرهنگی بوده که به توسعه و بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در مقاصد گردشگری کمک میکند.{۲- حسن زاده- محمدی- ۱۴۰۲- }

۳.زاینده رود: رودخانه زاینده رود یکی از مهم‌ترین رودخانه‌های ایران است که از استان‌ها و شهرهای مختلفی می‌گذرد و شهر اصفهان را به دو نیمه شمالی و جنوبی تقسیم می‌کند{۳-۱۴۰۰}

۴.توسعه پایدار: توسعه ای که نیاز فعلی را بدون خدشه وارد کردن به توانایی های نسل های آتی در تأمین نیازهایشان، تأمین کند و به فرصت هایی که برای روشن کردن دوره جدیدی از تحول در جهت تغییر اساسی جهانی دلالت داشته باشد.{۴- کمیسیون برنتلند- ۱۹۸۷}

**مقدمه:**

توسعه ی پایدار توسعه ای است که نیاز فعلی را بدون خدشه وارد کردن به توانایی های نسل های اینده در تأمین نیازهایشان، تأمین کند. وهمچنین عنصر سازمان دهنده‌ای می باشد که موجب پایداری منابع تجدیدناپذیر می‌شود، منابعی که برای نسل آینده بر روی کره زمین ضروری است. توسعه ی پایدار را می توان یک فرایندی دانست که آینده‌ای مطلوب را برای جوامع بشری تصور میکند که در آن شرایط زندگی و استفاده از منابع، بدون آسیب رساندن به یکپارچگی، زیبایی و ثبات نظام‌های حیاتی، نیازهای انسان را برطرف می‌سازد. گردشگری پایدار همچنین گردشگری ای میباشد که با قبول کردن مسئولیت کامل تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی کنونی و آینده، نیاز گردشگران، پیشه ها، محیط زیست و جامعه ی میزبان را برآورده می کند.{۵- احیائی-۱۳۹۵-}

گردشگری خلاق در ابتدا به عنوان یک گردشگری دنج مطرح شد که عبارت بود از نوعی گردشگری که به گردشگران این امکان را میدهد تا پتانسیل خلاقانه خود را توسعه بخشند. با توسعه گردشگری خلاق، قلمرو و تنوع گردشگری تحت پوشش آن، گسترش مییابد، به طوریکه اخیراً این مفهوم به کلیه فعالیتهای خلاقانه دانشبنیانی اطلاق میگردد که محصولات فرهنگی، مفاهیم اخلاق و تجربیات ناملموس و معنادار تولید می کند. با وجود اینکه گردشگری خلاق دارای پتانسیل بالایی برای خلق ارزش میباشد، اما تحقیقات مدیریتی کمی در این زمینه صورت گرفته است.

امروزه خلاقیت به عنوان عاملی مهم در اقتصاد دانشبنیان مطرح است و از رشد اقتصادی و ایجاد شغل، حمایت میکند.گردشگران در زمان حال نیز به جای اینکه تنها توسط صنعت گردشگری، مورد خدمت قرار گیرند، به دنبال تجربیات تعاملی و ارضاکننده میباشند. مفهوم گردشگری خلاق، در طی چندین سال، در بسیاری از کشورها توسعه یافته است وبالطبع تعاریف متعددی نیز در مورد آن ایجاد شده است گردشگری خلاق درابتدا به عنوان یک گردشگری دنج زیرمجموعه گردشگری فرهنگی معرفی گردید که طبق آن گردشگرخلاق در ساخت مشارکتی به صورت فعال دخیل است و در شکلگیری تجربیات خود، مشارکت مینماید.

تجربیات گردشگری خلاق از نقطه نظر منابع خلاقیت نسبت به منابع ملموس پایدارتر بوده و به علاوه، خلاقیت به تأمین کنندگان این اجازه را میدهد تا محصولات خود را نسبتاً سریع، نوآوری نمایند. در بازار رقابتی گردشگری، باید بیشتر موئلفه های تجربه محور به محصولات اضافه شود تا تمایز سازی انجام شود. سازمان همکاری اقتصادی و توسعه،سرعت بالای رشد صنایع خلاق در بسیاری از کشور هارا عامل توجه سیاست گذاران نسبت به صنایع خلاق دانسته است. در برخی کشور ها سهم صنایع خلاق در GDP، شگفت انگیز است به عنوان مثال در کشور اتریش این سهم در سال ۲۰۱۰ برابر ۱۰/۴ بوده است. قابلیت صنایع خلاق در مواجهه با بحران اقتصادی هم قابل بحث است چرا که ارزش افزوده خالص صنایع خلاق ۱۵/۸ درصد از سال ۲۰۰۸ رشد نموده است و این در حالی است که برای کل اقتصاد ۵/۴ بوده است. از بعد ایجاد اشتغال هم این صنایع قابل توجه اند، برای مثال رشد خلاق در بخش های خلاق استرالیا پیش بینی شده بود که شامل ۱۳٪ در هنر های خلاق و ۹٪ در رسانه میباشد. علاوه بر این توسعه محصولات گردشگری خلاق معمولا یا عرضه محور بوده و یا تقاضا محور،که فقدان دیدگاهی جامع و کامل در این زمینه کاملا مشخص و مشهود می باشد. {۶-محمدی-باباخانی فرد-محرر-۱۳۹۵}

مناظر فرهنگی مقصد از جمله جشنواره ها،موزه ها و میراث های فرهنگی میتوانند به گونه ای ایجاد شوند که نقش تعاملی بهتر و جذابتری را بین جامعه محلی و گردشگران ایجاد کنند. در کشور ما ایران با تمدن چند هزار ساله و غنی بودن در بخش های ادبیات،موسیقی،معماری و هنر،اشپزی،صنایع دستی و نقاشی ظروف و کاشی در شهر های مختلف میتوان گردشگری خلاق را در انجا توسعه داد.

شهر تاریخی اصفهان به عنوان قلب تپنده فرهنگ و تاریخ و معماری ایران سرمایه های ارزشمندی در کشور و جهان دارد.

این شهر به دلیل داشتن سبک معماری اصفهانی،غذا و خوراکی های سنتی و محلی،مکتب موسیقی و از همه مهم تر به خاطر شهر خلاق صنایع دستی ثبت شده در یونسکو، قابلیت های خوبی در توسعه گردشگری خلاق را دارا است. همچنین محور رودخانه زاینده رود با پیشینه معماری و تاریخی و جاذبه های جغرافیایی منحصر به فرد ، نقش موثری در گردشگری شهری داردو همچنین قابلیت خاصی در گردشگری خلاق را دارا است.{۷-محقق-تقوایی-صادقی-۱۴۰۲}

بخش عظیمی از اعتبار علمی،سیاسی،فرهنگی و تاریخی اصفهان مدیون زاینده رود و تداوم جریان و توزیع ان در سطح شهر اصفهان می باشد. همچنین جاذبه های تاریخی و فرهنگی و معماری محور زاینده رود نقش مهمی در وضعیت اقتصادی و فرهنگی و گردشگری

و محیطی دارد. بر  روی این رود ۱۲ پل وجود دارد که ۵ پل علاوه بر متصل کردن دو طرف رود، جزء جاذبه های تاریخی و گردشگری به حساب می ایند و از جذابیت خاصی برخوردار هستند. در همجواری این محور فضاهای خاصی وجود دارند که موقعیت مناسبی برای توسعه گردشگری خلاق را به وجود اورده است.{۸-محقق-تقوایی-صادقی-۱۴۰۱}

ولی  متاسفانه این رودخانه در حال حاظر به دلایل مختلفی در بیشتر مواقع از سال خشک می باشد ک برخی از این دلایل عبارتند از:

1. کشاورزانی که حق ابه هایشان را تحویل نمیدهند و استفاده بی رویه از اب رود را دارند.
2. کاهش بارش باران در سال های اخیر
3. افت اب های زیر زمینی و تاثیر ان بر خشکی رودخانه  {۹-تالاب-۱۴۰۳}

## پیشینه تحقیق :

گاتو در "ارتباطات بازاریابی و گردشگری خلاق ۲۰۲۲ " به این نتیجه رسید که مسئولان مدیریت مقصد محلی باید فرهنگ را به همراه یادگیری و اموزش برای تقویت قابلیت های ارتباطی و بازاریابی با مقصد فعالیت های خلاقانه محلی هماهنگ و اولویت بندی کنند و ارزشی برای به وجود امدن خلاقیت بیشتر ایجاد کنند. و همچنین در ان مقصد باید گردشگران هم حضور فعال و مفیدی داشته باشند.

همچنین ازدمیر در"  گردشگری خلاق به عنوان ابتکار پایدار یک مقصد ساحلی ۲۰۲۲ "  می گوید تجربیات خلاقانه در مقصد عبارتند از : نوشیدنی خانگی،چیدن قارچ و میوه های مختلف ، کشت های کشاورزی،قالی بافی،پشم ریسی و جشنواره. همچنین گردشگری خلاقانه باعث پایداری فرهنگ اصیل و توسعه اقتصادی جامعه محلی میشود.

لی در " گردشگری خلاق و فضاهای خلاق در چین ۲۰۲۱" یافته هایش نه تنها ارتباطات عملی بین هشت منبع خلاق و تجربیات را نشان میدهد بلکه تفاوت های بین سه عنصر مشارکت ، تجربه زندگی محلی و کسب دانش را گویا می باشد.

حجتی در " سنجش مولفه ها و پیامد های برند شهر خلاق خوراک در رشت ۱۴۰۰" نتیجه میگیرد که تقویت محور های گردشگری خوراک، ایجاد پهنه فرهنگی تفریحی با تاکید بر گردشگری خوراک، و ارائه استاندارد خوراکی های محلی از جمله شاخص ترین راهبردهایی اند که برای گردشگری خلاق و خوراک میشود به کار برد.

همچنین رمضانپور در" با زنده سازی محور اب انبار نو ساری با رویکرد گردشگری خلاق ۱۳۹۹ "می گوید این رویکرد موجب ایجاد گذری با کیفیت بالا در محیط شهری میشود که فارغ از ازدحام خیابان های اطراف، محیطی برای جذف فعالیت های فرهنگی و هنری برای گذران اوقات فراغت گردشگران و شهروردان میشود.

محقق و تقوایی و صادقی  در" تبیین نقش ویژگی های جمعیتی-اجتماعی محله بر میزان تاب اوری اجتماعی ۱۴۰۱ " نتیجه گرفتند که گردشگری خلاق و صنایع ان ، شهر را ملزم به توسعه طیف وسیعی از مهارت ها میکند که موجب توسعه گردشگری میشود و همچنین تجدید نظر گردشگری فرهنگی به شیوه هایی جدید و جذاب ابتکار می گردد.

بنابر گفته های پیشین و نتیجه گیری های محققانی که در قسمت قبل اورده شد میتوانیم بگوییم که گردشگری خلاق یک نیازی ضروری برای محور زاینده رود است که باعث توسعه ان از نظر گردشگری در مباحث اقتصادی،اجتماعی و فرهنگی میشود.

این صنعت در حال حاضر نیاز به تحقیق های بیشتر و بها دادن بیشتری دارد تا بتواند به رشد و نتیجه دلخواه برسد که هم تعاملی مفید بین گردشگران و جامعه محلی شود و هم به تقویت ، گسترش و رشد فرهنگ و اقتصاد کمک کند.

## روش تحقیق:

در این تحقیق از روش توصیفی_تحلیلی_پیمایشی استفاده شده است. اطلاعات مورد نیاز از روش اسنادی و کتابخانه ای گرداوری شده اند. روش نمونه گیری تصادفی بوده است و از ابزار پرسش نامه استفاده شده است که این پرسشنامه توسط گردشگران و شهروندان پر شده است. {۱}

**نمونه پرسشنامه {۱}**

| نام و نام خانوادگی: | تحصیلات: | شغل: |
|---|---|---|

| پرسش | پاسخ |
|---|---|
| ایا به تعامل با افراد دیگر و جامعه محلی و مشارکت در فعالیت هایی مثل پخت غذای سنتی مشتاق هستید؟ | |
| کدام منطقه از این محور بیشتر شمارا جذب می کند و به ان علاقه دارید؟ | |
| ایا به یادگیری و تجربه فرهنگ و اداب و رسوم جدید علاقه مندید؟ | |
| از نظر شما سیاست های دولت برای توسعه گرشگری محور زاینده رود کارامد بوده است؟ | |
| پرسش | پاسخ |
| از نظر شما محور زاینده رود چه قابلیت هایی دارد؟ | |
| اگر گردشگری خلاق و مشارکتی ایجاد شود شما شرکت خواهید کرد؟ | |
| در اوقات فراغت خود چه فعالیت هایی انجام می دهید؟ | |

## نتیجه گیری:

گفته شد که گردشگری پایدار گردشگری ای است که با در نظر گرفتن تاثیرات اجتماعی،اقتصادی،فرهنگی نیاز گردشگر و محیط و جامعه را براورده میکند. گردشگری خلاق هم نوعی گردشگری می باشد که گردشگران در ان استعداد و خلاقیت خود را توسعه میدهند و این گردشگری محصولات فرهنگی و مفاهیم و تجربیات ناملموسی را تولید میکند و ارائه می دهد. در محور زاینده رود، که دارای موقعیت ها و پتانسیل های فرهنگی، معماری، تاریخی و اجتماعی می باشد ؛ این نوع گردشگری یعنی گردشگری خلاق می تواند با مشارکت جامعه محلی و گردشگران رونق بیابد و گردشگران در کارهایی مثل قالی بافی،نقاشی ظروف و کاشی و مخصوصا پخت غذا های سنتی مشارکت داشته باشند. این نوع گردشگری باعث توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان میشود و همچنین گردشگران میتوانند اوقات فراغت خود را به انجام چنین کارهای مفیدی بگذرانند و تجربیات جدید و جذابی را کسب کنند و با فرهنگ و اداب رسوم محتلف اشنا شوند.

این فعالیت ها که همان گردشگری خلاق به حساب می ایند ، قطعا موجب توسعه محور گردشگری زاینده رود میشود که با برنامه ریزی درست این توسعه میتواند اثرات بسیار مثبتی را به همراه خود داشته باشد. اگر گردشگری شبانه ر ا هم در این محور تقویت کرد و ان را با گردشگری خلاق،تلفیق دهیم قطعا رونق گردشگری و توسعه و پیشرفت ان در این منطقه روز به روز بیشتر و بیشتر خواهد بود که البته باز هم لازم به ذکر است که این مراحل نیاز به برنامه ریزی کارامد دارد تا اثرات منفی فرهنگی، زیست محیطی و اقتصادی را کاهش دهد.

**منابع:**


۱- مهاجرت و گردشگری-خرداد۱۴۰۳- گردشگری پایدار چیست- charbzaban.com –
۲- حسن زاده محمد-محمدی چنور-تابستان۱۴۰۲-تبیین وضعیت گردشگری خلاق و تاثیر ان بر توسعه اقتصادی، شهر پاوه-فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری-شماره ۴۷-ص۱۰
۳- کجارو-شهریور ۱۴۰۰- زاینده رود- kogaro.com
۴- احیائی – محمد- ۱۳۹۵- نقش گردشگری در توسعه پایدار-کارگاه گردشگری پایدار- ص,۳
۵- احیائی – محمد- ۱۳۹۵- نقش گردشگری در توسعه پایدار-کارگاه گردشگری پایدار-ص ۷
۶- محمدی علی-محرر معصومه-بابا خانی فرد محمد صادق-۱۳۹۵- ارائه چارچوبی برای ارزیابی محصولات گردشگری خلاق با استفاده از کارت امتیازی متوازن-ص۲۶’۲۵’۲۳
۷- محقق فائزه-تقوایی مسعود- صادقی نگین-بهار۱۴۰۲-تبیین موئلفه های اجتماعی و فرهنگی موثر برگردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران-فصلنامه مطالعات اجتماعی و گردشگری-شماره۲۱-ص۷۱’۶۹

8- محقق فائزه-تقوایی مسعود- صادقی نگین-۱۴۰۱-تبیین نقش ویژگی های جمعیتی اجتماعی محله بر میزان تاب اوری اجتماعی- مطالعات محیطی هفت حصار-شماره ۴۴-ص۴۵
۹- تالاب-شهریور ۱۴۰۳-علت خشکی زاینده رود اصفهان چیست-talab.org-

# توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود

**محمدرضا زارع شهرآبادی**. نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری علوم و مهندسی مرتع، گروه طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران. رایان نامه: mrzsh1995@gmail.com

**اسماعیل اسدی بروجنی** دانشیار گروه طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران.

**و مهدی زارع شهرآبادی**. دانشجوی کارشناسی مهندسی طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و کویرشناسی، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

## چکیده

صنعت گردشگری از فعالیت‌های مهم اقتصادی در قرن حاضر بوده که منابع اقتصادی و اجتماعی بسیاری را برای کشورهای مختلف جهان به‌همراه آورده است. هدف این مقاله توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری، شناسایی و تحلیل ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های این مناطق برای جذب گردشگر و توسعه پایدار است. این مطالعات با شناخت نقاط قوت و ضعف، زمینه‌ساز برنامه‌ریزی بهتر، تقویت زیرساخت‌ها، بهبود کیفیت خدمات و آموزش جوامع محلی می‌شوند. همچنین، با ایجاد فرصت‌های اقتصادی، کاهش مهاجرت، حفظ میراث فرهنگی و تقویت هویت بومی همراه است. روش تحقیق مقاله حاضر، توصیفی و تحلیلی با استفاده از شیوه کتابخانه‌ای است. بر این اساس دیدگاه‌ها و نظرات موجود در متون در ارتباط با توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود مطالعه و مقایسه می‌شود. نتایج نشان می‌دهد منطقه زاینده‌رود با مناظر بکر، منابع طبیعی غنی و فرهنگ منحصربه‌فرد عشایری و روستایی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری دارد. وجود جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی متنوع، مانند چشم‌اندازهای کوهستانی، آیین‌های محلی و صنایع‌دستی، تجربه‌ای اصیل برای گردشگران ایجاد می‌کند. برای بهره‌برداری پایدار، نیاز به زیرساخت‌های مناسب، آموزش ساکنان محلی، تبلیغات مؤثر و حمایت‌های دولتی است. مشارکت جامعه محلی در کنار مدیریت صحیح می‌تواند به حفظ محیط‌زیست و فرهنگ منطقه کمک کند. در نهایت، این گردشگری می‌تواند به منبعی پایدار برای درآمدزایی و اشتغال‌زایی تبدیل شود.



**کلمات کلیدی:** توانمندی، گردشگری، روستایی، عشایری، زاینده رود، توسعه پایدار


## مقدمه

رشد و گسترش گردشگری از پدیده‌های مهم نیم قرن اخیر است (شربتی و همکاران، ۱۴۰۰) و یکی از بخش‌های پیشتاز و در حال رشد در سطح ملی و بین‌المللی و همچنین یکی از پدیده‌های مهم اجتماعی و اقتصادی دوران مدرن محسوب می‌شود (سلیمی سبحان و همکاران، ۱۴۰۰). صنعت گردشگری از فعالیت‌های مهم اقتصادی در قرن حاضر بوده که منابع اقتصادی و اجتماعی بسیاری را برای کشورهای مختلف جهان به‌همراه آورده است. توسعه گردشگری در سال‌های اخیر، موجب تغییرات وسیعی در اقتصاد، اجتماع و نگرش مردم نواحی مختلف دنیا و همچنین افزایش پایداری در ابعاد مختلف شده است به نحوی که تمامی شئون یک جامعه مخصوصاً جامعه میزبان را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد (امانپور و همکاران، ۱۳۹۴). با وجود تاثیرات متنوع گردشگری در توسعه مناطق، بخشی از این تاثیرات می‌تواند پیامدهای منفی به دنبال داشته باشد. در واقع رشد و گسترش گردشگری دارای دو جنبه

مثبت و منفی است. مدیریت مناسب این موضوع می‌تواند، ساختار گردشگری را در یک منطقه بخوبی پیاده نماید و از سوی دیگر یک کارکرد قابل قبول نیز از خود بروز دهد (بویکو، ۲۰۲۰).

گردشگری روستایی و عشایری با چالش‌های متعددی مواجه است که توسعه آن را محدود می‌کند. کمبود تسهیلات و تجهیزات مناسب، از جمله امکانات بهداشتی و خدماتی، یکی از موانع اصلی به شمار می‌رود. همچنین، ضعف در اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی مؤثر، جذب گردشگران را کاهش می‌دهد. کمبود نیروهای متخصص و آموزش‌دیده در حوزه گردشگری روستایی نیز توسعه این بخش را با مشکل مواجه کرده است. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال، منجر به ناپایداری درآمد و اشتغال در این مناطق می‌شود. تعارضات فرهنگی بین گردشگران و جوامع محلی، به‌ویژه در مناطق عشایری، نیز از دیگر چالش‌هاست. عدم حمایت کافی دولت و سرمایه‌گذاری محدود در زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری، توسعه پایدار این بخش را با موانع جدی روبرو کرده است. علاوه براین، عدم برنامه‌ریزی مناسب و نبود مدل‌های جذب گردشگر مبتنی بر شاخص‌های گردشگری، مانع از بهره‌برداری کامل از ظرفیت‌های موجود می‌شود. در نهایت، نبود راهبردهای مؤثر برای توسعه گردشگری روستایی و عشایری، باعث کاهش بهره‌وری و عدم تحقق اهداف توسعه‌ای در این مناطق شده است (علویان شهری، ۱۴۰۱).

در راستای پاسخ به چالش های موجود و توانمندسازی گردشگری روستایی و عشایری، اتخاذ راهبردهای جامع و عملیاتی ضروری است. نخست، توسعه زیرساخت‌های اساسی مانند راه‌های دسترسی، امکانات اقامتی و بهداشتی باید در اولویت قرار گیرد. به‌عنوان مثال، مطالعه‌ای در روستای هیر استان قزوین با استفاده از مدل SWOT به بررسی فرصت‌ها و چالش‌های گردشگری پرداخته و بر توسعه زیرساخت‌ها تأکید کرده است (یاری حصار و همکاران، ۱۳۹۳). افزایش آگاهی و آموزش جوامع محلی در زمینه کارآفرینی و مهارت‌های مرتبط با گردشگری می‌تواند به مشارکت فعال آنان در این حوزه کمک کند. پژوهشی در منطقه چغاخور نشان داده است که کارآفرینی در بخش اکوتوریسم از طریق برنامه‌ریزی راهبردی می‌تواند به توسعه اقتصاد روستایی کمک کند (نظری، ۱۳۹۶). همچنین، حمایت‌های مالی و ارائه تسهیلات به کارآفرینان محلی برای ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری ضروری است. ترویج فرهنگ بومی و حفاظت از محیط‌زیست از طریق برنامه‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی می‌تواند به جذب گردشگران و حفظ منابع طبیعی کمک کند. ایجاد ساختارهای حمایتی و شبکه‌های همکاری بین جوامع محلی، دولت و بخش خصوصی نیز می‌تواند در توسعه پایدار گردشگری مؤثر باشد. علاوه بر این، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های منسجم در سطح ملی و محلی برای توسعه گردشگری روستایی و عشایری باید تدوین و اجرا شود. استفاده از فناوری‌های نوین در بازاریابی و معرفی جاذبه‌های گردشگری روستایی نیز می‌تواند به افزایش تعداد گردشگران کمک کند. در نهایت، ارزیابی مستمر و پایش عملکرد برنامه‌ها و پروژه‌های گردشگری برای اطمینان از تحقق اهداف و اصلاح راهبردها ضروری است.

پس از ارائه راهکارها و راه‌حل‌های بهره‌گیری از توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود، اکنون به بررسی ضرورت توجه به این توانمندی‌ها می‌پردازیم تا اهمیت و ارزش بالقوه آن‌ها بیشتر آشکار شود؛ زیرا این نوع گردشگری می‌تواند به توسعه اقتصادی، کاهش فقر و ایجاد اشتغال در مناطق محروم کمک کند. با توانمندسازی جوامع محلی، آن‌ها قادر خواهند بود تا از منابع طبیعی و فرهنگی خود به شکل پایدار بهره‌برداری کرده و با ارائه خدمات باکیفیت، درآمد خود را افزایش دهند. این توانمندی‌ها شامل بازاریابی، مدیریت کسب‌وکار و حفظ محیط‌زیست است که باعث افزایش رضایت گردشگران و ارتقای تجربه آن‌ها می‌شود. همچنین، توانمندسازی جوامع محلی به حفظ و احیای فرهنگ‌ها، سنت‌ها و صنایع‌دستی منحصربه‌فرد کمک می‌کند که بخشی از هویت این مناطق است. تقویت زیرساخت‌ها و افزایش دسترسی به امکانات ارتباطی، باعث گسترش بازارهای هدف و جذب گردشگران داخلی و خارجی می‌شود. توانمندسازی اقتصادی باعث کاهش مهاجرت از روستاها به شهرها و حفظ ساختار اجتماعی و فرهنگی

می‌شود. علاوه براین، آگاهی از اصول گردشگری پایدار می‌تواند به کاهش آسیب‌های محیط‌زیستی و اجتماعی منجر شود. در نهایت، توانمندسازی در این حوزه، علاوه بر بهبود کیفیت زندگی مردم محلی، زمینه‌ساز توسعه پایدار و متوازن در سطح ملی است.

هدف از مطالعه توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری، شناسایی و تحلیل ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های این مناطق برای جذب گردشگر و توسعه پایدار است. این مطالعات با شناخت نقاط قوت و ضعف، زمینه‌ساز برنامه‌ریزی بهتر، تقویت زیرساخت‌ها، بهبود کیفیت خدمات و آموزش جوامع محلی می‌شوند. همچنین، با ایجاد فرصت‌های اقتصادی، کاهش مهاجرت، حفظ میراث فرهنگی و تقویت هویت بومی همراه است. هدف نهایی این مطالعات، دستیابی به توسعه‌ای پایدار، متوازن و سودمند برای جوامع محلی و محیط‌زیست است.

## روش تحقیق

روش تحقیق مقاله حاضر، توصیفی و تحلیلی با استفاده از شیوه کتابخانه‌ای است. بر این اساس دیدگاه‌ها و نظرات موجود در متون در ارتباط با توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود مطالعه و مقایسه می‌شود.

### توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود

#### ۱- جاذبه‌های طبیعی و مناظر بکر

منطقه زاینده‌رود با دارا بودن مناظر طبیعی بکر و متنوع، ظرفیت‌های قابل توجهی برای توسعه گردشگری روستایی و عشایری فراهم می‌آورد. رودخانه زاینده‌رود به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع طبیعی ایران، نقشی کلیدی در توسعه گردشگری روستایی و عشایری ایفا می‌کند. حاشیه‌های این رودخانه، به‌ویژه در مناطق اطراف شهر سامان، با طبیعت بکر و چشم‌اندازهای کم‌نظیر، بستری مناسب برای توسعه گردشگری فراهم کرده‌اند (کمالی کوهی، ۱۳۹۴). همچنین، فعالیت‌های گردشگری در حوزه آبخیز اسکندری، واقع در بالادست حوضه سد زاینده‌رود، تأثیر مثبتی بر خدمات فرهنگی بوم‌سازگان داشته است. این خدمات شامل ارزش‌های زیبایی‌شناختی، حس مکان و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی می‌شوند که حضور چشمه‌ها و آبشارها در این مناطق، جذابیت بیشتری برای گردشگران ایجاد کرده است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۳). علاوه براین، دشت‌ها و مراتع سرسبز حوضه زاینده‌رود، وجود جنگل‌های بلوط و مراتع کوهستانی به‌ویژه در مناطق روستایی و عشایری، از ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای توسعه گردشگری برخوردارند. این مناطق با چشم‌اندازهای طبیعی بکر و پوشش گیاهی متنوع، می‌توانند مقصدی جذاب برای علاقه‌مندان به طبیعت‌گردی و اکوتوریسم باشند.

#### ۲- گردشگری کشاورزی (آگروتوریسم)

مزارع گیاهان دارویی در منطقه زاینده‌رود، به‌ویژه در بخش‌های روستایی و عشایری، نقش مهمی در توسعه گردشگری ایفا می‌کنند. وجود مراتع سرسبز و دامنه‌های کوهستانی پوشیده از گیاهان دارویی (زعفران، آویشن، نعناع و زرشک)، مانند دره‌های اطراف روستای طامه، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی منحصربه‌فردی را برای گردشگران فراهم می‌آورد. این منطقه به‌عنوان یک مقصد گردشگری ترکیبی، ترکیبی از طبیعت بکر و فرهنگ غنی روستایی را ارائه می‌دهد که می‌تواند تجربه‌ای متفاوت برای بازدیدکنندگان فراهم کند. مطالعات نشان داده‌اند که توسعه کشت گیاهان دارویی می‌تواند به بهبود معیشت کشاورزان و عشایر کمک کرده و فرصت‌های جدیدی برای اشتغال و درآمدزایی ایجاد کند. به‌عنوان مثال، در مقاله‌ای با عنوان «نقش گیاهان دارویی در توسعه روستایی» به تأثیرات مثبت کشت گیاهان دارویی بر توسعه پایدار روستایی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در نواحی مورد مطالعه اشاره شده است (رستمی هیر، ۱۴۰۲). همچنین، وجود باغات سیب، گردو و بادام در منطقه زاینده‌رود، به‌ویژه در بخش‌های روستایی و عشایری،

نقشی اساسی در توسعه گردشگری ایفا می‌کنند. وجود این باغات در شهرستان‌هایی مانند سامان، همراه با جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، می‌تواند تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران فراهم آورد.

### ۳- صنایع دستی و هنرهای محلی

صنایع دستی و هنرهای محلی (موسیقی سنتی بختیاری، قالی‌بافی، گلیم‌بافی، جاجیم‌بافی) در مناطق روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود نقشی کلیدی در توسعه گردشگری و بهبود وضعیت اقتصادی جوامع محلی ایفا می‌کنند. این صنایع با ارائه محصولات منحصربه‌فرد و سنتی، تجربه‌ای اصیل برای گردشگران فراهم می‌آورند و از سوی دیگر، با افزایش تقاضا برای این محصولات، فرصت‌های شغلی جدیدی برای ساکنان محلی ایجاد می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که زنجیره ارزش صنایع دستی، از تولید تا مصرف، می‌تواند با برنامه‌ریزی مناسب به توسعه پایدار گردشگری روستایی کمک کند. برای مثال، پژوهشی در روستای متکازین استان مازندران نشان داده است که تولیدکنندگان و نهادهای دولتی تسهیل‌گر بیشترین تأثیر مثبت را در توسعه گردشگری روستایی داشته‌اند. همچنین، تأمین مواد اولیه و بسته‌بندی مناسب محصولات، نقش مهمی در افزایش ارزش اقتصادی این صنایع دارد. این نتایج تأکید می‌کند که با حمایت مناسب و به‌کارگیری فناوری‌های نوین، می‌توان بازارهای جدیدی برای صنایع دستی ایجاد کرده و گردشگری روستایی را تقویت نمود (شعبانی و همکاران، ۱۴۰۰).

### ۴- میراث فرهنگی و جشن‌ها

میراث فرهنگی و جشن‌ها در مناطق روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود نقشی اساسی در توسعه گردشگری و ارتقای فرهنگ محلی دارند. این عناصر با ارائه تجربیات منحصربه‌فرد به گردشگران، زمینه‌ای برای تعامل فرهنگی و افزایش آگاهی نسبت به سنت‌ها و تاریخ جوامع محلی فراهم می‌کنند. مطالعات نشان می‌دهد که فعالیت‌های گردشگری می‌توانند تأثیر مثبتی بر خدمات فرهنگی بوم‌سازگان به‌ویژه در مؤلفه‌هایی مانند ارزش‌های زیبایی‌شناختی، حس مکان و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی داشته باشند (کریمی و همکاران، ۱۴۰۳). برگزاری رویدادهای فرهنگی، مانند جشن‌ها و مراسم سنتی، می‌تواند به توسعه پایدار گردشگری روستایی کمک کند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که این رویدادها با جذب گردشگران و افزایش تعاملات فرهنگی، به تقویت اقتصاد محلی و حفظ میراث فرهنگی منجر می‌شوند. به‌عنوان مثال، مطالعه‌ای در روستای کندوان تأثیر مثبت برگزاری رویدادهای فرهنگی بر توسعه گردشگری را مورد بررسی قرار داده است (عبدالعظیمی داوری، ۱۳۹۵).

### ۵- گشت‌های کوهنوردی و طبیعت‌گردی

گشت‌های کوهنوردی و طبیعت‌گردی در مناطق روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود، به‌ویژه در محور اصفهان تا تالاب گاوخونی، به‌عنوان راهبردی مؤثر در توسعه گردشگری روستایی مطرح شده‌اند. مطالعات نشان می‌دهند که این فعالیت‌ها با بهره‌گیری از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی منطقه، می‌توانند به ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و جلوگیری از مهاجرت ساکنان محلی کمک کنند. تحلیل‌های انجام‌شده با استفاده از مدل SWOT، به شناسایی قابلیت‌ها و موانع توسعه گردشگری در این نواحی پرداخته و راهبردهایی برای توسعه پایدار ارائه داده‌اند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین، پژوهشی در روستاهای حاشیه زاینده‌رود در شهرستان سامان، با استفاده از مدل تاکسونومی عددی، به سطح‌بندی حوزه‌های گردشگری روستایی پرداخته است. نتایج این مطالعه

نشان می‌دهد که برخی مناطق، به‌ویژه حوزه گردشگری روستایی چم چنگ، دارای پتانسیل بالاتری برای توسعه طبیعت‌گردی هستند. این رتبه‌بندی‌ها می‌توانند در برنامه‌ریزی و تخصیص منابع برای توسعه گردشگری روستایی و عشایری در حوضه زاینده‌رود مفید باشند(قاسمی چالشتری و همکاران، ۱۳۹۴).

### ۶- گردشگری آب گرم و منابع آب

منابع آب گرم و چشمه‌های معدنی در مناطق روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود می‌توانند به‌عنوان جاذبه‌های مهم گردشگری، نقش بسزایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی این نواحی داشته باشند. مطالعات کلی نشان می‌دهند که توسعه گردشگری در حوضه زاینده‌رود می‌تواند به افزایش اشتغال و درآمد جوامع محلی منجر شود. به‌عنوان مثال، پژوهشی نشان داده است که هر سال بیش از ۷۰ میلیون متر مکعب آب به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم توسط گردشگران در این حوضه مصرف می‌شود، اما تنها حدود ۵ میلیون متر مکعب از این مصارف به توسعه گردشگری وابسته است. این مطالعه همچنین اشاره می‌کند که میزان اشتغال و درآمد ایجاد شده در بخش گردشگری به ازای هر متر مکعب آب، به ترتیب ۲۵۰ و ۱۰۰ برابر بیشتر از بخش کشاورزی است که نشان‌دهنده پتانسیل بالای گردشگری در استفاده بهینه از منابع آب می‌باشد (انتشاری و همکاران، ۱۳۹۹).

### ۷- خوراکی‌ها و غذاهای سنتی و محلی (توریسم غذایی)

غذاهای سنتی و محلی نقشی اساسی در توسعه گردشگری روستایی و عشایری در مناطق حاشیه زاینده‌رود دارند. این خوراکی‌ها نه‌تنها بازتاب‌دهنده فرهنگ و تاریخ منطقه هستند، بلکه تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای گردشگران فراهم می‌کنند. مطالعات نشان داده‌اند که گردشگری غذا می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای توسعه پایدار روستایی عمل کند و با ترویج فرهنگ مصرف غذاهای سالم و بومی، به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی کمک نماید (رازقی بورخانی و همکاران، ۱۴۰۳). همچنین، بررسی‌ها حاکی از آن است که ارزش‌های مصرف چندگانه غذاهای محلی، از جمله ارزش طعم، کیفیت، سلامتی و قیمت، تأثیر مثبتی بر نگرش گردشگران نسبت به این غذاها دارد. این نگرش مثبت می‌تواند به توصیه غذاهای محلی به دیگران و افزایش قصد بازدید مجدد از منطقه منجر شود. بنابراین، تمرکز بر توسعه و ترویج غذاهای سنتی و محلی در مناطق روستایی و عشایری حاشیه زاینده‌رود می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران و تقویت اقتصاد محلی بیانجامد.

### ۸- مراکز اقامتی بوم‌گردی

اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری روستایی و عشایری نقش مهمی ایفا می‌کنند. این اقامتگاه‌ها با تأکید بر معماری بومی و سازگاری با محیط طبیعی، تجربه‌ای اصیل از زندگی محلی را به گردشگران ارائه می‌دهند. مطالعه‌ای در شهرستان خور و بیابانک نشان داده است که کیفیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در این منطقه مطلوب بوده و با شاخص‌های پایداری همخوانی دارد. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی و توسعه پایدار گردشگری ارتباط معناداری وجود دارد، به‌طوری‌که این اقامتگاه‌ها به‌عنوان کسب‌وکارهای کوچک با مالکیت بومی و مدیریت خانوادگی، هماهنگی بیشتری با توسعه پایدار گردشگری دارند

(قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۹). در مطالعه‌ای دیگر در روستای ایور شهرستان کاشمر، پتانسیل بالایی برای ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی شده است. اکثر جامعه محلی نسبت به احداث این اقامتگاه‌ها تمایل نشان داده و آمادگی خود را برای همکاری در زمینه‌های مختلف گردشگری اعلام کرده‌اند. این پژوهش تأکید می‌کند که اقامتگاه‌های بوم‌گردی، با حفظ اصالت معماری و فرهنگ روستا، می‌توانند به توسعه اقتصادی و گردشگری منطقه کمک شایانی نمایند(یوسفی و همکاران، ۱۳۹۸).

**۹- محیط زیست و اکوتوریسم**

اکوتوریسم در مناطق روستایی و عشایری حاشیه زاینده‌رود، با تأکید بر حفاظت از محیط زیست و توسعه پایدار، نقش مهمی در بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی دارد. مطالعه‌ای در دهستان چم‌کوه شهرستان لنجان نشان می‌دهد که گردشگری مبتنی بر طبیعت می‌تواند به عنوان ابزاری برای توسعه جامعه روستایی عمل کند. این پژوهش تأکید دارد که با برنامه‌ریزی مناسب و بهره‌برداری از جاذبه‌های طبیعی، می‌توان به توسعه پایدار در این مناطق دست یافت (سلیمانی و همکاران، ۱۳۸۹). همچنین، بررسی پتانسیل‌های حاشیه رودخانه زاینده‌رود در شهرستان سامان نشان می‌دهد که این منطقه با داشتن چشم‌اندازهای بکر و تنوع اکولوژیکی، ظرفیت بالایی برای توسعه اکوتوریسم دارد. با برنامه‌ریزی راهبردی و استفاده از منابع بومی، می‌توان از ساخت‌وسازهای غیرضروری جلوگیری کرده و گردشگری پایدار را در این منطقه ترویج داد (قاسمی چالشتری، ۱۳۹۴).

## نتیجه‌گیری

منطقه زاینده‌رود به‌واسطه برخورداری از منابع طبیعی غنی، مناظر بکر و متنوع، و فرهنگ منحصربه‌فرد روستایی و عشایری، پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری روستایی و عشایری دارد. این منطقه، که در دل خود مجموعه‌ای از روستاهای تاریخی و عشایر کوچ‌رو را جای داده، می‌تواند با برنامه‌ریزی مناسب به یکی از مقاصد گردشگری برجسته در ایران تبدیل شود. ازجمله جاذبه‌های طبیعی این منطقه می‌توان به چشم‌اندازهای کوهستانی، رودخانه زاینده‌رود، پوشش گیاهی متنوع و حیات‌وحش اشاره کرد که برای طبیعت‌گردان و علاقه‌مندان به بوم‌گردی جذاب است. همچنین وجود اقلیم متنوع و فصول مختلف در این منطقه زمینه را برای گردشگری چهارفصل فراهم کرده و امکان فعالیت‌هایی همچون کوهنوردی، ماهیگیری، دوچرخه‌سواری کوهستان و عکاسی از مناظر طبیعی را ایجاد کرده است.

از سوی دیگر، فرهنگ غنی و اصیل عشایری و روستایی منطقه زاینده‌رود می‌تواند زمینه‌ساز توسعه گردشگری فرهنگی باشد. سبک زندگی سنتی عشایر، معماری بومی، صنایع‌دستی، غذاهای محلی و آیین‌ها و جشن‌های محلی، همه و همه می‌توانند تجربه‌ای متفاوت و منحصربه‌فرد برای گردشگران داخلی و خارجی ایجاد کنند. با توجه به اینکه بسیاری از گردشگران به دنبال تجربه‌هایی اصیل و بکر هستند، این منطقه با حفظ اصالت‌های فرهنگی و ایجاد امکانات مناسب اقامتی و رفاهی، می‌تواند پذیرای گردشگرانی باشد که به دنبال آشنایی با سبک زندگی ساده و طبیعی عشایر و روستاییان هستند.

با این حال، بهره‌برداری مناسب از توانمندی‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود نیازمند برنامه‌ریزی جامع و مدیریت پایدار است. ایجاد زیرساخت‌های مناسب، بهبود امکانات حمل‌ونقل، آموزش ساکنان محلی در زمینه میزبانی گردشگران، تبلیغات مؤثر و توسعه خدمات گردشگری، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به توسعه گردشگری پایدار در این منطقه کمک کند. همچنین، با مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های دولتی، می‌توان از تخریب محیط‌زیست جلوگیری کرده و فرهنگ غنی این منطقه را برای نسل‌های آینده حفظ کرد. در نهایت، اگر این اقدامات به درستی انجام شوند، گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود می‌تواند به منبعی پایدار برای درآمدزایی، ایجاد اشتغال و حفظ فرهنگ و محیط‌زیست این منطقه تبدیل شود.

## منابع


۱- امانپور، سعید؛ زارعی، جواد و زادولی خواجه، شاهرخ.(۱۳۹۴). تحلیلی بر اثرات شاخص های پایدار گردشگری شهری در شهر همدان. مجله شهر پایدار، دوره،۲ شماره ،۳ص.

۲- انتشاری، سجاد و صفوی، حمیدرضا،۱۳۹۹،بررسی ارتباط بین صنعت گردشگری و مدیریت منابع آب، مطالعه موردی: حوضه آبریز زاینده رود،هشتمین کنفرانس ملی مدیریت منابع آب ایران،مشهد،https://civilica.com/doc/1171933

۳- رزاقی بورخانی، فاطمه و مسلمی، معصومه و نوری حمیدی، سارا،۱۴۰۳،نقش توریسم غذایی با تاکید بر میراث فرهنگی و بومی روستاییان در توسعه گردشگری روستایی،نخستین همایش ملی برنامه ریزی و توسعه گردشگری توسعه و تسهیل زیارت و گردشگری،مشهد،https://civilica.com/doc/2098484

۴- رستمی هیر، میترا،۱۴۰۲،نقش گیاهان دارویی در توسعه روستایی،هفتمین همایش بین المللی افق های نوین در علوم و مهندسی کشاورزی (با رویکرد آب ، خاک و هوا)،تهران،https://civilica.com/doc/1989304

۵- سلیمانی، حسین و نصری، و نجفی، علی،۱۳۸۹،رهیافت های اکوتوریسم در فرایند توسعه جامعه روستایی حاشیه زاینده رود مطالعه موردی دهستان چم کوه شهرستان لنجان،همایش منطقه ای صنعت توریسم،خمینی شهر،https://civilica.com/doc/125135

۶- سلیمانی، حسین، و شفیعی، غلامرضا. (۱۳۹۷). گردشگری ترکیبی, الگویی برای توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی حوضه زاینده رود, محور اصفهان تا گاوخونی). پژوهش های مکانی فضایی، ۲(۳ )، ۱۱۲-۱۲۹. SID. https://sid.ir/paper/270601/fa

۷- سلیمی سبحان، محمدرضا؛ یاپنگ غراوی، محمد؛ محمدبیگی سلخوری، مریم و بالی چلندر، مصطفی.(۱۴۰۰). تاثیر اعتماد اجتماعی و امنیت فضاهای شهری در توسعه گردشگری شهری )مطالعه موردی:شهر گرگان(. مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، دوره،۱شماره،۵ص.

۸- شربتی اکبر؛ نظری، عبدالحمید؛ طالشی، مصطفی و موسی کاظمی، سیدمهدی.(۱۴۰۰). گونه شناسی، ارزیابی اثرات و پیامدهای گردشگری خانه های دوم )مورد مطالعه: سکونتگاههای روستایی غرب استان گلستان(. مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، دوره ،۲شماره،۷ ص.۲

۹- شعبانی، عاطفه و محمدی، حمیدرضا و مهدوی حاجی لویی، مسعود،۱۴۰۰،تحلیل ساختار زنجیره ارزش صنایع دستی در توسعه گردشگری روستایی در سال ۱۳۹۹(مطالعه موردی: روستای متکازین استان مازندران)،https://civilica.com/doc/1506417

۱۰- عبدالعظیمی داوری، مهدی،۱۳۹۵،نقش برگزاری رویدادهای فرهنگی در توسعه ی پایدار گردشگری روستایی (مطالعه ی موردی : کندوان )،کنگره بین المللی معماری، گردشگری و توریسم،اهر،https://civilica.com/doc/633642

۱۱- علویان شهری، سیدمهدی،۱۴۰۱،عارضه یابی چالش های گردشگری مناطق روستایی و ارائه مدل جذب گردشگر بر اساس شاخص های گردشگری،ششمین کنگره بین المللی توسعه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری ایران،https://civilica.com/doc/1622751

۱۲- قاسمی چالشتری، توران و اسلامی باباحیدری، سلیمان،۱۳۹۴،سطح بندی حوزه های گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای حاشیه زاینده رود، شهرستان سامان)،اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک،همدان،https://civilica.com/doc/384818

۱۳- قاسمی چالشتری، توران،۱۳۹۴،برنامه ریزی راهبردی توسعه اکوتوریسم روستاهای حاشیه زاینده رود شهرستان سامان،اولین کنفرانس بین المللی علوم جغرافیایی،آباده،https://civilica.com/doc/562116

۱۴- قدیری معصوم مجتبی، مینایی مهرسا، دربان آستانه علیرضا. نقش اقامتگاه‌های بوم گردی در توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک. اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۱۳۹۹; ۹ (۳۲) :۲۳-۴۲

۱۵- کریمی زینب، طالبی علی. اثر گردشگری بر خدمات فرهنگی زاینده‌رود (حوزه آبخیز اسکندری). مجله علوم ومهندسی آبخیزداری ایران. ۱۴۰۳; ۱۸ (۶۵) :۶۲-۷۳

۱۶- کریمی زینب، طالبی علی. اثر گردشگری بر خدمات فرهنگی زاینده‌رود (حوزه آبخیز اسکندری). مجله علوم ومهندسی آبخیزداری ایران. ۱۴۰۳; ۱۸ (۶۵) :۶۲-۷۳

۱۷- کمالی کوهی، مهسا،۱۳۹۴،پتانسیل های حاشیه ی رودخانه زاینده رود با رویکرد توسعه گردشگری روستایی،سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار،همدان،https://civilica.com/doc/395911

۱۸- نظری، معصومه،۱۳۹۶،بررسی راهبردهای توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری عشایری در منطقه چغاخور،کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد ، توانمندی صنعت جهانگردی در توسعه،مشهد،https://civilica.com/doc/699240

۱۹- یاری حصار، ارسطو و محمدی، زهرا و آشفته خضری، نسرین،۱۳۹۳،برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری عشایری با استفاده از مدلswot،اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش ها و چشم اندازها،مشهد،https://civilica.com/doc/337902

۲۰- یوسفی، رضا و چنگیز، سحر،۱۳۹۸،نقش اقامتگاه های بومگردی در توسعه اقتصاد گردشگری روستا (مطالعه موردی: روستای ایور شهرستان کاشمر)،همایش ملی زن و توسعه گردشگری روستایی،کاشمر،https://civilica.com/doc/979040

21- Boiko, V. O. (2020). Green tourism as a perspective direction for rural entrepreneurship development. Scientific approaches to modernizing the economic system: vector of development: collective monograph. Lviv-Toruń: Liha-Pres,Vol12, No.2,pp 1-18.

# چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود

**محمدرضا زارع شهرآبادی**[1] نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری علوم و مهندسی مرتع، گروه طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران. رایان نامه: mrzsh1995@gmail.com

**اسماعیل اسدی بروجنی**. دانشیار گروه طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران

**و مهدی زارع شهرآبادی**. دانشجوی کارشناسی مهندسی طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و کویرشناسی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

## چکیده

گردشگری به طور فزاینده‌ای نقش اقتصادی مهمی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه دارد. به طوریکه امروزه توسعه گردشگری در تمام عرصه‌ها، چه در سطح ملّی و منطقه‌ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. هدف این مقاله چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود، شناسایی موانع توسعه پایدار این صنعت و بررسی اثرات آن بر محیط‌زیست، اقتصاد و فرهنگ بومی است. این پژوهش به تحلیل مشکلاتی مانند کمبود زیرساخت‌های مناسب، نبود برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه، تاثیرات خشکسالی و بحران آب، آلودگی‌های زیست‌محیطی می‌پردازد. روش تحقیق مقاله حاضر، توصیفی و تحلیلی با استفاده از شیوه کتابخانه‌ای است. بر این اساس دیدگاه‌ها و نظرات موجود در متون در ارتباط با چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود مطالعه و مقایسه می‌شود. نتایج نشان می‌دهد گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود، به دلیل ضعف مدیریت، تخریب منابع طبیعی، بحران آب و آلودگی‌های زیست‌محیطی، با چالش‌های جدی مواجه است. نبود زیرساخت‌های مناسب و مهاجرت جوامع محلی نیز از پیامدهای منفی آن محسوب می‌شود. بنابراین، برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری، اجرای سیاست‌های مدیریتی یکپارچه، فرهنگ‌سازی زیست‌محیطی و بهبود زیرساخت‌ها ضروری است.



**کلمات کلیدی:** چالش، گردشگری، روستایی، عشایری، زاینده رود، توسعه پایدار


## مقدمه

گردشگری به طور فزاینده‌ای نقش اقتصادی مهمی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه دارد. به طوریکه امروزه توسعه گردشگری در تمام عرصه‌ها، چه در سطح ملّی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است (Lotfi, 2005). در دنیا گردشگری دارای سابقه و تاریخچه بسیار طولانی است و به واسطه اهمیت آن، تعاریف متفاوتی از آن ارائه شده است. سازمان جهانی گردشگری که کلیدی‌ترین سازمان فعال در این زمینه است تعریف زیر را از گردشگری ارائه نموده است: فعالیتی است که افراد برای مدت کمتر از یک سال به محلی بیرون از محیط زندگی عادیشان مسافرت نموده و به منظور گذراندن اوقات فراغت، تجارت و اهداف دیگر در آنجا اقامت می‌کنند (UNWTO, 2017). طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۸ که در سال ۲۰۱۹ منتشر شد، ورودی‌های گردشگری بین‌المللی از تعداد ۹۵۲ میلیون نفر در سال

۲۰۱۰، به ۱۳۲۹ میلیون نفر در سال ۲۰۱۷ و ۱۴۰۱ میلیون نفر در سال ۲۰۱۸ رسیده است (World Tourism Organization, 2019). آمار فوق نشان‌دهنده یک رشد ۵ درصدی (نرخ رشد) بین سال‌های ۲۰۱۸ – ۲۰۱۰ است و پیش‌بینی می‌شود این جمعیت در سال ۲۰۲۵ در صورت برطرف شدن شرایط کرونا به ۱۹۷۱ میلیون نفر برسد (Musikyan, 2016).

علاوه بر اهمیت گردشگری از نظر جذب توریست (گردشگر) در بسیاری از کشورهای جهان به ویژه ایران، این منابع اهمیت‌ها، ارزش‌ها، کارکردها و خدمات متنوعی به جوامع زیستی ارائه می‌دهند در این میان، گردشگری به‌عنوان یک صنعت پویا و چندبعدی، تأثیرات گسترده‌ای بر جنبه‌های مختلف جوامع دارد. از منظر اقتصادی، این صنعت با ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش درآمد و جذب سرمایه‌گذاری، به توسعه اقتصادی مناطق کمک می‌کند. در بُعد اجتماعی، گردشگری با تقویت تعاملات فرهنگی و اجتماعی به بهبود سرمایه اجتماعی و رفاه اجتماعی منجر می‌شود. همچنین، گردشگری آموزشی با ارائه فرصت‌های یادگیری تجربی و تبادل دانش، نقش بسزایی در ارتقای کیفیت آموزش و توسعه فردی ایفا می‌کند. در حوزه زیست‌محیطی، با مدیریت مناسب، گردشگری می‌تواند به حفاظت از منابع طبیعی و ترویج آگاهی‌های زیست‌محیطی کمک کند. همچنین، توسعه زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری، نظیر حمل‌ونقل و اقامتگاه‌ها به بهبود کیفیت زندگی در جوامع میزبان منجر می‌شود. به‌طور کلی، گردشگری با تأثیرات مثبت خود در ابعاد مختلف به‌عنوان عاملی کلیدی در توسعه پایدار جوامع شناخته می‌شود (یوسف زاده چوسری و همکاران، ۱۴۰۲).

گردشگری روستایی و عشایری، با وجود پتانسیل‌ها، ارزش‌ها، اهمیت‌ها و کارکردهای فراوان، با چالش‌های متعددی مواجه است. یکی از مشکلات اصلی، ضعف مهارت‌های مدیریتی در بین کشاورزان و مقامات محلی است که منجر به اجرای نادرست طرح‌های گردشگری می‌شود. همچنین، کمبود زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل و پراکندگی تسهیلات گردشگری در مناطق وسیع، ارائه خدمات به گردشگران را دشوار می‌سازد. فصلی بودن گردشگری در روستاها نیز به استهلاک شدید تسهیلات و کاهش بازگشت سرمایه منجر می‌شود. علاوه براین، ضعف در اطلاع‌رسانی و تبلیغات، کمبود نیروهای متخصص و عدم مشارکت مؤثر جوامع محلی در برنامه‌های گردشگری، توسعه این صنعت را محدود کرده است. در برخی مناطق، آسیب‌پذیری اجتماعی، نبود سیاست‌گذاری مناسب و تخریب محیط‌زیست نیز به عنوان موانع جدی شناخته می‌شوند. برای مثال در منطقه آزاد ارس، چالش‌هایی مانند ضعف زیرساخت‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری و حمایت مالی ناچیز از کسب‌وکارهای گردشگری مشاهده شده است (چراغی و همکاران، ۱۴۰۱). همچنین، در روستاهای بخش مرکزی شهرستان مشگین‌شهر، مشارکت ضعیف مردم محلی، ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاری و کمبود مراکز خرید به عنوان مشکلات اصلی مطرح شده‌اند (ایمانی و همکاران، ۱۴۰۱).

در راستای پاسخ به چالش‌های توسعه گردشگری روستایی و عشایری در ایران، راهکارهای متعددی پیشنهاد شده است که می‌توانند به رشد پایدار این حوزه کمک کنند. یکی از مهم‌ترین اقدامات، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری مانند ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی و اکوکمپ‌ها است که می‌تواند تجربه منحصربه‌فردی برای گردشگران فراهم کند (میرک زاده و همکاران، ۱۴۰۲). همچنین، ارائه آموزش‌های تخصصی به جامعه محلی در زمینه‌های مدیریت گردشگری، حفظ محیط‌زیست و ارائه خدمات استاندارد، می‌تواند کیفیت خدمات را ارتقا داده و رضایت گردشگران را جلب کند. حمایت‌های مالی و ارائه تسهیلات بانکی به کارآفرینان محلی نیز نقش مهمی در ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری دارد. برنامه‌ریزی جامع و سیاست‌گذاری هماهنگ میان بخش‌های دولتی و خصوصی برای توسعه پایدار گردشگری ضروری است. حفاظت از منابع طبیعی و اجرای برنامه‌های اکوتوریسم نیز به حفظ محیط‌زیست و افزایش جذابیت‌های گردشگری کمک می‌کند (اصانلو و همکاران، ۱۳۹۴).

پس از بررسی راهکارها و راه‌حل‌های چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود، اکنون به ارائه ضرورت‌های این چالش می‌پردازیم تا اهمیت پرداختن به آن‌ها را بهتر درک کنیم؛ زیرا این نوع گردشگری می‌تواند موجب توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی،

حفظ فرهنگ‌های بومی و جلوگیری از مهاجرت روستاییان شود. بااین‌حال، کمبود زیرساخت‌های مناسب، ضعف در سرمایه‌گذاری، مدیریت نادرست منابع طبیعی و مشکلات فرهنگی از موانع اصلی آن محسوب می‌شوند. نبود راه‌های دسترسی مناسب، امکانات اقامتی محدود و تبلیغات ضعیف باعث می‌شود ظرفیت‌های این نوع گردشگری به‌خوبی شناخته نشوند. از سوی دیگر، آموزش ناکافی ساکنان محلی در ارائه خدمات گردشگری و تضادهای فرهنگی میان گردشگران و بومیان می‌تواند تجربه سفر را تحت تأثیر قرار دهد. بررسی این چالش‌ها به بهبود سیاست‌گذاری‌های دولتی، افزایش سرمایه‌گذاری، توسعه پایدار و حفظ محیط‌زیست کمک می‌کند. همچنین، استفاده از فناوری‌های نوین و تبلیغات مؤثر می‌تواند مسیر توسعه گردشگری روستایی و عشایری را هموارتر کند و آن را به یک منبع پایدار درآمد برای جوامع محلی تبدیل کند.

هدف از مطالعه چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود، شناسایی موانع توسعه پایدار این صنعت و بررسی اثرات آن بر محیط‌زیست، اقتصاد و فرهنگ بومی است. این پژوهش به تحلیل مشکلاتی مانند کمبود زیرساخت‌های مناسب، نبود برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه، تاثیرات خشکسالی و بحران آب، آلودگی‌های زیست‌محیطی و مشکلات تامین سرمایه و سرمایه‌گذاری می‌پردازد. همچنین، راهکارهایی برای بهینه‌سازی مدیریت گردشگری، کاهش اثرات منفی و افزایش بهره‌وری اقتصادی ارائه می‌دهد.

## روش تحقیق

روش تحقیق مقاله حاضر، توصیفی و تحلیلی با استفاده از شیوه کتابخانه‌ای است. بر این اساس دیدگاه‌ها و نظرات موجود در متون در ارتباط با چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود مطالعه و مقایسه می‌شود.

### چالش‌های گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود

#### ۱- مشکلات تامین سرمایه و سرمایه‌گذاری

مشکلات تأمین سرمایه و سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود، یکی از چالش‌های اساسی در این حوزه است که مانع از توسعه پایدار این بخش می‌شود. نخستین مشکل عمده، کمبود منابع مالی و تسهیلات مناسب برای جذب سرمایه‌گذاران است. بیشتر سرمایه‌گذاران محلی به دلیل نبود منابع مالی کافی و عدم دسترسی به وام‌ها و حمایت‌های بانکی قادر به تأمین سرمایه اولیه برای پروژه‌های گردشگری نیستند. همچنین، نوسانات اقتصادی و کمبود اطمینان نسبت به بازده اقتصادی پروژه‌های گردشگری، موجب احتیاط بیشتر سرمایه‌گذاران شده است. علاوه براین، پیچیدگی در فرآیندهای اداری و نیاز به مجوزهای متعدد از دستگاه‌های مختلف اجرایی، از دیگر مشکلات مهم است که به تأخیر در شروع پروژه‌ها و گاهی اوقات انصراف از سرمایه‌گذاری می‌انجامد. تحقیقی در این زمینه نشان می‌دهد که موانع نهادی و قانونی، همراه با مشکلات اقتصادی و کمبود زیرساخت‌های مناسب، از جمله عوامل مؤثر در محدودیت سرمایه‌گذاری در این مناطق هستند (رستم علی زاده و همکاران، ۱۳۹۸).

#### ۲- عدم توجه به ظرفیت زیست‌محیطی

عدم توجه به ظرفیت‌های زیست‌محیطی در توسعه گردشگری روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود می‌تواند به تخریب اکوسیستم‌ها و کاهش تنوع زیستی منجر شود. تحقیقی در شهرستان سامان نشان داده است که مهم‌ترین نقاط ضعف در توسعه گردشگری، تداخل مسیرهای باری و مسافری، به‌ویژه در شهر سامان و همچنین عدم هماهنگی بین نهادها و مؤسسات دولتی در مدیریت و برنامه‌ریزی

هستند. این مسائل می‌توانند به تخریب محیط‌زیست و کاهش کیفیت تجربه گردشگران منجر شوند. برای توسعه پایدار گردشگری در این منطقه، ضروری است که برنامه‌ریزی‌ها و مدیریت‌ها با در نظر گرفتن ظرفیت‌های زیست‌محیطی انجام شوند. این امر نیازمند هماهنگی بین نهادهای دولتی و محلی، آموزش جوامع محلی در زمینه اکوتوریسم و ایجاد زیرساخت‌های مناسب است که هم به توسعه اقتصادی کمک کند و هم از محیط‌زیست محافظت نماید (قاسمی چالشتری، ۱۳۹۴).

### ۳- ضعف زیرساخت‌های مورد نیاز

ضعف زیرساخت‌های مورد نیاز در گردشگری روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود یکی از چالش‌های اصلی در توسعه این بخش محسوب می‌شود. یکی از مشکلات اصلی در این زمینه، کمبود زیرساخت‌های مناسب برای ارائه خدمات گردشگری است. به‌ویژه در مناطق روستایی و عشایری، نداشتن جاده‌های مناسب، اقامتگاه‌های استاندارد و امکانات رفاهی مانند رستوران‌ها و سرویس‌های بهداشتی، گردشگران را از انتخاب این مناطق منصرف می‌کند. تحقیقات نشان داده‌اند که برای جذب گردشگران، فراهم کردن زیرساخت‌هایی مانند جاده‌های دسترسی مناسب، تأسیسات اقامتی استاندارد و خدمات حمل و نقل ضروری است. بدون این زیرساخت‌ها، توسعه گردشگری در این مناطق با چالش‌های جدی روبه‌رو خواهد بود.

### ۴- سیاست‌گذاری نامناسب

سیاست‌گذاری نامناسب در حوزه گردشگری روستایی و عشایری در حوضه زاینده‌رود، علی‌رغم ظرفیت‌های بالای این منطقه، مانعی جدی برای توسعه پایدار محسوب می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که نبود برنامه‌ریزی جامع و هماهنگ و ضعف در مدیریت منابع از جمله عواملی هستند که به عدم توسعه‌یافتگی گردشگری روستایی در این منطقه منجر شده‌اند. براساس مطالعات انجام شده نقش عدم انسجام سیاست‌گذاری در عملکرد نظام حکمرانی آب حوضه زاینده‌رود، سیاست‌های کلان در این منطقه به‌صورت ناهماهنگ اجرا شده و عدم همکاری بین نهادهای مختلف باعث مدیریت ناکارآمد منابع طبیعی و گردشگری شده است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۸). علاوه براین، سیاست‌های ناکارآمد در حمایت از جامعه عشایری نیز به کاهش جمعیت کوچ‌نشین و سوق دادن آن‌ها به یکجانشینی منجر شده است. در مقاله بررسی اثر اجتماعی و اقتصادی مجموعه گردشگری زاینده‌رود بر اکولوژهای روستایی، مشخص شده که عدم توجه به سیاست‌های حمایتی برای توسعه گردشگری عشایری باعث کاهش جذابیت این سبک زندگی و در نتیجه تضعیف هویت فرهنگی و اقتصادی جوامع عشایری شده است. بنابراین برای توسعه پایدار این مناطق، سیاست‌های هماهنگ و بین‌بخشی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های محلی ضروری است (احمدی شیخ شبانی، ۱۴۰۱).

### ۵- مشکلات راه‌اندازی و اخذ مجوز

راه‌اندازی و اخذ مجوز برای توسعه گردشگری روستایی و عشایری در منطقه زاینده‌رود با چالش‌های متعددی مواجه است. یکی از موانع اصلی، عدم وجود هماهنگی و تعدد مراکز تصمیم‌گیری است که منجر به سردرگمی و کندی در فرآیندهای اجرایی می‌شود. همچنین، عدم آگاهی و آموزش کافی در میان جوامع محلی و مسئولان نسبت به مزایای گردشگری روستایی و عشایری، مانعی جدی در بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود است. فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر و نبود تبلیغات مؤثر نیز از جمله موانع اجتماعی-فرهنگی هستند که توسعه این بخش را تحت تأثیر قرار می‌دهند (حیدری ساربان، ۱۳۹۱).

### ۶- گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی

توسعه گردشگری در مناطق روستایی و عشایری اطراف زاینده‌رود، علاوه بر مزایای اقتصادی، می‌تواند به بروز ناهنجاری‌های اجتماعی منجر شود. مطالعات نشان داده‌اند که ورود گردشگران به این مناطق ممکن است به تغییرات فرهنگی، از بین رفتن فرهنگ سنتی و ایجاد تضادهای اجتماعی بین جامعه میزبان و میهمان منجر شود. برای مثال، در پژوهشی که در حوزه آبخیز اسکندری (بالادست حوضه سد زاینده‌رود) انجام شد، تأثیرات گردشگری بر خدمات فرهنگی بوم‌سازگان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که فعالیت‌های گردشگری بر مؤلفه‌های خدمات فرهنگی بوم‌سازگان تأثیر معناداری داشته و موجب تغییراتی در ارزش‌های زیبایی‌شناختی و معنوی، حس مکان و سیستم دانش و ارزش‌های آموزشی شده است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۳). همچنین، در مطالعه‌ای دیگر در روستای ابیانه، تأثیرات فرهنگی گردشگری از دید جامعه محلی بررسی شد. نتایج این پژوهش نشان داد که گسترش گردشگری تأثیرات معناداری بر آداب و رسوم محلی، روابط و انسجام اجتماعی، مبادلات فرهنگی، کالایی‌شدن فرهنگ محلی، توجه به میراث فرهنگی، آگاهی‌های عمومی، ناهنجاری‌های فرهنگی و نمودهای رفتاری داشته است (امینی و همکاران، ۱۳۹۴). این مطالعات نشان می‌دهند که توسعه گردشگری در مناطق روستایی و عشایری، در کنار مزایای اقتصادی، می‌تواند به بروز ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی منجر شود که نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب است.

### ۷- تاثیرات خشکسالی و بحران آب

خشکسالی و بحران آب در حوضه زاینده‌رود تأثیرات عمیقی بر گردشگری روستایی و عشایری این منطقه داشته است. کاهش منابع آبی منجر به کاهش فعالیت‌های کشاورزی و از بین رفتن پوشش گیاهی شده است که این امر به تغییر در مناظر طبیعی روستاها و کاهش جذابیت‌های گردشگری منجر می‌شود. همچنین، کاهش تولیدات زراعی و دامی مشکلات اقتصادی فراوانی را برای ساکنان محلی ایجاد کرده است که توانایی مالی آن‌ها را برای ارائه خدمات مرتبط با گردشگری کاهش می‌دهد (صادقی و همکاران،۱۳۹۲). علاوه براین، بحران آب تأثیرات اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای بر جوامع روستایی داشته است. مطالعه‌ای در بخش گرکن جنوبی شهرستان مبارکه نشان داد که کشاورزان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی-روانی و زیست‌محیطی در برابر خشکسالی آسیب‌پذیر هستند. این شرایط می‌تواند به مهاجرت ساکنان محلی به مناطق شهری منجر شود که به نوبه خود بر نیروی کار موجود برای فعالیت‌های گردشگری تأثیر منفی دارد (عینالی و همکاران، ۱۳۹۹).

### ۸- نبود برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه

نبود برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه در گردشگری روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود منجر به توسعه ناپایدار و بروز مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی شده است. به عنوان مثال، در منطقه کوهرنگ، عدم اجرای مدل‌های گردشگری سبز و کمبود آگاهی و مدیریت هزینه به تخریب محیط‌زیست و کاهش کیفیت تجربه گردشگران منجر شده است (صادقی و همکاران، ۱۴۰۱). علاوه بر این، در مناطق روستایی اطراف زاینده‌رود، نبود هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی و عدم توجه به اصول توسعه پایدار گردشگری، به تخریب اکوسیستم‌های محلی و کاهش جذابیت‌های گردشگری منجر شده است. این وضعیت نشان‌دهنده نیاز به برنامه‌ریزی منسجم و مدیریت یکپارچه برای حفظ منابع طبیعی و توسعه پایدار گردشگری در این مناطق است (کاظمیه و همکاران، ۱۳۹۳).

### ۹- آلودگی‌های زیست محیطی

فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود، به‌ویژه در فصول پرگردشگر، منجر به افزایش تولید زباله و پسماند شده است. عدم وجود زیرساخت‌های مناسب برای جمع‌آوری و دفع این زباله‌ها، به تجمع آن‌ها در محیط‌های طبیعی و حاشیه رودخانه منجر می‌شود که می‌تواند به آلودگی آب و خاک و تهدید حیات آبزیان و گیاهان منطقه بیانجامد. علاوه براین، رهاسازی زباله‌ها در محیط‌های طبیعی، زیبایی مناظر را کاهش داده و تجربه منفی برای گردشگران ایجاد می‌کند. این مسئله می‌تواند به کاهش تعداد گردشگران و در نتیجه کاهش درآمد جوامع محلی منجر شود. برای مقابله با این چالش‌ها، نیاز به برنامه‌ریزی منسجم و اجرای سیاست‌های مدیریت پسماند در مناطق گردشگری روستایی و عشایری حوضه زاینده‌رود احساس می‌شود.

## نتیجه‌گیری

گردشگری روستایی و عشایری در حوضه زاینده‌رود، علی‌رغم پتانسیل‌های بالای طبیعی و فرهنگی، با چالش‌های متعددی مواجه است که می‌توانند روند توسعه پایدار آن را مختل کنند. یکی از مهم‌ترین مشکلات، نبود مدیریت یکپارچه و برنامه‌ریزی مناسب برای توسعه گردشگری در این منطقه است. عدم هماهنگی میان نهادهای مسئول، ضعف زیرساخت‌های گردشگری، کمبود آموزش‌های لازم برای جوامع محلی و عدم توجه به ظرفیت برد محیط‌زیست، از عواملی هستند که منجر به تخریب منابع طبیعی و کاهش کیفیت خدمات گردشگری شده‌اند. علاوه بر این، افزایش حضور گردشگران بدون رعایت اصول زیست‌محیطی، منجر به افزایش زباله‌ریزی، آلودگی منابع آبی و تغییرات نامطلوب در اکوسیستم منطقه شده است. این مشکلات نه‌تنها موجب کاهش جذابیت گردشگری شده‌اند، بلکه زندگی عشایر و روستاییان وابسته به این منابع طبیعی را نیز تحت تأثیر قرار داده‌اند.

از سوی دیگر، عدم بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری در جوامع محلی باعث شده است که بسیاری از ساکنان این مناطق، به دلیل نبود فرصت‌های شغلی پایدار، به شهرها مهاجرت کنند. وابستگی شدید گردشگری به منابع آبی زاینده‌رود نیز، با توجه به بحران خشکسالی در سال‌های اخیر، چالشی جدی برای آینده این صنعت محسوب می‌شود. برای حل این مشکلات، لازم است سیاست‌گذاری‌های کلان بر مبنای توسعه پایدار، مدیریت مشارکتی جوامع محلی و حفظ تعادل میان منافع اقتصادی و زیست‌محیطی انجام شود. بهبود زیرساخت‌ها، فرهنگ‌سازی برای رفتار مسئولانه گردشگران، اجرای برنامه‌های مدیریت پسماند و احیای منابع آبی از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند به کاهش چالش‌های گردشگری در این منطقه کمک کنند. اگر این اقدامات به درستی اجرا شوند، گردشگری روستایی و عشایری زاینده‌رود می‌تواند به یک عامل کلیدی در توسعه پایدار و حفظ فرهنگ و طبیعت منطقه تبدیل شود.

## منابع


۱- احمدی شیخ شبانی، فاطمه،۱۴۰۱،بررسی اثر اجتماعی و اقتصادی مجموعه گردشگری زاینده رود بر اکولوژهای روستایی (مطالعه موردی چادگان)،نهمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران،تهران،https://civilica.com/doc/1510456

۲- اصانلو، زهرا و لطفی، حیدر،۱۳۹۴،ارائه مدلی برای توسعه گردشگری عشایری مطالعه موردی : عشایر بختیاری،دومین کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی ، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری،تبریز،https://civilica.com/doc/485490

۳- امینی عباس، زیدی زهرا. تاثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ابیانه) . فصل‌نامه تحقیقات جغرافیایی. ۱۳۹۴; ۳۰ (۲) :۱۳-۳۲

۴- ایمانی، ب.، یاری حصار، ا.، حاجبانی، ح. ۱۴۰۱. چالش های فراروی توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی شهرستان مشگین شهر. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، (۴۳) ۱۱: ۳۶ – ۲۳.

۵- چراغی, مهدی , قلی‌زاده, حیدر , توحیدلو, شادعلی و علیپور, حسن . (۱۴۰۱). شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری روستایی در مناطق مرزی (مورد مطالعه: منطقه آزاد ارس). مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی, ۹(۱), ۱۷-۳۶. doi: 10.22069/jead.2022.11482.1565

۶- حیدری ساربان, & وکیل. (۱۳۹۱). تحلیل موانع موثر بر توسعه گردشگری روستای سردابه، شهرستان اردبیل. جغرافیا و مطالعات محیطی, ۱(۱), ۶۸-۸۱.

۷- رستمعلی زاده, ولی اله و حسینی, قربان . (۱۳۹۸). موانع سرمایه‌گذاری و کسب و کار در مناطق مرزی روستایی ایران. توسعه محلی (روستائی-شهری), ۱۱(۲), ۳۶۱-۳۸۶. doi: 10.22059/jrd.2020.76744

۸- صادقی, حجت الله و کوراوند, حسین . (۱۴۰۱). تحلیل وضعیت شاخص‌های گردشگری سبز در منطقه کوهرنگ. مطالعات مدیریت توسعه سبز, ۱(۱), ۳۳-۴۶. doi: 10.22077/jgmd.2022.5653.1004

۹- صادقی، کبری و خسروی پور، بهمن،۱۳۹۲،تاثیر خشکسالی بر فعالیت های گردشگری روستایی،دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین،همدان،https://civilica.com/doc/276554

۱۰- عینالی, جمشید و شفیعی, محمد رضا . (۱۳۹۹). سنجش میزان آسیب‌پذیری کشاورزان در برابر خشکسالی ناشی از بحران آب رودخانه زاینده‌رود (موردمطالعه: مناطق روستایی بخش گرکن جنوبی شهرستان مبارکه). جغرافیا و مخاطرات محیطی, ۹(۳), ۱۵۹-۱۸۱. doi: 10.22067/geo.v9i3.87857

۱۱- قاسمی چالشتری، توران،۱۳۹۴،برنامه ریزی راهبردی توسعه اکوتوریسم روستاهای حاشیه زاینده رود شهرستان سامان،اولین کنفرانس بین المللی علوم جغرافیایی،آباده،https://civilica.com/doc/562116

۱۲- کاظمیه، فاطمه و صدیقی، حسن و چیذری، محمد،۱۳۹۳،بررسی نقش مدیریت در توسعه پایدار گردشگری روستایی،همایش ملی توسعه پایدار روستایی در افق ۱۴۰۴،اصفهان،https://civilica.com/doc/319508

۱۳- کریمی زینب، طالبی علی. اثر گردشگری بر خدمات فرهنگی زاینده‌رود (حوزه آبخیز اسکندری). مجله علوم ومهندسی آبخیزداری ایران. ۱۴۰۳; ۱۸ (۶۵) :۶۲-۷۳

۱۴- میرک زاده, علی اصغر , کرمیان, فرانک , غلامی, مصیب , شهبازی, سمیه , خسروی, احسان و صفائی, خلیل . (۱۴۰۲). تحلیل راهبردی احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در استان کرمانشاه. فصلنامه پیشرفت و توسعه استان کرمانشاه, ۲(۳), ۹۸-۱۲۰. doi: 10.22034/mpo.2023.401597.1078

۱۵- یوسف زاده چوسری, محمد رضا , & راخداپور, اسداله . (۱۴۰۲). شناسایی و استخراج مؤلفه‌ها و کارکردهای گردشگری آموزشی. برنامه ریزی و توسعه گردشگری, ۱۲(۴۶), ۹۳-۱۱۸. doi: 10.22080/jtpd.2023.25747.3812 .

۱۶- یوسفی، زهرا و یوسفی، علی،۱۳۹۸،نقش عدم انسجام سیاست گذاری در عملکرد نظام حکمرانی آب حوضه ی زاینده رود،سومین کنفرانس حکمرانی و سیاستگذاری عمومی،تهران،https://civilica.com/doc/1138078

17- Lotfi, S. 2005. Systematic view necessary for tourism sustainability in Mazandaran Province. The First National Conference on Role of Tourism Industry in Development of Mazandaran Province, Resanesh Press, Tehran. (In Persian).

18- Musikyan, S. (2016). The influence of creative tourism on sustainable development of tourism and reduction of seasonality–Case study of Óbidos (Doctoral dissertation, Instituto Politecnico de Leiria (Portugal)).

19- United Nation World Tourism Organization (UNWTO). (2017). Harnessing tourism's benefits will be critical to achieving the sustainable development goals and implementing the post-2015 development agenda: Tourism in the 2030 Agenda. Madrid, Spain: World Tourism Organizationhttp://www.unwto.org.

20- World Tourism Organization,2019 Edition

# احیای زاینده‌رود؛ ضرورت ملی برای نجات محیط زیست، صنعت گردشگری و میراث فرهنگی اصفهان

**زهره ساوج،** کارشناسی ارشد، مدیریت جهانگردی، مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
**رامیار وحدت،** کارشناسی ارشد، موزه و گردشگری، پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر، اصفهان، ایران

## چکیده

این تحقیق با هدف ارائه راهکارهای عملی برای رفع مشکلات ناشی از خشکی زاینده‌رود و آثار مخرب آن بر محیط‌زیست، صنعت گردشگری و میراث فرهنگی شهر اصفهان انجام شده است. روش تحقیق این مطالعه از نوع کاربردی و به شیوه توصیفی ـ تحلیلی، تماتیک است. به این صورت که ابتدا وضعیت موجود زاینده‌رود و پیامدهای خشکی آن توصیف و سپس عوامل موثر و نتایج ناشی از این بحران تحلیل و راهکارهای پیشنهادی استخراج می‌شود. داده‌های پژوهش به دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده است. در بخش کتابخانه‌ای، منابع علمی، گزارش‌های رسمی، مقالات تخصصی و اسناد مرتبط با محیط‌زیست، منابع آبی و گردشگری بررسی شده است و در بخش میدانی، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کارشناسان منابع آب، متخصصان میراث فرهنگی، فعالان گردشگری، مردم بومی و کشاورزان استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۶ نفر از خبرگان مرتبط با موضوع بوده که با روش غیرتصادفی هدفمند انتخاب شده‌اند. داده‌های گردآوری‌شده با روش‌های کیفی تحلیل شده و تحلیل توصیفی نیز برای بیان وضعیت موجود به کار رفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که خشکی زاینده‌رود اثرات گسترده‌ای بر کاهش تنوع زیستی، فرونشست زمین، افت رونق گردشگری طبیعی و فرهنگی و آسیب به آثار تاریخی داشته است و مدیریت نامناسب منابع آبی، کمبود آگاهی عمومی و نبود برنامه‌ریزی پایدار از عوامل تشدیدکننده بحران است. در نتیجه، احیای زاینده‌رود نیازمند اقدامات ملی در زمینه مدیریت منابع آب، توسعه گردشگری پایدار، حفاظت از میراث فرهنگی و آموزش و آگاهی‌رسانی گسترده به مردم است.

**واژگان کلیدی:** احیای زاینده‌رود، محیط زیست، صنعت گردشگری، میراث فرهنگی، اصفهان

## ۱. مقدمه

زاینده‌رود، یکی از مهم‌ترین و شناخته‌شده‌ترین رودخانه‌های ایران، نقش ویژه‌ای در تاریخ، فرهنگ، و معیشت مردم اصفهان و حتی نواحی اطراف آن ایفا کرده است. این رودخانه که از کوه‌های زاگرس سرچشمه می‌گیرد و پس از عبور از دشت مرکزی ایران، به دریاچه نمک می‌ریزد، در طول تاریخ همواره یک منبع حیاتی برای آب شرب، کشاورزی، صنعت، و حمل‌ونقل در این منطقه بوده است (زارعی‌دستگردی و همکاران،۱۴۰۳). به‌ویژه در اصفهان، زاینده‌رود به نمادی از زندگی، باروری و زیبایی‌های طبیعی تبدیل شده و بر اساس مستندات تاریخی، پل‌ها و بناهای تاریخی عظیمی همچون سی‌وسه‌پل، پل خواجو، و چشمه‌های متعدد آن، همگی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با این رودخانه در ارتباط هستند. با این حال، در دهه‌های اخیر، بحران‌های ناشی از تغییرات اقلیمی، سوءمدیریت منابع آب، ساخت سدها و برداشت بی‌رویه آب، موجب خشک شدن و کاهش شدید جریان زاینده‌رود شده است (مرزبان‌پناه ماکلوانی و همکاران،۱۴۰۳). این بحران نه‌تنها زندگی مردم اصفهان را تحت تأثیر قرار داده بلکه آثار جدی بر کشاورزی، صنعت، و

اکوسیستم‌های اطراف این رودخانه برجای گذاشته است. ضرورت احیای زاینده‌رود فراتر از تأثیرات آن بر اکوسیستم و معیشت مردم، به یک ضرورت ملی بدل شده است (رضایی و همکاران،۱۴۰۳). زاینده‌رود به‌عنوان یک منبع آب حیاتی، نقش مهمی در پایداری کشاورزی این منطقه دارد، به‌ویژه در تأمین آب برای کشت‌های عمده‌ای چون گندم، برنج و سایر محصولات کشاورزی که به تأمین امنیت غذایی کشور کمک می‌کند. علاوه بر آن، احیای این رودخانه می‌تواند به تقویت صنعت گردشگری در اصفهان، یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری ایران، کمک کند (هوشیاری‌پور و همکاران، ۱۴۰۳). اصفهان با دارا بودن آثار تاریخی و فرهنگی منحصر به فردی همچون میدان نقش‌جهان، مساجد تاریخی، و پل‌های با شکوه که همگی در مجاورت زاینده‌رود قرار دارند، به‌طور گسترده از گردشگران داخلی و خارجی استقبال می‌کند (خشوعی و همکاران، ۱۴۰۳). با خشک شدن این رودخانه، بسیاری از جاذبه‌های گردشگری این شهر تحت تهدید قرار گرفته و به مرور زمان جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی آن کاهش یافته است. به علاوه، احیای زاینده‌رود می‌تواند به حفظ و تقویت میراث فرهنگی و تاریخی اصفهان کمک کند، چرا که بسیاری از آثار تاریخی این شهر، به‌ویژه پل‌ها و ساختارهای آبی آن، برای قرن‌ها بر اساس جریان این رودخانه ساخته شده‌اند (رخشان، ۱۴۰۳). در نهایت، احیای زاینده‌رود نه تنها یک مسئله زیست‌محیطی بلکه یک ضرورت اجتماعی و اقتصادی برای ایران است. این اقدام می‌تواند به‌عنوان الگویی برای سایر مناطق کشور در زمینه مدیریت منابع آب، توسعه پایدار و حفظ منابع طبیعی و فرهنگی کشور عمل کند. از این رو، توجه به این موضوع نه‌تنها در سطح استانی، بلکه در سطح ملی و حتی بین‌المللی به‌عنوان یک اقدام ضروری و حیاتی برای حفاظت از محیط‌زیست، منابع آب و میراث فرهنگی ایران باید در اولویت قرار گیرد (صفدری و همکاران،۱۴۰۳).

شکاف تحقیق در زمینه احیای زاینده‌رود عمدتاً ناشی از عدم بررسی هم‌زمان ابعاد مختلف این بحران و چالش‌های پیچیده‌ای است که این رودخانه با آن مواجه است. در مطالعات پیشین، غالباً به جنبه‌های فنی و مهندسی مانند تأثیرات خشکسالی، کاهش بارش‌ها و استفاده بی‌رویه از منابع آب پرداخته شده است. اما تحلیل‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به‌ویژه تأثیرات آن بر صنعت گردشگری و میراث فرهنگی اصفهان به‌طور مستقل و تفکیک‌شده مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این شکاف پژوهشی به‌ویژه در زمینه پیوندهای میان این ابعاد مختلف به‌وضوح مشاهده می‌شود. مثلاً در حالی که بحران آب زاینده‌رود تأثیرات چشمگیری بر کشاورزی و تأمین آب شرب دارد، تأثیرات آن بر میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری که بخشی از هویت و اقتصاد استان اصفهان است، اغلب نادیده گرفته شده است. همچنین، در تحقیقات قبلی، غالباً راهکارهای فنی و اجرایی برای احیای این رودخانه مطرح شده، اما کمتر به شیوه‌های نوین مدیریتی و یکپارچه برای هماهنگی و تعادل میان بخش‌های مختلف توجه شده است. این خلا می‌تواند به عدم ارائه راهکارهای مؤثر برای احیای پایدار زاینده‌رود و بهره‌برداری بهینه از آن منجر شود. نوآوری این تحقیق در این است که به‌طور جامع و بین‌رشته‌ای به بحران زاینده‌رود پرداخته و تلاش دارد ابعاد مختلف این موضوع را به‌طور هم‌زمان بررسی کند. این تحقیق نه تنها به تحلیل فنی و مدیریتی منابع آب و روش‌های احیای رودخانه می‌پردازد، بلکه تأثیر آن بر میراث فرهنگی و تاریخی همچون پل‌های اصفهان، تأثیرات اجتماعی آن بر زندگی مردم و توسعه اقتصادی را نیز مدنظر قرار می‌دهد. همچنین، این تحقیق به‌دنبال یافتن مدل‌های نوین مدیریت منابع آب است که به‌طور همزمان پاسخ‌گوی نیازهای زیست‌محیطی، کشاورزی، صنعتی و گردشگری باشد. یکی از جنبه‌های نوآورانه این تحقیق استفاده از مدل‌های تحلیلی نوین اقتصادی-اجتماعی است که به‌طور خاص بر تعامل میان بحران آب و توسعه پایدار در مناطق شهری متمرکز است. این تحقیق می‌تواند راهکارهای جدید و عملی برای احیای زاینده‌رود ارائه دهد که نه‌تنها به بازسازی اکوسیستم‌های آبی این رودخانه کمک کند، بلکه به تقویت و بازسازی صنعت گردشگری اصفهان و حفظ میراث فرهنگی این منطقه نیز منجر شود. به این ترتیب، نوآوری این پژوهش در استفاده از رویکردی یکپارچه و کل‌نگر است که به تمامی ابعاد بحران زاینده‌رود پرداخته و به‌دنبال حل مشکلات آن در سطوح مختلف است. در واقع با توجه به مطالبی که در این پژوهش بیان شد اهداف زیر دنبال می‌گردد:

- بررسی و تبیین مشکلات خشکی زاینده‌رود به منظور ارائه راهکارهای اجرایی برای رفع این مشکلات.

- بررسی و تبیین آثار مخرب بی‌آبی زاینده‌رود و فرونشست زمین بر میراث تاریخی، فرهنگی و طبیعی به منظور ارائه راهکارهای مناسب برای جلوگیری از تخریب بیشتر این آثار ارزشمند.
- بررسی و تبیین آثار مخرب بی‌آبی زاینده‌رود بر زندگی افراد بومی به منظور ارائه راهکارهای مؤثر برای بهبود شرایط زندگی آنان.

## مبانی نظری

احیای زاینده‌رود نیازمند درک جامع از مفاهیم زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است که با هم در ارتباط هستند و بر روند احیای این رودخانه تأثیر می‌گذارند. زاینده‌رود به‌عنوان یک اکوسیستم آبی حیاتی، نقش کلیدی در تأمین منابع آب برای کشاورزی، صنعت و شرب در اصفهان و مناطق اطراف آن ایفا می‌کند (رخشان و همکاران،۱۴۰۲). این رودخانه به دلیل شرایط اقلیمی خاص ایران و وابستگی عمیق به بارش‌ها و منابع زیرزمینی، تحت تأثیر مستقیم تغییرات اقلیمی، کاهش نزولات آسمانی و مصرف بی‌رویه منابع آبی قرار گرفته است. در این زمینه، مبانی نظری زیست‌محیطی احیای زاینده‌رود به نظریات مربوط به مدیریت منابع آب، پایداری اکوسیستم‌های آبی، و تکنیک‌های احیای زیست‌محیطی مانند مدیریت تقاضا، استفاده بهینه از منابع آب و بازسازی اکوسیستم‌های طبیعی اشاره دارد (صالحی و همکاران،۱۴۰۲). مطالعات مختلف به اهمیت استفاده از فناوری‌های نوین در مدیریت منابع آب و کنترل آلودگی‌ها تأکید دارند و بکارگیری راهکارهایی مانند بازچرخانی آب، استفاده از آب‌های بازیافتی و بهره‌برداری از منابع آبی در مقیاس خرد به‌عنوان راهکارهایی برای مقابله با بحران‌های آبی مطرح شده است (سلطانی و همکاران،۱۴۰۲). در سطح اجتماعی و اقتصادی، مبانی نظری احیای زاینده‌رود باید به تأثیرات این بحران بر زندگی مردم و اقتصاد منطقه‌ای توجه کند. بحران آب در این منطقه نه تنها موجب کاهش تولیدات کشاورزی و مشکلات معیشتی برای کشاورزان شده، بلکه بر کاهش درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری نیز اثر گذاشته است. از سوی دیگر، کمبود آب به کاهش کارایی صنایع مختلف و ایجاد مشکلات زیست‌محیطی و بهداشتی برای شهروندان منجر شده است (محمدی و همکاران، ۱۴۰۱). نظریات اقتصادی در این زمینه به اهمیت ارزیابی هزینه‌ها و منافع مرتبط با مدیریت منابع آبی و احیای رودخانه‌ها اشاره دارند. این مطالعات به‌ویژه بر روش‌های تحلیل هزینه-فایده در پروژه‌های بازسازی و احیای منابع طبیعی تأکید دارند و از مدل‌های توسعه پایدار برای شبیه‌سازی اثرات احیای زاینده‌رود بر شاخص‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی بهره می‌برد (امیرزاده و همکاران، ۱۴۰۲). در بعد فرهنگی و تاریخی، زاینده‌رود به‌عنوان یکی از ارکان هویت فرهنگی اصفهان شناخته می‌شود. بسیاری از آثار تاریخی این شهر، از جمله پل‌های تاریخی مانند سی‌وسه‌پل و پل خواجو، به‌طور مستقیم به این رودخانه وابسته هستند و ارتباطات عمیقی با فرهنگ، هنر و معماری اصفهان دارند. نظریات فرهنگی در این زمینه بر اهمیت حفظ میراث طبیعی و فرهنگی در کنار توسعه پایدار تأکید دارد (محقق و همکاران، ۱۴۰۲). اشاره این نظریات، نیاز به توجه به فرهنگ‌سازی و جلب مشارکت مردمی در فرآیند احیا است. بازسازی زاینده‌رود نه‌تنها به نفع محیط‌زیست و اقتصاد است، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک پروژه فرهنگی برای تقویت هویت ملی و محلی اصفهان عمل کند. به‌طور کلی، مبانی نظری احیای زاینده‌رود نیازمند یک رویکرد چندبعدی است که به‌طور هم‌زمان ابعاد زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را در نظر بگیرد. این رویکرد باید مبتنی بر اصول پایداری، مدیریت منابع بهینه و توجه به نیازهای نسل‌های آینده باشد (لوافان، ۱۴۰۲). همچنین، استفاده از فناوری‌های نوین و مدل‌های تحلیلی پیشرفته برای پیش‌بینی و ارزیابی اثرات مختلف احیای زاینده‌رود می‌تواند به دستیابی به راهکارهای مؤثر و عملی کمک کند (سلطانی و همکاران، ۲۰۲۳). در نهایت، مبانی نظری این تحقیق باید بر ایجاد هم‌افزایی میان بخش‌های مختلف جامعه، از جمله دولت، جامعه مدنی، دانشگاه‌ها و بخش خصوصی تأکید داشته باشد تا به‌طور مؤثر به حل بحران و احیای این رودخانه پرداخته شود. احیای زاینده‌رود، لازم است به نظریات و مدل‌های مرتبط با مدیریت منابع آب و بحران‌های زیست‌محیطی، تحلیل‌های اکوسیستمی، و همچنین مدل‌های توسعه پایدار و تحلیل ریسک پرداخته شود (کریمی، ۲۰۱۹). در این راستا، مفاهیم مرتبط با مدیریت منابع آب و پایداری زیست‌محیطی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مدیریت منابع آب به‌عنوان یکی از ارکان اصلی در مبانی نظری احیای زاینده‌رود، به‌شدت تحت تأثیر مدل‌های مدیریتی یکپارچه منابع آب قرار دارد

(حسینی، ۲۰۱۸). مدل IWRM که در دهه‌های اخیر توسط سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان ملل به‌عنوان چارچوبی برای مدیریت بهینه منابع آب معرفی شده است، تأکید دارد بر این که مدیریت منابع آب باید در سطحی جامع و هماهنگ در نظر گرفته شود و از تصمیم‌گیری‌های پراکنده و بدون هم‌افزایی پرهیز گردد. این مدل به‌ویژه در شرایط بحران‌های آبی همچون بحران زاینده‌رود اهمیت می‌یابد، چراکه تنها از طریق همکاری میان ذینفعان مختلف شامل نهادهای دولتی، بخش خصوصی، کشاورزان، و جامعه محلی می‌توان به راهکارهایی برای مدیریت پایدار منابع آبی رسید (امام‌نیا، ۲۰۲۳). این مدل همچنین بر اهمیت تخصیص بهینه منابع آب، استفاده از فناوری‌های نوین و بازنگری در شیوه‌های مصرف آب تأکید دارد. در زمینه تحلیل اکوسیستمی، باید به مفاهیم خدمات اکوسیستمی و پایداری اکوسیستم‌ها توجه داشت. بر اساس نظریات خدمات اکوسیستمی، رودخانه‌ها نه‌تنها به‌عنوان منابع آب، بلکه به‌عنوان اکوسیستم‌های پیچیده که خدمات مختلفی را برای انسان و طبیعت فراهم می‌آورند، شناخته می‌شوند (اسدی، ۲۰۲۳). این خدمات شامل تأمین آب، تنظیم کیفیت آب، حمایت از تنوع زیستی و حتی خدمات اجتماعی و اقتصادی مانند گردشگری و کشاورزی است. با این رویکرد، هرگونه تغییر در وضعیت رودخانه زاینده‌رود نه‌تنها بر اکوسیستم آبی، بلکه بر تمامی سیستم‌های وابسته به آن، از جمله صنایع، کشاورزی و حتی فرهنگ منطقه، اثرات جبران‌ناپذیری خواهد داشت (گلچینا و همکاران، ۲۰۲۳). این دیدگاه باعث می‌شود تا احیای زاینده‌رود نه فقط از منظر تأمین منابع آب، بلکه از جنبه‌های حفظ خدمات اکوسیستمی و ارتقای رفاه اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. مدل‌های توسعه پایدار به ویژه در بستر بحران‌های آبی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این زمینه، توسعه پایدار به عنوان یکی از اصلی‌ترین مفاهیم علمی در مدیریت منابع طبیعی و محیط‌زیست مطرح می‌شود که بر استفاده بهینه از منابع طبیعی با حفظ توانایی‌های این منابع برای نسل‌های آینده تأکید دارد. توسعه پایدار در مورد زاینده‌رود باید به‌گونه‌ای تعریف شود که به احیای رودخانه و تأمین منابع آب برای مصارف مختلف از جمله کشاورزی، صنعت، و شرب با حفظ محیط‌زیست و منابع آبی برای نسل‌های آینده بپردازد (محمدزاده و همکاران، ۲۰۲۴). در این چارچوب، به کارگیری شیوه‌های مدیریتی نوین همچون اقتصاد دایره‌ای و مدیریت بهینه منابع طبیعی، که بر کاهش هدررفت منابع و بازیافت مواد تأکید دارند، می‌تواند به ایجاد رویکردهای جدید برای احیای زاینده‌رود کمک کند.در بخش اجتماعی و اقتصادی، نظریات تحلیل هزینه-فایده برای ارزیابی آثار مختلف احیای زاینده‌رود کاربرد گسترده‌ای دارد (طیبی و همکاران، ۲۰۲۲). این مدل‌ها به ارزیابی مقایسه‌ای هزینه‌ها و منافع احیای رودخانه پرداخته و نقش آن در بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه محلی را روشن می‌سازد. بر اساس مدل‌های اقتصادی، هرگونه هزینه‌ای که برای احیای زاینده‌رود صرف می‌شود، باید با منافع اقتصادی و اجتماعی آن در آینده هم‌خوانی داشته باشد. این منافع می‌تواند شامل بهبود کیفیت آب، افزایش تولیدات کشاورزی، رشد صنعت گردشگری و حفاظت از میراث فرهنگی باشد (اسدی و همکاران، ۲۰۲۲). در این راستا، باید مدل‌های پیش‌بینی‌پذیر اقتصادی برای ارزیابی آثار بلند مدت احیای زاینده‌رود طراحی شود. مدیریت ریسک یکی دیگر از ابعاد کلیدی مبانی نظری در این تحقیق است. بحران زاینده‌رود به‌عنوان یک مسئله پیچیده و چندبعدی نیازمند استفاده از مدل‌های مدیریت ریسک پیچیده است که به شبیه‌سازی سناریوهای مختلف و ارزیابی خطرات احتمالی بر اساس داده‌های موجود می‌پردازد. این مدل‌ها می‌توانند به‌ویژه برای پیش‌بینی و مقابله با بحران‌های آینده و به حداقل رساندن خطرات ناشی از خشکسالی‌ها، تغییرات اقلیمی و استفاده بی‌رویه از منابع آب مفید واقع شوند (حسینی، ۲۰۲۳). استفاده از مدل‌های شبیه‌سازی و سیستم‌های دینامیک پیچیده می‌تواند به تحلیل دقیق‌تر تعاملات میان عوامل مختلف و شبیه‌سازی اثرات مختلف سیاست‌ها و اقدامات مختلف در راستای احیای زاینده‌رود کمک کند. در نهایت، مشارکت مردمی و آموزش و آگاهی‌رسانی از ارکان ضروری هر پروژه زیست‌محیطی است که به‌ویژه در احیای زاینده‌رود اهمیت دارد. بر اساس نظریات اجتماعی و رفتار محیط‌زیستی، جلب مشارکت مردمی و فرهنگ‌سازی در مورد بحران‌های آبی و اهمیت حفاظت از منابع طبیعی، می‌تواند نقش کلیدی در موفقیت فرآیندهای احیای رودخانه‌ها ایفا کند (استاد علی عسگری، ۲۰۲۵). این مشارکت، علاوه بر ارتقای آگاهی عمومی، به تقویت احساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تشویق مردم به پذیرش شیوه‌های مصرف بهینه آب می‌انجامد. لذا، برای دست‌یابی به نتایج پایدار و مؤثر، بایستی آگاهی‌رسانی و مشارکت اجتماعی به‌عنوان بخشی از استراتژی‌های احیای زاینده‌رود مورد توجه قرار گیرد (ثقفی و همکاران، ۲۰۲۳).

## پیشینه پژوهش

مرزبان‌پناه و همکاران، (۱۴۰۳)، این مطالعه به تحلیل روندهای تغییرات کاربری اراضی و تاثیر آن بر محیط زیست در حوزه آبریز زاینده‌رود طی سه دهه گذشته می‌پردازد. با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای و تحلیل‌های GIS، الگوهای تغییرات اراضی شناسایی و عوامل موثر بر این تغییرات مورد بررسی قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که افزایش اراضی کشاورزی و صنعتی و کاهش اراضی جنگلی و مرتعی، تاثیرات منفی بر منابع آبی، کیفیت خاک و تنوع زیستی منطقه داشته است. این مطالعه همچنین پیشنهادات مدیریتی برای حفظ منابع طبیعی و بهبود وضعیت زیست‌محیطی منطقه ارائه می‌دهد.

رخشان، (۱۴۰۲)، این مقاله به بررسی تاثیرات جاری شدن دائمی رودخانه زاینده‌رود بر پایداری زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی شهر اصفهان و ارائه راهکارهای اجرائی آن می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که جاری شدن دائمی زاینده‌رود تاثیرات مثبتی بر پایداری زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی اصفهان دارد. زاینده‌رود یکی از منابع آبی حیاتی برای تامین آب شرب، کشاورزی و صنعت در این شهر است. خشکسالی‌های اخیر و کاهش بارش‌ها، باعث کاهش شدید جریان آب رودخانه شده و مشکلات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی متعددی ایجاد کرده است. این مقاله یک راهکار پیشنهادی برای جاری‌سازی دائمی زاینده‌رود ارائه می‌دهد که شامل ساخت سدهای لاستیکی در طول رودخانه، ذخیره‌سازی آب در این سدها و ایجاد سیستم پمپاژ و انتقال آب از پایین‌دست به بالادست شهر است. این روش می‌تواند به بهبود وضعیت پایداری زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی اصفهان کمک کند و تاثیرات مثبتی از جمله بهبود وضعیت زیست‌محیطی، افزایش نشاط و شادابی مردم، بهبود شرایط گردشگری و افزایش درآمدهای مردم، و کمک به پایداری اقتصادی از طریق افزایش تولیدات کشاورزی و صنعتی و کاهش هزینه‌های آبیاری داشته باشد.

نظامزاده و همکاران، (۱۴۰۲)، این پژوهش به تحلیل و مقایسه انتقال آب بین حوضه‌ای از حوضه کارون (بهشت‌آباد) به دو روش تونل و پمپاژ پرداخته و اثرات آن بر منابع آب، انرژی و محیط‌زیست را با رویکرد همبست آب، انرژی و محیط‌زیست بررسی می‌کند. هدف اصلی برآورد مقدار مصرف آب و انرژی و همچنین انتشار گازهای آلاینده برای هر مترمکعب آب انتقالی است. برای این منظور، شاخص‌های مختلفی مانند انرژی برای آب، آب برای آب، انتشار گازهای آلاینده برای آب و شاخص اقتصادی قیمت آب بر اساس قیمت‌های داخلی، صادراتی و جهانی محاسبه شده است. ابزار مدل‌سازی پویای ونسیم برای شبیه‌سازی و تحلیل روابط بین متغیرها استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که مصرف انرژی در روش همبست آب ۱,۴ برابر بیشتر از روش بدون همبست است. همچنین، مصرف منابع در روش پمپاژ نسبت به روش تونل حدود ۶ برابر بیشتر است که تفاوت چشمگیری را نشان می‌دهد. به‌طور خاص، در مدل‌سازی به ازای انتقال هر مترمکعب آب، در روش تونل ۳,۷۶ کیلووات ساعت و در روش پمپاژ ۰,۵۸ کیلووات ساعت برق مصرف می‌شود.

ترابی فارسیانی، (۲۰۲۴)، امروزه، گردشگری صنعتی، به‌ویژه بازدید از کارخانه‌های قدیمی، به عنوان یکی از بازارهای مهم گردشگری شناخته می‌شود که نه تنها فرصتی برای حفظ میراث صنعتی فراهم می‌آورد، بلکه می‌تواند درآمد اضافی برای کارخانه‌ها به همراه داشته باشد. سیلوهای قدیمی یکی از مهم‌ترین میراث‌های صنعتی-کشاورزی هستند که در صورت عدم استفاده مناسب، رها خواهند شد. این تحقیق به بررسی راهکارهای حفظ سیلوهای قدیمی به عنوان میراث معماری و صنعتی و شناسایی تغییرات پایدار در کاربری اراضی برای فضاهای غیرقابل استفاده سیلوی قدیمی اصفهان می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که تبدیل این سیلوها به اکو-موزه نان و گندم یا سایت میراث صنعتی-کشاورزی مناسب‌ترین تغییر کاربری است. همچنین استفاده از رنگ و نقاشی در نمای سیلو به‌عنوان استراتژی برای جذب گردشگران و بازدیدکنندگان پیشنهاد می‌شود.

ثقفی و همکاران، (۲۰۲۳)، هدف این مطالعه بررسی شبکه کسب‌وکار گردشگری صنعتی در شهر اصفهان است. این مطالعه بر روی ۳۰ مدیر و کارشناس سازمان‌های فعال در این شبکه انجام شده است. داده‌ها با استفاده از تحلیل محتوای کیفی و تحلیل شبکه اجتماعی با نرم‌افزار UCINET تحلیل شدند. نتایج نشان داد که ۲۸ سازمان در این شبکه مشارکت دارند. شاخص‌های کلان شبکه نشان می‌دهد که چگالی شبکه نسبتاً پایین است و بیشتر روابط میان سازمان‌ها متقابل است. همچنین، پایداری شبکه در برابر عوامل

محیطی ضعیف است و تمایل کمتری برای شکل‌گیری خوشه‌های مختلف وجود دارد. شاخص‌های میکرو نیز نشان می‌دهد که تمرکز در ورودی و خروجی شبکه پایین است و شش بازیگر در مرکز شبکه قرار دارند، در حالی که ۲۲ بازیگر در حاشیه هستند. تعداد تعاملات سازمان‌های مرکزی سه برابر سازمان‌های حاشیه‌ای است.

## ۲. روش شناسی تحقیق

روش تحقیق این مطالعه از نوع کاربردی بوده و با هدف ارائه راهکارهای عملی برای رفع مشکلات ناشی از خشکی زاینده‌رود و آثار مخرب آن طراحی شده است. این تحقیق به روش توصیفی ـ تحلیلی انجام شد؛ به این معنا که ابتدا وضعیت موجود توصیف و سپس با تحلیل عوامل و پیامدها، راهکارهای مناسب ارائه شد. داده‌های مورد نیاز از طریق دو شیوه کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری گردید. در بخش کتابخانه‌ای، منابع علمی، گزارش‌های سازمان‌های مرتبط، مقالات تخصصی، و اسناد میراث فرهنگی و گردشگری بررسی شد. در بخش میدانی، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته براساس تماتیک با کارشناسان منابع آب، متخصصان میراث فرهنگی، فعالان گردشگری، مردم بومی و کشاورزان استفاده شد. همچنین از پرسشنامه برای سنجش دیدگاه‌های عمومی مردم و گردشگران و از مشاهده مستقیم برای ثبت تغییرات عینی در منطقه بهره گرفته شد. داده‌های گردآوری‌شده با روش‌های کیفی تحلیل گردید؛ به‌طوری که تحلیل کیفی برای مصاحبه‌ها و مشاهدات و تحلیل توصیفی به کار گرفته گردید. جامعه آماری تحقیق شامل۱۶ نفر از کارشناسان منابع آب، متخصصان میراث فرهنگی، فعالان گردشگری، مردم بومی و کشاورزان است و نمونه‌گیری به روش غیرتصادفی هدفمند صورت گرفت، به این معنا که افراد دارای دانش، تجربه یا ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق انتخاب گردیدند.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

در بررسی منابع آب حوضه زاینده‌رود، منابع شامل آبدهی زاینده‌رود طبیعی با حجم ۸۴۵ میلیون مترمکعب، آب الحاقی با حجم ۲۹۳ میلیون مترمکعب، تونل اول کوهرنگ با حجم ۲۰۰ میلیون مترمکعب، تونل دوم کوهرنگ با حجم ۲۴۴ میلیون مترمکعب، چشمه لنگان با حجم ۱۳۰ میلیون مترمکعب، و منابع حاصل از آب با حجم ۱۶۰ میلیون مترمکعب است. مجموع منابع متعلق به صاحبان حق برابر با ۱۱۳۸ میلیون مترمکعب و مجموع منابع در اختیار دولت ۵۱۴ میلیون مترمکعب برآورد شده است. در بخش مصارف، تعهدات و حقوق مختلفی وجود دارد. مصارف خانوارها شامل حقابه‌داران با مصرف ۴۱۹ میلیون مترمکعب، محیط زیست با ۱۷۶ میلیون مترمکعب، سهم آبیاری تا سال ۱۳۶۱ به میزان ۶۵۵ میلیون مترمکعب و شرب تا پایان سال ۱۳۶۱ با ۳۰ میلیون مترمکعب است. همچنین مصرف صنعتی ۴۰,۳ میلیون مترمکعب در این بخش ثبت شده است. در مجموع، مصارف خانوارها به ۱۳۲۰,۳ میلیون مترمکعب می‌رسد که با توجه به منابع موجود، کمبودی معادل ۱۸۲,۳ میلیون مترمکعب ایجاد می‌کند.از سوی دیگر، مصارف تعهد شده دولت شامل شرب اصفهان بزرگ و کاشان به میزان ۳۳۰ میلیون مترمکعب، شرب یزد به میزان ۶۶ میلیون مترمکعب، مصرف صنعتی برابر با ۱۲۰ میلیون مترمکعب، حق اشتراکی‌ها با ۳۰ میلیون مترمکعب و مصارف چهارمحال و بختیاری به میزان ۲۲۷ میلیون مترمکعب است. مجموع این مصارف تعهد شده دولت برابر با ۱۰۴۳ میلیون مترمکعب بوده که منجر به کمبودی معادل ۵۲۹ میلیون مترمکعب می‌شود. در نهایت، جمع کل کمبودهای حوزه زاینده‌رود معادل ۷۱۱,۳ میلیون مترمکعب برآورد شده است.

در مرحله مقوله‌بندی و کدگذاری از ادغام مضامین و مقایسه کدهای مشترک در مرحله سوم که همان کدگذاری گزینشی است، مولفه‌های جدول (۱) استخراج گردید:

**جدول (!): خلاصه کد مفهومی و مقوله‌های اصلی استخراج شده از آنها**

| مقوله های اصلی | مقوله‌های فرعی | کد مفهومی اولیه |
|---|---|---|
| عوامل زیست محیطی | خشکی زاینده‌رود | کاهش یا قطع جریان آب در زاینده‌رود و تأثیرات آن بر اکوسیستم. |
| | کاهش تنوع زیستی | تاثیر خشکی زاینده‌رود بر گونه‌های جانوری و گیاهی |
| | فرونشست زمین | تاثیرات خشکی بر زمین‌شناسی و نشست زمین |
| صنعت گردشگری | کاهش جذابیت گردشگری طبیعی | کاهش تعداد گردشگران، کمبود جاذبه‌های طبیعی، کاهش رونق صنعت گردشگری. |
| | آسیب به مناظر طبیعی | تخریب مناظر، آسیب به چشم‌اندازهای طبیعی، کاهش جذابیت گردشگری. |
| | کاهش تعداد گردشگران داخلی و خارجی | کاهش سفرهای گردشگری به اصفهان به‌دلیل خشکی رودخانه. |
| میراث فرهنگی | آسیب به آثار تاریخی و فرهنگی | آسیب به پل‌ها و بناهای تاریخی، تهدید ثبت جهانی آثار، کاهش ارزش میراث فرهنگی. |
| | کاهش ارتباط مردم با میراث فرهنگی | از دست رفتن هویت فرهنگی، کاهش مشارکت عمومی، کاهش آگاهی عمومی. |
| | تهدید گردشگری فرهنگی | کاهش بازدید از آثار تاریخی، کاهش فعالیت‌های فرهنگی، کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه میراث فرهنگی. |
| مدیریت منابع آبی | مدیریت بهینه منابع آب | استفاده بهینه از منابع، توسعه سدها، بازچرخانی آب. |
| | حفاظت از منابع زیرزمینی | کاهش برداشت‌های بی‌رویه، حفاظت از منابع آب زیرزمینی. |
| | بازچرخانی آب | استفاده مجدد از آب به ویژه در کشاورزی و صنایع برای کاهش فشار بر منابع آبی |
| توسعه گردشگری پایدار | سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار | سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار، آموزش گردشگری، حفاظت از منابع طبیعی. |
| | ایجاد جاذبه‌های گردشگری جدید | جاذبه‌های طبیعی جدید، توسعه گردشگری محلی، بازسازی مناطق گردشگری. |
| | آموزش و اطلاع‌رسانی گردشگران | آموزش به گردشگران برای رفتار مسئولانه در حفظ منابع طبیعی و فرهنگی |
| آموزش و آگاهی‌رسانی عمومی | آموزش جوامع محلی | کمپین‌های محیط‌زیستی، افزایش آگاهی عمومی، آموزش کشاورزان و مردم. |
| | آگاهی‌رسانی در سطح ملی و بین‌المللی | رسانه‌های اجتماعی، کمپین‌های جهانی، جلب حمایت بین‌المللی |
| | افزایش آگاهی عمومی | برنامه‌های آموزشی و اطلاع رسانی برای عموم مردم درباره اهمیت حفظ زاینده‌رود |

**- عوامل زیست‌محیطی**

خشکی زاینده‌رود: خشکی زاینده‌رود یکی از مشکلات جدی زیست‌محیطی است که تأثیرات گسترده‌ای بر اکوسیستم این منطقه دارد. کاهش یا قطع جریان آب در این رودخانه، به ویژه در فصول کم‌آب، باعث تهدید حیات گیاهی و جانوری در اطراف آن می‌شود. این بحران آبی می‌تواند سبب خشک شدن تالاب‌ها و زیستگاه‌های آبی شود که بسیاری از گونه‌های جانوری به آن‌ها وابسته‌اند. همچنین، خشکی رودخانه می‌تواند به تشدید مشکلات زیست‌محیطی مانند کاهش سطح آب‌های زیرزمینی و افزایش آلودگی‌ها منجر شود که اکوسیستم‌های مختلف منطقه را به خطر می‌اندازد.

کاهش تنوع زیستی: کاهش جریان آب در زاینده‌رود به شدت بر تنوع زیستی منطقه تأثیر می‌گذارد. این امر به از بین رفتن گونه‌های خاص گیاهی و جانوری که به آب‌های جاری وابسته‌اند، منجر می‌شود. به ویژه گونه‌های آبی که به زاینده‌رود وابسته است، ممکن است از بین بروند یا در معرض تهدید قرار گیرند. این فرآیند نه تنها به اکوسیستم زیستی رودخانه آسیب می‌زند، بلکه به کاهش تنوع زیستی در سطح منطقه‌ای و حتی ملی می‌انجامد.

فرونشست زمین: یکی دیگر از تبعات خشکی زاینده‌رود، فرونشست زمین است که به علت کاهش منابع آبی و افزایش فشار بر خاک‌های منطقه ایجاد می‌شود. فرونشست زمین می‌تواند موجب آسیب‌های جدی به ساختارهای زیرساختی، کشاورزی و حتی سکونتگاه‌ها گردد. این پدیده به‌ویژه در مناطقی که برداشت بی‌رویه از منابع آبی زیرزمینی صورت می‌گیرد، تشدید می‌شود و می‌تواند مشکلات جدیدی برای جوامع محلی ایجاد کند.

**- صنعت گردشگری**

کاهش جذابیت گردشگری طبیعی: یکی از پیامدهای مستقیم خشکی زاینده‌رود، کاهش جذابیت گردشگری طبیعی اصفهان است. گردشگران به‌ویژه به مناطق طبیعی و آبی جذب می‌شوند و وقتی زاینده‌رود خشک شود، بسیاری از این جاذبه‌ها به تدریج از دست می‌رود. کاهش تعداد گردشگران و کمبود جاذبه‌های طبیعی می‌تواند باعث کاهش رونق صنعت گردشگری در این منطقه شود و به تبع آن، درآمدهای اقتصادی شهر اصفهان به‌ویژه در حوزه گردشگری کاهش یابد.

آسیب به مناظر طبیعی: خشکی زاینده‌رود علاوه بر آسیب به اکوسیستم، به تخریب مناظر طبیعی اطراف رودخانه نیز می‌انجامد. این چشم‌اندازها که برای گردشگران جذاب است، با کاهش سطح آب و تغییرات زیست‌محیطی به تدریج آسیب می‌بینند. تخریب این مناظر و آسیب به زیبایی طبیعی اصفهان می‌تواند باعث کاهش جذابیت گردشگری و افت محبوبیت این منطقه به‌عنوان مقصد گردشگری شود.

کاهش تعداد گردشگران داخلی و خارجی: با توجه به خشکی زاینده‌رود، تعداد گردشگرانی که به اصفهان سفر می‌کنند، کاهش خواهد یافت. این کاهش به‌ویژه برای گردشگران داخلی که از مناطق مختلف کشور به اصفهان می‌آیند و همچنین گردشگران خارجی که برای مشاهده مناظر طبیعی و تاریخی اصفهان به این شهر سفر می‌کنند، محسوس خواهد بود. این روند کاهش تقاضا برای سفر به اصفهان می‌تواند آسیب‌های اقتصادی قابل توجهی به صنعت گردشگری وارد کند.

**- میراث فرهنگی**

آسیب به آثار تاریخی و فرهنگی: خشکی زاینده‌رود نه تنها به‌طور مستقیم به محیط‌زیست آسیب می‌زند بلکه آثار تاریخی و فرهنگی اطراف رودخانه نیز تهدید می‌شود. بناهایی مانند پل‌های تاریخی و سایر آثار فرهنگی که در نزدیکی زاینده‌رود قرار دارند، ممکن است به‌دلیل تغییرات محیطی و بحران آبی آسیب ببینند. این تهدیدات می‌تواند منجر به کاهش ارزش میراث فرهنگی اصفهان و حتی به خطر افتادن ثبت جهانی این آثار شود.

کاهش ارتباط مردم با میراث فرهنگی: خشکی زاینده‌رود همچنین می‌تواند منجر به کاهش ارتباط مردم با میراث فرهنگی خود شود. زمانی که منابع آبی محدود می‌شود، مردم به‌ویژه در جوامع محلی ممکن است توجه کمتری به حفظ و نگهداری آثار فرهنگی داشته باشند. این روند می‌تواند منجر به از دست رفتن هویت فرهنگی و کاهش مشارکت عمومی در حفاظت از میراث فرهنگی شود.

تهدید گردشگری فرهنگی: آسیب به منابع طبیعی و میراث فرهنگی، گردشگری فرهنگی را نیز تهدید می‌کند. گردشگران فرهنگی که به دیدن آثار تاریخی و فرهنگی اصفهان می‌آیند، ممکن است به‌دلیل آسیب‌های وارد شده به این آثار و تخریب مناظر طبیعی، انگیزه خود را برای بازدید از این منطقه از دست بدهند. این موضوع می‌تواند به کاهش بازدید از آثار تاریخی و کاهش سرمایه‌گذاری در این حوزه منجر شود.

**- مدیریت منابع آبی**

مدیریت بهینه منابع آب: برای مقابله با بحران خشکی زاینده‌رود، مدیریت بهینه منابع آب ضروری است. استفاده مؤثر از منابع آبی و مدیریت صحیح آن‌ها می‌تواند به احیای زاینده‌رود کمک کند. توسعه سدها و ایجاد سیستم‌های آبیاری بهینه می‌تواند از برداشت بی‌رویه آب جلوگیری کرده، از خشک شدن بیشتر زاینده‌رود جلوگیری کند.

حفاظت از منابع زیرزمینی: یکی از راه‌های مقابله با بحران آبی در اصفهان، حفاظت از منابع آب زیرزمینی است. به‌ویژه در مناطقی که برداشت بیش از حد از منابع زیرزمینی صورت می‌گیرد، باید قوانینی برای کاهش این برداشت‌ها و استفاده پایدار از این منابع وضع شود. این اقدام می‌تواند به حفظ منابع آبی منطقه و جلوگیری از فرونشست زمین کمک کند.

بازچرخانی آب: بازچرخانی آب به‌ویژه در کشاورزی و صنایع می‌تواند به کاهش فشار بر منابع آبی کمک کند. با استفاده مجدد از آب، مصرف آن در بخش‌های مختلف می‌تواند به‌طور مؤثری کاهش یابد و منابع آبی در اصفهان حفظ شود. این راهکار به بهبود وضعیت آب‌های زیرزمینی و سطحی کمک خواهد کرد.

**- توسعه گردشگری پایدار**

سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار: سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار می‌تواند به رشد اقتصادی اصفهان کمک کند، در حالی که به حفظ محیط‌زیست نیز توجه می‌شود. ترویج گردشگری که هم به اقتصاد کمک کند و هم محیط‌زیست را حفظ کند، می‌تواند به حفظ منابع طبیعی و فرهنگی اصفهان کمک کند. این استراتژی نیازمند برنامه‌ریزی‌های دقیق و همکاری‌های متعدد است.
ایجاد جاذبه‌های گردشگری جدید: برای جبران کاهش جاذبه‌های طبیعی ناشی از خشکی زاینده‌رود، ایجاد جاذبه‌های گردشگری جدید ضروری است. این جاذبه‌ها می‌تواند شامل پروژه‌های مرمتی، توسعه جاذبه‌های طبیعی جدید و بازسازی مناطق گردشگری باشد. ایجاد چنین جاذبه‌هایی می‌تواند به جذب گردشگران بیشتر و تقویت صنعت گردشگری در اصفهان کمک کند.
آموزش و اطلاع‌رسانی گردشگران: آموزش به گردشگران برای رفتار مسئولانه در حفظ منابع طبیعی و فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این آموزش‌ها می‌تواند شامل راهنمایی‌های محیط‌زیستی، تشویق به کاهش مصرف منابع و حفظ میراث فرهنگی باشد. گردشگران باید آگاه شوند که چگونه می‌توانند به حفاظت از زاینده‌رود و دیگر منابع طبیعی کمک کنند.

**- آموزش و آگاهی‌رسانی عمومی**

آموزش جوامع محلی: آموزش جوامع محلی در مورد اهمیت حفظ منابع طبیعی و مدیریت پایدار آب یکی از ارکان اساسی برای نجات زاینده‌رود است. با ارائه آموزش‌های دقیق به کشاورزان و جوامع محلی در زمینه کشاورزی پایدار و مصرف بهینه آب، می‌توان از برداشت بی‌رویه جلوگیری کرده و به حفظ منابع آبی کمک کرد.
آگاهی‌رسانی در سطح ملی و بین‌المللی: برای جلب حمایت در سطح جهانی و ملی، نیاز به آگاهی‌رسانی از طریق رسانه‌های اجتماعی و کمپین‌های جهانی است. این اقدام می‌تواند موجب جلب توجه کشورهای دیگر، سازمان‌های بین‌المللی و نهادهای محیط‌زیستی برای کمک به احیای زاینده‌رود شود.
افزایش آگاهی عمومی: برنامه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی برای عموم مردم، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این برنامه‌ها می‌توانند شامل آموزش‌های محیط‌زیستی، آگاه‌سازی درباره اهمیت حفظ زاینده‌رود و تشویق به مشارکت عمومی در حفظ منابع طبیعی باشد.

**شکل (۱): نمودار مضامین احیای زاینده‌رود؛ ضرورت ملی برای نجات محیط زیست، صنعت گردشگری و میراث فرهنگی اصفهان**

مدل ارائه شده در شکل (۱) چارچوب جامع برای مضامین احیای زاینده‌رود؛ ضرورت ملی برای نجات محیط زیست، صنعت گردشگری و میراث فرهنگی اصفهان بر اساس تحلیل تماتیک است. این مدل، مجموعه‌ای از عوامل کلیدی را شناسایی کرده که بر قیمت‌گذاری دارایی‌ها و رفتار بازار سهام تأثیر می‌گذارد. در تحقیق حاضر، به بررسی تأثیر خشکی زاینده‌رود بر ابعاد مختلف زیست‌محیطی،

اقتصادی و اجتماعی پرداخته شده است. این بحران نه تنها تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر منابع طبیعی و محیط‌زیست دارد، بلکه به ابعاد مختلف توسعه اقتصادی و فرهنگی نیز آسیب می‌زند. به‌ویژه در این پژوهش، عوامل زیست‌محیطی و اقتصادی مرتبط با خشکی این رودخانه به طور خاص تحلیل شده است. خشکی زاینده‌رود یکی از بحران‌های جدی زیست‌محیطی است که تأثیرات گسترده‌ای بر اکوسیستم منطقه دارد. کاهش یا قطع جریان آب در این رودخانه، به ویژه در فصول کم‌آب، باعث تهدید حیات گیاهی و جانوری در اطراف آن می‌شود. بسیاری از گونه‌های جانوری که به آب‌های جاری وابسته‌اند، در معرض خطر قرار می‌گیرند. این بحران می‌تواند سبب خشک شدن تالاب‌ها و زیستگاه‌های آبی شود که بسیاری از گونه‌های آبی به آن‌ها وابسته هستند. علاوه بر این، کاهش جریان آب در زاینده‌رود به کاهش تنوع زیستی منطقه منجر می‌شود. گونه‌های خاص گیاهی و جانوری که به زاینده‌رود وابسته‌اند، در معرض تهدید قرار می‌گیرند و ممکن است از بین بروند. در این میان، فرونشست زمین یکی دیگر از تبعات خشکی زاینده‌رود است که به علت کاهش منابع آبی و فشار بر خاک‌های منطقه ایجاد می‌شود. این پدیده می‌تواند موجب آسیب‌های جدی به زیرساخت‌ها و سکونتگاه‌ها گردد و مشکلات جدیدی برای جوامع محلی به وجود آورد.با توجه به این مشکلات زیست‌محیطی، صنعت گردشگری نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد. گردشگران اغلب به مناطق طبیعی و آبی جذب می‌شوند و خشکی زاینده‌رود باعث از دست رفتن این جاذبه‌های طبیعی می‌شود. کاهش تعداد گردشگران و کمبود جاذبه‌های طبیعی می‌تواند به کاهش رونق صنعت گردشگری و درآمدهای اقتصادی شهر اصفهان به‌ویژه در حوزه گردشگری منجر شود. تخریب مناظر طبیعی نیز به آسیب به زیبایی‌های طبیعی اصفهان کمک می‌کند و می‌تواند موجب کاهش جذابیت گردشگری و افت محبوبیت این منطقه به‌عنوان مقصد گردشگری شود. این کاهش در تعداد گردشگران داخلی و خارجی، به‌ویژه گردشگران خارجی که برای مشاهده مناظر طبیعی به اصفهان می‌آیند، محسوس خواهد بود. این کاهش تقاضا می‌تواند آسیب‌های اقتصادی قابل توجهی به صنعت گردشگری وارد کند. از سوی دیگر، خشکی زاینده‌رود آثار منفی دیگری نیز بر میراث فرهنگی اصفهان دارد. آثار تاریخی و فرهنگی که در نزدیکی رودخانه قرار دارند، به دلیل تغییرات محیطی و بحران آبی در معرض آسیب قرار می‌گیرد. بناهایی مانند پل‌های تاریخی و سایر آثار فرهنگی ممکن است آسیب ببینند و این تهدیدات می‌تواند منجر به کاهش ارزش میراث فرهنگی اصفهان و تهدید ثبت جهانی این آثار شود. علاوه بر این، کاهش ارتباط مردم با میراث فرهنگی خود نیز ممکن است رخ دهد، زیرا مردم در جوامع محلی ممکن است به‌دلیل محدودیت منابع آبی، توجه کمتری به حفظ و نگهداری آثار فرهنگی داشته باشند. این روند می‌تواند منجر به از دست رفتن هویت فرهنگی و کاهش مشارکت عمومی در حفاظت از میراث فرهنگی شود. در این راستا، مدیریت بهینه منابع آب برای مقابله با بحران خشکی زاینده‌رود ضروری است. استفاده مؤثر از منابع آبی و جلوگیری از برداشت بی‌رویه از این منابع می‌تواند به احیای زاینده‌رود کمک کند. توسعه سدها، ایجاد سیستم‌های آبیاری بهینه و استفاده از تکنولوژی‌های نوین برای بازچرخانی آب می‌تواند به کاهش مصرف آب و جلوگیری از خشک شدن بیشتر زاینده‌رود کمک کند. بازچرخانی آب در کشاورزی و صنایع نیز یکی از روش‌های مؤثر برای کاهش فشار بر منابع آبی است. همچنین، حفاظت از منابع زیرزمینی و کاهش برداشت‌های بی‌رویه از این منابع می‌تواند به حفظ منابع آبی منطقه و جلوگیری از فرونشست زمین کمک کند.

برای مقابله با این بحران و تأثیرات آن بر صنعت گردشگری، توسعه گردشگری پایدار می‌تواند راه‌حلی مؤثر باشد. سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار می‌تواند به رشد اقتصادی اصفهان کمک کند، در حالی که در عین حال به حفظ محیط‌زیست نیز توجه می‌شود. ایجاد جاذبه‌های گردشگری جدید و مرمت جاذبه‌های طبیعی موجود می‌تواند به جذب گردشگران بیشتر کمک کند و به تقویت صنعت گردشگری در این منطقه کمک کند. علاوه بر این، آموزش به گردشگران در خصوص رفتار مسئولانه در حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، می‌تواند به کاهش آسیب‌ها و حفظ منابع کمک کند.در نهایت، افزایش آگاهی عمومی در خصوص بحران خشکی زاینده‌رود و اهمیت حفظ منابع طبیعی از ارکان اساسی برای مقابله با این بحران است. آموزش جوامع محلی در زمینه کشاورزی پایدار و مصرف بهینه آب، می‌تواند به حفظ منابع آبی کمک کند. همچنین، آگاهی‌رسانی در سطح ملی و بین‌المللی از طریق رسانه‌ها و کمپین‌های جهانی می‌تواند توجه بیشتری به وضعیت بحرانی زاینده‌رود جلب کند و از حمایت‌های بین‌المللی برای احیای این منابع بهره‌برداری شود.

## ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر که با هدف بررسی ضرورت احیای زاینده‌رود برای نجات محیط‌زیست، صنعت گردشگری و میراث فرهنگی اصفهان انجام شد، می‌توان نتیجه گرفت که خشکی زاینده‌رود به عنوان یکی از بحران‌های زیست‌محیطی مهم، تأثیرات چندلایه و گسترده‌ای بر جنبه‌های طبیعی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی این منطقه بر جای گذاشته است. بر اساس مقوله‌های شناسایی شده، خشکی رودخانه منجر به کاهش یا قطع جریان آب و در نتیجه، کاهش تنوع زیستی، تخریب اکوسیستم‌های محلی و بروز پدیده‌های مخرب زمین‌شناسی نظیر فرونشست زمین شده است. این دگرگونی‌های زیست‌محیطی، به طور مستقیم بر صنعت گردشگری نیز اثرگذار بوده، به گونه‌ای که با کاهش جذابیت‌های طبیعی، آسیب به مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی و در نهایت افت قابل توجه تعداد گردشگران داخلی و خارجی، زیربنای اقتصادی گردشگری منطقه با تهدید جدی مواجه شده است. در بعد فرهنگی، خشکی زاینده‌رود سبب آسیب به بناها و آثار تاریخی و تهدید موقعیت جهانی ثبت شده میراث فرهنگی اصفهان شده و با کاهش ارتباط مردم با هویت فرهنگی و خاطرات جمعی‌شان، پویایی فرهنگی منطقه را تحت تأثیر قرار داده است. افزون بر این، تهدید گردشگری فرهنگی و کاهش سرمایه‌گذاری در این حوزه نیز از پیامدهای غیرقابل انکار این بحران بوده است. در راستای مقابله با این چالش‌ها، مقوله‌هایی نظیر مدیریت بهینه منابع آبی از طریق توسعه سدها، بازچرخانی آب و حفاظت از منابع زیرزمینی، توسعه گردشگری پایدار از راه ایجاد جاذبه‌های جدید، سرمایه‌گذاری هدفمند، و آموزش رفتار مسئولانه گردشگران، و همچنین آموزش و آگاهی‌رسانی عمومی برای جلب مشارکت جوامع محلی و حمایت ملی و بین‌المللی، به عنوان استراتژی‌های اساسی احصاء شدند. بر اساس مطالعات آزادی و همکاران، (۱۳۹۷) اسرائیل با توجه به کمبود شدید آب در این منطقه، این کشور گزینه‌ای جز انطباق با شرایط سخت منابع آب نداشت. سیاست‌ها و اقدامات اجرایی مختلفی در راستای مقابله با بحران آب در این کشور به کار گرفته شده است. یکی از این اقدامات استفاده گسترده از فناوری‌های نوین برای تأمین آب است. به طور مثال، این کشور به یکی از پیشگامان جهانی در استفاده از سیستم‌های آب‌شیرین‌کن تبدیل شده و به‌طور گسترده‌ای از آن در تأمین منابع آب خود استفاده می‌کند. این کشور همچنین در زمینه تصفیه فاضلاب‌ها و استفاده مجدد از آب‌های تصفیه‌شده در بخش کشاورزی و صنعت گام‌های بزرگی برداشته است.علاوه بر این، اسرائیل به شدت بر روی مدیریت تقاضا و مصرف آب تمرکز کرده است. سیاست‌هایی نظیر تعرفه‌های بالا برای مصرف آب در بخش‌های مختلف، مخصوصاً در کشاورزی، و همچنین ارائه مشوق‌هایی برای استفاده از منابع آب جایگزین (مانند فاضلاب‌های تصفیه‌شده) از جمله اقداماتی است که در این زمینه انجام شده است. به این ترتیب، اسرائیل توانسته است با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و مدیریت مناسب منابع آب، بحران آبی خود را به‌طور مؤثری مدیریت کند.همچنین، در اسرائیل سیاست‌هایی همچون آبخیزداری و مدیریت منابع آب در سطوح مختلف اجرایی و محلی پیاده‌سازی شده است. این اقدامات شامل کنترل سیلاب‌ها، استفاده از فناوری‌های نوین در ذخیره‌سازی آب و تلاش برای کاهش تبخیر آب از منابع مختلف است. این کشور به‌طور مداوم در تلاش است تا از منابع آب موجود به بهترین شکل استفاده کرده و بحران‌های آینده را به حداقل برساند. همچنین طبق تحقیقات آزادی و همکاران (۱۳۹۷) در این زمینه، ایالت کالیفرنیا در آمریکا نیز تجربه‌های مشابهی داشته است. این ایالت با توجه به شرایط جغرافیایی و اقلیمی خود، از دهه‌ها پیش به‌طور جدی وارد فرآیندهای مدیریت بحران آب شده است. یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در کالیفرنیا انجام شده است، مدیریت منابع آب به‌ویژه در زمان‌های بحران است. به‌عنوان مثال، استفاده از سیستم‌های پیشرفته برای شبیه‌سازی و پیش‌بینی نوسانات منابع آبی و همچنین برنامه‌های جدی برای بازسازی و نگهداری منابع آبی موجود در این ایالت از جمله سیاست‌های موفق بوده است.بر اساس این تجارب، می‌توان به ایران نیز راهکارهایی برای مدیریت بحران آب پیشنهاد داد. در ایران، با توجه به شرایط آب و هوایی و وضعیت منابع آب، نیاز به برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از فناوری‌های نوین در حوزه‌های مختلف مانند تصفیه فاضلاب، آب‌شیرین‌کن‌ها، و بهره‌وری بیشتر از منابع آبی موجود احساس می‌شود. همچنین، باید توجه داشت که در ایران، استفاده بهینه از منابع آبی از طریق اصلاح الگوهای مصرف و کاهش ضایعات آب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.با توجه به شرایط ویژه ایران و بحران‌های آب موجود، لازم است که کشور به‌طور جدی‌تر و جامع‌تر به مقوله مدیریت بحران آب پرداخته و با استفاده از تجارب جهانی، سیاست‌های کارآمدتر را برای حفظ منابع آبی خود به‌کار گیرد. پیشنهاد می‌شود که فرآیند احیای زاینده‌رود

صرفاً به مداخلات فنی محدود نشود، بلکه به یک برنامه جامع با رویکرد توسعه پایدار تبدیل گردد که در آن مدیریت منابع آب، بازآفرینی اکوسیستم، توسعه گردشگری پایدار، حفاظت از میراث فرهنگی، و آگاهی‌بخشی عمومی در تعامل با یکدیگر پیش برده شوند. همچنین، ضرورت دارد که سیاستگذاران و نهادهای مسئول، با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌ها و سازمان‌های بین‌المللی، حمایت ملی و بین‌المللی برای اجرای پروژه‌های احیایی را جلب نموده و رویکردهای نوآورانه‌ای مانند کشاورزی پایدار، گردشگری بوم‌محور و فناوری‌های نوین آب را در برنامه‌های احیا لحاظ کنند. در نهایت، تاکید بر آموزش جوامع محلی به عنوان ذی‌نفعان اصلی این پروژه‌ها، می‌تواند نقش مؤثری در پایداری نتایج و تضمین موفقیت در احیای زاینده‌رود ایفا کند؛ چراکه هر گونه اقدام بدون جلب مشارکت و همراهی مردم، فاقد پایداری لازم خواهد بود.با توجه به نتایج به‌دست آمده، در راستای احیای زاینده‌رود و حفظ محیط‌زیست، صنعت گردشگری و میراث فرهنگی شهر اصفهان، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان کشور بر مبنای توسعه پایدار، مدیریت صحیح منابع طبیعی، ارتقاء آگاهی عمومی و حفاظت مؤثر از میراث فرهنگی بازتعریف شود. در این مسیر، لازم است نگاه ملی به موضوع زاینده‌رود تقویت شده و رویکردهای بین‌بخشی با مشارکت نهادهای مختلف شکل گیرد. همچنین توجه به آموزش عمومی، ایجاد ظرفیت‌های نوآورانه در حوزه گردشگری پایدار، حمایت از پژوهش‌های علمی، و ترویج فرهنگ حفاظت از منابع طبیعی می‌تواند نقش بسزایی در پایداری اکوسیستم منطقه و رونق مجدد گردشگری فرهنگی و طبیعی داشته باشد. علاوه بر این، سیاست‌های حمایتی از جوامع محلی، مشارکت فعال بخش خصوصی و استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی می‌تواند فرآیند احیا و حفاظت را تسریع کند و به الگویی موفق در سطح ملی و منطقه‌ای تبدیل شود.

## منابع و ماخذ


آزادی، امین، و ساوالانپور اردبیلی، حمیدرضا. (۱۳۹۷-۷-۲۸). مدیریت بحران آب (مطالعه تطبیقی). تهران، ایران: مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. https://sid.ir/paper/791337/fa

امیرزاده، ملیکاسادات و برک پور، ناصر،(۱۴۰۲)،ارزیابی تاب آوری اجتماعات محلی شهر اصفهان در برابر خشک شدن رودخانه زاینده رود و مادی ها،https://civilica.com/doc/1831673

خشوعی، مهرداد و استکی، احسان،(۱۴۰۳)،بررسی کیفی آب رودخانه زاینده رود قبل و بعد از شهرستان اصفهان به روشNSFWQI ،چهاردهمین کنگره ملی مهندسی عمران،زنجان،https://civilica.com/doc/2100390

رخشان، جواد و دادفر، شیما،(۱۴۰۲)،تاثیرات پایداری زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی جاری شدن دائمی رودخانه زاینده رود در شهر اصفهان و راهکارهای اجرائی آن،اولین همایش ملی پایداری در محیط های انسان ساخت،اصفهان،https://civilica.com/doc/2004032

رخشان، جواد،(۱۴۰۳)،تاثیرات پایداری زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی جاری شدن دائمی رودخانه زاینده رود در اقتصاد و مدیریت شهری اصفهان،سومین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار،تهران،https://civilica.com /doc/2093377

رضایی، سویا و عطریان، نرگس،(۱۴۰۳)،درک معنایی بحران کم آبی زاینده رود با تاکید بر تفاوت های فرهنگی استان های اصفهان و چهارمحال و بختیاری،https://civilica.com/doc/2137815

زارعی‌دستگردی، زهرا و کلانتری، خلیل و اسدی، علی،(۱۴۰۳)،تدوین سناریوهای توسعه پایدار کشاورزی در حوضه آبریز زاینده رود استان اصفهان،https://civilica.com/doc/2216528

سلطانی، نرگس و پرتوی، پروین و مرادی چادگانی، داریوش،(۱۴۰۲)،ارزیابی اثرات متقابل ارزش های میراث محیطی رودخانه زاینده رود شهر اصفهان و کیفیت زندگی ساکنان پیرامون آن،https://civilica.com/doc/1948715

صالحی، اسماعیل و باقری، رسول و شیرانی، علی،(۱۴۰۲)،بررسی نقش زاینده رود در آبخوان دشت اصفهان و تاثیر خشک شدن آن بر فرونشست های نامتقارن شهری،سومین کنفرانس بین المللی معماری،عمران،شهرسازی،محیط زیست و افق های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب،تبریز،https://civilica.com/doc/1959946

صفدری، رضوان و گل شیرازی، مجتبی،(۱۴۰۳)،علل خشک شدن زاینده رود و اثرات زیست محیطی آن در استان اصفهان،دوازدهمین کنفرانس ملی ایده های نوین در علوم انسانی و مهندسی، رشت،https://civilica.com /doc/2034420

لوافان، علی، (۱۴۰۲)، واکاوی اثربخشی رودخانه ها در کالبد شهری و توسعه پایدار صنعت گردشگری (مورد مطالعه : رودخانه زاینده رود شهر اصفهان)،اولین کنفرانس بین المللی تحقیقات پیشرفته در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی ،https://civilica.com/doc/1733428

محقق، فائزه و تقوایی، مسعود و صادقی، نگین،(۱۴۰۲)،تبیین شاخص های گردشگری خلاق محور زاینده رود اصفهان از دیدگاه شهروندان،https://civilica.com/doc/1764645

محمدی، اصغر و حقیقتیان، منصور و بهزادفر، حسین،(۱۴۰۱)،واکاوی خشکی زاینده رود و پیامدهای اقتصادی- سیاسی آن بر جامعه کشاورزان شرق اصفهان،https://civilica.com/doc/1904363

مرزبان‌پناه ماکلوانی، نسترن و کریمی، سعید،(۱۴۰۳)،تحلیل تغییرات کاربری اراضی و تاثیر آن بر محیط زیست در حوزه آبریز زاینده رود، استان اصفهان، ایران،یازدهمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین درحوزه زیست شناسی و علوم طبیعی ایران،تهران،https://civilica.com/doc/2140424

نظامزاده اژیه، فاطمه و یزدیان، حامد و علیجانیان، محمدعلی،(۱۴۰۲)،به کارگیری مفاهیم همبست آب، انرژی و محیط زیست در ارزیابی اقتصادی روش هایانتقال آب به آبریز زاینده رود،دومین همایش ملی مدیریت کیفیت آب و چهارمین همایش ملی مدیریت مصرف آب با رویکرد کاهش هدررفت و بازیافت،تهران،https://civilica.com/doc/1975463

هوشیاری‌پور، نادیا و فریادی، شهرزاد،(۱۴۰۳)،مروری بر نقش زاینده رود در منظر استان اصفهان،اولین همایش ملی محیط زیست شهری،تهران،https://civilica.com/doc/2129252

Asadi, S. (2023). Cultural heritage lost: case study of Isfahan, Iran. In *Multiculturalism and Interculturalism-Managing Diversity in Cross-Cultural Environment*. IntechOpen. DOI: 10.5772/intechopen.110051

Emamnia, S. A. (2023). *The concept of sustainable city and eco-city in Iran, case study the third district of Isfahan municipality* (Doctoral dissertation, Politecnico di Torino). http://webthesis.biblio.polito.it/id/eprint/29869

Golchini, S., & Fanni, Z. (2023). Explaining the factors affecting the city's cultural policies with the approach of creative and cultural industries of Isfahan city. *Geography (Regional Planning)*, *13*(52), 357-374. DOI: 10.22034/jgeoq.2024.307549.3340

Hosseini, S. (2018). *Zayandehrud River Speaks Reading the Riverine Landscapes of Seventeenth-Century Isfahan* (Doctoral dissertation). Corpus ID: 135407823

Karimi, S. (2019). Water dilemma in Isfahan and international tourists' effect on it. URN: urn:nbn:se:sh:diva-39741

Mohammadzadeh, N., Mohammadi, J., Dehghani, M., Akbarzadeh, F., Takhtfiroozeh, S. M., & Dehghani, R. (2024). Assessment of the impact of tourism attractions with an emphasis on economic and environmental sustainable: A case study in Isfahan. *Environmental Health Engineering And Management Journal*, *11*(4), 385-389. URL: http://ehemj.com/article-1-1458-en.html

Ostad-Ali-Askari, K. (2025). Climate Intelligence, a Strategy for Sustainable Urban Tourism Development in Historic City of Gaz Borkhar, Isfahan, Iran. *Isfahan, Iran (March 04, 2025)*. DOI: http://dx.doi.org/10.20431/2454-8693.0403001

Saghafi, F., Jalilvand, M. R., Ahmadiyeh, E., & Nasrolahi Vosta, L. (2023). Analysis of an industrial tourism business network using social network approach: the case of Isfahan, Iran. *Journal of Islamic Marketing*, *14*(12), 3113-3132. DOI:10.1108/JIMA-06-2022-0164

Soltani, N., Partovi, P., & Moradi Chadegani, D. (2023). Evaluation of the Mutual Effects of the Environmental Heritage Values of the Zayandehrud River in Isfahan and the Quality of Life (QOL) of Surrounding Residents. *Spatial Planning*, *13*(1), 65-96. DOI: 10.22108/sppl.2023.137282.1717

Tayebi, S. K., & Zamani, Z. (2022). Relationship between Cultural Heritage and Business Environment: Case study of Isfahan Naghsh-e Jahan Square. *Planning in Germany and Iran*, 155.

Torabi Farsani, N. (2024). Industrial Tourism as a Sustainable Strategy for Preserving Industrial Heritages (Case Study: Isfahan Old Silo). *Urban Economics*, *8*(2), 63-74. Doi: 10.22108/UE.2024.142205.1291

# گردشگری میکروبیوم: درمان‌های مکان محور از طریق بهینه‌سازی محور روده- مغز برای سلامت پایدار

**صبا سپهوند**، دکتری ژئومرفولوژی، گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

در عصر گسست‌های زیستی- فرهنگی، که انسان از بستر طبیعی خویش جدا شده و ساختارهای روانی- زیستی او در معرض فرسایش قرار گرفته‌اند، این پژوهش با هدف بازتعریف نسبت انسان، فضا و سلامت، مفهومی نوین تحت عنوان «گردشگری میکروبیوم» را صورت‌بندی می‌نماید. این مطالعه با بهره‌گیری از رویکردی مفهومی و میان‌رشته‌ای و با اتکاء به مرور تحلیلی منابع در حوزه‌های میکروبیولوژی، روان‌شناسی سلامت، بوم‌شناسی فرهنگی و مطالعات گردشگری، در قالب چارچوبی سه لایه شامل ورودی‌ها، فرایندهای میانجی و پیامدهای چندسطحی را استخراج کرده است.

یافته‌های حاصل نشان می‌دهند که سفر، به‌ویژه در قالب الگوهای اقامتگاه زیستی- درمانی، از طریق مواجهه‌های زیستی- فرهنگی همچون تماس با زیست‌بوم‌های طبیعی، مصرف غذاهای تخمیری محلی و مشارکت در آیین‌های بومی، قادر است مسیرهای محور روده- مغز را فعال نموده و به بهبود خلق، ارتقاء شناخت و بازسازی تاب‌آوری روانی بینجامد.

در این نگرش، فضا نه‌تنها بستری منفعل، بلکه عنصری فعال در بازآرایی نظام‌های عصبی- زیستی انسان تلقی می‌شود و سفر، به‌مثابه مداخله‌ای سلامت‌محور، جایگاهی تمدنی می‌یابد. بر این اساس، گردشگری میکروبیوم می‌تواند به‌عنوان ابزاری مفهومی-کاربردی در ارتقاء سلامت عمومی، توسعه پایدار زیستی- فرهنگی و بازمهندسی رابطه انسان و محیط ایفای نقش نماید. دستیابی به این افق، نیازمند هم‌افزایی ساختاری میان نظام سلامت، طراحی فضایی و سواد بوم‌زیستی در سیاست‌گذاری‌های کلان است.



**واژگان کلیدی:** میکروبیوم، گردشگری، سایکوبیوتیک ها، سلامت.


## ۱. مقدمه:

در جهان متکثر و پیچیده امروز، که در آن پیوندهای ناپیدا میان زیست‌کره و روان انسان بیش از هر زمان دیگری آشکار می‌شود، بدن انسان دیگر نه صرفاً موجودی زیستی، بلکه سامانه‌ای پویا و درهم‌تنیده با محیط پیرامون تلقی می‌گردد. در این میان، محور روده- مغز[۱] همچون شاه‌راهی زیستی- شناختی، بستری برای فهم پیوندهای نادیده میان تجربه زیستن، تغذیه، روان و محیط فراهم

[۱] Gut–Brain Axis

آورده است؛ محوری که در آن، میکروبیوم روده به‌منزله سامانه‌ای هوشمند و خودتنظیم‌گر، نقشی کلیدی در شکل‌دهی به فرآیندهای ادراکی، خلق‌وخو، پاسخ‌های ایمنی و سازوکارهای استرس ایفا می‌نماید(Cryan & Dinan, 2012),(Mayer et al., 2015).

آنچه در لابه‌لای این مناسبات زیستی نهفته است، تأثیر کیفی تجربه زیستن در فضاهای متنوع جغرافیایی و تغذیه‌ای بر ساختار درونی بدن انسان است. پژوهش‌های پیشین به‌روشنی نشان داده‌اند که تنوع در رژیم‌های غذایی، به‌ویژه در بسترهای روستایی و بوم‌زیست‌های سنتی، با غنای بالاتر میکروبیوم و سلامت روانی پایدارتر همراه بوده است (Tillisch et al., 2013), (Foster et al., 2020). (De Filippo et al., 2010), با این‌حال، بیشتر این مطالعات در بسترهای کنترل‌شده و ایستا صورت پذیرفته‌اند و نقش پویای سفر- به مثابه امکانی چندحسی، میان‌فرهنگی و بوم‌زیستی در بازآرایی این سامانه‌های درونی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

سفر، در این معنا، نه صرفاً جابجایی مکانی، بلکه ورود به سازوکارهای چندلایه‌ای است که در آن بدن انسان در مواجهه با اقلیم، خوراک، فرهنگ و زیست‌جهان جدید، در معرض بازتنظیم زیستی قرار می‌گیرد. این بازتنظیم واجد کیفیتی سیستمی و غیرخطی است؛ همچون دگرگونی‌های میکروبی که نه از مسیر خطی صرف، بلکه در بستر تعادل‌های ناپایدار، تعاملات هم‌افزا و هم‌آیندی‌های پنهان رخ می‌دهد.

از دل چنین نگاهی، مفهوم «گردشگری میکروبیوم» زاده می‌شود؛ مفهومی که تلاش دارد تا گردشگری را نه صرفاً به‌منزله تجربه‌ای فرهنگی یا اقتصادی، بلکه به‌مثابه مداخله‌ای زیستی- روان‌شناختی بازتعریف نماید؛ مداخله‌ای که می‌تواند از رهگذر تنوع بوم‌شناختی، خوراکی و فرهنگی، سازوکارهای محور روده- مغز را تحریک کرده و به خلق زیست‌جهانی نو برای فرد بینجامد.

پژوهش حاضر، در پی آن است تا با تکیه بر سنت مفهومی- نظری و با بهره‌گیری از ادبیات میان‌رشته‌ای، سه محور زیر را به‌عنوان پایه‌های نظریه‌پردازی در حوزه گردشگری میکروبیوم واکاوی نماید:

۱) بازشناسی ظرفیت‌های تنوع جغرافیایی، غذایی و بوم‌زیستی در شکل‌دهی به میکروبیوتای انسان.
۲) تحلیل کارکردی محور روده- مغز به‌مثابه بستر ترجمان تجربیات محیطی به ساحت روانی- شناختی.
۳) ارائه چارچوبی مفهومی برای ساماندهی تجربه‌های سلامت‌محور در گردشگری، با قابلیت سیاست‌گذاری و پیاده‌سازی عملی.

در این میان، مقاله پیش‌رو نه به‌دنبال آزمون فرضیه‌ای تجربی، بلکه در پی بنیان‌گذاری چارچوبی نظری و قابل استفاده برای سیاست‌گذاران، کنشگران صنعت گردشگری و فعالان سلامت روان و تغذیه است؛ چارچوبی که از رهگذر پیوند بدن، فضا، فرهنگ و روان، افقی نو برای توسعه پایدار و انسان‌محور در گردشگری ترسیم می‌کند.

## ۲. روش شناسی

روش‌شناسی این پژوهش بر بنیانی میان‌رشته‌ای و تحلیلی استوار است که به‌دنبال تلفیق مفاهیم از حوزه‌های پراکنده، در جهت طراحی چارچوبی مفهومی و نظری برای پدیده‌ای نوظهور، یعنی «گردشگری میکروبیوم» می‌باشد. هدف، نه صرفاً توصیف رابطه‌ها، بلکه ساخت مفهومی جدید از دل هم‌نشینی گفتمان‌های علمی متفاوت است.

بنیان نظری پژوهش، مبتنی بر منطق «سنتز مفهومی» است؛ رویکردی که به‌جای اتکا به تحلیل‌های عددی و استقرای خطی، بر تفسیر، تمایزگذاری و بازآرایی مفاهیم کلیدی در سطحی ساختاری تأکید دارد. در این راستا، تحلیل میان‌رشته‌ایِ موضوع، با محوریت سه قلمرو اصلی شامل میکروبیولوژی روده، روان‌شناسی سلامت و گردشگری فرهنگی- زیستی صورت پذیرفت.

برای گردآوری داده‌های مفهومی، از شیوه‌ی «مرور ساختاریافته موضوعی» بهره گرفته شد که به‌جای رجوع انبوه به منابع، بر گزینش هدفمند و تحلیل کیفی منابع کلیدی متمرکز بوده است. در این فرآیند، بیش از ۷۰ منبع علمی با تأکید بر ارتباط آن‌ها با محورهای سه‌گانه: الف) مواجهه‌های محیطی و تغذیه‌ای، ب) سازوکارهای زیستی- روانی و ج) پیامدهای شناختی- روان‌شناختی، مورد بررسی تحلیلی قرار گرفتند.

تحلیل داده‌ها به‌شیوه‌ی تحلیل مضمون استنتاجی صورت پذیرفت. این رویکرد، ضمن بهره‌گیری از مفاهیم نظری پیشینی، امکان ظهور مضامین جدید از دل متن‌ها را نیز فراهم می‌آورد. در نتیجه، سه طبقه‌ی کلان مفهومی استخراج شد که شالوده‌ی طراحی مدل مفهومی پژوهش را شکل دادند:

- مواجهه‌های میکروبی (طبیعت‌گردی، تغذیه محلی، مناسک بومی)
- تنظیمات میکروبی- عصبی (افزایش اسیدهای چرب[1]، تعدیل محور روده- مغز، کاهش هورمون استرس)
- پیامدهای روان‌شناختی و شناختی (کاهش اضطراب، افزایش کیفیت خواب، ارتقاء تمرکز ذهنی)

در گام نهایی، مدل مفهومی سه‌لایه‌ای طراحی شد که پیوندهای سیستمی میان محیط، میکروبیوتا و روان را از طریق سازوکارهای محور روده- مغز ترسیم می‌نماید. این مدل، نه‌فقط به‌عنوان ابزار تحلیل نظری، بلکه به‌مثابه چارچوبی برای سیاست‌گذاری، طراحی تجربه و توسعه گردشگری سلامت‌محور در سطوح منطقه‌ای و ملی قابل بهره‌برداری است.

برای اطمینان از انسجام درونی و روایی مفهومی چارچوب پیشنهادی، از روش مشاوره‌ی خبرگان بهره گرفته شد. شش صاحب‌نظر در حوزه‌های مرتبط، در دو مرحله بازنگری محتوایی و تحلیل نظری، دیدگاه‌هایی درباره شمول، جامعیت و امکان‌پذیری عملی مدل ارائه دادند که در بازنگری نهایی چارچوب لحاظ گردید.

## ۳. بحث و تفسیر یافته ها

پژوهش حاضر با هدف تبیین چارچوب مفهومی «گردشگری میکروبیوم» انجام شده و در صدد آن است که نشان دهد چگونه هم‌نشینی عوامل زیستی، تغذیه‌ای و فرهنگی در بستر سفر می‌تواند بر ترکیب و عملکرد میکروبیوتای روده تأثیر گذاشته و از این طریق، شاخص‌های روان‌شناختی و شناختی گردشگران را بهبود بخشد. تحلیل مطالعات منتخب در این پژوهش، حاکی از آن است که تجربه سفر، فراتر از یک فعالیت تفریحی واجد کارکردی مداخله‌گر در سطح بیولوژیکی است و با بازتنظیم محور روده- مغز، زمینه ارتقاء سلامت روان را فراهم می‌آورد.

در این راستا، مدل مفهومی طراحی‌شده در پژوهش حاضر، پنج بُعد کلیدی را به‌عنوان مولفه‌های میانجی‌گر در این فرآیند معرفی می‌کند؛ ابعادی که در تعامل با یکدیگر، سازوکار تبدیل تجربه سفر به دستاورد زیستی-روانی را تبیین می‌نمایند. در ادامه، این ابعاد پنج‌گانه شامل: (۱) مواجهه‌های میکروبی- محیطی، (۲) تغذیه فرهنگی، (۳) میانجی‌گری نوروشیمیایی، (۴) پاسخ روان‌شناختی و (۵) بازتعریف تجربه، به تفصیل مورد بررسی قرار می‌گیرند.

### ۳-۲. زیست‌جغرافیا و تنوع میکروبی: بازتعریف فضا به‌مثابه مداخله‌گر زیستی در سلامت انسان

[1] Short-Chain Fatty Acids (SCFAs) اسید های چرب زنجیره کوتاه محصول نهایی تخمیر میکروبی فیبرهای غذایی غیرقابل هضم در روده بزرگ هستند. یعنی وقتی فیبرهایی که بدن نمی‌تواند هضم کند وارد روده بزرگ می‌شوند، میکروبیوتای روده آن‌ها را تخمیر کرده و این اسیدهای چرب زنجیره کوتاه را تولید می‌کند.

فضای جغرافیایی، دیگر صرفاً بستری برای کنش‌های انسانی نیست، بلکه به‌عنوان عاملی زیستی- واسط در شکل‌دهی به ساختار میکروبیوتای بدن انسان عمل می‌کند. شواهد علمی نشان می‌دهند که ویژگی‌های اکولوژیکی محیط، به‌ویژه در زیست‌بوم‌های روستایی و کم‌تغییر، می‌توانند نقش فعالی در افزایش تنوع میکروبی ایفا کنند. به‌عنوان نمونه، پژوهش تطبیقی (De Filippo et al, 2010) نشان داد که کودکان ساکن در روستاهای آفریقایی، به دلیل تعامل مداوم با طبیعت، مصرف غذاهای پر فیبر و کاهش مواجهه با آنتی‌بیوتیک‌ها، از تنوع میکروبی قابل‌توجهی برخوردارند؛ در حالی‌که همتایان آن‌ها در اروپا، در محیط‌های شهری استریل، ترکیب میکروبی محدودتری دارند.

این تفاوت‌های اکولوژیکی، در مطالعات جدیدتر نیز بازتاب یافته است (Wallace et al, 2021) کاهش تنوع میکروبی در ساکنان شهرها را با رژیم‌های غذایی فرآوری‌شده، آلودگی هوا و کاهش مواجهه با طبیعت مرتبط دانستند. همچنین، (Gacesa et al, 2022) در مطالعه‌ای بر جمعیت هلند، نشان دادند که حتی اقامت‌های کوتاه‌مدت در روستاها می‌تواند با افزایش باکتری‌های همزیست همراه باشد. یافته‌های (Saarenpää et al, 2021) نیز مؤید آن‌اند که سالمندان شهری فنلاندی، در جریان اقامت در خانه‌های دوم روستایی، تنوع میکروبی روده آن‌ها به‌طور معناداری افزایش می‌یابد.

از منظر کاربردی، فعالیت‌هایی چون اقامت در محیط‌های کشاورزی و طبیعت‌گردی به‌عنوان استراتژی‌هایی نوظهور برای استعمار مجدد میکروارگانیسم‌های سودمند شناخته شده‌اند (Bertola et al., 2021; Matsumoto et al., 2019) . این نوع از مواجهه، با کاهش سایتوکاین‌های التهابی، بهبود شاخص‌های ایمنی و ارتقاء خلق‌وخو همراه است. مطالعه (Henares et al, 2024 )نیز نشان داد که تغییرات اقلیمی کوتاه‌مدت ناشی از سفر می‌تواند در مدت‌زمانی اندک، ساختار میکروبیوتای بدن مسافران را به‌صورت قابل اندازه‌گیری دگرگون سازد.

بدین‌ترتیب، در چارچوب مفهومی گردشگری میکروبیوم، فضا از نقش منفعل به کارکردی فعال و درمان‌محور ارتقاء می‌یابد. مقصدهایی با ویژگی‌های بوم‌زیستی سالم، می‌توانند نه‌تنها به‌مثابه چشم‌اندازهای دیداری، بلکه به‌عنوان ابزارهای ارتقاء سلامت روانی-زیستی عمل کرده و در سیاست‌گذاری گردشگری سلامت جایگاهی راهبردی بیابند.

### ۳-۳. تغذیه تخمیری: بازنمایی غذا در مقام کنشگر روان‌زیستی در فضای روان–زیست‌گردشگری

در گردشگری میکروبیوم، غذا صرفاً یک عنصر مصرفی نیست، بلکه کنشی زیست‌فرهنگی و روان‌زیستی است که در بستر آن، می‌توان بازتعریفی از رابطه‌ی انسان با محیط، حافظه‌ی بدنی و فرآیندهای روانی ارائه داد. آنچه در اینجا تحت عنوان رژیم‌های تخمیری مطرح می‌شود، به‌مثابه برش‌هایی از زیست‌فضا عمل می‌کنند که از سویی با میراث فرهنگی تغذیه پیوند دارند و از سوی دیگر، در فعال‌سازی شبکه‌های عصبی-میکروبی دخیل‌اند.

در این چارچوب، غذاهایی همچون کیمچی، کفیر، ساورکراوت، ناتو و میسو، نه فقط حامل فرهنگ، بلکه حامل باکتری‌اند؛ موجوداتی زیست‌همبند که در تعامل با دستگاه گوارش، پیام‌رسانی میان روده و مغز را دگرگون می‌سازند. یافته‌های تجربی، همچون مطالعات (Cryan & Dinan, 2012)،( Park et al,2018) ، بر نقش متابولیت‌های این باکتری‌ها از جمله GABA ، دوپامین و پیش‌سازهای سروتونین در بهبود خلق و خواب صحه می‌گذارند. اما آنچه در این میان مغفول مانده، جایگاه فضا در تکوین این چرخه است.

مطالعه‌ی (Benton et al, 2017) و سپس آزمایش‌های (Handajani et al, 2023)، (Shi et al, 2022) ، شواهدی فراهم کرده‌اند که در آنها رابطه‌ی خوردن، زیستن و زیست‌روان آشکار می‌شود؛ جایی که مصرف یک ماست یا نوشیدنی تخمیری، به بازنویسی حافظه‌ی شناختی و روانی منجر می‌شود. در این میان، مسیرهای عملکردی محور روده–مغز همان‌قدر نقش دارند که زیست‌فضای تولید و مصرف این خوراک‌ها.

تحقیقات (Binda et al, 2024), (Aziz et al, 2024) گواه آنند که اثرات سایکوبیوتیکی، از مسیر التهاب‌زدایی و فعال‌سازی سامانه‌های عصبی- ایمنی عبور می‌کنند. اما آیا این کارکردها، بدون مداخله‌ی فضا و جغرافیا، محقق می‌شوند؟ رژیمی چون «واشوکوی» سنتی ژاپنی(Suda & Matsuda, 2022) و هم‌ارز آن در رژیم‌های کره‌ای و مدیترانه‌ای(Moriki et al., 2024) ، در دل فضاهایی خلق می‌شود که خود واجد حافظه‌اند؛ حافظه‌ای که بدن آن را از راه غذا بازخوانی می‌کند[1].

بر این اساس، تجربه‌ی زیستن در فضاهای تغذیه‌محور- از مزرعه تا میز غذا- می‌تواند در قالب گردشگری میکروبیوم بازتعریف شود؛ کارگاه‌های تخمیر سنتی، تورهای کشف طعم و اقامت در بوم‌مکان‌های خوراک‌محور، به‌مثابه میدان‌هایی برای استعمار مجدد بدن توسط میکروب‌های مفید، امکان بازسازی روان را فراهم می‌سازند. در اینجا، غذا نه‌تنها سازه‌ای اجتماعی- فرهنگی، بلکه ابزاری مداخله‌گر در ساختار روانی انسان است.

### ۳-۴. تجربه‌ی سفر در مقام کنش روان‌زیستی: از جابه‌جایی جغرافیایی تا بازتنظیم روان- بدن

در نظام ادراکی رایج، سفر اغلب به‌عنوان گریز از تکرار روزمرگی یا احیای نیروی جسمی- ذهنی تلقی می‌شود؛ نگاهی که سفر را در حد عملکردی کوتاه‌مدت تقلیل می‌دهد. اما با عبور از سطح تجربی و ورود به لایه‌های زیست- روانی، می‌توان سفر را چونان مداخله‌ای میان‌رشته‌ای بازخوانی کرد؛ مداخله‌ای که نه‌فقط تن را در فضا جابه‌جا می‌کند، بلکه زیست‌پیکر انسان را به‌واسطه‌ی تماس با جهان میکروبی، دگرگون می‌سازد.

سفر در بستر فضاهایی که واجد تنوع زیستی- میکروبی هستند نظیر جنگل‌های بکر، سواحل بومی، کوهستان‌های کم‌دست‌خورده و مزارع ارگانیک بیش از یک رخداد مکانی- زمانی است؛ آن را می‌توان به‌مثابه بازسازی دستگاه روان- بدن در نظر گرفت. یافته‌های (Coventry et al., 2021), (Foster et al., 2017) این مهم را آشکار می‌سازند که تن‌سپاری به چنین فضاهایی، نه‌فقط سطح کورتیزول را کاهش می‌دهد، بلکه در ساحت‌های عمیق‌تر، موجب بازتنظیم ساختار میکروبیوتای روده، بهبود خلق، تنظیم خواب و حتی افزایش رضایت درونی از زندگی می‌گردد.

از این رهگذر، فعالیت‌هایی چون تنفس جنگلی، آشپزی سنتی، یا مشارکت در آیین‌های طبیعت‌محور، دیگر صرفاً تجربه‌هایی فرهنگی یا تفریحی نیستند؛ بلکه آن‌ها را باید به‌منزله‌ی آیین‌های بازآرایی بدن- ذهن دانست (Matsumoto et al., 2019) . بدن در این فرآیند، خود را نه از طریق ابزارهای درمانی کلاسیک، بلکه از طریق تماس حسی، زیستی و بین‌زیستی با فضا بازمی‌سازد.

یافته‌های (Gacesa et al., 2022), (Henares et al., 2024) این دگردیسی میکروبی را در بافت سفرهای کوتاه‌مدت و بین‌المللی نیز تأیید کرده‌اند؛ شواهدی که نشان می‌دهند سفر به مناطقی با بار میکروبی بالا می‌تواند منجر به تثبیت الگوهای تازه‌ای در ترکیب فلور روده گردد، الگوهایی که همبستگی آشکاری با ارتقاء وضعیت روانی دارند.

---

[1] مطالعات اکولوژیکی و زیست‌شیمیایی نشان داده‌اند که ویژگی‌های بوم‌شناختی یک فضا از جمله ترکیب خاک، اقلیم، ارتفاع از سطح دریا، تابش نور خورشید و میکروبیوم خاک—به‌طور مستقیم بر ترکیب متابولیت‌های ثانویه گیاهان و کیفیت زیستی فرآورده‌های غذایی اثرگذارند (van Leeuwen & Seguin, 2006)،این پدیده، که در علوم کشاورزی به عنوان "اثر تروا (Terroir Effect) "شناخته می‌شود، بیانگر آن است که حتی مواد اولیه یکسان، در بسترهای جغرافیایی متفاوت، خواصی متمایز و گاه اثرات بیولوژیکی متفاوتی می‌یابند. از این رو، می‌توان ادعا کرد که غذاهای بومی، حامل نوعی حافظه‌ی فضایی–زیستی‌اند که بدن انسانی از رهگذر مصرف آن‌ها، تجربه‌ی زیستی فضا را بازخوانی می‌کند. (Jamshidi-Kia et al., 2018).

در افق این تحلیل، مفهوم «سفر روان‌زیستی»[1] یا همان گردشگری میکروبیوم، به‌عنوان الگوی کل‌نگر مداخله‌ی زیستی-روانی در فضا مطرح می‌شود. این الگو نه در حاشیه‌ی علم پزشکی، بلکه در متن جغرافیای بدن و روان شکل می‌گیرد. مناطقی که با ویژگی‌هایی چون:

- تنوع میکروبی طبیعی (جنگل، کوه، ساحل بکر).
- اقامتگاه‌های طبیعت‌پایه (بوم‌گردی‌های کشاورزی، کمپ‌های زیستی).
- تجربه‌های حسی مشارکتی (پخت غذا، مراقبه، آیین‌های بومی).
- رژیم‌های تخمیری بومی.

همراه‌اند، می‌توانند همچون مناطق درمان‌پذیر در نظام سلامت آینده بازتعریف شوند. در این بستر، روان نه در کلینیک، بلکه در زیست‌بوم بازسازی می‌شود.

بر این بنیاد، گردشگری میکروبیوم مجرایی است برای عبور از مدل خطی درمان، به‌سوی مدل فضامند پیشگیری و توانمندسازی.

سفری که در آن، «بودن» در فضا، خود نوعی «درمان» است؛ و بدن، با بازتنظیم میکروبی، خویشتن را در سکوت خاک، آب و تخمیر طبیعت بازمی‌یابد.

### ۳-۵. محور روده-مغز: مدار زیستی خودتنظیمی روان در بستر فضا

در درک زیستی نوین از بدن- ذهن، مفهوم «محور روده- مغز» صرفاً یک مسیر فیزیولوژیک نیست؛ بلکه حلقه‌ای عملکردی- شناختی است که بدن را در تجربه‌ی زیسته‌ی خود تنظیم می‌کند. این محور که از طریق عصب واگ[2] سامانه‌های نوروترنسمیتر( نظیر سروتونین) و تعاملات ایمنی- التهابی عمل می‌کند، همچون زیرساختی ناپیدا اما مؤثر، کیفیت هیجانی، کارکرد شناختی و تاب‌آوری روانی را در انسان صورت‌بندی می‌کند(Mayer et al., 2015), (Cryan & Dinan, 2012).

در بازخوانی سفر از منظر بدن، گردشگری میکروبیوم نه‌تنها جابه‌جایی مکانی، بلکه فعال‌سازی همین مدار زیستی- روانی است. نتایج (Tillisch et al., 2013) مؤید آن است که مصرف مستمر فراورده‌های تخمیری سنتی، چون شیرهای پروبیوتیکی، با تقویت عملکرد قشر پیش‌پیشانی مغز، ظرفیت مواجهه‌ی هیجانی را ارتقا می‌دهد، نقطه‌ای که خود قلب تصمیم‌سازی، تعادل و تنظیم روان است.

همین منطق در مطالعات (Handajani et al., 2023), (Berding et al., 2021) نیز تکرار می‌شود: افزایش تنوع میکروبی و حضور فعال سایکوبیوتیک‌ها، مستقیماً به کاهش اضطراب، ارتقاء خلق و بهبود حافظه در سالمندان انجامیده است. این پیوند، نه صرفاً زیستی، که زیست-فضایی است؛ چراکه روده نه در انزوا، بلکه در کنش با محیط پیرامون بازتنظیم می‌شود.

---

[1] Biopsychological Travel

[2] طولانی‌ترین عصب مغزی و دهمین زوج اعصاب مغزی از ۱۲ جفت عصب مغز است که در بلعیدن غذا، صحبت کردن، فعالیت‌های پاراسمپاتیک و گوارش نقش دارد. بخش حرکتی این عصب از نوع سوماتیک است و به نواحی حنجره و کام نرم و حلق عصب دهی می‌کند. این عصب بلندترین عصب مغزی است.

در مرورهای کلان مانند(Cooke et al., 2022), (Binda et al., 2024) ، این نظریه تقویت می‌شود که تجارب محیطی و به‌ویژه سفرهایی با بنیان طبیعت‌محور- به‌واسطه‌ی فعال‌سازی همین مسیر، پیامدهایی فراتر از زمان سفر و در سطوح بلندمدت روان‌شناختی دارند. فضا در اینجا، خود همچون واسطه‌ی خودتنظیمی عمل می‌کند.

نقش غذا نیز در این حلقه‌ی خودتنظیمی نادیده‌گرفتنی نیست. غذاهای تخمیری بومی، که ریشه در حافظه‌ی زیستی- فرهنگی دارند، با تولید اسیدهای چرب زنجیره‌کوتاه[1] و تحریک مستقیم محور واگ، التهابات مزمن را کاهش داده و در نتیجه، فضای درونی بدن را هم‌نوا با فضای بیرونی تنظیم می‌کنند(Aziz et al., 2024), (Casertano et al., 2022).

در این راستا، بسته‌های سفر سلامت‌محور، زمانی اثربخش خواهند بود که فعالیت‌هایی را هدفمند در دل خود جای دهند؛ فعالیت‌هایی که نه‌فقط زیبا یا آرام‌بخش، بلکه از منظر زیستی فعال‌کننده‌ی مدار روده- مغز باشند. این کنش‌ها می‌توانند در سه دسته‌ی کلان سامان یابند:

- تماس با زیست‌بوم‌هایی با تراکم میکروبی بالا (مانند جنگل‌های مرطوب، سواحل بکر، یا مزارع ارگانیک).
- مصرف آگاهانه‌ی غذاهای بومی- تخمیری که حاصل فرهنگ بوم‌زیستی‌اند.
- و انجام کنش‌های آرام‌سازی چون مراقبه در طبیعت، تنفس جنگلی و تماس حسی با عناصر زنده.

در این هندسه‌ی تازه، بدن در سفر نه‌فقط مشاهده‌گر، بلکه واکنش‌گر، جذب‌کننده و بازآفریننده است. مسافر در این مدل، سوژه‌ای منفعل نیست؛ بلکه بازیگری فعال در نظام تنظیم زیستی خویش است، که با هر مواجهه‌ی میکروبی، گامی دیگر به‌سوی تعادل روان- بدن می‌سپارد.

در پهنه‌ی نوین چندلایه و پویایی، که بدن در پیوندی هم‌زمان با فضا، زیست‌ماده و فرهنگ قرار می‌گیرد، ضرورت طراحی چارچوبی مفهومی برای درک منسجم این روابط و پیامدهای آن، بیش از پیش نمایان می‌گردد؛ چارچوبی که در ادامه، به‌عنوان مدل گردشگری میکروبیوم معرفی می‌شود.

### ۳-۶. مدل مفهومی گردشگری میکروبیوم

در واکنش به خلأ نظری موجود در ادبیات میان‌رشته‌ای میکروبیولوژی، روان‌شناسی سلامت و مطالعات گردشگری، این پژوهش مدلی مفهومی ارائه می‌دهد که در آن سفر به‌مثابه مداخله‌ای زیستی-روانی چندلایه، بازتعریف می‌شود. در این نگرش، تجربه‌ی سفر، به‌ویژه در بسترهای طبیعی، فراتر از یک کنش فرهنگی- اقتصادی، به‌منزله‌ی فرایندی فعال در سازماندهی مواجهه‌های میکروبی سودمند، بازتوانی هیجانی، ارتقاء خودتنظیمی محور روده-مغز و بازسازی پیوندهای ادراکی- زیستی میان ذهن و محیط تفسیر می‌گردد.
مبنای تمایز این مدل، تأکید بر مفهوم «سلامت مبتنی بر مواجهه میکروبی[2]» است؛ رویکردی که در پیوندی بازخوردی با اصول

---

[1] SCFAs ( Sustainable Development Goals)

[2] Microbial Exposure-Based Wellness

گردشگری پایدار و ارتقاء سلامت روان عمومی، ساختاری حلقوی و خودتقویت‌شونده پدید می‌آورد. در این ساختار، بهبود شاخص‌های سلامت روانی، انگیزه برای تکرار سفرهای سلامت‌محور را افزایش داده، رفتارهای زیست‌پایدار را در گردشگران تحکیم می‌بخشد و موجب حمایت فعال از جوامع محلی می‌شود. در چشم‌انداز بلندمدت، این چرخه‌های بازخوردی با بازتعریف نقش گردشگری به‌مثابه‌ی عاملی ترمیم‌گر در زیست‌بوم‌های اجتماعی–زیستی، بُعدی تمدنی به مفهوم سفر می‌افزایند.

ساختار مدل مفهومی گردشگری میکروبیوم، در قالب چهار سطح کلیدی سازماندهی شده است که در پیوندی نظام‌یافته، تعامل انسان و محیط را بازنمایی می‌کنند:

۱. **ورودی‌ها**[۱]: منابع محرک تعاملات میکروبی.

۲. **فرایندهای میانجی‌گر**[۲]: مسیرهای انتقالی زیستی-روانی.

۳. **خروجی‌ها**[۳]: پیامدهای فردی، زیستی و اجتماعی.

۴. **حلقه‌های بازخوردی**[۴]: سازوکارهای پایداری و بازتولید رفتارهای سلامت‌محور.

در ادامه، هر یک از این سطوح با رویکردی تحلیلی و میان‌رشته‌ای تبیین می‌شود.

### ۳-۶-۱. ورودی‌ها: منابع شکل‌دهنده‌ی تعاملات میکروبی

ورودی‌ها به‌عنوان آغازگران فرآیندهای زیستی–روانی، در سه حوزه‌ی اصلی طبقه‌بندی می‌شوند:

- **جغرافیایی–محیطی :** مواجهه با زیست‌بوم‌های طبیعی همچون جنگل‌ها، مراتع، مزارع ارگانیک و منابع آبی، در کنار ویژگی‌های اقلیمی و کیفیت هوا، بستری غنی برای تنوع میکروبی فراهم می‌سازد.

  (Parajuli et al., 2020), (Talaie et al., 2023), (Bertola et al., 2021).

- **فرهنگی- تغذیه‌ای :** رژیم‌های غذایی سنتی تخمیری نظیر کیمچی، کفیر و ناتو، حامل سویه‌های پروبیوتیکی فعالی‌اند که نقش کلیدی در ارتقاء محور روده- مغز ایفا می‌کنند (Cryan et al., 2018), (Dinan,2012), (Casertano et al., 2022).

- **اجتماعی- روانی :** آیین‌های سلامت‌محور، سبک‌های زندگی بومی و الگوهای مشارکتی سنتی، زمینه‌ی غنی برای تعاملات روانی–زیستی و خودتنظیمی فراهم می‌سازند.(Coventry et al., 2021), (Palla et al., 2021)

### ۳-۶-۲ .فرایندهای میانجی‌گر: سازوکارهای تنظیم زیستی–روانی

مواجهه‌های زیستی- فرهنگی در قالب سه مسیر اصلی، تنظیم زیستی–روانی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهند:

۱. **افزایش تنوع میکروبیوتا :** از طریق تماس مستقیم با فلورای خاک، هوا و گیاهان در طبیعت‌گردی و تغذیه سنتی (Foster et al., 2020), (Flachs, 2021).

۲. **فعال‌سازی محور روده- مغز :** با تنظیم نوروترنسمیترها، ارتقاء عملکرد سیستم ایمنی و تعدیل التهابات سیستمیک (Cryan et al., 2019), (Suda & Matsuda, 2022), (Suganya & Koo, 2020)

---

۱ Determinants
۲ Mediators
۳ Outcomes
۴ Feedback Loops

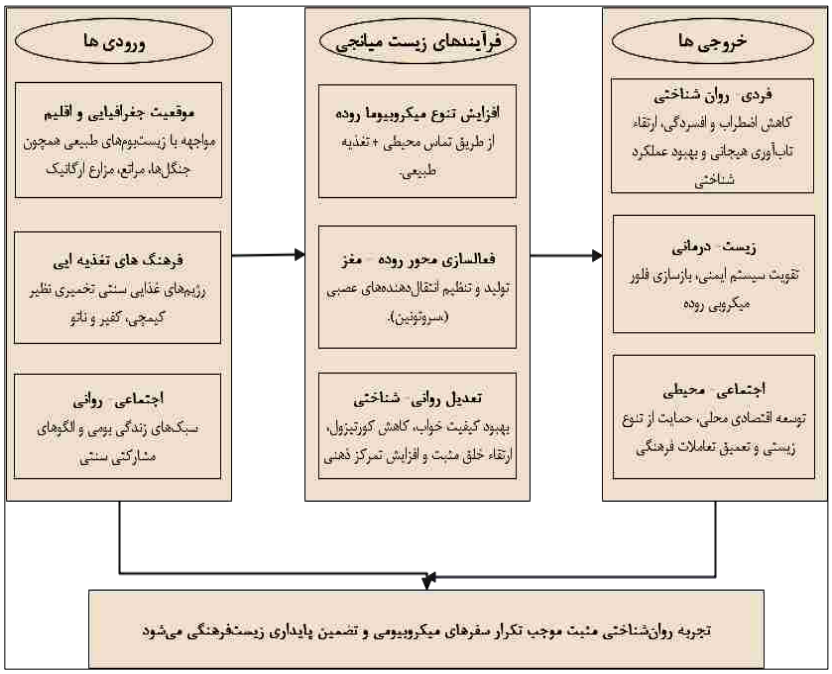
۳. **تعدیل روانی- شناختی :**از طریق بهبود کیفیت خواب، کاهش کورتیزول، ارتقاء خلق مثبت و افزایش تمرکز ذهنی (Berding et al., 2021), (Handajani et al., 2023), (Kim et al., 2023).

### ۳-۶-۳ .خروجی‌ها: پیامدهای چندسطحی گردشگری میکروبیوم

پیامدهای این فرآیندها در سه سطح عمده تبلور می‌یابند:

- **فردی- روان‌شناختی :**کاهش اضطراب و افسردگی، ارتقاء تاب‌آوری هیجانی و بهبود عملکرد شناختی (Foster et al., 2020), (Cooke et al., 2022).
- **زیستی- درمانی :**تقویت سیستم ایمنی، بازسازی فلور میکروبی روده و پیشگیری از اختلالات عصبی مانند زوال عقل (Zhang et al., 2017), (Aziz et al., 2024).
- **اجتماعی- محیطی :**توسعه اقتصادی محلی، حمایت از تنوع زیستی و تعمیق تعاملات فرهنگی (Goodwin, 2016), (Palla et al., 2021).

در راستای انسجام‌بخشی به ابعاد نظری و عملیاتی مدل مفهومی گردشگری میکروبیوم، شکل (۱) چارچوب شماتیک این مدل را بازنمایی می‌کند. این چارچوب، پیوند نظام‌یافته میان ورودی‌ها، فرایندهای میانجی‌گر، خروجی‌ها و حلقه‌های بازخوردی را در قالب یک منظومه‌ی سیستمی و بازتابی تبیین می‌کند.




**شکل ۱ .چارچوب مفهومی گردشگری میکروبیوم: بازنمایی پیوند نظام‌یافته‌ی منابع مواجهه میکروبی، سازوکارهای تنظیمی محور روده–مغز و پیامدهای سلامت روانی- زیستی در بستر تجربه‌ی سفر.**

در ادامه، مجموعه‌ای گزینشی از مطالعات علمی کلیدی که به‌مثابه بنیان نظری و تجربی مدل «گردشگری میکروبیوم» ایفای نقش کرده‌اند، در قالب جدول زیر ارائه می‌شود. هدف از این مرور ساختارمند، نمایش روند استنتاج مدل نهایی و تبیین جایگاه آن در بستر ادبیات علمی موجود است(جدول ۱).

**جدول( ۱): منابع علمی پشتیبان در تکوین چارچوب گردشگری میکروبیوم**

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Ağagündüz et al. (2022) | Recent developments in the probiotics as live biotherapeutic products (LBPs) as modulators of gut brain axis related neurological conditions | پروبیوتیک‌ها می‌توانند از طریق محور روده–مغز بر اختلالات عصبی مانند افسردگی و اضطراب تأثیر بگذارند | تأکید بر نقش پروبیوتیک‌ها در تنظیم محور روده–مغز، مرتبط با تأثیرات زیستی سفر در مدل مفهومی |
| 2 | Aslam et al. (2020) | Fermented foods, the gut and mental health: a mechanistic overview with implications for depression and anxiety | ترکیبات موجود در غذاهای تخمیری می‌توانند از طریق محور روده–مغز بر سلامت روان تأثیر بگذارند | نشان‌دهنده اهمیت رژیم‌های غذایی سنتی در بهبود سلامت روان، مرتبط با تجربه‌های غذایی در سفر |
| 3 | Aziz et al. (2024) | A comprehensive review on the pharmacological role of gut microbiome in neurodegenerative disorders: potential therapeutic targets | میکروبیوم روده نقش مهمی در اختلالات نورودژنراتیو دارد و می‌تواند هدفی برای درمان باشد | تأکید بر اهمیت تعادل میکروبیوم در پیشگیری از اختلالات عصبی، مرتبط با تأثیرات زیستی سفر |
| 4 | Barrio et al. (2022) | The gut microbiota-brain axis, psychobiotics and its influence on brain and behaviour: A systematic review | سایکوبیوتیک‌ها می‌توانند از طریق محور روده–مغز بر رفتار و عملکرد مغز تأثیر بگذارند | تأکید بر نقش سایکوبیوتیک‌ها در بهبود رفتار، مرتبط با تأثیرات روانی سفر |
| 5 | Bhatt et al. (2024) | The Microbial Blueprint: The Impact of Your Gut on Your Well-being | میکروبیوم روده تأثیر گسترده‌ای بر سلامت و رفاه کلی فرد دارد | تأکید بر اهمیت میکروبیوم در سلامت کلی، مرتبط با تأثیرات جامع سفر بر سلامت |
| 6 | Binda et al. (2024) | Psychobiotics and the Microbiota–Gut–Brain Axis: Where Do We Go from Here? | بررسی مسیرهای آینده تحقیقاتی در زمینه سایکوبیوتیک‌ها و محور روده–مغز | ارائه چشم‌اندازهای جدید برای بهبود سلامت روان از طریق مداخلات |

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| | | | | زیستی، مرتبط با توسعه مدل مفهومی |
| 7 | Brett & de Weerth (2019) | The microbiota–gut–brain axis: A promising avenue to foster healthy developmental outcomes | محور روده–مغز نقش کلیدی در رشد سالم و نتایج توسعه‌ای دارد | تأکید بر اهمیت محور روده–مغز در توسعه سالم، مرتبط با تأثیرات بلندمدت سفر بر سلامت |
| 8 | Casertano et al. (2022) | Psychobiotics, gut microbiota and fermented foods can help preserving mental health | غذاهای تخمیری و سایکوبیوتیک‌ها می‌توانند به حفظ سلامت روان کمک کنند | نشان‌دهنده نقش غذاهای سنتی در بهبود سلامت روان، مرتبط با تجربه‌های غذایی در سفر |
| 9 | Chong et al. (2022) | Impact of the environment on the microbiome | محیط زیست نقش مهمی در شکل‌گیری و تغییر میکروبیوم دارد | تأکید بر اهمیت محیط‌های طبیعی در تنوع میکروبی، مرتبط با تجربه‌های محیطی در سفر |
| 10 | Chowdhury (2024) | Psychobiotics and gut–Brain axis—A new paradigm for improving mental health | سایکوبیوتیک‌ها می‌توانند از طریق محور روده–مغز به بهبود سلامت روان کمک کنند | ارائه پارادایم جدید برای بهبود سلامت روان از طریق مداخلات زیستی، مرتبط با توسعه مدل مفهومی |
| 11 | Cichońska et al. (2023) | The survival of psychobiotics in fermented food and the gastrointestinal tract | پایداری سویه‌های سایکوبیوتیک در غذاهای تخمیری و دستگاه گوارش | تقویت ورودی تغذیه‌ای مدل |
| 12 | Cooke et al. (2022) | Examining the influence of the human gut microbiota on cognition and stress | تنوع میکروبیوتا با عملکرد شناختی و کاهش استرس ارتباط مستقیم دارد | خروجی شناختی و روانی مدل |
| 13 | Curlee (2020) | The implications of gut health on mental health | سلامت روده به‌عنوان عامل کلیدی در تعادل روانی معرفی می‌شود | میانجی بیولوژیکی محور روده–مغز |
| 14 | Davidson et al. (2018) | The gut microbiome as a driver of individual variation in cognition and behaviour | تفاوت در میکروبیوتا تعیین‌کننده تنوع در رفتارهای شناختی است | اثر مستقیم بر خروجی‌های عملکردی |

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| 15 | de Araujo Goes et al. (2022) | Dietary Lifestyle, Microecology, and Mind-Altering Toxoplasmosis | سبک زندگی غذایی و محیطی با تنظیمات عصبی و سلامت ذهنی ارتباط دارد | ورودی سبک زندگی در مدل |
| 16 | Ding et al. (2021) | Microbiota–gut–brain axis and epilepsy: a review | محور روده–مغز می‌تواند اهداف درمانی نوین برای بیماری‌های عصبی باشد | مکانیزم‌های میانجی‌گر بیوشیمیایی مدل |
| 17 | Dong & Gupta (2019) | Influence of early life, diet, and the environment on the microbiome | مواجهه اولیه با محیط و رژیم غذایی پایه‌گذار تنوع میکروبی در زندگی آینده است | پیوند ورودی‌های محیطی و تغذیه‌ای مدل |
| 18 | Flachs & Orkin (2021) | On pickles: biological and sociocultural links between fermented foods and the human gut microbiome | غذاهای تخمیری همچون ترشی‌ها بازتابی از تعامل فرهنگی–زیستی‌اند | ورودی فرهنگی و تغذیه‌ای مدل مفهومی |
| 19 | Friedrich (2015) | Unraveling the influence of gut microbes on the mind | باکتری‌های روده مستقیماً بر وضعیت روانی و خلق‌وخو اثر می‌گذارند | تقویت مسیر میانجی محور روده–مغز |
| 20 | Gacesa et al. (2022) | Environmental factors shaping the gut microbiome in a Dutch population | عوامل محیطی مانند فضای سبز و رژیم سنتی بر تنوع میکروبیوتا تأثیرگذارند | ورودی اکولوژیکی در مدل |
| 21 | Gao et al. (2020) | The gut microbiome as a component of the gut–brain axis in cognitive health | میکروبیوم روده بر عملکرد شناختی اثرگذار است؛ افزایش تنوع میکروبی با بهبود حافظه مرتبط است. | میانجی عصبی محور روده- مغز؛ خروجی شناختی مدل |
| 22 | Handajani et al. (2023) | Probiotic supplementation improved cognitive function in cognitively impaired and healthy older adults | مکمل‌های پروبیوتیکی موجب بهبود عملکرد شناختی در سالمندان شدند. | مداخله تغذیه‌ای؛ خروجی شناختی در مدل |
| 23 | Heidari & Lawrence (2024) | Environmental stressors on the microbiome-gut-brain axis | عوامل محیطی مزاحم (مثل آلودگی) عملکرد محور روده–مغز را مختل می‌کنند. | ضرورت طراحی سفرهای با مواجهه محیطی پاک در مدل |

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| 24 | Henares et al. (2024) | Human gut microbiota composition associated with international travels | سفرهای بین‌المللی باعث تغییرات معنادار در ترکیب میکروبیوتا می‌شود. | سفر به‌مثابه مداخله زیستی در مدل مفهومی |
| 25 | Huang et al. (2020) | Microbiota-immune interactions in neurological disorders | تعادل میکروبیوتا باعث کاهش التهاب و بهبود عملکرد عصبی می‌شود. | مسیر میانجی ایمنی در محور روده- مغز مدل |
| 26 | Journey (n.d.) | Brain Microbiome: The Hidden World | میکروبیوم مغز/روده عامل پنهان ولی تعیین‌کننده سلامت روان است. | زمینه‌سازی نظری برای پارادایم گردشگری میکروبیوم |
| 27 | Kanai et al. (2014) | Diet, microbiota, and IBD: Lessons from Japanese foods | غذاهای سنتی ژاپنی (نظیر میسو) موجب تعادل ایمنی و کاهش التهاب می‌شود. | ورودی تغذیه‌ای در مدل مفهومی |
| 28 | Kashtanova et al. (2016) | Association between gut microbiota and diet throughout life | تأثیر رژیم غذایی از پیش از تولد تا بزرگسالی بر ترکیب میکروبیوتا تأیید شد. | ضرورت مداخلات تغذیه‌ای هدفمند در سفر |
| 29 | Kendig et al. (2021) | Impacts of western-style diets on brain and microbiota | رژیم غذایی غربی موجب کاهش تنوع میکروبی و اختلالات شناختی می‌شود. | لزوم جایگزینی تغذیه سنتی در بسته‌های گردشگری سلامت‌محور |
| 30 | Kim et al. (2021) | Probiotic supplementation improves cognitive function and mood | مکمل پروبیوتیکی باعث کاهش افسردگی و افزایش حافظه در سالمندان شد. | مداخله تغذیه‌ای منطبق با محور روده–مغز در مدل |
| 31 | Kim et al. (2023) | Gut microbiota indole-3-propionic acid mediates neuroprotective effect of probiotic consumption | مکمل پروبیوتیکی و IPA موجب تولید بهبود عملکرد شناختی سالمندان شد | میانجی بیوشیمیایی در محور روده- مغز |
| 32 | Lan et al. (2025) | Quinoa Extract Ameliorates Cognitive Impairments via Gut Microbiome Modulation | عصاره کینوا با بهبود ترکیب میکروبیوتا، حافظه را تقویت کرد | اثر تغذیه‌ای بر سلامت شناختی |
| 33 | Lorimer (2020) | The Probiotic Planet: Using Life to Manage Life | تأکید بر نقش پروبیوتیک در تنظیم زیستی–اجتماعی | زیرساخت نظری برای سیاست‌گذاری زیستی-گردشگری |

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| 34 | Lyon (2023) | How Fungi and Gut Bacteria Affect Your Mental Health | میکروارگانیسم‌های گوارشی نقش محوری در اضطراب و شناخت دارند | مسیر روان‌شناختی محور روده–مغز |
| 35 | Malmuthuge (2017) | Gut microbiome of dairy calves: Early-life health | تأکید بر اهمیت مواجهه اولیه با میکروبیوتا برای رشد عصبی | حمایت از طراحی سفر برای گروه‌های سنی خاص (کودکان) |
| 36 | Merlo et al. (2024) | Gut microbiota, nutrition, and mental health | تعامل رژیم غذایی و میکروبیوم با سلامت روان تأیید شد | تغذیه سنتی به‌عنوان محرک مثبت سلامت روانی |
| 37 | Moriki et al. (2024) | Mediterranean vs Japanese Diets on the Gut Microbiome | هر دو رژیم موجب تنوع میکروبی و سلامت روانی بالاتر شدند | ورودی رژیم غذایی سنتی در مدل مفهومی |
| 38 | Munyaka et al. (2014) | Early gut microbiota and health implications | مواجهه‌های محیطی در اوایل زندگی نقش اساسی در ساختار میکروبیوم دارند | اهمیت محیط زیستی در شکل‌دهی اولیه به میکروبیوم |
| 39 | Parajuli et al. (2020) | Yard vegetation and gut microbiota | تنوع گیاهی در حیاط خانه با غنای میکروبی روده همبسته بود | نشانگر اهمیت تنوع زیستی در فضاهای اقامتی |
| 40 | Proctor et al. (2017) | Diet, gut microbiota and cognition | رژیم‌های متنوع با تنوع میکروبی و بهبود عملکرد مغز در ارتباط بودند | مکانیزم تغذیه‌ای-شناختی در مدل مفهومی |
| 41 | Ramakrishna & Ramachandran (2025) | Mind matters for researchers | بر تأثیر وضعیت روانی پژوهشگران در تفسیر داده‌های میکروبی تأکید دارد | ابعاد شناختی و کاربردهای روان‌شناسی سلامت در مدل مفهومی |
| 42 | Rodríguez et al. (2015) | The composition of the gut microbiota throughout life | ترکیب میکروبیوتا در طول زندگی تغییر می‌کند و تحت تأثیر شرایط اولیه قرار دارد | نقش ورودی‌های محیطی و تغذیه‌ای در تنظیم میکروبیوم |
| 43 | Saarenpää et al. (2021) | Do rural second homes shape commensal microbiota | خانه‌های روستایی دوم موجب افزایش تنوع میکروبی در سالمندان شهری می‌شود | ورودی محیطی و زیست‌جغرافیایی در مدل مفهومی |
| 44 | Sarkar et al. (2021) | Early-life gut microbiota and long-term health | تنوع میکروبی اولیه در زندگی با سلامت بلندمدت مرتبط است | پیش‌زمینه نظری برای مداخلات زودهنگام میکروبیوتا در سفر |

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| 45 | Selhub et al. (2014) | Fermented foods, microbiota, and mental health | غذاهای تخمیری می‌توانند به‌عنوان مداخلات تغذیه‌ای در سلامت روان عمل کنند | تأثیر غذاهای تخمیری بر محور روده- مغز در مدل مفهومی |
| 46 | Seura & Fukuwatari (2019) | Japanese diet score and microbiota | رژیم غذایی ژاپنی با تنوع بالای میکروبی مرتبط است | ورودی‌های تغذیه‌ای خاص منطقه در مدل مفهومی |
| 47 | Shafie et al. (2022) | Probiotics on mood and sleep in postmenopausal women | پروبیوتیک‌ها موجب بهبود خلق و کیفیت خواب شدند | خروجی‌های روان‌شناختی در محور روده- مغز |
| 48 | Shi et al. (2022) | Bifidobacterium longum improves cognition in older adults | بهبود عملکرد شناختی سالمندان با مصرف بیفیدوباکتریوم | نتایج شناختی حاصل از مصرف سایکوبیوتیک‌ها در مدل |
| 49 | Smith & Wissel (2019) | How bacteria shape neurological processes and cognition | باکتری‌ها تأثیر قابل‌توجهی بر روابط اجتماعی و شناخت دارند | زمینه‌سازی نظری برای اثرات روان‌شناختی گردشگری میکروبیومی |
| 50 | Snijders et al. (2016) | Early life exposure, diet and microbiome in mice | ترکیب ژنتیک و رژیم غذایی، تنوع میکروبی را در کودکی شکل می‌دهد | ابعاد تغذیه‌ای و وراثتی برای درک تأثیرات میکروبیوم در سفر |
| 51 | Suda & Matsuda (2022) | How microbes affect depression via Gut–brain axis | تنظیم مسیرهای عصبی با استفاده از پروبیوتیک‌ها در افسردگی مؤثر است | فعال‌سازی محور روده- مغز، تعدیل افسردگی |
| 52 | Suganya & Koo (2020) | Gut–brain axis and neurological disorders | پروبیوتیک‌ها عملکرد مغز را از طریق مسیرهای ایمنی– عصبی تقویت می‌کنند | میانجی‌های زیستی در تنظیم محور روده–مغز |
| 53 | Talaie et al. (2023) | Environmental Factors Affecting the Gut Microbiome | کیفیت محیط و پوشش گیاهی بر ترکیب میکروبیوتا اثرگذار است | ورودی زیست‌محیطی مدل مفهومی |
| 54 | Tooley (2020) | Effects of gut microbiota on cognition and brain function | تنوع میکروبی روده با ساختار مغز و انعطاف‌پذیری شناختی مرتبط است | پیامدهای شناختی ناشی از محور روده- مغز |
| 55 | Wang et al. (2018) | Microbiota and brain development in early life | میکروبیوم نقشی اساسی در توسعه مغز در کودکی دارد | کاربرد در سفرهای سلامت محور کودک‌محور |

| ردیف | نویسنده /سال | عنوان مقاله | یافته کلیدی | ارتباط با مدل مفهومی |
|---|---|---|---|---|
| 56 | Warren et al. (2024) | Chronic stress and the microbiota–gut–brain axis | استرس مزمن موجب تغییرات در تنوع میکروبی و سلامت روان می‌شود | نقش مداخلات ضد استرسی در طراحی سفر |
| 57 | Xia et al. (2022) | Tourism effects on gut microbiome of Tibetan macaques | گردشگری طبیعت موجب تغییر در میکروبیوم حیوانات و انسان‌ها می‌شود | تأثیر دوسویه انسان-محیط در مقاصد توریستی |
| 58 | Zhang et al. (2017) | Gut microbiota in Alzheimer's mouse model | تغییرات میکروبی در مدل آلزایمر با افت شناختی همراه است | ضرورت حفظ تنوع میکروبی برای پیشگیری از اختلالات عصبی |

### ۴. دلالت‌های سیاست‌گذاری: گردشگری میکروبیوم به‌مثابه سازوکار ادغام سلامت، پایداری و تاب‌آوری

بازخوانی مفهومی گردشگری در مدل حاضر، آن را از یک فعالیت تفریحی یا اقتصادی به سازوکاری برای مداخلات سلامت‌محور، بازتوانی روانی و ارتقاء تاب‌آوری زیستی- اجتماعی ارتقاء می‌دهد. در این منظومه مفهومی، مصرف غذاهای بومی- تخمیری، مواجهه با طبیعت بکر و مشارکت در آیین‌های زیست‌فرهنگی محلی، دیگر اجزای حاشیه‌ای تجربه سفر نیستند، بلکه به‌عنوان مولفه‌هایی سیاست‌پذیر و قابل طراحی در دستور کار برنامه‌ریزان سلامت عمومی قرار می‌گیرند.

مطالعات (Goodwin, 2016), (Palla et al., 2021) مؤید آن‌اند که هم‌گرایی میان گردشگری مسئولانه، میراث غذایی و سواد زیستی- روانی، افزون بر تقویت اقتصاد محلی و صیانت از سنت‌های فرهنگی، به کاهش بار روانی ناشی از سبک زندگی شهری، اضطراب مزمن و فرسودگی روانی نیز منجر می‌شود. بر این مبنا، مدل گردشگری میکروبیوم، دلالت‌هایی کاربردی برای سیاست‌گذاران در سطوح مختلف فراهم می‌آورد:

- **نخست، در سطح نهادی:**

نیازمند شکل‌گیری همکاری راهبردی میان سازمان‌های سلامت، گردشگری و محیط زیست هستیم تا بسته‌های درمانی مبتنی بر سفر[1] برای اختلالاتی نظیر افسردگی، اضطراب و فرسودگی شغلی طراحی و اجرا شود؛ مداخلاتی که مبتنی بر شواهد علمی در حوزه میکروبیولوژی و روان‌زیست‌شناسی تنظیم شده باشند.

- **دوم، در سطح مکانی:**

مقاصدی نظیر بوم‌گردی، مزرعه‌گردی و گردشگری غذایی، می‌توانند به زیرساخت‌های سلامت عمومی غیرپزشکی تبدیل شوند. در این راستا، شاخص‌هایی همچون تنوع میکروبی، کیفیت تغذیه بومی و میزان مشارکت فرهنگی، می‌توانند به‌عنوان معیارهای سنجش‌پذیر برای رتبه‌بندی این مقاصد به‌کار روند.

- **سوم، در سطح مدیریتی و ارزیابی پایداری:**

[1] Health-Tourism Prescriptions

ضروری است که چارچوب‌های جدیدی برای ارزیابی تأثیرات چندبعدی گردشگری طراحی شوند که تلفیقی از شاخص‌های زیست‌محیطی، سلامت عمومی و فرهنگ غذایی را شامل باشند. چنین رویکردی، ارزیابی پایداری را از سطح زیست‌محیطی صرف فراتر برده و آن را به فرآیندی ادغام‌یافته با زیست‌روان انسان بدل می‌سازد.

در نهایت، مدل گردشگری میکروبیوم، نه‌تنها با اهداف توسعه پایدار[1] همراستاست، بلکه قابلیت آن را دارد که به‌عنوان یک چارچوب اجرایی نوآورانه، در خدمت نهادهای دولتی، شهرداری‌ها، مراکز سلامت روان و نهادهای محیط‌زیستی قرار گیرد. این مدل می‌تواند هم‌زمان:

- سلامت فردی را ارتقاء بخشد.
- انسجام اجتماعی را بازسازی کند.
- و تنوع زیستی را تقویت نماید.

سه‌گانه‌ای که در بطن خود، حامل پیشنهادی نوین برای بازآرایی رابطه انسان، سلامت و سرزمین است.

## ۵. مقاصد جهانی با پتانسیل بالای گردشگری میکروبیومی

در پاسخ به ضرورت پیوند نظریه با عمل و با اتکا بر معیارهای سه‌گانه‌ی غنای زیستی، میراث غذایی تخمیری و زیرساخت‌های سلامت‌محور، پژوهش حاضر نمونه‌ای از مناطق با پتانسیل بالای توسعه گردشگری میکروبیومی را معرفی می‌کند. این فهرست (جدول ۲) می‌تواند مبنای طراحی بسته‌های سلامت‌محور و سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد در سطح محلی و بین‌المللی قرار گیرد:

**جدول (۲): مناطق پیشنهادی برای توسعه گردشگری میکروبیومی براساس عوامل زیستی، فرهنگی و اقلیمی**

| مناطق پیشنهادی | دلایل انتخاب | منطقه/کشور |
|---|---|---|
| استان ناگانو، کیوتو | رژیم غذایی غنی از ناتو و میسو، فرهنگ حمام‌های طبیعی، پوشش جنگلی بالا | ژاپن |
| جیجو، گانگوون | تنوع بالای غذاهای تخمیری (کیمچی)، طبیعت‌گردی کوهستانی، آیین‌های سلامت‌محور | کره جنوبی |
| استان گیلان (جنگل‌های هیرکانی، غذاهای تخمیری نظیر ترشیجات)، استان چهارمحال و بختیاری (چشمه‌ها و لبنیات بومی)، استان مازندران (طبیعت | تنوع اقلیمی (بیابانی، نیمه‌گرمسیری، جنگلی)، فرهنگ کشاورزی بومی، رژیم سنتی ماست و دوغ، سنت‌های غذایی تخمیری، دسترسی به منابع طبیعی پاک | ایران |

[1] Sustainable Development Goals (SDGs)

| | | |
|---|---|---|
| کوهستانی و روستاهای بکر)، استان اردبیل (محصولات لبنی محلی)، استان کهگیلویه و بویراحمد (اکوتوریسم کوهستانی) | | |
| منطقه لاپلند | جنگل‌درمانی، هوای پاک، رژیم سنتی لبنی | فنلاند |
| توسکانی، ساردینیا | رژیم مدیترانه‌ای، تولید سنتی پنیرها و کفیر، تنوع زیستی بالا | ایتالیا |
| اوآخاکا، چیاپاس | رژیم غذایی تخمیری (تباسکو، چائو)، سنت‌های بومی درمانی، طبیعت استوایی | مکزیک |

## ۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

پژوهش حاضر در پی آن بود که از رهگذر تلفیق بین‌رشته‌ای مفاهیم بوم‌شناسی، سلامت روان و گردشگری، چشم‌اندازی نوین برای توسعه پایدار عرصه‌های سلامت‌محور بگشاید. یافته‌های این مطالعه به روشنی نشان می‌دهد که سفر، در صورتی که بر بستری از مواجهه‌های بوم‌شناختی و تغذیه‌ای سنتی استوار گردد، می‌تواند به عنوان یک نیروی زیست‌روانی فعال، فرآیندهای تنظیمی محور روده- مغز را برانگیزد و بدین وسیله، ارتقاء خلق، بهبود عملکرد شناختی و تعدیل وضعیت روان‌شناختی افراد را در پی داشته باشد. بدین‌سان، سفر از کارکردی صرفاً تفریحی فراتر رفته و به صورتی نظام‌مند، در قامت یک مداخله سلامت‌پایه بازتعریف می‌شود؛ مداخله‌ای که افزون بر منافع فردی واجد ظرفیت‌های بنیادین برای پشتیبانی از تاب‌آوری اجتماعی و پایداری بوم‌زیستی نیز هست.

### ۶-۱. از نظریه به عمل: چشم‌اندازهای عملیاتی مدل

مدل مفهومی ترسیم‌شده در این پژوهش، قابلیت ترجمه به سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی را در ابعاد مختلف گردشگری سلامت‌محور را دارد. در این راستا، اقدامات زیر به‌عنوان خطوط راهنمای تحقق عملی مدل پیشنهاد می‌گردند:

۱) **طراحی بسته‌های سفر میکروبیوم‌محور**: بهره‌گیری از ظرفیت‌های زیستی مناطقی چون روستاهای کشاورزی پایدار، جنگل‌های کهن و بوم‌نظام‌های دارای میراث غذایی تخمیری، با هدف ساختاربندی سفرهایی که فرآیندهای مواجهه‌ی میکروبی و تعدیل روانی را به صورت همزمان تسهیل نمایند.

۲) **تدوین نظام گواهی‌نامه «مقصد سلامت میکروبیوم»**: بنیان‌گذاری سازوکاری ارزیابانه برای شناسایی و اعتبارسنجی مقاصدی که به‌واسطه‌ی تنوع اکولوژیکی، پاکی محیطی، تغذیه‌ی بومی و زیربناهای سلامت‌محور، شایستگی ارائه‌ی تجارب درمانی مبتنی بر محور روده- مغز را دارا هستند.

۳) **پایلوت‌سازی اکو-ریتریت‌های سلامت روان میکروبیومی:** استقرار اقامتگاه‌هایی در بوم‌سامانه‌های منتخب، که برنامه‌ی سفر آن‌ها، هم‌پیوندی عمیقی میان ارتقاء میکروبیوم، فعال‌سازی زیستی- شناختی و احیای اتصال انسان- طبیعت برقرار سازد.

۴) **توسعه شاخص‌های عملکردی سلامت میکروبیومی**: طراحی ابزارهای سنجش چندبعدی برای ارزیابی اثربخشی سفرهای میکروبیومی بر کیفیت خواب وضعیت اضطراب، تنوع میکروبیوتا و شاخص‌های کلی سلامت روان.

۵) **تعامل با جوامع محلی و احیای میراث زیست - فرهنگی:** بازتعریف آیین‌ها، سنت‌ها و تغذیه‌های بومی در قالب مؤلفه‌های سلامت‌محور، به گونه‌ای که نه تنها تجربه‌ی گردشگر ارتقاء یابد، بلکه الگوهای معیشتی پایدار برای جوامع میزبان نیز تثبیت شود.

### ۶-۲. پیامدهای سیاستی و بین‌بخشی

۱) مفهوم گردشگری میکروبیوم، به‌مثابه چارچوبی میان‌رشته‌ای و نظام‌مند، ظرفیت آن را دارد که به‌طور همزمان در سه عرصه کلان سیاست‌های سلامت عمومی، عدالت زیستی و توسعه پایدار ایفای نقش نماید. تحقق این ظرفیت مستلزم بازاندیشی در رویکردهای سیاستگذاری و شکل‌دهی به همکاری‌های بین‌بخشی است. در این راستا، چهار حوزه‌ی کلیدی زیر به‌عنوان بسترهای اقدام توصیه می‌شود:

۲) **بازتعریف سیاست‌های سلامت عمومی**: عبور تدریجی از الگوی درمان‌محور مبتنی بر دارو به سمت تقویت مداخلات طبیعت‌محور سلامت‌زا، با تمرکز بر ارتقاء محور روده- مغز از طریق مواجهات زیستی-فرهنگی در قالب سفر.

۳) **نوآوری در برنامه‌ریزی گردشگری**: جایگزینی مدل‌های مبتنی بر مصرف انبوه با طراحی محصولاتی که از هم‌افزایی منابع زیستی بکر، دانش بومی و تنوع فرهنگی بهره گرفته و سفر را به ابزاری برای بازسازی زیستی- روانی بدل سازند.

۴) **توانمندسازی و مشارکت جوامع بومی**: آموزش جوامع محلی جهت تبدیل آیین‌ها، رژیم‌های غذایی و سنت‌های زیست‌فرهنگی به «دارایی‌های گردشگری سلامت»، در راستای ایجاد معیشت‌های پایدار و مقاوم.

۵) **بازاریابی مقصد بر مبنای هویت علمی- سلامت‌محور:** توسعه برندهای مقصد که دارای نشانگان میکروبی-روانی باشند، با هدف جذب بازارهای نوظهور سلامت‌محور و ارتقاء اعتماد علمی گردشگران.

### ۶-۳. توصیه‌هایی برای تحقیقات آتی

با وجود استقرار بنیان نظری مستحکم و شواهد اولیه‌ی چندرشته‌ای، عرصه‌ی گردشگری میکروبیومی همچنان با خلأهای تحقیقاتی قابل توجهی مواجه است که رفع آن‌ها برای تقویت اعتبار علمی، توسعه‌ی کاربردی و بومی‌سازی مدل ضروری است. در این چارچوب، جهت‌گیری‌های زیر برای آینده‌ی پژوهش‌ها توصیه می‌شود:

۱) **طراحی مطالعات مداخله‌ای ترکیبی:** تدوین پژوهش‌هایی که به صورت همزمان ابعاد زیستی (تنوع میکروبیوتا، شاخص‌های التهابی، سطوح کورتیزول)، روانی (سطوح اضطراب، افسردگی، کیفیت خواب) و شناختی (حافظه کاری، توجه، انعطاف‌پذیری شناختی) را در قبل و بعد از تجربه‌ی سفرهای سلامت‌محور بررسی نمایند. استفاده از الگوهای-retreat based[1](اقامتگاه‌های سلامت‌محور مبتنی بر طبیعت) در این مطالعات پیشنهاد می‌شود.

۲) **انطباق فرهنگی- جغرافیایی مدل مفهومی**: آزمون مدل گردشگری میکروبیوم در بسترهای متنوع (مدیترانه‌ای، استوایی، بیابانی و کوهستانی) به‌منظور بومی‌سازی، اعتبارسنجی و توسعه نسخه‌های محلی همراستا با شیوه‌های زندگی، رژیم‌های غذایی و آیین‌های فرهنگی خاص هر منطقه.

---

[1] مدل‌هایی از سفر که بر اقامت‌های کوتاه‌مدت هدفمند در محیط‌های طبیعی و سالم تمرکز دارند و هدف آن‌ها بازسازی ذهن، بدن و میکروبیوم از طریق طراحی محیط، تغذیه و فعالیت‌های خاص است.

۳) **توسعه ابزارهای سنجش ترکیبی و معتبر**: طراحی شاخص‌های ترکیبی زیستی-روانی مانند «شاخص تاب‌آوری میکروبیومی»[۱] و «امتیاز سلامت روانی- زیستی»[۲] جهت ارزیابی تغییرات ناشی از مداخلات سفر و فراهم آوردن بستر برای پایش طولی اثرات آن.

۴) **مطالعات مکمل اقتصادی- اجتماعی**: تحلیل اثرات اقتصادی (تحریک اقتصاد محلی، توسعه اشتغال)، اجتماعی (تاب‌آوری فرهنگی، رضایت جوامع میزبان) و زیست‌محیطی (افزایش انگیزه حفاظت از تنوع زیستی) مرتبط با توسعه‌ی گردشگری میکروبیومی، با استفاده از رویکرد هزینه–فایده و تحلیل چندسطحی سیستم‌های محلی.

### ۶-۴. ملاحظات اخلاقی و محدودیت‌های پژوهش

مطالعه حاضر مبتنی بر تحلیل نظام‌مند منابع علمی ثانویه بوده و هیچ‌گونه داده‌ی اولیه انسانی، حیوانی یا محیطی در فرآیند تحقیق گردآوری نشده است. بنابراین، الزامات اخلاقی مرتبط با تحقیق بر انسان‌ها، نظیر کسب رضایت آگاهانه، در این پژوهش مصداق نداشته است. با این حال، پایبندی به اصول اخلاقی، از جمله امانت‌داری علمی، ارجاع دقیق منابع و اجتناب از جانبداری در تحلیل داده‌های موجود، در تمام مراحل پژوهش رعایت شده است.

از حیث روش‌شناختی، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجه است که باید در تفسیر نتایج و تعمیم‌پذیری مدل مفهومی مورد توجه قرار گیرد:

- نخست، کمبود مطالعات موردی تجربی و داده‌های طولی در حوزه گردشگری میکروبیوم، امکان آزمون تجربی مدل را در مقیاس وسیع محدود می‌سازد.
- دوم، فقدان شاخص‌های کمی استاندارد برای سنجش تغییرات زیستی- روانی ناشی از سفر، ارزیابی‌های دقیق و مقایسه‌پذیر را دشوار کرده است.
- سوم، چالش بومی‌سازی مدل در زمینه‌های فرهنگی- اکولوژیکی متنوع، ضرورت انطباق و بازآفرینی محلی مفاهیم را برجسته می‌سازد.

بر این اساس، آینده‌ی توسعه‌ی گردشگری میکروبیومی نیازمند رویکردی میان‌رشته‌ای، نظام‌مند و مبتنی بر شواهد تجربی است. طراحی مطالعات میدانی چندسطحی، تدوین شاخص‌های سنجش ترکیبی و توسعه راهبردهای ارزیابی تطبیقی، از جمله اولویت‌های پژوهشی پیش‌رو هستند.

### ۶-۵. چشم‌انداز: از ایده تا تحول نظام‌های سلامت

گردشگری میکروبیوم، در منظری فراتر از یک مفهوم نظری، افقی نو در معماری سلامت فردی و زیستی-سیاره‌ای می‌گشاید. این رویکرد با درهم‌تنیدگی دانش میکروبیولوژی، علوم اعصاب، روان‌شناسی سلامت، بوم‌شناسی فرهنگی و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار، بنیانی تازه برای ارتقاء کیفیت زندگی انسانی، حفظ تنوع زیستی و توسعه اقتصاد سلامت‌محور فراهم می‌آورد.

تحقق این چشم‌انداز، مستلزم همگرایی واقعی چهار نیروی پیشران است:

---

[۱] Microbiome Resilience Index
[۲] Psychobiotic Wellness Score

- دانشگاه‌ها به‌عنوان خاستگاه نظریه‌پردازی و تحقیق.
- صنعت گردشگری به‌عنوان مجرای پیاده‌سازی عملی.
- دولت‌ها به‌عنوان سیاستگذار و تسهیلگر زیرساختی.
- جوامع محلی به‌عنوان حافظان دانش بومی و کنشگران اصلی توسعه پایدار.

چنانچه این همکاری بین‌بخشی، نظام‌یافته و مبتنی بر ارزش‌های سلامت‌محور شکل گیرد، می‌توان امید داشت که گردشگری آینده، نه‌تنها در خدمت نشاط روانی فرد، بلکه در پاسداری از تاب‌آوری زیستی کره زمین نیز سهمی مؤثر ایفا کند.

## منابع


Ağagündüz, D., Gençer Bingöl, F., Çelik, E., Cemali, Ö., Özenir, Ç., Özoğul, F., & Capasso, R. (2022). Recent developments in the probiotics as live biotherapeutic products (LBPs) as modulators of gut brain axis related neurological conditions. *Journal of Translational Medicine*, *20*(1), 460.

Aslam, H., Green, J., Jacka, F. N., Collier, F., Berk, M., Pasco, J., & Dawson, S. L. (2020). Fermented foods, the gut and mental health: a mechanistic overview with implications for depression and anxiety. *Nutritional neuroscience*, *23*(9), 659-671.

Aziz, N., Wal, P., Patel, A., & Prajapati, H. (2024). A comprehensive review on the pharmacological role of gut microbiome in neurodegenerative disorders: potential therapeutic targets. *Naunyn-Schmiedeberg's Archives of Pharmacology*, *397*(10), 7307-7336.

Aziz, N., Wal, P., Patel, A., & Prajapati, H. (2024). A comprehensive review on the pharmacological role of gut microbiome in neurodegenerative disorders: potential therapeutic targets. *Naunyn-Schmiedeberg's Archives of Pharmacology*, *397*(10), 7307–7336. https://doi.org/10.1007/s00210-024-02798-3

Barrio, C., Arias-Sánchez, S., & Martín-Monzón, I. (2022). The gut microbiota-brain axis, psychobiotics and its influence on brain and behaviour: A systematic review. *Psychoneuroendocrinology*, *137*, 105640.

Berding, K., Vlckova, K., Marx, W., Schellekens, H., Stanton, C., Clarke, G., Cryan, J. F., & Dinan, T. G. (2021). Diet and the microbiota–gut–brain axis: Sowing the seeds of good mental health. *Advances in Nutrition, 12*(4), 1239–1285. https://doi.org/10.1093/advances/nmab002

Bhatt, B., Patel, K., Lee, C. N., & Moochhala, S. (2024). *The Microbial Blueprint: The Impact of Your Gut on Your Well-being*. Partridge Publishing Singapore.

Binda, S., Tremblay, A., Iqbal, U. H., Kassem, O., Le Barz, M., Thomas, V., ... & Parker, J. A. (2024). Psychobiotics and the Microbiota–Gut–Brain Axis: Where Do We Go from Here?. *Microorganisms*, *12*(4), 634.

Brett, B. E., & de Weerth, C. (2019). The microbiota–gut–brain axis: A promising avenue to foster healthy developmental outcomes. *Developmental psychobiology*, *61*(5), 772-782.

Casertano, M., Fogliano, V., & Ercolini, D. (2022). Psychobiotics, gut microbiota and fermented foods can help preserving mental health. *Food Research International*, *152*, 110892.

Chong, H. J., D'amato, G., & Rosário Filho, N. A. (2022). Impact of the environment on the microbiome. *Jornal de Pediatria*, *98*(suppl 1), 32-37.

Chowdhury, S. R. (2024). Psychobiotics and gut–Brain axis—A new paradigm for improving mental health. In *Probiotics* (pp. 146-158). CRC Press.

Cichońska, P., Kowalska, E., & Ziarno, M. (2023). The survival of psychobiotics in fermented food and the gastrointestinal tract: a review. *Microorganisms*, *11*(4), 996.

Cooke, M. B., Catchlove, S., & Tooley, K. L. (2022). Examining the influence of the human gut microbiota on cognition and stress: A systematic review of the literature. *Nutrients*, *14*(21), 4623.

Coventry, P. A., Hull, A. M., Pascoe, L., Lovell, K., Dickens, C., & Chew-Graham, C. A. (2021). Nature-based outdoor activities for mental and physical health: Systematic review and meta-analysis. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology, 56*(3), 383–393. https://doi.org/10.1007/s00127-020-01963-7

Cryan, J. F., & Dinan, T. G. (2012). Mind-altering microorganisms: the impact of the gut microbiota on brain and behaviour. *Nature Reviews Neuroscience, 13*(10), 701–712. https://doi.org/10.1038/nrn3346

Curlee, C. (2020). The implications of gut health on mental health.

Davidson, G. L., Cooke, A. C., Johnson, C. N., & Quinn, J. L. (2018). The gut microbiome as a driver of individual variation in cognition and functional behaviour. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, *373*(1756), 20170286.

de Araujo Goes, V., Tajudeen, Y. A., & El-Sherbini, M. S. (2022). The Correlations among Dietary Lifestyle, Microecology, and Mind-Altering Toxoplasmosis on the Health of People, Place, and the Planet. *Challenges*, *13*(2), 63.

De Filippo, C., Cavalieri, D., Di Paola, M., Ramazzotti, M., Poullet, J. B., Massart, S., Collini, S., Pieraccini, G., & Lionetti, P. (2010). Impact of diet in shaping gut microbiota revealed by a comparative study in children from Europe and rural Africa. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 107*(33), 14691–14696. https://doi.org/10.1073/pnas.1005963107

Ding, M., Lang, Y., Shu, H., Shao, J., & Cui, L. (2021). Microbiota–gut–brain axis and epilepsy: a review on mechanisms and potential therapeutics. *Frontiers in Immunology*, *12*, 742449.

Dong, T. S., & Gupta, A. (2019). Influence of early life, diet, and the environment on the microbiome. *Clinical Gastroenterology and Hepatology*, *17*(2), 231-242.

Flachs, A., & Orkin, J. D. (2021). On pickles: biological and sociocultural links between fermented foods and the human gut microbiome. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, *17*(1), 39.

Foster, J. A., Rinaman, L., & Cryan, J. F. (2020). Stress & the gut-brain axis: Regulation by the microbiome. *Neurobiology of Stress, 12*, 100255. https://doi.org/10.1016/j.ynstr.2020.100255

Friedrich, M. J. (2015). Unraveling the influence of gut microbes on the mind. *Jama*, *313*(17), 1699-1701.

Gacesa, R., Kurilshikov, A., Vich Vila, A., Sinha, T., Klaassen, M. A., Bolte, L. A., ... & Weersma, R. K. (2022). Environmental factors shaping the gut microbiome in a Dutch population. *Nature*, *604*(7907), 732-739.

Gao, W., Baumgartel, K. L., & Alexander, S. A. (2020). The gut microbiome as a component of the gut–brain axis in cognitive health. *Biological Research for Nursing*, *22*(4), 485-494.

Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development*. Goodfellow Publishers.

Handajani, Y. S., Hengky, A., Schröder-Butterfill, E., Hogervorst, E., & Turana, Y. (2023). Probiotic supplementation improved cognitive function in cognitively impaired and healthy older adults: a systematic review of recent trials. *Neurological Sciences*, *44*(4), 1163-1169.

Heidari, H., & Lawrence, D. A. (2024). An integrative exploration of environmental stressors on the microbiome-gut-brain axis and immune mechanisms promoting neurological disorders. *Journal of Toxicology and Environmental Health, Part B*, *27*(7), 233-263.

Henares, D., Monsálvez, V., Brotons, P., Machado, M. L., Capilla, S., Gomila-Grange, A., ... & Gasch, O. (2024). Human gut microbiota composition associated with international travels. *Travel medicine and infectious disease*, *61*, 102747.

Henares, D., Monsálvez, V., Brotons, P., Machado, M. L., Capilla, S., Gomila-Grange, A., ... & Gasch, O. (2024). Human gut microbiota composition associated with international travels. *Travel Medicine and Infectious Disease*, *61*, 102747. https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2024.102747

Huang, Q., Yu, F., Liao, D., & Xia, J. (2020). Microbiota-immune system interactions in human neurological disorders. *CNS & Neurological Disorders-Drug Targets-CNS & Neurological Disorders)*, *19*(7), 509-526.

Jamshidi-Kia, F., Lorigooini, Z., & Amini-Khoei, H. (2018). Medicinal plants: Past history and future perspective. *Journal of HerbMed Pharmacology*, 7(1), 1–7.

Journey, W. U. O. M. M. Brain Microbiome: The Hidden World of Bacteria in Your Mind.

Kanai, T., Matsuoka, K., Naganuma, M., Hayashi, A., & Hisamatsu, T. (2014). Diet, microbiota, and inflammatory bowel disease: lessons from Japanese foods. *The Korean journal of internal medicine*, *29*(4), 409.

Kashtanova, D. A., Popenko, A. S., Tkacheva, O. N., Tyakht, A. B., Alexeev, D. G., & Boytsov, S. A. (2016). Association between the gut microbiota and diet: Fetal life, early childhood, and further life. *Nutrition*, *32*(6), 620-627.

Kendig, M. D., Leigh, S. J., & Morris, M. J. (2021). Unravelling the impacts of western-style diets on brain, gut microbiota and cognition. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, *128*, 233-243.

Kim, C. S., Cha, J., Sim, M., Jung, S., Chun, W. Y., Baik, H. W., & Shin, D. M. (2021). Probiotic supplementation improves cognitive function and mood with changes in gut microbiota in community-dwelling older adults: a randomized, double-blind, placebo-controlled, multicenter trial. *The Journals of Gerontology: Series A*, *76*(1), 32-40.

Kim, C. S., Jung, S., Hwang, G. S., & Shin, D. M. (2023). Gut microbiota indole-3-propionic acid mediates neuroprotective effect of probiotic consumption in healthy elderly: A randomized, double-blind, placebo-controlled, multicenter trial and in vitro study. *Clinical Nutrition*, *42*(6), 1025-1033.

Lan, Y., Song, Y., Zhang, W., Zhao, S., Wang, X., Wang, L., ... & Liu, X. (2025). Quinoa Ethanol Extract Ameliorates Cognitive Impairments Induced by Hypoxia in Mice: Insights into Antioxidant Defense and Gut Microbiome Modulation. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*.

Lorimer, J. (2020). *The probiotic planet: Using life to manage life* (Vol. 59). U of Minnesota Press.

Lyon, A. (2023). The Last Of Us In Therapy: How Mind-Controlling Fungi and Gut Bacteria Affect Your Mental Health. *Journal of Pharmacology & Nutritional Sciences*, *1*(1), 2.

Malmuthuge, N. (2017). Understanding the gut microbiome of dairy calves: Opportunities to improve early-life gut health. *Journal of dairy science*, *100*(7), 5996-6005.

Matsumoto, M., Ohishi, T., & Benno, Y. (2019). Impact of long-term consumption of a fermented milk product containing *Bifidobacterium animalis* subsp. *lactis* LKM512 on the intestinal environment and health conditions of elderly nursing home residents. *Journal of Applied Microbiology*, *127*(2), 387–395. https://doi.org/10.1111/jam.14323

Mayer, E. A., et al. (2015). Gut/brain axis and the microbiota. *Journal of Clinical Investigation, 125*(3), 926–938.

Merlo, G., Bachtel, G., & Sugden, S. G. (2024). Gut microbiota, nutrition, and mental health. *Frontiers in Nutrition*, *11*, 1337889.

Moriki, D., Koumpagioti, D., Francino, M. P., Rufián-Henares, J. Á., Kalogiannis, M., Priftis, K. N., & Douros, K. (2024). How different are the influences of Mediterranean and Japanese Diets on the Gut Microbiome?. *Endocrine, Metabolic & Immune Disorders-Drug Targets*, *24*(15), 1733-1745.

Munyaka, P. M., Khafipour, E., & Ghia, J. E. (2014). External influence of early childhood establishment of gut microbiota and subsequent health implications. *Frontiers in pediatrics*, *2*, 109.

Palla, I., Cristofori, A., Giordano, A., & Cicerchia, A. (2021). Gastronomic heritage as a driver of sustainable tourism and local development. *Sustainability*, *13*(13), 7454. https://doi.org/10.3390/su13137454

Parajuli, A., Hui, N., Puhakka, R., Oikarinen, S., Grönroos, M., Selonen, V. A., ... & ADELE study group. (2020). Yard vegetation is associated with gut microbiota composition. *Science of the total environment*, *713*, 136707.

Proctor, C., Thiennimitr, P., Chattipakorn, N., & Chattipakorn, S. C. (2017). Diet, gut microbiota and cognition. *Metabolic brain disease*, *32*, 1-17.

Ramakrishna, S., & Ramachandran, L. (2025). Mind matters for researchers. *Drying Technology*, *43*(1-2), 9-12.

Rodríguez, J. M., Murphy, K., Stanton, C., Ross, R. P., Kober, O. I., Juge, N., ... & Collado, M. C. (2015). The composition of the gut microbiota throughout life, with an emphasis on early life. *Microbial ecology in health and disease*, *26*(1), 26050.

Saarenpää, M., Roslund, M. I., Puhakka, R., Grönroos, M., Parajuli, A., Hui, N., ... & ADELE Research Group. (2021). Do rural second homes shape commensal microbiota of urban dwellers? A pilot study among urban elderly in Finland. *International journal of environmental research and public health*, *18*(7), 3742.

Sarkar, A., Yoo, J. Y., Valeria Ozorio Dutra, S., Morgan, K. H., & Groer, M. (2021). The association between early-life gut microbiota and long-term health and diseases. *Journal of clinical medicine*, *10*(3), 459.

Selhub, E. M., Logan, A. C., & Bested, A. C. (2014). Fermented foods, microbiota, and mental health: ancient practice meets nutritional psychiatry. *Journal of physiological anthropology*, *33*, 1-12.

Seura, T., & Fukuwatari, T. (2019). Japanese diet score is associated with gut microbiota composition in young Japanese adults. *Journal of Nutritional Science and Vitaminology*, *65*(5), 414-420.

Shafie, M., Rad, A. H., Mohammad-Alizadeh-Charandabi, S., & Mirghafourvand, M. (2022). The effect of probiotics on mood and sleep quality in postmenopausal women: A triple-blind randomized controlled trial. *Clinical Nutrition ESPEN*, *50*, 15-23.

Shi, S., Zhang, Q., Sang, Y., Ge, S., Wang, Q., Wang, R., & He, J. (2022). Probiotic Bifidobacterium longum BB68S improves cognitive functions in healthy older adults: a randomized, double-blind, placebo-controlled trial. *Nutrients*, *15*(1), 51.

Smith, L. K., & Wissel, E. F. (2019). Microbes and the mind: how bacteria shape affect, neurological processes, cognition, social relationships, development, and pathology. *Perspectives on Psychological Science*, *14*(3), 397-418.

Snijders, A. M., Langley, S. A., Kim, Y. M., Brislawn, C. J., Noecker, C., Zink, E. M., ... & Mao, J. H. (2016). Influence of early life exposure, host genetics and diet on the mouse gut microbiome and metabolome. *Nature microbiology*, *2*(2), 1-8.

Suda, K., & Matsuda, K. (2022). How microbes affect depression: underlying mechanisms via the Gut–brain axis and the modulating role of probiotics. *International journal of molecular sciences*, *23*(3), 1172.

Suganya, K., & Koo, B. S. (2020). Gut–brain axis: role of gut microbiota on neurological disorders and how probiotics/prebiotics beneficially modulate microbial and immune pathways to improve brain functions. *International journal of molecular sciences*, *21*(20), 7551.

Talaie, A., Kamyab, H., & Mediavilla, D. Z. (2023). Environmental Factors Affecting the Gut Microbiome. *Journal of Environmental Treatment Techniques*, *11*(3), 94-108.

Tillisch, K., Labus, J., Kilpatrick, L., Jiang, Z., Stains, J., Ebrat, B., ... & Mayer, E. A. (2013). Consumption of fermented milk product with probiotic modulates brain activity. *Gastroenterology, 144*(7), 1394–1401. https://doi.org/10.1053/j.gastro.2013.02.043

Tooley, K. L. (2020). Effects of the human gut microbiota on cognitive performance, brain structure and function: a narrative review. *Nutrients*, *12*(10), 3009.

van Leeuwen, C., & Seguin, G. (2006). The concept of terroir in viticulture. *Journal of Wine Research*, 17(1), 1–10. https://doi.org/10.1080/09571260600633135.

Wang, S., Harvey, L., Martin, R., van der Beek, E. M., Knol, J., Cryan, J. F., & Renes, I. B. (2018). Targeting the gut microbiota to influence brain development and function in early life. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, *95*, 191-201.

Warren, A., Nyavor, Y., Beguelin, A., & Frame, L. A. (2024). Dangers of the chronic stress response in the context of the microbiota-gut-immune-brain axis and mental health: a narrative review. *Frontiers in immunology*, *15*, 1365871.

Xia, Y., Xu, X., Chen, H., Yue, R., Xia, D., Wang, X., ... & Sun, B. (2022). Effects of captive and primate-focused tourism on the gut microbiome of Tibetan macaques. *Frontiers in Microbiology*, *13*, 1023898.

Zhang, L., Wang, Y., Xiayu, X., Shi, C., Chen, W., Song, N., ... & Qin, C. (2017). Altered gut microbiota in a mouse model of Alzheimer's disease. *Journal of Alzheimer's Disease*, *60*(4), 1241-1257.

# انتقال عادلانه به گردشگری پایدار با در نظر گرفتن نقش اخلاق کسب و کار

نیما سلطانی نژاد,حمید نظری,مظفر محمدی,فاطمه یزدان پناه

**چکیده**

مقاله حاضر به بررسی نقش اخلاق کسب وکار در تسهیل انتقال عادلانه به گردشگری پایدار می‌پردازد. با توجه به چالش‌های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی ناشی از توسعه گردشگری، ضرورت حرکت به سمت مدلهای پایدار بیش از پیش آشکار شده است. اما این انتقال بدون در نظر گرفتن عدالت و اخلاق ممکن است به نابرابری‌های بیشتر بین ذینفعان منجر شود. این پژوهش با استفاده از روش تحلیلی-توصیفی، تأثیر اصول اخلاقی مانند مسئولیتپذیری، شفافیت، انصاف و احترام به حقوق جامعه میزبان را در دستیابی به گردشگری پایدار بررسی میکند. یافته‌ها نشان میدهد که رعایت اخلاق کسب وکار نه تنها اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد، بلکه زمینهساز مشارکت مؤثرجوامع محلی، توزیع عادلانه

منافع و کاهش پیامدهای منفی زیست محیطی میشود. همچنین، پایبندی به اخلاقیات میتواند راهبردهای کسب وکار را با اهداف توسعه پایدار همسو کند. در نتیجه، پیشنهاد می‌شود که سیاستگذاران و فعالان صنعت گردشگری با تلفیق اصول اخلاقی در برنامه‌ریزیها و تصمیمگیری‌های خود، به انتقالی منصفانه و همهجانبه به سمت گردشگری پایدار کمک کنند. این رویکرد نه تنها پایداری بلندمدت صنعت گردشگری را تضمین میکند، بلکه عدالت اجتماعی و حفظ محیطزیست را نیز تقویت مینماید.

**کلمات کلیدی:** اخلاق کسب وکار، گردشگری پایدار، عدالت اجتماعی، مسئولیتپذیری، توسعه پایدار.

## مقدمه

عدالت بهمثابه چالشی محوری در گفتمان پایداری، نیازمند بازخوانی از منظر اخلاق کسبوکار است. اگرچه پیشگامان توسعه پایدار (مانند گزارش برانتلند، WCED، ۱۹۸۷ (عدالت را بهمثابه ستون اصلی پایداری تعریف کردند، اما تحولات بعدی در مدیریت و بازاریابی گردشگری، این مفهوم را به حاشیه رانده است .امروزه، تمرکز فزاینده بر شاخصهای کمّی پایداری (مانند کاهش ردپای کربن یا استانداردهای هتلداری) سبب شده است که ابعاد اخلاقی و عدالت اجتماعی—بهویژه در قبال جوامع میزبان—نادیده گرفته شود. این در حالی است که اخلاق کسبوکار میتواند پلی میان الزامات فنی پایداری و عدالت توزیعی باشد.

بازاریابی گردشگری بهمثابه ابزار قدرتمند شکلدهی به تصاویر مقاصد، اغلب فاقد چارچوبی اخلاقی برای جلوگیری از کالاسازی فرهنگهای محلی یا بهرهکشی از منابع طبیعی است (جانستون، ۲۰۰۶). همانطور که ویلر (۱۹۹۵) اشاره کرد، اخلاق در این حوزه معمولاً «ضمنی» است و نه صریح—این امر در تضاد با رویکردهای عدالتمحورانه مانند گردشگری طرفدار فقرا (هیگینز-دسبیولز، ۲۰۱۰) یا اصول »منشور جهانی اخلاق گردشگری (UNWTO) «قرار میگیرد. پرسش کلیدی این است :چگونه میتوان اخلاق

کسبوکار را بهمثابه راهبردی برای تضمین توزیع عادلانه منافع گردشگری، مشارکت جوامع محلی در تصمیمگیری، و پاسخگویی بازیگران جهانی (مانند پلتفرمهای دیجیتال و تورگردانها) بازتعریف کرد؟

هدف نهایی، احیای گفتمان اخلاقی در گردشگری پایدار است—گفتمانی که نهتنها به پرسش «چگونه توسعه یابیم؟» پاسخ میدهد، بلکه «توسعه برای چه کسانی؟» را نیز به چالش میکشد. این مقاله استدلال میکند که بدون ادغام اخلاق کسبوکار در سیاستگذاری گردشگری، عدالت صرفاً به شعارهایی تبلیغاتی تقلیل مییابد که ناتوان از تحقق آیندهای مشترک برای همه ذینفعان هستند.

## عدالت و خیرِ گردشگری

«جان استوارت میل چگونه می‌تواند به مدیریت گردشگری در کانکون کمک کند؟» این پرسش تیزبینانه از سوی یکی از خوانندگان پیش‌نویس اولیه مقاله، ما را بر آن داشت تا توضیح دهیم چرا آگاهی پژوهشگران گردشگری پایدار از هزاره‌های متمادی دیدگاه‌های فلسفی و اجتماعی-سیاسی درباره عدالت و اخلاق اهمیت دارد. نوسبام (۲۰۱۱)، فیلسوف، پاسخی قانع‌کننده در چارچوب اقتصاد توسعه ارائه می‌دهد. او می‌گوید نظریه‌های توسعه تأثیری گسترده بر انتخاب‌های رهبران سیاسی و سیاستگذاران دارند، چه مستقیم از طریق درک خود آنان از این نظریه‌ها، چه غیرمستقیم از طریق مشاوران. این نظریه‌ها در پی پاسخ به این پرسش هستند که ساکنان هر کشوری در جستجوی چیستند – کیفیت زندگی شایسته. چگونگی دستیابی به این هدف، موضوع بررسی هم در جهان عملی و هم در حوزه آکادمیک است، برای مثال در فلسفه (اخلاق)، نظریه‌های اجتماعی/سیاسی و در مورد ما، مطالعات گردشگری.

برداشت‌های از عدالت در اقتصادهای لیبرال، به ویژه تحت تأثیر دیدگاه‌های فلسفی و اجتماعی-سیاسی قرار دارند که در نیمه دوم قرن گذشته، بیشترین تأثیر را از مفهوم اثرگذار رالز در مورد عدالت گرفتند (دربخش بعدی ببینید). این بینش نظری و دیگر ایده‌ها، به توسعه رهنمودهای انتقادی و ارزیابانه کمک می‌کنند تا توجیه اخلاقیِ اصول اخلاقی و عدالتی را که بازاریابان و سیاستگذاران برای تسهیل رفاه محلی و رفتار منصفانه با کالاهای طبیعی و فرهنگی – که توسط ساکنان با بازدیدکنندگان مقصد به اشتراک گذاشته می‌شوند – به کار می‌گیرند، مورد سنجش قرار دهند.

عدالت، همانگونه که مایکل سندل در سخنرانی‌های پرشور خود در دانشگاه هاروارد توضیح می‌دهد، به معنای دادنِ آن چیزی است که مردم سزاوار آن هستند (سندل، ۱۹۹۸). از جمله سنت‌های فلسفی اصلی که معمولاً در بحث‌های اخلاقی مطرح می‌شوند، می‌توان به فایده‌گرایی (utilitarianism)، اخلاق وظیفه‌گرایانه کانت (Kantian deontology) و اخلاق فضیلت محور ارسطو (Aristotle’s virtue ethics) اشاره کرد. نسخه‌های مختلف نظریه‌های فایده‌گرا، انواع متفاوتی از «فایده» را مورد توجه قرار می‌دهند، مانند پیامدها یا شادی برای بیشترین تعداد افراد. سیاست‌گذاری دولتی عموماً از دیدگاه‌های فایده‌گرایانه بهره می‌گیرد تا سیاست‌ها و اقداماتی را تدوین کند که بر حداکثرسازی فایده استوار باشند.

در مقابلِ این نگاه، نظریه وظیفه‌گرایانه (deontological) امانوئل کانت بر «وظیفه» یا «تکلیف» تمرکز دارد. این نظریه بسیار انتزاعی و فرمالیستی است و بر این ایده استوار است که هر کنش اخلاقی توسط یک امر مطلق (categorical imperative) هدایت می‌شود (جمال و منزل، ۲۰۰۹). فرمول بندی کانت از امر مطلق در رابطه با انسانیت چنین است:

«آنچنان رفتار کن که با انسانیت، چه در شخص خودت و چه در شخص دیگری، همیشه به عنوان یک غایت رفتار کنی و هرگز صرفاً به عنوان یک وسیله از آن استفاده نکنی» (کانت، ۱۹۹۸).

رویکرد کانت تأثیر عمیقی بر شکل‌دهی به گفتمان‌های حقوق بشر و دیدگاه‌های توسعه‌ای داشته است که بر کرامت انسانی تأکید می‌ورزند (مانند نوسبام، ۲۰۱۱).

سومین دیدگاه، اخلاق فضیلت محور ارسطو، است که ما به شکل قابل توجهی از آن بهره می‌گیریم. این دیدگاه مبتنی بر جامعه است: تز او این است که انسان‌ها به یک جامعه سیاسی (پولیس – شهر-دولت آتن در دوران او) تعلق دارند، و از طریق مشارکت در پولیس، شهروند فضایل و شخصیتی را پرورش می‌دهد که به زندگی خوب منجر می‌شود. دیدگاه غایت‌شناختی او درباره رفاه انسان، به سوی «زندگی خوب» یا یودایمونیا (سعادت/شکوفایی) جهت‌گیری شده است. تمامی کالاهای خاصی که فرد برای دنبال کردن انتخاب می‌کند – مانند سلامتی، دوستان، جامعه – برای دستیابی به خیر کلی و برتر، یعنی «زیستن خوب» (زندگی خوب)، دنبال می‌شوند. بنابراین، زندگی خوب، زندگیِ فعالیت فضیلت مندانه یا به شکلی گسترده‌تر، تحقق ظرفیت‌های انسانی ماست. فضایل، گرایش‌هایی برای انجام اعمال خاص یا تجربه احساساتِ متناسب با موقعیت هستند. اما احساسات به تنهایی کافی نیستند؛ یک شخصیت فضیلت مند همچنین به عمل درست متعهد است، که بهترین عملی است که توسط یک فرد فضیلت مند انجام می‌شود (کریسپ، ۱۹۹۶؛ کریسپ و اسلوت، ۱۹۹۷). این امر نیازمند فرزانگی عملی (حکمت عملی) است تا تشخیص دهد چه عملی درست است. و داشتن دانش نظری کافی نیست – آموزش یا عادت‌سازی برای پرورش شخصیت فضیلت مند ضروری است. همه اینها – زندگی خوب، فرزانگی عملی و فضیلت فکری – از طریق پرورش فضایل در مشارکت با پولیس قابل کسب هستند.

«هیچ یک از این سه دیدگاه (فایده‌گرایی، وظیفه‌گرایی کانت، و اخلاق فضیلت محور ارسطو) به تنهایی به خوبی عمل نمی‌کنند. از دیدگاه ارسطو، استدلال عملی و اخلاقی با خیر فردی یا خیر جامعه‌ای که فرد در آن جای گرفته است مرتبط است. با این حال، بی‌تردید ساکنان جامعه علاوه بر خیری که از طریق رویکرد شخصیت محور ارسطو و زندگی فضیلت مندانه به دست می‌آورند، از حقوق و تکالیفی نیز برخوردارند (مانند حق آزادی، آزادی بیان، و غیره). دیدگاه کانت به جنبه‌های ابزاری فایده‌گرایی پاسخ می‌دهد و شکاف موجود در رویکرد سوم (اخلاق ارسطویی) را پر می‌کند، چرا که او نه تنها بر تکلیف (مبتنی بر عقل، نه احساسات یا فضایل)، بلکه بر حقوق ذاتی نیز تأکید دارد. اگرچه مفاهیم کانت از عدالت به شدت بر برداشت‌های غربی از عدالت تأثیر گذاشته است، ساندل (۱۹۹۸) استدلال می‌کند که بدون اتکا به اخلاق ارسطویی، درک مناقشات ما درباره عدالت ناممکن است – اکثر بحث‌های کنونی بر دیدگاه‌های فایده‌گرا و حقوق‌محور کانت متمرکزند، اما مفاهیم فضیلت و خیر در بسیاری از این استدلال‌ها درهم تنیده شده‌اند. پرسش از این که چه کسی سزاوار چیست و چرا، و ارتباط این موضوع با فضیلت افراد، اغلب ناخودآگاه در جریان است؛ ما باید علاوه بر فایده و حقوق، بر موضوعاتی مانند شایستگی‌ها، فضیلت، و خیر عمومی – آن گونه که ارسطو درک می‌کرد – تمرکز بیشتری داشته باشیم (ساندل، ۱۹۹۸؛ والنتاین، ۲۰۰۳).»

### دیدگاه‌های اجتماعی-سیاسی: رویکرد مبتنی بر منابع

در طول سال‌ها، فلسفه اجتماعی-سیاسی از این سه دیدگاه (فایده‌گرایی، وظیفه‌گرایی و اخلاق فضیلت‌محور) به میزان مختلف بهره برده و گاه استدلال کرده است که برای تحقق جامعه‌ای عادلانه، باید هر سه را به کار گرفت (کریسپ، ۱۹۹۶؛ کریسپ و اسلوت،

۱۹۹۷). نظریه عدالت رالز (۱۹۷۱، ۱۹۹۹، ۲۰۰۱) در نیمه دوم قرن گذشته بر فلسفه اجتماعی-سیاسی سیطره داشت، اما با وجود تأثیر چشمگیرش بر سیاستگذاران، در مطالعات گردشگری کمتر شناخته شده است. کارهای اولیه او در چارچوب نظریه قرارداد لیبرال جای می‌گیرد که تحت تأثیر فایده‌گرایی جرمی بنتام و جان استوارت میل (که تصمیم‌گیری دولتی در جهان غرب را شدیداً تحت تأثیر قرار داد) شکل گرفته و بر آزادی و برابری تأکید می‌ورزد (رالز، ۱۹۷۱). تفسیر او از عدالت به مثابه «انصاف» در آثار متأخرش، برخی سوگیری‌های فایده‌گرایانه را تعدیل می‌کند، چرا که به جای برابری محض، بر انصاف تأکید دارد. او همچنین از اصل تفاوت دفاع می‌کند که بر توزیع عادلانه منافع به نفع کاهش محرومیت‌ها پای می‌فشرد: کم بهره‌ترین افراد باید بیشترین سود را از تصمیمات توسعه‌ای ببرند (رالز، ۲۰۰۱). نظریه عدالت او با سنت‌های لیبرال سیاسی که شکل‌دهنده بسیاری از اقتصادهای غربی و مستعمرات سابق آنها بوده است، همخوانی دارد.»

اصولی که رالز مطرح می‌کند، راهنمای خوبی برای پرداختن به مسائل عدالت توزیعی و رویه‌ای در گردشگری هستند و به ویژه در رابطه با محروم‌ترین گروه‌ها در مناطق گردشگری مفیدند. عدالت توزیعی در بافت مقصد گردشگری، ارتباط نزدیکی با مسائل انصاف دارد؛ مانند دسترسی به مکان‌ها و منابع، توزیع منافع اقتصادی ناشی از استفاده از کالاها و خدمات گردشگری و غیره. عدالت رویه‌ای به فرآیندهای تصمیم‌گیری، به ویژه در ارتباط با روندهای عادلانه و امکان مشارکت مؤثر در تصمیم‌سازی می‌پردازد.

اگرچه نظریه عدالت و انصاف رالز گام‌های بلندی در توسعه رهنمودهای اخلاقی برای گردشگری پایدار و بازاریابی مقصد برمی‌دارد (بخش‌های بعدی را ببینید)، چندین هشدار ضروری است. اصول لیبرالیسم بنیان‌گذار دوره‌ای از ملت‌سازی بود که منافع سفیدپوستان و گروه‌های مسلط را در دولت-ملت‌های نوظهور برجسته می‌ساخت. این پارادایم مسلط در کشورهای توسعه‌یافته غربی است که بر مدیران گردشگری، بازاریابان، پژوهشگران و مربیان تأثیر می‌گذارد (برای نمونه، نگاه کنید به فردگرایی لیبرال در فلسفه-عملگرای تریب (۲۰۰۲)).

در سنت لیبرالی که رالز از آن الهام می‌گیرد، دیدگاه از دولت این بود که منافع افراد درون دولت را محقق و محافظت کند. این در تضاد با دیدگاه ارسطویی است که بیان می‌دارد انسان‌ها به طور ذاتی موجوداتی اجتماعی و سیاسی هستند، و هدف دولت تحقق «خیر انسانی» است (مانند طراحی نهادها و برنامه‌هایی که هم برای خیر فردی و هم جمعی تلاش می‌کنند – یک پولیس کارآمد برای پرورش شخصیت نیک، فضایل و زندگی خوب ضروری بود).

انتقادات وارد بر سنت های لیبرال سیاسی به همراه ظهور سیاست های هویتی، مسائل مهمی مرتبط با عدالت برای گروه های قومی و فرهنگی متنوع را مطرح کرده اند (فریزر، ۲۰۰۳). آثار متأخر رالز در مورد «عدالت به مثابه انصاف»، تمرکز او بر انصاف (به جای برابری محض) و اصل تفاوت او، مسیرهای ارزشمندی برای توجه به جمعیتهای محروم به عنوان بخشی حیاتی از «خیر جمعی» ارائه می دهند. بینش های حاصل از چنین دیدگاه های کلیدی در فلسفه اخلاقی و اجتماعی-سیاسی، راهنمایی های ارزشمندی برای گنجاندن و ارزیابی مؤثر عدالت در اصولی که توسعه دهندگان مقاصد، سیاستگذاران و بازاریابان به کار می گیرند، فراهم می کنند. میتوان استدلال کرد که ما فاقد چنین چارچوب اخلاقی هستیم که در سطح مقصد، باید شامل دستورالعمل هایی برای هدایت و ارزیابی اقدامات منصفانه و عادلانه نسبت به ساکنان محلی و منابع طبیعی و فرهنگی آنها باشد. این امر نه تنها مستلزم توجه به ابعاد زیست محیطی، اکولوژیک، اقتصادی- اجتماعی/اجتماعی-سیاسی است، بلکه شامل موارد ناملموسی مانند روابط انسان-محیط زیست و رفاه فرهنگی نیز میشود.

آنچه یک جامعه برای شهروندانش و نسل های آینده ارزش قائل می شود (پایداری)، قرن  هاست به عنوان مسئله ای فلسفی مطرح بوده است، و این سنت ها می توانند به ما در درک و هدایت بهتر «خیر» گردشگری و زندگی خوب ساکنان مقصد کمک کنند. نگاهی مختصر به ادبیات نوظهور در مورد توسعه و بازاریابی گردشگری پایدار در بخش بعدی، برخی از خلأهای اخلاقی و چالش های مرتبط با عدالت و همچنین مسیرهای پیشِ رو را آشکار میسازد. یک نمونه موردی از کوینتانا رو، مکزیک، نمایش تجربی از مسائل گوناگونی ارائه می دهد که باید در «مقصد عادلانه» مورد توجه قرار گیرند. بخشهای نظری و تجربی به صورت مشترک، مسیرهایی را برای توسعه چارچوب عدالت محور پیشنهاد می دهند که توسعه و بازاریابی مقصد را هدایت میکند. این چارچوب در بخش بحث مقاله به تفصیل بررسی خواهد شد.

**عدالت در توسعه و بازاریابی گردشگری پایدار**

طیف گسترده‌ای از رویکردها و اشکال پایداری، از گردشگری پایدار گرفته تا اکوتوریسم، گردشگری مسئولانه و گردشگری طرفدار فقرا، اصول اخلاقی را ارائه می‌دهند که هدفشان کمک به بازاریابان و مدیران مقاصد، همچنین برنامه‌ریزان و سیاستگذاران گردشگری است تا اقدامات و رفتارهای پایدار را در توسعه و بازاریابی گردشگری تسهیل کنند. به نظر می‌رسد همه اینها پرسش‌های حیاتی زیر را پنهان کرده‌اند:

- کدام رویکردهای اخلاقی، تدوین اصول پایداری مورد تبلیغ را هدایت (یا توجیه) می‌کنند؟

- عدالت در چنین رویکردهای مبتنی بر پایداری، و در برنامه‌ها و ابتکارات مرتبط، چگونه مورد توجه قرار می‌گیرد؟

رشد فزاینده ای از برنامه‌ها و ابتکارات مرتبط با پایداری در سطح مقاصد گردشگری پدید آمده است که می‌توان در آنها ردپای اصول اخلاقی را شناسایی کرد و پرسش‌های فوق را به آنها متوجه ساخت.

برنامه صدور گواهی مقاصد Green Globe 21، به عنوان مثال، معیارهای گسترده‌ای را شامل می‌شود که احترام به جامعه‌های محلی و پرداختن به جنبه‌های ناملموسی مانند میراث فرهنگی را در بر می‌گیرد (Green Globe، بدون تاریخ) (همچنین نگاه کنید به مطالعه بریکر و شولتز در سال ۲۰۱۱ درباره معیارهای جهانی گردشگری پایدار). اصول ملبورن برای شهرهای پایدار (ICLEI، ۲۰۰۸) از طریق فرآیندی مشارکتی و گسترده تدوین شد که منجر به ایجاد ۱۰ اصل راهنما گردید. در برخی از این اصول، می‌توان ردپای دیدگاه‌های رالزی در مورد عدالت توزیعی و رویه‌ای را به صورت ضمنی مشاهده کرد، برای مثال در اصل ۲ و اصل ۷.

اصل ۲ بیان می‌کند: «از طریق تخصیص عادلانه منابع، راهبردهای اقتصادی باید تلاش کنند تا نیازهای اساسی انسانی را به شیوه‌ای منصفانه و برابر برآورده سازند».

اصل ۷ خواستار توانمندسازی و مشارکت «کسانی است که صدایشان اغلب شنیده نمی‌شود، مانند فقرا» می‌شود.

بازتابی از دیدگاه‌های کانت درباره تکلیف و احترام در «بیانیه کیپ تاون» که در کنفرانس کیپ تاون درباره گردشگری مسئولانه در مقاصد تنظیم شد، قابل مشاهده است:

«پذیرفتن این نکته که به گفته منشور جهانی اخلاق، نگرش بردباری و احترام به تنوع باورهای مذهبی، فلسفی و اخلاقی، هم بنیان و هم نتیجه گردشگری مسئولانه است» (کنفرانس بین‌المللی گردشگری مسئولانه در مقاصد، ۲۰۰۲).

همچنین «بیانیه کرالا» متعاقباً اشاره می‌کند که اخلاق احترام متقابل و انصاف، «اساس» گردشگری مسئولانه است ( Kerala Tourism، ۲۰۱۲).

نگاهی به ادبیات نوظهور مرتبط با «بازاریابی گردشگری پایدار» نیز به همان اندازه روشنگر اصول اخلاقی یا عدالت محوری است که به طور صریح یا ضمنی به کار میروند. وَن دام و آپلدورن (۱۹۹۶) بیان میکنند که بازاریابی پایدار باید به یافتن موازنه های عملی بین دغدغه های تجاری و زیست محیطی کمک کند، به افزایش افق های زمانی بلندمدت شرکت ها توجه داشته باشد، تداوم را بر سود مقدم بشمارد و «ضرورت اعمال محدودیت های نظارتی بر مکانیسم بازار» را بپذیرد (ص ۵۳). در اینجا، حفاظت زیست محیطی و رفتار سبز اغلب با گفتمانهای پایداری اقتصادی درهم آمیخته اند که پرسش هایی درباره شعارزدگی به جای اقدام اخلاقی ایجاد میکنند (مثلاً فولر، ۱۹۹۹؛ گیوموتی، ۲۰۰۶؛ کیلبورن، مک‌دونا و پروتیرو، ۱۹۹۷). پومرینگ، نوبل و جانسون (۲۰۱۱) مدلی از بازاریابی پایدار را پیشنهاد می دهند که برخی اصول گردشگری پایدار تبلیغ شده توسط سازمان جهانی گردشگری (WTO، ۲۰۰۴) را در خود جای میدهد؛ با این حال، راهنمایی های اخلاقی و عدالت محور برای جوامع محلی که بیشترین تأثیر را از گردشگری میپذیرند، در این رویکرد غایب است. چابرا (۲۰۰۹) چارچوبی برای بازاریابی پایدار گردشگری میراث ارائه میدهد که میکوشد بین اهداف زیست محیطی، حفاظتی و مالی توازن برقرار کند و همچنین سرمایه فرهنگی و اجتماعی را در جوامع محلی تقویت نماید. اگرچه او توصیه میکند که کد اخلاقی مبتنی بر اصول پایداری دنبال شود، این کد به صورت صریح بیان نشده است.

با توجه به آثار اولیه مانند گارتل (۱۹۹۴)، به نظر میرسد راهنماهای اخلاقی شفافِ اندکی برای تسهیل و ارزیابی توسعه و بازاریابی پایدار مقاصد تدوین شده اند، به ویژه در رابطه با انصاف و عدالت برای ساکنان محلی و منابع اکولوژیکی، فرهنگی، روابط و میراث آنها. این مسئله نگران کننده تر میشود چرا که وابستگی های محلی-جهانی و تأثیرات سیاست های نئولیبرالی بر جمعیتهای محلی، تحت تأثیر جهانی سازی و سیاست های تجارت آزاد جهانی در حال تشدید است (وود، ۲۰۰۹).

**عدالت اکوفرهنگی و گردشگری: راهنمایی اولیه برای «مقصد عادلانه»؟**

ادبیات نوظهور در مورد گردشگری بومی و اصیل به مسائل عدالتی مانند حقوق ساکنان اولیه، خودتوانمند سازی، کنترل و مشارکت مالکان سنتی در مدیریت مشترک مقاصد اشاره می‌کند (مثلاً هیگینز-دسبویلس، ۲۰۰۷؛ جانستون، ۲۰۰۳، ۲۰۰۶؛ وایت، ۲۰۱۰). پژوهش‌های مبتنی بر جامعه میزبان، مانند مطالعه شونز (۲۰۰۵) درباره گردشگری ساموآ، نمونه‌ای از انصاف و برابری در دسترسی به مزایای گردشگری و فرصت‌ها برای ساکنان محلی ساموآ است.

کامارگو، لین و جمال (۲۰۰۷) با بررسی ادبیات عمدتاً غیرنظری درباره عدالت محیط زیستی و گردشگری، چهار حوزه موضوعی را در چارچوب عدالت فرهنگی و گردشگری شناسایی کردند:

۱. عدالت اکوفرهنگی

۲. برابری اکوفرهنگی

۳. تبعیض اکوفرهنگی

۴. نژادپرستی اکوفرهنگی

(ما از اصطلاح عدالت اکوفرهنگی آنان استفاده می‌کنیم تا روابط انسانی-محیط زیستی را که اغلب نادیده گرفته می‌شود، دربرگیرد، نه صرفاً عدالت، عدالت محیط زیستی یا عدالت فرهنگی).

با بهره‌گیری از اصول رالزی (شامل آزادی، برابری و اصل تفاوت) و همچنین اصول کانت و ارسطو که پیشتر خلاصه شد، می‌توان این چهار معیار را بازتفسیر کرد تا به اقدامات توسعه و بازاریابی گردشگری — به ویژه در رابطه با گروه‌های اقلیت، کم‌درآمد و محروم در «مقصد عادلانه» — بپردازد:

۱) عدالت اکو فرهنگی در ارتباط با مسائل عدالت رویه‌ای، مشارکت فعال ذینفعان ساکن در مقصد (از جمله گروه‌های بومی، کم‌درآمد، متنوع و اقلیت) را در توسعه و بازاریابی کالاهای اکوفرهنگی‌شان برای اهداف گردشگری امکان‌پذیر می‌سازد.

۲) برابری اکو فرهنگی به مسائل عدالت توزیعی و توزیع عادلانه و منصفانه‌ی اقدامات توسعه، بازاریابی و تبلیغات بین گروه‌های مختلف مربوط می‌شود، با توجه ویژه به نیازهای جمعیت‌های محروم، کم‌درآمد، متنوع و اقلیت.

۳) تبعیض اکوفرهنگی به حذف افراد، گروه‌ها و جمعیت‌های محروم از مشارکت در توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی بازاریابی و تصمیم‌گیری مرتبط با استفاده و توزیع کالاها و خدمات اکولوژیکی و فرهنگی اشاره دارد. این شامل حذف بر اساس قومیت، جنسیت، گرایش جنسی و ناتوانی جسمی، در میان سایر عوامل، می‌شود.

۴) نژادپرستی اکوفرهنگی به تبعیض و رفتار ناعادلانه ناشی از نژاد یا قومیت اطلاق می‌گردد. این پدیده در قالب اقداماتی مانند بی‌احترامی، حاشیه‌سازی و طرد گروه‌های قومی مقصد و کالاهای اکوفرهنگی آن‌ها (به ویژه گروه‌ها و افراد محروم، متنوع و اقلیت) از بهره‌مندی از توسعه و بازاریابی گردشگری تجلی می‌یابد. این شامل پیامدهای منفی مانند بازنمایی کلیشه‌ای، مسئله‌ساز و منفی این گروه‌ها در تبلیغات و ترویج‌های مرتبط با گردشگری نیز می‌شود.

مطالعه موردی زیر از کوئینتانا رو در مکزیک (که شامل مقاصد محبوبی مانند کوزومل، کانکون و ریویرا مایا است) از یک پایان‌نامه گسترده‌تر استخراج شده است که به بررسی مسائل مرتبط با عدالت فرهنگی و گردشگری در میان مایاهای یوکاتکان پرداخته است (کامارگو، ۲۰۱۱). این مطالعه نمونه‌هایی از مسائل مرتبط با عدالت را ارائه می‌دهد که با رویکردهای فلسفی و نظری مطرح‌شده در بخش‌های پیشین پیوند دارند. بینش‌های نظری و تجربی به‌صورت مشترک، ضرورت ایجاد یک چارچوب اخلاقی را برای هدایت و ارزیابی توسعه و بازاریابی گردشگری پایدار تأیید می‌کنند. این یافته‌ها مبنایی برای چارچوب اخلاقی گسترده‌تری فراهم می‌آورند که در ادامه پیشنهاد شده است تا به مقاصدی که در پی تحقق پایداری و عدالت هستند، یاری رساند.

**کوئینتانا رو، مکزیک**

تحقیق تفسیری زیر بخشی از یک مطالعه گسترده تر مبتنی بر نظریه زمینه‌ای (grounded theory) درباره عدالت فرهنگی در گردشگری است که در سال ۲۰۰۹ طی سه ماه کار میدانی انجام شد. این پژوهش شامل مصاحبه‌های عمیق با ۴۷ ذینفع گردشگری (شامل ۸ مقام دولتی ارشد، ۲۳ ساکن محلی و ۱۶ نماینده بخش خصوصی)، مشاهده مشارکتی، گفتگوهای متعدد غیررسمی با ساکنان محلی و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک، و همچنین گردآوری گسترده داده‌های ثانویه از مناطق مختلف این ایالت بود. هدف اصلی آن دو چیز بود:

۱) بررسی تجربه ساکنان محلی از تبار مایا از گردشگری

۲) کاوش رابطه آنها با گردشگری از منظر انصاف، معیشت و رفاه.

مرور پیشینِ سنت‌های فلسفی کلیدی و نظریه تأثیرگذار رالز درباره عدالت، به ارائه «مفاهیم حساس‌ساز» ( sensitizing concepts) کمک کرد تا گردآوری و تفسیر داده‌ها را هدایت کنند (چارماز، ۲۰۰۵). همانگونه که یک اخلاق‌شناس به ما یادآوری کرد (**گری وارنر**، مکاتبه شخصی، ۱۴ ژوئن ۲۰۱۲):

«خود نظریه به شما نمی‌گوید چه کاری انجام دهید – فقط بررسی شما از واقعیت‌ها را سازماندهی می‌کند، و مطالعه واقعیت‌ها (در کنار برخی «حدس‌های بهینه») است که نتیجه‌گیری‌هایتان درباره آنچه باید انجام دهید را تعیین می‌کند».

به کارگیری «عدالت حساس‌ساز» و عدسی فلسفی در مطالعه کوئینتانا رو، به شناسایی بی‌عدالتی‌ها و همچنین جنبه‌هایی کمک کرد که گردشگری نقش مثبتی در تسهیل عدالت فرهنگی ایفا کرده است، مانند امکان به رسمیت شناختن و احترام به جمعیت اقلیت مایاهای ساکن.

**زمینه و موقعیت**

ایالت کوئینتانا رو در ساحل جنوب شرقی مکزیک، تا اواخر دهه ۱۹۶۰ منطقه‌ای حاشیه‌ای و صعب‌العبور در شبه‌جزیره یوکاتان محسوب می‌شد که عمدتاً توسط مایاها در نواحی داخلی و برخی جوامع بومی در امتداد سواحلش سکونت داشتند (جمعیت ۲۷،۰۰۰ نفر در دهه ۱۹۵۰). به دلیل انزوا و شرایط نامساعد، این منطقه برای استعمارگران اسپانیایی جذابیتی نداشت و به مکانی پناهگاهی برای بومیانی تبدیل شد که از کنترل اسپانیا می‌گریختند. پس از استقلال مکزیک در سال ۱۸۱۰، این منطقه پناهگاه مایاهایی شد که نمی‌خواستند تحت حکومت مکزیک قرار گیرند. مایاهای فراری از «جنگ کاست» خونین (۱۸۴۷–۱۹۰۱) در منطقه‌ای که امروز کوئینتانا رو نامیده می‌شود ساکن شدند و جامعه‌ای متشکل از فرهنگ استعماری اسپانیایی و میراث پیشا-هیسپانیک مایا را شکل دادند (نگاه کنید به رید، ۲۰۰۱).

در دهه ۱۹۷۰، دولت فدرال با ایجاد اتحاد با توسعه‌دهندگان محلی و بین‌المللی گردشگری، پروژه‌های گردشگری را آغاز کرد. توسعه سریع گردشگری شامل مجتمع توریستی یکپارچه کانکون (که با بحث‌های زیادی همراه بود)، بنادر کروز و کریدورهای گردشگری

در امتداد ساحل ریویرا مایا (مانند «لا روتا مایا») شد که کوئینتانا رو را به مهم‌ترین منطقه گردشگری مکزیک تبدیل کرد. در سال ۲۰۱۰، این ایالت حدود ۷٫۵ میلیون گردشگر (معادل ٪۳۵ از کل ورودی‌های گردشگری مکزیک) را پذیرا شد و درآمدی حدود ۵٫۵ میلیارد دلار آمریکا ایجاد کرد (وزارت گردشگری کوئینتانا رو [SEDETUR]، ۲۰۱۱). مهم‌ترین مراکز گردشگری کوئینتانا رو شامل مقاصد تثبیت‌شده‌ای مانند کانکون، ریویرا مایا، کوزومل و مقاصد در حال ظهور مانند چتومال، تولوم و ایسلا ماخرس است.

اما، علاوه بر ساحل‌های ماسه‌ای سفید و آب‌های زلال، و همچنین زیرساخت‌های گردشگری بین‌المللی کانکون و ریویرا مایا، کوئینتانا رو میزبان محوطه‌های باستانی مایاها و یک فرهنگ بومی زنده است که برای بقا و حفظ سنت‌ها، زبان، باورها و شیوه‌های زندگی خود تلاش می‌کند.

منطقه‌ای معروف به زونای مایا که در مرکز کوئینتانا رو واقع شده است، روستایی، سنتی و کمتر شناخته‌شده برای گردشگران معمولی است. به دلیل اهمیت فرهنگی و تاریخیِ چشمگیر، این منطقه به عنوان «**مرکز**» یا «**قلب**» فرهنگ مایا در کوئینتانا رو شناخته می‌شود که توسط نوادگان کروزوب (شورشیان مایایی که در طول جنگ کاست برای استقلال از الیت‌های یوکاتانی جنگیدند) سکونت دارد (رید، ۲۰۰۱). این منطقه همچنین از میراث طبیعیِ غنی شامل دریاچه‌ها، تالاب‌ها، چاله‌های طبیعی (سینوت) و تنوع زیستی مرتبط برخوردار است.

با این حال، زونای مایا در مقایسه با سایر مناطق ایالت، بیشترین محرومیت را با سطوح بالای فقر، بی‌سوادی و کمبود زیرساخت‌ها تجربه می‌کند (مؤسسه ملی آمار و جغرافیا [INEGI]، ۲۰۰۵). جمعیت کاریلو پوئرتو (شهر اصلی زونای مایا) و جوامع اطراف آن حدود ۷۲،۰۰۰ نفر است که ٪۶۷ از آنان از قومیت مایا هستند (شهرداری فلیپه کاریلو پوئرتو، ۲۰۱۰) و این بالاترین تراکم قومی مایاها در ایالت را نشان می‌دهد.

گردشگری در این منطقه نوپا است – فعالیت‌ها عموماً در مقیاس کوچک و مبتنی بر پروژه‌های جامعه‌محلی هستند که تورهای فرهنگی و طبیعت‌گردی ارائه می‌دهند. جدول ۱ آمار گردشگری مقاصد مختلف کوئینتانا رو را مقایسه می‌کند.

ساکنان کوزومل، ریویرا مایا و زونای مایا که بسیاری از آنها در صنعت گردشگری مشغول به کارند، بین چنگال های یک بحران اقتصادی جهانی و آب و هوای ناامن ناشی از افزایش خشونت های مرتبط با مواد مخدر در خانه گیر افتاده اند. اگرچه آنها وابستگی خود به گردشگری برای معیشت را درک میکنند، بسیاری از مایاهای مصاحبه شده تمایل خود را برای دسترسی بیشتر به آموزش و فرصت ها از طریق گردشگری ابراز کردند. اما آنها با موانع و بی عدالتی های متعدد اقتصادی و توسعه ای روبرو بودند. این موارد شناسایی و تحت موضوعاتی گروه بندی شدند که مفاهیم کلیدی حساس ساز راهنمای مطالعه را بازتاب میدادند:

### ۱) تخصیص ناعادلانه منابع دولتی برای بازاریابی و تبلیغات گردشگری: مسئله عدالت توزیعی مرتبط با «برابری اکوفرهنگی»

درآمد گردشگری ایجادشده در کوئینتانا رو، بودجه قابل توجهی برای بازاریابی و تبلیغات مقاصد این ایالت در بازارهای بین المللی فراهم میکند. در سال ۲۰۱۰، دبیرخانه گردشگری کوئینتانا رو (SEDETUR) بودجه ای حدود ۱۹٫۲ میلیون دلار آمریکا را برای

توزیع بین هیئت های ترویج گردشگری محلی تصویب کرد (دولت ایالت کوئینتانا رو، ۲۰۰۹). SEDETUR بودجه جمع آوری شده توسط هر هیئت ترویج گردشگری را از طریق مالیات اقامت تطبیق میدهد. با این حال، به دلیل تفاوت در تعداد اتاق های هتل در هر منطقه گردشگری کلیدی، تخصیص منابع برای تبلیغات گردشگری بین هیئت ها به طور قابل توجهی متفاوت است (جدول ۲).

زونای مایا به دلیل عدم وجود هیئت ترویج گردشگری تأسیس شده، از تخصیص منابع دولتی برای بازاریابی گردشگری محروم است و بنابراین نمیتواند مقاصد خود را در سطح داخلی و بین المللی تبلیغ کند. درآمد حاصل از مالیات اقامت هتل های محدود این منطقه تنها برای پرداخت حقوق پرسنل و هزینه های عملیاتی کافی است. به طور مشابه، منابع مالی برای توسعه زیرساختهای گردشگری نیز به صورت نابرابر بین مقاصد مختلف توزیع میشود.

بر اساس اظهارات مقامات SEDETUR، بودجه دولتی برای توسعه زیرساخت های گردشگری ابتدا به مقاصد تثبیت شده مانند کانکون و ریویرا مایا و سپس به مقاصد در حال ظهور مانند هلبوکس، چتومال، ایسلا ماخرس و کوزومل اختصاص می یابد. به گفته یکی از مدیران مصاحبه شده، زونای مایا به دلیل عدم ایجاد درآمد گردشگری مشابه سایر مناطق، در اولویت آخر SEDETUR قرار دارد. اسناد رسمی مربوط به بودجه دولتی برای توسعه گردشگری (SEDETUR، ۲۰۰۹) نیز نشان میدهد که در سال ۲۰۰۷، در حالی که دولت حدود ۴,۷ میلیون دلار آمریکا در توسعه زیرساخت های مقاصد ساحلی سرمایه گذاری کرد، هیچ بودجه ای به پروژه های زونای مایا اختصاص نیافت. در سال ۲۰۰۸، تنها ٪۷,۴ از کل سرمایه گذاری های تصویب شده برای توسعه گردشگری در ایالت به این منطقه اختصاص یافت.

**به سوی مقصد عادلانه: پیوند عدالت و مراقبت**

مطالعه فوق طیفی از نابرابری ها و بی عدالتی های مرتبط با توزیع منابع دولتی برای توسعه و بازاریابی گردشگری در کوئینتانا رو را نشان میدهد. این یافته ها نه تنها توزیع نامتناسب منابع دولتی برای توسعه و بازاریابی گردشگری، بلکه حاشیه سازی مایاها از فرآیندهای تصمیم گیری گردشگری را آشکار میسازند. در مقایسه با سایر مناطق ایالت کوئینتانا رو، زونای مایا در توانایی خود برای معرفی پتانسیل های گردشگری، توسعه ظرفیت ها یا تنوع بخشی به جاذبه ها و خدمات محدود گردشگری اش، به طور چشمگیری در موقعیت نامساعدی قرار دارد.

تبعیض، نژادپرستی و بی احترامی تجاربی است که مردم مایایی با آن روبرو هستند. رسانه ها و تصاویر تبلیغاتی متعدد، مکان ها و سواحلی را که مایاها از ۳۰۰ سال پیش از میلاد از آنها استفاده میکردند، به عنوان فضاهای خالی از حضور محلی بازنمایی میکنند. دسترسی به سواحل اغلب به دلیل ساخت هتل ها محدود شده و امکانی برای ساکنان محلی و بازدیدکنندگان جهت دسترسی به سایت های میراثی مانند ویرانه های سن خرواسیو وجود ندارد. سرمایه گذاری های گردشگری در کوئینتانا رو عمدتاً به نفع گروه های مرفه توزیع میشود، نه مناطق محروم و کمترتوسعه یافته ای مانند زونای مایا. افزون بر این، نابرابری های مشاهده شده به نظر

میرسد تحت تأثیر بی عدالتی های ریشه دار در ساختارهای نهادی (مانند نژادپرستی/تبعیض تاریخی) تشدید میشوند (کاستلانوس گررو، ۲۰۰۳).

رویکردهای عدالت و انصاف در «**مقصد عادلانه**» باید آگاهانه به تبعیض ها و نژادپرستی تاریخی و نهادی در حوزه مقصد توجه کنند و درک نمایند که این پدیده ها چگونه در گردشگری و بازاریابی مقصد باز تولید میشوند.

برای مایاهای کوئینتانا رو، این موضوع مستلزم توجه به استثمار نیروی کار (مسائل اجتماعی-اقتصانی مرتبط با حقوق کارگری و فرآیندهای قانونی) و تسهیل فرصت‌هایی برای مشارکت مستقیم آنان در تصمیم‌گیری‌های گردشگری است که بر رفاه فردی و اجتماعی، خیر فرهنگی و مکان‌های میراث فرهنگی شان تأثیر می‌گذارد (مسائل مرتبط با عدالت اکوفرهنگی و عدالت رویه‌ای). همچنین این امر نیازمند توجه هوشمندانه به روابط اکو فرهنگی آنان با سرزمینی است که گذشته نیاکانشان را به حال حاضر پیوند می‌زند، از جمله دسترسی به سایت‌هایی مانند سن خرواسیو و دسترسی بهتر به سواحلی که اکنون «عمومی» خوانده می‌شوند، ولی در گذشته به‌طور تاریخی برای مراسم و تفریحات مایایی استفاده می‌شدند (مسائل برابری اکوفرهنگی و عدالت توزیعی) و شامل توجه به بازنمایی ساکنان مایاها و مکان‌ها و نمادهای فرهنگی آنها در بازاریابی و تبلیغات گردشگری و سایر اعمال تبعیض آمیز و همچنین نژادپرستی است که به نظر می‌رسد به طور نهادی و تاریخی در گردشگری کوئینتانا رو (تبعیض‌های زیست‌محیطی و نژادپرستی) ریشه‌دار است. مطالعه موردی و بحث نظری قبلی، نیاز به یک چارچوب یکپارچه برای هدایت توسعه «عادلانه» و رفتار منصفانه با کسانی که بیشترین تأثیر را از توسعه و ترویج گردشگری در سیستم گردشگری محلی-جهانی دارند، تأیید می‌کند. بنابراین، چه معیارهای اخلاقی، توسعه و بازاریابی پایدار گردشگری را برای تضمین رفاه کسانی که در آن زندگی و کار می کنند، هدایت می کند؟ چه چیزی یک مقصد درست را ایجاد می کند؟

## نتیجه گیری

اگرچه مطالعات گردشگری در دهه‌های اخیر به درک بهتری از ناعدالتی‌های ناشی از تصرف منابع طبیعی و فرهنگی دست یافته است، اما همچنان در تدوین چارچوب‌های عملیاتی مبتنی بر اخلاق کسب‌وکار برای تحقق عدالت در مقاصد گردشگری با کمبودهای نظری و کاربردی مواجه هستیم (فنل، ۲۰۰۶؛ جانستون، ۲۰۰۶ .(این شکاف به‌ویژه در مواجهه با چالش‌های ناملموسی مانند کالایی‌سازی فرهنگی، نابرابری‌های اکوفرهنگی و توزیع ناعادلانه منافع گردشگری میان جوامع محلی آشکار می‌شود.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مفهوم «مقصد عادلانه» نیازمند بازتعریفی سه‌بعدی است:
۱ (عدالت توزیعی )تقسیم منافع و هزینه‌ها(، ۲ (عدالت رویه‌ای (مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری)، و
۳ (عدالت شناختی )به رسمیت شناختن دانش و ارزش‌های فرهنگی بومی.(

در این راستا، اخلاق کسب‌وکار می‌تواند با ارائه مکانیسم‌های شفافیت‌ساز (مانند حسابرسی اجتماعی)، مسئولیت‌پذیری زنجیره ارزش (از طریق استانداردهای اخلاقی) و بازتوزیع عادلانه درآمدها (با سازوکارهای نهادی نوین)، به حل این چالش‌ها کمک کند. همان‌طور

که نظریه‌پردازانی مانند رالز و نوسبام تأکید داشته‌اند، عدالت در گردشگری پایدار مستلزم عبور از رویکردهای صرفاً اقتصادی و توجه همزمان به کرامت انسانی و محیط‌زیست است.

مطالعه موردی کوئینتانا رو نشان داد که چگونه ادغام اصول اخلاقی در حکمرانی گردشگری—از جمله احترام به حقوق فرهنگی مایاها و محدودسازی قدرت بازیگران جهانی—می‌تواند به کاهش نابرابری‌ها بینجامد. برای تحقق این هدف، پیشنهاد می‌شود صنعت گردشگری به سمت «چارچوب پاسخگویی اخلاقی» حرکت کند که در آن:

شاخص‌های کیفی رفاه اجتماعی (مانند احساس امنیت فرهنگی) در کنار شاخص‌های کمّی پایداری سنجیده شوند،

جوامع محلی به عنوان شرکای برابر در طراحی و نظارت بر پروژه‌های گردشگری مشارکت داده شوند،

و مکانیسم‌های جبران خسارت برای آسیب‌های تاریخی (مانند تصرف زمین‌ها) طراحی گردد.

در نهایت، این پژوهش بر این باور است که گذار به گردشگری پایدار بدون اتکا به اخلاق کسب‌وکار—به‌ویژه در عصر جهانی‌شدن و دیجیتالی‌شدن گردشگری—ناقص خواهد بود. آینده این صنعت در گروی توانایی ما در تلفیق «کارایی بازار» با »انصاف اخلاقی» است؛ مسیری که تنها با بازاندیشی در مبانی نظری و بازطراحی نهادهای حکمرانی محقق می‌شود.

## منابع


Britton, S.G. (1982). The political economy of tourism in the Third World. Annals of Tourism Research, 9, 331–358.

Camargo, B., Lane, K., & Jamal, T. (2007). Environmental justice and sustainable tourism: The missing cultural link. The George Wright Society Forum, 24(3), 70–80.

Camargo, B.A. (2011). Justice and fairness in tourism: A grounded theory study of cultural justice in Quintana Roo, Mexico. (Unpublished doctoral dissertation). Texas A&M University, College Station, TX, USA.

Castellanos Guerrero, A. (2003). Im´agenes del racismo en M´exico. [Images of racism in Mexico]. M´exico City: Plaza y Vald´es.

Charmaz, K. (2005). Grounded theory in the 21st century: Applications for advancing social justice studies. In Norman K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), The Sage handbook of qualitative research (٣rd ed.) (pp. 507–535). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Chhabra, D. (2009). Proposing a sustainable marketing framework. Journal of Sustainable Tourism, ١٧(٣), ٣٠٣–٣٢٠.

Crisp, R. (Ed.). (1996). How should one live? Essays on the virtues. Oxford: Clarendon Press.

Crisp, R., & Michael Slote, M. (Eds.) (1997). Virtue ethics: Oxford readings in philosophy. Oxford: Clarendon Press

Denzin, N.K., & Giardina, M.D. (2009). Qualitative inquiry and social justice: Towards a politics of hope. In Norman K. Denzin & Michael D. Giardina (Eds.), Qualitative inquiry and social justice (pp. 1l–52). Walnut Creek, CA: Left Coast Press.

Dredge, D., & Jenkins, J. (Eds.). (2011). Stories of practice: Tourism policy and planning. Ashgate: Surrey & Burlington.

Fainstein, S.S. (2010). The Just City. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Fennell, D.A. (2006). Tourism ethics. Clevedon: Channel View Publications.

Fraser, N. (2003). Social justice in the age of identity politics: Redistribution, recognition and participation. In Nancy Fraser & Axel Honneth (Eds.), Redistribution or recognition? A political-philosophical exchange (pp. 7–109). London: Verso.

Fuller, D.A. (1999). Sustainable marketing: Managerial-ecological Issues. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Gartrell, R.B. (1994). Destination marketing (2nd ed.). Dubuque, IA: Kendall/Hunt.

Gobierno del Estado de Quintana Roo. (2009). Presupuesto de egresos del gobierno de Quintana Roo para el ejercicio fiscal 2010. Retrieved July 3, 2009 from http://www.sh.qroo.gob.mx/documentos/pe2010.pdf

Green Globe. (n.d.). Standard criteria and indicators. Retrieved February 2, 2012 from http://www.greenglobe.com/standard

Gyimothy, S. (2006). Restructuring the tourist industry: New marketing perspectives for global environmental change. In S. Gossling & C.M. Hall (Eds.), Tourism and global environmentalDownloaded by [Dicle University] at 23:59 07 November 2014

change: Ecological, social, economic, and political interrelationships (pp. 251–261). London: Routledge.

Harrison, D. (2008). Pro-poor tourism: A critique. Third World Quarterly, 20(5), 851–868.

Harvey, D., with Potter, C. (2009). The right to the Just City. In P. Marcuse, J. Connolly, J. Novy, I. Oivo, C. Potter & J. Steil (Eds.), In search for the Just City (pp. 40–51). London: Routledge.

Higgins-Desbiolles, F. (2007). Taming tourism: Indigenous rights as a check to unbridled tourism. In P.M. Burns & M. Novelli (Eds.), Tourism and politics: Global frameworks and local realities (pp. 83–108). Oxford: Elsevier.

Higgins-Desbiolles, F. (2008). Justice tourism and alternative globalization. Journal of Sustainable Tourism, 16(3), 345–364.

Higgins-Desbiolles, F. (2010). Justifying tourism: Justice through tourism. In S. Cole & N. Morgan (Eds.), Tourism and inequality: Problems and prospects (pp. 194–211). Wallingford: CABI.

Hollinshead, K. (1991). “White” gaze, “red” - Shadow visions: The disidentification of “Indians” in cultural tourism. Leisure Studies, 11(1), 43–64.

Instituto Nacional de Estad´ıstica y Geograf´ıa [INEGI]. (2004). Censos econ´omicos 2004. Quintana Roo: Resultados generales. Retrieved from www.inegi.gob.mx

Instituto Nacional de Estad´ıstica y Geograf´ıa [INEGI]. (2005). La poblaci´on hablante de lengua ind´ıgena de Quintana Roo. Retrieved February 10, 2010 from http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/poblacion_indigena/PerLi_QRoo.pdf

International Conference on Responsible Tourism in Destinations. (2002). The Cape Town declaration. Retrieved January 11, 2013 from http://www.responsibletourismpartnership.org/CapeTown.html

Isaac, R.K., & Hodge, D. (2011). An exploratory study: Justice tourism in controversial areas. The case of Palestine. Tourism Planning and Development, 8(1), 101–108.

Jamal, T., Camargo, B., Sandlin, J., & Segrado, R. (2010). Tourism and cultural sustainability: Towards an eco-cultural justice for place and people. Tourism Recreation Research, 35(3), 269–279.

Jamal, T.B., & Menzel, C. (2009). Good actions in tourism. In J. Tribe (Ed.), Philosophical issues in

tourism (pp.227–243). Bristol: Channel View Publications.

Johnston, A.M. (2003). Self-determination: Exercising indigenous rights in tourism. In S. Singh, D.J. Timothy & R.K. Dowling (Eds.), Tourism in Destination Communities (pp. 115–134). Wallingford: CABI.

Johnston, A.M. (2006). Is the sacred for sale? Tourism and Indigenous peoples. London: Earthscan.

Ju´arez, A.M. (2002). Ongoing struggles: Mayas and immigrants in tourist era tulum. Journal of Latin American Anthropology, 7(1), 34–67.

Kant, I. (1998). The groundwork of the metaphysics of morals. Cambridge: Cambridge University Press.

Kassis, R. (2006). The Palestinians and justice tourism: Another tourism is possible. Masters of Pilgrimage, Tourism and Cultural Heritage. Paper written for the Masters of Pilgrimage, Tourism and Cultural Heritage, MAPT, Bethlehem TEMPUS Programme.

Kerala Tourism. (2012). Kerala Declaration. Retrieved March 31, 2013 from http://www.responsibletourism2008.org/keraladeclaration.php

# گردشگری پایدار و حفاظت از محیط زیست زاینده رود

**نینا سوزنی**،کارشناس رشد مدیریت جهانگردی – موسسه آموزش عالی قشمNina.sozani@gmail.com

## چکیده

زاینده رود بعنوان یکی از منابع آبی کلیدی در مرکز ایران ، نقش مهمی در توسعه اجتماعی ، اقتصادی و زیست محیطی منطقه دارد . در سالهای اخیر این رودخانه با چالش های متعددی از جمله کاهش شدید منابع آب ، تخریب اکوتوریسم های طبیعی و افزایش آلودگی ها روبرو شده است . یکی از راهکارهای موثر برای مقابله با این بحرانها ، توسعه گردشگری پایدار است . گردشگری پایدار می تواند از طریق ایجاد آگاهی زیست محیطی ، توانمندسازی جوامع محلی و ترویج الگوهای مصرف مسئولانه ، به حفظ منابع طبیعی کمک کند . ای مقاله با روش توصیفی

– تحلیلی به بررسی رابطه میان گردشگری پایدار و حفاظت از محیط زیست در بستر زاینده رود می پردازد و راهکارهایی همچون آموزش زیست محیطی ، مشارکت جوامع محلی و توسعه زیرساختهای سبز را پیشنهاد می دهد . یافته ها نشان می دهند که توسعه این نوع گردشگری می تواند من کاهش فشار بر محیط زیست ، به تقویت اقتصاد محلی و افزایش پایداری اجتماعی منجر شود .

**واژگان کلیدی** : گردشگری پایدار ، محیط زیست ، زاینده رود ، مشارکت محلی ، توسعه پایدار .

## مقدمه

زاینده رود ، به عنوان یکی از منابع حیاتی آب در مرکز ایران ، با چالش های زیست محیطی متعددی مواجه است . خشکی های اخیر این رودخانه نه تنها تهدیدی برای اکوسیستم های طبیعی ، بلکه برای اقتصاد و فرهنگ منطقه نیر محسوب می شود . در این میان گردشگری پایدار می تواند بعنوان ابزاری موثر در حفاظت از محیط زیست و توسعه پایدار منطقه عمل کند .

## پیشینه پژوهش

مطالعات مختلفی در زمینه گردشگری پایدار در حوزه زاینده رود انجام شده است . بر اساس گزارش schramm و Davoudi (2014) پتانسیل های گردشگری در این منطقه با توجه به میراث فرهنگی غنی ، شرایط اقلیمی خاص و موقعیت جغرافیایی مناسب ، قابل توجه است . آنها با استفاده از تحلیل swot به شناسایی نقاط قوت ،

عف ، فرصتها و تهدیدهای گردشگری در این حوضه پرداخته اند . همچنین مطالعاتی همچون تحقیق abdollahi (2007) بر روی پتانسیل های اکوتوریسم در منطقه گاوخونی تاکید دارند .

## روش شناسی :

این پژوهش با رویکرد توصیفی – تحلیلی و اتفاده از روشهای کیفی و کمی انجام شده است . برای جمع آوری داده ها ، از منابع کتابخانه ایی ، مقالات علمی ، گزارش های سازمانهای مرتبط و مصاحبه با کارشناسان و ذینفعان محلی استفاده شده است . تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار های آماری و مدل Swotصورت گرفته است .

تحلیل وضعیت موجود :

گردشگری در حوزه زاینده رود عمدتابر پایه جابه های تاریخی و فرهنگی شهر اصفهان متمرکز است . با این حال جاذبه های طبیعی مانند تالاب گاوخونی ، مناطق کوهستانی فریدن و چادگان و روستاهای اطراف نیز پتانسیل بالایی برای توسعه گردشگری دارند . بر اساس گزارش schramm و Davoudi (2014) ، این منطقه با وجود پتانسیل های فراوان ، در مقایسه با سایر صنایع ، سرمایه گذاری کمی در زمینه گردشگری پایدار داشته است .

تحیل SWOT :

**نقاط قوت :**

- میراث فرهنگی غنی و جاذبه های تاریخی
- تنوع زیستی و اکوسیستم های طبیعی و متنوع
- موقعیت جغرافیایی مناسب و دسترسی آسان

**نقاط ضعف :**

- کمبود زیرساخت های گردشگری مناسب
- مدیریت ناکارآمد منابع آبی
- آلودگی محیط زیست و تخریب اکوسیستم ها

**فرصت ها :**

- توسعه اکوتوریسم و گردشگری روستایی
- مشارکت جوامع محلی در فعالیت های گردشگری
- حمایت دولت و سازمانهای بین المللی از پروژه های پادار

**تهدیدها :**

- تغییرات اقلیمی و کاهش منابع آبی

- افزایش و فشار بر منابع طبیعی
- کمبود آگاهی عمومی در زمینه حفاظت از محیط زیست

**راهبردهای پیشنهادی :**

۱- توسعه اکوتوریسم و گردشگری روستایی : با معرفی جاذبه های طبیعی و فرهنگی روستاهاو مناطق شناخته شده ، می توان گردشگران را به این مناطق جذب کرد و به توسعه پایدار آنها کمک نمود .

۲- مشارکت جمع محلی : آموزش و توانمندسازی جوامع ملی در زمینه گردشگری پایدار ، می تواند به بهبود کیفیت خدمات و افزایش درآمدهای محلی مجر شود .

۳- مدیریت منابع آبی : استفاده بهینه از نابع آبی و اجرای پروژه های احیای منابع آبی ، از جمله تالاب گاوخونی ، می تواند به حفظ اکوسیستم های آبی کمک کند .

۴- آگاهی بخشی و آموزش عمومی : برگزاذی کارگاه ها و دوره های آموزشی برای گردشگران و جومع محلی در زمینه حفاظت از محیط زیست ، می تواند به کاهش اسیب های زیست محیطی منجر شود .

**نتیجه گیری :**

توسعه گردشگری پایدار در حوضه زاینده رود با توجه به پتانسیل های فراوان طبیعی و فرهنگی ، می تواند به عنوان ابزاری موثر در حفاظت از محیط زیست و توسعه پایدار منطقه عمل کند . اجرای راهبردهای پیشنهادی با مشارکت فعال تمامی ذینفعان ، می تواند به بهبود وضعیت محیط زیست و ارتقای کیفیت زندگی جوامع محلی منجر شود .

**منابع :**


1. Schramm, E., & Davoudi, A. (2014). Tourism in the Zayandeh Rud Catchment. ISOE-Materials Social Ecology, No. 41.
2. Abdollahi, H. (2007). Investigation of the touristic potentials and management strategies for ecotourism in the Gaw Khooni area. Master’s Thesis, University of Ahvaz, Iran.
3. Karimi, M. (2008). Sustainable tourism development in Isfahan Province. Master’s Thesis, Lulea University of Technology, Sweden.

# پتانسیل ها و چالش های پیش روی توسعه گردشگری پزشکی در شهر اصفهان

**آرزو شاه علی،** کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری،اصفهان، ایران

## چکیده

گردشگری پزشکی یکی از بخش‌های نوظهور و پویا در صنعت گردشگری است که به دلیل ترکیب خدمات درمانی با تجربه سفر، توجه بسیاری از کشورهای جهان را به خود جلب کرده است. اصفهان با داشتن زیرساخت‌های درمانی پیشرفته و جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی غنی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری پزشکی دارد. هدف این پژوهش بررسی پتانسیل‌ها، چالش‌ها و راهکارهای توسعه گردشگری پزشکی در شهر

اصفهان است تا از این طریق به شناسایی عوامل مؤثر در موفقیت این صنعت در این شهر پرداخته شود. این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و به روش مرور منابع و تحلیل مستندات علمی و صنعتی موجود در حوزه گردشگری پزشکی و توسعه آن در اصفهان انجام شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اصفهان دارای پتانسیل‌های بالایی از جمله زیرساخت‌های درمانی پیشرفته، هزینه‌های درمانی مناسب و جاذبه‌های گردشگری بی‌نظیر است که می‌تواند آن را به مقصدی جذاب برای گردشگران پزشکی تبدیل کند. با این حال، چالش‌هایی مانند کمبود تبلیغات مؤثر، مشکلات قانونی و رقابت با کشورهای دیگر مانع از رشد کامل این صنعت در اصفهان می‌شود. با توجه به پتانسیل‌های موجود و چالش‌های پیش‌رو، پیشنهاد می‌شود که اصفهان با توسعه زیرساخت‌ها، تقویت همکاری‌های بین‌المللی، تبلیغات مؤثر و بهبود فرآیندهای قانونی، گردشگری پزشکی را به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی خود در نظر گیرد.

**واژگان کلیدی:** گردشگری پزشکی، توسعه پایدار، شهر اصفهان، حوضه زاینده رود

## ۱. مقدمه

گردشگری در عصر حاضر، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع خدماتی در جهان، نقشی تعیین‌کننده در فرآیند جهانی‌شدن اقتصادها ایفا می‌کند و در بسیاری از کشورها به‌مثابه راهبردی کلیدی در توسعه پایدار و چندبُعدی محسوب می‌شود(UnWTO,2022) .در این میان، گردشگری سلامت که شامل زیرشاخه‌هایی چون گردشگری درمانی، گردشگری پزشکی و گردشگری تندرستی می‌شود، سهمی فزاینده از بازار جهانی گردشگری را به خود اختصاص داده است. به‌ویژه گردشگری پزشکی که مبتنی بر سفر افراد به مناطق دیگر به‌منظور دریافت خدمات پزشکی تخصصی و عمومی با هزینه پایین‌تر، کیفیت بالاتر یا در زمان سریع‌تر است، در حال تبدیل‌شدن به یکی از پویاترین و رقابتی‌ترین شاخه‌های این صنعت می‌باشد (Connell, 2011; Lunt et al., 2011) .با رشد تقاضای جهانی برای خدمات درمانی، افزایش هزینه‌های سلامت در کشورهای توسعه‌یافته، و توسعه فناوری‌های ارتباطی و حمل‌ونقل، بستر جهانی برای جذب بیماران بین‌المللی به مناطق دارای مزیت نسبی، بیش از پیش فراهم آمده است(Turner, 2011) .

در این راستا، کشورهای متعددی از جمله هند، تایلند، ترکیه، کره جنوبی و مالزی، با سیاست‌گذاری دقیق و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های بهداشت و درمان، برندینگ بین‌المللی، و هماهنگ‌سازی ساختارهای درمانی با نیازهای بازار بین‌المللی، توانسته‌اند جایگاه ممتازی در گردشگری پزشکی کسب نمایند (Hanefeld et al., 2015; Bookman & Bookman, 2007). این کشورها با ایجاد خوشه‌های تخصصی درمانی و توسعه همکاری‌های بین‌المللی در حوزه سلامت، نه‌تنها درآمد ارزی چشم‌گیری کسب کرده‌اند، بلکه موجب ارتقای کیفیت خدمات درمانی داخلی و افزایش ظرفیت رقابتی نظام سلامت خود شده‌اند (Crooks et al., 2017). از سویی دیگر، گردشگری پزشکی با تأثیرگذاری بر حوزه‌هایی چون اشتغال، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، آموزش و انتقال فناوری‌های نوین درمانی، به‌عنوان محرکی مهم در برنامه‌ریزی‌های ملی بسیاری از کشورها مطرح است (Kazemian et al., 2022). بر این اساس، گردشگری پزشکی از یک صنعت صرفاً درمان‌محور فراتر رفته و به یکی از شاخه‌های راهبردی توسعه اقتصادی و دیپلماسی سلامت بدل شده است.

ایران نیز با دارا بودن منابع انسانی متخصص، خدمات درمانی با کیفیت و هزینه مناسب، پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی، و موقعیت ژئوپلیتیکی ممتاز در منطقه خاورمیانه، از ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری پزشکی برخوردار است (Ghanbari et al., 2020). رشد فناوری‌های پزشکی، تعداد فزاینده پزشکان متخصص، گسترش مراکز درمانی پیشرفته و عضویت ایران در برخی مجامع منطقه‌ای سلامت، زمینه‌ساز ارتقای سهم کشور از بازارهای منطقه‌ای و حتی فرامنطقه‌ای گردشگری سلامت شده‌اند (Jabbari et al., 2018). طبق گزارشات رسمی، ایران سالانه میزبان ده‌ها هزار گردشگر سلامت به‌ویژه از کشورهای همسایه نظیر عراق، افغانستان، عمان و آذربایجان است که بخش قابل توجهی از آن‌ها با هدف دریافت خدمات درمانی خاص به کشور وارد می‌شوند (Hashemi-Dehkordi et al., 2021). این روند، ظرفیت بالای کشور را برای ارتقای جایگاه جهانی در این عرصه نشان می‌دهد و مستلزم توجه ویژه در سطوح سیاست‌گذاری ملی و مدیریت شهری است.

در سطح شهری، برخی کلان‌شهرهای ایران مانند مشهد، تهران، شیراز و اصفهان، به‌عنوان کانون‌های اصلی گردشگری پزشکی مطرح شده‌اند. در این میان، شهر اصفهان به‌واسطه جایگاه ممتاز خود در تاریخ، فرهنگ و تمدن ایران، وجود دانشگاه‌های علوم پزشکی معتبر، بیمارستان‌های مجهز، پزشکان مجرب و نیز زیرساخت‌های اقامتی و گردشگری، از موقعیت بی‌نظیری برای توسعه گردشگری پزشکی برخوردار است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸؛ رضایی و محمدی، ۱۴۰۱). اصفهان با دارا بودن مجموعه‌ای منحصربه‌فرد از جاذبه‌های تاریخی، هنری و معماری در کنار خدمات درمانی مدرن، می‌تواند به‌عنوان یک مقصد ترکیبی برای بیماران و همراهان آنان تلقی شود. ترکیب جذابیت‌های فرهنگی با خدمات درمانی، زمینه‌ای برای تجربه‌ای متفاوت از فرآیند درمان فراهم می‌آورد که برای گردشگران پزشکی جذاب و ماندگار خواهد بود(Alipour et al., 2021).

ضرورت بررسی وضعیت گردشگری پزشکی در شهر اصفهان از آن‌روست که این شهر به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مقاصد فرهنگی کشور، از ظرفیت بالایی برای ایفای نقش در بازار منطقه‌ای گردشگری پزشکی برخوردار است. پژوهش در این زمینه می‌تواند زمینه‌ساز تدوین برنامه‌های علمی برای ارتقای خدمات پزشکی بین‌المللی، افزایش درآمدهای شهری، جذب سرمایه‌گذاری در حوزه سلامت و ارتقای برند سلامت شهر گردد. افزون بر این، شناخت

دقیق ظرفیت‌ها و مزیت‌های رقابتی اصفهان در این حوزه، می‌تواند به هدایت سیاست‌های توسعه‌ای در سطوح محلی و ملی کمک نماید. بنابراین، این مطالعه در پی آن است که با رویکردی علمی و تحلیل‌محور، به بررسی پتانسیل‌های گردشگری پزشکی در شهر اصفهان پرداخته و بستر لازم برای برنامه‌ریزی راهبردی در این حوزه را فراهم سازد.

## 2. روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی است. از آنجا که این مطالعه به بررسی ابعاد مختلف گردشگری پزشکی می‌پردازد، روش تحقیق به‌صورت توصیفی-تحلیلی انتخاب شده است. این روش به محقق امکان می‌دهد تا با استفاده از اطلاعات موجود، به تحلیل و استنتاج علمی در خصوص گردشگری پزشکی بپردازد.

داده‌های مورد نیاز این تحقیق از طریق گردآوری اسنادی و علمی به‌دست آمده است. در این راستا، منابع مختلفی شامل مقالات علمی، کتاب‌ها، اسناد تاریخی، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و مطالعات پیشین مرتبط با موضوع بررسی شده‌اند. روش تحلیل داده‌ها مبتنی بر تحلیل محتوای متون موجود بوده است که در آن اطلاعات مرتبط با موضوع تحقیق دسته‌بندی، طبقه‌بندی و سازمان‌دهی شده‌اند. سپس، با بهره‌گیری از شیوه‌های تحلیلی، یافته‌های به‌دست‌آمده مورد بررسی قرار گرفته و در چارچوب توسعه پایدار گردشگری و گردشگری پزشکی تبیین شده‌اند. در نهایت، با استفاده از اطلاعات گردآوری‌شده و تحلیل‌های انجام‌شده، پیشنهاداتی برای مدیریت موضوع و توسعه گردشگری پزشکی ارائه شده است.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

### پتانسیل های گردشگری پزشکی شهر اصفهان

شهر اصفهان با دارا بودن زیرساخت‌های پزشکی و گردشگری متنوع، موقعیت جغرافیایی خاص و مزیت‌های فرهنگی و تاریخی، یکی از مستعدترین شهرهای ایران برای توسعه گردشگری پزشکی است. در این بخش به بررسی پتانسیل‌های گردشگری پزشکی اصفهان در چهار حوزه اصلی پرداخته خواهد شد: ظرفیت‌های درمانی، جاذبه‌های گردشگری، زیرساخت‌های پشتیبان و موقعیت جغرافیایی.

#### ۱8.- بیمارستان‌ها و مراکز درمانی پیشرفته

اصفهان دارای بیمارستان‌های تخصصی و فوق‌تخصصی متعدد است که در زمینه‌های مختلف پزشکی از جمله جراحی قلب، ارتوپدی، پوست، چشم‌پزشکی، نازایی و جراحی‌های زیبایی دارای اعتبار خاصی هستند. این مراکز درمانی با بهره‌گیری از تجهیزات پیشرفته و پزشکان مجرب، خدمات درمانی با کیفیت بالا را ارائه می‌دهند.

#### ۲9.-هزینه‌های پایین درمان نسبت به کشورهای غربی

هزینه‌های درمان در اصفهان به مراتب پایین‌تر از کشورهای غربی است، اما این امر هیچ‌گونه کاهش کیفیت درمان را به دنبال ندارد. این تفاوت هزینه‌ها موجب شده تا بسیاری از گردشگران پزشکی از کشورهای همسایه و حتی کشورهای غربی برای درمان به اصفهان سفر کنند.

**.310- جاذبه‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی**

اصفهان به‌عنوان یک مقصد گردشگری فرهنگی با جاذبه‌هایی همچون میدان نقش‌جهان، سی‌وسه‌پل، کاخ چهلستون و مسجد جامع، پتانسیل زیادی برای ترکیب درمان و تفریح دارد. بیماران و همراهانشان می‌توانند پس از انجام درمان‌های خود از این جاذبه‌ها بهره‌مند شوند.

**.411-مراکز زیبایی و جراحی‌های زیبایی**

اصفهان یکی از پیشرفته‌ترین شهرها در زمینه جراحی‌های زیبایی و درمان‌های مرتبط با پوست و مو است. از جمله خدماتی که در این حوزه ارائه می‌شود می‌توان به جراحی بینی، لیفت صورت، لیزر درمانی، کاشت مو و سایر خدمات زیبایی اشاره کرد.

**.512-موقعیت جغرافیایی و دسترسی آسان**

اصفهان به‌عنوان یک شهر مرکزی ایران، دسترسی آسان به بسیاری از استان‌های ایران و کشورهای همسایه نظیر عراق، افغانستان و پاکستان دارد. این ویژگی جغرافیایی سبب می‌شود که بسیاری از بیماران خارجی از کشورهای منطقه به این شهر سفر کنند.

**.613-زیرساخت‌های حمل‌ونقل و دسترسی آسان**

وجود فرودگاه بین‌المللی، شبکه راه‌آهن گسترده و جاده‌های اصلی موجب شده تا دسترسی به اصفهان آسان و سریع باشد. این امر یکی از عوامل مهم جذب گردشگران پزشکی است، زیرا به راحتی می‌توانند از نقاط مختلف به این شهر سفر کنند.

**.714-تجربه‌های درمانی متنوع و تخصصی**

اصفهان به دلیل تنوع در خدمات درمانی تخصصی در زمینه‌هایی نظیر نازایی، درمان‌های چشم‌پزشکی، درمان‌های پوست و مو، درمان‌های ارتوپدی و جراحی‌های قلب، می‌تواند طیف وسیعی از بیماران با نیازهای مختلف را جذب کند.

**.815-وجود اقامتگاه‌های ویژه برای گردشگران پزشکی**

شهر اصفهان دارای هتل‌ها و اقامتگاه‌های لوکس و ویژه‌ای است که خدمات مناسبی برای گردشگران پزشکی ارائه می‌دهند. بسیاری از این اقامتگاه‌ها به‌ویژه برای همراهان بیماران امکانات ویژه‌ای نظیر خدمات ترجمه، ترانسفر بیمارستانی و برنامه‌های ویژه گردشگری دارند.

**.916- وجود مشاوران پزشکی و مترجمان بین‌المللی**

یکی از پتانسیل‌های مهم گردشگری پزشکی اصفهان، ارائه خدمات مشاوره‌ای و مترجمانی است که به بیماران خارجی کمک می‌کنند تا با پزشکان و مراکز درمانی ارتباط برقرار کنند. این خدمات موجب افزایش رضایت بیماران و تسهیل روند درمانی می‌شود.

### ۱۰17.-ارتباطات پزشکی بین‌المللی و همکاری با بیمارستان‌های معتبر

اصفهان به‌دلیل داشتن مراکز درمانی معتبر و همکاری با بیمارستان‌های بین‌المللی، به مقصدی جذاب برای گردشگران پزشکی از سراسر دنیا تبدیل شده است. ارتباطات بین‌المللی و پروتکل‌های مشترک درمانی، موجب افزایش اعتماد بیماران خارجی به خدمات پزشکی اصفهان می‌شود.

در مجموع پتانسیل‌های گردشگری پزشکی شهر اصفهان، با توجه به ظرفیت‌های پزشکی و درمانی بالا، جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی منحصربه‌فرد، زیرساخت‌های پشتیبان مناسب و موقعیت جغرافیایی ویژه، آن را به یکی از مقاصد بالقوه برای توسعه گردشگری سلامت در سطح ملی و بین‌المللی تبدیل کرده است. توجه به این پتانسیل‌ها و استفاده بهینه از منابع موجود می‌تواند اصفهان را به‌عنوان یک قطب معتبر در صنعت گردشگری پزشکی معرفی کند و زمینه‌ساز رشد و توسعه اقتصادی این شهر گردد.

**جدول۱: ظرفیت ها و پتانسیل های گردشگری پزشکی در شهر اصفهلان**

| ردیف | پتانسیل‌ها و ظرفیت‌ها | شرح و توضیحات |
|---|---|---|
| ۱ | **بیمارستان‌ها و مراکز درمانی پیشرفته** | بیمارستان‌ها و کلینیک‌های تخصصی با تجهیزات پیشرفته در زمینه‌های مختلف پزشکی از جمله جراحی‌های قلب، ارتوپدی و نازایی. |
| ۲ | **هزینه‌های پایین درمان نسبت به کشورهای غربی** | هزینه‌های درمان در اصفهان به مراتب پایین‌تر از کشورهای غربی بوده و کیفیت درمان نیز بالا است. |
| ۳ | **جاذبه‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی** | اصفهان دارای جاذبه‌های تاریخی همچون میدان نقش‌جهان، سی‌وسه‌پل و کاخ چهلستون است که می‌تواند گردشگران درمانی را جذب کند. |
| ۴ | **مراکز زیبایی و جراحی‌های زیبایی** | جراحی‌های زیبایی، کاشت مو، لیفت صورت و درمان‌های پوست و مو به‌ویژه در این شهر ارائه می‌شود. |

| | | |
|---|---|---|
| ۵ | **موقعیت جغرافیایی و دسترسی آسان** | دسترسی آسان به اصفهان از طریق فرودگاه بین‌المللی، راه‌آهن و جاده‌های اصلی، موجب جذب گردشگران از نقاط مختلف می‌شود. |
| ۶ | **زیرساخت‌های حمل‌ونقل و دسترسی آسان** | زیرساخت‌های حمل‌ونقل مناسب و شبکه حمل‌ونقل عمومی باعث تسهیل در جابجایی بیماران و همراهان به‌ویژه از کشورهای همسایه می‌شود. |
| ۷ | **تجربه‌های درمانی متنوع و تخصصی** | وجود تخصص‌های مختلف پزشکی مانند نازایی، ارتوپدی، جراحی‌های قلب و چشم‌پزشکی باعث جذب بیماران با نیازهای مختلف می‌شود. |
| ۸ | **وجود اقامتگاه‌های ویژه برای گردشگران پزشکی** | هتل‌ها و اقامتگاه‌های لوکس با خدمات ویژه مانند خدمات ترانسفر بیمارستانی و برنامه‌های گردشگری برای بیماران و همراهان. |
| ۹ | **وجود مشاوران پزشکی و مترجمان بین‌المللی** | مشاوران پزشکی و مترجمان بین‌المللی برای تسهیل ارتباط بیماران خارجی با پزشکان و مراکز درمانی. |
| ۱۰ | **ارتباطات پزشکی بین‌المللی و همکاری با بیمارستان‌های معتبر** | همکاری با بیمارستان‌های معتبر بین‌المللی و پروتکل‌های درمانی مشترک که موجب افزایش اعتماد بیماران خارجی به خدمات درمانی اصفهان می‌شود. |

## **چالش** های **پیش روی گردشگری پزشکی شهر اصفهان**

**۱-** کمبود تبلیغات و برندینگ جهانی

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، عدم تبلیغات و برندینگ مناسب در سطح بین‌المللی است. اصفهان باوجود داشتن امکانات و خدمات درمانی با کیفیت، هنوز نتوانسته است به‌طور مؤثر در بازار جهانی گردشگری پزشکی شناخته شود. کمبود برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات جهانی و ناآگاهی بسیاری از افراد از خدمات درمانی موجود در اصفهان، باعث کاهش جذب گردشگران خارجی می‌شود.

۲- محدودیت‌های زبان و ارتباطات بین‌المللی

زبان و ارتباطات، یکی دیگر از چالش‌های اصلی در گردشگری پزشکی اصفهان است. باوجود تلاش‌های موجود، بسیاری از بیمارستان‌ها و مراکز درمانی هنوز به‌طور کامل از مترجمان حرفه‌ای و خدمات چندزبانه بهره‌مند نیستند. این موضوع می‌تواند موجب ایجاد مشکلات ارتباطی برای بیماران خارجی و کاهش اعتماد آن‌ها به خدمات درمانی ارائه‌شده در اصفهان شود.

۳- کمبود استانداردهای بین‌المللی و تفاوت در پروتکل‌ها

برخی از مراکز درمانی در اصفهان به‌طور کامل با استانداردهای بین‌المللی و پروتکل‌های درمانی هماهنگ نیستند. این موضوع می‌تواند باعث بروز نگرانی‌هایی در بیماران خارجی نسبت به کیفیت درمان‌ها و انطباق آن‌ها با استانداردهای جهانی شود. همچنین، تفاوت در قوانین و پروتکل‌های درمانی بین ایران و کشورهای دیگر ممکن است برای بیماران بین‌المللی چالش‌هایی ایجاد کند.

۴-ناهماهنگی میان نهادهای دولتی و خصوصی

یکی دیگر از چالش‌ها، ناهماهنگی میان نهادهای دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری پزشکی است. در برخی موارد، این ناهماهنگی‌ها باعث می‌شود که خدمات و برنامه‌های ارائه‌شده در سطح ملی و محلی به‌صورت یکپارچه و هماهنگ نباشد. این موضوع می‌تواند به‌ویژه در جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و ایجاد تسهیلات ویژه برای گردشگران پزشکی مشکل‌ساز شود.

۵-کمبود زیرساخت‌های حمایتی و رفاهی

گرچه اصفهان از نظر زیرساخت‌های حمل‌ونقل و اقامتگاهی مناسب است، اما هنوز نیاز به بهبود در برخی از بخش‌ها احساس می‌شود. برای نمونه، افزایش تعداد هتل‌های خاص برای گردشگران پزشکی، ایجاد مراکز تفریحی و رفاهی ویژه، و فراهم کردن خدمات ترانسفر بیشتر می‌تواند کمک کند تا تجربه گردشگران پزشکی بهبود یابد.

۶- مشکلات مالی و هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری

سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری پزشکی نیازمند منابع مالی قابل توجهی است. برخی از بیمارستان‌ها و مراکز درمانی به‌دلیل محدودیت‌های مالی نتوانسته‌اند به طور کامل تجهیزات و امکانات پزشکی پیشرفته را برای جذب گردشگران پزشکی فراهم کنند. همچنین، برخی از سرمایه‌گذاران ممکن است از هزینه‌های بالای توسعه این صنعت در اصفهان ترس داشته باشند.

۷- نبود همکاری‌های بین‌المللی مؤثر

هرچند اصفهان در حال همکاری با برخی بیمارستان‌ها و سازمان‌های بین‌المللی است، اما هنوز همکاری‌های بین‌المللی مؤثر و گسترده‌ای در زمینه گردشگری پزشکی وجود ندارد. این محدودیت‌ها باعث می‌شود که اصفهان نتواند در سطح جهانی به‌عنوان یک مقصد مطرح برای گردشگران پزشکی شناخته شود.

۸-محدودیت در سیستم بیمه و پرداخت‌های بین‌المللی

مسائل مربوط به بیمه و پرداخت‌های بین‌المللی می‌تواند یکی دیگر از موانع جدی در مسیر توسعه گردشگری پزشکی در اصفهان باشد. بسیاری از گردشگران پزشکی ترجیح می‌دهند که از خدمات بیمه‌های بین‌المللی استفاده کنند، اما در حال حاضر محدودیت‌هایی در زمینه پذیرش بیمه‌های خارجی و نحوه پرداخت هزینه‌ها به‌ویژه از طریق سیستم‌های بین‌المللی وجود دارد.

۹-محدودیت در تنوع خدمات و تخصص‌ها

با وجود توسعه‌های صورت‌گرفته، برخی از تخصص‌های پزشکی در اصفهان به‌طور کامل گسترش نیافته‌اند. برخی بیماران ممکن است به دلیل نبود خدمات خاص یا تخصصی در اصفهان، از این شهر به مقصدهای دیگر سفر کنند. توسعه تخصص‌های مختلف پزشکی و ارائه خدمات متنوع می‌تواند اصفهان را به یک مقصد جامع‌تر تبدیل کند.

با وجود پتانسیل‌های برجسته گردشگری پزشکی در اصفهان، چالش‌های مختلفی وجود دارند که باید برای رشد و توسعه این صنعت حل شوند. رفع مشکلاتی مانند کمبود تبلیغات، ناهماهنگی‌ها، مشکلات ارتباطی و زیرساختی، می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران پزشکی و ارتقای جایگاه اصفهان در این صنعت کمک کند.

**جدول۲: چالش های گردشگری پزشکی در شهر اصفهلان**

| ردیف | چالش‌ها و مشکلات | شرح و توضیحات |
|---|---|---|
| ۱ | **کمبود تبلیغات و برندینگ جهانی** | عدم تبلیغات مؤثر در سطح بین‌المللی و ناآگاهی از خدمات درمانی اصفهان در بازارهای جهانی. |
| ۲ | **محدودیت‌های زبان و ارتباطات بین‌المللی** | مشکلات ارتباطی به‌ویژه برای بیماران خارجی به‌دلیل نبود مترجمان حرفه‌ای و خدمات چندزبانه. |
| ۳ | **کمبود استانداردهای بین‌المللی و تفاوت در پروتکل‌ها** | تفاوت‌های موجود در استانداردها و پروتکل‌های درمانی بین اصفهان و کشورهای دیگر که موجب کاهش اعتماد می‌شود. |
| ۴ | **ناهماهنگی میان نهادهای دولتی و خصوصی** | نبود هماهنگی مناسب بین نهادهای دولتی و خصوصی برای توسعه گردشگری پزشکی و ایجاد برنامه‌های یکپارچه. |
| ۵ | **کمبود زیرساخت‌های حمایتی و رفاهی** | نیاز به بهبود زیرساخت‌های رفاهی مانند هتل‌ها و مراکز تفریحی ویژه گردشگران پزشکی. |
| ۶ | **مشکلات مالی و هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری** | محدودیت منابع مالی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری پزشکی و هزینه‌های بالای سرمایه‌گذاری در این صنعت. |
| ۷ | **نبود همکاری‌های بین‌المللی مؤثر** | کمبود همکاری‌های بین‌المللی و عدم توانایی در برقراری ارتباطات مؤثر با سازمان‌های جهانی در این زمینه. |
| ۸ | **محدودیت در سیستم بیمه و پرداخت‌های بین‌المللی** | مشکلات در پذیرش بیمه‌های خارجی و سیستم‌های پرداخت بین‌المللی که برای گردشگران پزشکی مشکل‌ساز است. |
| ۹ | **محدودیت در تنوع خدمات و تخصص‌ها** | نبود برخی تخصص‌های پزشکی و خدمات درمانی خاص که موجب می‌شود برخی بیماران به دیگر کشورها مراجعه کنند. |
| ۱۰ | **نبود قوانین و چارچوب‌های حمایتی مناسب** | کمبود قوانین خاص و چارچوب‌های قانونی برای حمایت از گردشگری پزشکی و تسهیل روند کارهای درمانی. |
| ۱۱ | **موانع فرهنگی و اجتماعی برای پذیرش گردشگران خارجی** | وجود موانع فرهنگی و اجتماعی که ممکن است باعث کاهش تمایل گردشگران خارجی برای سفر به اصفهان شود. |

## راهکارهای توسعه گردشگری پزشکی در شهر اصفهان

برای توسعه گردشگری پزشکی در شهر اصفهان، نیازمند یک استراتژی جامع و چندوجهی هستیم که از پتانسیل‌های موجود به‌طور مؤثر استفاده کند. در اینجا به برخی از راهکارهای اصلی برای توسعه این صنعت در اصفهان پرداخته می‌شود:

### استراتژی ۱: توسعه زیرساخت‌ها و بهبود کیفیت خدمات پزشکی

**راهکارها:**

ارتقاء تجهیزات پزشکی :به‌روزرسانی و تجهیز بیمارستان‌ها و مراکز درمانی با جدیدترین تجهیزات پزشکی و فناوری‌های روز دنیا، به‌ویژه در زمینه‌های جراحی‌های تخصصی و زیبایی.

آموزش و توسعه نیروی انسانی :برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای پزشکان و کارکنان مراکز درمانی، جهت ارتقای مهارت‌ها و آشنایی با استانداردهای بین‌المللی.
ایجاد مراکز درمانی ویژه گردشگران خارجی :تأسیس کلینیک‌ها و بیمارستان‌های ویژه برای بیماران خارجی با خدماتی مانند مترجم، مشاور پزشکی، و هماهنگ‌کننده امور درمانی.
توسعه خدمات رفاهی برای بیماران و همراهان :ایجاد مراکز اقامتی ویژه برای بیماران و همراهانشان، با امکانات پزشکی، مشاوره‌ای و تفریحی مناسب.

**استراتژی ۲: تقویت شبکه‌های ارتباطی و همکاری‌های بین‌المللی**

**راهکارها:**

ایجاد شبکه‌های همکاری با بیمارستان‌ها و مراکز درمانی بین‌المللی :عقد قراردادهای همکاری با بیمارستان‌های معتبر خارجی و جذب بیماران از کشورهای همسایه و حتی کشورهای غربی.
شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌های بین‌المللی :حضور فعال در نمایشگاه‌ها و همایش‌های گردشگری پزشکی در سطح جهانی، برای معرفی اصفهان به عنوان مقصدی معتبر در این صنعت.
راه‌اندازی پلتفرم‌های آنلاین :طراحی پلتفرم‌های آنلاین برای مشاوره و خدمات پزشکی از راه دور، که به بیماران بین‌المللی این امکان را می‌دهد که از خدمات پزشکی اصفهان بهره‌مند شوند.

**استراتژی ۳: تسهیل فرآیندهای قانونی و اداری برای گردشگران پزشکی**

**راهکارها:**

صدور ویزای پزشکی ویژه :تسهیل فرآیند صدور ویزای پزشکی برای گردشگران خارجی که به‌منظور درمان به اصفهان سفر می‌کنند.
همکاری با سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌ها :ایجاد روابط نزدیک‌تر با سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌های کشورهای هدف، برای تسهیل روند پذیرش گردشگران پزشکی.
ایجاد تسهیلات مالی و بیمه‌ای :ارائه خدمات بیمه‌ای مناسب برای گردشگران پزشکی و تسهیل در پرداخت هزینه‌های درمانی برای بیماران بین‌المللی.

**استراتژی ۴: توسعه برندینگ و بازاریابی گردشگری پزشکی**

**راهکارها:**

تبلیغات دیجیتال و حضور در رسانه‌های جهانی :استفاده از رسانه‌های اجتماعی، وب‌سایت‌ها، و تبلیغات آنلاین برای معرفی اصفهان به عنوان مقصد گردشگری پزشکی.
تولید محتوای مرتبط با تجربیات بیماران :ایجاد مستندها و محتوای ویدیویی از تجربیات موفق بیماران و نظرات آنان برای جذب گردشگران پزشکی.
همکاری با آژانس‌های گردشگری بین‌المللی :انعقاد قراردادهای همکاری با آژانس‌های گردشگری بین‌المللی و ایجاد بسته‌های سفر درمانی شامل درمان و تورهای گردشگری در اصفهان.

**استراتژی ۵: ارتقاء خدمات جانبی و بهبود تجربه گردشگری پزشکی**

**راهکارها:**

طراحی پکیج‌های گردشگری درمانی :ارائه بسته‌های ویژه برای گردشگران پزشکی که شامل درمان‌های پزشکی و بازدید از جاذبه‌های گردشگری اصفهان باشد.
ایجاد خدمات تفریحی و فرهنگی ویژه گردشگران :ارائه خدمات تفریحی و فرهنگی به همراه خدمات درمانی، مانند تورهای فرهنگی، بازدید از جاذبه‌های تاریخی و توریستی، برای جذب گردشگران بیشتر.
بهبود خدمات پس از درمان :فراهم کردن خدمات مراقبتی و پشتیبانی پس از درمان برای بیماران، شامل مراقبت‌های ویژه در مراکز اقامتی و نظارت مداوم بر روند درمان.

اجرای این پنج استراتژی می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی بر توسعه گردشگری پزشکی در شهر اصفهان تأثیر بگذارد و این شهر را به یکی از مقاصد معتبر و برجسته در این حوزه تبدیل کند. توجه به زیرساخت‌ها، همکاری‌های بین‌المللی، تسهیل فرآیندهای قانونی، بازاریابی مؤثر و ارتقاء خدمات جانبی می‌تواند به رشد و شکوفایی این صنعت کمک کند.

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری پزشکی در اصفهان به‌عنوان یکی از صنایع نوین و مهم در زمینه جذب گردشگران خارجی، پتانسیل‌های فراوانی دارد که می‌تواند به‌طور چشمگیری به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این شهر کمک کند. اصفهان با داشتن زیرساخت‌های مناسب درمانی، بیمارستان‌ها و کلینیک‌های پیشرفته، همچنین جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی بی‌نظیر، ظرفیت تبدیل شدن به یکی از مقاصد اصلی گردشگری پزشکی در منطقه و حتی جهان را داراست. این شهر از نظر هزینه‌های پایین درمان نسبت به کشورهای غربی و کیفیت بالا در خدمات پزشکی، می‌تواند گزینه‌ای جذاب برای بیماران بین‌المللی باشد.
با این حال، در مسیر توسعه گردشگری پزشکی در اصفهان، چالش‌های متعددی وجود دارد که می‌تواند روند رشد این صنعت را محدود کند. کمبود تبلیغات مؤثر در سطح بین‌المللی، مشکلات قانونی و اداری پیچیده، نبود هماهنگی مناسب بین نهادهای مختلف، کمبود استانداردهای بین‌المللی و رقابت با کشورهای دیگر در این زمینه،

از جمله چالش‌های اصلی هستند. همچنین، وجود موانع فرهنگی و اجتماعی، مشکلات در سیستم بیمه و زیرساخت‌های حمایتی از گردشگران، به‌ویژه در بخش اقامت و خدمات پس از درمان، می‌تواند به‌عنوان موانعی در جذب بیشتر گردشگران پزشکی مطرح شود.

در این راستا، برای غلبه بر این چالش‌ها و بهره‌برداری بهینه از پتانسیل‌ها، راهکارهای عملی و استراتژیک مختلفی ارائه شده است. توسعه زیرساخت‌ها و بهبود کیفیت خدمات پزشکی، تقویت شبکه‌های همکاری‌های بین‌المللی، تسهیل فرآیندهای قانونی و اداری برای گردشگران، تقویت تبلیغات و برندینگ جهانی و ارتقاء خدمات جانبی به‌عنوان پنج استراتژی اصلی، می‌توانند نقشی کلیدی در تسریع روند توسعه گردشگری پزشکی در اصفهان ایفا کنند. به‌ویژه، با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد شهر اصفهان، همچون جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و هزینه‌های پایین درمان، می‌توان این صنعت را به‌طور مؤثری گسترش داد و به سطح بین‌المللی ارتقا داد.

در نهایت، با همکاری میان بخش‌های دولتی، خصوصی و بین‌المللی، و با اجرای راهکارهای پیشنهادی، اصفهان می‌تواند به یکی از مقاصد برجسته گردشگری پزشکی تبدیل شده و از مزایای اقتصادی و فرهنگی این صنعت بهره‌برداری کند.

## منابع و ماخذ


۱. حسینی، م.، فلاح، ن.، و احمدی، ش. (۱۳۹۸). بررسی ظرفیت‌های گردشگری سلامت در کلان‌شهر اصفهان. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۸(۳)، ۱۰۱-۱۲۰.

۲. رضایی، م. و محمدی، ف. (۱۴۰۱). نقش گردشگری پزشکی در توسعه شهری با تأکید بر اصفهان. *پژوهشنامه توسعه شهری پایدار*، ۴(۱)، ۷۵۰۹۳.

3. Bookman, M. Z., & Bookman, K. R. (2007). Medical tourism in developing countries. Palgrave Macmillan.

4. Connell, J. (2011). *Medical tourism*. CABI.
5. Crooks, V. A., Turner, L., Snyder, J., Johnston, R., & Kingsbury, P. (2017). Promoting medical tourism to India: Messages, images, and the marketing of international patient travel. *Social Science & Medicine*, 166, 276–283.
6. Ghanbari, S., Habibi, M., & Ahmadi, A. (2020). Challenges and opportunities of health tourism in Iran. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100711.
7. Hanefeld, J., Lunt, N., Smith, R., & Horsfall, D. (2015). Why do medical tourists travel to middle-income countries? *Health Policy and Planning*, 30(5), 678–686.
8. Hashemi-Dehkordi, E., Zarei, A., & Aryankhesal, A. (2021). Barriers to the development of medical tourism in Iran. *Iranian Journal of Public Health*, 50(2), 225-232.
9. Jabbari, A., Sadeghi, M., & Teimouri, R. (2018). Investigating the development strategies of health tourism in Iran. *Journal of Health Administration*, 21(4), 54-65.
10. Kazemian, M., Ghorbanian, A., & Azar, A. (2022). A strategic approach to medical tourism development. *Iranian Journal of Management Studies*, 15(1), 1-25.
11. Lunt, N., Smith, R., Exworthy, M., Green, S. T., Horsfall, D., & Mannion, R. (2011). Medical tourism: treatments, markets and health system implications. *OECD Publishing*.
12. Turner, L. (2011). Quality in health care and globalization of health services: accreditation and regulatory oversight of medical tourism companies. *International Journal for Quality in Health Care*, 23(1), 1–7.
13. UNWTO. (2022). *International Tourism Highlights – 2022 Edition*. World Tourism Organization.
14. Alipour, H., Khosravipour, M., & Adabi Firouzjaei, S. (2021). Cultural attractiveness and medical tourism development: Exploring the interface in Iranian destinations. *Tourism Review*, 76(5), 1174–1190.

# (هوش مصنوعی و احیاء زاینده‌رود در شکوفایی گردشگری اصفهان)

**دکتر سید اسکندر صیدایی**[1] دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

[1] s.seidaiy@geo.ui.ac.ir

**دکتر سید سمیه حسینی**[1] استادیار، گروه گردشگری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
**فاطمه کاظمی**[2] دانشجو دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

بحران‌ها و مدیریت آن‌ها در مقاصد گردشگری به دلیل ماهیت مخرب آن‌ها و پیامدهای جبران‌ناپذیری که می‌گذارند مسئله‌ای بسیار مهم تلقی شده و نیاز مدیران گردشگری به تکنولوژی برای درک بحران و توسعه استراتژی‌هایی برای کاهش اثرات آنها احساس می‌شود، ولی مطالعه در زمینه تکنولوژی‌های هوشمند همچنان محدود باقی‌مانده است. پژوهش حاضر باهدف ارزیابی بحران زاینده‌رود و بررسی نقش تکنولوژی‌های هوشمند در بازیابی این مقصد گردشگری انجام‌گرفته است. باتوجه‌به مؤلفه‌های مورد بررسی، نوع تحقیق کاربردی است و از روش تحقیق کیفی مبتنی بر پیمایش متخصصان و ذی‌نفعانی که سابقه فعالیت در زمینه هوش مصنوعی را داشته‌اند استفاده شد. داده‌های مورد نیاز این مطالعه از طریق یک مصاحبه که از جامعه آماری پژوهش اعم از خبرگان و فعالان صنعت گردشگری در بخش هوشمندسازی تشکیل شد، جمع‌آوری گردید. نتایج بررسی‌ها نشان دادند، عوامل مؤثر بر احیاء رودخانه زاینده‌رود شامل: ایجاد زیرساخت دیجیتال، ایجاد و مدیریت سیستم اطلاعات، استفاده از زیرساخت دیجیتال، کیفیت اطلاعات و ارتباطات و پذیرش فناوری هستند. هوش مصنوعی در پایش، پیش‌بینی و مدیریت سلامت رودخانه زاینده‌رود نقش اساسی دارد. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که رابطه معناداری میان متغیرهای آگاهی‌بخش، احیاء و حفظ پایداری محیط‌زیست بر اثر استفاده از تکنولوژی‌های هوشمند گردشگری وجود دارد. درنهایت هم مشخص شد که توانایی هوش مصنوعی در پردازش مجموعه‌داده‌های پیچیده، شناسایی روندها، و حمایت از تصمیم‌گیری سریع، آن را به ابزاری حیاتی برای بازیابی زیست‌محیطی و پایداری طولانی‌مدت رودخانه تبدیل می‌کند.

**واژگان کلیدی:** تکنولوژی‌های هوشمند، مقاصد گردشگری، بحران، بازیابی، زاینده‌رود، اصفهان

## ۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، گردشگری تحت‌تأثیر پیشرفت‌های فناوری دیجیتال و ظهور هوش مصنوعی دستخوش تحولات اساسی شده است. درواقع با ظهور و پیشرفت هوش مصنوعی این صنعت به مرحله جدیدی از توسعه و نوآوری رسیده است. برخلاف گذشته که این صنعت متکی بر منابع طبیعی، تاریخی و فرهنگی بود، اکنون با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای توسعه

[1] Ss.hosseini@geo.ui.ac.ir
[2] Fkazemi820@gmail.com ORCID ID: 0009-0000-4999-9829

پایدار و افزایش بهره‌وری فراهم آورده است. دیجیتالی‌شدن گردشگری نه‌تنها نحوه برنامه‌ریزی را متحول کرده، بلکه الگوهای سنتی مدیریت مقاصد را نیز به چالش کشیده است. به همین دلیل سازمان جهانی گردشگری معتقد است در آینده‌ای بسیار نزدیک، کشورهای فاقد زیرساخت‌های مناسب فناوری اطلاعات و ارتباطات عملاً از چرخه رقابت‌های جهانی و منطقه‌ای گردشگری حذف خواهند شد (Della Corte et al., ۲۰۱۹).

توسعه فناوری هوشمند باعث تولد گردشگری هوشمند شده است که استفاده از اطلاعات و ارتباطات و پشتیبانی را در مقاصد گردشگری فراهم می‌کند (گرمسیر ۲۰۲۴ ,. et al). یکی از مهمترین جنبه های فناوری دیجیتال در این صنعت، استفاده از هوش مصنوعی و کلان داده ها است. استفاده از اینترنت اشیاء و هوش مصنوعی در مدیریت منابع گردشگری، استفاده بهینه از ظرفیت های محیطی، کاهش اثرات منفی گردشگری انبوه و بهبود تاب آوری مقاصد گردشگری در برابر بحران های زیست محیطی و اقتصادی را به همراه داشته است. ظهور بلاک چین و قراردادهای هوشمند نیز با افزایش شفافیت در فرآیندهای مالی و کاهش وابستگی به واسطه ها، چشم انداز جدیدی را برای مدیریت مالی و امنیت داده های گردشگری ترسیم کرده است (Della Corte et al., ۲۰۲۳).

به سبب رشد بی‌سابقه این صنعت و رقابت جهانی، مقاصد گردشگری با بحران‌های جدیدی روبرو شده‌اند و به دلیل وقوع بحران‌های مختلف طبیعی و انسانی، موضوعات اصلی قابل‌بررسی، انعطاف‌پذیری مقاصد و ارتباط آن‌ها با تکنولوژی هوشمند در زمان بحران و واکنش‌های پس از وقوع بحران مانند واکنش‌ها و رفتارهای جامعه محلی هستند (Gursoy et al., ۲۰۲۴). بنابراین، برای مقابله با بحران و کاهش اثرات منفی آن و همچنین بازیابی مقاصد گردشگری پس از بحران استفاده از تکنولوژی هوشمند اجتناب‌ناپذیر است و بیش از هر زمان دیگری، نیاز مدیران گردشگری به تکنولوژی برای درک بحران، بلایا و توسعه استراتژی‌هایی برای کاهش اثرات آنها به‌نحوی‌که بتواند از صنعت و مقاصد محافظت کند احساس می‌شود.

کشور ایران با دارابودن پتانسیل بالای جاذبه گردشگری طبیعی از یک‌سو و گردشگری تاریخی و فرهنگی از سوی دیگر و استان اصفهان با در اختیار داشتن موقعیت جغرافیایی و پیشینه غنی فرهنگی و تاریخی و از همه مهم‌تر وجود زاینده‌رود، بستری مناسب برای اجرای پروژه‌های گردشگری هوشمند و مدیریت مقصد مبتنی بر هوش مصنوعی است.

پیشینه تحقیق، بخصوص تحقیقات بین‌المللی نشان داده است که تأثیر تکنولوژی‌های هوشمند نقش حیاتی در صنعت گردشگری ایفا می‌کند و کاربرد آن در مقاصد گردشگری موجب بقا و حفظ مقاصد از اثرات مخرب و جبران‌ناپذیر بحران‌ها و بلایای طبیعی می‌شود و همچنین پس از بحران برای بازیابی و احیاء مقاصد ناگزیر از کاربرد تکنولوژی‌های نوین هستیم. پس، برای مقابله با بحران و کاهش اثرات منفی آن و همچنین بازیابی مقاصد گردشگری پس از بحران استفاده از تکنولوژی هوشمند اجتناب‌ناپذیر است. بااین‌حال عدم آگاهی مدیران در برابر هوش مصنوعی در اصفهان و به طور ویژه در خصوص زاینده‌رود منجر به عدم بهره‌برداری کامل از این فناوری‌ها شده است (Hunter et al., ۲۰۱۵).

شناسایی ویژگی‌های طبیعی رودخانه زاینده‌رود می‌تواند به بهبود استفاده از هوش مصنوعی و دیگر فناوری‌ها در احیاء آن کمک کند. در همین راستا، این مطالعه به بررسی نقش تکنولوژی‌های هوشمند در بازیابی رودخانه زاینده‌رود پس از بحران دهه‌های اخیر و کاهش اثرات منفی آن می‌پردازد. تمرکز این مطالعه بر پاسخ به این سؤال است:

آیا هوش مصنوعی می‌تواند در بازیابی رودخانه زاینده‌رود نقش مؤثری ایفا کند؟

## مبانی نظری

**هوش مصنوعی و فناوری‌های هوشمند در گردشگری[1]**

در سال ۱۹۵۶، در کنفرانسی در دانشگاه دورتموث، محققان به طور رسمی اصطلاح هوش مصنوعی را پیشنهاد کردند و آن لحظه اولین گام در موضوع جدید مطالعه چگونگی شبیه سازی ماشین ها از فعالیت های هوشمند انسان بود و در اوایل سال۲۰۱۶، Al pha Go قهرمان شطرنج جهان را شکست داد. این رویداد بلافاصله علاقه جهانی به هوش مصنوعی ( AI) را بر انگیخت ( Zhang &Lu, ۲۰۲۱). امروزه شرکت‌های مسافرتی، در همه مراحل سفر از برنامه‌ریزی گرفته تا بازگشت مسافر، اشتیاق زیادی برای استفاده از ابزارها و راه‌حل‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در گردشگری دارند. با افزایش تعداد مسافران، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری برای اینکه بتوانند در این بازار به فعالیت خود ادامه دهند و از دور رقابت خارج نشوند، باید خدمات متمایزی ارائه دهند. ( ., Koo et al ۲۰۱۵). فناوری هایی مانند یادگیری ماشینی، داده های بزرگ را تجزیه و تحلیل می کنند تا رفتار و الگوهای انسانی را بیاموزند و تصمیم گیری آگاهانه برای بهبود تجربه خدمات مشتری بگیرند. فناوری هوش مصنوعی از طریق تجزیه و تحلیل داده های مهمان و روباتیک برای ارائه خدمات مختلف به سرعت و کارآمد برای بهینه سازی رضایت مشتری، صنعت مهمان نوازی را تحت تاثیر قرار داده است (Kadu &Si ngh, ۲۰۲۱).

هوش مصنوعی ( AI) سیستمی است که می‌تواند یاد بگیرد که چگونه یاد بگیرد. یا به‌عبارت‌دیگر، مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها (الگوریتم‌ها) که به کامپیوترها اجازه می‌دهد تا الگوریتم‌های خود را بدون برنامه‌ریزی صریح بنویسند. هوش مصنوعی یک موضوع میان‌رشته‌ای است که برای فهم نیازمند مطالعه چند زیررشته است، مانند پردازش زبان‌های طبیعی[2] بینایی کامپیوتر،[3] اینترنت اشیا[4] و رباتیک[5] اگر هوش مصنوعی و بدن انسان را مشابه در نظر بگیریم، باید از یک مغز برخوردار باشد که بسیاری از وظایف را انجام می‌دهد و مسئول مواردی چون زبان (پردازش زبان‌های طبیعی)، بینش (بینایی کامپیوتر) و مواردی ازاین‌قبیل است (Anabest ani , ۱۴۰۳).

در سطح مفهومی، دوطبقه بندی هوش مصنوعی وجود دارد، یعنی هوش مصنوعی قوی و ضعیف. یک هوش مصنوعی قوی معمولاً با توانایی یک عامل ماشین برای انجام چندین کار مشخص می‌شود، درحالی‌که یک هوش مصنوعی ضعیف یک وظیفه را انجام می‌دهد. مارکس[6] و همکاران (۲۰۲۲) نشان می دهد که علاوه بر این تمایز، یک یادگیرنده ماشینی قوی توانایی یادگیری به تنهایی را دارد که در نهایت در حل مسائل جدید بسیار مهم می شود. استفاده از برنامه های کاربرد مبتنی بر هوش مصنوعی(AI) در صنعت گردشگری محبوبیت پیدا کرده است و با ارائه توصیه های شخصی به گردشگران، ترجیحات و محدودیت های مالی، هوش مصنوعی می تواند از فرایند تصمیم گیری برای گردشگری پشتیبانی کند (Chen, 2012).

**سیستم رایانش ابری (Cloud Computing)**

رایانش ابری به این معناست که یک نرم‌افزار، داده‌های آن و همین‌طور پردازش‌های مربوط به آن را به یک فضای بیرونی منتقل

---

[1] Artificial Intelligence and Smart Technologies in Tourism
[2] Natural Language Processing (NLP)
[3] Computer Vision
[4] Internet of Things
[5] Robotic
[6] Marx

کنیم. کاربران می‌توانند با نرم‌افزارهای کاربری و داده‌ها با استفاده از هر دستگاهی که به اینترنت متصل است، به آن منبع بیرونی دسترسی داشته باشند. اطلاعات و برنامه‌ها توسط یک فضای خارجی میزبانی می‌شوند و بجای یک سخت‌افزار فیزیکی بر روی یک شبکه جهانی از مراکز داده‌های امن، نگهداری می‌شوند. این کار باعث می‌شود تا قدرت پردازش افزایش پیدا کند، امکان اشتراک داده‌ها و همکاری بیشتر با سایر افراد راحت‌تر شود و امکان دسترسی امن به این داده‌ها از طریق تلفن همراه، بدون توجه به موقعیت مکانی کاربر، فراهم گردد. با رایانش ابری، کاربران به‌جای اینکه یک مجوز را خریداری کنند، ماهانه هزینه‌ای را می‌پردازند و نرم‌افزارها و پلتفرم‌ها توسط ارائه‌دهندگان مدیریت و به‌صورت مداوم به‌روزرسانی می‌شوند تا عملکرد و امنیت آنها بیشینه شود (Baggio et al., ۲۰۱۴).

اسانته[۱] و دیگران محاسبات ابری را برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs)[۲] به‌عنوان یک صندوق مشترک از منابع با کشش سریع و خدمات اندازه‌گیری‌شده، سلف‌سرویس بر اساس تقاضا و دسترسی گسترده به شبکه توصیف کردند (Alcácer & Cruz-Machado, ۲۰۱۹).

### بلاک‌چین (Blockchain)

بلاک‌چین یک فناوری است که دارای ویژگی‌های مطلوبی مانند عدم تمرکز، استقلال، یکپارچگی، تغییرناپذیری، تأیید، تحمل خطا، ناشناس بودن، قابلیت حسابرسی و شفافیت است. بلاک‌چین قادر است روابط قدرت بین بازیگران کلیدی صنعت گردشگری را تغییر دهد و تصمیمات آگاهانه را در انتخاب مقصد ممکن می‌سازد. این فناوری یک راه‌حل غیرمتمرکز و توزیع شده برای به‌اشتراک‌گذاری داده است که به دلیل ویژگی‌های امنیتی و شفافیت قوی خود شناخته شده است. بلاک‌چین ممکن است به‌عنوان یک فناوری اساسی عمل کند که استفاده از فناوری‌های زیربنایی FIR، یعنی موبایل، ابر و اینترنت اشیا را ایمن‌تر و کارآمدتر می‌کند، درحالی‌که امکان همگرایی فناوری را فراهم می‌کند (Queiroz et al., ۲۰۲۱). ارزهای دیجیتال و تراکنش‌های مبتنی بر بلاک‌چین از نظر محافظت از ذی‌نفعان در برابر ریسک‌های پولی، تسهیل دسترسی به خدمات، ارائه شواهدی از خطاهای احتمالی و افزایش مزیت رقابتی بر گردشگری تأثیر مثبتی دارند. فناوری بلاک‌چین می‌تواند صنعت گردشگری را با ارائه ویژگی‌هایی مانند شفافیت، نفوذ و منابع، کنترل و کمک به شرکت‌ها برای ایجاد سوابق دیجیتال امن و ذخیره اطلاعات امن، متحول کند (Guo & Yu, ۲۰۲۲).

### اینترنت اشیا (IOT)

دستگاه ها و حسگرهای اینترنت اشیا محیط گردشگری را با ارائه اطلاعات لحظه ای، افزایش ایمنی و بهبود کارایی عملیاتی متحول کرده اند مانند اتاق های هوشمند هتل که امکان تنظیم دما، روشنایی و سیستم های سرگرمی متناسب با سلیقه میهمانان را فراهم میکند (Ait Mouha, ۲۰۲۱).

### کلان‌داده‌ها (Big Data)

اولین تعریف اصطلاح کلان‌داده در سال ۱۹۹۷ آغاز شد و توسط دو محقق ناسا، مایکل کاکس و دیوید السورث(۱۹۹۷) ارائه شد. درسال ۱۹۹۸، جان آر.مشی، محقق شرکت (SGI) از این مفهوم استفاده کرد. محققان اذعان داشته اند که کلان داده یکی از تاثیرگذارترین فناوری های موثر بر صنعت گردشگری و مهمان نوازی طی پنج سال آینده است. برخی کلان داده را بعنوان مجموعه داده ای با مقیاس و حجم بسیار تعریف میکنند. بطور مثال، داده هایی با حجم بیش از یک ترابایت به تعبیری کلان داده محسوب میشوند. برخی دیگر آنها را بعنوان مجموعه داده ای تعریف میکنند که ابزارهای تحلیل داده سنتی مانند مایکروسافت و اکسل توانایی تحلیل و بررسی آنها را ندارند. اما در تعریفی معمول تر، کلان داده به داده هایی اطلاق میشود که سه شاخصه سرعت، تنوع و حجم

---

[۱] Assante

[۲] Small and Medium Enterprises

را توامان داشته باشند (Diebold, 2012).

کلان‌داده‌ها ارجاع به حجم بسیار زیادی از داده‌ها دارد که به‌عنوان داده‌های ساختارمند، بدون ساختار و نیمه ساختار تنظیم شده و پردازش آنها به دلیل پیچیدگی مدیریت این نوع داده‌ها، سرعت رشد پایگاه‌های داده و چندین منبعی که آنها تولید می‌کنند، دشوار است (Theodoropoulos et al., ۲۰۲۳).

در گردشگری تکنولوژیکی، تجزیه‌وتحلیل داده‌های بزرگ نقش مهمی در پیش‌بینی رفتار گردشگران، بهینه‌سازی تخصیص منابع و افزایش رضایت مشتری دارد. مدل‌های پیش‌بینی از داده‌ها و روندهای تاریخی برای پیش‌بینی رفتارهای آینده استفاده می‌کنند و امکان بازاریابی و ارائه خدمات شخصی‌تر در گردشگری را فراهم می‌کنند (Yoo et al., ۲۰۱۵).

هنگام انتخاب راهکارهای تحلیلی، سازمان‌های گردشگری و مهمان‌نوازی ملزم هستند تا نگرانی‌های فزاینده در مورد حفظ حریم خصوصی و امنیت داده‌های مشتریان را با ایجاد چارچوب‌های مدیریت داده با طراحی خوب که قادر به ارائه داده‌های باکیفیت هستند و قادر به ارائه چارچوب‌های مؤثر امنیت و حفاظت از داده‌ها هستند، برطرف کنند. برای همه ذی‌نفعان این امر در آینده به دلیل تغییر سریع به سمت سازمان‌های آینده‌نگر و حتی خودکار و مبتنی بر داده مهم‌تر می‌شود (Hagiu & Wright, ۲۰۲۰). جای تعجب نیست که حریم خصوصی در حال حاضر مهم‌ترین مسئله داده و نگرانی برای سازمان‌ها است. در واقع، نظرسنجی « Global State of Enterprise Analytics» در سال ۲۰۱۸ نشان داد که در سطح جهانی، ۴۹ درصد از شرکت‌های مورد بررسی معتقدند که چالش‌های اصلی که سازمان‌ها معمولاً با آن مواجه هستند، حفظ حریم خصوصی داده‌ها و نگرانی‌های امنیتی است (McKenna et al., ۲۰۲۴). به طور مشابه، گزارش اخیر صنعت دیگری نشان می‌دهد که بیش از ۴۰ درصد از متخصصان صنعت گردشگری ادعا کرده‌اند که حریم خصوصی داده‌ها و امنیت سایبری یکی از تأثیرگذارترین عوامل تأثیرگذار بر تجارت دیجیتال در این بخش است (Martínez-Román et al., ۲۰۱۵). یکی از بزرگ‌ترین نقض‌های داده‌ها در قرن بیست و یکم، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های هتلداری، Marriott International را تحت‌تأثیر قرار داده است. از سال ۲۰۱۴، نقض داده‌ها در سیستم‌های پشتیبانی‌کننده از مارک‌های هتل استاروود رخ داد که در سال ۲۰۱۶ توسط ماریوت خریداری شد و حدود ۵۰۰ میلیون مشتری در سراسر جهان را تحت‌تأثیر قرارداد و این نقض تنها در سپتامبر ۲۰۱۸ کشف شد. داده‌ها و اطلاعات در مورد نام، اطلاعات تماس، گذرنامه اعداد، اطلاعات سفر و سایر اطلاعات شخصی در معرض خطر قرار گرفتند و اطلاعات مربوط به شماره کارت اعتباری و تاریخ انقضای بیش از ۱۰۰ میلیون مشتری به سرقت رفت (Yallop & Seraphin, ۲۰۲۰).

### رباتیک (Robotics)

روبات‌ها نوع دیگری از فناوری هوش مصنوعی هستند که حضور آنها صنعت گردشگری را تقویت می‌کند. سیستم‌های رباتیک چندین سال است که درحال‌توسعه هستند. این پیشرفت تا حدی به دلیل نیاز به کشف فرایندها و منطقی است که انسان‌ها در انجام کارهای تکراری از آن استفاده می‌کنند و تا حدودی به دلیل نیاز به اکتشاف و وسایل نقلیه در محیط‌هایی است که برای انسان‌ها تهدید است. استفاده گسترده از فناوری و انبوه اطلاعات موجود، رفتار گردشگران را به طور اساسی تغییر داده و انتظارات گردشگران را به میزان قابل‌توجهی افزایش داده است. استفاده از فناوری اطلاعات در سیستم‌های توزیع گردشگری مهم‌ترین عامل در تسریع آن است که می‌تواند امکان کسب اطلاعات مورد نیاز بازدیدکنندگان را در خصوص امکانات و اقامتگاه‌ها در مکان‌های گردشگری در تمامی مراحل توزیع فراهم کند. هنگام تمرکز بر مقاصد گردشگری، یکی از مفاهیم اصلی مرتبط با امکانات و تجربیات این است که در مقاصد هوشمند، گردشگران باید بتوانند با بهره‌گیری از فناوری درگیر یک فرایند هم‌آفرینی شوند و کاربران باید بتوانند به‌صورت گسترده از فناوری‌های نوین و اپلیکیشن‌های موجود جهت انتخاب مقاصد جدید و رزرو اماکن اقامتی، خدمات حمل‌ونقل و نیز بررسی میزان ایمنی و امنیت اماکن مورد بازدید استفاده کنند (Ivanov et al., 2019).

### متاورس (Metaverse)

نقش فناوری در تحولات عمده صنعت گردشگری در سال‌های اخیر بسیار مهم بوده است. گردشگران وابستگی شدیدی به اطلاعات دارند. کسب اطلاعات گردشگری، نمایش منابع گردشگری، تبلیغ مقاصد گردشگری و توسعه فعالیت‌های گردشگری با استفاده از کانال‌های ارتباطی مختلف امکان‌پذیر است. گردشگران همچنین اعتبار متقابل اطلاعات مربوط به گردشگری را از طریق کانال‌های متعدد به دست می‌آورند. در سال‌های گذشته کانال‌های ارتباطی به دو گروه اصلی رسانه‌های سنتی و تبلیغات رسانه‌های آنلاین تقسیم می‌شوند. پیشرفت‌های اخیر در اپلیکیشن‌های آنلاین و بسترهای شبکه‌های اجتماعی، نقش اینترنت را در اطلاع‌رسانی افزایش داده است. در سال‌های اخیر، فناوری‌های واقعیت مجازی (VR)، واقعیت افزوده (AR) و به‌اصطلاح فناوری‌های متاورس به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفته‌اند. استفاده از فناوری واقعیت مجازی برای تبدیل منابع معمولی گردشگری به صحنه‌های واقعیت مجازی و انجام تجربیات غوطه‌ور ۳۶۰ درجه از طریق شبکه می تواند به گردشگران امکان بازدید بدون ترک خانه را بدهد. معرفی جاذبه‌ها در راهنمای سفر با استفاده از فناوری AR می‌تواند با رسانه‌های سنتی و رسانه‌های دیجیتال ترکیب شود تا گردشگران بتوانند درک غنی‌تری در هنگام جستجوی اطلاعات سفر به دست آورند (Fazio et al., ۲۰۲۳).

### چت‌بات (Chatbot)

با تکامل هوش مصنوعی و ظهور فناوری های جدید، انتظار داریم که تعریف هوش مصنوعی نیز تکامل یابد. بعنوان نمونه، در سه ماهه اول سال ۲۰۲۳، گوگل Bard را معرفی کرد که سرویس هوش مصنوعی مکالمه آزمایشی گوگل است که توسط مدل زبان برای برنامه ریزی گفتگو (LaMDA)[1] پشتیبانی میشود. در ساده ترین شکل خود، بارد را میتوان بعنوان یک چت بات با هوش مصنوعی که تمرکز آن بر ایجاد متن است، در نظر گرفت. از آنجایی که یک ربات است، یک انسان میتواند به روش طبیعی که انسانها با هم صحبت میکنند، دستوری به ربات صادر کند، سپس ربات پاسخ میدهد (Elia et al., ۲۰۲۳). استفاده از روبات های همکار در همان زمان که هوش مصنوعی استفاده میشود، ابزاری اساسی برای عملکرد بهینه و کارایی فرآیندهای تولید در صنعت هوشمند یا گردشگری هوشمند را تشکیل میدهد (Anabestani, ۱۴۰۳).

### نظریه تخریب خلاق

مفهوم تخریب خلاق که از دیرباز کانون اصلی مطالعات نوآوری بوده است، برای اولین‌بار توسط جوزف آلویس شومپیتر (۱۸۸۳-۱۹۵۰) که به‌عنوان پدر حوزه مطالعات نوآوری شناخته می‌شود، معرفی شد. شومپیتر که در دوره‌های بحرانی دو جنگ جهانی زندگی می‌کرد، تنها راه خارج‌شدن از بحران را پویائی اقتصادی، تغییرات سیاسی و اصلاحات صنعتی می‌دانست به همین دلیل وی فعالیت‌های نوآوری و کارآفرینی را مبنای فعالیت‌های اقتصادی در نظر گرفته و آنها را اساس توسعه می‌دانست نظریه شومپیتر در ادبیات توسعه تکنولوژی از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و می‌توان بحث‌های وی را دررابطه‌با توسعه تکنولوژی پایه بسیاری از مباحث و نظریه‌های جدید دانست. شومپیتر این مفهوم را در کتاب خود، سوسیالیسم، سرمایه‌داری و دموکراسی که در پس‌زمینه آشفتگی شدید جنگ جهانی دوم، با ظهور سوسیالیسم و کینزیسم نوشته شده است، معرفی کرد. اصطلاح ((تخریب خلاق)) برای توصیف فرایند نوآوری به‌عنوان تخریب ساختارهای اقتصادی قدیمی و ایجاد مستمر امکانات جدید ابداع شد. او پیشنهاد کرد که محصولات، مواد، فرایندها، بازارها و روش‌های جدید جایگزین فناوری‌های قدیمی و ایجاد سود انحصاری و مزیت رقابتی می‌شوند. شومپیتر معتقد است که تلاش برای ارزش افزوده یا سود، سرمایه‌گذاری‌ها را به سمت ایجاد فناوری‌های جدید هدایت می‌کند، این سرمایه‌گذاری‌ها منجر به منسوخ‌شدن (تخریب) فناوری‌های موجود و نوآوری‌های مرتبط با آن‌ها می‌شود. وجود خلاقیت در کنار نیاز به تغییروتحول،

---

[1] Language Model for Dialogue Applications

باتوجه‌به تغییر نیازها و خواسته‌های گردشگران و تلاش برای پاسخگویی به این نیازها، می‌تواند زمینه تخریب خلاقانه را فراهم کرده و موجب گسترش کارآفرینی در حوزه گردشگری و توسعه اقتصادی شود. شواهد تحقیقاتی نشان می‌دهد که بسیاری از مشاغل به دلیل پیشرفت‌های تکنولوژی از بین رفته‌اند و درعین‌حال مشاغل زیادی وجود دارند که به دلیل پیشرفت‌های تکنولوژیکی ایجاد و عرضه شده‌اند و مطابق با مفهوم تخریب خلاق شومپیتر به نظر می‌رسد که تأثیر خالص فناوری بر مشاغل مثبت است (Caballero, ۲۰۱۰).

**نظریه اشاعه نوآوری**

در علم جغرافیا، نظریه اشاعه نوآوری ابتدا در سال ۱۹۵۳ به وسیله تورستن هاگراستراند، جغرافیدان سوئدی در دانشگاه لاند منتشر گردید (اندیشه های نو در فلسفه جغرافیا، ۳۰۲:۱۳۹۴). هاگراستراند شش عامل اصلی را در تحلیل فرآیند فضایی در رابطه با نظریه پخش موثر میداند:

۱/ عامل حوزه یا محیطی که فرآیند پخش در آن ظاهر میشود که ممکن است دارای شرایط طبیعی یکنواختی باشد یا اینکه چهره پرتضادی را تشکیل دهد.

۲/ عامل زمان که ممکن است بصورت مداوم درآید و یا دوره های از هم جدا داشته باشد.

۳/ عامل سوم، موضوع پخش است که ممکن است امراض واگیر، نوآوریهای کشاورزی و تکنولوژیکی، جمعیتها، پیامها، رفتارها و نظایر اینها باشد.

۴/ عامل چهارم مبداء پخش است. مکانهای مختلف جغرافیایی که تحت شرایطی، خاستگاه پدیده ها و نوآوریها میباشند.

۵/ مقصد پخش عامل پنجم است که به مکانهایی اطلاق میشود که موضوع پخش با جریان مداوم هستند.

۶/ و درنهایت مسیر حرکت پدیده ها که عامل آخر است. تحت شرایطی، موضوع پخش در مسیرهای ویژه ای جریان می یابد تا به مقصد برسد (جغرافیای کاربردی و مکتبهای جغرافیایی دکتر شکوئی، ۱۱۱:۱۹۸۵).

دیدگاه اشاعه‌گرایانه، به‌طورکلی بر این فرض قرار دارد که یک الگوی فرهنگی مشترک یا واقعیات فرهنگی مشابه، از یک منبع منحصربه‌فرد به وجود می‌آید و اینکه بدعت‌گذاری تنها یک‌بار اتفاق می‌افتد و در زمان‌های مختلف توسط گروه‌های مختلف تکرار نمی‌شود (نظریه‌های توسعه روستایی دکتر پاپلی یزدی، ۸۰:۱۴۰۱).

بر اساس تئوری انتشار نوآوری IDT، پذیرش یا رد یک نوآوری به آگاهی مصرف‌کنندگان از نوآوری بستگی دارد (Yu & Tao, ۲۰۰۹).

**نظریه پذیرش تکنولوژی(TAM)**

مدل پذیرش تکنولوژی اولین‌بار توسط دیویس در سال ۱۹۸۹ جهت پژوهش در زمینه روانشناسی اجتماعی مطرح شده است. این نظریه به عنوان یک نظریه معتبر برای درک پذیرش تکنولوژی های جدید و نوآوری در سیستم های اطلاعات و فناوری به طور گسترده تو سط محققان مورد ا ستفاده قرار می گیرد. انتخاب یک فرد برای پذیرش داوطلبانه یک فناوری جدید پذیرش تکنولوژی نامیده شده و تمایل کاربر برای استفاده از فناوری عامل مهمی در اجرا و استفاده موفق از آن تکنولوژی میباشد (Kamal et al., 2020). مدل پذیرش فناوری (TAM) یک چارچوب نظری به طور گسترده پذیرفته شده است که نحوه پذیرش و استفاده کاربران از فناوری را توضیح می دهد و TAM در زمینه های مختلف بازاریابی برای توضیح رفتار مصرف کننده نسبت به محصولات و خدمات فناورانه جدید استفاده شده است و با درک چگونگی درک مصرف کنندگان از سودمندی و سهولت استفاده از محصولات خود، بازاریابان می توانند ا ستراتژی های بازاریابی موثری را طراحی کنند که پذیرش و میزان ا ستفاده م صرف کننده را به حداکثر برساند و طبق این مدل، عوامل خارجی نیز می توانند بر قصد و استفاده واقعی از طریق تاثیرات واسطه ای بر سودمندی درک شده

و ســـهولت اســـتفاده درک شـــده تاثیر بگذارند (Aburbeian et al., 2022). محقق می تواند تاثیر متغیرهای خارجی را بر باور،نگرش و قصد استفاده از این مدل ردیابی کند و سودمندی درک شده و سهولت استفاده درک شده دو شناختی هستند که TAM پیشنهاد می کند.بر اساس TAM، استفاده واقعی یک فرد از یک سیستم فناورانه به طور مستقیم یا غیر مستقیم تحت تاثیر اهداف رفتاری کاربر، نگرش،سودمندی درک شده و سهولت درک شده از سیستم است. این نگرش ها بر قصد رفتاری کاربران برای استفاده واقعی یا رد فناوری تاثیر گذار بوده است و یک مدل نظری است که چارچوب ارز شمندی را برای نگرش نسبت به فناوری جدید توضیح و ارائه می دهد.مدل پذیرش فناوری را می توان از دو دیدگاه مورد بررسی قرار داد.دیدگاه اول کاربران هستند که با دانســتن این مدل می توانند متوجه علت پذیرش فناوری های مختلف یا نپذیرفتن آن بشـوند.در واقع کاربران با این مدل می دانند که احتمالا فناوری که نه مفید باشـــد و نه اســـتفاده از آن آســـان،مورد پذیرش قرار نخواهد گرفت.همچنین آن ها می توانند فناوری های قبلی را که امروز جزئی از زندگی شان شده مورد بررسی قرار دهند و احتمالا به این نتیجه برسند که علت حضور این فناوری ها منطبق بودن آن بر مدل پذیرش فناوری اســـت.از نگاه تولیدکنندگان و عرضـــه کنندگان فناوری های جدید هم مدل پذیرش کارایی و کارکرد بالایی دارد.معمولا با اســـتفاده از از این مدل و ســـوالاتی که در مورد آن مطرح اســـت پژوهش هایی قبل از ورود فناوری به بازار انجام می شـود و با اسـتفاده از این مدل میزان پذیرش کاربران در مورد فناوری خاص سـنجیده می شـود.در صنعت گردشگری،سودمندی ادراکی به میزانی اشاره دارد که گردشگران معتقد هستند استفاده از شبکه های اینترنتی،سبب ارتقا فعالیت های آن ها می گردد. لذت ادراک شده، به میزان لذت بخش انگاشتن استفاده از رایانه ها و دیگر ابزارهای هوشمند متصل به اینترنت مانند وب سایت ها اشاره دارد. در تعریف دیگر به میزان لذت درک شده با توجه به استفاده از فناوری های نوین اشاره دارد (Deng et al., 2025).

**نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB)**

تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده توسط Agen در سال ۱۹۹۱ ایجاد شد. TPB بر این فرض استوار است که رفتار انسان را می توان با شناسایی مقاصد افراد پیش بینی و توضیح داد. Agen به نوبه خود ادعا می کند که چنین نیات توسط سه گروه از عوامل شکل می گیرد، یعنی نگرش نسبت به رفتارها، هنجارهای ذهنی، و کنترل رفتاری درک شده بر رفتارها. ایجن بر این واقعیت تاکید می کند که مکانیسم تنها زمانی کار می کند که فرد متقاعد شود که در شرایط خاص در انتخاب رفتار خود آزاد است یعنی منابع و توانایی های مناسبی خواهد داشت و شرایط تحت کنترل او خواهد بود. به منظور بررسی فرآیند تصمیم گیری گردشگران و قصد آنها برای بازدید مجدد، مدیران به طور فزاینده ای به ایجاد انگیزه و تمایل گردشگران به سفر با پیش بینی رفتار گردشگران توجه کرده اند. رفتار هنجارهای ذهنی عبارت است از تأیید یا عدم تأیید رفتار افراد بر اساس قوانین و مقررات مصوب داخلی که تأثیر بسزایی در تعیین بایدها و نبایدهای افراد دارد. احساسات پیش بینی شده انتظارات عاطفی مثبت یا منفی یک فرد قبل از انجام یک رفتار خاص است که نشان دهنده رضایت یا نارضایتی فرد است. و در نهایت کنترل رفتار ادراک شده بیانگر توانایی و احساس اراده فرد برای کنترل انجام یا عدم انجام کاری است (Conner, ۲۰۲۰).

**نظریه تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF)**

نظریه تناسب وظیفه فناوری در سال ۱۹۹۵ توسط گودهو و تامسون با هدف توصیف ابعاد و توانمندی های فناوری اطلاعات برای حمایت از یک وظیفه محوله به فرد ارائه شد. هسته مرکزی این نظریه بر توانمندی و قابلیت های فناوری در برابر اجرای وظایف محوله به فرد مبتنی است. این نظریه بیان می‌کند که فناوری اطلاعات باید تناسب خوبی با وظیفه‌ای که برای آن به کار می‌رود داشته باشد تا بتواند مورداستفاده قرار گیرد و در نتیجه، تأثیر مثبتی بر عملکرد کاربران داشته باشد. وجود سازه تناسب میان فناوری اطلاعات و وظایف کاری، همچنین تأثیر بر عملکرد و خروجی افراد، دو سازه مهم هستند که در سایر مدل‌های مرتبط با کاربرد فناوری اطلاعات مورد غفلت واقع شده است یا آن‌چنان که باید مطرح نشده‌اند ویژگی‌های فناوری به‌عنوان ویژگی‌های دستگاه‌هایی

است که افراد برای انجام وظایف خود از آنها استفاده می‌کنند (Spi es et al ., ۲۰۲۰).

**نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT)**

نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری توسط ونکاتش و همکارانش در سال ۲۰۱۲ ارائه شده است. آنها چهار عامل کلیدی را شناسایی کردند: امید به تلاش، انتظار رفتاری، تأثیرات اجتماعی، و شرایط تسهیل‌کننده برای تأثیرگذاری بر قصد استفاده از فناوری‌ها. باگذشت زمان، محققان از این نظریه برای بررسی فناوری‌های جدید استفاده کرده‌اند. در واقع، آنها نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری را به‌اندازه کافی پایدار یافته‌اند. در این نظریه انتظار عملکرد به سطح انتظارات افراد در مورد سهولت فناوری اشاره دارد و در واقع به این معناست که کاربران چه انتظاراتی از فناوری جدید دارند و اگر کاربران استفاده از فناوری خاصی را مفید بدانند، تمایل بیشتری به پذیرش آن دارند. تأثیر اجتماعی را می‌توان به‌صورت میزان تأثیر دیگران بر گردشگر برای استفاده از فناوری بیان کرد، در واقع یکی از عواملی که باعث انتقال دانش و یادگیری افراد می‌شود تأثیر اجتماعی است. امید به تلاش به معنای سطح تلاشی است که افراد هنگام استفاده از یک فناوری درک می‌کنند و در واقع می‌توان بیان کرد که افراد هنگام انتخاب یک فناوری به دنبال سهولت استفاده هستند و سهولت استفاده برای انتخاب یک فناوری مهم است. شرایط تسهیل‌کننده به‌عنوان ارائه زیرساخت و پشتیبانی سریع لازم برای حل مشکلات فنی مردم برای استفاده از فناوری تعریف می‌شود (Wl i ams et al ., ۲۰۱۵).

**نظریه جبرگرایی تکنولوژیک**

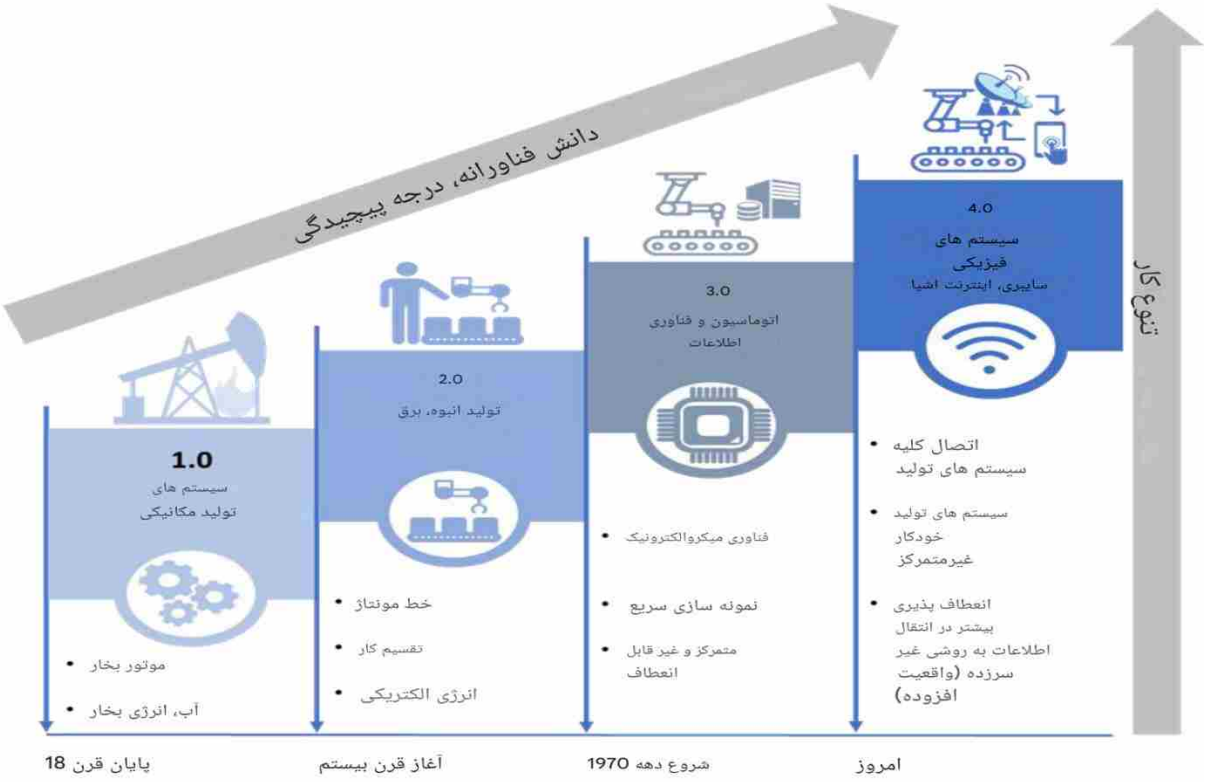
داسک (۲۰۰۶) در مقدمه‌ای بر فلسفه فناوری، جبر تکنولوژیکی و مفهوم مرتبط با آن فناوری خودمختار را به شرح زیر تعریف می‌کند: جبر تکنولوژیکی ادعایی است که فناوری باعث ایجاد یا تعیین ساختار بقیه جامعه و فرهنگ می‌شود (هالستروم، ۲۰۲۲). پارادایم جبرگرایی تکنولوژیک، فناوری را دارنده ماهیت و نیز هویتی خود آیین و مستقل می‌داند که توسعه و گسترش آن نیز بر اساس منطقی درونی و منحصربه‌فرد و در مسیری مربوط به خودش صورت می‌گیرد و این موضوع چندان از عوامل برونی متأثر نیست، بلکه آثار جبری نیز در جامعه دارد. جبر تکنولوژیک (TD)، به زبان ساده، این ایده است که فناوری تأثیرات قابل‌توجهی بر زندگی ما دارد. این ایده ریشه در تخیل عمومی و شعارهای سیاسی دارد. TD همچنین سابقه طولانی و بحث‌برانگیز در علوم اجتماعی به‌طورکلی و در مطالعات سازمانی به طور خاص داشته است. منتقدان TD به گونه‌های مختلف استدلال می‌کنند که فناوری به‌خودی‌خود از نظر اجتماعی تعیین می‌شود، فناوری و ساختارهای اجتماعی در یک فرایند نامشخص و نوظهور با هم تکامل می‌یابند، یا اینکه تأثیرات هر فناوری تا حد زیادی به نحوه اجرای آن بستگی دارد که به نوبه خود از نظر اجتماعی تعیین می‌شود (Hal l str öm,۲۰۲۲).

**نظریه انتظار – تأیید**

نظریه تأیید – انتظار (ECT) که ابتدا توسط الیور در سال ۱۹۸۰ معرفی شد و بعداً توسط باتاچارجی در سال ۲۰۰۱ توسعه یافت، یک مدل نظری برای بررسی قصد مداوم برای استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی است. این نظریه در مطالعات و زمینه‌های متعددی برای بررسی پس از پذیرش و انتظارات مربوط به استفاده از فناوری جدید مورد استفاده قرار گرفته است.ECT تأیید می‌کند که ارزیابی‌های فردی رضایت نه‌تنها به عملکرد درک شده بلکه به انتظارات قبلی و عدم تأیید این انتظارات نیز بستگی دارد و تئوری نشان می‌دهد که انتظارات بزرگ باعث عدم تأیید منفی می‌شود، اما عملکرد بالا باعث عدم تأیید مثبت می‌شود. این نظریه یک دیدگاه نظری معتبر برای توضیح اینکه چگونه یک محصول/سیستم می‌تواند کیفیت خدمات خود را برای حفظ وفاداری کاربر بهبود بخشد، ارائه می‌دهد. رفتار کاربر را از منظر قبل از رفتار (انتظار) و پس از رفتار (عملکرد درک شده) توصیف می‌کند، بنابراین،ECT تغییرات مهمی را در رفتار انسان در استفاده از فناوری توضیح می‌دهد، زیرا دوام درازمدت سیستم‌های اطلاعاتی به‌جای استفاده اولیه به استفاده مداوم کاربر بستگی دارد (Bhat nagr &Raj esh, ۲۰۲۴).

## 2. روش شناسی تحقیق

این مطالعه یک پژوهش کاربردی است که در گروه تحقیقات توصیفی – تحلیلی قرار دارد. هدف محوری آن بررسی نقش تکنولوژی های هوشمند در بازیابی رودخانه زاینده رود و احیاء گردشگری اصفهان است که این تحقیق را در گروه پژوهش های کاربردی قرار میدهد. این پژوهش در چندین مرحله انجام گردید. در مرحله نخست، چارچوبی نظری براساس مطالعات بولچاند گیدومال[1](۲۰۲۲) و سانچز و باستیداس[2](۲۰۲۱) ایجاد شد. در این مدل، ارتباط میان متغیرهایی همچون آگاهی بخشی به مدیران، انعطاف پذیری بیشتر در انتقال اطلاعات به شیوه واقعیت افزوده، دسترسی به سیستمهای تولید خودکار غیرمتمرکز در توسعه فناورانه مورد بررسی قرار میگیرند.




در مرحله دوم جهت جمع آوری داده های مورد نیاز از یک مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده گردید. به این صورت که با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با مدیران و ذی‌نفعان محقق به داده‌های مورد نیاز دست‌یافت و با تجزیه‌وتحلیل آنها با استفاده از نرم‌افزار Visio جهت تفسیر داده‌ها، به نتایج جدیدی دست‌یافت. در جدول یک شاخص ها و زیرشاخص ها و نظریه های مرتبط با هر شاخص در مطالعات مشابه و پیشینه پژوهش جمع آوری گردیده که با استناد به آن سوالات مصاحبه طراحی شد. و در پایش نهایی طی مصاحبه با خبرگان شاخص ها و زیرشاخص ها نهایی شد به این صورت که درنهایت شاخص های ضعیف حذف گردید و با استفاده از نظر خبرگان شاخص ها نهایی شد و سوالات مطرح تر شد.

---

[1] Bulchand Gidomal
[2] Bastidas& Sanchez

**جدول۱: شاخص های مستخرج از نظریه ها**

| شاخص | زیرشاخص | نظریه | پیشینه |
|---|---|---|---|
| ۱/ ایجاد زیرساخت دیجیتال | ۱-۱ متاورس | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Kamran (2021)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca et al (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Fazio et al (2023) |
| | ۱-۲ بلاکچین | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ پذیرش تکنولوژی<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Queiroz et al (2021)<br>Guo & Yu (2022)<br>Nomura (2023)<br>Zhao et al (2022) |
| | ۱-۳ کلان داده | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Diebold (2012)<br>Theodoropoulos et al (2023)<br>Yoo et al (2015)<br>McKenna et al (2024)<br>Hagiu & Wright (2020)<br>Nomura (2023)<br>Yallop & Seraphin (2020) |
| | ۱-۴ چت بات | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF) | Elia et al (2023)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca et al (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Anabestani (1403) |
| | ۱-۵ اینترنت اشیا | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Kamran (2021)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca et al (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Fazio et al (2023) |
| | ۱-۶ رباتیک | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Ivanov et al (2019)<br>Elia et al (2023) |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Elia et al (2023)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca et al (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Baggio et al (2014)<br>Alcácer & Cruz-achado (2019) | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۱-۷ رایانش ابری | |
| Sabesan (2014)<br>Furlepa (2022)<br>Nomura (2023) | | ۱-۲ e - welfare | ۲/ مدیریت سیستم اطلاعات |
| Gomez et al (2021)<br>Ahmed et al (2021) | ❖ اقدام عقلانی (TRA)<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۱-۳ ریسک ادراک شده | ۳/ پذیرش فناوری |
| Gomez et al (2021)<br>Ahmed et al (2021) | ❖ انتظار – تایید<br>❖ اقدام عقلانی<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۲-۳ سهولت دسترسی به منابع | |
| Gomez et al (2021)<br>Ahmed et al (2021) | ❖ اشاعه نوآوری<br>❖ اقدام عقلانی (TRA)<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۳-۳ سهولت استفاده | |
| Gomez et al (2021)<br>Ahmed et al (2021) | ❖ انتظار – تایید<br>❖ اقدام عقلانی<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۴-۳ سودمندی | |
| Dean Hyder (2010)<br>Fitriana et al (2011)<br>Arenas Gaitán & Correa (2023) | ❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۱-۴ پلتفرم ها | ۴/ بازاریابی الکترونیک |
| Fitriana et al (2011)<br>Panda &Mohapatra (2021)<br>Arenas Gaitán & Correa (2023) | ❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۲-۴ تجارت الکترونیک | |
| Dean Hyder (2010)<br>Fitriana et al (2011)<br>Arenas Gaitán & Correa (2023 | ❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | ۳-۴ استراتژیهای بازاریابی الکترونیک | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ۴-۴ تعامل در شبکه های اجتماعی | ❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ تناسب بین وظیفه و فناوری (TTF)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Dean Hyder (2010)<br>Fitriana et al (2011)<br>Arenas Gaitán & Correa (2023 |
| ۵/ آموزش متخصصان | ۵-۱ یادگیری ذینفعان با کمک هوش مصنوعی (AI) | | Ameen et al (2021)<br>Nomura (2021)<br>Kung et al (2023) |
| | ۵-۲ وبینار برای متخصصان تحول دیجیتال | | Bagayoko et al (2014)<br>Khan et al (2017)<br>Sinno (2019)<br>Juho & Neidhardt (2020)<br>Zhang et al (2020)<br>Hoffer-Hawlik (2020)<br>Arenas Gaitán & Ramírez-Correa(2023) |
| ۶/ کیفیت اطلاعات و ارتباطات | ۶-۱ کیفیت خدمات | ❖ جبر گرایی تکنولوژیک<br>❖ تخریب خلاق<br>❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Strauss & Corbin (1988)<br>Bzdok (2018)<br>Ameen et al (2021)<br>Gu et al (2021)<br>Nomura (2021)<br>Gao et al (2022) |
| ۷/ استفاده از زیرساخت | ۷-۱ پایش رودخانه | ❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Kamran (2021)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Fazio et al (2023) |
| | ۷-۲ سیستم بازیابی | ❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Kamran (2021)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Fazio et al (2023) |
| | ۷-۳ خود مدیریتی | ❖ انتظار – تایید<br>❖ پذیرش تکنولوژی (TAM)<br>❖ یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری (UTAUT) | Kamran (2021)<br>Trost et al (2021)<br>Lee et al (2021)<br>Kuruca (2022)<br>Zhao et al (2022)<br>Nomura (2023)<br>Fazio et al (2023) |

جامعه آماری این تحقیق، متشکل از ذی‌نفعان، مدیران و نمایندگان بخش خصوصی، تصمیم‌گیرندگان است و حجم نمونه مورد مطالعه پژوهش، تعداد ۱۰ نفر از ذی‌نفعان بخش‌های مختلف صنعت گردشگری بودند که طی مصاحبه باز داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شد به‌منظور دستیابی به نتایج صحیح از نمونه‌هایی که ویژگی‌های جامعه آماری را دارا باشد از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. مصاحبه‌ها در اردیبهشت ۱۴۰۴ انجام شد. درمجموع ۱۰ مصاحبه انجام گرفت که ۳ مصاحبه به دلیل پاسخ‌های ناقص مصاحبه‌شونده و عدم درک مفاهیم تکنولوژی حذف شدند و ۷ مصاحبه مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت. مصاحبه در دو بخش: ۱/ سؤالات عمومی مانند سابقه کار و زمینه تحصیلات، میزان اطلاعات مصاحبه‌شونده درباره تکنولوژی‌های هوشمند و میزان اثرگذاری این تکنولوژی‌ها در مقابله با بحران زاینده‌رود و ۲/ مضامین و سؤالات اصلی شامل ۱۱ سؤال باز طراحی شد. در طی مصاحبه با خبرگان و ذی‌نفعان، محقق این فرصت را داشت تا رفتار غیرکلامی و بازخوردهای پاسخ‌دهندگان را دررابطه‌با سؤالات مشاهده کند. بدین ترتیب سؤالاتی که برای پاسخگویان نامفهوم، مبهم و نامشخص بود شناسایی و از تحلیل نهایی حذف شدند. مطالعات خارجی زیادی در زمینه تکنولوژی‌های هوشمند و رابطه آنها با مقاصد گردشگری انجام‌گرفته که مرور ادبیات آنها مبنای کار محقق بود؛ ولی به دلیل عدم مطالعات منسجم در زمینه نقش هوش مصنوعی در مقابله با بحران‌های طبیعی و انسانی مقاصد گردشگری در ایران و علاقه شخصی محقق نیاز آن احساس شد و این پژوهش سعی دارد رابطه بین متغیر وابسته (زاینده‌رود) و مستقل (تکنولوژی‌های هوشمند) را شناسایی کند. اطلاعات برخی از مصاحبه‌شوندگان شامل: نوع سازمان تحت مدیریت و عنوان سازمان، تعداد سال‌های فعالیت آن‌ها و خلاصه‌ای از داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه با آنها در قالب جدول ۲ آورده شده است.

**جدول ۲- اطلاعات کلی برخی از مصاحبه‌شوندگان**

| سمت سازمانی | سال‌های فعالیت | میزان آشنایی و استفاده از تکنولوژی‌های هوشمند |
|---|---|---|
| **هیئت‌علمی** | ۱۲ | از هوش مصنوعی در تمام فعالیت های خود استفاده و تاکید بر لزوم استفاده از تکنولوژی های نوین در حل بحران زاینده رود و احیاء این شریان حیاتی دارند |
| **پژوهشگر** | ۱۰ | عملکرد نسبتاً خوبی در زمینه آموزش در قالب وبینار و کارگاه در زمینه به‌کارگیری فناوری‌ها ارائه کردند |
| **مدیر مجموعه گردشگری** | ۱۲ | عدم استفاده از فناوری‌ها به دلیل ضعف در سهولت دسترسی، آگاهی و هزینه بالا زیرساخت‌های لازم |
| **مسئول مرکز تحقیقات شهر هوشمند** | ۵ | تلاش های ارزنده در جهت آگاهی‌رسانی از کاربردهای فناوری‌ها مانند هوش مصنوعی و اینترنت اشیا به مدیران ارشد و میانی داشته اند |

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

### یافته‌های پژوهش

رابطه مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها بدین‌گونه تبیین شد که رودخانه زاینده‌رود که زمانی رگ حیات استان مرکزی ایران بود، با بحران شدیدی مواجه است. دهه‌ها سوءمدیریت، استخراج بیش از حد برای کشاورزی، رشد صنعتی کنترل نشده و خشکسالی‌های مکرر بستر رودخانه را در بیشتر سال خشک کرده است. آب که زمانی برای کشاورزی، آشامیدن و حفظ اکوسیستم‌های محلی حیاتی بود، کاهش‌یافته است و اعتراضات گسترده‌ای را در میان کشاورزان و ساکنان برانگیخته است. اختلافات بر سر انتقال آب به استان‌های دیگر به‌ویژه یزد تنش‌ها را تشدید کرده و حتی به خرابکاری خطوط لوله منجر شده است.

نتایج این تحقیق نشان میدهد که مسائل اصلی عبارت‌اند از:

- برداشت بی‌رویه آب برای کشاورزی (حدود ۹۰ درصد مصرف آب ایران)
- حکمرانی ضعیف و عدم تخصیص شفاف آب
- تغییر اقلیم خشکسالی را تشدید می‌کند
- گسترش صنعتی و شهری باعث افزایش تقاضا و آلودگی می‌شود

این عوامل منجر به «ورشکستگی آب»، ازبین‌رفتن تالاب‌ها، فرونشست زمین و کاهش آب‌های زیرزمینی شده است که هم معیشت و هم ثبات منطقه را تهدید می‌کند.

هوش مصنوعی (AI) راهکارهای تحول‌آفرین برای مقابله با بحران زاینده‌رود ارائه می‌دهد

مدیریت آب مبتنی بر داده: هوش مصنوعی می‌تواند داده‌های بی‌درنگ از حسگرها، ماهواره‌ها و مدل‌های آب‌وهوا را برای بهینه‌سازی توزیع آب، پیش‌بینی کمبود، و تشخیص نشت یا استفاده غیرقانونی تجزیه‌وتحلیل کند. بهبود شفافیت در تخصیص آب می‌تواند تضادها را کاهش دهد و توزیع عادلانه‌تر را تضمین کند.

آبیاری هوشمند: سیستم‌های مجهز به هوش مصنوعی می‌توانند به کشاورزان در استفاده مؤثرتر از آب، تنظیم برنامه‌های آبیاری بر اساس رطوبت خاک، پیش‌بینی آب‌وهوا و نیازهای محصول، کاهش ضایعات و حفظ جریان رودخانه کمک کنند.

مدل‌سازی پیش‌بینی‌کننده: هوش مصنوعی می‌تواند خشکسالی‌ها، جریان رودخانه‌ها و تغییرات آب‌های زیرزمینی را پیش‌بینی کند، برنامه‌ریزی فعال و سیستم‌های هشدار اولیه را برای مقامات و جوامع ممکن می‌سازد.

مشارکت ذی‌نفعان: پلتفرم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند ارتباط بین کشاورزان، سیاست‌گذاران و مردم را تسهیل کنند و اعتماد و همکاری را در تصمیم‌گیری‌های مدیریت آب افزایش دهند.

نظارت بر زیرساخت: هوش مصنوعی می‌تواند به شناسایی و جلوگیری از خرابکاری یا خرابی در خطوط لوله و سدها، بهبود انعطاف‌پذیری و کاهش اختلالات اضطراری کمک کند.

نقش هوش مصنوعی در بازیابی زاینده‌رود

هوش مصنوعی ( AI) نقش حیاتی فزاینده‌ای در بازیابی و مدیریت پایدار رودخانه زاینده‌رود ایفا می‌کند:

۱. پایش و پیش بینی کیفیت آب

مدل‌های هوش مصنوعی، به‌ویژه شبکه‌های عصبی مصنوعی (ANN) با موفقیت برای پیش‌بینی و ارزیابی اثرات خشکسالی بر کیفیت آب زاینده‌رود استفاده شده‌اند. این مدل‌ها روابط بین پارامترهای هیدرولوژیکی (مانند دبی، دما و هدایت الکتریکی) و کیفیت آب را تحلیل می‌کنند و امکان پیش‌بینی دقیق روند آلودگی و آلودگی را در شرایط مختلف فراهم می‌کنند. به‌عنوان‌مثال، شبکه‌های عصبی مصنوعی می‌توانند آلودگی نیترات را در آب‌های زیرزمینی مدل‌سازی کنند و کل جامدات محلول (TDS) در رودخانه را تخمین بزنند و داده‌های ضروری را برای مداخلات به‌موقع فراهم کنند.

۲. شناسایی منبع آلودگی و مدیریت

روش‌های خوشه‌بندی و طبقه‌بندی مبتنی بر هوش مصنوعی، مانند خوشه‌بندی K-means، برای ارزیابی الگوهای مکانی و زمانی منابع آب سطحی و زیرزمینی در حوزه زاینده‌رود استفاده شده است. این به شناسایی نقاط داغ آلودگی و اولویت‌بندی مناطق برای اصلاح کمک می‌کند.

۳. یکپارچه سازی با I oT و شبکه های حسگر

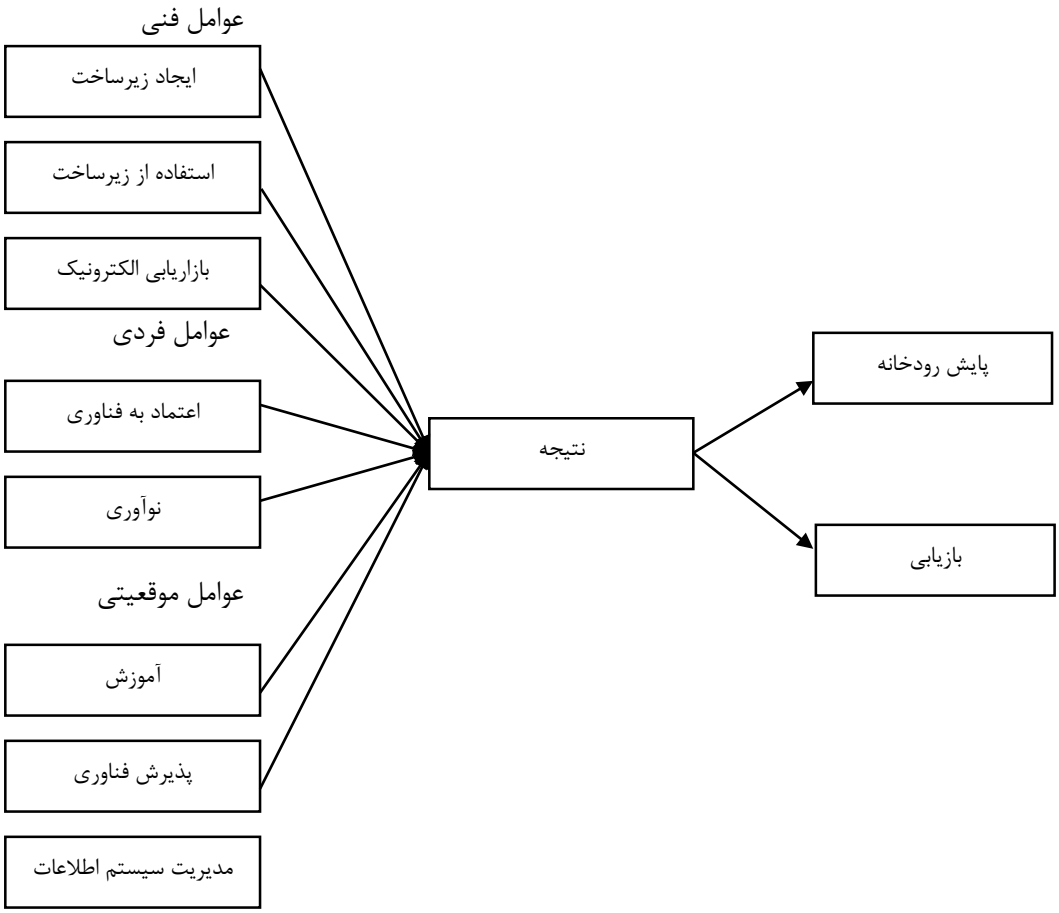
ترکیب هوش مصنوعی با حسگرهای اینترنت اشیا (IoT) نظارت بر زمان واقعی پارامترهای آب را افزایش می‌دهد. الگوریتم‌های هوش مصنوعی حجم زیادی از داده‌های حسگر را پردازش می‌کنند، ناهنجاری‌ها را شناسایی می‌کنند و هشدارهایی را برای رویدادهای آلودگی یا تغییرات غیرعادی ایجاد می‌کنند و پاسخ‌های سریع به تهدیدات نوظهور را ممکن می‌سازند.

۴. پشتیبانی تصمیم برای مدیریت پایدار آب

هوش مصنوعی از توسعه مدل‌های مدیریت کیفیت رودخانه پشتیبانی می‌کند که توسعه صنعتی، اثرات خشکسالی و تعاملات هیدرولوژیکی پیچیده را در بر می‌گیرد. این مدل‌ها به تصمیم‌گیرندگان و ذی‌نفعان اطلاع می‌دهند و به جلوگیری از تخریب بیشتر کمک می‌کنند و راهبردهای بازیابی را راهنمایی می‌کنند.

۵. مشارکت عمومی و شفافیت

برنامه‌های کاربردی موبایل و پلتفرم‌های داده مبتنی بر هوش مصنوعی به شهروندان اجازه می‌دهند در نظارت بر محیط‌زیست، افزایش شفافیت و تقویت مشارکت جامعه در تلاش‌های بازیابی رودخانه مشارکت کنند.




**شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش**

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این مطالعه به بررسی تاثیر تکنولوژی های نوین بر احیاء رودخانه زاینده رود پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که ویژگی های هوش مصنوعی و دیگر تکنولوژی های هوشمند گردشگری همانند آگاهی بخشی، تعامل، سودمندی بر گردشگری هوشمند تاثیر دارند. این در حالی است که رودخانه زاینده رود بعنوان یکی از شریان های حیاتی اصفهان نقش کلیدی در اکوسیستم، اقتصاد، فرهنگ و گردشگری در مرکز ایران ایفا میکند. خشکسالی اخیر این رودخانه نه تنها بحران زیست محیطی ایجاد کرده بلکه تاثیرات عمیقی بر جاذبه های تاریخی مانند پل های اصفهان همچون پل های خواجو و سی و سه پل و همچنین کشاورزی و معیشت مردم گذاشته است. در این پژوهش به ریشه های این بحران و امکان استفاده از هوش مصنوعی (AI) برای احیاء این میراث گردشگری پرداخته شد.

نتایج این مطالعه در مقایسه با تحقیقات بین المللی که در گذشته انجام شده است شباهت ها و تفاوت هایی را نشان میدهد. همانند مطالعات انجام شده قبلی دلاکورته (۲۰۲۱)، بوهالیس (۲۰۲۲) و گرتزل (۲۰۱۵)، نتایج این تحقیق نیز بیانگر این موضوع بود که درحالی‌که هوش مصنوعی به‌تنهایی نمی‌تواند چالش‌های ریشه‌دار سیاسی و اجتماعی را حل کند، می‌تواند ابزاری قدرتمند برای مدیریت هوشمندتر، شفاف‌تر و پایدارتر آب باشد. همراه با اصلاحات حاکمیتی و مشارکت سهام‌داران، هوش مصنوعی می‌تواند به احیای زاینده‌رود و تأمین آب برای نسل‌های آینده کمک کند. دلاکورته و همکاران دریافتند که آموزش و آگاهی بخشی تاثیر اندکی بر بازیابی یک مقصد گردشگری بحران زده به وسیله هوش مصنوعی دارد و دیگر شاخص ها نقش پر رنگ تری ایفا میکنند، در حالی که نتایج این مطالعه نشان دهنده تاثیر زیاد آموزش و آگاهی بخشی در احیاء مقاصد گردشگری پس از بحران در ایران دارد. همچنین مطالعه نشان داد که استفاده از هوش مصنوعی میتواند منجر به احیاء یک مقصد گردشگری که در اثر بحران طبیعی یا انسانی آسیب دیده، بشود. این یافته مشابه نتایج تحقیقات بوهالیس طی سالهای (۲۰۱۲) تا ( ۲۰۲۲) است.

با توجه به نتایج مطالعه حاضر و تاثیر مثبت تکنولوژی های هوشمند بر احیاء مقاصد گردشگری پس از بحران، پیشنهاد میشود که سیاست گذاران و اجراکنندگان در حوزه گردشگری باید به هوش مصنوعی و دیگر تکنولوژی های نوین در مقاصد توجه ویژه تری داشته باشند. برای احیاء و بازیابی مقاصد گردشگری پس از بحران در مدت زمان کوتاه، توسعه و بکارگیری فناوری های هوشمند باید مورد توجه و تشویق قرار بگیرد. همچنین ارتقاء زیرساخت های فنی و استفاده از زیرساخت ها و دسترسی به این فناوری ها برای مسئولان باید مورد توجه قرار بگیرد.

این مطالعه، با ارائه نتایج مهمی در زمینه تاثیر هوش مصنوعی بر امکان احیاء زاینده رود پس از بحران، شواهد ارزشمندی را برای توسعه و بازیابی دیگر مناطق که تحت تاثیر بحرانهای طبیعی یا انسانی، از چرخه حیات خارج شده اند در کشور فراهم می آورد.

## منابع و مآخذ


گرمسیر, خ., جشنی, خادم, شکوری, بهنوش, & محله, ا. ت. (۲۰۲۴). تحلیلی بر نقش تکنولوژی‌های هوشمند گردشگری در تجربه به‌یادماندنی گردشگران شهری در ایران. نشریه گردشگری شهری, ۱۱(۴), ۱۹-۳۷. https://doi.org/https://10.22059/jut.2024.366326.1160

Aburbeian, A. M., Owda, A. Y., & Owda, M. (2022). A technology acceptance model survey of the metaverse prospects. *Ai*, *3*(2), 285-302. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ai3020018

*Analysis and Information* Ait Mouha, R. A. R. (2021). Internet of things (IoT). *Journal of Data Processing*, *9*(02), 77. https://doi.org/https://10.4236/jdaip.2021.92006

Alcácer, V., & Cruz-Machado, V. (2019). Scanning the industry 4.0: A literature review on technologies for manufacturing systems. *Engineering science and technology, an international journal*, *22*(3), 899-919. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jestch.2019.01.006

.Anabestani (۱۴۰۳). انقلاب صنعتی چهارم و رهیافت های نوین توسعه روستایی (Vol. 21).

Information and communication .(۲۰۱۴) .Baggio, R., Sigala, M., Inversini, A., & Pesonen, J ,technologies in Tourism 2014. Proceedings of the ENTER

Bhatnagr, P., & Rajesh, A. (2024). Artificial intelligence features and expectation confirmation theory in digital banking apps: Gen Y and Z perspective. *Management Decision*. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/MD-07-2023-1145

Caballero, R. J. (2010). Creative destruction. In *Economic growth* (pp. 24-29). Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1057/9780230280823_5

Chen, Y.-K. (2012). Challenges and opportunities of internet of things. 17th Asia and South ,Pacific design automation conference

Conner, M. (2020). Theory of planned behavior. *Handbook of sport psychology*, 1-18. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781119568124.ch1

Della Corte, V., Del Gaudio, G., Sepe, F., & Sciarelli, F. (2019). Sustainable tourism in the open innovation realm: A bibliometric analysis. *Sustainability*, *11*(21), 6114. https://doi.org/ https://doi.org/10.3390/su11216114

Role of trust in customer attitude .(۲۳Della Corte, V., Sepe, F., Gursoy, D., & Prisco, A. (20 and behaviour formation towards social service robots. *International Journal of Hospitality Management*, *114*, 103587. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103587

Transformation in the Digital Age: Factors .(Deng, N., Zhang, H., & Jiang, X. (2025 Influencing Visitor Engagement in Virtual Museums. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*. https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3726873

Diebold, F. X. (2012). On the Origin (s) and Development of the Term'Big Data'. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2152421

Elia, A., Paun, L., Pallud, J., & Zanello, M. (2023). Robot-assisted endoscopic third ventriculostomy under intraoperative CT imaging guidance. *Acta Neurochirurgica*, .۵۳۱*165*(9), 2525-2

Fazio, G., Fricano, S., Iannolino, S., & Pirrone, C. (2023). Metaverse and tourism development: issues and opportunities in stakeholders' perception. *Information Technology & Tourism*, ۳-۰۰۲۶۸-۷*25*(4), 507-528. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s40558-02
Guo, H., & Yu, X. (2022). A survey on blockchain technology and its security. *Blockchain: research and applications*, *3*(2), 100067. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bcra.2022.100067
Smart tourism destinations: an .(۲۰۲۴) .Gursoy, D., Luongo, S., Della Corte, V., & Sepe, F overview of current research trends and a future research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, *15*(3), 479-495. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2023-0339
When data creates competitive advantage. *Harvard business* .(Hagiu, A., & Wright, J. (2020 .*review*, *98*(1), 94-101
Hallström, J. (2022). Embodying the past, designing the future: technological determinism reconsidered in technology education. *International Journal of Technology and Design Education*, *32*(1), 17-31. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10798-020-09600-2
Hunter, W. C., Chung, N., Gretzel, U., & Koo, C. (2015). Constructivist research in smart .tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, *25*(1), 103-118
Ivanov, S., Gretzel, U., Berezina, K., Sigala, M., & Webster, C. (2019). Progress on robotics in hospitality and tourism: a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism* ۸-۲۰۱۸-*Technology*, *10*(4), 489-521. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JHTT-0 ۰۰۸۷
Kadu, A., & Singh, M. (2021). Comparative analysis of e-health care telemedicine system based on Internet of Medical Things and artificial intelligence. 2021 2nd International ,conference on smart electronics and communication (ICOSEC)
S. A., Shafiq, M., & Kakria, P. (2020). Investigating acceptance of telemedicine ,Kamal services through an extended technology acceptance model (TAM). *Technology in Society*, *60*, 101212. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101212
Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). The role of IT in tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, *25*(1), 99-104. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.099
Martínez-Román, J. A., Tamayo, J. A., Gamero, J., & Romero, J. E. (2015). Innovativeness and business performances in tourism SMEs. *Annals of Tourism Research*, *54*, 118-135. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.004
McKenna, B., Cai, W., & Tuunanen, T. (2024). Transforming to a sustainable visitor economy .with information systems. *Inf. Syst. J. Forthcoming*
Queiroz, M. M., Fosso Wamba, S., De Bourmont, M., & Telles, R. (2021). Blockchain adoption in operations and supply chain management: empirical evidence from an emerging economy. *International Journal of Production Research*, *59*(20), 6087-6103. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1803511
Spies, R., Grobbelaar, S., & Botha, A. (2020). A scoping review of the application of the task- ,technology fit theory. Conference on e-Business, e-Services and e-Society
Theodoropoulos, N., Kampourakis, E., Andronas, D., & Makris, S. (2023). Cyber-physical systems in non-rigid assemblies: A methodology for the calibration of deformable object .reconstruction models. *Journal of Manufacturing Systems*, *70*, 525-537

Williams, M. D., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review. *Journal of enterprise information management*, *28*(3), 443-488. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2014-0088
Yallop, A., & Seraphin, H. (2020). Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks. *Journal of Tourism Futures*, *6*(3), 257-262. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0108
Gretzel, U., & Zanker, M. (2015). Source factors in recommender system ,.Yoo, K.-H credibility evaluation. *Recommender Systems Handbook*, 689-714. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7637-6
innovation technology adoption. Yu, C.-S., & Tao, Y.-H. (2009). Understanding business-level *Technovation*, *29*(2), 92-109. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.07.007
Zhang, C., & Lu, Y. (2021). Study on artificial intelligence: The state of the art and future prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, *23*, 100224. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100224

# مزیت های اقتصادی حفاظت از محیط زیست زاینده رود برای توسعه پایدار گردشگری

امید علی عادلی,معصومه والی

## چکیده

زاینده‌رود، به‌عنوان یک شریان حیاتی اکولوژیکی و فرهنگی در مرکز ایران، در سال‌های اخیر به دلیل بهره‌برداری بیش از حد، تغییرات اقلیمی و مدیریت نادرست دچار تخریب زیست‌محیطی شده است. این پژوهش مزایای اقتصادی حفاظت از اکوسیستم زاینده‌رود را در جهت توسعه گردشگری پایدار بررسی می‌کند. با استفاده از داده‌های شبیه‌سازی‌شده کیفیت آب و روش‌های ارزش‌گذاری اقتصادی، نشان می‌دهیم که بهبود شرایط زیست‌محیطی می‌تواند به افزایش درآمد گردشگری، ایجاد فرصت‌های شغلی و تقویت ثبات اقتصادی بلندمدت در منطقه منجر شود. یافته‌های این مطالعه بر اهمیت تلفیق حفاظت محیط‌زیست در برنامه‌ریزی گردشگری برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار تأکید می‌کند.

**کلمات کلیدی:** زاینده‌رود، حفاظت محیط‌زیست، گردشگری پایدار، منافع اقتصادی، کیفیت آب.

## مقدمه

رودخانه زاینده‌رود که از شهر اصفهان در ایران عبور می‌کند، از نظر تاریخی نقش محوری در هویت فرهنگی، کشاورزی و اقتصادی منطقه داشته است. آلاینده‌های فلزات سنگین در رودخانه ها یکی از نگرانی‌های جدی محیط زیستی در اکوسیستم‌های آبی است و رسوبات به عنوان یک شناساگر محیطی, توانایی قابل قبولی در بیان میزان آلودگی محیط به فلزات سنگین دارند.(ثمر و همکاران، ۱۴۰۲) این مشکلات نه‌تنها تنوع زیستی را تهدید کرده‌اند، بلکه جذابیت منطقه به‌عنوان یک مقصد گردشگری را نیز کاهش داده‌اند، که این امر برای اقتصاد محلی اهمیت زیادی دارد. گردشگری پایدار، که به‌عنوان گردشگری‌ای تعریف می‌شود که نیازهای گردشگران را برآورده می‌کند و در عین حال تأثیرات منفی بر محیط زیست و فرهنگ محلی را به حداقل می‌رساند (UNWTO، ۲۰۱۷)، راهکاری برای ایجاد تعادل بین رشد اقتصادی و حفاظت محیط زیست ارائه می‌دهد. پیوند میان حفاظت از محیط‌زیست و توسعه گردشگری پایدار یک حوزه پژوهشی حیاتی به شمار می‌رود، به‌ویژه در مناطقی که از میراث طبیعی و فرهنگی غنی برخوردارند. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲) تمرکز راهبردی بر حفاظت از سرمایه‌های محیط‌زیستی می‌تواند منجر به مزایای اقتصادی قابل‌توجهی شود و پایداری و رونق بلندمدت مناطق وابسته به گردشگری را تضمین کند. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) رودخانه زاینده‌رود در شهر اصفهان که به دلیل دارا بودن ارزش‌های منحصربه‌فرد میراث طبیعی، محیطی و فرهنگی (NECH) شناخته شده است، (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲) نمونه‌ای از منطقه‌ای است که در آن حفاظت از محیط‌زیست نه‌تنها یک دغدغه زیست‌محیطی بلکه یک پیش‌نیاز اساسی برای توسعه پایدار گردشگری و بهره‌برداری از ظرفیت‌های اقتصادی آن محسوب می‌شود. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳)

ارزش‌های میراثی رودخانه زاینده‌رود به‌طور جدایی‌ناپذیری با کیفیت زندگی ساکنان منطقه گره خورده است. حفظ یکپارچگی زیست‌محیطی و اهمیت فرهنگی این رودخانه، جذابیت کلی منطقه را به‌عنوان یک مقصد گردشگری افزایش می‌دهد. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲) در چارچوب الگوهای نوظهور گردشگری، توسعه گردشگری پایدار که هدف آن کاهش اثرات منفی و درعین‌حال حداکثرسازی منافع اجتماعی و اقتصادی است، اهمیت ویژه‌ای دارد. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) علاوه بر این، گردشگری خلاق که بر تعامل اصیل با فرهنگ و میراث محلی تأکید دارد (محقق و همکاران، ۱۴۰۲) و اکوتوریسم که بر سفر مسئولانه به مناطق طبیعی متمرکز است، چارچوب‌های ارزشمندی برای بهره‌گیری از سرمایه‌های منحصربه‌فرد منطقه زاینده‌رود ارائه می‌دهند و درعین‌حال، حفاظت از آن‌ها را در اولویت قرار می‌دهند. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲؛ کریمی و طالبی، ۱۴۰۳)

با توجه به آسیب‌پذیری‌های محیط‌زیستی رودخانه زاینده‌رود، ازجمله خشکسالی‌های مکرر، ضرورت اتخاذ سیاست‌های پیشگیرانه برای حفاظت از محیط‌زیست این منطقه بیش‌ازپیش برجسته می‌شود. (کریمی و طالبی، ۱۴۰۳) غفلت از سلامت اکولوژیکی این رودخانه نه‌تنها ارزش‌های طبیعی و فرهنگی آن را به خطر می‌اندازد، بلکه توانایی آن را در جذب و پشتیبانی از گردشگری نیز تضعیف می‌کند. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) در مقابل، تعهد به حفاظت از محیط‌زیست، از جمله حفاظت از فضاهای سبز، کاهش آلودگی، و تأمین جریان کافی آب، مستقیماً به افزایش جذابیت و تاب‌آوری محصول گردشگری منطقه منجر خواهد شد. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲؛ محقق و همکاران، ۱۴۰۲) حفاظت از محیط‌زیست زاینده‌رود دارای مزایای اقتصادی کلیدی متعددی است .حفظ میراث طبیعی و فرهنگی به‌عنوان یک مزیت رقابتی منحصربه‌فرد عمل می‌کند و موجب جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی می‌شود که به دنبال تجربیات اصیل و غنی هستند. افزایش ورود گردشگران می‌تواند اقتصاد محلی را از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم در بخش گردشگری و صنایع مرتبط تحریک کند. (شفیعی و محمدی، ۱۴۰۲) علاوه بر این، تمرکز بر گردشگری پایدار و توسعه گردشگری خلاق و اکوتوریسم می‌تواند تصویر برند مقصد را ارتقا دهد و گردشگران باارزش‌تری را جذب کند (محقق و همکاران، ۱۴۰۲) که تمایل بیشتری به حمایت از اقتصاد محلی و احترام به حساسیت‌های محیطی و فرهنگی دارند. همچنین،

مدیریت مؤثر محیط‌زیستی می‌تواند از زیان‌های اقتصادی ناشی از تخریب محیط‌زیست، مانند کاهش درآمد گردشگری به دلیل آلودگی یا از بین رفتن جاذبه‌های طبیعی، جلوگیری کند. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) در نتیجه، مزایای اقتصادی حفاظت از محیط‌زیست زاینده‌رود برای توسعه گردشگری پایدار چندوجهی و قابل‌توجه است. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲) با درک پیوند ذاتی میان سلامت محیط‌زیست، میراث فرهنگی، و قابلیت‌های گردشگری، ذینفعان می‌توانند رویکردی راهبردی اتخاذ کنند که حفاظت از محیط‌زیست را به‌عنوان یک محرک کلیدی برای رفاه اقتصادی بلندمدت منطقه در نظر بگیرد. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) پذیرش اصول گردشگری پایدار، ترویج ابتکارات خلاقانه و سازگار با محیط‌زیست در گردشگری، و مشارکت فعال در حفاظت از محیط‌زیست گام‌های حیاتی برای تحقق ظرفیت‌های اقتصادی زاینده‌رود و حفظ این میراث ارزشمند برای نسل‌های آینده است. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳؛ محقق و همکاران، ۱۴۰۲) حفاظت محیط زیست و گردشگری پایدار به‌طور فزاینده‌ای در گفتمان توسعه جهانی به هم مرتبط شده‌اند. اکوسیستم‌های سالم عامل کلیدی در جذب گردشگران هستند. برای مثال، بازسازی آب‌ها با افزایش تعداد گردشگران و تمایل بیشتر آن‌ها به پرداخت برای تجربه‌های دوستدار محیط زیست مرتبط بوده است (باکلی، ۲۰۱۱). در زمینه ایران، زاینده‌رود به دلیل اهمیت اکولوژیکی و فرهنگی خود موضوع تحقیقات محیط زیستی بوده است. روش‌های ارزش‌گذاری اقتصادی، مانند روش هزینه سفر (TCM) و روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM)، به‌طور گسترده برای کمی‌سازی مزیت‌های اقتصادی حفاظت محیط زیست برای گردشگری استفاده شده‌اند (هانلی و باربیه، ۲۰۰۹). این روش‌ها ارزش پولی خدمات اکوسیستم، مانند آب تمیز و زیبایی مناظر را که مستقیماً به درآمد گردشگری کمک می‌کنند، برآورد می‌کنند. علاوه بر این، گردشگری پایدار می‌تواند فرصت‌های شغلی ایجاد کند، به‌ویژه برای جوامع محلی، و از این طریق فقر را کاهش داده و برابری اجتماعی را ترویج دهد (UNWTO، ۲۰۱۷). این مطالعه بر اساس این چارچوب‌ها، پتانسیل اقتصادی حفاظت محیط زیست در منطقه زاینده‌رود را ارزیابی می‌کند. حفاظت از محیط‌زیست زاینده‌رود برای توسعه گردشگری پایدار، یک ضرورت اقتصادی و زیست‌محیطی اساسی است، زیرا این رودخانه دارای ارزش‌های میراثی طبیعی، فرهنگی و محیطی قابل‌توجهی است که نقش مهمی در جذب گردشگران و رونق اقتصادی منطقه ایفا می‌کند. تهدیدهای زیست‌محیطی مانند خشکسالی و آلودگی، در صورت عدم مدیریت صحیح، می‌توانند به کاهش جذابیت گردشگری، افت درآمدهای اقتصادی و تضعیف کیفیت زندگی ساکنان منجر شوند. ازاین‌رو، تمرکز بر حفاظت از این اکوسیستم، نه‌تنها موجب تقویت خدمات اکوسیستم فرهنگی و ارتقای تصویر گردشگری منطقه می‌شود، بلکه فرصت‌های اقتصادی پایدار از طریق گردشگری خلاق و اکوتوریسم را نیز فراهم می‌آورد. برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری و مدیریت پایدار منابع آبی، نقش کلیدی در جلوگیری از زیان‌های اقتصادی و حفظ این میراث ارزشمند برای نسل‌های آینده ایفا می‌کند.

## مبانی نظری

پژوهش‌های انجام‌شده درباره تأثیرات متقابل ارزش‌های میراث محیطی زاینده‌رود و کیفیت زندگی (QOL) ساکنان اطراف آن به‌طور مستقیم به این ارتباط اشاره دارند. این مطالعات نشان می‌دهند که ارزش‌های میراث طبیعی، محیطی و فرهنگی (NECH) رودخانه زاینده‌رود تأثیر قابل‌توجهی بر ابعاد مختلف کیفیت زندگی ساکنان اطراف آن، ازجمله ابعاد اقتصادی، دارند.

این ارزش‌های میراثی که شامل جنبه‌های محیطی، تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و کاربردی هستند، به افزایش جذابیت منطقه کمک می‌کنند. نتایج پژوهش تأکید می‌کند که بهبود کیفیت زندگی بدون در نظر گرفتن حفاظت از ارزش‌های میراثی محیط طبیعی زاینده‌رود در برنامه‌ریزی شهری اصفهان نمی‌تواند نتیجه مطلوبی به همراه داشته باشد. این امر نشان می‌دهد که حفاظت از محیط‌زیست، عنصری اساسی در پایداری و ارتقای کیفیت زندگی است که مستقیماً پیامدهای اقتصادی برای صنعت گردشگری دارد. محیطی که به‌خوبی حفظ‌شده باشد، گردشگران بیشتری را جذب کرده و به رونق اقتصادی منطقه کمک می‌کند.

علاوه بر این، پژوهش در مورد گردشگری خلاق در محور زاینده‌رود از دیدگاه شهروندان نیز به مزایای اقتصادی اشاره دارد. این مطالعه بر لزوم توسعه گردشگری خلاق در امتداد زاینده‌رود، به‌ویژه با توجه به جذابیت فرهنگی اصفهان و چالش‌های زیست‌محیطی مانند خشکسالی‌ها، تأکید دارد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که عوامل اقتصادی یکی از اولویت‌های توسعه گردشگری خلاق در محور زاینده‌رود محسوب می‌شوند. این نتیجه بیانگر آن است که با بهره‌برداری خلاقانه از محیط‌زیست و میراث فرهنگی زاینده‌رود و درعین‌حال حفاظت از آن‌ها، می‌توان به مزایای اقتصادی قابل‌توجهی از طریق گردشگری دست یافت. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲)

همچنین، مطالعاتی درباره تأثیر گردشگری بر خدمات فرهنگی رودخانه زاینده‌رود (حوضه آبخیز اسکندری) نیز دیدگاه متفاوتی ارائه می‌دهد. این تحقیق بر خدمات اکوسیستم فرهنگی (CES) مانند ارزش‌های زیبایی‌شناختی، معنوی و حس تعلق به مکان تمرکز دارد و اذعان می‌کند که گردشگری یک فعالیت مؤثر بر جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. اثر مثبت فعالیت‌های گردشگری بر شاخص‌های خدمات اکوسیستم فرهنگی نشان می‌دهد که یک محیط سالم و جذاب که به این خدمات فرهنگی کمک می‌کند، می‌تواند گردشگران بیشتری را جذب کند و در نتیجه، به منافع اقتصادی منجر شود. این پژوهش همچنین بر لزوم تقویت سازوکارهای نظارتی و اجرایی، برنامه‌ریزی متناسب با ظرفیت‌های منطقه، و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای گردشگری و اکوتوریسم تأکید دارد، که همگی نشان‌دهنده استفاده از محیط‌زیست به‌عنوان یک مزیت اقتصادی از طریق گردشگری هستند. (محقق و همکاران، ۱۴۰۲)

حفاظت از محیط‌زیست زاینده‌رود دارای مزایای اقتصادی قابل‌توجهی برای توسعه گردشگری پایدار است که شامل موارد زیر می‌شود:

- افزایش جذابیت کلی منطقه از طریق حفاظت از ارزش‌های میراثی طبیعی، محیطی و فرهنگی زاینده‌رود، که با کیفیت زندگی ساکنان منطقه و جنبه‌های اقتصادی آن مرتبط است. (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲)
- ایجاد فرصت‌هایی برای توسعه گردشگری خلاق، به‌طوری‌که محیط منحصربه‌فرد و میراث فرهنگی بتوانند به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به منافع اقتصادی مورد استفاده قرار گیرند. (محقق و همکاران، ۱۴۰۲)
- تأثیر مثبت بر خدمات اکوسیستم فرهنگی(CES) ، که می‌تواند گردشگران بیشتری را به منطقه جذب کند و موجب رونق اقتصادی شود. (کریمی و طالبی، ۱۴۰۳)
- ضرورت برنامه‌ریزی راهبردی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و اکوتوریسم، متناسب با ظرفیت‌های محیطی منطقه، که می‌تواند فرصت‌های اقتصادی پایداری ایجاد کند. (کریمی و طالبی، ۱۴۰۳)

این مطالعه به بررسی مزیت‌های اقتصادی حفاظت محیط زیستی زاینده‌رود با تمرکز بر پتانسیل آن برای توسعه گردشگری پایدار می‌پردازد. با تحلیل داده‌های شبیه‌سازی‌شده کیفیت آب (pH، اکسیژن محلول و کدورت) و استفاده از چارچوب‌های ارزش‌گذاری اقتصادی، نشان می‌دهیم که بهبود شرایط محیط زیستی چگونه می‌تواند درآمد گردشگری را افزایش دهد، شغل ایجاد کند و پایداری اقتصادی بلندمدت را پشتیبانی نماید.

## روش‌شناسی

این مطالعه از داده‌های شبیه‌سازی‌شده کیفیت آب زاینده‌رود برای دوره زمانی ۱ ژانویه ۲۰۲۳ تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۳ استفاده می‌کند. مجموعه داده شامل اندازه‌گیری‌های هفتگی pH، اکسیژن محلول (DO) و کدورت است که با استفاده از زبان برنامه‌نویسی پایتون تولید شده‌اند (شکل ۱). شبیه‌سازی فرض می‌کند که مقادیر pH بین ۶ و ۹، اکسیژن محلول بین ۴ و ۱۰ میلی‌گرم بر لیتر و کدورت

بین ۱ و ۵ NTU قرار دارند، که بازه‌های واقعی برای یک سیستم رودخانه‌ای تحت شرایط محیطی متغیر را منعکس می‌کنند (APHA، ۲۰۱۷).

### ارزش‌گذاری اقتصادی

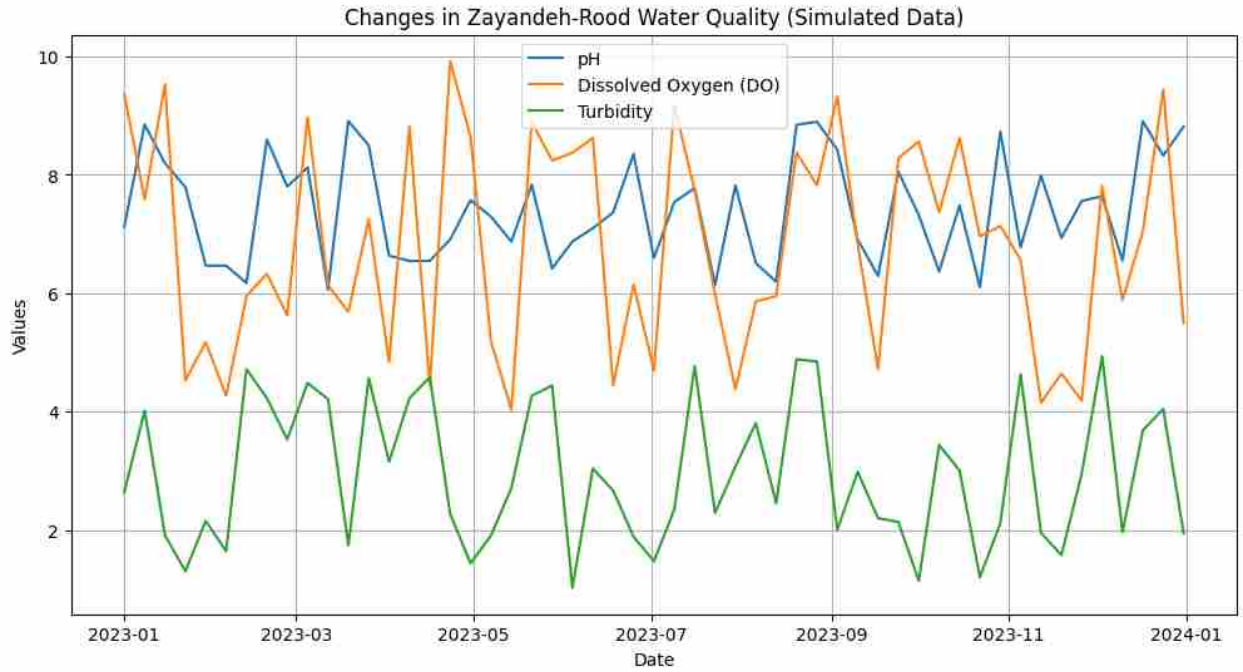
برای برآورد مزیت‌های اقتصادی حفاظت محیط زیست، از روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM) استفاده شد. علاوه بر این، از داده‌های ثانویه درباره تعداد گردشگران و هزینه‌های آن‌ها در اصفهان برای برآورد افزایش بالقوه درآمد گردشگری پس از بهبودهای محیط زیستی استفاده شد.

### تحلیل داده‌ها

داده‌های شبیه‌سازی‌شده کیفیت آب برای شناسایی روندها و مقادیر غیرعادی تحلیل شدند. برای مثال، مقادیر pH خارج از بازه بهینه ۶/۵ تا ۸/۵ به‌عنوان غیرعادی علامت‌گذاری شدند، زیرا نشان‌دهنده استرس اکولوژیکی احتمالی هستند (APHA، ۲۰۱۷). تحلیل آماری با استفاده از کتابخانه‌های پایتون (Pandas، Matplotlib و Seaborn) انجام شد تا روندها و همبستگی‌های بین کیفیت آب و پتانسیل گردشگری به‌صورت بصری نمایش داده شوند.

## یافته‌های تحقیق

**شکل (۱)- تغییرات در کیفیت آب زاینده رود**




منبع: یافته‌های تحقیق

**روندهای کیفیت آب:** داده‌های شبیه‌سازی‌شده نشان‌دهنده نوسانات قابل‌توجهی در پارامترهای کیفیت آب در طول دوره مطالعه است (شکل ۱). مقادیر pH اغلب از بازه بهینه ۶٫۵ تا ۸٫۵ فراتر رفتند و در ماه‌های مارس و ژوئیه ۲۰۲۳ به بیش از ۸٫۵ رسیدند، که

نشان‌دهنده مشکلات احتمالی قلیایی بودن است. سطوح اکسیژن محلول نسبتاً پایدار بودند و به‌طور میانگین ۷٫۲ میلی‌گرم بر لیتر را نشان دادند، که برای پشتیبانی از حیات آبزیان کافی است (APHA، ۲۰۱۷). بااین‌حال، کدورت نوسانات بالایی داشت و در ماه‌های مه و نوامبر ۲۰۲۳ به بیش از ۴٫۰ NTU رسید، که نشان‌دهنده افزایش بار رسوب یا آلودگی در این دوره‌ها است.

**مزیت‌های اقتصادی:** نتایج نشان می‌دهد که گردشگران به‌طور میانگین حاضرند ۱۵ دلار برای هر بازدید برای بهبود کیفیت آب زاینده‌رود پرداخت کنند. با توجه به تعداد سالانه حدود ۱ میلیون گردشگر در اصفهان (سازمان گردشگری ایران، ۲۰۲۰)، این امر به افزایش درآمد بالقوه ۱۵ میلیون دلار در سال منجر می‌شود. علاوه بر این، حفاظت محیط زیست تخمین زده می‌شود که ۲۵۰۰ شغل جدید در بخش گردشگری، از جمله مشاغل در زمینه راهنمای اکوتوریسم، مهمان‌نوازی و مدیریت حفاظت ایجاد کند.

**تأثیرات بلندمدت:** علاوه بر افزایش درآمد فوری، حفاظت از زاینده‌رود می‌تواند شهرت اصفهان را به‌عنوان یک مقصد گردشگری پایدار تقویت کند و گردشگران و سرمایه‌گذاران بین‌المللی را جذب نماید. بهبود کیفیت آب همچنین از سایر خدمات اکوسیستم، مانند کشاورزی و شیلات، پشتیبانی می‌کند که به‌طور غیرمستقیم با ارائه محصولات محلی و تجربه‌های فرهنگی به بخش گردشگری سود می‌رسانند (هانلی و باربیه، ۲۰۰۹).

نتایج، قابلیت اقتصادی حفاظت محیط زیست را به‌عنوان یک استراتژی برای توسعه گردشگری پایدار در منطقه زاینده‌رود نشان می‌دهند. افزایش بالقوه ۱۵ میلیون دلاری درآمد سالانه گردشگری، مزیت‌های مالی مستقیم یک اکوسیستم رودخانه‌ای سالم‌تر را برجسته می‌کند. علاوه بر این، ایجاد ۲۵۰۰ شغل با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد (SDGs)، به‌ویژه SDG۸ (کار شایسته و رشد اقتصادی) و SDG۱۵ (حیات روی زمین) هم‌خوانی دارد (UNWTO، ۲۰۱۷).

بااین‌حال، دستیابی به این مزیت‌ها نیازمند تلاش‌های سیاستی هماهنگ، از جمله کنترل‌های سخت‌گیرانه‌تر آلودگی، مدیریت پایدار آب و مشارکت جامعه در ابتکارات حفاظتی است. نوسانات بالای کدورت مشاهده‌شده در داده‌های شبیه‌سازی‌شده نشان می‌دهد که رواناب رسوب و آلودگی صنعتی همچنان چالش‌های مهمی هستند که نیاز به مداخلات هدفمند دارند.

## نتیجه گیری

حفاظت محیط زیستی زاینده‌رود مزیت‌های اقتصادی قابل‌توجهی برای توسعه پایدار گردشگری در اصفهان ارائه می‌دهد. با بهبود کیفیت آب و سلامت اکوسیستم، منطقه می‌تواند گردشگران بیشتری جذب کند، درآمد قابل‌توجهی ایجاد نماید و فرصت‌های شغلی فراهم آورد، در حالی که میراث طبیعی و فرهنگی خود را حفظ می‌کند. سیاست‌گذاران باید مدیریت یکپارچه منابع آب و ابتکارات اکوتوریسم را در اولویت قرار دهند تا این مزیت‌ها به حداکثر برسند. تحقیقات آینده می‌توانند تأثیرات اجتماعی رشد گردشگری و اثرات اکولوژیکی بلندمدت تلاش‌های حفاظتی در حوضه زاینده‌رود را بررسی کنند.

حفاظت از محیط زیست رودخانه زاینده‌رود نقش کلیدی در توسعه گردشگری پایدار در اصفهان ایفا می‌کند، چراکه ارتباط مستقیمی بین سلامت اکوسیستم‌های آبی و رونق اقتصادی ناشی از گردشگری وجود دارد. بهبود کیفیت آب و احیای زیست‌بوم رودخانه نه‌تنها موجب افزایش جذابیت طبیعی این منطقه برای گردشگران داخلی و خارجی می‌شود، بلکه فرصت‌های اقتصادی متعددی را نیز به همراه دارد. افزایش تعداد گردشگران منجر به رونق کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری، از جمله هتل‌ها، رستوران‌ها، حمل‌ونقل و صنایع دستی، خواهد شد که در نهایت به رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال پایدار در منطقه می‌انجامد. این یافته با ادبیات موجود در

زمینه اقتصاد محیط زیست همخوانی دارد که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در حفظ و بازسازی منابع طبیعی می‌تواند بازده اقتصادی قابل‌توجهی داشته باشد.

در این راستا، مدیریت یکپارچه منابع آب و اجرای سیاست‌های اکوتوریسم اهمیت ویژه‌ای دارد. حفاظت از زاینده‌رود نباید صرفاً به‌عنوان یک اقدام زیست‌محیطی در نظر گرفته شود، بلکه باید به‌عنوان راهکاری استراتژیک برای توسعه پایدار تلقی گردد. اجرای برنامه‌های حفاظت و بازسازی رودخانه، در کنار توسعه شیوه‌های گردشگری مسئولانه، می‌تواند به حفظ تعادل میان بهره‌برداری اقتصادی و پایداری زیست‌محیطی کمک کند. این امر مستلزم همکاری میان بخش‌های دولتی، خصوصی و جامعه محلی است تا از تخریب زیست‌بوم جلوگیری شده و میراث طبیعی و فرهنگی منطقه برای نسل‌های آینده حفظ شود.

از سوی دیگر، یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که حفاظت از محیط زیست رودخانه می‌تواند تأثیرات مثبت گردشگری را تقویت کرده و درعین‌حال پیامدهای نامطلوب زیست‌محیطی و اجتماعی را کاهش دهد. توسعه بی‌رویه گردشگری در غیاب سیاست‌های حفاظتی مناسب می‌تواند به آلودگی، تخریب زیستگاه‌های طبیعی و حتی تضعیف جذابیت گردشگری در بلندمدت منجر شود. بنابراین، استفاده از رویکردهای مدیریت پایدار منابع آب، اعمال محدودیت‌های مناسب برای فعالیت‌های مخرب و ترویج شیوه‌های گردشگری دوستدار محیط زیست ضروری است. در این زمینه، آموزش گردشگران و ذینفعان محلی در خصوص اهمیت حفاظت از رودخانه و تأثیر آن بر رفاه اجتماعی و اقتصادی منطقه می‌تواند به افزایش مشارکت عمومی در این فرآیند کمک کند.

در مجموع، نتایج این پژوهش بر اهمیت حفاظت از محیط زیست رودخانه زاینده‌رود به‌عنوان یک عامل کلیدی در توسعه گردشگری پایدار و رشد اقتصادی تأکید دارد. سرمایه‌گذاری در حفظ سلامت اکوسیستم رودخانه نه‌تنها موجب افزایش ارزش اکولوژیکی آن می‌شود، بلکه به بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی و افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری نیز منجر می‌گردد. این یافته‌ها از دیدگاهی حمایت می‌کنند که حفاظت از محیط زیست و توسعه اقتصادی نه‌تنها در تضاد با یکدیگر نیستند، بلکه می‌توانند در قالب یک راهبرد جامع و هماهنگ به تقویت یکدیگر کمک کنند. ازاین‌رو، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان باید با اتخاذ راهبردهای پایدار، مسیر دستیابی به تعادل میان توسعه گردشگری و حفاظت از منابع طبیعی را هموار سازند تا ضمن بهره‌برداری از ظرفیت‌های اقتصادی، میراث طبیعی و فرهنگی این منطقه ارزشمند نیز برای آیندگان حفظ شود.

## منابع


سلطانی، نرگس، پروین پرتوی، داریوش مرادی چادگانی، ۱۴۰۲، ارزیابی اثرات متقابل ارزشهای میراث محیطی رودخانه زاینده رود شهر اصفهان و کیفیت زندگی ساکنان پیرامون آن، برنامه ریزی فضایی، ۱۳(۱): ۶۵-۹۶.

شفیعی، زاهد، امین محمدی، ۱۳۹۳، بررسی تأثیرات توسعه گردشگری بر جامعه میزبان: نمونه موردی شهر چادگان، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۱۱(۴۱): ۷۷-۹۰.

کریمی، زینب، علی طالبی، ۱۴۰۳، اثر گردشگری بر خدمات فرهنگی زاینده‌رود (حوزه آبخیز اسکندری)، علوم و مهندسی آبخیزداری ایران، ۱۸(۶۵): ۶۲-۷۳.

محقق، فائزه، مسعود تقوایی، نگین صادقی، ۱۴۰۲، تبیین نقش ویژگی‌های جمعیتی- اجتماعی محله بر میزان تاب‌آوری اجتماعی (نمونه مطالعاتی: محله ناصر خسرو اصفهان)، مطالعات محیطی هفت حصار، ۴۴(۱۱): ۴۱-۶۴.

مرتضوی، ثمر، گلنار مخفی، اکرم کریمی، سیاوش رضازاده، محمد پارسا مهر، ۱۴۰۲، ارزیابی سلامت اکوسیستم آبی زاینده‌رود، مهندسی بهداشت محیط، ۱۰(۳): ۲۵۹-۲۷۵.

APHA. (2017). *Standard methods for the examination of water and wastewater* (23rd ed.). American Public Health Association.

Buckley, R. (2011). Tourism and environment. *Annual Review of Environment and Resources, 36*, 397-416. https://doi.org/10.1146/annurev-environ-041210-132637

Hanley, N., & Barbier, E. B. (2009). *Pricing nature: Cost-benefit analysis and environmental decision-making*. Edward Elgar Publishing.

UNWTO. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. United Nations World Tourism Organization. https://doi.org/10.18111/9789284419401

# راهکارهای اقتصادی مبتنی بر مدیریت منابع آبی زاینده‌رود برای توسعه پایدار گردشگری: یک تحلیل شبیه‌سازی محور

**امید علی عادلی(مسئول),معصومه والی**

## چکیده

زاینده‌رود، به‌عنوان یکی از منابع آبی کلیدی در مرکز ایران، نقش مهمی در توسعه گردشگری شهر تاریخی اصفهان ایفا می‌کند. بااین‌حال، فشارهای ناشی از گردشگری فصلی، همراه با کمبود آب و تغییرات اقلیمی، پایداری این منبع حیاتی را تهدید می‌کند. این مطالعه با استفاده از شبیه‌سازی مصرف آب در یک منطقه گردشگری، الگوهای مصرف آب را تحلیل کرده و راهکارهای اقتصادی برای مدیریت منابع آبی زاینده‌رود ارائه می‌دهد. نتایج شبیه‌سازی نشان می‌دهد که مصرف آب در روزهای اوج گردشگری به حدود ۱۰۰،۰۰۰ لیتر در روز می‌رسد، درحالی‌که میانگین سالانه حدود ۶۰،۰۰۰ لیتر است. بر اساس این یافته‌ها، راهکارهایی نظیر قیمت‌گذاری پلکانی آب، توسعه زیرساخت‌های بازیافت آب، و ترویج گردشگری پایدار پیشنهاد می‌شود. این راهکارها می‌توانند به کاهش فشار بر زاینده‌رود، افزایش درآمدهای گردشگری، و حفظ میراث طبیعی و فرهنگی منطقه کمک کنند.

**کلمات کلیدی:** گردشگری پایدار، مدیریت منابع آبی، راهکارهای اقتصادی، شبیه‌سازی مصرف آب، تغییرات اقلیمی، زاینده رود.

## مقدمه

زاینده‌رود یکی از عناصر حیاتی در تاریخ، اقتصاد و فرهنگ اصفهان و مناطق اطراف آن محسوب می‌شود. این رودخانه نقشی محوری در توسعه شهری، گردشگری، صنعت و کشاورزی ایفا کرده است. کاهش جریان آب این رودخانه به دلیل تغییرات اقلیمی، برداشت بیش‌ازحد آب برای کشاورزی، و مدیریت ناکارآمد منابع آبی، چالش‌های جدی برای توسعه پایدار گردشگری ایجاد کرده است (مدنی، ۲۰۱۴). با این حال، چالش‌های مدیریت آب و کمبود منابع آبی از مشکلات اساسی این منطقه هستند. ایجاد تعادل میان حفاظت از زاینده‌رود، توسعه پایدار گردشگری، و مدیریت کارآمد منابع آب، از مهم‌ترین دغدغه‌های آینده این منطقه محسوب می‌شود.

منابع آبی اساساً با صنعت گردشگری مرتبط هستند و هم به عنوان یک ورودی ضروری برای عملیات آن و هم به عنوان منبع اصلی برای بسیاری از مقاصد و فعالیت های توریستی عمل می کنند. (گوسلینگ، ۲۰۰۶) از آنجایی که منابع آب جهانی به دلیل رشد جمعیت و توسعه اقتصادی با کمبود روزافزون مواجه است، بخش گردشگری به عنوان مصرف کننده و آلوده کننده بالقوه آب، باید شیوه های مدیریت منابع آب پایدار را اتخاذ کند. (سو، ۲۰۲۳) این امر نه تنها برای حفظ محیط زیست طبیعی که زیربنای بسیاری از گردشگری است، بلکه برای تداوم توسعه و دوام اقتصادی صنعت حیاتی است. بنابراین، راه‌حل‌های اقتصادی که ریشه در مدیریت مؤثر آب دارند، برای اطمینان از یک رابطه هماهنگ و پایدار بین گردشگری و منابع آب بسیار مهم هستند. (فرناندز و همکاران، ۲۰۲۰)

برای ارائه راه‌حل‌های اقتصادی مؤثر که به طور همزمان از حفظ منابع آب و توسعه گردشگری حمایت می‌کنند، باید به چندین ضرورت کلیدی توجه شود:

درک وابستگی متقابل: شناخت ارتباط دوگانه بین آب و گردشگری ضروری است: آب به عنوان یک منبع حیاتی برای آشامیدن، بهداشت، تفریح (استخرهای شنا، پارک های آبی، سواحل رودخانه ای، ورزش های آبی)، و حفظ زیرساخت ها (هتل ها، باغ ها، زمین های گلف). و بدنه های آبی (رودخانه ها، دریاچه ها، خطوط ساحلی) به عنوان جاذبه های توریستی قابل توجه خود. (گوسلینگ، ۲۰۰۶) راه حل های اقتصادی پایدار باید هر دو جنبه را بشناسد و مدیریت کند.

ارزیابی جامع ردپای آب: برای توسعه راه حل های موثر، درک جای پای آب (WF) گردشگری ضروری است که هم مصرف مستقیم و هم مصرف غیرمستقیم آب را در سراسر زنجیره تامین گردشگری (از جمله غذا، انرژی و زیرساخت ها) در بر می گیرد. ارزیابی WF آبی (آب‌های سطحی و زیرزمینی شیرین)، WF سبز (آب باران)، و WF خاکستری (حجم آب شیرین مورد نیاز برای جذب آلاینده‌ها) می‌تواند دیدی جامع از تأثیر گردشگری ارائه دهد. (سو، ۲۰۲۳)

تکنولوژی ها و شیوه های استفاده کارآمد از آب: اجرای تکنولوژی های صرفه جویی در مصرف آب و طرح های مدیریت در اقامتگاه های توریستی، جاذبه ها و زیرساخت های مرتبط بسیار مهم است. این شامل فن‌آوری‌های مصرف کم آب (به عنوان مثال، دوش‌های کم‌جریان، توالت‌های دوشاخه)، برداشت آب باران، بازیافت آب خاکستری برای مصارف غیر شرب (آبیاری، شستشوی توالت)، و سیستم‌های آبیاری کارآمد است. نتایج تجربی نشان داده است که استفاده از فناوری مصرف کم آب در یک جاذبه گردشگری کوهستانی می تواند به طور قابل توجهی تخلیه فاضلاب را کاهش دهد. (سو، ۲۰۲۳)

پیشگیری و مدیریت آلودگی: فعالیت های گردشگری می تواند از طریق تخلیه فاضلاب به آلودگی آب کمک کند. تصفیه و مدیریت صحیح فاضلاب برای حفاظت از کیفیت آب و محیط زیست ضروری است. (گوسلینگ، ۲۰۰۶) استفاده از فناوری آب تجدیدپذیر در شهرهای توریستی پتانسیلی را در کاهش تخلیه فاضلاب نشان داده است. (سو، ۲۰۲۳)

مدیریت یکپارچه منابع آب (IWRM): با در نظر گرفتن نیازهای همه ذینفعان، از جمله جوامع محلی، محیط زیست و صنعت گردشگری، یک رویکرد جامع به مدیریت آب مورد نیاز است. این شامل هماهنگی و همکاری بین بخشها و سطوح مختلف حکومت برای اطمینان از تخصیص و استفاده پایدار آب است. فرناندز و همکاران، ۲۰۲۰)

مشوق ها و سیاست های اقتصادی: دولت ها و مقامات گردشگری می توانند از طریق مقررات، مشوق ها (مانند معافیت های مالیاتی برای فناوری های کم مصرف) و مکانیسم های قیمت گذاری که ارزش واقعی آب را منعکس می کنند، نقشی حیاتی در ترویج مدیریت پایدار آب ایفا کنند. (سو، ۲۰۲۰)

افزایش آگاهی و آموزش: آموزش گردشگران، اپراتورهای گردشگری و جوامع محلی در مورد اهمیت حفظ آب و استفاده مسئولانه از آب ضروری است. ترویج آگاهی زیست محیطی می تواند تغییرات رفتاری را تشویق کند که منجر به کاهش مصرف آب و آلودگی می شود. (سو، ۲۰۲۰)

ارزش بخشیدن به منابع آب برای دارایی های گردشگری: شناخت و افزایش ارزش تفریحی و زیبایی شناختی منابع آبی (مانند سواحل رودخانه ای در ژئوپارک استرلا) می تواند توسعه گردشگری را در عین تاکید بر اهمیت حفظ آنها به پیش ببرد. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و مدیریت چنین جاذبه‌های مبتنی بر آب می‌تواند مزایای اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی مردم محلی را به همراه داشته باشد. (فرناندز و همکاران، ۲۰۲۰)

انطباق با تغییرات اقلیمی: انتظار می رود تغییرات آب و هوا کمبود آب را در بسیاری از مناطق تشدید کند. (آلیو و سلیمانف، ۲۰۲۳) راه‌حل‌های اقتصادی باید راهبردهای سازگاری مانند متنوع‌سازی پیشنهادهای گردشگری برای کاهش اتکا به فعالیت‌های پرمصرف آب، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های کم مصرف آب و برنامه‌ریزی برای کمبودهای بالقوه آب را در بر گیرند. (گوسلینگ، ۲۰۰۶)

با پرداختن به این ضرورت‌ها، می‌توان راه‌حل‌های اقتصادی ایجاد کرد که نه تنها حفظ منابع حیاتی آب را تضمین می‌کند، بلکه باعث رشد پایدار و تاب‌آوری صنعت گردشگری می‌شود. (سو، ۲۰۲۳)

محور زاینده‌رود اهمیت ویژه‌ای در توسعه گردشگری خلاقانه در اصفهان دارد و پژوهش‌ها بر توسعه پایدار این محور تمرکز دارند. زاینده‌رود و پل‌های تاریخی آن دارای جایگاه ویژه‌ای در تاریخ اصفهان بوده و به عنوان بستری برای تعامل فعال و مشارکتی میان جامعه محلی و گردشگران شناخته می‌شوند. حتی در دوره‌های خشکسالی، حفظ ارزش‌های فرهنگی زاینده‌رود برای جذب گردشگران ضروری تلقی می‌شود. توسعه رویکردهای گردشگری خلاقانه در امتداد این محور می‌تواند موجب جذب سالانه گردشگران، حتی در دوران کم‌آبی، گردد. علاوه بر این، زاینده‌رود قادر است نوآوری در گردشگری، تبادل فرهنگی بین بازدیدکنندگان و جامعه محلی، و ایجاد محصولات و تجارب گردشگری جدید را تقویت کند که در نهایت به بهبود وضعیت اقتصادی جامعه محلی منجر می‌شود. از آنجا که گردشگری خلاقانه پایدار نسبت به گردشگری انبوه و فرهنگی ثبات بیشتری دارد، مدیریت این نوع گردشگری در زاینده‌رود از میانگین بالاتر است و اقدامات مختلفی برای توسعه پایدار گردشگری در این منطقه در حال انجام می‌باشد. زاینده‌رود به عنوان یک مرکز بالقوه برای گردشگری خلاقانه پایدار مطرح شده است که در آن حفاظت از محیط زیست طبیعی و فرهنگی و استفاده از مهارت‌های محلی مورد توجه قرار دارد. انتظار می‌رود که توسعه پایدار گردشگری خلاقانه در این منطقه مزایای اقتصادی ملموس و ناملموسی را برای شهر اصفهان به همراه داشته باشد. در این راستا، مشارکت جامعه محلی در فرآیندهای گردشگری در زاینده‌رود ضروری تلقی می‌شود. همچنین، آگاهی گردشگران از مسائل زیست‌محیطی در این منطقه رو به افزایش است و این امر موجب رشد سفرهای مسئولانه شده است (محقق و همکاران، ۱۴۰۰).

علاوه بر گردشگری، زاینده‌رود تأثیر مهمی بر صنعت و کشاورزی منطقه دارد. صنایع مختلفی از جمله نساجی، آجرسازی، سنگ‌بری و تولید مصالح ساختمانی در امتداد این رودخانه فعالیت دارند و از منابع آبی آن بهره‌مند می‌شوند. همچنین، بخش کشاورزی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان آب زاینده‌رود است که شامل کشت محصولاتی مانند گندم، جو، سیب‌زمینی، حبوبات و انگور می‌شود (حیات غیبی و همکاران، ۱۳۹۱). دامداری و باغداری نیز به شدت به منابع آبی این رودخانه وابسته هستند. با توجه به رشد صنعتی گسترده در حوضه زاینده‌رود، تقاضای آب در صنایعی مانند ذوب‌آهن، فولاد، پتروشیمی، پالایشگاه‌های نفت و گاز، و کارخانه‌های سیمان و پلی‌اتیلن افزایش یافته است. استان اصفهان به شدت به منابع آبی زاینده‌رود وابسته است و کاهش منابع آبی آن بر تمامی بخش‌های صنعتی، کشاورزی و خدماتی تأثیر مستقیم دارد (پورکاظمی و والی، ۱۳۹۳).

با این حال، زاینده‌رود با بحران شدید کم‌آبی و مشکلات مدیریتی روبه‌رو است. بحران آب در حوضه زاینده‌رود ناشی از عوامل متعددی است که برخی از آن‌ها به نقش دولت در حکمرانی آب مرتبط می‌شوند؛ در برخی موارد، مدیریت سنتی آب نادیده گرفته شده است. سیاست‌های دولتی مانند انتقال آب از زاینده‌رود به استان‌های دیگر و اجرای پروژه‌های نیمه‌تمام انتقال آب، منابع آبی رودخانه را تحت تأثیر قرار داده‌اند. در گذشته، حکم شیخ بهایی در توزیع عادلانه آب زاینده‌رود نقش مهمی ایفا می‌کرد. این حکم، که به شرایط آب و هوایی توجه داشت، موجب مدیریت پایدار منابع آبی توسط کاربران محلی می‌شد، اما با گذر زمان، مدیریت دولتی جایگزین این سیستم سنتی گردید. این تغییر موجب شد که حکم شیخ بهایی، که زمانی مبنای همکاری میان کاربران آب بود، اکنون به موضوعی برای مناقشه میان مردم و دولت تبدیل شود. بسیاری از کشاورزان منطقه معتقدند که بحران آب تنها ناشی از خشکسالی نیست، بلکه مشکلات مدیریتی نیز در آن نقش مهمی دارند (حاتمی و نوربخش، ۱۳۹۸). بحران آب در حوضه زاینده‌رود منجر به اختلافات بر سر تخصیص منابع آب شده است و ضرورت دارد که یک برنامه جامع تخصیص آب تدوین گردد که علاوه بر در نظر گرفتن حقابه‌های تاریخی، بر بهره‌وری آب در کل حوضه تأکید کند. از سوی دیگر، منابع آبی مانند زاینده‌رود به عنوان دارایی‌های عمومی ملی محسوب می‌شوند و بهره‌برداری از آن‌ها تنها باید طبق مقررات مشخص انجام گیرد (پورکاظمی و والی، ۱۳۹۳).

در نهایت، توسعه گردشگری خلاقانه در امتداد زاینده‌رود به عنوان یکی از راهکارهای پیشنهادی برای دستیابی به توسعه پایدار و کاهش تأثیرات بحران آب مطرح شده است (محقق و همکاران، ۱۴۰۰). با این حال، برای اجرای موفق این طرح، داده‌های آماری و اطلاعات بیشتری درباره توسعه گردشگری در این منطقه مورد نیاز است. پیشنهادات مختلفی برای توسعه گردشگری خلاقانه در زاینده‌رود ارائه شده است که شامل توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، برنامه‌های اقتصادی، ملاحظات زیست‌محیطی و راهبردهای مدیریتی می‌شود. علاوه بر این، انجام پژوهش‌های علمی بیشتر برای درک بهتر و حل مشکلات کمبود آب در زاینده‌رود ضروری است.

**مبانی نظری**

ادبیات موجود درباره زاینده‌رود، این رودخانه را از چندین دیدگاه کلیدی بررسی می‌کند: اهمیت تاریخی و توسعه شهری، نقش آن در گردشگری (با تمرکز بر گردشگری خلاقانه و پایدار)، اهمیت آن برای صنعت و کشاورزی، بحران آب و مسائل مدیریتی، و تاب‌آوری فرهنگی منطقه در برابر کم‌آبی.

**توسعه تاریخی و شهری:** برخی از منابع به نقش تاریخی زاینده‌رود در توسعه شهر اصفهان پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها بر تأثیر رودخانه بر چشم‌انداز طبیعی و گسترش شهری، به‌ویژه در دوران صفویه، تأکید دارند. در این دوره، ساخت‌وسازهای سلطنتی در امتداد زاینده‌رود توسعه یافتند. همچنین، ایجاد زیرساخت‌هایی مانند خیابان چهارباغ و پل‌هایی که دسترسی به باغ‌های حاشیه رود را فراهم می‌کردند، از دیگر موضوعات مورد توجه در این زمینه است. (رضایی پور و فرزاد بهتاش، ۱۳۹۹)

**گردشگری (با تأکید بر گردشگری خلاقانه و پایدار):** بخش مهمی از ادبیات پژوهشی به اهمیت زاینده‌رود در صنعت گردشگری، به‌ویژه حوزه نوظهور گردشگری خلاقانه، اختصاص دارد. این مطالعات بر ظرفیت زاینده‌رود در ایجاد تعاملات فعال و مشارکتی بین گردشگران و جامعه محلی تأکید می‌کنند. همچنین، حفاظت از ارزش‌های فرهنگی رودخانه برای جذب گردشگران، حتی در دوره‌های خشکسالی، از جمله مباحث مورد بررسی است. توسعه رویکردهای گردشگری خلاقانه پایدار در امتداد زاینده‌رود به‌عنوان شکلی باثبات از گردشگری که به حفظ محیط زیست و بهره‌گیری از مهارت‌های محلی کمک می‌کند، در برخی منابع تحلیل شده است. در همین راستا، جنبه‌های مدیریتی توسعه گردشگری خلاقانه در زاینده‌رود نیز مورد بررسی قرار گرفته است. (رضایی پور و فرزاد بهتاش، ۱۳۹۹)

**صنعت و کشاورزی:** زاینده‌رود به‌عنوان منبع حیاتی آب برای صنایع مختلفی که در امتداد آن فعالیت دارند، مانند صنایع نساجی و مصالح ساختمانی، مورد توجه قرار گرفته است. منابع پژوهشی همچنین بر وابستگی بخش کشاورزی به این رودخانه تأکید دارند؛ زاینده‌رود تأمین‌کننده آب برای زراعت، دامداری و باغداری است و محصولات کشاورزی مهمی همچون گندم، جو، سیب‌زمینی و حبوبات در این منطقه کشت می‌شود. علاوه بر این، رشد صنایع بزرگ در حوضه زاینده‌رود و افزایش تقاضای آب از سوی صنایعی

مانند فولاد، پتروشیمی و پالایشگاه‌های نفت و گاز نیز در برخی مطالعات مورد بررسی قرار گرفته است. (رضایی پور و فرزاد بهتاش، ۱۳۹۹)

**بحران آب و مدیریت:** بخش قابل توجهی از ادبیات پژوهشی به بحران آب در حوضه زاینده‌رود اختصاص یافته است. این مطالعات، دلایل بحران را مورد بررسی قرار داده و به عواملی مانند سیاست‌های حکمرانی آب و پروژه‌های انتقال آب اشاره می‌کنند. از جمله موضوعات تاریخی در این حوزه، حکم شیخ بهایی در توزیع عادلانه آب است که نقش آن در مدیریت پایدار منابع آبی تحلیل شده است. جایگزینی این سیستم سنتی با مدیریت متمرکز دولتی و تبدیل آن به منبعی برای مناقشه میان مردم و دولت نیز از جمله مباحث مطرح‌شده در این زمینه است. در برخی مطالعات، دیدگاه کشاورزان درباره بحران آب بررسی شده و بر ضرورت تدوین برنامه جامع تخصیص آب تأکید شده است. (رضایی پور و فرزاد بهتاش، ۱۳۹۹)

**تاب‌آوری فرهنگی:** بررسی الگوی پارادایمی تاب‌آوری فرهنگی در بحران کم‌آبی زاینده‌رود نشان می‌دهد که بخشی از پژوهش‌های مرتبط با زاینده‌رود بر نحوه سازگاری و بقای فرهنگی جوامع محلی در مواجهه با کمبود آب متمرکز است. (رئوفی بروجنی و همکاران، ۱۴۰۳)

**ارزش اقتصادی گردشگری:** گردشگری، به‌ویژه در اشکال پایدار و خلاقانه، به‌عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی شناخته می‌شود. (محقق و همکاران، ۱۴۰۰) زاینده‌رود و مناظر فرهنگی و طبیعی پیرامون آن، از جاذبه‌های کلیدی گردشگری در اصفهان محسوب می‌شوند. استراتژی‌های اقتصادی در این زمینه به دنبال بهره‌گیری از این ارزش از طریق حفظ و افزایش جذابیت رودخانه برای گردشگران هستند. (رضایی پور و فرزاد بهتاش، ۱۳۹۹)

**تهدید اقتصادی ناشی از کمبود آب:** بحران آب در حوضه زاینده‌رود تهدید مستقیمی برای صنعت گردشگری محسوب می‌شود. کاهش آب می‌تواند باعث کاهش جذابیت بصری رودخانه، مختل شدن فعالیت‌های تفریحی مرتبط با آب، و در نتیجه کاهش کیفیت تجربه گردشگران شود. بنابراین، تدوین راهکارهای اقتصادی برای کاهش این تهدیدات و محافظت از بخش گردشگری در برابر اثرات منفی کم‌آبی ضروری است. (محقق و همکاران، ۱۴۰۰)

**اصول توسعه پایدار:** مفهوم توسعه پایدار، چارچوب نظری مهمی برای این موضوع ارائه می‌دهد و بر ضرورت ایجاد تعادل میان رشد اقتصادی، حفاظت محیط زیست، و عدالت اجتماعی تأکید دارد. در زمینه زاینده‌رود، این مفهوم مستلزم اجرای شیوه‌های مدیریت آب است که ضمن حمایت از گردشگری بلندمدت، سلامت اکولوژیکی رودخانه را حفظ کرده و نیازهای سایر کاربران آب، از جمله بخش کشاورزی و صنعت، را نیز در نظر بگیرد. در این میان، گردشگری خلاقانه به‌عنوان جایگزینی پایدارتر نسبت به گردشگری انبوه مطرح می‌شود. (محقق و همکاران، ۱۴۰۰)

**مدیریت یکپارچه منابع آب(IWRM)** : مدیریت یکپارچه منابع آب بر رویکردی جامع در مدیریت منابع آبی تأکید دارد که به ارتباطات میان بخش‌های مختلف استفاده‌کننده از آب توجه می‌کند و بر ضرورت مشارکت ذینفعان تأکید دارد. راهکارهای اقتصادی مرتبط با گردشگری در زاینده‌رود باید در چارچوبی گسترده‌تر از مدیریت یکپارچه آب قرار بگیرند تا تخصیص آب به‌صورت کارآمد و عادلانه بین بخش‌های مختلف (از جمله گردشگری) انجام شود و پایداری اکولوژیکی رودخانه تضمین گردد. (پورکاظمی و والی، ۱۳۹۳)

**مکانیزم‌های بازارمحور:** برخی نظریه‌های اقتصادی بر استفاده از مکانیزم‌های بازارمحور برای تخصیص بهینه منابع تأکید دارند. (پورکاظمی و والی، ۱۳۹۳) می‌توان ایده ایجاد مشوق‌هایی برای بهینه‌سازی مصرف آب در صنایع مرتبط با گردشگری (مانند هتل‌ها و مراکز تفریحی) را بررسی کرد. همچنین، می‌توان از طریق مدیریت بهینه منابع آب، بخشی از آب ذخیره‌شده را برای حفظ ارزش‌های زیست‌محیطی و زیبایی‌شناختی رودخانه اختصاص داد. (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۹)

**تنوع‌بخشی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی جایگزین:** با توجه به محدودیت منابع آبی، استراتژی‌های اقتصادی باید به تنوع‌بخشی به پیشنهادهای گردشگری بپردازند تا وابستگی این صنعت به فعالیت‌های پرمصرف آب کاهش یابد. گردشگری خلاقانه که بر تجربیات

فرهنگی و مهارت‌های محلی تأکید دارد، (محقق و همکاران، ۱۴۰۰) می‌تواند فرصت‌های اقتصادی پایدارتری را فراهم کند که کمتر به جریان آب رودخانه وابسته باشد. علاوه بر این، توسعه و سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اقتصادی جایگزین می‌تواند تاب‌آوری اقتصادی منطقه را تقویت کند. (رئوفی بروجنی و همکاران، ۱۴۰۳)

**مشارکت ذینفعان و رویکردهای مشارکتی:** نظریه‌های مرتبط با مدیریت منابع مشترک، به‌ویژه مطالعات الینور استروم، نشان می‌دهند که مشارکت فعال ذینفعان محلی در فرآیندهای تصمیم‌گیری ضروری است. (استروم، ۲۰۱۰) بنابراین، راهکارهای اقتصادی پیشنهادی برای گردشگری زاینده‌رود باید مشارکت جوامع محلی، فعالان گردشگری، کشاورزان، و سایر ذینفعان را در فرآیند تصمیم‌گیری و اجرا لحاظ کنند. این امر نه‌تنها به افزایش مقبولیت و کارآمدی سیاست‌ها کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به ایجاد نتایجی پایدار و مورد پذیرش جوامع محلی منجر شود. (محقق و همکاران، ۱۴۰۰)

**ارزش‌گذاری خدمات اکوسیستمی:** نظریه‌های اقتصادی، بر ارزش خدمات اکوسیستمی منابع طبیعی مانند رودخانه‌ها تأکید دارند. این خدمات شامل ارزش زیبایی‌شناختی، فرصت‌های تفریحی، و حمایت از تنوع زیستی می‌شوند. تدوین راهکارهای اقتصادی می‌تواند با تلاش برای ارزش‌گذاری این خدمات اکوسیستمی همراه باشد تا سرمایه‌گذاری در حفاظت و مدیریت پایدار زاینده‌رود برای گردشگری توجیه‌پذیرتر شود. (ایلدرمی و قربانی، ۱۳۹۶)

ارائه راهکارهای اقتصادی برای گردشگری در زاینده‌رود بر درک گردشگری به‌عنوان یک دارایی اقتصادی، شناسایی تهدیدهای اقتصادی ناشی از کم‌آبی، اتخاذ اصول توسعه پایدار و مدیریت یکپارچه منابع آب، بهره‌گیری از مکانیزم‌های بازارمحور، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، مشارکت فعال ذینفعان، و ارزش‌گذاری خدمات اکوسیستمی استوار است. با تکیه بر این اصول نظری، سیاست‌گذاران و ذینفعان می‌توانند راهکارهایی اثربخش برای حفظ زاینده‌رود و توسعه پایدار گردشگری در این منطقه ارائه دهند.

**روش‌شناسی**

این مطالعه با هدف تحلیل الگوهای مصرف آب در یک منطقه گردشگری و ارائه راهکارهای اقتصادی برای مدیریت منابع آبی زاینده‌رود انجام شده است. با استفاده از یک مدل شبیه‌سازی، الگوهای مصرف آب بررسی شده و راهکارهایی نظیر قیمت‌گذاری آب، توسعه زیرساخت‌های پایدار، و ترویج گردشگری کم‌آب‌بر پیشنهاد می‌شود. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است: چگونه می‌توان با استفاده از ابزارهای اقتصادی، منابع آبی زاینده‌رود را برای توسعه پایدار گردشگری مدیریت کرد؟

**مدل شبیه‌سازی:** برای شبیه‌سازی مصرف آب در یک منطقه گردشگری، از یک مدل مبتنی بر داده‌های تصادفی استفاده شد. تعداد گردشگران روزانه (بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ نفر) با استفاده از تابع `np.random.randint` در پایتون تولید شد. فرض شد که هر گردشگر به‌طور متوسط ۲۰۰ لیتر آب در روز مصرف می‌کند، که این مقدار بر اساس مطالعات قبلی در مناطق گردشگری مشابه انتخاب شد (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۱۲). مصرف کل آب روزانه از ضرب تعداد گردشگران در مصرف سرانه به دست آمد.

متوسط مصرف سالانه و اوج مصرف نیز محاسبه شد تا الگوهای فصلی و نقاط بحرانی شناسایی شوند. داده‌ها با استفاده از کتابخانه `matplotlib` به‌صورت گرافیکی نمایش داده شدند.

داده‌ها و فرضیات به شرح ذیل هستند:

-دوره زمانی: ۳۶۵ روز (یک سال).

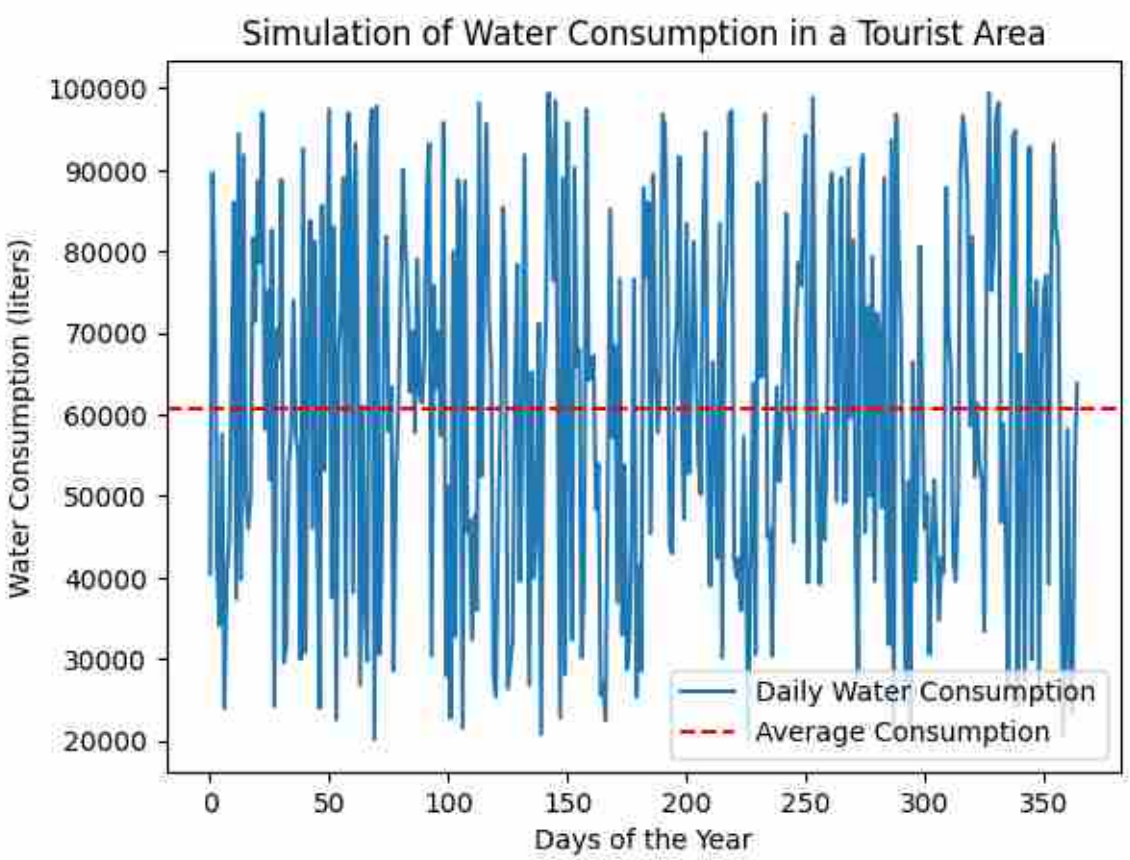
- تعداد گردشگران: متغیر تصادفی بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ نفر در روز.

-مصرف سرانه آب: ۲۰۰ لیتر در روز برای هر گردشگر، بر اساس میانگین مصرف در مناطق گردشگری (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۱۲).

-آستانه بحرانی: مصرف بیش از ۱۰۰،۰۰۰ لیتر در روز به‌عنوان نقطه بحرانی تعریف شد.

**تحلیل داده‌ها:** داده‌های شبیه‌سازی‌شده برای شناسایی الگوهای مصرف، میانگین سالانه، و روزهای اوج مصرف تحلیل شدند. همچنین، از تحلیل‌های آماری برای بررسی پراکندگی و تغییرات مصرف استفاده شد.

**شکل (۱)- شبیه‌سازی مصرف آب**




**الگوهای مصرف آب:** شبیه‌سازی نشان داد که مصرف آب در طول سال به‌طور قابل‌توجهی نوسان دارد (شکل ۱). میانگین مصرف سالانه حدود ۶۰،۰۰۰ لیتر در روز است، درحالی‌که در روزهای اوج (مانند تعطیلات نوروزی یا تابستان) مصرف به ۱۰۰،۰۰۰ لیتر در روز می‌رسد. این الگو با یافته‌های گوسلینگ و همکاران (۲۰۱۲) هم‌خوانی دارد که نشان داد مصرف آب در مناطق گردشگری به دلیل فعالیت‌های تفریحی و اقامتی به‌شدت تحت تأثیر فصول اوج قرار می‌گیرد.

شکل ۱ نشان‌دهنده تغییرات روزانه مصرف آب (خط آبی) و میانگین مصرف (خط قرمز نقطه‌چین) است. پراکندگی بالای داده‌ها (دامنه ۲۰،۰۰۰ تا ۱۰۰،۰۰۰ لیتر) نشان‌دهنده نیاز به مدیریت دقیق‌تر منابع آبی در فصول اوج است.

**تحلیل اقتصادی:** مصرف بالای آب در روزهای اوج، فشار قابل‌توجهی بر منابع آبی زاینده‌رود وارد می‌کند. این فشار می‌تواند به کاهش جریان آب و در نتیجه کاهش جذابیت گردشگری منجر شود. از منظر اقتصادی، این وضعیت می‌تواند درآمدهای گردشگری را کاهش دهد، زیرا گردشگران به دنبال مقاصد جایگزین با مناظر طبیعی پایدارتر خواهند رفت (هال و پیج، ۲۰۱۴).

**چالش‌های مدیریت منابع آبی زاینده‌رود:** زاینده‌رود با چالش‌های متعددی مواجه است، از جمله:

- کمبود آب: تغییرات اقلیمی و کاهش بارندگی، جریان آب زاینده‌رود را کاهش داده است (مدنی، ۲۰۱۴).
- رقابت بین بخش‌ها: کشاورزی، صنعت، و گردشگری برای دسترسی به آب رقابت می‌کنند.
- فشار گردشگری: همان‌طور که شبیه‌سازی نشان داد، گردشگری فصلی مصرف آب را به‌شدت افزایش می‌دهد، که می‌تواند پایداری منابع را به خطر بیندازد.

**نتیجه‌گیری**

این مطالعه با استفاده از شبیه‌سازی مصرف آب، فشار گردشگری بر منابع آبی زاینده‌رود را تحلیل کرد. نتایج نشان داد که مصرف آب در روزهای اوج به ۱۰۰،۰۰۰ لیتر می‌رسد، که می‌تواند پایداری زاینده‌رود را به خطر بیندازد. راهکارهای اقتصادی نظیر قیمت‌گذاری پلکانی، توسعه زیرساخت‌های بازیافت آب، و ترویج گردشگری پایدار می‌توانند به کاهش این فشار کمک کنند. این راهکارها نه‌تنها منابع آبی را حفظ می‌کنند، بلکه با افزایش جذابیت منطقه برای گردشگران آگاه به محیط‌زیست، درآمدهای اقتصادی را نیز افزایش می‌دهند.

برای تحقیقات آینده، پیشنهاد می‌شود که مدل‌های شبیه‌سازی با داده‌های واقعی مصرف آب در اصفهان کالیبره شوند و اثرات تغییرات اقلیمی بر جریان زاینده‌رود به‌صورت دقیق‌تر بررسی شوند.

تحلیل مبتنی بر شبیه‌سازی مصرف آب در منطقه گردشگری وابسته به رودخانه زاینده‌رود، چالشی حیاتی را برای پایداری این منبع حیاتی نشان می‌دهد، به‌ویژه به دلیل فشارهای قابل‌توجهی که گردشگری فصلی بر آن وارد می‌کند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که مصرف آب در فصل‌های پرگردشگر به حدود ۱۰۰،۰۰۰ لیتر در روز می‌رسد، در حالی که میانگین سالانه آن حدود ۶۰،۰۰۰ لیتر است. این تقاضای اوج در دوره‌های خاص، فشار قابل‌توجهی بر منابع آبی زاینده‌رود وارد می‌کند و ممکن است یکپارچگی اکولوژیکی آن و پایداری بلندمدت گردشگری را به خطر بیندازد.

این پژوهش مجموعه‌ای از استراتژی‌های اقتصادی را برای مدیریت مؤثر منابع آب و ترویج توسعه پایدار گردشگری پیشنهاد می‌کند. این اقدامات پیشنهادی شامل موارد زیر است:

قیمت‌گذاری پلکانی آب: اجرای ساختاری برای قیمت‌گذاری که با افزایش مصرف آب، هزینه‌ها را بالا می‌برد تا گردشگران و کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری را به صرفه‌جویی در مصرف آب تشویق کند.

توسعه زیرساخت‌های بازیافت آب: سرمایه‌گذاری در تأسیساتی که آب را تصفیه و بازاستفاده می‌کنند، و در نتیجه وابستگی به منابع آب شیرین برای مصارف غیرشرب در هتل‌ها و سایر اقامتگاه‌های گردشگری را کاهش می‌دهد.

ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار: تشویق رفتارهای کم‌مصرف آب در میان گردشگران از طریق کمپین‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی، و ایجاد انگیزه برای اپراتورهای گردشگری جهت اتخاذ شیوه‌های دوستدار محیط‌زیست از طریق گواهینامه‌ها.

مدیریت گردشگری فصلی: اجرای استراتژی‌هایی برای توزیع یکنواخت‌تر بازدیدهای گردشگران در طول سال، که به کاهش تقاضاهای اوج چشمگیر بر منابع آب در فصل‌های خاص کمک می‌کند.

همکاری بین‌بخشی: تقویت همکاری میان بخش‌های مختلف مصرف‌کننده آب، از جمله گردشگری، کشاورزی و صنعت، برای اطمینان از تخصیص عادلانه و پایدار منابع آب زاینده‌رود.

اجرای موفقیت‌آمیز این استراتژی‌های اقتصادی می‌تواند فشار بر زاینده‌رود را کاهش دهد، درآمد گردشگری را با حفظ جذابیت منطقه برای گردشگران آگاه به مسائل زیست‌محیطی افزایش دهد، و میراث طبیعی و فرهنگی منطقه را حفظ کند. علاوه بر این، این اقدامات با اصول توسعه پایدار و مدیریت یکپارچه منابع آب (IWRM) هم‌راستا هستند و بر نیاز به رویکردی جامع که عوامل اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی را در نظر می‌گیرد، تأکید دارند.

این مطالعه بر ضرورت ادامه تحقیقات، جمع‌آوری داده‌ها و توجه دقیق به تأثیرات تغییرات اقلیمی بر دسترسی به آب در حوضه زاینده‌رود تأکید می‌کند. با پرداختن فعالانه به چالش‌های کمبود آب از طریق اتخاذ استراتژی‌های اقتصادی آگاهانه و ترویج شیوه‌های پایدار، می‌توان پایداری بلندمدت گردشگری و سلامت رودخانه زاینده‌رود را بهتر تضمین کرد.

بر اساس نتایج شبیه‌سازی و با استناد به مطالعات قبلی، راهکارهای زیر برای مدیریت منابع آبی زاینده‌رود و توسعه پایدار گردشگری پیشنهاد می‌شود:

۱. قیمت‌گذاری پلکانی آب: قیمت‌گذاری پلکانی می‌تواند مصرف آب را در بخش گردشگری کنترل کند. برای مثال، مصرف تا ۱۵۰ لیتر در روز برای هر گردشگر با نرخ پایه و مصرف بالاتر با نرخ‌های تصاعدی محاسبه شود. این روش در مناطقی مانند کالیفرنیا با موفقیت اجرا شده و مصرف آب را تا ۲۰٪ کاهش داده است (المستید و استاوینس، ۲۰۰۹).

۲. توسعه زیرساخت‌های بازیافت آب: نصب سیستم‌های بازیافت آب در هتل‌ها و اقامتگاه‌ها می‌تواند مصرف آب تازه را کاهش دهد.
۳. ترویج گردشگری پایدار: در این مورد باید به موارد ذیل توجه کرد:
- آموزش گردشگران: کمپین‌های آموزشی برای تشویق گردشگران به کاهش مصرف آب (مانند دوش کوتاه‌تر) می‌تواند مؤثر باشد (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۱۲).
- گواهینامه‌های زیست‌محیطی: اعطای گواهینامه به کسب‌وکارهای گردشگری که مصرف آب را کاهش می‌دهند، می‌تواند آن‌ها را به‌عنوان مقاصد پایدار معرفی کند و گردشگران آگاه به محیط‌زیست را جذب کند (هال و پیج، ۲۰۱۴).
۴. مدیریت فصلی گردشگری: با توجه به اوج مصرف در برخی روزها، می‌توان با ارائه تخفیف‌ها و رویدادهای فرهنگی در فصول کم‌گردشگر، توزیع زمانی گردشگران را متعادل کرد. این رویکرد در مقاصد گردشگری مدیترانه‌ای با موفقیت اجرا شده است (آملونگ و وینر، ۲۰۰۶).
۵. همکاری بین‌بخشی: همکاری بین بخش‌های کشاورزی، صنعت، و گردشگری برای تخصیص عادلانه آب ضروری است.

## منابع


ایلدرمی، علیرضا، محمد قربانی، ۱۳۹۶، اهمیت اکوتوریسم منابع آبی در توسعه گردشگری مناطق کوهستانی (مطالعه موردی: استان همدان)، آب و توسعه پایدار، ۴(۲): ۱۳۹-۱۵۰.

پورکاظمی، محمد حسین، معصومه والی، ۱۳۹۳، مدیریت منابع آبی زاینده رود بین بخشهای صنعت و کشاورزی استان اصفهان با استفاده از نظریه بازی‌ها، تحقیقات مدلسازی اقتصادی، ۱۵(۱): ۱-۴۲.

حاتمی، عباس، سوسن نوربخش، ۱۳۹۸، بازسازی معنایی بحران آب در شرق اصفهان بر اساس نظریه زمینه‌ای، جامعه شناسی کاربردی، ۳۰(۱): ۱۲۳-۱۴۲.

حیات غیبی، فاطمه، ناصر شاهنوشی، منصور زیبایی، محمود دانشور، نعمت اله اکبری، ۱۳۹۱، برآورد سهم آب زاینده رود در اقتصاد استان اصفهان، اقتصاد کشاورزی، ۶(۴): ۹۱-۱۱۴.

رضایی پور، مریم، محمد رضا فرزاد بهتاش، ۱۳۹۹، مطالعه توسعه شهری اصفهان از دوره شاه عباس یکم تا دوره شاه عباس دوم با تأکید بر نقش زاینده رود، دو فصلنامه معماری ایرانی، ۱۷: ۲۳-۱۴۱.

رئوفی بروجنی، مجید، سیامک کورنگ بهشتی، علی رشید پور، ۱۴۰۳، الگوی پارادایمی تاب‌آوری فرهنگی در بحران کم آبی زاینده رود، آب و توسعه پایدار، ۱۱(۱): ۶۱-۷۲.

گودرزی، مجید، محمد علی فیروزی، سعید ملکی، کریمه کعب عمیر، ۱۳۹۹، بررسی و تحلیل موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۲): ۱۱۱-۱۴۰.

محقق، فاطمه، مسعود تقوایی، نگین صادقی، ۱۴۰۰، تبیین مؤلفه های گردشگری خلاق پایدار در کریدورهای طبیعی شهری مطالعه موردی: محور زاینده رود اصفهان، فصلنامه گردشگری شهری، ۸(۴): ۸۷-۱۰۲.

ALIYEV, Vasif, Firuz SULEYMANOV, 2023, THE PROTECTION OF WATER RESOURCES FOR SUSTAINABLE TOURISM UNDER CLIMATE CHANGE IN SOUTH CAUCASUS: IN THE CONTEXT OF AZERBAIJAN, GeoJournal of Tourism and Geosites, 47(2): 515-522.

Amelung, B., & Viner, D. (۲۰۰۶). "Mediterranean tourism: Exploring the future with the tourism climatic index." Journal of Sustainable Tourism, ۱۴(۴), ۳۴۹-۳۶۶.

Fernandes, Gonçalo, Emanuel de Castro, Hugo Gomes, 2020, WATER RESOURCES AND TOURISM DEVELOPMENT IN ESTRELA GEOPARK TERRITORY: MEANING AND CONTRIBUTIONS OF FLUVIAL BEACHES TO VALORISE THE DESTINATION, Europ. Countrys, 12(4): 551-567.

Gössling, S., et al. (۲۰۱۲). "Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review." Tourism Management, ۳۳(۱), ۱-۱۵.

Hall, C. M., & Page, S. J. (۲۰۱۴). The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. Routledge .

Madani, K. (۲۰۱۴). "Water management in Iran: What is causing the looming crisis?" Journal of Environmental Studies and Sciences, ۴(۴), ۳۱۵-۳۲۸.

Olmstead, S. M., & Stavins, R. N. (۲۰۰۹). "Comparing price and non-price approaches to urban water conservation." Water Resources Research, ۴۵(۴), W.۰۴۳۰۱

Su, Juanjuan, 2023, Water resources utilization and tourism environment assessment based on water footprint, De Gruyter, 15: 20220564. https://doi.org/10.1515/geo-2022-0564

# بررسی تأثیر تغییرات اقلیمی بر اقتصاد گردشگری زاینده رود و ارائه راهبردهای سازگاری

**امید علی عادلی,معصومه والی**

## چکیده

این مقاله به تحلیل تأثیر تغییرات اقلیمی بر اقتصاد گردشگری با تمرکز ویژه بر منطقه رودخانه زاینده‌رود در ایران می‌پردازد. هدف اصلی این تحقیق بررسی تهدیدات ناشی از تغییرات اقلیمی، از جمله تغییرات در الگوهای دما و بارش، و در نتیجه کمبود آب بر صنعت گردشگری است. با استفاده از مرور ادبیات موجود و مطالعات موردی، از جمله مدل دینامیک سیستم که بر منطقه گردشگری اصفهان اعمال شده، داده‌هایی در مورد تأثیرات احتمالی اقلیمی، در دسترس بودن منابع آبی و فعالیت‌های گردشگری در حوضه زاینده‌رود مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که تغییرات اقلیمی، به ویژه کاهش جریان آب در زاینده‌رود، می‌تواند به طور منفی بر جذابیت مقاصدی چون چادگان و اصفهان تأثیر بگذارد و بر فعالیت‌های تفریحی وابسته به آب و ارزش زیبایی‌شناختی سایت‌های تاریخی تأثیر بگذارد که منجر به خسارات اقتصادی بالقوه برای بخش گردشگری می‌شود. علاوه بر این، این تحقیق به ضرورت توسعه و اجرای استراتژی‌های سازگاری برای تضمین پایداری بلندمدت صنعت گردشگری در مواجهه با تغییرات اقلیمی و کمبود آب پرداخته است. مطالعه پیشنهاداتی برای تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگری، ترویج مدیریت بهینه منابع آبی و پیاده‌سازی رویکردهای استراتژیک بازاریابی ارائه می‌دهد. این مطالعه به ویژه برای سیاست‌گذاران، ذینفعان گردشگری و جوامعی که به منابع آبی برای گردشگری وابسته هستند حائز اهمیت بوده و می‌تواند تبعات وسیع‌تری برای درک آسیب‌پذیری گردشگری در برابر تغییرات اقلیمی و اهمیت برنامه‌ریزی سازگارانه پیشگیرانه در سطح جهانی داشته باشد.

**کلمات کلیدی:** تغییرات اقلیمی، گردشگری، منابع آبی، زاینده‌رود، استراتژی‌های سازگاری، تأثیر اقتصادی، پایداری، خشکسالی.

## مقدمه

تغییرات اقلیمی که با تغییرات دما و الگوهای بارندگی، افزایش سطح آب دریاها و وقوع مکرر پدیده‌های شدید جوی مشخص می‌شود، تهدیدی جدی برای بخش‌های مختلف اقتصادی در سراسر جهان محسوب می‌شود. صنعت گردشگری به‌ویژه در برابر این تغییرات آسیب‌پذیر است. تغییرات اقلیمی می‌تواند به‌طور مستقیم بر جذابیت مقاصد گردشگری تأثیر بگذارد. (عابدی و صداقت، ۱۴۰۰) به‌عنوان‌مثال، افزایش دما ممکن است باعث تغییر ترجیحات گردشگران به سمت مقاصد خنک‌تر یا سفر در فصول معتدل‌تر شود، درحالی‌که کاهش میزان برف می‌تواند تأثیر منفی بر گردشگری زمستانی و پیست‌های اسکی داشته باشد. (دادرس مقدم و همکاران، ۱۴۰۰) از سوی دیگر، برخی مناطق ممکن است در دوره‌های گرم‌تر شاهد افزایش ورود گردشگران باشند. تغییر در منابع آبی، مانند افزایش خشکسالی یا وقوع سیل، نیز می‌تواند به‌شدت زیرساخت‌های گردشگری و فعالیت‌های مرتبط را تحت تأثیر قرار دهد. مقاصد ساحلی نیز به دلیل افزایش سطح آب دریا و شدت بیشتر طوفان‌ها در معرض خطر قرار دارند. (عابدی و صداقت، ۱۴۰۰)

علاوه بر این، تغییرات اقلیمی می‌تواند به‌صورت غیرمستقیم نیز بر گردشگری اثر بگذارد، زیرا منابع طبیعی و اکوسیستم‌هایی که اساس بسیاری از فعالیت‌های گردشگری را تشکیل می‌دهند، در معرض تهدید قرار می‌گیرند. (عابدی و صداقت، ۱۴۰۰) آسیب به صخره‌های مرجانی، جنگل‌ها و تنوع زیستی ناشی از تغییرات اقلیمی می‌تواند از جذابیت گردشگری طبیعت‌محور بکاهد. همچنین، وقوع حوادث جوی شدید می‌تواند سفرها را مختل کرده، به زیرساخت‌ها آسیب برساند و امنیت گردشگران را به خطر بیندازد، که این امر ممکن است موجب کاهش تقاضا برای مقاصد آسیب‌دیده شود. (شایگان و همکاران، ۱۴۰۱)

درک رابطه پیچیده بین تغییرات اقلیمی و گردشگری به دلایل متعددی از اهمیت بالایی برخوردار است. (عابدی و صداقت، ۱۴۰۰) نخست اینکه، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های کلیدی اقتصاد جهانی محسوب می‌شود که در ایجاد اشتغال و درآمدزایی نقش مهمی دارد. تأثیرات منفی تغییرات اقلیمی بر گردشگری می‌تواند پیامدهای اقتصادی قابل‌توجهی داشته باشد، به‌ویژه برای مناطقی که به‌شدت به این صنعت وابسته هستند. بنابراین، بررسی این تأثیرات برای ارزیابی میزان ریسک‌ها و درک ابعاد خسارت‌های اقتصادی احتمالی ضروری است. (ناصر نصیر و پرورش، ۱۳۹۹)

دوم اینکه، تدوین راهبردهای سازگاری امری حیاتی برای تضمین پایداری بلندمدت صنعت گردشگری در برابر تغییرات اقلیمی است. با شناخت نحوه تأثیرگذاری تغییرات اقلیمی بر رفتار گردشگران، جذابیت مقاصد و زیرساخت‌های گردشگری، ذینفعان می‌توانند اقدامات مؤثری را در جهت تطبیق با این تغییرات اجرا کنند. این راهبردها می‌توانند شامل تنوع‌بخشی به خدمات گردشگری، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مقاوم در برابر تغییرات اقلیمی، اجرای سیاست‌های مدیریت پایدار منابع آب و تنظیم استراتژی‌های بازاریابی برای جذب گردشگران در زمان‌های مناسب‌تر باشد. (عابدی و صداقت، ۱۴۰۰)

افزون بر این، مطالعه تأثیر تغییرات اقلیمی بر گردشگری می‌تواند به سیاست‌گذاری‌های کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای در این بخش کمک کند. ترویج شیوه‌های گردشگری پایدار، ازجمله بهبود بهره‌وری انرژی در اقامتگاه‌ها و وسایل حمل‌ونقل، می‌تواند به کاهش اثرات زیست‌محیطی این صنعت و مشارکت آن در تلاش‌های جهانی برای مقابله با تغییرات اقلیمی کمک نماید.

در نهایت، درک نگرش‌ها و تغییرات احتمالی رفتار گردشگران در واکنش به تغییرات اقلیمی برای برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر ضروری است. پژوهش در این زمینه می‌تواند روشن کند که چگونه گردشگران ممکن است در انتخاب مقصد و الگوهای سفر خود تغییر ایجاد کنند، که این امر به کسب‌وکارهای گردشگری و مقاصد مختلف امکان می‌دهد تا این تغییرات را پیش‌بینی کرده و به‌طور فعالانه به آن‌ها پاسخ دهند.

بنابراین، بررسی تأثیرات تغییرات اقلیمی بر اقتصاد گردشگری یک منطقه خاص و تدوین راهبردهای سازگاری متناسب، نه‌تنها یک ضرورت علمی بلکه اقدامی اساسی برای تضمین تاب‌آوری و پایداری صنعت گردشگری در برابر این چالش جهانی به شمار می‌آید.

رودخانه زاینده‌رود نقش قابل‌توجهی در گردشگری مرکز ایران، به‌ویژه در استان اصفهان و منطقه چادگان دارد. تأسیس روستای گردشگری زاینده‌رود در چادگان به‌عنوان اولین روستای گردشگری در مرکز ایران، وابستگی موجود به این رودخانه و محیط اطراف آن را برای تأسیسات تفریحی و اقامتی نشان می‌دهد. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) خود اصفهان، که شهری تاریخی و فرهنگی است که رودخانه زاینده‌رود از آن عبور می‌کند، مقصدی اصلی برای گردشگران است. (محقق و همکاران، ۱۴۰۲) این رودخانه و مناظر مرتبط با آن، ازجمله پتانسیل‌های قایق‌رانی و سایر فعالیت‌های آبی، جذابیت کلی این مناطق را برای گردشگران داخلی و بین‌المللی افزایش می‌دهد.

با این حال، منطقه زاینده‌رود در برابر تأثیرات تغییرات اقلیمی، به‌ویژه در زمینه دسترسی به منابع آبی، آسیب‌پذیر است. بحث‌ها و منابع قبلی نشان می‌دهند که تغییرات اقلیمی می‌تواند منجر به کاهش بارندگی و افزایش خشکسالی شود که تأثیر مستقیمی بر جریان آب زاینده‌رود و قابلیت اجرای فعالیت‌های گردشگری وابسته به آن خواهد داشت. کاهش سطح آب می‌تواند جذابیت فعالیت‌های تفریحی مبتنی بر آب در چادگان را کاهش داده و همچنین ارزش زیبایی‌شناختی سایت‌های تاریخی اصفهان که با حضور رودخانه در ارتباط هستند، تحت تأثیر قرار دهد. علاوه بر این، تغییرات دما نیز ممکن است بر زمان‌بندی و ترجیحات گردشگران برای بازدید از این منطقه تأثیر بگذارد. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳؛ دادرس مقدم و همکاران، ۱۴۰۰؛ محقق و همکاران، ۱۴۰۲)

بنابراین، درک تأثیرات خاص تغییرات اقلیمی بر اقتصاد گردشگری زاینده‌رود بسیار مهم است. کاهش منابع آبی می‌تواند پیامدهای اقتصادی قابل‌توجهی برای بخش گردشگری در چادگان و اصفهان به همراه داشته باشد و بر کسب‌وکارهای محلی، اشتغال و درآمد منطقه‌ای تأثیر بگذارد. (ناصر نصیر و پرورش، ۱۳۹۹) تحقیق در این زمینه ضروری است تا ریسک‌ها را ارزیابی کرده و مقیاس خسارات اقتصادی احتمالی را که مختص این منطقه حیاتی است، درک کنیم. علاوه بر این، توسعه و اجرای استراتژی‌های سازگاری برای پایداری بلندمدت گردشگری در منطقه زاینده‌رود ضروری است. این امر مستلزم درک نحوه تأثیر تغییرات در جریان رودخانه و شرایط محیطی بر رفتار گردشگران، جذابیت مقصد و عملکرد زیرساخت‌های گردشگری است. (شایگان و همکاران، ۱۴۰۱) اقدامات سازگاری می‌تواند شامل تنوع‌بخشی به خدمات گردشگری در چادگان فراتر از فعالیت‌های مبتنی بر آب، سرمایه‌گذاری در تأسیسات گردشگری با مصرف بهینه آب در اصفهان و ترویج جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی باشد که کمتر به جریان رودخانه وابسته هستند. (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳) در نهایت، مطالعه آسیب‌پذیری‌ها و اقدامات سازگاری ممکن برای اقتصاد گردشگری زاینده‌رود می‌تواند به بحث‌های گسترده‌تری در زمینه مدیریت پایدار منابع آب و تاب‌آوری اقلیمی در منطقه کمک کند. (شایگان و همکاران، ۱۴۰۱) با تمرکز بر این مورد خاص، این تحقیق می‌تواند بینش‌های ارزشمندی برای سایر مناطق که با چالش‌های مشابه در توازن توسعه گردشگری با تأثیرات تغییرات اقلیمی بر منابع آبی حیاتی مواجه هستند، ارائه دهد.

## مبانی نظری

در اینجا به تأثیر تغییر اقلیم بر گردشگری و مفاهیم مرتبط پرداخته می‌شود:

تأثیر کلی تغییر آب و هوا بر گردشگری: برخی مطالعات به تأثیر قابل توجه تغییرات آب و هوا بر صنعت گردشگری اذعان دارند. رشد گردشگری به منابع طبیعی بستگی دارد که در دسترس بودن آن تحت تأثیر تغییرات آب و هوایی است که بر بخش هایی مانند غذا،

آب و جنگلداری و در نتیجه گردشگری تأثیر می گذارد. ادبیات در دهه‌های اخیر بر تجزیه و تحلیل اثرات نامطلوب تغییرات آب و هوایی بر این بخش‌های حامی زندگی در مقابل گردشگری متمرکز شده است. (دوگر و همکاران، ۲۰۱۹)

دوگرو و همکاران (۲۰۱۹) برای ارزیابی جامع آسیب‌پذیری و انعطاف‌پذیری، از جمله عوامل اقلیمی و غیراقلیمی، برای توسعه استراتژی‌های کاهش موثر و سازگاری بحث می‌کنند. این امر، امکان بررسی آسیب‌پذیری‌ها و انعطاف‌پذیری‌ها در صنعت گردشگری و سایر فعالیت‌های اقتصادی را در سطح کلان فراهم می‌کند.

استراتژی‌های سازگاری و کاهش: بخش قابل توجهی از ادبیات موجود بر پیش بینی تغییرات در متغیرهای آب و هوایی و توسعه استراتژی های سازگاری و کاهش برای بخش گردشگری متمرکز است. (دوگرو و همکاران، ۲۰۱۹)

تأثیر اقتصادی: پیامدهای اقتصادی تغییر آب و هوا بر گردشگری نیز بررسی شده است. یک مقاله از مدل CGE (تعادل عمومی قابل محاسبه) برای ارزیابی اثرات اقتصادی تغییرات آب و هوایی بر گردشگری، با در نظر گرفتن عواملی مانند افزایش سطح دریا استفاده می کند. این امر اهمیت تجزیه و تحلیل نه تنها هزینه‌های مستقیم، بلکه اثرات مرتبه بالاتر را نیز برجسته می‌کند. (بیگانو و همکاران، ۲۰۰۸)

افزایش سطح دریاچه و گردشگری ساحلی: تأثیر افزایش سطح دریاچه بر گردشگری ساحلی یک حوزه خاص مورد توجه در ادبیات است. مطالعات بر هزینه های مستقیم افزایش سطح دریا و گزینه های سازگاری بالقوه برای مناطق ساحلی متمرکز شده است. (بیگانو و همکاران، ۲۰۰۸)

آسایش آب و هوا و تقاضای گردشگری: تحقیقاتی در مورد رابطه بین شرایط آب و هوایی و تقاضای گردشگری، از جمله تاثیر شاخص های آسایش آب و هوا بر گردشگری انجام شده است. (دادرس مقدم و همکاران، ۱۴۰۰)

خطرات زیست محیطی و گردشگری در جزیره هرمز نشان می دهد که چگونه عوامل محیطی می توانند بر گردشگری در یک منطقه خاص تأثیر بگذارند. (ناصر نصیر و پرورش، ۱۳۹۹) البته، گردشگری کشاورزی به عنوان راهی برای افزایش تاب آوری جوامع روستایی در برابر تغییرات آب و هوایی و حفاظت از منابع آب و خاک پیشنهاد می کند. (دشتی اردکانی، ۱۴۰۳) در حالی که بر گردشگری کشاورزی متمرکز است، ارتباط بین تغییرات آب و هوایی، منابع طبیعی (آب) و تاب آوری مرتبط با گردشگری را نشان می دهد.

گردشگری روستایی و پایداری: ادبیات گردشگری پایدار روستایی بر نیاز به برآورده ساختن نیازهای بازدیدکنندگان و مناطق میزبان و در عین حال حفاظت از منابعی که گردشگری به آنها وابسته است تأکید می کند. (ایمانی و معدنی، ۱۴۰۲) این با نگرانی گسترده تر برای پایداری گردشگری در مواجهه با تغییرات آب و هوایی همسو است.

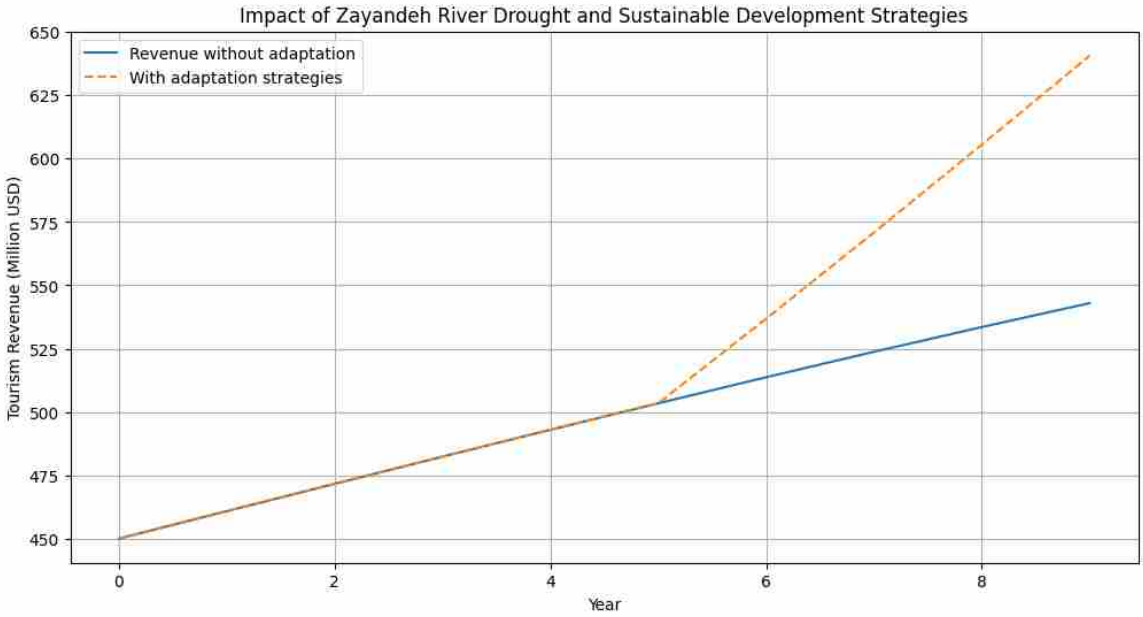
## روش‌شناسی

رودخانه زاینده‌رود، منبعی حیاتی برای شهر اصفهان، ایران، از صنعت گردشگری پررونقی پشتیبانی می‌کند که به‌طور قابل‌توجهی به اقتصاد محلی کمک می‌کند. با این حال، خشکسالی‌های ناشی از تغییرات اقلیمی جریان این رودخانه را به‌شدت کاهش داده و منجر به کمبود آب شده است که هم بر محیط‌زیست و هم بر فعالیت‌های گردشگری تأثیر می‌گذارد. برای بررسی رابطه بین دسترسی به آب و پویایی‌های گردشگری، یک مدل شبیه‌سازی برای ارزیابی الگوهای مصرف روزانه آب در یک منطقه گردشگری در طول یک

سال توسعه داده شد. این شبیه‌سازی که با استفاده از کتابخانه‌های `numpy` و `matplotlib` در زبان برنامه‌نویسی پایتون پیاده‌سازی شده است، بینش‌هایی درباره تغییرات تقاضای آب و پیامدهای آن برای مدیریت پایدار گردشگری ارائه می‌دهد.

در این مطالعه، تأثیر اقتصادی خشکسالی بر درآمد گردشگری در اصفهان شبیه‌سازی می‌شود و رشد طبیعی گردشگری، کاهش تعداد گردشگران به دلیل خشکسالی، و اعمال استراتژی‌های سازگاری را در نظر می‌گیرد. این شبیه‌سازی در شکل ۱ نشان داده شده است، بر مصرف روزانه آب در یک منطقه گردشگری تمرکز دارد و تغییرات و میانگین مصرف آب را در طول یک دوره ۳۶۵ روزه برجسته می‌کند. این شکل به‌عنوان یک تحلیل پایه برای درک فشارهای تقاضای آب که چالش‌های اقتصادی مدل‌شده در شبیه‌سازی درآمد را تشدید می‌کنند، عمل می‌کند.

**شکل (۱)- شبیه‌سازی مصرف روزانه آب در یک منطقه گردشگری در طول یک سال**




شکل ۱، مصرف روزانه آب شبیه‌سازی‌شده در یک منطقه گردشگری را در طول یک سال، بر حسب لیتر، نشان می‌دهد. محور افقی روزهای سال (از ۱ تا ۳۶۵) را نشان می‌دهد، در حالی که محور عمودی مصرف آب را، از ۰ تا ۱۰۰،۰۰۰ لیتر در روز، نمایش می‌دهد. خط آبی نشان‌دهنده مصرف روزانه آب است که تغییرات قابل‌توجهی را نشان می‌دهد، با اوج‌هایی که تا ۱۰۰،۰۰۰ لیتر می‌رسند و پایین‌ترین نقاطی که به حدود ۳۰،۰۰۰ لیتر کاهش می‌یابند. این تغییرات احتمالاً منعکس‌کننده الگوهای فصلی گردشگری هستند، با تقاضای بیشتر آب در فصل‌های اوج گردشگری (مانند بهار و تابستان در اصفهان، زمانی که جشنواره‌های فرهنگی و آب‌وهوای دلپذیر گردشگران را جذب می‌کنند) و تقاضای کمتر در دوره‌های کم‌گردشگر. خط قرمز نقطه‌چین میانگین مصرف آب را نشان می‌دهد که تقریباً ۶۰،۰۰۰ لیتر در روز محاسبه شده است و معیاری برای ارزیابی میزان نوسانات روزانه فراهم می‌کند.

تغییرات قابل‌توجه در مصرف آب، چالش‌های مدیریت منابع آب در مناطق وابسته به گردشگری مانند اصفهان را برجسته می‌کند، جایی که کاهش جریان رودخانه زاینده‌رود به دلیل تغییرات اقلیمی، کمبود آب را تشدید می‌کند. گردشگری می‌تواند تقاضای آب محلی را به‌طور قابل‌توجهی افزایش دهد، اغلب بین ۳۰ تا ۵۰ درصد بیشتر از مصرف مسکونی، به دلیل فعالیت‌هایی مانند عملیات

هتل‌ها، محوطه‌سازی، و امکانات تفریحی (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۱۲). در زمینه اصفهان، میانگین مصرف روزانه شبیه‌سازی‌شده ۶۰،۰۰۰ لیتر با برآوردها برای مناطق گردشگری متوسط هم‌خوانی دارد، اما فشار بر منابع آب را در دوره‌های اوج، زمانی که تقاضا به ۱۰۰،۰۰۰ لیتر نزدیک می‌شود، نشان می‌دهد.

پیامدهای اقتصادی این کمبود آب در شبیه‌سازی گسترده‌تر درآمد گردشگری مشهود است. کد ارائه‌شده تعداد گردشگران پایه را ۱،۰۰۰،۰۰۰ نفر با نرخ رشد طبیعی ۵ درصد در سال مدل می‌کند، اما تأثیر خشکسالی را معرفی می‌کند که تعداد گردشگران را در یک دوره ۱۰ ساله بین ۱۰ تا ۳۰ درصد کاهش می‌دهد. این کاهش، که ناشی از کاهش جریان رودخانه زاینده‌رود است، منجر به کاهش درآمد پیش‌بینی‌شده حدود ۱۲۷,۴۷ میلیون دلار آمریکا تا سال آخر می‌شود (همان‌طور که در خروجی کد چاپ شده است). اعمال استراتژی‌های سازگاری—مانند توسعه زیرساخت‌ها، کمپین‌های تبلیغاتی، و حفاظت از محیط‌زیست—این ضرر را به میزان ۲۴,۳۹ میلیون دلار جبران می‌کند و پتانسیل اقدامات پیشگیرانه برای حفظ درآمد گردشگری علی‌رغم چالش‌های زیست‌محیطی را نشان می‌دهد.

**ارتباط مصرف آب با تأثیرات اقتصادی:** الگوهای مصرف آب در شکل ۱ به‌طور مستقیم مدل اقتصادی را با نشان دادن محدودیت‌های منابع که به کاهش تعداد گردشگران کمک می‌کنند، آگاه می‌سازد. به‌عنوان مثال، در دوره‌های اوج تقاضای آب، کمبودها ممکن است منجر به کاهش کیفیت خدمات در هتل‌ها، محدودیت فعالیت‌های تفریحی (مانند بسته شدن جاذبه‌های وابسته به آب مانند پل‌های رودخانه زاینده‌رود)، و ادراک منفی از اصفهان به‌عنوان یک مقصد گردشگری شود. تحقیقات نشان می‌دهد که کمبود آب می‌تواند گردشگران را، به‌ویژه در مناطق خشک، دلسرد کند، جایی که تخریب محیط‌زیست و کمبود منابع نشانه‌ای از مقصدی ناپایدار است (اسکات و همکاران، ۲۰۱۲). میانگین مصرف آب ۶۰،۰۰۰ لیتر در روز، اگرچه در شرایط عادی قابل مدیریت است، در سال‌های خشکسالی که جریان رودخانه زاینده‌رود به‌شدت پایین است، ناپایدار می‌شود، همان‌طور که در دهه‌های اخیر مشاهده شده است (مدنی، ۲۰۱۴).

**استراتژی‌های سازگاری و توصیه‌های سیاستی:** شبیه‌سازی از سال پنجم استراتژی‌های سازگاری را شامل می‌شود که شامل توسعه زیرساخت‌ها (۱۵ درصد کاهش تأثیر)، کمپین‌های تبلیغاتی (۱۰ درصد کاهش تأثیر)، و حفاظت از محیط‌زیست (۲۰ درصد کاهش تأثیر) است. این استراتژی‌ها به‌طور جمعی بخشی از ضرر درآمد را جبران می‌کنند و با افزایش تاب‌آوری بخش گردشگری، به پایداری آن کمک می‌کنند. به‌عنوان مثال، توسعه زیرساخت‌ها می‌تواند شامل ساخت امکانات کم‌مصرف آب، مانند سیستم‌های بازیافت آب خاکستری در هتل‌ها باشد که نشان داده شده است مصرف آب را تا ۴۰ درصد در مناطق گردشگری کاهش می‌دهد (گوسلینگ، ۲۰۱۵). کمپین‌های تبلیغاتی می‌توانند اصفهان را به‌عنوان یک مقصد پایدار بازتعریف کنند و بر میراث فرهنگی به‌جای جاذبه‌های وابسته به آب تأکید کنند، در حالی که تلاش‌های حفاظت از محیط‌زیست، مانند پروژه‌های احیای رودخانه، می‌توانند به حفظ یکپارچگی اکولوژیکی رودخانه زاینده‌رود کمک کنند.

از منظر سیاستی، یافته‌ها نشان می‌دهند که مدیریت آب در مناطق گردشگری باید با برنامه‌ریزی اقتصادی یکپارچه شود. مقامات محلی در اصفهان می‌توانند استراتژی‌های مدیریت تقاضا، مانند قیمت‌گذاری پلکانی آب برای دوره‌های پرمصرف، را برای تشویق به صرفه‌جویی در میان اپراتورهای گردشگری اجرا کنند. علاوه بر این، سرمایه‌گذاری در منابع آب جایگزین، مانند نمک‌زدایی یا جمع‌آوری آب باران، می‌تواند فشار بر رودخانه زاینده‌رود را کاهش دهد و تأمین آب پایداری برای ساکنان و گردشگران فراهم کند.

## نتیجه‌گیری

این مطالعه به آسیب‌پذیری قابل‌توجه اقتصاد گردشگری، به‌ویژه در مناطقی مانند حوضه رودخانه زاینده‌رود، در برابر تأثیرات تغییرات اقلیمی اشاره دارد که عمدتاً از وابستگی گردشگری به منابع آبی ناشی می‌شود. کاهش جریان آب در زاینده‌رود به‌طور مستقیم بر جذابیت جاذبه‌های کلیدی مانند چادگان و مناظر رودخانه‌ای اصفهان تأثیر می‌گذارد و منجر به کاهش فعالیت‌های تفریحی، افت ارزش زیبایی‌شناختی، و زیان‌های اقتصادی قابل‌توجه از جمله کاهش درآمد و اشتغال محلی می‌شود. شبیه‌سازی نشان می‌دهد که این تأثیرات می‌توانند تا ۱۲۷/۴۷ میلیون دلار ضرر در یک دوره ۱۰ ساله ایجاد کنند، اما اجرای استراتژی‌های سازگاری می‌تواند تا ۲۴/۳۹ میلیون دلار از این ضرر را جبران کند، که ضرورت سرمایه‌گذاری فوری در این اقدامات را تأیید می‌کند.

یافته‌ها بر نیاز حیاتی به استراتژی‌های سازگاری پیشگیرانه مانند تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگری، مدیریت بهینه منابع آب، و توسعه زیرساخت‌های مقاوم تأکید دارند. مدل دینامیک سیستم به‌کاررفته در این مطالعه ابزاری قدرتمند برای پیش‌بینی این تأثیرات و ارزیابی اثربخشی اقدامات پیشنهادی ارائه می‌دهد و گسترش آن به سایر مناطق می‌تواند سیاست‌گذاری مبتنی بر داده را تقویت کند. علاوه بر این، مدیریت پایدار گردشگری نه‌تنها برای حفظ اقتصاد محلی، بلکه برای تضمین دسترسی عادلانه به آب برای ساکنان و حفاظت از اکوسیستم زاینده‌رود ضروری است. با توجه به تشدید تغییرات اقلیمی در آینده، برنامه‌ریزی بلندمدت و انعطاف‌پذیر برای حفظ این صنعت در برابر سناریوهای شدیدتر حیاتی خواهد بود. تحقیقات آینده می‌توانند با تمرکز بر اثرات خاص بر گروه‌های مختلف گردشگران یا راه‌حل‌های نوآورانه مانند بازیافت آب، این یافته‌ها را تکمیل کنند.

در اینجا، به آسیب‌پذیری قابل توجه اقتصاد گردشگری، به‌ویژه در مناطقی مانند حوضه رودخانه زاینده‌رود، در برابر تأثیرات تغییرات اقلیمی اشاره دارد. این آسیب‌پذیری عمدتاً از وابستگی گردشگری به منابع آبی ناشی می‌شود که به طور فزاینده‌ای تحت تهدید تغییر الگوهای دما و بارش قرار دارند و منجر به کمبود آب و خشکسالی می‌شوند.

- تأثیرات مستقیم بر جاذبه‌های گردشگری: کاهش جریان آب در زاینده‌رود به طور مستقیم بر جذابیت مقاصد گردشگری کلیدی تأثیر می‌گذارد. برای مثال، چادگان که به عنوان نخستین روستای گردشگری در مرکز ایران شناخته می‌شود و به شدت به این رودخانه وابسته است، با کاهش سطح آب، کاهش فعالیت‌های تفریحی وابسته به آب را تجربه می‌کند. به طور مشابه، اصفهان که یک شهر تاریخی و فرهنگی است و از رودخانه زاینده‌رود عبور می‌کند، تأثیر منفی بر ارزش زیبایی‌شناختی مناظر مرتبط با رودخانه خود و احتمالاً بر فعالیت‌هایی مانند قایقرانی مشاهده می‌کند. منابع همچنین اشاره می‌کنند که افزایش دما می‌تواند به طور مستقیم بر جذابیت مقاصد گردشگری تأثیر بگذارد و تمایلات گردشگران را به سوی مناطق خنک‌تر سوق دهد. علاوه بر این، رویدادهای شدید آب و هوایی مانند سیلاب‌ها و خشکسالی‌ها می‌توانند به زیرساخت‌های گردشگری آسیب بزنند و فعالیت‌های گردشگری را به خطر بیندازند.
- عواقب اقتصادی: این تأثیرات مستقیم بر جاذبه‌های گردشگری منجر به زیان‌های اقتصادی قابل توجهی برای بخش گردشگری محلی می‌شود. کاهش تعداد گردشگران و کاهش توانمندی کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در چادگان و اصفهان می‌تواند منجر به کاهش اشتغال و درآمد محلی شود. مقاله بر اهمیت اقتصادی صنعت گردشگری به عنوان یک بخش کلیدی در سطح جهانی تأکید دارد و همچنین به پیامدهای اقتصادی شدید برای مناطقی که به شدت به این صنعت وابسته هستند در صورت مواجهه با تغییرات اقلیمی اشاره می‌کند. نیاز به ارزیابی ریسک‌ها و زیان‌های اقتصادی ناشی از این تأثیرات به عنوان یک موضوع حیاتی مطرح می‌شود.

- ضرورت استراتژی‌های سازگاری: یافته‌های تحقیق به شدت بر نیاز حیاتی به توسعه و اجرای استراتژی‌های سازگاری پیشگیرانه تأکید دارد تا پایداری و تاب‌آوری بلندمدت صنعت گردشگری تضمین شود. این استراتژی‌ها برای کاهش تأثیرات منفی تغییرات اقلیمی و کمبود آب ضروری هستند. نمونه‌هایی از این استراتژی‌ها عبارتند از:
  - تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگری به منظور کاهش وابستگی به فعالیت‌های پرمصرف آب در مناطقی مانند چادگان. این می‌تواند شامل تمرکز بیشتر بر جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی در اصفهان باشد که کمتر به جریان رودخانه وابسته هستند.
  - ترویج شیوه‌های مدیریت بهینه منابع آبی در بخش گردشگری، مانند اقدامات صرفه‌جویی در آب در هتل‌ها و سایر تأسیسات گردشگری.
  - اتخاذ رویکردهای بازاریابی استراتژیک برای جذب گردشگران در فصول مختلف یا تبلیغ جاذبه‌های کمتر وابسته به آب.
  - سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مقاوم در برابر تغییرات اقلیمی.
  - در نظر گرفتن سیاست‌هایی برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای در بخش گردشگری، مانند بهبود بهره‌وری انرژی و ترویج حمل و نقل پایدار.
- نقش مدل دینامیک سیستم: به کاربرد مدل دینامیک سیستم در منطقه گردشگری اصفهان اشاره شد. این مدل احتمالاً به شبیه‌سازی تأثیرات کمبود آب بر گردشگری و مزایای بالقوه اجرای اقدامات سازگاری کمک می‌کند. از اینرو، اپیشنهاد می‌شود که چنین مدل‌سازی می‌تواند مزایای اقتصادی استراتژی‌های سازگاری پیشگیرانه را در جبران تأثیرات منفی کاهش دسترسی به آب نشان دهد.

## منابع


ایمانی، بهرام، جواد معدنی، ۱۴۰۲، گردشگری روستایی سبز: بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری روستایی پایدار و حافظ محیط زیست، مطالعات علوم محیط زیست، ۸(۴): ۷۳۰۵-۷۳۲۰.

دادرس مقدم، امیر، مهدی حسینی، محسن حمیدیان پور، مهسا سیاحی، ۱۴۰۰، تأثیر عوامل اقلیمی و اقتصادی بر صنعت گردشگری در مناطق مختلف ایران (با روش حداقل مربعات معمولی پویا و گشتاور تعمیم یافته در دوره زمانی ۱۳۸۵-۱۳۹۷)، محیط زیست، منابع طبیعی ایران، ۷۴(۱): ۴۱-۵۴.

دشتی اردکانی، محمد، ۱۴۰۳، گردشگری کشاورزی نوآورانه؛ فرصتی برای حفاظت از منابع آب و خاک، سازگاری با تغییرات اقلیمی و افزایش تابآوری جوامع روستایی، هفتمین کنفرانس ملی حفاظت خاک و آبخیزداری پیامدهای تغییر اقلیم بر کشاورزی و منابع طبیعی تهران، ۲۲ و ۲۳ خرداد ۱۴۰۳.

شایگان، مصطفی، محسن رنجبر، رضا برنا، آزاده اربابی سبزواری، ۱۴۰۱، تاب‌آوری مقاصد گردشگری در مقابل آسیب‌های ناشی از تغییرات اقلیمی (مورد مطالعه: استان همدان)، جغرافیای طبیعی، ۱۴(۵۶): ۱-۱۵.

شفیعی، زاهد، امین محمدی، ۱۳۹۳، بررسی تأثیرات توسعه گردشگری بر جامعه میزبان: نمونه موردی شهر چادگان، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۱۱(۴۱): ۷۷-۹۰.

عابدی، سمانه، ملیحه صداقت، ۱۴۰۰، ارزیابی اثرات تغییرات اقلیم بر تقاضای گردشگری در شهرهای ایران، فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۰(۱): ۱-۱۸.

کریمی، زینب، علی طالبی، ۱۴۰۳، اثر گردشگری بر خدمات فرهنگی زاینده‌رود (حوزه آبخیز اسکندری)، علوم و مهندسی آبخیزداری ایران، ۱۸(۶۵): ۶۲-۷۳.

محقق، فائزه، مسعود تقوایی، نگین صادقی، ۱۴۰۲، تبیین نقش ویژگی‌های جمعیتی- اجتماعی محله بر میزان تاب‌آوری اجتماعی (نمونه مطالعاتی: محله ناصر خسرو اصفهان)، مطالعات محیطی هفت حصار، ۴۴(۱۱): ۴۱-۶۴.

ناصر نصیر، الهه، حسین پرورش، ۱۳۹۹، ارزیابی ریسک‌های زیست‌محیطی فعالیت‌های گردشگری به روش تجزیه و تحلیل حالات شکست زیست‌محیطی و اثرات آن (EFMEA) به منظور مدیریت پایدار گردشگری (مورد مطالعه: جزیره هرمز)، مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۲): ۳۵۱-۳۷۹.

Bigano, Andrea, Francesco Bosello, Roberto Roson, Richard S.J. Tol, 2008, Economy-Wide Impacts of Climate Change: a Joint Analysis for Sea Level Rise and Tourism, DSE Working Paper, No.06/WP/2008.

Dogru, Tarik, Elizabeth A. Marchio, Umit Bulut, Coutney Suess, 2019, Climate change: Vulnerability and resilience of tourism and the entire economy, Tourism Management, 72: 292-305.

Gössling, S., ۲۰۱۵, New performance indicators for water management in tourism. Tourism Management, ۴۶, ۲۳۳–۲۴۴. https://doi.org/۱۰/۱۰۱۶/j.tourman.۲۰۱۴/۰۷/۰۰۷

Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., Lehmann, L. V., & Scott, D. (۲۰۱۲). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. Tourism Management, ۳۳(۱), ۱–۱۵. https://doi.org/۱۰/۱۰۱۶/j.tourman.۲۰۱۱/۰۳/۰۱۵

Madani, K., ۲۰۱۴, Water management in Iran: What is causing the looming crisis? Journal of Environmental Studies and Sciences, ۴(۴), ۳۱۵–۳۲۸. https://doi.org/۱۰/۱۰۰۷/s۱۳۴۱۲-۰۱۴-۰۱۸۲-z

Scott, D., Gössling, S., & Hall, C. M. (۲۰۱۲). International tourism and climate change. Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change, ۳(۳), ۲۱۳–۲۳۲. https://doi.org/۱۰/۱۰۰۲/wcc.۱۶۵

# بررسی جغرافیای تاریخی رودخانهٔ زاینده‌رود در دوره صفویه

**بدرالسادات علیزاده مقدم**،دانشیار گروه تاریخ دانشگاه پیام نور تهران، ایران Alizadeh.b@pnu.ac.ir

## چکیده :

رودخانه زاینده رود از دیر باز نقش مهمی در شکل گیری شهراصفهان و استمرار حیات شهری آن به عهده داشته است. شهر اصفهان در ادوار مختلف تاریخی دوره های شکوه و عظمت بسیاری را بخود دیده است که رودخانه زاینده رود از جایگاه مهمی در این برهه برخوردار بوده است. از جمله این ادوار،دوره صفویه و انتخاب اصفهان به عنوان پایتخت صفویان بوده است. با انتخاب شهر اصفهان به پایتختی ، اهمیت رودخانه زاینده‌رود در تداوم حیات این شهر دوچندان شد. در این برهه از طرف دولت صفویان تلاشهای بسیاری در جهت بهینه کردن کارآیی این رودخانه و استفاده بهتر از آب آن صورت گرفت،به رغم مساعی انجام شده، رودخانه زاینده رود در این برهه همچنان با چالش‌هایی مواجه بود. هدف این مقاله با رویکرد توصیفی و تحلیلی و مبتنی بر منابع کتابخانه‌ای پاسخ به این سوال اصلی است که اهمیت رودخانه زاینده‌رود و مهمترین چالش‌های پیش‌روی این رودخانه در دوره صفویه چه بود؟ یافته‌های پژوهش موید آن است که رودخانه زاینده‌رود علاوه بر حفظ سرسبزی فضای شهری اصفهان در دوره صفوی، موجد تاثیرات مهمی در حیات این شهر بود. با این حال عواملی چون برداشت‌های بی رویه از بالادست رودخانه و شرایط خاص اقلیمی و سرانجام مدیریت نادرست از مهمترین چالش‌ها و دلایل کم شدن تدریجی آب این رودخانه در این دوره بوده است.

**واژگان کلیدی**: اصفهان، دوره صفویه، رودخانه زاینده‌رود، شاه عباس اول

## ۱.مقدمه

در طول تاریخ تمدن‌ها و فرهنگ‌های بی‌شماری در کنار رودخانه‌ها شکل گرفتند و بالنده شدند. از همین رو برخی از محققان بسیاری از تمدن‌های بزرگ همچون تمدن مصر را هدیه‌ای از طرف رودخانه نیل شمرده‌اند. بی تردید شکل‌گیری و اعتبار و عظمت شهر اصفهان در طول تاریخ نیز تا حدود زیادی محصول همجواری با رودخانه زاینده‌رود بوده است. این موضوع وقتی از اهمیت بیشتر برخودار می‌گردد که بدانیم شهر اصفهان به لحاظ جغرافیایی از سه سوی در محاصره کویر قرار گرفته و میزان تبخیر سالانه آن نیز چند برابر میزان بارندگی آن است. اهمیت وجودی این رودخانه در طول تاریخ شهر اصفهان و اتکاء رونق و سرسبزی اصفهان به این رودخانه در اخبار گذشته و حال چنان بوده است که بر اساس این اخبار می‌توان گفت یکی از عوامل مهم اشتهار اصفهان به لقب نصف جهان وجود همین رودخانه در شهر اصفهان بوده است. چرا که از دیرباز این رودخانه نقش کلیدی در حیات تاریخی این شهر ایفاءکرده است. چنانکه مردوایج زیاری در سال ۳۲۳ هجری جشن سده را که از اعیاد ملی ایرانیان باستان بود را در کنار رودخانه‌ی زاینده‌رود برپا کرد.(هنرفر، ۱۳۵۰: ۳۱) پس از آن ملکشاه سلجوقی بواسطه آبادانی شهر اصفهان که مرهون زاینده‌رود بود این شهر را به پایتختی انتخاب کرد و عمارت‌ها و کوشک‌ها و باغات بی‌شماری در این شهر بویژه در کنار رودخانه‌ی زاینده‌رود بوجود آورد . (مافروخی، ۱۳۲۸: ۳۴)از مهمترین این باغ‌ها، باغ کاران بود که خواجه حافظ شیرازی در یکی ازغزلیات خود از آن چنین یاد کرده است:

گرچه صد رود است در چشمم مدام زنده‌رود و باغ کاران یاد باد (حافظ شیرازی،۱۳۸۳: ۷۰)

از طرف دیگر، گاه به جهت شدت میزان بارش برف در ارتفاعات و یا بارندگی‌های ممتد گاه و ناگاه زاینده‌رود طغیان کرده اسباب تلاطم مردم اصفهان را فراهم می‌کرد. از جمله در منابع آمده است که "به سال ۳۱۰ در رودخانه زرین‌رود بیش از اندازه و به خلاف عادت مد روی داد و آب چنان بالا آمد که بر پشت پلها رسید و مردم نتوانستند از آن‌ها بگذرند... مردم شهر بر جان خود سخت بیمناک شدند زیرا آب رودخانه یک سوی بارو را فرو گرفته و قسمتی از آن را سوراخ کرده بود اما پس از مدتی آب پائین آمد و رو به کاهش گذاشت." (هنرفر، ۱۳۷۶ : ۳۸-۳۹)با اینحال جریان این رودخانه در طول ادوار محتلف پیوسته مایه حیات و اهمیت اصفهان بود. چنانکه در دوره صفویه آبادانی و اعتدال آب و هوای اصفهان که تاثیر مستقیم وجود رودخانه‌ی زاینده‌رود در این شهر بود، بار دیگر یکی از عوامل انتخاب این شهر، به پایتختی از جانب شاه عباس اول شد. ( شاردن، ۱۳۷۴ : ۱۵۸۹/۴)اهتمام شاه عباس در آبادانی اصفهان و وسعت اقدامات وی در این جهت چنان بود که بقول برخی از محققان، اصفهان را باید شهر شاه عباس دانست. (لوتی، ۱۳۵۶: ۱۷۰) در این میان به نظر می‌رسد که از جمله اقدامات عدیده شاه عباس اول در جهت عمران و آبادی هر چه بیشتر اصفهان توجه ویژه وی به اهمیت رودخانه زاینده‌رود و استمرار جریان آب این رودخانه بود. اگر چه توجه به اهمیت این رودخانه در حیات شهر اصفهان از سوی پادشاهان صفوی از آغاز این سلسله وجود داشت اما این موضوع در دوره شاه عباس اول از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می گردد. به رغم تلاشهای عدیده شاه عباس اول و برخی دیگر از جانشیان وی ، رودخانه زاینده رود در دوره صفویه همچنان با برخی از چالشها روبرو بود که بسیاری از آنها نتیجه مسقیم فراز و فرودهای سیاسی پس از درگذشت شاه عباس و سوء مدیریتهای اجرایی بود.

## ۲-روش شناسی تحقیق :

این پژوهش از نظر ماهیت و روش کار در ردیف تحقیقات تاریخی جای دارد که داده های آن به شیوه ی کتابخانه ای جمع آوری شده است. روش تجزیه و تحلیل داده های این پژوهش نیز به سبک توصیفی، تحلیلی می باشد.

## ۳- نتایج و تجزیه و تحلیل ها

### الف.اهمیت رودخانه‌ی زاینده‌رود در دوره صفوی

رودخانه‌ی زاینده‌رود یکی از بزرگ‌ترین و مهمترین رودخانه‌های فلات مرکزی ایران است که به عنوان شریان طبیعی و رگ حیاتی در منطقه کویری اصفهان، نقش مهمی در حاصل‌خیزی و سرسبزی وزیبایی این منطقه ایفاء می‌کند. این رودخانه از ارتفاعات زردکوه بختیاری و از رشته‌ای بنام کوهرنگ سرچشمه می‌گیرد. (شاردن، ۱۳۷۴: ۱۳۹۲/۴) و از مغرب به مشرق تا باتلاق گاوخونی جریان دارد. این رودخانه در مسیر خود همه‌ی جلگه اصفهان را سیراب می‌نماید. بستر این رودخانه از سرچشمه تا مصب، از خود زایش آب می‌کند و گویا وجه تسمیه آن به زاینده‌رود نیز از همین رو بوده است. (اوتر، ۱۳۶۳ : ۸۰)ادر متون تاریخی از این رودخانه ، با نام‌هایی چون زرین‌رود،(ابن رسته ، ۱۳۶۵ : ۱۰۳) زرن‌رود، زنده‌رود و سرانجام "زاینده‌رود" یاد کرده‌اند. (شاردن، ۱۳۷۴ : ۱۳۹۲/۴) وآن را تنها منبعی دانسته‌اند که آب دشت اصفهان را فراهم می‌کرد . در طول تاریخ نقش مهم رودخانه زاینده رود ، فراوانی آب آن و حاصل خیزی جلگه ی همجوار ان که به وسیله ی کانال های متعدد زاینده رود آبیاری می شد خود از جمله عواملی بود که بارها این شهر به پایتختی برگزیده شده و به اوج عظمت و شکوه برسد . از جمله این ادوار دوره صفویه و به تخت نشستن شاه عباس اول بود . با انتقال پایتخت از سوی شاه عباس اول از قزوین به اصفهان در سال ۱۰۰۰ هجری ،قمری یک بار دیگر، اصفهان به مرکز توجه جهانی به عنوان پایتخت صفویان مبدل شد. شاه عباس در کنار اقدامات مختلف در جهت هر چه با شکوه تر شدن شهر اصفهان ، در جهت افزایش طراوت و سرسبزی آن که نتیجه ی مستقیم وجود رودخانه زاینده رود بود، توجه ویژه ای به این رودخانه و استمرار جریان آن در شهر اصفهان مبذول کرد. بطوریکه اصفهان به باغ شهری زیبا مبدل شد.. در این برهه جریان آب زاینده‌رود از طریق نهرها و یا مادی‌ها در سراسر اصفهان جریان یافته و نقش مهمی در سرسبزی اصفهان ایفاء می‌کرد. جریان آب این نهرها پس از جاری شدن در سراسر کوچه‌های شهر، جهت آبیاری باغات از آن بهره گرفته می‌شد. ( دولند، ۱۳۵۵: ۴۷) چنانکه برای هر باغ بسته به وسعتش به ازای یک بار آب‌گیری در هفته حقابه‌ای خاص معین شده بود که طبق برنامه‌ای ویژه در هر محله انجام می‌شد. قوانین مربوط به این حقابه‌ها با نظارت کامل ماموران دولت صفوی انجام می‌گرفت و عدم رعایت این قوانین جریمه‌های سنگینی چون مصادره اموال و دارایی‌های افراد خاطی را به همراه داشت. در واقع صفویان با اتخاذ همین تدابیر و نظارت‌ها توانسته بودند شهر کویری اصفهان را به شهر حاصلخیزی مبدل نمایند (فلاندن، ۱۳۲۴: ۱۳۲)که وجود باغات بی‌شمار آن علاوه بر لطافت و اعتدال هوا، پایتخت صفویان را از دور بیشتر شبیه به باغ شهر یا جنگل نموده بود. از باغات معروف این دوره می‌توان به باغ زرشک ، باغ بلبل و باغ هزار جریب و سرانجام دیگر باغات زیبا و فربخش اطراف خیابان اصلی شهر یعنی چهارباغ می‌توان اشاره کرد.(یاوری، ۱۳۹۰ : ۱۵۶) این باغ‌ها از جمله اقامتگاه‌های تفریحی شاه و درباریان وگاه عامه مردم بود(گرس، ۱۳۷۰: ۲۴۲) و زیبایی اصفهان را دوچندان کرده بود. شاه عباس همچنین پس از انتخاب شهر اصفهان به پایتختی، برای تبدیل این شهر به شهری جهانی تصمیم به ایجاد محلات جدیدی در امتداد رودخانه زاینده‌رود گرفت. این محلات جدید متعلق به مهاجرانی بودند که شاه عباس به‌واسطه استفاده از توان آن‌ها در پیشرفت تجاری و اقتصادی ایران دستور انتقال آن‌ها را از شهرهایشان به اصفهان صادرکرده بود. از جمله این محلات جدید و مجاور زاینده‌رود می‌توان به محله‌ی جلفا متعلق به ارامنه‌ی جلفا و محله‌ی گبرآباد یا سعادت آباد متعلق به زرتشتیان انتقالی از یزد و کرمان و محله‌ی عباس آباد متعلق به تبریزی‌ها نام برد. در تمامی این محلات نوبنیادکه دارای کوچه‌های پهن و زیبا بود، آب زاینده‌رود توسط مادی‌ها جریان داشت و در زیبایی این محلات نقش موثری ایفا می‌کرد. در محله‌ی جلفا علاوه بر ارامنه اروپائیان و اکثر مسیونرهای مذهبی نیز اقامت داشتند. این محلات به واسطه‌ی پل‌هایی زیبایی چون پل الله وردیخان (جلفا) و پل خواجو (شیراز) به قسمت شمال شهر اصفهان متصل می‌شد. این پل‌ها بقول پرفسور پوپ جهت بهره‌برداری استادانه از روی رودخانه با نسیم خنک و جریان زندگی بخش آب اختصاص یافته بود در واقع این پل‌ها هم به عنوان محور مواصلاتی وهم جایگاهی جهت توقف و تفرج مردم کاربرد پیدا کرده بود. (پوپ،۱۳۹۰ :۲۳۷) سلاطین صفوی همچنین در اطراف زاینده‌رود کاخ‌ها و قصرهای

زیبایی بنا کردند که از جمله زیباترین آن قصر آیینه خانه و قصر سعادت آباد بود. آب زاینده‌رود علاوه بر برکت و طراوتی که به زمین‌های اطراف خود می‌بخشید به دلایل دیگری نیز مورد توجه بود. چنانکه در این دوره مراسم برخی از اعیاد در کنار زاینده‌رود انجام می‌شد. از جمله مراسم جشن‌های نوروزی (شاملو، ۵۱۸/۱۳۷۱:۱) و جشن آب پاشان که از سنت‌های قدیم ایرانیان بود و با حضور شاه در کنار زاینده‌رود انجام می‌گرفت. گاه نیز سپاه شاهی از سواحل این رودخانه به عنوان استراحتگاه استفاده کرده و زیر درختان آن ساعت‌ها می‌آرامیدند. (ترکمان، ۱۳۵۰: ۸۳۸/۱) از طرف دیگر در این دوره آسیاب‌های شهر اصفهان نیز به نیروی آب زاینده‌رود در چرخش و گردش بودند. علاوه برشهر اصفهان، زاینده‌رود در مسیر خودش موجب آبیاری و حاصلخیزی روستاها و قرای متعددی بود که بقول شاردن "همه‌ی این دیه‌ها حاصلخیز، آبادان و خوش منظره بوده و بعضی از آن‌ها به راستی نمونه صفا و عمران و وفور نعمت بودند." (شاردن، ۱۳۷۴ :۱۵۸۶/۴) جریان زاینده‌رود همچنین در مسیر خود بیشه‌زارهای بوجود آورده بودکه تفرجگاه عمومی و محلی برای شکار پرندگان و صید ماهی بود این بیشه‌زارها در زیبایی و لطافت آب و هوا و چشم‌انداز عمومی رودخانه و سرانجام در مطلوبیت و زیبایی فضای حواشی رودخانه تاثیر بسزایی ایفاء می‌کرد.

**ب.چالش‌های رودخانه زاینده‌رود و عوامل آن**

بررسی منابع و آثار سیاحانی که در دوره صفویه از شهر اصفهان دیدار کرده‌اند و در ضمن گزارش‌های خود از این شهر، به زاینده‌رود نیز پرداخته‌اند موید دو نکته اساسی است. در بدو امراین گزارش‌ها به اشاره به طغیان‌هایی اشاره کرده‌اند که گاه و بیگاه عمدا" در فصل بهار و موافع پرآبی رودخانه حادث می‌شد و خساراتی را به مردم شهر وارد می‌کرد. (دوگوبینو، ۱۳۸۳: ۱۵۳) این طغیان‌ها در منابع تاریخ نگاران عهد صفوی نیز ثبت شده است. اما چالش اصلی که همه‌یٰ این گزارشگران به آن اشاره کرده‌اند مشکل کم آبی این رودخانه به ویژه در فصل تابستان بود. در باب علت کم آبی این رودخانه نیز این سیاحان در بررسی‌های خود به عوامل مختلفی اشاره کرده‌اند از جمله این عوامل خشکی بیش از حد هوا و کمبود برف و باران در اصفهان بود. چنانکه در این دوره اولین دهقانی که خبر ریزش برف را به دربار می‌برد از شاه صد تومان مژدگانی دریافت می‌کرد. (تاورنیه، ۱۳۸۹ :۱۶)کمبود آب رودخانه به ویژه در فصل تابستان گاه چنان شدت می‌یافت که مردم اصفهان اغلب اوقات به جای آنکه از روی پل‌ها عبور کنند از گدارآن عبور می‌کردند. از دیگر عواملی موثر در کمبود آب زاینده‌رود که سیاحان در این دوره به آن اشاره کرده‌اند، وجود انشعاب‌های متعدد در قالب نهرهای کشبری بود که از آب این رودخانه گرفته شده بود. این رودهای و نهرها هرکدام به جویبارهای کوچکتری تقسیم می‌شد که جهت آبیاری اراضی مختلف از آن بهره گرفته می‌شد. انشعابات بی رویه از این رودخانه علاوه بر آنکه بیش از حجم آب جاری در بستر رودخانه بود از طرف دیگر بسیاری از نهرها در انتها دوباره به رودخانه بازنگشته و در دشت‌ها ناپدید می‌شدند. از این رو جریان آب رودخانه هرچه از سرچشمه دورتر می‌شد ازحجم آب آن کمتر و کمتر می‌شد و سرانجام در نزدیکی یزد ناپدید می‌گردید. (فلاندن، ۱۳۲۴ :۱۳۲)مورخان و سیاحان این دوره همچنین نامشخص بودن حریم این رودخانه و پهنای زیاد و متفاوت بودن عرض در قسمت مختلف رودخانه، از دیگر عواملی دانسته‌اند که به شدت تبخیر جریان اندک آب در بستر رودخانه به ویژه در فصول گرم سال دامن زده بود. در این شرایط قنات‌ها نیز که نقش ارزنده‌ای در جمع‌آوری و هدایت آب‌های زیرزمینی چه به لحاظ کشت و زرع و چه به لحاظ بازگشت آب‌های سرگردان به رودخانه ایفاء می‌کرد ، بواسطه عوامل مختلفی از جمله سوء مدیریت‌ها و سهل انگاری‌ها به ویژه در اواخر دوره صفویه (دورهء شاه سلطان حسین) به مرور زمان از بین رفته بودند (گرس، ۱۳۷۰ : ۲۴۲) و بدین ترتیب فشار مضاعفی بر رودخانه‌ی زاینده‌رود وارد می‌شد. سوء مدیریت‌ها به این موضوع خلاصه نشده و در ادواری از دوره صفوی به سبب برخی از منافع شخصی مدیران اجرایی کشور همچون شیخ علی خان رئیس الوزاری شاه عباس دوم که می‌خواست بازار فروش محصوات اراضیش که در کرمانشاه و همدان واقع بود در اصفهان از دست نرود و پرآبی بیشتر زاینده‌رود و در نتیجه حاصلخیزی اراضی اصفهان را مانعی برای فروش محصولات خود می‌پنداشت، موانع و مخالفت‌هایی در برابر برنامه‌ریزی‌های که جهت مقابله با کمبود آب زاینده‌رود ایجاد کرده (تاورنیه، ۱۳۸۹: ۱۷)و بدین ترتیب این کوشش‌ها با ناکامی به حال خود رها شده و پس از این دوره نیز این برنامه‌ها با رسیدن

به ادوار پایانی و پریشان دوره صفویه پیگیری نشد و وضعیت آب رودخانه زاینده‌رود همچنان بحرانی باقی ماند. بدین ترتیب معضل کمبود آب زاینده‌رود همچنان بعنوان یکی از چالش‌های دوره‌ی صفویه و پس از آن تا به امروز باقی ماند.

### ج.راهکاری‌های صفویان درجهت احیای زاینده رود

پشینه تلاش‌های جهت مقابله با کمبود آب زاینده‌رود و احیای این رودخانه، در دوره صفویه به روزگار شاه اسماعیل اول باز می‌گردد. در این دوره فرمانی از جانب شاه اسماعیل (۹۳۲ه.ق) صادر شد که برطبق آن آب زاینده‌رود مانند گذشته با نظارت ماموران دولتی جهت کشت و زرع اراضی شهر اصفهان و نواحی مجاور آن تقسیم بندی شده و هرکدام از حقابه‌ی خاصی برخوردار می‌شدند. شاه طهماسب نیز جهت اتصال زاینده‌رود به کوهرنگ در صدد سوراخ کردن دامنه‌ی کوه و اتصال این دو برآمد. اما این عملیات نیز به جهت شدت گازهای متصاعد شده گوگرد و مرگ تعدادی از کارگران متوقف گردید. (شاردن، ۱۳۷۴ : ۱۳۹۴/۴) با فرارسیدن دوره‌ی شاه عباس اول و انتخاب اصفهان به پایتختی این تلاش‌ها از سرعت و وسعت بیشتری برخوردار شد. در این دوره شاه عباس به سبب آنکه آب زاینده‌رود برای آبیاری دشت وسیع اصفهان کافی نبود، وی درصدد برآمد که آب کوه رنگ را که در ده یا دوازده فرسنگی اصفهان قرار داشت و به جز یک کوه کوچک آن را از زاینده‌رود جدا نمی‌کرد به آب زاینده‌رود مرتبط سازد. اما پیش از آنکه این طرح به پایان برسد بر اثر شدت سرما که در اغلب ماه‌های سال در آنجا حکم فرما بود و غالبا" برف می‌بارید، کار متوقف شد.
به هر حال پس از مدتی بار دیگر شاه عباس تصمیم گرفت که سد بلندی در همان ارتفاعات ساخته شود تا آب در دورن سد جمع شده و سپس به پایین سرازیر شود. بدین ترتیب آب مذکود به اصفهان جاری شد. (ترکمان، ۱۳۵۰ :۹۵۰/۲) همچنین با نظرخواهی از شیخ بهایی در جهت تایید مجدد تقسیم حقابه‌های موجود از رودخانه زاینده‌رود، به احتمال به تصحیح برخی از موارد آن اقدام گردید. (حسینی ابری، ۱۳۷۹ : ۸۸)در این دوره همچنین به دستور شاه عباس چندین قنات و مجرای زیرزمینی جهت مصرف آب آشامیدنی و سالم کنده شد. در دوره‌ی شاه عباس دوم بار دیگر وی به تشویق اغور بیگ وزیر دیوان که از رجال معتبر وقت بوده و درآن حدود نیز اراضی کشاورزی داشت شاه درصدد برآمد که سدی در جلو آب کارون بسته تا بدین وسیله آب به جای اینکه بطرف خوزستان و شوشتر برود به طرف زاینده‌رود و اصفهان جاری شود. اما این طرح نیز به سبب در برداشتن مخارج زیاد عملی نشد. (باستانی پاریزی، ۱۳۵۷ :۱۴۹) بار دیگر در همین دوره محمد بیک صدر اعظم شاه عباس دوم به ترغیب یک نفر مهندس فرانسوی بنام دوشنه به پی‌گیری طرح اتصال زاینده‌رود و کوهرنگ پرداخت. دوشنه بر این نیت بود که در کوه حد فاصل میان دو رود حفره‌ای ایجاد کند و با منفجر کردن آن حفره، راهی جهت پیوستن کوهرنگ به زاینده‌رود بگشاید. اما اجرای اینکار نیز به نتیجه نرسید.(شاردن، ۱۳۷۴ :۱۳۹۴/۴) سانسون به نتجه نرسیدن این طرح را در نتیجه‌ی تلاش‌های شیخ علی خان وزیرالوزرای وقت دانسته که به سبب منافع شخصی خود که پیشتر به آن اشاره شد، به شاه قبولاند که آب کورنگ مضر و بد و زیانبخش بوده و آب زاینده‌رود را که تنها آب مشروب شهر اصفهان بوده را فاسد و آلوده خواهد ساخت. سایر امراء و بزرگان نیز که منافعی نظیر منافع شیخ علی خان داشتند نظر او را تایید کرده و بدین ترتیب برای برهم زدن این طرح مفید چیز دیگری لازم نبود. (سانسون، ۱۳۴۶ :۱۰۲)تاورنیه معتقد بود که اگر این طرح به اجرا در میآمد جلگه اصفهان تبدیل به یکی از حاصلخیزترین و دلپذیرترین نواحی روی زمین می‌شد. (تاورنیه، ۱۳۸۹ :۶۷) به هر حال بعدها با مرگ شاه عباس دوم و به قدرت رسیدن سلاطین نالایقی چون سلیمان و شاه سلطان حسین اعم امور مملکتی به ویژه طرح پیوستن کوهرنگ به زاینده‌رود به بوته‌ی فراموشی سپرده شد و اهتمام ویژه‌ای به این کار مبذول نشد.

## ۴- نتیجه گیری و پیشنهاد ها:

رودخانه‌ی زاینده‌رود یکی از مهمترین رودخانه‌های مهم فلات مرکزی ایران است. اهمیت این رودخانه در حیات زیستی و فرهنگی شهر اصفهان به گونه‌ای بوده است که اکثر محققان و سیاحانی که از اصفهان دیدار کرده‌اند به آن اشاره کرده‌اند. در برخی از این آثار علاوه بر آنکه به تفضیل به نقش رودخانه زاینده‌رود در زیبایی و سرسبزی اصفهان اشاره شده است به معضلات پیش روی این رودخانه و به ویژه مشکل کمبود آب آن نیز به تفضیل پرداخته شده است. این محققان در بحث کمبود آب زاینده‌رود عمدا" دو دسته عوامل یعنی عوامل طبیعی و جغرافیایی و عوامل انسانی در این امر موثر دانسته‌اند. این محققان برآنند که موقعیت جغرافیایی اصفهان به عنوان شهری کویری که با بارش کم و تبخیر فراوان و مداوم همراه بوده از مهمترین دلایل کمبود آب زاینده‌رود بوده است. علاوه بر این مداخله در جریان طبیعی رودخانه و گرفتن انشعابات متعدد از این رودخانه به ویژه در قسمت‌های بالا دست رودخانه موجب کمبود حجم آب ارسالی به شهر اصفهان شده بود این مسئله به ویژه به دلیل سوء مدیریت در دستگاه اجرایی دوره صفوی، وضعیت حادتری پیدا کرده بود. امروزه با توجه به اینکه معضل کمی آبی زاینده‌رود نه تنها حل نشده بلکه روزبه‌روز از ابعاد بیشتری برخوردار گردیده است می‌توان با بررسی منابع دوره صفویه علاوه بر اطلاع از پیشینه معضل کمبود آب زاینده‌رود، از رهنمودهای خاص ارایه شده در این منابع نیز بهره فراوان جست. از مهمترین این رهنمودها می‌توان به مواردی چون نظارت بر جریان رودخانه از سرچشمه تا انتها و اقداماتی در جهت حریم‌سازی در مسیر جریان رودخانه همچنین کم کردن انشعابات متعدد از رودخانه و نظارت بر تقسیم حقابه‌های گرفته شده از رودخانه و احیاء و بازسازی قنات‌ها که در گذشته کمک کار فراوانی برای رودخانه زاینده‌رود و حاصلخیزی بیشتر اراضی اصفهان بوده است می‌توان اشاره کرد. با توجه به اهمیت شهر تاریخی اصفهان و بناهای تاریخی آن و تاثیر سوء خشکی رودخانه در حفاظت از این فضاها، همچنین تاثیرات محیط‌زیستی و انسانی پدیده خشکی آب زاینده‌رود، تلاش در جهت احیای زاینده‌رود بعنوان یادگاری برای آینده‌گان ضروری و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

## ۶. منابع ومآخذ


-ابن رسته،(۱۳۶۵)، اعلاق النفیسه، ترجمه حسین قراچانلو، انتشارات امیرکبیر،تهران.

- اوتر،ژان،(۱۳۶۳)، سفرنامه،ترجمه علی اقبالی، انتشارات جاویدان، تهران.

-باستانی پاریزی،محمد ابراهیم،(۱۳۵۷)، سیاست و اقتصاد عصر صفوی، انتشارات صفی علیشاه،تهران.

-پوپ، آرتور،(۱۳۹۰)،معماری ایران، ترجمه غلامحسین صدری افشار ،انتشارات اختران،تهران .

-تاورنیه، (۱۳۸۹) ، سفرنامه، ترجمه حمید ارباب شیرانی، انتشارات نیلوفر، تهران.

- ترکمان، اسکندربیک، (۱۳۵۰) ،تاریخ عالم آرای عباسی ، امیرکبیر، تهران.

-حافظ شیرازی،(۱۳۸۳)، دیوان، به اهتمام جهانگیر منصور ، نشر دیدار،تهران.

-حسینی ابری، حسن،(۱۳۷۹) زاینده رود از سرچشمه تامرداب ، نشر گلها،اصفهان.

-دوگوبینو، کنت ،(۱۳۸۳) سه سال در آسیا، ترجمه عبدازضا هوشنگ مهدوی ، نشر قطره،تهران.

- دولند، آندره،(۱۳۵۵)،زیبائیهای ایران، ترجمه محسن صبا ، انجمن دوستداران کتاب، تهران.

-فلاندن،اوژن،( ۱۳۲۴)، سفرنامه، ترجمه حسین نورصادقی ، انتشارات روزنامه نقش جهان، تهران.

-سانسون، (۱۳۴۶)، سفرنامه، ترجمه تقی تفضلی ، انتشارات ابن سینا، تهران.

-شاردن،ژان،( ۱۳۷۴)، سفرنامه، ترجمه اقبال یغمایی ، انتشارات توس، تهران.

-شاملو، ولی قلی خان،(۱۳۷۱)، قصص الخاقانی، تصحیح حسن سادات ناصری ، انتشارات وزرات فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.

-گرس، ایون،(۱۳۷۰)، سفیر زیبا، ترجمه علی اصغر سعیدی، انتشارات تهران تهران.

-لوتی، پیر،(۱۳۵۶)، به سوی اصفهان، ترجمه بدرالدین کتابی، انتشارات اطلاعات، تهران.-

-مافروخی،(۱۳۲۸)، ترجمه محاسن اصفهان، به کوشش عباس اقبال ، بی نا، تهران.

-هنرفر، لطف الله،(۱۳۵۰)، گنجینه آثار باستانی اصفهان، انتشارات ثقفی. اصفهان،

-هنرفر، لطف الله،(۱۳۷۶)، زاینده روددر گذرگاه تاریخ، مجله فرهنگ اصفهان، شماره ۵-۶،اصفهان.، اصفهان.

-یاوری،حسین، (۱۳۹۰)، اصفهان باغ آسمان ، انتشارات سیمای دانش، تهران.

# بررسی جرائم حوزه گردشگری و ارائه راهبردهای مطلوب

**سمیه غلامیان حسین آبادی،** کارشناس ارشد حقوق جزا و جرم شناسی، اصفهان، ایران
منصور مدح خوان اصفهانی، کارشناسی ارشد حقوق خصوصی، اصفهان، ایران

## چکیده

با رشد فزاینده صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر، مسئله امنیت گردشگران و مواجهه آنان با انواع جرائم، به یکی از چالش‌های مهم در مدیریت مقاصد گردشگری تبدیل شده است. گردشگران، به‌ویژه در مقاصد نوظهور و کشورهای در حال توسعه، به‌دلیل ناآشنایی با محیط، محدودیت‌های زبانی، و نبود آگاهی حقوقی، اغلب در معرض آسیب‌ها و تهدیدات گوناگون از جمله سرقت، کلاهبرداری، آزار جنسی، خشونت، سوءاستفاده مأموران و تهدیدات امنیتی قرار می‌گیرند. هدف این پژوهش، شناسایی و تحلیل جرائم رایج در حوزه گردشگری و ارائه راهبردهای حقوقی و کیفری مناسب جهت پیشگیری و مقابله با این جرائم در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی ایران است. روش تحقیق به‌صورت توصیفی ـ تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی انجام گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که علی‌رغم وجود برخی ظرفیت‌های قانونی در قانون مجازات اسلامی و آیین دادرسی کیفری، هنوز نظام کیفری ایران در مواجهه تخصصی با جرائم گردشگری با چالش‌هایی مواجه است. از جمله این چالش‌ها می‌توان به فقدان قانون خاص حمایت از گردشگران، عدم وجود شعبه‌های قضایی ویژه، و کمبود پلیس گردشگری آموزش‌دیده اشاره کرد. این پژوهش بر ضرورت تدوین قوانین ویژه، ارتقاء سطح آموزش مأموران، نظارت ساختاری بر نهادهای خدماتی، و توسعه همکاری‌های بین‌المللی برای تأمین امنیت گردشگران تأکید می‌ورزد.

**واژگان کلیدی:** جرم، حقوق کیفری، قانون مجازات اسلامی، گردشگری

## ۱. مقدمه

گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار، نقشی بی‌بدیل در رشد اقتصادی، تعاملات فرهنگی، اشتغال‌زایی، و گسترش صلح و هم‌زیستی ایفا می‌کند. در جهان معاصر، بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در زیرساخت‌های گردشگری انجام داده‌اند تا از ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی خود در جهت توسعه منطقه‌ای بهره‌برداری نمایند(Tisdell & Vining,2016). در این میان، امنیت گردشگران یکی از اصلی‌ترین پیش‌نیازهای موفقیت در صنعت گردشگری تلقی می‌شود(shaw & Williams,2004). بی‌تردید، هرگونه اختلال در امنیت روانی و جانی گردشگران – به‌ویژه از رهگذر وقوع جرائم – نه تنها اعتماد عمومی را سلب می‌کند، بلکه منجر به کاهش شدید ورود گردشگر، رکود اقتصادی، و تضعیف جایگاه مقصد گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی می‌شود(Jakson & Adams,2017).

در واقع، امنیت و گردشگری دو مفهوم به‌هم‌پیوسته‌اند؛ به‌گونه‌ای که بدون تأمین امنیت، گردشگری پایدار امکان‌پذیر نیست. گردشگران به دلیل ناآشنایی با محیط، تفاوت‌های زبانی و فرهنگی، عدم آگاهی از قوانین محلی، و وضعیت موقتی حضور در مقصد، اغلب در معرض آسیب‌ها و تهدیدات مختلفی قرار دارند. جرائمی نظیر سرقت، کلاهبرداری، آزار و اذیت جنسی، تعرض فیزیکی، خشونت کلامی، سوءاستفاده از موقعیت شغلی توسط مأموران یا افراد محلی، و حتی تهدیدات تروریستی از جمله خطراتی هستند که گردشگران به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه با آن مواجه‌اند(Lidhia,2019).این جرائم نه تنها جنبه شخصی دارند، بلکه آثار و تبعات منفی اجتماعی، سیاسی و حقوقی گسترده‌ای بر وجهه کشور مقصد نیز وارد می‌کنند(Bramwell & Lane,2011). افزون بر این، برخی از این جرائم می‌توانند به علت بی‌عملی یا ضعف نظام حقوقی، به صورت زنجیره‌ای و تکرارشونده ادامه یابند. چنین وضعیتی، ضرورت پرداختن تخصصی و جرم‌شناختی به مسئله امنیت گردشگران و شناخت الگوهای رفتاری مجرمان را بیش از پیش برجسته می‌سازد(Gossling,2018).

با وجود آنکه قوانین موجود در قانون مجازات اسلامی و آیین دادرسی کیفری ایران قابلیت‌هایی برای پیگیری و مجازات مرتکبین جرائم علیه گردشگران دارد، اما نظام حقوقی کشور ما فاقد یک رویکرد تخصصی، منسجم و متناسب با ویژگی‌های خاص این حوزه است(Della porta & Keating,2008).

عدم وجود یک قانون خاص حمایت کیفری از گردشگران، نبود شعبه‌های قضایی ویژه رسیدگی به جرائم گردشگری، ضعف در آموزش مأموران انتظامی و قضات نسبت به جرائم خاص این حوزه، و همچنین نبود ساختار منسجم پلیس گردشگری از مهم‌ترین چالش‌هایی است که مقابله مؤثر با این جرائم را دشوار می‌سازد(Larsen & Benson,2015). از سوی دیگر، خلأهایی چون عدم ترجمه اسناد قضایی برای اتباع خارجی، تأخیر در رسیدگی به شکایات، نبود حمایت روانی و اجتماعی از بزه‌دیدگان، و نیز ضعف در مستندسازی جرائم باعث شده تا اعتماد گردشگران به نظام حقوقی محل حضور کاهش یابد و در بسیاری موارد، اساساً پیگیری کیفری صورت نگیرد(Weaver,2006).این مسئله می‌تواند پیامدهای خطرناکی برای اعتبار بین‌المللی کشور و رونق صنعت گردشگری به همراه داشته باشد.

با توجه به موارد مذکور، هدف این پژوهش، بررسی علمی و جامع جرائم شایع در حوزه گردشگری، تحلیل بسترهای بروز این جرائم از منظر جرم‌شناختی، و ارائه راهبردهای مطلوب کیفری، پیشگیرانه و ساختاری برای مقابله با آنهاست. این راهبردها می‌بایست هم از منظر حقوق کیفری (با تأکید بر اصلاح قوانین، تشدید مجازات‌های مؤثر و سازوکارهای حمایت از بزه‌دیده) و هم از منظر نظام اجرایی (از جمله ایجاد پلیس گردشگری، آموزش‌های تخصصی، و نهادهای میانجی‌گر) تدوین شوند(Higgins- Desbiolles,2018). این پژوهش با تاکید بر گردشگری منطقه زاینده رود انجام شده است. منطقه زاینده‌رود، به دلیل تنوع جغرافیایی، غنای فرهنگی و قرار گرفتن در مسیرهای گردشگری، بیش از هر زمان نیازمند بازبینی در سیاست‌های امنیت گردشگری است(Gossling,2018). انتظار می رود یافته‌های این پژوهش بتواند در ارتقاء کارآمدی نظام کیفری کشور و تقویت زیرساخت‌های حقوقی و اجتماعی صنعت گردشگری مؤثر واقع شود.

## ۲. روش شناسی تحقیق

این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با هدفی کاربردی طراحی شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش اسنادی استفاده شده که شامل بررسی مقالات علمی، کتب معتبر، گزارش‌ها، پایان‌نامه‌ها و اسناد مرتبط د بوده است. داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش تحلیل محتوا و جمع‌بندی متون، تجزیه و تحلیل شده‌اند. در واقع به‌منظور ارائه چارچوبی علمی و نظام‌مند برای تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل متون بهره گرفته شده است. در این مطالعه ابتدا جرائم حوزه گردشگری شناخته شده و سپس مواد قانونی و کیفری آن شناخته و تحلیل شد. در ادامه راهبردهای مطلوب ذکر گردید.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

### ارتباط موضوع پژوهش با حوضه زاینده‌رود

حوضه زاینده‌رود به‌عنوان یکی از مهم‌ترین کانون‌های تمدنی، فرهنگی و طبیعی ایران، از دیرباز جایگاهی ممتاز در توسعه گردشگری منطقه‌ای و ملی داشته است. از سرچشمه‌های کوهرنگ تا تالاب گاوخونی، این حوضه نه‌تنها تنوع اقلیمی، طبیعی و تاریخی چشمگیری دارد، بلکه میزبان صدها هزار گردشگر داخلی و خارجی در طول سال است. با این حال، افزایش حجم گردشگری در سال‌های اخیر در مناطق اطراف زاینده‌رود، به‌ویژه شهرهایی چون چلگرد، سامان، زاینده‌رود سفلی، ورزنه، و حتی اصفهان تاریخی، چالش‌هایی را در حوزه امنیت گردشگران پدید آورده است.

برخی از این مناطق با ضعف در زیرساخت‌های حفاظتی، انتظامی و حقوقی مواجه هستند و همین امر، زمینه‌ساز افزایش جرائمی چون سرقت، کلاهبرداری، تعرض به گردشگران زن، اخاذی توسط افراد سودجو، و حتی سوءاستفاده نهادهای خدماتی شده است. همچنین، کمبود ایستگاه‌های پلیس گردشگری، نبود شعبه‌های قضایی ویژه گردشگری و ضعف در آگاه‌سازی حقوقی گردشگران داخلی و خارجی، موجب افزایش آسیب‌پذیری در این مناطق شده است.

بر این اساس، مطالعه و تحلیل راهبردهای حقوقی و کیفری برای پیشگیری از جرائم گردشگری در حوضه زاینده‌رود، نه‌تنها ضرورتی علمی، بلکه یک نیاز راهبردی برای ارتقاء کیفیت گردشگری، حفظ امنیت اجتماعی و توسعه پایدار این منطقه محسوب می‌شود. پرداختن به این موضوع می‌تواند به شکل‌گیری زیرساخت‌های قانونی و نهادی لازم برای تبدیل زاینده‌رود به یک مقصد ایمن و مطلوب گردشگری کمک نماید.

### مواد مرتبط از قانون مجازات اسلامی

**۱ .سرقت (کتاب پنجم، تعزیرات)**

ماده ۶۵۱ :سرقت مقرون به شرایط خاص (نظیر شکستن حرز یا همراه داشتن سلاح)، که در مناطق توریستی ممکن است مصداق یابد.

ماده ۶۵۷ :در صورتی که سرقت در مکان‌های عمومی و از افراد ناآگاه (مانند گردشگران) انجام شود.

**۲ .کلاهبرداری**

ماده ۱ قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء، اختلاس و کلاهبرداری :شامل استفاده از وسایل متقلبانه برای فریب دیگران.

**۳ .توهین و تهدید**

ماده ۶۰۸ :توهین به افراد (که ممکن است توسط مأموران رسمی یا بومیان نسبت به گردشگران صورت گیرد.(
ماده ۶۶۹ :تهدید به انجام جرم یا اعمال خشونت، که علیه گردشگران هم قابل استناد است.

**۴ .آزار و تعرض جنسی**

ماده ۶۱۹ :مزاحمت برای بانوان و اطفال در اماکن عمومی – شامل تعرض کلامی یا فیزیکی به گردشگران زن.
ماده ۶۳۷ :روابط نامشروع و حرکات غیراخلاقی، در صورتی که فردی قصد سوءاستفاده از گردشگران خارجی را داشته باشد.

**۵ .ضرب و جرح عمدی**

ماده ۶۱۴ :هرگاه ضرب و جرح عمدی منجر به نقص عضو یا آسیب شدید شود، حتی علیه اتباع خارجی.

**۶ .سوءاستفاده از موقعیت شغلی توسط مأموران**

ماده ۶۰۷ :توهین به مأموران دولتی – بالعکس نیز در تفسیر عرفی اگر مأمور به گردشگر توهین کند و سوءاستفاده نماید، مشمول مجازات انتظامی یا کیفری خواهد بود.

**۷ .تروریسم و تهدید علیه امنیت عمومی**

مواد ۵۰۱ تا ۵۱۲ :جرائم علیه امنیت داخلی و خارجی کشور که اگر علیه گردشگران خارجی واقع شود، مشمول این مواد است (به‌ویژه در حوزه تهدیدات تروریستی)

**بخش دوم: مواد مرتبط از قانون آیین دادرسی کیفری**

**۱ .رسیدگی فوری و حمایت از بزه‌دیدگان**

ماده ۵ :اصل بی‌طرفی، سرعت، دادرسی عادلانه برای همه افراد، از جمله اتباع خارجی.
ماده ۷ :حق دسترسی بزه‌دیده به خدمات حمایتی، از جمله ترجمه و مشاور حقوقی.
ماده ۲۵ :ابلاغ اوراق قضایی به متهم یا شاکی خارجی با ترجمه رسمی و رعایت اصول دادرسی.

**۲ .صلاحیت دادسرا و دادگاه‌ها**

ماده ۳۱۰ و ۳۱۱ :در موارد وقوع جرم علیه اتباع خارجی، مرجع صالح دادسرای عمومی و انقلاب محل وقوع جرم است.

**۳ .بازداشت و بازجویی از اتباع خارجی**

ماده ۱۹۰ :متهم حق دارد در مراحل تحقیقات، وکیل داشته باشد؛ در خصوص اتباع خارجی، تأمین مترجم الزامی است.
ماده ۱۹۳ :اگر متهم زبان فارسی نداند، بازجویی باید با حضور مترجم رسمی انجام شود.

**۴ .حمایت‌های ویژه از بزه‌دیدگان خاص**

ماده ۲۳۲ :دادگاه موظف است از بزه‌دیدگانی که نیاز به حمایت دارند (مانند زنان، کودکان، یا اتباع خارجی) حمایت لازم را به‌عمل آورد.

**۵ .امکان شکایت خصوصی و جبران خسارت**

ماده ۱۰ :امکان مطالبه ضرر و زیان ناشی از جرم برای همه افراد از جمله گردشگران خارجی وجود دارد.

**بررسی انواع جرائم حوزه گردشگری**

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگران در معرض طیفی از جرائم قرار دارند که به‌واسطه ماهیت موقت حضور آنان، ناآشنایی با محیط مقصد، و گاه ضعف زیرساخت‌های کنترلی، تشدید می‌شود. بر اساس بررسی‌های صورت‌گرفته، مهم‌ترین جرائم شایع در حوزه گردشگری را می‌توان در قالب دسته‌های زیر طبقه‌بندی نمود:

**سرقت**

سرقت رایج‌ترین جرم علیه گردشگران محسوب می‌شود. گردشگران، به دلیل حمل اشیاء قیمتی مانند تلفن همراه، دوربین، پول نقد و مدارک، همواره هدفی جذاب برای سارقان هستند. به‌ویژه در مناطق پرتردد، بازارها، وسایل حمل‌ونقل عمومی و مکان‌های دیدنی، گردشگران به‌عنوان اهداف نرم تلقی می‌شوند.

**ارتباط با گردشگری:**

ماهیّت موقت و ناآشنای حضور گردشگر، کاهش احتمال شناسایی مجرم، و دشواری پیگیری قضایی، عواملی هستند که مجرمان را به ارتکاب سرقت از گردشگران ترغیب می‌کنند.

**۲ .کلاهبرداری و فریب**

کلاهبرداری از گردشگران به اشکال گوناگون صورت می‌گیرد؛ از جمله نرخ‌های غیرواقعی، فروش اجناس تقلبی، حمل‌ونقل با قیمت‌های اغراق‌شده، و راهنمایان غیرمجاز. این اقدامات اغلب در مناطق توریستی رایج هستند و هدف آن‌ها سوءاستفاده از بی‌اطلاعی گردشگران است.

**ارتباط با گردشگری:**

گردشگران به دلیل عدم شناخت کافی از نرخ‌ها، قوانین محلی و نهادهای رسمی، مستعد فریب هستند. کلاهبرداری همچنین تأثیر منفی بر تصویر مقصد گردشگری دارد.

**۳ .خشونت و آزار جسمی**

برخی از گردشگران به‌ویژه در ساعات شب، در معرض خشونت، درگیری‌های خیابانی یا سرقت‌های خشونت‌آمیز قرار می‌گیرند. این نوع جرائم در مناطق با نرخ بالای بیکاری یا حضور باندهای بزهکار شایع‌تر است.

**ارتباط با گردشگری:**

حضور گردشگران در مناطق ناامن یا ورود به محله‌هایی خارج از مسیرهای توریستی، می‌تواند آنان را در معرض خشونت قرار دهد. در برخی موارد، مصرف الکل یا ناآشنایی با فرهنگ محلی نیز منجر به تحریک درگیری می‌شود.

**۴ .جرائم جنسی**

برخی از گردشگران، به‌ویژه زنان، ممکن است در معرض آزارهای جنسی، مزاحمت‌های خیابانی یا حتی تجاوز قرار گیرند. این موضوع به‌ویژه در مقاصدی با فقدان نظارت رسمی، ضعف پلیس گردشگری یا نبود سیاست‌های حمایتی از زنان گردشگر، برجسته است.

**ارتباط با گردشگری:**

این جرائم می‌توانند به دلیل سوءبرداشت‌های فرهنگی یا برداشت اشتباه از رفتارهای گردشگران شکل بگیرند. ضعف در گزارش‌دهی و عدم پیگیری حقوقی مناسب نیز باعث استمرار آن‌ها می‌شود.

**۵ .قاچاق مواد مخدر و سوءاستفاده از گردشگران**

برخی باندهای قاچاق از گردشگران به‌عنوان حامل یا واسطه سوءاستفاده می‌کنند. همچنین گردشگران در جست‌وجوی تجربه‌های تفریحی، ممکن است در دام خرید و مصرف مواد مخدر بیفتند.

**ارتباط با گردشگری:**

در برخی کشورها، گردشگری به سمت «تجربه‌های ممنوعه» هدایت می‌شود و این می‌تواند زمینه‌ساز فعالیت‌های غیرقانونی شود. گردشگران ناآگاه، ممکن است قربانی یا ناآگاهانه شریک جرم شوند.

**۶ .آسیب به گردشگران از سوی مأموران رسمی**

برخی گزارش‌ها حاکی از آن است که در مواردی، گردشگران توسط مأموران رسمی مانند پلیس، گمرک یا کارمندان دولتی، مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند؛ از جمله اخاذی، دریافت رشوه یا برخورد تبعیض‌آمیز.

**ارتباط با گردشگری:**

نبود نظارت‌های داخلی و ناآگاهی گردشگران از حقوق خود، بستر سوءاستفاده را فراهم می‌سازد. این امر تأثیر منفی عمیقی بر تصویر مقصد خواهد داشت.

**۷ .تروریسم و تهدیدات امنیتی**

در برخی کشورها، گردشگران به‌عنوان نمادهای خارجی و اهداف استراتژیک برای اقدامات تروریستی در نظر گرفته می‌شوند. حملات به تأسیسات گردشگری یا آدم‌ربایی گردشگران از این جمله‌اند.

ارتباط با گردشگری:

گردشگری در کشورهای دارای تنش سیاسی یا مذهبی، همواره با تهدیدات امنیتی روبه‌روست و این جرائم می‌توانند اثرات جبران‌ناپذیری بر صنعت گردشگری بگذارند.

نتایج نشان می‌دهد که گردشگران، به دلیل ویژگی‌های خاص رفتاری، فرهنگی، اقتصادی و موقعیتی، در معرض انواع متعددی از جرائم قرار دارند. وجود چنین تهدیداتی نه‌تنها بر تجربه شخصی گردشگران اثر منفی می‌گذارد، بلکه می‌تواند به شهرت و پایداری صنعت گردشگری یک کشور آسیب جدی وارد کند. لذا شناخت این جرائم و زمینه‌های شکل‌گیری آن‌ها برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری امری حیاتی است.

**راهبردهای کاهش جرائم در حوزه گردشگری با تأکید بر نظام حقوق کیفری**

با توجه به تنوع و پیچیدگی جرائم مرتبط با گردشگران، اتخاذ راهبردهای چندلایه‌ای در سطوح پیشگیری وضعی، اجتماعی، حقوقی و قضایی ضروری به نظر می‌رسد. در ادامه، متناسب با هر یک از جرائم شناسایی‌شده، راهبردهای حقوقی و کیفری پیشنهادی ارائه می‌گردد:

**۱ .سرقت از گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

تقویت پلیس تخصصی گردشگری با آموزش‌های ویژه در برخورد با موارد سرقت.

جرم‌انگاری شدیدتر برای سرقت از اتباع خارجی و تعیین مجازات‌های بازدارنده (مطابق اصل تشدید مجازات در جرائم علیه امنیت و آسایش عمومی

نصب سامانه‌های نظارتی و امنیتی در اماکن گردشگری با همکاری مراجع انتظامی و شهرداری‌ها (پیشگیری وضعی)

توسعه همکاری‌های قضایی بین‌المللی برای پیگیری کیفری سرقت‌هایی که عاملان آن فرامرزی هستند.

**۲ .کلاهبرداری و فریب گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

اصلاح قوانین مربوط به کلاهبرداری با الحاق موادی در خصوص قربانیان خارجی (گردشگران)

الزام واحدهای صنفی و خدماتی به اخذ مجوز گردشگری با قابلیت تعلیق یا لغو در صورت اثبات تخلف.

تشکیل شعب تخصصی دادسرا برای رسیدگی سریع و تخصصی به شکایات گردشگران (قضازدایی سریع و مؤثر)

راه‌اندازی سامانه‌های اطلاع‌رسانی حقوقی به زبان‌های بین‌المللی جهت آگاه‌سازی گردشگران.

**۳ .خشونت و درگیری فیزیکی با گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

تشدید مجازات برای ضرب‌وجرح یا تهدید علیه اتباع خارجی با در نظر گرفتن جنبه عمومی جرم.

الزام نهادهای انتظامی به گشت‌های مستمر در مناطق گردشگری با آموزش ویژه در مواجهه با اتباع بیگانه.

ارتقاء ضریب امنیتی از طریق نصب دوربین و سیستم هشدار در مناطق پرتردد.

راه‌اندازی کلینیک‌های حقوقی در مراکز گردشگری جهت ثبت آنی شکایات.

**۴ .جرائم جنسی علیه گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

اصلاح قوانین جزایی جهت جرم‌انگاری صریح مزاحمت‌های خیابانی، تعرض کلامی یا رفتاری با تاکید بر حمایت از اتباع خارجی.

ایجاد بانک اطلاعاتی از مرتکبان جرائم جنسی و جلوگیری از فعالیت آنان در مشاغل مرتبط با گردشگران.

تسهیل روند شکایت‌پذیری و تضمین محرمانگی برای قربانیان خارجی از طریق مترجم رسمی و مشاور حقوقی.

آموزش مأموران پلیس و کارکنان دولتی در خصوص رفتار با گردشگران زن، به‌ویژه در جوامع محافظه‌کار.

**۵ .قاچاق مواد مخدر و سوءاستفاده از گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

وضع مقررات بازدارنده برای جلوگیری از استفاده ابزاری از گردشگران در حمل مواد مخدر (مانند آموزش حقوقی در مبادی ورودی)

تشدید کنترل‌های گمرکی با رویکرد حمایتی نه صرفاً مجازاتی.

پیش‌بینی امکان اعمال تخفیف یا تعلیق مجازات برای گردشگرانی که ناآگاهانه درگیر حمل مواد شده‌اند، در چارچوب اصل انصاف کیفری.

همکاری با سازمان‌های بین‌المللی (UNODC) در حوزه اطلاع‌رسانی و آموزش‌های پیشگیرانه.

**۶ .سوءاستفاده مأموران رسمی از گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

جرم‌انگاری خاص برای «اخاذی، رشوه‌گیری یا بدرفتاری» با گردشگران توسط کارکنان رسمی، در قالب سوءاستفاده از موقعیت شغلی.

تشکیل نهاد مستقل نظارتی برای رسیدگی به شکایات گردشگران از مأموران دولتی.

تعیین مجازات‌های تبعی برای مأموران متخلف (سلب اشتغال، درج در پرونده استخدامی)

راه‌اندازی خط تماس فوری با مترجم و وکیل جهت ارائه راهنمایی حقوقی به گردشگران هنگام مواجهه با تخلف مأموران.

**۷ .تروریسم و تهدیدات امنیتی علیه گردشگران**

راهبردهای حقوقی و کیفری:

پیش‌بینی تدابیر امنیتی ویژه برای حفاظت از اماکن گردشگری در قوانین مبارزه با تروریسم.

تعریف مصادیق «تروریسم علیه گردشگران» در قانون مجازات اسلامی یا تصویب قوانین خاص حمایتی.

همکاری میان‌نهادی بین وزارت گردشگری، قوه قضائیه، پلیس و نیروهای امنیتی جهت پیشگیری هدفمند.

آموزش نیروهای مرزی و امنیتی در خصوص تهدیدات نوظهور علیه گردشگران و مدیریت بحران‌های امنیتی.

راهبردهای حقوقی و کیفری در حوزه گردشگری، باید مبتنی بر اصل حمایت ویژه از افراد آسیب‌پذیر )مانند گردشگران خارجی) باشد. از سوی دیگر، اصلاح قوانین جزایی، ارتقاء نظام قضایی تخصصی، و هماهنگی میان‌سازمانی سه مؤلفه کلیدی در کاهش جرائم گردشگری به شمار می‌آیند. نظام عدالت کیفری در این حوزه نه‌تنها باید به‌صورت واکنشی عمل کند، بلکه با ابزارهای پیشگیری وضعی، اجتماعی و فرهنگی، باید در صدد کاهش بسترهای وقوع جرم برآید.

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مطالعه حاضر با هدف بررسی انواع جرائم در حوزه گردشگری و تحلیل راهبردهای حقوقی و کیفری برای کاهش این جرائم انجام گرفت. یافته‌ها حاکی از آن است که گردشگری، با وجود آن‌که یکی از پویاترین و پرسودترین بخش‌های اقتصادی در جهان به شمار می‌رود، در عین حال بستری حساس و آسیب‌پذیر در برابر وقوع انواع جرائم است. گردشگران، به عنوان افرادی که اغلب ناآشنا با محیط، زبان، نظام حقوقی و هنجارهای فرهنگی مقصد هستند، در معرض تهدیداتی نظیر سرقت، کلاهبرداری، خشونت، آزار جنسی، قاچاق، سوءاستفاده نهادی و حتی تهدیدات تروریستی قرار دارند.

ویژگی‌های ذاتی سفر، از جمله موقتی بودن حضور، تمرکز افراد در نقاط خاص (جاذبه‌ها، مراکز خرید، اقامتگاه‌ها)، همراه داشتن اموال ارزشمند، و عدم آشنایی با موقعیت‌های پرخطر، همگی موجب می‌شوند گردشگران به‌عنوان «اهداف آسان» برای بزهکاران در نظر گرفته شوند. این واقعیت، ضرورت طراحی سازوکارهای پیشگیرانه و حفاظتی مؤثر از منظر نظام حقوق کیفری را دوچندان می‌سازد. در چارچوب این پژوهش، هفت دسته از مهم‌ترین جرائم شایع علیه گردشگران شناسایی و تحلیل گردید؛ از جمله: سرقت، کلاهبرداری، خشونت فیزیکی، آزار جنسی، سوءاستفاده از گردشگران در قاچاق مواد مخدر، سوءاستفاده مقامات رسمی، و تهدیدات امنیتی یا تروریستی. این دسته‌بندی نه‌تنها بر مبنای مشاهدات میدانی و تجارب بین‌المللی استوار است، بلکه بازتاب‌دهنده آن است که جرم در حوزه گردشگری از یک سو به دلیل ضعف ساختارهای قانونی و حمایتی، و از سوی دیگر به‌واسطه غفلت از آموزش و آگاهی‌بخشی، به سهولت رخ می‌دهد.

از منظر حقوق کیفری، پیشگیری از جرم در حوزه گردشگری مستلزم نگاهی چندبعدی است؛ به‌ویژه اتخاذ تدابیر قانونی که به‌طور خاص به حمایت از گردشگران به‌عنوان «گروه آسیب‌پذیر» بپردازد. در این راستا، اصلاح قوانین کیفری برای جرم‌انگاری دقیق‌تر برخی رفتارهای شایع علیه گردشگران (مانند اخاذی از سوی مأموران، مزاحمت‌های خیابانی، یا ارائه خدمات تقلبی) و همچنین تشدید مجازات در مواردی که قربانی جرم، گردشگر باشد، اهمیت دوچندان می‌یابد.

از سوی دیگر، کارآمدی نظام عدالت کیفری در این حوزه به سرعت عمل، سهولت شکایت، در دسترس بودن مترجم و مشاور حقوقی، و شکل‌گیری دادگاه‌های تخصصی گردشگری نیز وابسته است. این در حالی است که در بسیاری از کشورها، به‌ویژه مقاصد توریستی نوظهور، فقدان ساختارهای قضایی تخصصی یا پلیس گردشگری آموزش‌دیده، موجب بی‌اعتمادی گردشگران و خدشه‌دار شدن تصویر مقصد می‌گردد.

نقش پیشگیری وضعی نیز در این میان حائز اهمیت است؛ از جمله با نصب دوربین‌های امنیتی، طراحی محیط امن در فضاهای عمومی، نظارت بر فعالیت واحدهای صنفی و گردشگری، و استفاده از ابزارهای دیجیتال برای گزارش فوری جرم. افزون بر این، آموزش گردشگران پیش از ورود به کشور مقصد، و آگاه‌سازی آن‌ها در مورد حقوق، قوانین، مناطق پرخطر و شیوه‌های شکایت، می‌تواند نقشی کلیدی در کاهش قربانی شدن ایفا کند.

به‌طور کلی، اگرچه کنترل کامل جرائم گردشگری ممکن نیست، اما با تلفیق رویکردهای حقوقی، انتظامی، فرهنگی و زیرساختی می‌توان به میزان قابل‌توجهی از بروز این جرائم کاست. این امر نه‌تنها موجب ارتقاء امنیت گردشگران می‌شود، بلکه توسعه پایدار صنعت گردشگری و حفظ سرمایه اجتماعی مقصد را تضمین می‌نماید.

### پیشنهادها

در پایان، بر اساس تحلیل‌های ارائه‌شده، پیشنهادهای زیر برای بهبود وضعیت امنیتی گردشگران و کاهش جرائم مرتبط ارائه می‌شود:

**۱ .تدوین و تصویب قانون جامع حمایت کیفری از گردشگران**

ضروری است قانون‌گذاران با تدوین یک قانون جامع که به‌طور خاص به جرائم علیه گردشگران و حمایت‌های کیفری لازم می‌پردازد، خلأهای موجود در نظام حقوقی را برطرف کنند. این قانون می‌تواند شامل جرم‌انگاری خاص، تسهیل فرآیند شکایت، حمایت از قربانیان خارجی و تعیین مجازات‌های متناسب باشد.

**۲ .ایجاد دادسرا و شعب قضایی ویژه گردشگری**

راه‌اندازی شعب تخصصی در دادگستری با حضور قاضی و کادر مسلط به زبان‌های خارجی، می‌تواند روند رسیدگی به شکایات گردشگران را تسهیل و تسریع نماید. این اقدام، اعتماد گردشگران به نظام قضایی کشور میزبان را افزایش خواهد داد.

**۳ .آموزش و تجهیز پلیس گردشگری**

توسعه پلیس گردشگری با آموزش‌های تخصصی در حوزه ارتباط بین‌فرهنگی، برخورد با جرائم خاص گردشگری، تسلط بر زبان‌های بین‌المللی و اصول رفتاری با اتباع خارجی، از جمله ضروری‌ترین راهکارهاست.

**۴ .نظارت و ارزیابی مستمر از نهادهای خدماتی و مأموران رسمی**

نظام‌های نظارتی کارآمد بر عملکرد واحدهای اقامتی، حمل‌ونقل، راهنمایان تور، و مأموران رسمی، می‌تواند از سوءاستفاده از موقعیت شغلی و بروز جرائم در سطح سازمانی جلوگیری نماید. همچنین راه‌اندازی سامانه ثبت شکایت از مأموران و خدمات غیرقانونی با قابلیت رسیدگی فوری توصیه می‌شود.

**۵ .همکاری‌های بین‌المللی در زمینه جرم‌شناسی گردشگری**

ضرورت دارد کشورها با همکاری سازمان‌هایی همچون سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) و دفتر مقابله با جرم و مواد مخدر سازمان ملل(UNODC) ، در راستای تبادل اطلاعات، تجربه‌های موفق و پیگیری‌های قضایی فرامرزی، اقدام مشترک داشته باشند.

**۶ .آگاهی‌بخشی و آموزش گردشگران**

ارائه بسته‌های آموزشی چندزبانه درباره خطرات احتمالی، قوانین محلی، روش‌های شکایت و شماره‌های اضطراری، از طریق سفارتخانه‌ها، فرودگاه‌ها و اپلیکیشن‌های گردشگری، از ابزارهای کلیدی برای پیشگیری محسوب می‌شود.

## منابع و ماخذ


1. Della Porta, D., & Keating, M. (2008). Approaches and Methodologies in the Social Sciences: A Pluralist Perspective. Cambridge University Press.
2. Lodhia, S. (2019). Tourism Security: A Critical Approach to Understanding Threats, Risks, and Vulnerabilities. Springer.
3. Higgins-Desbiolles, F. (2018). Tourism and Social Change: Impacts of Tourism on Cultural Heritage and the Environment. Routledge.
4. Weaver, D. (2006). The Encyclopedia of Ecotourism. CABI Publishing.
5. Tisdell, C. A., & Vining, A. R. (2016). Tourism Economics: Impact Analysis. Edward Elgar Publishing.
6. Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Tourism and the Environment: Global and Local Linkages. Channel View Publications.
7. Larsen, J., & Benson, A. (2015). Tourism Security: Protecting the Tourist and Tourism Industry from Terrorism and Crime. Pearson Education.
8. Gossling, S. (2018). Tourism and Global Environmental Change: Ecological, Social, Economic, and Political Interrelationships. Routledge.
9. Jackson, M., & Adams, R. (2017). Crime and Tourism: International Perspectives. Routledge.
10. Shaw, G., & Williams, A. (2004). Tourism and Tourism Spaces. Sage Publications.

# نقش فناوری‌های نوین در تحول بازاریابی جاذبه‌های طبیعی گردشگری با تاکید بر زاینده‌رود اصفهان

**فاطمه عزیزی**[۱] **(نویسنده مسئول)**، استادیار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران
**فاطمه کتابی**[۲]، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

## چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر و کاربرد فناوری‌های نوین شامل متاورس و هوش مصنوعی در عرصه معرفی و بازاریابی جاذبه‌های طبیعی است. با توجه به رشد روزافزون این فناوری‌ها و تاثیر آن‌ها بر صنایع مختلف، از جمله گردشگری، بررسی چگونگی بهره‌برداری از آن‌ها برای معرفی بهتر و جذب گردشگر به جاذبه‌های طبیعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این تحقیق، ابتدا به معرفی مفاهیم متاورس و هوش مصنوعی پرداخته، سپس به بررسی کاربردهای آن‌ها در صنعت گردشگری و به طور خاص در معرفی جاذبه‌های طبیعی پرداخته می‌شود. در ادامه، چالش‌ها و فرصت‌های مرتبط با استفاده از این فناوری‌ها مورد بحث قرار می‌گیرد و در نهایت، پیشنهادهایی برای بهره‌برداری موثر از متاورس و هوش مصنوعی در این زمینه ارائه می‌شود. این تحقیق می‌تواند به فعالان و تصمیم‌گیرندگان حوزه گردشگری، مدیران سایت‌های گردشگری و تورگردانان در اصفهان کمک کند تا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، تجربه‌های جذاب‌تری برای گردشگران ایجاد کنند.

**واژگان کلیدی:** متاورس، بازاریابی، هوش مصنوعی، گردشگری زاینده رود

[۱] azizi.fatemeh@ yazd.ac.ir
[۲] 0211814@stu.yazd.ac.ir

## ۱- مقدمه

در صنعت گردشگری همواره پیدا کردن راه‌هایی برای جذب گردشگر و معرفی جاذبه‌ها به بهترین شکل ممکن ضروری بوده است. با ظهور فناوری‌های نوین، فرصت‌های جدیدی برای بهبود فرآیندهای بازاریابی و معرفی جاذبه‌ها ایجاد شده است. متاورس و هوش مصنوعی از جمله این فناوری‌ها هستند که به سرعت در حال توسعه و گسترش در صنایع مختلف، از جمله گردشگری هستند (Basheer et al, 2024: 7).

با پیشرفت روزافزون فناوری‌های دیجیتال، جهان به سوی تحولات عظیمی در زمینه‌های مختلف پیش می‌رود که زندگی روزمره انسان‌ها و صنایع مختلف را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این میان، هوش مصنوعی[۱] و متاورس[۲] به عنوان دو نیروی محرکه‌ی اصلی، نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به آینده‌ای نوین ایفا می‌کنند. هوش مصنوعی با توانمندی‌های فراوان خود در تحلیل داده‌ها، تصمیم‌گیری هوشمندانه و پیش‌بینی الگوها (Davenport et al, 2020: 3) و متاورس با ایجاد دنیای مجازی فراواقعی که ارتباطات انسانی و تجارب جدیدی را فراهم می‌آورد، فرصت‌های بی‌نظیری را برای صنایع مختلف از جمله گردشگری به ارمغان می‌آورند (Dwivedi et al, 2023: 4).

با استفاده از هوش مصنوعی، مقاصد گردشگری می‌توانند به بهبود تجربه مسافران کمک کنند. از جمله این کاربردها می‌توان به سیستم‌های پیش‌بینی ترافیک و آب‌وهوا، پیشنهادهای شخصی‌سازی شده براساس علاقه‌مندی‌های مسافران و بهبود خدمات مشتریان اشاره کرد. این فناوری‌ها می‌توانند تجربه گردشگری را برای مسافران لذت‌بخش‌تر و کم‌تنش‌تر کنند (Basheer et al, 2024: 4).

علاوه بر این، متاورس به عنوان یک پلتفرم مجازی، امکان ایجاد تورهای مجازی و تجربه‌های فراواقعی از مقاصد گردشگری را فراهم می‌آورد. گردشگران می‌توانند قبل از سفر به مقصد، از طریق محیط‌های مجازی با جذابیت‌ها و ویژگی‌های مکان‌های مختلف آشنا شوند و تجربه‌ای واقع‌گرایانه از مقصد کسب کنند. این تورهای مجازی می‌توانند به عنوان یک ابزار مؤثر برای تبلیغ مقاصد طبیعی و افزایش علاقه‌مندی گردشگران به این مکان‌ها عمل کنند (Jamali, 2024: 5).

بازاریابی به عنوان یکی از حوزه‌های حیاتی هر کسب‌وکار، همواره در جستجوی راهکارهای نوآورانه برای جذب مشتریان و افزایش فروش بوده است. هوش مصنوعی با ارائه الگوریتم‌های پیشرفته و مدل‌های تحلیلی، به بازاریابان این امکان را می‌دهد تا الگوهای رفتاری مشتریان را تحلیل کرده و استراتژی‌های دقیق‌تری برای هدف‌گیری مخاطبان تدوین کنند. از تحلیل داده‌های بزرگ گرفته تا طراحی کمپین‌های تبلیغاتی شخصی‌سازی شده، از این رو هوش مصنوعی نقش اساسی در بهبود کارایی و اثر بخشی بازاریابی ایفا می‌کند (Haleem et al, 2022).

در همین راستا، متاورس نیز به عنوان یک فضای دیجیتال فراواقعی، امکان برقراری ارتباطات مستقیم و جذاب‌تری را بین برندها و مشتریان فراهم می‌سازد. برندها می‌توانند با ایجاد محیط‌های مجازی و تجربیات فراگیر در متاورس، به مشتریان احساس واقعی‌تر و متفاوت‌تری از محصولات و خدمات خود ارائه دهند. این تعاملات فراگیر می‌تواند به افزایش وفاداری مشتریان و تقویت ارتباطات برندها با مخاطبان منجر شود (Hadi et al, 2024: 3).

یکی از چالش‌های مهم در حوزه‌ی گردشگری طبیعی، جذب و معرفی این مقاصد به گردشگران است (Koohang et al, 2023: 6). هوش مصنوعی و متاورس به عنوان فناوری‌های نوین، نقش مهمی در تحول بازاریابی و گردشگری این نوع گردشگری ایفا می‌کنند. این فناوری‌ها نه‌تنها به بهبود فرآیندهای بازاریابی و معرفی مقاصد طبیعی کمک می‌کنند، بلکه با ارائه تجربه‌های واقع‌گرایانه و جذاب، امکان ارتقاء ارتباطات بین برندها و گردشگران را فراهم می‌آورند.

---

[۱] Artificial intelligence
[۲] Metaverse

زاینده‌رود، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری ایران و نماد طبیعی اصفهان، می‌تواند با بهره‌گیری از این فناوری‌ها، تجربه‌ای مدرن و دسترس‌پذیر برای گردشگران ایجاد کند. هوش مصنوعی با تحلیل دقیق نیازها و ترجیحات گردشگران، امکان تدوین استراتژی‌های بازاریابی مؤثرتر را فراهم کرده و متاورس با شبیه‌سازی‌های مجازی، تجربه‌ای منحصربه‌فرد از این جاذبه را پیش از سفر در اختیار گردشگران قرار می‌دهد. این امر نه‌تنها باعث افزایش آگاهی و جذب گردشگران می‌شود، بلکه با ارائه خدمات بهتر و تجربه‌ای فراگیر، به افزایش رضایت و وفاداری آن‌ها نیز کمک می‌کند.

بنابراین، هدف تحقیق حاضر بررسی نقش و تأثیر فناوری‌های نوین، به‌ویژه هوش مصنوعی و متاورس، در بازاریابی و معرفی زاینده‌رود به‌عنوان یک جاذبه طبیعی مهم است که می‌تواند به تحول گردشگری این منطقه و توسعه پایدار آن منجر شود.

## ۲- ادبیات تحقیق

### ۲-۱- متاورس

متاورس یک فضای مجازی سه بعدی، تعاملی و پایدار است که در آن کاربران می‌توانند با هم ارتباط برقرار کرده، بازی، کار و حتی زندگی کنند. این فضا ترکیبی از فناوری‌های مختلفی مانند واقعیت مجازی (VR)، واقعیت افزوده (AR) و اینترنت اشیا (IoT) است. در واقع، متاورس دنیایی موازی است که در آن مرز بین دنیای فیزیکی و مجازی محو می‌شود. یک قلمرو مجازی که تعاملات همه جانبه بین کاربران و محیط اطرافشان را امکان‌پذیر می‌کند. این دنیای مجازی فرصت‌های جدیدی را برای بخش سفر ارائه می‌کند و به گردشگران اجازه می‌دهد تا مقاصد را به شیوه‌های جذاب و بدون محدودیت‌های سفر فیزیکی تجربه کنند (Lee et al., 2021: 4).

ایده متاورس از دهه ۱۹۹۰ میلادی با رمان علمی تخیلی "Snow Crash" نوشته نیال استفنسون[1] مطرح شد. در این رمان، یک دنیای مجازی به نام متاورس توصیف شده است که مردم در آن به صورت آواتارهای مجازی با هم تعامل دارند. با پیشرفت فناوری‌های مرتبط مانند VR و AR، این ایده از دنیای خیال به دنیای واقعیت نزدیک‌تر شده است. در سال‌های اخیر، با ظهور پلتفرم‌هایی مانند روبلوکس و فورتنایت، متاورس به یک پدیده جهانی تبدیل شده است.

### ۲-۲- هوش مصنوعی

هوش مصنوعی به خانواده‌ای از فناوری‌ها گفته می‌شود که می‌تواند شناسایی، تجزیه و تحلیل، عمل، یادگیری و نشان دادن ویژگی‌های پیشرفته هوش انسانی در فرآیند حل مسئله را نشان دهد (McCartney & McCartney, 2020: 2).

هوش مصنوعی و متاورس دو مفهوم نوظهور در دنیای فناوری هستند که اغلب با یکدیگر مرتبط می‌شوند، اما در واقع دو مفهوم مجزا با کاربردها و اهداف متفاوت هستند. هوش مصنوعی به طور کلی به سیستم‌ها و الگوریتم‌هایی اشاره دارد که قادر به انجام وظایفی هستند که معمولاً به هوش انسانی نیاز دارند، مانند یادگیری، حل مسئله، تصمیم‌گیری و درک زبان طبیعی. هدف اصلی هوش مصنوعی، ایجاد ماشین‌هایی است که بتوانند به طور خودکار و هوشمندانه عمل کنند.

متاورس به یک دنیای مجازی سه بعدی اطلاق می‌شود که کاربران می‌توانند در آن با استفاده از آواتارها با یکدیگر و با محیط اطراف تعامل داشته باشند. متاورس می‌تواند شامل تجربیات مختلفی مانند بازی‌ها، کنسرت‌ها، رویدادهای اجتماعی و حتی محیط‌های کاری باشد. هدف اصلی متاورس، ایجاد یک فضای مجازی فراگیر و تعاملی است که کاربران بتوانند در آن حضور داشته باشند و تجربه‌های جدیدی کسب کنند (Park & Kim, 2022:3).

---

[1] Neal Stephenson

هوش مصنوعی نقشی اساسی در پیشرفت گردشگری ایفا می‌کند، حجم وسیعی از داده‌ها را برای ارائه توصیه‌های شخصی پردازش می‌کند، برنامه‌ریزی سفر را ساده‌تر می‌کند و به صورت شبانه‌روزی ارائه می‌کند. علاوه بر این، هوش مصنوعی به توسعه راهنمایان تور مجازی کمک می‌کند و تجربیات مناسبی را بر اساس علایق، ترجیحات و توانایی‌های مسافران ارائه می‌دهد.

در سال‌های اخیر، هوش مصنوعی و متاورس به‌عنوان فناوری‌های تحول‌آفرین در صنایع مختلف از جمله بازاریابی، گردشگری و سرگرمی شناخته شده‌اند. این فناوری‌ها نحوه تعامل کسب‌وکارها و گردشگران با مقاصد را تغییر داده و فرصت‌های جدیدی برای تجربه‌های مجازی و افزوده فراهم کرده‌اند. در مقاصد طبیعی، جایی که تجربه مکان جزء لاینفک محصول گردشگری است، هوش مصنوعی و متاورس پتانسیل ویژه‌ای برای ارتقاء تعامل، ارائه تجربه‌های شخصی‌سازی‌شده و افزایش تعداد بازدیدکنندگان دارند. متاورس - یک فضای مشترک مجازی جمعی که با همگرایی واقعیت فیزیکی تقویت شده و واقعیت مجازی پایدار فیزیکی ایجاد شده است، یک پلت فرم منحصر به فرد برای بازاریابی، به ویژه برای جاذبه های طبیعی ارائه می دهد. همانطور که جهان به طور فزاینده‌ای دیجیتالی می‌شود، ضرورت بازاریابی متاورس در ترویج جاذبه‌های طبیعی هرگز به این اندازه آشکار نبوده است.

اهمیت جاذبه‌های طبیعی مانند پارک های ملی، سواحل، کوه‌ها و ذخایر حیات وحش نقش مهمی در گردشگری و اقتصاد محلی ایفا می‌کنند. آن‌ها تجربیات منحصر به فردی را ارائه می‌دهند که مردم را با طبیعت مرتبط می‌کند، رفاه ذهنی را ارتقا می‌دهد و آگاهی محیطی را تقویت می‌کند. با این حال، رقابت برای جلب توجه گردشگران شدید است و روش‌های بازاریابی سنتی ممکن است در یک چشم‌انداز دیجیتالی که به سرعت در حال تحول است کافی نباشد.

در متاورس، کسب‌وکارها می‌توانند از هوش مصنوعی برای ایجاد محتوای پویا و شخصی‌شده، مانند تورهای مجازی یا تجربیات تعاملی که زیبایی و اهمیت فرهنگی مقاصد را برجسته می‌کنند، استفاده کنند. این نه تنها بازدیدکنندگان بیشتری را جذب می‌کند، بلکه ارتباط عمیق‌تری با موقعیت مکانی ایجاد می‌کند. همانطور که متاورس به تکامل خود ادامه می‌دهد، هم‌افزایی بین هوش مصنوعی و بازاریابی در ارتقای جاذبه‌های طبیعی نقشی بسیار مهم ایفا می‌کند و تضمین می‌کند که این جاذبه‌ها در دنیای دیجیتال پیشرو مرتبط و قابل دسترسی باقی بمانند. علاوه بر این، بُعد اجتماعی متاورس بر ایجاد جامعه تأکید دارد، به‌گونه‌ای که بازاریابان می‌توانند با استفاده از محتوای جذاب و رویدادهای تعاملی، جوامع مجازی پویایی را پرورش دهند. با این حال، برای پیمایش در این حوزه باید به حریم خصوصی داده‌ها، ملاحظات اخلاقی و چشم‌انداز تکنولوژیکی در حال تحول نیز توجه داشت (Yadav et al, 2024; Ampountolas et al, 2024) با گسترش متاورس، کسب‌وکارهایی که به تطبیق و نوآوری پرداخته‌اند، خود را در پیشگام یک دوره تحولی در بازاریابی می‌یابند. این کسب‌وکارها با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید، می‌توانند در ایجاد تجربه‌های منحصربه‌فرد و جذاب برای مشتریان پیشرو باشند و فرصت‌های بی‌نظیری را برای تعامل و ارتباط با مخاطبان خود فراهم کنند (Lowry et al, 2025: 3).

### ۲-۳- بازاریابی متاورس در حوزه گردشگری

بازاریابی یک زمینه دائماً در حال تحول است که با تغییرات فناوری، رفتار مصرف‌کننده و بسترهای ارتباطی سازگار است (Gauri & Kalmegh, 2022: 2).

نقطه قوت بازاریابی سنتی در توانایی آن برای دستیابی به مخاطبان گسترده و آشنایی در بین مصرف‌کنندگان نهفته است. برای سال‌ها، این روش باعث ایجاد اعتماد و اعتبار شده است، زیرا مردم به دیدن برندهایی که در تبلیغ می‌شوند عادت کرده‌اند( Rahman et al, 2024: 8). برای مثال، ماهیت ملموس رسانه‌های چاپی، می‌تواند تصویری ماندگار ایجاد کند که رسانه‌های دیجیتال گاهی اوقات برای مطابقت با آن تلاش می‌کنند. علاوه بر این، کانال‌های بازاریابی سنتی اغلب دامنه وسیعی دارند و به ویژه برای کمپین‌های آگاهی از برند مؤثر هستند. متاورس به عنوان یک فضای دیجیتال نوین، فرصت‌های قابل توجهی را برای صنعت گردشگری ایجاد می‌کند. این فضا می‌تواند تجربه‌های جدیدی را برای مسافران و برندهای گردشگری فراهم کند.

متاورس به عنوان یک فضای دیجیتال چندبعدی، فرصت‌های جدیدی را برای بازاریابی فراهم می‌کند. برندها می‌توانند با استفاده از فناوری‌های نوین و استراتژی‌های خلاقانه، به جذب مخاطبان و ایجاد تجربه‌های منحصر به فرد بپردازند.

در ادامه به دلایل استفاده از متاورس برای بازاریابی در حوزه گردشگری به ویژه در ارتباط با جاذبه‌های طبیعی اشاره شده است:

- تعامل پیشرفته: بازاریابی در متاورس برای جاذبه‌های طبیعی به این معناست که تجربه‌های کاملاً غوطه‌ور و جذابی ایجاد می‌شود که بازدیدکنندگان را به روش‌هایی جلب می‌کند که بازاریابی سنتی قادر به آن نیست.. تورهای مجازی، نمایشگاه‌های تعاملی و تجربیات بازی‌سازی شده می‌توانند کاربران را به مناظر خیره‌کننده منتقل کنند و به آن‌ها اجازه می‌دهند تا زیبایی این مکان‌ها را از خانه‌شان کشف و درک کنند. این تعامل می‌تواند باعث ایجاد علاقه و الهام بخشیدن به بازدیدهای دنیای واقعی شود (Wei et al., 2022: 9).

- بازاریابی هدفمند: متاورس داده‌های ارزشمندی را در مورد رفتار و ترجیحات کاربر ارائه می‌دهد و بازاریابان را قادر می‌سازد تا کمپین‌های خود را با جمعیتی خاص تنظیم کنند. با تجزیه و تحلیل تعاملات کاربر در متاورس، جاذبه‌های طبیعی می‌توانند مخاطبان هدف خود را شناسایی کرده و استراتژی‌های بازاریابی شخصی‌سازی‌شده‌ای ایجاد کنند. این رویکرد هدفمند می‌تواند منجر به افزایش تعداد بازدیدکنندگان شود.

- آگاهی از پایداری: با افزایش نگرانی‌های زیست‌محیطی، متاورس می‌تواند به عنوان بستری برای ارتقای پایداری و تلاش‌های حفاظتی عمل کند. جاذبه‌های طبیعی می‌توانند از تجربیات مجازی برای آموزش کاربران در مورد اهمیت حفظ اکوسیستم، حیات وحش و منابع طبیعی استفاده کنند. با پرورش احساس مسئولیت و ارتباط با طبیعت، بازاریابی متاورس می‌تواند بازدیدکنندگان را تشویق کند تا از ابتکارات حفاظتی حمایت کنند و در طول سفر انتخاب‌های آگاهانه محیط‌زیستی داشته باشند (Hollensen et al., 2022: 8).

- دسترسی جهانی: متاورس از مرزهای جغرافیایی فراتر می‌رود و باعث دسترسی به مخاطبان جهانی برای بازدید از جاذبه می‌شود. این موضوع به ویژه برای مقاصد کمتر شناخته‌شده‌ای که ممکن است برای رقابت با نقاط گردشگری محبوب‌تر تلاش کنند، مفید است. این جاذبه‌ها با نمایش جذابیت‌های منحصر به فرد خود در متاورس، می‌توانند بازدیدکنندگان بین‌المللی را جذب کرده و پایگاه گردشگری خود را متنوع کنند (Chen & Yao, 2022: 4).

- ساخت جامعه: متاورس تعامل جامعه را تقویت می‌کند و جاذبه‌های طبیعی را قادر می‌سازد تا پیروان وفادار خود را ایجاد کنند. با ایجاد فضاهای مجازی برای کاربران برای به اشتراک گذاشتن تجربیات، داستان‌ها و نکات، جاذبه‌ها می‌توانند حس تعلق را در بین بازدیدکنندگان پرورش دهند. این مشارکت اجتماعی می‌تواند منجر به افزایش بازاریابی دهان به دهان و بازدیدهای مکرر، هم در عرصه مجازی و هم در عرصه فیزیکی شود.

همانطور که چشم انداز دیجیتال به تکامل خود ادامه می‌دهد، بازاریابی متاورس فرصتی منحصر به فرد برای جاذبه‌های طبیعی فراهم می‌کند تا با بازدیدکنندگان بالقوه به روش‌های نوآورانه ارتباط برقرار کنند. با پذیرفتن این مرز جدید، این جاذبه‌ها می‌توانند تعامل را افزایش دهند، پایداری را ارتقا دهند و جامعه‌ای جهانی از علاقه‌مندان به طبیعت بسازند. در دنیایی که تجربیات بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارند، متاورس فقط یک روند نیست. این یک ضرورت برای جاذبه های طبیعی است که به دنبال رشد در آینده هستند (Sánchez-Amboage et al., 2022: 10).

### ۲-۴- فرصت‌ها و چالش‌های متاورس در گردشگری

در ادامه به فرصت‌هایی که از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های نوین به ویژه متاورس و هوش مصنوعی در گردشگری می‌توان کسب کرد، اشاره شده است:

- تجربه‌های مجازی: برندهای گردشگری می‌توانند با ارائه تورهای مجازی و تجربه‌های تعاملی، به مسافران این امکان را بدهند که قبل از سفر، مقصد را به صورت سه‌بعدی کشف کنند. این امر به افزایش تمایل مشتریان به سفر کمک می‌کند (Godovykh, 2022:

4). متاورس، با ابزارهای استراتژیک خود، همچنین می‌تواند به اندازه‌گیری و ارزیابی موثر عملکرد کمپین‌های برند کمک کند و بینش‌هایی را برای بهبود بیشتر ارائه دهد. نسل آلفا، Z و Y بخش‌های کاربر غالب در متاورس هستند. آن‌ها به دلیل اشتیاقشان به بازی، دانش فنی، اولین شرکت‌کنندگان متاورس هستند (Buhalis,2022: 4). متاورس برای برندهایی که این پایگاه کاربر را هدف قرار می‌دهند بسیار موثر خواهد بود.

- شخصی‌سازی تجربه‌ها: متاورس می‌تواند به برندها این امکان را بدهد که تجربه‌های شخصی‌سازی شده‌ای را بر اساس علایق و سلیقه‌های مشتریان ارائه دهند کند(Mehmood et al., 2024: 7). به عنوان مثال، پیشنهادات خاصی برای سفرهای ویژه یا فعالیت‌های فرهنگی می‌تواند تجربه مشتریان را غنی‌تر کند.

- برقراری ارتباط با جوامع جدید: برندهای گردشگری می‌توانند با ایجاد انجمن‌های آنلاین در متاورس، به ارتباط با مشتریان و ایجاد حس تعلق کمک کنند. این جوامع می‌توانند به اشتراک‌گذاری تجربیات و نظرات کمک کنند. ایجاد وفاداری به برند برای موفقیت بلندمدت برندها بسیار مهم است. متاورس به اعضای جامعه اجازه می‌دهد تا به طور مؤثرتری نسبت به وبلاگ‌های اینترنتی یا اتاق‌های گفتگو با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و ابزارهای ارتباطی عالی را ارائه می‌دهد. علاوه بر این، رویدادها و مسابقات در متاورس می‌توانند مانند زندگی واقعی سازماندهی شوند و گزینه‌های بیشتری را برای برندها فراهم کنند تا با مشتریان خود درگیر شوند ( Hatami et al., 2024: 6).

در حالی که متاورس فرصت‌های جدیدی را برای بازاریابی و تعامل با مشتریان فراهم می‌کند، چالش‌ها و تهدیدهای مرتبط با آن نیز نباید نادیده گرفته شوند. برندها باید با دقت به مسائل قانونی، هزینه‌ها و پذیرش عمومی توجه کنند تا بتوانند به طور مؤثر از این فضای نوین بهره‌برداری کنند:

- مسائل امنیتی و حریم خصوصی: جمع‌آوری داده‌های کاربران و حفاظت از اطلاعات شخصی یکی از چالش‌های اصلی در متاورس است. برندها باید اطمینان حاصل کنند که داده‌های مشتریان به طور ایمن مدیریت می‌شود (Otoum et al., 2024: 3).

- مسائل حقوقی و اخلاقی: تضمین رعایت اخلاق و قوانین در متاورس بسیار مهم است. برندها باید به قوانین محلی و بین‌المللی پایبند باشند تا از مشکلات حقوقی جلوگیری کنند (Guttentag, 2010: 5).

- مقیاس‌پذیری و هم‌افزایی: نگرانی‌هایی درباره مقیاس‌پذیری و هم‌افزایی بین متاورس‌های مختلف وجود دارد. بازاریابان باید به این مسائل توجه کنند تا بتوانند تجربه‌ای یکپارچه برای کاربران ایجاد کنند (Otoum et al, 2024: 9).

- هزینه‌های توسعه و فناوری: ایجاد زیرساخت‌های مجازی و تجربه‌های تعاملی هزینه‌بر است و نیاز به فناوری پیشرفته و نیروی متخصص دارد (شاه مرادی،۱۴۰۱:۶). این امر می‌تواند مانع از ورود برخی برندها به این فضا شود.

- پذیرش عمومی: عدم آشنایی برخی از کاربران با فناوری‌های جدید و مقاومت در برابر تغییرات می‌تواند از پذیرش متاورس در صنعت گردشگری جلوگیری کند.

چالش‌های اجتماعی و فرهنگی بازاریابی متاورس در صنعت گردشگری متعدد هستند و نیازمند توجه دقیق به جزییات مختلفی هستند. در ادامه به برخی از این چالش‌ها پرداخته شده است.

۱. تفاوت‌های فرهنگی

گردشگران از فرهنگ‌ها و کشورهای مختلف با نیازها، انتظارات و رفتارهای متفاوت به متاورس وارد می‌شوند. هر فرهنگ دارای نمادها، ارزش‌ها و هنجارهای خاصی است که ممکن است در متاورس به درستی درک نشود یا رعایت نشود. برندها باید با تحقیق و شناخت عمیق از فرهنگ‌های مختلف، محتوای خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که برای تمامی کاربران جذاب و محترمانه باشد (Gursoy et al., 2022).

۲. تجربه‌های اجتماعی متفاوت

افراد در متاورس ممکن است به شکل‌های مختلفی با یکدیگر تعامل داشته باشند. برخی ممکن است از تجربیات اجتماعی مجازی لذت ببرند، در حالی که برخی دیگر ممکن است این تجربه‌ها را مصنوعی و غیر واقعی بدانند. فراهم کردن محیط‌های مجازی که امکان تعاملات طبیعی‌تر و واقعی‌تر را فراهم می‌کنند، می‌تواند به افزایش پذیرش و مشارکت کاربران کمک کند (Chen, 2023).

۳. نمایش فرهنگی

ارائه صحیح و معتبر فرهنگ‌ها در محیط متاورس بسیار مهم است. نمایش نادرست یا کلیشه‌ای فرهنگ‌ها می‌تواند به واکنش‌های منفی و نارضایتی کاربران منجر شود. استفاده از کارشناسان فرهنگی و همکاری با افراد بومی برای ایجاد محتوای فرهنگی معتبر و صحیح می‌تواند این چالش را کاهش دهد (Hindolia et al., 2024).

۴. تفاوت‌های زبانی

متاورس یک محیط جهانی است و کاربران از زبان‌های مختلف استفاده می‌کنند. مشکلات زبانی می‌تواند مانع از ارتباط و تعامل مؤثر بین کاربران شود. ایجاد سیستم‌های ترجمه همزمان و ارتقاء توانایی‌های زبان‌آموزی هوش مصنوعی برای تسهیل ارتباطات بین‌المللی می‌تواند به کاهش این مشکل کمک کند (Chen, 2023; Hollensen et al., 2022; Gursoy et al., 2022).

۵. دسترسی

اطمینان از اینکه متاورس برای تمامی افراد، از جمله افراد با نیازهای خاص، قابل دسترسی باشد یکی از چالش‌های مهم اجتماعی و فرهنگی است. طراحی و توسعه سیستم‌هایی که نیازهای مختلف کاربران را در نظر می‌گیرند و دسترسی عادلانه را فراهم می‌کنند، بسیار حائز اهمیت است (باقری مهرآبادی، ۱۴۰۲).

این چالش‌ها نشان می‌دهند که برندهای گردشگری باید به دقت و با حساسیت به مسائل اجتماعی و فرهنگی در متاورس نزدیک شوند تا بتوانند تجربه‌های مثبت و جذابی برای کاربران ایجاد کنند.

### ۲-۵- متاورس و هوش مصنوعی در زمینه گردشگری طبیعی با تاکید بر زاینده‌رود اصفهان

زاینده‌رود به عنوان یکی از اصلی‌ترین جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی اصفهان، نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری این شهر ایفا می‌کند. این رودخانه با پل‌های تاریخی مانند پل خواجو و سی‌وسه پل، پارک‌ها و مناظر طبیعی بی‌نظیر، همواره مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی قرار گرفته است. زاینده‌رود نه تنها به عنوان یک مقصد گردشگری بلکه به عنوان نمادی از فرهنگ و تاریخ اصفهان شناخته می‌شود و تأثیر زیادی بر رونق اقتصادی و اجتماعی این شهر دارد.

در این راستا، متاورس به عنوان یک دنیای دیجیتال فراواقعی، می‌تواند در توسعه و تبلیغ گردشگری زاینده‌رود نقش مهمی ایفا کند. تورهای مجازی در متاورس از جمله کاربردهای آن در این زمینه است. این تورها به کاربران این امکان را می‌دهند که قبل از سفر واقعی، از زیبایی‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد زاینده‌رود بهره‌مند شوند و شامل بازدیدهای مجازی از پارک‌ها، پل‌های تاریخی و مناطق طبیعی دیگر باشند. ایجاد پلتفرم‌هایی در متاورس که به گردشگران این امکان را می‌دهند با جوامع محلی و فرهنگ آن‌ها آشنا شوند نیز از دیگر کاربردهای متاورس است. این تعاملات می‌توانند تجربه‌ای آموزشی و فرهنگی برای گردشگران فراهم کنند.

هوش مصنوعی نیز می‌تواند نقش بسزایی در توسعه گردشگری زاینده‌رود و اصفهان ایفا کند. با استفاده از هوش مصنوعی، تحلیل‌های دقیقی از نیازها و ترجیحات گردشگران به دست می‌آید و استراتژی‌های بازاریابی مؤثرتری تدوین می‌شود. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود تجربه گردشگران از طریق ارائه پیشنهادهای شخصی‌سازی شده و بهینه‌سازی مسیرهای بازدید کمک کند. با توجه به این پیشرفت‌ها، فناوری‌های نوین با ایجاد تجربه‌های جدید و فراگیر، به بهبود فرآیندهای بازاریابی و گردشگری زاینده‌رود کمک می‌کنند و می‌توانند به عنوان ابزارهای کلیدی در معرفی و تبلیغ جاذبه‌های طبیعی گردشگری اصفهان مورد استفاده قرار گیرند.

## ۳. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هوش مصنوعی و متاورس به طور قطع در حال تحول صنعت گردشگری هستند و راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای بازاریابی و ارتقاء تجربه بازدیدکنندگان فراهم می‌کنند. برای مقاصدی مانند زاینده‌رود اصفهان، این فناوری‌ها می‌توانند نقشی کلیدی در افزایش دیده‌شدن، جذب گردشگران بیشتر و ایجاد مدل‌های گردشگری پایدار ایفا کنند.

با استفاده از هوش مصنوعی برای بازاریابی شخصی‌شده و ادغام متاورس برای تجربیات مجازی، اصفهان می‌تواند خود را به‌عنوان مقصدی مدرن و دسترس‌پذیر معرفی کند. ترکیب این فناوری‌ها نه‌تنها به تقویت تلاش‌های تبلیغاتی کمک می‌کند بلکه به گردشگران این امکان را می‌دهد که ارتباط عمیق‌تری با میراث طبیعی و فرهنگی زاینده‌رود برقرار کنند. همان‌طور که هوش مصنوعی و متاورس به تکامل خود ادامه می‌دهند، بدون شک آینده گردشگری را شکل خواهند داد و مسیرهای جدیدی برای تعامل، کشف و تجربه ایجاد خواهند کرد. هوش مصنوعی به‌ویژه در بازاریابی، با ایجاد سیستم‌های توصیه‌گر و تحلیل داده‌های بزرگ، به‌طور چشمگیری نحوه تعامل برندها با مشتریان را تغییر داده است. بر اساس پژوهش‌های اخیر (verma et al., 2023: 3) ، هوش مصنوعی به برندها این توانایی را می‌دهد که رفتار مشتریان را پیش‌بینی کرده و تبلیغات هدفمند و شخصی‌سازی‌شده‌ای ارائه دهند. در حوزه گردشگری، به‌ویژه در جاذبه‌های طبیعی، هوش مصنوعی به بازاریابان کمک می‌کند تا نیازها و ترجیحات گردشگران را شبیه‌سازی کرده و به این ترتیب، تجربه بازدید از مکان‌های طبیعی مانند زاینده رود را به گونه‌ای متفاوت و جذاب به نمایش بگذارند. همچنین، مفهوم متاورس که به‌عنوان یک دنیای مجازی تمام‌عیار شناخته می‌شود، به سرعت در حال گسترش است. این فناوری جدید پتانسیل زیادی در حوزه‌های مختلف، به‌ویژه در بازاریابی گردشگری دارد. پژوهش‌های متعددی (Grassini, 2024: 5) نشان داده‌اند که گردشگران از تجربه‌های مجازی در مکان‌های طبیعی استقبال کرده‌اند. با استفاده از شبیه‌سازی‌های سه‌بعدی و محیط‌های واقعیت مجازی، افراد می‌توانند به‌طور مجازی از مکان‌های گردشگری بازدید کنند و این تجربه می‌تواند انگیزه‌ای برای سفر واقعی آن‌ها به مقصد ایجاد کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ترکیب هوش مصنوعی و متاورس می‌تواند بازاریابی جاذبه‌های طبیعی را به سطح جدیدی از تعامل و تجربه برساند. به‌عنوان مثال، استفاده از واقعیت افزوده و واقعیت مجازی در کنار الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌تواند به برندها کمک کند تا تجربه‌های بسیار خاص و منحصر به فردی برای مشتریان طراحی کنند (Chun et al, 2024). این تجربه‌ها می‌توانند از تورهای مجازی گرفته تا اطلاع‌رسانی هوشمند درباره ویژگی‌های خاص جاذبه‌های طبیعی مانند زاینده رود را شامل شوند.

متاورس فرصتی منحصر به فرد برای ارتقاء تجربه بازدید از زاینده‌رود فراهم می‌آورد. واقعیت مجازی و واقعیت افزوده می‌توانند برای ایجاد مدل‌های دیجیتال جذاب از رودخانه استفاده شوند و به گردشگران این امکان را بدهند که این مناظر را از هر نقطه‌ای در دنیا کشف کنند. این تجربه مجازی می‌تواند شبیه‌سازی یک بازدید واقعی از منطقه باشد و اهمیت تاریخی، زیبایی طبیعی و میراث فرهنگی زاینده‌رود را به نمایش بگذارد. گنجاندن تورهای VR، نقشه‌های تعاملی و داده‌های زنده در پلتفرم متاورس همچنین می‌تواند به گردشگران مجازی اطلاعاتی به‌روز درباره وضعیت آب‌وهوا، رویدادها و فعالیت‌های موجود در زاینده‌رود ارائه دهد، که این باعث غنی‌تر شدن تجربه آن‌ها شده و علاقه به بازدید فیزیکی از این مقصد را افزایش می‌دهد.

فناوری‌های نوین می‌توانند به توسعه تجربیات شخصی‌سازی‌شده برای گردشگران نیز کمک کنند. به‌عنوان مثال، متاورس می‌تواند به گردشگران اجازه دهد که مسیرهای خاصی از زاینده‌رود را بر اساس علایق و ترجیحات خود تجربه کنند. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند به‌طور خودکار پیشنهادات شخصی‌سازی‌شده برای فعالیت‌ها، تورها و جاذبه‌های مختلف ارائه دهد که متناسب با سلیقه و نیازهای فردی گردشگران باشد، ارائه دهد.

همچنین، ارائه محتواهای آموزشی و اطلاع‌رسانی درباره حفظ محیط زیست و اهمیت حفاظت از منابع طبیعی می‌تواند نقش مهمی در ارتقاء آگاهی گردشگران ایفا کند. این محتواها می‌توانند شامل ویدئوها، مقالات و برنامه‌های تعاملی باشند که به کاربران اطلاعاتی درباره محیط زیست و راه‌های حفاظت از آن ارائه دهند.

با توجه به روند تکاملی هوش مصنوعی و متاورس، آینده گردشگری به سمت ایجاد تجربه‌های تعاملی و کشف‌های جدید پیش می‌رود. استفاده هوشمندانه از این فناوری‌ها می‌تواند به توسعه گردشگری پایدار و افزایش رضایت گردشگران کمک کند و نقش مهمی در معرفی و حفاظت از جاذبه‌های طبیعی ایفا کند. بنابراین، توجه به این فناوری‌ها و بهره‌برداری بهینه از آن‌ها می‌تواند به بهبود صنعت گردشگری و افزایش آگاهی عمومی از اهمیت حفاظت از منابع طبیعی کمک کند.

## منابع و ماخذ


- باقری مهرآبادی، مهدی. (۱۴۰۲). بررسی تاثیر متاورس در مدیریت شهری و صنعت گردشگری (مورد مطالعه شهراسفراین)، بیست و یکمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، بابل.

- شاه مرادی، وحید. (۱۴۰۱). ارزیابی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر پیاده‌سازی متاورس در بخش کنترل و بازرسی کشتی‌ها استان هرمزگان.

- Ampountolas, A., Menconi, G., & Shaw, G. (2024). Metaverse research propositions: Online intermediaries. *Tourism Economics*, *30*(1), 255-261.

- Basheer, S., Walia, S., Mehraj, D., Farooq, S., & Reshi, M. A. (2024). Exploring the Intersection of Tourism, Artificial Intelligence and Travel: The Rise of the Metaverse and Its Implications. In The Role of Artificial Intelligence in Regenerative Tourism and Green Destinations (pp. 71-83). Emerald Publishing Limited. DOI: 10.1108/978-1-83753-746-420241005

- Buhalis, D., Lopez, E. P., & Martinez-Gonzalez, J. A. (2020). Influence of young consumers' external and internal variables on their e-loyalty to tourism sites. Journal of Destination Marketing & Management, 15, 100409. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100409.

- Chen, C., & Yao, M. Z. (2022). Strategic use of immersive media and narrative message in virtual marketing: Understanding the roles of telepresence and transportation. Psychology and Marketing, 39(3), 524–542. https://doi.org/10.1002/mar.21630

- Chu, S. C., Yim, M. Y. C., & Mundel, J. (2024). Artificial intelligence, virtual and augmented reality, social media, online reviews, and influencers: a review of how service businesses use promotional devices and future research directions. *International Journal of Advertising*, 1-31. https://doi.org/10.1080/02650487.2024.2325835

- Davenport, T., Guha, A., Grewal, D., & Bressgott, T. (2020). How artificial intelligence will change the future of marketing. Journal of the Academy of Marketing Science. DOI:10.1007/s11747-019-00696-0

- Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G., & Gilbert, R. (2013). 3D virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities. ACM Computing Surveys (CSUR). https://doi.org/10.1145/2480741.2480751

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Wang, Y., Alalwan, A. A., Ahn, S. J., Balakrishnan, J., ... & Wirtz, J. (2023). Metaverse marketing: How the metaverse will shape the future of consumer research and practice. *Psychology & Marketing*, *40*(4), 750-776. https://doi.org/10.1002/mar.21767

-Gauri, S., & Kalmegh (2022). Digital Marketing Vs. Traditional Marketing-A Comparative View.

- Godovykh, M., Baker, C., & Fyall, A. (2022). VR in tourism: A new call for virtual tourism experience amid and after the COVID-19 pandemic. *Tourism and Hospitality*, *3*(1), 265-275. https://doi.org/10.3390/tourhosp3010018

-Grassini, S., & Ratcliffe, E. (2023). *The Virtual Wild: Exploring the Intersection of Virtual Reality and Natural Environments*. Managing Protected Areas. https://doi.org/10.1007/978-3-031-40783-3

- Gursoy, D., Malodia, S., & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. Journal of Hospitality Marketing & Management, 31(5), 527–534. https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2072504

- Guttentag, D. A. (2010). "Virtual reality: Applications and implications for tourism." Tourism Management. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003

- Hadi, R., Melumad, S., & Park, E. S. (2024). The Metaverse: A new digital frontier for consumer behavior. Journal of Consumer Psychology, 34(1),142-166. https://doi.org/10.1002/jcpy.1356

-Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., Singh, R. P., & Suman, R. (2022). Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study. International Journal of Intelligent Networks, 3, 119-132. https://doi.org/10.1016/j.ijin.2022.08.005

- Hatami, M., Qu, Q., Chen, Y., Kholidy, H., Blasch, E., & Ardiles-Cruz, E. (2024). A Survey of the Real-Time Metaverse: Challenges and Opportunities. *Future Internet*, *16*(10), 379. https://doi.org/10.3390/fi16100379

- Hindolia, A., Arya, J., Pathak, R. and Kazmi, A. (2024), "Halal B2B marketing in the metaverse: crafting a conceptual framework to pinpoint opportunities and challenges, outlining the agenda for future research", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of print. https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2024-0054
- Hollensen, S., Kotler, P., & Opresnik, M. (2022). Metaverse - the new marketing universe. Journal of Business Strategy. https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014. https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014
- Jamali, Z. (2024). Marketing in Metaverse Era: New Horizons, Challenges and Opportunities. The New Approaches in Humanities, 1(4), 13-20. NAHQ/nahq.2024.198208
- Koohang, A., Nord, J., Ooi, K., Tan, G., Al-Emran, M., Aw, E., Baabdullah, A., Buhalis, D., Cham, T., Dennis, C., Dutot, V., Dwivedi, Y., Hughes, L., Mogaji, E., Pandey, N., Phau, I., Raman, R., Lee, L. H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., Kumar, A., Bermejo, C., & Hui, P. (2021). "All One Needs to Know about Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem, and Research Agenda." arXiv preprint arXiv:2110.05352. http://dx.doi.org/10.1561/1100000095
- Lowry, P. B., Boh, W., Petter, S., & Leimeister, J. M. (2025). Long Live the Metaverse: Identifying the Potential for Market Disruption and Future Research. https://doi.org/10.1080/07421222.2025.2455770
- Mehmood, K., Rehman, M. A., Rafi, A., & Mogaji, E. (2024). Amplifying personalized experiences in the metaverse: a tourism and hospitality perspective. In *A Research Agenda For Tourism, Hospitality And The Metaverse* (pp. 9-24). Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.4337/9781035328222.00006
- Otoum, Y., Gottimukkala, N., Kumar, N., & Nayak, A. (2024). Machine learning in metaverse security: Current solutions and future challenges. *ACM Computing Surveys*, *56*(8), 1-36. https://doi.org/10.1145/3654663
-Park, S. M., & Kim, Y. G. (2022). A metaverse: Taxonomy, components, applications, and open challenges. *IEEE access*, *10*, 4209-4251. 10.1109/ACCESS.2021.3140175
- Rahman, M. A., Khan, T. A. H. S. I. N. A., Emon, M. M. H., Bukari, Z., & Nath, A. (2024). The New Marketing Paradigm: From Traditional to Digital.
- Sánchez-Amboage, E., Crespo-Pereira, V., Membiela-Pollán, M., & Jesús Faustino, J. P. (2024). Tourism marketing in the metaverse: A systematic literature review, building blocks, and future research directions. *PLOS ONE, 19*(5), e0300599. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300599
- Verma, S., Sharma, R., Deb, S., & Maitra, D. (2021). Artificial intelligence in marketing: Systematic review and future research direction. *International Journal of Information Management Data Insights*, *1*(1), 100002. https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2020.100002
-Wei, X., Jin, X., & Fan, M. (2022). Communication in immersive social virtual reality: A systematic review of 10 years' studies. In *Proceedings of Chinese CHI 22*. ACM. https://doi.org/10.1145/3565698.3565767
- Yadav, S., Pandey, S. K., & Sharma, D. (2024). Marketing beyond reality: a systematic literature review on metaverse. Management Research Review, 47(7), 1029-1051. https://doi.org/10.1108/MRR-06-2023-0456
-McCartney, G., & McCartney, A. (2020). Rise of the machines: towards a conceptual service-robot research framework for the hospitality and tourism industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32(12), 3835-3851. https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0450

# چالش ها و راهبردهای توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود

**فاطمه منوچهری**، استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

## چکیده

گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود با وجود پتانسیل‌های فراوان، اما با چالش هایی نیز روبه رو است. جهت حل مساله و ارائه راهبردهای مطلوب در این زمینه بایستی شناختی نظامندی از ظرفیت ها و چالش ها به دست آید و سپس بر اساس این وضعیت، پیشنهادات اساسی و اصولی را ارائه نمود. هدف این پژوهش شناسایی چالش‌های موجود و ارائه راهکارهایی برای استفاده مؤثر از فناوری‌های نوین جهت توسعه گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود است. تحقیق این مطالعه، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده‌های اسنادی و علمی است. از منابع مختلفی شامل مقالات علمی، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و اسناد تاریخی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. طریق تحلیل محتوای متو، داده ها و اطلاعات تحلیل شدند. نتایج نشان داد این پهنه جغرافیایی، دارای ظرفیت های متنوعی از لحاظ حوزه گردشگری روستایی است اما این ظرفیت ها در حالت بالقوه باقی مانده اند. در این حوضه جغرافیایی برای توسعه فناوری و تاثیر آن در گردشگری روستایی چالش‌های عمده شامل کمبود زیرساخت‌های فناوری، عدم آگاهی جوامع محلی از فناوری‌های نوین، و مشکلات در بازاریابی دیجیتال وجود دارد. برای رفع این چالش‌ها، راهبردهایی همچون توسعه زیرساخت‌های ICT، آموزش جوامع محلی و بومی‌سازی فناوری‌های دیجیتال پیشنهاد شد. نتایج نشان می‌دهند که با اجرای این راهبردها، می‌توان گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود را به‌طور مؤثری توسعه داد، تجربه گردشگران را ارتقا داد و به رشد اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی کمک کرد.

**واژگان کلیدی:** توسعه فناوری، گردشگری روستایی، حوضه زاینده رود

## ۱. مقدمه

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و پررشدترین صنایع جهانی شناخته می‌شود که نقش چشمگیری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع ایفا می‌کند. این صنعت نه تنها به عنوان یک محرک اقتصادی با تأثیرات مثبت بر اشتغال، درآمدزایی و توسعه زیرساخت‌ها شناخته می‌شود، بلکه به عنوان ابزاری برای حفظ و ترویج میراث فرهنگی، افزایش تبادل فرهنگی و ارتقای آگاهی‌های زیست‌محیطی نیز اهمیت دارد. طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری(۲۰۲۳) گردشگری یکی از بزرگترین صنایع جهان با رشد پایدار و چشمگیر است و پیش‌بینی می‌شود که در سال‌های آتی با توجه به تمایل روزافزون به سفر و تجربه فرهنگ‌های مختلف، این روند ادامه یابد. مطالعات مختلف نشان می‌دهند که این صنعت نقش مهمی در افزایش تبادل فرهنگی و توسعه پایدار ایفا می‌کند (Gooroochurn & Sinclair, 2005: 384). از سوی دیگر، گردشگری به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، می‌تواند منبعی از درآمدهای پایدار برای جوامع محلی و دولت‌ها باشد(Zhao & Ritchie, 2007: 350) . در نتیجه، اهمیت گردشگری به‌عنوان ابزاری برای ارتقای اقتصاد ملی و بین‌المللی بیش از پیش روشن است(Papatheodorou, 2006: 230) .

گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از شاخه‌های خاص و مؤثر گردشگری، توجه ویژه‌ای را به خود جلب کرده است. این نوع گردشگری در بسیاری از مناطق به‌ویژه روستاهای دورافتاده و کم‌تر توسعه‌یافته، می‌تواند محرک‌های اصلی برای رشد اقتصادی و حفظ فرهنگ‌های محلی باشد. گردشگری روستایی از یک‌سو موجب رونق اقتصادی جوامع محلی و از سوی دیگر به حفظ و معرفی میراث فرهنگی و طبیعی بکر این مناطق کمک می‌کند(Sharpley, 2022: 45) . همچنین، گردشگری روستایی به‌طور معمول کمتر به منابع طبیعی آسیب می‌زند و به‌عنوان یک گزینه پایدارتر در توسعه گردشگری مطرح می‌شود(Wilson, 2020: 78) . در کشورهای در حال توسعه، توجه به گردشگری روستایی می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی و بهبود کیفیت زندگی در جوامع روستایی کمک کند(Briedenhann & Wickens, 2021: 56) . از این رو، توسعه گردشگری روستایی باید در برنامه‌های ملی و منطقه‌ای قرار گیرد تا از اثرات مثبت آن در سطح اجتماعی و اقتصادی بهره‌برداری شود(Sigala, 2020: 142) .

با وجود پتانسیل‌های فراوان گردشگری روستایی، این حوزه با چالش‌های زیادی روبروست که مانع از رشد و توسعه مطلوب آن می‌شود. یکی از اصلی‌ترین مشکلات، کمبود زیرساخت‌های ضروری مانند جاده‌ها، سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی و اقامتگاه‌های مناسب است که می‌تواند تأثیر زیادی بر راحتی و راحتی گردشگران داشته باشد(Hassan & Slabbert, 2020: 134) . علاوه بر این، کمبود آموزش‌های تخصصی برای جوامع محلی، نبود برنامه‌ریزی‌های مناسب و ضعف در بازاریابی می‌تواند مانع از بهره‌برداری مؤثر از منابع گردشگری در این مناطق شود(Donohoe & Needham, 2021: 97) . چالش دیگر، فقدان فناوری‌های نوین و ابزارهای دیجیتال برای جذب گردشگران و ارتقای کیفیت تجربه بازدید از این مناطق است(Koutsou, 2021: 22) . در حالی که فناوری‌های نوین، از جمله فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و واقعیت افزوده(AR) ، می‌توانند نقش بسزایی در معرفی و ترویج جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی مناطق روستایی ایفا کنند، عدم استفاده مؤثر از این فناوری‌ها در بسیاری از مناطق گردشگری روستایی، مانع از بهره‌برداری کامل از این پتانسیل‌ها می‌شود(Gretzel et al., 2020: 150) .

حوضه زاینده‌رود، به‌ویژه در بخش‌های روستایی آن، با پتانسیل‌های فراوانی در زمینه گردشگری روستایی روبروست. این منطقه که به دلیل وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی منحصر به فرد مانند مجموعه های تاریخی، آبشارها، رودخانه‌ها و مناظر طبیعی زیبا، از اهمیت بالایی برخوردار است، به‌ویژه در سال‌های اخیر توجه گردشگران داخلی و خارجی را به خود جلب کرده است . در عین حال، بسیاری از این مناطق به دلیل کمبود زیرساخت‌های گردشگری، عدم بهره‌برداری از فناوری‌های نوین، و ضعف در بازاریابی، نتوانسته‌اند به طور مؤثر از این پتانسیل‌ها بهره‌برداری کنند. یکی از مسائل مهم در این حوضه، عدم وجود هماهنگی و برنامه‌ریزی مؤثر در سطح محلی و منطقه‌ای برای توسعه گردشگری است. با توجه به چالش‌های موجود و محدودیت‌های منابع، استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند به‌عنوان یک راهکار مهم برای افزایش جذابیت گردشگری، بهبود تجربه گردشگران و ارتقای مدیریت منابع

---

۱. UNWTO

در این مناطق مورد توجه قرار گیرد. بنابراین، ضرورت بررسی چالش‌ها و راهبردهای استفاده از فناوری در توسعه گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود احساس می‌شود. هدف این تحقیق، شناسایی چالش‌ها و ارائه راهکارهای مؤثر برای استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود است.
سوال اصلی این تحقیق این است که چالش ها توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود کدامند و چه راهبردهایی می توان طرح نمود؟

## 2. روش شناسی تحقیق

این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با هدفی کاربردی طراحی شده است. انتخاب این روش تحقیق به محقق این امکان را می‌دهد که با استفاده از اطلاعات موجود، به تحلیل و استنتاج علمی در خصوص چالش ها توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود پرداخته و در ادامه راهبردهای پیش رو را اشاره و تحلیل می نماید. این روش به ویژه در مطالعه پدیده‌های پیچیده اجتماعی و فرهنگی مانند گردشگری روستایی که نیاز به تحلیل داده‌ها و استخراج الگوهای موجود دارد، مؤثر است.
داده‌های مورد نیاز این تحقیق از طریق گردآوری اسنادی و علمی به‌دست آمده است. منابع مختلفی شامل مقالات علمی، کتاب‌ها، اسناد تاریخی، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و مطالعات پیشین مرتبط با موضوع به‌دقت بررسی شده‌اند. این منابع به پژوهشگر کمک کرده‌اند تا دیدگاه‌ها و یافته‌های متعدد را گردآوری و در نهایت به تحلیل دقیق‌تری دست یابد. روش تحلیل داده‌ها مبتنی بر تحلیل محتوای متون موجود بوده است.پس از این مرحله، با بهره‌گیری از شیوه‌های تحلیلی، نتایج به‌دست‌آمده مورد بررسی قرار گرفته و در چارچوب توسعه گردشگری روستایی تبیین گردیده‌اند. در نهایت، با استفاده از اطلاعات گردآوری‌شده و تحلیل‌های انجام‌شده، پیشنهاداتی برای مدیریت بهتر توسعه گردشگری روستایی ارائه شده است. این پیشنهادات می‌تواند به سیاست‌گذاران و مسئولان کمک کند تا با اتخاذ تصمیمات بهینه، زمینه‌ساز توسعه پایدار و موفق گردشگری در مناطق روستایی شوند.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

حوضه زاینده‌رود با توجه به ویژگی‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و جغرافیایی خود پتانسیل‌های بالایی برای توسعه گردشگری روستایی دارد. این منطقه که از مرکز ایران عبور می‌کند، به‌ویژه در استان‌های اصفهان و چهارمحال و بختیاری، امکانات فراوانی برای جذب گردشگران روستایی فراهم کرده است. پتانسیل‌های گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود شامل جنبه‌های مختلفی است که می‌تواند در راستای توسعه پایدار این منطقه بهره‌برداری شود:
**۱-جاذبه‌های طبیعی** :حوضه زاینده‌رود با مناظر طبیعی بکر و منحصر به فرد خود، مانند کوه‌ها، دره‌ها، رودخانه‌ها، و آبشارها، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران طبیعت‌گرد دارد. رودخانه زاینده رود، رودهای منطقه چهارمحال و بختیاری، سرشچمه های کارون و.... از جاذبه‌های طبیعی هستند که می‌توانند گردشگران را به خود جذب کنند. این مناطق مناسب برای فعالیت‌هایی مانند پیاده‌روی، کوهنوردی، و عکاسی از مناظر طبیعی می‌باشند.
**۲-میراث فرهنگی و تاریخی** :حوضه زاینده‌رود دارای آثار تاریخی و فرهنگی متعددی است که می‌تواند به عنوان جاذبه‌های گردشگری مورد توجه قرار گیرد. آثار باستانی چون نقش‌های سنگی، آرامگاه‌ها و دیگر آثار تاریخی به‌عنوان یک مقصد گردشگری برجسته شناخته می‌شود. همچنین پل‌های تاریخی در منطقه و مسجدهای قدیمی این حوضه از جمله جاذبه‌های فرهنگی مهم به‌شمار می‌آیند.
**۳-فرهنگ و آداب و رسوم محلی** :روستاهای حوضه زاینده‌رود دارای فرهنگ و آداب و رسوم خاص خود هستند که می‌تواند برای گردشگران جذاب باشد. جشن‌ها، مراسم سنتی، صنایع دستی و غذاهای محلی این منطقه از جاذبه‌های فرهنگی مهم برای گردشگران

به شمار می‌روند. به عنوان مثال، جشن‌های محلی مانند جشن‌های نوروزی در روستاهای حوضه زاینده‌رود می‌تواند تجربه‌ای متفاوت و جذاب برای گردشگران باشد.

**۴-کشاورزی و فعالیت‌های روستایی** :از آنجا که زاینده‌رود یک رودخانه مهم در ایران است و بسیاری از مناطق اطراف آن به کشاورزی وابسته هستند، فعالیت‌های کشاورزی می‌تواند به‌عنوان یک جاذبه گردشگری در قالب تورهای کشاورزی و آموزش‌های مرتبط با کشاورزی پایدار معرفی شود. گردشگران می‌توانند از نزدیک با نحوه کشاورزی و تولیدات محلی آشنا شوند و در فعالیت‌های کشاورزی مشارکت کنند.

**۵-موقعیت جغرافیایی و دسترسی آسان** :موقعیت جغرافیایی حوضه زاینده‌رود که در نزدیکی مرکز ایران قرار دارد، دسترسی به این منطقه را برای گردشگران از شهرهای مختلف کشور آسان می‌کند. این ویژگی باعث می‌شود که گردشگران از سراسر ایران به راحتی بتوانند به این منطقه سفر کنند و از جاذبه‌های آن بهره‌برداری کنند.

با توجه به این پتانسیل‌ها، حوضه زاینده‌رود می‌تواند به‌عنوان یک مقصد گردشگری روستایی در سطح ملی و حتی بین‌المللی شناخته شود. بهره‌برداری از این پتانسیل‌ها در صورت توسعه زیرساخت‌ها، بهبود مدیریت منابع و استفاده از فناوری‌های نوین، می‌تواند به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منطقه کمک کند.

**چالش های توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود**

توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود با وجود پتانسیل‌های فراوان، با چالش‌های زیادی روبروست که می‌تواند مانع از بهره‌برداری کامل از این پتانسیل‌ها شود. این چالش‌ها نه تنها توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه را محدود می‌کند، بلکه موجب می‌شود که بسیاری از ظرفیت‌های گردشگری که می‌تواند منجر به رشد پایدار این منطقه شود، به‌درستی مورد استفاده قرار نگیرند. از این رو، درک و شناسایی این موانع برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران امری ضروری است تا بتوانند راه‌حل‌های مؤثری برای رفع آن‌ها ارائه دهند. در ادامه، به بررسی برخی از مهم‌ترین چالش‌های توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود خواهیم پرداخت.

**۱-کمبود زیرساخت‌های دیجیتال و فناوری اطلاعات** :یکی از مهم‌ترین چالش‌های توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود، کمبود زیرساخت‌های دیجیتال و فناوری اطلاعات است. بسیاری از روستاها و مناطق اطراف زاینده‌رود از دسترسی به اینترنت پرسرعت و فناوری‌های نوین محروم هستند. این مسأله باعث می‌شود که بازاریابی آنلاین، استفاده از فناوری‌هایی چون واقعیت افزوده (AR) و اپلیکیشن‌های گردشگری در این مناطق به‌درستی انجام نشود. در حالی که این فناوری‌ها می‌توانند به گردشگران در برنامه‌ریزی سفر و تجربه بهتری از جاذبه‌های محلی کمک کنند، عدم دسترسی به این امکانات، چالشی بزرگ برای توسعه گردشگری است.

**۲-ناآگاهی و کمبود مهارت‌های فنی در جوامع محلی** :یکی دیگر از چالش‌ها، ناآگاهی جوامع روستایی از فناوری‌های جدید و نبود مهارت‌های فنی در استفاده از آن‌هاست. بسیاری از فعالان گردشگری در این مناطق از توانایی‌های خود برای استفاده از ابزارهای دیجیتال و فناوری‌های نوین در بازاریابی و مدیریت تجربه گردشگری بی‌خبر هستند. آموزش نیروی انسانی و توانمندسازی جوامع محلی برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال می‌تواند به بهره‌برداری بهینه از پتانسیل‌های گردشگری روستایی کمک کند، اما این خود نیاز به زمان، منابع و برنامه‌ریزی دقیق دارد.

**۳-محدودیت در زیرساخت‌های حمل‌ونقل و دسترسی به جاذبه‌ها** :بسیاری از مناطق روستایی حوضه زاینده‌رود دسترسی خوبی به جاده‌ها و زیرساخت‌های حمل‌ونقل ندارند. این امر علاوه بر ایجاد مشکلات در جلب گردشگران، بر استفاده مؤثر از فناوری‌ها نیز تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، توسعه اپلیکیشن‌های مسیریابی برای گردشگران یا ارائه خدمات آنلاین برای رزرو هتل و تورهای گردشگری، زمانی مفید خواهد بود که دسترسی به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی به آسانی امکان‌پذیر باشد. نبود جاده‌های مناسب و زیرساخت‌های حمل‌ونقل می‌تواند به چالشی اساسی برای توسعه گردشگری مبتنی بر فناوری تبدیل شود.

**۴-نبود همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی** :در حوضه زاینده‌رود، همکاری و هماهنگی میان بخش‌های دولتی، خصوصی و جوامع محلی در زمینه توسعه فناوری و گردشگری روستایی هنوز در مراحل ابتدایی قرار دارد. این موضوع می‌تواند باعث شود که طرح‌ها و پروژه‌های فناوری در این حوزه با عدم هماهنگی و هم‌افزایی مواجه شوند. برای مثال، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، استفاده از فناوری‌های نوین و بهبود تجربه گردشگری نیازمند همکاری نزدیک میان دولت‌ها، شرکت‌های فناوری و جوامع محلی است، که در حال حاضر این نوع همکاری‌ها به اندازه کافی وجود ندارد.

**۵-محدودیت‌های مالی و سرمایه‌گذاری** :چالش مالی یکی از بزرگ‌ترین موانع توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود است. برای پیاده‌سازی فناوری‌های نوین مانند اپلیکیشن‌های موبایلی، سیستم‌های مدیریت مقصد گردشگری و واقعیت افزوده، نیاز به سرمایه‌گذاری‌های سنگین است. در بسیاری از مناطق روستایی، به دلیل محدودیت‌های مالی، این نوع سرمایه‌گذاری‌ها انجام نمی‌شود و عدم تأمین منابع مالی مناسب برای پروژه‌های فناوری باعث می‌شود که این مناطق از مزایای استفاده از این فناوری‌ها محروم شوند.

**۶-حفظ هویت فرهنگی و تطابق فناوری‌ها با نیازهای محلی** :یکی دیگر از چالش‌های مهم، تلاش برای حفظ هویت فرهنگی و بومی در کنار استفاده از فناوری‌های نوین است. در بسیاری از مناطق روستایی حوضه زاینده‌رود، فناوری‌های جدید باید با ویژگی‌های فرهنگی و نیازهای محلی هماهنگ باشند. استفاده نادرست یا غیرهمسو با فرهنگ محلی می‌تواند موجب تغییرات منفی در بافت اجتماعی و فرهنگی این مناطق شود. بنابراین، هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه فناوری در گردشگری روستایی باید با حساسیت به حفظ هویت و آداب و رسوم محلی انجام شود.

در نهایت، برای غلبه بر این چالش‌ها، نیاز به برنامه‌ریزی جامع و همکاری میان تمام ارگان‌ها و نهادهای مرتبط، همراه با تخصیص منابع مالی و آموزش جوامع محلی، ضروری است. این اقدامات می‌توانند به تحقق هدف توسعه گردشگری روستایی مبتنی بر فناوری در حوضه زاینده‌رود کمک کنند.

**جدول(۱): برخی چالش های توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود**

| ردیف | چالش‌ها | توضیحات |
|---|---|---|
| ۱ | **کمبود زیرساخت‌های دیجیتال و اینترنت پرسرعت** | بسیاری از مناطق روستایی حوضه زاینده‌رود از دسترسی به اینترنت پرسرعت و فناوری‌های دیجیتال برخوردار نیستند، که این موضوع بازاریابی آنلاین و استفاده از فناوری‌های نوین را محدود می‌کند. |
| ۲ | **ناآگاهی و کمبود مهارت‌های فنی در جوامع محلی** | جوامع روستایی آگاهی کافی از مزایای فناوری‌های نوین مانند واقعیت افزوده، اپلیکیشن‌های گردشگری و ابزارهای دیجیتال ندارند و فاقد مهارت‌های فنی برای استفاده از این ابزارها هستند. |
| ۳ | **محدودیت‌های زیرساخت حمل‌ونقل و دسترسی به جاذبه‌ها** | بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در روستاهای حوضه زاینده‌رود دسترسی دشواری دارند. کمبود جاده‌ها و مسیرهای ارتباطی مناسب، می‌تواند استفاده از فناوری‌های مسیریابی و مدیریت مقصد گردشگری را محدود کند. |
| ۴ | **نبود همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی** | عدم هماهنگی و همکاری میان ارگان‌های دولتی، بخش خصوصی و جوامع محلی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری و فناوری‌های نوین در منطقه یکی از چالش‌های اساسی است. |
| ۵ | **محدودیت‌های مالی و سرمایه‌گذاری** | بسیاری از پروژه‌های فناوری برای گردشگری روستایی نیاز به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ دارند، اما محدودیت منابع مالی در این مناطق باعث می‌شود که پروژه‌های فناوری به‌خوبی اجرا نشوند. |
| ۶ | **عدم توجه به نیازهای خاص منطقه‌ای در پیاده‌سازی فناوری** | استفاده از فناوری‌های جدید باید مطابق با نیازهای خاص هر منطقه و فرهنگ محلی باشد. نبود توجه به این موارد می‌تواند باعث ناسازگاری بین فناوری‌ها و فرهنگ محلی شود. |

| | | |
|---|---|---|
| ۷ | **کمبود آموزش و ارتقای آگاهی در زمینه فناوری** | جوامع روستایی از آموزش‌های کافی در زمینه استفاده از فناوری‌های جدید برخوردار نیستند و این مسأله منجر به عدم بهره‌برداری از فناوری‌ها در صنعت گردشگری می‌شود. |
| ۸ | **کمبود محتوای دیجیتال محلی و تخصصی** | تولید محتوای دیجیتال متناسب با فرهنگ، تاریخ و جاذبه‌های گردشگری روستایی منطقه یکی از مشکلات اساسی است. به‌ویژه در زمینه معرفی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، محتوای دیجیتال مناسب کم است. |
| ۹ | **چالش‌های فنی در اجرای فناوری‌های نوین** | اجرای برخی از فناوری‌های نوین مانند واقعیت افزوده (AR) و سیستم‌های مبتنی بر اینترنت اشیاء (IoT) در مناطق روستایی با محدودیت‌های فنی زیادی مواجه است. |
| ۱۰ | **عدم وجود سیستم‌های مدیریت مقصد گردشگری** | نبود سیستم‌های مؤثر برای مدیریت مقصدهای گردشگری و ارزیابی کیفیت خدمات در منطقه، باعث می‌شود که گردشگران نتوانند به راحتی از خدمات و امکانات استفاده کنند. |
| ۱۱ | **فرهنگ مصرف فناوری در جامعه روستایی** | در برخی از جوامع روستایی، هنوز فرهنگ استفاده از فناوری‌های نوین به‌طور کامل پذیرفته نشده است و این موضوع ممکن است در پذیرش فناوری‌های جدید در صنعت گردشگری خلل ایجاد کند. |
| ۱۲ | **چالش‌های مربوط به حفظ محیط زیست و توسعه پایدار** | استفاده از فناوری در گردشگری ممکن است تأثیرات منفی بر محیط زیست و منابع طبیعی منطقه بگذارد. بنابراین، چالش‌هایی در زمینه حفظ منابع طبیعی در کنار توسعه فناوری وجود دارد. |

**راهبردهای توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود**

گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع کلیدی در بسیاری از کشورها، به‌ویژه در مناطق روستایی، نقش بسزایی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کند. در دنیای امروز، فناوری‌های نوین می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای توسعه و ارتقای صنعت گردشگری، به‌ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته، عمل کنند. استفاده از فناوری‌هایی همچون اینترنت، اپلیکیشن‌های موبایلی و ابزارهای دیجیتال می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد، دسترسی به اطلاعات گردشگری را آسان‌تر کند و زمینه‌ساز جذب بیشتر گردشگران شود. با توجه به چالش های اشاره شده، برخی راهبردها و پروژه های عملیاتی-اجرایی در این زمینه اشاره می شود.

**۱-توسعه زیرساخت‌های اینترنتی در مناطق روستایی :**یکی از مهم‌ترین اقدامات برای ارتقای گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود، توسعه زیرساخت‌های اینترنتی در این مناطق است. با ایجاد ایستگاه‌های تقویت سیگنال اینترنت و مراکز اینترنتی عمومی، می‌توان دسترسی به اینترنت پرسرعت را برای گردشگران و ساکنان محلی فراهم کرد. این اقدامات به گردشگران کمک می‌کند تا به راحتی از خدمات آنلاین نظیر رزرو هتل‌ها، جستجوی اطلاعات گردشگری و نقشه‌های مسیر استفاده کنند. همچنین، این پروژه‌ها می‌توانند به تقویت جذب گردشگران و ارتقای تجربه آن‌ها در منطقه کمک کنند.

**۲-آموزش جوامع محلی در زمینه استفاده از فناوری‌های دیجیتال :**یکی دیگر از راهبردهای اساسی، آموزش جوامع محلی در زمینه استفاده از فناوری‌های دیجیتال است. این آموزش‌ها به ساکنان روستاها و فعالان صنعت گردشگری کمک خواهد کرد تا از پتانسیل‌های فناوری‌های نوین بهره‌برداری کنند. برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه استفاده از اپلیکیشن‌های گردشگری، سیستم‌های آنلاین و ابزارهای دیجیتال می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات ارائه‌شده توسط راهنمایان گردشگری و کسب‌وکارهای محلی منجر شود. در این راستا، پروژه‌هایی نظیر برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای اهالی روستا و راهنمایان گردشگری و نیز آموزش مهارت‌های فنی برای استفاده از ابزارهای دیجیتال می‌توانند راهکارهای مؤثری برای توانمندسازی جوامع محلی باشند.

**۳-ارتقاء زیرساخت‌های حمل‌ونقل و بهبود دسترسی به جاذبه‌های گردشگری :**یکی از چالش‌های اساسی در گردشگری روستایی، محدودیت‌های موجود در حمل‌ونقل و دسترسی به جاذبه‌های گردشگری است. بنابراین، ارتقای زیرساخت‌های حمل‌ونقل و دسترسی به این مناطق می‌تواند تاثیر زیادی در جذب گردشگر داشته باشد. پروژه‌هایی مانند احداث جاده‌های دسترسی مناسب به جاذبه‌های گردشگری و طراحی سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند می‌توانند راهگشا باشند. این اقدامات به گردشگران این امکان را می‌دهند تا به راحتی از مناطق مختلف گردشگری بازدید کرده و به مقاصد مختلف در حوضه زاینده‌رود دسترسی پیدا کنند.

**۴-تقویت همکاری‌های بین بخش دولتی، خصوصی و جوامع محلی در زمینه توسعه گردشگری :**یکی از مهم‌ترین راهبردها، تقویت همکاری‌های میان بخش‌های دولتی، خصوصی و جوامع محلی است. این همکاری‌ها می‌توانند به تسهیل در استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری روستایی کمک کنند. ایجاد کمیته‌های مشترک و تیم‌های کاری برای هماهنگی میان این بخش‌ها می‌تواند به شتاب در پیاده‌سازی پروژه‌های فناوری کمک کند. همچنین، حمایت‌های دولتی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این زمینه می‌تواند به ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای گردشگری روستایی و ارتقای کیفیت خدمات گردشگری منجر شود.

**۵-جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و دولتی برای پروژه‌های فناوری در گردشگری :**برای توسعه فناوری در گردشگری روستایی، نیاز به جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و دولتی است. پروژه‌های فناوری در گردشگری به دلیل نیاز به سرمایه‌گذاری‌های اولیه قابل توجه، معمولاً با چالش‌هایی در تأمین مالی مواجه هستند. استفاده از سیستم‌های سرمایه‌گذاری جمعی، جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، و توسعه پلتفرم‌های جذب سرمایه می‌تواند به اجرای پروژه‌های نوآورانه و توسعه گردشگری در این منطقه کمک کند. این پروژه‌ها نه تنها باعث بهبود کیفیت خدمات گردشگری می‌شوند، بلکه می‌توانند به رشد اقتصادی منطقه نیز کمک کنند.

**۶-بومی‌سازی فناوری‌های نوین برای استفاده در گردشگری روستایی :**برای موفقیت در استفاده از فناوری‌های نوین، لازم است این فناوری‌ها با نیازهای خاص هر منطقه و فرهنگ محلی سازگار شوند. طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن‌های گردشگری متناسب با ویژگی‌های محلی و تولید محتوای دیجیتال خاص، می‌تواند به معرفی جاذبه‌های گردشگری و تاریخ و فرهنگ منطقه کمک کند. این رویکرد باعث جذب بیشتر گردشگران و ارتقای تجربه آنها خواهد شد. پروژه‌هایی نظیر طراحی اپلیکیشن‌های محلی برای گردشگران و همکاری با طراحان محلی برای تولید محتوای دیجیتال معرفی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی می‌تواند به بهره‌برداری بهتر از فناوری‌ها در گردشگری روستایی کمک کند.

**۷- گسترش آموزش‌های تخصصی و عمومی در زمینه فناوری گردشگری برای جوامع روستایی :**یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری روستایی، آموزش جوامع محلی و فعالان گردشگری است. برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه استفاده از ابزارهای دیجیتال، اپلیکیشن‌ها و سیستم‌های آنلاین می‌تواند به ساکنان و فعالان گردشگری کمک کند تا از این ابزارها به‌درستی استفاده کنند و گردشگری روستایی را به سطح بالاتری برسانند. پروژه‌هایی مانند راه‌اندازی مدارس دیجیتال و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای اهالی و فعالان صنعت گردشگری می‌تواند نقش مهمی در ارتقای مهارت‌های دیجیتال این افراد ایفا کند.

**۸- تولید محتوای دیجیتال بومی و متناسب با نیازهای گردشگری روستایی :**تولید محتوای دیجیتال متناسب با فرهنگ و ویژگی‌های جاذبه‌های گردشگری روستایی می‌تواند به جذب گردشگران کمک کند. این محتوا می‌تواند شامل مستندات و ویدئوهایی باشد که تاریخ، فرهنگ و جاذبه‌های طبیعی منطقه را معرفی می‌کند. استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارائه این محتوا می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد و منطقه را به یک مقصد محبوب تبدیل کند. پروژه‌هایی همچون ایجاد وب‌سایت‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و تولید مستندات و ویدئوهای تبلیغاتی در زمینه معرفی تاریخ و فرهنگ منطقه می‌توانند در این زمینه بسیار مؤثر باشند.

**۹-حل مشکلات فنی و ارتقاء زیرساخت‌های فناوری در منطقه :**برای اجرای فناوری‌های نوین در گردشگری روستایی، باید زیرساخت‌های فنی منطقه به‌ویژه در زمینه اینترنت و شبکه‌های ارتباطی تقویت شود. همچنین، برای بهبود کیفیت خدمات گردشگری، نیاز به سیستم‌های مبتنی بر اینترنت اشیاء (IoT) و دیگر فناوری‌های پیشرفته برای رصد و مدیریت منابع طبیعی و گردشگری در منطقه است. پروژه‌هایی نظیر همکاری با شرکت‌های فناوری برای توسعه زیرساخت‌های اینترنتی و سیستم‌های مبتنی بر اینترنت اشیاء و راه‌اندازی آزمایشگاه‌های فنی برای ارزیابی و ارتقاء فناوری‌های موجود در گردشگری می‌توانند به بهبود شرایط کمک کنند.

**۱۰- آگاهی‌بخشی و ترویج فرهنگ استفاده از فناوری‌های نوین در جوامع روستایی :**برای بهره‌برداری بهینه از فناوری‌های نوین، باید فرهنگ استفاده از این فناوری‌ها در جوامع روستایی تقویت شود. آگاهی‌بخشی به اهالی و فعالان گردشگری می‌تواند پذیرش این فناوری‌ها را افزایش دهد. برگزاری کمپین‌های آگاهی‌بخشی و معرفی فناوری‌های جدید از طریق رویدادهای محلی می‌تواند به پذیرش فناوری‌های نوین در منطقه کمک کند. پروژه‌هایی مانند راه‌اندازی کمپین‌های آگاهی‌بخشی در زمینه مزایای استفاده از فناوری و برگزاری رویدادهای محلی برای معرفی فناوری‌های جدید به ساکنان محلی و فعالان گردشگری می‌تواند مفید باشد.

**۱۱-پیاده‌سازی فناوری‌های سبز و پایدار در گردشگری روستایی :**استفاده از فناوری‌های سبز می‌تواند به حفظ محیط زیست در کنار توسعه گردشگری روستایی کمک کند. پیاده‌سازی سیستم‌های رصد و مدیریت منابع طبیعی از طریق فناوری‌های دیجیتال، مانند اپلیکیشن‌های موبایلی برای مدیریت مصرف انرژی و آب، به بهبود پایدار گردشگری در منطقه کمک خواهد کرد. پروژه‌هایی مانند طراحی اپلیکیشن‌های موبایلی برای رصد و مدیریت مصرف منابع طبیعی و همکاری با سازمان‌های محیط زیست برای ایجاد راهکارهای فناوری‌محور در حفظ منابع طبیعی می‌توانند از جنبه زیست‌محیطی به گردشگری روستایی کمک کنند.

**جدول(2): راهبردها و پروژه های عملیاتی توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده رود**

| پروژه‌ها | راهبردها | چالش‌ها |
|---|---|---|
| پروژه نصب و راه‌اندازی ایستگاه‌های تقویت سیگنال اینترنت در روستاهای اطراف زاینده‌رود | **توسعه زیرساخت‌های اینترنتی در مناطق روستایی** | **کمبود زیرساخت‌های دیجیتال و اینترنت پرسرعت** |
| پروژه ایجاد مراکز اینترنتی عمومی در روستاها جهت دسترسی آسان گردشگران و ساکنان به اینترنت پرسرعت | | |
| پروژه برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای اهالی روستاها جهت آشنایی با کاربردهای اپلیکیشن‌ها و فناوری‌های گردشگری | **آموزش جوامع محلی در زمینه استفاده از فناوری‌های دیجیتال** | **ناآگاهی و کمبود مهارت‌های فنی در جوامع محلی** |
| پروژه آموزش تخصصی به راهنمایان گردشگری در زمینه استفاده از ابزارهای دیجیتال و سیستم‌های آنلاین برای بهبود خدمات به گردشگران | | |
| پروژه احداث جاده‌های دسترسی مناسب به جاذبه‌های گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود | **ارتقاء زیرساخت‌های حمل‌ونقل و بهبود دسترسی به جاذبه‌های گردشگری** | **محدودیت‌های زیرساخت حمل‌ونقل و دسترسی به جاذبه‌ها** |
| پروژه طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند برای دسترسی آسان گردشگران به مقاصد مختلف گردشگری در منطقه | | |
| پروژه ایجاد کمیته‌های مشترک برای هماهنگی بین ارگان‌های دولتی، بخش خصوصی و جوامع محلی جهت تسهیل در توسعه گردشگری مبتنی بر فناوری | **تقویت همکاری‌های بین بخش دولتی، خصوصی و جوامع محلی در زمینه توسعه گردشگری** | **نبود همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی** |
| پروژه توسعه برنامه‌های مشاوره‌ای و حمایتی از سوی دولت برای کسب‌وکارهای خصوصی کوچک در زمینه گردشگری و فناوری در منطقه | | |
| پروژه طراحی و اجرای سیستم‌های سرمایه‌گذاری جمعی برای پروژه‌های فناوری گردشگری در حوضه زاینده‌رود | **جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و دولتی برای توسعه پروژه‌های فناوری در گردشگری روستایی** | **محدودیت‌های مالی و سرمایه‌گذاری** |
| پروژه توسعه پلتفرم‌های جذب سرمایه‌گذاری برای پروژه‌های نوآورانه در زمینه گردشگری روستایی و استفاده از فناوری‌های نوین | | |
| پروژه طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن‌های گردشگری متناسب با فرهنگ، تاریخ و جاذبه‌های محلی روستاهای حوضه زاینده‌رود | **بومی‌سازی فناوری‌های نوین برای استفاده در گردشگری روستایی** | **عدم توجه به نیازهای خاص منطقه‌ای در پیاده‌سازی فناوری** |
| پروژه همکاری با طراحان محلی برای تولید محتوای دیجیتال خاص به‌منظور معرفی جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی منطقه | | |

| | | |
|---|---|---|
| پروژه راه‌اندازی مدارس دیجیتال و کارگاه‌های آموزشی برای اهالی و فعالان صنعت گردشگری در روستاهای اطراف زاینده‌رود | **گسترش آموزش‌های تخصصی و عمومی در زمینه فناوری گردشگری برای جوامع روستایی** | **کمبود آموزش و ارتقای آگاهی در زمینه فناوری** |
| پروژه برگزاری دوره‌های آنلاین و کارگاه‌های حضوری برای آموزش مهارت‌های فنی مرتبط با فناوری در گردشگری و استفاده از ابزارهای دیجیتال | | |
| پروژه ایجاد وب‌سایت و پلتفرم‌های دیجیتال برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و فعالیت‌های محلی در حوضه زاینده‌رود | **تولید محتوای دیجیتال بومی و متناسب با نیازهای گردشگری روستایی** | **کمبود محتوای دیجیتال محلی و تخصصی** |
| پروژه تولید مستندات و ویدئوهای تبلیغاتی در زمینه معرفی تاریخ، فرهنگ و جاذبه‌های طبیعی و گردشگری روستایی منطقه | | |
| پروژه همکاری با شرکت‌های فناوری برای توسعه زیرساخت‌های اینترنتی و سیستم‌های مبتنی بر اینترنت اشیاء (IoT) برای رصد گردشگران و بهبود تجربه آنها | **حل مشکلات فنی و ارتقاء زیرساخت‌های فناوری در منطقه** | **چالش‌های فنی در اجرای فناوری‌های نوین** |
| پروژه راه‌اندازی سیستم‌های پشتیبانی فنی و آزمایشگاهی برای ارزیابی و ارتقاء فناوری‌های مورد استفاده در گردشگری روستایی | | |
| پروژه راه‌اندازی کمپین‌های آگاهی‌بخشی در زمینه مزایای استفاده از فناوری برای گردشگری و توسعه محلی در سطح روستاهای حوضه زاینده‌رود | **آگاهی‌بخشی و ترویج فرهنگ استفاده از فناوری‌های نوین در جوامع روستایی** | **فرهنگ مصرف فناوری در جامعه روستایی** |
| پروژه برگزاری رویدادهای محلی برای معرفی فناوری‌های جدید و آموزش نحوه استفاده از آنها برای فعالان گردشگری و ساکنان محلی | | |
| پروژه طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن‌های موبایلی برای رصد و مدیریت مصرف منابع طبیعی در مناطق گردشگری روستایی | **پیاده‌سازی فناوری‌های سبز و پایدار در گردشگری روستایی** | **چالش‌های مربوط به حفظ محیط زیست و توسعه پایدار** |
| پروژه همکاری با سازمان‌های محیط زیست برای ایجاد راهکارهای فناوری‌محور در حفظ منابع طبیعی و بهبود کیفیت اکوسیستم‌های محلی تحت تأثیر گردشگری | | |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری روستایی به‌ویژه در حوضه زاینده‌رود به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم و تأثیرگذار در توسعه منطقه شناخته می‌شود. این حوزه با داشتن جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی فراوان، پتانسیل زیادی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. با این حال، استفاده بهینه از این پتانسیل‌ها مستلزم توجه ویژه به فناوری‌های نوین در صنعت گردشگری است. استفاده از فناوری می‌تواند به بهبود خدمات، افزایش دسترسی به اطلاعات، تبلیغات مؤثر و ارتقاء تجربه گردشگران کمک کند.

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان گفت که توسعه فناوری در گردشگری روستایی حوضه زاینده‌رود به‌عنوان یک ابزار نوین، نقشی حیاتی در رشد و ارتقای این صنعت ایفا می‌کند. پتانسیل‌های فراوان این منطقه، اعم از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، برای تبدیل به یک مقصد محبوب گردشگری فراهم است. با این حال، بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌ها مستلزم استفاده از فناوری‌های نوین است که می‌تواند کیفیت تجربه گردشگران را بهبود بخشیده و زیرساخت‌های مورد نیاز را برای تسهیل دسترسی به این جاذبه‌ها فراهم آورد.

چالش‌های عمده‌ای همچون کمبود زیرساخت‌های فناوری، عدم آگاهی از ابزارهای دیجیتال و مشکلات در بازاریابی دیجیتال در این منطقه وجود دارد که مانع از پیشرفت گردشگری روستایی می‌شود. بنابراین، اجرای راهبردهایی همچون توسعه زیرساخت‌های اینترنتی، آموزش جوامع محلی، بومی‌سازی فناوری‌ها و تقویت همکاری‌های بین بخش دولتی، خصوصی و جوامع محلی می‌تواند به‌طور مؤثری این چالش‌ها را برطرف کرده و زمینه رشد و شکوفایی گردشگری روستایی را فراهم آورد.

نتیجه‌گیری اصلی این تحقیق بر این نکته تأکید دارد که با استفاده از فناوری‌های نوین و اجرای پروژه‌های عملیاتی مبتنی بر این راهبردها، حوضه زاینده‌رود می‌تواند به یک مقصد گردشگری پایدار و جذاب برای گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شود. این فرآیند نه تنها به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی کمک خواهد کرد، بلکه به حفظ و معرفی میراث فرهنگی و طبیعی این

منطقه نیز منجر خواهد شد. بنابراین، اهمیت توجه به این راهبردها و پروژه‌ها در راستای توسعه پایدار گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود امری انکارناپذیر است. پیشنهاد می‌شود که به منظور توسعه گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود، راهبردهای زیر مورد توجه قرار گیرد:

- توسعه و بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در مناطق روستایی
- ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای تسهیل دسترسی گردشگران به اطلاعات و خدمات گردشگری
- تقویت آموزش‌های دیجیتال برای جوامع محلی و فعالان صنعت گردشگری
- گسترش همکاری‌های میان بخش‌های دولتی و خصوصی برای جذب سرمایه‌گذاری در زمینه فناوری گردشگری
- توسعه فناوری‌های سبز و پایدار در گردشگری روستایی برای حفظ محیط زیست منطقه

اجرای این پیشنهادات می‌تواند در نهایت به توسعه پایدار و موفق گردشگری روستایی در حوضه زاینده‌رود و بهبود کیفیت زندگی ساکنان این مناطق کمک کند.

## منابع و ماخذ


1. Briedenhann, J., & Wickens, E. (2021). Tourism in small towns and rural areas: Case studies and lessons learned. Springer.
2. Donohoe, H. M., & Needham, R. (2021). Rural tourism development: Issues and challenges. Tourism Management, 43, 95-103. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.103234
3. Gooroochurn, N., & Sinclair, M. T. (2005). The relationship between tourism and development: Some empirical evidence. Tourism Economics, 11(3), 381-402. https://doi.org/10.5367/000000005774136742
4. Gretzel, U., Koo, C., & Kunkel, S. (2020). Technology and tourism in rural destinations. Journal of Tourism Research, 59(5), 149-164. https://doi.org/10.1177/0047287519881633
5. Hassan, A., & Slabbert, E. (2020). Tourism infrastructure and development in rural areas: Challenges and opportunities. Tourism Planning & Development, 17(2), 130-148. https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1708703
6. Koutsou, S. (2021). Innovations in rural tourism: The role of ICT and digital tools. International Journal of Tourism Research, 23(1), 18-31. https://doi.org/10.1002/jtr.2424
7. Papatheodorou, A. (2006). Tourism, competitiveness and development: The case of the Mediterranean islands. Tourism Economics, 12(3), 227-243. https://doi.org/10.5367/000000006778071103
8. Sharpley, R. (2022). Rural tourism and sustainable development: A European perspective. Routledge.
9. Sigala, M. (2020). The impact of sustainable tourism development on rural areas. Tourism Management, 32(2), 139-148. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.015
10. UNWTO. (2023). Tourism trends and statistics. United Nations World Tourism Organization. https://www.unwto.org
11. Wilson, J. (2020). Sustainable rural tourism: Challenges and opportunities. Tourism Management Perspectives, 34, 77-85. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100636
12. Zhao, X., & Ritchie, J. R. B. (2007). Tourism and hospitality research in China: An overview and future directions. Journal of Travel Research, 45(3), 344-353. https://doi.org/10.1177/0047287506295933

# فرصت ها ، چالش ها و راهکار های گردشگری

# در مقابله با بحران آب در زاینده رود

ریحانه فدائی ، دانشجوی کارشناسی رشته گردشگری ،

دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی ، دانشگاه اصفهان ، شهر اصفهان ، ایران

## چکیده

آب به عنوان منبع حیاتی زندگی و توسعه اقتصادی، تأثیر عمیقی بر فعالیت‌های گردشگری دارد. بحران آب زاینده‌رود، که به دلیل کمبود منابع آبی و بروز خشکسالی‌های شدید به وجود آمده، نه تنها بر زندگی مردم تأثیر گذاشته بلکه صنعت گردشگری منطقه را نیز به شدت تحت تأثیر قرار داده است. کاهش سطح آب و خشک شدن زاینده‌رود منجر به کاهش جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی منطقه، از جمله چشم‌اندازهای آبی، باغات و میراث فرهنگی مرتبط با آب، شده است. این شرایط، موجب افت کیفیت خدمات گردشگری و کاهش تمایل گردشگران به بازدید از مناطق وابسته به زاینده‌رود می‌شود. علاوه بر این، عدم مدیریت بهینه منابع آبی می‌تواند به بروز تنش‌ها و نارضایتی‌های اجتماعی و محلی منجر شود که این خود، آثار منفی بیشتری بر صنعت گردشگری خواهد داشت. بنابراین، بحران آب زاینده‌رود و توسعه گردشگری دارای ارتباط تنگاتنگی هستند و برای مقابله با چالش‌های موجود، ضروری است که راهکارهای عملی برای مدیریت پایدار آب و توسعه هوشمندانه گردشگری در این منطقه مورد توجه قرار گیرد. در این مقاله، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های گردشگری در بحران آب زاینده‌رود و همچنین تحلیل تأثیرات بحران و ارائه راهکارهای عملی برای مدیریت منابع آبی به صورت توصیفی – تحلیلی می پردازیم.

**کلید واژه :** زاینده رود ، بحران آب ، گردشگری ، خشکسالی

## مقدمه

رودخانه زاینده‌رود، علاوه بر جایگاه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و شناخته‌شده‌ترین رودخانه‌های ایران پس از کارون، نمادی از تمدن، فرهنگ و دانش مردمان این سرزمین است. این رودخانه در طول مسیر خود، از سرچشمه تا تالاب بین‌المللی گاوخونی، فرهنگ‌ها و تمدن‌های غنی را به وجود آورده است. اهمیت زاینده‌رود از دو جنبه قابل توجه است: اول، تنها رودخانه دائمی فلات مرکزی ایران است و دوم، نام آن به زیبایی مفهوم حیات‌بخشی آن را القا می‌کند. حضور این رودخانه حیات‌بخش، زمینه رشد و شکوفایی تمدن‌های پیرامون خود را فراهم کرده و در طول تاریخ، نقش مهمی در شکل‌گیری تاریخ باشکوه این منطقه ایفا کرده است. (مرادی، ۱۳۹۲ : ۲ )

با این حال، در طول زمان، نگرش و برخورد با این منبع حیاتی دستخوش تغییر شده است. از طرح‌های آبیاری نوآورانه شیخ بهایی که اصفهان را سیراب می‌کرد تا احداث سدهایی که جریان آب را محدود کردند، زاینده‌رود دوره‌های رونق و رکود را پشت سر گذاشته است. در حال حاضر، خشکسالی‌های پی‌درپی و کاهش شدید جریان آب، به بحرانی جدی منجر شده که نه تنها زندگی مردم اصفهان، بلکه اکوسیستم منطقه و میراث تاریخی آن را به مخاطره انداخته است. این مقاله به بررسی ابعاد مختلف این بحران، از جمله علل، پیامدها و راهکارهای مقابله با آن، می‌پردازد. مطالعه داده‌های آماری نشان‌دهنده کاهش ۶۰ درصدی حجم ذخیره سد زاینده‌رود و ۴۲ درصد کاهش ورودی آب در مقایسه با میزان بلندمدت است (امینی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲ : ۲). تداوم این روند و خشک شدن زاینده‌رود در بخش اعظم مسیر خود، چالش‌های جدی زیست‌محیطی و اجتماعی را به دنبال داشته که نیازمند توجه فوری و ارائه راه‌حل‌های کارآمد است. (عینالی و شفعیی، ۱۳۹۹: ۳ ).

## بیان مسئله

شهر اصفهان به دلیل موقعیت ویژه جغرافیایی؛ قدمت تاریخی؛ جاذبه های متنوع گردشکری همواره مورد توجه سیاحان و گردشگران است. این شهر پیوسته به عنوان یکی از قطب های بزرگ گردشگری ایران؛ با داشته های فراوان تاریخی؛ فرهنگی؛ اجتماعی؛ هنری؛ صنایع دستی؛ طبیعی و... میزبان خوبی برای گردشگران داخلی و خارجی بوده است.

( موسوی و همکاران،۱۴۰۱: ۴ )

زاینده رود، تنها رودخانه دائمی ایران مرکزی، در قلب جمعیت‌های زیاد و اراضی کشاورزی وسیع قرار دارد. با خشک شدن این رودخانه، نگرانی‌های زیست محیطی و بروز بحران‌های اکولوژیکی به شدت افزایش یافته است و این وضعیت ضرورت تبیین فرم شهری پایداررا به وجود آورده است. (عزتیان،۱۳۹۲: ۱ )

## علل خشک شدن رودخانه زاینده رود

درمورد خشک شدن زاینده رود علل مختلفی (طبیعی و غیر طبیعی ) وجود دارد که در ادامه به اهم آن ها اشاره می گردد:

### ۱-نوسانات میزان نزولات جوی حوزه

در طی ۴۳ سالی که آمار بارندگی در ایستگاه چلگرد به ثبت رسیده است ملاحظه می گردد که نوسانات نزولات جوی حوزه زاینده رود ، کوهرنگ و دز و به تبع آن ورود به سد زاینده رود بسیار زیاد است. حداقل بارندگی ۸۵۵ میلی متر و حداکثر آن ۲۵۵۵ به ثبت رسیده است. میزان آب ورودی به سد نیز حدود ۷۵۰میلی متر مکعب تا ۲۵۰۰ میلیارد متر مکعب در سال درنوسان بوده است. طی دو سال اخیر میزان نزولات جوی و در نتیجه میزان آب ورودی به سد در ردیف حداقل ها قرار داشته است. این علت یک علت طبیعی تلقی می گردد.

### ۲- افزایش مصارف شرب و صنعت

مصارف شرب و صنعت طی سال های اخیر رقم قابل ملاحظه ای را تشکیل می دهد و همواره رو به افزایش است. این مصارف نیز عمدتا به خارج از حوزه منتقل می گردد محل برداشت این مصارف از جمله آب شرب اصفهان و یزد و تعدادی از صنایع در بالادست پل کله واقع شده است.

### ۳- چاه های حریمی

گرچه بر اساس مصوبه هیئت وزیران در سال ۱۳۳۳ حفر چاه در بستر و حریم رودخانه ممنوع گردیده لیکن در سال های اخیر در مجاورت زاینده رود و یا با فاصله کمی از آن مجوز حفره تعداد زیادی چاه که اصطلاحا به آن ها چاه های حریمی گفته می شود ، صادر گردیده که این چاه ها مستقیما یا غیر مستقیم از آب رودخانه برداشت می نماید.

### ۴- تغییر نحوه بهره برداری از آب زاینده رود پس از احداث سد

قبل از احداث سد آب رودخانه اصطلاحا به صورت سرکرده بین بخش های مختلف تقسیم می گردد و همراه آب از بالا دست به سمت پایین دست جریان می یافت. ضمن اینکه رودخانه به عنوان زهکش اراضی بالا دست حالت زایشی داشته است ، لیکن پس از احداث سد زاینده رود این امکان به وجود آمده است که آب رودخانه توسط سد کنترل و حتی قطع گردد.

(حاجیان،حاجیان، ۱۳۹۴: ۱۰۸۰ )

## پیامد های خشک شدن زاینده رود

خشکسالی زاینده‌رود پیامدهای جدی و پیچیده‌ای در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و حقوقی، روانی و گردشگری دارد. در ادامه به تفکیک این پیامدها پرداخته می‌شود :

### ۱- پیامد های اقتصادی

طی قرون و اعصار گذشته ، همچنین طی چند دهه اخیر سرمایه گذاری های زیادی جهت انجام کشاورزی و توسعه آن توسط مردم و دولت صورت گرفته ، شهر ها و روستا های زیادی در محدوده اراضی حقابه دار با اتکا به آب زاینده رود به وجود آمده و صد ها کیلومتر نهر سنتی و شبکه های جدید آبیاری احداث گردیده است . با خشک شدن زاینده رود از این سرمایه گذاری استفاده به عمل نمی آید و تولید محصولات کشاورزی متوقف می گردد.

### ۲-پیامد اجتماعی و حقوقی

با خشک شدن زاینده رود و عدم تحویل آب به حقابه داران کشت و کار و اشتغال در این بخش از بین می رود و افرادی که حرفه آن ها کشاورزی بوده در جرگه بیکاران در می آیند. از نظر حقوقی نیز حقابه داران زاینده رود ، آب زاینده رود و تونل اول کوهرنگ را حق طبیعی خود می دانند و خشک شدن زاینده رود تضییع حقوق خود و سوء مدیریت دولت تلقی می کنند. شهر اصفهان که یک شهر توریستی تلقی می گردد با خشک شدن زاینده رود از رونق می افتد و بسیاری از مشاغلی که مربوط با ایرانگردان و حتی جهانگردان می باشند از بین می رود.

### ۳- پیامد روانی

در شهر اصفهان بیش از ۳/۵ میلیون نفر جمعیت ساکن هستند. در سایر شهر ها و روستا هایی حاشیه رودخانه نیز صد هزار نفر ساکن هستند ، ضمن اینکه در طول سال به ویژه در ایام نوروز و فصل تابستان جمعیت زیای برای تفریح و بازید به اصفهان مسافرت می نماید. خشک شدن زاینده رود تاثیر منفی زیادی بر روح و روان همه این گروه ها می گذارد.

(حاجیان،حاجیان،۱۳۹۴: ۱۰۸۳ )

### ۴- پیامد گردشگری

متاسفانه، بحران آب در زاینده رود تاثیرات بسیار منفی و قابل توجهی بر گردشگری منطقه داشته است. زاینده‌رود که زمانی شریان حیاتی برای مرکز ایران به شمار می‌رفت، به دلیل برداشت بی‌رویه آب برای کشاورزی، تغییرات آب و هوایی و سوءمدیریت منابع آبی، با کاهش شدید سطح آب مواجه شده است. این وضعیت نه تنها منجر به ویرانی زیست‌محیطی شده، بلکه پتانسیل گردشگری منطقه را نیز به شدت کاهش داده است. گردشگری در این منطقه به طور سنتی بر پایه زیبایی‌های طبیعی و میراث فرهنگی مرتبط با زاینده‌رود رونق داشته است. بازدیدکنندگان برای لذت بردن از مناظر دیدنی، مکان‌های تاریخی و فعالیت‌های تفریحی مرتبط با رودخانه به این منطقه سفر می‌کردند. با این حال، با تشدید بحران آب، بسیاری از این جاذبه‌ها جذابیت خود را از دست داده‌اند. خشک شدن بستر رودخانه و کاهش کیفیت آب، گردشگران محلی و بین‌المللی را دلسرد کرده و منجر به کاهش درآمدهای گردشگری شده است. هتل‌ها، رستوران‌ها و سایر کسب‌وکارهایی که به گردشگری وابسته هستند، با فشار مالی مواجه شده‌اند و بسیاری از آنها به دلیل کاهش رفت و آمد، مجبور به تعطیلی شده‌اند. (قاسم زاده و همکاران،۱۳۹۳: ۸ )

با توجه به پیامدهای جدی و پیچیده بحران آب در زاینده رود ، اکنون به بررسی چالش‌های پیش روی این حوضه آبی خواهیم پرداخت.

**چالش‌ها**

آب به عنوان ضروری ترین ماده حیات بخش اکوسیستم ها ، پیش شرط هرگونه رفاه و اساسا زندگی موجودات محسوب می گردد. با وجود اینکه نزدیک به ۷۰ درصد از سطح زمین را آب فرا گرفته است، ولی بحران آب در بسیاری از کشور های جهان از جمله کشور های واقع در کمربند خشک زمین مثل ایران ، روز به روز ابعاد پیچیده تری به خود می گیرد. به باور بسیاری از کارشناسان طی یک دهه گذشته ، بی آبی بخش اعظم حوزه آبریز زاینده رود ، خسارت های زیست محیطی ، اقتصادی و اجتماعی زیادی وارد کرده و آثار جدی این بی آبی در حوزه آبریز زاینده رود را می توان در خشک شدن رودخانه زاینده رود و تالاب گاو خونی ، کاهش منابع آب زیر زمینی ، فرونشست زمینی ، کاهش کیفیت آب ، خسارات جدی به بخش کشاورزی و تخریب اکوسیستم مشاهده نمود. همچنین در سال های اخیر با افزایش مصرف آب در بخش شعب و صنعت و نیز انتقال آب به شهر های خارج از حوزه زاینده رود مانند یزد ، کاشان ، نائین و... برداشت هاش غیر قانونی که در فواصل پس از خروجی سد زاینده رود ، صورت گرفته ، آب اختصاصی به اراضی کشاورزی کاهش یافته و متعاقب آن ، رودخانه نیز به صورت مداوم خشک شده و آب زاینده رود و تونل های اول کوهرنگ که از نظر قانونی متعلق به حقابه داران بود ، به مصارفی که حقی از این آب نداشتند ، اختصاص یافته است.

(ذاکری مهابادی و همکاران،۱۴۰۱: ۴۵)

**کمبود آب برای فعالیت‌های گردشگری**

صنعت گردشگری از تعدادی عناصر کلیدی تشکیل می‌گردد که جهانگردان به منظور دستیابی به اهداف عام و خاص خود و نیز رفع احتیاجاتشان در نقاط توریستی به آن‌ها اتکا می‌کنند (برنا، ۱۳۹۷: ۲ ). در این راستا، آب به‌عنوان یک منبع حیاتی برای بسیاری از مقاصد گردشگری، نقش بسزایی ایفا می‌کند. بسیاری از جاذبه‌های طبیعی که آب در آن‌ها یک عنصر ضروری است، به‌عنوان کلید بخش گردشگری و منبع اشتغال و درآمد در سراسر جهان شناخته می‌شوند. بحران آب می‌تواند به‌طور مستقیم بر بخش‌های مختلف اقتصاد از جمله گردشگری تأثیر بگذارد و جذابیت یک مقصد گردشگری می‌تواند به میزان دسترسی به منابع آبی سالم وابسته باشد. کمبود آب، به‌ویژه در مناطق خشک و نیمه‌خشک جهان، از مسائل و مشکلات سده‌ی کنونی است .

(ملک محمدی و همکاران، ۱۴۰۲: ۲)

آب قابل‌دسترس و پاک، منبع جدایی‌ناپذیری از گردشگری است که در حال پیشبرد و تقویت کسب‌وکارهای بخش گردشگری، شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، امکانات تفریحی و حمل و نقل می‌باشد. با این حال، ذخایر آب شیرین به‌طور فزاینده‌ای با چالش‌هایی نظیر افزایش جمعیت، مدیریت ضعیف آب، بهداشت نامناسب و تغییرات اقلیمی تهدید می‌شود. افزایش تقاضای آب توسط گردشگران و جوامع محلی و همچنین تولید زباله‌های جامد و فاضلاب و انتقال آن به سوی آب‌ها نه‌تنها بر نیازهای انسان تأثیر منفی می‌گذارد بلکه می‌تواند به زندگی گیاهان و جانوران نیز آسیب برساند .(اسلامی پری‌خانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲ )

**خشکی زاینده رود و پروژه های انتقال آب**

گسترش مراکز جمعیتی زاینده رود و توسعه افسار گسیخته صنایع به ویژه صنایع پر مصرف آب ، انتقال آب از حوزه زاینده رود به شهر های دیگر فلات مرکزی ایران صنایع مستقر در این شهر ها ، چاره ای جز انتقال آب از حوزه های دیگر همچون کارون باقی نمی گذارد. اما ، اگر واقع بینانه و علمی به تحلیل شرایط بپردازیم در می یابیم که جلگه خوزستان نیز در وضعیتی شبیه حوزه زاینده رود قرار دارد. اولا، امروزه آب زیرزمینی در خوزستان به ویژه در نواحی پایین دست ، شور و شورتر شده است. زیرا ، تعادل فشار آب زیرزمینی خشکی – دریا به هم خورده و فشار آب شور دریا بیشتر شده است از آنجا که تبخیر نیز در منطقه ی بالادست در آینده خاک منطقه نیز به شدت شور خواهد شد. این همان تراژدی است که در سیستان و بلوچستان و با قطع کامل آب هیرمند اتفاق افتاده. دوم ، انتقال بیشتر آب از حوزه ی کارون به زاینده رود و به خشکی کشاندن خوزستان ، این جلگه را به یکی از مهم ترین منشا های گرد و غبار ایران بدل خواهد کرد. گرد و غبار مستقیما اصفهان را نیز تحت تاثیر خود قرار خواهد داد . از نظر اجتماعی نیز اصفهان تحت شرایط نامطلوب خوزستان قرار خواهد گرفت . زیرا ، با ادامه شرایط نامطلوب بخش عظیمی از مردم آن استان تصمیم به مهاجرت خواهند گرفت و اصفهان یکی از مقاصد اصلی مهاجرین خواهد بود . در نتیجه ، این افزایش جمعیت مشکلات خاص خود را به همراه خواهد آورد. چهارم ، قبل از اجرای طرح های انتقال آب بایستی تغییری بنیادین در رویکرد مدیران نسبت به مدیریت منابع آب به وجود آید . زیرا ، پروژه های انتقال آب بایستی با هدف جبران کمبود آب اجرا شود و نه افزایش طرح ها و پروژه های جدید و افزایش بار بیشتر بر رودخانه . در غیر این صورت اگر فرض کنیم که تمام آب موجود در رشته کوه زاگرس را به فلات مرکزی و اصفهان انتقال بدهیم باز هم مشکل کم آبی حوزه زاینده رود حل نخواهد شد.

(مرادی،۱۳۹۲: ۵ )

**خشک شدن زاینده رود و تغییر اقلیم شهر اصفهان**

به طور کلی پارامتر های زیادی در تغییر اقلیم یک منطقه موثر است. خشکی زاینده رود باعث می شود که رطوبت نسبی کاهش یافته و دمای شهر افزایش یابد این در حالی است که شهر اصفهان و همچنین کره زمین کم و بیش درگیر این تغییرات هستند. بنابراین ، شدت این تغییرات با خشکی زاینده رود در اصفهان و مناطق اطراف زاینده رود قابل ملاحظه خواهد بود. همچنین این تغییر اقلیم به همراه خشک شدن تالاب و زمین های کشاورزی و همچنین کاهش فضای سبز موجبات افزایش شدید گردوغبار در منطقه خواهد شد.

(Linderholm، ۲۰۰۶ : ۸)

**نتایج منفی توسعه نامتوازن شهری بر هویت طبیعی و گردشگری زاینده‌رود**

مدل دیگری از عوارض بسیار زیان‌آور ساختن مجتمع‌های مسکونی و تجاری در کنار منظرگاه‌ها، همانند پارک‌ها، جنگل‌ها، دشت‌ها، باغ‌ها و به ویژه رودخانه‌ها، به وضوح در اثرات منفی بر گردشگری و محیط‌زیست مشهود است. از یک‌طرف، این ساخت و سازها منظر طبیعی این مناطق را خدشه‌دار می‌کند و از طرف دیگر، تراکم جمعیتی و ساختمانی، هویت ذاتی آن‌ها را از بین می‌برد. این تغییرات نه تنها باعث کاهش جذابیت گردشگری می‌شود، بلکه می‌تواند به نارضایتی اجتماعی و کاهش کیفیت زندگی در منطقه منجر شود.

علاوه بر این، عدم استفاده از متخصصان و خبرنگاران داخلی و خارجی در زمینه سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، قانون‌گذاری، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری، موجب عدم دستیابی به راهکارهای مؤثر برای ترمیم و جلوگیری از خشکی رودخانه می‌گردد. به عنوان مثال، وجود نداشتن کارگروه‌های مشاور کارآمد می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری‌های نادرست و نادیده گرفتن ارزش‌های زیست محیطی شود که در نهایت بحران آب را تشدید می‌کند. (لوافان، ۱۴۰۲: ۸۱)

## راهکارهای مقابله با بحران آب در زاینده‌رود

با توجه به چالش‌های متعدد و پیچیده‌ای که بحران آب در زاینده‌رود به همراه دارد، ارائه راهکارهای مؤثر و پایدار برای مدیریت این معضل ضروری به نظر می‌رسد.

فرهنگ سازی ، آگاهی و آموزش عمومی از طریق رسانه ها در خصوص حفاظت محیط زیست و الگوی صحیح مصرف آب توسط شهروندان یکی از راهکار های احیای زاینده رود محسوب می شود. جلوگیری از برداشت بی رویه آب و حفر چاه های غیر مجاز ، تغییر در روش های سنتی کشاورزی و استفاده از روش های نوین آبیاری و توجه به روش های نوین کشت گلخانه ای می تواند سهم بسزایی در کاهش مصرف آب و احیای زاینده رود داشته باشد. تصمیم گیری قاطعانه حاکمیت بدون دخالت غیر متخصصان در فناوری آب ، سیاست گذاری و برنامه ریزی زمان بندی شده با استفاده از رویکرد های آینده پژوهی و آینده نگری ، ایجاد قوانین متقن و مدرن با استفاده از رویکرد تاب آوری و ایجاد یکپارچگی هماهنگی در تصمیم سازی و تصمیم گیری راهکار های مهم در جهت حفظ جریان آب زاینده رود است ، چرا که بدون حمایت حاکمیت و وجود یکپارچگی و هماهنگی در تصمیم گیری و اجرای هیچ راهکار موثر و مفید فایده نخواهد بود . امکان جا به جایی و انتقال صنایعی که آب بسیاری مصرف می کنند به حاشیه دریاها و منابع آبی مانع مصرف بیش از حد آب زاینده رود می گردد و به جریان دائمی این رود کمک خواهد کرد . استفاده از متخصصان و خبرگان نقش مهمی در فناوری آب و ارائه راهکار های پیشنهادی جهت جلوگیری از هدر رفت آب و احیای زاینده رود دارد . ممانعت از مهاجرت بی رویه به استان اصفهان ، از افزایش بیش از حد جمعیت و مصرف مازاد بر ظرفیت آب موجود در استان جلوگیری می کند . (لوافان ، ۱۴۰۲: ۴۳۳ )

## فرصت های گردشگری در اصفهان

افق گردشگری اصفهان روشن است و چنین به نظر می رسد که فرصت های مناسبی برای تقویت گردشگری این شهر وجود دارند. مقایسه روند رشد گردشگری این شهر در سال های اخیر ، مشخص می کند که هنوز راه درازی تا رسیدن به مقصود در پیش است. سپردن این راه دشوار با بهره گیری از فرصت ها و غنیمت شمردن توانمندی ها ، امکان پذیر نیست. پاره ای از این فرصت ها به قرار زیر می باشند :

در کالبد شهری وجود رودخانه علاوه بر اینکه زیبایی می آفریند ، مرزبندی بین طبیعت و دنیای ماشینیزم است . ساختار شهری با داشتن مهم ترین عامل طبیعت استحکام می پذیرد. اطمینان و اعتماد برای شهروندان و گردشگران داخلی و خارجی می آفریند و روح و روان همه افرادی که به شهرها وارد می شوند و در آن اقامت دارند را شاداب و پر از آرامش و حسی ثبات دهنده می کند. وجود رودخانه ها در کالبد شهرها از مهم ترین آثار زیست محیطی است و در همه ابعاد لطافت آب و هوا ،سبزینگی ورزش های

صبحگاهی ، قایقرانی در بستر رودخانه ، کشاورزی و کاربردهای دیگر از آنها مورد توجه است. میراث فرهنگی ملموس و ناملموس جان مایه تاریخ بشری یک جامعه است که می توان هویت فرهنگی و زیستی آنها را تشخیص داد و به آنها افتخار ورزید و به رخ دیگر جوامع (جهانیان) کشید . گذر و گذار از این سرچشمه تاریخی بی اعتنایی به قدمت فرهنگی یک جامعه است. توجه به این آثار ملموس و ناملموس تاریخی و فرهنگی غنا و سرمایه مادی و معنوی جامعه است و بایستی آن جامعه به خود ببالد و از امتیازات آن استفاده کند و همه جهان را از این داشته ها آگاه سازد . این آثار فخر کالبد شهری و از طریق گردشگری به دیگران شناسایی می گردد. (لوافان ، ۱۴۰۲: ۳۹۲) در صنعت گردشگری فرهنگ نقشی اساسی و زیربنایی دارد. فرهنگ سازی در تعاملات و ارتباطات جهانی و به ویژه صنعت گردشگری بسیار اثر گذار است؛ از زمان به رسمیت شناختن صنعت گردشگری در جهان و نیاز به تعاملات و ارتباطات جهانی گردشگری فرهنگ های گردشگری با تمام مشخصات و ویژگی های آنها شکل گرفت و ارائه گردید و فرهنگ به عنوان واژه بسیار مستحکم در صنعت گردشگری جایگذاری شد. (آشوری ، ۱۳۸۹: ۱۵) جامعه میزبان با استفاده از رویکرد فرهنگی به توسعه زیرساخت ها و تاسیسات زیربنایی گردشگری می پردازد و آنچه نیاز صنعت گردشگری است را فراهم می کند.

(Jackson, 2006: ۷)

مهمترین انگیزه ای که امروزه جهانگردان را به دیدار از جاذبه های طبیعی تشویق و ترغیب می کند حس کنجکاوی توریست های کاوشگر در شناخت و مطالعه گونه های گیاهی و جانوری نایاب و ذخایر طبیعی است که موجب افزایش و قدردانی عمیق تر آنان از طبیعت می شود که در نهایت حراست از محیط های طبیعی را در آنان برانگیخته و تقویت می کند.

(سازمان حفاظت محیط زیست ، ۱۳۷۷: ۴)

## روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی و تحلیلی است که به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های گردشگری در مواجهه با بحران آب در زاینده‌رود می‌پردازد. این تحقیق با هدف درک بهتری از تأثیرات بحران آب بر صنعت گردشگری و شناسایی راهکارهای مؤثر برای مدیریت این بحران انجام می‌شود. رویکرد توصیفی به ما کمک می‌کند تا وضعیت کنونی منابع آب و جاذبه‌های گردشگری را به‌دقت توصیف کنیم. دومین بخش تحقیق، یعنی بخش تحلیلی، به بررسی عمیق‌تر روابط و تأثیرات متقابل بحران آب و گردشگری می‌پردازد. از طریق این تحلیل، محقق به دنبال شناسایی عوامل علّی و الگوهای رفتاری گردشگران و ساکنان خواهد بود. همچنین نقاط قوت و ضعف سیاست‌های موجود در زمینه مدیریت آب و گردشگری بررسی می‌شود تا به نتایج کاربردی و راهکارهای مؤثری برای مقابله با چالش‌های موجود دست یابیم.

## نتیجه‌گیری

در نهایت، بحران آب در زاینده رود به عنوان یک چالش اساسی برای صنعت گردشگری در این منطقه شناخته می‌شود. عوامل مختلفی مانند تغییرات اقلیمی، مدیریت نادرست منابع آب و افزایش مصرف در تمامی موارد موجب تشدید این بحران شده است. این بحران نه تنها تأثیرات مخربی بر اکوسیستم آبی و جذب گردشگران دارد بلکه به کیفیت زندگی ساکنان محلی نیز آسیب می‌زند. با توجه به وضعیت موجود، چرخه معیوب بحران آب و گردشگری نیازمند بازنگری جدی در سیاست‌ها و شیوه‌های مدیریت منابع آب است.

تحقیقات ما نشان می‌دهند که لازم است یک رویکرد چندجانبه برای مواجهه با بحران آب اتخاذ شود. این رویکرد شامل همکاری میان دولت‌ها، نهادهای غیر دولتی، بخش خصوصی و جامعه محلی است. با ایجاد یک سیستم تعامل مؤثر، امکان مدیریت منابع آب به صورت جامع و پایدار فراهم می‌شود و این رویکرد می‌تواند به ارتقای کیفیت خدمات گردشگری در منطقه منجر گردد.

در نهایت، امید می‌رود که با اجرای راهکارهای پیشنهادی، نه تنها چالش‌های کنونی صنعت گردشگری در زاینده رود کاهش یابد، بلکه این منطقه بتواند به عنوان یک الگوی موفق در مدیریت منابع آب و توسعه پایدار گردشگری برای سایر مناطق کشور ایفای نقش کند. استمرار در این راستا موجب خواهد شد که زاینده رود به عنوان یک مقصد گردشگری جذاب، آینده‌ای روشن و پایدار را برای خود و ساکنانش رقم بزند.

## منابع


امینی نژاد ، سید رامین ، صمدی ، محسین ، رحمتی ، مراحم . ( ۱۳۹۳ ) . بحران کم آبی زاینده رود پیامد ها و راهکارها . همایش ملی آب ، انسان ، زمین . ۱

اسلامی پریخانی، الیاس و اسلامی پریخانی، صدیف و اشلقی، مهدی،۱۳۹۴،توسعه گردشگری آب و بحران جهانی مدیریت آب در مناطق گردشگری با تأکید بر رودخانه ها،اولین همایش ملی گردشگری پایدار با رویکرد گردشگری ورزشی، سلامت و محیط زیست،اردبیل،

آشوری ، داریوش. (۱۳۸۹). تعریف ها و مفهوم فرهنگ ، فرنگ بان . انتشارات آگه

برنا ، رضا . ۱۳۹۷ . مطالعه شرایط آب و هوایی موثر بر گردشگری استان خوزستان با استفاده از شاخص اقلیم گردشگری .فصلنامه علمی – پژوهشی جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای) . ۲,۸ .۱۰۷-۱۱۸

حاجیان،ناصر،حاجیان،پوریا.(۱۳۹۴).مرجع جامع زاینده رود.معاونت پژوهشی دانشگاه اسلامی واحد اصفهان(خوراسگان)

ذاکری مهابادی،اسماعیل،یزدانی زازرانی،محمدرضا،محمدی کنگرانی،حنانه.(۱۴۰۱).بررسی علل بحران در سیاست های آب حوضه زاینده رود،مورد مطالعه شهرستان های غربی استان اصفهان.سیاست گذاری عمومی.۱,۸. ۵۹-۴۳

سازمان حفاظت محیط زیست. (۱۳۷۷). راهنمای آماده سازی پارک های ملی و مناطق حفاظت شده برای توریسم ، انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست.

عزتیان،ویکتوریا.(۱۳۹۲).زاینده رود و توسعه پایداراستان اصفهان.شهرداری اصفهان

عینالی ، جمشید ، شفیعی ، محمد رضا . (۱۳۹۹ ). سنجش میزان آسیب پذیری کشاورزان در برابر خشکسالی ناشی از بحران آب رودخانه زاینده رود (موردمطالعه: مناطق روستایی بخش گرکن جنوبی شهرستان مبارکه) . جغرافیا و مخاطرات محیطی . ۳۵. ۱۵۹ - ۱۸۱

قاسم زاده،بهنام،پژوهان،موسی،حاتمی نژاد،حسین،سجاد زاده،حسن.(۱۳۹۳).تاثیرخشکسالی زاینده رود در تعاملات اجتماعی و فضا های جمعی اصفهان.محیط شناسی.۲,۴۰.

لوافان ،علی.(۱۴۰۲).شناخت صنعت سبز دومین مجموعه مقالات گردشگری.ارکان دانش

مرادی ، حسین . (۱۳۹۲ ). پس از خشک شدن رودخانه زاینده رود چه خواهد شد ؟ . .شهرداری اصفهان

موسوی،سیدعلی،بیک محمدی،حسن،صرامی،حسین.(۱۴۰۱) . ارزیابی اثرات شاخص های گردشگری فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی؛ شهر اصفهان) . برنامه ریزی و توسعه محیط شهری . ۲ . شماره .۶ . ۱۷-۳۲

ملک محمدی، محسن و مقدم بقاء، آرزو و بهروزی، فاطمه ( ۱۴۰۲) واکاوی بحران آب بر صنعت گردشگری منطقه سیستان،اولین همایش ملی گردشگری خلاق: فرصت ها و چالش ها،علی آباد

Jackson, G. (2006), Developing Regional Tourism in China: The Potential for Activating Business Clusters in a Socialist Market Economy, Tourism Management, 27 (4), 695 _706.

Linderholm H. 2006. Growing season changes in the last century. Agricultural and Forest Meteorology, 137, 1 - 14.

# ژئوتوریسم و توسعه پایدار گردشگری

م**ریم کاملی**، دانشجوی دکترای،دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، داشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

**اسکندر صیدایی**، دانشیار، دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهتم، اصفهان، ایران

## ۱-چکیده:

یکی از راههای متنوع سازی اقتصاد و برون رفت از اقتصاد تک پایه توجه به صنعت گردشگری و زیر بخش های آن مانند ژئو توریسم است. این پژو هش سعی دارد به بررسی ژئو توریسم درتوسعه گردشگری پایدار بپردازد. این پژوهش از نظر هدف توسعه ای – کاربردی و روش انجام آن کتابخانه ای با تکیه براسناد و مدارک است. بررسی ها نشان داد که گردشگری یکی از صنایعی است که اقتصاد جوامع به ویژه جوامع در حال رشد از طریق آن می‌توانند در مسیر توسعه قرار بگیرند . در این راستا توجه به زیر بخش‌های گردشگری مانند ژئو توریسم که مبتنی برطبیعت بی جان و چشم اندازهای طبیعی است . برای دستیابی به توسعه پایدارم از ضروریات است.

**۲-واژگان کلیدی:** گردشگری، توسعه پایدار، ژئوتوریسم، روستا

## ۳-مقدمه:

متنوع سازی اقتصاد و بالا بردن شاخص‌های اقتصادی، افزایش شهرنشینی و مهاجرت های روستایی و در مجموع دستیابی به توسعه پایدار از دغدغه هایی است که جهان امروز با آن روبه رواست . هریک از جوامع در تلاش هستند به این دغدغه‌ها پاسخ دهند . یکی از راههای پاسخ‌گویی به این دغدغه‌ها متنوع سازی اقتصاد و خارج شدن از اقتصاد تک‌پایه است. یکی از روشهای خارج شدن از اقتصاد تک پایه رونق گردشگری در جوامع است( صفاری و همکاران،۱۳۹۲: ۱۷۵ ). گردشگری روستایی یکی از اشکال گردشگری است که هر روز بر میزان توجه آن در برنامه‌ریزیهای روستایی افزوده می‌شود. گردشگری روستایی گستره ای فراگیر از فعالیت‌ها، خدمات و تسهیلات را شامل می‌شود که به وسیله روستاییان برای تفریح، استراحت، جذب و نگهداشت گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد (همان: ۱۷۷). پیش شرط اساسی برای دستیابی به گردشگری پایدار در نواحی روستایی کشور؛ طراحی، تدوین و کاربست برنامه‌ریزی راهبردی از سوی برنامه‌ریزان و مدیران مقاصد گردشگری است(ایمانی و ابول زاده، ۱۴۰۱: ۱).

صنعت گردشگری امروزه مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. و در حال حاضر یکی از پر درآمدترین بخش‌های اقتصاد جهانی می‌باشد. صنعت گردشگری بر نرخ اشتغال، درآمد ملی، مصرف و سرمایه گذاری آثار مثبت دارد. گردشگری را بسته به هدف گردشگر ، به انواع مختلفی طبقه بندی کرده اند که یکی از آن‌ها ژئوتوریسم است . (مختاری و احمدی، ۱۳۹۶: ۱۱۳). ژئوتوریسم یکی از شاخه‌های جدید گردشگری است که در دو دهه اخیر مورد توجه محققان و گردشگران قرار گرفته است (آقایی پور و رامشت، ۱۳۹۹: ۴۲) .ژئوتوریسم از علوم زیادی مانند ژئومورفولوژی، زمین شناسی و کلیماتولوژی بهره برده است و به معرفی پدیده‌های ژئومورفولوژی به گردشگران با حفظ هویت مکانی آنها می‌پردازد.( *Robert, 2009: 23* ) .ژئوتوریسم به دنبال ترویج ارزش های میراث زمین و کمک به توسعه جوامع روستایی و حاشیه‌ای است. رونق ژئوتوریسم در جوامع محلی و روستایی، یکی از عوامل شکل‌گیری ارتباط بین ژئوتوریسم، گردشگران و فعالیت های ژئوتوریستی با روستاها است که این خود یکی ازعوامل دستیابی به توسعه گردشگری روستایی و در نتیجه توسعه پایدار روستایی است( صفوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۷۳). حفظ محیط زیست و چشم اندازهای آن،عدم تغییر و خودداری از دخالت انسان در بر هم زدن چهره زمین از اهداف اصلی ژئوتوریسماست. ژئوتوریسم زیر مجموعه توریسم پایدار بوده و هدف آن حفظ منابع گردشگری در مقاصد است. یعنی هدایت گردشگران به نحوی که محل مورد بازدید برای نسل‌های آینده هم هما ن طور باقی مانده و قابل استفاده باشد.(اذانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱) . لذا بررسی تأثیر ژئوتوریسم بر توسعه گردشگری روستایی از ضروریات است.

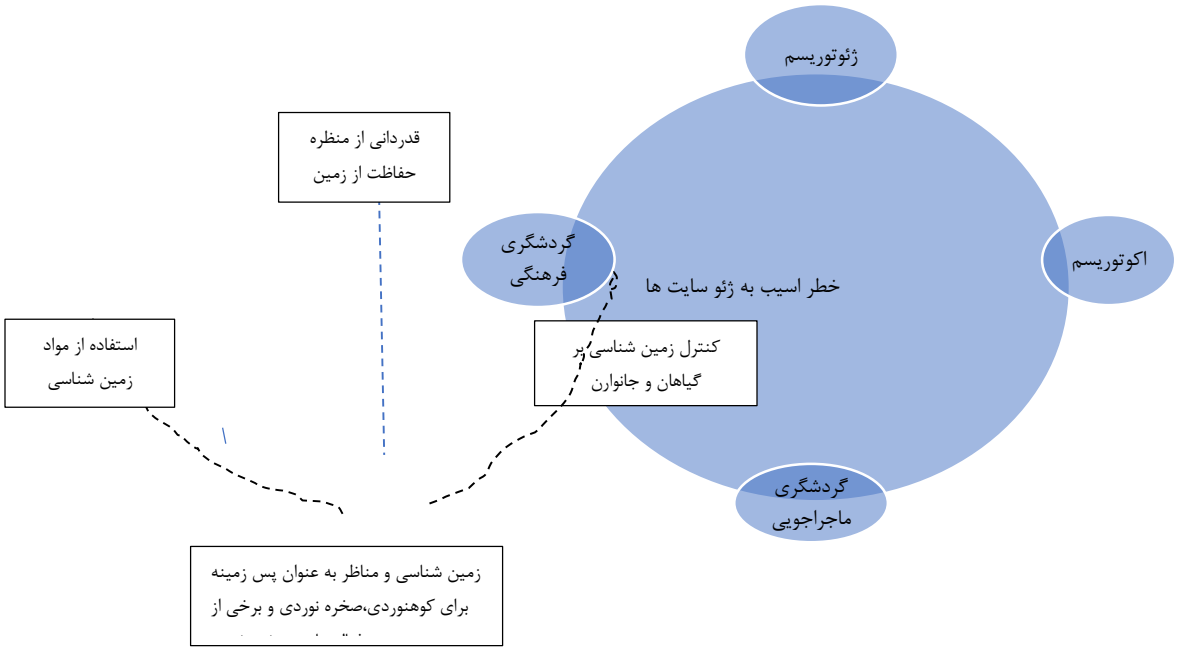
## ۴-روش شناسی:

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی- توسعه ای و از نظر روش توصیفی – تبیینی است. ابزار گردآوری اطلاعات منابع دست اول اسنادی و کتابخانه‌ای، مقالات و سایت ها می‌باشد.

## ۵- مبانی نظری و یافته ها

یکی از ابزارهای مهم برای ایجاد دگرگونی اقتصادی در جوامع بویژه جوامع در حال توسعه رونق گردشگری است. چرا که کشورهای در حال توسعه با معضلاتی مانند بالا بودن نرخ بیکاری، اقتصاد تک پایه و مشکلات معیشتی مواجه هستند و رونق گرشگری یکی از

راههای ایجاد تنوع اقتصادی در این جوامع محسوب می‌شود( امیدوار و همکاران ، ۱۴۰۲: ۷۵) . گردشگری نیز مانند سایر صنایع، برای دستیابی به پایداری با مسائل زیادی روبه روست . مدیریت میراث فرهنگی و چشم اندازهای طبیعی و گردشگری با چالش‌هایی روبه رو است . اصطلاح گردشگری پایدار از مفهوم کلی توسعه پایدار نشأت گرفته است(Beeton:2007: ) در سال‌های اخیر به اشکال جدید گردشگری برای رونق گردشگری پایدار و رونق اقتصادی مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است. ژئو توریسم شکل جدیدی از گردشگری است که مبتنی بر زمین‌شناسی است. که بر روی زمین و هویت مکانی و چشم‌اندازهای محیط متمرکز است؛که شکل جدیدی از گردشگری را ارائه می‌دهد که پایدارتر از اشکال قبلی گردشگری است. ژئوتوریسم یکی از انواع گردشگری نوظهور است که به عنوان گردشگری زمین شناختی تعریف می‌شود. که به طور خاص بر چشم اندازهای زمین تمرکز دارد که گردشگری را به مکان‌های جغرافیایی و زمینی و حفاظت از تنوع جغرافیایی و درک علوم زمین ارتقاء می‌دهد. این امر از طریق بازدید از چشم اندازهای طبیعی و زیبای طبیعت و زمین و تشکیل گروههای بازدید کننده از اشکال زمین و ژئو سایت ها میسر خواهد بود( Ross K, 2013:59 ).




**شکل ۱ : رابطه ژئو توریسم با سایر اشکال گردشگری**

**Newsome and Dowling (2010)**

ژئو توریسم ترکیبی از واژه زمین وتوریسم است و به توریسمی گفته می‌شود که دارای جاذبه‌های زمین‌شناسی، مورفولوژیکی و فرهنگی است. استفاده صحیح و بهینه از این جاذبه‌ها در مناطق مختلف، مستلزم شناخت از جنبه‌های مختلف است(سراسکانرود؛ ۱۳۹۴: ۱۶۳ ). ژئو توریسم راهکاری نوین برای تبیین علوم زمین و شناخت سرمایه‌های طبیعی هر منطقه است که علاوه بر ایفای

نقش آموزشی ، علمی سبب توسعه گردشگری منطقه، و راهبردهایی را برای توسعه پایدار در مناطق ژئوتوریسمی ارائه می‌نماید( همان : ۱۶۴). امروزه سایتهای منطقه‌ای و جهانی ژئو پارک‌ها در حال گسترش در سطح بین‌المللی هستند. توسعه جوامع روستایی و محلی یکی از انگیزه‌های کلیدی توسعه ژئوتوریسم در جوامع است که بر اساس توانهای زمین شناختی صورت می‌پذیرد. ژئو توریسم می‌تواند ابزار قدرتمندی برای توسعه پایدار باشد . اما اگر به طور مؤثر مدیریت نشود می‌تواند تهدیدی برای میراث جغرافیایی و زمین‌شناختی باشد( newsome ,2012:19). ژئو توریسم به عنوان شکلی از گردشگری مبتنی بر طبیعت نامیده می‌شود که عمدتاً بر ژئوسیسنم تمرکز دارد. همانطور که در اکو توریسم و گردشگری حیات وحش، حفاظت از دارایی‌های طبیعی هدف گردشگران و برنامه‌ریزان است در ژئوتوریسم حفاظت از زمین و حفاظت از تنوع جغرافیایی برای پایداری و تداوم آن مهم است. علاوه بر این ماهیت متمایز ژئوتوریسم باید روشن باشد تا صنعت گردشگری و برنامه‌ریزان مسیر روشنی برای دنبال کردن و درک جنبه‌های خاص بازاریابی داشته باشد. چشم‌اندازها و مناظر طبیعی به طور ویژه زمینه را برای تعداد زیادی از گردشگری ماجراجویانه مهیا می کند اما در این میان حفاظت از ویژگیها و فرآیندهای زمین شناختی باید مورد توجه قرار بگیرد و گردشگری ماجرا جویانه در تضاد با ژئو توریسم نباشد (همان: ۲۱-۲۰).

صنعت گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی شتاخته شده است. رشد این صنعت، همواره آثار زیست محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی زیادی را به دنبال داشته است. توسعه صنعت گردشگری برای کشورهایی در توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت زیادی برخوردار است.(حسنوند و خدا پناه، ۸۷:۱۳۹۳). رشد اقتصادی در اکثر کشورهای در حال توسعه ناامید کننده است. با رشد آهسته، تولید نسبت به کشورهای مقایسه شونده روند نزولی دارد. روند رشد اقتصادی مزایا و منافع زیادی می‌تواند داشته باشد و به همین دلیل همه اقتصادها با وجود تفاوت‌های زیادی که ممکن است با هم داشته باشند، رشد و توسعه اقتصادی را یکی از اهداف اصلی خود قرار می دهند؛ با این حال باید در نظر داشت که دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار، نیازمند شناخت عوامل مؤثر بر آن است. در میان عوامل متعددی که اقتصاد را رشد می‌دهد و از حالت تک پایه خارج می‌سازد، صنعت گردشگری یکی از عواملی است که گسترش آن با توجه به تأثیرات زیست محیطی،فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مختلفی که دارد موفقیت های قابل ملاحظه‌ای را برای جوامع به ارمغان خواهد آورد(همان: ۸۸). بر این اساس توجه به انواع مختلف گردشگری و رشد و توسعه ان در دستیابی به این مهم یاری دهنده خواهد بود .در این میان ژئوتوریسم یکی از شاخه‌های جدید گردشگری است که امروزه مورد توجه برنامه‌ریزان و گردشگران قرار گرفته است و یکی از راههای برون رفت از اقتصاد تک پایه به ویژه در کشورهای در حال رشد می‌باشد.

یکی از آثار استراتژی توسعه برون گرا در بسیاری از کشورها، ترویج بخش‌های جدید مانند گردشگری و صادرات غیر سنتی بود . ادبیات توسعه حول محور صادرات غیر سنتی و گردشگری می‌چرخید . این ادبیات حاکی از این است که گردشگری نیز به عنوان بخش مهمی از رشد برون گرا ارتقاء یافته است. بررسی نظریه ها در این ارتباط حاکی از آن است که گردشگری به ویژه در جوامع کمتر رشد یافته که امکان صنعتی شدن سریع را ندارند، می‌تواند منجر به تنوع اقتصادی بدون وابستگی بیش از حد به صادرات سنتی شود(حسنوند و خدا پناه، ۱۳۹۳: ۹۰). لذا برای دستیابی به توسعه پایدار لازم است برنامه ریزان و مسئولان به زیر بخش‌های گردشگری توجه ویژه مبذول نمایند.

## ۶-نتیجه گیری و پیشنهادات:

با توجه به معضلاتی نظیر نرخ بیکاری بالا، اقتصاد تک پایه و مشکلات معیشتی و اقتصادی در جوامع به ویژه در جوامع توسعه نیافته جایگزینی نمودن استراتژیها و برنامه‌هایی جهت حل این چالش‌ها و مسائل از ضروریات می‌باشد . صنعت گردشگری پایدار و زیر بخش های این صنعت نظیر ژئو توریسم یکی از راههای برون رفت از این مسائل است. که امروزه اکثر جوامع به آن توجه دارند. گردشگری پایدار و ژئو توریسم که مبتنی بر ویژگیهای زمین‌شناختی و طبیعت بی‌جان است یکی از صنایعی است که با صادرات خدمات در کشور میزبان باعث رونق اقتصادی خواهد شد. این صنعت اگر چه شاید نتواند اقتصاد جوامع هدف را به طور کامل رونق ببخشد، اما با این حال به طور مستقیم و غیر مستقیم در رشد اقتصادی جوامع مؤثر است. و باعث رونق اشتغال و در آمدزایی در جامعه هدف خواهد شد. ژئوتوریسم که یکی از زیر بخش‌های گردشگری است، ترکیبی از واژه زمین وتوریسم است و به توریسمی گفته می‌شود که دارای جاذبه‌های زمین شناسی، مورفولوژیکی و فرهنگی است. استفاده صحیح و بهینه از این جاذبه‌ها در مناطق مختلف ، مستلزم شناخت از جنبه‌های مختلف است . ژئوتوریسم راهکاری نوین برای تبیین علوم زمین و شناخت سرمایه های طبیعی هر منطقه است  که علاوه بر ایفای نقش آموزشی ، علمی سبب توسعه گردشگری منطقه، و راهبردهایی را برای توسعه پایدار در مناطق ژئوتوریسمی ارائه می‌نماید. در این راستا پیشنهادات به صورتی که در پی خواهد آمد مطرح می‌گردد:

- توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان برای رونق و رشد صنعت گردشگری
- شناحت جوامع هدف گردشگری و اشاعه آن در میان گردشگران
- سرمایه گذاری در این بخش و اختصاص بودجه
- رفع موانع توسعه و رونق این صنعت از طریق بررسی و مطالعه در این بخش
- ارائه خدمات زیرساختی، زیربنایی و رفاهی و فرهنگی جهت رونق صنعت گردشگری.
- مشورت با افراد بومی و مشارکت دادن جوامع محلی در برنامه ریزی در این راستا.
- توجه به زیر بخش‌های گردشگری و رشد انها.

## ۷-منابع:


آقایی پور، یوسف، رامشت، محمد حسین.(۱۳۹۹). تحلیل ادبیات ژئوتوریسم در ایران، مجله پژوهش‌های ژئومورفولوژی کمِی، ۹،( ۱) ، ۴۲-۵۱.

اذانی، مهری؛ غزاله، فرزانه؛ خضری، سکینه.(۱۳۹۰). ژئوتوریسم و ارتباط آن با توسعه پایدار گردشگری در ایران ، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.

اصغری سراسکانرود، صیاد؛ تقیلو، علی اکبر؛ زینالی، بتول.(۱۳۹۴). ارزیابی تطبیقی توان گردشگری منطقه‌ای با تأکید بر ژئوتوریسم. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه ای، ۵، (۱۷) ۱۷۸-۱۶۳.

امیدوار، صدیقه؛ صرفی، مهدی؛ تقی پور، علی اکبر(۱۴۰۲). ارزیابی پتانسیل ژئوتوریسم شمال دامغان با استفاده از مدل بریلها، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۲۱ (۳)، ۷۵-۱۰۵.doi :10.22097

ایمانی، بهرام؛ ابول زاده، بهروز.(۱۴۰۱).تدوین الگوی پایدار گردشگری روستایی مورد : روستاهای بخش هیر شهرستان اردبیل. نشریه جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱۱، (۴۳)

حسنوند، سمیه؛ خداپناه، مسعود.(۱۳۹۳). تأثیر گرشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان، ۲، (۶).۱۰۲-۸۷

صفاری، امیر؛ غنمی جابر، مصطفی؛ کاظمی اردبیلی، جبرائیل.(۱۳۹۲). توسعه ژئو توریسم روستایی با رویکرد گردشگری پایدار مورد: شهرستان خلخال، دومین همایش ملی انجمن ایرانی ژئومور فولوژی.(تهران) ۱۷۸-۱۵۷.

صفوی، سید راشد؛ اروجی، حسن؛ علیزاده، محمد؛ زمانیان، محمد.(۱۳۹۸). سنجش و ارزیابی و ارتباطات بین ژئوتوریسم و توسعه روستایی مورد: روستاهای شهرستان طبس. مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۹(۳۴)، ۱۹۴-۱۷۳

مختاری، داود؛ احمدی ، مهدی(۱۳۹۶).ارزیابی توان محیطی برای توسعه ژئوتوریسم در یک منطقه‌ی حفاظت شده مورد: منطقه حفاظت شده مانشت، بانکول، قلا رنگ استان ایلام. مجله جغرافیا و توسعه؛ شماره ۴۸. ۱۳۲-۱۱۳.

Robert, B (2009). Geotourism Ambassadors: Blackstone Valley Story: Billington Blackstone Valley Tourism Council Sustainable Tourism Planning Laboratory Rhode Island.

-Dowling; Ross K.2013. Global Geotourism – An Emerging Form of Sustainable Tourism. Journal of Tourism, 2(2), 59-79. DOI: 10.2478

-Newsome; David& Dowling; Ross & Leung;Yu-Fai. The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations.jiurnals Tourism Management perspectives. Volumes 2-3. Pages 19-27. DOI /10.1016.

Beeton S., Bergin-Seers S. and Lee C. (2007) Environmentally sustainable practices of Victorian tourism enterprises, A Sustainable Tourism CRC. Available at: http://www.linkbc .ca/torc/downs1/BeetonPracticesVictorianTouris m.pdf?PHPSESSID=0cf903e84ceaabf7cd37 ce53ee1939ef . (02. February 2009)

# مدیریت گردشگری خلاق بعنوان نسل سوم گردشگری با نگاهی بر زاینده رود

منیره کتابچی،مربی گروه مدیریت(مدیریت دولتی)، دانشکده مدیریت،اقتصاد،حسابداری،دانشگاه پیام نور،ایران

## چکیده:

گردشگری خلاق به عنوان نسل سوم گردشگری، گردشگران را عمیقا با جاذبه های فرهنگی مقصد درگیر کرده و امکان یادگیری و پیوند با جامعه میزبان را فراهم می کند. توسعه گردشگری خلاق برای محور زاینده رود در شرایطی که غالب گردشگران اصفهان را گردشگران فرهنگی تشکیل می دهند و خشک سالی های پیاپی صدمات بی شماری بر این جاذبه طبیعی وارد کرده بسیار ضروری است. هدف از انجام پژوهش تبیین شاخص های گردشگری خلاق در محور زاینده رود است. روش انجام پژوهش توصیفی با تکیه برمطالعات کتابخانه ای و اینترنتی است در این راستا فضاهای آموزشی تفریحی برای گروه های سنی مختلف با توجه به پتانسیل های سکانس های مختلف زاینده رود می توان در نظر گرفته شود. از شاخص های اقتصادی گردشگری خلاق محور زاینده رود اصفهان، تکنولوژی و فناوری در عرضه خدمات و شعار برندینگ دارای بار عاملی بیشتری است و طراحان گردشگری خلاق محور زاینده رود باید پیام برند تجاری را با توجه به پتانسیل های محور زاینده رود و شهر اصفهان شناسایی کرده و یک کمپین بازاریابی ایجاد کنند. از شاخص های کالبدی، درنظر گرفتن زیرساخت ها، ایمنی و طراحی خلاقانه در گردشگری خلاق محور زاینده رود در الویت می باشد، لذا ارتقاء زیرساخت های گردشگری محور زاینده رود به همراه طراحی مکان ها و فضاهای خلاقانه برای تحریک خلاقیت شهروندان و گردشگران بایستی در نظر گرفته شود.

**واژگان کلیدی:** خلاق،گردشگری ،مدیریت ،زاینده رود.

## ۱ .مقدمه:

گردشگری خلاق نوعی گردشگری فرهنگی است که با تمرکز بر توسعه مهارت ها در حال ظهور است. از این رو میراث های فرهنگی، آیین ها و صنایع دستی می توانند به گونه ای ایجاد شوند تا نقش تعاملی تری بین بازدیدکنندگان و جمعیت محلی ایجاد شود. (تقوایی و همکاران،۱۳۹۷ ) توسعه گردشگری خلاق اجتماعی، فرهنگی اصفهان خصوصا برای محور زاینده رود، با توجه به خشکسالی های پیاپی و کاهش جمعیت گردشگران، بسیار ضروری است. هدف از انجام پژوهش شناسایی و اولویت بندی مولفه های اجتماعی، فرهنگی گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران در محور زاینده رود است. روش انجام پژوهش توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. به منظور تحلیل یافته ها از تحلیل عاملی تاییدی در نرم افزار آموس استفاده شده است. نتایج حاصل نشان می دهد بین عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل فرهنگی در گردشگری خلاق محور زاینده رود در اولویت می باشد و فراهم سازی فرهنگ بومی با تاکید بر رویکردهای اجتماعی و فرهنگی در جذب گردشگر محور زاینده رود حتی در زمان خشکی موثر خواهد بود .با کاهش جذابیت رودخانه در زمان های خشکسالی، یادمان ها و میراث های فرهنگی می تواند سبب جذب گردشگران گردد. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری که از پیچیده‌ترین اجزاء و مصدر قوانین جهانی است، اساساً یکی از مهم‌ترین برنامه‌های توسعه اقتصادی، شغلی، اجتماعی و افزایش سطح رفاه عمومی مردم در هر کشوری به‌شمار می‌رود. از منظر متفکرین و دیدگاه آینده‌پژوهی، اعتقاد بر این مهم می‌باشد که اساساً آینده را مخلوط پیچیده‌ای از روندهای غیرقابل‌تغییر، حوادث تصادفی و اقدامات افراد و مؤسسات کلیدی شکل می‌دهد و به دلیل این پیچیدگی بهترین روش برای آینده‌پژوهی، جمع-آوری هرچه بیشتر اطلاعات و استفاده از فرایندهای نیمه خودآگاه اطلاعاتی و کشف و مکاشفه شخصی برای به‌دست آوردن دانش و بینش کافی است. ز منظر متفکرین و دیدگاه آیندهپژوهی، اعتقاد بر این مهم میباشد که اساساً آینده را مخلوط پیچیدهای از روندهای غیر قابل تغییر، حوادث تصادفی و اقدامات افراد و مؤسسات کلیدی شکل میدهد و به دلیل این پیچیدگی بهترین روش برای آیندهپژوهی، جمع آوری هرچه بیشتر اطلاعات و استفاده از فرایندهای نیمه خودآگاه اطلاعاتی و کشف و مکاشفه شخصی برای به دست آوردن دانش و بینش کافی است . برنامهریزی توسعه گردشگری که از پیچیده ترین اجزاء و مصدر قوانین جهانی است، اساساً یکی از مهمترین برنامه های توسعه اقتصادی، شغلی، اجتماعی و افزایش سطح رفاه عمومی مردم در هر کشوری به شمار میرود ) Lukoseviciute 185:2021, Panagopoulos ( اهمیت این مهم، بهویژه از آن حیث است که صنعت گردشگری اساساً نظام پیچیدهای از مشاغل دیگر را نیز در برمیگیرد و با رشد و افول خود، بسیاری دیگر از مشاغل را به خود )مشغول میکند (64:2021, Ortega & Orlandoبه همین دلیل، این مهم با نظر داشت آینده اقتصادی دنیا، به یکی از مهمترین دل مشغولی های کشورهای دنیا با محوریت اقتصاد گردشگری تبدیل گردیده است ) بنابراین پر بیراه نیست این صنعت و آینده آن را، یکی از چالشهای عمده آینده اقتصاد بشری در دانشگاهها و دولتهای مختلف .) :Healy et al, 2020 (560کنیم قلمداد به همین دلیل آنچه امروزه از گردشگری بهعنوان یکی از مهمترین برنامههای رشد و توسعه ملی یاد میشود، ارتباط مستقیمی با برنامهریزی ساختاری و نظام کارکردی در دانشگاهها و البته در بدنه دولت دارد :Viachaslau & Bhaskara) (2021,366به بیانی دیگر، وقتی از توسعه بهویژه توسعه اقتصادی صحبت میشود، دانشگاهها نقش بسزایی در توسعه مرزهای دانش آن موضوع داشته و دولتها نیز به عنوان تسهیلگر و حامی یافته های علمی، امور مالی و زیرساختی آن را)۷۲۴: ۲۰۲۱ Yoel & ), (. Chen Broshiبا مرور و بررسی این موارد به ویژه از آن حیث که پیچیده ترین وکارهای بشری در صنعت گردشگری مستتر است (قادری و همکاران،۱۳۹۰ :۱۴)به سادگی میتوان پی برد که برای بسیاری از کشورها، دولتها، محافل دانشگاهی و همچنین بنگاههای اقتصادی، بررسی وضعیت موجود و آینده این صنعت از اهمیت بسیاری برخوردار است )(al et Paskova,2021:548

## ۲- ادبیات تحقیق.

(علی اکبری و همکاران, ۱۳۹۹)از دیگر محققان این عرصه هستند که با پژوهش خود با عنوان " تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی" به بررسی این موضوع پرداخته اند. نتایج نشان میدهد 80درصد وضعیتهای

گردشگری کرمان در آینده مطلوب و ۲۰ درصد ثابت و بحرانی است. شهر کرمان با سه گروه از سناریوهای توسعه گردشگری در آینده روبروست. مطلوبترین سناریو گروه اول است که بر شالوده رقابت پذیری، برنامه محوری و توسعه متوازن استوار است .در مطالعات دیگری که توسط( الداغی و همکاران ۱۳۹۹)با عنوان تدوین سناریوهای توسعه منطقه گردشگری استان گلستان، با رویکرد آینده پژوهی به انجام رسیده است، محققان با استفاده از ترکیبی از مطالعات اسنادی و پیمایشی و با استفاده از روش دلفی، به این نتیجه رسیده اند که ۸ عامل اصلی در توسعه گردشگری آینده استان گلستان تأثیرگذار است؛ که به ترتیب این ۸ عامل شامل مشارکت بخش خصوصی، فرهنگ پذیرش گردشگر، کارآفرینی در بخش گردشگری، تأسیس مراکز خرید، امنیت گردشگران داخلی و خارجی، درآمد بخش گردشگری و تأسیسات زیربنایی دولت در صنعت گردشگری میباشد. همچنین (ده ده زاده و احمدی فرد ۱۳۹۸)در تحقیق خود با استفاده از روش پویش محیطی، اسنادی و با استفاده از روش دلفی، تحلیل ساختاری و سناریو ویزارد اعتقاد دارند که پنج دسته متغیّر مورد شناسایی قرار گرفت .فصلنامه پژوهش های جغرافیای انسانی، دورهٔ ۵۵ ،شمارهٔ ۱ ،بهار ۱۴۰۲ درنهایت با توجّه به امتیاز باالی اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم عوامل، سیزده عامل اصلی به مثابهٔ پیشران های کلیدی در آینده توسعه گردشگری شهرستانهای استان مازندران شناسایی شدند. از میان پیشران های مورد بررسی نیز، متغیّرهای بخش زیرساختی و خدماتی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری مناطق موردمطالعه و عوامل طبیعی کمترین درجه تأثیرگذاری را به خود اختصاص دادند .( نصر۱۳۹۸)در مطالعه خود با عنوان" شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلان شهر شیراز با رویکرد آینده پژوهی"، به این مهم اشاره دارند که در مجموع ۸ عامل کلیدی در وضعیت گردشگری شهر شیراز تأثیرگذارند؛ بدینصورت که این متغیرها بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری را بر آینده توسعه گردشگری شیراز دارند و شامل پیشرانهای منابع آب، تبلیغات، مدیریت محلی، آثار تاریخی، امنیت غذایی، امنیت، سیاستهای کالن ملی در حوزه گردشگری و مشارکت شهروندان میباشند و از میان این عوامل، مدیریت بهعنوان مهمترین عامل تأثیرگذار بر سایر عوامل کلیدی شناسایی شده است(نعیمی مجد ،۱۳۹۸)از دیگر محققان این عرصه است که در تحقیق خود با عنوان " آینده پژوهی گردشگری پایدار، رهیافتی نو در اقتصاد مقاومتی موردمطالعه: کارشناسان صنعت گردشگری و هتلداری به این مهم اشاره داشته اند که اقتصاد مقاومتی بر آینده پژوهی گردشگری و گردشگری پایدار، تأثیر مثبت و مستقیم داشته است .همچنین( علی اکبری و همکاران ۱۳۹۷)در پژوهش خود در شهر کرمان رقابت پذیری را به عنوان تأثیرگذارترین عوامل کلیدی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان دانسته اند و طبق یافته های آنها حذف موانع سفر، گسترش فضاهای ساخته شده مرتبط با گردشگری، تخریب محیط در نتیجه ساخت وساز بیش ازحد خانه های دوم و مشارکت و همبستگی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. تقوایی و حسینی خواه ۱۳۹۶)در مطالعهای با عنوان" برنامه ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی و سناریونویسی )مطالعه موردی: شهر یاسوج به این نتیجه رسیده اند که پیشران های حیاتی در ۸۰ حالت با سه وضعیت تدوین و ۸۰ درصد وضعیتها نشان از مطلوبیت و ۲۰ درصد نشان از ثبات و بحران سازمان فضایی صنعت گردشگری داشتند. (عمرانی وهمکار،۱۳۸۴: ۲۱۱)مطلوبترین سناریو، سناریوی شماره یک پیشنهاد گردیده که مبتنی بر حفظ، تدوین، افزایش، تعامل، توسعه، رشد کمی و کیفی، افزایش و بهبود امنیت خواهد بود.

بحث مطابق نظر مدیران و متولیان سازمانها و کارشناسان متخصص و خبره در حوزه گردشگری نتایج یافته ها حاکی از آن است که اولویت حفظ منابع طبیعی بیش از هر مؤلفه دیگری قادر است در توسعه گردشگری خالق استان گلستان و شهرستان های آن نقش داشته باشد که این یافته نیز با نتیجه تحقیقات همسو بوده است. به طوریکه محققان بر این نکته تأکید داشته اند که حفظ ارزشهای زیست محیطی به ویژه محیطهایی با شکنندگی بیشتر (محیط های جزیره) در گردشگری خالق ضروری میباشد. از طرف دیگر کیفیت این محیطهای خالق که با رضایت بازدیدکنندگان اندازه گیری میشود، عمدتاً به کیفیت امکانات، تأسیسات زیربنایی و خدمات رفاهی مربوط میشود. (حسینی،۱۳۷۹: ۳۳)این مؤلفه در این پژوهش به عنوان دومین پیشران کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری خالق استان گلستان مطرح میباشد که این با یافته های وارثی و همکاران در اصفهان؛ چان و همکاران در هنگ کنگ؛ واحدپور و جعفری؛ رباطی انارکی در شهر نایین و تقوایی و حسینی خواه در شهر یاسوج هم جهت است به طوریکه از تسهیلات و تأسیسات به عنوان دومین شرط تضمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری به طور عام و گردشگری خالق به طور خاص یاد میکنند سومین پیشران کلیدی

جهت توسعه گردشگری خالق در استان گلستان، بهره گیری از تنوع فرهنگی و قومیتی می باشد( Chen, Z., Chen, X., & Mak,2021: 87) .به عنوان پایتخت فرهنگی اقوام (ترکمن، ترک، قزاق، بلوچ، مازنی، کتولی، ارامنه و ...) و به دلیل تنوع فرهنگی و قومیتی به رنگین کمان اقوام ایران زمین مشهور است. طبق یافته های زنگنه و همکاران؛ جیکوب و وان ویدن تنوع اجتماعی و فرهنگی ساکنان تعامل بین افراد به عنوان حاملان اصلی دانش و دانایی را تسهیل نموده و منجر به خلق ایده های نو و جدید و درنهایت ارتقاء تصویر مکان در عرصه ملی و بین المللی می شود؛( Ageeva, E., & Foroudi,2019: 214 )

## ۳-تجزیه وتحلیل:

به عبارت دیگر تنوع اجتماعی و فرهنگی در قالب طبقه خالق به عنوان یکی از حوزه های خالقیت، از مؤلفه های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری خالق به شمار می آید. قابل ذکر است که در این پژوهش تنوع فرهنگی و قومیتی در نمودار پراکندگی متغیرها را بر اساس تأثیرات مستقیم، به عنوان عامل تعیین کننده و تأثیرگذار است، درحالیکه در پژوهشی که تقوایی و همکاران در استان گیلان انجام داده اند به عنوان متغیر تأثیرپذیر شناسایی شده است .بررسی نتایج این مطالعه در حوزه تنوع اقلیمی و اکوسیستمهای منحصربه فرد، همسو با مطالعات بیران وندزاده و همکاران دارای اشتراک نظر و نتایج بررسیهای میدانی است. به طوریکه در این مقاله نیز جایگاه تنوع اقلیمی و اکوسیستمی بسیار مهم جلوه داده شده است.( قنبری وهمکاران،۱۴۰۰: ۱۶۴ ) با عنایت به اهمیت مقوله حفظ امنیت اجتماعی که در این پژوهش بدان پرداخته شد، نتایج بررسی و مطالعات تطبیقی این مهم با سایر پژوهش های داخلی و خارجی از جمله مطالعات الداغی و همکاران در استان گلستان؛ نظم فر و علی بخشی در استان اردبیل؛ نشان می دهد که فاکتور مزبور در نیز از جایگاه مؤثری در توسعه گردشگری خالق آتی برخوردار است. (Barbieri, C., & Mahoney,2010: 188)شبکه حمل ونقل و دسترسیها، از دیگر فاکتورهای تأثیرگذار این مطالعه در سطح استان گلستان میباشد تقوایی و همکاران در مطالعه خود در گلستان با توجه به موقعیت مناسب استان و همجواری با کشورهای آسیای میانه و قرار گرفتن در مسیر کریدورهای بین المللی حمل ونقل، تقویت امکانات فرودگاهی تا سطح بین المللی و گسترش شبکه های ارتباطی جهت دسترسی به کشورهای همسایه و استان های پیرامون ضروری دانسته اند .(تقوایی و همکاران،۱۳۹۱ :۶۸) در حوزه توجه به عامل صرفه اقتصادی و تأثیر آن بر توسعه گردشگری خالق نیز بررسی ها نشان می دهد که این مهم با اندکی تغییرات معنایی در مطالعات در نروژ موردتوجه قرارگرفته است وی عامل اقتصاد و سیاست را پیشآمد تحقق توسعه صنعت گردشگری آینده می داند که تأثیر مستقیمی بر آن دارد. همچنین توجه به مشارکت تشکل های غیردولتی در بین سایر عوامل در استان گلستان و همه شهرستانها به عنوان عامل کلیدی معرفی میشود که این نتایج با مطالعات نصر همسو میباشد و موردتوجه محققان بوده است.(مهدیان بهنمیری وهمکاران، ۱۴۰۰ :۱۹۸)نتایج مطالعات پوراحمد و احمدی فرد در تهران و نظمفر و علیبخشی در اردبیل در حوزه بازآفرینی و سیاست های تشویقی نشان مهدیان به نمیری و تقوایی / واکاوی پیشرانهای کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری خالق با رویکرد آینده پژوهی و ... می دهد که به دنبال بهروز کردن بافتهای تاریخی و تزریق سرمایه و کاربریهایی با محوریت صنایع فرهنگی به این مراکز، که در کانون توجه گردشگری خالق قرار دارد، علاوه بر پاسخگویی نیازهای مردم، منجر به جذب گردشگران به این مراکز شده که درنهایت به ترکیب اجتماعی متنوع و توسعه گردشگری خالق این فضاها میانجامد .توجه به عنصر برند گردشگری و ارائه ویژگیهای متمایز از مکان، از دیگر پیشرانهای کلیدی توسعه گردشگری در این تحقیق است. طبق یافته های در هنگ گنگ؛ و مطالعه بسته نگار در ایران مکانها پیوسته سعی در تعیین تصویرشان در بازارهای جهانی و بهره گیری از تمایزهای خود و برند سازی آنها در این عرصه دارند. ازاین رو انواع برندینگ بر اساس منابع فرهنگی و خالق برای موقعیت رقابتی شهرها و مناطق و توسعه گردشگری خالق بسیار بااهمیت هستند. نتایج مطالعات تطبیقی با سایر پژوهشهای صورت گرفته این حوزه نشان میدهد که این فاکتور، در بررسی محققان دیگر مورد غفلت قرارگرفته است و علیرغم جایگاه مهمی گه در توسعه گردشگری خالق آینده دارد، کمتر موردبررسی و توجه پژوهشگران بوده است .طبق یافته های Kovacs & Li Qiang در چین؛ Trunfio & Lucia Della در ناپلس و Richards ساختارهای معماری متمایز نه تنها از منظر طراحی، بلکه به عنوان بخشی از زندگی روزمره محل و کانالی برای یادگیری تاریخ محلی به حساب میآید.( بسحاق ،۱۳۹۴ : ۲۰۳

## ۴-استنتاج:

معماری و رویدادهای نمادین در حال حاضر از مهمترین کاتالیزورهای فرهنگی هستند که برای تجدید هویت شهری، افزایش نشاط و جذب افراد خالق و گردشگران استفاده میشود که به نوبه خود در توسعه گردشگری خالق مؤثر است. تأثیر تبلیغات و اطلاع رسانی بر توسعه گردشگری خالق در بین سایر عوامل به عنوان عامل کلیدی دیگر معرفی میشود که با پژوهشهای در هنگ کنگ در چین و محمدی و میرتقیان در شهر رامسر همسو میباشد، این محققان بر این نکته تأکید دارند که در دههای اخیر رسانه های اجتماعی بهعنوان یکی از آبَر جریانات تأثیرگذار بر سیستم گردشگری به ویژه گردشگری خالق شناخته میشوند که پیوسته جذابیت محیط های خالق در مقیاس جهانی با بهبود نقش آنها در تبلیغات، فناوری اطلاعات و ارتباطات دوچندان میشود .نتیجه گیری بحث و بررسی پیرامون یافته های این تحقیق در یکی از مستعدترین مناطق توسعه گردشگری به شکل عام و گردشگری خالق به شکل خاص نشان میدهد که در مجموع ۱۵ متغیر شامل: اولویت حفظ منابع طبیعی، تأسیسات زیربنایی و خدمات رفاهی، تنوع قومیتی و فرهنگی، شبکه حملونقل و دسترسیها، حفظ امنیت اجتماعی، تنوع اقلیمی و اکوسیستم های منحصربه فرد، تبلیغات و اطلاع رسانی، صرفه اقتصادی، برند گردشگری، بازآفرینی، مشارکت تشکلهای غیردولتی، سیاستهای تشویقی، روابط سیاسی با کشورهای همسایه، توسعه فعالیتهای دارای مالکیت محلی و طراحی و معماری خالقانه به عنوان پیشرانهای کلیدی مؤثر بر گردشگری خالق با رویکرد آینده پژوهی در استان به دست آمدند .ازاینرو در صورت برنامهریزی نظاممند و توجه جدی به این مؤلفه ها میتوان شاهد توسعه این شاخه از گردشگری به عنوان یکی از مجراهای مهم اقتصاد پایدار در استان بود برگزاری دوره های آموزشی در زمینه تولید محصول خالق از قبیل لباس محلی، جواهر، صنایع دستی، موسیقی، خوراک و غذای محلی و ... و اطلاع رسانی از طریق رسانه های اجتماعی و همچنین برپایی تورهای مختلف در استان جهت جذب گردشگران خالق و فراهم کردن زمینه های اسکان آنها در محیطهای روستایی و خانه های بومگردی جهت کسب تجربه متمایز و منحصربه فرد از طریق مشارکت در فعالیتها، تعامل با همسفران همکاری مشترک با سایر بازدیدکنندگان، جوامع مقیم و مدیران/ مروجین به نوبه خود در توسعه گردشگری خالق می تواند تأثیرگذار باشد . شناسایی و بهره گیری از صنایع خالق (صنایع دیداری-شنیداری، صنایعدستی، مد و پوشاک، هنرهای نمایشی و تجسمی و ... معماری و طراحی خالقانه موجود در هر شهرستان و تبدیل آن به برند جهت متمایز شدن و پررنگ شدن نقش هر شهرستان در عرصه ملی و بین المللی میتواند زمینه رونق این مناطق و به تبع توسعه گردشگری خالق را با ورود گردشگران داخلی و خارجی فراهم سازد.

## منابع:


۱.تقوایی، مسعود؛ جوزی خمسلویی، علی. (۱۳۹۷). رویکردهای خلاق در توسعه پایدار گردشگری شهری، چاپ اول. اصفهان: نگارخانه

۲.تقوایی، مسعود؛ کیومرثی، حسین.(۱۳۹۱). کاربرد تکنیک ها و مدل ها در برنامه ریزی و مدیریت توریسم، چاپ اول.اصفهان: انتشارات معظمی

۳.مهدیان بهنمیری، معصومه؛ تقوایی، مسعود. (۱۴۰۰). «واکاوی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعهٔ گردشگری خلاق با رویکرد نشریه پژوهش های جغرافیایی انسانی. انتشار آنلاین .«آینده‌پژوهی، مورد پژوهش: استان گلستان

۴.حسینی ابری ،حسن ،(۱۳۷۹)، زاینده‌رود از سرچشمه تا مرداب. اصفهان: گل‌ها

۵.عمرانی، مرتضی. (۱۳۸۴). در جستجوی هویت شهری اصفهان. انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، تهران

۶.قنبری، یوسف، رحیمی، راضیه، برقی، حمید.(۱۴۰۰). «تأثیر عوامل محیطی - رفتاری بر تحقق گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان». نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی،شماره۲۵(۷۵) : ۲۰۵-۱۹۳۷.

۸. بسحاق، محمدرضا.(۱۳۹۴). مدلسازی معادلات ساختاری تهران: جامعه شناسان .

9.Ageeva, E., & Foroudi, P. (2019). Tourists' destination image through regional tourism: From supply and demand sides perspectives. Journal of Business Research, 101, 334-348.

10.Barbieri, C., & Mahoney, E. (2010). Cultural tourism behaviour and preferences among the live-performing arts audience: an application of the univorous–omnivorous framework. International Journal of Tourism Research, 12(5), 481-496.

11.Chen, Z., Chen, X., & Mak, B. (2021). The hybrid discourse on creative tourism: illuminating the value creation process. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.

12.Chhetri, R. K. (2018). Tourism and security in Nepal. Journal of Tourism & Adventure, 1(1), 32-47.

13.Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2021). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. Sustainability, 13(1), 2.

# نقش مدیریت یکپارچه آب در توسعه وبهبود کشور ایران با نگاهی بر زاینده رود

**منیره کتابچی**،مربی گروه مدیریت(مدیریت دولتی)، دانشکده مدیریت،اقتصاد،حسابداری،دانشگاه پیام نور،ایران

**۱-مقدمه:**

باتوجه به ثابت بودن منابع آب و افزایش روزافزون جمعیت و به دنبال آن افزایش تقاضا برای مصرف آب، در صورت تداوم روند فعلی بهره برداری از این منابع،تا سال ۲۰۵۰ نزدیک ۳۰درصد از جمعیت جهان در معرض تنش آبی شدید قرار خواهد گرفت امروزه بحران کم آبی تقریبا تمامی نقاط کره زمین را تهدید می کند به صورتی که بحران جهانی آب،یکی ازچالش های اصلی قرن اخیر به شمار می آید. باتوجه به ثابت بودن منابع آب و افزایش روزافزون جمعیت و به دنبال آن افزایش تقاضا برای مصرف آب، در صورت تداوم روند فعلی بهره برداری از این منابع،تا سال ۲۰۵۰ نزدیک ۳۰درصد از جمعیت جهان در معرض تنش آبی شدید قرار خواهد گرفت.ایران به دلیل واقع شدن در اقلیم خشک و نیمه خشک وهم چنین با رشد روزافزون مصارف آب، در سالهای آتی با خطر جدی بروز بحران آب مواجه می باشد و با توجه به ثابت بودن منابع آبی، افزایش جمعیت و عدم توجه کافی به مدیریت منابع آب در صورت اتخاذ نشدن سیاست های مناسب مدیریتی، پیامدهای نامطلوبی به دنبال خواهد داشت. در این مقاله مفاهیم مربوط به بحران آب، وضعیت منابع آب در ایران، مدیریت منابع آب وتاثیر آن بر صنعت توریسم و توسعه پایدار و مفاهیم دیگر شرح داده شده است و نیز سعی شده تا این مفاهیم به صورت خلاصه وجامع شرح داده شود.هدف این تحقیق بررسی اسنادی وضعیت مدیریت منابع آب ایران با تاکید براهمیت جهانگردی و توسعه پایدار بر اساس آمارهای منتشر شده می باشد.( فصلنامه مطالعات اوراسیای مرکزی،۱۳۹۸: ۴۶)

در این مقاله مفاهیم مربوط به بحران آب، مدیریت منابع آب و توسعه پایدار و مفاهیم دیگر شرح داده شده است و .هدف این تحقیق بررسی اسنادی , و مطالعات کتابخانه ای وضعیت مدیریت منابع آب ایران با تاکید بر توسعه پایدار و بر اساس آمارهای منتشر شده می باشد. در نظام اقتصادی نوآوران، صاحبان فکر و ایده سرمایه های اصلی یک بنگاه اقتصادی و از عوامل اصلی توسعه پایدار محسوب می شوند به همین جهت تعاریفی از مفاهیم کارآفرینی، توسعه اقتصادی و توسعه پایدار انجام گرفته و سپس با توجه به مبانی نظری به نقش کارآفرینی در رشداقتصادی و توسعه پایدار پرداخته شده است.. در نهایت به منظور توسعه کارآفرینی در کشور پیشنهاداتی ارائه گردیده است.

## 2. روش شناسی تحقیق

در دهه های گذشته جمعیت حوضه زایندهرود افزایش قابل توجهی داشته، به طوریکه در نیم قرن اخیر جمعیت این حوضه بیش از سه برابر شده و این افزایش جمعیت پیامدهای مختلف اجتماعی و اقتصادی را به دنبال داشته است. روند رو به رشد جمعیت حوضه از یک سو و محدودیت منابع آب از سوی دیگر، باعث گردیده تا سرانه آب تجدیدپذیر حوضه به کمتر از هزار مترمکعب )تنها کمی باالتر از آستانه کمبود آب کاهش یابد. این در حالی است که سرانه آب تجدیدپذیر کشور نیز به کمتر از ۱۷۰۰ متر مکعب به ازای هر نفر کاهش یافته است.( نگاهی به وضعیت منابع آب در ایران وجهان،۱۳۸۷: ۱۲۳) بسیاری از تحلیلگران و متخصصان بر این باورند که بحران آب در حوضه عالوه بر عواملی چون رشد و توزیع نامتناسب جمعیت، کشاورزی ناکارآمد و سوء مدیریت در توسعه اجتماعی و اقتصادی، نتیجه تفکر بخشی نگر و از هم گسسته مدیریت منابع آب میباشد .امروزه افزایش آگاهی از محدودیتهای منابع آب

حوضه زایندهرود و اهمیت آب در توسعه پایدار، ضرورت تغییر رویکرد از تفکر بخشی نگر در مدیریت منابع آب به یک تفکر جامع، پایدار و بهم پیوسته را بیشتر نمایان میسازد.(سمیعی، ۱۳۷۶، ۶۳)

توزیع پایدار و عادلانه آب در حوضه آبریز زایندهرود با توجه به توسعه اقتصادی و اجتماعی همواره چالشی اساسی بوده است. به همین دلیل، قواعد تخصیص برای منابع با ارزش آب حوضه زایندهرود حدود ۵۰۰ سال پیش توسعه یافته که احتمالا اولین قواعد از این نوع در ایران میباشد. این قواعد تخصیص به حکیم و دانشمند معروف، شیخ بهایی منسوب و نامگذاری شد و هدف آن توزیع آب رودخانه میان مناطق مختلف کشاورزی در حوضه آبریز بود.

با توجه به روند صعودی افزایش جمعیت،کاهش نزولات جوی و محدودیت منابع آب و منابع طبیعی در دهه های اخیر،بخصوص در کشورهای در حال توسعه،آب تبدیل به مهمترین کالای استراتژیک شده و یکی از روش هایی که به منظور کاهش مصرف آب و بهینه سازی استفاده از منابع کنونی مد نظر قرار میگیرد تجارت آب مجازی می باشد.(Alen و۲۰۰۲)

(روستا،۱۳۸۹: ۱۳۶) در حوزه دانشگاهی مقالات زیادی در مورد بحران آب از دیدگاه‌های گوناگون نوشته شده است که بیانگر اهمیت موضوع است؛ برای مثال محمدی کنگرانی و رفسنجانی‌نژاد در مقاله‌ای با عنوان « بررسی ساختار قدرت در شبکه سیاست‌گذاری و مدیریت آب در برنامه چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه می‌رسند که توزیع قدرت میان نهادهای بخش آب به‌خوبی صورت نگرفته و ارتباط محکمی بین نهادهای تصمیم‌گیرنده و اجرایی در بخش آب وجود ندارد .اسماعیلی‌فرد و کاوه فیروز در مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری آب در ایران» به این موضوع رسیده‌اند که علت وضعیت کنونی آب فراتر از ضعف‌های بخشی، معطوف به سطح مرجعیت و فلسفه و دکترین است که بر مبنای احترام به طبیعت و توسعه پایدار شکل نگرفته است. اقبالی در مقاله‌ای با عنوان «بحران آب: چالش‌ها و راهکارها» می‌گوید که کشور ما به لحاظ اقلیم و منابع آب موجود برای توسعه کشاورزی فاقد مزیت اقتصادی است و سیاست‌ها باید به توسعه بخش‌های کم‌آب‌بر مثل صنعت، خدمات و فناوری اطلاعات تغییر اولویت دهد.( هدایتی،۱۳۹۳: ۵۴-۴۹ )

آب و فراهم‌کردن پایدار آن برای مصارف کشاورزی، صنعت و شرب در نواحی خشک و نیمه‌خشکی مثل ایران یکی از مهم‌ترین اولویت‌های دولتمردان باید باشد .ایران اکنون با چالش‌های زیست‌محیطی فزاینده‌ای مواجه است که در حال حاضر برای ثبات کشور در بلندمدت بسیار خطرناک‌تر از تهدید دشمنان خارجی یا منازعات سیاسی داخلی محسوب می‌شود. طبق گزارش «سازمان جنگل‌ها، مراتع، و آبخیزداری ایران» که در اواسط سال ۲۰۱۳ منتشر شده بود، بیش از دوسوم خاک ایران ـ در حدود ۱۱۸ میلیون هکتار ـ به‌سرعت در حال تبدیل‌شدن به بیابان است. عیسی کلانتری، مشاور رئیس‌جمهور وقت در گفت‌وگویی با روزنامه «قانون « هشدار داده بود که «مشکل اصلی‌ای که ما را تهدید می‌کند و از اسرائیل، و آمریکا و دعواهای سیاسی و غیره خطرناک‌تراست...این است که فلات ایران دارد غیرقابل سکونت می‌شود...اگر وضعیت اصلاح نشود، ایران ۳۰ سال دیگر کشور ارواح می‌شود». وی در این مصاحبه به شرح آینده هشدارآمیز دریاچه‌های خشک‌شده و سفره‌های خالی آب‌های زیرزمینی می‌پردازد که احتمالاً میلیون‌ها ایرانی را وادار به ترک محل سکونت خود خواهد کرد. طبق شاخص عملکرد زیست‌محیطی سال ۲۰۱۲ که از سوی دانشگاه کلمبیا انجام شد و ۲۲ فاکتور محیطی چون منابع آب، آلودگی هوا، تنوع زیستی و تغییرات آب‌وهوایی را مورد بررسی قرار داده بود، ایران از میان ۱۳۲ کشور مورد مطالعه، در جایگاه ۱۱۴ قرار گرفت .

بر اساس پژوهش «گروه تحقیقاتی آینده‌بان» که ۱۰۰ مشکل و مسئله اساسی جامعه ایران در سال ۱۳۹۶را فهرست کرده است، مسئله دوم (بحران آب)،مسئله هشتم (پیامدهای بحران آب)، مسئله سی‌وسوم (نزاع‌های آب بر سر انتقال آب در داخل ایران و با کشورهای همسایه) و مسئله سی‌ونهم (آلودگی‌های آب) به طور مستقیم به موضوع آب مربوط هستند . این امر به‌خوبی بیانگر اولویت بحران آب و لزوم رسیدگی دولت به آن است.(مهدی زاده،۱۳۳۴: ۱۵۵)

۱-۲: هداف اصلی مدیریت یکپارچه آب بدین شرح می باشند : (مدیریت بحران آب در ایران،۱۳۷۸ :۱۶۷)

دسترسی بهتر به آب سالم و بهداشت مطمئن •بهبود بهره وری و راندمان آب •

بهبود کیفیت آب در اولویت حمایت مالی وزارت علوم و تحقیقات دولت فدرال آلمان از پروژه های مدیریت یکپارچه منابع آب، یک چارچوب کاری سه مرحله ای با در نظر گرفتن سه دوره پشتیبانی مالی پیش بینی شده است

اولین دوره حمایت مالی )مرحله اول(: تحقیق و توسعه •دومین دوره حمایت مالی ) (Yang,2004)

مرحله دوم(: اجرا •سومین دوره حمایت مالی )مرحله سوم(: ارزیابی و استفاده از نتایج در سایر مناطق به طور معمول، شرکای پروژه از هر دو کشور نتایج پروژه را بعد از اتمام هر دوره مالی ارائه داده و پس از ارزیابی موفقیت دوره پیشین برای دوره بعدی از وزارت علوم و تحقیقات کشور آلمان حمایت مالی درخواست مینمایند.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

رشد بی وقفه در منطقه، به همراه تغییرات اقلیمی باعث بوجود آمدن خسارات و چالش های مدیریتی در حوزه آب شده است. همزمان با افزایش تقاضای آب، منابع آبی زاینده رود کاهش یافته و به همراه آن امرار معاش مردم و نیز اکوسیستم های مهم دچار بحران شده اند. بررسی ها نشان می دهد که دما به طور پیوسته در حال افزایش است در صورتیکه بارش سالانه در حال کاهش میباشد.( موسوی وهمکار،۱۴۰۰: ۱۹۸)

وزارت کشاورزی یکی از نهادهایی است که ۹۰ درصد آب کشور در حوزه مسئولیت آن، یعنی کشاورزی، مصرف می‌شود. حوزه کشاورزی کشور با بیشترین مصرف آب در کشور در مواجهه با بحران آب می‌تواند نقش مهمی بازی کند؛ ولی به دلیل سیاست‌های در تعارض با توسعه پایدار در کشاورزی، در شرایطی قرار داریم که کشاورزی کشور یکی از متهمان اصلی بحران کنونی آب است. سیاست‌هایی مثل توسعه کشاورزی در مناطق کم‌آب، بدون توجه به محدودیت منابع آب، عدم مدیریت کشت، کشت محصولات با آب‌بری زیاد، کشت و آبیاری سنتی در بخش عمده کشاورزی کشور، هدررفت آب و بسیاری عوامل فنی دیگر باعث شده است که نسبت آب مصرفی در کشاورزی و بازده تولید محصول آن با معیارهای جهانی تفاوت قابل توجهی داشته باشد.( رحیمی،۱۳۷۵ :۲۴) بیش از ۹۰ درصد از مصرف آب ایران در بخش‌های کشاورزی است. سیاست‌های دولت در خودکفایی غذایی و توسعه کشاورزی، میزان مصرف آب در بخش صنعت را افزایش داده است. به گفته محمد درویش، بوم‌شناس ایرانی، این روند به کمبود شدید آب دامن زده است. کمبود آب، توسعه را محدود و عدم قطعیت در این صنعت را که یکی از بخش‌های بزرگ اقتصاد ایران است افزایش داده است. کشاورزی حدود ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۲۳ درصد از اشتغال در ایران را به خود اختصاص داده است. هرچه زمین‌های کشاورزی بیشتری غیرقابل کشت شوند، مهاجرت شهری و فشار بر صنعت نیز افزایش می‌یابد. بارش باران در ایران به مناطقی از شمال غرب، غرب و منطقه ساحلی شمال محدود می‌شود. بر اساس برآوردهای سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، سیستم‌های آبیاری برای حدود ۸۹ درصد از تولید محصولات کشاورزی در ایران استفاده می‌شود، ولی با وجود استفاده گسترده از آبیاری در تولید محصولات کشاورزی، بازده کلی بسیار اندک است. به گفته سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، بازده آبیاری ۳۳ درصد است و پتانسیل زیادی برای پیشرفت از طریق کاهش مصرف آب وجود دارد. آبیاری ناکارآمد، شوری زمین‌های کشاورزی را افزایش می‌دهد و اشباع آن‌ها از آب منجر به کاهش بهره‌وری و مشکلات بلندمدت در استفاده پایدار از زمین می‌شود .(نشریه ۱۴۴،۱۳۸۶: ۸۷)

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

حوضه آبریز زاینده رود، در سالیان اخیر با بحران جدی آب دست به گریبان بوده و آثار آن را میتوان در خشک شدن رودخانه و تاالب، کاهش منابع آب زیرزمینی، فرونشست زمین، کاهش کیفیت آب، خسارت به بخش کشاورزی و تخریب اکوسیستم مشاهده نمود. رودخانه زاینده رود به عنوان محور اساسی توسعه انسانی در مرکز کشور، به دلیل فشار گسترده بخشهای کشاورزی، صنایع و توسعه شهری، به رودخانهای فصلی تبدیل و تاالب بین ً المللی گاوخونی تقریبا به طور کامل خشک شده است.رهبران جهان در حوزه

آب باید با اتخاذ تدابیر و سیاست و ارائه راهکار های مناسب و پیشنهادات ملتزم به مدیریت منابع و مصارف آب بپردازند.(محمودی، ۱۳۷۸: ۲۰۳) در کشور ما ایران نیز، باید با ارائه راهکارها و استراتژیهای به هنگام، در جهت مدیریت مناسب و بهینه منابع آب گام بردارند.امروزه در هرکشوری ، اگرتوسعه گردشگری منطبق بر اصول گردشگری پایدار نباشد، میزان زیان حاصل ازآن کمتراز منافع مالی نخواهد بود. آب به عنوان عامل حیات وهسته اصلی گردشگری نقش زیادی درتوسعه این بخش دارد .تمام اشکال گردشگری به آب وابسته است .منابع آبی ایران حتما باید درهرگونه تصمیم وسیاست گذاری درزمینه توسعه گردشگری ایران مورد توجه ویژه قرار گیرند. نه تنها بسیاری از فعالیتهای گردشگری مستقیم به منابع آب وابسته است ،بلکه آب به طور غیرمستقیم شرط لازم برای توسعه سایر محصولات گردشگری است. هدف جامع پروژه حاضر، استفاده از حوضه آبریز زاینده رود به عنوان نمونه، جهت دستیابی به مدیریت یکپارچه منابع آب در کشور میباشد. پیش شرط الزم جهت اجرای مدیریت یکپارچه منابع آب، آگاهی نقشآفرینان اصلی در استانها و بخشهای مختلف و نیز مؤسسات ملی از این امر میباشد که نه تنها میبایستی بر یک قایق سوار شوند بلکه باید در یک جهت پارو بزنند(WCEDو2010) .مدیریت یکپارچه منابع آب ایجاب مینماید که توافقات الزم در خصوص راهکارها و همکاری ها در راستای نیل به اهداف مشترک، هماهنگ گردند .این مطالعات تاکنون توانسته از طریق همکاری همه ذینفعان به توسعه و ایجاد مفهوم مدیریت یکپارچه منابع آب بپردازد و با در نظر گرفتن منافع ذینفعان اصلی از قبیل بخش مصارف شهری، فضای سبز، کشاورزی، صنایع و محیطزیست، مجموعهای از فنآوریها و ابزارهای مدیریتی مناسب را طراحی نماید .رویکردهای این پروژه شامل راهکارهای تکنولوژیک و غیرتکنولوژیک از قبیل بهینه نمودن تصفیه خانه های فاضلاب، مدلسازی منابع آب و یا به کارگیری روشهایی نوین برای مشارکت مردم آسیب دیده، میباشد. در مرحله بعدی ، این رویکردها میبایستی در عمل بکار گرفته شوند.(هدایتی،۱۳۹۳ :۱۴۳)

بطور قطع مفهوم مدیریت یکپارچه منابع آب ، ابزار و راهکارها و قطعات منفرد یک پازل بزرگ بوده که با تعامل مقامات تصمیم گیر تکمیل میگردد. امروزه واقعیت شکل دیگری دارد و چنانچه صدر اعظم اسبق آلمان )هلموت اشمیت( گفته است: "شما نیاز به یک رویکرد ساده برای پرسشهای اساسی خود دارید. من بر این گمانم که مشکالت دنیا و بشریت بدون آرمانگرایی قابل حل نیستند." (درخور وهمکاران، ۱۳۸۵)

موارد ذیل هم جهت مدیریت بهینه ی آب **پیشنهاد** می گردد:

فرهنگ سازی در زمینه مصرف بهینه آب(علیزاده،۱۳۹۱: ۸۳)

آموزش برای مصرف وتغییر سبک زندگی

مدیریت اکوسیستم ها

بهبود زیرساخت های توزیع

تدوین ووضع سیاست ها ومقررات بهتر

تولید نیروگاه های آب شیرین کن با مصرف بهینه انرژی

بهبود در شیوه های آبیاری وکشاورزی

ابداع فناوری های جدید صرفه جویی آب

استانداردسازی کشاورزی و آبیاری

صنعت گردشگری مبتنی بر توسعه پایدار

## منابع و ماخذ


۱.روستا ،ف. (۱۳۸۹). تغییرات آب وهوایی و بحران جدی آب . همایش ملی مدیریت بحران آب .اسفند۱۳۹۷

۲.رحیمی ،ح. (۱۳۷۵). مشکل نا شناخته جهانی: بحران آب. پیک نور . . شماره۴. ص۱

۳.درخور ،م.، فرجی راد ،ع.، و میر هاشمی، ع . (۱۳۸۷)،. بحران آب و نتایج زیست محیطی آن در آسیای مرکزی

۴.مدیریت بحران آب در ایران .اولین کنفرانس بین المللی بحران آب . اسفند۱۳۷۸.دانشگاه زابل

۵ .موسوی،سید غلامرضا،شکوهیان، سکینه،(۱۴۰۰)، مدیریت توسعه منابع آبی،ج ۱،ناشران: آثار سبحان، یاررس

۶. مهدی زاده ، ت. (۱۳۳۴).آب مجازی ،مفاهیم و مدیریت استراتژیک آن .جلد اول .ص۴

۷.نگاهی به وضعیت منابع آب در ایران وجهان(۱۳۸۷).دفتر معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری

۸.فصلنامه مطالعات اوراسیای مرکزی. شماره۱۴. بهار و تابستان۱۳۹۸

۹.سمیعی، ر. (۱۳۷۶)ارزیابی چندمعیاره پروژه های منابع آب ازدیدگاه توسعه پایداردرایران

۱۰.دستورالعمل پایش کیفیت آبهای سطحی (جاری).(۱۳۸۶). معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور نشریه شماره۱۴۴.فصل اول .ص۹.

۱۱.محمودی،ع.،زهتابیان، غ.، رستم پور، م.، و صادقی مزیدی ، ح .(۱۳۷۸).ملاحظات موجود در ادبیات آب مجازی .۹.

۱۲.هدایتی ، ز. (۱۳۹۳).از تنش آبی به بحران آب.گزارش وضعیت آب کشور .شماره۴.بهمن و اسفند

۱۳.. علیزاده،ج. (۱۳۹۱). هیدروپلتیک هیرمند و تاثیر آن بر روابط سیاسی ایران و افغانستان .پایان نامه کارشناسی ارشد

.14.Yang D.,Lic ., Huleiz., Yang S.,Kusuda T ., Koik T ., Musiakek ,(2004):Analysis of water resources variability in the Yellow River of china during the last half century using historical data , Water Resoutce Research , vol 40

15.Alen .R.,(2002),Coping With Water Scarcity :The Governance Challenge .Policy Papers , In Stitute On Global Confictand Cooperation , UC Berkeley .Retriered November 14.

16.WCED (World Commission on Environment and Development), (2010) , Our Common Future, the Brundtland Report, Oxford University.

# گردشگری کشاورزی و ورزشی در زاینده رود (با نگاهی بر عوامل موثر در خشکی آن و برنج کاری در مناطق بالادست در استانهای چهارمحال و بختیاری و اصفهان)

**فرهود گل محمد**، استاد یار رشته ترویج و آموزش کشاورزی، گروه کشاورزی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران
**نجمه لطفیان دلوئ**، دانشجوی دکترا رشته ترویج و آموزش کشاورزی پایدار، گروه کشاورزی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران

## چکیده

گردشگری کشاورزی یکی از انواع نوین گردشگری و مبتنی بر فعالیت‌های کشاورزی است که در جهت رسیدن به توسعه روستایی و ایجاد درآمد پایدار و حفظ سنت‌های کهن روستایی مورد توجه قرار گرفته است. از ویژگی‌های مهم آن ایجاد فعالیت‌های اقتصادی و افزایش اشتغال و درآمد در محیط روستایی است. هدف این نوع گردشگری تعامل بین روستاییان و گردشگران و درآمدزایی مستقیم برای روستاییان و کشاورزان است. گردشگری ورزشی آن دسته از سفرهایی گفته می‌شود که شخص با هدف تماشا یا شرکت در یک مسابقه ورزشی عازم سفر می‌شود. گردشگری ورزشی یکی از زیرمجموعه‌های صنعت گردشگری است که طرفداران آن روز به روز در حال افزایش است و به آن دسته از فعالیت‌های گردشگری اطلاق می شود که انگیزه و هدف اصلی گردشگران از انجام آنها، مشارکت فعال یا غیر فعال در ورزش‌های رقابتی یا تفریحی یا حتی حضـــور در رویدادهای ورزشـــی به منظور لذت بردن و تشـــویق نمودن ورزشکاران مورد علاقه شان در میادین ورزشی است. مسئله قابل توجه این است که بخشی از سفر گردشگران ورزشی، انواع دیگری از گردشگری مانند طبیعت گردی را در بر می گیرد. تغییرات اقلیمی، چرخه خشکسالی‌ها و ترسالی‌ها از ویژگی‌های انکار ناشدنی در حافظه تاریخی ساکنان فلات ایران زمین ا ست. د ست کم برر سی تاریخ چهار هزار ساله خاورمیانه و ایران زمین ن شان از ا ستیلا و تکرار دوره‌های تر سالی و خشکسالی و تنش‌های آبی حاکم بر منطقه دارد. در این پژوهش با توجه به امکانات پژوهشگر، سعی شده است از نگرش سیستمی در بررسی گردشگری کشاورزی و ورزشی در زاینده رود همراه با نگاهی بر عوامل موثر در خشکی آن و نقش برنج کاری در مناطق بالاد ست در ا ستانهای چهارمحال و بختیاری و ا صفهان گرد شگری کشاورزی و ورز شی وهمچنین در خشکی زاینده رود می پردازد. شناخت چالش‌ها و فر صت‌های پیش‌روی گرد شگری در این پهنه جغرافیایی، نقشی کلیدی در تر سیم مسیر تو سعه پایدار و بهره‌برداری از مزایای این صنعت ایفا می‌کند. نگرش سی ستمی، رویکرد ن سبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه ریزی و پویایی منابع آب است. روش اصلی در گردآوری و تحلیل داده ها در این پژوهش تحقیق کیفی و مشارکت و مراجعات و م شاهدات ح ضوری و م ستقیم نویسنده و محقق این مقاله در شهر ستان ها و رو ستاهای مجاور رودخانه زاینده رود در ا ستانهای چهارمحال و بختیاری و ا صفهان در چهار دهه گذ شته می با شد. که همراه با عکس های میدانی پژوهشگر درحین تحقیق میدانی در مقاله می باشد که در این تحقیق مورد استفاده قرار می گیرند.

**واژه های کلیدی:** زاینده رود، گردشگری کشاورزی و ورزشی، خشکی، عوامل، برنج کاری، چهارمحال و بختیاری، اصفهان.

## ۱- مقدمه

گردشگری کشاورزی یکی از انواع نوین گردشگری و مبتنی بر فعالیت‌های کشاورزی است که در جهت رسیدن به توسعه روستایی و ایجاد درآمد پایدار و حفظ سنت‌های کهن روستایی مورد توجه قرار گرفته است. از ویژگی‌های مهم آن ایجاد فعالیت‌های اقتصادی و افزایش اشتغال و درآمد در محیط روستایی است. هدف این نوع گردشگری تعامل بین روستاییان و گردشگران و درآمدزایی مستقیم برای روستاییان و کشاورزان است. گردشگری ورزشی آن دسته از سفرهایی گفته می شود که شخص با هدف تماشا یا شرکت در یک مسابقه ورزشی عازم سفر می‌شود. گردشگری ورزشی یکی از زیرمجموعه‌های صنعت گردشگری است که طرفداران آن روز به روز در حال افزایش است. توریسم ورزشی به آن دسته از فعالیت‌های گردشگری اطلاق می‌شود که انگیزه و هدف اصلی گردشگران از انجام آنها، مشارکت فعال یا غیر فعال در ورزش‌های رقابتی یا تفریحی یا حتی حضور در رویدادهای ورزشی به منظور لذت بردن و تشویق نمودن ورزشکاران مورد علاقه شان در میادین ورزشی است. مسئله قابل توجه این است که بخشی از سفر گردشگران ورزشی، انواع دیگری از گردشگری مانند طبیعت گردی را در بر می گیرد [1].حوضه آبریز زاینده رود دارای ۲۶ هزار و ۹۱۷ کیلومتر مربع است که ۹۲,۹ درصد آن در استان اصفهان و ۷,۱ درصد در استان چهارمحال و بختیاری قرار دارد. این رودخانه که علاوه بر جاذبه تفریحی و فرهنگی، همواره نقشی موثر در کشاورزی و اقتصاد منطقه بویژه شرق اصفهان و هستی تالاب گاوخونی داشته است که به علت تغییرات اقلیمی، خشکسالی های متوالی، تراکم جمعیت و افزایش برداشت بی رویه به یک رود خانه فصلی تبدیل و در محل پایین دست در فصول گرم بویژه تابستان با خشکی مواجه شده است [2].

تغییرات اقلیمی، چرخه خشکسالی‌ها و ترسالی‌ها از ویژگی‌های انکار ناشدنی در حافظه تاریخی ساکنان فلات ایران زمین است. دست کم بررسی تاریخ ۴ هزار ساله خاورمیانه و ایران زمین نشان از استیلا و تکرار دوره‌های ترسالی و خشکسالی و تنش‌های آبی حاکم بر منطقه و فراز و فرود جدی حکومت‌ها دارد. به عبارتی همواره حکومت‌های بزرگ در خاورمیانه در همزمانی با تنش‌های آبی متناسب با تاب‌آوری اجتماعی خود دچار مشکلات اساسی و گاه فروپاشی شده‌اند. در حال حاضر افزون بر تنش‌های درون سرزمینی، تنش‌های منطقه‌ای همچون مشکلات تولیدشده از ساخت و آبگیری سد آتاتورک در ترکیه برای کشورهای سوریه، عراق و در انتها اروند رود در ایران و یا آبگیری سد کمال خان افغانستان در مورد ایران می‌توانند در این دسته از تنش‌های آبی فرامرزی و منطقه‌ای قرار گیرند [2].

ایران کشوری خشک است و با آغاز گرمایش جهانی خشک‌تر خواهد شد. ما در آغاز گرمایش جهانی به روایتی در آغاز انقراض ششم جهانی قرار داریم و چاره‌ای وجود ندارد جز این که همسو با آمایش سرزمینی، تصمیم گرفته شود که در چه مناطقی کشاورزی و با چه الگوی کشتی رونق گیرد و در چه مناطقی صنعت توسعه یابد. نمی‌توان در قرن بیست و یکم با تفکرات و الگوهای سده‌های پیشین، کهنه و گاه منسوخ شده کشور را راهبری کرد [2].

زاینده‌رود، یکی از بزرگ‌ترین رودخانه‌های فلات مرکزی ایران به حساب می‌آید که از کوه‌های زاگرس مرکزی به ویژه زردکوه در استان چهارمحال و بختیاری و همچنین در ارتفاعات سمیرم سرچشمه گرفته و در دشت مرکزی ایران به سمت شرق پیش می‌رود و در نهایت به جلگه تالاب گاوخونی می‌ریزد [۳].

در حال حاضر تنش آبی شکل گرفته در زاینده رود و مشکلات ایجاد شده به دلیل مدیریت ناکارآمد در این حوضه آبریز دیگر مرتبط با یک بخش و منطقه کشور نیست و مسئله زاینده رو به طور مستقیم با معیشت مردم چهار استانهای اصفهان، چهارمحال و بختیاری، یزد و خوزستان گره خورده است.

متوسط آورد آب در حوضه آبریز زاینده‌رود، در این سال‌های کم‌بارش و از طریق رژیم طبیعی و تونل‌های انتقال، یک میلیارد و۳۵۰میلیون‌مترمکعب است در حالی که بیش از دو میلیارد مترمکعب بر آن بارگذاری شده است؛ تامین آب شرب اصفهان بزرگ، یزد، کاشان، صنایع و توسعه کشاورزی در بالادست و پایین دست سد زاینده‌رود از جمله این بارگذاری‌ها است [2].

نزدیک به ۲۱هزار چاه غیرمجاز در استان اصفهان وجود دارد که این تعداد سالانه بیش از ۳۵۰میلیون‌متر مکعب آب از دل زمین بیرون می‌کشد. علاوه بر این تعداد چاه‌های مجاز بالغ بر ۴۰هزار حلقه است که این چاه‌های جذبی سالانه بیش از ۴ میلیارد مترمکعب از آب‌های زیرسطحی را به صورت غیرقانونی و بی‌حساب‌وکتاب استخراج می‌کنند. نوع زمین و بستر زاینده‌رود به شکلی است که حفر چاه و برداشت آب از آب‌خوان‌ها و سفره‌های زیرزمینی مانع از جوشش آب در بستر زاینده‌رود شده و افزایش برداشت به تخلیه‌ی آب از بستر رود به چاه‌های حریمی می‌انجامد. در سال‌های گذشته به دلیل بالا بودن سطح آب‌های زیرزمینی، بستر رودخانه زاینده‌رود تغذیه می‌شد اما در حال حاضر آبخوان‌ها به حدی خالی است که وقتی آب در رودخانه زاینده‌رود جاری می‌شود حدود ۴۰درصد این آب به آبخوان‌ها نفوذ کرده و دوباره توسط همان چاه‌های مجاز و غیرمجاز حریمی برداشت می‌شود [۴].

هفت درصد سطح استان اصفهان در بعد میانیِ زاینده‌رود میزبان ۹۰درصد صنایع استان است و حدود ۱۵هزار واحد کوچک و درشت صنعتی در این منطقه ایجاد شده است. اصفهان با دارابودن این واحدهای صنعتی- ۴۴ شهرک و ۳۳ ناحیه- و بزرگ‌ترین کارخانه‌ها از جمله فولاد مبارکه، فولاد سبا، ذوب آهن، پالایشگاه، پتروشیمی، پلی‌اکریل، تولید سیمان، صنایع نظامی و هسته‌ای و... در جایگاه نخست صنایع کشور قرار دارد. رتبه نخست تولید فولاد کشور مربوط به اصفهان است. اما استقرار صنایع آب‌بر با توجه به کمبود آب و بدون در نظر گرفتن معیارهای ضروری در شعاع ۵۰کیلومتری از مرکز شهر اصفهان بحران آب را جدی‌تر از قبل به روی صحنه آورده‌است. ۷۵درصد جمعیت نیز در همین شعاع زندگی می کنند. وجود ذوب آهن و فولاد مبارکه اصفهان به عنوان صنایع بسیار آب‌بر در منطقه‌ای کم‌آب، توجیه زیست‌محیطی و آمایشی ندارد. در چنین شرایطی درکنار ۱۲هزارهکتار شهرک صنعتی موجود، ۸ شهرک صنعتی دیگر به مساحت ۱۲۰۰هکتار در دست ساخت است و توسعه ۲هزارهکتاری شهرک‌ها نیز در دستور کار قرار دارد. نیاز آبی این شهرک‌ها ۱۷۰۰لیتر بر ثانیه آب است که تا امروز حدود ۷۰۰ لیتر بر ثانیه آن محقق شده و ۳۰۰ لیتر دیگر در حال اجراست. این درحالی است که طبق مصوبات شورای عالی آب هرگونه بارگذاری جدید بر زاینده‌رود ممنوع است[۵].

با وجودی که سهم صنعت در آب کشور حدود ۲درصد است، در استان صنعتی اصفهان مصرف ۸ تا ۱۰درصدی آب در بخش صنعت صورت می‌گیرد. اگرچه طبق آمار رسمی چیزی بین ۷۰ تا ۱۰۰میلیون‌لیتر آب در بخش صنایع اصفهان مصرف می شود اما بنا بر استانداردهای موجود در تولید هر تن فولاد ۲۸مترمکعب آب مصرف می‌شود که این مقدار با توجه به تولید حدود ۱۰میلیون تن فولاد خام در سال ۱۳۹۹ در مجتمع فولاد مبارکه نزدیک به ۲۸۰میلیون‌متر مکعب تنها در این مجتمع صنعتی برآورد می شود. با این حال در سند چشم‌انداز توسعه‌ی فولاد مبارکه، تولید فولاد این مجتمع می‌بایست به ۲۵میلیون‌تن در سال ۱۴۰۴ برسد. از این مقدار تنها ۲۵درصد از تصفیه فاضلاب و بازچرخانی آب تامین می‌شود و باقی مقدار مورد نیاز منوط است به برداشت آب از زاینده‌رود و مسیرهای انتقال آب از چهارمحال‌وبختیاری. تولید فولاد در مجتمع ذوب آهن نیز ۳ میلیون و ۶۰۰ هزار تن است.

این مقدار ضرب در تعداد واحدهای صنعتی دیگر نشان از بالا بودن بارگذاری صنعتی نسبت به آمار رسمی در این استان دارد. در واقع سرمایه‌گذاری هم‌زمان شرکت فولاد مبارکه در طرح انتقال آب کوهرنگ ۳ و کنسرسیومی متشکل از صنایع اصلی مستقر در اصفهان برای انتقال ۲۰۰میلیون‌مترمکعب آب شیرین‌شده از دریای خلیج فارس، یا احداث خط لوله از دریاچه‌ی مصنوعی ذوب آهن به کارخانه، موید پیشی گرفتن آمار واقعی آب مصرفی در صنایع اصفهان از مقادیر رسمی است [۶].

تا قبل از احداث سد زاینده‌رود، آب جریان یافته در رودخانه در فصول خشک ناشی از زایش آب به داخل این رودخانه بوده است و با توجه به اینکه این رودخانه در خط القعر حوضه زاینده‌رود واقع شده، این رودخانه حکم زهکش طبیعی منطقه را دارد. با توسعه و بالارفتن نیاز به آب در این حوضه، طرح‌های تأمین آب در دستور کار قرار گرفت که می‌توان به تونل کوهرنگ یک، سد زاینده‌رود، تونل‌های کوهرنگ دو و سه و چشمه‌لنگان و بهشت‌آباد (در حال تصمیم‌گیری) اشاره کرد. افزایش روزافزون نیاز آب و عمدتا در بخش شرب در داخل حوضه زاینده‌رود و تأمین آب شرب مناطق خارج از حوضه آبریز و پمپاژهای بالادست برای طرح‌های

کشاورزی و باغداری منجر به گسیختگی در سیکل تأمین آب رودخانه زاینده‌رود و بازچرخانی طبیعی آب زاینده‌رود عملا مختل و منجر به خشک شدن زاینده‌رود شد. همچنین بروز خشکسالی‌های دو دهه اخیر به این موضوعات دامن زد. باید توجه داشت که خشک‌شدن زاینده‌رود تبعات منفی علاوه بر حقابه‌داران برای سایر ذی نفعان این حوضه ایجاد کرده است که تولید ریزگردهای عمدتا سمی، به وجود آمدن منازعات اجتماعی بین مردم و حاکمیت، به وجود آمدن مشکلات مربوط به تأمین آب شرب، مشکل در تأمین آب صنایع مستقر در حوضه، رکود در صنعت گردشگری و اقتصاد منطقه از نمونه‌های آن است [۶].

شرق استان اصفهان در پاییز و زمستان سال گذشته، صحنه اعتراضات گسترده کشاورزان بر سر مسأله آب بود. از این گذشته، زاینده‌رود کاملاً خشک است و تالاب‌های این استان نیز یا خشک شده‌اند یا در حال خشک شدن هستند. شاید باورنکردنی باشد که در استان اصفهان با چنین وضعیت کم‌آبی، در سال جاری حدود ۴ هزار هکتار زمین کشاورزی، زیر کشت برنج رفته است! استان اصفهان، آینه تمام‌نمای وجود بحران در مدیریت بحران آب است. یک طرف استان مشغول اعتراض بر سر مسأله آب است. در طرف دیگر کشت برنج صورت می‌گیرد و از سوی دیگر، مردم برخی از استان‌ها مدعی‌اند که طرح‌های انتقال آب به استان اصفهان، موجب بحران آب در محل زندگی‌شان شده است.

بر پایه آمار رسمی، بیش از ۹۰ درصد از آب مصرفی کشور در بخش کشاورزی استفاده می‌شود. البته بر آن فرسودگی شبکه‌های انتقال و کهنگی فناوری نیز مزید بر علت شده است.

در مورد وضعیت تنش آبی و خشکی زاینده رود، امروزه شرایط خشک شدن و آلاینده‌های زیست محیطی حوضه زاینده‌رود بیش از مشکلات کم بارشی و طبیعی حاصل انباشت اشتباهات راهبردی مدیریت آب، بی‌توجهی و عدم توسعه متناسب سرزمینی بوده که در طول چند دهه به صورت پیاپی تکرار شده، ضمن آنکه در طول این مدت به تدریج جمعیت این منطقه افزایش یافته و در چنین شرایطی با دهه‌ها بی‌توجهی مشکل امروزه خشکی زاینده رود چه در بالارود، پیکره رودخانه و چه در تالاب گاوخونی در پایانه خاوری آن چون زخمی کهنه از میان صدها زخم سر باز کرده است [۷].

زاینده‌رود در اغلب فصول سالیان اخیر کاملاً خشک است و بیش از یک دهه است که این حوضه آبریز درگیر تنش آبی شدید بوده است. تالاب گاوخونی در استان اصفهان به صورت کامل خشک شده و به کویر تبدیل شده است. این‌ها همه علائم نگران‌کننده بحران آب در استان اصفهان است.

حدود ۳۰۰ هزار نفر جمعیت کشاورزان شرق اصفهان مستقیم و غیرمستقیم به علت وضعیت آب دچار بحران شده‌اند. اما ماجرا فقط به کشاورزی و کشاورزان محدود نیست. الان محیط زیست اصفهان در خطر است و خطر پیشروی کویر و نشست زمین وجود دارد. بخشی از کشاورزانی که تحت تأثیر بحران آب قرار گرفته بودند، سال گذشته اعتراضات خود در این استان، به خیابان‌ها کشاندند؛ اما مثل این‌که بحران آب هنوز برای مسئولان استان اصفهان و مدیران ملی جا نیفتاده است[۷].

دیربازی است که در دنیا مبحثی به نام آمایش سرزمینی وجود دارد، اگرچه در ایران نیز این واژه و تشکیلات منسوب به آن از پیشینه نزدیک به ۵۰ سال برخوردار است، ولی گویا تاکنون به جز در برخی موارد (نظامی)، در باقی موارد فقط یا بیشتر در مرحله طرح، غیر عملیاتی و یا با بی‌توجهی بر جای مانده است. برای نمونه آن سوی توسعه شهرهایی چون کرمان و یا راه اندازی صنایع فولاد و آهن در اصفهان و یا صنایع رنگارنگ ماشین سازی و ...در استان مرکزی است[۸].

پس از حدود ۲۰ سال از راه‌اندازی صنایع دست دوم روسی ذوب آهن اصفهان در سال ۱۳۵۰، صنایع فولاد مبارکه که در ابتدا توسط گروه صنعتی ایتالیایی برای بندر عباس طراحی شده بود و با تصمیمات غیر کارشناسی و سیاسی و البته با پرداخت خسارات، بازطراحی و به اصفهان منتقل شد.

صـنایعی مانند صـنایع فولاد که افزون بر آلایندگی بسـیار آب‌بر نیز هسـتند، نباید در مناطق کویری و خشـک راه‌اندازی شـوند و کشورهایی که چنین صنایعی را توسعه داده‌اند، سعی بر توسعه این صنایع در کرانه دریاها دارند، لذا باید نتیجه گرفت که دست کم در کشوری همچون ایران با حدود ۶ هزار کیلومتر خط ساحلی در شمال و جنوب، داشتن مجتمع‌های صنعتی از این دست در مناطق خشک و کویری مرکز کشور، غیر منطقی و در تضاد با اصول پایه آمایش سرزمین می‌نماید. افزون بر آن که وقتی چنین مجتمع‌هایی در مناطق کویری ساخته شد، تامین خوراک آن از دور دست خود مساله و مشکلی بر مشکلات دیگر شد[۸].

تامین نیمی از خوراک مجتمع فولاد مبارکه را از مناطقی چون یزد و طبس و نزدیک و نیم دیگر وابسـته به واردات از خارج و چون صادرات آن از بنادر جنوبی می باشد. نبود زیر ساخت لازم همچون دسترسی به خطوط راه آهن، تولید و صادرات از مجتمع‌های فولاد مبارکه را هرگز قابل رقابت با بازیگران این صنعت در جهان ننمود.

از نظر میزان ذخایر آب و کاهش بارش‌ها، با تمامی کاهش نرخ بارندگی‌ها حتی اکنون نیز شـاهدیم که زاینده رود در بالارود (محدوده شهر سامان) پیش از گذر از سد زاینده رود در باختر اصفهان همچنان بسیار پر آب است، ولی شوربختانه زاینده رود با رسیدن به "چادگان" محل احداث سد زاینده رود، در ابتدای سد و دریاچه آن و سپس حوضچه‌ها و استخرهای ذخیره آب صنایع فولاد مبارکه می‌پیوندد. این حوضـچه‌ها کم و بیش ذخیره‌ای به اندازه حجم آب مصـرفی شـهر اصـفهان را در خود جای داده‌اند به عبارتی دیگر آبی برای انتقال به پایین دست باقی نمی‌ماند.

آب اسـتخرهای فولاد مبارکه از زاینده رود تامین می‌شـود. اولین تونل کوهرنگ انتقال آب به زاینده رود در زمان داریوش بزرگ احداث شد. چرا که به طور طبیعی حوضه آبریز زاینده‌رود به اندازه کافی بزرگ و همواره در گذر تاریخ پر آب بوده است، به گونه‌ای که حتی امروز در سـر شـاخه و بالادسـت حوضـه زاینده رود با تمام شـرایط کاهش بارندگی همچنان پر آب اسـت، ولی با احداث تونل‌های دیگر و انحراف و انتقال آب به دیگر حوضه‌های آبریز، همین رودخانه با از دست دادن روزافزون سرشاخه‌های خود در گذر از سد زاینده رود به سمت پایین دست حوضه، زمانی که به اصفهان می‌رسد، بخش قابل توجهی از آب آن در دریاچه فولاد مبارکه بلوکه می‌شود. در استان اصفهان به دلیل مشکلاتی که در حوضه آبریز زاینده‌رود وجود دارد، تغییر الگوی کشت از موضوعات بسیار مهم در بخش کشاورزی است.

در داخل این الگو، کشت برنج باعث رنجش شده است و کشت برنج همواره مورد انتقاد قرار گرفته و باید در این خصوص تصمیم جدی گرفته شود[۹].

طی یک دهه گذشته حوضه زاینده رود با بحران شدید کم آبی مواجه شده است. براین اساس مصوبه ۹ ماده ای شورای عالی آب و یا طرح هایی از جمله تغییر الگوی کشـت و آبیاری از سـوی وزارت نیرو برای این حوضـه آبریز اتخاذ شـد. کاشـت برنج در حاشـیه زاینده رود یکی از موضوعاتی است که همواره انگشت اتهام مسئولان به سوی آن دراز بود و آن را عاملی برای خشکی زاینده رود اعلام کرده بودند و حتی استان های همجوار نیز خشکی شهرهای اصفهان را به آن نسبت می دادند. بنابراین طی دو سال گذشته همواره تغییر نوع کشـت برنج و کشـت های جایگزین آن از سـوی وزارت نیرو و جهاد کشـاورزی مطرح شـد و حتی اسـتاندار وقت اصفهان در خرداد ماه ۱۳۹۵ از تدوین برنامه الگوی کشت متناسب با اقلیم استان صحبت کرد و براین اساس در جلسه ای با حضور معاون زراعت و باغبانی وزارت جهاد کشـاورزی و اسـتاندار وقت اصـفهان برنامه ممنوعیت کشـت برنج در این اسـتان در خرداد ماه ۱۳۹۵ به تصویب رسید.

سـطح کشـت برنج در سـه سـاله اخیر منتهی به خرداد ماه ۱۳۹۵ به یک‌پنجم قبل رسـیده ولی همین مقدار نیز با توجه به تبعات اجتماعی آن قابل تأمل است. البته اختلاف مصرف آب بین کشت جایگزین با کشت برنج عدد بزرگی در سرتاسر استان اصفهان نخواهد بود حداکثر ۲۰ میلیون مترمکعب است و با حذف کشت برنج مشکل بی‌آبی حل نخواهد شد زیرا حق آبه کشاورزان به قوت

خود باقی است. طرح سه ساله تغییر الگوی کشت توسط جهاد کشاورزی استان ارائه شده ولی باید مشخص شود که هرکدام از دستگاه‌ها چه تصمیماتی باید بگیرند [۱۰].
با توجه به کمبود شدید آب در حوضه زاینده‌رود باید تحویل آب قطره قطره صورت پذیرد زیرا با شیوه‌های بکار رفته در دهه‌های قبل به صورت جدی با مشکل مواجه می شویم. باید به مسائل فرهنگی اجتماعی این موضوع نیز توجه شود و در واقع یک طرح فراگیر در این زمینه پیش‌بینی و تدوین شود.

تغییر الگوی کشت در تمام مناطق استان اصفهان دنبال می‌شود در سه سال اخیر منتهی به خرداد ماه ۱۳۹۵ در ۲۰ هزار هکتار از اراضی تغییر الگوی کشت صورت گرفته و توسعه کشت محصولات با نیاز آبی کم و کاهش یا حذف تدریجی محصولات با نیاز آبی زیاد در دستور کار قرار گرفته و کشت برنج از ۱۹ هزار هکتار به ۴ هزار هکتار رسیده است[۱۰].

در کنار این دو عامل کلان، البته عواملی خردتر نیز در کار وخیم‌کردن وضعیت آب استان اصفهان بوده است. افزایش نامعقول فضای سبز سنتی در شهر اصفهان از جمله‌ی این دلایل است. بنا برآمار موجود، اصفهان نزدیک به ۶هزارهکتار فضای سبز وجود دارد با حداقل ۵۴۰ هکتار چمن آبیِ پرنیاز. تنها در سال ۱۳۹۹ سیصدهکتار به فضای سبز این شهر افزوده شده است. به این ترتیب سرانه‌ی فضای سبز در شهر اصفهان ۲۸,۵مترمربع است در مقایسه با ۱۲مترمربع سرانه‌ی فضای سبز میانگین کشوری و ۱۶مترمربع در تهران. احداث ۹ باغ موضوعی نیز در حال ساخت است.
همچنین اقدامات بلندپروازانه‌ی دیگری نیز در کار است تا آب کمیاب موجود را، که طبق آمار مرکز ملی تغییراقلیم ایران هر دهه به ویژه در دامنه‌های زاگرس، به عنوان منبع اصلی تغذیه‌ی زاینده‌رود طبیعی و تونل‌های انتقال، کاهش داشته و از برف به باران تغییرشکل داده، به کام خویش برگرداند. تاکنون بیش از ۳۰۸هزارهکتار در استان اصفهان، تبدیل به جنگل‌های دست‌کاشت شده‌است. این وسعت از جنگل‌های دست‌کاشت حدود ۱۵درصد از جنگل‌های دست‌کاشت کشور را شامل می‌شود. هم‌چنین مطالعه طرح‌های بیابان‌زدایی در ۹۷۰هزارهکتار دیگر در دست انجام است.
ویلاسازی در زمین‌های جدید به ویژه در محدوده‌ی طرح‌های انتقال آب و کانال‌های آبیاری، تغییرکاربری زمین به باغ‌ویلا با تسهیل قانونی، ساخت دریاچه‌های مصنوعی و آبیاری سنتی فضاهای سبز نیز از عواملی است که تقاضای آب را به صورت مجاز و پنهانی افزایش داده است [۱۱].
استان اصفهان در زمینه تولید گوشت مرغ، شترمرغ و تخم مرغ رتبه دوم را در کشور در اختیار دارد. این منطقه همچنین در تولید گوشت قرمز رتبه سوم را در بین استان‌ها به خود اختصاص داده است. این استان در بخش تولید شیر خام و ماهی زینتی
در کشور رتبه اول را دارد. در سال ۱۳۹۸در این استان ۷۰هزارتن گوشت قرمز، ۲۰۵هزارتن گوشت مرغ، ۱۰۵هزارتن تخم مرغ و ۱میلیون و ۴۴۳هزارتن شیر تولید شده‌است. بر اساس گزارش ردپای آب برای تولید هر هزار لیتر شیر، ۱۶۱۲مترمکعب آب نیاز است. این میزان آب مورد نیاز برای تهیه هزار لیتر شیر، در همسنجی با میانگین جهانی، ایران را از بین ۱۷۶ کشور در رده ۸۹ قرار می‌دهد [۱۱].
در فرایند تولید گوشت مرغ اما میزان مصرف آب در ایران بالاست تا جایی که برای تولید هر تن گوشت مرغ به ۷۵۰۶مترمکعب آب نیاز است که ۱,۷برابر بیشتر از معادل جهانی آن یعنی ۴۳۲۵مترمکعب آب است. در گزارش رد پای آب، همچنین میزان مصرف آب در تولید هر تُن گوشت بز و گوسفند برپایه‌ی آمارهای این گزارش در ایران به ۷۲۵۳مترمکعب آب می‌رسد. برپایه همین گزارش، تولید هر یک تُن گوشت گاو نیازمند مصرف ۲۷هزار و ۷۱۸مترمکعب انواع آب است که این میزان، بیش از میزان ۱۵هزار و ۴۰۹متر مکعب به عنوان میانگین جهانی است. برای تولید تخم مرغ هم به ۶۰۴۴مترمکعب آب نیاز است، نزدیک به ۲برابر متوسط جهانی.

با توصیفات مشروحه در بالا ست که می توان به تصویری از وضعیت حوضه‌ی زاینده‌رود رسید. درواقع در طول ۴دهه‌ی گذشته جمعیت استان اصفهان ۲,۲برابر شده اما مصارف شرب و شهری ۴,۳برابر، مصارف بخش صنعت ۴,۵برابر و مصارف بخش کشاورزی ۳,۵برابر شده است. باید بدانیم ۵۸درصد از خرده‌دهقانان تنها مالک ۶درصد از اراضی کشاورزی هستند و نیم‌درصد از

زمین داران ۲۳درصد از اراضی کشاورزی را در تملک خود دارند و ۵۱درصد از دام‌های گاوی متعلق به فقط یک‌درصد از صاحبان دام‌پروری‌ها است [۱۲].

با این بارگذاری‌های کلان که به واسطه‌ی احداث سد و تونل‌های انتقال آب امکان وقوع یافته است فاصله‌ی بین منابع و مصارف این حوضه چنان رشد نموده که تنش آبی شدید در این حوضه نمودار می‌گردد؛ چنانچه در ترسالی سال ۹۸-۹۷ و رهاسازی مناسب آب از سد زاینده‌رود باز زاینده‌رود به گاوخونی نرسید.

طی دو سال گذشته منتهی به خرداد ماه ۱۳۹۵ سطح کشت برنج به جز در استان‌های گیلان و مازندران، ۱۲۰ هزار هکتار کاهش یافته است. براساس آمار منتشره از سوی وزارت جهاد کشاورزی از نظر سطح زیر کشت در سال زراعی ۹۲-۹۳ استان های مازندران، گیلان و خوزستان بیشترین سطح زیر کشت برنج کشور را داشتند. اگر استان های گلستان و فارس را به این مجموعه اضافه کنیم این ۵ استان در مجموع ۹۳,۹ درصد سطح زیرکشت برنج کشور را به خود اختصاص داه اند [۱۱].

سهم زیر کشت برنج در استان اصفهان ۰,۹ درصد و در استان چهارمحال و بختیاری ۰,۶۷ درصد سهم زیر کشت برنج در کشور است که در مقابسه با کل کشور مقدار قابل توجهی نیست. در مناطق تاریخی کشت برنج حاشیه زاینده رود ممنوعیت کاشت برنج اثر قابل توجهی در بیلان آبی حوضه زاینده رود نخواهد داشت و به نظر می رسد این ممنوعیت بیشتر به واسطه تبلیغات و بزرگنمایی کشت برنج بوده تا در نظر گرفتن واقعیت های علمی. باید توجه داشت در حوضه زاینده رود کشت های دیگری با نیاز آبی بالا و حتی بیشتر از برنج وجود دارد [۱۲].

شناخت چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی گردشگری در این پهنه جغرافیایی، نقشی کلیدی در ترسیم مسیر توسعه پایدار و بهره‌برداری از مزایای این صنعت ایفا می‌کند.

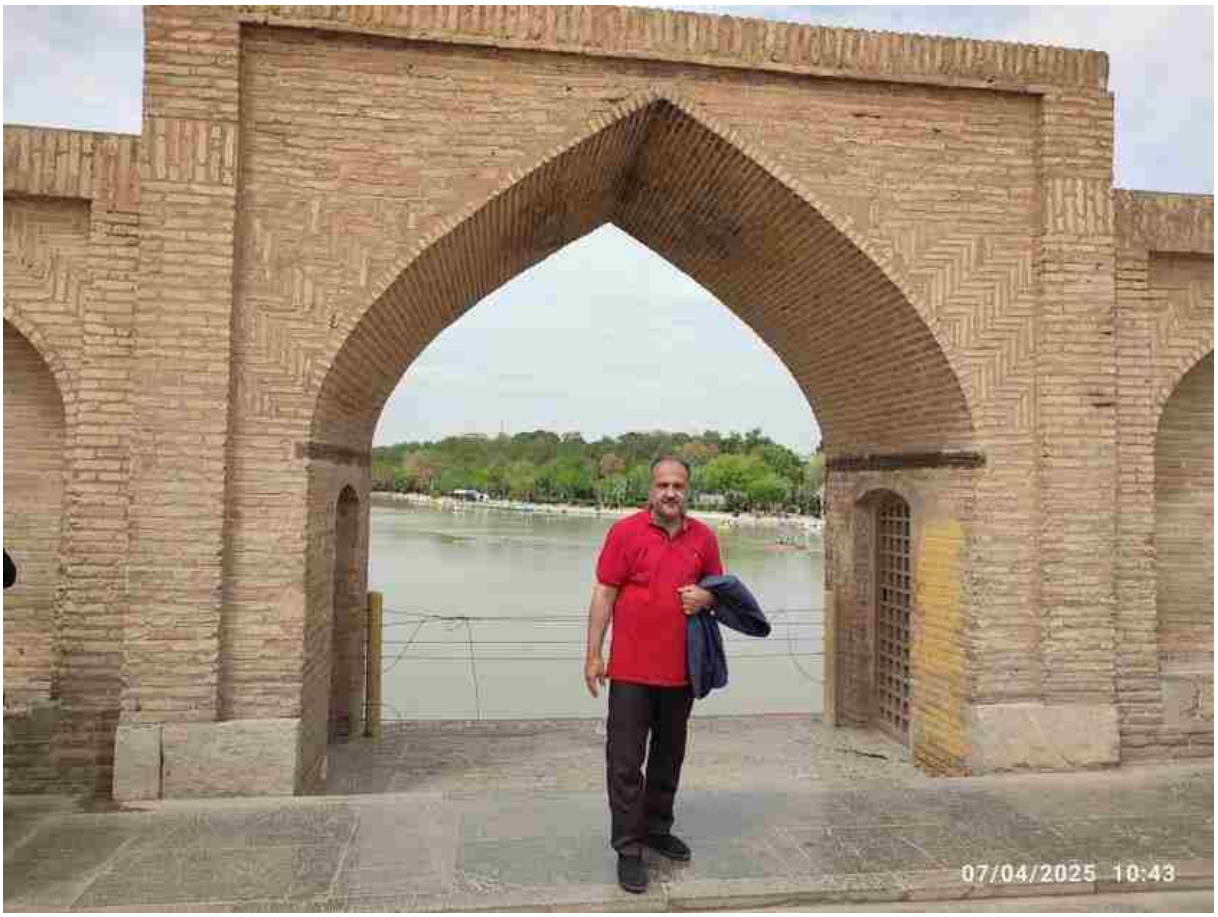
07/04/2025 12:59

07/04/2025 12:58

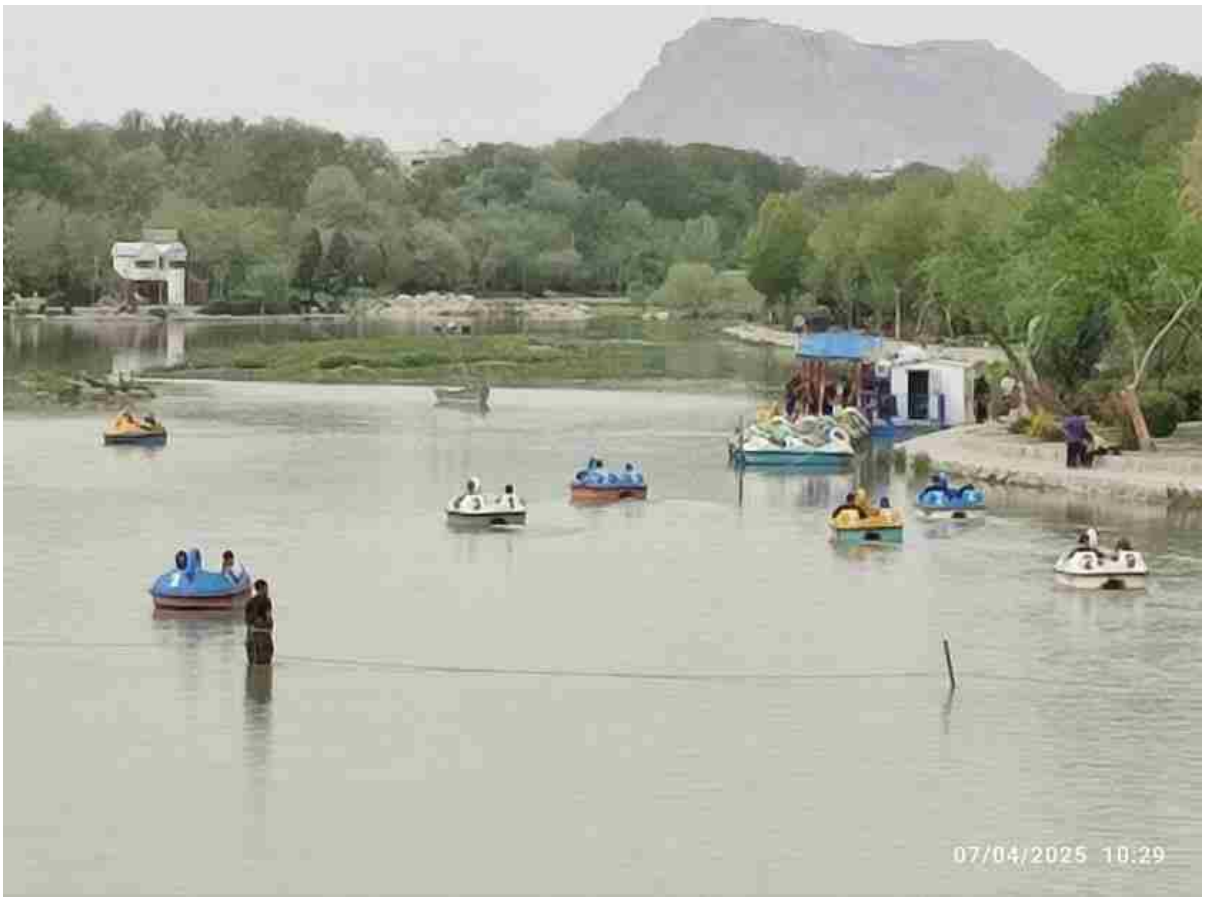
شکل های شماره ۱ الی ۳: تندیس فلزی و عظیم چوگان به عنوان ورزش ملی و باستانی ایران در دروازه دولت اصفهان در مجاورت میدان نقش جهان اصفهان. اقدامی شایسته در حفظ و تبلیغ ارزش های فرهنگ ملی و تاریخی ایران. لازم به ذکر است که میدان نقش جهان اصفهان مکان اصلی مسابقات ورزش چوگان در دوران صفویه بوده است و نقاشی های باقی مانده از آن دوران و جهانگردان اروپایی تأکید کننده این موضوع مهم می باشد. دو دروازه سنگی چوگان از آن دوره هنوز در میدان نقش جهان اصفهان باقی است که از انجام ورزش چوگان در آن دوره حکایت می‌کند و قدیمی‌ترین دروازه چوگان دنیاست. طرح این میدان تا جایی در نحوه اجرای بازی چوگان تأثیر داشته‌است که زمین‌های ورزشی هارلینگام و سایر زمین‌های چوگان معروف، کم و بیش از روی این میدان ساخته شده‌اند. چوگان (به انگلیسی Polo ) از بازی - ورزش‌های کهن ایرانی است. که امروزه به ورزشی جهانی تبدیل شده است. این رشته به دلیل رواج در میان پادشاهان و بزرگان به بازی شاهان معروف است. نام چوگان از نام چوبی که در آن استفاده می‌شود برگرفته شده است. این بازی در ابتدا عنوانی نظامی و جنگی داشت و سوارکاران ایرانی در آن استعداد اسب‌های جنگی خود را به نمایش می‌گذاشتند. ورزش چوگان امروزی از بازی چوگان ایرانی منشأ گرفته‌است.

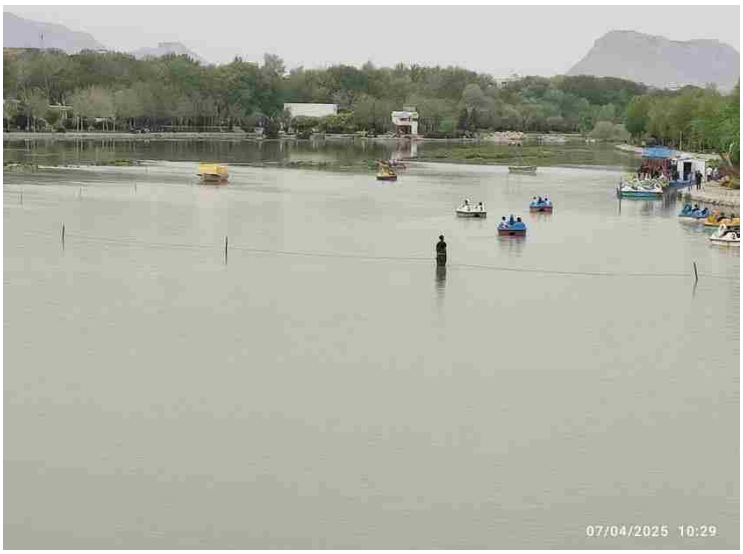
امروزه بیش از ۷۷ کشور مسابقات و برنامه‌های ویژه چوگان برگزار می‌کنند. چوگان همچنین از جمله ورزش‌هایی است که از سال ۱۹۰۰ میلادی (تا سال ۱۹۳۹) میلادی به عنوان یک ورزش در مسابقات جهانی المپیک بازی شده و هم‌اکنون نیز از سوی کمیته بین‌المللی المپیک به عنوان یکی از ورزش‌های جهانی شناخته شده‌است و از دیرباز در خود ایران بازی می‌شده و قدمتی چند صد ساله دارد اما این ورزش در زادگاه خود ایران چندان مورد اقبال عمومی نیست. به طوری که در جهان جزو تیم‌های برتر نیست؛ و لازم است ذکر شود در سال ۱۹۳۶ در المپیک برلین با توجه به عدم وجود اجماع جهانی یا حداقل حمایت از طرف کشور خاستگاه آن ایران از بازی‌های المپیک حذف شد. لازم به ذکر است که از این قابلیت تاریخی می توان در جلب گردشگران ورزشی داخلی و بویژه خارجی در شهر تاریخی اصفهان و در مجاورت زاینده رود استفاده و بهره برداری نمود (عکس ها توسط نویسنده در ۱۸ فروردین ماه ۱۴۰۴).

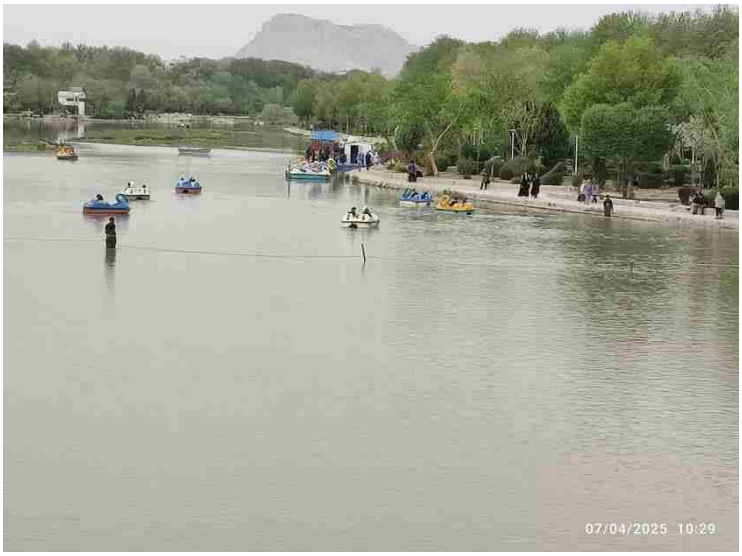
07/04/2025 09:32


07/04/2025 10:43

07/04/2025 10:28


07/04/2025 10:29




**شکل های شماره ۴ الی ۱۰: انجام قایق سواری آماتور و تفریحی در مجاورت سی و سه پل اصفهان بلافاصله بعد از آبگیری مجدد زاینده رود که با استقبال زیاد شهروندان و گردشگران در این شهر تاریخی و گردشگری مواجه شد. لازم به ذکر است که در صورت خوب بودن وضعیت**

**آب زاینده رود می توان در برگزاری مسابقات ملی و بین المللی و جلب گردشگران ورزشی داخلی و بویژه خارجی در شهر تاریخی اصفهان و در مجاورت زاینده رود استفاده و بهره برداری نمود (عکس ها توسط نویسنده در ۱۸ فروردین ماه ۱۴۰۴).**

## ۲- روش شناسی تحقیق

در این پژوهش با توجه به امکانات پژوهشگر، سعی شده است از نگرش سیستمی در بررسی گردشگری کشاورزی و ورزشی در زاینده رود همراه با نگاهی بر عوامل موثر در خ شکی آن و برنج کاری در مناطق بالاد ست در ا ستانهای چهارمحال و بختیاری و ا صفهان می پردازد. نگرش سیستمی، رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه ریزی و پویایی منابع آب است. روش اصلی در گردآوری و تحلیل داده ها در این پژوهش مشارکت و مراجعات و مشاهدات حضوری و مستقیم نویسنده و محقق این مقاله در شهرستان ها و روستاهای مجاور رودخانه زاینده رود در استانهای چهارمحال و بختیاری و اصفهان در چهار دهه گذشته می باشد. که همراه با عکس های پژوهشگر درحین تحقیق میدانی در مو ضوع پژوهش می با شدکه از آنها نیز عکس های میدانی گرفته شده ا ست که در این تحقیق مورد استفاده قرار می گیرند. که در کنار این موارد تألیف دو کتاب و چندین مقالات انگلیسی و فارسی در موضوعات گردشگری و خشکسالی و آب در ایران با انتشارات خارج از کشور نیز به نوشتن این مقاله کمک زیادی نموده است (پیوست مقاله).

**شکل های شماره ۱۱ الی ۲۷: نماهایی از بازدید میدانی نویسنده از پل تاریخی سی و سه پل اصفهان و رودخانه خشک زاینده رود (عکس ها توسط نویسنده در ۲۳ مرداد ماه ۱۴۰۱).**

## ۳- گردشگری کشاورزی و ورزشی

### الف) گردشگری کشاورزی

گردشگری کشاورزی یکی از انواع نوین گردشگری و مبتنی بر فعالیت‌های کشاورزی است که در جهت رسیدن به توسعه روستایی و ایجاد درآمد پایدار و حفظ سنت‌های کهن روستایی مورد توجه قرار گرفته است.

گردشگری دیگر به مانند گذشته به بازدید از اماکن تفریحی و تاریخی خلاصه نمی‌شود و جنبه تخصصی پیدا کرده و به زیرشاخه‌های مختلفی تبدیل شده که از جمله آن‌ها می‌توان به گردشگری سلامت، گردشگری ورزشی، گردشگری طبیعت و گردشگری کشاورزی اشاره کرد که مورد آخری طی سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته و مطرح شده است.

گردشگری کشاورزی از رویکردهای نوین در صنعت گردشگری به شمار می‌آید که امروزه به منزلهٔ راهکاری برای تنوع‌بخشی به مشاغل روستایی به آن توجه می‌شود. از ویژگی‌های مهم آن ایجاد فعالیت‌های اقتصادی و افزایش اشتغال و درآمد در محیط روستایی است.

هدف این نوع گردشگری تعامل بین روستاییان و گردشگران و درآمدزایی مستقیم برای روستاییان و کشاورزان است. استان اصفهان یکی از قطب‌های مهم کشاورزی در کشور محسوب شده و بسیاری از مردم این استان در روستاها زندگی می‌کنند [1].

با توجه به اینکه گردشگری کشاورزی در دنیا مرسوم است باید قبل از هرچیز سازوکار مزارع کشاورزی را تعریف کرده و مکان‌هایی را که مناسب احداث مزارع گردشگری هستند را شناسایی کنیم. باید خاستگاه گردشگران را بشناسیم و با ایجادایده‌های خلاقانه محیط‌های جذابی را برای گردشگران ایجاد کنیم تا بتوانیم با جذب حداکثری سودآوری داشته باشیم. کشاورزان در مزارع گردشگری خود علاوه بر ارائه محصولات کشاورزی، غذاهای سنتی و صنایع دستی روستایی باید امکاناتی برای سرگرم کردن و ایجاد اوقاتی خوش برای گردشگران فراهم کنند تا گردشگر ترغیب شود در دفعات بعدی نیز به مزرعه مراجعه کند.

مزارع گردشگر نیازمند ایده های خلاقانه می باشند. ایجاد سرگرمی برای گروه‌های سنی مختلف شرط موفقیت صاحبان مزارع می باشد. اگر بخواهیم صرفاً از مزارع گردشگری دیگر الگوبرداری کنیم مثلاً مزرعه تمشک و یا گل نرگس ایجاد کرد و به تفریحات

جانبی مزرعه توجه نکنیم نتیجه این می شود که هر گردشگر صرفاً یکبار مراجعه کرده و انگیزه‌ای برای مراجعه بعدی نداشته باشد [1].

برای مثال می توان عرضه بستنی در هوای گرم و غداهای گرم و محلی در ایام سرد سال و مکان‌های ویژه بازی کودکان و نوجوانان را نمونه‌های از تلاش موفق صاحبان مزارع برای جذب گردشگر بر شمرد و به طور مثال در یک مزرعه گردشگری در کشور آلمان، یک کشاورز خلاق در مزرعه ذرت ایجاد خطوطی شبیه مار و پله و قراردادن جایزه در انتهای مسیر شرایط یک بازی مهیج و شاد را برای خانواده‌ها فراهم کرده بود که با استقابل خوب گردشگران همراه شد.

پرهیز از احداث مزارع گردشگری در اراضی درجه یک می بایست مورد توجه قرار بگیرند. مزارع کشاورزی باید در مزارع درجه دو و سه که بازدهی و عملکرد کمتری دارند ایجاد شود، گفت: مهمترین هدف کشاورزی تولید غذا و حفظ امنیت غذایی کشور است و نباید با ایجاد مزارع گردشگری در زمین‌های مرغوب این مسأله مهم و حیاتی نادیده گرفته شود [1].

توسعه گردشگری کشاورزی در راستای توسعه صنعت گردشگری استان اصفهان بوده است و به افزایش درآمد خانوارهای روستایی کمک خواهد کرد.

در این راستا لزوم بازنگری در قوانین احداث مزارع گردشگری وجود دارد. قوانین و مقررات موجود برای احداث مزارع گردشگری را نیازمند بازنگری است. توسعه صنعت گردشگری کشاورزی روشی نوین برای افزایش درآمد خانوارها است و باید با وضع قوانین تازه موانع را از پیش روی کشاورزان برداشت.

گردشگری کشاورزی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها با هدف جذب مخاطب به واحدهای کشاورزی بوده که موجب افزایش ارزش افزوده محصولات برای کشاورزان می‌شود. در گردشگری کشاورزی خدمات گردشگری به‌عنوان یک بازوی محرک به زیرساخت کشاورزی اضافه می شود. گردشگری کشاورزی محدود به زراعت نیست. در مزارع گردشگری کشاورزی تمامی واحدهای کشاورزی مانند باغبانی، پرورش دام، طیور و آبزیان قابل تعریف و اجراست. رونق گردشگری کشاورزی در راستای امنیت غذایی و افزایش درآمد کشاورزان است. گردشگری کشاورزی از دیدگاه فنی می‌تواند به تولید محصولات ارگانیک و گواهی شده در بخش کشاورزی کمک کند و این محصولات ارگانیک به دلیل طعم و کیفیت بالایی که دارند در همه دنیا و از جمله کشور ما طرفداران زیادی دارد. برای توسعه گردشگری باید سه مقوله فرهنگ، ظرفیت و شناخت را در نظر گرفت [1].

**شکل شماره ۲۸: یک مزرعه گردشگری کشاورزی در کشور آلمان**

### تغییرات اقلیم و لزوم توجه بیشتر به گردشگری کشاورزی

گردشگری کشاورزی درآمد و ارزش افزده زیادی عاید روستاییان می‌کند اما علی رغم پتانسیل‌های استان اصفهان در بخش کشاورزی اما مردم از فرصت‌های اقتصادی خوبی برخوردار نیستند. فرهنگ میزبانی و استقبال از گردشگر یک موضوع مهم است که اگر این موضوع در گردشگری جدی گرفته نشود نمی‌توان از فرصت‌های این حوزه استفاده کرد.

مدیران ارشد استانی یک بار برای همیشه باید نگاه خود را به صنعت گردشگری مخصوصاً در بخش کشاورزی تغییر دهند. خشکسالی و تغییرات اقلیمی، راهی به جز رفتن به سوی گردشگری کشاورزی برای بهبود اقتصاد برای ما باقی نگذاشته است.

گردشگری کشاورزی پای گردشگران را به روستاهای کشور باز می‌کند، ورود گردشگران طبیعت‌گرا و بوم‌گردها به نواحی روستایی علاوه بر رونق و آبادانی روستاها و ایجاد روش‌هایی برای درآمد بیشتر، موجب شده تا ارزش‌های روستایی، فرهنگ‌ها و ریشه‌ها بیشتر مورد توجه قرار گیرد و خود جوامع روستایی درصدد حفاظت از میراثشان برآیند [1].

این تبادلات فرهنگی باعث تقویت فرهنگ بومی می‌شود و بسیاری از باورها و سنن و آداب و رسوم قدیم و حتی از یادرفته را دوباره احیاء می‌کند. به‌طوری که توسعه گردشگری کشاورزی و مزرعه‌ای می‌تواند علاوه بر ایجاد درآمد بسیاری از مشکلات نواحی روستایی را از بین ببرد.

گردشگری کشاورزی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها با هدف جذب مخاطب به واحدهای کشاورزیست که بر پایه توسعه پایدار جامعه میزبان انجام می شود و موجب افزایش ارزش افزوده محصولات برای کشاورزان می شود. اساس و بنیان این مفهوم، کشاورزیست و خدمات در یک واحد کشاورزی در حال تولید ارائه می‌شوند. گردشگری کشاورزی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها با هدف جذب مخاطب به

واحدهای کشاورزی است که بر پایه توسعه پایدار جامعه میزبان انجام می‌شود و موجب افزایش ارزش افزوده محصولات برای کشاورزان می شود. اساس و بنیان این مفهوم، کشاورزیست و خدمات در یک واحد کشاورزی در حال تولید ارائه می شوند. به‌عبارت دیگر خدمات گردشگری به‌عنوان یک بازوی محرک به زیرساخت کشاورزی اضافه می شود. همچنین گردشگری کشاورزی محدود به زراعت نیست و در تمامی واحدهای کشاورزی مانند باغبانی، پرورش دام، طیور و آبزیان و ... قابل تعریف و اجرا ست. مزارعی که خدمات کشاورزی ارائه می‌دهند را غالبا با عنوان مزرعه گردشگری می‌شناسند [1].
تاکنون تعاریف مختلفی از گردشگری کشاورزی ارائه شده است، بدون در نظر گرفتن تعریف دقیق یا اصطلاحات رایج، هر شکلی از گردشگری کشاورزی باید شامل چهار ویژگی زیر باشد:

- ترکیبی از عناصر ضروری صنعت گردشگری و کشاورزی باشد.
- مردم را برای بازدید از فعالیت‌های کشاورزی جذب کند.
- برای افزایش درآمد مزرعه و کشاورزی طراحی شده باشد.
- تفریح، سرگرمی و یا تجربیات آموزشی را برای بازدیدکنندگان فراهم کند.

گردشگری کشاورزی با این تعاریف، قدمت زیادی ندارد و به‌تازگی مورد توجه عموم قرار گرفته است، اما به شیوه سنتی به‌خصوص در ایران مدت‌هاست که جریان دارد: جشنواره برداشت زعفران، گلاب‌گیری در کاشان، جشنواره ذغال اخته در قزوین، برداشت خرما در جنوب کشور و...

یکی از کسب و کارهای جدیدی که میان دو حوزه گردشگری و کشاورزی شکل گرفته است، «گردشگری کشاورزی» یا «اگری‌توریسم» است. گردشگری کشاورزی یکی از شاخه‌های صنعت گردشگری است که علاوه بر درآمدزایی در حوزه گردشگری، می‌تواند به عنوان درآمد ثانویه‌ای برای کشاورزان به شمار آید [1].

در این نوع از گردشگری از ظرفیت‌های حوزه کشاورزی برای گردشگری استفاده می‌شود. البته معمولا اشتباهی که پیش می‌آید و به آن توجهی نمی‌شود، این است که کشاورزی، محدود به زراعت یا حداکثر باغداری شده است. در حالی که کشاورزی طیف وسیعی از فعالیت های مختلف است که زراعت، باغداری، دامداری و دامپروری، پرورش کرم ابریشم و زنبورعسل، پرورش و صید ماهی است و هر کدام از این فعالیت‌ها می تواند یک جاذبه برای کشاورزی باشد. بنابراین، گردشگری کشاورزی، استفاده از زیرساخت‌ها و فضاهای تولید کشاورزی است که در خدمت گردشگری قرار می‌گیرد.در واقع، گردشگری کشاورزی، بازدید از یک مزرعه یا فعالیت‌های کشاورزی برای لذت بردن، آموزش و تجربه عملی فعالیت‌های مربوط به کشاورزی است [1].

**انواع مزارع گردشگری کشاورزی**

**مزارع تعطیلات:** اقامتگاه‌های موجود در مزارع و باغ های نواحی روستایی برای اقامت موقت گردشگران است.
**مزارع مهمان:** مزارعی که در آن دامداری، سوارکاری، ماهیگیری و فعالیت‌های تفریحی مانند عکاسی، تیلرسواری، قایق سواری، پیک‌نیک، آشپزی و... صورت می‌گیرد.
**مزارع بازدید و تماشا:** در مزارع بازدید، مشاهده روش‌ها و مراحل تولید محصولات کشاورزی، دامی و شیلات، جاذبه گردشگری محسوب می‌شود. مشارکت همزمان در این فعالیت‌ها از لحاظ تفریحی امکان‌پذیر است.

**مزارع شهروند:** در این نوع مزارع، ساکنان شهری قطعه زمین کوچکی در نواحی کشاورزی دارند و در روزهای آخر هفته و تعطیل در آن کار می‌کنند.

**مزارع سلامت:** مزارع سلامت مکان‌هایی هستند که ساکنان شهرها برای بازیابی سلامت خود و اغلب برای گذراندن دوره بیماری و یا پس از انجام عمل جراحی در آنجا اقامت می‌کنند.

**مزارع خودبرداشت:** در حالت معمول کشاورزان خود، محصولات مزارع و باغ‌هایشان را جمع‌آوری و آنها را به بازارهای مقصد منتقل کرده و به فروش می‌رسانند. مزارع خودبرداشت، مزارعی هستند که در آن درهای مزارع به روی گردشگران باز است تا آنها خود محصولات کشاورزی را انتخاب و برداشت کنند و محصول را به‌طور مستقیم از کشاورز و با مبلغ ارزان‌تر از بازار خریداری می‌کنند [1].

( پی‌نوشت: اصطلاح Agritourism به‌معنای گردشگری کشاورزی، اغلب به‌جای این اصطلاحات استفاده می‌شود: Agri-tourism, agrotourism, farm tourism, agricultural tourism, agritainment , … [1].)

## ب) گردشگری ورزشی

### تعریف گردشگری ورزشی

گردشگری ورزشی (به انگلیسی: Sport Tourism) یکی از زیرمجموعه‌های گردشگری و صنعت توریسم است که شامل سفر کردن به مناطق مختلف جهان به منظور شرکت کردن در یک رویداد و مسابقه ورزشی و یا تماشای فعالیت ورزشی است. ممکن است که بسیاری از افراد نام این نوع از گردشگری را نشنیده باشند و همچنان برای دیدن یا شرکت در رقابت‌های ورزشی به کشورهای برگزار کننده رقابت‌ها سفر کنند. برگزاری هر کدام از مسابقات و رویدادهای ورزشی، فرصت مناسبی را برای سرمایه گذاری و میزبانی و به تبع آن، رشد اقتصادی به وجود می‌آورد. به همین دلیل این سبک توریسم، صنعت رو به رشدی است. همه کشورها تلاش می‌کنند تا پیش زمینه‌های این صنعت سود آور را در کشورشان فراهم کنند.

گردشگری ورزشی به سفرهایی گفته می شود که تماشای یک مسابقه‌ی ورزشی یا شرکت در چنین مسابقاتی را در بر می‌گیرد. توریسم ورزشی یکی از زیرمجموعه‌های گردشگری و صنعت توریسم است که روز به روز در حال گسترش و پیشرفت است و بر تعداد طرفداران آن افزوده می‌شود [۱۹].

توریسم ورزشی به آن دسته از فعالیت‌های گردشگری اطلاق می شود که انگیزه و هدف اصلی گردشگران از انجام آنها، مشارکت فعال یا غیر فعال در ورزش‌های رقابتی یا تفریحی یا حتی حضور در رویدادهای ورزشی به منظور لذت بردن و تشویق نمودن ورزشکاران مورد علاقه شان در میادین ورزشی است. مسئله قابل توجه این است که بخشی از سفر گردشگران ورزشی، انواع دیگری از گردشگری مانند طبیعت گردی را در برمی گیرد [1] و [۱۹].

### اهمیت و هدف

گردشگری ورزشی سومین صنعت رایج در جهان است. از این صنعت برای کارآفرینی و درآمدزایی بهره می‌برد. در این صنعت، کیفیت خدمات‌رسانی بسیار پر اهمیت است [1].

## انواع گردشگری ورزشی

### گردشگری رویدادهای ورزشی

در این بخش گردشگر با هدف تماشا یا شرکت در رویدادهای ورزشی بزرگ و مهم مانند بازی‌های المپیک و مسابقات جام جهانی فوتبال عازم سفر می‌شود. این دو رویداد مهم ورزشی که از مشهورترین و پرطرفدارترین رویدادهای ورزشی جهان هستند هر چهار سال یکبار، و هربار در شهر و کشوری متفاوت در سرار دنیا برگزار می‌شوند و گردشگران را به سمت خود می‌کشد [1].

### گردشگری ورزشی فعال

گردشگری ورزشی فعال به آن دسته از گردشگری گفته می‌شود که شخص در آن با هدف شرکت در یک مسابقه ورزشی مانند گلف، قایقرانی، تنیس، موج سواری، شنا و... سفر می‌کند.

### گردشگری ورزشی غیر فعال

و در دسته بندی آخر افرادی را شامل می شود که خود بصورت فعال در یک رشته ورزشی فعالیت ندارند اما از تماشاگران و طرفداران یک یا چند ورزش خاص هستند و در واقع گردشگران غیر فعال بیشتر از گردشگران فعال می توانند به گردشگری ورزشی کمک کنند.

### گردشگری ورزشی نوستالژیک و مشاهیر

این زیرمجموعه از گرد شگری ورز شی به سفرهایی گفته می شود که شخص با ق صد بازدید از جاذبه‌های ورز شی مانند بازدید از موزه‌های ورزشی و ورزشگاه‌های بزرگ و مشهور دنیا سفر می‌کند. ملاقات با مشاهیر ورزشی نیز در این دسته قرار می‌گیرند [۱۸].

### گردشگری ورزشی سخت و گردشگری ورزشی نرم

د سته‌بندی دیگری نیز از گرد شگری ورز شی وجود دارد که به دو نوع سخت و نرم تق سیم می شوند. در گرد شگری سخت فرد با هدف رقابت در یک رویداد ورزشی (مانند بازی‌های المپیک، جام جهانی فوتبال و...) سفر می‌کند؛ در حالی که در گردشگری نرم هدف فرد شرکت در یک رقابت ورز شی نیست و صرفاً برای تفریح یا سرگرمی (مانند پیاده گردی، ا سکی و قایقرانی تفریحی) به چنین سفری می‌رود [1].

## مسابقات گردشگری ورزشی سازمان جهانی گردشگری

سازمان جهانی گردشگری UNWTO از سال ۲۰۱۹ مسابقاتی برای استارتاپ ها در حوزه گردشگری ورزشی ایجاد کرده است که به نفرات و استارتاپ های برتر کمک میکند علاوه بر پیدا کردن هم گروهی، از خدمات این سازمان و جوایز آن بهره مند شوند [1].

گرد شگری ورز شی یکی از انواع گرد شگری ا ست که با هدف بازدید از یک منطقه به علت برگزاری رویدادهای ویژه ورز شی انجام می‌شود. به عبارت دیگر توریسم ورزشی به سفرهایی گفته می‌شود که تماشای یک مسابقه‌ی ورزشی یا شرکت در چنین مسابقاتی را در بر می‌گیرد. صنعت توریسم ورزشی روز به روز در حال گسترش و پیشرفت است و بر تعداد طرفداران آن افزوده می‌شود [1].

شمار زیادی از میهمانان کشورهای مختلف اشخاصی اند که با قصد گردشگری ورزشی سفر کرده‌اند. ورزش و تمرین یا شرکت در مسابقات ورزشی، تماشای مسابقه تیم‌ها یا بازیکنان مورد علاقه از انگیزه‌های برخی گردشگران است. حتی گذراندن اردوهای ورزشی نیز در همین دسته قرار می‌گیرد. ورزش برای عده‌ای از مسافران جنبهٔ تفریحی و تفننی دارد. مثل کسانی که به دلیل علاقه به موج سواری، قایقرانی، کوهنوردی و اسکی بازی و یا تماشای مسابقات ورزشی به کشوری سفر می‌کنند. برای عده‌ای جنبه حرفه‌ای دارد، مثل تیم‌ها یا بازیکنانی که برای برگزاری یک مسابقه ورزشی یا گذراندن ارودوی تمرینی عازم کشورهای دیگر می‌شوند [1].

گردشگران ورزشی علاوه بر ورزش اقدام به بازدید از اماکن دیگر و یا احیاناً خرید نیز می‌نمایند. گردشگری ورزشی در واقع سفر به اقصی نقاط دنیا برای شرکت در یک رویداد یا فعالیت ورزشی یا تماشای یک مسابقه‌ی ورزشی است. توریسم ورزشی به سه نوع رویدادهای ورزشی، فعال و نوستالژیک قابل تقسیم است. در حالی که شاید بسیاری از افراد حتی نام گردشگری ورزشی به گوششان نخورده باشد، علاقه‌مندان به ورزش‌ها و تیم‌های گوناگون برای شرکت یا تماشای رقابت‌ها و مسابقات ورزشی مورد علاقه شان به راه‌های دور و نزدیک سفر می‌کنند [۱۹] و [1].

**انواع گردشگر ورزشی**

با توجه به هدف گردشگر از سفر به کشور مقصد، گردشگری ورزشی به سه گروه تقسیم بندی می‌شود:

- توریسم رویدادهای ورزشی
- توریسم ورزشی فعال
- توریسم ورزشی نوستالژیک و مشاهیر

گردشگری رویدادهای ورزشی، رویدادهای بزرگی مانند مسابقه‌های جام جهانی فوتبال و بازی‌های المپیک را در بر میگیرد. این دو رویداد ورزشی مهم، جز رودادهایی هستند که هر چهار سال یکبار، تعداد زیادی از طرفداران این رشته‌های ورزشی را در یک جا جمع می‌کند [1].

گردشگران توریسم ورزشی فعال، افرادی هستند که برای انجام یک ورزش خاص و یا شرکت در یک رویداد ورزشی سفر می‌کنند. این رویدادها شامل انواع ورزش‌ها و تورنمنت‌ها است. به طور معمول افراد برای انجام و شرکت در مسابقه هایی مانند شنا، قایق رانی، موج سواری و ماهیگیری به کشورهای دیگر سفر می‌کنند.

در توریسم ورزشی نوستالژیک و مشاهیر، گردشگران از جاذبه‌های توریسم ورزشی بازدید می‌کنند. از جمله نمونه‌های گردشگری نوستالژیک می‌توان به بازدید از تالارهای مشاهیر، موزه‌ها و ورزشگاه‌های مشهور و حتی دیدار با قهرمان‌ها و مشاهیر ورزشی اشاره کرد.

فعالیت‌های گردشگری ورزشی ۵ بخش اصلی را در بر می‌گیرند:

۱ -کسانی که در قالب تیم‌های ورزشی سفر می‌کنند، مانند ورزشکاران، مربیان، داوران، مسئولین و...

۲ -طرفداران ورزش و تماشاگران رویدادهای ورزشی که ترجیح می‌دهند تعطیلات یا اوقات فراغت و تفریحی خود را در محیط‌های ورزشی (داخل یا خارج از کشور) بگذرانند.

۳ -افرادی که به عنوان پژوهشگر و پژوهشگر، در زمینه‌های مختلف ورزشی سفر می‌کنند.

۴ -کسانی که به عنوان بازرگان، در بخش‌های ورزش سفر می‌کنند.

۵ -کسانی که برای دسترسی به امکانات ورزشی خاص سفر می‌کنند مانند دسترسی به مناطق مناسب صخره نوردی، اسکی، قایق سواری و .... [۱۹].

**مزایای گردشگری ورزشی**

در حالیکه مهمترین مزیت حوزه گردشگری بحث اقتصادی آن است اما اثرات اجتماعی مثبت و تاثیرات زیست محیطی آن نیز بسیار زیاد است. در ادامه به چند نمونه از مزایای گردشگری ورزشی اشاره می شود:

- ورزش، گردشگران را به بازدید از محل برگزاری تشویق می کند
- گردشگری ورزشی از طریق رزرو هتل ها، خوردن غذاهای محلی و خرید به اقتصاد محل برگزاری مسابقات کمک می کنند.
- گردشگری ورزشی باعث ایجاد تصویری مثبت در بین گردشگران برای جوامع محلی می شود.
- بسیاری از زیرساخت ها و امکانات گردشگری ورزشی نیز می تواند توسط اعضای جامعه میزبان استفاده شود.
- توسعه گردشگری ورزشی به ایجاد حس اجتماعی کمک می کند.
- گردشگری ورزشی پتانسیل جذب مجدد گردشگران را دارد.
- می تواند فرصتی برای توسعه زیرساخت های جدید در منطقه ایجاد کند.
- رسانه ها می توانند به تبلیغ مقصد کمک کنند
- گردشگری ورزشی می تواند تعداد گردشگران را بهبود بخشد
- پول حاصل از گردشگری ورزشی را می توان مجدداً در اقتصاد محلی سرمایه گذاری کرد
- گردشگری ورزشی برای مردم محلی شغل ایجاد می کند
- گردشگری ورزشی که متکی بر محیط زیست است ممکن است منجر به مدیریت و حفظ محیط زیست بهتر شود [۱۹].

**قایق‌سواری روی آب‌های خروشان / رفتینگ در سرچشمه‌ی رودخانه زاینده رود**

سرچشمه‌ی رودخانه زاینده رود که اغلب ما آن را در اصفهان مشاهده کرده‌ایم، در استان چهارمحال و بختیاری و در نزدیکی شهرستان سامان است. شهر توریستی سامان که به شهر شکوفه‌ها نیز مشهور است، به دلیل اینکه در حاشیه زاینده رود قرار دارد پر از باغات پرشکوفه و زمین‌های سرسبز کشاورزی و درختان بادام و گردو است. رودخانه زاینده رود سامان علاوه بر اینکه این شهر را به زیباترین شهر استان چهارمحال و بختیاری تبدیل کرده، گردشگران زیادی را نیز به سامان می‌کشاند. عبور این رودخانه از میان صخره‌های کوچک و بزرگ منطقه باعث شده که جریان خروشان آن برای رفتینگ مناسب باشد.

این رودخانه بلند به دلیل گذر از صخره‌ها در بعضی قسمت‌ها دارای جریان تند و به دلیل گذر از دشتهای مسطح و هموار در قسمت‌های دیگر آرام و ملایم است. از آنجا که طول قسمت آرام رودخانه زاینده‌رود بسیار بیشتر از قسمت خروشان آن است، این رودخانه برای یک رفتینگ تفریحی بسیار مناسب است و اگر تا به حال قایق‌سواری روی آب‌های خروشان را تجربه نکرده‌اید

می‌تواند بهترین انتخاب برای شما باشد. با توجه به توری که انتخاب می‌کنید می‌توانید بین ۳۰ دقیقه تا ۳ ساعت بر روی زاینده رود قایق‌سواری کنید و مسیر رفتینگ نیز بین ۲ کیلومتر تا ۱۵ کیلومتر متغیر است. قیمت تور رفتینگ نیز با توجه به طول مسیری که برای قایق‌سواری انتخاب می‌کنید متغیر است [1].

رفتینگ بر روی رودخانه زاینده رود سامان یک تفریح گروهی ست که در آن نیازی نیست در طول مسیر پارو بزنید. شما به همراه یک قایق‌سوار حرفه‌ای سوار قایق می‌شوید و با گوش دادن به دستورات لیدر و با همراهی هم‌گروهی‌هایتان قایق را هدایت می‌کنید. پیش از سوار شدن به قایق آموزش‌های لازم به شما داده می‌شود. در طول مسیر نیز لازم نیست همواره پارو بزنید، زیرا جریان آب در بیشتر مواقع شما را با خود می‌برد. در برخی قسمت‌های رودخانه می‌توانید با خیال راحت و به دور از هیجان به مناظر زیبای اطراف نگاه کنید، اما در قسمت‌های پرخروش رودخانه باید خودتان را برای یک ماجراجویی مهیج آماده کنید. موج‌های خروشان رودخانه قایق شما را بالا پائین می‌برند و شما و هم‌گروهی‌هایتان باید با فریادهای بلند لیدر قایق‌تان را از روی موج‌های خروشان رودخانه عبور دهید تا دوباره به مسیر آرام برگردید. آرامشی که بعد از گذر کردن از پیچ و خم‌های خروشان رودخانه‌ای وحشی حالا بیشتر از ابتدای مسیر به جانتان می‌چسبد. یادتان باشد برای این سفر حتماً لباس‌های اضافه و کفش ضدآب به همراه داشته باشید، زیرا اولین اتفاقی که برایتان می‌افتد خیس شدن است [۱۹] و [1].

### بهترین فصل سفر به رودخانه زاینده رود سامان

بهترین زمان برای سفر به رودخانه زاینده رود سامان فصل بهار است. در این فصل رودخانه پرآب و خروشان است و اگر به دنبال هیجان بیشتری هستید رفتینگ در فصل بهار بسیار لذت‌بخش است. در فصل تابستان با رودخانه‌ای کمی آرام‌تر مواجه خواهید شد. شهر سامان در ۲۲ کیلومتری شهرکرد قرار دارد. برای رسیدن به رودخانه زاینده رود سامان لازم است ابتدا به شهرکرد بروید.

### جاری بودن آب زاینده رود در توسعه گردشگری تاثیرگذار است

جریان این رودخانه برای توسعه گردشگری اصفهان و بویژه شهر اصفهان اهمیت دارد. بازگشایی آب دریچه های سد زاینده رود برای حفظ میراث فرهنگی و بناهای تاریخی اصفهان هم از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

شهر زیبا و تاریخی اصفهان یکی از مقاصد مهم گردشگری کشور بوده که هر ساله تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی با اشتیاق فراوان از جاذبه های ارزشمند این شهر کهن بازدید می کنند و زاینده رود به عنوان شاهرگ حیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از جایگاه ویژه ای در اذهان عمومی برخوردار بوده و کانون جاذبه های گردشگری است. رودخانه ای که سال ها طروات و شادابی را برای مردم به ارمغان آورده طی خشکسالی‌های اخیر با تبعات منفی قابل ملاحظه ای همراه بوده به طوری که با تایید متخصصان و کارشناسان ذیربط، استمرار آن در درازمدت و نبود جریان آب رودخانه و کاهش تراکم خاک بستر منطقه، تاثیرات سو و تهدیدی جدی برای ساختار و استحکام تمام آثار تاریخی شهر اعم از ابنیه، بافت ها و آثار ثبت جهانی که متاثر از جریان «مادی»ها است؛ به ویژه در سلامت سازه ای پل های تاریخی مسیر رودخانه داشته است.

از آن جا که این عناصر تاریخی و فرهنگی همواره کانونی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی و فرصتی برای سپری شدن اوقات خوش برای مسافران و گردشگران بوده است، بازگشایی دریچه های سد زاینده رود می تواند موجب رونق گردشگری و ایجاد شادابی و شور و نشاط اجتماعی نزد مسافران و به ویژه مردم عزیز اصفهان شود. این رودخانه در دهه های اخیر بدلیل خشکسالی، تراکم جمعیت و افزایش برداشت، به یک رودخانه فصلی تبدیل شده و در پایین دست در بیشتر ایام سال بویژه فصول گرم با خشکی مواجه می شود که این موضوع مشکلات بسیاری را برای بخش های آشامیدنی، صنعت، کشاورزی، گردشگری و محیط زیست استان اصفهان بوجود آورده است [۱۹] و [1].

09/08/2022 13:32

ایلبگی ۲ Km
چم‌چنگ ٤ Km
چم‌کاکا ۹ Km
دشتی ۱۰ Km
سوادجان ۱۱ Km
هوره ۱۵ Km
یاسه‌چاه ۲٤ Km
صادق‌آباد ۲۵ Km
قوچان ۳۱ Km
مارکده ۳۱ Km
گرمدره ۳۶ Km
قراقوش ۳۹ Km
حجت‌آباد ٤۲ Km
سدتنظیمی ٤۵ Km
چم‌خلیفه 4 km
09/08/2022 13:07

09/08/2022 13:18

09/08/2022 13:54

09/08/2022 13:11

09/08/2022 13:58

09/08/2022 13:58

**شکل های شماره ۲۹ الی ۳۸ - نماهایی از بازدید میدانی نویسنده از قایق‌سواری روی آب‌های خروشان / رفتینگ در سرچشمه‌ی رودخانه زاینده رود و پل تاریخی زمان خان و برنج کاری در مناطق بالا دست زاینده رود در شهرستان سامان در استان چهارمحال و بختیاری (عکس ها توسط نویسنده در ۱۷ شهریور ماه ۱۴۰۱).**

## ۴- کشت برنج در استانی تشنه

برای کشت هر کیلو برنج در شرایط عادی به ۸ هزار لیتر آب مورد نیاز است. در استان اصفهان در سال آبی جاری، چهار هزار هکتار زمین زیر کشت آب رفته است. از هر هکتار زمین به‌طور معمول در استان اصفهان ۳ تا ۴ تن برنج برداشت می‌شود. در استان کم‌آبی نظیر اصفهان کشت برنج به هیچ‌وجه توجیهی ندارد و قیمت آب مصرف‌شده بسیار بیشتر از قیمت برنجی است که عمل می‌آید. زاینده رود در این استان خشک است و کشاورزان برای کشت برنج به سراغ منابع آب زیرزمینی رفته‌اند. خشک منابع آب زیرزمینی به دلیل برداشت‌های بی‌رویه از این منابع، تهدیدی است که از هم‌اکنون باید جدی گرفته شود، چرا که این موضوع می‌تواند پیامدهای وخیمی به‌همراه داشته باشد و به مهاجرت گسترده و بیابانی شدن شهرها و روستاها بیانجامد [۱۲].

بسیاری از صنایع آب‌بر نظیر ذوب آهن و فولاد مبارکه در استان اصفهان واقع شده‌اند و در شرایط موجود حتی قرار داشتن این صنایع در بخش مرکزی و کم‌آب فلات ایران توجیهی ندارد. از این گذشته، در سالیان اخیر انتقادات بسیاری توسط مردم استان‌هایی نظیر خوزستان مطرح شده که انتقال آب از بالادست رودخانه کارون به بحران آب در این استان جنوبی منجر شده است. توجیهی وجود ندارد که آب انتقالی از بالادست رودخانه‌هایی نظیر کارون، به بهای خشک شدن پایین‌دست این رودخانه‌ها، چرخ صنایعی را در استان‌های کم‌آب بچرخاند. همچنین این شایعه هم‌اکنون مطرح است که با آب انتقالی از کارون در استان اصفهان برنج کشت می‌شود! در وهله اول، باید با شفاف‌سازی از بروز این شایعات جلوگیری کرد و در وهله دوم باید به دلیل تغییر اوضاع اقلیمی، مانع از این شد که در استان‌هایی نظیر اصفهان، محصول آب‌بری نظیر برنج کشت شود. کشت برنج در استان اصفهان در حالی صورت می‌گیرد که از سال ۱۳۹۵ تاکنون با مصوبه وزارت جهاد کشاورزی، کشت این محصول در استان‌هایی به جز گیلان، مازندران و بخش‌هایی از استان گلستان، ممنوع اعلام شده است [۱۳].

### کشاورزان بی‌تقصیرند

کشاورزان شرق اصفهان که اخیراً تجمعات آنها در اعتراض به کم‌آبی خبرساز شده، خواستار تخصیص حقآبه خود از زاینده‌رود هستند و به انتقال آب زاینده‌رود به یزد نیز معترض‌اند. آنها می‌گویند آب انتقالی به یزد بیشتر از مصارف شرب است و در صنعت و کشاورزی مصرف می‌شود. در مقابل حیات یزد نیز به آب انتقالی وابسته است.

کشاورزان می‌گویند برای مطالبه حقابه قانونی خود تجمع کرده‌اند و استنادشان هم به طومار شیخ بهایی، تنظیم شده در سال ۹۲۳هجری قمری است که با تقسیم آب زاینده‌رود در مادی‌ها، سهم عادلانه هر شهر و روستای حوالی این رودخانه را حتی برای دورترین آبادی‌های شهرستان اصفهان، مشخص کرده است. طوماری که پنج قرن پیش توانست غائله نزاع‌های متوالی بهره‌برداران از آب زاینده‌رود را بخواباند اما اینک نزاع‌ها و اختلافات آبی میان حقابه‌داران زاینده‌رود و بهره‌برداران جدید از آب این رودخانه بالا گرفته و کشاورزان شرق اصفهان می‌گویند در این میان آنچه اصلاً به‌حساب نمی‌آید، سهمیه‌بندی‌های همین طومار است.

گزارش میدانی از تجمعات کشاورزان اصفهانی در پایین‌دست زاینده‌رود حاکی از این است که معترضان، طالب بازگرداندن تنها دارایی باارزش موروثی خود، یعنی حقابه زاینده‌رود هستند و می‌گویند: کشاورزی بدون آب معنا ندارد و روستای بدون کشاورزی هم بی‌روزی است[۱۳].

یکی دیگر از کشاورزان نیز می‌گوید: «بارها با تعدادی از دوستان برای تحقیق درباره محل مصرف آب کوهرنگ به یزد و مناطق اطرافش رفتیم، از ۴۰کیلومتر مانده به یزد تا ۷۰کیلومتر بعد از آن کارخانه‌هایی ردیف شده‌اند که همگی مصرف بالای آب دارند. از آن طرف به‌قدری گلخانه در یزد احداث شده که حالا این شهر قطب تولید خیار گلخانه‌ای است.» او عکسی نیز از میدان میوه و تره‌بار اصفهان نشان می‌دهد که در آن برای فروش خیار یزد تبلیغ شده است: خیار یزد با آب کوهرنگ!!!

یکی از کشاورزان می‌گوید: در دولت اول اصلاحات که سال بسیار پرآبی بود در حالی خط لوله انتقال آب به یزد کشیده شد که قرار بود این خط لوله بعد از افتتاح تونل لنگان ایجاد شود. به گفته او، قرار بود آب چشمه لنگان برای مصرف شرب مردم یزد منتقل شود اما سال‌ها قبل از افتتاح این تونل، آب زاینده‌رود را به یزد فرستاده‌اند و بدتر از همه اینکه با این آب صنعت و کشاورزی راه انداخته‌اند.

از سوی دیگر اعضای مجمع نمایندگان استان یزد در نامه‌ای به رئیس‌جمهور خواستار رسیدگی به حوادث اخیر و اخلال در روند تأمین آب شرب مردم این استان شده‌اند.

آنها ادعا کرده‌اند که آب آشامیدنی مردم یزد از محل آب‌های جاری در تونل ۱و۲و۳ کوهرنگ و تونل چشمه لنگان که به سد زاینده‌رود ریخته می‌شود، تأمین می‌شود و «فقط از استان اصفهان عبور می‌کند» اما به‌دلیل خشکسالی‌های اخیر و نبود امکان بهره‌برداری کشاورزان شرق استان اصفهان از آب زاینده‌رود نسبت به تخریب شبکه انتقال برق و همچنین ایستگاه‌های پمپاژ اقدام می‌شود تا از این محل آب برای کشاورزان تهیه شود.

نمایندگان مردم یزد در ادامه از مسئولان کشور اعم از دولت و مجلس و قوه قضاییه پرسیده‌اند که آیا با توجه به اینکه معادن موجود در استان نزدیک به نیمی از سنگ آهن مورد نیاز کشور را تأمین می‌کند، اگر معامله شبیه آنچه با خط انتقال آب انجام می‌شود، صورت گیرد چه وجهی دارد؟ به اعتقاد آنها، اگر دولت نتواند امنیت عبور آب و تأمین آب آشامیدنی مردم استان یزد را تأمین کند و روی مقوله آب اعمال حاکمیت نکند، تلویحاً به مردم استان یزد اجازه می‌دهد تا خود از ذخایر معدنی که متعلق به مردم شریف ایران است صیانت کند و این امر حاکمیت ملی را مخدوش می‌سازد.

نمایندگان یزد حوادث اخیر را از ۳نظر قابل‌تامل دانسته‌اند که باید مورد پیگیری قرار گیرد؛ اول اینکه نقش دولت در تأمین امنیت ایفا و برقراری نظم و امنیت به‌عنوان شرط لازم هرگونه فعالیت اجتماعی و اقتصادی جاری شود. دوم اینکه اجرانشدن تصمیمات و سیاست‌های اجرایی نظام و جلوگیری از خدشه وارد آمدن به آن، حاکمیت ملی را متزلزل کرده و در صفوف متحد مردم انشقاق به‌وجود می‌آورد.

و سوم اینکه مماشات با ناامنی‌های اخیر که جرم مشهود بوده و اموال عمومی و دولتی را مورد تخریب قرار می‌دهد، می‌تواند در آینده بدآموزی در سطح ملی داشته باشد و تنش‌های مشابه در حوزه آب و... را دامن بزند [۱۳].

از سوی دیگر نمایندگان استان اصفهان در نامه‌ای خواستار برگزاری جلسه اضطراری با رئیس‌جمهور وقت برای بررسی مشکل آب شرب و بی‌آبی در این استان شدند. در نامه نمایندگان استان اصفهان خطاب به حسن روحانی آمده است: «با توجه به اتمام آب شرب ۵میلیون نفر جمعیت استان اصفهان در مردادماه سال‌جاری و همچنین استمرار خشکی زاینده‌رود و نبود آب برای کشاورزان استان، خواهشمند است دستور فرمایید فوراً زمانی برای تشکیل جلسه اضطراری با حضور نمایندگان استان تعیین و اعلام شود [۱۳].

کشت برنج از زمان‌های بسیار دور در استان اصفهان انجام می شده و حتی برخی گزارش‌ها نشان می‌دهد که از زمان ساسانیان در این بخش از کشور، برنج کشت می شده است. برنج لنجان، عطر و طعم بسیار خوبی دارد و برنج محبوبی در استان اصفهان محسوب می‌شود. از زمان‌های دور در حاشیه زاینده رود برنج کشت می‌شده است و کشاورزان شهرستان لنجان، حقابه داشته‌اند. درست است که به دلیل تغییر شرایط اقلیمی و بحران آب باید کشت برنج در استان اصفهان ممنوع شود؛ اما باید راه‌کارهایی نیز اندیشیده شود تا کشاورزان این استان به سراغ کشت‌های جایگزین بروند. در صورتی که درآمد پایداری برای کشاورزان اصفهانی وجود نداشته باشد، آن‌ها راهی جز این ندارند که برای بقا، قانون را زیرپا گذاشته و به کشت برنج با منابع آب زیرزمینی اصرار ورزند. باید راه‌کاری برای این مسأله اندیشیده شود و با ارائه الگوهای کشت جایگزین، کاری کرد تا زمینه عینی و مادی برای ممنوعیت کشت برنج در استان اصفهان فراهم شود.

باید حمایت های دولتی پر رنگ شوند و باید از طریق بیمه محصولات و خرید تضمینی کاری کند که کشاورز راضی به تغییر الگوی کشت شود. منابع آبی موجود نمی تواند ما را به سمت خودکفایی هدایت کند

در این راستا رئیس دانشکده کشاورزی دانشگاه صنعتی اصفهان تصریح کرد که به این نتیجه رسیدیم که منابع آب موجود کشور نمی تواند ما را به سمت خودکفایی موادغذایی ببرد، براساس تحقیقات از دهه های اخیر ادامه این رویکرد باعث از بین رفتن منابع آبی کشور و تحت تاثیر قرار گرفتن تمام فعالیت های صنعتی و کشاورزی می شود. با شرایط کنونی میزان بهره وری محصولات کشاورزی حدود ۱,۱ یا ۱,۲ کیلوگرم بر مترمکعب مصرف آب است که با رشد جمعیت فعلی پیش بینی می شود در آینده ای نه چندان دور باید بهره وری را به ۱,۶ یا ۱,۸ کیلوگرم بر مترمکعب مصرف آب برسانیم. عابدی کوپایی خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه منابع آبی محدود بوده تنها راهکار توجه به مباحث بِه زراعی، بِه نژادی و مهندسی زیست فناوری یا بیوتکنولوژی است [۱۴].

**طومار شیخ بهایی چیست؟**

شیخ بهایی، فقیه، دانشمند و چهره شناخته‌شده ایران در زمان صفویان، در سال۹۲۳ هجری قمری با محاسبه دقیق و به‌دست آوردن آمار بارندگی مناطق مختلف اصفهان، حومه، کوهستان‌های اطراف و سرچشمه زاینده‌رود در کنار تدوین طرح دقیق نهرها و شیب و مقطع آنها و سهم استفاده آب هر باغ و محله و منزل، سهم آب هر یک از بهره‌برداران از آب زاینده‌رود را مشخص کرد و به مشکل و اختلاف چندین ساله این منطقه پایان داد.

طبق این طومار، جریان آب زاینده‌رود به ۳۳سهم تقسیم شده که هر سهم، معادل ۵شبانه‌روز قسمتی از آب رودخانه است که باید به مادی هر محله سرازیر شود. این طومار به‌قدری دقیق تنظیم شده که حتی فصل سیلابی زاینده‌رود را در ۱۹۷روز اوایل آذرماه و سپس مدت ۱۶۸روز برای جریان عادی و منظم بررسی و محاسبه کرده است.

محاسبه‌ای که با گذشت ۵ قرن، هنوز هم دقیق و مطابق با تغییرات جوی به‌نظر می‌رسد. از دیگر نکات جالب این طومار، مشارکت دادن مردم در مدیریت تقسیم حقابه‌ها و نگهداری مادی‌هاست. براساس تمهیدات شیخ بهایی، بهره‌برداران هریک از سهام ۳۳گانه آب زاینده‌رود، افرادی را تحت عنوان میراب از بین معتمدین صاحب حقابه انتخاب می‌کردند تا هم پاسدار حقابه آنها باشد و رسیدن آب از مادی اصلی تا مزاع را تضمین کند و هم در موارد لزوم کلیه حقابه‌داران را برای ترمیم و لایروبی مادی‌ها فرابخواند. میراب‌ها

همچنین مسئول رایزنی با مسئولان حکومتی برای تعیین قیمت آب، دریافت پول از حقابه‌داران و واریز آن به‌حساب حکومت بودند[۱۴].

**برای حل مشکل آب باید بخشی‌نگری را کنار بگذاریم**

برای حل مشکل آب باید بخشی‌نگری را کنار بگذاریم، گفت: در موضوع آب نباید در بخش‌های کشاورزی، صنعت و محیط‌زیست راه‌های جداگانه‌ای را رفت. وی افزود: موضوع آب برای همه بخش‌ها موضوعی واحد است و نباید آن را تقسیم کرد و برای جلوگیری از بخشی‌نگری در موضوع آب، کارگروهی در دولت تشکیل شده است.

وی با بیان اینکه ۵۰ سال است به سمت گرم‌تر و خشک شدن پیش می‌رویم، در این شرایط باید در مصرف آب تغییر ایجاد و بدون تعارف پرونده مصرف آب در بخش کشاورزی را باز کنیم؛ اینکه مصرف آب را چگونه مدیریت و در کجاها با کشت‌های ممنوع مقابله کنیم، موضوعی است که باید بررسی شود.

همکاری همه دستگاه‌ها برای مدیریت آب ضروری است. وزارتخانه‌های نیرو و جهادکشاورزی به‌تنهایی نمی‌توانند مسئله آب را حل کنند. وزارت نیرو به‌دنبال شیرین کردن آب، مدیریت آب‌های سطحی و بارور کردن ابرها ست. در این بین وزارت جهادکشاورزی هم به‌تنهایی نمی‌تواند طرح الگوی کشت جایگزین را اجرا کند و همه دستگاه‌ها باید کمک کنند.

سیاست رسمی وزارت نیرو در مدیریت منابع آبی ایران جلوگیری از هرگونه بخشی‌نگری و نگاه‌های منطقه‌ای است. در کارگروه ویژه‌ای که در دولت تشکیل شده هم در رسیدگی به مشکلات تأمین آب بین استان‌های مختلف همین نگاه دنبال می‌شود و به هیچ عنوان اجازه بخشی‌نگری ملاک تصمیم‌گیری‌ها نخواهد بود.

آمار مدیران وزارت نیرو مبنی بر کاهش ۵۰ درصدی نزولات جوی در کشور می باشد. دغدغه اصلی کاهش بارش در کشور است که به نسبت آمار بلندمدت حدود ۵۰ درصد کاهش بارش داریم و دغدغه اعضای کمیسیون عمران نیز بررسی دلایل کاهش شدید نزولات جوی در سال آبی ۹۷ - ۹۶ بود.

کارگروهی در این خصوص در دولت تشکیل شده اما باید به صورت عملیاتی و پروژه‌ای به این مسئله ورود کرد. در کنار این مسئله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دستگاه‌های فرهنگی و صدا و سیما نیز برای کاهش مصرف و مصرف بهینه آب باید برنامه‌ریزی کنند.

وزیر نیرو وقت و معاونانش مهم‌ترین دلایل بحران آب و حواشی به‌وجود آمده در استان‌های اصفهان، یزد و خوزستان را تصمیم‌گیری‌های مدیران در دولت‌های گذشته می‌دانستند که به گفته آنها انتقال و برداشت آب از سرچشمه‌ها و فرهنگسازی‌هایی که برای مصرف بهینه در بخش‌های کشاورزی و صنعت باید می‌شد و نشد، از مهم‌ترین دلایل این مسئله است[۱۴].

## ۵- موقعیت جغرافیایی زاینده‌رود در فلات مرکزی ایران و عوامل موثر در خشکی آن

لازم است گذری مختصر به مشخصات حوضه زاینده‌رود زده شود؛ زاینده‌رود از محدوده چلگرد در استان چهارمحال و بختیاری و پلاسجان در محدوده شهرستان فریدن در استان اصفهان شروع و پس از طی مسیر ۴۴۶ کیلومتری به تالاب گاوخونی در شرق استان متصل می شود. تغییرات آب و هوا در حوضه آبریز زاینده رود بسیار چشمگیر است. در حالی‌که ناحیه چلگرد در سمت غرب حوضه دارای بارش متوسط سالانه بیش از ۱۴۰۰ میلیمتر است. در شرق حوضه در کنار تالاب گاوخونی بارش متوسط سالانه از ۱۰۰ میلیمتر تجاوز نمی‌کند. از ۲۶۹۱۷ کیلومتر مربع مساحت حوضه زاینده‌رود، حدود ۹۳ درصد در محدوده استان اصفهان و ۷ درصد

آن نیز در محدوده اســتان چهارمحال و بختیاری قرار دارد. ازجمعیت بالغ بر ۴,۳ میلیون نفری حوضــه حدود ۹۸درصــد در محدوده ا ستان ا صفهان و حدود ۲ در صد آن در محدوده ا ستان چهارمحال و بختیاری ساکن ه ستند.منابع آب حو ضه زاینده‌رود مت شکل از منابع آب تشکیل‌دهنده دبی رودخانه زاینده‌رود در محل سد تنظیمی زاینده‌رود، منابع آب بین حوضه ای از پایین‌دست سد زاینده‌رود تا تالاب گاوخونی و منابع آب انتقالی از سایر حوضه است.

رودخانه زاینده‌رود در بالاد ست سد زاینده‌رود مت شکل از دو آبراهه ا صلی زاینده‌رود علیا و پلا سجان ا ست. حدود ۸۰ در صد آبدهی زاینده‌رود طبیعی مربوط به شاخه زاینده‌رود علیا و ۲۰ درصد آن مربوط به شاخه پلاسجان است [۱۴].

**اهداف طرح های اصلی اجراشده بر روی زاینده رود**

اندیشــه انتقال آب از ســرشــاخه‌های کوهرنگ به ســال ۱۰۲۷ هجری و در زمان شــاه‌عباس اول برمی‌گردد که پس از تلاش‌های زیاد شکست خورد. اما در سال ۱۳۳۲ تونل اول کوهرنگ پس از چهار سال مطالعه و اجرا به بهره‌برداری ر سید. متو سط حجم آب انتقالی توســط این تونل ۲/۹ کیلومتری حدود ۲۹۳ میلیون متر مکعب در ســال اســت. ســد زاینده‌رود به عنوان دومین ســازه احداثی روی رودخانه زاینده‌رود جهت تأمین آب مورد نیاز سامانه مصرف در سال ۱۳۴۹ و به منظور ذخیره سیلاب‌های غیرفصول مصرف با حجم ذخیره ۱۲۳۹ میلیون متر مکعب(حجم برآوردشده از آخرین هیدروگرافی) به بهره برداری رسید.

در ســال ۱۳۶۴ خورشــیدی نیز ســومین ســازه جهت تقویت بنیه آبی حوضــه زاینده‌رود توســط تونلی به طول حدود ۲/۸ کیلومتر در پایین‌دســت تونل اول کوهرنگ تحت عنوان «طرح تونل دوم کوهرنگ» به بهره‌برداری رســید. حجم آب انتقالی در این طرح به طور متوسط حدود ۲۲۴ میلیون متر مکعب در سال است. تونل‌های چشمه لنگان و خدنگستان با مجموع آبدهی سالیانه ۱۳۰ میلیون متر مکعب در سال ۱۳۸۹ به بهره‌برداری ر سید. این طرح رودخانه چ شمه‌لنگان از سر شاخه‌های رودخانه دز را به سر شاخه پلا سجان رودخانه زاینده‌رود متصل می‌کند.

اگرچه امروز زمان زیادی از شروع عملیات اجرایی سد و تونل سوم کوهرنگ گذ شته ا ست، به دلیل وجود م شکلات متعدد اتمام این طرح هنوز مقدور نشده است. در سال ۱۳۹۳ عملیات اجرایی حفاری تونل انتقال آب به پایان رسید و در همان سال آبگیری موقت از تونل با انتقال حدود ۴۰ میلیون متر مکعب آغاز شد. جهت تقویت منابع آب رودخانه زاینده‌رود طرح انتقال آب به فلات مرکزی ایران در سال ۱۳۸۱ مطالعات مرحله شناخت طرح به شت‌آباد با همکاری شرکت‌های بین‌المللی شروع و طی دو مرحله ا صلاح تخ صیص تو سط وزارت نیرو در نهایت با تخ صیص ۵۸۰ میلیون مترمکعب برای فلات مرکزی ایران، عملیات اجرایی آن در سال ۱۳۹۱ شروع شد. متأسفانه علی‌رغم اجرای حدود ۵۰۰ متر از تونل، اجرای آن متوقف شد [۱۱].

**مصارف آب در حوضه آبریز زاینده‌رود**

رودخانه زاینده رود، اصلی ترین منبع تأمین آب مصارف مختلف این حوضه است. مصارف آب از رودخانه زاینده‌رود مشتمل بر مصارف کشاورزی، شرب، صنعت، انتقال به خارج از حوضه و محیط‌زیست است. مصارف کشاورزی در این حوضه از نظر حقوقی شامل اراضی کشاورزی حقابه‌دار، اراضی کشاورزی حق اشتراکی و اراضی کشاورزی بالادست خواهد بود. متأسفانه در سال های اخیر آب تحویلی به ارا ضی حقابه‌دار به‌طور متو سط به ۴۰ در صد کاهش یافته ا ست و کمتر آبی به ارا ضی حق ا شتراکی تحویل شده ا ست؛ ولی ارا ضی کشــاورزی بالادســت در همین ســال‌ها به دلیل دســترســی بدون محدودیت با محدودیت برداشــت آب مواجه نبوده‌اند. جمعیت تحت پوشش شبکه آب شرب از منابع آب سطحی رودخانه زاینده‌رود حدود ۵ میلیون نفر با مصرف سالیانه حدود ۴۰۰ میلیون متر مکعب ا ست. تقریبا ۷۵ در صد جمعیت ا ستان ا صفهان، بخ شی از جمعیت ا ستان‌های یزد، چهارمحال و بختیاری و بخش کوچکی از ا ستان مرکزی زیر پوشش آب سطحی این رودخانه قرار گرفته‌اند. آب تخصیصی برای انتقال به خارج از حوضه شامل ۹۸ میلیون متر مکعب در سال برای ا ستان یزد،۴۹میلیون متر مکعب در سال برای کا شان و دلیجان، ۵ میلیون مترمکعب در سال برای شهر ستان نائین، ۳

میلیون مترمکعب در سال برای اردستان، ۳ میلیون متر مکعب در سال برای نطنز و ۲۰ میلیون متر مکعب در سال برای شهرکرد با مجموع ۱۷۸ میلیون متر مکعب در سال است.

هرچند به دلیل ناتمام‌بودن طرح‌های اجرایی مربوط، تمام این آب به خارج از حوضه منتقل نشده است؛ اما با توجه به تخصیص داده‌شده برای این موضوع، تکمیل این طرح‌ها اتفاق خواهد افتاد. باید توجه داشت که حدود ۹ درصد صنایع کشور به دلیل موقعیت ژئوپلیتیکی در حوضه زاینده‌رود مستقر شده‌اند و این حوضه صنعتی‌ترین حوضه آبریز کشور است. میزان آب مصرفی این صنایع حدود ۸۵ میلیون متر مکعب در سال است که عمدتا از طریق جریان آب سطحی رودخانه زاینده‌رود و پساب فاضلاب تأمین می شود. همچنین آب مورد نیاز زیست محیطی برای تثبیت تالاب گاوخونی سالیانه حدود ۱۷۶ میلیون متر مکعب و به صورت جریان مستمر باید باشد. هرچند در سال‌های اخیر آب تحویلی به این تالاب به کمتر از ۵ میلیون متر مکعب در سال رسیده است [۱۲].

**ترسیم حقوق آب در اسناد بالادستی این رودخانه**

اسناد بالادستی در حوضه آبریز زاینده رود مشتمل بر قوانین حاکم بر آب، طومارهای منتسب به مرحوم شیخ بهایی و مصوبات شورای عالی آب و شورای هماهنگی مدیریت به‌هم‌پیوسته منابع آب حوضه زاینده‌رود است. طومار شیخ‌بهایی اسناد حقوقی است که سهم هر گروه از ذینفعان رودخانه زاینده‌رود را در طول مسیر از محل پل کله در بالادست رودخانه زاینده‌رود تا تالاب گاوخونی مشخص می‌کند. قوانین حاکم بر توزیع آب شامل قانون مدنی مصوب سال ۱۳۱۴-۱۳۰۷، قانون آب و نحوه ملی‌شدن آن مصوب سال ۱۳۴۷، قانون توزیع عادلانه آب مصوب سال ۱۳۶۱ خورشیدی و از دیگر اسناد بالادستی که سهم ذی‌نفعان رودخانه زاینده‌رود را مشخص می کند، ماده واحده قانون الحاق آب کوهرنگ به زاینده‌رود مصوب ۱۳۰۱/۱/۷ مجلس شورای ملی وقت و تصویب‌نامه شماره۴۳۲۲ مورخ ۱۳۳۳/۳/۵ هیئت وزیران موسوم به تصویب‌نامه نحوه تقسیم آب رودخانه زاینده‌رود و تونل اول کوهرنگ است. مصوبات دهمین، سیزدهمین و بیست‌وچهارمین جلسه شورای‌عالی آب، مصوبات متعدد جلسه‌های شورای هماهنگی مدیریت به‌هم پیوسته منابع آب حوضه زاینده‌رود و مصوبات هیئت وزیران درباره زاینده‌رود نیز به‌عنوان بخشی از اسناد بالادستی است [۱۳].

**پیش زمینه های شروع بحران آب و خشک‌شدن در زاینده‌رود و گاوخونی**

با احداث سد ایزدخواست بر روی رودخانه رحیمی (یکی از منابع تامین‌کننده آب تالاب گاوخونی) و بروز مشکلات حاد اجتماعی زیست‌محیطی در طول رودخانه رحیمی شاید برای کمتر کسی متصور بود که این مشکل در کمین رودخانه زاینده‌رود نیز نشسته است. در آن زمان مشکل تنها محدود به رودخانه رحیمی و حقابه کشاورزان روستای رامشه از توابع جرقویه بود و چون بخش اعظم تغذیه تالاب گاوخونی از رودخانه زاینده‌رود بود، کسی متوجه زنگ خطر برای این تالاب نبود. در رودخانه رحیمی با احداث سد ایزدخواست، حجم آبی که طی سالیان دراز به عنوان حقابه روستای رامشه به صورت طبیعی در اختیار آنان قرار می‌گرفت، قطع و جریان طبیعی این رودخانه را مختل کرد. اعتراض‌های گسترده مردمی جهت اخذ حقوق قانونی خود مطابق طومار مربوط متأسفانه نتیجه مطلوبی نداشت و سرنوشت شومی را برای این رودخانه رقم زد. تقریبا از سال ۱۳۷۸ خورشیدی جریان دائمی آب رودخانه زاینده‌رود از مقطع سد چم آسمان در ۶۵ کیلومتری غرب اصفهان قطع و مطابق با شرایط اجتماعی و حجم آب داخل مخزن هرازگاهی رهاسازی آب به منظور تأمین آب اراضی کشاورزی صورت می‌گرفت. تلاش‌های زیادی جهت خلأ موجود انجام شد تا بتوان با روش‌های مختلف سخت افزاری و نرم افزاری به ایجاد شرایط پایدار برای رودخانه اقدام کرد که متأسفانه نتیجه قطعی حاصل نشد. در بحث سخت‌افزاری می‌توان به پیگیری و تسریع در اجرای طرح‌های چشمه لنگان، خدنگستان، کوهرنگ و شروع عملیات اجرایی طرح بهشت‌آباد، حذف بندهای ایجاد شده در مسیر رودخانه، عملیات ساماندهی مسیر رودخانه و کنترل برداشت‌ها و در بخش نرم افزاری به ارائه برنامه توزیع آب به کشاورزان، پیگیری در بهبود شبکه توزیع آب شرب، اصلاح الگوی مصرف آب اشاره کرد. از سوی دیگر تشکل‌های مختلفی اعم از دولتی، شبه‌دولتی و مردم نهاد در موضوع خشک‌شدن زاینده‌رود شکل گرفت. دولت‌های مختلف طی

این مدت بنا به ضرورت تأکید به پایداری جریان آب در رودخانه زاینده‌رود دا شتند؛ اما تلاش‌های فوق نتیجه معنی‌داری را برای حل بحران خشکی زاینده‌رود در بر نداشت [۱۳].

باید این عوامل را د سته‌بندی کرد که بخ شی از آن به تو سعه ارا ضی ک شاورزی برمی‌گردد؛ متأ سفانه افزایش شدید م صرف بخش ک شاورزی در ق سمت کوه ستانی حو ضه‌زاینده‌رود در دو بخش رخ داده ا ست. بخش اول در بالاد ست سد زاینده‌رود و بخش دوم در فاصله سد زاینده‌رود تا سد چم‌آسمان بوده است. مجموع افزایش مصرف کشاورزی این دو بخش از سال ۱۳۶۱ تا کنون ۴۵۰ تا ۵۰۰ میلیون مترمکعب برآورد می‌شود و بزرگ‌ترین بارگذاری جدید در حوضه‌زاینده رود محسوب می‌شود. افزایش مصرف در بالادست سد زاینده رود در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ عمدتا در زیرحوضه پلاسجان در استان اصفهان و با حفر چاه‌های زیاد در محدوده دامنه‌داران ، بویین‌میاندشت و چادگان اتفاق افتاد. در سال‌های اخیر، کاهش شدید سطح آب زیرزمینی در آبخوان‌هایی مانند دامنه‌داران باعث ایجاد پدیده فرونشست در شهر دامنه و نیز خشک شدن بخشی از اراضی کشاورزی توسعه‌یافته در این زیرحوضه شده است؛ اما در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ افزایش بردا شت آب از سر شاخه ا صلی زاینده‌رود به ویژه در محدوده ا ستان چهارمحال و بختیاری ر شد ب سیار سریعی داشته است و عمدتا از طریق پمپاژ مستقیم از رودخانه و نیز ایجاد سدهای کوچک و مخازن ذخیره آب به بهانه آبخیزداری و با هدف تو سعه ک شاورزی صورت گرفته ا ست. هم‌اکنون مجموع افزایش م صرف ک شاورزی در بالاد ست سد زاینده‌رود ۲۵۰ تا ۳۰۰ میلیون مترمکعب برآورد می‌شود که متأسفانه همچنان روبه‌افزایش است و با کامل‌شدن طرح‌های در حال تکمیل بسیار بزرگی مانند طرح پمپاژ سودجان (با افزایش م صرف ۱۸ میلیون مترمکعب)، ادامه تو سعه ک شاورزی با ایجاد موانع و مخازن در م سیر رودخانه‌ها و چشمه‌ها در پوشش طرح‌های آبخیزداری و نیز سایر بارگذاری‌های جدید، روند کاهشی آبدهی ورودی به سد زاینده‌رود ادامه یافته و حتی تشدید خواهد شد.

در این بازه تو سعه ارا ضی ک شاورزی متکی بر سی ستم‌های پمپاژ با ارتفاع ب سیار زیاد به منظور تو سعه باغ‌های هلو و بادام ا ست. این ک شاورزی ناپایدار باعث نابودی ک شاورزی پایدار پایین‌د ست و ازد ست‌رفتن هزاران هکتار از ک شت‌های ا ستراتژیک مانند گندم و جو شده ا ست. مطابق اطلاعات به‌د ست‌آمده از ت صاویر ماهواره ای طی مدت ۳۵ سال، روند تو سعه ارا ضی ک شاورزی تنها در محدوده مطالعاتی بن‌سامان (عمدتا در استان چهارمحال و بختیاری) به صورت معناداری افزایش یافته است. طی مدت ۳۵ سال، اراضی کشاورزی این ناحیه بالغ بر ۴۰۰درصد و به حدود ۲۴۰۰۰ هکتار رسیده است. در سال های قبل از توسعه در این بازه آبدهی بین‌حوضه‌ای قابل ملاحظه‌ای وجود داشته که جزو منابع آب زاینده‌رود طبیعی محسوب می شود و لازم است در محاسبات زاینده‌رود طبیعی لحاظ شود. هم‌اکنون میزان افزایش مصرف آب در این بازه ۲۸۰ تا ۳۳۰ میلیون مترمکعب برآورد می‌شود که بیش از ۸۰ در صد آن در شهر ستان‌های سامان و بن در ا ستان چهارمحال و بختیاری و مابقی در بخش باغ‌بهادران شهر ستان لنجان در ا ستان اصفهان است. در این بازه، متأسفانه بارگذاری‌های جدید متعدد در بخش کشاورزی در حال اجرا هستند و طرح جدید و جنجالی بن بروجن نیز با هدف صنعت و شرب نیز قرار است از همین بازه، ۴۱ میلیون مترمکعب آب را به حوضه کارون منتقل کند.

یکی دیگر از عوامل اصلی تأثیرگذار در وجود پدیده خشکی زاینده‌رود، تأمین آب مورد نیاز شرب شهرها و روستاهای مختلف از جریان آب سطحی رودخانه زاینده‌رود (با برداشت حدود ۴۵۰ میلیون مترمکعب) است. تمام این برداشت‌ها از بخش کوهستانی رودخانه صورت پذیرفته ا ست که می‌توان به طرح انتقال آب از چ شمه کوهرنگ به شهرکرد با حجم سالانه ۲۰ میلیون متر مکعب، طرح انتقال آب به یزد با حجم تخصیص سالانه ۹۸ میلیون متر مکعب، طرح انتقال آب به کاشان با حجم سالانه ۴۹ میلیون متر مکعب،طرح تصفیه‌خانه باباشیخعلی با حجم حدود ۳۳۰ میلیون متر مکعب ا شاره کرد. از جمله طرح‌هایی که در حال اجرا یا مطالعه است، می‌توان به طرح تأمین آب شرب نطنز با حجم سالیانه سه میلیون متر مکعب، طرح تأمین آب شرب دامنه‌داران با حجم ۶/۵میلیون متر مکعب نیز اشاره کرد. برخی از طرح‌های اجرا شده تأمین آب شرب علاوه بر اینکه منابع آب این رودخانه را از بالادست بردا شت می‌کنند، کمترین باز چرخانی آب را نیز در رودخانه زاینده‌رود ندارند. بخ شی از این آب از حو ضه زاینده‌رود خارج می شود و بخش دیگر آن نیز م صروف به ارا ضی ک شاورزی یا صنایع شده ا ست که امکان اتصال حلقه سیکل باز چرخانی آب را در این رودخانه فراهم نکرده ا ست.یکی دیگر از عوامل به مدیریت چندگانه حو ضه آبریز زاینده رود برمی‌گردد؛ تا قبل از سال ۱۳۸۵ مبنای مدیریت

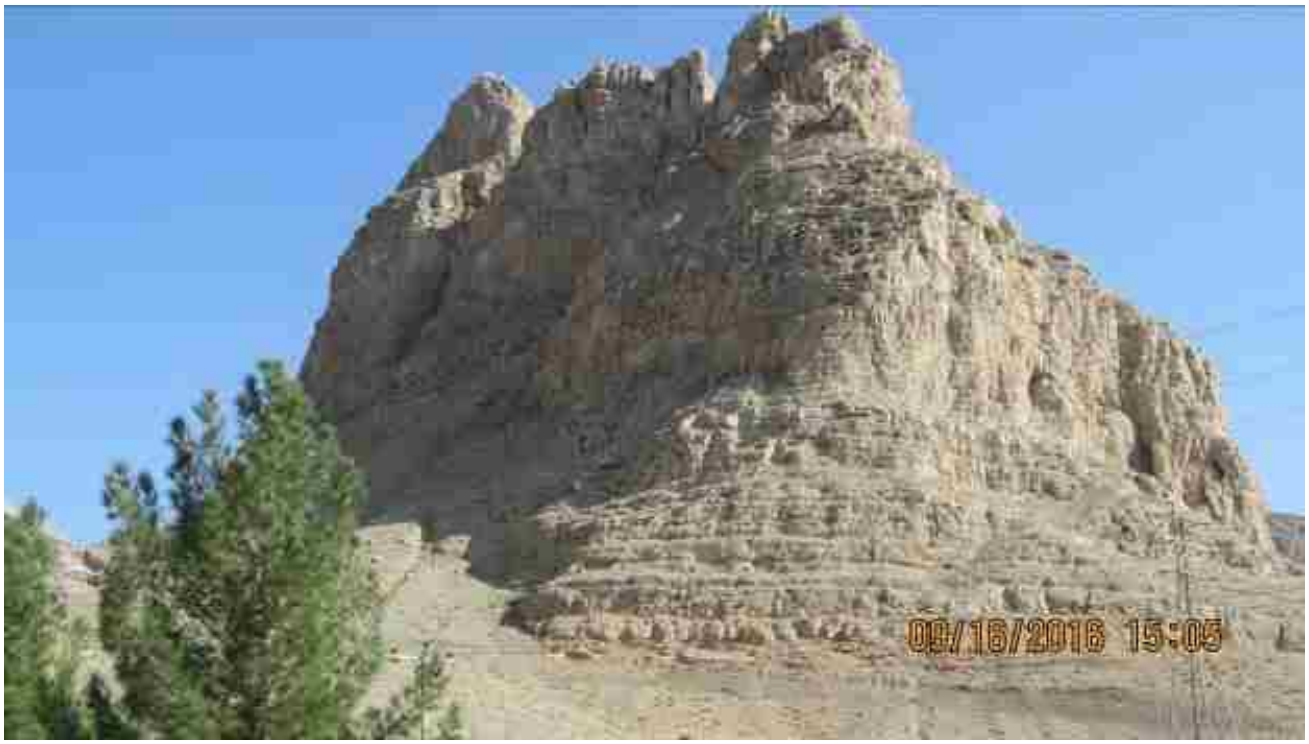
منابع آب کشـور حوضـه آبریز بود. در سـال ۱۳۸۵ بر مبنای لایحه‌ای که از سـوی دولت در مجلس هفتم مصـوب شـده بود، تمام شرکت‌های آب منطقه‌ای از مدیریت حوضه‌ای به مدیریت استانی تغییر شرایط دادند. حوضه زاینده‌رود نیز از این قانون مستثنی نبوده و در محدوده حوضـه زاینده‌رود دو مدیریت آب شـکل گرفت. از نکات قابل توجه اینکه از جمعیت حوضـه زاینده‌رود، ۹۸ درصـد در استان اصفهان و ۲ درصد در استان چهارمحال و بختیاری ساکن هستند. همچنین ۹۳ درصد مساحت این حوضه در استان اصفهان و ۷ درصد آن در استان چهارمحال و بختیاری قرار گرفته است. ۹۵درصد مصارف آب در محدوده مدیریت آب استان اصفهان در حالی است که ۱۵درصد منابع آب در محدوده استحفاظی آن مدیریت است. شکاف ۸۵درصدی مصارف آب با منابع آب در محدوده مدیریت آب استان اصفهان را حتی ایجاد پُست مدیر حوضه زاینده‌رود نیز نتوانست ترمیم کند و محملی برای رشد اختلافات بر سر منابع آب شد [۱۳].

در سال‌های اخیر به دفعات، خشکسالی و کاهش بارش ناشی از تغییر اقلیم علت وقوع بحران زاینده‌رود اعلام شده است. درحالی‌که هر چند وقوع یک دوره خشک نسبتا طولانی در ده سال اخیر قابل تأیید است، از نظر علمی، وقوع دوره‌های خشک و تر کاملا طبیعی است و آمارها نشان می‌دهد کاهش بارش به صورت تغییر اقلیم در حوضه رخ نداده است. در طول دوره آماری ۶۱ ساله متوسط بارش ایستگاه چلگرد (ایستگاه شاخص حوضه زاینده رود) حدود ۱۳۷۵ میلیمتر و میانگین بارش آن در طی مدت ۱۷، ۱۱، ۷ و ۴ ساله اخیر مختوم به سـال ۹۷-۹۶ به ترتیب برابر با ۱۳۱۳، ۱۱۲۶، ۱۰۶۷ و ۱۲۳۰ میلیمتر بوده اسـت و این بدان معنی اسـت که کاهش مقدار متوسط بارندگی در طی دوره آماری ۱۷، ۱۱، ۷ و ۴ ساله اخیر به ترتیب حدود ۵، ۱۸، ۲۲ و ۱۱ درصد است. همچنین در سال ۹۷-۹۶ با ۷۵۰ میلیمتر کمترین بارش را در طی دوره آماری ۶۱ ساله دارا بوده است. با بررسی آمار بارش در ایستگاه چلگرد و حتی ایستگاه‌های دیگر بر روی حوضه زاینده‌رود، فرضیه وجود روند در تغییر بارش مردود است و تنها می‌توان این ادعا را داشت که الگوی بارش به دلیل افزایش نسبی درجه حرارت تغییر کرده است. بررسی‌ها در منطقه نشان می‌دهد کاهش سهم برف در کل بارش حوضه‌ها اثر معناداری بر آبدهی سالانه نداشته است. در واقع میزان رواناب سالانه یا همان متوسط آبدهی سالانه تغییری نکرده است و تغییر الگوی بارش، فقط منجر به افزایش رواناب‌های انتهای زمستان و اوایل بهار و کاهش رواناب‌های ماه‌های خرداد تا مهرماه شده است؛ بنابراین سهم خشکی زاینده‌رود ناشی از کاهش بارش در دوره‌های مختلف زمانی نمی‌تواند جزو عوامل اصلی خشکی زاینده‌رود باشد.همواره در اکثر حوضه‌های آبریز بیشترین سهم مصرف آب در بخش کشاورزی است [۱۱].

متوسط جهانی مصرف آب در بخش کشاورزی حدود ۸۹ درصد، این رقم برای کشور ما حدود ۹۲ درصد، در رودخانه زاینده‌رود حدود ۶۰ درصد و در سال‌های اخیر حداکثر به ۴۰ درصد رسیده است. دلیل تفاوت فاحش مصرف آب کشاورزی در رودخانه زاینده‌رود با متوسط کشوری و جهانی، محدودیت شدید منابع آب در منطقه مرکزی ایران و کاهش شدید آب در دسترس در سال‌های اخیر در پایین‌دست حوضه بوده است. به همین دلیل نیز سهم بخش شرب از منابع آب سطحی در این حوضه بسیار متفاوت از متوسط کشوری و جهانی است. اگر حوضه زاینده‌رود را به دو بخش جلگه‌ای پایین‌دست سد چم‌آسمان (یا پل کله) و بخش کوهستانی در بالادست آن تقسیم شود، ناحیه اول یا همان ناحیه جلگه‌ای (ناحیه حاصلخیز) تولیدکننده عمده محصولات کشاورزی بخش مرکزی ایران از قدیم‌الایام بوده و کل طومار شیخ‌بهایی نیز به این ناحیه اختصاص داشته است. ناحیه کوهستانی یا بالادست در قدیم سطح زیرکشت محدودی داشته و مصرف آن اثر قابل توجهی بر منابع آب ناحیه جلگه‌ای نداشته است. سهم بخش کشاورزی پایین‌دست (ناحیه جلگه‌ای) در ایجاد بحران زاینده‌رود نمی‌تواند تعیین‌کننده باشد؛ زیرا در این قسمت طی سال‌های اخیر رودخانه فاقد جریان دائمی بوده و تمام شبکه‌های سنتی و مدرن احداثی روی این رودخانه نیز خشک بوده‌اند یا سهمی به مراتب کمتر از میزان آب مورد نیازشـان دریافت کرده‌اند. یکی دیگر از مسـائلی که در سـال‌های اخیر بارها به عنوان عامل خشـکی زاینده‌رود مطرح شـده و گاهی با جنجال‌های رسانه‌ای نیز همراه بوده است، مسئله کشت برنج در منطقه لنجان است. کشت برنج در منطقه دارای قدمت بسیار زیادی بوده و در کتب تاریخی به آن اشاره شده و حتی در طومار شیخ‌بهایی نیز از آن نام برده شده است. سطح زیرکشت برنج در سال‌های پرآبی تا بیش از ۲۰ هزار هکتار نیز رسـیده بود؛ اما در سـال‌های اخیر به‌شـدت کاهش یافت و به کمتر از ۳ هزار هکتار در سـال‌های نرمال رسید. جهاد کشاورزی استان اصفهان، سطح زیرکشت برنج در سال بسیار خشک ۹۷-۹۶ را کمتر از هزار هکتار عنوان کرده‌اند.

بنابراین م صرف آب ک شت برنج در سال‌های نرمال حداکثر ۳۰ تا ۴۰ میلیون مترمکعب برآورد شده و در سال ۹۷-۹۶ به حدود ۸ میلیون متر مکعب محدود می‌شود که در مقایسه با مقادیر برداشت‌های چند صدمیلیون مترمکعبی کشاورزی بالادست و بخش شرب، عدد قابل توجهی محسوب نمی‌شود و نمی‌توان آن را جزو علل خشکی زاینده رود به حساب آورد. صنایع همواره در سطح رسانه‌ها و گروه‌های محیط‌زیست به عنوان یکی از عوامل مهم خشکی زاینده‌رود مطرح شده و استقرار صنایع آب‌بر مانند ذوب‌آهن و فولاد مبارکه در این حوضه زیر سوال رفته است. میزان مصرف آب صنایع داخل حوضه در سال‌های اخیر از رودخانه زاینده رود به حدود ۷۰ میلیون متر مکعب محدود شده و افزایشی نداشته و قطعا نمی‌توان آن را از جمله علل خشکی زاینده‌رود به حساب آورد. البته لازم به ذکر است که صنایع در مسیر احیای زاینده‌رود از طریق بهبود چرخه آب در حوضه، بهبود کیفیت آب حوضه و کاهش مصرف فضای سبز آن‌ها اقدامات معناداری انجام داده‌اند و در ادامه این روند می‌توانند نقش مهمی را ایفا کنند. یکی از موضوعاتی که به صورت اشتباه به عنوان یکی از عوامل مهم خشکی زاینده‌رود مطرح شده، بحث فضای سبز شهر اصفهان است. این موضوع حتی توسط برخی از مسئولان محیط‌زیست کشور نیز مطرح شده است. علت این موضوع در عدم شناخت کافی به وضعیت تاریخی این منطقه از کشور است. شهر اصفهان در طول تاریخ همواره به عنوان یکی آبادترین نواحی ایران مطرح بوده است؛ به طوری که ناصرخسرو قبادیانی در قرن چهارم هجری آن را آبادترین ناحیه سرزمین پارسی‌گویان می‌داند و اشاره مستقیمی به وفور آب و آبادانی این ناحیه دارد. با وجود انهار متعدد منشعب از رودخانه که در اصفهان به مادی معروف‌اند، شهر در گذشته مانند یک باغ شهر بوده و این موضوعی است که در مدارک قدیمی نیز به خوبی هویداست. اغلب پارک‌های فعلی نیز بیشه‌ها و باغ‌های قدیمی بوده‌اند.

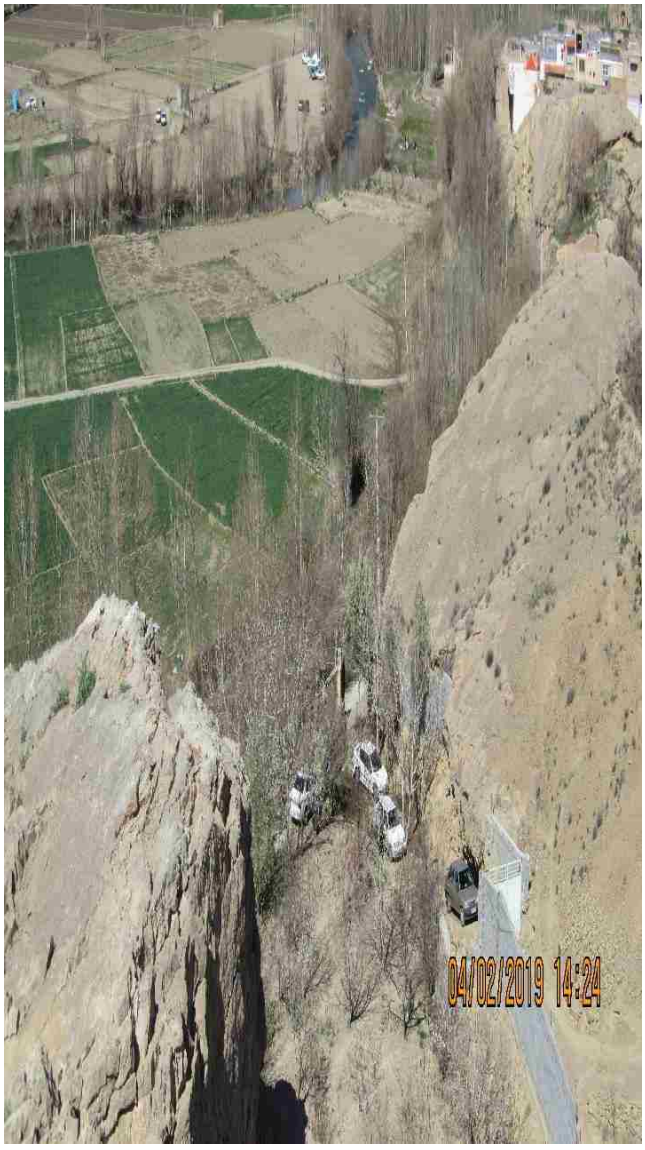
با گسترش شهر در دهه‌های چهل و پنجاه، بخش زیادی از باغ‌ها و اراضی کشاورزی داخل و اطراف شهر از بین رفته و در اوایل دهه ۶۰ میزان سطح سبز شهر حدود ۱۱ هزار هکتار برآورد شده است. متأسفانه این میزان در حال حاضر با محاسبه تمامی فضای سبز حاشیه خیابان‌ها و پارک‌ها به حدود چهارهزار هکتار رسیده است. گستره حال حاضر شهر اصفهان در برگیرنده قسمت عمده بلوک جی و ماربین در طومار شیخ بهایی بوده است. این دو بلوک ۱۰ سهم از ۳۳ سهم کل آب زاینده‌رود را داشته‌اند؛ در حالی که مصرف حال حاضر فضای سبز شهر اصفهان نزدیک به ۴۰ میلیون مترمکعب برآورد شده است. این بدان معنی است که فضای سبز شهر اصفهان تنها بخش کوچکی از مصرف آب حوضه را داشته و قطعا جزو علل خشکی و بحران زاینده‌رود نیست. با این وجود ظرفیت‌های این بخش برای کاهش مصرف آب می‌تواند در مبحث احیای زاینده‌رود در نظر گرفته شود [۱۲].


09/16/2016 15:05

04/02/2019 17:59

04/02/2019 14:22

08/19/2016 17:54


04/02/2019 14:24

08/19/2016 17:56

09/10/2020 12:40

08/19/2016 17:43

08/10/2017 10:33

**شکل های شماره ۳۹ الی ۷۲: نماهایی از بازدید میدانی نویسنده در طول سالیان ۱۳۹۹ – ۱۳۹۶ از روستای درچه کلماران شهرستان مبارکه که چند سال است جزو شهر مبارکه و یکی از محله های آن محسوب می شود که در ۵۰ کیلومتری غرب اصفهان و در مجاورت رودخانه زاینده رود و مسیر جاده اصفهان به شهرکرد قرار دارد (همراه سه عکس های نخست از کوه صفه اصفهان در مسیر رسیدن به این روستا و شهرستان مبارکه). همانگونه که در شکل ها دیده می شود در کنار رودخانه زاینده رود در این روستا برنج کاری صورت می پذیرد و در مواقع کم آبی زاینده رود، کشاورزان اقدام به حفر چاه آب در زمینهایشان برای آبیاری شالیزارها می نمایند. همین طور در ویلاهای ساخته شده در تپه های و دامنه های کوههای مجاور رودخانه زاینده رود، افراد ثروتمند اقدام به احداث استخرهای تفریحی و ذخیره آب جهت آبیاری باغهای تازه احداث خود نموده اند که آب آنها را با پمپاژ توسط موتور پمپ های قوی آب از رودخانه زاینده رود تأمین می نمایند (عکس ها توسط نویسنده در طول سالیان ۱۳۹۹ – ۱۳۹۶).**

## ۶- نتیجه گیری

"کسانی که تاریخ را به یاد نمی‌آورند، سزاوار تکرار آن هستند".

بستر خشکانده‌ی زاینده‌رود در مقطع ورودی غربی اصفهان به بعد، محل مناقشه‌ی کسانی است که آب دائم و جاری طلب دارند. تاریخ زاینده‌رود پرفراز و نشیب بوده، تاریخی از تُنُکی به طغیان، از خشکی به زایندگی [2].

گردشگری کشاورزی یکی از انواع نوین گردشگری و مبتنی بر فعالیت‌های کشاورزی است که در جهت رسیدن به توسعه روستایی و ایجاد درآمد پایدار و حفظ سنت‌های کهن رو ستایی مورد توجه قرار گرفته ا ست. از ویژگی‌های مهم آن ایجاد فعالیت‌های اقت صادی و افزایش اشتغال و درآمد در محیط روستایی است. هدف این نوع گردشگری تعامل بین روستاییان و گردشگران و درآمدزایی مستقیم برای روستاییان و کشاورزان است. گردشگری ورزشی آن دسته از سفرهایی گفته می‌شود که شخص با هدف تماشا یا شرکت در یک مسابقه ورزشی عازم سفر می‌شود. گردشگری ورزشی یکی از زیرمجموعه‌های صنعت گردشگری است که طرفداران آن روز به روز در حال افزایش است. توریسم ورز شی به آن د سته از فعالیت‌های گرد شگری اطلاق می شود که انگیزه و هدف ا صلی گرد شگران از انجام آنها، م شارکت فعال یا غیر فعال در ورزش‌های رقابتی یا تفریحی یا حتی حضور در رویدادهای ورز شی به منظور لذت بردن و تشویق نمودن ورز شکاران مورد علاقه شان در میادین ورز شی است. م سئله قابل توجه این است که بخشی از سفر گرد شگران ورز شی، انواع دیگری از گرد شگری مانند طبیعت گردی را در بر می گیرد [1].

نظر به تغییرات جهانی و لزوم تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری و با توجه به افزایش گرایش به انواع گردشگری تخصصی و ضرورت ارائه خدمات طبق علایق خاص به گردشگران، شیوه نامه جدید با هدف بهبود معیشت کشاورزان و توسعه پایدار روستایی، حفظ حقوق و منافع مشروع قانونی فعالان بخش گردشگری کشاورزی و استفاده از ظرفیت آنها جهت پیشبرد اهداف گردشگری و نظارت بر فعالیت و عملکرد آنها، کاهش بیکاری و افزایش درآمد روستاییان و کاهش آثار نامطلوب زیست‌محیطی ابلاغ شده است.

در حال حاضر در ایران گردشگری کشاورزی داریم. یک نمونه بارز آن، تولید گل در قمصر کاشان است که در فصل برداشت گل، گردشگرانی به کاشان می‌روند و هم برداشت و هم صنایع تبدیلی آن را از نزدیک می‌بینند و خرید می‌کنند. حتی این مراسم، هر سال به شکل «جشنواره گلاب‌گیری کاشان»، به عنوان «میراث ناملموس» برگزار می‌شود.

علاوه‌برآن، مزارعی هم در استان گلستان، گیلان، مازندران و تهران وجود دارد که به صورت اختصاصی برای گردشگری کشاورزی ساخته شده‌اند و گردشگرها به آنجا می‌روند و با مراحل کشاورزی در حوزه‌های مختلف آشنا می شوند. به عنوان مثال، یک مزرعه پرورش شترمرغ می‌تواند به عنوان یک جاذبه گردشگری کشاورزی مورد استفاده قرار بگیرد [1].
در گردشگری کشاورزی، یک بخش از درآمد کشاورزان، گردشگری است و نباید تولید کشاورزی را کنار گذاشت و فقط به فکر گردشگری بود. این نوع از گردشگری، زیرساخت‌های خاص خود را می‌خواهد اما درعین حال باید بدانیم که نباید بیش از اندازه به طبیعت تجاوز کنیم و شرایط طبیعی آن را به خاطر گردشگری برهم بزنیم [1].

اقامتگاه‌های بوم‌گردی شاید مستقیما گردشگری کشاورزی نباشد ولی می‌تواند به عنوان بازوی کمکی باشد. از سوی دیگر، گردشگری کشاورزی، گردشگری خلاق هم هست چون کسانی که برای گردشگری کشاورزی اقدام می‌کنند، می‌خواهند به یک شکلی با روندهای کشاورزی آشنا شوند. مثلا وقتی کسی می‌خواهد فرایند برداشت زعفران را ببیند، باید بداند که باید صبح زود برای چیدن زعفران برود، بنابراین باید مکانی در نزدیکی مزرعه برای اقامت وجود داشته باشد اما نباید اجازه دهیم این زیرساخت‌ها در خود مزرعه پیاده‌سازی شود [1].

ضمن اینکه باید درنظر داشت که همه فعالیت‌های کشاورزی ممکن است به خود زمین مرتبط نباشد و اصلا شرایط تخصیص برای گردشگری کشاورزی را نداشته باشند. گردشگری کشاورزی می‌خواهد بخشی از درآمد کشاورزان را که خام‌فروشی می‌کنند، افزایش دهد.جنس مرغوب خاک و وجود آب‌های زیرزمینی، امکان سرمایه‌گذاری برای ایجاد مزرعه‌هایی با هدف کشت گیاهان دارویی یا گل‌های زینتی را دارد که می‌تواند جاذبه‌ای برای گردشگران ایجاد کنند [1].

کشور ایران به دلیل برگزاری مسابقات بکر و ناب باستانی و جذاب پتانسیل زیادی در زمینه گردشگری ورزشی دارد. طبیعت چهار فصل ایران می‌تواند میزبان بسیاری از رویدادهای ورزشی باشد و گردشگران را جذب کند. مسئولین و سیاست گذران می‌توانند وضعیت گردشگری ورزشی در ایران را بهبود بخشند. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و کمیته ملی المپیک در این حوزه نقش مهمی دارند [1].

گردشگری می‌تواند از نظر فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بر میزان درآمد و رشد کشورها تاثیر بگذارد. این روش یکی از منابع مهم اشتغال زایی و کسب درآمد نیز محسوب می شود. امروزه رویدادهای ورزشی بسیار مورد علاقه و توجه عامه مردم و ورزشکاران هستند .یکی از تاثیرات گردشگری ورزشی این است که گردشگران می‌توانند با کشور میزبان آشنا شوند. این آشنایی از جنبه‌های مختلف فرهنگ و جاذبه‌های مختلف گردشگری است. همچنین گردشگران می‌توانند با کشور برگزار کننده مسابقات آشنا شده و تبادل فرهنگی کنند. علاوه بر این، ترکیب ورزش و گردشگری، مفهوم و ساختار جدیدی را برای پرکردن اوقات فراغت و ایجاد شادی و نشاط فراهم آورده است. از این جهت، توریسم ورزشی می‌تواند در ارتقاء سرزندگی و بهبود سلامت جوامع نقش موثری داشته باشد. همچنین، کشورهای پیشرفته در

زمینه ورزش سرمایه گذاری کرده و به صورت جدی و پیوسته از ورزش حمایت می‌کنند. توجه به شور و نشاط افراد و مخصوصا نیروی کار، منجر به افزایش کارایی و کاهش چشمگیر میزان جرم و بزه می‌شود [1].

در همه‌ی اعصار چه اصفهان دهی بوده باشد کویری با فاصله از کناره‌ی مواج زاینده‌رود و چه پایتخت اسلام شیعی عصر صفوی، حیات اجتماعی بخشی از مردمان کویری به او بند بوده است. کشاورزی در اقلیمی عمدتا خشک وابسته بوده به میزان بارش‌ها و آب‌های روان‌شده از زاگرس در جوی‌ها و از چشمه‌هایی که در نهایت در مسیری ۴۰۰ کیلومتری رود حیات‌بخش فلات خشک مرکزی را تشکیل می‌دهد .اسکان جمعیت، اجبار به یکجانشینی اقوام، نیاز به تولید مواد غذایی و کارآفرینی برای این جمعیت نوپا و تلاش برای گذار از مرحله‌ی دامداری به کشاورزی حیات اصفهان را به زاینده‌رود گره زده‌بود. در دوره‌ی صفوی است که اصفهان از شهری با فاصله به سمت زاینده‌رود (زرن‌رود) گسترش می‌یابد ساحت‌های فیزیکی و زیربنایی‌اش را بر رودخانه بنا می‌نهد. بر مبنای طرح جامع صفوی است که عمران شهری با بهره‌برداری دیوان سالارانه از رودخانه از طریق ساخت مادی‌ها و تنظیم نسق برداشت آب قوام می‌گیرد و ارتباط محدود دو سوی رود با ساخت پل‌های چندگانه وسیع می‌شود. در توصیف وضعیت این روزگار، سفرنامه‌نویسان متعددی گزارش‌هایی از بودوُباش این رود که با انتقال پایتخت از قزوین به اصفهان و ورود اقوام مختلف به این شهر به فرمان سلاطین صفوی بر جمعیت حاشیه‌اش افزوده می‌شد تقریر کرده‌اند [2].

تا زمانی که کشاورز به عنوان بهره بردار به لحاظ اقتصادی توجیه نشود نمی‌توان در الگوی کشت پیشرفتی داشت و از سوی دیگر باید اقتصاد و معیشت و خانواده کشاورز را در نظر گرفت و نباید انتظار داشت کشاورز به راحتی توجیه شده و به جای برنج ۱۱۰ هزار تومانی گندم ۱۱ هزارتومانی بکارد و اعتراضی هم نداشته باشد.

بحران زاینده رود و خشک شدن ۹۸ درصد از تالاب گاوخونی، توزیع ناعادلانه آب و وجود خلاء های قانونی در توزیع و مدیریت آب از چالش‌های مهم استان اصفهان می باشند. مشکل حوضه آبریز زاینده رود تحت تاثیر مثلث مدیریت ناکارآمد منابع آب، اظهارات غیر مسئولانه مقامات دولت‌های گذشته و خشکسالی به مسئله‌ای دشوار بدل شده اما با اتخاذ راهکارهای کارشناسی در کنار عزم دولت و مردم، این موضوع قابل حل است. مدیریت آب باید جامع، کلان و بدون بخشی نگری باشد و استقلال شرکت‌های آب منطقه‌ای منافاتی با این موضوعات ندارد اما قرار نیست مباحث کلان آب، انتقال و بهره برداری از آب را آب منطقه‌ای تعیین تکلیف کند. باید بررسی کارشناسانه در خصوص مهاجرت و دلایل آن به استان اصفهان انجام شود. ایجاد صنایع در فلات مرکزی و ایجاد اشتغال و توسعه کشاورزی باعث مهاجرت جمعیت زیادی به اصفهان شده و مدل توسعه بی رویه و جانمایی صنعت در اصفهان غلط بوده و باید توسعه صنعت در فلات مرکزی متوقف شود. صنایع باید از منابع حاصل از بازچرخانی آب به جای آب شرب برای انجام فعالیت‌های صنعتی خود استفاده کنند.کشت برنج در استان اصفهان معنا ندارد جهاد کشاورزی باید اصلاح الگوی کشت را در استان‌هایی که بحران آب دارند در دستور کار قرار داده و ضمن آموزش به کشاورزان، تضمین خرید محصول نیز به آنان داده شود. وزارت نیرو بر اساس ماده ۱ قانون توزیع عادلانه آب وظیفه استحصال منابع آب، تأمین آب برای مصرف کنندگان، تأمین نیازهای مصرفی در کشور و همچنین حفاظت از منابع آبی را برعهده دارد اما باید در ابتدا جلوی مهاجرت به شهرها و توسعه نامتوازن گرفته شود. گسترش آبیاری تحت فشار و تغییر الگوی کشت نتوانست در عبور از بحران آب جوابگو باشد. در خصوص بهره وری هم باید گفت با توجه به ویژگی‌های خاک میهن عزیزمان و سطح زیر کشت ۱۸ میلیون‌مترمربعی در کشور، فقط ۴ درصد از این خاک‌ها جزو خاک‌ها و اراضی قابل کشت بوده و ۹۶ درصد خاک‌های کشور دارای محدودیت سنگلاخ، محدودیت عمق، محدودیت شوری و گچی و آهکی و عدم‌زهکشی و غیره است و نباید به این دلیل که ایران کشوری چهار فصل است اقتصاد کشور بر مبنای کشاورزی تنظیم شود و معتقدم این استدلال غلط مبنای کارشناسی ندارد.

خودکفایی و امنیت غذایی دو مقوله غیر مرتبط است و برای تأمین امنیت غذایی حتماً نباید در برخی از محصولات استراتژیک خودکفا باشیم چرا که با نگاهی به الگوها و تجربه‌های جهانی در کشورهای اروپای غربی و اسکاندیناوی که کشاورزی وجود ندارد، امنیت غذایی و

سرانه مصرف گوشت و برنج و لبنیات و نان آنها با ایران قابل مقایسه نیست. واردات برنج از هند و پاکستان به دلیل خودکفایی آنان در تولید این محصول استراتژیک است ولی با وجود خودکفایی این دو کشور در تولید و صادرات برنج با بررسی اوضاع این دو کشور درصد گرسنگی‌های آشکار و پنهان در بین مردمان هند و پاکستان مشخص می شود، پس خودکفایی یا افزایش تولیدات کشاورزی ربطی به امنیت غذایی ندارد.

تا زمانی که تصمیمات و قانونگذاری و مدیریت در کشور بر مبنای واقعیات و اطلاعات و تحلیل‌های درست پایه ریزی نشود در بر روی همین پاشنه می چرخد و متأسفانه مهمترین مشکل کشور عدم درک مدیریت کلان کشور از وضعیت موجود است. مسئولان باید در صورت کوچک کردن کشاورزی هزینه آن را بپردازند. کوچک شدن کشاورزی نباید به معنای ممانعت از حضور کشاورز در زمین باشد بلکه با ارزیابی میزان زمین و کشت غالب منطقه و میانگین عملکرد منطقه در سال باید پول آن را به کشاورز بپردازیم ولی حق انجام عملیات کشاورزی نداشته باشد و تا زمانی که این گونه مدیریت نشود وضعیت آب بحرانی‌تر می‌شود. مقصر اصلی در عدم توانایی مدیریت بحران آب کشور وزارت نیرو است. در لایحه بودجه ۱۴۰۱ اعتبارات سد سازی ۶۷ درصد افزایش بودجه داشت و همچنین بودجه انتقال آب بین حوزه‌ای ۱۰ در صد اضافه شده بود. باید گفت این دو موضوع یعنی سد سازی های بی رویه و انتقال آب بی رویه (مدیریت سازه محور) عامل اصلی وضع موجود هستند.

در سال ۱۴۰۰ بودجه رسمی برای ۷۷ سد تعلق گرفت و در سال ۱۴۰۱ به ۱۰۷ سد بودجه دادند و این یعنی ۸۴ درصد کل بودجه فصل آب، سازه محور بوده و مدیریت تقاضا به هیچ عنوان در آن لحاظ نشده است.

در بخش خانگی هم انتقادات زیادی بر عملکرد وزارت نیرو است چون ۱۰ درصد منابع آبی کشور در بخش خانگی مصرف می‌شود و سرمایه گذاری بیش از حد تأثیری بر مدیریت بحران آب ندارد اما شعار تأمین آب شرب به توجیهی برای سدسازی تبدیل شده است.

بر اساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در سال ۱۳۹۳ بیش از ۱,۴ میلیارد متر مکعب آب شیرین به دلیل فرسودگی انتقال آب شهری در سال هدر می‌رود و این یعنی در سال به اندازه ۷ سد به بزرگی امیرکبیر کرج آب شرب و شیرین را به دلیل فرسودگی شبکه انتقال آب شهری از دست می‌دهیم.

با وجود ۱۵۰ هزار کیلومتر شبکه انتقال آب شرب شهری و فرسودگی ۹۰ هزار هکتار از این خطوط بر اساس آمار وزارت نیرو، اگر وزارت نیرو به شرح وظایف و مسئولیت‌های خود به درستی عمل می‌کرد و اگر درصد بسیار کوچکی از این بودجه‌ای که برای سد سازی استفاده می‌شود به نوسازی خطوط انتقال آب تخصیص می‌یافت علاوه بر اصلاح شبکه انتقال آب مردم مشکلی در آب شرب نداشتند.

مباحث آموزشی و ترویجی، مزارع الگویی و مزارع تحقیقاتی، جایگزینی با سایر محصولات و پشتیبانی در این طرح دیده شده است. تدوین قوانین لازم در سطح ملی، تشکیل ستاد راهبردی و تخصیص به‌موقع اعتبارات، هماهنگی و ایجاد صنایع بالادستی، نظارت و تأمین به‌موقع نهاده‌های لازم و نصب کنتور حجمی و اعطای تسهیلات تشویقی از جمله الزامات اجرای طرح است.

نگاه منطقه‌ای، بومی و استانی در اکثر نمایندگان ما وجود دارد در حالی که نماینده مجلس نماینده یک شهر یا استان خاص نیست نماینده کل ملت ایران‌است و نباید نگاه بخشی داشته باشد.

سند آمایش کلید همه مشکلات آب در بخش صنعت و کشاورزی است. حدود ۱۰ سال است تنها به شعار بسنده کرده‌ایم و سند آمایش سرزمینی هنوز آماده نشده و در حوزه صنعت بیشترین صنایع ما در فلات مرکزی است که رشد آن باید متوقف شود و به صفر برسد.

در صورت تغییر الگوی کشت علاوه بر لزوم آموزش به کشاورزان باید لوازم و شرایط آن نیز فراهم شده و اکثریت کشت‌ها باید گلخانه‌ای و در محیط‌های بسته باشد.

در ایران هدر رفت حدود ۹ میلیارد مترمکعب آب در ضـــایعات محصـــولات کشـــاورزی وجود دارد. در تمام دنیا تولید محصـــولات استراتژیک دیم کاشت ۸۰ درصد و در ایران ۳۰ درصد است و این در حالی است که کشورهای دیگر با ۸۰ درصد کشت دیم ۸۵ درصد نیاز کشورشان را تولید می‌کنند و در ایران از ۳۰ درصد کشت دیم ۵ درصد نیاز کشور تأمین می‌شود.

استان اصفهان در طول ۱۰ سال گذشته منتهی به خرداد ماه ۱۳۹۵ در کشت برنج در رده هفتم با اختلاف بسیار زیاد با رده‌های قبلی قرار گرفته است.

بیشـترین کشـت برنج در اسـتان اصـفهان در مناطقی اسـت که طبق طومار شـیخ بهایی، حق آبه دارند و در هر صـورت باید به آنها آب اختصاص یابد.

با تبادل موافقت نامه بین کشاورزان شرق و غرب تعداد زیادی از کشاورزان غرب، غله کار شده‌اند و تغییر الگوی کشت و تغییر کاربری زمین‌ها و جایگزینی صنایع وابسته و جنبی و ... از جمله اقدامات انجام شده است.

کمبود آب در سراسر کشور مشهود است و در هیچ کجای دنیا، برنج در مناطقی با بارش کمتر از ۸۰۰ میلی‌متر کشت نمی‌شود. پیرو ابلاغ صورت گرفته کشت برنج در سراسر کشور به جز استان‌های گیلان و مازندران ممنوع است و این موضوع حتی به بیمه‌های کشاورزی نیز اعلام شده است.

در حوضه زاینده رود مهمترین تصمیم درباره کشاورزی برای تاثیر بر بیلان آبی توقف هر گونه توسعه کشت در این حوضه است. کاشت سه هزار هکتار برنج در زمینی که چند هزار سال است برنج در آن کاشت می شود و آب مصرف شده در زمین بازچرخش می شود، نباید صورت مساله بحران زاینده رود را پاک کند.

کنترل برداشت از رودخانه در بالادست یکی از اقدامات موثر در احیای رودخانه است. با این اوصاف با توجه به بحران آب ایجاد شده باید مدیریت کامل و دقیقی در بخش تولید محصولات کشاورزی و تغییر الگوی کشت بر مبنای تولید محصولاتی که به آب کمتری نیاز دارد صورت گیرد، اما کارشناسان و مسئولان تصمیم‌گیر باید به این نکته مهم نیز توجه داشته باشند که بخش بزرگی از جامعه روستایی کشور ما را کشاورزان تشکیل می‌دهند و ممنوعیت تولید برخی محصولات بدون ارائه راهکار و الگوی کشتی مناسب، فقط ضربه زدن به ریشه کشاورزی و خشکاندن جوی باریک زندگی این قشر زحمتکش خواهد بود.

در حالی که گستره شهری گسترش یافته و جمعیت و به تبع آن مصرف آب نیز زیاد شده است، نه در اصفهان و نه در هیچ جای ایران بخش کشـاورزی از توسـعه متناسـب در روش و فناوری روزآمد بهره‌مند نبوده و رویکرد چیره بر آن نسـبت به سـده‌های پیشـین چندان تغییری نکرده است.

پر بیراه نیست اگر بگوییم که بر این اساس امروز هر بیان و راهکار ناگهانی در زمینه تامین فوری آب زاینده‌رود داده شود، یک حرف غیر کارشـناسـی و غیر علمی به نظر می‌رسـد. هیچ امکانی برای تامین اسـاسـی آب این حوضـه آبریز بدون تغییر الگوی مصـرف و بازطراحی مصارف صنعتی، کشاورزی و شهری در حوضه آبریز وجود ندارد. چرا که برای مثال اگر بگوییم سهم آب صنایع فولاد و آهن به گونه‌ای

موثر در تامین حق آبه پایین دست کم شود (چگونه؟) که در این صورت شاید کشاورزان راضی شوند، ولی احتمالا برخلاف آنها کارگران از تعطیلی احتمالی صنعت و طبیعتا افزایش بیکاری ناشی از آن چندان راضی نخواهند بود.

البته این بدان معنی نیست که نتوان با یک برنامه‌ریزی میان مدت و دراز مدت، با جمع‌آوری و انتقال چنین صنایعی به کرانه‌های ساحلی و جایگزینی آنها با صنایع سازگار با شرایط اقلیمی راهکاری علمی را در احیای حوضه آبریز زاینده رود بکار بست.

تجربه کشور ژاپن در این زمینه به سبب محدودیت گستره خشکی کشور در اواخر دهه ۷۰ و اوایل ۸۰ میلادی صنایع فولاد خود را جمع آوری و با صنایع کمتر جاگیر چون صنایع ترانزیستور جایگزین کرد.

بپذیریم که از این پس کشور با چنین صنایعی با چالش‌هایی روبرو است. از آنجا که آمایش سرزمین واقعی در کشور اجرایی نشده است، در برخورد با این چالش‌ها همچون به کارگیری مُسکن در پنهان کردن درد، راهکارهای کوتاه مدت چون انتقال آب بین حو ضه‌ای و... در دستور کار قرار گرفت که این روش‌ها افزون بر انبوه مشکلات گوناگون اجتماعی در دراز مدت، چالش‌های زیست محیطی را نیز ایجاد خواهند کرد .در حالی که مصرف کننده اصلی آب در کشور بخش کشاورزی است، این بخش همچنان اقتصادی نیست. غیر علمی‌ترین واژه‌هایی که در سال‌های اخیر به کار گرفته شد، واژگانی چون خودکفایی گندم است. این ادبیات، عبارات منسوخ شده دهه ۶۰ میلادی است و امروز دیگر در بحث راهبردی امنیت غذایی جایگاهی ندارد، ولی در دوره‌هایی سبب کاربری مقطعی و غیر علمی آب و خاک در مناطق با تنش آبی و خاکی چون سیستان و بلوچستان شد.

امروزه بر ا ساس آمایش سرزمینی می‌توان م شخص کرد که متنا سب با ویژگی‌های سرزمینی، اقلیمی و جمعیتی هر منطقه وارد بخش کشاورزی یا دامداری و یا صنعتی شود و اگر منطقه‌ای پتانسیل کشاورزی و یا صنعتی شدن را دارد، چه نوع کشت و صنعتی را می‌توان در آن توسعه و رونق داد. این راهکارها نه با خواست منطقه‌ای، فشارهای سیاسی و یا انتظارات محلی و قومیتی نمایندگان مجلس، بلکه بر اساس آمایش سرزمینی بر بنیان علمی و منافع ملی راهبردی کشور باید تنظیم و بکار گرفته شود. از این نگاه باید ایران را از بسیاری جهات همچنان کشوری سردرگم و شناور در میان زندگی و باورهای عشیره‌ای و سبک مدرن و در نتیجه متاثر از آن دانست.

در استان اصفهان از زمان‌های دور در منطقه "لنجان" کشت برنج رونق داشته است و موردی نیست که امروز به آن پرداخته شده باشد، ولی باید تعجب کنیم که چرا در منطقه ورامین به کشت برنج مبادرت شده است و یا اینکه چه کسانی و با چه منطقی اقدام به کشت آن در حاشیه کویر کرده‌اند.

د ست کم از دهه ۶۰ خور شیدی شکاف‌ها و فرونـ ش ست د شت مهیار ا صفهان شناخته شده بود، ولی زمانی که می‌خواهیم به م سائل فرونشست اصفهان بپردازیم، به اندازه‌ای به این مساله پوپولیستی پرداخته می‌شود و حرف‌هایی درباره چرایی خشکی زاینده رود و فرونشست شهر اصفهان زده می‌شود که در بنیان، کمتر از سندیت و پایه علمی برخوردار است. زمانی که اخبار راست و نادرست با اهداف رنگارنگ در هم تنیده می شود فر صت برای سوداگران ایجاد خواهد شد و در نتیجه چنین عملکردی، آ ستانه درد هم نزد مسؤولان و هم در نزد جامعه بالا رفته و کارایی خود را از دست می‌دهد.

کاهش مصرف آب از سوی مردم اگر چه خوب و پسندیده است، ولی راه علاج بی آبی حوضه‌ای همچون زاینده‌رود و منطقه اصفهان نیست. بیش از آنکه مصرف مردم بالا باشد، که هست! ناهماهنگی، عدم توازن روش و فناوری‌های کشت و صنعت و البته هدررفت آب را داریم که به دلیل فرسوده و کهنگی سامانه‌های انتقال آب است که موجب شده امروز ایران در وضعیت ورشکستگی آبی قرار گیرد.

اصل سدسازی‌ها، اقدام نادرستی نیست ممکن است بخشی از حق آبه به اصفهان بازگردد و این به معنی خروج از بحران تلقی نمی‌شود. به هرحال تا بکارگرفتن یک راهکار علمی مستند بر آمایش سرزمین امیدواریم حق آبه این استان داده شود، در غیر این صورت اگر خشکی ممتد در پی بناهای باستانی ایجاد شود، این آثار تاریخی نیز با مشکل مواجه خواهند شد؛ از این رو نیاز است تا آبی در این استان جاری شود تا دوباره زندگی در زاینده رود و اصفهان جریان داشته باشد.

با تمام این مسائل ایران سرزمینی دارای فرصت‌های طلایی، جغرافیایی و ژئوپولیتیکی است و از این رو با تغییر نگرش و پارادایم مدیریتی، دسترسی به دریا و توسعه شهرهای هوشمند و اقتصاد دریا محور می‌تواند در دستور کار قرار گیرد. برای نمونه در کنار دهها شهر و بندر در کرانه‌های آبی شمال و جنوب کشور، سواحل مکران با دسترسی یگانه به دریاهای آزاد همچنان بکر و دست نخورده باقی مانده است. از این رو به نظر می‌رسد که دیگر به دور از نگرش‌های محلی و قومی نقشه راه توسعه باید هوشمندانه و متناسب با نیاز آینده رقم زده شود. بپذیریم که توسعه در سده بیست و یکم ملزومات خود را در تعامل بین‌المللی می‌طلبد.

می بایست ابراز امیدواری کرد که روزی خارج از به کارگیری واژگان، دستور و ابلاغیه‌های رنگارنگ برابر با آمایش سرزمین در مسیر توسعه پایدار با خرد جمعی با هدف افزایش تاب آوری و منافع ملی در مورد چالش‌های پیش روی مام میهن فکر و اقدام شود.

حرکت به سمت حل مسئله حوضه آبریز زاینده رود در گام اول مستلزم تغییر ساختار مدیریت در این حوضه آبریز است. بر همین مبنا ابتدا تاسیس واحد مدیریت یکپارچه حوضه آبریز رودخانه زاینده رود به منظور مشکلات مرتبط با منابع آب را فارغ از تاثیرپذیری از مسائل غیر فنی باید پیگیری شود.

این واحد یکپارچه مدیریت باید به تنهایی مسئولیت احیای پایداری زاینده رود را بر عهده داشت باشد و هرگونه ضعف در مدیریت تنها از این نهاد یک پارچه مورد بازخواست قرار گیرد.

در گام بعدی حل مشکلات حوضه آبریز زاینده رود، تشکیل شورای هماهنگی حوضه آبریز زاینده رود با حضور استانداران اصفهان، چهارمحال وبختیاری، یزد و خوزستان به همراه تمامی متولیان مرتبط با این موضوع اعم از معاونین وزرای نیرو، جهاد کشاورزی، صنعت معدن و تجارت و همچنین نمایندگان اصناف کشاورزی و سایر ذینفعان منطقه تحت پوشش این رودخانه باید در دستور کار قرار گیرد. این شورا با حضور تمامی ذینفعان و مقامات مسئول می‌تواند در جلوگیری از تقلیل مسئله به یک موضوع قومیتی نقش قابل توجهی را ایفا کرده و سازوکاری برای طرح شدن همه مطالبات به همراه بررسی کارشناس مسئله به وجود بیاورد.

پس از اصلاحات مدیریتی در حوزه آبریز زاینده رود تغییر سازوکار اجرایی در این رودخانه با رویکرد مدیریت دقیق منابع آب باید در دستور کار قرار گیرد. بر این اساس میزان حقابه ها، سهم آبه‌ها، صاحبان حق اشتراک و حقابه زیست محیطی رودخانه زاینده رود و تالاب گاوخونی باید در قالب یک مطالعه شفاف و مورد توافق دولت و ذی‌نفعان تعیین شود. لازم به تاکید است ممنوعیت بارگذاری جدید بر منابع آب زاینده رود تا پیش از تعیین تکلیف در این حوضه یکی از شروط اساسی به منظور حل مسئله است، زیرا بارگذاری بدون توجه به منابع یکی از اساسی‌ترین مشکلاتی است که وضعیت حل این مسئله را تحت شعاع قرار داده است.

اهمیت جلوگیری از برداشت غیرمجاز و مسئله برداشت‌های غیرمجاز می‌تواند به توسعه غلط در منطقه ختم شود، برای مثال ممکن است، زمینه کشت محصول بدون تطبیق با شرایط آبی را به وجود آورد که اثر بدی بر مدیریت منابع آب دارد. علاوه بر مسئله جلوگیری از برداشت‌های غیر مجاز فراهم کردن تسهیلات لازم برای تغییر شیوه های آبیاری توسط وزارت جهادکشاورزی در منطقه از مسائل مهم تلقی می شود. زیرا مدل کشت سنتی در این حوضه آبریز زمینه هدر رفت بخش قابل توجه از آب را فراهم کرده و به دنبال آن می‌تواند بهره‌وری استفاده از منابع آب را ارتقا دهد.

دولت به منظور حل مشکل آب با توجه به تغییرات الگوی بارش و لزوم افزایش طرح‌های آبخیزداری در راستای جلوگیری از هدر رفت آب حاصل از نزولات جوی آیا اعتباری برای توسعه طرح‌های آبخیز داری تخصیص بدهد.

احداث سد و اجرای آبخیزداری و آبخوان داری یکی از کارهایی است که باید در استان‌هایی که بارش‌های موسمی دارند انجام شود.

در کشور سامانه رصد و پایش و اطلاع رسانی دقیق برای سیلاب وجود ندارد چرا که در صورت نبود بارش با کم آبی مواجه شده و با شروع بارش‌ها سیلاب‌ها سرازیر می‌شوند و بر این اساس آبخیز داری حرف اول را در مدیریت منابع آبی کشور خصوصاً در مناطق زاگرس شمالی و زاگرس مرکزی و زاگرس جنوبی می‌زند.

اجرای طرح‌های آبخیزداری حتی برای استان‌هایی همچون سیستان و بلوچستان و هرمزگان نیز اولویت دارد. مقدار حجم آب سرریز به سمت خلیج فارس و دریای عمان بسیار زیاد بوده و متأسفانه از دسترس ما خارج است در حالی که می‌توان با این مقدار از آب استان‌های بسیاری را سیراب کرد.

حل مسئله بحران آب زاینده رود تنها به مسئله سیاست‌گذرای و سازوکار اجرایی ختم نشده و توجه ویژه به ذینفعان به خصوص کشاورزان باید در دستور کار قرار گیرد. بر همین مبنا تأسیس صندوق تأمین خسارت خشکسالی در حوضه آبریز زاینده رود می‌تواند تاثیر قابل توجهی در جلوگیری از نارضایتی اجتماعی داشته باشد. بر این اساس به استناد مصوبه شورای عالی آب در خصوص سازوکار کاهش نارضایتی اجتماعی، مصرف کنندگان بخش صنعت که در زمان خشکسالی بدون کاهش سهم خود آب دریافت می کنند باید خسارات کمبود آب سایر مصرف کنندگان حوضه را پرداخت کنند.در کنار موارد یاد شده به استفاده از سازوکار سازهای حل مسئله با رویکرد به حداقل رساندن تلفات آب و تامین نیاز ذینفعان می‌تواند به حل مسئله حوضه آبریز زاینده رود کمک شایانی نماید.

با هم‌افزایی لازم کارشناسی برای حل مسئله زاینده رود در دستور کار قرار گیرد. با توجه به نگرانی همه ذینفعان حوضه آبریز زاینده رود، مسیر مناسبی در پیش گرفته و به نظر می‌رسد عزم دولت و مردم در کنار توجه ویژه به اظهارت کارشناسی می‌تواند زمینه‌ساز حل مسئله تلقی شود.

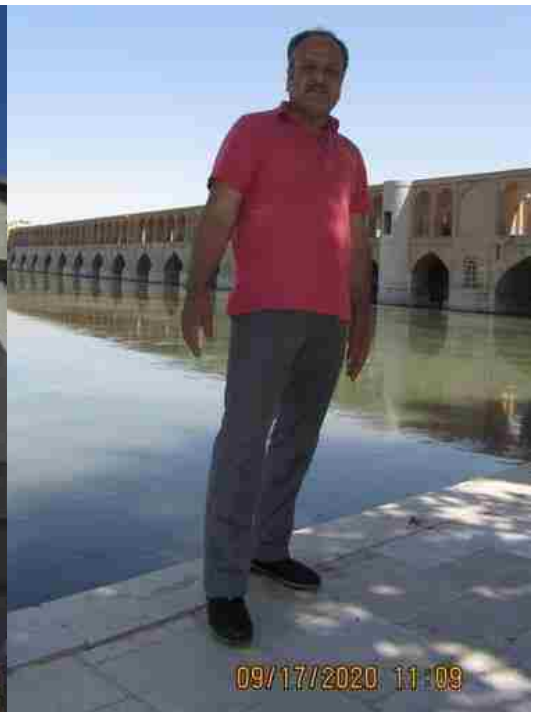
امروزه دولت‌ها برای رهایی از وابستگی به اقتصاد تک‌محصولی و دستیابی به توسعه پایدار، به‌دنبال تقویت و گسترش صنایع نوین هستند. در این میان، صنعت گرد شگری با اتکا به توسعه فناوری اطلاعات، پیشرفت‌های تکنولوژیک و بهبود زیر ساخت‌های حمل‌ونقل، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع جهانی، نقشی بی‌بدیل در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها ایفا می‌کند. این صنعت نه‌تنها در ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی، و تقویت تراز اقتصادی منطقه‌ای تأثیرگذار است، بلکه به‌عنوان ابزاری برای صلح جهانی، حفاظت از میراث فرهنگی، بهسازی محیط‌زیست، ارتقای زیستگاه‌های طبیعی، توسعه مناطق گردشگری و جلوگیری از مهاجرت‌های غیرضروری جمعیت شناخته می‌شود.

گردشگری، صنعتی دانش‌بنیان، پیشرو و تخصصی است که به‌عنوان موتور محرکه‌ای برای توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و ارتقای تولید ناخالص ملی در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است. از این رو، مدیریت علمی، برنامه‌ریزی استراتژیک و توسعه هدفمند گردشگری، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای دولت‌ها و مناطق مختلف به شمار می‌آید.

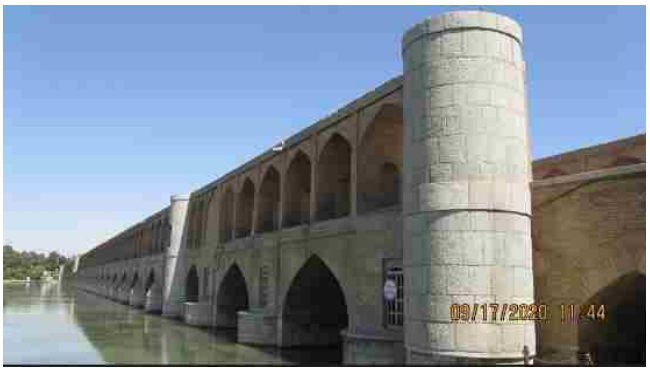
پهنه جغرافیایی زاینده‌رود به‌عنوان یکی از کانون‌های مهم گردشگری در ایران، نمونه‌ای برجسته از مناطقی است که ظرفیت‌های کم‌نظیر طبیعی، فرهنگی و تاریخی آن، مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی قرار دارد. با این حال، به‌نظر می‌رسد ظرفیت‌های این منطقه به‌طور کامل به بهره‌وری اقتصادی تبدیل نشده است و پتانسیل‌های نهفته آن نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی کارآمدتری است. شناخت چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی گردشگری در این پهنه جغرافیایی، نقشی کلیدی در ترسیم مسیر توسعه پایدار و بهره‌برداری از مزایای این صنعت ایفا می‌کند.

09/17/2020 10:48

سی سه پل


09/17/2020 11:09

09/17/2020 11:20

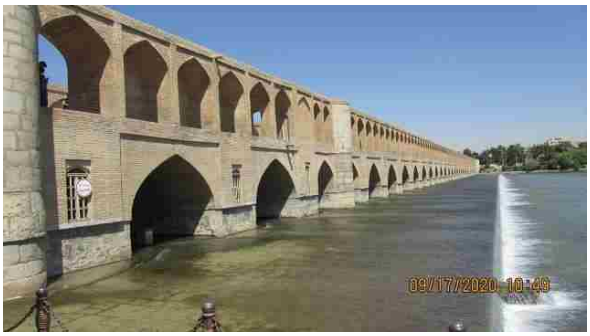

09/17/2020 11:44

09/17/2020 10:39

09/17/2020 10:34

09/17/2020 10:57

09/17/2020 10:40



**شکل های شماره ۷۳ الی ۹۱: نماهایی از بازدید میدانی نویسنده از پل تاریخی سی و سه پل اصفهان و رودخانه زاینده رود که پس از چندین ماه خشکی، در شهریور ۱۳۹۹ آبگیری شد و موجب خوشحالی زیاد مردم محلی و گردشگران شهر تاریخی اصفهان شد.**

**امید آنکه با مدیریت بهینه منابع آب در آینده شاهد آبگیری دایمی رودخانه زاینده رود و خوشحالی زیاد مردم محلی و گردشگران شهر تاریخی اصفهان باشیم. (عکس ها توسط نویسنده در شهریور ۱۳۹۹).**

09/08/2022 11:41

09/08/2022 11:38

09/08/2022 11:39

09/08/2022 10:02

09/08/2022 11:41

09/08/2022 10:01

09/08/2022 10:02

09/08/2022 11:39

09/07/2012 11:48

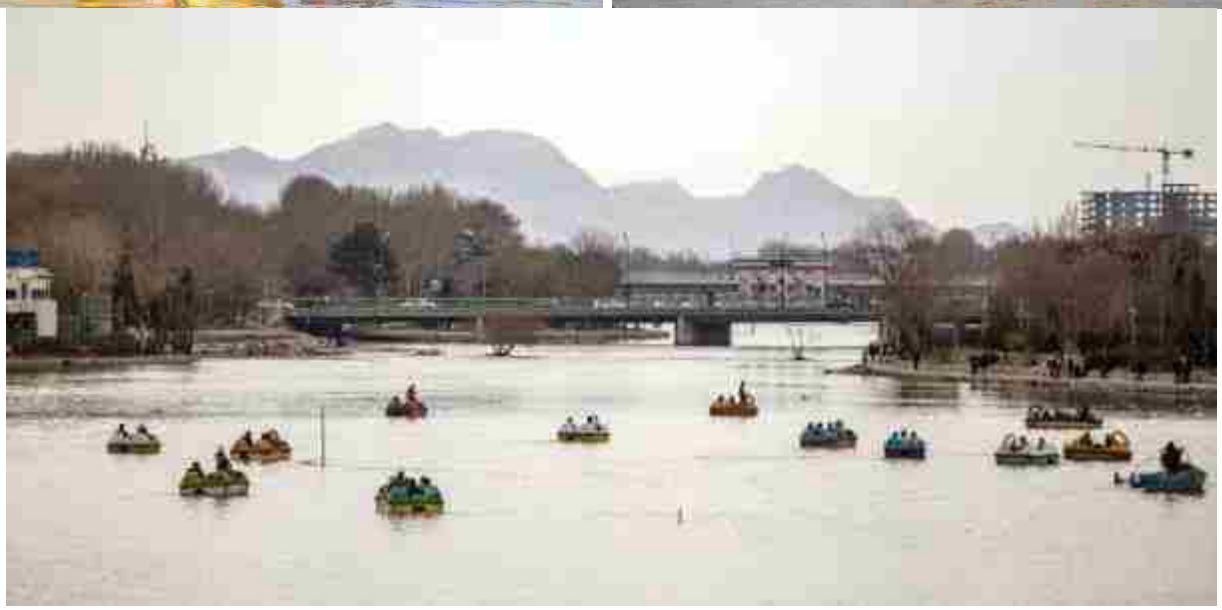
شکل های شماره۹۲ الی ۱۱۶ – نماهایی از بازدید های میدانی نویسنده از رشته کوه جهان بین در فاصله ۲۰ کیلومتری حومه شهرکرد و در مجاورت شهرستان هفشجان قرار دارد. کوه های استان چهارمحال و بختیاری که برخی از آنها غالباً پوشیده از برف است، منبع و منشاء رودهای پرآب و طولانی کارون و زاینده رود هستند که به ترتیب به سوی خوزستان و اصفهان روان است. گرچه استان چهارمحال و بختیاری با داشتن ۱۰ درصد از آب کشور یکی از پرآب‌ترین استان‌های ایران به شمار می‌آید، اما به دلیل جریان داشتن آب رودخانه‌ها در عمق درّه‌ها و هزینه سنگین انتقال آب آنها به سطوح بالاتر، این استان بهره چندانی از منابع آبی خود نداشته و در واقع دشت‌ها و اراضی پست استان‌های همجوار از آن بهره‌مند هستند. چون از فراز قله دالانک، مرتفع‌ترین قله رشته جهان بین، منطقه عظیمی شامل شهرکرد و شهرهای نجف‌آباد و اصفهان کاملاً دیده می‌شود به همین مناسبت به آن نام جهان بین داده‌اند. کوه جهان‌بین در غرب شهر هفشجان در استان چهارمحال و بختیاری قرار دارد. این کوه یکی از کوه‌های رشته کوه زاگرس است. کوه جهان بین به طول ۳۰ کیلومتر از جنوب روستای شمس‌آباد شروع و تا غرب روستای مصطفی‌آباد در حومه شهر هفشجان امتداد دارد. بلندترین قلل آن به نام‌های دالانک با ۳۳۴۲ متر، هفشجان با ۳۳۱۵ متر و شمس‌آباد با ۳۱۳۸ متر ارتفاع می‌باشد. کثرت چشمه ساران، دامنه‌های سرسبز شمال‌شرقی، صخره‌های مرتفع و غارهای ژرف و نیز زیبایی بی نظیر قله مرکزی یعنی نای هفشجان که در عین حال یکی از بی نظیر و منظم‌ترین قلل کشور است، از ویژگی‌های منحصر به فرد این رشته کوه می‌باشد. در دامنه این رشته کوه آثار تاریخی از شکل‌گیری تمدن‌هایی کهن در هزاره‌های پیش از تاریخ حکایت دارد. چشمه‌های بسیار زیاد آن سبب گردید تا این منطقه را با عنوان مَرغ هزار خانی یا منطقه هزار و یک چشمه بشناسند حال آنکه امروزه گردشگاه چشمه زنه در دامنه قله زیبای مرکزی جهان بین هفشجان از جمله جاذبه‌های گردشگری نزدیک به مرکز استان می‌باشند. گردشگاه چشمه زنه در ارتفاعات جهان بین هفشجان در دامنه رشته کوه جهان بین و ۲ کیلومتری هفشجان و ۲۰ کیلومتری شهرکرد واقع شده‌است. در روز طبیعت هرسال بیش از ۱۰ هزار نفر از گردشگاه چشمه زنه و طبیعت زیبای آن دیدن می‌کنند.

لازم به ذکر است که در آخرین بازدید میدانی نویسنده از رشته کوه جهان بین در شهریور ۱۴۰۱ – متأسفانه شاهد کم آبی زیاد (نزدیک به خشکی کامل) چشمه زنه و خالی بودن حدود ۹۰ درصد ظرفیت سد خاکی احداث شده بر روی چشمه زنه بوده است که از علل عمده آن می توان به خشکسالی های اخیر و تغییر اقلیم و برداشت و انحراف آب از سرچشمه های چشمه زنه برای امور

**کشاورزی شدیدا گسترش یافته در منطقه و بویژه محصولات بسیار آب بر ذرت علوفه ای و چغندر قند و همین طور تأمین آب شرب جمعیت روز افزون شهر هفشجان می باشد (عکس های شماره ۹۲ الی ۱۰۷).**

**ولی در بازدید میدانی نویسنده و والدین و خانواده (بویژه همراه پدر نویسنده مرحوم حاج کهزاد گل محمدی که به مدت ۲۰ سال دبیر برجسته و پیشکسوت زبان انگلیسی در اداره آموزش و پرورش شهرستان آبادان تا شروع جنگ تحمیلی رژیم بعث عراق علیه ایران در 31 شهریور ۱۳۵۹ بود و در سال ۱۳۹۵ فوت شدند. و همراه مادرم که ایشان هم به مدت ۲۰ سال دبیر نخبه و پیشکسوت ادبیات و زبان فارسی در آموزش و پرورش شهرستان آبادان بود) از رشته کوه جهان بین و چشمه زنه در نوروز ۱۳۹۰ شاهد پرآبی زیاد چشمه زنه و قله پر از برف کوه جهان بین و پر بودن کامل ظرفیت سد خاکی احداث شده بر روی چشمه زنه بوده است. که این تغییرات عظیم در طول یک دهه واقعا تعجب آور و تأسف بار می باشد. (عکس های شماره ۱۰۸ الی ۱۱۴).**

**همین طور دو عکس های آخر مجددا مربوط به آخرین بازدید میدانی نویسنده از رشته کوه جهان بین در شهریور ۱۴۰۱ می باشند. (عکس های شماره ۱۱۵ الی ۱۱۱۶). (عکس ها توسط نویسنده در نوروز ۱۳۹۰ و شهریور ۱۴۰۱).**



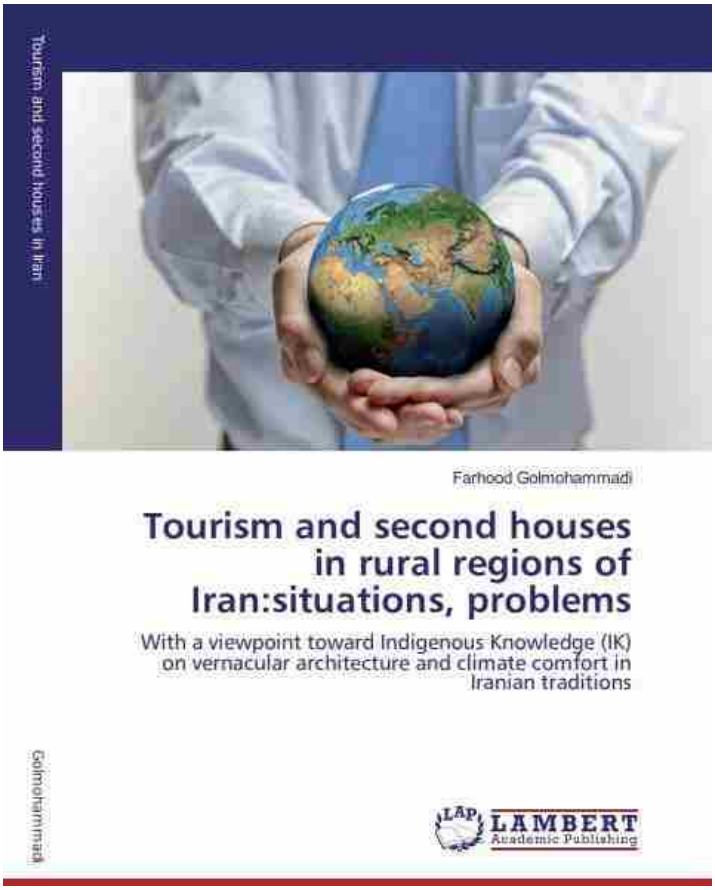
۲۸

۲۸

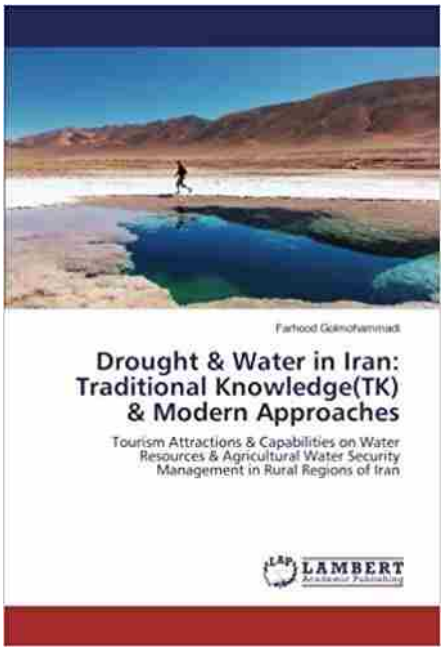
**شکل های شماره ۱۱۷ الی ۱۲۸ - نماهایی از از قایق‌سواری روی آب‌های خروشان / رفتینگ در سرچشمه‌ی رودخانه زاینده رود و پل تاریخی زمان خان و برنج کاری در مناطق بالا دست زاینده رود در شهرستان سامان در استان چهارمحال و بختیاری و انجام قایق سواری آماتور و تفریحی در مجاورت سی و سه پل اصفهان بلافاصله بعد از آبگیری مجدد زاینده رود که با استقبال زیاد شهروندان و گردشگران در این شهر تاریخی و گردشگری مواجه شد. لازم به ذکر است که در صورت خوب بودن وضعیت آب زاینده رود می توان در برگزاری مسابقات ملی و بین المللی و جلب گردشگران ورزشی داخلی و بویژه خارجی در شهر تاریخی اصفهان و در مجاورت زاینده رود استفاده و بهره برداری نمود (عکس ها در ۱۴۰۲).**

## پیوستها:

الف) چاپ کتاب به زبان انگلیسی (منبع شماره ۱ در فهرست مراجع) در موضوع گردشگری در مناطق روستایی و کشاورزی ایران.... توسط انتشارات بین المللی و دانشگاهی کشور آلمان و در اروپا و موجود بر روی اینترنت با مشخصات ذیل در سال ۲۰۱۷ چاپ شده است و هم اکنون در سایت آمازون www.amazon.com و چند سایت بین المللی دیگر موجود می باشد.




ب) چاپ کتاب به زبان انگلیسی (منبع شماره ۲ در فهرست مراجع) در موضوع خشکسالی و آب در ایران.... توسط انتشارات بین المللی و دانشگاهی کشور آلمان و در اروپا و موجود بر روی اینترنت با مشخصات ذیل در سال ۲۰۱۸ چاپ شده است و هم اکنون در سایت آمازون www.amazon.com و چند سایت بین المللی دیگر موجود می باشد.

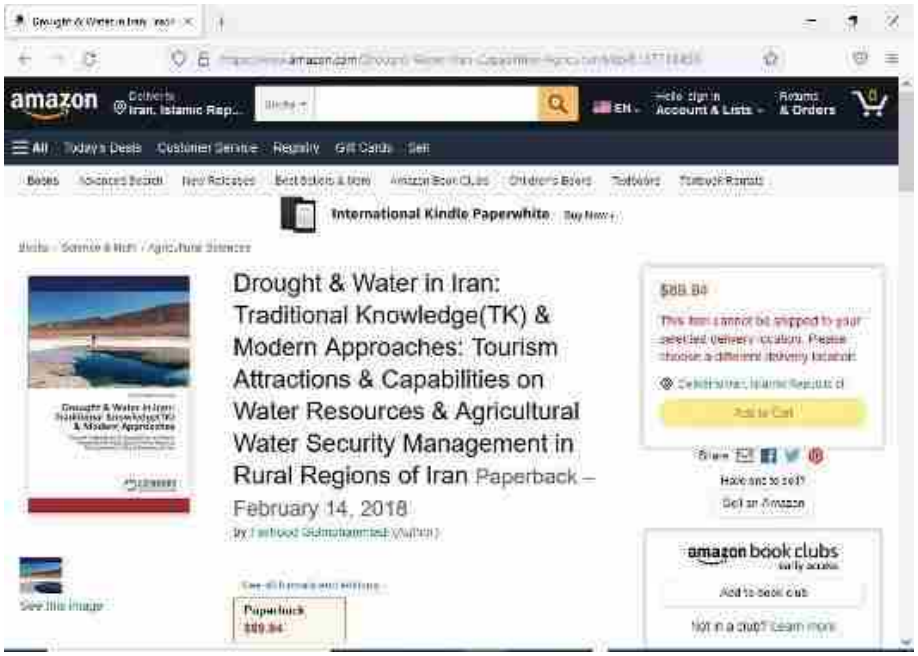


Farhood Golmohammadi

# Drought & Water in Iran: Traditional Knowledge(TK) & Modern Approaches

Tourism Attractions & Capabilities on Water Resources & Agricultural Water Security Management in Rural Regions of Iran

LAMBERT Academic Publishing



## منابع


[1] Golmohammadi, F. (2017). Tourism and second houses in rural regions of Iran: situations and problems. (With a viewpoint toward Indigenous Knowledge (IK) on vernacular architecture and climate comfort in Iranian traditions). LAP Lambert Academic Publishing, Germany. Number of pages: 173. ISBN-13: 978-3659318320 & ISBN-10: 3659318329. Online version is available on: www.amazon.com & www.lap-publishing.com plus …

[2] Golmohammadi, F. (2018). Drought and Water in Iran: Traditional Knowledge (TK) and Modern Approaches. LAP Lambert Academic Publishing, Germany.Number of pages: 248 ISBN: 978-613-7-71845-2. (2018). Online version is available on: www.amazon.com & www.lap-publishing.com plus …

[۳] روزنامه دنیای اقتصـــاد. (۱۳۹۵). آیا حذف کاشـــت برنج، ناجی زاینده رود می‌شـــود؟ شـــماره روزنامه:۳۷۸۹. تاریخ چاپ:۲۵/۰۳/۱۳۹۵. شماره خبر:۳۲۶۷۹۳۲

[۴] نظری، حمید. (۱۴۰۰). کشت برنج در حاشیه کویر، حاصل اشتباهات مدیریتی در حوزه آب است. شنبه ۲۰ آذر ۱۴۰۰ - ۰۹:۰۸. دانشیار پژوهشکده علوم زمین سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی. مقاله موجود بر روی تارنمای:
http://pana.ir/news/1238115

[۵] زرگرپور، رسول. (۱۴۰۰). خداحافظی اصفهانی‌ها با برنج کاری؛حذف کشت برنج ناجی زاینده رود می شود؟ مقاله موجود بر روی تارنمای:
www.imna.ir/news/235418/

[۶] روزنامه مردم سالاری آنلاین. (۱۴۰۰). اصفهان؛ استانی که آب ندارد اما شالیزار دارد!. مقاله موجود بر روی تارنمای:
https://www.mardomsalari.ir/report/93656/

[۷] جزییات ممنوعیت کشت برنج خارج ازگیلان و مازندران/ شرطهای جدید برای کشت برنج در سایر استان ها. (۱۴۰۲). مقاله موجود بر روی تارنمای:

https://www.ilna.ir/fa/tiny/news-۶۹۲۵۹۳

[۸] به نظر شما بحران آب در زاینده رود چگونه به وجود آمده است؟ .(۱۴۰۲). مقاله موجود بر روی تارنمای:

https://www.isfahanziba.ir/news/۱۴۱۸۸

[۹] کردوانی، پرویز. (۱۴۰۰). زاینده رود هیچوقت احیاء نمی شود مقاله موجود بر روی تارنمای:
http://ircsa.ir/content/270/

[۱۰] خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس. (۱۴۰۱). راهکار مشکلات حوضه آبریز زاینده رود /سه ضلع مثلثی که حال زاینده رود را وخیم کرد. مقاله موجود بر روی تارنمای:
https://www.farsnews.ir/news/14000828000287/

[۱۱] خبرگزاری مهر. (۱۴۰۱). نشست «کم‌آبی و مدیریت منابع آب» با حضور مسئولان مرتبط در دولت، مجلس و کارشناسان در خبرگزاری مهر. جریان مشکلات از زاینده‌رود تا هورالعظیم/ دلیل بحران ارومیه چیست؟ مقاله موجود بر روی تارنمای:
https://www.mehrnews.com/news/5552145/

[۱۲] زاینده‌رود؛ بحرانِ اقتصادسیاسیِ آب. (۲۱/۰۹/۱۴۰۰ ۱۰:۱۴:۲۶). کدخبر: ۲۳۷۴۲۴۵. مقاله موجود بر روی تارنمای:
https://www.nasim.news/fa/tiny/news-۲۳۷٤۲٤5

[۱۳] میزگرد ایرنا با عنوان 'ضرورت تغییر الگوی کشت در ایران' روز دوشنبه (۱۳۹۷/۸/۷) با حضور چهار نفر از استادان در دانشکده کشاورزی دانشگاه صنعتی اصفهان برگزار شد. مقاله موجود بر روی تارنمای:
https://abedi-koupai.iut.ac.ir/fa
□

[۱۴] میر خدایی، محمود. (۱۳۹۷). روزنامه‌نگار. گزارشی از تنش آبی میان اصفهان و یزد. کم‌آبی به روایت کشاورزان اصفهانی. روزنامه همشهری. فروردین ۱۳۹۷. کد خبر : ۱۳۰۸۰. مقاله موجود بر روی تارنمای:
https://otaghiranonline.ir/news/13080/

[۱۵] گل محمدی، فرهود. (۱۳۹۰ تا ۱۴۰۴). مراجعات و مشاهدات حضوری محقق در شهرها و روستاهای مجاور رودخانه زاینده رود در استانهای چهارمحال و بختیاری و اصفهان.

[۱۶] آسایش، حسین. (۱۳۸۴). اقتصاد روستایی. تهران. دانشگاه پیام نور.

[۱۷] لهسایی زاده ،ع. (۱۳۸۱). جامعه شناسی توسعه. تهران. انتشارات دانشگاه پیام نور.

[۱۸] مهدوی، مسعود. (۱۳۷۹). مقدمه ای بر جغرافیای روستایی ایران. تهران. انتشارات سمت.

[۱۹] اینالو، رسول بلاغی. اکبری، ساسان. اکبری، دردانه (۱۳۹۳- ۰۶-۱۴). گردشگری ورزشی. اولین همایش ملی توریسم وگردشگری سبز.

# نقش میراث فرهنگی در توسعه گردشگری زاینده رود

# (مورد: طومار شیخ بهایی)

**مجید سعیدی راد:** دکتری جغرافیای انسانی دانشگاه شهید بهشتی تهرانM_saeidirad@sbu.ac.ir

## چکیده

در عصر حاضر، رابطه‌ای دوجانبه بین فرهنگ و گردشگری به وجود آمده است. فرهنگ منبعی حیاتی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود و گردشگری نیز سهم مهمی در توسعه فرهنگی دارد. به طور کلی میراث فرهنگی را می توان به دو بخش میراث ملموس یا مادی و میراث ناملموس یا معنوی تقسیم کرد. هدف از این پژوهش بررسی نقش طومار شیخ بهایی جهت تقسیم بندی آب زاینده رود به عنوان میراثی فرهنگی و برخاسته از دانش بومی مردمان مکتب اصفهان در توسعه گردشگری زاینده رود است. این پژوهش از نوع کیفی است که به طور خاص و با روش مطالعه موردی(Case Study) طومار را از جنبه گردشگری مورد واکاوی قرار داده است. گردآوری اطلاعات نیز در این پژوهش به صورت مطالعات اسنادی بوده است. یافته ها ی پژوهش نشان می دهد که شناخت دانش بومی و الگوی های زیست جمعی در فلات مرکزی ایران از جمله طومار شیخ بهایی در مورد تقسیم بندی آب زاینده رود، به عنوان میراثی گرانبها و فرهنگی علاوه بر احیای زایندگی رودخانه زاینده رود، بستری را فراهم می کند که متولیان توسعه گردشگری در کشور بتوانند ضمن معرفی فرهنگ، تاریخ و هنر مهندسی سرزمین خود به جهان، با جذب گردشگر موجبات توسعه پایدار گردشگری خلاق در حوزه آبریز زاینده رود را به وجود آورند.

## مقدمه و طرح مساله

در عصر حاضر، رابطه‌ای دوجانبه بین فرهنگ و گردشگری به وجود آمده است. فرهنگ منبعی حیاتی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود و گردشگری نیز سهم مهمی در توسعه فرهنگی دارد. در مطالعات اخیر اقتصاد شهری، اغلب، گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع خلاق ذکرشده است و « گردشگری خلاق » در سراسر جهان به‌عنوان هدف بسیاری از جوامع محسوب شده است. گردشگری خلاق به‌عنوان موضوع الحاقی به گردشگری فرهنگی اقامه‌شده و به‌عنوان افزوده در اشکال مختلف گردشگری فرهنگی و جلوگیری از تکرار زنجیره‌های فرهنگی پیشنهاد شده است. تمدن بشری مجموعه‌ای از دستاوردهای مادی و معنوی انسان‌هاست که هیچ‌کدام بدون دیگری، تولید و ایجاد نمی‌شده‌اند. میراث فرهنگی ملموس و ناملموس بخشی از دستاوردهای تمدن‌هاست که به آن‌ها هویت می‌بخشد. توجه به میراث فرهنگی ناملموس، نقش مهمی در گفت‌وگوی بین فرهنگ‌های مختلف ایفا می‌کند و سبب ایجاد احترام متقابل به تنوع فرهنگی و شیوه‌های گوناگون زندگی می‌شود. میراث فرهنگی ناملموس، فرصتی است برای عرضه و ارائه فرهنگ و سبک زندگیِ اصیل کشورهای مختلف دنیا در عرصه بین‌الملل؛ و موجب مقاومت فرهنگی در برابر یکسان‌سازی فرهنگیِ کشورهای قدرتمند جهان می‌گردد. در این زمینه عرضه و ایجاد جاذبه های فرهنگی هدفمند برای گردشگران؛ و اصلاح یا دسترسی به جاذبه های رویدادها (گردشگری رویداد) برای گردشگران موجبات توسعه گردشگری فرهنگی را به وجود می آورد(Craik, 2002). از طرفی یکی از ویژگی های کلیدی توسعه و ترویج گردشگری فرهنگی مبتنی بر مکان[1] شناسایی و بیان داستان یک مکان از طریق انواع تکنیک های روایی است. این تکنیک ها شامل سنت داستان گویی شفاهی، همچنین رسانه های چاپی، ویدئویی، گرافیکی و دیجیتالی است( Smith, 2015 ) . ایران به‌رغم بهره‌مندی از پیشینه فرهنگی غنی و میراث ملموس و ناملموس فراوان در اهداف توسعه گردشگری بخصوص گردشگری فرهنگی با موفقیت‌های چشمگیر مواجه نبوده است . برای ایران که در سند چشم‌انداز قصد دارد گوی رقابت در اقتصاد و تجارت را از همسایگان خود برباید و با توجه به اینکه امروزه در قرن  دنیا تشنه فرهنگ و به دنبال هویت گرایی است. هم‌اکنون بسیاری از آیین‌های سنتی کشور به دلیل در انزوا ماندن به‌سوی فراموشی قطعی پیش می‌روند تا آنجا که ممکن است در آینده‌ای نه‌چندان دور از برخی از این مراسم تنها نام‌هایی در کتاب‌های تاریخی به‌جای ماند. بر همین اساس ایران باید با حضور در عرصه‌های بین‌المللی زمینه‌های ماندگاری و ترویج دوباره این ثروت‌های معنوی را فراهم سازد. تدابیری که توسط مجامع بین‌المللی در زمینه های مختلف اندیشیده می شود اصولا سازوکارهای سازنده ای هستند که استفاده از آنها می تواند به کمک قابلیت های داخلی آمده و چشم انداز روشنی را برای آن موضوع رقم زند. از این رو میراث فرهنگی ناملموس نیز از این ویژگی مبرا نبوده و اعمال اندیشه های بین المللی از فراموشی جنبه های مختلف آن جلوگیری می کند.

اهمیت میراث فرهنگی ناملموس در ظاهر فرهنگی آن به خودی خود نیست بلکه در وفور دانش و مهارت هایی ست که از طریق آن از یک نسل به نسل بعدی منتقل می شود. ارزش اجتماعی و اقتصادی این انتقال دانش و مهارت مربوط به گروه های اقلیت در داخل جریان گروه های اجتماعی یک کشور است و برای کشورهای در حال توسعه همچنان که برای کشورهای توسعه یافته، به یک اندازه مهم است. میراث فرهنگی ناملموس شامل ارزش های اجتماعی، سنت ها، آداب و رسوم و روش ها، باورهای زیبایی شناسانه و معنوی، بیان هنری، زبان و دیگر جنبه های کارکردهای انسانی است. میراث فرهنگی ناملموس، نقش مهمی در گفت و گوی بین فرهنگ های مختلف ایفا می کند و سبب ایجاد احترام متقابل به تنوع فرهنگی و شیوه های گوناگون زندگی می شود. میراث فرهنگی ناملموس، فرصتی است برای عرضه و ارائه فرهنگ و سبک زندگیِ اصیل کشورهای مختلف دنیا در عرصه بین الملل؛ و موجب مقاومت فرهنگی در برابر یکسان سازی فرهنگیِ کشورهای قدرتمند جهان می گردد. در حال حاضر نام ۳۲۷ اثرمیراث ناملموس از سراسر جهان در این کمیته به ثبت رسیده که سهم ایران از این تعداد فقط ده اثراست. حفظ میراث فرهنگی ناملموس، و ترویج و توسعه آن

[1] - Placed-based cultural tourism

در پرتو توجه به صنعت گردشگری، بویژه گردشگری خلاق و گردشگری میراث امکان پذیر است. وجود تجارب زیست جمعی در سطح عالی تمدن سازی در فلات مرتفع ایران، نشانه ای بر وجود الگو به مثابه «روح» و الگو به مثابه«کالبد» است. اصفهان از منظر اقلیمی، فرهنگی و مهندسی یکی از نمونه های مناسب برای شناخت این الگو می باشد(مهام،۱۳۹۸). با توجه به این که گردشگری در دنیا به سمت گردشگری فرهنگی بویژه گردشگری خلاق در حال طی مسیر است و حتی در بسیاری از موارد مسافران به تجربه زندگی در شرایط بومی و فرهنگی یک منطقه متفاوت از زندگی خودشان علاقه نشان می دهند، فرصت مناسبی برای استان اصفهان وجود دارد تا با معرفی طومار منسوب به شیخ بهایی در مورد تقسیم بندی آب زاینده رود به عنوان میراثی گرانبها و فرهنگی ضمن به وجود آوردن زمینه ای برای احیای زایندگی رودخانه زاینده رود، موجبات توسعه پایدار گردشگری در حوزه آبریز این رودخانه را به وجود آورد.

## مبانی نظری:

**گردشگری خلاق**[1] یعنی سفر به سوی تجربه ای اصیل و جالب توجه و آموختن هنر، آشنایی با میراث یا ویژگی خاص یک محل و نیز برقراری ارتباط میان گردشگران و اهالی آن منطقه که پدید آورندگان آن فرهنگ زیستی هستند. گردشگری خلاق باید با مقوله فرهنگ درآمیزد و نمودهای فرهنگی یک مکان یا شهر می تواند به ویژگی منحصربه فرد آن مکان تبدیل گردد، جوامع با اتخاذ مدل گردشگری خلاق می توانند در حین حفظ میراث خود آن را در دسترس بازدیدکنندگان نیز قرار دهند تا تجربه اش کنند. گردشگری خلاق را می توان واکنشی به یک «گردشگری فرهنگی انبوه » در حال رشد توصیف کرد که با تمایل روزافزون گردشگران برای ایفای نقشی فعال تر در سفرهایشان آمیخته شده است. اگرچه دامنه و مجموعه فعالیت‌های مرتبط با گردشگری خلاق در دهه‌های اخیر متنوع شده است، ولی همچنان تعریف جرج ریچاردز و کریسپین ریموند[2]در سال ۲۰۰۰ سنگ محک این رشته است: « نوعی گردشگری که به گردشگران این فرصت را می‌دهد که ویژگی‌های خلاقانه خود را از طریق مشارکت فعال در مقاصد گردشگری توسعه دهند»(Duxbury et al, 2020 ).

**گردشگری میراث:**[3] گردشگری میراث به طور معمول بر عناصر زنده و ساخته شده فرهنگ متکی است و به استفاده از گذشته ملموس و ناملموس به عنوان یک منبع گردشگری اشاره دارد. این نوع گردشگری فرهنگ ها و روش های عامیانه امروزی را نیز در بر می گیرد، زیرا این فرهنگ ها نیز میراثی از گذشته است. سایر عناصر میراث غیر مادی، مانند موسیقی، رقص، زبان، مذهب، غذا و غذا، سنت های هنری و جشنواره ها؛ و بقایای مادی محیط فرهنگی ساخته شده، از جمله بناهای تاریخی، بناها و خانه های عمومی تاریخی، مزارع، قلعه ها و کلیساهای جامع، موزه ها، و خرابه ها و آثار باستان شناسی را شامل می شود Timothy & Nyaupane, (2009. رویدادهای سیاسی، اتفاقات فرهنگی، جریان های ادبی و رخدادهای تاریخی در کنار سبک و سیاق زندگی مردم در استان پهناور اصفهان، فرهنگ هایی را خلق کرده که میتوان این گفت این استان سرشار از ظرفیت های فرهنگی برای جذب گردشگر است و این ظرفیت ها در هر منطقه از استان به صورت محدود به شیوه ای خاص و با پشتوانه های فرهنگی متفاوت و جذاب قابل اجرا است.

## روش تحقیق:

هدف از این پژوهش بررسی نقش طومار شیخ بهایی جهت تقسیم بندی آب زاینده رود به عنوان میراثی فرهنگی و برخاسته از دانش بومی مردمان مکتب اصفهان در توسعه گردشگری زاینده رود است. این پژوهش از نوع کیفی است که به طور خاص و با روش مطالعه

---

[1] -Creative tourism

[2] -Greg Richards and Crispin Raymond

[3] -Heritage tourism

موردی(Case Study) طومار شیخ بهایی را به عنوانی میراثی فرهنگی از جنبه ی توسعه گردشگری و به صورت باز و ژرف مورد واکاوی قرار داده است. روش گردآوری اطلاعات نیز در این پژوهش به صورت مطالعات اسنادی بوده است.

**معرفی حوضه آبریز زاینده رود**

حوضه زاینده رود با مساحت ۲۶،۸۶۴ کیلومترمربع از دو استان اصفهان و چهارمحال و بختیاری تشکیل شده که ۹۳ درصد از مساحت و ۹۸ درصد از جمعیت زیر پوشش این حوضه در استان اصفهان و هفت درصد از مساحت و ۲ درصد از جمعیت زیرپوشش آن در استان چهارمحال و بختیاری قرار دارد. مطابق سرشماری سال ۱۳۹۵، ۴ میلیون و ۱۷۷ هزار نفر، جمعیت ساکن در این حوضه را تشکیل می‌دهند در استان اصفهان ۸۷ درصد شهری و ۱۳ درصد روستایی و در استان چهارمحال و بختیاری ۴۷ درصد از آن را شهری و ۵۳ درصد روستاییان می‌باشند.

**تصویر شماره ۱- حوزه آبریز زاینده رود و تقسیم بندی آن**

**رودخانه زاینده رود**

بزرگ‌ترین و پرآب‌ترین رودخانه فلات مرکزی ایران است که از کوه‌های زاگرس مرکزی به ویژه زردکوه در استان چهارمحال و بختیاری سرچشمه گرفته و در دشت مرکزی ایران به سمت شرق پیش می‌رود تا در نهایت به تالاب گاوخونی می‌ریزد .جریان آب این رودخانه در مطلوب‌ترین شرایط ۱،۲ کیلومتر مکعب در سال یا ۳۸ مترمکعب در ثانیه است.زاینده‌رود ۱۱۸ اُمین اثر طبیعی است که توسط سازمان میراث فرهنگی در ۲۰ بهمن ۱۳۸۹ در فهرست میراث طبیعی ایران قرار گرفت .سرشاخه اصلی زاینده‌رود، چشمه دیمه و تونل کوهرنگ دراستان چهارمحال و بختیاری است؛ در ادامه رود پلاسجان وچشمه لنگان و چشمه مرغاب از استان اصفهان به این رودخانه می‌پیوندند و در نهایت آب زاینده‌رود وارد استان اصفهان می‌شود. برای انتقال آب کوهرنگ به فلات مرکزی ایران اقدامات زیادی به عمل آمده‌است که از آن جمله می‌توان به اولین تونل در منطقه کوهرنگ نام برد. این تونل جهت انتقال آب

رودخانه کوهرنگ به زاینده‌رود در سال ۱۳۳۲ در منطقه کوهرنگ، ایجاد شد. نخستین بررسی‌ها برای انتقال آب رودخانه کوهرنگ به حوضه زاینده‌رود به سال‌های پس از جنگ دوم جهانی بازمی‌گردد.

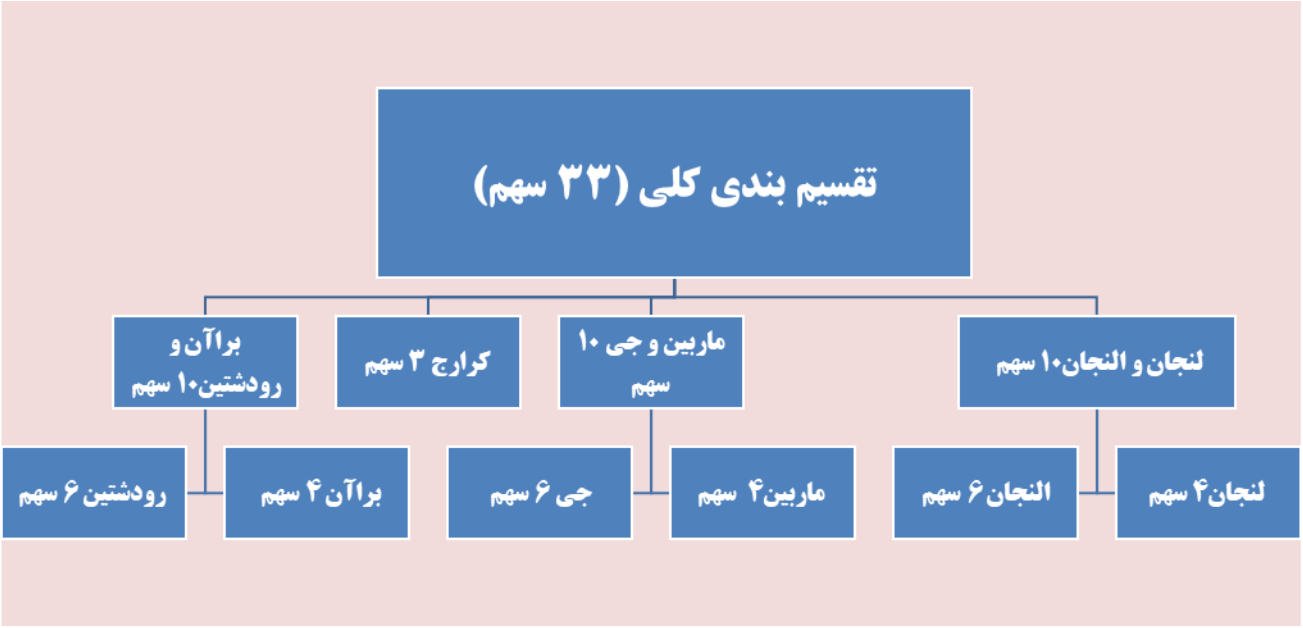
## یافته های تحقیق:

### معرفی طومار:

طومار شیخ بهایی، آخرین نسخه از تقسیم‌نامه آب زاینده‌رود است که آن را بهاءالدین محمد بن حسین بن عبدالصمد عاملی معروف به شیخ بهایی نوشته است. این طومار، آب زاینده‌رود را به ۳۳ سهم اصلی و ۲۷۵ سهم کوچکتر تقسیم کرده است تا آب به صورت کاملا عادلانه در جوی‌ها یا مادی‌های هر منطقه و مزارع و روستاهای اصفهان جریان پیدا کند.

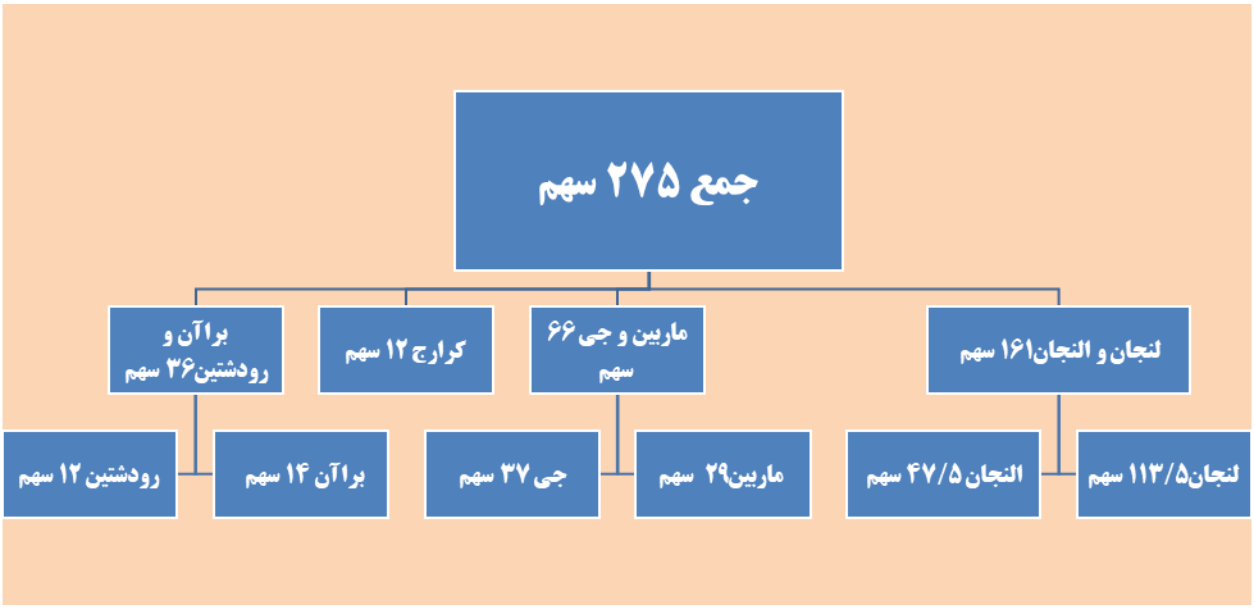
### تقسیمات آب زاینده رود در طومار:

بر اساس تقسیمات سنتی (طومار) آب زاینده رود به ۳۳ سهم اصلی تقسیم می شود. محدوده آبخور این رود تا آنجا که در تقسیمات طومار آورده شده است از اواسط بلوک آیدُغمش(بالاتر از شهر باغبادران فعلی) تامزرعه دیزی واقع در کرانه شمال غربی تپه شنی ساحل مرداب گاوخونی ادامه می یابد(حسینی ابری، ۶:۱۳۸۸ ) ، به شرح زیر است:



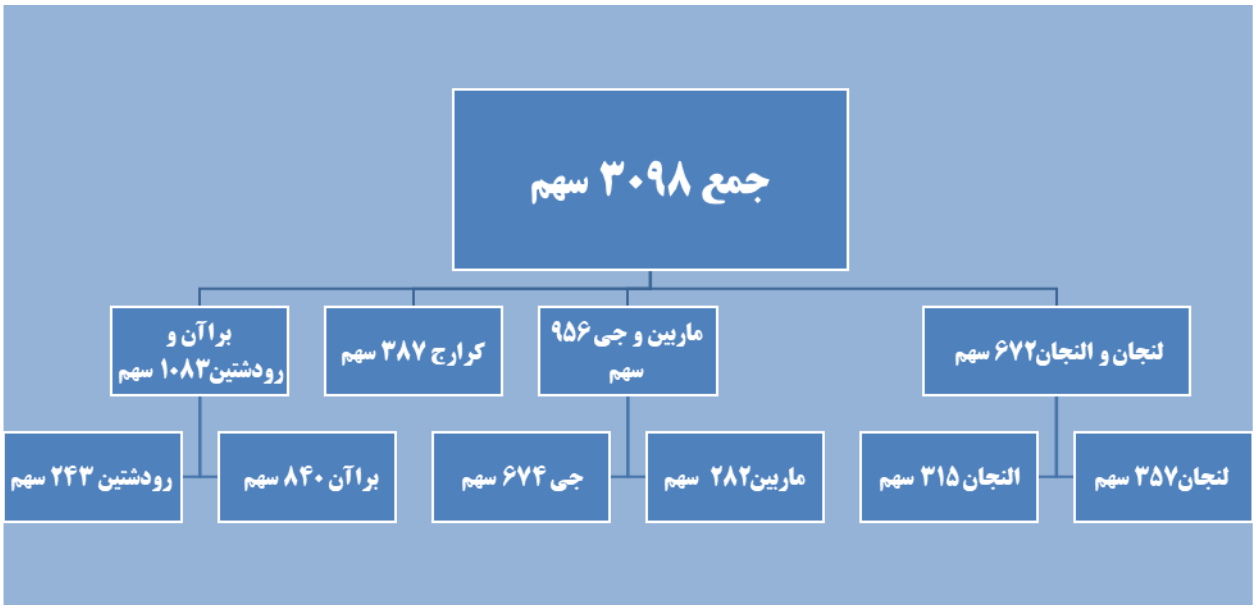

ماخذ: حسینی ابری،۱۳۸۸

تقسیم بندی فوق نیز در داخل منطقه به سهام کوچکتر تقسیم می شود، تا جایی که این تقسیمات در بین بلوکات جمعا به ۲۷۵ سهم بالغ می گردد، به شرح تقسیم بندی زیر:




ماخذ: حسینی ابری،۱۳۸۸

سهم ۲۷۵ گانه فوق نیز دربین مادی ها و قراء و مزارع به سهام جزئی تری تقسیم می شود، به طوری که در نهایت تقسیم زاینده رود در بین مزارع به ۳۰۹۸ سهم به شرح زیر می رسد؛




ماخذ: حسینی ابری،۱۳۸۸

نکته ی حائز اهمیت در تقسیم و توزیع آب رودخانه، مشارکت سازمان یافته ی مردم در امر مدیریت رودخانه است، به نحوی که مدیریت آب اعم از سراسر رودخانه (میراب)، مادی ها (سرکشیک یا مادی سالار) و جوی ها (سرجوی) همواره با معتمدین و خبرگان

محلی و صاحب حق آبه بوده، و انتخاب آنان از طریق انتخاب اصلح انجام می شده است. میراب از طریق نمایندگان هر یک از سهام سی و سه گانه کل آب رودخانه و تقریباً در ایام نوروز و از بین معتمدین صاحب حق آبه و از بلوک میانه ی رودخانه (بلوک جی) انتخاب می شد تا از روز ۷۵ نوروز (در سال های بدون خشک سالی) امور مربوط را عهده دار شود. حکم میراب و تحویل مهر میراب به او (مهری چوبی که بر روی آن عبارت تحویل می شد. اما سایر دست اندرکاران که به طور کلی دارای ویژگی های میراب بودند، از طریق انتخاب به وسیله ی میراب (برای مادی سالاری ها) و انتخاب به وسیله ی همیاران (سرجوی ها) و انتخاب از طریق همیاران (مردان قاصد) انجام می شد. گو این که مدت کار آنان کوتاه بود (یعنی برای مدت یک دوره ی آبیاری که از ۷۵ نوروز تا نیمه ی عقرب (آبان) بود، اما به غیر از میراب که گاهی عوض می شد، بقیه به صورت سنتی در سال های متمادی، عهده دار مشاغل خود بودند. (به ویژه مردم سالاری ها و سرجوی). (حسینی ابری، ۱۳۷۹).

## نتیجه گیری:

به طور کلی میراث فرهنگی دانش و فرهنگ بومی و محلی را از طریق عناصر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در مقصد به نمایش می‌گذارد که به یک محصول گردشگری ارزش می‌افزاید(Dixit,et al; 2023 ). از طرف دیگر دانش بومی نشان‌دهنده شیوه ای پویا است که در آن ساکنان یک منطقه رابطه خود با محیط طبیعی را درک کرده و با استفاده از آن باورهای فرهنگی و تاریخی خود را سازماندهی و زندگی خود را بهبود می بخشند(Semali & Kincheloe, 2002 ). طومار شیخ بهایی، آخرین نسخه از تقسیم‌نامه آب زاینده‌رود است که آن را بهاءالدین محمد بن حسین بن عبدالصمد عاملی معروف به شیخ بهایی نوشته است. این طومار، آب زاینده‌رود را به ۳۳ سهم اصلی و ۲۷۵ سهم کوچکتر تقسیم کرده است تا آب به صورت کاملا عادلانه در جوی‌ها یا مادی‌های هر منطقه و مزارع و روستاهای اصفهان جریان پیدا کند. مشارکت مردم در مدیریت رودخانه یکی از مقوله های اساسی در پایداری اکوسیستم رودخانه ی زاینده رود است. آنچه که در گذشته بهره برداری از آب رودخانه را بر مبنای طومار منسوب به شیخ بهایی امکان پذیر ساخته بود، همکاری سازمان یافته ی نمایندگان گروه های اجتماعی بوده است. در حال حاضر با توجه به ایجاد سد و خروج جریان آب از مسیر طبیعی، سازمان های اداری ذی ربط تمامی اختیارات را بر اساس قدرت متمرکز خود در اختیار داشته و صاحبان حق آبه را به عنوان افرادی دارای مطالبات غیرمنطقی تلقی می نمایند. چنانچه این نگرش تغییر نماید و مردم را به عنوان افرادی ذی حق و اکو سیستم رودخانه را به صورت مجموعه ای زنده و پیوسته در نظر بگیریم، مدیریت مشارکتی و پایدار زاینده رود همان گونه که در طومار (که میراث تاریخی گذشتگان این مرز و بوم است) پیش بینی شده بود، به اجرا درخواهد آمد. یافته ها ی پژوهش نشان می دهد که شناخت دانش بومی و الگوی های زیست جمعی در فلات مرکزی ایران از جمله طومار شیخ بهایی در مورد تقسیم بندی آب زاینده رود، به عنوان میراثی گرانبها و فرهنگی علاوه بر به وجود آوردن زمینه ای برای احیای زایندگی رودخانه زاینده رود، بستری را فراهم می کند که متولیان توسعه گردشگری در کشور بتوانند ضمن معرفی افراد، دانش بومی، فرهنگ، تاریخ و هنر مهندسی سرزمین خود به جهان، با جذب گردشگر موجبات توسعه پایدار گردشگری در حوزه آبریز این رودخانه را به وجود آورند.

## راهکارها:

۱- توجه به ویژگی های خاص طومار شیخ بهایی درباره تقسیم آب رودخانه زاینده رود و اقدام برای ثبت آن در فهرست جهانی سازمان یونسکو

۲- توجه به دانش بومی مردم محلی و درک الگوی زیست جمعی فلات مرکزی در تقسیم بندی آب زاینده رود

۳- حمایت مادی و معنوی دانشگاه ها، موسسات پژوهشی و دستگاه های اجرایی از تحقیق و پژوهش در مورد طومار شیخ بهایی و تقسم بندی آب زاینده رود

۴- برگزاری گردشگری رویداد در روز بزرگداشت شیخ بهایی(سوم اردیبهشت ماه) در زاینده رود و رو نمایی از سند توسط اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان اصفهان

۵- برند سازی مکان رودخانه زاینده رود به عنوان میراثی فرهنگی

۶- برگزاری همایش و کنفرانس های ملی و بین المللی گردشگری با موضوع احیای طومار شیخ بهایی با همکاری مجامع و نهاد های علمی داخلی و بین المللی

## منابع:


-حسینی ابری، سید حسن، (۱۳۷۹) ، زاینده رود از سرچشمه تا مرداب ،انتشارات گلها

-حسینی ابری، سید حسن، (۱۳۸۸) ، رابطه طومار شیخ بهایی با تقسیم بندی آب زاینده رود ،جغرافیا و مطالعات محیطی،سال اول،شماره ۲

-مهام، محمود، (۱۳۹۸) ، الگوی زیست جمعی در ایران (تحلیلی بر درسنامه فنی و مشارکتی طومار تقسیم آب زنده رود) ،دانش های بومی ایران،دوره۶، شماره ۱۲

-سایت zayandehrud.com

-Craik, J. (2002). The culture of tourism. In Touring cultures (pp. 123-146). Routledge.

-Dixit, S. K., Langstieh, K. C. S., & Abraham, A. (2023). Integrating indigenous knowledge and rural tourism in Kongthong, the “whistling village” of India. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 15(1), 41-51.

-Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. Sustainability, 13(1), 2.

-Semali, L. M., & Kincheloe, J. L. (2002). Introduction: What is indigenous knowledge and why should we study it?. In What is indigenous knowledge? (pp. 3-57). Routledge.

-Smith, S. (2015). A sense of place: Place, culture and tourism. Tourism Recreation Research, 40(2), 220-233.

-Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (Eds.). (2009). Cultural heritage and tourism in the developing world. New York: Routledge.

# تحول گردشگری در عصر متاورس: فرصت ها و چالش ها

**رضا مرادی رمقانی**،[1] دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، جغرافیا، علوم انسانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران
**محمدرضا رضایی**، دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، جغرافیا، علوم انسانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران
**بهار بیشمی**، دانشیار پژوهشکدهٔ گردشگری، گردشگری، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران
**حجت الله رحیمی**، استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، جغرافیا، علوم انسانی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

**چکیده**

متاورس، فضایی مجازی که فناوری‌های واقعیت افزوده، واقعیت مجازی و بلاک‌چین را با تعاملات اجتماعی ترکیب می‌کند، پتانسیل بالایی برای تحول در صنعت گردشگری دارد. این مطالعه مروری با بررسی ۳۶ منبع علمی منتشرشده بین سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۴، به ارزیابی تأثیرات متاورس بر آینده گردشگری می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهند که متاورس فرصت‌هایی کلیدی مانند ارائه تجربه‌های فراگیر و شخصی‌سازی‌شده، کاهش اثرات زیست‌محیطی از طریق حذف سفرهای غیرضروری، تقویت بازاریابی نوین با ابزارهای تعاملی، و افزایش دسترسی‌پذیری برای گروه‌های محروم را فراهم می‌کند. این قابلیت‌ها می‌توانند گردشگری را پایدارتر و فراگیرتر سازند. با این حال، چالش‌هایی از جمله محدودیت‌های زیرساختی مانند نیاز به اینترنت پرسرعت و تجهیزات گران‌قیمت، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و امنیت داده‌ها، ناتوانی در بازسازی اصالت تجربه‌های انسانی، و هزینه‌های بالای توسعه همراه با پذیرش محدود، موانع جدی ایجاد می‌کنند. تحلیل تطبیقی این مطالعه متاورس را به‌عنوان یک پارادوکس معرفی می‌کند که هم نوآوری را پیش می‌برد و هم خطر نابرابری و انزوای اجتماعی را افزایش می‌دهد. پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده بر رفتار کاربران، مدل‌های اقتصادی مقرون‌به‌صرفه، تأثیرات فرهنگی، امنیت سایبری و توسعه رویکردهای هیبریدی تمرکز کنند. متاورس می‌تواند به‌عنوان مکملی برای گردشگری سنتی عمل کند، به شرط آنکه با استراتژی‌های فراگیر و پایدار پیاده‌سازی شود. این مقاله راهنمایی و پیشنهاداتی برای سیاست‌گذاران و فعالان صنعت گردشگری ارائه می‌دهد تا از مزایای متاورس بهره‌برداری کرده و چالش‌های آن را به‌طور مؤثر مدیریت کنند.

**واژگان کلیدی**:: متاورس، گردشگری مجازی، فرصت های متاورس، چالش های متاورس

[1] نویسنده مسئول: rezamoradiromghani@gmail.com

## ۱. مقدمه

صنعت گردشگری یکی از ستون‌های اصلی اقتصاد جهانی است که در سال ۲۰۲۳ بیش از ۱,۳ میلیارد سفر بین‌المللی را ثبت کرد و ۹,۲ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را به خود اختصاص داد (UNWTO, 2023: 1). این صنعت، با وجود رشد چشمگیر، با چالش‌هایی مانند تغییرات اقلیمی، ازدحام بیش از حد در مقاصد محبوب و محدودیت‌های دسترسی برای گروه‌های محروم مواجه است (Zhong et al., 2023: 1410). در این میان، ظهور متاورس[1]فضایی مجازی که فناوری‌های واقعیت افزوده (AR)، واقعیت مجازی (VR)، بلاک‌چین و هوش مصنوعی را با تعاملات اجتماعی ادغام می‌کند" به‌عنوان نوآوری کلیدی مطرح شده که می‌تواند به این چالش‌ها بپردازد و راه‌حل‌هایی برای آن‌ها ارائه دهد، و در عین حال تجربه‌های گردشگری را بازتعریف کند (Dwivedi et al., 2022: 2).

متاورس که ابتدا در رمان علمی-تخیلی "Snow Crash" نوشته نیل استیفنسون[2]در سال ۱۹۹۲ معرفی شد، دیگر یک مفهوم تخیلی نیست. شرکت هایی مانند متا، مایکروسافت و گوگل در حال توسعه پلتفرم‌هایی هستند که این ایده را به واقعیت تبدیل کرده‌اند (Dincelli & Yayla, 2022: 3). در زمینه گردشگری، متاورس می‌تواند تجربه‌هایی مانند بازدید از عجایب هفت‌گانه جهان، شرکت در فستیوال‌های فرهنگی یا کاوش در شهرهای خیالی را بدون نیاز به جابجایی فیزیکی فراهم کند (Buhalis et al., 2023: 2). متاورس نه‌تنها به دلیل پتانسیلش برای کاهش اثر کربن و افزایش پایداری مورد توجه قرار گرفته، بلکه به‌عنوان ابزاری برای بازاریابی نوین و دسترسی‌پذیری نیز شناخته می‌شود (Go & Kang, 2023: 388 ; Adnan et al., 2024: 5).

با این حال، متاورس یک راه‌حل بی‌عیب نیست. چالش‌هایی مانند محدودیت‌های زیرساختی، نگرانی‌های حریم خصوصی و پرسش‌هایی درباره اصالت تجربه‌های مجازی، پذیرش گسترده آن را تهدید می‌کنند (Allam et al., 2022: 779; Benítez, 2024: 986). در حالی که متاورس می‌تواند سفر به مقاصد دوردست را شبیه‌سازی کند، آیا می‌تواند حس واقعی قدم زدن در خیابان‌ها یا چشیدن طعم غذای محلی را منتقل کند؟ (Filimonau et al., 2024: 112). این تناقض بین نوآوری و محدودیت، متاورس را به یک موضوع جذاب برای پژوهش تبدیل کرده است.

برای درک بهتر این پدیده، می‌توان از چارچوب‌های نظری بهره گرفت که ابعاد چندگانه گردشگری متاورس را روشن کنند. یکی از این چارچوب‌ها، نظریه سه‌قلمرو ژاک لکان[3]است که شامل قلمرو خیالی، قلمرو واقعی و قلمرو نمادین می‌شود. در زمینه گردشگری متاورس، قلمرو خیالی به تجربه‌های خلاقانه و آزاد کاربران اشاره داره، جایی که گردشگران از محدودیت‌های فیزیکی رها می‌شوند و در فضاهای مجازی به کاوش در مقاصد خیالی یا بازسازی‌شده می‌پردازند، مثل شرکت در یه فستیوال فرهنگی مجازی یا سفر به گذشته تاریخی. قلمرو نمادین، نظام‌های فرهنگی و نمادهایی رو بررسی می‌کنه که در متاورس شکل می‌گیرند، مثل معماری دیجیتال یا آداب‌ورسوم بازنمایی‌شده که هویت و معنا رو به گردشگران منتقل می‌کنند. قلمرو واقعی هم به زیرساخت‌های فنی و واقعیت‌های مادی پشتیبان متاورس می‌پردازد، مثل فناوری واقعیت مجازی یا تأثیرات اقتصادی که این فضا روی صنعت گردشگری دارد. این نظریه، که ریشه در تحلیل تعاملات انسانی و ساختارهای اجتماعی دارد، به‌عنوان یه دیدگاه نظری کلی می‌تواند زمینه‌ای برای تأمل در پویایی‌های گردشگری متاورس فراهم کند(Deng & Deng, 2024: 505-506). هرچند این مطالعه به‌طور خاص بر این نظریه

[1] Metaverse
[2] Neal Stephenson
[3] Jacques Lacan

متکی نیست، اما معرفی آن به‌عنوان یک دیدگاه نظری، زمینه‌ای برای تأمل در پیچیدگی‌های متاورس و تأثیراتش بر گردشگری فراهم می‌کند.

هدف این مقاله مروری، ارائه یک بررسی جامع از تأثیرات متاورس بر آینده گردشگری با تمرکز بر دو محور اصلی است: فرصت‌هایی که این فناوری برای صنعت به ارمغان می‌آورد و چالش‌هایی که باید برای بهره‌برداری کامل از آن رفع شوند. این مطالعه با تکیه بر منابع علمی اخیر (۲۰۲۱-۲۰۲۴)، به دنبال پاسخ به این سؤالات است:

۱. چگونه متاورس می‌تواند تجربه‌های گردشگری را تحول بخشد؟

۲. چه مزایای بالقوه‌ای برای پایداری، بازاریابی و شمولیت ارائه می‌دهد؟

۳. چه موانعی بر سر راه پذیرش و توسعه آن در صنعت گردشگری وجود دارد؟

برای دستیابی به این اهداف، مقاله به چهار بخش اصلی تقسیم می‌شود: پس از این مقدمه، روش‌شناسی تحقیق تشریح می‌شود، سپس نتایج و تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و چالش‌ها ارائه می‌گردد و در نهایت، نتیجه‌گیری و پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده مطرح خواهد شد. رویکرد این پژوهش، تلفیقی از تحلیل نظری و شواهد تجربی است که از ۳۶ منبع معتبر استخراج شده‌اند. انتظار می‌رود این مرور نه‌تنها درک عمیق‌تری از نقش متاورس در گردشگری فراهم کند، بلکه راهنمایی برای سیاست‌گذاران، محققان و فعالان صنعت باشد تا این فناوری را به‌صورت پایدار و مؤثر به کار گیرند.

## ۲. روش‌شناسی تحقیق

این مقاله مروری بر پایه یک مرور سیستماتیک و جامع از ادبیات موجود در حوزه متاورس و گردشگری طراحی شده است تا دیدگاهی عمیق و به‌روز ارائه دهد. منابع از پایگاه علمی Google Scholar جمع‌آوری شدند، که همگی به دلیل دقت و پوشش گسترده در تحقیقات آکادمیک شناخته شده‌اند. با توجه به نوظهور بودن متاورس به‌عنوان یک فناوری، بازه زمانی منابع به ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۴ محدود شد تا جدیدترین پیشرفت‌ها و دیدگاه‌ها در نظر گرفته شوند. این بازه زمانی همچنین با ظهور بحث‌های جدی درباره متاورس پس از اعلام پروژه‌های بزرگ توسط شرکت‌هایی مانند متا در سال ۲۰۲۱ هم‌راستاست.

کلیدواژه‌های مورد استفاده برای جست‌وجو شامل موارد زیر بودند: "Metaverse and Tourism"، "Virtual Tourism"، "Sustainable Tourism in Metaverse"، "Opportunities and challenges of Metaverse in Travel". این کلیدواژه‌ها به‌گونه‌ای انتخاب شدند که هم جنبه‌های فنی و هم کاربردهای عملی متاورس در گردشگری را پوشش دهند. جست‌وجو ابتدا بیش از ۲۵۰ منبع را شناسایی کرد که از طریق معیارهای ورود و خروج دقیق غربال شدند.

معیارهای ورود شامل موارد زیر بود:

۱. موضوعیت: منابعی که حداقل ۵۰ درصد محتوای آن‌ها به ارتباط متاورس و گردشگری اختصاص داشت.

۲. نوع منبع: مقالات علمی، فصل‌های کتاب و گزارش‌های سازمانی معتبر.

۳. زبان: انگلیسی، به‌عنوان زبان اصلی پژوهش‌های بین‌المللی.

۴. دسترسی‌پذیری: منابعی که متن کامل آن‌ها در دسترس بود.

معیارهای خروج شامل مقالات غیرمرتبط (مانند متاورس در بازی بدون ارتباط با گردشگری)، منابع غیرعلمی (مانند بلاگ‌ها) و مطالعاتی بود که داده‌های تجربی یا تحلیل کافی ارائه نمی‌دادند. پس از غربالگری، ۳۶ منبع نهایی انتخاب شدند که شامل ترکیبی از مطالعات نظری (مانند کو و همکاران،[1] ۲۰۲۳)، پژوهش‌های تجربی (مانند جو،[2] ۲۰۲۳)، تحلیل‌های چندرشته‌ای (مانند آلام و همکاران،[3] ۲۰۲۲) و گزارش‌های سیاستی (مانند سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۳) بودند.

**جدول ۱: خلاصه معیارهای انتخاب منابع**

| معیار | توضیحات |
|---|---|
| بازه زمانی | ۲۰۲۴-۲۰۲۱ |
| نوع منبع | مقاله علمی، کتاب، گزارش سازمانی |
| زبان | انگلیسی |
| موضوعیت | متاورس و گردشگری (حداقل ۵۰٪ ارتباط) |
| تعداد نهایی | ۳۶ منبع |

رویکرد تحلیل در این مطالعه کیفی بود. منابع ابتدا مطالعه شدند و سپس بر اساس سه محور اصلی دسته‌بندی شدند: (۱) فرصت‌های متاورس در گردشگری، (۲) چالش‌های پیاده‌سازی آن، و (۳) جهت‌گیری‌ها و پیشنهادهای آینده. برای هر منبع، نکات کلیدی استخراج و با سایر مطالعات مقایسه شد تا نقاط اشتراک و تفاوت‌ها شناسایی شوند. در مواردی که داده‌های کمی ارائه شده بود (مانند درصد پذیرش کاربران در بوهالیس و کاراتای،[4] ۲۰۲۲)، این اطلاعات در تحلیل گنجانده شد تا استدلال‌ها تقویت شوند. برای اطمینان از دقت و جامعیت، محتوای هر منبع به‌طور کامل بررسی شد و ارجاعات درون‌متنی با استاندارد APA درج شدند. همچنین، از ابزارهای مدیریت منابع مانند EndNote برای سازمان‌دهی و از نرم‌افزار NVivo برای تحلیل مضامین کیفی استفاده شد. این روش‌شناسی تضمین کرد که مرور نه‌تنها جامع باشد، بلکه از نظر علمی معتبر و قابل تکرار نیز باشد.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل (قسمت اول - فرصت‌ها)

متاورس به‌عنوان یک فناوری نوظهور، پتانسیل بالایی برای تحول در صنعت گردشگری دارد. این بخش به بررسی فرصت‌های کلیدی متاورس در گردشگری می‌پردازد و با شواهد علمی از منابع مختلف پشتیبانی می‌شود.

### فرصت‌های متاورس در گردشگری

۱. تجربه‌های فراگیر و شخصی‌سازی‌شده

متاورس با بهره‌گیری از واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)، تجربه‌های گردشگری را به سطحی جدید از تعامل و شخصی‌سازی می‌رساند. بوهالیس و همکاران (۲۰۲۳) استدلال می‌کنند که این فناوری به کاربران اجازه می‌دهد در محیط‌های سه‌بعدی مجازی مانند موزه لوور پاریس یا دیوار بزرگ چین غوطه‌ور شوند، تجربه‌ای که با تصاویر دوبعدی سنتی قابل مقایسه نیست. بوهالیس و کاراتای (۲۰۲۲) در یک مطالعه تجربی نشان داد که اکثریت کاربران(۷۸ درصد) نسل Z پس از تجربه یک تور متاورسی،

[1] Koo et al
[2] Jo
[3] Allam et al
[4] Buhalis & Karatay

تمایل بیشتری به بازدید از مقصد واقعی ابراز کردند. این نشان‌دهنده قدرت متاورس در ایجاد انگیزه است. برای مثال، کورو[1](۲۰۲۳) گزارش می‌دهد پلتفرم Horizon Worlds متا تورهای مجازی از مقاصد واقعی را ارائه می‌دهد که حس حضور فیزیکی را شبیه‌سازی می‌کند. همچنین، متاورس امکان شخصی‌سازی را فراهم می‌کند؛ کاربران می‌توانند مسیرهای بازدید، زمان‌بندی و حتی تعاملات خود را تنظیم کنند (Ioannidis & Kontis, 2023).

۲. توسعه پایداری زیست‌محیطی

گردشگری سنتی مسئول ۸ درصد از انتشار گازهای گلخانه‌ای جهانی است، که بخش بزرگی از آن به حمل‌ونقل مربوط می‌شود (UNWTO, 2023). متاورس با ارائه تجربه‌های مجازی، می‌تواند نیاز به سفرهای فیزیکی را کاهش دهد و به پایداری زیست‌محیطی کمک کند. ادنان و همکاران[2](۲۰۲۴) تأکید می‌کنند که بازدید از مقاصدی مانند جنگل آمازون یا جزایر گالاپاگوس در متاورس می‌تواند فشار بر اکوسیستم‌های شکننده را کم کند، در حالی که تجربه‌ای مشابه را ارائه می‌دهد. گو و کانگ[3](۲۰۲۳) این موضوع را با اهداف دستور کار گردشگری ۲۰۳۰ سازمان ملل مرتبط می‌دانند و پیش‌بینی می‌کنند که تا سال ۲۰۳۰، متاورس بتواند ۱۵ درصد از سفرهای غیرضروری را حذف کند. ژانگ و همکاران[4](۲۰۲۳) در مطالعه‌ای نشان دادند که کاربران پس از تجربه‌های متاورسی، ۲۳ درصد آگاهی بیشتری نسبت به مسائل زیست‌محیطی پیدا کردند، که این خود یک مزیت آموزشی است. هویی و همکاران[5](۲۰۲۳) نیز متاورس را ابزاری برای "گردشگری احیاگر" (Regenerative Tourism) می‌دانند که نه‌تنها آسیب نمی‌رساند، بلکه به ترمیم محیط زیست کمک می‌کند.

۳. بازاریابی نوین و افزایش درآمد

متاورس به‌عنوان یک پلتفرم بازاریابی، ابزارهای تعاملی و خلاقانه‌ای در اختیار فعالان گردشگری قرار می‌دهد. هولنسن و همکاران[6](۲۰۲۲) توضیح می‌دهند که شرکت‌ها می‌توانند با ایجاد نمایشگاه‌های مجازی، تورهای پیش‌نمایش یا تبلیغات سه‌بعدی، مشتریان را جذب کنند. گورسوی و همکاران[7](۲۰۲۲) مثالی از هتل‌های زنجیره‌ای Marriott می‌زنند که با ارائه تورهای متاورسی از اتاق‌ها و امکانات، نرخ رزرو خود را در سال ۲۰۲۳ تا ۱۵ درصد افزایش دادند. سانچز و همکاران[8](۲۰۲۴) در یک مرور سیستماتیک پیش‌بینی کردند که تا سال ۲۰۳۰، بیش از ۳۰ درصد از کمپین‌های بازاریابی گردشگری در متاورس اجرا شوند، به‌ویژه با استفاده از آواتارها و تجربه‌های گیمی‌فای‌شده. کیم[9](۲۰۲۱) نیز متاورس را "مرز جدید تبلیغات" می‌نامد و تأکید می‌کند که این فناوری می‌تواند هزینه‌های بازاریابی سنتی را تا ۲۰ درصد کاهش دهد، در حالی که دسترسی جهانی را افزایش می‌دهد.

۴. دسترسی‌پذیری و شمولیت

[1] Kuru
[2] Adnan et al
[3] Go & Kang
[4] Zhang et al
[5] Hui et al
[6] Hollensen et al
[7] Gursoy et al
[8] Sanchez et al
[9] Kim

یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های متاورس، دموکراتیزه کردن گردشگری است. سوآنپانگ و همکاران[1](۲۰۲۲) نشان دادند که افراد دارای معلولیت جسمی می‌توانند از طریق متاورس تجربه‌هایی مانند صعود به کوه اورست یا گشت‌وگذار در شهرهای تاریخی را داشته باشند، که در دنیای واقعی برایشان غیرممکن است. اوکگان و همکاران[2](۲۰۲۴) و ال آر چی و همکاران[3](۲۰۲۳) این موضوع را به‌عنوان یک راه‌حل برای شکاف دسترسی مطرح می‌کنند و می‌گویند متاورس می‌تواند ساکنان مناطق دورافتاده را به مقاصد جهانی متصل کند. برای مثال، یک فرد در روستایی دورافتاده در آفریقا می‌تواند به‌صورت مجازی در کارناوال ریودوژانیرو شرکت کند. وونگ و همکاران[4](۲۰۲۳) نیز استدلال می‌کنند که متاورس با حذف موانع مالی و جغرافیایی، می‌تواند گردشگری را به تجربه‌ای فراگیرتر تبدیل کند، به‌ویژه برای گروه‌هایی که به‌طور سنتی از آن محروم بوده‌اند.

### تحلیل فرصت‌ها

فرصت‌های متاورس در گردشگری به‌طور مستقیم با نیازهای کنونی این صنعت—پایداری، نوآوری و شمولیت—مرتبط هستند. این فناوری نه تنها تجربه‌های جدیدی خلق می‌کند، بلکه راه‌حل‌هایی برای مشکلات قدیمی مانند آلودگی و نابرابری ارائه می‌دهد. با این حال، موفقیت آن به توانایی غلبه بر چالش‌های اجرایی وابسته است که در بخش بعدی بررسی می‌شوند.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل (قسمت دوم - چالش‌ها)

در حالی که متاورس فرصت‌های قابل توجهی برای گردشگری ارائه می‌دهد، چالش‌های متعددی نیز وجود دارند که پذیرش و توسعه آن را تهدید می‌کنند. این بخش به بررسی این موانع می‌پردازد و با تحلیل منابع، ابعاد مختلف آن‌ها را روشن می‌کند.

### چالش‌های متاورس در گردشگری

۱. محدودیت‌های فنی و زیرساختی

متاورس برای عملکرد بهینه به زیرساخت‌های پیشرفته مانند اینترنت پرسرعت، هدست‌های VR و سیستم‌های پردازشی قدرتمند نیاز دارد(Ioannidis & Kontis, 2023). کورو[5](۲۰۲۳) گزارش می‌دهد که در سال ۲۰۲۳، تنها ۴۲ درصد از جمعیت جهان به اینترنت G۵ دسترسی داشتند، که نشان‌دهنده شکاف دیجیتال عمیقی به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه است. سوآنپانگ و همکاران[6](۲۰۲۲) و مایر و وینبرگر[7](۲۰۲۴) هشدار می‌دهند که بدون سرمایه‌گذاری گسترده در زیرساخت‌ها، متاورس به یک فناوری محدود به نخبگان تبدیل خواهد شد. برای مثال، در مناطق روستایی آفریقا یا آسیای جنوبی، حتی دسترسی به اینترنت پایه هم اغلب وجود ندارد، چه برسد به تجهیزات متاورس. یونگ و همکاران[8](۲۰۲۱) نیز اشاره می‌کنند که هزینه هدست‌های VR (بین ۳۰۰ تا ۱۰۰۰ دلار) برای بسیاری از گردشگران و کسب‌وکارهای کوچک غیرقابل تحمل است.

۲. حریم خصوصی و امنیت داده‌ها

---

[1] Suanpang et al
[2] Ucgun et al
[3] El Archi et al
[4] Wong et al
[5] Kuru
[6] Suanpang
[7] Maier & Weinberger
[8] Yung et al

متاورس به دلیل نیاز به جمع‌آوری داده‌های گسترده کاربران—از جمله مکان، علایق و رفتارها—با نگرانی‌های جدی حریم خصوصی مواجه است. دویودی و همکاران[1] (۲۰۲۲) تأکید می‌کنند که این داده‌ها می‌توانند توسط شرکت‌ها برای تبلیغات هدفمند یا توسط هکرها برای سوء استفاده به کار روند. محمود[2] (۲۰۲۳) مثالی از یک حمله سایبری در سال ۲۰۲۲ به پلتفرم متاورس دسنترالند می‌زند که منجر به سرقت اطلاعات ۱۰،۰۰۰ کاربر شد. الخوسکیا و همکاران[3] (۲۰۲۳) استدلال می کنند در گردشگری، این موضوع حساس‌تر است، زیرا داده‌های سفر مانند مقاصد و ترجیحات شخصی می‌توانند مورد سوءاستفاده قرار گیرند. ژانگ و همکاران[4] (۲۰۲۲) نیز نشان دادند که ۶۵ درصد از کاربران متاورس نگران نقض حریم خصوصی هستند، که می‌تواند اعتماد به این فناوری را کاهش دهد.

۳. کاهش اصالت و تعامل انسانی

یکی از انتقادات اصلی به متاورس، ناتوانی آن در بازسازی تجربه‌های حسی و انسانی واقعی است. بنیتز[5] (۲۰۲۴) استدلال می‌کند که متاورس نمی‌تواند حس لمس طبیعت، بوی غذای محلی یا گرمای آفتاب را منتقل کند—عناصری که برای بسیاری از گردشگران هسته اصلی سفر هستند. فیلیمونائو و همکاران[6] (۲۰۲۴) هشدار می‌دهند که جایگزینی تعاملات انسانی با آواتارها ممکن است حس همدلی و ارتباط فرهنگی را تضعیف کند، به‌ویژه در گردشگری فرهنگی که به اصالت وابسته است. محمود و همکارن[7] (۲۰۲۴) در یک مطالعه کلان داده گزارش کردند که درصد قابل توجهی از کاربران متاورس پس از تجربه‌های طولانی، احساس "از دست دادن واقعیت" داشتند. این موضوع می‌تواند تجربه‌های متاورسی را به یک جایگزین کم‌ارزش برای سفرهای واقعی تبدیل کند.

۴. هزینه‌های توسعه و پذیرش محدود

موناکو و ساکچی[8] (۲۰۲۳) گزارش می دهند توسعه پلتفرم‌های متاورس برای مقاصد گردشگری هزینه‌های بالایی دارد که بسیاری از کسب‌وکارها توان پرداخت آن را ندارند. پارادس و همکاران[9] (۲۰۲۴) تخمین می‌زنند که ایجاد یک تور متاورسی ساده برای یک مقصد کوچک حداقل ۵۰،۰۰۰ دلار هزینه دارد، در حالی که پروژه‌های بزرگ‌تر می‌توانند میلیون‌ها دلار خرج بردارند. یونگ و همکاران[10] (۲۰۲۱) در یک نظرسنجی از ۲۰۰ کسب‌وکار گردشگری در اروپا نشان دادند که ۷۰ درصد از آن‌ها نه منابع مالی و نه دانش فنی برای ورود به متاورس را دارند. از سوی دیگر، پذیرش متاورس توسط کاربران نیز چالش‌برانگیز است. وونگ و همکاران[11] (۲۰۲۳) گزارش کردند که افراد بالای ۵۰ سال -که بخش بزرگی از گردشگران را تشکیل می‌دهند- تمایل کمتری به استفاده از این فناوری دارند و تنها ۱۸ درصد از آن‌ها تجربه متاورس را امتحان کرده‌اند. اوکگان و همکاران[12] (۲۰۲۴) استدلال می کنند مقاومت فرهنگی و مالی، گسترش متاورس را کند می‌کند.

---

[1] Dwivedi et al
[2] Mahmoud
[3] Elkhwesky et al
[4] Zhang et al
[5] Benitez
[6] Filimonau et al
[7] Mahmoud et al
[8] Monaco & Sacchi
[9] Prados et al
[10] Yung et al
[11] Wong et al
[12] Ucgun et al

### تحلیل چالش‌ها

چالش‌های متاورس در گردشگری نشان‌دهنده یک پارادوکس هستند: فناوری‌ای که قرار است دسترسی را افزایش دهد، خود به دلیل زیرساخت‌ها و هزینه‌ها محدود شده است. همچنین، در حالی که متاورس نوآوری را ترویج می‌کند، خطر کاهش ارزش‌های سنتی گردشگری مانند اصالت را به همراه دارد. ژونگ و همکاران[1](۲۰۲۳) پیشنهاد می‌کنند که رویکردهای هیبریدی «ترکیب متاورس با سفرهای فیزیکی» می‌توانند این مشکلات را تعدیل کنند، اما این نیازمند استراتژی‌های دقیق و سرمایه‌گذاری‌های کلان است.

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این مرور نشان داد که متاورس یک فناوری تحول‌آفرین با پتانسیل عظیم برای بازتعریف صنعت گردشگری است. فرصت‌ها و چالش‌های آن، که از تحلیل ۳۵ منبع معتبر استخراج شده‌اند، نشان‌دهنده یک تعادل ظریف بین نوآوری و محدودیت هستند. در این بخش، یافته‌های کلیدی خلاصه شده و پیشنهادهایی برای تحقیقات و عمل آینده ارائه می‌شود.

### نتیجه‌گیری

متاورس با ارائه تجربه‌های فراگیر و شخصی‌سازی‌شده ، پتانسیل تغییر پارادایم از سفرهای فیزیکی به تجربه‌های مجازی را دارد. این قابلیت به‌ویژه برای نسل Z جذاب است، که به دنبال تعاملات دیجیتال نوآورانه هستند. از منظر پایداری، متاورس می‌تواند با کاهش اثر کربن و فشار بر اکوسیستم‌ها، به اهداف جهانی مانند دستور کار گردشگری ۲۰۳۰ کمک کند. در حوزه بازاریابی، این فناوری ابزارهای تعاملی و جهانی‌سازی‌شده‌ای ارائه می‌دهد که درآمد صنعت را افزایش می‌دهد ، در حالی که دسترسی‌پذیری آن، گردشگری را برای گروه‌های محروم دموکراتیزه می‌کند.

با این حال، چالش‌ها نیز به همان اندازه برجسته هستند. محدودیت‌های زیرساختی و هزینه‌های بالای تجهیزات، متاورس را به یک فناوری غیرقابل دسترس برای بسیاری از مناطق و افراد تبدیل کرده است. نگرانی‌های حریم خصوصی و امنیت داده‌ها اعتماد کاربران را تهدید می‌کند، در حالی که ناتوانی متاورس در بازسازی اصالت و تعامل انسانی، ارزش آن را به‌عنوان جایگزین گردشگری سنتی زیر سؤال می‌برد. پذیرش محدود توسط کسب‌وکارهای کوچک و گروه‌های سنی بالاتر نیز گسترش آن را کند می‌کند.

تحلیل تطبیقی نشان می‌دهد که متاورس یک شمشیر دولبه است: از یک سو، نوآوری و پایداری را ترویج می‌کند؛ از سوی دیگر، خطر نابرابری و انزوای اجتماعی را به همراه دارد. موفقیت آن به توانایی غلبه بر این چالش‌ها و ادغام آن با گردشگری سنتی بستگی دارد.

### پیشنهادها برای تحقیقات آینده

برای بهره‌برداری کامل از پتانسیل متاورس در گردشگری، تحقیقات بیشتری لازم است. پیشنهادهای زیر بر اساس شکاف‌های شناسایی‌شده ارائه می‌شوند:

۱. مطالعات تجربی رفتار کاربران: بررسی تأثیرات بلندمدت متاورس بر رفتار گردشگران با استفاده از داده‌های واقعی و مطالعات طولی، به‌ویژه برای سنجش میزان تبدیل تجربه‌های مجازی به سفرهای واقعی.

[1] Zhong et al

۲. مدل‌های اقتصادی مقرون‌به‌صرفه: توسعه راهکارهایی برای کاهش هزینه‌های پیاده‌سازی متاورس، مانند استفاده از فناوری‌های متن‌باز یا یارانه‌های دولتی، به‌منظور حمایت از کسب‌وکارهای کوچک.

۳. تأثیرات فرهنگی و اجتماعی: تحلیل اثرات متاورس بر جوامع محلی وابسته به گردشگری، به‌ویژه در مقاصد فرهنگی که اصالت در آن‌ها حیاتی است.

۴. امنیت سایبری: طراحی پروتکل‌های پیشرفته برای حفاظت از داده‌های کاربران و افزایش اعتماد به پلتفرم‌های متاورس، با تمرکز بر گردشگری که داده‌های حساسی دارد.

۵. رویکردهای هیبریدی: تحقیق درباره چگونگی ادغام متاورس با گردشگری فیزیکی برای ایجاد تجربه‌های ترکیبی که هم نوآوری دیجیتال و هم اصالت انسانی را حفظ کنند.

**پیشنهادها برای عمل**

- سیاست‌گذاری: دولت‌ها باید در زیرساخت‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری کنند تا شکاف دسترسی کاهش یابد.

- صنعت: شرکت‌های گردشگری باید مدل‌های تجاری هیبریدی را آزمایش کنند که متاورس را به‌عنوان مکمل سفرهای واقعی به کار گیرند.

- آموزش: برنامه‌های آموزشی برای کاربران و کسب‌وکارها می‌تواند پذیرش متاورس را تسریع کند.

در پایان، متاورس می‌تواند آینده گردشگری را به شکلی هیجان‌انگیز اما پیچیده بازطراحی کند. این فناوری، اگر با استراتژی‌های فراگیر و پایدار پیاده‌سازی شود، نه‌تنها مکملی برای گردشگری سنتی خواهد بود، بلکه می‌تواند به حل برخی از بزرگ‌ترین چالش‌های این صنعت کمک کند. آینده در گرو همکاری بین محققان، سیاست‌گذاران و فعالان صنعت است تا تعادلی بین نوآوری و ارزش‌های انسانی برقرار شود.

## References


Adnan, N., Rashed, M. F., & Ali, W. (2024). Embracing the metaverse: cultivating sustainable tourism growth on a global scale. *Current Issues in Tourism*, 1-20. https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2390678

Allam, Z., Sharifi, A., Bibri, S. E., Jones, D. S., & Krogstie, J. (2022). The metaverse as a virtual form of smart cities: Opportunities and challenges for environmental, economic, and social sustainability in urban futures. *Smart Cities*, *5*(3), 771–801. https://doi.org/10.3390/smartcities5030040

Benítez, L. (2024). Metaverse cannot be an extra marketing immersive tool to increase sales in tourism cities. *International Journal of Tourism Cities*, *10*(3), 974-994. https://doi.org/10.1108/IJTC-01-2024-0001

Buhalis, D., & Karatay, N. (2022). Mixed reality (MR) for Generation Z in cultural heritage tourism towards metaverse. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2022: Proceedings of the ENTER 2022 eTourism Conference* (pp. 16–27). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-94751-4_2.

Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, *97*, Article 104724. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724

Deng, J., & Deng, W. (2024). Theoretical construction and application path of cultural tourism metaverse empowering rural revitalization. *Journal of Modern Social Sciences*, *1*(2), 502–512. https://doi.org/10.5281/zenodo.14565863

Dincelli, E., & Yayla, A. (2022). Immersive virtual reality in the age of the metaverse: A hybrid-narrative review based on the technology affordance perspective. *The Journal of Strategic Information Systems*, *31*(2), Article 101717. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2022.101717

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., ... & Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International journal of information management*, *66*, 102542. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542

El Archi, Y., Benbba, B., Kabil, M., & Dávid, L. D. (2023). Digital technologies for sustainable tourism destinations: State of the art and research agenda. *Administrative Sciences*, *13*(8), 184. https://doi.org/10.3390/admsci13080184

Elkhwesky, Z., Abuelhassan, A. E., Elkhwesky, E. F. Y., & Khreis, S. H. A. (2024). Antecedents and consequences of behavioural intention to use virtual reality in tourism: Evidence from Gen-Y and Gen-Z consumers in Egypt. *Tourism and Hospitality Research*, *24*(4), 560–576. https://doi.org/10.1177/14673584231170576

Filimonau, V., Ashton, M., & Stankov, U. (2024). Virtual spaces as the future of consumption in tourism, hospitality and events. *Journal of Tourism Futures*, *10*(1), 110–115. https://doi.org/10.1108/JTF-07-2022-0174

Go, H., & Kang, M. (2023). Metaverse tourism for sustainable tourism development: Tourism agenda 2030. *Tourism Review, 78*(2), 381–394. https://doi.org/10.1108/TR-02-2022-0102

Gursoy, D., Malodia, S., & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 31*(5), 527–534. https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2072504

Hollensen, S., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). Metaverse – The new marketing universe. *Journal of Business Strategy, 44*(3), 119–125. https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014

Hui, X., Raza, S. H., Khan, S. W., Zaman, U., & Ogadimma, E. C. (2023). Exploring regenerative tourism using media richness theory: Emerging role of immersive journalism, metaverse-based promotion, eco-literacy, and pro-environmental behavior. *Sustainability, 15*(6), 5046. https://doi.org/10.3390/su15065046

Ioannidis, S., & Kontis, A.-P. (2023). Metaverse for tourists and tourism destinations. *Information Technology & Tourism, 25*(4), 483–506. https://doi.org/10.1007/s40558-023-00271-y.

Jo, H. (2023). Tourism in the digital frontier: A study on user continuance intention in the metaverse. *Information Technology & Tourism, 25*(3), 307–330. https://doi.org/10.1007/s40558-023-00257-w.

Kim, J. (2021). Advertising in the metaverse: Research agenda. *Journal of Interactive Advertising, 21*(3), 141–144. https://doi.org/10.1080/15252019.2021.2001273

Koo, C., Kwon, J., Chung, N., & Kim, J. (2023). Metaverse tourism: Conceptual framework and research propositions. *Current Issues in Tourism, 26*(20), 3268–3274. https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2122781

Kuru, K. (2023). Metaomnicity: Toward immersive urban metaverse cyberspaces using smart city digital twins. *IEEE Access, 11*, 43844–43868. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3272890.

Mahmoud, A. B. (2023). The metaverse and web 3.0: Revolutionising consumption and communication for the future. In A. B. Mahmoud (Ed.), *Handbook of research on consumer behavioral analytics in metaverse* (pp. 322–345). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7029-9.ch015.

Mahmoud, A. B., Fuxman, L., Asaad, Y., & Solakis, K. (2024). Exploring new realms or losing touch? Assessing public beliefs about tourism in the metaverse–a big-data approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2023-1515

Maier, F., & Weinberger, M. (2024). Metaverse meets smart cities—Applications, benefits, and challenges. *Future Internet, 16*(4), 126. https://doi.org/10.3390/fi16040126

Meena, M. K., Kumar, S., & Valeri, M. (2024). Role of metaverse in future of tourism, hospitality, and events: Insights from bibliometric review. In M. Valeri (Ed.), *Metaverse and tourism* (pp. 3–24). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003497004-2.

Monaco, S., & Sacchi, G. (2023). Travelling the metaverse: Potential benefits and main challenges for tourism sectors and research applications. *Sustainability, 15*(4), 3348. https://doi.org/10.3390/su15043348

Prados-Castillo, J. F., Torrecilla-García, J. A., & Liébana-Cabanillas, F. (2024). Metaverse as a booster of tourism transformation towards virtual management strategies. *Tourism Review*, (ahead-of-print). https://doi.org/10.1108/TR-10-2023-0750

Sánchez-Amboage, E., Crespo-Pereira, V., Membiela-Pollán, M., & Jesús Faustino, J. P. (2024). Tourism marketing in the metaverse: A systematic literature review, building blocks, and future research directions. *Plos One, 19*(5), e0300599. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0300599

Suanpang, P., Niamsorn, C., Pothipassa, P., Chunhapataragul, T., Netwong, T., & Jermsittiparsert, K. (2022). Extensible metaverse implication for a smart tourism city. *Sustainability, 14*(21), 14027. https://doi.org/10.3390/su142114027

Uçgun, G. Ö. (2024). The effects of metaverse on the tourism industry. *Journal of Metaverse, 4*(1), 71–83. https://doi.org/10.57019/jmv.1466997

UNWTO. (2023). *Global tourism statistics 2023*. United Nations World Tourism Organization.

Volchek, K., & Brysch, A. (2023, January). Metaverse and tourism: From a new niche to a transformation. In *ENTER22 e-tourism conference* (pp. 300-311). Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25752-0_32.

Wong, L. W., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. K. (2023). Metaverse in hospitality and tourism: a critical reflection. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *36*(7), 2273-2289. https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2023-0586

Xie, Y. (2024). Blockchain technology and the future of tourism: A critical analysis of the positive impacts of metaverse on the tourism sector. *Journal of Smart Cities, 9*(1), 30–48.

Yung, R., Khoo-Lattimore, C., & Potter, L. E. (2021). Virtual reality and tourism marketing: Conceptualizing a framework on presence, emotion, and intention. *Current Issues in Tourism, 24*(11), 1505–1525. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1820454

Zhang, G., Cao, J., Liu, D., & Qi, J. (2022). Popularity of the metaverse: Embodied social presence theory perspective. *Frontiers in psychology*, *13*, 997751. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.997751

Zhong, L., Xu, Z., Morrison, A. M., Li, Y., & Zhu, M. (2023). Metaverse customer journeys in tourism: building viable virtual worlds. *Tourism Review*, *79*(8), 1409-1426. https://doi.org/10.1108/TR-07-2023-0492

# توانمندی ها و چالش های گردشگری روستایی شهرستان جرقویه

**ندا معتمدی**، گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
**حسین سلیمانی***، گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
**امیر گندمکار**، گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران
**احمد خادم الحسینی**، گروه جغرافیا، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

## چکیده

در دنیای رقابتی امروز، صنعت گردشگری یکی از ارکان اساسی توسعه کشورها است و به عنوان یکی از فعالیت های انکارناپذیر اقتصادی و اجتماعی قرن حاضر مورد توجه قرار گرفته است. گردشگری می تواند نقش عمده ای را در توانمند سازی مردم محلّی، توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی، رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت های شغلی جدید، در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش های اقتصادی و اجتماعی داشته باشد. با توجه به اهمیت گردشگری روستایی هدف از این پژوهش بررسی چالش ها و توانمندی های گردشگری روستایی در شهرستان جرقویه می باشد. در این راستا پرسشنامه ای با طیف لیکرت طراحی شد که در آن ۳ معیار اصلی اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و کالبدی - محیطی مدنظر قرار گرفت. ۴۱ پرسشنامه توسط گردشگران شهرستان جرقویه تکمیل شد. سپس در نرم افزار spss آزمون t تک نمونه ای بر روی آنها انجام و نسبت به میانگین جامعه ۳ و ۵ سنجیده شدند تا مشخص گردد که روستاهای شهرستان جرقویه از نظر توسعه گردشگری پایدار دارای شرایط مطلوب می باشد یا از شرایط مطلوب فاصله دارد و بدین صورت چالش ها و توانمندی های گردشگری شهرستان شناسایی شود. نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که از نظر گردشگران اهمیت معیارهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر و از حد مطلوب فاصله دارد. همچنین اهمیت سوال های ابعاد مورد مطالعه از نظر آنها یکسان نمی باشد و رتبه بندی متفاوتی دارند. از نظر گردشگران خدمات پذیرایی، حفظ فرهنگ مردم محلی و دسترسی به جاذبه های موجود در سطح شهرستان از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. با توجه به اینکه شهرستان جرقویه توانمندی های زیادی از نظر جاذبه های گردشگری دارد در صورت تقویت این معیارها می تواند به یکی از قطب های گردشگری استان اصفهان تبدیل شود.

**واژگان کلیدی:** توانمندی، توسعه گردشگری، چالش، گردشگری روستایی، جرقویه

## ۱. مقدمه

یکی از گونه های گردشگری؛ گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی به مجموعه فعالیت ها و خدماتی گفته می شود که توسط کشاورزان، مردم و دولت ها برای تفریح و استراحت گردشگران و جذب گردشگران در نواحی روستایی صورت می گیرد (Heydari, 2017). همچنین گردشگری روستایی عبارت است از فعالیت ها و گونه های مختلف گردشگری در محیط های روستایی و پیرامون آنها که دربردارنده آثار مثبت و منفی برای محیط زیست روستا، انسان و طبیعت است (Taghdisi et al, 2015) و نیز گردشگری روستایی به عنوان یک کارکرد فراساختاری می تواند ازطریق مشارکت و وابستگی به سایر بخش های اقتصادی و فرهنگی جامعه گسترش و تداوم یابد و به نوبه خود در رشد و تعالی روستا و بالطبع گره خوردن آن با توسعه ملی نقش مهمی در توسعه کشور ایفا کند.  در این راستا سیاست گذاران و برنامه ریزان به گردشگری به عنوان صنعتی که ثبات اقتصادی و جمعیتی را برای جوامع روستایی به دنبال دارد، می نگرند و بسیاری گردشگری را به عنوان عنصر لازم برای حرکت به سوی اصلاح مناطق روستایی می دانند و از گردشگری به عنوان راهبردی که می تواند با توجه به اثربخشی خاص خود به جوامع روستایی حیات دوباره بدهد و آنها را پابرجا نگه دارد یاد می کنند (Heydari, 2017). توسعه گردشگری روستایی می تواند مزایایی را همچون افزایش درآمد جامعه محلی، زیباسازی جنبه ظاهری روستا و کاهش شکاف جامعه شهری - روستایی ایجاد کند. توسعه گردشگری روستایی ازیک طرف می تواند وسیله ای برای تحرک رشد اقتصاد ملی به شمار آید و از طرف دیگر نقش مهمی در تنوع سازی اقتصاد روستاها در قالب صنعت گردشگری ایفا کند. امروزه گردشگری، با هدف توسعه پایدار جوامع محلی، به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق روستایی ارتقا یافته است (رکن الدین افتخاری، ۱۳۸۸). گردشگری در مناطق روستایی در بخش های خاصی از اروپا به عنوان یک کاتالیزور مؤثر روستایی در بازسازی اجتماعی و اقتصادی برای بیش از صدسال به رسمیت شناخته شده (Su, 2011) و به عنوان راهکاری برای دست یابی به توسعه اقتصادی و اجتماعی محسوب می شود (Sharpley & vassb, 2006). توسعه گردشگری روستایی به عنوان یک راهکار بالقوه برای حل بسیاری از مشکلات مناطق روستایی شناخته شده است و در زمینه های مختلفی چون رشد اقتصادی (ایجاد اشتغال در زمینه های مرتبط با گردشگری، ایجاد بازار جدید برای تولیدات کشاورزی)، توسعه اجتماعی فرهنگی (افزایش جمعیت مناطق روستایی، تقویت خدمات عمومی) و حفاظت و بهبود محیط –طبیعی و زیرساختهای موجود می تواند مؤثر واقع شود (Sharpley, 2002). (Soeswoyo et al, 2021) در پژوهشی پتانسیل و استراتژی گردشگری برای توسعهٔ گردشگری روستایی رقابتی در اندونزی را بررسی کردند. آنها بیان کردند که پتانسیل‌های گردشگری مناطق روستایی یک توان بالقوه برای توسعهٔ این مناطق است و در این زمینه مشارکت و برنامه‌ریزی عوامل مهم هستند. (Hassan et al, 2022) در پژوهشی به بررسی تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر رضایت ساکنان از محیط محلی، اقتصاد اجتماعی و کیفیت زندگی در منطقه الاحساء، عربستان سعودی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که سه عامل  توسعه گردشگری مورد بررسی، از جمله اثرات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی، با رضایت کلی ساکنین ارتباط مثبت دارند. (Kumar et al, 2022) عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی را بررسی کردند. نتایج نشان داد متغیرهای زیرساخت حمایت دولت و جامعه محلی و مشارکت بخش خوصی از عوامل اصلی توسعه گردشگری روستایی هستند.  (Kumar & Valeri, 2022) در پژوهشی رابطهٔ بین عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی را بررسی کردند. آنها نتیجه گرفتند که توسعهٔ زیرساخت‌ها، رشد وجدان زیست‌محیطی، حمایت دولت محلی و جامعه، دردسترس‌بودن بودجه و مشارکت بخش خصوصی از عوامل اصلی توسعهٔ گردشگری روستایی هستند. (Sun, 2023) الگوهای فضایی منطقه توریستی در چین را بررسی کردند. نتایج نشان داد دسترسی به حمل و نقل، جاذبه های گردشگری و زیرساخت بر توسعه گردشگری روستایی مؤثر است. خداپناه (۱۴۰۲) عوامل موثر بر توسعه گردشگران روستایی در دهستان حیران، شهرستان آستارا را بررسی کردند. نتایج نشان داد بیشترین بار عاملی در بین عامل محیطی به نماگر پوشش گیاهی و جانوری(۰/۸۸)، در عامل مدیریتی به نماگر سیاست‌های تشویقی(۰/۷۶)، در عامل اقتصادی به نماگر ویلاسازی و خانه دوم(۰/۸۸) و در عامل اجتماعی به امکانات رفاهی موجود در روستا (۰/۸۹) در زمینهٔ گردشگری اختصاص داشته است. محمدی و حکیمی نیا (۱۴۰۳) موانع پیش روی توسعه گردشگری در نواحی روستایی ینگیجه را بررسی کردند. نتایج نشان داد در بخش توسعه گردشگری عمومی ضعف در برنامه ریزی، نظارت و عملکرد نهادهای دولتی، فضای نامناسب

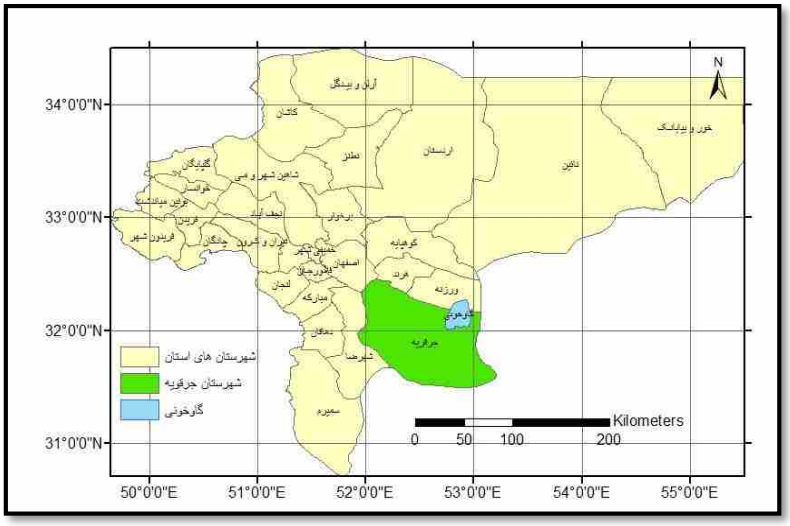
کسب و کار و ضعف های مرتبط با آموزش و اطلاع رسانی و در بخش تخصصی مرتبط با توسعه گردشگری رویداد محور نیز ضعف در برنامه ریزی و مدیریت رویدادها، عدم حرکت به سمت تجربه گرایی و خلاقیت محوری و ضعف در تبلیغات تخصصی و برجسته سازی در میان موانع شناسایی شده دارای بیشترین اهمیت در شکل گیری وضعیت نامناسب موجود، شناخته شدند. ضرغام و اسدی (۱۴۰۳) آینده‌پژوهی مقصدهای گردشگری روستایی در روستای سریزد را بررسی کردند. نتایج نشان داد که در سطح مدیریت، مهم‌ترین استراتژی، ایجاد یک سازمان مدیریت/بازاریابی مقصد (DMO) و تدوین برنامه مدیریت مقصد (DMP) است. خادم حسینی و همکاران (۱۴۰۳) استراتژی مطلوب مبتنی بر عوامل مؤثر در توسعهٔ گردشگری پایدار روستایی در شهرستان آباده را بررسی کردند. تحلیل‌ها با سه مدل SWOT، AHP و Vokor انجام شده است. نتایج نشان داد که مهم‌ترین عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدید به‌ترتیب درزمینهٔ توسعهٔ گردشگری پایدار روستایی شامل روحیهٔ قوم‌گرایی و جمع‌گرایی در روستاها با وزن نهایی (۰/۳۸۸)، کمبود اقامتگاه گردشگری در روستاها با وزن نهایی (۰/۴۲۷)، امکان جذب سرمایه‌گذاری از بخش خصوصی با وزن نهایی (۰/۳۷۵)، خشکسالی و کم‌آبی در سال‌های اخیر با وزن نهایی (۰/۵۲۳) است. هدف از این پژوهش بررسی توانمندی ها و چالش های گردشگری روستایی در شهرستان جرقویه می باشد.

## 2. روش شناسی تحقیق

شهرستان جرقویه یکی از شهرستان‌های زیبا و دیدنی ایران است که در ۵۲ کیلومتری جنوب شرقی استان پهناور اصفهان واقع شده است (شکل ۱). این شهرستان آب‌وهوای گرم و خشکی دارد و به سبب موقعیت جغرافیایی خود و قرارگیری در منطقه کویری، تابستان‌های گرم و سوزان و زمستان‌های سرد و خشک را تجربه می‌کند؛ بنابراین بهترین زمان سفر به این شهر فصل بهار و پاییز است که آب‌وهوا در معتدل‌ترین حالت خود قرار دارد.

شهرستان جرقویه از شمال با شهرستان‌های ورزنه و هرند، از شمال غربی با شهرستان اصفهان و دهستان براآن جنوبی، از غرب با شهرستان شهرضا، از جنوب با شهرستان آباده استان فارس و از شرق با شهرستان‌های اردکان و میبد استان یزد و از شمال شرقی با تالاب گاوخونی و از جنوب شرقی با شهرستان ابرکوه و از جنوب غربی با ایزدخواست استان فارس همسایه است. منطقه جرقویه با پهناوری نزدیک به ۹۰۰۰ کیلومترمربع است که نزدیک‌ترین روستای این منطقه به اصفهان روستای قارنه به فاصله ۵۴ کیلومتر و دورترین روستای این منطقه به اصفهان روستای حارث‌آباد به فاصله ۱۷۵ کیلومتر است.

روستاهای مالواجرد، رامشه، مبارکه، احمدآباد، اسفندران، حارث آباد، فیض آباد، اسد آباد، یخچال الله آباد، خارا، دستجرد، کمال آباد، مزرعه عرب، حیدرآباد، قارنه، حسین آباد، گنج آباد، سیان، سعادت آباد، آذرخواران و پیکان به اضافه شهرهای نیک آباد، نصرآباد، حسن آباد و محمد آباد در شهرستان جرقویه واقع شده اند.




**شکل (۱): موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه**

به منظور بررسی توانمندی ها و چالش های گردشگری روستایی شهرستان جرقویه از دید گردشگران ابتدا پرسشنامه ای با طیف لیکرت طراحی شد که در آن شاخص های توسعه پایدار گردشگری از نظر گردشگران جرقویه بررسی شد. در این پرسشنامه ۳ معیار اصلی اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و کالبدی - محیطی و ۸ زیرمعیار افزایش عدالت و رفاه اقتصادی، افزایش کیفیت خدمات گردشگری، سرمایه گذاری، بهبود شرایط زندگی، حفاظت از الگوهای اجتماعی و فرهنگی، توسعه ظرفیت نهادی، آگاهی و ارتقاء بهداشت محیط و پایداری منبع اکوسیستم مدنظر قرار گرفت. تعداد ۴۱ پرسشنامه توسط گردشگران شهرستان جرقویه تکمیل شد. با توجه به این که خروجی پرسشنامه ها به صورت کیفی بود لذا در نرم افزار spss سوالات مرتبط با هر بعد با یکدیگر ترکیب شدند تا سوالات از حالت کیفی خارج و به مقادیر کمی تبدیل شوند. سپس در نرم افزار spss آزمون t تک نمونه ای بر روی آنها انجام و نسبت به میانگین جامعه ۳ و ۵ سنجیده شدند تا مشخص گردد که از نظر هر یک از ۳ بعد سوالات پرسشنامه، روستاهای شهرستان جرقویه از نظر توسعه گردشگری پایدار دارای شرایط مطلوب می باشد یا از شرایط مطلوب فاصله دارد. بدین ترتیب توانمندی ها و چالش های گردشگری روستایی در شهرستان جرقویه شناسایی شد.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

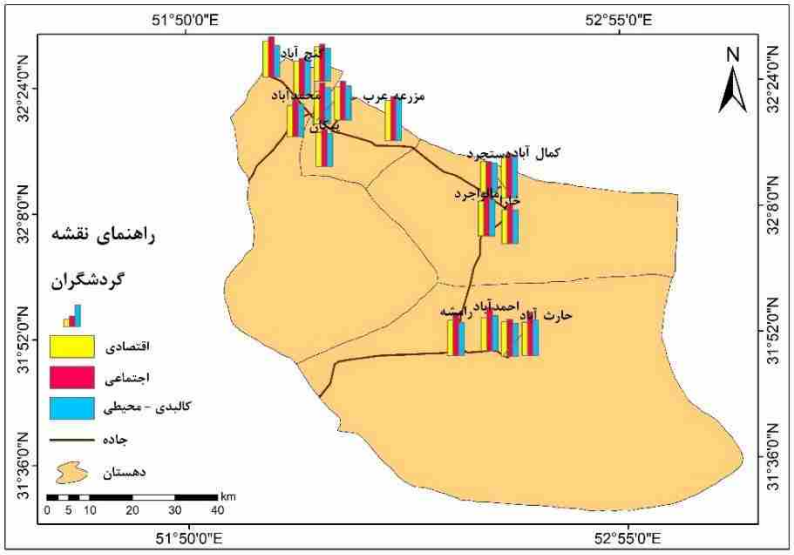
در جدول (۱) فراوانی گردشگران پاسخگو به سوالات پرسشنامه ها در هر روستا ارائه شده است. همان گونه که مشاهده می شود تعداد آنها بین ۱ تا ۵ نفر در هر روستا متغیر می باشد و در مجموع ۴۱ نفر از گردشگران به پرسشنامه ها پاسخ داده اند.

**جدول (۱): فراوانی گردشگران در هر روستاها**

| نام روستا | تعداد گردشگران | نام روستا | تعداد گردشگران |
|---|---|---|---|
| حسین آباد | ۴ | محمد آباد | ۵ |
| آذرخواران | ۲ | خارا | ۴ |
| گنج آباد | ۱ | مالواجرد | ۵ |
| قارنه | ۳ | اسفنداران | ۲ |
| دستجرد | ۱ | احمدآباد | ۲ |
| مزرعه عرب | ۲ | حارث آباد | ۲ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| کمال آباد | ۲ | سیان | ۲ |
| رامشه | ۲ | پیکان | ۲ |

با توجه به شکل (۲) از دید گردشگران در بعد اقتصادی بیشترین میانگین مربوط به روستاهای مزرعه عرب و کمال آباد و کمترین میانگین مربوط به روستای دستجرد می باشد. در بعد اجتماعی بیشترین میانگین در روستاهای مزرعه عرب و کمال آباد و کمترین میانگین در روستای دستجرد مشاهده شده است. در بعد کالبدی - محیطی نیز بیشترین میانگین متعلق به روستاهای مزرعه عرب و کمال آباد و کمترین میانگین متعلق به روستای دستجرد بوده است.




**شکل (۲): رتبه بندی ابعاد مورد مطالعه در شهرستان جرقویه**

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه براساس معیار اقتصادی از نظر گردشگران دو فرض زیر مطرح می باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط قابل قبول می باشد.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای بر روی سوالات معیار اقتصادی در جدول (۲) نشان می دهد که با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ لذا فرض تحقیق رد و فرض صفر پذیرفته می شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه بدست آمده (۳) و میانگین جامعه (۳) می باشد؛ لذا به دلیل برابر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه بدست آمده نتیجه گرفته می شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض های زیر مطرح می باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی دارای شرایط مطلوب می باشد.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اقتصادی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه بدست آمده (۳) و میانگین جامعه (۵) می باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه بدست آمده نتیجه گرفته می شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اقتصادی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

**جدول (۲): نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای بر روی معیار اقتصادی گردشگران**

| میانگین جامعه =۳ | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| میانگین | انحراف معیار | انحراف از میانگین | t | درجه آزادی | Sig. | اختلاف میانگین |
| ۳ | ۰/۴۶ | ۰/۰۷ | ۰/۰۵ | ۴۰ | ۰/۹ | ۰/۰۰۴ |
| میانگین جامعه =۵ | | | | | | |
| میانگین | انحراف معیار | انحراف از میانگین | t | درجه آزادی | Sig. | اختلاف میانگین |
| ۳ | ۰/۴۶ | ۰/۰۷ | -۲۷/۴۱ | ۴۰ | ۰ | -۱/۹۹ |

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه براساس معیار اجتماعی از نظر گردشگران دو فرض زیر مطرح می باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط قابل قبول می باشد.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.

نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای بر روی سوالات معیار اجتماعی در جدول (۳) نشان می دهد که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه بدست آمده (۳/۴۶) و میانگین جامعه (۳) می باشد؛ لذا به دلیل بزرگتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه بدست آمده نتیجه گرفته می شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.

در میانگین جامعه ۵ فرض های زیر مطرح می باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی دارای شرایط مطلوب می باشد.

فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار اجتماعی از شرایط مطلوب فاصله دارد.

با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه بدست آمده (۳/۴۶) و میانگین جامعه (۵) می باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه بدست آمده نتیجه گرفته می شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار اجتماعی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

**جدول (۳): نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای بر روی معیار اجتماعی گردشگران**

| میانگین جامعه =۳ | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| میانگین | انحراف معیار | انحراف از میانگین | t | درجه آزادی | Sig. | اختلاف میانگین |
| ۳/۴۶ | ۰/۵۴ | ۰/۰۸ | ۵/۴۳ | ۴۰ | ۰ | ۰/۴۶ |
| میانگین جامعه =۵ | | | | | | |
| میانگین | انحراف معیار | انحراف از میانگین | t | درجه آزادی | Sig. | اختلاف میانگین |
| ۳/۴۶ | ۰/۵۴ | ۰/۰۸ | -۱۸/۰۲ | ۴۰ | ۰ | -۱/۵۳ |

به منظور بررسی نواحی روستایی شهرستان جرقویه براساس معیار کالبدی - محیطی از نظر گردشگران دو فرض زیر مطرح می باشد:

فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط قابل قبول می باشد.
فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط قابل قبول فاصله دارد.
نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای بر روی سوالات معیار کالبدی - محیطی در جدول (۴) نشان می دهد که با توجه به بزرگتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ لذا فرض تحقیق رد و فرض صفر پذیرفته می شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه بدست آمده (۳/۰۴) و میانگین جامعه (۳) می باشد؛ لذا به دلیل بزرگتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه بدست آمده نتیجه گرفته می شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است.
در میانگین جامعه ۵ فرض های زیر مطرح می باشد:
فرض صفر: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی دارای شرایط مطلوب می باشد.
فرض تحقیق: از دید گردشگران، نواحی روستایی جرقویه از نظر معیار کالبدی - محیطی از شرایط مطلوب فاصله دارد.
با توجه به میانگین جامعه ۵ نتیجه گرفته می شود که با توجه به کوچکتر بودن سطح معناداری از ۰/۰۵ فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. همچنین با توجه به این که میانگین نمونه بدست آمده (۳/۰۴) و میانگین جامعه (۵) می باشد؛ لذا به دلیل کوچکتر بودن مقدار میانگین نمونه از میانگین جامعه بدست آمده نتیجه گرفته می شود که از نظر گردشگران اهمیت معیار کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد.

**جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای بر روی معیار کالبدی - محیطی گردشگران**

| میانگین جامعه =۳ | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| میانگین | انحراف معیار | انحراف از میانگین | t | درجه آزادی | Sig. | اختلاف میانگین |
| ۳/۰۴ | ۰/۳۸ | ۰/۰۵ | ۰/۷۸ | ۴۰ | ۰/۴ | ۰/۰۴ |
| میانگین جامعه =۵ | | | | | | |
| میانگین | انحراف معیار | انحراف از میانگین | t | درجه آزادی | Sig. | اختلاف میانگین |
| ۳/۰۴ | ۰/۳۸ | ۰/۰۵ | -۳۲/۸ | ۴۰ | ۰ | -۱/۹۵ |

به منظور شناسایی بااهمیت ترین سوال در هر بعد، آزمون فریدمن بر روی سوالات هر بعد انجام و نتایج آن در ادامه ارائه شده است. معناداری زیرمعیارهای ابعاد مورد مطالعه در پرسشنامه گردشگران توسط آماره آزمون فریدمن بررسی و نتایج آن در جدول (۵) ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار sig کمتر از ۰/۰۵ می باشد لذا نتیجه گرفته می شود که سوال های ابعاد مورد مطالعه از نظر گردشگران بامعنا بوده اند و اهمیت آنها یکسان نمی باشد و رتبه بندی متفاوتی دارند.

**جدول (۵): آماره حاصل از آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه های گردشگران**

| | | |
|---|---|---|
| اقتصادی | خی دو | ۹۴/۹۱ |
| | درجه آزادی | ۵ |
| | sig | ۰ |
| اجتماعی | خی دو | ۶۷/۳۷ |
| | درجه آزادی | ۸ |
| | sig | ۰ |

| | | |
|---|---|---|
| کالبدی - محیطی | خی دو | ۱۷۷/۷۵ |
| | درجه آزادی | ۱۲ |
| | sig | ۰ |

نتایج حاصل از آزمون فریدمن بر روی سوالات پرسشنامه های گردشگران در جداول (۶) تا (۸) ارائه شده است. از نظر گردشگران در بعد اقتصادی سوال سوم (میزان رضایت شما از خدمات و فراورده های محلی چگونه است؟)؛ در بعد اجتماعی سوال ششم (میزان همکاری و مشارکت های مردم محلی برای حفظ الگوهای فرهنگی و اجتماعی تا چه اندازه است؟) و در بعد کالبدی- محیطی سوال یازدهم (با رونق گردشگری سهولت دسترسی از طریق زیرساخت های گردشگری به روستاها بهتر شده است؟) بیشترین اهمیت را داشته است.

**جدول (۶): نتایج رتبه بندی آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه های گردشگران بعد اقتصادی**

| گویه | میانگین | انحراف معیار | میانگین رتبه |
|---|---|---|---|
| ۱ | ۳/۳۹ | ۰/۷۷ | ۴/۰۶ |
| ۲ | ۳/۲۴ | ۰/۴۳ | ۳/۶۸ |
| ۳ | ۳/۴۸ | ۰/۷۷ | ۴/۲۴ |
| ۴ | ۳/۳۴ | ۰/۶۱ | ۳/۹۹ |
| ۵ | ۳/۱۷ | ۰/۸۳ | ۳/۵۵ |
| ۶ | ۱/۳۹ | ۰/۷۳ | ۱/۴۸ |

**جدول (۷): نتایج رتبه بندی آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه های گردشگران بعد اجتماعی**

| گویه | میانگین | انحراف معیار | میانگین رتبه |
|---|---|---|---|
| ۱ | ۳/۳۴ | ۰/۷۶ | ۴/۵۵ |
| ۲ | ۳/۵۱ | ۰/۷۱ | ۵/۳۳ |
| ۳ | ۳/۷۵ | ۰/۷۳ | ۵/۹۸ |
| ۴ | ۳/۴۶ | ۱/۰۲ | ۵/۰۶ |
| ۵ | ۳/۶ | ۰/۷ | ۵/۵۵ |
| ۶ | ۳/۷۵ | ۰/۶۶ | ۶/۱۲ |
| ۷ | ۳/۵۶ | ۰/۷۴ | ۵/۳۳ |
| ۸ | ۳/۲۶ | ۰/۶۳ | ۴/۲۴ |
| ۹ | ۲/۹ | ۰/۷۳ | ۲/۸۴ |

**جدول (۸): نتایج رتبه بندی آزمون فریدمن بر روی پرسشنامه های گردشگران بعد کالبدی- محیطی**

| گویه | میانگین | انحراف معیار | میانگین رتبه |
|---|---|---|---|
| ۱ | ۳/۰۹ | ۰/۴۹ | ۷/۴۱ |
| ۲ | ۳/۲۶ | ۰/۴۴ | ۷/۹۶ |
| ۳ | ۲/۵۸ | ۰/۷۴ | ۴/۶۳ |
| ۴ | ۲/۳۶ | ۰/۴۸ | ۳/۵ |
| ۵ | ۲/۵۳ | ۰/۶۳ | ۴/۱۸ |
| ۶ | ۳/۲۴ | ۰/۵۳ | ۸/۲۳ |
| ۷ | ۲/۹ | ۰/۹۱ | ۶/۶۷ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۸ | ۲/۸ | ۰/۷۸ | ۶/۰۶ |
| ۹ | ۳/۳۹ | ۰/۷۷ | ۸/۹۳ |
| ۱۰ | ۳/۵۶ | ۰/۸۹ | ۹/۵۲ |
| ۱۱ | ۳/۷۸ | ۰/۷۹ | ۱۰/۴۸ |
| ۱۲ | ۲/۹۷ | ۰/۴۱ | ۶/۶۶ |
| ۱۳ | ۳/۰۹ | ۰/۸۸ | ۹۶/۷۶ |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

شهرستان جرقویه یکی از مکانهای روستایی است که سرشار از نقاط دیدنی، تاریخی و طبیعی است که در صورت یک برنامه ریزی مناسب و تدوین الگوی بهینه برای توسعه گردشگری در این شهرستان می توان از طریق گردشگری به توسعه روستایی در این منطقه دست پیدا نمود و اقتصاد منطقه را دگرگون نمود. پتانسیل ها و توانمندی های گوناگون گردشگری در این منطقه و از طرفی نرخ بیکاری بالا در بین جوانان ضرورت توجه به برنامه ریزی برای توسعه روستایی با رویکرد گردشگری در این منطقه را نشان می دهد. نیاز به ایجاد اشتغال زایی در منطقه، نیاز به ارتقاء سطح اقتصادی و اجتماعی زندگی ساکنین این شهرستان با استفاده از پتانسیل های غیر از کشاورزی و وجود مناطق مختلف مناسب گردشگری در این شهرستان ضرورت دارد. روستاهای شهرستان جرقویه به علت دارابودن منابع طبیعی، چشم اندازهای طبیعی، وضعیت جغرافیایی و زیست محیطی، اقلیمی، توپوگرافی و هیدرولوژیکی میراث طبیعی به شمار می آیند و حفاظت از آنها در کنار استفاده اقتصادی درست ضروری است. از این طریق می توان، علاوه بر کاهش آثار منفی توسعه صنعت گردشگری در این منطقه، شرایطی را فراهم ساخت که منافع فعالیت های گردشگری نیز به آن بازگردد. نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که طبق آزمون t تک نمونه ای با میانگین جامعه ۳ از نظر گردشگران اهمیت معیارهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد قابل قبول بالاتر است. طبق نتایج آزمون با میانگین جامعه ۵ از نظر گردشگران اهمیت معیارهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی در نواحی روستایی شهرستان جرقویه از حد مطلوب فاصله دارد. نتایج آزمون فریدمن نیز نشان داد سوال های ابعاد مورد مطالعه از نظر گردشگران بامعنا بوده اند و اهمیت آنها یکسان نمی باشد و رتبه بندی متفاوتی دارند. از نظر گردشگران در بعد اقتصادی سوال سوم (میزان رضایت شما از خدمات و فراورده های محلی چگونه است؟)؛ در بعد اجتماعی سوال ششم (میزان همکاری و مشارکت های مردم محلی برای حفظ الگوهای فرهنگی و اجتماعی تا چه اندازه است؟) و در بعد کالبدی- محیطی سوال یازدهم (با رونق گردشگری سهولت دسترسی از طریق زیرساخت های گردشگری به روستاها بهتر شده است؟) بیشترین اهمیت را داشته است. طبق این نتایج می توان بیان نمود که از نظر گردشگران در بعد اقتصادی خدمات پذیرایی که به گردشگران ارائه می شود از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. در بعد اجتماعی حفظ فرهنگ مردم محلی از نظر آنها اهمیت دارد. در بعد کالبدی – محیطی نیز دسترسی به جاذبه های موجود در سطح شهرستان و توجه به زیرساخت های موجود برای بهبود دسترسی به آنها اهمیت بالایی دارد. لذا می توان بیان نمود که چالش های گردشگران در شهرستان جرقویه خدمات پذیرایی، فرهنگ مردم محلی و دسترسی و راه های ارتباطی می باشد. با توجه به اینکه شهرستان جرقویه توانمندی های زیادی از نظر جاذبه های گردشگری دارد در صورت تقویت این معیارها می تواند به یکی از قطب های گردشگری استان اصفهان تبدیل شود.

## منابع و ماخذ


خداپناه, کیومرث . (۱۴۰۲). تحلیل عوامل مؤثر و پیش‌برنده توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان، مطالعه موردی: دهستان حیران، شهرستان آستارا .برنامه ریزی توسعه کالبدی، *۱۰(۱)، ۱۱۶-۱۰۳.*

خادم حسینی, امید , رحمانی, بیژن , خالدی, شهریار و اصانلو, علی . (۱۴۰۳). تبیین استراتژی مطلوب مبتنی بر عوامل مؤثر در توسعهٔ گردشگری پایدار روستایی در نواحی نیمه‌خشک (مورد مطالعه: شهرستان آباده) .برنامه ریزی فضایی، *۱۴(۴)، ۲۶-۱*

رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، و اکبری سامانی، ناهید. (۱۳۹۲). ارائه الگوی برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک). پژوهشهای جغرافیای انسانی (پژوهش های جغرافیایی)، ۴۵(۱)، ۱۲۳-۱۴۶.

ضرغام بروجنی، حمید، اسدی زارچ، محمدرضا، (۱۴۰۳). آینده‌پژوهی مقصدهای گردشگری روستایی، عنصر کلیدی در توسعه پایدار گردشگری روستایی استان یزد (مورد مطالعه: روستای سریزد)، پژوهش های روستائی، *۱۵(۲)، ۲۹۷-۲۸۲.*

محمدی، سعدی، حکیمی نیا، زهرا . (۱۴۰۳). تحلیل موانع پیش روی توسعه گردشگری رویداد محور در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای فرهنگی و رویداد محور ینگیجه)، برنامه ریزی توسعه کالبدی، *۱۱(۱)، ۱۰۴-۸۷.*

Heydari Sarban, V. (2017). Factors Improvement ofRural Tourism Development from the Perspective of Local People, Case
Study: Ardabil County. Journal of Tourism and Development, 6(3), 177-198

Hassan, T. H., Salem, A. E., Abdelmoaty, M. A. (2022). Impact of Rural Tourism Development on Residents' Satisfaction with the Local Environment, Socio-Economy and Quality of Life in Al-Ahsa Region, Saudi Arabia. International journal of environmental research and public health, 19(7), 4410.

Kumar, S., Valeri, M., & Shekhar, A. (2022). Understanding the relationship among factors influencing rural tourism: a hierarchical approach. Journal of Organizational Change Management, 35(2), 385-407. https://doi.org/10.1108/JOCM-01-2021-0006

Kumar, S., & Valeri, M. (2022). Understanding the relationship among factors influencing rural tourism: A hierarchical approach. *Journal Of Organizational Change Management*, *35*(2), 385-407. https://doi.org/10.1108/JOCM-01-2021-0006

Su, B. (2011). Rural tourism in China. Tourism Management, Vol. 32, No. 6. Pp.1438-1441.

Sharpley, Richard (2002), Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus, Tourism management, Vol. 23, No.4, Pp. 233- 244.

Sharpley, Richard and vassb, Adrian (2006) . tourism farming and diversification: an attitudinal study, Tourism Management, 27, Pp. 1040-1052.

Soeswoyo, D. M., Jeneetica, M., Dewi, L., Dewantara, M. H., & Asparini, P. S. (2021). Tourism potential and strategy to develop competitive rural tourism in indonesia. International Journal Of Applied Sciences In Tourism And Events, 5(2), 131-141. https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i2.131-141.

Sun, A., Chen, L., Yoshida, K., & Qu, M. (2023). Spatial Patterns and Determinants of Bed and Breakfasts in the All-for-One Tourism Demonstration Area of China: A Perspective on Urban–Rural Differences. Journal of Land, 12(1), 1-21. https://doi.org/10.3390/ land12091720

Taghdisi, A., Varesi, H. R., Ahmadian, M., & Asgari, H. (2015). Identify and Analysis the Factors Affecting Development of
Tourism in Rural Areas (Case Study: Rural Areas of Jiroft County). Journal of Research and Rural Planning, 4(1), 1-14.

# دورسنجی میزان فرونشست زمین با تاکید بر گردشگری  زاینده رود (مطالعه موردی: شهر اصفهان)

**رحمان زندی**، دانشیار گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

**مهدی اورکی**، دانشجوی کارشناسی ارشد سنجش از دور، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید چمران اهواز ، اهواز، ایران

## چکیده:

فرونشست زمین به عنوان یکی از چالش‌های جدی محیط‌زیستی و ژئوتکنیکی، در سال‌های اخیر به‌ویژه در مناطق خشک و نیمه‌خشک کشور ایران گسترش یافته است. این پدیده در شهرستان اصفهان، به دلیل بهره‌برداری بی‌رویه از منابع آب زیرزمینی، به‌شدت افزایش یافته و زیرساخت‌های شهری و گردشگری را با خطر مواجه کرده است. در این پژوهش، از تصاویر راداری Sentinel-1 و تکنیک تداخل‌سنجی راداری (InSAR) در بازه زمانی ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۴ استفاده شد تا نرخ سالانه فرونشست در مناطق مختلف شهرستان اصفهان محاسبه و تحلیل گردد. داده‌های حاصل با استفاده از نرم‌افزار SNAP و ArcGIS پردازش شده و نتایج به‌صورت آماری و گرافیکی بررسی شدند. تحلیل‌ها نشان داد که نرخ فرونشست در برخی مناطق شهری به بیش از ۰٫۰۱- متر در سال رسیده و در مناطق دارای تمرکز فعالیت‌های گردشگری نیز اثرات منفی برجای گذاشته است. طبقه‌بندی مناطق بر اساس شدت فرونشست نشان‌دهنده گسترش ناحیه‌های بحرانی در مرکز و جنوب شهرستان است. نتایج این پژوهش می‌تواند به‌عنوان ابزاری کارآمد برای برنامه‌ریزان و مدیران شهری جهت مدیریت منابع آب، حفاظت از زیر ساخت‌های گردشگری و پیشگیری از خسارات آتی مورد استفاده قرار گیرد.

**کلمات کلیدی** : فرونشست زمین،گردشگری، تداخل سنجی راداری، Sentinel-1

## مقدمه

فرونشست زمین به‌عنوان یکی از پدیده‌های زمین‌ساختی و محیط‌زیستی، در دهه‌های اخیر به‌ویژه در مناطق خشک و نیمه‌خشک ایران به معضلی جدی تبدیل شده است. این پدیده عمدتاً در اثر برداشت بی‌رویه از منابع آب زیرزمینی، فشردگی تدریجی لایه‌های رس‌دار و تغییرات کاربری زمین رخ داده و منجر به کاهش تدریجی ارتفاع سطح زمین می‌گردد که اهمیت این پدیده هنگامی افزایش می‌یابد که زیرساخت‌های حیاتی شهری، تاسیسات حمل‌ونقل و آثار تاریخی در معرض آسیب‌های غیرقابل‌جبران ناشی از آن قرار گیرند.(Motagh et al., 2008)

در این میان، استان اصفهان به‌ویژه شهرستان اصفهان، به‌دلیل تراکم بالای جمعیتی، توسعه بی‌رویه شهری و کاهش شدید منابع آبی، یکی از کانون‌های بحرانی فرونشست در کشور محسوب می‌شود .(Shirani et al., 2019) بررسی‌ها نشان می‌دهد که نرخ فرونشست در برخی مناطق این شهرستان از ۱۰ سانتی‌متر در سال نیز فراتر رفته است موضوع زمانی نگران‌کننده‌تر می‌شود که زیرساخت‌های گردشگری، همچون میدان نقش‌جهان، سی‌وسه‌پل و مسجد امام، به‌عنوان سرمایه‌های ملی و جهانی در معرض تهدید این پدیده قرار می‌گیرند.(Agency, 2021)

صنعت گردشگری به‌ویژه گردشگری فرهنگی، به‌عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار در شهر اصفهان، نقشی کلیدی در اشتغال‌زایی، جذب سرمایه و ارتقاء جایگاه بین‌المللی این شهر ایفا می‌کند؛ بنابراین آسیب به زیر ساخت‌های گرد شگری، نه‌تنها تهدیدی برای میراث فرهنگی، بلکه عاملی برای اختلال در پویایی اقتصادی و اجتماعی منطقه به‌شمار می‌رود. با توجه به این چالش، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین سنجش‌ازدور به‌ویژه تصاویر راداری ماهواره Sentinel-1 و تکنیک تداخل‌سنجی راداری (InSAR) به‌عنوان ابزارهایی توانمند در پایش و تحلیل تغییرات سطح زمین، اهمیت فزاینده‌ای یافته است (Ferretti et al., 2001; Shirani et al., 2019). این روش‌ها با فراهم ساختن داده‌های دقیق و سری‌زمانی، امکان پایش مداوم و غیرمخرب نرخ فرونشست زمین در مقیاس منطقه‌ای را فراهم می‌سازند هدف این پژوهش، تحلیل نرخ فرونشست زمین در شهرستان اصفهان با استفاده از داده‌های Sentinel-1 در بازه زمانی ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۴ و بررسی اثرات آن بر زیرساخت‌های گردشگری است. این تحقیق تلاش دارد تا با تحلیل مکانی-زمانی داده‌های راداری، به شناسایی مناطق پرخطر از نظر فرونشست پرداخته و زمینه را برای برنامه‌ریزی‌های مدیریت شهری و حفاظت از میراث فرهنگی فراهم سازد.

## پیشینه تحقیق

در زمینه ی موضوع مورد بررسی تا کنون تحقیقات متعددی در داخل و خارج از کشور توسط محققان صورت گرفته که بر این اساس به دو دسته مطالعات داخلی و خارجی تقسیم بندی گردیده و در ادامه آورده شده اند.

### مطالعات داخلی

فرونشست زمین یکی از چالش‌های مهم محیطی در بسیاری از مناطق خشک و نیمه‌خشک ایران است که در دهه‌های اخیر به دلیل افزایش برداشت بی‌رویه از منابع آب زیرزمینی شدت و گستره بیشتری یافته است. استان اصفهان به‌عنوان یکی از کانون‌های مهم اقتصادی، صنعتی و گردشگری کشور، به طور گسترده‌ای در معرض این پدیده قرار دارد.

مطالعات متعددی به بررسی ابعاد مختلف فرونشست در این منطقه پرداخته‌اند. برای مثال، باقری و همکاران (۲۰۲۲) اثر بحران آب را بر تخریب بنیادهای زیستی از جمله فرونشست زمین در استان اصفهان تحلیل کرده و بر لزوم مدیریت پایدار منابع آبی تأکید نموده‌اند. شیرانی و همکاران (۲۰۲۱) با استفاده از تکنیک تداخل‌سنجی راداری(DInSAR) ، تغییرات فرونشستی در دشت نجف‌آباد را مورد بررسی قرار داده‌اند و دقت بالای این روش را در تشخیص نرخ‌های مختلف فرونشست نشان داده‌اند.

از منظر اجتماعی-فضایی، شفیعی دارافشانی و شمسی اژیه (۲۰۲۴) میزان آسیب‌پذیری و تاب‌آوری شهر اصفهان در برابر فرونشست را بررسی کرده و ضرورت طراحی سیاست‌های سازگار با شرایط زمین‌ساختی منطقه را مطرح نموده‌اند. در مطالعه‌ای دیگر، شیری و همکاران (۲۰۲۴) رابطه بین افت سطح آب زیرزمینی و فرونشست زمین را در دشت کرج تحلیل کرده و همبستگی بالایی میان این دو عامل گزارش کرده‌اند. همچنین، اجل‌لوئیان و همکاران (۲۰۲۴) با بهره‌گیری از داده‌های راداری و روش‌های آماری شامل تحلیل سلسله‌مراتبی، منطق فازی و رگرسیون خطی چندگانه، نقشه پتانسیل فرونشست دشت اصفهان-برخوار را تهیه و پهنه‌های پرریسک را شناسایی کرده‌اند.

**مطالعات خارجی**

در سطح بین‌المللی نیز مطالعات گسترده‌ای پیرامون کاربرد داده‌های InSAR برای تحلیل فرونشست زمین انجام شده است. موتاگ و همکاران (۲۰۰۸) با بررسی فرونشست ناشی از بهره‌برداری بیش از حد منابع آبی در ایران، این پدیده را به‌عنوان یک بحران ژئومورفولوژیکی ملی معرفی کردند.

Yangو همکاران (۲۰۲۴) در سواحل چین به تحلیل الگوهای زمانی-مکانی فرونشست زمین پرداخته و نقش لایه‌های آبدار مختلف را در این فرآیند برر سی کردند. در اندونزی، Dwiputraو همکاران (۲۰۲۰) و همچنین Aditiya و Ito (2023) با استفاده از روش PS-InSAR نرخ‌های فرونشست را در مناطق شهری بالی و سمارانگ با دقت بالا برآورد کردند.

در دلتای نیل، Abou El-Magdو همکاران (۲۰۲۴) با بهره‌گیری از داده‌های Sentinel-1 نرخ فرونشست را برر سی کرده و پتانسیل بالای داده‌های راداری در مدیریت مخاطرات زمین شناختی را نشان داده‌اند. همچنین، Sariو همکاران (۲۰۲۴) در حوزه آبخوان باندونگ اندونزی با ترکیب داده‌های راداری و تکنیک PS-InSAR تحلیل جامعی از پویایی فرونشست ارائه داده‌اند.

مجموع این مطالعات، نقش کلیدی تحلیل دقیق مکانی-زمانی پدیده فرونشست، به‌ویژه با بهره‌گیری از داده‌های راداری و مدل‌های تحلیلی ترکیبی، را در برنامه‌ریزی محیطی و کاهش ریسک‌های ناشی از فرونشست تأیید می‌کند. پژوهش حاضر نیز با هدف بررسی دقیق‌تر فرونشست زمین در شهرستان اصفهان، از داده‌های Sentinel-1 و تکنیک InSAR بهره برده است تا علاوه بر تعیین نرخ و الگوی مکانی فرونشست، اثرات آن بر زیرساخت‌های گردشگری منطقه را ارزیابی نماید.

## روش تحقیق

در این پژوهش، هدف اصلی تحلیل نرخ فرونشست زمین در شهرستان اصفهان و بررسی پیامدهای آن بر زیرساخت‌های گردشگری با بهره‌گیری از داده‌های راداری Sentinel-1 و ابزارهای تحلیل مکانی بود. شهرستان اصفهان با مساحت تقریبی ۲۵۰۰ کیلومتر مربع، در محدوده جغرافیایی ۳۲٫۶۵ درجه عرض شمالی و ۵۱٫۶۷ درجه طول شرقی، در ناحیه مرکزی ایران قرار دارد. این منطقه از نظر زمین‌شناسی دارای رسوبات آبرفتی جوان، لایه‌های رسی و آبرفتی با نفوذپذیری پایین است که زمینه‌ساز بروز پدیده

فرونشست در اثر افت سطح آب‌های زیرزمینی می‌باشد. تمرکز بالای مراکز تاریخی و گردشگری مانند میدان نقش‌جهان، مسجد امام و سی‌وسه پل در این ناحیه، اهمیت بررسی پدیده فرونشست را دوچندان می‌نماید.
برای این منظور، از تصاویر Sentinel-1A مربوط به بازه زمانی ژانویه ۲۰۲۳ تا ژانویه ۲۰۲۴ استفاده گردید. تصاویر در مد IW (Interferometric Wide Swath)با تفکیک مکانی ۱۰ متر و قطبش VV از پلتفرم ESA دریافت شدند. سپس با استفاده از نرم‌افزار SNAP نسخه ۱۱ و افزونه‌های مرتبط، مراحل پردازش تداخل‌سنجی انجام شد.

**مراحل اصلی پردازش در SNAP شامل:**

۱-اعمال فایل مدار دقیق(Apply Orbit File) ،
۲- برش مکانی داده‌ها Split) و(Subset ،
۳- هم‌ترازسازی تصاویر مرجع و ثانویه(Coregistration) ،
۴- تولید اینترفروگرام(Interferogram Formation) ،
۵- حذف ناپیوستگی خطوط داده(Deburst) ،
۶-فیلترگذاری فاز با روشGoldstein ،
۷- تبدیل فاز به جابجایی (Phase to Displacement)
۸- تصحیح مکانی نهایی (Range-Doppler Terrain Correction)
با وجود امکان استفاده از DEM در پردازش، در این تحقیق از مدل ارتفاعی جداگانه استفاده نشد و از تنظیمات پیش‌فرض نرم‌افزار بهره گرفته شد.

پس از تولید نقشه نرخ جابجایی سطح زمین، فایل خروجی با فرمت GeoTIFF وارد محیط ArcMap نسخه ۱۰,۸ گردید. برای تحلیل منطقه‌ای، از فایل برداری (Shapefile) شامل مرزبندی ۱۵ ناحیه شهری و پیرامونی شهرستان اصفهان استفاده شد. این فایل shapefile از پایگاه ملی اطلاعات مکانی تهیه گردیده و محدوده مناطق مختلف شهر را به‌صورت دقیق مشخص می‌نماید.

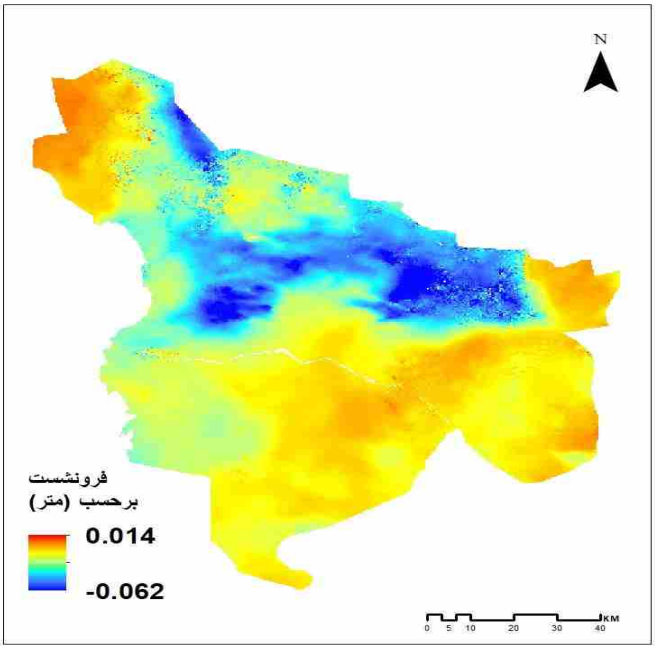
در ادامه، با بهره‌گیری از ابزار تحلیلی Zonal Statistics as Table در محیطArc Toolbox ، شاخص‌های آماری نرخ فرونشست از جمله میانگین(MEAN) ، انحراف معیار(STD) ، بیشینه(MAX) ، کمینه(MIN) ، دامنه (RANGE) و مجموع تغییرات (SUM) برای هر ناحیه محاسبه گردید. سپس جدول خروجی با shapefile مناطق با استفاده از ابزار Join Table ادغام شد تا تحلیل مکانی به‌صورت گرافیکی انجام گیرد.

به‌منظور تحلیل بهتر و دسته‌بندی شدت فرونشست در مناطق مختلف، از ابزار Symbology در ArcMap استفاده شد. طبقه‌بندی نقشه‌ها به پنج کلاس انجام گرفت: بسیار کم، کم، متوسط، زیاد و بسیار زیاد. این طبقات بر اساس توزیع آماری مقادیر میانگین نرخ فرونشست تعیین شدند. همچنین، نمودارهای ستونی برای هر ناحیه بر مبنای داده‌های Excel تهیه گردید که بیانگر توزیع آماری فرونشست در مناطق مختلف شهر است.

در نهایت، کلیه خروجی‌ها شامل نقشه طبقه‌بندی شده فرونشست، جداول آماری پیوست شده و نمودارهای ناحیه‌ای، برای تحلیل تأثیر فرونشست بر مراکز تاریخی و گردشگری شهر اصفهان مورد استفاده قرار گرفت. این اطلاعات، پایه تحلیل‌های ترکیبی در بخش بحث و نتیجه‌گیری مقاله می‌باشد.

## بحث و نتایج

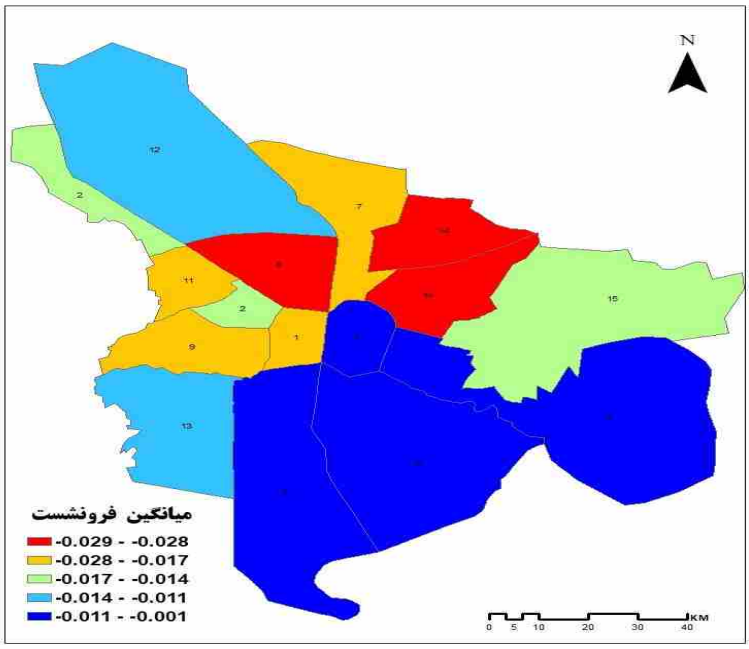
یافته‌های به‌دست‌آمده از پردازش داده‌های Sentinel-1 در بازه زمانی سال‌های ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۴ (شکل شماره ۱) نشان می‌دهد که پدیده فرونشست زمین در مناطق مختلف شهرستان اصفهان به‌طور قابل توجهی متغیر است. این تفاوت‌ها از نظر شدت، وسعت و پراکندگی فضایی قابل تحلیل و تفسیر می‌باشند.



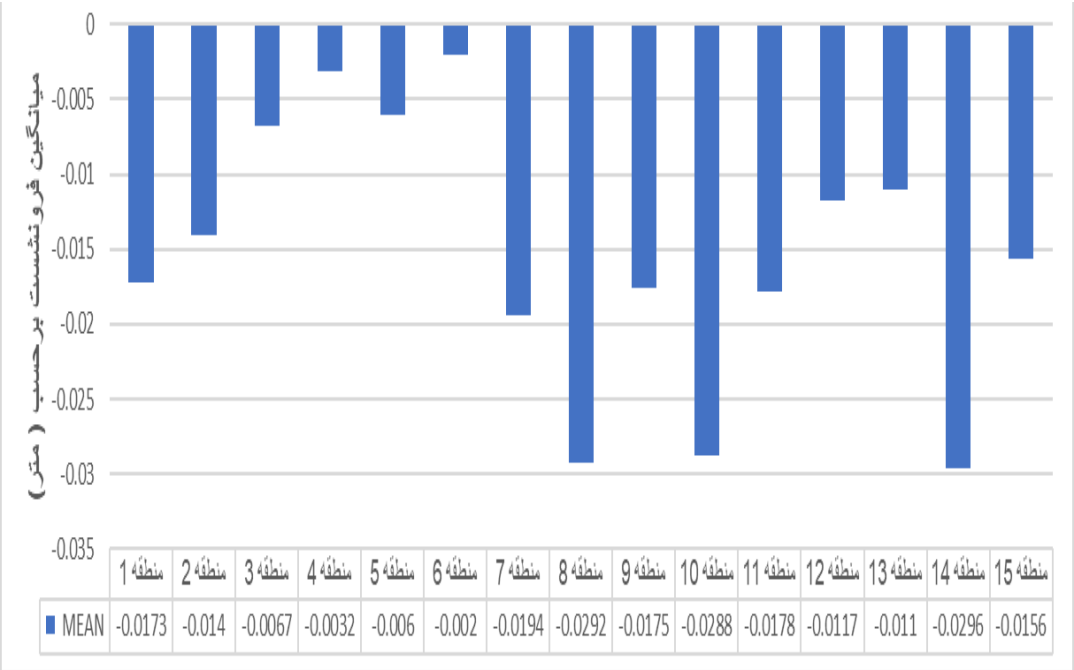

**شکل شماره ۱-میزان فرونشست زمین در شهر اصفهان در بازه زمانی ۲۰۲۳-۲۰۲۴**

نتایج آماری حاصل از تحلیل نرخ فرونشست در ۱۵ منطقه شهرداری اصفهان، بیانگر گستره‌ای از مقادیر میانگین فرونشست از حدود **-۰،۰۰۱۹۸۹** تا **-۰،۰۲۹۵۸۳** متر در سال است(شکل شماره ۲)، که بیانگر شدت‌های متفاوت این پدیده در سطح شهر است.بیشترین میانگین نرخ فرونشست سالانه در منطقه ۱۴ با مقدار **-۰،۰۲۹۵۸۳ متر** و پس از آن منطقه ۸ با **-۰،۰۲۹۲۲۷ متر** و منطقه ۱۰ با **-۰،۰۲۸۸۲۰ متر** ثبت شده است. این مناطق در طبقه‌بندی شدت بالا قرار گرفته و می‌توان آن‌ها را به‌عنوان کانون‌های بحرانی فرونشست در شهرستان اصفهان معرفی نمود. این نواحی عمدتاً در جنوب‌شرق و جنوب شهر واقع شده‌اند که با توجه به ساختار زمین‌شناسی، برداشت بی‌رویه منابع آب زیرزمینی، و تمرکز جمعیتی و صنعتی بالا، مستعد نرخ‌های بالای فرونشست هستند.در مقابل، مناطق ۶، ۴ و ۳ با مقادیر میانگین به‌ترتیب **-۰،۰۰۱۹۸۹**، **-۰،۰۰۳۱۵۹** و **-۰،۰۰۶۷۲۷ متر** کمترین

نرخ‌های فرونشست را داشته‌اند. این امر می‌تواند ناشی از وضعیت هیدروژئولوژیکی مناسب‌تر، مدیریت بهتر منابع آب، یا تراکم جمعیتی و ساخت‌وساز کمتر در این نواحی باشد(شکل شماره۳).




**شکل شماره۲-میزان فرونشست زمین در مناطق ۱۵ گانه شهر اصفهان**




**شکل شماره۳-نمودار میزان فرونشست زمین در مناطق ۱۵ گانه شهر اصفهان**

تحلیل انحراف معیار نیز حاکی از نوسان بالا در برخی مناطق مانند( منطقه ۱۲ **انحراف معیار ۰,۰۱۱۶۲۳**)و منطقه ۲ **۰,۰۱۷۶۴۶**) است که بیانگر پراکندگی زیاد در نرخ فرونشست در محدوده‌های مختلف این مناطق است. این پدیده می‌تواند به دلیل تفاوت‌های موضعی در کاربری اراضی، جنس لایه‌های زمین، و یا بهره‌برداری‌های متنوع از منابع آب زیرزمینی باشد. در مقابل، مناطقی نظیر منطقه ۳ با انحراف معیار **۰,۰۰۲۹۱۴** و منطقه ۱۳ با **۰,۰۰۲۴۲۸**، رفتار نسبتاً یکنواخت‌تری در نرخ فرونشست داشته‌اند که به پایداری نسبی شرایط زمین‌شناسی و هیدرولوژیکی دلالت دارد. همچنین، مجموع نرخ فرونشست سالانه در هر منطقه جمع کل فرونشست نیز گویای شدت کلی تأثیر این پدیده بر ساختار منطقه‌ای است. بیشترین مقدار منفی در منطقه ۱۵ به میزان **-۱۷۶,۰۳۲ متر** نشان‌دهنده بارگذاری فرونشست بسیار بالاست که باید مورد توجه ویژه در برنامه‌ریزی‌های مدیریت شهری و زیرساختی قرار گیرد.

در جدول شماره ۱، مهم‌ترین مناطق بحرانی از نظر شدت و گستره فرونشست معرفی شده‌اند :

**جدول شماره ۱- مناطق بحرانی فرونشست در شهرستان اصفهان بر اساس میانگین، انحراف معیار و مجموع نرخ سالانه فرونشست**

| مناطق | میانگین (MEAN) | انحراف معیار (STD) | مجموع فرونشست (SUM) | وضعیت |
|---|---|---|---|---|
| ۱۵ | -0.015589 | 0.015990 | -176.03 | بحرانی‌ترین منطقه با بیشترین دامنه و مجموع نشست |
| ۱۲ | -0.011715 | 0.011623 | -160.53 | دامنه بسیار بالا؛ نیازمند مدیریت فوری |
| ۱۴ | -0.029583 | 0.005133 | -96.09 | میانگین نشست بسیار بالا؛ ناحیه بحرانی |
| ۱۰ | -0.028820 | 0.011728 | -101.85 | نشست شدید و ناپایدار؛ از مناطق بحرانی |
| ۸ | -0.029227 | 0.005122 | -99.55 | شدت نشست بالا؛ وضعیت بحرانی |

به‌طور کلی، نتایج نشان‌دهنده آن است که فرونشست زمین در شهرستان اصفهان از یک الگوی فضایی ناهمگن پیروی می‌کند و نیازمند مدیریت یکپارچه منابع آب، پایش مستمر داده‌های راداری و اجرای سیاست‌های کاربری زمین مبتنی بر پایداری است. از منظر تأثیرگذاری بر زیر ساخت‌های گرد شگری، مناطقی که دارای نرخ‌های بالای فرونشست هستند با خطر جدی آسیب به آثار تاریخی، زیر ساخت‌های حمل‌ونقل و خدمات شهری مواجه‌اند. این امر می‌تواند موجب کاهش ایمنی، افزایش هزینه‌های نگهداری و تهدیدی برای رونق صنعت گردشگری در این شهرستان تاریخی باشد.

## نتیجه‌گیری

فرونشست زمین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تهدیدات زمین‌ساختی و محیط‌زیستی در دهه‌های اخیر، پیامدهای گسترده‌ای بر پایداری زیرساخت‌های شهری، منابع طبیعی و به‌ویژه صنعت گردشگری در مناطق مختلف ایران، از جمله شهرستان اصفهان، داشته است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که نرخ فرونشست در مناطق مختلف شهرستان اصفهان دارای تفاوت‌های مکانی و شدت‌های متغیری ا ست؛ به‌طوری که برخی از مناطق به‌ویژه در حا شیه د شت‌ها و نواحی با افت شدید سطح آب زیرزمینی، در زمره مناطق بسیار پرخطر قرار دارند.

ا ستفاده از داده‌های ماهواره‌ای Sentinel-1 و روش تداخل سنجی راداری (InSAR) این امکان را فراهم کرد تا با دقت بالا، نرخ سالانه فرونشست در بازه زمانی ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۴ استخراج و تحلیل گردد. این داده‌ها، همراه با تحلیل‌های زمین‌ریخت‌شناسی نظیر شیب زمین، به شنا سایی دقیق پهنه‌های آ سیب‌پذیر و پرخطر کمک کرده و ابزار منا سبی برای پایش پیو سته و غیرمخرب سطح زمین فراهم ساختند.

بررسی اثرات فرونشست بر زیرساخت‌های گردشگری اصفهان، از جمله آثار تاریخی، مراکز اقامتی و مسیرهای حمل‌ونقل، بیانگر آن است که این پدیده می‌تواند موجب بروز آسیب‌های جبران‌ناپذیری به سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی شهر گردد. ترک‌خوردگی در بناهای تاریخی، نشست خیابان‌ها، اختلال در دسترسی به مقاصد گردشگری، و کاهش کیفیت چشم‌اندازهای طبیعی، همگی نشانه‌هایی از تأثیرات مخرب فرونشست بر تجربه گردشگری در این منطقه هستند.

از این‌رو، نتایج این پژوهش می‌تواند به‌عنوان مبنایی علمی برای تدوین سیاست‌های پیشگیرانه و برنامه‌ریزی‌های مدیریت بحران در حوزه شهری و گرد شگری مورد ا ستفاده قرار گیرد. پی شنهاد می شود که د ستگاه‌های متولی از جمله شهرداری، میراث فرهنگی و سازمان‌های مدیریت منابع آب، با رویکردی تلفیقی مبتنی بر داده‌های سنجش‌ازدور، به پایش م ستمر پدیده فرونشست پرداخته و اقدامات مؤثری در جهت حفاظت از زیرساخت‌های شهری و میراث فرهنگی اتخاذ نمایند. همچنین، آموزش عمومی و فرهنگ‌سازی در مورد م صرف پایدار منابع آبی می‌تواند در کاهش شدت و گستره این پدیده مؤثر واقع شود. ا ستمرار پژوهش‌های بین‌ر شته‌ای با رویکرد تحلیل مکانی، می‌تواند م سیر منا سبی برای حفاظت از پایداری شهری و تو سعه گرد شگری پایدار در شهر ستان ا صفهان فراهم آورد.

## منابع


[۱]باقری، مهدی؛ مختاری هشی، مهدی؛ گندمکار، مصطفی؛ خادم الحسینی، سیدر ضا (۱۴۰۱). «تأثیر بحران آب بر تخریب بنیادهای زیستی؛ مطالعه موردی فرونشست زمین در استان اصفهان». فصلنامه آمایش سیاسی فضا، دوره ۴، شماره ۴، صفحات ۳۶۳–۳۸۶.

[۲ ]شیرانی، محمد؛ پسندی، سمیه؛ ابراهیمی، رضا (۱۴۰۰). «بررسی فرونشست زمین در دشت نجف‌آباد با استفاده از تکنیک تداخل‌سنجی تفاضلی راداری». علوم آب و خاک دانشگاه صنعتی اصفهان، جلد ۲۵، شماره ۱، صفحات ۱۰۵–۱۲۷

[۳] شفیعی دارافشانی، مهدی؛ شمسی اژیه، سارا (۱۴۰۲). «بررسی آسیب‌پذیری و تاب‌آوری شهر اصفهان در برابر پدیده فرونشست زمین». فصلنامه منظر، جلد ۱۶، شماره ۶۹، صفحات ۲۴–۳۷.

[۴ ]شیری، محمد؛ لشکری‌پور، بهروز؛ حافظی‌مقدس، مجید (۱۴۰۲). «بررسی رابطه فرونشست زمین و افت آب زیرزمینی در دشت کرج». نشریه انجمن زمین‌شناسی مهندسی ایران، جلد ۱۷، شماره ۳، صفحات ۱–۲۲.

[۵]اجل‌لوئیان، مهدی؛ رفیعی، مصطفی؛ دهقانی، حسین؛ محمودپور، فرهاد (۱۴۰۲). «مطالعه فرونشست زمین در دشت اصفهان-برخوار با استفاده از تصاویر راداری». نشریه انجمن زمین‌شناسی مهندسی ایران، جلد ۱۷، شماره ۱، صفحات ۱–۱۸.

[6] Hooper, A., Zebker, H., Segall, P., & Kampes, B. (2004). A new method for measuring deformation on volcanoes and other natural terrains using InSAR persistent scatterers. *Geophysical Research Letters*, 31(23). https://doi.org/10.1029/2004GL021737

[7] Hanssen, R. F. (2001). Radar Interferometry: Data Interpretation and Error Analysis. Springer Science & Business Media.

[8] Galloway, D. L., Jones, D. R., & Ingebritsen, S. E. (1999). Land Subsidence in the United States. US Geological Survey Circular 1182.

[9] Berardino, P., Fornaro, G., Lanari, R., & Sansosti, E. (2002). A new algorithm for surface deformation monitoring based on small baseline differential SAR interferograms. *IEEE Transactions on Geoscience and Remote Sensing*, 40(11), 2375–2383. https://doi.org/10.1109/TGRS.2002.803792

[10] Zebker, H. A., Rosen, P. A., & Hensley, S. (1997). Atmospheric effects in interferometric synthetic aperture radar surface deformation and topographic maps. *Journal of Geophysical Research*, 102(B4), 7547–7563.

# حقوق بین‌الملل گردشگری: از حق تا حقوق

**امیر مقامی**، استادیار، گروه حقوق، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

با تکیه بر حقوق بین‌الملل عام می‌توان قواعد و اصولی را استخراج نمود که در حقوق گردشگری نیز قابل استناد باشد. پژوهش تحلیلی – توصیفی حاضر نشان می‌دهد مفهوم حقّ بر تفریح شامل حقّ بر گردشگری نیز می‌شود امّا ورود به سرزمین دولت غیرمتبوع، مستلزم رعایت ملاحظاتی است. اصل رفتار متقابل تا جایی که به نقض حقوق بنیادین منجر نشود، اصل آزادی و استثنا تلقّی‌شدن محدودیت ورود اتباع خارجی در چارچوب حقّ آزادی رفت و آمد، بر استدلال‌های مربوط به اثبات حقّ گردشگری افزوده است. نتیجهً تحقیق حاضر نشان می‌دهد که حقوق بین‌الملل، گردشگر خارجی را موضوع و مستحق حقوق بنیادین بشری می‌داند. برخی حق‌های مرتبط با گردشگری نیز توسط دولت میزبان باید تضمین شود و مؤسسات خدمات مسافرتی نیز نقش مهمّی در رعایت این حقوق دارند. این حق‌ها عمدتاً در کد جهانی اخلاق گردشگری و پیش‌نویس کنوانسیون اخلاق گردشگری مورد حمایت قرار گرفته‌اند.

**واژگان کلیدی:** حقّ بر گردشگری - حقوق بنیادین - حقوق گردشگر خارجی - تبعه بیگانه - حاکمیّت دولت میزبان.

## ۱. مقدمه

دست یابی به توسعه کارآمد در حوزه فعالیت گردشگری مستلزم توجه به تمامی ابعاد فعالیت گردشگران، از جمله ابعاد حقوقی است که دارای روند پیچیده و سیستماتیک می باشد. برای این منظور باید ابتدا تعریف از گردشگری و گردشگر ارائه شود که با توجه به رویکرد حقوقی این پژوهش، تعاریف را باید از منظر نهادها و سازمانهای حرفه‌ای بین‌المللی استخراج کرد. مطابق تعریف سازمان جهانی گردشگری،[1]«گردشگر کسی است که به کشور و شهری غیر از محیط زیست عادی خود برای مدتی که کمتر از 24 ساعت و بیشتر از یک سال نباشد سفر کند و قصد او از سفر تفریح ، استراحت ، ورزش ، دیدار اقوام و دوستان ، کسب و کار، ماموریت، شرکت در سمینار یا کنفرانس، معالجه مطالعه و تحقیق یا فعالیت های مذهبی باشد.» با توجه به این تعریف باید گفت ، این صلاحیت لازمه ذات انسان بوده و جزء لاینفک او محسوب می شود و از این جهت در بسیاری از جوامع امروزی این امتیاز یا حق مسافرت بعنوان یکی از حقوق اساسی بشر در کنار سایر حقوق اساسی مانند حق حیات و حق آزادی برای او به رسمیت شناخته شده است(اسدزاده ، ۱۳۹۴). گردشگر خارجی به منظور اهدافی چون بازدید، تفریح، درمان، زیارت یا هر هدف دیگر، به عنوان تبعه بیگانه به کشوری وارد میشود و مبالغ زیادی از ارزی که جهانگردان خرج می کنند ، عاید کشور میزبان می گردد. (گی ، ۱۳۷۷) گردشگری همراه با سفر (کیان‌مهر، ۱۳۷۲ ؛ نوروی، ۱۳۷۵) است و با تفریح و سرگرمی ملازمه دارد. (تودارو ، ۱۳۶۴) تحقّق گردشگری، مستلزم شبکه‌ای منسجم از خدمات تسهیل‌کننده است (فایو، ۱۳۸۹ :۶۴) که شامل نظام حقوقی مناسب است، تا بتواند «گردشگر» را جذب کند.

بیان مسأله

بنا بر تعریف سازمان جهانی گردشگری، "گردشگر کسی است که به کشورهایی( کشوری ) که در آن اقامت دائم ندارد ، سفر می کند و هدف اصلی سفرش ، انجام فعالیت های درآمدزا نیست و در داخل مرزهای کشوری که بدان سفر می کند حداقل یک شب و کمتر از یک سال اقامت کند. این سازمان ، در تعریفی دیگر ، این طور بیان می کند : «تمام افرادی که کشور خود را به قصد کشور دیگری ترک و کمتر از یک سال در خارج اقامت نموده و برای هزینه اقامت خود هیچ گونه درآمدی در کشور مورد بازدید نداشته باشند ، گردشگر شناخته می شوند.» (شاکری، ۱۳۹۴ ؛ خدابخش ، ۱۳۹۵ : ۳) از جمع تعاریف ارائه شده می توان برای گردشگر، سه ویژگی اصلی در نظر گرفت. مدت زمان مسافرت ، فاصله مکانی و انگیزه و اهداف مسافرت.

هدف این تحقیق، ارائه تحلیلی از ماهیت و چگونگی تحقّق «حق بر گردشگری» است که باید در ارتباط با تضمین و رعایت «حقوق گردشگر» در کشور میزبان تحلیل شود. برای این منظور، ابتدا به تشریح حقّ بر گردشگری پرداخته و سپس، حقوق گردشگر را به عنوان تبعه بیگانه مورد بررسی قرار خواهیم داد. پارادایم حاکم بر این پژوهش و منظرگاه ما نیز حقوق بین‌الملل است. بنابراین چنانچه در این چهارچوب، حقّی برای گردشگر خارجی مورد شناسایی قرار گیرد، هر دولت متعهّد خواهد بود قوانین و سازوکارهای مناسب جهت تحقّق آن فراهم آورد.

## پیشینه تحقیق

رضا خدابخش و پریسا علی محمدی (۱۳۹۴) در بررسی حقوق گردشگری با تاکید بر حقوق بشر به این مطلب اشاره می نمایند که در اسناد بین المللی، گردشگری به عنوان حقی ذاتی، فطری و اساسی شناخته می شود چنانچه در حقوق بشر، در پرتوی حقوقی از جمله حق حیات ، حق آزادی ، حق برخورداری از امنیت ، حق آزادی رفت و آمد ، به رسمیت شناخته شده است. تأسیس سازمان جهانی گردشگری از اقدامات مثبت سازمان ملل در راستای شناسایی حقوق و تکالیف گردشگران بوده است. لکن به نظر می رسد برای دستیابی به یک پشتوانه و ضمانت اجرای محکم و الزام آور بایستی حقوق مربوط به گردشگران به صورت صریح و شفاف در حقوق داخلی کشورها نیز شناسایی شود همانگونه که در مقدمه اعلامیه جهانی حقوق بشر اشاره گردیده برای معتبر دانسته شدن

[1] World Tourism Organization (UNWTO)

حقوق، بایستی حمایت قانونی از آن صورت گیرد تا در صورت پایمال شدن آن، ضمانت اجرایی وجود داشته باشد و مسئول جبران خسارت معلوم باشد.

ابوالحسن شاکری و سید بهامین بابایی شاهان دشتی (۱۳۹۴) در بررسی تاثیر جهل بر مسئولیت کیفری گردشگر خارجی به این مطلب اشاره می نمایند که در مورد جرایمی که به صورت اعتباری می باشند و در هرکشوری به صورتی متفاوت قانون گذاری شده اند ، اگر تحصیل علم گردشگر خارجی عادتاً امکان پذیر نباشد ، ادعای جهل وی به قوانین کیفری پذیرفته خواهد شد.

رضا خدابخش و جواد رضایی (۱۳۹۵) به بررسی ماهیت و جایگاه حقوق گردشگری در رابطه با سایر حوزه های حقوق پرداخته و بیان می دارد ماهیت حقوق گردشگری باعث شده است که بر خلاف تقسیم بندهای سنتی موجود در علم حقوق ، نتوان این شاخه از حقوق را به طور مطلق به عنوان زیر مجموعه ای از رشته حقوق عمومی و یا خصوصی تلقی نمود، به همین دلیل است که حقوق گردشگری ماهیت دو گانه به خود گرفته و دارای مشترکات فراوانی با سایر شاخه های حقوق می باشد فلذا به هنگام مطالعه مباحث مربوط به حقوق گردشگری علی الاصول نیازمند به استفاده از قواعد حاکم بر سایر شاخه های حقوق نیز می باشیم.

## 2. روش شناسی تحقیق

روش تحقیق حاضر به سان اغلب پژوهش‌های حقوقی، تحلیلی – توصیفی است. لذا ضمن مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، مبانی حقوقی و قواعد و اصول حاکم بر موضوع به بحث گذاشته شده و در یک چارچوب مفهومی متعارف این رشته و با روش استدلال منطقی حقوقی، نتایج مقتضی از مباحث بر مبنای اصول و قواعد مندرج در اسناد قانونی – اعم از اسناد الزام‌آور و غیرالزام‌آور – استخراج شده‌است. برای این منظور، ابتدا دیدگاه‌های مرتبط با حقوق گردشگر خارجی از منظر حقوق بین‌الملل به بحث گذاشته شده و ارتباط میان حقّ گردشگر برای گردشگری و حاکمیّت دولتها و نیز اصول حقوق بین‌المللی که می‌تواند بر چارچوب قواعد، حاکم باشد؛ با رویکرد حقوق بشری مطرح شده است. بر اساس همین مبانی نیز حقوق گردشگر خارجی هم به عنوان یک بیگانه (به طور کلّی) و هم به عنوان گردشگر، تشریح شده است.

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

حداقل دو دیدگاه اساسی درباره حقوق گردشگر خارجی وجود دارد. نخست دیدگاه مبتنی بر تفاوت اساسی و ماهوی بین حقوق اتباع کشورها و گردشگران خارجی است که بر این مبنا استوار است که «هیچ قانون و شریعتی همه حقوقی را که برای تبعه خود به رسمیت می شناسد برای جهانگردان خارجی به رسمیت نمی شناسد چراکه اولاً جهانگرد رهگذری است که مدت کوتاهی در کشور اقامت دارد و نیازی به آن حقوق ندارد. ثانیاً اعطای آن همه حقوق وظایفی را نیز بدنبال دارد که وی از عهده آنها بر نمی آید. ثالثاً اعطای آن همه حقوق به جهانگردان به مصلحت جامعه نمی باشد و چه بسا مفاسدی را به همراه داشته باشد» (حاجی زاده و همکاران ، ۱۳۹۲). این دیدگاه به طور کلّی بر مبنای رویکردهای کلاسیک در حقوق بین‌الملل خصوصی و قائل به تمایز بنیادین میان اتباع داخلی و خارجی است. نقطه مقابل این دیدگاه، دیدگاهی مبتنی بر حقوق بشری بنیادین است که بر اساس آن حقوق بشر بنیادینی وجود دارد که همه افراد بایستی از آن برخوردار باشند. معاهدات حقوق بشر بر این موضوع دلالت دارد که حقوقی از قبیل حق محاکمه عادلانه ، آزادی های سیاسی و حمایت های برابر به همه افراد بدون توجه به ملیت آنها تعلق دارد. هر صاحب نظر حقوق بین الملل در پاسخ به این شبهه بر این باور است که اعلامیه جهانی حقوق بشر همه این افراد چه اتباع داخلی و هم اتباع بیگانه را در این حقوق ذیحق می داند(اعلامیه جهانی حقوق بشر ، ۱۹۴۸ : ۷۱). مستنبط از اعلامیه و دیگر اسناد بین‌المللی مرتبط حقوق بشر، هر دولتی متعهّد است بهره‌مندی از حقهای بنیادین را برای همه افراد «تحت صلاحیت» خود تضمین نماید. بدین ترتیب، حق حیات، حق عدم توقیف مستبدانه و شکنجه، حق محاکمه عادلانه در دادگاه، حق آزادی فکر ، عقیده ، مذهب و بیان بدون تمایز از

حیث تابعیت به همه افراد تعلّق می‌گیرد. صرفاً تنها حقوق مدنی و سیاسی که حقوق بین الملل برای شهروند و غیر شهروند تمایز قائل شده است در دو مورد حق رأی و حق کاندیدا شدن برای انتخابات است(زادویداس ، ۲۰۰۱ : ۶۹۳)." اکنون، حقوق بین‌الملل تمایز اساسی در بهره‌مندی از حقوق و آزادیهای بنیادین را میان اتباع داخلی و خارجی برنمی‌تابد و عملاً با توسعه تعهّدات حقوق بشری دولتها که از پشتوانه رویه قضایی بین‌المللی نیز برخوردار است، عبور یا حضور، بیگانه یا تبعه بودن مانع بهره‌مندی از این حقها نخواهد شد. برای جذب گردشگر به سفر کردن بایستی امنیت جانی و مالی و حقوق این افراد مورد حمایت قرار گیرد تا بدون دغدغه مقاصد مورد نظر خود را از جابه جایی ها تأمین کنند. حال تسری این حمایت ها به حقوق بشر موجب به رسمیت شناختن مسئولیت دولتها می شود که ضمانت اجرایی در قبال حقوق و آزادی های گردشگران است و اینگونه اسباب بروز توسعه پایدار و پیشرفت فرهنگی و اقتصادی ملل مهیا می شود. در بخش دیگر این مقاله به طور مفصل‌تری ابعاد مختلف این حقوق بنیادین تشریح خواهد شد.

## حقّ بر گردشگری و حاکمیّت دولت میزبان

طراحان اعلامیه جهانی حقوق بشر و میثاق حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به این نکته توجه کرده اند که برای تجربه کامل انسان بودن، خودساختگی و رفتار بهتر با دیگران، افراد نیازمند وقفه و زمان بیکاری می باشند. شناسایی حق تفریح و فراغت ابتدا به عنوان یکی از حقوق ضروری کارگران وسپس به منظور تضمین سلامت، خودشکوفایی و رشد عقلانی، روانی، معنوی و اخلاقی کودکان مطرح شد. اکنون توسعه این حق که در ماده ۲۴ اعلامیه جهانی و ماده ۷ میثاق پذیرفته شده است، برای خودسازی و بازپروری سایر اقشار جامعه و تأمین منافع عمومی مطرح می‌شود (ریچارد و کاربونایت ، ۲۰۱۲ : ۹).

طبق میثاق حقوق اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی سازمان ملل متحد دولت ها متعهد به تضمین حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی افراد تحت صلاحیت خود می باشند و در بند ۲ ماده ۲ میثاق، کشورها متعهد می شوند که اعمال حقوق مذکور در این میثاق را بدون هیچ نوع تبعیض تضمین نمایند. در اینجا واژه تضمین شامل قانون گذاری و سیاست گذاری های داخلی در راستای تحقق حقوق اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی می شود و تأمین آن نیازمند بکارگیری تدابیری است که متکی به آرمان هایی همچون نوع دوستی ، همدلی و همنوایی و با آمیزه ای از همزیستی ، همبستگی و مسئولیت باشد (هاشمی ، ۱۳۸۴ :۴۶۶).

علیرغم فقدان سندی مستقل دال بر حقّ گردشگری، برخی اسناد غیرالزام‌آور پشتوانه تفسیر توسعه‌گرایانه ماده ۷ میثاق شده‌اند. اعلامیه مانیل در مورد گردشگری جهانی (۱۹۸۰)[1]با تاکید بر ابعاد واقعی و انسانی جهانگردی، نقش جدید جهانگردی را به عنوان وسیله مناسبی برای ارتقاء کیفیت زندگی همه انسانها و نیروی حیاتی برای صلح و تفاهم بین المللی می شناسد و مسئولیت دولت ها را برای توسعه جهانگردی بویژه افزایش آگاهی عمومی مردم جهان در مورد این صنعت تشریح می نماید. برابر این سند تمهید منابع توریسم به عنوان میراث بشریت با نگاهی بر ایجاد نظم اقتصادی بین الملل به عنوان نتیجه طبیعی حق شغل، حق استراحت، اوقات فراغت با حقوق و سفر آزادانه برای تحصیلات و تفریح و استفاده از بهره مندی های توریستی در خارج از کشور محل اقامت داشته است و از کشورها میخواهد نسبت به به گنجاندن این کد در قوانین و مقررات خود اقدام نمایند.

(http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1)

سازمان جهانی گردشگری[2]که از مؤسسات وابسته به سازمان ملل متحد است، به عنوان بزرگترین تشکیلات جهانگردی جهان، جانشین اتحادیه بین‌المللی سازمانهای رسمی مسافرت[3]است. ماده ۳ اساسنامه این سازمان به اهدافی نظیر تشویق و توسعه گردشگری

[1] MANILA DECLARATION ON WORLD TOURISM
[2] World Tourism Organization (UNWTO)
[3] International Union of Official Travel Organizations (IUOTO)

به منظور مشارکت در توسعه اقتصادی، تفاهم بین‌المللی، صلح، کامیابی، احترام و رعایت جهانی حقوق بشر و آزادیهای اساسی برای همگان بدون تبعیض از حیث نژاد، جنسیت، زبان یا دین اشاره کرده است.[1]ماده ۱۰ پیش‌نویس کنوانسیون اخلاق گردشگری (از این پس: پیش‌نویس)[2]که توسط این سازمان تدوین شده است صراحتاً به «حق بر گردشگری» در چارچوب ماده ۲۴ اعلامیه جهانی حقوق بشر و ماده ۷ میثاق حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اشاره دارد و آن را از اقتضائات تضمین دسترسی گسترده به تفریح میداند که باید توسّط مقامات عمومی مورد حمایت قرار گیرد. برابر بند چهارم این ماده گردشگری خانواده، جوانان، دانشجویان، نوجوانان و گردشگری افراد دچار معلولیت باید تقویت و تسهیل شود. ماده ۷ «کد جهانی اخلاق گردشگری» (UNWTO, 1999) که پیش از این توسّط سازمان تصویب شده بود نیز بر «حق گردشگری» صحّه می‌گذارد. در اسناد اجلاس آکاپولکوی این سازمان (۱۹۸۲) نیز تأکید شده بود که دولتها باید در راستای اجرای مفاد اعلامیه مانیلا در خصوص حق آزادی رفت و آمد تلاش نمایند و از سازمان جهانی گردشگری حمایت لازم را به جا آورند. (تجریشی، ۱۳۹۴).

حق گردشگری در پرتو حقوق اساسی بشر تعریف می شود. مهمترین موارد ، حق استراحت و تفریح و فراغت در کنار مرخصی با حقوق[3]و دیگری حق آزادی رفت و آمد[4]است. مهمترین اصلی که بر مبنای آن، حقوق گردشگران توجیه می شود ، حق آزادی رفت و آمد است. این حق اصل غیرقابل انکاری است که انسانها در رفت و آمد از جایی به جای دیگر از آزادی برخوردارند مگر اینکه اقتضائات ضروری به رسمیت شناخته شده در نظام بین‌المللی حقوق بشر، بهره‌مندی از چنین حقی را در موارد خاصی محدود سازد و در ادامه آن‌را تشریح خواهیم کرد. تحقق حق تفریح و فراغت از جمله از طریق گردشگری، مستلزم تدوین و تبیین قوانین لازم در حقوق داخلی و مقررات و آئین نامه های مصوب کشورها می باشد و بند یک ماده ۲ میثاق حقوق اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی سازمان ملل متحد تمامی کشورهای عضو را به شروع اتخاذ اقداماتی به سوی بهره مندی کامل هر کس از تمامی حقوق بشر شناسایی شده در میثاق، با سعی و اهتمام خود از طریق همکاری و تعاون بین المللی و با استفاده از حداکثر منابع موجود خود به منظور تأمین تدریجی اعمال کامل حقوق شناخته شده در این میثاق با کلیه وسایل مقتضی به خصوص با اقدامات قانون گذاری متعهد می سازد. کمیته در نظریه عمومی شماره ۳ بیان می دارد که اگر چه منابع در دسترس کافی نیست اما تعهد کشورها به سعی و اهتمام در تضمین بالاترین حد ممکن از برخورداری از حقوق مرتبط تحت شرایط حاکم باقی می ماند. این سعی و اهتمام از طریق اتخاذ و تصویب اقداماتی قانونی اتخاذ می شود

(Human Rights Committee, 1990, paras 3 and 11).

این حقوق مانع از انجام تکالیف قانونی مربوط به ضوابط ورود و خروج از یک کشور به کشور دیگر نیست. به عبارت دیگر ، شناسایی اصل حق ، ملازمه ای با اسقاط الزامات قانونی آن ندارد. نظریه معتبر و غالب در مورد حق رفت و آمد گردشگران ، آزادی ورود آنان با لحاظ کردن مصالح کشور است. این نظریه از سوی مؤسسه حقوق بین الملل عنوان شد. مطابق این نظریه هرچند اصل بر آزادی ورود و اقامت بیگانه است ولی این اصل به طور مطلق و بدون قید و شرط نمی تواند از طرف دولتها پذیرفته شود زیرا هر دولتی باید تا حدودی به اصول بین المللی احترام بگذارد که به امنیت و نظم عمومی جامعه خود لطمه ای وارد ننماید و چون نظم عمومی به ارزش های مورد پذیرش در هر جامعه ای بستگی دارد و این هنجارها از جامعه ای به جامعه دیگر متفاوت است لذا قیود و شروط و محدودیتها در همه کشورها یکسان نیست(غریبه ،۱۳۹۰ : ۱۲۱). بنابراین شناسایی این حق برای گردشگران خارجی با چالشهایی مواجه است. نخست این که گردشگر خارجی، تا پیش از ورود به کشور هنوز تحت صلاحیت دولت مقصد قرار نگرفته و ضرورتاً از حمایتهای حقوق بشری وی بهره‌مند نمی‌شود. بنابراین تحّقق حقوق بشری وی از سوی دولت مقصد، منوط به ورود به آن کشور

[1] Statute of the World Tourism Organization, 1970.
[2] Framework Convention on Tourism Ethics, Version: 4, 17 March 2017, available at:
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/frameworkconventionontourismethicsv417marchiylogo.pdf
[3]The right to rest, leisure, and paid leave.
[4]The right to freedom of movement.

است. در ثانی، ورود به کشور مطابق عرف بین‌المللی، یک حقّ ضروری بشری برای اتباع خارجی به حساب نمی‌آید. بند ۴ ماده ۱۲ میثاق حقوق مدنی و سیاسی نیز تنها به «حقّ ورود به کشور خود» اشاره دارد و نه کشور دیگر و «حقّ ترک کشور خود» به موجب بند ۲ این ماده، با حقّ ورود به کشور دیگر، ملازمه‌ای ندارد و مستلزم طی تشریفات قانونی و کسب اجازهٔ مقامات ذیصلاح کشور مقصد است. در واقع مانند بسیاری حق‌های دیگر، بهره‌مندی از یک حق به ویژه برای اتباع خارجی ممکن است با صلاحیت‌های ناشی از حاکمیّت ملّی یک کشور در تعارض باشد. بنابراین بیگانگان در وهله اول چنین حقی ندارند و صلاحیت دولت نیز اختیاری است. البته بدیهی است که اینان نیز پس از صدور ویزا اجازه ورود خواهند داشت (محلاتی ، ۱۳۸۰ ، ۲۵)؛ امّا این که چنین «اجازه»ای موجد حق است یا خیر، بحث دیگری است. حقوق بین‌الملل، در این موارد همچنان از موضع حاکمیّتی دولتها حمایت می‌کند و آنها را قادر می‌سازد نسبت به تجویز یا منع ورود هر یک از اتباع خارجی تحت هر عنوانی از جمله گردشگر یا غیر آن، تصمیم مقتضی را اتّخاذ نمایند. کمیته حقوق بشر تأکید کرده است که زمینه‌های قانونی محدودسازی ورود افراد به کشور، باید مورد به مورد و در چارچوب اصول و موازین حقوق بشری ارزیابی شود. (Human Rights Committee, 1999, para 16) رأی دادگاه فدرال آمریکا درباره فرمان مهاجرتی رئیس جمهور آمریکا نیز روشن ساخت که دولتها باید نسبت به هر یک از متقاضیان ورود به سرزمین خود، مستقلاً و بدون پیش‌داوری و ایجاد تبعیض از حیث ملیّت، نژاد، مذهب و... تصمیم مقتضی را اتّخاذ نمایند و به طور دقیق، منافع عمومی را تبیین نمایند. (UNITED STATES COURT OF APPEALS, 2017. para 434) باوجوداین، ملاحظات اقتصادی به منظور جذب گردشگر، دولتها را به حدّاقل سخت‌گیری در صدور اجازه ورود واداشته است. ازنظر حقوق بین‌الملل، در روابط بین کشورها هیچ صلاحیتی بالاتر از حاکمیت دولت وجود ندارد ولی آنها به جهت منافع خود یا قبول تعهداتی، حاکمیت خود را محدود می سازند. حمایت بین المللی از حق گردشگری ملازمه با کمرنگ شدن اصل عدم مداخله در امور کشورها دارد. لکن حقیقت امر این است که در عالم واقع تعارضی دیده نم شود، چراکه شناسایی حق گردشگری به دلیل اشتغال زایی و تولید ثروت در جهت منفعت دولت است و دولتها نیز حاکمیت خود را در جهت منافع مملکت اعمال می کنند و این بدین معناست که دولتها خود در به رسمیت شناختن حق گردشگری اعمال حاکمیت نموده اند(غریبه ، ۱۳۹۰ :۱۲۱).

**اصول حاکم بر حقوق گردشگر خارجی**

تنها سند بین المللی که در ارتباط با حقوق گردشگری توسط مجمع عمومی سازمان جهانی جهانگردی مورد تصویب قرار گرفته است ، اصول اخلاقی جهانگردی، سندی غیرالزام‌آور می باشد. هر چند که دولتها به صورت داوطلبانه قواعد مربوط به آن را رعایت می نمایند. عدم وجود قواعد الزام آور در عرصه بین المللی باعث شده است که معدود قواعد مربوط به حقوق گردشگری تحت عنوان حقوق نرم مورد شناسایی قرارگیرد. در حال حاضربرخی حقوقدانانی که در زمینه حقوق گردشگری فعالیت دارند با استفاده از قوانین داخلی کشورها به مطالعات تطبیقی در این رشته پرداخته و مقدمات رشد و توسعه آن را فراهم می آورند. اهمیت مطالعات تطبیقی زمانی مشخص می گردد که با استفاده از مطالعات موصوف، زمینه های ورود قوانین داخلی کشورها با موضوعات گردشگری به عرصه بین الملل و به دنبال آن ایجاد یک سند الزام آور بین المللی ایجاد خواهد شد(خدابخش ، ۱۳۹۵).

به طور کلی می توان گفت که ایجاد یک سند الزام آور بین المللی علاوه بر انجام مطالعات گسترده و جامع ، نیازمند اجماع بازیگران بین المللی است که با وجود شرایطی که در حال حاضر بر صنعت گردشگری جهانی حاکم است و همچنین رشد روز افزون ورود گردشگران خارجی به کشورها ، به نظر می رسد چنین اجماعی دور از ذهن نباشد چرا که تمام کشورهای میزبان و کشورهای که اتباعشان تحت عنوان گردشگر به سایر نقاط جهان سفر می کنند به اهمیت وجود قواعد بین المللی در حوزه گردشگری پی برده اند. عضویت کشورها و سازمانهای مختلف در سازمان جهانی گردشگری خود نشان از تمایل جهانی برای نظام مند کردن قواعد حاکم بر صنعت گردشگری به طور عام دارد لذا لازم است ، سازمان جهانی گردشگری از توان اعضاء خود جهت ایجاد یک نظم نوین بین المللی

در عرصه گردشگری استفاد نماید(خدابخش، ۱۳۹۵). باوجود فقدان یک سند خاص مرتبط، برخی اصول حقوق بین‌الملل را می‌توان بر حقوق گردشگر خارجی حاکم دانست. این اصول عمدتاً ناشی از حقوق بین‌الملل عرفی هستند.

نخستین نکته در شناخت حقوق گردشگر خارجی این است که با پذیرش رویکرد «حقوق بنیادین» گزاره‌های مربوط نیز به حوزه حقوق گردشگری وارد می‌شود. به طور خاص، وصف عام‌الشّمول[1]تعهّدات حقوق بشری، هم از جهت الزامات و هم از حیث مسئولیت بین‌المللی دولت، بر حقوق گردشگر خارجی سایه می‌افکند. بدین ترتیب تعهّدات دولت میزبان نسبت به حقهای بنیادینی نظیر حق حیات که به آنها اشاره شد، تعهّداتی در برابر همه جامعه بین‌المللی است و قصور یا نقض آنها نیز موجب مسئولیت در برابر جامعه بین‌المللی در کل خواهد بود. چرا که همانگونه که دیوان بین‌المللی دادگستری در قضیه بارسلونا ترکشن میان تعهّدات دوجانبه و تعهّدات عام‌الشمّول، قائل به تفکیک شد؛ اکنون حقوق بین‌الملل مدرن، تعهّدات حقوق بشری را از نوع دوم برمیشمارد. در نتیجه همانطور که ماده ۴۸طرح مواد راجع به مسئولیت نیز اشاره دارد؛ نقض چنین تعهّداتی به منافع «جامعه بین‌المللی در کل»، ضرر می‌رساند و همه اعضای جامعه را به طور غیرمستقیم مستحق مطالبه مسئولیت ناشی از این نقض می‌سازد.

اصل دیگری که در حقوق بین‌الملل ممکن است بر تحقّق حق بر گردشگری افراد، تأثیرات مثبت یا منفی بگذارد، اصل رفتار متقابل است. اصل رفتار متقابل در معنای موسّع خود، مستلزم آن است که دولتها در برابر هر اقدام نامطلوب یکدیگر، با هدف تغییر و اصلاح رفتار نامطلوب نسبت به خود، واکنش مناسب نشان دهند. گاهی اقدام نامطلوب اولیه، یک تخلّف از حقوق بین‌الملل است که با تخلّفی دیگر پاسخ داده می‌شود. در این حالت، رفتار واکنشی دیگر متخلّفانه محسوب نخواهد شد؛ تا زمانی که رفتار اولیه اصلاح شود. گاهی نیز اقدام نامطلوب اولیه، تخلّف از حقوق بین‌الملل نیست و تنها با نزاکت و اخلاق بین‌المللی ناسازگار است؛ و از این جهت با واکنش طرف زیان‌دیده روبرو می‌شود. سخت‌گیری نسبت به صدور روادید یا رفتار با گردشگران یک کشور خاص از جمله رفتارهای نامطلوبی است که گاه ممکن است نقض حقوق بین‌الملل نیز تلقّی شود. در این موارد، واکنش کشور زیان‌دیده تابع اصل تناسب خواهد بود. در عین حال، پاراگراف ب بند یک ماده ۵۰ طرح مواد راجع به مسئولیت، اجازه نقض حقوق بنیادین بشر را ولو در برابر یک نقض دیگر، نمی‌دهد. بدین ترتیب، اگرچه ممکن است در برابر استنکاف کشور الف از صدور روادید برای گردشگران کشور ب، آن کشور نیز صدور روادید را متوقّف سازد؛ اما نقض حقوق بنیادین اتباع ب مستقر در سرزمین الف را نمی‌توان با نقض حقوق بنیادین اتباع الف در سرزمین ب پاسخ داد. برای مثال، زمانی که دولت آمریکا در سال ۲۰۱۷ روادید شهروندان هفت کشور از جمله جمهوری اسلامی ایران را ملغی کرد، وزیر امور خارجه ایران به طور غیررسمی، بیان داشت روادیدی که پیشتر صادرشده، همچنان معتبر خواهد بود.

(http://shahrvand-newspaper.ir/Modules/News/PrintVer.aspx?News_Id=90596&V_News_Id=&Src=Main)

در بیانیه وزارت امور خارجه ایران یادآوری شده بود که ایران «برای حمایت از حقوق شهروندان خود تا زمان برطرف شدن محدودیت‌های توهین‌آمیز ایالات متحده علیه اتباع ایران، اصل عمل متقابل را اجرا می‌نماید... تصمیم اخیر ایالات متحده شامل توقعاتی غیرقانونی، خلاف منطق و مغایر با حقوق بین‌الملل است.»
(http://www.mfa.gov.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=1&pageid=128&newsview=436944)

اصل آزادی، از دیگر اصول بنیادی حقوق بین‌الملل بشر است که در حقوق گردشگری نیز حاکم خواهد بود. این اصل، به عنوان یک پایه غیرقابل انکار، جنبش‌های حقوق بشری را در سطوح ملّی و بین‌المللی پشتیبانی کرده است. همانگونه که ماده یک اعلامیه جهانی حقوق بشر، بر آزاد زاده‌شدن انسان تأکید دارد و اساساً حمایت از «آزادی»، از مهمترین اهداف نظامهای حقوقی مدرن و به ویژه حقوق بین‌الملل پساملل متحد است. باوجود این، هر یک از آزادیهای مصرّح در اسناد حقوقی بین‌المللی، ممکن است مقیّد به موازین خاصّی باشند. از جمله آزادی رفت و آمد در ماده ۱۲ میثاق حقوق مدنی و سیاسی به رسمیت شناخته شده است امّا مطابق بند ۳ این ماده «حقوق مذکور فوق تابع هیچ گونه محدودیتی نخواهد بود مگر محدودیتهایی که به موجب قانون مقرر گردیده و برای حفظ

[1] Erga Omnes

امنیت ملی ـ نظم عمومی ـ سلامت یا اخلاق عمومی یا حقوق و آزادیهای دیگران لازم بوده و با سایر حقوق شناخته شده در این میثاق سازگار باشد.» به نظر کمیته حقوق بشر ملل متّحد، چنانچه این محدودیتها تابع قانون نباشد یا به هر علّت دیگری با بند ۳ فوق انطباق نداشته باشد، نقض ماده ۱۲ محسوب خواهد شد.

(Human Rights Committee, 1999: para 12)

همچنین محدودیتها نباید با ذات و اقتضای این حق، ناسازگار باشد؛ در واقع رابطه میان آزادی و محدودیتها، رابطه اصل و استثناست. بنابراین معیارهای محدودیتها نیز باید دقیق در قانون تعیین شده و به صلاحدید مقامات اجرایی واگذار نشود و لازم است محدودیت برای نیل به یکی از اهداف بند ۳ ماده ۱۲ «ضروری» و برای این منظور «متناسب» باشد.

(Human Rights Committee, 1999: paras 13 – 15).

اصل منع هرگونه تبعیض نیز در ارزیابی مورد به مورد متقاضیان ورود به یک کشور باید رعایت شود. (Human Rights Committee, 1999: para 18)

این اصل، اکنون یک قاعدهٔ مهم در تضمین تمامی حقوق بنیادین محسوب می‌شود.

### تجزیه و تحلیل: حقوق گردشگر خارجی به عنوان تبعه بیگانه

گردشگر خارجی از دو منظر موضوع حقوق بین‌المللی است. نخست از این جهت که یک بیگانه است و برابر حقوق بین‌الملل عام و قراردادهای دوجانبه از حق‌ها و امتیازاتی بهره‌مند می‌شود. از این حیث، وضعیت وی به عنوان بیگانه، موضوع مقررات داخلی حقوق بین‌الملل خصوصی نیز هست، امّا این مقررات تابع تعهّدات بین‌المللی هر دولت هستند. دوم از این حیث که به عنوان یک «گردشگر» مزایای خاصی به وی تعلّق می‌گیرد. اگرچه گاهی تفکیک میان این دو حیث، بسیار مشکل است، تفکیک حاضر مطالعه این حق‌ها را تسهیل می‌کند. باید این نکته را نیز تذکر داد که حق‌های شناسایی‌شده به موجب معاهدات دو یا چند جانبه‌ای که اصطلاحاً حقوق بین‌الملل خاص، نامیده می‌شوند نیز از موضوع پژوهش حاضر خارج است. برای مثال، بسیاری از دولتها به موجب معاهدات دوجانبه، مزایای کنسولی یا لغو روادید را میان خود برقرار کرده‌اند. چنین مزایا و حق‌هایی از آنجا که فقط در روابط میان کشورهای عضو همان معاهده و در چارچوب موضوع و هدف معاهده ذیربط، قابل اعمال است؛ نمی‌تواند به‌عنوان مبنایی برای حقّ گردشگران به طور عام محسوب شود.

### حقوق بنیادین

حقوق بین‌الملل از مرحلهٔ نفی "حقوق بیگانگان" و حدّاقل حقوق ضروری حیات گذشته است و تردیدی وجود ندارد که حقوق بنیادین و آزادیهای اساسی آنچنان که در اسناد بین‌المللی شناسایی شده‌است، در مورد همه افرادی که تحت صلاحیت یک دولت هستند، از جمله گردشگران لازم‌الرعایه است. با وجود این، برخی حق‌ها ویژگی خاصی دارند که آنها را به یک جامعه و دولت معیّن پیوند می‌دهد. به طور مشخّص ماده ۲۵ میثاق حقوق مدنی و سیاسی نظیر ماده ۲۱ اعلامیه جهانی با قید «کشور خود»، بیگانگان را از مشارکت در فرایندهای سیاسی و نیز تصدّی سمتهای عمومی محروم می‌کنند. طبیعی است که این محدودیت شامل بیگانگان مقیم و غیرمقیم (نظیر گردشگران خارجی) می‌شود و ایشان حقّ نامزدی یا رأی دادن در انتخابات را نخواهند داشت.

مسأله حمایت از حقوق بیگانگان در چارچوب نظام بین‌المللی، موضوعی جدید نیست؛ بلکه یکی از مبانی حقوق مسئولیت بین‌المللی محسوب می‌شود و در قالب نظریه «حمایت دیپلماتیک» تجلّی یافته است؛ اما آنچه نسبتاً جدیدتر است، شناسایی حق‌های بنیادین برای بیگانگان است. مطابق ماده ۲ میثاق حقوق مدنی و سیاسی، «دولتهای طرف این میثاق متعهد می‌شوند که حقوق شناخته شده در این میثاق را درباره کلیه افراد مقیم در قلمرو تابع حاکمیتشان« بدون هرگونه تبعیض از جمله از حیث تابعیت، شناسایی و تضمین

نمایند. بنابراین گردشگر خارجی از حق‌هایی نظیر حق حیات، منع شکنجه، منع بردگی و کار اجباری، آزادی و امنیت شخصی، رفتار انسانی در صورت بازداشت، آزادی رفت و آمد، تساوی در برابر دادگاه و رعایت موازین حقوق بشری در دادرسی، قانونی بودن جرم و مجازات، حریم خصوصی، آزادی فکر، وجدان و مذهب، منع تفتیش عقیده، آزادی بیان و اطلاعات و حق تشکیل خانواده، همگی در چارچوب‌های شناسایی‌شده در میثاق و دیگر اسناد بین‌المللی و در قالب قوانین داخلی دولت مقصد، بهره‌مند می‌شود.

ماده ۳۶ کنوانسیون روابط کنسولی به منظور حمایت از حقوق قضایی بیگانگان، حقّ دسترسی مقامات کنسولی به متّهم و حقّ برخورداری از مترجم و دیگر تضمینات دادرسی مبتنی بر حاکمیت قانون را به دولتها تحمیل کرده‌است. اعلامیه سازمان ملل راجع به حقوق بشر اتباع بیگانه (از جمله گردشگران خارجی) پذیرفته شده توسط قطعنامه ۴۰/۱۴۴ مورخ ۱۳ دسامبر ۱۹۸۵ تاکید می کند : «حق دسترسی به مقام کنسولی دولت متبوع همانند حق مطلع شدن از این حق از جمله حقوق فردی تبعه خارجی بوده و به عنوان حقوق بشر بیگانگان تلقی می گردد.» از آنجا که گردشگران خارجی به علّت مدت کوتاه حضور در یک کشور، ممکن است آشنایی دقیقی با فرهنگ و قوانین کشور مقصد نداشته‌باشند، چنین حمایت‌هایی از آنها ضروری است و دسترسی به مقامات کنسولی کشور مبداء در چارچوب معاهدات دیپلماتیک و کنسولی، در بند ۲ ماده ۱۱ «پیش‌نویس» مورد تأکید قرار گرفته است. بنابراین اگرچه قاعدهٔ «جهل به قانون، رافع مسئولیت نیست»، در مورد این اشخاص نیز حاکم است؛ امّا جهل موضوعی و نیز جهل به عوامل مشدّده، ممکن است در تعیین واکنش کیفری لحاظ شوند. (شاکری، ۱۳۹۴) پیشگیری از بازداشت بی‌دلیل، معمولاً مستلزم اصلاح نگرش‌های فرهنگی به گردشگران و بیگانگان است. در همین راستا مطابق بند ۴ ماده یک کد جهانی، دولت‌ها باید با توجه به آسیب‌پذیری‌های خاص جهانگردان توجه خاصی نسبت به حفظ امنیت آنان معطوف دارند.

آزادی رفت و آمد گردشگران نیز طبق ماده ۱۱ پیش‌نویس، معطوف به آزادی جابجایی داخل سرزمین مقصد و در چارچوب حقوق بین‌الملل و قوانین داخلی آن کشور است. همچنین گردشگران خارجی از حقوق مندرج در ماده ۱۳ میثاق حقوق مدنی و سیاسی نیز بهره‌مند خواهند شد. مطابق این ماده «بیگانه‌ای که قانوناً در قلمرو یک دولت طرف این میثاق باشد فقط در اجرای تصمیمی که مطابق قانون اتخاذ شده‌باشد ممکن است از آن کشور اخراج بشود و جز در مواردی که جهات حتمی امنیت ملی طور دیگر اقتضا نماید باید امکان داشته باشد که علیه اخراج خود موجهاً اعتراض کند و اعتراض او در مقام صالح یا نزد شخص یا اشخاص منصوب بخصوص از طرف مقام صالح با حضور نماینده‌ای که به این منظور تعیین می‌کند رسیدگی شود.» دیوان بین‌المللی دادگستری در قضیه دیالو (گینه علیه کنگو)، تأکید نمود که چنین اخراجی باید به استناد قانون و با طی تشریفات قانونی، انجام شود و چنین قانونی باید در چارچوب حقوق بین‌الملل، وضع و تفسیر شود. (ICJ, 2010: para 70)

بند ۲ ماده ۱۱ مزبور نیز به حق گردشگران برای دسترسی به انواع ارتباطات، خدمات اداری، قضایی و بهداشتی محلّی تصریح دارد و برابر بند ۳ این ماده، گردشگران باید در خصوص محرمانگی داده‌ها و اطلاعات مربوط به خودشان، از حقوقی نظیر حقوق شهروندان کشور محل بازدید برخوردار باشند. گردشگران خارجی همچنین طبق بند ۳ ماده ۶ کد اخلاقی، چه آنها که بمنظور انجام فرائض دینی به کشورهای دیگر سفر می کنند و چه در مسافرتهایی با هدفهای دیگر، مشمول حق آزادی مذهب می‌باشند. طبق بند ۴ ماده ۶ کد جهانی اخلاق گردشگری، مقامات کشورهای صادرکننده و کشورهای میزبان گردشگران، باید با همکاری مراکز تخصصی یا اتحادیه‌ها و انجمن‌های مربوط تضمین کنند که در صورت ورشکستگی هر یک از موسسات مسافرتی، جهانگردانی که از طریق این مؤسسات سفر کرده‌اند، بتوانند به کشورهای خود بازگردند. مطابق بند ۶ همین ماده نیز حق دسترسی و استفاده از مطبوعات به‌ویژه مطبوعات تخصصی گردشگری و سایر رسانه‌ها از جمله وسایل الکترونیکی نوین برای گردشگران خارجی شناسایی شده‌است.

**حقوق ویژه مرتبط با گردشگری**

به جز حقهای بنیادینی نظیر حق بر امنیت و آزادی، حق‌هایی نیز وجود دارد که مرتبط با فرایند گردشگری است و به تسهیل گردشگری و بهره‌مندی گردشگر از تمام مزایای سفر، کمک می‌کند. حقّ دسترسی به اطلاعات مورد نیاز، به ویژه در مورد مکانها و مسیرهای گردشگری، از جمله این حقوق است که در بند یک ماده ۶ کد اخلاق جهانگردی پیش‌بینی شده‌است. براساس قسمت ذیل بند یک ماده ۶ کد جهانی، دولت‌های میزبان باید تضمین کنند که شرایط قید شده در قراردادهایی که سازمان‌های عمومی و خصوصی جهانگردی به مشتریان خود پیشنهاد می‌دهند از لحاظ نوع، کیفیت خدمات تعهد شده و نیز در مورد خسارت قابل پرداخت در صورت فسخ یک‌جانبه قرارداد به نحو کامل و روشن واجد صحت و تخلف از آن مایه مسوولیت و پرداخت خسارت است. طبق ذیل بند یک ماده هشت کد جهانی، جهانگردان باید بتوانند بدون آنکه مقررات اضافی بر آنها تحمیل گردد یا اینکه مورد تبعیض قرار گیرند، به محل‌های عبور موقت و اقامت و همچنین مکان‌های فرهنگی و جهانگردی دسترسی داشته باشند. براساس صدور بند دو ماده هشت کد جهانی اخلاق جهانگردی، جهانگردان باید به تمامی انواع وسایل ارتباطی موجود درون‌مرزی یا برون‌مرزی دسترسی داشته باشند. طبق ذیل بند دو ماده هشت جهانگردان باید بتوانند در اسرع وقت و به سهولت با مراجع اداری، حقوقی و بهداشتی محلی تماس گرفته و از خدمات آنان بهره‌مند شوند. همچنین آنها باید بتوانند طبق معاهده‌های سیاسی لازم‌الاجرا از آزادی برخوردار باشند تا با نمایندگی‌های کنسولی کشور متبوع خود ارتباط برقرار کنند.

طبق بند چهار ماده هشت کد جهانی، تشریفات اداری مربوط به گذر از مرزها و تشریفات مرزی که براساس قوانین کشوری یا موافقت‌نامه‌های بین‌المللی انجام می‌شوند مانند موارد یا مقررات بهداشتی گمرکی باید در حد امکان به‌گونه‌ای تعدیل شوند که این امر بتواند آزادی مسافرت و دسترسی گسترده به جهانگردی در سطح بین‌المللی را به حداکثر برساند. همچنین باید برای هماهنگ‌سازی و تسهیل این‌گونه تشریفات از طریق موافقت با سایر کشورها و معاهده‌های همه‌جانبه گروهی بین‌المللی مالیات‌های خاص و مالیات‌بندی به‌صورتی که مانع رشد صنعت جهانگردی شده به‌تدریج حذف یا اصلاح شود. مطابق بند ۵ ماده هشت کد جهانی اخلاق جهانگردی برای جهانگردان باید تا حدی که وضعیت اقتصادی کشورشان به آنان اجازه می‌دهد، بتوانند به ارزهای قابل تبدیل مورد نیاز برای سفر خود دسترسی داشته باشند.

براساس بند ۵ ماده شش کد جهانی، دولت‌ها هم حق و هم وظیفه دارند به‌ویژه در هنگام وقوع بحران، اتباع خود را از مشکلات و خطراتی که ممکن است در حین سفر به خارج از کشور با آنها مواجه شوند، آگاه سازند و در عین حال وظیفه دارند چنین اطلاعاتی را به دور از هرگونه غرض‌ورزی و اغراق منتشر سازند تا به صنعت جهانگردی کشورهای میزبان و همچنین منافع تورگردانان کشورشان آسیبی وارد نشود. برخی از حقوق فوق، مستلزم تکالیفی است که برعهده سرویس‌های مسافرتی است و دولت مکلّف است تضمینات کافی را در این زمینه فراهم نماید.

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری، یکی از مهمترین منابع اقتصادی کشورهاست امّا نمی‌توان رونق آن را نظیر هر صنعت دیگر، بدون وجود پشتوانه-های نظری و عملی کافی به ویژه از حیث قانونی انتظار داشت. حقوق بین‌الملل به عنوان نظام حقوقی حاکم بر رفتار بازیگران بین‌المللی، دولتها را متعهّد می‌سازد در رفتار با اشخاص – اعم از اتباع و بیگانگان – استانداردهای حقوقی خاصّی را رعایت کنند و این تعهّدات شامل تعهّداتی درباره رفتار با گردشگران خارجی نیز می‌شود. نظام بین‌المللی حقوق بشر، تلویحاً استفاده از تفریح شامل گردشگری را به عنوان یک حقّ ضروری برای سلامت و کرامت انسان به رسمیت می‌شناسد و توسعه امکانات حمل و نقل در کنار پذیرش اصل آزادی اراده انسان و آزادی رفت و آمد، این فرصت را فراهم ساخته است تا بتوان مدّعی اثبات حقّی به نام گردشگری بین‌المللی شد که طیّ آن گردشگر خارجی، حق دارد از کشورهای دیگر بازدید و در فرهنگ و اقتصاد ایشان مشارکت نماید. باوجود

این، همچنان دولت‌ها برای حفظ امنیت خود می‌توانند نسبت به کنترل ورود و خروج از/به مرزها اقدام نمایند امّا این کنترل باید با در نظر داشتن «اصل آزادی» و بدون تبعیض به عمل آید. در همین چارچوب، برخی حقوق بین‌الملل نظیر رفتار متقابل، تناسب، ضرورت و حمایت فراگیر از حقوق بنیادین نیز به کار می‌آیند. با این وصف، حقوق بین‌الملل بشر، گردشگر خارجی را به عنوان یک بیگانه بهره‌مند از کلیه حق‌های و آزادی‌های بنیادین فرض می‌گیرد، به جز آن دسته از حقوق سیاسی و مشارکتی که مربوط به جامعه ملّی خاصّی است. همچنین حق‌هایی در اسناد غیرالزامی پیش‌بینی شده است که انتظار می‌رود در آینده به صورت یک معاهده لازم‌الاجرا درآید.

پیشنهاد محققّان آن است که در کشورمان قوانین حمایتی مشخّصی با تکیه به تعهّدات بین‌المللی و اخلاقی نسبت به گردشگران خارجی وضع گردد تا ضمن مصون ماندن از مسئولیت حقوقی بین‌المللی، زمینه جذب بیشتر گردشگران خارجی فراهم شود.

## منابع و ماخذ


۱. اسـدزاده ،علی؛ خلیلی ، عاطفه (۱۳۹۴) . حقوق در گردشـگری با توجه به رویکرد جامعه بین الملل و همبسـتگی ملل ، **دومین همایش ملی گردشگری سرمایه ملی و چشم انداز آینده** ، تهران.

۲. تودارو ، مایکل (۱۳۶۴) .**توسعه اقتصادی در جهان سوم** ، سازمان برنامه و بودجه.

۳. حاجی زاده ، مهدی ؛ حاجی زاده،عبدالحسین ؛ آقاجانی ،موسی (۱۳۹۲) . گردشگری و حقوق گردشگری ، **دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران** ، همدان.

۴. خدابخش،ر ضا ، زمانی ، جواد (۱۳۹۵) ، درآمدی بر حقوق گرد شگری ، **دومین همایش ملی گرد شگری سرمایه ملی و چشم انداز آینده** ، تهران.

۵. شاکری ، ابوالحسن ، بابایی شاهاندشتی ، سید بهامین (۱۳۹۴) ، تأثیر جهل بر مسئولیت کیفری گردشگر خارجی ، **دومین همایش ملی گردشگری** ، سرمایه ملی و چشم انداز آینده ، تهران.

۶. غریبه ، علی (۱۳۹۰) ، حق گردشگری و حقوق عمومی گردشگران خارجی ، **فصلنامه علمی پژوهشی فضای جغرافیایی** ، شماره ۳۱.

۷. کیان مهر، محمود (۱۳۷۲) ، نگرشی به صنعت گردشگری ، **فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول** ، شماره ۱۲.

۸. گی ، چاک ، وای ، و سولا ، ادوارد و فایو (۱۳۷۷) ، جهانگردی در چشم اندازی جامع ، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی ، **دفتر پژوهش فرهنگی** ، چاپ اول ، تهران.

۹. میرمحمد علی تجریشـــی ، پریســـا (۱۳۹۴) ، نگاهی به حقوق گردشـــگری با تأکید بر حقوق بشـــر ، **کنفرانس ســـالانه رویکردهای نوین در علوم انسانی** ، تهران ، ۴ دی ماه.

۱۰. هاشمی ، سید محمد (۱۳۸۴) ، **حقوق بشر و آزادیهای اساسی** ، چاپ اول ، تهران ، نشر میزان.

11. Richardsa , d. and Carbonettib , B. (2012). Worth wath we Decide : A Defene of the Right Leisure , **The International Journal of Human Rights** , 1-12.
12. Zadvydas V. Davis (2001). 553 US 678 , 693 , available at : https://www.un.org
13. UN. GARO (1948). **Universal Declaration of Human Rights** , pbml . – art . 7-11, 19 -20 – (1) , G.A.Res.217A(III) , 3d Sess. , at 71. UN . Dev.A/810 available at :
14. https://www.un.org

**اسناد و آراء قضایی:**

ICJ (2010), Ahmadou Sadio Diallo (Republique De Guinee C. Reupublique Democratique Du Congo), Judgement.

Human Rights Committee (1999). CCPR General Comment No. 27: Article 12 (Freedom of Movement)

United States Court of Appeals (2017). State of Washington; State of Minnesota, V. Donald J. Trump, President of The United States; U.S. Department Of Homeland Security; Rex W. Tillerson, Secretary of State; John F. Kelly, Secretary of The Department of Homeland Security; United States of America, Order, No. 17-35105.

UNWTO (1999). **Global Code Of Ethics for Tourism**.

UNWTO (2017). **Framework Convention on Tourism Ethics**.

# تحلیل نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی منطقه زاینده رود

**فاطمه منوچهری**، استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

## چکیده

گردشگری به‌عنوان یک رویکرد مهم برای توسعه پایدار در مناطق روستایی می‌تواند منبعی برای بهبود وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی باشد. با توجه به ظرفیت‌های غنی طبیعی و فرهنگی منطقه زاینده رود، این تحقیق به بررسی نقش جوامع محلی در فرآیند توسعه گردشگری و عوامل موثر در این زمینه پرداخته است.روش تحقیق این مطالعه، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده‌های اسنادی و علمی است. از منابع مختلفی شامل مقالات علمی، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و اسناد تاریخی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. داده‌ها از طریق تحلیل محتوای متون موجود و ارزیابی عوامل مؤثر بر مشارکت جوامع محلی بررسی شده‌اند.نتایج این پژوهش نشان داد که آگاهی از مزایا و فرصت‌های گردشگری، حمایت‌های دولتی، حفظ هویت فرهنگی و دسترسی به منابع مالی از جمله عوامل تأثیرگذار بر مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری روستایی هستند. همچنین، چالش‌هایی مانند نگرانی‌های زیست‌محیطی، ضعف زیرساخت‌ها و عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف نیز از موانع اصلی این فرآیند به‌شمار می‌روند.در نهایت، پژوهش نشان داد که برای موفقیت در توسعه گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود، نیاز به همکاری بین جوامع محلی، دولت و بخش خصوصی وجود دارد. برنامه‌ریزی دقیق، آموزش و حمایت‌های مالی می‌تواند به ارتقاء مشارکت و توسعه پایدار گردشگری در این منطقه کمک کند.

**واژگان کلیدی:** جوامع محلی، مشارکت، گردشگری روستایی، حوضه زاینده رود

## ۱. مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع اقتصادی در سطح جهانی، طی دهه‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است(Viglia & Dolnicar,2020: 45). این صنعت نه تنها به دلیل ایجاد اشتغال و درآمدزایی، بلکه به دلیل ارتقاء شناخت فرهنگی و تبادل تجربیات بین ملت‌ها و جوامع مختلف، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گردشگری به‌ویژه در کشورهایی که دارای جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی غنی هستند، می‌تواند به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار و بهبود وضعیت اقتصادی منطقه عمل کند(Richards,2018: 14). با این حال، این توسعه باید به گونه‌ای باشد که منابع طبیعی و فرهنگی منطقه حفظ شوند و از آثار منفی اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی جلوگیری شود. در این زمینه، جوامع محلی نقشی کلیدی دارند( Cohen & cohen,2019: 157)؛ زیرا آنها بهترین شناخت را از منابع و جاذبه‌های منطقه دارند و مشارکت فعال آنها می‌تواند تضمینی برای توسعه گردشگری پایدار باشد.

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که در سال‌های اخیر در بسیاری از نقاط جهان و به ویژه در ایران مورد توجه قرار گرفته است. این نوع گردشگری به طور خاص بر جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی روستاها متمرکز است و با هدف بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی و تقویت هویت بومی در پی جذب گردشگران به این مناطق است(Ivanov,2021: 139). یکی از ارکان اساسی توسعه گردشگری روستایی، مشارکت و همکاری جامعه محلی است. جوامع روستایی که به‌طور مستقیم با منابع طبیعی و فرهنگی منطقه در ارتباط هستند، می‌توانند در فرآیند تصمیم‌گیری‌های گردشگری نقش مؤثری ایفا کنند(Yang et al,2023: 79). در صورتی که این مشارکت نادیده گرفته شود، توسعه گردشگری ممکن است به بحران‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی منجر شود(Li et al,2021: 719). بنابراین، بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت جامعه محلی و شناسایی چالش‌ها و فرصت‌ها برای تقویت این مشارکت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مشارکت جامعه محلی در فرآیندهای گردشگری می‌تواند به توسعه پایدار منطقه کمک کرده و به ایجاد تعادل میان منافع اقتصادی و حفظ منابع طبیعی و فرهنگی بینجامد(Tang & Xu,2023: 78).

یکی از مهم‌ترین عواملی که باعث می‌شود جوامع محلی در توسعه گردشگری روستایی نقشی اساسی ایفا کنند، شناخت عمیق آنها از ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی منطقه است(Tomasi et al,2020: 9). جوامع محلی به دلیل زندگی در این مناطق و داشتن ارتباط مستقیم با محیط زیست، بهترین منبع برای ارزیابی و بهره‌برداری از منابع طبیعی هستند. علاوه بر این، مشارکت جامعه محلی در گردشگری می‌تواند موجب تقویت هویت فرهنگی و تاریخی منطقه، بهبود شرایط اقتصادی و ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان محلی شود(Amerta et al,2018: 253). به‌ویژه در مناطق روستایی که منابع اقتصادی عمدتاً محدود به کشاورزی، دامداری و فعالیت‌های کوچک است، گردشگری می‌تواند به عنوان یک منبع درآمد پایدار و مکمل برای توسعه اقتصادی عمل کند. علاوه بر جنبه‌های اقتصادی، مشارکت جامعه محلی در گردشگری به حفظ فرهنگ بومی و سنت‌های محلی کمک کرده و به حفظ تنوع فرهنگی در برابر تهدیدات جهانی شدن می‌پردازد(Thetsane,2019: 127). بنابراین، اهمیت مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی نه تنها از لحاظ اقتصادی بلکه از نظر حفظ و ترویج هویت فرهنگی و اجتماعی نیز حائز اهمیت است(Rogerson,2018: 299).

منطقه زاینده رود، که شامل پهنه جغرافیایی وسیعی از چهارمحال و بختیاری تا اصفهان است، یکی از مناطق مهم ایران با جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی فراوان به شمار می‌آید. این منطقه به دلیل وجود منابع آبی، پوشش گیاهی، مناظر طبیعی بی‌نظیر و روستاهای تاریخی، پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. به‌ویژه روستاهایی که در این پهنه جغرافیایی قرار دارند، می‌توانند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی خود، گردشگری روستایی را به یکی از محورهای اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه تبدیل کنند. در این راستا، جامعه محلی که به‌طور مستقیم با این منابع در ارتباط است، باید در فرآیند توسعه گردشگری نقش فعالی ایفا کند. مشارکت این جامعه در تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات اجرایی می‌تواند موجب توسعه گردشگری پایدار و

تقویت اقتصاد محلی شود. به عبارت دیگر، جوامع محلی منطقه زاینده رود می‌توانند با استفاده از دانش و تجربیات بومی خود، نقش مؤثری در حفظ و بهره‌برداری بهینه از منابع طبیعی و فرهنگی ایفا کنند. در این تحقیق، تلاش خواهد شد تا نقش و اهمیت مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی این منطقه بررسی شده و عواملی که بر این مشارکت تأثیر می‌گذارند شناسایی شود.
سوال اصلی این تحقیق این است که نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی منطقه زاینده رود چگونه باید باشد و چه عواملی بر مشارکت آن‌ها در این فرآیند تأثیر می‌گذارند؟

## 2. روش شناسی تحقیق

این پژوهش با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی و با هدفی کاربردی طراحی شده است. انتخاب این روش تحقیق به محقق این امکان را می‌دهد که با استفاده از اطلاعات موجود، به تحلیل و استنتاج علمی در خصوص نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی پرداخته و ابعاد مختلف این نقش را شفاف‌سازی کند. این روش به ویژه در مطالعه پدیده‌های پیچیده اجتماعی و فرهنگی مانند گردشگری روستایی که نیاز به تحلیل داده‌ها و استخراج الگوهای موجود دارد، مؤثر است.
داده‌های مورد نیاز این تحقیق از طریق گردآوری اسنادی و علمی به‌دست آمده است. منابع مختلفی شامل مقالات علمی، کتاب‌ها، اسناد تاریخی، گزارش‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و مطالعات پیشین مرتبط با موضوع به‌دقت بررسی شده‌اند. این منابع به پژوهشگر کمک کرده‌اند تا دیدگاه‌ها و یافته‌های متعدد را گردآوری و در نهایت به تحلیل دقیق‌تری دست یابد. روش تحلیل داده‌ها مبتنی بر تحلیل محتوای متون موجود بوده است.پس از این مرحله، با بهره‌گیری از شیوه‌های تحلیلی، نتایج به‌دست‌آمده مورد بررسی قرار گرفته و در چارچوب توسعه گردشگری روستایی تبیین گردیده‌اند. در نهایت، با استفاده از اطلاعات گردآوری‌شده و تحلیل‌های انجام‌شده، پیشنهاداتی برای مدیریت بهتر توسعه گردشگری روستایی با توجه به نقش و مشارکت جوامع محلی ارائه شده است. این پیشنهادات می‌تواند به سیاست‌گذاران و مسئولان کمک کند تا با اتخاذ تصمیمات بهینه، زمینه‌ساز توسعه پایدار و موفق گردشگری در مناطق روستایی شوند.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

توانمندی‌ها و قابلیت‌های گردشگری روستایی در پهنه جغرافیایی زاینده رود که شامل استان‌های چهارمحال و بختیاری و اصفهان می‌شود، به شرح زیر است:

**۱-طبیعت بکر و مناظر زیبا**

منطقه کوهستانی و جنگلی: روستاهای اطراف زاینده رود در استان چهارمحال و بختیاری و همچنین برخی از روستاهای استان اصفهان در نواحی کوهستانی و جنگلی قرار دارند که دارای طبیعتی بکر و دست‌نخورده هستند. این مناطق برای فعالیت‌هایی مانند پیاده‌روی، کوهنوردی، طبیعت‌گردی و کمپینگ بسیار مناسب هستند.
رودخانه زاینده رود: طول رودخانه زاینده رود که از چهارمحال و بختیاری آغاز شده و به اصفهان می‌رسد، جاذبه‌های طبیعی فراوانی دارد. این رودخانه می‌تواند در زمینه گردشگری آبی، قایق‌سواری، ماهیگیری و حتی اکوتوریسم جلب توجه کند.

**۲- روستاهای سنتی و زندگی بومی**

معماری سنتی روستایی: بسیاری از روستاهای منطقه زاینده رود به دلیل حفظ معماری سنتی و اصیل خود، به‌ویژه در مناطق کوهستانی و روستاهای حاشیه رودخانه، قابلیت‌های زیادی برای گردشگری روستایی دارند. این روستاها می‌توانند به‌عنوان مقصدی برای گردشگران علاقه‌مند به سبک زندگی روستایی و فرهنگ بومی معرفی شوند.
آشنایی با فرهنگ بومی: بازدید از روستاها و تعامل با جوامع محلی فرصتی برای گردشگران فراهم می‌کند تا با فرهنگ، آداب و رسوم محلی، صنایع دستی و هنرهای بومی این مناطق آشنا شوند.

**۳- کشاورزی و دامداری سنتی**

گردشگری کشاورزی: بسیاری از روستاهای منطقه زاینده رود به فعالیت‌های کشاورزی و باغداری سنتی مشغولند. گردشگران می‌توانند از نزدیک با فرآیندهای کشاورزی، برداشت محصول و شیوه‌های سنتی زندگی روستایی آشنا شوند. این نوع گردشگری می‌تواند به عنوان یک جاذبه مهم معرفی شود.

دامداری و فرآورده‌های دامیک دامداری‌های کوچک و سنتی در این منطقه فرصت‌های خوبی برای گردشگری کشاورزی فراهم می‌آورد. تولید محصولات دامی مانند لبنیات محلی و گوشت‌های سنتی می‌تواند به جذابیت گردشگری روستایی افزوده و تجربیات بومی را به گردشگران ارائه دهد.

**۴- فرهنگ و هنرهای دستی**

صنایع دستی: روستاهای منطقه زاینده رود به‌ویژه در چهارمحال و بختیاری، به تولید صنایع دستی معروف هستند. دست‌ساخته‌هایی مانند قالی‌بافی، گلیم، پارچه‌های دستباف و دیگر محصولات هنری که از مواد اولیه محلی ساخته می‌شوند، می‌توانند بخش مهمی از جاذبه‌های گردشگری فرهنگی این منطقه باشند.

موسیقی و رقص محلی: هر یک از روستاهای منطقه زاینده رود دارای موسیقی و رقص‌های سنتی خاص خود هستند که می‌تواند برای گردشگران جاذبه فرهنگی قابل توجهی باشد.

**۵- آداب و رسوم و جشن‌های محلی**

جشن‌ها و آیین‌های محلی: آداب و رسوم خاص این منطقه، به‌ویژه جشن‌های نوروزی، مراسم مذهبی و آیین‌های محلی، می‌توانند جذابیت ویژه‌ای برای گردشگران ایجاد کنند. این مراسم‌ها علاوه بر معرفی فرهنگ بومی، تجربه‌ای منحصر به فرد از زندگی روستایی را به گردشگران ارائه می‌دهند.

مراسم مذهبی: در برخی از روستاها، آیین‌ها و مراسم مذهبی خاصی برگزار می‌شود که می‌تواند برای گردشگران مذهبی نیز جذاب باشد.

**۶-سازه‌های تاریخی و فرهنگی**

آثار تاریخی در روستاها: برخی از روستاهای منطقه زاینده رود دارای آثار تاریخی، از جمله قلعه‌ها، کاروانسراها، آسیاب‌های قدیمی و دیگر سازه‌های تاریخی هستند که به حفظ هویت فرهنگی منطقه کمک می‌کنند و می‌توانند به‌عنوان جاذبه‌های گردشگری معرفی شوند.

**۷- گردشگری غذایی**

غذاهای محلی و بومی: منطقه زاینده رود با داشتن غذاهای سنتی و محلی متنوع، می‌تواند به‌عنوان مقصدی برای گردشگری غذایی مطرح شود. غذاهایی همچون آش‌ها، خوراک‌های سنتی، محصولات لبنی و شیرینی‌های محلی می‌توانند جذابیت زیادی برای گردشگران ایجاد کنند.

**۸-گردشگری مبتنی بر طبیعت و کشاورزی پایدار**

پروژه‌های کشاورزی و اکوتوریسم: روستاهای منطقه زاینده رود به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص و منابع طبیعی غنی، می‌توانند به‌عنوان مقصدهای گردشگری مبتنی بر کشاورزی پایدار و اکوتوریسم معرفی شوند. این نوع گردشگری می‌تواند به حفظ محیط زیست و منابع طبیعی کمک کرده و توسعه اقتصادی منطقه را با حفظ فرهنگ بومی و سنت‌ها هم‌راستا کند.

این توانمندی‌ها و قابلیت‌ها، به‌ویژه در صورتی که با همکاری جامعه محلی و برنامه‌ریزی درست همراه باشد، می‌تواند گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود را به‌عنوان یکی از مقاصد جذاب برای گردشگران داخلی و خارجی معرفی کند و زمینه‌ساز توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی برای این مناطق باشد.

**جدول(۱). توانمندی ها و قابلیت های گردشگری روستایی در پهنه زاینده رود**

| ردیف | قابلیت ها |
|---|---|
| ۱ | کوهستان‌ها و جنگل‌های استان چهارمحال و بختیاری |
| ۲ | سواحل و مناظر اطراف رودخانه زاینده رود |
| ۳ | روستاهای تاریخی و بومی در اطراف زاینده رود |
| ۴ | حفظ معماری سنتی روستاها |
| ۵ | کشاورزی ارگانیک و باغداری |
| ۶ | دامداری‌های سنتی و تولید محصولات دامی محلی |
| ۷ | قالی‌بافی و گلیم بافی |
| ۸ | پارچه‌های دستباف و سایر صنایع دستی |
| ۹ | جشن‌های نوروزی و آیین‌های محلی |
| ۱۰ | مراسم مذهبی و جشن‌های سنتی در روستاها |
| ۱۱ | قلعه‌ها و کاروانسراهای تاریخی |
| ۱۲ | آسیاب‌های قدیمی و سازه‌های تاریخی روستایی |
| ۱۳ | غذاهای محلی و خوراک‌های سنتی |
| ۱۴ | محصولات لبنی و شیرینی‌های محلی |
| ۱۵ | گردشگری مبتنی بر طبیعت و حفظ محیط زیست |
| ۱۶ | کشاورزی و اکوتوریسم |

**چالش های پیش روی گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود**

گردشگری روستایی یکی از بخش‌های مهم صنعت گردشگری است که می‌تواند به‌عنوان یک ابزار توسعه پایدار برای مناطق کمتر توسعه‌یافته، به ویژه در نواحی روستایی و بومی، مورد استفاده قرار گیرد. منطقه زاینده رود که شامل استان‌های چهارمحال و بختیاری و اصفهان می‌شود، با داشتن جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی فراوان، ظرفیت‌های گسترده‌ای برای توسعه گردشگری روستایی دارد. با این حال، به‌رغم این ظرفیت‌ها، این منطقه با چالش‌هایی روبه‌رو است که می‌تواند بر روند توسعه گردشگری روستایی تأثیر منفی بگذارد. از این رو، شناسایی و بررسی این چالش‌ها، به‌ویژه در راستای برنامه‌ریزی برای مدیریت و توسعه پایدار گردشگری، امری ضروری است. در ادامه، مهم‌ترین چالش‌های پیش روی گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود مورد بررسی قرار می‌گیرد.

- **کمبود زیرساخت‌های مناسب**

ضعف در زیرساخت‌های حمل‌ونقل، جاده‌ها و دسترسی به روستاها

کمبود امکانات اقامتی و هتل‌ها، به‌ویژه در روستاهای دورافتاده

نبود خدمات بهداشتی و درمانی کافی برای گردشگران

- **عدم آگاهی و مشارکت جامعه محلی**

عدم آشنایی جامعه محلی با مزایا و اهمیت گردشگری

عدم مشارکت فعال جوامع محلی در فرآیندهای توسعه گردشگری
نگرانی‌های محلی از تغییرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از ورود گردشگران

- **حفظ فرهنگ و هویت بومی**

تهدید به دست رفتن هویت فرهنگی و سنت‌های محلی در نتیجه ورود گردشگران
تغییرات در سبک زندگی روستایی به دلیل تأثیرات گردشگری
کاهش ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی بومی در برابر فرهنگ‌های خارجی

- **فشارهای زیست‌محیطی**

اثرات منفی گردشگری بر منابع طبیعی مانند آلودگی آب و هوا، تخریب پوشش گیاهی
استفاده نادرست از منابع طبیعی به‌ویژه در مناطق حساس اکولوژیکی
افزایش حجم زباله‌ها و تخریب زیستگاه‌های طبیعی به‌ویژه در مناطق روستایی

- **نبود برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری**

عدم وجود برنامه‌ریزی دقیق و جامع برای توسعه گردشگری روستایی
نبود استراتژی‌های مدیریت پایدار گردشگری
عدم هماهنگی میان مسئولان محلی، بخش خصوصی و جوامع محلی در راستای توسعه گردشگری

- **مسائل اقتصادی و مالی**

محدودیت منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های گردشگری
کمبود حمایت‌های دولتی و خصوصی برای ایجاد و توسعه زیرساخت‌های گردشگری
مشکلات اقتصادی جوامع محلی و ناتوانی در سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری

- **فصل‌پذیری گردشگری**

تمرکز گردشگری در فصول خاص سال و کاهش گردشگری در فصول کم‌تردد
وابستگی به شرایط جوی و طبیعی که می‌تواند بر جذابیت گردشگری تأثیر بگذارد
لزوم ایجاد جذب گردشگر در تمامی فصول سال

- **نبود آموزش و نیروی انسانی ماهر**

کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده در بخش گردشگری
نیاز به ارتقای مهارت‌های خدماتی و مهمان‌نوازی در جوامع محلی
نداشتن دانش کافی در زمینه توسعه گردشگری پایدار و مدیریت آن

- **رقابت با سایر مقاصد گردشگری**

رقابت با سایر مناطق کشور که ممکن است جاذبه‌های مشابه یا بیشتر داشته باشند
کمبود تبلیغات و بازاریابی موثر برای جذب گردشگران به منطقه زاینده رود

این چالش‌ها باید با برنامه‌ریزی دقیق، همکاری بین‌سازمانی و توجه به توسعه پایدار مدیریت شوند تا گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود به یک صنعت سودآور و پایدار تبدیل شود.

**نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی منطقه زاینده رود**

نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی منطقه زاینده رود باید اساسی، فعال و مشارکتی باشد. جوامع محلی در این مناطق نه تنها به عنوان بهره‌برداران اصلی از گردشگری، بلکه به عنوان عاملان تغییر و حفظ هویت فرهنگی و طبیعی نیز باید ایفای نقش کنند. در این راستا، چندین جنبه مهم وجود دارد که جوامع محلی می‌توانند در توسعه گردشگری روستایی ایفا کنند:

**۱- مشارکت فعال در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری**

جامعه محلی باید در تمامی مراحل توسعه گردشگری، از جمله برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و اجرای پروژه‌ها، نقش فعال داشته باشد. این مشارکت می‌تواند از طریق تشکیل شوراهای محلی، جلسات عمومی و مشاوره با اهالی روستا صورت گیرد تا نیازها و اولویت‌های واقعی مردم در فرآیند توسعه گردشگری لحاظ شود.

**۲-حفظ و ارتقاء فرهنگ و هویت محلی**

جوامع محلی نقش مهمی در حفظ فرهنگ، آداب و رسوم و هویت محلی دارند. با توجه به اینکه گردشگری روستایی عمدتاً بر پایه معرفی زندگی روستایی و سنت‌های بومی استوار است، مشارکت محلی‌ها در انتقال آداب، موسیقی، رقص، لباس‌های محلی، هنرهای دستی و غذاهای سنتی، می‌تواند به جذابیت گردشگری کمک کند و به حفظ این فرهنگ‌ها در برابر تأثیرات منفی مدرنیته کمک نماید.

**۳- توسعه زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری**

جوامع محلی می‌توانند در تأسیس و مدیریت زیرساخت‌های گردشگری مانند اقامتگاه‌های بوم‌گردی، رستوران‌های محلی، مراکز فروش صنایع دستی و خدمات راهنمایی گردشگران مشارکت کنند. این مشارکت باعث ایجاد مشاغل محلی و بهبود سطح اقتصادی جوامع می‌شود و همچنین باعث بهبود کیفیت خدمات به گردشگران خواهد شد.

**۴- آموزش و ارتقای مهارت‌ها**

جامعه محلی باید در زمینه‌های مختلف آموزش دیده و مهارت‌های لازم برای تعامل با گردشگران و ارائه خدمات بهتر را کسب کند. این آموزش‌ها شامل راهنمایی گردشگران، مهمان‌نوازی، مهارت‌های زبان‌های خارجی، آموزش‌های زیست‌محیطی و آشنایی با اصول گردشگری پایدار است. با این کار، محلی‌ها می‌توانند به‌طور مؤثرتر از گردشگری بهره‌برداری کنند و از فرصت‌های شغلی جدید بهره‌مند شوند.

**۵- حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست**

جوامع محلی باید به‌عنوان حافظان منابع طبیعی و محیط زیست عمل کنند و از آسیب‌های احتمالی ناشی از گردشگری، مانند آلودگی، تخریب محیط زیست یا تخریب پوشش گیاهی جلوگیری نمایند. آگاه‌سازی مردم محلی در زمینه حفاظت از طبیعت و استفاده پایدار از منابع طبیعی، نقشی کلیدی در توسعه گردشگری پایدار خواهد داشت.

**۶- تبلیغات و بازاریابی محلی**

جامعه محلی می‌تواند در معرفی منطقه خود به گردشگران از طریق تبلیغات محلی و بازاریابی مشارکت کند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی، نمایشگاه‌ها، رویدادهای فرهنگی و جشنواره‌های محلی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه و ایجاد هویت برند محلی می‌تواند تأثیر زیادی بر جذب گردشگران داشته باشد.

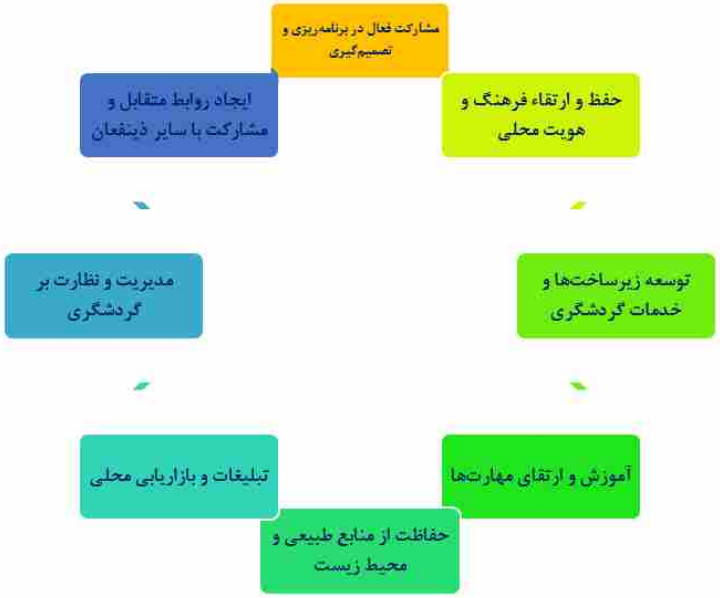
**۷- مدیریت و نظارت بر گردشگری**

جوامع محلی باید در فرآیند نظارت و ارزیابی گردشگری مشارکت کنند. این نظارت می‌تواند بر جنبه‌های مختلف مانند کیفیت خدمات، تأثیرات زیست‌محیطی و رعایت اصول گردشگری پایدار صورت گیرد. با این کار، جوامع محلی می‌توانند به‌طور مؤثری از تغییرات منفی ناشی از گردشگری جلوگیری کنند.

**۸- ایجاد روابط متقابل و مشارکت با سایر ذینفعان**

جوامع محلی باید با سایر ذینفعان مانند مسئولین دولتی، سازمان‌های غیردولتی و بخش خصوصی همکاری کنند. این همکاری می‌تواند به‌طور مؤثری بر روی توسعه پایدار گردشگری تأثیر بگذارد و پروژه‌های مشترک را ایجاد کند که منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را برای جامعه محلی به ارمغان آورد.

در نهایت، نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی منطقه زاینده رود باید ترکیبی از مشارکت فعال، حفظ هویت فرهنگی و طبیعی، و مدیریت پایدار منابع باشد. با ایجاد مشارکت میان جامعه محلی و سایر ذینفعان، گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان یک عامل مؤثر در بهبود معیشت مردم محلی، حفظ فرهنگ و محیط زیست و ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار عمل کند.




**شکل(۱): نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی منطقه زاینده رود**

## عوامل موثر بر مشارکت جامعه محلی در فرآیند گردشگری

مشارکت جوامع محلی در فرآیند توسعه گردشگری روستایی به عوامل مختلفی بستگی دارد که می‌تواند بر میزان مشارکت آن‌ها تأثیرگذار باشد. این عوامل می‌توانند اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی باشند. در اینجا به برخی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار اشاره می‌کنیم:

### ۱- آگاهی و دانش جامعه محلی

آگاهی از مزایا و فرصت‌ها: یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مشارکت جامعه محلی، آگاهی آن‌ها از مزایا و فرصت‌هایی است که گردشگری می‌تواند برای آن‌ها به ارمغان آورد. آموزش و اطلاع‌رسانی صحیح در مورد گردشگری پایدار و فواید آن می‌تواند انگیزه‌های لازم برای مشارکت مردم را فراهم کند.

آگاهی از تأثیرات منفی: همچنین، آگاهی از چالش‌ها و خطرات گردشگری برای منابع طبیعی و فرهنگی، می‌تواند مردم را به سمت حفاظت از هویت و محیط زیست خود سوق دهد.

### ۲-امنیت اقتصادی و درآمدزایی

فرصت‌های شغلی و اقتصادی: جوامع محلی زمانی تمایل بیشتری به مشارکت در توسعه گردشگری خواهند داشت که احساس کنند گردشگری می‌تواند برای آن‌ها فرصت‌های شغلی و درآمدزایی ایجاد کند. این فرصت‌ها می‌تواند شامل تأسیس اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ارائه خدمات راهنمایی گردشگران، فروش صنایع دستی و محصولات محلی و دیگر مشاغل مرتبط باشد.

تضمین درآمد پایدار: اگر جوامع محلی از ثبات اقتصادی و درآمد پایدار از گردشگری اطمینان حاصل کنند، تمایل بیشتری به مشارکت در این فرآیند خواهند داشت.

**۳- حمایت و هدایت دولتی**

حمایت مالی و سرمایه‌گذاری: حمایت‌های مالی و تسهیلات دولت در ایجاد زیرساخت‌ها و برنامه‌های آموزشی می‌تواند بر مشارکت مردم تأثیرگذار باشد. تخصیص بودجه به پروژه‌های گردشگری و فراهم کردن تسهیلات برای جوامع محلی می‌تواند انگیزه‌ای برای مشارکت بیشتر ایجاد کند.

برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب: تدوین سیاست‌های مناسب و تدوین برنامه‌های روشن از سوی نهادهای دولتی، می‌تواند بر میزان مشارکت جامعه محلی تأثیر بگذارد. همکاری بین نهادهای دولتی و محلی در زمینه‌های آموزش، ارتقاء زیرساخت‌ها و مدیریت منابع به توسعه گردشگری پایدار کمک می‌کند.

**۴-حفظ فرهنگ و هویت محلی**

نگرانی از تغییرات فرهنگی و اجتماعی: برخی از جوامع محلی ممکن است از ورود گردشگران و تأثیرات فرهنگی آن‌ها بر زندگی و آداب و رسوم خود نگرانی داشته باشند. این نگرانی می‌تواند میزان مشارکت آن‌ها را کاهش دهد، مگر آنکه برنامه‌هایی برای حفاظت از هویت فرهنگی و آموزش گردشگران به‌منظور رعایت احترام به فرهنگ‌های بومی وجود داشته باشد.

حمایت از ارزش‌های فرهنگی و سنتی: اگر مردم محلی احساس کنند که گردشگری به‌طور مثبت به حفظ و ترویج فرهنگ، آداب و رسوم محلی کمک می‌کند، مشارکت آن‌ها بیشتر خواهد شد.

**۵- تأثیرات زیست‌محیطی و حفاظت از منابع طبیعی**

نگرانی از تخریب منابع طبیعی: نگرانی‌هایی در مورد آسیب‌های محیطی گردشگری، مانند آلودگی، تخریب اکوسیستم‌ها، یا فشار بیش از حد بر منابع طبیعی، می‌تواند مانعی برای مشارکت مردم باشد. جوامع محلی معمولاً زمانی مشارکت بیشتری نشان می‌دهند که از تأثیرات منفی گردشگری بر محیط زیست آگاه شوند و مطمئن باشند که گردشگری به‌صورت پایدار و با رعایت اصول حفاظت از منابع طبیعی انجام می‌شود.

برنامه‌های حفاظت و آموزش زیست‌محیطی: آگاهی‌بخشی و آموزش به مردم در مورد حفاظت از محیط زیست در راستای گردشگری می‌تواند نگرانی‌ها را کاهش داده و مشارکت را افزایش دهد.

**۶- تعامل با بخش خصوصی و سازمان‌های غیر دولتی**

همکاری با بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران: همکاری با بخش خصوصی و جذب سرمایه‌گذاران برای پروژه‌های گردشگری می‌تواند منابع مالی و فنی لازم برای توسعه گردشگری را فراهم کند. تعامل مثبت و سودمند با بخش خصوصی می‌تواند برای جوامع محلی فرصتی برای مشارکت بیشتر ایجاد کند.

حمایت از سازمان‌های غیر دولتی: سازمان‌های غیردولتی و بین‌المللی می‌توانند در زمینه آموزش، حمایت مالی و ایجاد فرصت‌های شغلی در زمینه گردشگری روستایی کمک کنند. این سازمان‌ها می‌توانند پل ارتباطی بین جوامع محلی و منابع بین‌المللی باشند.

**۷-سیاست‌های اجتماعی و مشارکت‌محور**

شمول اجتماعی و عدالت: جوامع محلی زمانی تمایل بیشتری به مشارکت دارند که احساس کنند در تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندهای توسعه گردشگری سهم دارند. اگر فرآیندهای توسعه گردشگری به‌صورت شفاف و عدالت‌محور انجام شود و نفع آن به‌طور عادلانه به تمامی اعضای جامعه برسد، مشارکت بیشتر خواهد بود.

ارتباطات و مشاوره: ایجاد فضای مشورتی و ارتباطی مؤثر بین مردم محلی و نهادهای مسئول می‌تواند بر مشارکت تأثیر مثبت بگذارد.

**۸- سطح دسترسی به اطلاعات و آموزش**

دسترسی به منابع آموزشی: یکی از عوامل مؤثر در مشارکت جوامع محلی، سطح دسترسی آن‌ها به منابع آموزشی و اطلاعات در خصوص گردشگری پایدار و شیوه‌های مختلف بهره‌برداری از آن است. آموزش‌هایی که بر اهمیت توسعه پایدار و نحوه برخورد با گردشگران تأکید داشته باشد، می‌تواند جوامع محلی را برای مشارکت فعال‌تر ترغیب کند.

آموزش در زمینه مدیریت گردشگری: اگر جوامع محلی در زمینه‌های مختلف مانند مدیریت بحران گردشگری، مهمان‌نوازی، راهنمایی گردشگران و حفظ منابع طبیعی آموزش ببینند، بهتر می‌توانند در فرآیند توسعه گردشگری نقش ایفا کنند.

مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری روستایی بستگی زیادی به آگاهی، انگیزه‌ها، حمایت‌های دولتی، حفظ منابع طبیعی، حفظ هویت فرهنگی و همکاری‌های بین‌سازمانی دارد. برای افزایش مشارکت مؤثر و پایدار، باید تمامی این عوامل در کنار یکدیگر و به‌طور هماهنگ مورد توجه قرار گیرند تا فرآیند توسعه گردشگری به نفع مردم محلی و به‌صورت پایدار پیش برود.

**شکل(2): عوامل موثر بر مشارکت جامعه محلی در فرآیند گردشگری**

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در نهایت، توسعه گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود با توجه به ظرفیت‌های بی‌نظیر طبیعی، فرهنگی و تاریخی این منطقه، می‌تواند فرصتی طلایی برای بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی باشد. با این حال، این توسعه باید به‌صورت پایدار و با مشارکت فعال جامعه محلی انجام گیرد. جوامع محلی نه تنها به‌عنوان عاملان اصلی حفظ و معرفی فرهنگ و طبیعت منطقه عمل می‌کنند، بلکه می‌توانند با مشارکت در فرآیندهای تصمیم‌گیری، مدیریت منابع و ارائه خدمات گردشگری، به رشد و توسعه این صنعت کمک کنند. برای تحقق این هدف، نیاز به برنامه‌ریزی دقیق، حمایت‌های دولتی و بخش خصوصی، آموزش‌های مستمر و توجه به حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی احساس می‌شود.

به‌طور کلی، برای موفقیت در توسعه گردشگری روستایی در منطقه زاینده رود، باید تمامی ذینفعان از جمله دولت، جامعه محلی، بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی همکاری‌های مؤثری داشته باشند. ایجاد زیرساخت‌های مناسب، ارتقاء مهارت‌های مردم محلی، حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی و توجه به اصول گردشگری پایدار از جمله عواملی هستند که می‌توانند این فرآیند را تسهیل

کرده و از تأثیرات منفی آن جلوگیری کنند. با پیاده‌سازی این رویکردها، گردشگری روستایی می‌تواند به ابزاری مؤثر برای توسعه پایدار، بهبود معیشت مردم و حفظ فرهنگ و طبیعت منطقه تبدیل شود.

با توجه به نتایج پیشنهادات قابل توجه و متنوعی را می توان طرح نمود.

**ایجاد برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی برای جوامع محلی**

برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه گردشگری پایدار، مهمان‌نوازی، و راهنمایی گردشگران

آموزش مهارت‌های فنی مانند صنایع دستی، کشاورزی پایدار و خدمات به گردشگران

**حمایت از صنایع دستی و محصولات محلی**

ترویج و فروش صنایع دستی بومی از طریق بازارهای محلی، نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های آنلاین

برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فرهنگی برای معرفی و فروش محصولات محلی

**توسعه زیرساخت‌های گردشگری پایدار**

بهبود جاده‌ها و مسیرهای دسترسی به روستاها و مناطق گردشگری

احداث اقامتگاه‌های بوم‌گردی، رستوران‌های محلی و امکانات بهداشتی با رعایت اصول زیست‌محیطی

**مدیریت پایدار منابع طبیعی و محیط زیست**

برگزاری برنامه‌های آموزشی برای جوامع محلی در خصوص حفاظت از محیط زیست

توسعه پروژه‌های اکوتوریسم و گردشگری پایدار در مناطق حساس زیست‌محیطی

**توسعه شبکه‌های ارتباطی و تبلیغات موثر**

استفاده از رسانه‌های اجتماعی و وب‌سایت‌های گردشگری برای تبلیغ جاذبه‌ها و خدمات منطقه

همکاری با آژانس‌های گردشگری و شرکت‌های بازاریابی برای ایجاد بسته‌های گردشگری جذاب

**ایجاد صندوق‌های حمایتی و تسهیلات مالی**

تأسیس صندوق‌های حمایتی برای کمک به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری

ارائه تسهیلات مالی برای پروژه‌های گردشگری کوچک‌مقیاس به‌ویژه توسط جوامع محلی

**مشارکت فعال در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی**

تشکیل شوراهای محلی و کمیته‌های گردشگری با حضور اعضای جامعه محلی

مشاوره و گفتگو با جوامع محلی در خصوص پروژه‌ها و برنامه‌های گردشگری

**حفظ و ترویج فرهنگ بومی**

برگزاری جشن‌ها، مراسم‌ها و رویدادهای فرهنگی برای معرفی فرهنگ و آداب محلی

استفاده از هنرهای بومی در طراحی فضاهای گردشگری و اقامتگاه‌ها

## منابع و ماخذ


1. Amerta, I. M. S., Sara, I. M., & Bagiada, K. (2018). Sustainable tourism development. International research journal of management, IT and social sciences, 5(2), 248-254.
2. Cohen, S. A., & Cohen, E. (2019). New directions in the sociology of tourism. Current Issues in Tourism, 22(2), 153-172.
3. Ivanov, V. D. (2021). Rural tourism as a new direction. Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация, 6(1), 136-141.
4. Li, Z., Zhang, X., Yang, K., Singer, R., & Cui, R. (2021). Urban and rural tourism under COVID-19 in China: research on the recovery measures and tourism development. Tourism Review, 76(4), 718-736.
5. Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of hospitality and tourism management, 36, 12-21.
6. Rogerson, C. M. (2018). Tourism-led local economic development: The South African experience. In Local Economic Development in the Changing World (pp. 297-320). Routledge.
7. Tang, M., & Xu, H. (2023). Cultural integration and rural tourism development: A scoping literature review. Tourism and Hospitality, 4(1), 75-90.
8. Thetsane, R. M. (2019). Local community participation in tourism development: The case of Katse villages in Lesotho. Athens Journal of Tourism, 6(2), 123-140.
9. Tomasi, S., Paviotti, G., & Cavicchi, A. (2020). Educational tourism and local development: The role of universities. Sustainability, 12(17), 6766.
10. Viglia, G., & Dolnicar, S. (2020). A review of experiments in tourism and hospitality. Annals of Tourism Research, 80, 102858.
11. Yang, J., Yang, R., Chen, M. H., Su, C. H. J., Zhi, Y., & Xi, J. (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. Journal of Hospitality and Tourism Management, 47, 35-45.

# مدیریت امنیت گردشگری در حریم رودخانه زاینده رود (پل زمان خان سامان)

**سید محمد موسوی**، استادیار مدیریت جهانگردی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد ایران

## چکیده

گردشگری، به عنوان موتور محرکه‌ی اقتصاد جهانی، نه تنها درآمدزایی می‌کند، بلکه فرهنگ‌ها را به هم نزدیک می‌کند. اما موفقیت این صنعت در گرو امنیت است. امنیت، از فیزیکی تا روانی، از اقتصادی تا زیست‌محیطی، نقش حیاتی در تجربه‌ی گردشگران دارد. امنیت، قلب تپنده‌ی صنعت گردشگری است. بدون امنیت، حتی زیباترین مقاصد گردشگری نیز نمی‌توانند گردشگران را جذب کنند. امنیت در گردشگری تنها به معنای نبود خطر فیزیکی نیست؛ بلکه شامل امنیت اقتصادی و زیرساختی، روانی و اجتماعی و زیست‌محیطی نیز می‌شود. گردشگران باید احساس کنند که در طول سفرشان از هر نظر در امان هستند. ضرورت امنیت در گردشگری از آنجا ناشی می‌شود که امنیت در گردشگری، رابطه‌ی مستقیمی با رضایت گردشگران دارد. گردشگرانی که احساس امنیت می‌کنند، نه تنها به مقصد بازمی‌گردند، بلکه آن را به دیگران نیز توصیه می‌کنند. ایجاد امنیت بدون شناخت ظرفیت ها و تهدیدات پیش رو، به ویژه در جاذبه های پرمخاطب و حساس گردشگری، می تواند موانعی را در جهت رشد پایدار گردشگری در این جاذبه ها بوجود آورد. این مقاله با هدف بررسی ضرورت امنیت در منطقه‌ی پل زمان‌خان سامان، و در حریم رودخانه زاینده رود به عنوان یک مقصد پربازدید گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری انجام گرفته است. که سعی شده با بررسی ظرفیت های موجود و ضعف های موجود در این محدوده، مسئله امنیت گردشگری در این محدوده برای متولیان مربوطه تبیین و تفسیر گردد.

**کلمات کلیدی:** گردشگری، امنیت، زاینده‌رود، پل زمان‌خان.

## مقدمه

در دنیای ماشینی امروز، سفر یکی از ارکان زندگی انسان پرمشغله معاصر است و بر اساس این رکن، گردشگری در اغلب کشورها به عنوان محور توسعه شناخته میشود تاجایی که سیر وسیاحت به ویژه به منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی بشر تلقی شده، به گونه ای که این پدیده با تخصیص یک دهم جمعیت جهان بزرگترین جابجایی صلح آمیز بشر محسوب میشود. یکی از عرصه های تنوع بخش اقتصاد هرکشور با توجه به گوناگونی محیطی و مزیتهای نسبی موجود، گردشگری می باشد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸). صنعت گردشگری پس از اتمام جنگ جهانی دوم، با گسترش شهر نشینی، کاهش ساعات کار، توسعه روز افزون راهها و شبکه های حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی اصلاح قوانین و مقرارت تحولی شگرف یافت، بطوریکه امروزه گردشگری به یک پدیده و از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است (لانکوار،[1]۱۳۸۱).

این صنعت از سوی دانشمندان و صاحبنظران به صنعت بدون دود شهرت یافته است. در بین عوامل درونی و بیرونی موثر در تصمیم گیری گردشگری، امنیت از موثرترین عوامل است گردشگران قبل از تصمیم گیری برای عزیمت تصمیم میگیرندکجا و در چه مکانی تعطیلات خود را سپری کنند. مسئلۀ امنیت یا نتیجۀ تجربه زیستن یا تصاویرذهنی شخصی که آن را تجربه کرده است، میباشد و نقش نسبتا مهمی را در تعیین محل تعطیلات ایفا میکند ( سچیل میش و یونلیوونن،۲۰۰۹). بیش از هر فعالیت اقتصادی دیگرموفقیت یا شکست مقصد گردشگری به توانایی آن در ارائۀ محیط امن و مطمئن برای بازدید کنندگان وابسته است (فطری امیروهمکاران،۲۰۱۵). گردشگری به رضایت گردشگران از سفر و اقامت بستگی دارد و امنیت عاملی بسیار مهم و تاثیر گذار در رضایت گردشگران است. گردشگری و امنیت در رابطه ای مستقیم با یکدیگر قرار دارند و بدون امنیت حیات گردشگری به خطر میافتدحیات گردشگری به رضایت گردشگرازکیفیت سفرو اقامت وابسته اســـت (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۰).

مفهوم توسعه پایدار فرایند تغییر دراستفاده از منابع، سرمایه گذاری ها و سمت گیری توسعه تکنولوژی به طوری که با نیاز های حال و اینده سازگار باشد (نصیری، ۱۳۷۹). پایداری در گردشگری، مستلزم توجه نظام مند به ابعاد مختلفی همچون ابعاد فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی در حرکت به سوی استفاده ازجاذبه های گردشگری مطابق با نیازهای امروز و حفظ ان برای اینده است (زاهدی،۲۰۰۴). توسعه و امنیت مکمل همدیگر هستند و مشخص است که امنیت پایدار، مرهون توسعه پایدار میباشد و توسعه پایدار تضمین کننده امنیت ملی است.امروزه هرچیزی که رنگ و بوی علمی نداشته باشد و قواعد علمی بر

---

[1] Lanquar

ان صدق نکند محکوم به شکست است و یا به رکود می انجامد این امر در مبحث امنیت و گردشگری نیز صادق است (صیدایی و هدایتی مقدم ،۱۳۹۸).

رودخانه‌ها به‌عنوان شریان‌های حیاتی طبیعت، نقش مهمی در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مناطق اطراف خود ایفا می‌کنند. زاینده‌رود، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رودخانه‌های مرکزی ایران، نه تنها منبع حیاتی آب برای کشاورزی و شرب است، بلکه به‌عنوان یک جاذبه‌ی گردشگری طبیعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. محدوده‌ی پل زمان‌خان، به‌دلیل موقعیت جغرافیایی خاص و زیبایی‌های طبیعی منحصربه‌فرد، یکی از مناطق مهم گردشگری در حاشیه زاینده‌رود محسوب می‌شود. با این حال، افزایش فعالیت‌های گردشگری در این منطقه، بدون مدیریت صحیح، می‌تواند منجر به  نا امنی و کاهش کیفیت تجربه‌ی گردشگران شود.مدیریت گردشگری در حریم رودخانه‌ها، به‌ویژه در مناطق حساسی مانند پل زمان‌خان، نه تنها ضروری است، بلکه می‌تواند به توسعه‌ی پایدار گردشگری و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی کمک کند. این مقاله با تمرکز بر ضرورت مدیریت امنیت گردشگری در حریم زاینده‌رود محدوده پل زمان‌خان، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی این منطقه می‌پردازد و راهکارهایی برای بهبود مدیریت و حفاظت از این میراث طبیعی ارائه می کند.

## مبانی نظری

مدیریت به عنوان یک فرایند کلیدی در گردشگری، نقش اساسی در هماهنگی منابع، بهبود کیفیت خدمات و دستیابی به توسعه پایدار ایفا میکند. مدیریت نه تنها برای دستیابی به اهداف، بلکه برای بقا، رشد و تطبیق با تغییرات محیطی ضروری است. این ضرورت در تمامی حوزه‌ها، از جمله مدیریت امنیت در زاینده رود، به وضوح قابل مشاهده است.

### گردشگری

واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. از زمانی که مردم توانایی مالی بیشتری پیدا کردند و عمرشان طولانی‌تر شد، این امر ممکن شد. اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقمند هستند. ثروتمندان همیشه به مناطق دوردست سفر کرده‌اند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یک منظور خاص: برای دیدن ساختمان‌های معروف و آثار هنری، آموختن زبان‌های جدید و چشیدن غذاهای متفاوت (زین الدین، ۱۳۸۶).

### طبیعت گردی

گردشگری دارای اشکال مختلفی است که بسته به شرایط محیطی دارای گونه های متفاوتی است (کاتر[۱]،۲۰۰۰). اکوتوریسم سفری است مسئولانه به مناطق طبیعی که منجر به حفظ محیط زیست شده و باعث بهبود کیفیت زندگی مردم محلی می گردد. اکوتوریسم که توریسم بومی شناختی نیز نامیده می شود شکلی از گردشگری است که جاذبه های اکولوژیکی و منحصر به فرد اجتماعی را مورد توجه قرار می دهد. اکوتوریسم، از گونه های مهم گردشگری است که بیشترین سازگاری را با توسعه دارد.امروزه اغلب کشورهای

[۱] Cater

جهان در رقابتی تنگاتنگ و نزدیک، درپی بهره گیری از توانمندی های کشورخود هستند تا بتوانند به درامد قابل قبولی در این حوزه برسند (مولایی هشتجین و خشنود، ۱۳۸۶).

در مبحث گردشگری جاذبه ها و جلوه های طبیعی از ارزشی دوچندان برخوردارند و از این جهت یکی از مهمترین اشکال آن اکوتوریسم (طبیعت گردی) را شکل می دهند.طبیعت گردی، به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی گردشگری، به فعالیت‌هایی اشاره دارد که در طبیعت و محیط‌های طبیعی انجام می‌شود. این نوع گردشگری بر پایه‌ی تعامل با طبیعت، حفظ محیط زیست و تجربه‌ی جاذبه‌های طبیعی استوار است. بر اساس تعریف اتحادیه بین‌المللی حفاظت از طبیعت (IUCN)، گردشگری طبیعی به فعالیت‌هایی گفته می‌شود که در محیط‌های طبیعی انجام می‌شوند و هدف اصلی آن‌ها لذت بردن از طبیعت، مشاهده‌ی حیات وحش و تجربه‌ی جاذبه‌های طبیعی است. این نوع گردشگری بر پایه‌ی اصول پایداری و حفاظت از محیط زیست استوار است. گردشگری طبیعی به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری، نقش مهمی در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی ایفا می‌کند.گردشگری طبیعی می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای توسعه‌ی اقتصادی مناطق محروم عمل کند، به‌ویژه در مناطقی که دارای جاذبه‌های طبیعی منحصربه‌فرد هستند. به‌عنوان مثال، در مناطق طبیعی مانند جنگل‌ها، کوهستان‌ها و رودخانه‌ها، گردشگری طبیعی می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمدهای محلی کمک کند (باتلر[۱]،۱۹۹۹).

طبیعت گردی به عنوان یک فعالیت اقتصادی پویا و امید بخش در بخش گردشگری بسیاری از کشور های در حال توسعه جایگاه ویژه ای یافته است این صنعت از یک سو میتواند محرک رشد اقتصادی باشد و در امد های ارزی حیاتی را برای کشورهای میزبان به ارمغان اورد،اما ازسوی دیگر ،در صورت مدیریت نادرست ،میتواند تهدیدی جدی برای محیط زیست کشورها به شمار اید.در دنیای امروز، توسعه اکوتوریسم با دو چالش جدی مواجه است: از یک طرف، نیاز به ایجاد زیر ساخت های مناسب برای جذب گردشگران و کسب درامد، و از طرف دیگر، ضرورت حفاظت از اکوسیستم طبیعی که اساس این صنعت را تشکیل میدهد. این تنش ذاتی بین توسعه اقتصادی و حفاظت محیط زیست، لزوم اتخاذ رویکرد های نوین در مدیریت اکوتوریسم را اشکار میسازد (زاهدی،۱۳۸۷).

اکوتوریسم پایدار در چارچوب معاصر نه تنها به عنوان فعالیتی طبیعت محور، بلکه به مثابه ابزاری برای تحقق اهداف توسعه پایدار تعریف میشود (فنل[۲]،۲۰۲۳). براساس مدل اصول هفتگانه اکوتوریسم پایدار از این منبع که شامل ۱-همکاری فعال جوامع محلی، در مدیریت و پایش منابع طبیعی ۲-تعهد فعالان گردشگری به رفاه جامعه میزبان ۳-مدل اقتصادی با تاکید بر بازیابی و باز استفاده منابع ۴-حفظ حقوق نسل های اینده، در بهره برداری از منابع ۵-ظرفیت تحمل ۶-اموزش موثر ۷-هماهنگی بخش خصوصی و دولت میباشد. میتوان گفت موفقیت پروژه های اکوتوریسم در مناطق رودخانه ای مانند زاینده رود بیشتر وابسته به تحقق سه شرط ۱- همکاری جوامع محلی در مدیریت منابع طبیعی، مثل( پایش مستمر اکوسیستم بااستفاده ازفناوری های دیجیتال ) ۲- مدل اقتصادی بازیابی مثل (تولید کمپوست از ضایعات غذایی) ۳- اموزش موثر مثل (اموزش جوامع محلی به عنوان راهنمایان طبیعت گردی) می باشد.

---

[۱] Butler

[۲] Fennell,2023

یکی از نمونه های بسیار موفق مشارکت مردم محلی و دولت مدل مشارکتی ریونگرو در برزیل است. که با تقسیم مسولیت ها بین سه گروه دولت جوامع محلی و بخش خصوصی موفق شد، الودگی اب را تا ۷۷٪کاهش دهد و در امد محلی را ۶ برابرافزایش دهد.در این مدل از فناوری های ساده مانند، سنسور های اب و اپلیکیشن هشدار سیل استفاده شده است (وزارت گردشگری برزیل[۱]،۲۰۲۲).

**امنیت گردشگری**

امنیت به مفهوم رهایی از ترس و خطر و احساس دوری از هرگونه تعهد، یکی از نیازهای اصلی و اساسی انسانها از آغاز زندگی بوده است. امنیت به این معنا پیوند عمیقی با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه دارد .تعاریف لغوی امنیت در فرهنگ های لغت عبارت است از درامان بودن، آرامش و آسودگی، حفاظت در مقابل خطر، احساس آزادی از ترس، احساس ایمنی و رهایی از تهدید (هزارجریبی، ۱۳۹۰).

امنیت مفهومی کلی است که شامل وضعیت سلامت و آرامش و رفاه فرد و ثبات جامعه می شود و در حقیقت محفوظ ماندن از آسیب، توسط دیگران است. در مجموع امنیت اجتماعی «فضایی است که شامل دوبعد عینی و ذهنی است. در بعد عینی، امنیت اجتماعی به معنای شرایط و موقعیت ایمن و حفظ و گسترش آن برای افراد جامعه در مقابل عوامل بیرونی است. مانند ناآرامیهای شهری، جرم و ... (نه در برابر حوادث رانندگی،سیل، آتشسوزی، زلزله وموواردی از این قبیل) و بعد ذهنی امنیت اجتماعی به معنای احساس امنیت و آرامش است (ماندل،۱۳۷۹).

امنیت در گردشگری دارای ابعاد مختلفی است که هر کدام بر تجربه‌ی گردشگران تأثیر می‌گذارند. بر اساس مطالعات هال[۲](۲۰۰۲)، امنیت در گردشگری شامل موارد زیر است:

- امنیت فیزیکی: شامل نبود تهدیدات فیزیکی مانند سرقت، خشونت یا بلایای طبیعی.
- امنیت روانی: احساس آرامش و اطمینان خاطر گردشگران از اینکه در طول سفر در امان هستند.
- امنیت اقتصادی: اطمینان از اینکه هزینه‌های سفر به‌درستی مدیریت می‌شود و گردشگران مورد کلاهبرداری قرار نمی‌گیرند.
- امنیت زیست‌محیطی: حفظ محیط زیست و جلوگیری از تخریب منابع طبیعی به‌دلیل فعالیت‌های گردشگری.

---

[۱] Tourism Brazilian ministry of
[۲] Hall

امروزه گردشگران مناطق امن را برای گذراندن فعالیت های فراغتی انتخاب می کنند (تارلو[1] ۲۰۱۴). نکته قابل درک این است که سطوح بالای امنیت وقتی در گردشگری ایجاد می شود که کیفیت غذا، بهداشت، اقامتگاه، فعالیت ها، تسهیالت حمل و نقل و...همه به دقت در فرآیند برنامه ریزی لحاظ شوند.(حاجی اسماعیلی و کیانپور، ۱۳۹۳)گردشگری پدیده اجتماعی است و یکی از اشکال زندگی اجتماعی محسوب می شود. به همین دلیل توجه به جنبه های اجتماعی و فرهنگی آن مانند امنیت در ارتباط افراد با گردشگران و تاثیرات گردشگری بر جامعه بسیار مهم است ( بلانکس و همکاران[2] ۲۰۱۱).

امنیت شاخص ترین عامل رونق صنعت پررونق گردشگری میباشد. بدون عنصر مهم امنیت سرمایه گذاری در هیچ بخش اقتصادی به ویژه بخش گردشگری صورت نمی پذیرد.گردشگران همواره در جایی حضورپیدا میکند که به ویژه امنیت جانی و مالی وی تامین گردد (شربتی، ۱۳۹۵). اگر گردشگر از سفربه یک مقصد امنیت را احساس نکند نه تنها خودش به مقصد بر نخواهد گشت بلکه مقصد را به دیگران نیز معرفی نخواهد کرد (موسوی، ۱۳۹۵).

رضایت گردشگران از سفر، به‌طور مستقیم با احساس امنیت آن‌ها مرتبط است، امنیت نه تنها بر تجربه‌ی گردشگران تأثیر می‌گذارد، بلکه بر احتمال بازگشت آن‌ها به مقصد و توصیه‌ی آن به دیگران نیز مؤثر است.امنیت تنها به نفع گردشگران نیست، بلکه برای جوامع محلی و محیط زیست نیز اهمیت دارد. بر اساس نظریه‌های توسعه‌ی پایدار، امنیت یکی از ارکان اصلی برای دستیابی به گردشگری پایدار است. مناطق ناامن نه تنها گردشگران را از دست می‌دهند، بلکه ممکن است با مشکلاتی مانند تخریب محیط زیست، کاهش درآمدهای محلی و افزایش نابرابری‌های اجتماعی مواجه شوند. به‌عنوان مثال، در مناطق ناامن، ممکن است زیرساخت‌های گردشگری آسیب ببینند یا منابع طبیعی به‌دلیل عدم نظارت تخریب شوند. با وجود اهمیت امنیت، بسیاری از مقاصد گردشگری با چالش‌های امنیتی مواجه هستند. این چالش‌ها می‌توانند ناشی از عوامل داخلی (مانند نبود زیرساخت‌های امنیتی کافی) یا عوامل خارجی (مانند بحران‌های سیاسی یا طبیعی) باشند. به‌عنوان مثال، در مناطق حساس مانند حریم رودخانه‌ها، نبود نظارت کافی می‌تواند منجر به ناامنی و کاهش کیفیت تجربه‌ی گردشگران شود.

## منطقه مورد مطالعه

استان چهارمحال و بختیاری از جمله مناطق کوهستانی زاگرس مرکزی محسوب میشود. وسعت ان ۱۶۳۳۲ کیلومتر مربع است و از نظر مساحت بیست و دومین استان کشور می باشد. زاینده رود یکی از مهمترین و پرآب ترین رودخانه های فالت مرکزی ایران میباشد که از دامنه های شرقی زاگرس و کوههای مرتفع زردکوه بختیاری سرچشمه گرفته ودر مسیر خود از شهرستان سامان عبور می کند و بخشی از حیات اقتصادی و اکولوژیکی منطقه را تشکیل میدهدو سپس حوضه آبریز گاوخونی را زهکشی و به تالاب گاوخونی ختم میشود. طول رودخانه از سراب تا پایاب ۴۰۵ کیلومتر است (موسوی خواه و همکاران، ۱۳۹۹). شهرستان سامان با موقعیت ۵۰ درجه و ۴۸ دقیقه تا۵۱ درجه و ۵۲ دقیقه طول شرقی و ۳۲ درجه و ۲۳ دقیقه تا۳۲درجه و۴۳دقیقه عرض شمالی با ۴۷۹کیلومترمربع مساحت، در۲۱کیلومتری شهرکرد مرکزاستان چهارمحال و بختیاری قرار دارد (نوروزی وغلامیان،۱۳۹۸). شهرستان سامان در استان چهارمحال و بختیاری و در فاصله ۲۱ کیلومتری شمال شرقی شهرکرد و ۸۴کیلومتری غرب استان اصفهان قرار

---

[1] Tarlow

[2] Blancas,el

داد. سامان به دلیل قرار گرفتن در حاشیه زاینده رود از زمینه مناسبی برای کشاورزی و باغداری برخوردار است. این شهر به علت وضعیت خاص جغرافیایی برای تولید محصولات گردو و بادام بسیار مناسب است و از قطب های مهم تولید این محصولات است. پل زمان خان درشهرستان سامان در استان چهارمحال و بختیاری و در فاصله ۲۱ کیلومتری شمال شرقی شهرکرد و ۸۴کیلومتری غرب استان اصفهان قرار داد. ایستگاه پل زمان خان در شهرستان سامان در فالت مرکزی ایران و در حوضه آبریز گاوخونی بر روی زاینده رود در مختصات جغرافیایی ۵۰ درجه و۵۳ دقیقه و۴۳ثانیه طول شرقی و ۳۲ درجه و۲۹ دقیقه و ۵۵ ثانیه عرض شمالی و در ارتفاع ۱۸۸۰متری از سطح دریا واقع است (موسوی خواه و همکاران،۱۳۹۹).

## بحث و نتیجه گیری

صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین محورهای توسعه اقتصادی و اجتماعی در جهان امروز شناخته می‌شود. این صنعت نه تنها به عنوان منبع درآمدی مهم برای کشورها عمل می‌کند، بلکه نقش بسزایی در ایجاد اشتغال، توسعه زیرساخت‌ها و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی ایفا می‌کند. با این حال، موفقیت این صنعت به شدت به امنیت و مدیریت صحیح آن وابسته است. امنیت به عنوان یکی از اساسی‌ترین عوامل در جذب گردشگران و رضایت آن‌ها، نقش کلیدی در توسعه پایدار گردشگری دارد. با توجه به مطالعات انجام‌شده، امنیت در گردشگری دارای ابعاد مختلفی است که شامل امنیت فیزیکی، روانی، اقتصادی و زیست‌محیطی می‌شود. هر یک از این ابعاد به طور مستقیم بر تجربه گردشگران تأثیر می‌گذارند و عدم توجه به هر کدام می‌تواند منجر به کاهش رضایت گردشگران و در نهایت کاهش جذب گردشگر شود. به ویژه در مناطق حساس مانند حریم رودخانه‌ها، مدیریت امنیت نه تنها بر جذب گردشگران تأثیر می‌گذارد، بلکه بر حفظ محیط زیست و توسعه پایدار نیز مؤثر می باشد.

مدیریت امنیت در گردشگری، به ویژه در مناطق حساس مانند حریم رودخانه‌ها، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و مشارکت جوامع محلی است. بدون مدیریت صحیح امنیت، حتی جذاب‌ترین مقاصد گردشگری نیز نمی‌توانند به طور کامل از پتانسیل‌های خود استفاده کنند. بنابراین، مدیریت امنیت در گردشگری، به ویژه در مناطق حساس مانند حریم رودخانه‌ها، ضروری است. این مدیریت باید شامل برنامه‌ریزی بلندمدت، آموزش جوامع محلی، ایجاد زیرساخت‌های امنیتی و نظارت مستمر بر فعالیت‌های گردشگری باشد.

منطقه پل زمان‌خان به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص خود، دارای چالش‌ها و فرصت‌های منحصربه‌فردی است که نیازمند توجه ویژه در مدیریت امنیت گردشگری است. یکی از مهم‌ترین چالش‌های این منطقه، نوسانات آب زاینده‌رود است که می‌تواند بر امنیت فیزیکی گردشگران تأثیر بگذارد. در فصول پرآبی، احتمال وقوع سیل و افزایش جریان آب وجود دارد که می‌تواند خطراتی را برای گردشگران ایجاد کند. از سوی دیگر، در فصول کم‌آبی، کاهش سطح آب رودخانه ممکن است منجر به کاهش جذابیت منطقه برای گردشگران شود. بنابراین، مدیریت امنیت در این منطقه باید شامل برنامه‌ریزی برای مقابله با این نوسانات و ایجاد سیستم‌های هشدار سریع برای گردشگران باشد. مانند سیستم هشدار هوشمند سیل که شامل :۱- نصب سنسور های سنجش سطح اب در نقاط مختلف

رودخانه ۲-ایجاد شبکه ارتباطی برای انتقال داده ها به مرکز کنترل ۳-توسعه اپلیکیشن موبایل برای اطلاع رسانی مردم محلی و گردشگران در این منطقه ۴-اموزش جوامع محلی برای واکنش مناسب به هشدار ها .(با الهام از مدل ریونگرو در برزیل)

محدوده پل زمان‌خان به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص خود، دسترسی محدودی دارد. جاده‌های منتهی به این منطقه ممکن است در فصول بارانی یا برفی خطرناک باشند و این موضوع می‌تواند امنیت فیزیکی گردشگران را به خطر بیندازد.

بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل و ایجاد مسیرهای ایمن برای دسترسی به منطقه، یکی از نیازهای اساسی است. علاوه بران افزایش تعداد گردشگران بدون آموزش کافی می‌تواند منجر به تخریب محیط زیست شود. برای مثال، رها کردن زباله در حریم رودخانه، آسیب به پوشش گیاهی و آلودگی آب از جمله مشکلاتی است که در این منطقه مشاهده می‌شود. این موضوع نه تنها بر امنیت زیست‌محیطی تأثیر می‌گذارد، بلکه جذابیت منطقه را برای گردشگران کاهش می‌دهد.

این منطقه از نظر امکانات اقامتی و رفاهی برای گردشگران ضعف‌هایی دارد. نبود هتل‌ها یا اقامتگاه‌های استاندارد می‌تواند باعث شود گردشگران به صورت غیرمجاز در مناطق حساس چادر بزنند، که این خود می‌تواند منجر به ناامنی و تخریب محیط زیست شود.

همچنین در این منطقه جوامع محلی وجود دارند که به کشاورزی و باغداری مشغول هستند. افزایش فعالیت‌های گردشگری ممکن است با زندگی روزمره این جوامع تداخل ایجاد کند و منجر به تنش‌های اجتماعی شود. مدیریت این تعارضات و ایجاد هماهنگی بین گردشگران و جوامع محلی، یکی از چالش‌های مهم این منطقه است.

همانطور که در چارچوب مدرن اکوتوریسم (فنل[۱] ۲۰۲۳) تاکیدشده، تلفیق دانش بومی با فناوری های نوین کلید موفقیت در مناطق حساس گردشگری پل زمان خان است. که میتواند به صورت زیر اجرا شود:۱-استفاده از دانش محلی درباره الگوهای اب و هوایی و دوره های خشکسالی ۲-به کارگیری فناوری روز برای پایش مستمر محیط ۳-ایجاد هماهنگی بین سه بخش دولت ، جامعه محلی و بخش خصوصی است.

با توجه به مطالب ارائه‌شده، می‌توان نتیجه گرفت که مدیریت امنیت در گردشگری، به ویژه در مناطق حساس مانند حریم زاینده‌رود و محدوده پل زمان‌خان، نقش کلیدی در توسعه پایدار گردشگری دارد. این مدیریت نه تنها بر جذب گردشگران تأثیر می‌گذارد، بلکه بر رضایت آن‌ها، حفظ محیط زیست و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی نیز مؤثر است. بنابراین، برنامه‌ریزی دقیق، مشارکت جوامع محلی و ایجاد زیرساخت‌های امنیتی کافی از جمله راهکارهای اساسی برای بهبود مدیریت امنیت در این منطقه است. با توجه به چالش‌های خاص منطقه پل زمان‌خان، مانند نوسانات آب زاینده‌رود و فعالیت‌های کشاورزی، مدیریت امنیت در این منطقه باید شامل برنامه‌ریزی برای مقابله با این چالش‌ها و ایجاد سیستم‌های هشدار سریع برای گردشگران باشد. در نهایت، مدیریت امنیت در گردشگری نه تنها به نفع گردشگران است، بلکه برای جوامع محلی و محیط زیست نیز اهمیت دارد و می‌تواند به توسعه پایدار گردشگری کمک کند.

---

[۱] Fennell

## منابع


زین الدین ،محمد. (۱۳۸۶). مبانی گردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.

زاهدی، شمس السادات. (۱۳۸۷). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

لانکوار،روبر. (۱۳۸۱). جامعه شناسی جهانگردی و مسافرت ،صلاح الدین محلاتی چاپ اول انتشارات دانشگاه شهید بهشتی صفحه۱۰.

نصیری ،حسین. (۱۳۷۹). توسعه پایدار،چشم انداز جهان سوم ،تهران ـانتشارات فرهنگ واندیشه ،چاپ اول.

ماندل،رابرت. (۱۳۷۹).چهره امنیت ملی،پژوهشکده مطالعات راهبردی ،ص۴۵.

شربتی،اکبر. (۱۳۹۵).تحلیل برمیزان احساس امنیت گردشگران شهری ،مطالعه موردی گردشگران داخلی شهر گرگان ،پژوهشنامه جغرافیایی انتظامی ،سال چهارم شماره ۱۳ صص۱۴۶ـ۱۲۳.

حاجی اسماعیلی، لیلا و کیانپور،مسعود. (۱۳۹۳). امنیت گردشگری و مشکلات آن از دیدگاه مدیران و دفاتر خدمات جهانگردی در استان اصفهان، پژوهشهای راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، سال سوم، شمارهٔ ۲، ص ۴۵ـ۶۰.

حسینی،سید تقی و مومنی ،اسکندر و کامکار،مهدی. (۱۳۹۸). انتظام ،امنیت و تاثیر ان در صنعت گردشگری ـفصلنامه علمی امنیت ملی شماره۳۶.

صیدایی ،اسکندر و هدایتی مقدم ،زهرا. (۱۳۸۹). نقش امنیت در توسعه گردشگری ، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه ازاد اسلامی ـ واحد شوشتر شماره ۸ ص ۹۷ ـ۱۱۰.

موسوی خواه ،سعیده و شایق ،الهام و احمد پری ،هدیه. (۱۳۹۹). ارزیابی و پایش خشکسالی هواشناسی در شهرستان سامان با استفاده از نرم افزار DIP،مجله نخبگان علوم و مهندسی شماره۳.

مولایی هشتجین، نصرالله و خوشنود، نادعلی. (۱۳۸۶). اکوتوریسم و توسعه در کنار عملکرد مسلط جزایر خارک و خارکو ـمجموعه مقالات همایش منطقه ای جغرافیا ،گردشگری و توسعه پایدار، اسلامشهر، انتشارات دانشگاه ازاد واحد اسلامشهر.

موسوی، رقیه. (۱۳۹۵). تحلیل ریسک های درک شده گردشگری در نواحی مقصدبا تاکید بروفاداری گردشگران (مطالعه موردی:غرب استان مازندران )پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی ،استاد راهنما:مهدی رمضان زاده لسبوئی،دانشکده علوم انسانی و اجتماعی ،دانشگاه مازندران.

نوروزی، اصغر و غلامیان، حیدرعلی.(۱۳۹۸). علل ناکارامدی مدیریت ذوستایی از دیدگاه مردم محلی شهرستان سامان ـفصلنامه علمیـپژوهشی بین المللی انجمن جغرافیای ایران شماره ۶۳ .

هاشمی، حمید و ضیائی، محمود و قربانی زاده، وجه الله و جمعه پور، محمود.(۱۴۰۰). عوامل موثرامنیت در اقامتگاه های بوم گردی.فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه سال یازدهم شماره۲.

Butler, R.W. (1999). Ecotourism-Hasid achieved Maturity or HAS The Bubble Burst Pacific Rim tourism 2000. New Zealand.

Blancas, J. F., Gonzalez. M., Lozano-Oyola. M., Perez. F. (2010). The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal destinations", EcologicalIndicators,10(2).484-492.

Brazilian Ministry of Tourism. (2022). *Sustainable Tourism in Amazon Basin*. Journal of Sustainable Development, 15(3), 112-130.

Cater. E. (2000), Ecotourism in the world; Problems and prospect for sustainability", New York, NY: John Wiley and Sons.

Fennell, David. A. (2023). Ecotourism: Principles and practices (5th ed.). Routledge.35_42.

. Fitri Amir, A., Ismawi Ismail, M.N., & Poh See, T. (2015). [Sustainable tourist environment: Perception of international women travelers on safety and security in Kuala Lumpur]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 168, 123-133.

. Seçilmiş, C., & Ünlüönen, K. (2009). A study safety perceptions of tourist visiting İstanbul. İşletme Araştırmaları Dergisi, 1(1), 65-84.

Hall, C.M. (2002). Travel safety, terrorism and the media: The significance of the issue attention cycle. Current Issues in Tourism, 5, 458–466.

Hezar Jaribi, J.(2011). Sense of social security from the perspective of tourism development, Journal of geography and environmental planning, 22 (2), 121-143, (in Farsi).

Tarlow , P.(2014).Tourism Security: Strategies for Effectively Managing Travel Risk and Safety. United Kingdom: Butterworth-Heinemann press.

# شناسایی نقش دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود در بهره‌برداری از ظرفیت حضور گردشگران به‌منظور احیای پایدار رودخانه زاینده‌رود

**مصطفی نباتی نژاد**، دکتری گروه کارآفرینی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
**الهام عاقریان**،کارشناسی ارشد گروه روان‌شناسی، دانشکدهٔ علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

این مطالعه با هدف بررسی نقش دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود در بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری برای احیای پایدار این رودخانه انجام شده است. پژوهش حاضر با اتخاذ روش‌شناسی کیفی و به کارگیری تکنیک تحلیل مضامین (تماتیک) در سه سطح مضامین پایه، محوری و انتخابی، داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۷۰ نفر از متخصصان حوزه‌های مدیریت محیط زیست، گردشگری پایدار و رسانه را تحلیل کرده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که این دبیرخانه می‌تواند از طریق شش سازوکار کلیدی سهم مؤثری در احیای پایدار رودخانه زاینده‌رود ایفا نماید: ترویج گردشگری خلاق با رویکرد احیاء زاینده رود(آموزش و فرهنگ سازی، جذب توریست با رویکرد احیاء زاینده رود)، پیوند گردشگری با مطالبه‌گری احیاء زاینده رود(مطالبه گری، حساس سازی، مشارکت محوری)، نقش رسانه محور مبتنی بر احیاء زاینده رود(تولید و فراگیری محتوا)، توسعه و بهره برداری از فناوری مبتنی بر احیاء زاینده رود(نوآوری، هوشمند سازی)، شبکه سازی ملی و بین مللی مبتنی بر احیاء زاینده رود(مشارکت و شبکه سازی ملی و بین المللی) و توسعه اقتصاد گردشگری مبتنی بر احیاء زاینده رود(جلب حمایت های مالی،جمع سپاری) نقش اساسی دارد این یافته ها نشان می‌دهد که رویکردهای خلاقانه در گردشگری می‌تواند ضمن جذب گردشگران، به افزایش مطالبات عمومی برای احیای زاینده‌رود منجر شود.

**واژگان کلیدی:** دبیرخانه فرهنگی رسانه ای زاینده رود، گردشگری، احیای زاینده رود

## ۱. مقدمه

بحث تغییرات آب‌وهوایی یکی از موضوعات مورد توجه در پژوهش های مختلف می باشد( Duho,2023; Rauchfleisch & etal., 2023) اگرچه زمانی تغییرات اقلیمی صرفاً به عنوان یک مسئله جغرافیایی و محیط زیستی در نظر گرفته می‌شد، امروزه این بحث به تمام جنبه‌های زندگی انسانی گسترش یافته است (Dube, 2024). تغییرات اقلیمی به شدت با برنامه توسعه کشورها گره خورده است. به همین دلیل، تغییرات آب‌وهوایی مورد توجه اهداف توسعه پایدار قرار گرفته و نقش محوری ایفا می‌کند. در همین راستا بخش‌های مختلف اقتصادی سطوح متفاوتی از آسیب‌پذیری در برابر تأثیرات تغییرات اقلیمی را نشان داده‌اند( Saeed & etal., 2023). در نتیجه، هر بخش اقتصادی به دنبال راهکارهایی برای مقابله با تغییرات آب‌وهوایی در چارچوب خاص خود بوده است.

یکی از این بخش‌ها، صنعت گردشگری است. صنعت گردشگری طی ۵۰ سال گذشته رشد چشمگیری داشته است ( UNWTO, 2011; UNWTO, 2018) شورای جهانی سفر و گردشگری[۱] ارزش اقتصادی این بخش را در سال ۲۰۱۵ حدود ۷,۲ تریلیون دلار (۹,۸٪ تولید ناخالص جهانی) و اشتغالزایی آن را ۲۸۴ میلیون شغل (۹,۱٪ مشاغل جهانی) برآورد کرده استاهمیت این صنعت در ۹۰ کشوری که گردشگری بیش از ۱۰٪ تولید ناخالص داخلی آنها را تشکیل می‌دهد، بسیار بارزتر است(Scott & etal.,2019).

این صنعت سابقه طولانی در توجه به آب‌وهوا و اقلیم دارد (Verbos & Brownlee, 2017)، تأثیر آب و هوا بر گردشگری برای اولین بار در دهه ۱۹۸۰ مورد مطالعه قرار گرفت و در دهه ۲۰۰۰ به موضوع غالب در ادبیات گردشگری تبدیل شد ( Hamilton & Tol, 2007; Scott et al, 2012). مطالعات از طیف وسیعی از رویکردهای کیفی و آماری برای در نظر گرفتن تأثیرات بالقوه تغییرات آب و هوا و یا تأثیرات آن بر شرایط فیزیکی گردشگری استفاده کرده اند (Moore, 2010; Rosselló-Nadal, 2014). و عموما یک رابطه درجه دوم (U معکوس) بین گردشگری و آب و هوا را نشان داده اند (Hamilton et al., 2005; RosselóNadal, 2014) به عبارت دیگر گردشگران تمایل به شرایط معتدل یا «راحت» دارند (Lise & Tol, 2002؛ Mieczkowski, 1985)، و تغییرات آب و هوایی می تواند تأثیر مثبت یا منفی بر تقاضای گردشگری داشته باشد.

سازمان جهانی گردشگری تغییرات اقلیمی را «بزرگترین چالش برای پایداری گردشگری در قرن ۲۱» معرفی کرده ( Scott & etal.,2019)چرا که این عوامل نقش اساسی در شکل‌دهی به فعالیت‌های گردشگری ایفا می‌کنند. بسیاری از فعالیت‌های گردشگری به شدت به شرایط مطلوب آب‌وهوایی وابسته هستند. در نتیجه، شاخص‌های مختلفی برای ارزیابی اقلیم گردشگری ( Yu & etal., 2022; Scott & etal., 2019) توسعه یافته‌اند تا تأثیرات تغییرات آب‌وهوایی بر این صنعت را بررسی کنند (Dube, 2024). در واقع، یک بررسی جامع از چگونگی تأثیر ۱۰ نوع تغییر آب و هوا بر سلامت انسان، غذا، آب، زیرساخت، اقتصاد و امنیت، نشان داد که گردشگری یکی از ویژگی هایی است که تحت تأثیر هر ۱۰ نوع تغییر آب و هوا قرار دارد (Mora et al.,2018).

رابطه بین گردشگری و تغییرات اقلیمی دو سویه است(Bui & etal., 2020; Magnusson & etal., 2024) از یک سو، گردشگری از طریق تولید گازهای گلخانه‌ای در سراسر زنجیره ارزش خود(Yu & etal., 2009) به گرمایش جهانی و تغییرات اقلیمی دامن

---

[۱] World Travel and Tourism Council (WTTC)

می‌زند. از سوی دیگر، برخی فعالیت‌های گردشگری برای پارامترهای اقلیمی مطلوب وابسته هستند و تغییر این پارامترها می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر این صنعت داشته باشد (Dube & Nhamo, 2021) یکی از تاثیرپذیرترین نوع گردشگری از تغییرات اقلیمی، گردشگری رودخانه محور است. گردشگری رودخانه به گردشگری و فعالیت های مسافرتی اطلاق می شود که شامل کاوش و تجربه مقاصد و جاذبه های مختلف در کنار رودخانه ها می شود و اغلب بر مناطقی با اهمیت تاریخی، فرهنگی یا طبیعی متمرکز است (Van Balen et al.,2014). از زمانی که ما زندگی خود را آغاز کردیم و توسط تمدن آن را گسترش دادیم، رودخانه ها جایگاه مهمی در تاریخ بشر داشته اند. رودخانه ها به تمدن های بزرگ گذشته اجازه شکوفایی داده اند و نقش مهمی در بقای انسان، نوسازی و توسعه اقتصادی داشته اند. در دنیای مدرن نیز رودخانه ها و مناظر آن محیط‌های شهری منحصربه‌فردی را ایجاد نموده اند(Dowling & Weeden, 2006) و یک منبع مهم گردشگری را تشکیل می‌دهند(Deiminiat & etal., 2014). رودخانه ها در جذاب سازی مقاصد گردشگری تاثیر بسزایی دارند(Talukder & Kaiser.,2023) چرا که یکی از محبوب ترین محیط های طبیعی برای استراحت و لذت، محیط های طبیعی همراه با آب است. گفته می شود که بیشتر مردم از اثرات آرام بخش محیط های آبی، حتی در بازدیدهای کوتاه مدت از بدنه های آبی بهره می برند (Haque et al.,2023). که با خشک شدن رودخانه شاهد کاهش گردشگران و جذابیت مناطق گردشگری هستیم. خشکی رودخانه‌ها تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر صنعت گردشگری شهری دارد که از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است. از دیدگاه زیبایی‌شناسی و طبیعی، رودخانه‌ها به عنوان عناصر حیاتی در منظر شهری عمل می‌کنند و خشک شدن آنها منجر به کاهش چشمگیر جاذبه‌های بصری و طبیعی شهرها می‌شود. مطالعات نشان داده‌اند که وجود آب در محیط‌های شهری نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب گردشگر و افزایش رضایت بازدیدکنندگان دارد .(White et al., 2010) از جنبه تفریحی و ورزشی، بسیاری از فعالیت‌های پرطرفدار مانند قایق‌سواری، ماهیگیری و پیاده‌روی در کنار رودخانه به شدت تحت تأثیر خشکی قرار می‌گیرند. تحقیقات Gössling و همکاران (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که کاهش دسترسی به منابع آبی تفریحی می‌تواند منجر به کاهش قابل توجه تعداد گردشگران و درآمدهای مرتبط شود.

از منظر اقتصادی، خشکی رودخانه‌ها ضربه سنگینی به صنعت گردشگری وارد می‌کند. بسیاری از کسب‌وکارهای وابسته به رودخانه مانند تورهای آبی، رستوران‌های کنار رودخانه و هتل‌های دارای چشم‌انداز آبی با بحران جدی مواجه می‌شوند. گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که این پدیده می‌تواند منجر به کاهش درآمدهای محلی، از دست دادن مشاغل و رکود اقتصادی در مناطق گردشگری شود. از سوی دیگر، رودخانه‌ها اغلب بخشی از هویت تاریخی و فرهنگی شهرها محسوب می‌شوند و خشک شدن آنها ارزش میراث فرهنگی مقاصد گردشگری را به شدت کاهش می‌دهد. یونسکو (۲۰۱۸) در گزارش خود تأکید کرده که تخریب محیط‌های آبی تاریخی تأثیر مستقیمی بر کاهش علاقه گردشگران به بازدید از این مناطق دارد. در نتیجه، خشکی رودخانه‌ها چالش‌های چندبعدی برای صنعت گردشگری ایجاد می‌کند که شامل ابعاد زیبایی‌شناختی، تفریحی، اقتصادی، فرهنگی و بهداشتی می‌شود. برای مقابله با این اثرات، اجرای برنامه‌های مدیریت پایدار منابع آب، توسعه گردشگری جایگزین و برنامه‌ریزی شهری هوشمند ضروری به نظر می‌رسد.

استان اصفهان به‌عنوان یکی از مناطق کم‌آب ایران، در سال‌های اخیر با چالش‌های جدی ناشی از خشکسالی، کاهش منابع آبی و آلودگی آب مواجه بوده است. این شرایط پیامدهای گسترده‌ای در ابعاد محیط‌زیستی، اقتصادی و اجتماعی داشته که از جمله می‌توان به افت شدید سطح آب‌های زیرزمینی، خشک‌شدن رودخانه زاینده‌رود، نابودی تالاب گاوخونی و تشدید تنش‌های اجتماعی اشاره

کرد (عباسی جندانی و همکاران، ۱۳۹۵ ). بسیاری از رودخانه‌ها بخشی از هویت تاریخی و فرهنگی شهرها هستند (مانند رودخانه زاینده‌رود در اصفهان). خشک شدن آن‌ها نه‌تنها بر جاذبه‌های بصری تأثیر می‌گذارد، بلکه باعث کاهش ارزش میراث فرهنگی می‌شود. مطالعات نشان می‌دهند که تخریب محیط‌های آبی تاریخی می‌تواند منجر به کاهش علاقه گردشگران به بازدید از این مناطق شود (UNESCO, 2018).

## ۲. روش شناسی تحقیق

این مطالعه با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون (تماتیک) به بررسی نقش دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود در بهره‌برداری از ظرفیت گردشگری برای احیای پایدار این رودخانه می‌پردازد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و با روش توصیفی-تحلیلی است که داده‌های آن از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با متخصصان جمع‌آوری شده است. جامعه آماری این تحقیق را متخصصان و صاحب‌نظران در حوزه‌های گردشگری، محیط زیست، مدیریت منابع آب، رسانه و فرهنگ تشکیل می‌دهند که به صورت هدفمند و با روش نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شده‌اند. حجم نمونه شامل ۷۰ نفر از خبرگان بوده که تا رسیدن به نقطه اشباع نظری ادامه یافته است. داده‌های این پژوهش از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق جمع‌آوری شده‌اند. برای این منظور، راهنمای مصاحبه‌ای شامل سوالات باز حول محورهای اصلی پژوهش طراحی گردید. مدت زمان هر مصاحبه بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه متغیر بوده و کلیه مصاحبه‌ها با رضایت شرکت‌کنندگان ضبط و سپس به صورت متن پیاده‌سازی شده‌اند. تحلیل داده‌ها بر اساس روش تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) در شش مرحله انجام شده است:

۱. آشنایی عمیق با داده‌ها از طریق مطالعه مکرر متون مصاحبه‌ها
۲. تولید کدهای اولیه
۳. جستجوی مضامین
۴. بازنگری مضامین
۵. تعریف و نامگذاری مضامین
۶. تهیه گزارش نهایی

برای افزایش اعتبار پژوهش، از استراتژی‌های مختلفی شامل بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان، استفاده از کدگذار مستقل و توافق بین کدگذاران بهره گرفته شده است. همچنین برای تأمین پایایی تحقیق، فرآیند کدگذاری توسط دو پژوهشگر به صورت مستقل انجام و نتایج مقایسه شده‌اند.در این پژوهش کلیه اصول اخلاقی رعایت شده است که شامل اخذ رضایت آگاهانه از مشارکت‌کنندگان، حفظ محرمانگی اطلاعات و هویت افراد، و امکان انصراف از مشارکت در هر مرحله از تحقیق می‌باشد. یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون در قالب شبکه‌ای از مضامین اصلی و فرعی سازماندهی شده‌اند که روابط بین آنها به دقت مورد بررسی قرار گرفته است. این مضامین نقش دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود را در ابعاد مختلف احیای پایدار این رودخانه از طریق توسعه گردشگری تبیین می‌نمایند.

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون مصاحبه های صورت پذیرفته در قالب شبکه‌ای از مضامین اصلی و فرعی سازماندهی شده‌اند که روابط بین آنها به دقت مورد بررسی قرار گرفته است. این مضامین نقش دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود را در ابعاد مختلف احیای پایدار این رودخانه از طریق توسعه گردشگری تبیین می‌نمایند.

**جدول ۱ تحلیل مضامین پایه، محوری و انتخابی**

| مضامین پایه | مضامین محوری | مضامین انتخابی |
|---|---|---|
| – استفاده از ایونت های گردشگری هفته اصفهان(اردیبهشت و آذر) با محوریت احیاء زاینده رود در قالب های مختلف ،جشنواره، نمایشگاه، تئاتر، پرفورمنس های هنری، و غیره با رویکرد ملی و بین المللی، برگزاری رویداد تشکیل زنجیره های انسانی،<br>– برگزاری تور مجازی گردشگری با موضوع روند تاریخی زاینده رود تاکنون با قابلیت واقعیت افزوده (AR) برای نمایش مجازی رودخانه در گذشته<br>– ایجاد سازه های خلاق تعاملی با گردشگر به منظور حساس سازی نسبت احیاء زاینده رود( برای مثال دیواره نگاره های مشارکتی در مسیر رودخانه و غیره، تندیس های صوتی تاریخچه زاینده رود، بهره برداری از بازی سازی از طریق QR cod روایت کننده و غیره)<br>– بازی سازی مبتنی بر رویکرد احیاء زاینده رود<br>– تورهای علمی و زیست محیطی ویژه گردشگران | – آموزش و فرهنگ سازی<br>– جذب توریست با رویکرد احیاء زاینده رود | ترویج گردشگری خلاق با رویکرد احیاء زاینده رود |
| – ایجاد کمپین های احیای زایند رود با مشارکت مردم و گردشگران<br>– راه‌اندازی کمپین #من_زاینده_رود_را_احیاء_می‌کنم با مشارکت گردشگران<br>– برگزاری کارگاه‌های تعاملی برای گردشگران (مثل ساخت صنایع دستی با نماد آب، نقاشی دیواری با موضوع احیای رودخانه) در بستر زاینده رود در فصول گردشگری<br>– نصب پنل های تصویری پیرامون احیاء زاینده رود و نقش شهروندان و گردشگران<br>– سازماندهی برنامه‌های "پاک‌سازی نمادین" رودخانه با حضور گردشگران و رسانه‌ها<br>- راه‌اندازی سیستم "کمک‌های داوطلبانه گردشگران" برای پروژه‌های احیای زیست‌بوم (مثل کاشت درختان بومی)<br>- دعوت از گردشگران برای امضای طومارهای الکترونیکی جهت فشار بر تصمیم‌گیران<br>- اجاد سیستم های پاداش دهی مبتنی بر تخفیف برای گردشگران مشارکت کننده در رویدادهای مبتنی بر احیاء زاینده رود با همکاری اتحادیه هتلداران | - مطالبه گری<br>- حساس سازی<br>- مشارکت محوری | پیوند گردشگری با مطالبه‌گری احیاء زاینده رود |
| – همکاری با اینفلوئنسرها برای تبلیغ احیاء زاینده‌رود<br>– مستندسازی و پخش تصاویر خشکی رودخانه<br>– تولید محتوای رسانه‌ای درباره تاریخچه رودخانه<br>– ساخت مستندنگاری کوتاه از تاریخ شفاهی(خاطرات مردم محلی) زاینده رود<br>– ایجاد کمپین های حمایت رسانه ای از زاینده رود در پلتفرم های پربازدید<br>– تولید پادکست‌های داستان محور ویژه گردشگران در محل های اقامتی<br>– ایجاد محتواهای رسانه ای مکتوب و تصویری ویژه محل های اقامتی و فروش غذا با همکاری با اتحادیه هتل داران و رستوران داران<br>– برگزاری جلسات هم اندیشی رسانه ای با گردشگران متخصص و داوطلب<br>– بهره برداری از ظرفیت مکان های اقامتی، رستوران ها، مراکز خرید، مراکزگردشگری، پایانه های مسافر بری(فرودگاه ها، حمل نقل ریلی، اتوبوس ها) به منظور تبلیغات و نشر محتوای ویژه احیاء زاینده رود | – تولید محتوا<br>– فراگیر نمودن محتوا | نقش رسانه محور مبتنی بر احیاء زاینده رود |

| | | |
|---|---|---|
| – طراحی تورهای مجازی آموزشی درباره بحران آب<br>– ایجاد موزه مجازی زاینده‌رود<br>– استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای کمپین‌های احیاء و تعامل گردشگران<br>– ایجاد سامانه رصد شاخص های احیاء زاینده رود | – نوآوری<br>– هوشمندسازی | توسعه و بهره برداری از فناوری مبتنی بر احیاء زاینده رود |
| – همکاری با نهادهای مردمی و سازمان‌های محیط‌زیستی ملی و بین المللی از طریق جذب جذب گردشگر گروه هدف<br>– جلب حمایت سرمایه‌گذاران برای پروژه‌های فرهنگی احیاء زاینده رود از طریق تورهای گردشگری ویژه سرمایه گذاران<br>– بهره برداری از مشارکت دانشجویان میهمان و ایجاد کمپین های دانشجویی<br>– ایجاد "باشگاه گردشگران حامی زاینده‌رود" با عضویت داوطلبانه و ارائه خدمات ویژه به اعضا (مثل تخفیف مراکز گردشگری) با رویکرد مخاطب محور، دانش آموزان، ورزشکاران، و غیره<br>– برگزاری تورهای احیاء زاینده رود ویژه گردشگری دانشجویی با تعامل با معاونت فرهنگی دانشگاه های سایر استان ها<br>– همکاری با "سازمان‌های بین‌المللی گردشگری پایدار" (مثل GSTC) برای ثبت زاینده‌رود به‌عنوان یک سایت بحرانی نیازمند احیاء.<br>– دعوت از گردشگران خارجی برای شرکت در "کارگاه‌های بین‌فرهنگی مدیریت آب" و انتقال تجربیات موفق جهانی.<br>– دعوت از همسایه های استانی برای ارائه مسائل و مشکلات جانبی ناشی از خشکی زاینده رود | – شبکه‌سازی ملی<br>– شبکه سازی فراملی<br>– مشارکت نهادی ملی<br>– مشارکت نهادهای بین المللی | شبکه سازی ملی و بین مللی مبتنی بر احیاء زاینده رود |
| – طراحی "پکیج‌های گردشگری پایدار" با همکاری هتل‌ها و راهنماهای محلی (مثلاً درصدی از هزینه تور به پروژه‌های احیاء اختصاص یابد)<br>– فروش محصولات فرهنگی با نماد زاینده‌رود (تمبر، نقاشی، صنایع دستی،) و اختصاص درآمد به NGO های محیط‌زیستی<br>– معرفی "پول محلی نمادین" (مثل سکه‌های زاینده‌رود) که گردشگران با خرید آن از پروژه‌های احیاء حمایت کنند.<br>– ایجاد سیستم "کوچ‌سرفینگ سبز" که اقامتگاه‌های محلی در ازای مشارکت گردشگران در فعالیت‌های احیاء (مثل کاشت درخت)، تخفیف ارائه دهند.<br>– ایجاد پلتفرم‌های جمع‌سپاری ایده‌های احیاء زاینده رود | – جلب حمایت های مالی گردشگران<br>– جمع سپاری | توسعه اقتصاد گردشگری مبتنی بر احیاء زاینده رود |

تحلیل کیفی داده‌های حاصل از مصاحبه‌های تخصصی با ۷۰ نفر از ذینفعان و متخصصان، شش مکانیزم کلیدی را در نقش‌آفرینی دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود شناسایی کرده است که عبارتند از ترویج گردشگری خلاق با رویکرد احیاء زاینده رود(آموزش و فرهنگ سازی، جذب توریست با رویکرد احیاء زاینده رود)، پیوند گردشگری با مطالبه‌گری احیاء زاینده رود(مطالبه گری، حساس سازی، مشارکت محوری)، نقش رسانه محور مبتنی بر احیاء زاینده رود(تولید و فراگیری محتوا)، توسعه و بهره برداری از فناوری مبتنی بر احیاء زاینده رود(نوآوری، هوشمند سازی)، شبکه سازی ملی و بین مللی مبتنی بر احیاء زاینده رود(مشارکت و شبکه سازی ملی و بین المللی) و توسعه اقتصاد گردشگری مبتنی بر احیاء زاینده رود(جلب حمایت های مالی،جمع سپاری)

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف شناسایی نقش دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود در بهره‌برداری از ظرفیت گردشگران برای احیای پایدار رودخانه، از روش تحلیل مضمون استفاده کرده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های کیفی جمع‌آوری و در قالب مضامین پایه، محوری و انتخابی سازماندهی شده‌اند. یافته‌ها نشان داد دبیرخانه زاینده رود در شش بعد ترویج گردشگری خلاق با رویکرد احیاء زاینده رود(آموزش و فرهنگ سازی، جذب توریست با رویکرد احیاء زاینده رود)، پیوند گردشگری با مطالبه‌گری احیاء زاینده رود(مطالبه گری، حساس سازی، مشارکت محوری)، نقش رسانه محور مبتنی بر احیاء زاینده رود(تولید و فراگیری محتوا)، توسعه و بهره برداری از فناوری مبتنی بر احیاء زاینده رود(نوآوری، هوشمند سازی)، شبکه سازی ملی و بین مللی مبتنی بر احیاء زاینده رود(مشارکت و شبکه سازی ملی و بین المللی) و توسعه اقتصاد گردشگری مبتنی بر احیاء زاینده رود(جلب حمایت های مالی،جمع سپاری) نقش اساسی دارد این یافته ها نشان می‌دهد که رویکردهای خلاقانه در گردشگری می‌تواند ضمن جذب گردشگران، به افزایش مطالبات عمومی برای احیای زاینده‌رود منجر شود.

ر حوزه نخست، ترویج گردشگری خلاق با رویکرد احیای زاینده‌رود مورد توجه قرار گرفته است. این بعد شامل دو مؤلفه اصلی آموزش و فرهنگ‌سازی از یک سو و جذب توریست با نگاه احیای رودخانه از سوی دیگر می‌باشد. یافته‌ها حاکی از آن است که طراحی رویدادهای خلاقانه فرهنگی و هنری می‌تواند همزمان هم جاذبه‌های گردشگری را تقویت کند و هم پیام‌های محیط‌زیستی را به شیوه‌ای مؤثر به گردشگران منتقل نماید. این رویکرد می‌تواند منجر به شکل‌گیری نوعی از گردشگری مسئولانه شود که در آن بازدیدکنندگان به حامیان فعال احیای رودخانه تبدیل می‌شوند.

دومین حوزه کلیدی، پیوند گردشگری با مطالبه‌گری احیای زاینده‌رود است. این بعد شامل سه مؤلفه مطالبه‌گری، حساس‌سازی و مشارکت محوری می‌باشد. پژوهش نشان می‌دهد که گردشگران می‌توانند از طریق مشارکت در کمپین‌های مردمی، امضای طومارها و فعالیت‌های نمادین، به کنشگرانی تأثیرگذار در فرآیند احیای رودخانه تبدیل شوند. این یافته حاکی از آن است که گردشگری می‌تواند فراتر از یک فعالیت اقتصادی، به ابزاری برای بسیج اجتماعی و افزایش فشار عمومی بر تصمیم‌گیران تبدیل شود.

سومین یافته مهم پژوهش به نقش رسانه‌ها در احیای زاینده‌رود مربوط می‌شود. در این حوزه، تولید و فراگیری محتوای رسانه‌ای به عنوان راهبردی کلیدی شناسایی شده است. نتایج نشان می‌دهد که استفاده هوشمندانه از ظرفیت‌های رسانه‌های سنتی و دیجیتال، به ویژه از طریق تولید مستندهای تأثیرگذار، پادکست‌های داستان‌محور و کمپین‌های رسانه‌ای خلاق، می‌تواند هم در جذب گردشگر و هم در آگاهی‌بخشی درباره اهمیت احیای رودخانه مؤثر باشد.

در بعد چهارم، توسعه و بهره‌برداری از فناوری‌های نوین مورد توجه قرار گرفته است. این حوزه شامل مؤلفه‌های نوآوری و هوشمندسازی می‌باشد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فناوری‌هایی مانند واقعیت افزوده، موزه‌های مجازی و اپلیکیشن‌های تعاملی می‌توانند هم تجربه گردشگری را غنی‌تر کنند و هم اطلاعات ضروری درباره وضعیت رودخانه و راهکارهای احیای آن را در اختیار گردشگران قرار دهند.

پنجمین یافته مهم به شبکه‌سازی ملی و بین‌المللی مربوط می‌شود. این بعد شامل مشارکت و شبکه‌سازی در سطوح مختلف می‌باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ایجاد ارتباطات سازمان‌یافته با نهادهای داخلی و بین‌المللی فعال در حوزه محیط‌زیست و گردشگری می‌تواند هم به جذب منابع و هم به انتقال تجربیات موفق بین‌المللی در احیای رودخانه‌ها منجر شود.

در نهایت، ششمین حوزه کلیدی به توسعه اقتصاد گردشگری با محوریت احیای زاینده‌رود مربوط می‌شود. این بعد شامل جلب حمایت‌های مالی و جمع‌سپاری می‌باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد که طراحی مدل‌های اقتصادی خلاقانه مانند فروش محصولات فرهنگی، ایجاد پکیج‌های گردشگری پایدار و سیستم‌های مشارکتی مالی می‌تواند هم به تأمین منابع مالی پروژه‌های احیاء کمک کند و هم احساس مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در میان گردشگران تقویت نماید.

در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت که این پژوهش الگویی جامع برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری در خدمت احیای زاینده‌رود ارائه می‌دهد. یافته‌ها نشان می‌دهد که با رویکردی یکپارچه و ترکیبی می‌توان همزمان به اهداف گردشگری، محیط‌زیستی و اجتماعی

دست یافت. پیشنهاد می‌شود دبیرخانه فرهنگی-رسانه‌ای زاینده‌رود با تهیه برنامه‌های عملیاتی کوتاه‌مدت و بلندمدت، هماهنگی لازم بین این ابعاد شش‌گانه را ایجاد کند و از ظرفیت‌های منحصربه‌فرد هر یک به نحو مطلوب بهره‌برداری نماید. این الگو می‌تواند برای سایر مناطق بحرانی از نظر محیط‌زیستی نیز مورد استفاده قرار گیرد.

## منابع و ماخذ


عباسی جندانی، شهربانو ، غفوری، فائزه و ملکی نژاد، حسین . (۱۳۹۵). بررسی تغییرات زمانی و مکانی سطح آب زیرزمینی نسبت به فاصله از رودخانه زاینده‌رود (بررسی موردی: دشت کوهپایه- سگزی اصفهان). پژوهش آب ایران، ۱۰(۱)، ۲۷-۳۷.

Bui, H. T., Jones, T. E., Weaver, D. B., & Le, A. (2020). The adaptive resilience of living cultural heritage in a tourism destination. *Journal of Sustainable Tourism*, *28*(7), 1022-1040.

Deiminiat, A., Siuki, H. S., & Eslamian, S. (2014). Tourism and River Environment. *Handbook of Engineering Hydrology*, *3*, 401-419.

Dowling, R., & Weeden, C. (2006). *Cruise ship tourism. CABI, Wallingford*.

Dube, K. (2024). Evolving Narratives in Tourism and Climate Change Research: Trends, Gaps, and Future Directions. *Atmosphere*, *15*(4), 455. https://doi.org/10.3390/atmos15040455

Dube, K., & Nhamo, G. (2021). Greenhouse gas emissions and sustainability in Victoria Falls: Focus on hotels, tour operators and related attractions. *African Geographical Review*, *40*(2), 125-140.

Duho, K. C. T. (2023). Climate change reporting among mining firms in Africa: practice, theory and policy. In *Mining Law and Governance in Africa* (pp. 245-274). Routledge.

Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., & Lehmann, L. V. (2012). "Tourism and water use: Supply, demand, and security". *Tourism Management*, 33(1), 1-15.

Haque, S. A., Jaman, A., & Hasan, M. S. (2023). Environmental impacts on seasonal fish diversity in Jamuna River, Bangladesh. Journal of Survey in Fisheries Sciences, 3019-3030. https://doi.org/10.53555/sfs.v10i1. 1037

Hamilton, L. C., Brown, C., & Keim, B. D. (2007). Ski areas, weather and climate: time series models for New England case studies. *International Journal of Climatology*, *27*(15), 2113–2124. https://doi.org/10.1002/joc.1502

Hamilton, J. M., Maddison, D. J., & Tol, R. S. (2005). Effects of climate change on international tourism. *Climate research*, *29*(3), 245-254.

Magnusson, T., Karabag, S. F., Wigger, K., & Andersson, G. (2024). Sustainability transitions in tourism: on the transformation of a fragmented sector. *Tourism Geographies*, *26*(2), 157-172.

Mora, C., Spirandelli, D., Franklin, E. C., Lynham, J., Kantar, M. B., Miles, W., & Barba, E. W. (2018). Broad threat to humanity from cumulative climate hazards intensified by greenhouse gas emissions. Nature Climate Change, 8(12), 1062.

Moore, W. R. (2010). The impact of climate change on Caribbean tourism demand. *Current Issues in Tourism*, *13*(5), 495-505.

Rauchfleisch, A., Siegen, D., & Vogler, D. (2023). How COVID-19 displaced climate change: mediated climate change activism and issue attention in the Swiss media and online sphere. *Environmental Communication*, *17*(3), 313-321.

Rosselló-Nadal, J. (2014). How to evaluate the effects of climate change on tourism. *Tourism Management*, *42*, 334-340.

Saeed, S., Makhdum, M. S. A., Anwar, S., & Yaseen, M. R. (2023). Climate change vulnerability, adaptation, and feedback hypothesis: a comparison of lower-middle, upper-middle, and high-income countries. *Sustainability*, *15*(5), 4145.

Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, *77*, 49-61.

Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2012b). *Tourism and climate change. Impacts, adaptation & mitigation* (1st ed.). Routledge.

Talukder, M. B., & Kaiser, F. (2023). Economic Impact of River Tourism: Evidence of Bangladesh. *i-Manager's Journal on Management*, *18*(2), 47.

UNWTO (2011). *Tourism towards 2030: Global overview*. UNWTO general assembly, 19th session, Gyeongju, Republic of Korea, 10 October 2011. Madrid, Spain: Author.

UNWTO (2018). *UNWTO tourism highlights 2018 edition*. Retrieved from https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876.

UNESCO. (2018). *World Heritage and Tourism in a Changing Climate*. United Nations.

Van Balen, M., Dooms, M., & Haezendonck, E. (2014). River tourism development: The case of the port of Brussels. *Research in Transportation Business & Management*, 13, 71–79. https://doi.org/10.1016/j.rtbm. 2014.10.014

Verbos, R. I., & Brownlee, M. T. (2017). The Weather Dependency Framework (WDF): A tool for assessing the weather dependency of outdoor recreation activities. *Journal of outdoor recreation and tourism*, *18*, 88-99.

White, D. D., Wutich, A., Larson, K. L., & Gober, P. (2010). "Credibility, salience, and legitimacy of boundary objects: Water managers' assessment of a simulation model in an immersive decision theater". *Science and Public Policy*, 37(3), 219-232.

Yu, G., Schwartz, Z., & Walsh, J. E. (2009). A weather-resolving index for assessing the impact of climate change on tourism related climate resources. *Climatic Change*, *95*(3), 551-573.

Yu, D. D., Matthews, L., Scott, D., Li, S., & Guo, Z. Y. (2022). Climate suitability for tourism in China in an era of climate change: A multiscale analysis using holiday climate index. *Current issues in tourism*, *25*(14), 2269-2284.

# نقش دولت های محلی با رویکرد حکمرانی مشارکتی در بحران زاینده رود با تأکید بر گردشگری

**نرجس سادات حسینی نصرآبادی**، استادیار دانشکدهٔ علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران[1]

**چکیده**

رودخانه زاینده رود مهمترین رودخانه ایران در بخش مرکزی است که نه تنها از نظر زیست محیطی بلکه از نظر اقتصادی و گردشگری و حتی سیاسی مورد توجه مدیران محلی در استان اصفهان می باشد. زاینده رود به دلیل داشتن اکوسیستم دومنظوره (طبیعی و انسانی) مورد توجه گردشگران می باشد، اما طی دهه های اخیر باتوجه به مشکلاتی که در حقابه و مسائل مربوط به تقسیم آب بوجود آمده، یک سیر کاهشی در جذب گردشگران ایجاد شده است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی و با روش توصیفی – تحلیل محتوا بدنبال بررسی نقش دولت های محلی در کاهش مشکلات این رودخانه است تا در آینده شرایط مناسب برای توسعه گردشگری ایجاد شود. نتایج پژوهش نشان می دهد که دولت های محلی در تشدید یا کاهش مشکلات فعلی رودخانه نقش هائز اهمیتی دارند. در واقع، این دولت ها با تکیه بر الگوهای مدیریت رودخانه ای در مقیاس ملی و فراملی می توانند در رفع بحران آب و بدنبال آن توسعه و امنیت گردشگری زاینده رود سهم چشمگیری داشته باشند و برنامه های مدیریتی خود را حول محورهای چهارگانه محیط زیست و ساختارها، فرهنگ و مسائل اجتماعی، اقتصاد و گردشگری و سیاست و امنیت تنظیم کنند. دولت محلی به منظور توسعه، تخصیص و مدیریت منابع آب به صورت کارآمد در سه بخش کشاورزی، اقتصاد و شرب و در عین حال تضمین پایداری محیط زیست، باید در مدیریت تقسیم آب مدلی که بر تعادل میان ابعاد محیطی، اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی تاکید داشته مورد استفاده قرار دهد. در این مقاله مدل «حکمرانی مشارکتی» پیشنهاد می شود که در مدیریت بحران آب می تواند کارساز باشد.

**واژگان کلیدی**: زاینده رود، دولت محلی، توسعه، حکمرانی مشارکتی، گردشگری

[1] n.hosseini.n@geo.ui.ac.ir .

## مقدمه

اوایل قرن ۲۱ میلادی مجمع جهانی آب (GWP) اعلام کرد، بحران آب، یک بحران حاکمیتی است و مدیریت آن جزء اولویت ها قرار دارد. در واقع، لازمه مدیریت موثر منابع طبیعی، وجود سازمان های حکومتی آشنا و مسلط با ویژگی های آن منابع است ( Oliveir & Vallury, 2024). نقش دولت محلی در توسعه و امنیت گردشگری زاینده رود هائز اهمیت است. در واقع، دولت محلی در سطح مقیاس فرو ملی یعنی استانداری و فرمانداری و شهرداری در تمام امور مربوط به مدیریت شهر و شهرستان و استان مشارکت دارد، لذا ضعف و ناپایداری در مدیریت زمینه ساز مشکلات و مسائل و چالش های بیشماری است (Ewaid et al, 2020).

رودخانه زاینده رود مهمترین رودخانه ایران در بخش مرکزی است که نه تنها از نظر زیست محیطی بلکه از نظر اقتصادی و گردشگری و حتی امنیتی مورد توجه مدیران محلی در استان اصفهان می باشد. زاینده رود به دلیل داشتن اکوسیستم دومنظوره طبیعی و انسانی مورد توجه گردشگران بوده و طی دهه های اخیر باتوجه به مشکلاتی که در حقابه و مسائل مربوط به تقسیم آب وجود دارد یک سیر کاهشی در مراجعه گردشگران وجود داشته است. در شرایط فعلی که بحران آب در رأس مسائل کشور قرار گرفته است و اندیشمندان و مسئولان آن را تهدیدی جدی برای آینده ایران قلمداد می کنند، اجرای طرح های احیاء محیط زیست و جبران خطاهای گذشته امری اجتناب ناپذیر است و این در حالی است که هنوز طرح های غلط آبی مثل پروژه های انتقال آب بدون لحاظ کردن پیوست های زیست محیطی در دستور کار مسئولان قرار دارد. درواقع، پیدایش، چرخش و پراکنش آب در طبیعت به شدت با زیست و بقای موجودات کره زمین درهم تنیده است و همه جنبه های زندگی انسانها و اکوسیستم را در بر می گیرد. این عنصر حیاتی با تنظیم عملکرد اکوسیستم و حفظ کیفیت محیط در حمایت از سلامت و ابعاد امنیت در محیط و فضا نقش بنیادی دارد. رشد جمعیت، شرایط اقتصادی ناپایدار، افزایش تقاضا برای آب، زوال کیفیت و فرسودگی زیرساخت و سیاستگذاری و برنامه های مدیریتی نامطلوب، باعث توزیع نابرابر منابع آب شیرین و کمبود آن در مناطق کشور شده است و در نتیجه شرایط بهره مندی پایدار از منابع آبی را با مشکلات و چالش های کلانی روبرو ساخته است. بدنبال کاهش و کمبود فزاینده منابع آب، درگیری و نزاع میان بهره برداران تشدید می شود و باعث اهمیت منابع آب در سطوح اجتماعی و مقیاس های فضایی، می گردد. در این میان نقش دولت محلی بسیار مهم است. در واقع، با توجه به سطح فضایی، حکومت مرکزی در سطح ملی و استانداری در یک استان و فرمانداری ها و شهرداری ها در سلسله مراتب پایین تر در پیشگیری، ایجاد و حل مشکلات منابع آبی نقش درجه یک دارند.

هدف از این تحقیق بررسی نقش دولت محلی در کاهش مشکلات این رودخانه است تا در آینده موجبات و زیرساخت های مناسب برای توسعه گردشگری ایجاد گردد. سوال مطرح پژوهش این است که حکمرانی در مقیاس محلی برای ایجاد توسعه و امنیت پایدار گردشگری زاینده رود باید چه برنامه های مدیریتی را بکار بگیرد؟

فرض بر این است که دولت های محلی با اتخاذ سیاست های مدیریتی مطلوب حول محورهای زیست محیطی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی به اتخاذ مدلی کاربردی که بر تعادل میان ابعاد ساختاری، گردشگری، مسائل اجتماعی و امنیتی تاکید داشته باشد، دست خواهد یافت. نقش دولت های محلی در ایجاد یا حل مشکلات فعلی رودخانه بسیار هائز اهمیت است و با تکیه بر الگوهای مدیریت رودخانه ای مقیاس ملی و فراملی می تواند در توسعه و امنیت گردشگری زاینده رود سهم چشمگیری داشته باشد. دولت های محلی با رویکرد حکمرانی مشارکتی به منظور مدیریت منابع آب به صورت کارآمد و تضمین پایداری محیط زیست، در برنامه ریزی برای

تقسیم، تخصیص و تضمین سهم آب در سه بخش کشاورزی، اقتصاد و شرب از مدل حکمرانی مشارکتی که بر تعادل میان ابعاد محیطی، اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی تاکید داشته باشد، استفاده می کنند.

**پیشینه پژوهش**

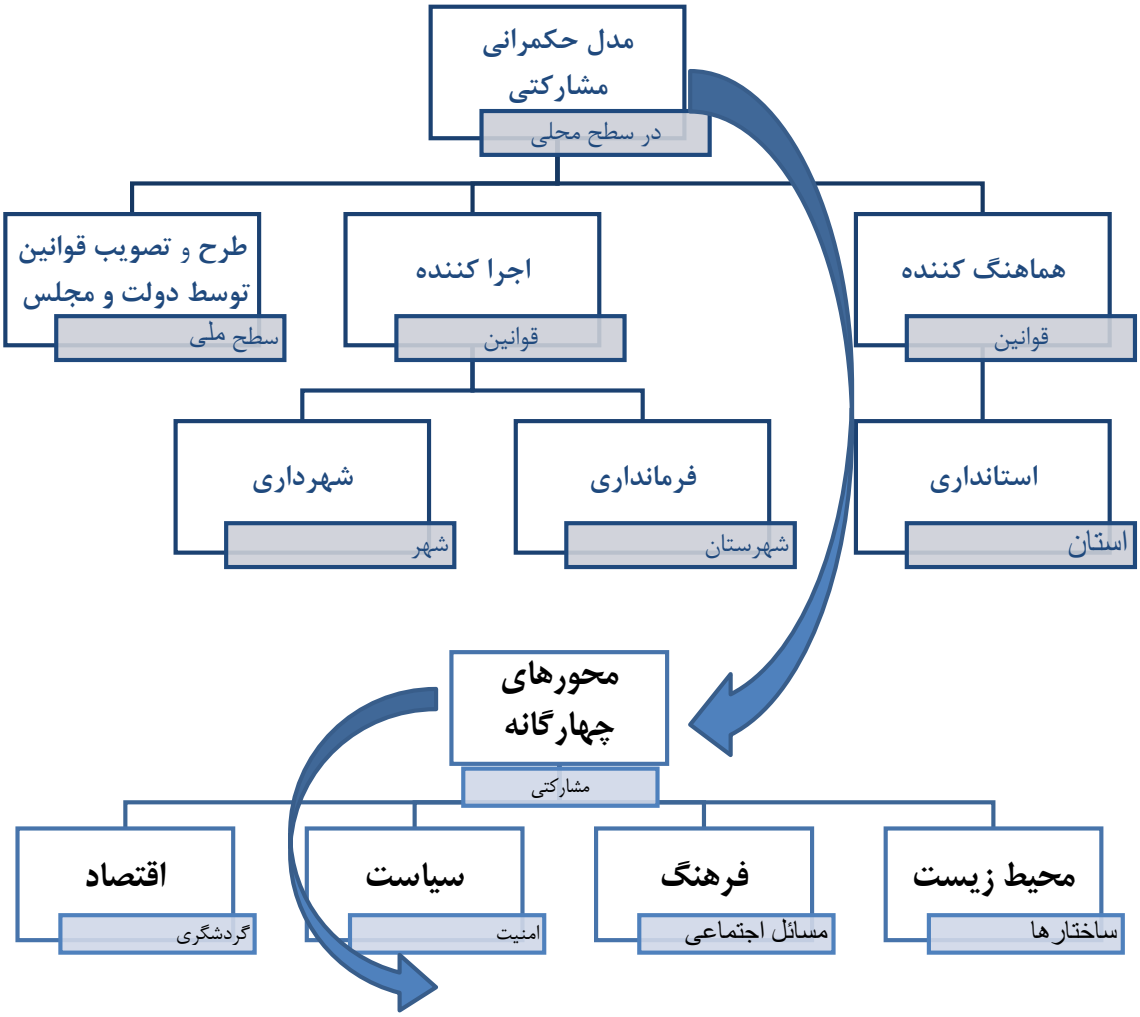
در زمینهٔ بحران آب در حوضه آبخیز زاینده رود مطالعاتی زیادی انجام شده که از مهمترین آنها می توان به پژوهش طالبی صومعه سرائی و همکاران (۱۳۹۸)، ذاکری مهابادی و همکاران (۱۴۰۱)، صفوی و راست قلم (۱۳۹۵)، اسماعیلی (۱۳۹۹) و آفتابی و همکاران (۱۴۰۳) اشاره کرد. مطالعات علیرغم این که وضعیت منابع آب در حوضه آبخیز زاینده رود را بحرانی تلقی کرده اند؛ به مخاطره افتادن پایداری محیطی و حیات انسانی ناشی از کمبود آب در حوضه زاینده رود را مطرح کرده اند و وضعیت منابع آبهای زیرزمینی، تخریب منابع طبیعی و نیز آسیب های محیطی ناشی از بحران آب، وضعیت اجتماعی، اقتصادی، جغرافیایی و مدیریتی حوضه را نامطلوب نشان دادند. همچنین، به معیارهای امکانات رفاهی و تفریحی، مباحث اقتصادی، محیط زیست، حمایت نهادی و قانونی و مشارکت عمومی توجه کرده اند و بیان دارند که نقاط ضعف قابل توجهی مشاهده می شود..

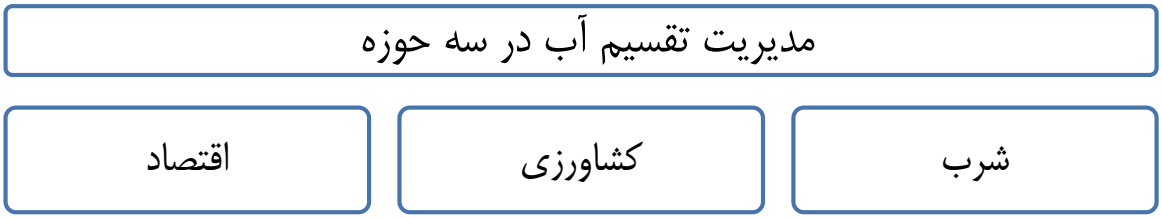
## مبانی نظری

### دولت محلی و حکمرانی مشارکتی بر منابع آب

عملکرد دولت محلی تحت تأثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی است در واقع، عناصر سازندهٔ دولت محلی تغییرات سیاسی و نهادی، روندهای جمعیتی هستند( Andrew etat, 2025). درواقع، دولت محلی امتداد دولت از مرکز یا گسترش دولت به جوامع محلی است که هدف آن تضمین کارآمدی دولت مرکزی است. به گفته آنیکزه ، حکومتی است که در سطح پایه یا ابتدایی جامعه عمل می کند ( Anikeze, 20154)آبا آن را کاری در سطح مردمی می داند که بر زندگی روزمره مردم تأثیر می گذارد ( Abba, 2007; Bitrus, 20255)وورجی دولت محلی را به عنوان ارگانی از ایالت می بیند که برای دست و پا زدن فعالیت های توسعه ای یک مکان یا منطقه خاص، با هدف ایجاد تاثیر حکومت در سطح مردمی ایجاد شده است( Nworji, 2004)به گفته اوکولی، آن را به عنوان یک سیستم حکومتی در سطح محلی تعریف می کند که از طریق شوراهای نمایندگان منتخب محلی اعمال می شود، که از استقلال قابل توجهی در اعمال قدرت خاص بر یک محل معین در اجرای طیف وسیعی از وظایف و مسئولیت های تعیین شده توسط قانون برخوردار است (Okoli, 2004). دولت محلی به تنهایی نمی تواند اهرم محکمی در تغییر و تحولات باشد. دولت محلی نهادی قدیمی با مفهومی جدید است که ریشه در تاریخ گذشته بشر دارد و در زمان های دور، با مطرح شدن مدیریت اجتماعات بشری، پا به عرصه هستی نهاده است (الوانی و همکاران، ۱۴۰۲). استان داریها، شهرداری ها و شورای شهر که دولت محلی خوانده می شوند، قدرت تصمیم گیری سیاسی ندارند و در قوانین بالادستی شورا و مجلس بعنوان پارلمان محلی و ملی تصمیم گیر و دولت های محلی بعنوان مجری و تصمیم ساز لحاظ گردیده است؛ بنابراین، ارتباط بین این نهادها حائز اهمیت بوده و این که اینگونه ارتباط چگونه باشد و در تعامل بین آنها چه کسانی و تا چه مقدار نقش دارند می تواند دارای یک الگو باشد. در مطالعات مربوط به نقش دولت های محلی در برنامه ریزی و مدیریت در عرصه های مختلف در سطوح محلی متفاوت از استان تا روستا باید به جایگاه و نقش آنها، برنامه ریزی، عوامل تاثیرگذار و موانع پیشرو توجه داشت که هرکدام از این ارگان ها با توجه به «رسیدگی به امور»، «شفافیت»، «سیاست بیان»، «انعطاف پذیری»، «مشارکت پذیری»، «مدرن سازی»، «مردم سالاری»، «کنش و واکنش» و «قدرت تصمیم گیری و استقلال» دارنده الگوی های متفاوت در حکمرانی سطح فضایی خود مطلوب یا نامطلوب عمل می کنند. حکمرانی یعنی ارائه دستورات لازم در زمان و مکان

مناسب برای رسیدن به اهداف. در این راستا، حکمرانی مشارکتی به عنوان یک رویکرد امیدوارکننده برای پرداختن به مسائل پیچیده پایداری آب، با مزایای ادعایی از افزایش دموکراسی برای بهبود شرایط زیست‌محیطی پدیدار شده است. فرآیندهای مشارکتی اغلب با هدف درگیر کردن بازیگران مختلف در زمینه توسعه و بکارگیری راه حل ها و خط مشی و مدیریت، ذاتاً نسبت به رویکردهای حاکمیت سنتی منصفانه تر به نظر می رسد. با این حال، زمانی که فرآیندهای حاکمیت مشترک آب مسائل مربوط به سیاست و قدرت را در طراحی خود نادیده می گیرند، خطر ایجاد یا حتی تشدید نابرابری های موجود را دارند (Koebele etal, 2024). برنامه ریزی مشارکتی «فرایند تعاملی ایجاد و اجرای اجماع با استفاده از مشارکت سهامداران و عمومی» است. این یک فرآیند برنامه ریزی و تصمیم گیری تعاملی دو طرفه بین سازمان های دولتی محلی و شهروندان است(Godschalk and Mills, 1966). پاتل و همکاران (۲۰۰۷)، در تحقیق خود معتقدند: شهروندان دارای آگاهی ارزشمندی از جامعه خود هستند و بنابراین، می توانند مسائل مربوطه و دیدگاه های مشکلات را در جامعه خود شناسایی کنند.





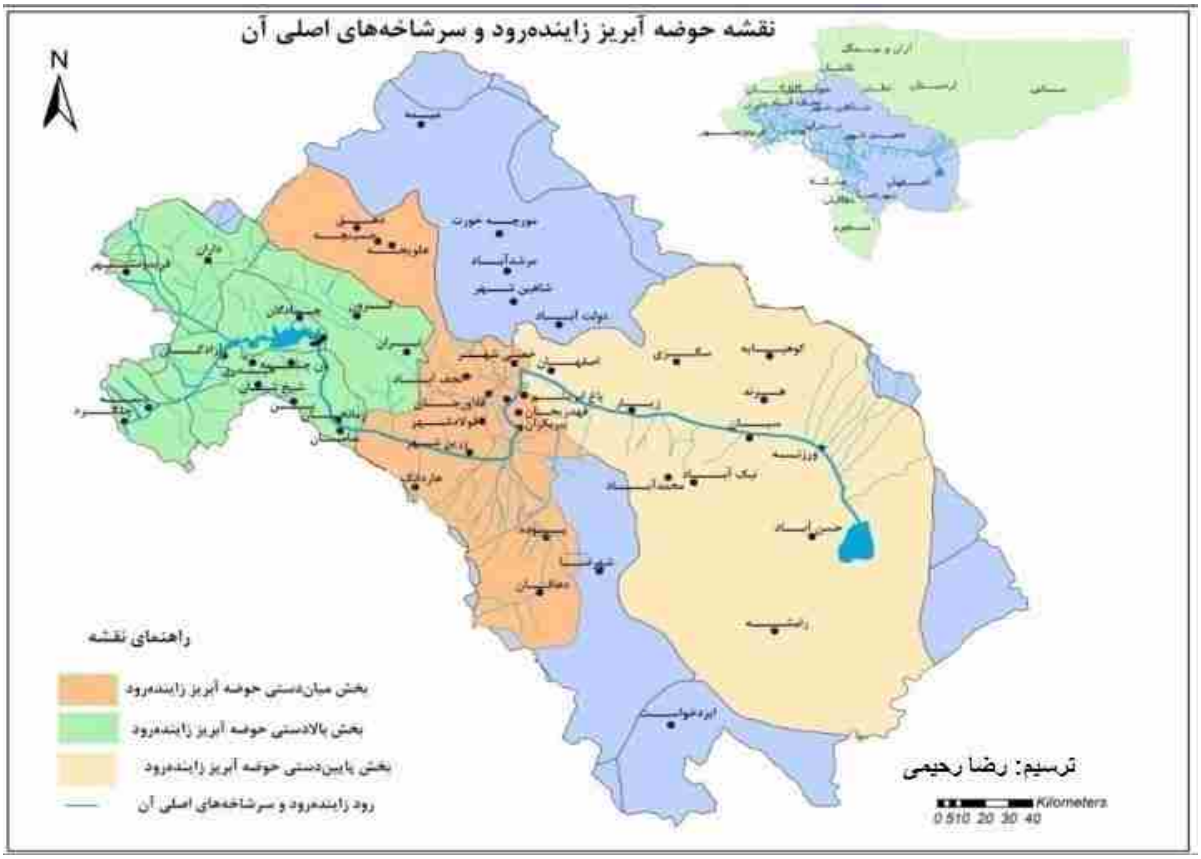

شکل (۱). مدل پژوهش

## روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی است و با روش توصیفی و تحلیل محتوا و با ابزارهای کتابخانه ای و رایانه ای و مصاحبه با کارشناسان حوزه آب و گردشگری و استفاده از نظراتشان در بحث و یافته ها و طراحی مدل پژوهش انجام گرفته است. همچنین، مطالعه و ارزیابی پژوهش های انجام شده در این حوزه صورت گرفته است. برای تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و برای گویایی مطالب شکل ها و نمودارهایی ترسیم گردیده است.

## محدودهٔ پژوهش

رودخانه های ملی و فراملی نقش مهمی در تامین آب در بخش های مختلف شرب، کشاورزی و اقتصاد ایفا می کنند. از جمله رودخانه های مهم داخل ایران می توان به رودخانه های چالوس، کرج، نکا، بابل، کارون و زاینده رود اشاره کرد. زاینده رود، مهم‌ترین و پر آب‌ترین رود در حوضه آبریز گاوخونی، واقع در استان اصفهان است. زاینده رود که از زردکوه بختیاری سرچشمه می‌گیرد، یکی از مهم‌ترین رودهای ایران و همچنین پر آب‌ترین رود در حوضهٔ آبریز مرکزی ایران نیز به شمار می‌آید. علت نامگذاری این رود بدین جهت است که درطول مسیر خود باغات و کشتزارهای فراوانی را آباد و زنده می‌کند. به همین خاطر به این رود زنده رود نیز می‌گویند. رودخانه زاینده رود با میانگین بارش ۲۷۸ میلی متر در بخش میانی فلات ایران و در میانه ارتفاعات زاگرس و بلندی های مرکزی ایران قرار دارد. مساحت حوضه آبخیز زاینده رود ۲۶۹۷۲ کیلومترمربع است. به گونه ای که۹۳ درصد حوضه در استان اصفهان و هفت درصد آن در استان چهار محال و بختیاری واقع است. در منطقه چلگرد -کوهرنگ واقع در استان چهار محال و بختیاری میزان بارش متوسط درازمدت سالانه نزدیک به ۱۴۰۰ میلی متر است، درحالی که در پایاب حوضه یعنی تالاب گاوخونی، میانگین بارش سالانه کمتر ۸۰ میلی متر است. در حال حاضر، موقعیت جغرافیایی اصفهان، رشد جمعیت، تخریب منابع محیطی، نیاز به محصولات کشاورزی بیشتر، کاهش منابع آب و خاک حاصلخیز مشکل آب زاینده رود بسیار جدی شده است. مدیریت منابع آب باعث ایجاد پیامدهای جبران ناپذیری می شود (بیدکی و قلعه تکی، ۱۴۰۳).



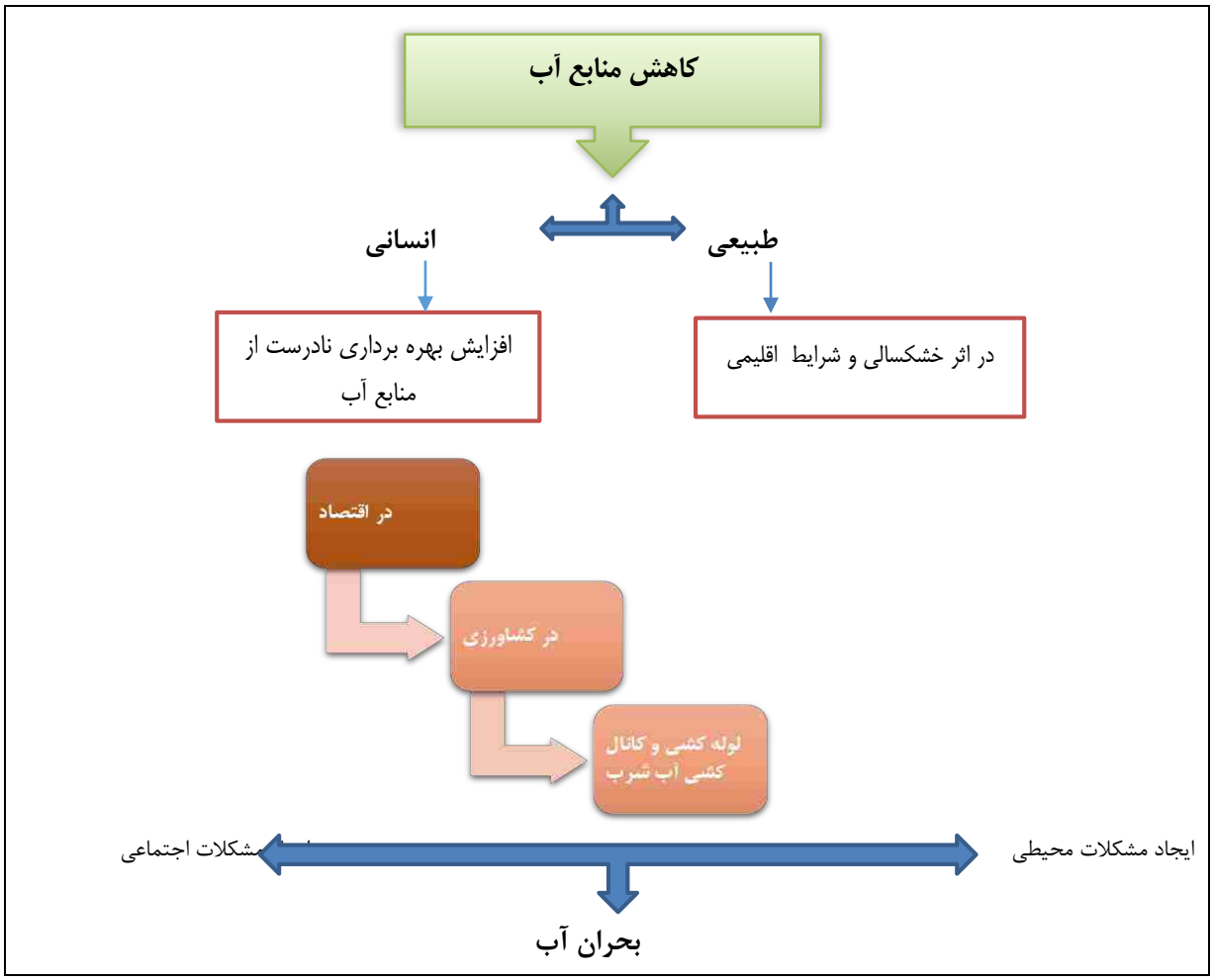

**شکل (۲). محدوده تحقیق**

منبع: (رضا رحیمی، ۱۴۰۲)

## بحث و یافته ها

### مشکلات و مسائل بحران آب زاینده رود

حوضه آبریز زاینده رود از نظر جمعیتی، یکی از متراکم ترین حوضه های جمعیتی و نخستین حوضه صنعتی کشور شناخته می شود. این حوضه به دلیل تراکم جمعیتی بالا و اقلیم خشک و نیمه خشک، با مخاطرات جدی مانند کمبود آب، فرونشست و فروچاله روبه رو است. از طرفی، رشد جمعیت و فعالیت صنایع بزرگی چون ذوب آهن و فولاد مبارکه در اطراف شهر اصفهان موجب شده تا تقاضا و رقابت برای آب افزایش یابد. همچنین، بخش کشاورزی منطقه تحت تاثیر قرار گرفته و خاک منطقه نیز در اراضی پائین دست حوضه شور شده است. سرازیر شدن فاضلاب های شهری و صنعتی از دیگر پیامدهای مدیریت شهری در استان اصفهان بوده که موجب آلودگی آب رودخانه در بخش های پایین دست این حوضه شده است (آفتابی و همکاران، ۱۴۰۳). در سالهای اخیر مجموعه این مسائل در کاهش تعداد گردشگران به شهر اصفهان دخیل بوده است. در واقع، کاهش منابع آب علت اصلی کاهش پتانسیل های گردشگری در اصفهان است. شکل(۱).




**شکل (۳). دلایل بحران آب (ترسیم: نگارنده)**

بطور کلی، خشک شدن زاینده رود باعث ایجاد مسائل زیادی بویژه شده است. شهر اصفهان از قدیم به شهر گردشگری و مرکز هنر معروف بوده و مهمترین عنصر در ایفای نقش فرهنگی به اصفهان زاینده رود است. این رودخانه با داشتن نقش ارتباطی بین تجار در قدیم علاوه بر رونق اقتصادی شهر اصفهان، شرایط گردشگری و جذب توریست ها را فراهم می نمود. هم گردشگران داخلی و بومی و هم گردشگران ملی و فراملی همه ساله برای بازدید پل های تاریخی و فضای سرسبز اطراف رودخانه به شهر اصفهان سفر کرده و گردشگری به عنوان یک کلید فرهنگی و رونق اقتصاد، نقش مهمی در رشد و خلاقیت اصفهان برعهده داشته است. اما خشکی زاینده رود این پتانسیل را از شهر گرفته و به علت بسته شدن آب در بالادست حوضه و خشکی رودخانه در بخش مرکزی و پایین دست بویژه در کناره پارک ناژوان، پارک درچه، زیر پل های تاریخی اصفهان (سی و سه پل و پل خواجو و پل چوبی) مشکلات بیشماری در سال های اخیر دامن استان اصفهان (به طور عام) و شهر اصفهان (به طور خاص) را در بر گرفته است از جمله: خشکی درختان، زرد شدن چمن زارها، آلودگی هوا، فرونشست و چاله ها، تخریب اماکن فرهنگی و تاریخی روی رودخانه زاینده رود و همچنین، هجوم گردشگران داخلی و خارجی هنگام باز شدن آب در یک مقطع زمانی کوتاه و تراکم جمعیت بیش از حد توان محیطی و شلوغی های نامتعادل جمعیت و ایجاد ناامنی، ایجاد ناهنجاری های اجتماعی در زیر گذرهای پل با تشکیل تیم های موزیک و آواز خوانی، افزایش خودرو ها و ترافیک های سنگین و افزایش تصادفات و گل آلود شدن آب و تشدید مشکلات روحی و .... همچنین،

در حوضه آبخیز زاینده رود به دلیل وجود بحران آب، بسیاری از زمینهای کشاورزی خشکید ه اند و ضریب بیکاری به همراه آسیبهای اجتماعی ناشی از آب افزایش یافته است. با بروز اعتراضات اجتماعی در این حوضه، امنیت منطقه دچار بی ثباتی شده و با گسترش حاشیه نشینی و کاهش درآمد در حوضه، شغلهای کاذب سر بیرون آورد ه اند. بنابراین، در حوضه آبخیز زاینده رود، علیرغم این که طرح های انتقال آب تا اندازه ای بحران آب را فروکاسته است؛ تنشهای بین ساکنان حوضه زاینده رود با حوضه های مجاور همچنان روندی افزایشی داشته است. به طور کلی، افزون بر مسائل و ابعاد اجتماعی و اقتصادی بحران آب در حوضه آبخیز زاینده رود، بعد زیست محیطی آن اکنون حالتی جدی تری به خود گرفته و به دلیل برداشتهای گسترده و غیرقانونی، حوضه با کاهش منابع شدید آبهای زیرزمینی مواجه شده است (انتشاری و همکاران، ۲۰۲۰).

بطور قطع، مدیریت یکپارچه منابع آب و استفاده از ابزار و راهکارهای مناسب با تعامل مقام های تصمیم گیر سازماندهی می شود. به طور کلی، حوضه آبریز زاینده رود در سالیان اخیر با بحران جدی آب دست به گریبان بوده که آثار زیادی دارد مانند:

-خشک شدن رودخانه زاینده رود و تالاب گاوخونی،

-کاهش منابع آب زیرزمینی،

-فرونشست زمین،

-کاهش کیفیت آب،

-به بخش کشاورزی

- وتخریب اکوسیستم

-کاهش گردشگری

-خشک شدن درختان

-آلودگی هوا

-خشک شدن مادی های آب داخل شهر

**نقش دولت های محلی با رویکرد حکمرانی مشارکتی در کاهش بحران زاینده رود با تأکید بر توسعه گردشگری**

شایان ذکر است، در سال ۱۳۸۳ دولت وقت لایحه ای را تحت عنوان قانون استقلال آبی استان ها به مجلس فرستاد و با تصویب آن در مجلس لازم الاجرا شد؛ قانونی که بر اساس آن هر استان فارغ از حوضه های آبریز و زیستگاه های طبیعی قادر است منابع آب موجود در مرزهای سیاسی را بدون در نظر گرفتن مسائل مهمی مثل حقابه و مرزهای طبیعی مدیریت و در اختیار داشته باشد. بر اساس همین قانون که نقدهای فراوانی بر آن وارد است و در طول سال های اخیر نیز تنش های آبی فراوانی را در کشور پدید آورد. (https://www.tabnak.ir/fa/news/730365/%D9%BE%D8%B1%D9%88%DA%98%D9%87)

عواقب این قانون دامن زاینده رود را هم فراگرفت. با توجه به اینکه منابع طبیعی بویژه آب و خاص تر از آن منابع آب شیرین که اغلب، رودخانه ها هستند، از اهمیت بالایی برخوردارند، در سطوح گوناگون فضایی برای تصرف و در دست داشتن آن ها برنامه های سیاستی زیادی بکارگرفته می شود و در سطح محلی بویژه شهرها و استان ها این منابع ارزش بیشتری پیدا می کند چون پای تاریخ و حکمرانی و مردم محل به میان می آید و استفاده از آن را حق مسلم خود می دانند. همچنین، علاوه بر بدست آوردن منابع طبیعی

بخشهای مختلف مصرفی هم برای استفاده بیشتر در صدد هستند برنامه ها و سیاست هایی قدرتمند تر را بکار بگیرند بویژه رقابت فزاینده ای برای آب بین اقتصاد و محیط زیست وجود دارد(Odorico et al., 2020).

در این راستا، حکمرانی موثر بر منابع آب نیاز به اطلاعات به موقع و قابل اعتماد دارد، با این حال داده های آب اغلب پراکنده یا گم شده اند. حسابداری آب، داده های موجود را سازماندهی می کند تا بهترین اطلاعات ممکن را در اختیار تصمیم گیرندگان قرار دهد (Vardon etal, 2025). تغییر منابع آب (Konapala et al., 2020) و تغییرات آب و هوایی که فراوانی و بزرگی رویدادهای شدید هیدرولوژیکی (مانند سیل و خشکسالی) را افزایش می دهد و آنها را کمتر قابل پیش بینی می کند (Kreibich et al., 2022)، اطلاعات بسیار بیشتری برای حکمرانی موثر بر آب مورد نیاز است. در فرآیندهای برنامه ریزی، همکاری هایی برای تسهیل اهداف و نیازهای فضایی ضروری است. همچنین، مشارکت و تصمیم شهروندان شهر یا محله هائز اهمیت است. در طول دهه‌های گذشته، دولت‌های محلی در سرتاسر جهان از روش‌های مشارکتی مختلفی مانند بحث‌های عمومی، جلسات اجتماعی و نظرسنجی‌ها برای درخواست ایده‌ها و ترجیحات شهروندان در مورد مسائل برنامه‌ریزی و توسعه استفاده کرده‌اند (Toukola, & Ahola, 2022). در این راستا، ابزار مشارکت دیجیتالی مانند پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نیز برای جستجوی دانش و پیشنهادات شهروندان در مورد مسائل برنامه‌ریزی در جامعه خود استفاده می‌شوند (Tulloch, 2008; Adade & Timo, 2025).

درواقع، در مدیریت شهری و با توجه به عدم تصویب و پیاده سازی لایحه مدیریت واحد شهری، وجود چشم انداز مشترک و مورد وثوق تمامی ذینفعان شهری نقش بسیار مهمی در هم افزایی و کاهش تعارضات بین دستگاه ها ایفا می کند. نمونه هایی از این تعارضات عبارتند از: شوراها نهاد سیاست گذاری بوده و شهرداری ها نهاد اجرایی، در عمل بین ستاد و صف یا همان نهاد سیاست گذاری و نهاد اجرا تعارض به لحاظ ماموریت های متفاوت وجود دارد. لذا یکی از ایده های قابل قبول در جهت مدیریت جامع و برخورد هماهنگ با مسائل و مشکلات مختلف در سیستم پیچیده شهری، مدیریت واحد یا یکپارچه شهری است (الوانی و همکاران، ۱۴۰۳). یکی دیگر از مشکلات، نحوه تعامل شهرداری ها با یکدیگر است. آن ها باید کمک ها و حمایت های لازم، خود را برای اجرای لیست فعالیت های ذکر شده در قوانین توانمند سازند (Goktolga, 2016). بنابراین، حکمرانی مشارکتی به عنوان یک رویکرد امیدوارکننده برای پرداختن به مسائل پیچیده پایداری آب، با مزایای ادعایی از افزایش دموکراسی برای بهبود نتایج زیست‌محیطی پدیدار شده است. فرآیندهای مشارکتی اغلب به دلیل درگیر کردن بازیگران مختلف در توسعه و اجرای راه حل ها، خط مشی و مدیریت، ذاتاً نسبت به رویکردهای حاکمیت سنتی منصفانه تر فرض می شود. با این حال، زمانی که فرآیندهای حاکمیت مشترک آب مسائل مربوط به سیاست و قدرت را در طراحی خود نادیده می گیرند، خطر ایجاد یا حتی تشدید نابرابری های موجود را بدنبال دارند.

نقش تصمیمات، قوانین دولت های محلی در بحران آب زاینده رود و در نتیجه کاهش گردشگر در این فضای گردشگری است. همچنین، سه عامل نبود ساختار حکمرانی مناسب و مدیریت ناکارآمد منابع آب در حوضه آبریز، فعالیت صنایع در حوضه آبخیز و بالا بودن حجم صادرات آب مجازی به عنوان موثرترین عوامل بر وضعیت بحرانی منابع آب در حوضه آبریز زاینده رود هستند که نقش تصمیمات نادرست دولت های محلی را در بحران پیش آمده پررنگ تر می کند.

در اثر اقدامات غیر آمایشی، کاربری اراضی حاشیه رودخانه ی زاینده رود در شهر اصفهان و سایر شهرهای استان دارای نقاط ضعف قابل توجهی در زمینه امکانات تفریحی و اقتصادی، پایداری زیست محیطی، حمایت نهادی و مشارکت عمومی است که همگی کمتر از سطح مطلوب ارزیابی شده اند. به دلیل مدیریت ناکارآمد و عدم برنامه ریزی مناسب زمانی و مکانی آب رودخانه زاینده رود در شهر

اصفهان سالهاست خشک شده و این در حالی است که بی توجهی فراوانی به رودخانه های شهری در شمال ایران می شود و در اکثر شهرها، آنها را تهدیدی برای شهر می دانند و به طرق مختلف سعی در مهار آنها دارند. در اکثر شهرها به دلایل مختلف اقدام به دیواره چینی و بتن ریزی بستر رودخانه ها می نمایند و نام مسیل را بر روی آنها می گذارند. در مراحل بعد به دلیل بی توجهی و عدم مدیریت صحیح، اینگونه فضاها به زباله دانی شهر تبدیل شده و به عنوان فضایی متروک مشکلات فراوانی از جمله معضلات زیست محیطی، نزول کیفیت سیما و مناظر شهری، مشکلات اجتماعی و اقتصادی و غیره را برای شهر به ارمغان می آورد (فخاری و همکاران، ۱۴۰۳). سیاستهای حاکمیتی ازجمله عوامل مؤثر به شمار می روند که در بهره برداری از منابع آبی در هر مقیاسی می تواند بازتاب های مستقیمی بر سایر حوز ه های اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی داشته باشد که چه کسی و در چه مقیاسی بر بحران آب دامن زده است. دراین باره، چالش های برخاسته از بحران آب، محدودیت هایی بر سر راه مدیریت و برنامه ریزی آب پدید آورده که باید به دور از ناهمسویی قانونی و سیاسی اعم از ناهماهنگی های سازمانی و برنامه ریزی مدون در این زمینه و با انعطاف پذیری حاکمیتی باشد و با نگرش به سیستمهای مدیریت استفاده و تخصیص منابع آب، اتخاذ تصمیم گیری های مناسب با توجه به وضعیت محیطی مناطق می تواند در کاهش بحران آب نقش مؤثری داشته باشد. به طورکلی، در حوضه آبخیز زاینده رود، ضعف اقتدار سیاسی- حقوقی باعث ضعف در تصمیم گیری جامع در خصوص مدیریت منابع آب شده و درنهایت به بحران آب منجر شده است که این مسئله نشان دهنده شکاف و ضعف در ساختهای سیاسی منطقه و جلوگیری از تصمیمات سیاسی است (آفتابی و همکاران، ۱۴۰۳). در واقع، نیاز مشارکت دولت های محلی را می طلبد تا بتوانند بر شرایط نامطلوب فعالی تسلط پیدا کنند و مدیریت به جا صورت بگیرد با سازماندهی سیاسی فضا و اجرای طرح های آمایش سالم و جلوگیری از اجرای دستورات نادرست در حوضه آبریز زاینده رود توسط دولت های محلی با کمک عوامل اجرایی و دولت مرکزی و مشارکت شهروندان باعث رفع بحران آب زاینده رود در شهر اصفهان و پایین دست حوضه خواهد شد. دولت های محلی در تشدید یا کاهش مشکلات فعلی رودخانه نقش هائز اهمیتی دارند. در واقع، دولت ها با تکیه بر الگوهای مدیریت رودخانه ای در مقیاس محلی می توانند در رفع بحران آب و بدنبال آن توسعه و امنیت گردشگری زاینده رود سهم چشمگیری داشته باشند. برای مدیریت منابع آب به صورت کارآمد در سه بخش کشاورزی، اقتصاد و شرب و در عین حال تضمین پایداری محیط زیست، باید در مدیریت تقسیم آب مدلی که بر تعادل میان ابعاد محیطی، اقتصادی، فرهنگی و مدیریتی تاکید دارد، یعنی مدل «حکمرانی مشارکتی» در مدیریت منابع آب بکارگرفته شود.

**شکل(۴). عناصر ضروری تغییر رویکرد دولت های محلی در حفاظت از حوضه**
**(ترسیم: نگارنده)**

## نتیجه گیری

طی سالهای اخیر مساله بحران آب در سطح جهان، دغدغه کارگزاران، فعالان محیط ز یست، رسانه ها، پژوهشگران بوده است که هر کدام عواملی را در به وجود آمدن این بحران از تغییر اقلیم تا رشد جمعیت سهیم می دانند. در این میان مساله بحران آب در حوضه آبخیز زاینده رود به مساله جدی در کشورتبدیل شده است. بحران آب در حوضه آبخیز زاینده رود تحت تاثیر مولفه های اقتصادی- فنی، طبیعی- زیست محیطی، اجتماعی - فرهنگی، سیاسی- حقوقی و عوامل متعددی است که هر کدام با شدت و ضعف متفاوت بر بحران پیش آمده در این حوضه آبخیز تاثیرگذارند. در سالهای اخیر مجموعه این مسائل در کاهش تعداد گردشگران به شهر اصفهان دخیل بوده است. در واقع، کاهش منابع آب علت اصلی کاهش پتانسیل های گردشگری در اصفهان است. نتایج پژوهش آفتابی و همکاران (۱۴۰۳) نشان می دهد که مولفه سیاسی – حقوقی بیشترین تاثیر و مولفه طبیعی- زیست محیطی کمترین تاثیر را بر بحران آب در حوضه آبخیز زاینده رود داشته است. نتایج پژوهش حاضر هم نشان دهنده نقش تصمیمات، قوانین دولت های محلی در بحران آب زاینده رود و در نتیجه کاهش گردشگر در این فضای گردشگری است. همچنین، سه عامل نبود ساختار حکمرانی مناسب و مدیریت ناکارآمد منابع آب در حوضه آبریز، فعالیت صنایع در حوضه آبخیز و بالا بودن حجم صادرات آب مجازی به عنوان موثرترین عوامل بر وضعیت بحرانی منابع آب در حوضه آبریز زاینده رود هستند که نقش تصمیمات نادرست دولت های محلی را در بحران پیش آمده پررنگ می کند. از این رو، پرداختن به مدیریت یکپارچه و بهینه منابع آب در سطح محلی و متناسب با آن در

سطح حوضه آبخیز زاینده رود به عنوان مناسب ترین راهکار علمی برای جلوگیری از رخداد وضعیت بحرانی در این حوضه پیشنهاد می شود.

**پیشنهادهای اجرایی**

- بکار گمارندن نیروهای متخصص در حوزه سیاستهای آبی در دولت های محلی
- ایجاد کارگروههای حل بحران در مراکز آموزش عالی با حضور مسئولین دولت های محلی
- تشکیل نهادهای حکمرانی مشارکتی در سلسله مراتب فضایی با حضور نمایندگان دولت های محلی
- همکاری شهرداری ها، فرمانداری ها و استانداری، با حضور نمایندگان معاونت سرمایه انسانی ریاست جمهوری و مجلس شورای اسلامی در پیشنهاد طرح های هادی رفع بحران آب
- اصلاح قوانین و واگذاری قانونی کلیه اختیارات لازم در خصوص سازماندهی فضای شهری به دولت های محلی
- استفاده از متخصصین و تجربه مدیران مجرب
- ارتباط متقابل و مشارکت مدیران دولت های محلی برای رفع معضلات و پیاده سازی تصمیمات با رویکرد توسعه محور
- ایجاد شفافیت در عملکرد و کارکرد انتقال آب و
- ایجاد گروه های امنیتی آب برای مبارزه با لوله کشی های غیر مجاز
- تشکیل سازمانهای گروهی برای اصلاح مسیرهای انتقال آب
- ایجاد و گسترش کارگروه های توسعه پتانسیل های گردشگری بوسیله دولت های محلی در کنار رودخانه با محوریت نیازهای شهروندان و نظرسنجی و بکارگیری فناوری های جدید مانند هوش مصنوعی.

## منابع


۱) آفتابی، زکیه؛ یوسفی شاتوری، محمد و کاویانی راد، مراد (۱۴۰۳). تحلیل سیستمی عوامل تأثیر گذار بر بحران آب در حوضه آبخیز زاینده رود.، کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی، (۱)۱۲، ۶۴-۴۷.

۲) انتشاری و همکاران، ۲۰۲۰ .)

۳) زارع بیدکی، رفعت و نوروزی قلعه تکی، سحر (۱۴۰۳). حکمرانی بهینه منابع آب بر اساس رویکرد ردپای اکولوژیک آب، حکمرانی منابع طبیعی، (۳)۱، ۲۵۲-۲۳۸.

۴) فخاری، فرنام؛ متولی، صدرالدین؛ عظیمی آملی، جلال و جاباز قبادب، غلامرضا (۱۴۰۳). ساماندهی کاربری های حاشیه رودخانه ههای شهری به منظور توسعه گردشگر ی پایدار در رودخانه های شهر نور،

۵) الوانی، سیدمهدی؛ قراچورلوی زاغه، زین العابدین؛ میره ای، محمد؛ زارعی متین، حسن؛ فرجی، امین (۱۴۰۳). الگوی تعامل بین شورای شهر و شهرداری در مدیریت شهری سامانه نشر مجلات علمی دانشگاه تهران

۶) https://doi.org/10.22059/JOMC.2024.371554.1008634

7) Anikeze N. H. (2014). Theories and Practice of Local Government Administration in Nigeria. A Comparative Perspective Enugu. Academic Publishing Company.

8) Andrew, C. & Goldsmith, M. (1998). From Local Government to Local Governance—and Beyond? International Political Science Review, 19(2). https://doi.org/10.1177/019251298019002002

9) Akawu Bitrus Kirim(2025).The Role of Local Government Area Administrators in The Development of Football in Taraba State Nigeria, Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities 3(1).

10) Abba, U. E. (2007). Local Government Administration in Nigeria: Issues and practice. Onisha: Abbot Book Ltd.

11) Biljecki, F. and Ito, K. (2021), "Street view imagery in urban analytics and GIS: a review", Landscape and Urban Planning, Vol. 215, p. 104217, https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2021.104217

12) David Adade, D. & Walter Timo, W. (2025). An extended TOE framework for local government technology adoption for citizen participation: insights for city digital twins for collaborative planning, Adoption for citizen Participation, Vol.19(1).

13) Elizabeth A. Koebele, Linda E. Méndez-Barrientos, Nikki Nadeau, Andrea K. Gerlak (2024). Beyond engagement: Enhancing equity in collaborative water governance, Wires Water, 2(11), 87-121.

14) Goktolga, O. (2016). A Local Governance Experıence in Turkey, From "Local Agenda 21" sto the City Councils. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 6(2), 107-128.

15) Michael, J. Vardon, A., Thi Ha Lien Le, B.C., Ricardo Martinez-Lagunes, D., Ogopotse Batlokwa Pule, E., Sjoerd Schenau f, Steve May g, R. Quentin Grafton, H. (2025). Accounting for water: A global review and indicators of best practice for improved water governance Author links open overlay panel, Vol. 227. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2024.108396

16) Odorico, P., Chiarelli, D.D, Rosa, L., Bini, A., Zilberman, D. & Rulli, M.C. (2020)The global value of water in agriculture Proc. Natl. Acad. Sci., 117 (36) (2020), 21985-21993

17) Okoli, F. C. (2000). Theory and Practice of Local Government in Nigeria perspective. Enugu: John Jacobs Classical Publishers Ltd.

18) Konapala, G., Mishra A.K., Wada, Y. & Mann, M.E. (2020). Climate change will affect global water availability through compounding changes in seasonal precipitation and evaporation Nat. Commun., 11 (1), 30-44

19) Kreibich, H., Van Loon, A., K. Schröter, P.J. Ward, M. Mazzoleni, N. Sairam, G.W. Abeshu, S. Agafonova, A. AghaKouchak, H. Aksoy, C. Alvarez-Garreton, C. (2022). The challenge of unprecedented floods and droughts in risk managementNature, 608 (7921), pp. 80-86

20) Patel, M., Kok, K. and Rothman, D.S. (2007), “Participatory scenario construction in land use analysis: an insight into the experiences created by stakeholder involvement in the Northern Mediterranean”, Land Use Policy, 24 (3), pp. 546-561, https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2006.02.005
21) Toukola, S. and Ahola, T. (2022), Digital tools for stakeholder participation in urban development projects, Project Leadership and Society, Vol. 3, p. 100053, https://doi.org/10.1016/j.plas.2022.100053

# تحلیلی بر رابطه اقلیم وگردشگری با تاکید ویژه بر حوضه زاینده رود

**محسن نوری** ، مربی گروه جغرافیا ، دانشکده حقوق وعلوم اجتماعی ، دانشگاه پیام نور، ایرانNouri@pnu.ac.ir

## چکیده:

گردشگری یکی از فعالیتهای مهمی است که در دهه های اخیر ازجایگاه ویژه ای در توسعه اقتصادی برخی کشورها برخورداربوده است. آنچنانکه اقتصاددانان ان را صادرات نامرئی می نامند.درواقع توریسم درجهان امروز بعنوان یک صنعت مطرح است که به مانند همه صنایع دیگر احتیاج به لوازم وابزارهای خاصی داشته وبرای رشد وپیشرفت احتیاج به پژوهش وتحقیق دارد.با علم به اهمیت موضوع بر این اساس پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی تحلیلی به مطالعه حوضه زاینده رود ازمنظراقلیمی وراههای برون رفت ازمشکلات ان دربحث گردشگری می پردازد.قسمت زیادی ازکشور ایران تحت تاثیر خشکسالی قرارگرفته است که در حوزه زاینده رود این پدیده به وضوح دیده می شود.باید بپذیریم که خشکی زاینده رود باعث کاهش زیبایی طبیعی شهر اصفهان شده واز یک سو گردشگری را تحت تاثیر قرارداده است . آب وگردشگری در اینجا باهم پیوند خورده اند وما ناگزیریم دنبال مدیریت مناسب منابع آب وراههای جلوگیری از هدررفت آب والگوی مناسب مصرف باشیم.

**کلمات کلیدی**: اقلیم – گردشکری- حوضه زاینده رود

**مقدمه**:

کشور ایران دارای تنوع اقلیمی گسترده ای است. این تنوع اقلیمی موجب شده تا مناطق مختلف ایران برای فعالیتهای مختلفی مانند کشاورزی ودامداری وصنعت مناسب باشد واز طرف دیگر به یکی از مقاصد جذاب گردشگری تبدیل شده است.در جهان امروز ، بسیاری از کشورهای دنیا که با محدودیت منابع ارزی مواجه هستند ، درامدهای حاصل از گردشگری را به عنوان یکی از منابع مهم کسب درآمد ارزی خود قرارداده اند.گردشگری در حد وسیعی اشتغال ایجاد می کند . جاذبه های گردشگری به لحاظ منابع طبیعی ،فرهنگی، باستانی، مذهبی وغیره از توانمندی بسزایی در جذب گردشگران برخوردار است.با سرمایه گذاری مناسب در بخش های نرم افزاری وسخت افزاری این صنعت ونیز با حفظ مزیتهای رقابتی در جهان می توان میلیارد ها دلار ازاین بخش درامد کسب کرد.نکته حائزاهمیت این است که گردشگری نسبت به سایر صنایع ازلحاظ سرمایه گذاری احتیاج به منابع درامدی ومنابع ارزی کمتری دارد ونسبت به سرمایه گذاری انجام شده منافع ودرآمدهای بیشتری را درمقایسه با سایر بخش ها نصیب دولت ها می کند.با توجه به اهمیت موضوع گردشگری باید چالش های پیش رو را مورد توجه قرارداد وبرای رفع وبه حداقل رساندن این بحران ها تدابیر لازم اتخاذ نمود.یکی از این چالشها،چالشهای اقلیمی به شمار می رود.کشورها به تناسب شرایط وموقعیت جغرافیایی واب وهوایی با شدت بیشتر وکمتر تحت تاثیر پدیده تغییر اقلیم قرار می گیرند.دراین میان منطقه خاورمیانه به علت آب وهوای خشک وبا شدت بیشتر ایران به علت قرارگرفتن بر روی کمربند گرم وخشک بیشترین تاثیر را از پدیده تغییر اقلیم گرفته اند. خشکسالی ها ،سیل های ویرانگر،انقراض گونه های گیاهی وجانوری ،کاهش منابع آبی ،نابودی جنگل ها ،آتش سوزی های مهیب،جابه جایی فصل ها وگرم شدن فصول سرد برخی از عوارض تغییر اقلیم است.ایران دارای ویژگیهای جغرافیایی متنوعی است که از کوهستانهای بلند وپهناور تابیابان های خشک ووسیع را شامل می شود.همچنین موقعیت جغرافیایی ایران به دلیل قرارگرفتن در منطقه استراتژیک بین شرق وغرب اهمیت زیادی دارد.صنعت گردشگری در ایران از ظرفیتهای بسیار بالایی برای رشد وگسترش برخوردار است.براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری ایران رتبه دهم جاذبه های باستانی وتاریخی ورتبه پنجم جاذبه های طبیعی را در جهان دارا است. به نظر کارشناسان، این صنعت از توسعه ای که شایسته آن است برخوردارنبوده است واز دلایل آن میتوان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب در ایران برای جذب سرمایه گذاری در ساخت هتل وسایر صنایع جانبی این حوزه اشاره کرد. بی خبر بودن سرمایه گذاران از زمینه های موجود درایران وتبلیغات ضعیف ونیز انتشار اخبار منفی وپاره ای ازمحدودیت ها از دیگر موانع در راه رشد گردشگری در ایران است. در حال حاضر سهم ایران از درآمد جهانی صنعت گردشگری بسیار ناچیز است.

طرح مساله: یکی از جاذبه های گردشگری رودخانه ها هستند وبه دلیل وجودآب ،خاک مناسب وپوشش گیاهی غنی ازجمله اکوسیستم های طبیعی پایدار به شمار می ایند.تفریح وتفرج در حاشیه آنها ازقدیم الایام یکی ازتمایلات بشربوده وهست. لذا اخیرا مسولین کشور به برنامه ریزی وساماندهی مسیل ها ورود دره ها درقالب تفرجگاه های طبیعی توجه بسیارکرده اند. با طراحی کل مجموعه به صورت یک اکوسیستم طبیعی با توجه به تقسیم بندی های محیطی ،افزایش آگاهی عمومی ازمحیط زیست می توان در (۳) مقوله۱. گردشگری( خدمات رفاهی وتفریحی )۲.اشتغال (رونق دادن زمین های بایر،کشاورزی ،تولیدغذا وتولید چوب وغیره) ۳.حفظ محیط زیست واقلیم (درجهت تولید اکسیژن وجذب دی اکسید کربن) به نتایجی در راستای برنامه ریزی وطراحی به حفظ

واحیای اکوسیستم های طبیعی پرداخته وبا بهره گیری ازآنها وعدم تجاوز به طبیعت وسیستم های طبیعی تا حد امکان به رفع نیازهای روحی ،جسمی،فرهنگی،اجتماعی وغیره انسان همراه با طبیعت پرداخت.

## محدوده مورد مطالعه :

حوضه رودخانه زاینده رود ۴۱۵۰۰ کیلومتر مربع است. رودخانه زاینده رود بزرگترین و پرآبترین رودخانه فلات مرکزی ایران است که ازکوههای زاگرس مرکزی سرچشمه می گیرد ودر کویر مرکزی ایران به سمت شرق پیش می رود تا در نهایت به تالاب گاوخونی برسد. این رودخانه با ۳۶۰ کیلومتر طول ازاستان های چهارمحال وبختیاری ،لرستان،اصفهان،یزد وشهرستانهای کوهرنگ ،فارسان،بن،سامان،چادگان،لنجان،اصفهان،فلاورجان،خمینی شهر ومبارکه عبور می کند. زاینده رود یکی ازبزرگترین رودخانه های ایران است که در مرکز کشوریعنی استان اصفهان ازغرب به شرق جریان داردورگ حیاتی وعامل اصلی سرسبزی وحاصلخیزی اصفهان محسوب می شود.زاینده رود چند سرچشمه مختلف داردو در نهایت به تالاب گاوخونی در ۱۴۰ کیلومتری اصفهان و۳۰ کیلومتری شهرستان ورزنه درمجاورت تپه های شنی سرازیر می شود.

### رودخانه ها به عنوان یک فرصت در حوزه گردشگری:

رودخانه هاازجمله مهمترین عناصرطبیعی بوده که همواره مسئولین برای به وجود آوردن فضای سبز شهری به منظور آرامش وآسایش شهروندان موردتوجه قرارداده اند. اغلب شهرهای شمالی ایران ازاین موهبت طبیعی برخوردارند ولی به دلیل عدم نگاه مناسب وعدم ساماندهی حاشیه رودها این فضاها به صورت زباله دان ونخاله دان شهری درامده اند که بسیاری ازمعضلات شهری راسبب می شوند. رودخانه های شهری به عنوان یکی از عناصر ساختاراکولوژیکی شهر می توانند نقش موردی در جهت ایجاد تعادل میان انسان با طبیعت وفضای انسان ساخت شهروجذب توریست وگردشگر ایفا کند.درحال حاضر بستر بسیاری ازرودخانه های شهری وحریم آن به جای انکه به عنوان یک فضای شهری دلپذیر مورد استفاده قرار گیرد بعنوان یک فضای زائد ، غیر قابل استفاده ،ناامن ، متروکه وبازمانده شهری به حساب می آید. رودخانه های درون شهری یک عنصرمهم منابع محیط زیست وکریدورهای طبیعی شهر محسوب می شوند. این دسته از عوامل طبیعی درفراهم کردن منابع زیست محیطی شهر وشادابی وسر زندگی محیط نقش موثری دارند. بدین ترتیب لزوم حفظ واحیای رودخانه های درون شهری وجلوگیری از ساخت وسازهای بی رویه درحاشیه آنها وطراحی اکولوژیکی با حداقل میزان توسعه ی انسانی در حاشیه مسیل به روشنی برما آشکار می شود.لازم به ذکر است حد فاصل بین رودخانه وشهر یک محیط بسیارحساس وشکننده است که عدم توجه به ظرفیتهای آن می تواند به نابودی رودخانه واکوسیستم آن منجر گردد. حفظ واحیای این قبیل امکانات درشهر علاوه بر بالابردن سطوح طبیعی در شهرها به مکانی برای جذب مردم به منظوراوقات فراغت بدل خواهد شد وعلاوه بر ارتقای کیفیت محیط طبیعی ومنظر شهری به ارتقای سطحی امنیتی ،فرهنگی، بهداشتی وتفریحی کمک فراوان خواهد کرد.

### منابع اب در ایران

ایران سرزمینی کوهستانی است که دو رشته کوه البرز با جهت گیری شرقی–غربی و رشته کوه زاگرس با جهت گیری

شمال غربی–جنوب شرقی در آن قرار گرفته اند.این دو رشته کوه همانند دیوارهای مانع رسیدن ابرهای باران زا از شمال

و غرب کشورمی شوند و به همین دلیل نیز بخش اعظم کشور را مناطق خشک و نیمه خشک تشکیل می دهد. کمبود منابع

آبی همواره به عنوان یک عامل محدود کننده فعالیتها در کشور مطرح بوده است .با توجه به روند رشد جمعیت در کشور و تشدید نیاز بخش های مختلف به افزایش مصرف آب بخش شهری، روستایی و صنعتی اجتناب ناپذیر خواهد بود. آب در فرآیند توسعه اقتصادی،اجتماعی و فرهنگی کشور نقش عمده و کلیدی دارد. بر اساس پیش بینی ها اگر جمعیت کشور ما تا سال ۱۴۰۰ به ۱۰۰میلیون نفر می رسید نیاز غذایی این جمعیت حداقل۱۴۰میلیون تن در سال است و اگر بخواهیم با توجه به وضعیت فعلی استفاده از آب،این مقدار را تامین کنیم،حداقل به۱۶۱میلیارد متر مکعب نیاز داریم. . بر اساس مطالعات سازمان بین المللی مدیریت آب، ایران در بین۲۲۶کشور از نظر بحران آبی، در رده۲۲ قرار دارد، که این نشان دهنده وضعیت نامناسب ایران است.

**اهمیت آب:**

آب یکی از اساسی ترین عناصر زیست است. برخورداری از آب سالم برای نیازهای انسانی از عوامل اساسی و به منزله عامل تمدن شناخته شده است، به طوری که همواره مورد احترام جوامع بوده و رودخانه های مختلف در سراسر جهان، نزد جمعیت های ساکن در آن نواحی اهمیت زیادی داشته ومورد تقدس بوده است. اهمیت آب و نقش حیاتی آن در زندگی انسان و حیوان و نباتات و محیط زیست آنقدر روشن است که نیاز به دلیل و برهان ندارد. با وجود پیشرفت های شگفت آوری که در زمینه های مختلف حیات بشر صورت گرفته است آب همچنان اهمیت خود را به عنوان منبع اصلی تامین انرژی و نیز تولیدمحصولات کشاورزی حفظ کرده است .هم چنین آب مهمترین عامل ایجاد جوامع بشری و بقای آن، در طون تاریخ بوده است. این ماده زندگی ساز در طول تاریخ زندگی انسان اهمیت یکسانی نداشته است .. در سطح ملی سهم زیادی از سرمایه گذاری ها صرف زیر ساخت ها و امورزیر بنایی و بهبود مدیریت منابع آب می شود که بیانگر اهمیت بخش آب در سطح ملی است.

آب و فراهم‌کردن پایدار آن برای مصارف کشاورزی، صنعت و شرب در نواحی خشک و نیمه‌خشکی مثل ایران یکی از مهم‌ترین اولویت‌های دولتمردان باید باشد .ایران اکنون با چالش‌های زیست‌محیطی فزاینده‌ای مواجه است که در حال حاضر برای ثبات کشور در بلندمدت بسیار خطرناک‌تر از تهدید دشمنان خارجی یا منازعات سیاسی داخلی محسوب می‌شود. طبق گزارش «سازمان جنگل‌ها، مراتع، و آبخیزداری ایران» که در اواسط سال ۲۰۱۳ منتشر شده بود، بیش از دوسوم خاک ایران ـ در حدود ۱۱۸ میلیون هکتار ـ به‌سرعت در حال تبدیل‌شدن به بیابان است. عیسی کلانتری، مشاور رئیس‌جمهور وقت در گفت‌وگویی با روزنامه «قانون « هشدار داده بود که «مشکل اصلی ای که ما را تهدید می‌کند و از اسرائیل، و آمریکا و دعواهای سیاسی و غیره خطرناک‌تراست...این است که فلات ایران دارد غیرقابل سکونت می‌شود...اگر وضعیت اصلاح نشود، ایران ۳۰ سال دیگر کشور ارواح می‌شود». وی در این مصاحبه به شرح آینده هشدارآمیز دریاچه‌های خشک‌شده و سفره‌های خالی آب‌های زیرزمینی می‌پردازد که احتمالاً میلیون‌ها ایرانی را وادار به ترک محل سکونت خود خواهد کرد. طبق شاخص عملکرد زیست‌محیطی سال ۲۰۱۲ که از سوی دانشگاه کلمبیا انجام شد و ۲۲ فاکتور محیطی چون منابع آب، آلودگی هوا، تنوع زیستی و تغییرات آب‌وهوایی را مورد بررسی قرار داده بود، ایران از میان ۱۳۲ کشور مورد مطالعه، در جایگاه ۱۱۴ قرار گرفت (میشل و آینده‌بان، ۲۰۱۵.(

بر اساس پژوهش «گروه تحقیقاتی آینده‌بان» که ۱۰۰ مشکل و مسئله اساسی جامعه ایران در سال ۱۳۹۶را فهرست کرده است، مسئله دوم (بحران آب)،مسئله هشتم (پیامدهای بحران آب)، مسئله سی‌وسوم (نزاع‌های آب بر سر انتقال آب در داخل ایران و با

کشورهای همسایه و مسئله سی‌ونهم (آلودگی‌های آب) به طور مستقیم به موضوع آب مربوط هستند .این امر به‌خوبی بیانگر اولویت بحران آب و لزوم رسیدگی دولت به آن است.

**راهکارهای مدیریت آب**

_ فرهنگ سازی در زمینه مصرف بهینه آب

_آموزش برای مصرف وتغییر سبک زندگی

_مدیریت اکوسیستم ها

_بهبود زیرساخت های توزیع

_تدوین ووضع سیاست ها ومقررات بهتر

_تولید نیروگاه های آب شیرین کن با مصرف بهینه انرژی

_بهبود در شیوه های آبیاری وکشاورزی

_ابداع فناوری های جدید صرفه جویی آب

_استانداردسازی کشاورزی و آبیاری

_مدیریت بحران آب در ایران با بازیافت فاضلاب

_ مدیریت منابع آبی با تصفیه آب

_ اصلاح تاسیسات آبرسانی

_جداسازی آب شرب و غیر قابل شرب

مدیریت یکپارچه منابع آب :

مدیریت یکپارچه منابع آب فرایندی است که توسعه هماهنگ ومدیریت آب ، زمین ومنابع مربوطه را به منظور به حداکثررساندن رفاه اقتصادی واجتماعی به صورت عادلانه بدون به خطر انداختن پایداری اکوسیستم های حیاتی ،افزایش می دهد لذا مدیریت یکپارچه منابع آب در حوضه آبریز زاینده رود بسیار ضروری است . زیبایی طبیعی منطقه وتنوع زیستی آن وجذب قابل توجه گردشگر وجمعیت بالای ساکن در این حوضه از راهکارهای مدیریت یکپارچه منابع آبی بهره مند خواهند شد.زاینده رود نمونه بارزی از دغدغه های انسانی وزیست محیطی در ایران ونیزخاورمیانه بوده که در اقلیمی خشک با کمبود آب دست به گریبان است.پیش شرط لازم جهت اجرای مدیریت یکپارچه منابع آب ، آگاهی نقش آفرینان اصلی دراستان ها وبخش های مختلف ونیز

موسسات ملی از این امر می باشد که نه تنها می بایستی بر یک قایق سوار شوند بلکه باید در یک جهت پارو بزنند .مدیریت یکپارچه منابع آب ایجاب می نماید که توافقات لازم درخصوص راهکارها وهمکاری ها در راستای نیل به اهداف مشترک ، هماهنگ گردند. استفاده از تجربیات ارزشمند کشورهای دیگر وهمینطور موسسات علمی وشرکت های متخصص دراین زمینه بسیار مفید است.

**گردشگری پایدار:**

سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل ، گردشگری پایداررا این گونه تعریف می کند: گردشگری که تاثیرات اقتصادی ،اجتماعی زیست محیطی فعلی وآینده خود را کاملا درنظر می گیرد وبه نیازهای بازدیدکنندگان ،صنعت ، محیط زیست وجوامع میزبان توجه می کند . این میتواند شامل محدود کردن تعداد گردشگران وممنوعیت حمل ونقل آلاینده ها باشد. گردشگری پایدار یکی از راه های کمک به محافظت ازکشورها واقتصادهای در معرض خطر در برابر بحران آب وهوایی است وهمچنین یکی از اهداف توسعه پایدار سازمان ملل است. توسعه پایدار گردشگری توسعه ای است که در آن توازن وتعادل ، حفظ ارزشها وکیفیت اخلاقیات واصول اقتصادی ونیزمزیت های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده وکوشش می شود تا توسعه ای متعادل وهمه جانبه جایگزین توسعه صرفا اقتصادی گردد.

دربحث زیست محیطی گردشگری پایدار آنچه باید مورد توجه قراربگیرد:

_ استفاده های مجاز وپایدار ازطبیعت ومحیط زیست

_ برنامه ریزی برای کاهش آسیب های زیست محیطی

_ کاهش استفاده از منابع تجدید ناپذیر

_ حفظ تنوع زیست محیطی وتوجه به اکوسیستم ها

_ تخریب نکردن کاربری های زمینی درحوزه طبیعی  وآسیب نرساندن به آنها

_ جلوگیری از آلودگی آب وهوا

_ کنترل شاخصهای زیست محیطی مثل آلودگی ها وسطوح بیابانی وآبی

_ تدوین برنامه مدیریتی پایدار

## تجزیه وتحلیل :

امروزه تغییرات آب وهوایی وعوامل انسانی چالش های جدیدی را پیش روی تصمیم گیران وساکنان قرارداده به طوری که رشد مداوم جمعیت ، توسعه صنعتی استان اصفهان وهمچنین توسعه مناطق کشاورزی ، فشاربرمنابع آب را افزایش داده است. علاوه براین منطقه دردو دهه اخیر از دوره های خشکسالی پیاپی وشدیدی رنج می برد که این مساله باعث تشدید وضعیت منابع آب

ازلحاظ کمی وکیفی شده است .یکی ازاین پیامدها ،افزایش تنش بین استانهای مجاور رودخانه وکاربران آب می باشد که تصمیم گیران درسطوح ملی ومنطقه ای با آن مواجه هستند .تا چند سال پیش دورنمای شهراصفهان به لحاظ وفور آب درزاینده رود جذاب وپل های تاریخی ومادی ها برای جذب گردشگران واهالی از هرسن وسالی بسیارمناسب بود. گونه های مختلف پرندگان مهاجر مثل فلامینگوها جهت سپری کردن زمستان به اطراف تالاب گاوخونی وحتی نواحی شهری می آمدند. به تدریج با افزایش شکاف بین منابع وتقاضای آب ، ذینفعان بخش آب به رقابتی فشرده تر می پردازند. کشاورزان به لحاظ عدم اطمینان از آینده خود می پرسند که آیا برای کشاورزی آب کافی خواهم داشت ؟ آیا می توانم غذای خانواده ام را تامین کنم ؟ آب شرب وصنعت نیز در معرض تهدید قرار دارند . تا به امروز صنایع در حوضه آبریز وابسته به منابع آبی شیرین برای اهداف گوناگون وتقاضای آنها همگام با رشد صنعتی روبه فزونی بوده است .به طورکلی زاینده رود تامین کننده اصلی آب آشامیدنی در منطقه می باشد. نابودی رودخانه زاینده رود برای کل منطقه نه تنها ازلحاظ اقتصادی بلکه ازمنظراجتماعی ، بهداشت واکولوژیکی یک فاجعه محسوب می گردد. این شرایط درطول سالیان متمادی شکل گرفته است وبه طورقطع یک شبه قابل حل نیست وعزمی راسخ وملی می طلبد.

## نتیجه گیری:

آب وهوای ایران به طورکلی متنوع است وبه دلیل موقعیت جغرافیایی ووسعت زمینی کشور، انواع مختلفی ازآب وهوا در ایران دیده می شود.قسمت اعظم کشورما درچند سال اخیر تحت تاثیر خشکسالی قراردارد. در حوضه زاینده رود این پدیده به وضوح دیده می شود.مهم ترین ایستگاه حوضه (ایستگاه کوهرنگ) درچند سال اخیر با کاهش بارش مواجه بوده است.طبق بررسی های اقلیمی خشکسالی نقش موثری درکاهش ضریب جریان حوضه ودبی پایه آن دارد .آثار زیان بار این خشکسالی ها در اثر فاکتورهای مدیریتی ودخالتهای انسانی تشدید شده که با توجه به غیر قابل پیش بینی بودن ولی تکرارپذیری آن به ویژه درفرایند گرمایش جهانی درحوضه آبی زاینده رود پیشنهاد می شود درراهبردهای مدیریت منابع آب حوضه زاینده رود تجدید نظر جدی صورت گیرد. محدوده مورد مطالعه دارای پتانسیل جذب گردشگراست وبا مدیریت صحیح می توان به ارتقاء وتوسعه صنعت گردشگری دراین منطقه امیدواربود.

## منابع:


۱. سالمی ، حمیدرضا وحیدری ، نادر . ارزیابی منابع ومصارف آب در حوزه آبریز زاینده رود
۲. پایگاه داده های زاینده رود به کوشش ناصرحاجیان و پوریا حاجیان
۳. سالنامه آماری آب کشور ۱۳۹۲-۱۳۹۳ ، وزارت نیرو ، ص ۹۴
۴. علیجانی ، بهلول .آب وهوای ایران . ۱۳۷۴ انتشارات سمت
۵. قبادیان ، عطاءالله ، سیمای طبیعی فلات ایران درارتباط با بهره برداری کشاورزی
۶. بهرام ، غلامرضا . جغرافیای تاریخی زاینده رود . ۱۳۶۹
۷. شرکت مدیریت منابع آب ایران (صفحه ۲۸)

۸. بیرقدار، محمدعلی . سازمان جهانی هواشناسی وتغییر اقلیم ، شماره ۲۶ ، تابستان ۱۳۷۴
۹. سایت شرکت مدیریت منابع آب ایران ، ۱۳۹۶

Alen.R. (2002) . coping with water scarcity : The governance challenge .policy

Yang .D. Lic . (2004) . Analysis of water resources variability in the yellow river of china during the last

# بحران آب و چالش های پیش روی صنعت جهانگردی وتوسعه پایدار با تاکید بر کشور ایران

محسن نوری

## ۱. مقدمه

آب یکی از بزرگترین چالش های قرن حاضراست که می تواند سرمنشا بسیاری از تحولات مثبت و منفی جهان قرار گیرد. خلا بین توان تامین آب و شدت تقاضا، بحران آفرین است، بنابراین افزایش تقاضا برای آب در قرون اخیر فشار بیشتری روی منابع آب وارد می کند و سیاستمداران مجبور خواهند بود مسایل مربوط به آب را در راس برنامه های خود قرار دهند . سلامتی انسان بیش از هر چیز به آب سالم و بهداشتی بستگی دارد و اساسا حیات انسان در گرو وجود آب سالم می باشد. از مجموع کل آب های جهان ۹۷درصد آن را آب شور دریاها و اقیانوس ها تشکیل می دهد که به دلیل شوری،در عمل قابل استفاده نیستند. ۳درصد شیرین است که بین یخچالهای طبیعی ویخ ها گیر افتاده است و کمتر از ۱ درصد آب شیرین در رودخانه ها و دریاچه ها جریان دارد . (محمودی،۱۳۷۸: ۲۷ ) در واقع، حیات آدمی وابسته به همین مقدار ناچیز آب است. ملاحظه می شود به رغم اینکه بخش بیشتر سطح زمین پوشیده از آب است، تنها بخش ناچیزی از آن برای بشر قابل استفاده بوده و در واقع، تمام برنامه ریزی های بشتر باید با توجه به این محدودیت ها صورت پذیرد.مدیریت صحیح و متناسب بر اساس منابع طبیعی موجود،ضرورتی مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است. ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی به عنوان یکی از کشورهای خشک ونیمه خشک شناخته شده واین مساله مخصوصا در بخش های شرقی ومرکزی بیشتر دیده می شود .اگر متوسط بارش در دنیا حدود ۸۶۰ میلیمتر است درکشور ما این میزان به حدود ۲۴۰ میلیمتر می رسد و این یعنی کمتر از یک سوم آمار جهانی . علاوه براین دردودهه اخیر با مشکل خشکسالی مواجه هستیم . رشد جمعیت و افزایش مصرف آب از دیگر مواردی است که باعث تشدید بحران آب در ایران شده است . عدم رعایت استانداردها در کشاورزی وبخش صنعتی وحتی زندگی شهری همگی باعث شده تا مصرف آب در ایران بی رویه وغیر قابل مقایسه باسایر کشورها باشد .( دستورالعمل پایش کیفیت آبهای سطحی،۱۳۸۶: ۲۴۳)

## ۲. روش شناسی تحقیق

آب از منابع پایدار برای توسعه کشور می باشد.در ایران سرانه آب تجدید شونده با افزایش جمعیت کاهش می یابد و از نظر معیارهای جهانی به مرز بحران نزدیک می شود. بهره برداری از منابع آب و جلوگیری از آلودگی منابع تجدید شونده از چالش های مهم کشور برای توسعه ملی می باشد. بر اساس تحقیقات سازمان ملل منابع قابل استفاده آب ایران از دو هزار میلیارد متر مکعب درسال ۱۹۹۰ به۷۲۶تا ۸۶۰ میلیارد متر مکعب در سال ۲۰۲۵ کاهش خواهد یافت. و از ایران به عنوان یکی از بزرگترین کشورهای درگیر بحران آب در آینده نام برده می شود. با توجه به برنامه ریزی های به عمل آمده تاسال ۱۴۰۰،جمعیت کشور به۱۲۰میلیون نفر خواهد رسید که نیاز غذایی این جمعیت حداقل۱۲۰میلیون تن در سال است و اگر بخواهیم با توجه به وضعیت فعلی استفاده از آب،این مقدار را تامین کنیم،حداقل به۲۶۰آب نیاز داریم اما پتانسیل آب قابل استحصال کشورحداکثر۱۳۰ میلیارد متر مکعب است .با توجه به روند صعودی افزایش جمعیت،کاهش نزولات جوی و محدودیت منابع آب و منابع طبیعی در دهه های اخیر،بخصوص در کشورهای در حال توسعه،آب تبدیل به مهمترین کالای استراتژیک شده و یکی از روش هایی که به منظور کاهش مصرف آب و بهینه سازی استفاده از منابع کنونی مد نظر قرار میگیرد تجارت آب مجازی می باشد.

(روستا،۱۳۸۹: ۱۳۶) در حوزه دانشگاهی مقالات زیادی در مورد بحران آب از دیدگاه‌های گوناگون نوشته شده است که بیانگر اهمیت موضوع است؛ برای مثال محمدی کنگرانی و رفسنجانی‌نژاد در مقاله‌ای با عنوان « بررسی ساختار قدرت در شبکه سیاست‌گذاری و مدیریت آب در برنامه چهارم توسعه جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه می‌رسند که توزیع قدرت میان نهادهای بخش آب به‌خوبی صورت نگرفته و ارتباط محکمی بین نهادهای تصمیم‌گیرنده و اجرایی در بخش آب وجود ندارد .اسماعیلی‌فرد و کاوه فیروز در مقاله‌ای با عنوان «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری آب در ایران» به این موضوع رسیده‌اند که علت وضعیت کنونی آب فراتر از ضعف‌های بخشی، معطوف به سطح مرجعیت و فلسفه و دکترین است که بر مبنای احترام به طبیعت و توسعه پایدار شکل نگرفته است. اقبالی در مقاله‌ای با عنوان «بحران آب: چالش‌ها و راهکارها» می‌گوید که کشور ما به لحاظ اقلیم و منابع آب موجود برای توسعه کشاورزی فاقد مزیت اقتصادی است و سیاست‌ها باید به توسعه بخش‌های کم‌آب‌بر مثل صنعت، خدمات و فناوری اطلاعات تغییر اولویت دهد.( هدایتی،۱۳۹۳: ۵۴-۴۹ )

**مدیریت منابع آب و توسعه پایدار**

اهمیت ونقش حیاتی آب درزندگی انسانی ، حیوانی ، نباتی ومحیط زیست بقدری روشن است که نیاز به بررسی واستدلال ندارد. بیشتر وسعت کشور ایران در منطقه خشک ونیمه خشک قرار گرفته است ولذا با توجه به وضعیت اقلیمی کشور لازم است بررسی وضعیت منابع آبی کشور با دقت گزارش شود واطلاعات مورد نظر باتوجه به خشکسالی ها وافزایش مصرف آب درسالهای اخیر ارائه گردد. دربسیاری موارد، میزان بارش سالانه به طور میانگین حدود ۴۰۰ میلیارد مترمکعب در سال گزارش شده وگفته می شود که نزدیک به ۲۷۰ میلیارد مترمکعب آن به صورتهای مختلف ازجمله تبخیر ازدسترس خارج شده وحدود ۱۳۰ میلیارد مترمکعب آن آبهای تجدید پذیر ، آبهای سطحی وزیرزمینی می باشند که از این مقدار نزدیک به ۹۲ میلیارد مترمکعب به صورت جریانهای سطحی درکشورجاری شده وحدود ۳۸ میلیارد مترمکعب سفره های آب زیرزمینی را تغذیه می نماید(درخور ومیرهاشمی،۱۳۸۷: ۱۶۳).از مشکلات اساسی ، برداشت غیرمتعارف از منابع آبهای زیرزمینی می باشد که بیش از مقدار تغذیه سالانه است. درسالهای اخیر باتوجه به بروزخشکسالیها ، سرانه آب قابل دسترس روند کاهشی را نشان می دهد.

با وجود پیشرفت های شگفت آوری که در زمینه های مختلف حیات بشر صورت گرفته است آب همچنان اهمیت خود را به عنوان منبع اصلی تامین انرژی و نیز تولیدمحصولات کشاورزی حفظ کرده است .هم چنین آب مهمترین عامل ایجاد جوامع بشری و بقای آن، در طون تاریخ بوده است. این ماده زندگی ساز در طول تاریخ زندگی انسان اهمیت یکسانی نداشته است .. در سطح ملی سهم زیادی از سرمایه گذاری ها صرف زیر ساخت ها و امورزیر بنایی و بهبود مدیریت منابع آب می شود که بیانگر اهمیت بخش آب در سطح ملی است.

آب و فراهم‌کردن پایدار آن برای مصارف کشاورزی، صنعت و شرب در نواحی خشک و نیمه‌خشکی مثل ایران یکی از مهم‌ترین اولویت‌های دولتمردان باید باشد .ایران اکنون با چالش‌های زیست‌محیطی فزاینده‌ای مواجه است که در حال حاضر برای ثبات کشور در بلندمدت بسیار خطرناک‌تر از تهدید دشمنان خارجی یا منازعات سیاسی داخلی محسوب می‌شود. طبق گزارش «سازمان جنگل‌ها، مراتع، و آبخیزداری ایران» که در اواسط سال ۲۰۱۳ منتشر شده بود، بیش از دوسوم خاک ایران ـ در حدود ۱۱۸ میلیون هکتار ـ به‌سرعت در حال تبدیل‌شدن به بیابان است. عیسی کلانتری، مشاور رئیس‌جمهور وقت در گفت‌وگویی با روزنامه «قانون « هشدار داده بود که «مشکل اصلی‌ای که ما را تهدید می‌کند و از اسرائیل، و آمریکا و دعواهای سیاسی و غیره خطرناک‌تراست...این است که فلات ایران دارد غیرقابل سکونت می‌شود...اگر وضعیت اصلاح نشود، ایران ۳۰ سال دیگر کشور ارواح می‌شود». وی در این مصاحبه به شرح آینده هشدارآمیز دریاچه‌های خشک‌شده و سفره‌های خالی آب‌های زیرزمینی می‌پردازد که احتمالاً میلیون‌ها ایرانی را وادار به ترک محل سکونت خود خواهد کرد. طبق شاخص عملکرد زیست‌محیطی سال ۲۰۱۲ که از سوی دانشگاه کلمبیا انجام شد و ۲۲ فاکتور محیطی چون منابع آب، آلودگی هوا، تنوع زیستی و تغییرات آب‌وهوایی را مورد بررسی قرار داده بود، ایران از میان ۱۳۲ کشور مورد مطالعه، در جایگاه ۱۱۴ قرار گرفت .

بر اساس پژوهش «گروه تحقیقاتی آینده‌بان» که ۱۰۰ مشکل و مسئله اساسی جامعه ایران در سال ۱۳۹۶را فهرست کرده است،

مسئله دوم (بحران آب)،مسئله هشتم (پیامدهای بحران آب)، مسئله سی‌وسوم (نزاع‌های آب بر سر انتقال آب در داخل ایران و با کشورهای همسایه) و مسئله سی‌ونهم (آلودگی‌های آب) به طور مستقیم به موضوع آب مربوط هستند . این امر به‌خوبی بیانگر اولویت بحران آب و لزوم رسیدگی دولت به آن است.(مهدی زاده،۱۳۳۴: ۱۵۵)

## ۳. نتایج و تجزیه و تحلیل

اولین بار براتلند،درکمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه، در گزارش خود با عنوان "آینده مشترک" از مفهوم پایداری استفاده کرد. از آن پس محققین بسیاری به تعریف آن پرداختند، وجه مشترک تمام این تعاریف، تامین نیازهای نسل حاضر و نسل های آینده با حفظ حقوق آنها و درعین حان حفظ انسجام فرهنگی،اکولوژی و هیدرولوژی جوامع است. بر اساس استراتژی حفاظت جهانی، که در سال ۱۹۸۰ پایه گذاری شد،توسعه هنگامی پایدار است که منابع حفظ شده و سیاست های توسعه و حفاظت در راستای یکدیگر قرار گیرند. حفاظت و استفاده بهینه از منابع آب،از اصول توسعه پایدار هر کشور می باشد. آب های سطحی جاری یا رودخانه ها از مهمترین منابع آب هستند که نقش مهمی در تامین آب مورد نیاز فعالیت های مختلف مانند: کشاورزی،صنعت،شرب و تولید برق دارند. بسیاری از برنامه ریزی های منابع آب در کشورهابر اساس پتانسیل بالقوه منابع آب سطحی می باشد.سیستم های پایدار منابع آب، به گونه ای طراحی و مدیریت می شوند که به نیازهای جامعه در زمان حال و آینده نامحدود کامل پاسخ می دهند و در عین حان انسجام فرهنگی،اکولوژی و هیدرولوژی آنها را حفظ می نمایند. تعریف مدیریت منابع آب، بسته به استفاده های متنوع از این منابع با ارزش از قبیل: تولید نیرو،آب رسانی(کشاورزی،صنعت ومسکونی) و اکولوژی متغیر است. بیشتر این استفاده ها مستلزم این امر هستند که مدیریت سیستم های منابع آب دربرگیرنده کنترل، بهبود یا حفاظت کمیت و کیفیت آب موجود باشد.مدیریت منابع آب در کشور ما و استفاده‌کنندگان آن شامل نهادها و سازمان‌های دولتی و بخش‌هایی از جامعه مثل کشاورزان و صنایع آب بر است که هرکدام از آن‌ها بنا به دلایلی در موضوع آب و نحوه مدیریت آن حساس یا تصمیم‌گیر هستند. سازمان‌هایی مثل وزارت نیرو متولی تأمین آب در کشور هستند و نسبت به چگونگی مصرف و کاهش مصرف آب حساسیت‌های اقتصادی دارند. وزارت جهاد کشاورزی برای توسعه کشاورزی و نیز سیاست خودکفایی در مواد غذایی نیازمند آب بیشتر و ارزان‌تر است. شورای عالی آب، مسئولیت هماهنگی نهادهای دخیل در امر آب را دارد، ولی بیشتر به حل تعارضات نهادهای ذی‌ربط آب می‌پردازد و سیاست‌گذاری مناسب برای حل بحران آب ندارد. سازمان محیط زیست نیز دارای دغدغه‌های زیست‌محیطی ناشی از کمبود و مصرف حقابه محیط زیست توسط عامل انسانی است. بنابراین چهار کنشگر اصلی بحران منابع زیرزمینی آب در ایران عبارت‌اند از: شورای عالی آب، وزارت نیرو، وزارت کشاورزی و سازمان حفاظت محیط زیست.(WCED,2010,185 )

سیاست‌های وزارت کشاورزی درباره آب : وزارت کشاورزی یکی از نهادهایی است که ۹۰ درصد آب کشور در حوزه مسئولیت آن، یعنی کشاورزی، مصرف می‌شود. حوزه کشاورزی کشور با بیشترین مصرف آب در کشور در مواجهه با بحران آب می‌تواند نقش مهمی بازی کند؛ ولی به دلیل سیاست‌های در تعارض با توسعه پایدار در کشاورزی، در شرایطی قرار داریم که کشاورزی کشور یکی از متهمان اصلی بحران کنونی آب است. سیاست‌هایی مثل توسعه کشاورزی در مناطق کم‌آب، بدون توجه به محدودیت منابع آب، عدم مدیریت کشت، کشت محصولات با آب‌بری زیاد، کشت و آبیاری سنتی در بخش عمده کشاورزی کشور، هدررفت آب و بسیاری عوامل فنی دیگر باعث شده است که نسبت آب مصرفی در کشاورزی و بازده تولید محصول آن با معیارهای جهانی تفاوت قابل توجهی داشته باشد.

بیش از ۹۰ درصد از مصرف آب ایران در بخش‌های کشاورزی است. سیاست‌های دولت در خودکفایی غذایی و توسعه کشاورزی، میزان مصرف آب در بخش صنعت را افزایش داده است. به گفته محمد درویش، بوم‌شناس ایرانی، این روند به کمبود شدید آب دامن

زده است. کمبود آب، توسعه را محدود و عدم قطعیت در این صنعت را که یکی از بخش‌های بزرگ اقتصاد ایران است افزایش داده است. کشاورزی حدود ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۲۳ درصد از اشتغال در ایران را به خود اختصاص داده است. هرچه زمین‌های کشاورزی بیشتری غیرقابل کشت شوند، مهاجرت شهری و فشار بر صنعت نیز افزایش می‌یابد. بارش باران در ایران به مناطقی از شمال غرب، غرب و منطقه ساحلی شمال محدود می‌شود. بر اساس برآوردهای سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، سیستم‌های آبیاری برای حدود ۸۹ درصد از تولید محصولات کشاورزی در ایران استفاده می‌شود، ولی با وجود استفاده گسترده از آبیاری در تولید محصولات کشاورزی، بازده کلی بسیار اندک است. به گفته سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، بازده آبیاری ۳۳ درصد است و پتانسیل زیادی برای پیشرفت از طریق کاهش مصرف آب وجود دارد. آبیاری ناکارآمد، شوری زمین‌های کشاورزی را افزایش می‌دهد و اشباع آن‌ها از آب منجر به کاهش بهره‌وری و مشکلات بلندمدت در استفاده پایدار از زمین می‌شود .

مجید سیاری، معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی شرکت مدیریت منابع آب ایران، با بیان اینکه کشاورزی بزرگ‌ترین بخش مصرف‌کننده آب در ایران است، اظهار کرد: این در حالی است که بهره‌وری این بخش پایین و در حدود ۴۰ درصد است. این مقام مسئول ادامه داد: این موضوع نشان‌دهنده اهمیت برنامه‌ریزی و استفاده از اقدام‌هایی همچون کشاورزی گلخانه‌ای برای افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی است. وی از تعرفه و قیمت آب در ایران نیز انتقاد کرد و گفت: به طور نمونه می‌توانیم بگوییم در بخش کشاورزی هیچ هزینه‌ای برای آب پرداخت نمی‌شود و از این رو موضوع اصلاح الگوی مصرف و استفاده بهینه از آب نیز مورد توجه و اهمیت قرار نمی‌گیرد. سیاری ادامه داد: در موضوع چاه‌های آب نیز با دو معضل برداشت از آب‌های زیرزمینی در چاه‌های غیرمجاز و برداشت بیش از ظرفیت مجاز در چاه‌های مجاز روبه‌رو هستیم. ( نگاهی به وضعیت منابع آب در ایران وجهان،۱۳۸۷: ۱۷۲)

کمبود منابع آبی همواره به عنوان یک عامل محدود کننده فعالیتها در کشور مطرح بوده است .با توجه به روند رشد جمعیت در کشور و تشدید نیاز بخش های مختلف به افزایش مصرف آب بخش شهری، روستایی و صنعتی اجتناب ناپذیر خواهد بود. آب در فرآیند توسعه اقتصادی،اجتماعی و فرهنگی کشور نقش عمده و کلیدی دارد. بر اساس پیش بینی ها اگر جمعیت کشور ما تا سال ۱۴۰۰ به ۱۰۰میلیون نفر می رسید نیاز غذایی این جمعیت حداقل۱۴۰میلیون تن در سال است و اگر بخواهیم با توجه به وضعیت فعلی استفاده از آب،این مقدار را تامین کنیم،حداقل به۱۸۱میلیارد متر مکعب نیاز داریم. . بر اساس مطالعات سازمان بین المللی مدیریت آب، ایران در بین۲۲۶کشور از نظر بحران آبی، در رده۲۲ قرار دارد، که این نشان دهنده وضعیت نامناسب ایران است .

راهکارهای مدیریت آب( رحیمی،۱۳۷۵: ۸۶)

مدیریت بهترین واژه‌ای خواهد بود که می‌توانیم برای بحران به‌کار ببریم، زیرا کمبود آب چیزی نیست که ایران در آینده با آن روبه‌رو شود، بلکه همین الان در حال تجربه‌اش است. راهکارهای پیشگیری و مدیریتی که در ادامه می‌خوانید، کاربردی‌ترین روش‌های جلوگیری از هدررفت را آموزش می‌دهند:

بازیافت:

به خروجی آب‌های مصرفی در خانه‌ها و مراکز تجاری و تولیدی آب خاکستری می‌گویند. بازیافت و بازگرداندن آن به چرخه مصرف، کمک بزرگی به حل مسئله می‌کند. صنایع مختلف و کشاورزی می‌توانند با مصرف دوباره از این آب صرفه‌جویی قابل‌توجه و خوبی انجام دهند. یکی از موفق‌ترین کشورها در بازیافت، عمان است که توانسته کمبود آب را تا درصد قابل‌توجهی مدیریت و حل نماید. بازیافت می‌تواند از خانه‌ها آغاز شود؛ به‌عنوان‌مثال، آب مصرف شده در پخت‌وپز معمولاً دور ریخته می‌شود، درحالی‌که می‌توان در جاهای دیگری مانند آبیاری گلدان‌ها از آن استفاده کرد.( Yang,2004: 2004 )

تصفیه:

در مکان‌هایی که بحران آب در آن‌ها جدی است، مردم به‌ناچار از منابع تصفیه نشده استفاده می‌کنند. باکتری‌ها، میکروب‌ها و بیماری‌های حاصل از این مصرف، گاهی جبران‌ناپذیر می‌شود. بودجه‌بندی صحیح، کافی و نصب و به‌کارگیری دستگاه‌های تصفیه‌کننده

آب می‌تواند قدمی روبه‌جلو برای ارتقای سطح کیفی زندگی مردم این مناطق باشد. تصفیه تا حد قابل‌قبولی از مشکلات کم‌آبی را حل می‌کند.

آب‌شیرین‌کن:( فصلنامه مطالعات اوراسیای مرکزی، ۱۳۹۸: ۱۹۴)
ایران از شمال و جنوب به دریاهایی با آب‌شور و در مرکز و شرق به منابع آبی غیرقابل شرب می‌رسد. امروزه استفاده از تکنولوژی‌های آب‌شیرین‌کن، توانایی قابل شرب کردن بخش اعظمی از این منابع را دارند. متأسفانه هنوز بسیاری از این امکانات در کشور وجود ندارد یا به‌کار گرفته نمی‌شود. شیرین کردن آب‌شور دریا با روش‌های امتحان شده حرارتی، ترکیبی و غشایی، منابع طبیعی زیادی برای کشاورزی، کارخانه‌ها و واحدهای صنعتی ایجاد می‌کند.
تصحیح و مرمت ساختارهای آبرسان:
توجه به جزئیات و برداشتن قدم‌های کوچک، کمک‌های بزرگی در مدیریت بحران آب می‌کنند. در اکثر خانه‌ها، پارک‌ها و مراکز اداری و تجاری شیرآلات تعمیر نشده‌ای یافت می‌شود که در مجموع آب زیادی را هدر می‌دهند. تأسیسات آبرسان بین‌شهری هم از این مشکلات در امان نیستند و هدررفت زیادی دارند.
جداکردن آب شرب از مصرفی:
غیرمنطقی‌ترین نحوه مصرف در منطقه‌ای که با بحران و کمبود می‌جنگد، یکی بودن آب شرب و مصرفی است. کشورهای پیشرفته و نوآور از سال‌ها پیش، آب آشامیدنی را از مصرفی در شستشو و آبیاری جدا کردند. برای درک عمیق‌تر این مشکل، یک‌لحظه به آبی که در حمام‌ها راهی فاضلاب می‌شود، فکر کنید.
استفاده از ابزارهای فشار آب:
تجهیزات کاربردی وجود دارند که با نصب روی دوش‌ها و شیرآلات به هواسازی بیشتر کمک می‌کنند و فشار آب را افزایش می‌دهند. خریداری و استفاده از این ابزار، علاوه‌بر آب، در مصرف هزینه‌ها هم صرفه‌جویی ویژه‌ای صورت می‌گیرد.
افزایش نرخ‌ها توسط دولت
گرانی همیشه بد نیست و اتفاقاً در بعضی موارد، بسیاری از رویکردها را اصلاح می‌کند. قیمت ارزان آب و برق هر انگیزه‌ای برای صرفه‌جویی و استفاده بهینه را از بین برده است. با افزایش هزینه آب، مصرف‌کنندگان شهری نظارت جدی‌تری به عملکرد خود خواهند داشت و شاید دیگر شاهد افرادی با یک شلنگ در دست جلوی خانه‌ها نباشیم. بالارفتن مبلغ برق نیز کشاورزان را وادار به استخراج اصولی آب از منابع زیرزمینی می‌کند.
اصلاح کشاورزی:
بنیان و پایه‌های الگوهای کشت و محصولات کشاورزی نیاز به اصلاح و بازبینی‌های جدی دارد. مناطق مختلف باید از لحاظ دسترس‌پذیری به آب، مزایا و معایب کاشت محصولات متنوع، نوع و جنس زمین طبقه‌بندی شوند. نگاهی نو به کشت گلخانه‌ای، بهره‌بردن از بذرهای اصلاحی و آموزش کشاورزان از اقدامات مثبتی است که جای خالی آن‌ها به‌شدت احساس می‌شود.( Alen,2002,186)

**صرف منابع مالی و بودجه:**
کسری بودجه به‌دلیل تحریم‌ها و سیاست‌های خارجی، کشور را با مشکلات مالی فراوانی روبه‌رو کرده است. دغدغه‌های اقتصادی در سطح کلان باعث شده تا توسعه زیرساخت‌های محیط زیستی تقریباً فراموش شود. سرمایه‌گذاری و صرف هزینه در جنبه‌های مختلف منابع آبی، بحران را به طرز چشمگیری مدیریت خواهد کرد. نوسازی سیستم‌های آبرسانی شهری، خرید تجهیزات و استفاده از صنایع نوآور و فرهنگ سازی و آموزش از جمله مهم‌ترین راهکارهایی است که برای اجرا نیاز به منابع مالی و حمایت دولت دارند.
دستگاه‌های رسوب‌زدای الکترونیکی:

رسوب‌گیری لوازم و تجهیزاتی که در منزل و صنایع مختلف استفاده می‌شود از تأثیرگذارترین راهکارهای مدیریت آب است که هرکسی می‌تواند انجام دهد. استفاده از دستگاه‌های رسوب‌زدا در وسایلی که به طور روزمره از آن‌ها استفاده می‌کنیم، علاوه بر صرفه‌جویی در مصرف آب از تعمیرات پرهزینه‌ای در آینده هم جلوگیری می‌کند. دستگاه‌های رسوب‌زدای الکترونیکی والکترومغناطیسی جزء ارزان‌ترین و بهترین ابزاری هستند که در خانه‌ها و صنایع بزرگ به‌راحتی در دسترس و قابل خریداری است. بحران آب مسئله‌ای نیست که در آینده رخ دهد، بلکه موضوعی است که هم اکنون با آن درگیر هستیم. توجه نکردن و نادیده‌گرفتن راهکارهای مدیریتی در این زمینه، پشیمانی و صدمات جدی جبران‌ناپذیری برای همه در تمامی بخش‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به‌همراه خواهد داشت. یادگیری روش‌های نوین صرفه‌جویی و بهره‌بردن از آن‌ها در زندگی روزمره مثبت‌ترین عملی است که باید انجام شود. .غیر از موارد مذکور، موارد ذیل هم جهت مدیریت بهینه ی آب پیشنهاد می گردد:

_فرهنگ سازی در زمینه مصرف بهینه آب(علیزاده،۱۳۹۱: ۸۳)

_آموزش برای مصرف وتغییر سبک زندگی

_مدیریت اکوسیستم ها

_بهبود زیرساخت های توزیع

_تدوین ووضع سیاست ها ومقررات بهتر

_تولید نیروگاه های آب شیرین کن با مصرف بهینه انرژی

_بهبود در شیوه های آبیاری وکشاورزی

_ابداع فناوری های جدید صرفه جویی آب

_استانداردسازی کشاورزی و آبیاری

صنعت گردشگری مبتنی بر توسعه پایدار

امروزه گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ اقتصادی ، اجتماعی وفرهنگی برای کلان شهرها وشهرهای جهانی به وجود می آورد. آمارها نشان از اهمیت گردشگری وبالطبع توسعه گردشگری دارد.کارشناسان می گویند گردش مالی صنعت گردشگری جهانی در این سده از گردش مالی بخش صنعت فراتر می رود ودر چند سال آینده دست کم به چند تریلیون دلار خواهد رسید . برای اقتصاد هایی نظیر ایران ، این رقم قابل توجه است ومی تواند تمامی فعالیتهای اقتصادی را تحت تاثیر قرار دهد . با این وجود برای دستیابی به چنین درآمد قابل حصولی باید برنامه ریزی جامعی صورت گرفته و سرمایه گذاری های مناسب درزمینه های سخت افزاری ونرم افزاری این صنعت صورت پذیرد . کشور ایران با داشتن جاذبه های گردشگری (تاریخی ، طبیعی ، مذهبی ) به لحاظ عدم اتخاذ سیاستهای موثر در این بخش ، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد واین امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی – اجتماعی کشور که می تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد ، همچنان پابرجا بماند .(سمیعی،۱۳۷۶: ۷۴)

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مطالعات بین المللی نشان میدهد که در صورت تداوم روند فعلی بهره برداری از منابع آب تا سال ۲۰۵۰ نزدیک ۳۰ درصد از جمعیت جهان در معرض تنش آبی شدید قرار خواهند گرفت. بررسی های انجام شده در کشور ایران نیز نشان می دهد،که با توجه به ثابت بودن منابع آبی کشور، پایین بودن میزان بارش باران، افزایش جمعیت و سطح رفاه و بهداشت در صورت عدم اتخاذ سیاستهای مناسب و به هنگام مدیریت منابع آب کشور، رشد تقاضای آب وبه دنبان آن تشدیدشرایط کم آبی و بروز بحران آب دور از انتظار نیست. همچنین توزیع نا متقارن آب در نقاط مختلف کشور، گستره عظیم مناطق خشک و نیمه خشک و تمرکز جمعیتی در مناطق مرکزی کشور، در کنار راندمان پایین آب در بخش کشاورزی چالشهای جدی فرآروی حوزه آب است که تشدید بهره برداری از منابع آب زیرزمینی، خشک شدن و شور شدن منابع آب زیرزمینی را به دنبال خواهد داشت. یکی از استراتژی های موثر در زمینه مدیریت

منابع آب، مدیریت بهینه آب  بخصوص در بخش کشاورزی می باشد که به کاهش بی رویه مصرف آب، در کشورهایی که منابع آبی کمتری دارند کمک بسزایی میکند. بنابراین رهبران جهان در حوزه آب باید با اتخاذ تدابیر و سیاست و ارائه راهکار های مناسب و پیشنهادات ملتزم به مدیریت منابع و مصارف آب بپردازند. در کشور ما ایران نیز، باید با ارائه راهکارها و استراتژیهای  به هنگام، در جهت مدیریت مناسب و بهینه منابع آب گام بردارند.امروزه در هرکشوری ، اگرتوسعه گردشگری منطبق بر اصول گردشگری پایدار نباشد، میزان زیان حاصل ازآن کمتراز منافع مالی نخواهد بود. آب به عنوان عامل حیات وهسته اصلی گردشگری نقش زیادی درتوسعه این بخش دارد .تمام اشکال گردشگری به آب وابسته است .منابع آبی ایران حتما باید درهرگونه تصمیم وسیاست گذاری درزمینه توسعه گردشگری ایران مورد توجه ویژه قرار گیرند. نه تنها بسیاری از فعالیتهای گردشگری مستقیم به منابع آب وابسته است ،بلکه آب به طور غیرمستقیم شرط لازم برای توسعه سایر محصولات گردشگری است.

## منابع و ماخذ


۱.مهدی زاده ، ت. (۱۳۳۴).آب مجازی ،مفاهیم و مدیریت استراتژیک آن .جلد اول .ص۴۶.

۲.نگاهی به وضعیت منابع آب در ایران وجهان(۱۳۸۷).دفتر معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری.

۳.رحیمی ،ح. (۱۳۷۵). مشکل نا شناخته جهانی: بحران آب. پیک نور . . شماره۴. ص۱.

۴.درخور ،م.، فرجی راد ،ع.، و میر هاشمی، ع . (۱۳۸۷).. بحران آب و نتایج زیست محیطی آن در آسیای مرکزی.

۵.فصلنامه مطالعات اوراسیای مرکزی. شماره۱۴. بهار و تابستان۱۳۹۸.

۶.سمیعی، ر. (۱۳۷۶)ارزیابی چندمعیاره پروژه های منابع آب ازدیدگاه توسعه پایداردرایران

۷.دستورالعمل پایش کیفیت آبهای سطحی (جاری).(۱۳۸۶). معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور .نشریه شماره۱۴۴.فصل اول .ص۹.

۸.محمودی،ع.،زهتابیان، غ.، رستم پور، م.، و صادقی مزیدی ، ح .(۱۳۷۸).ملاحظات موجود در ادبیات آب مجازی به منظور مدیریت بحران آب در ایران .اولین کنفرانس بین المللی بحران آب . اسفند۱۳۷۸.دانشگاه زابل.

۹.روستا ،ف. (۱۳۸۹). تغییرات آب وهوایی و بحران جدی آب . همایش ملی مدیریت بحران آب .اسفند۱۹۱۱.

۱۰.هدایتی ، ز. (۱۳۹۳).از تنش آبی به بحران آب.گزارش وضعیت آب کشور .شماره۴.بهمن و اسفند

۱۱. علیزاده،ج. (۱۳۹۱). هیدروپلتیک هیرمند و تاثیر آن بر روابط سیاسی ایران و افغانستان .پایان نامه کارشناسی ارشد.

12.Yang D.,Lic ., Huleiz., Yang S.,Kusuda T ., Koik T ., Musiakek ,(2004):Analysis of water resources ۳. variability in the Yellow River of china during the last half century using historical data , Water Resoutce Research , vol 40

13.Alen .R.,(2002),Coping With Water Scarcity :The Governance Challenge .Policy Papers , In Stitute On Global Confictand Cooperation , UC Berkeley .Retriered November 14.

14.WCED (World Commission on Environment and Development), (2010) , Our Common Future, the Brundtland Report, Oxford University.

# مروری بر قابلیت‌های هوش مصنوعی در گردشگری پایدار

**وجیهه قربان نیا خیبری**، استادیار، گروه علوم و مهندسی محیط زیست، دانشکده منابع طبیعی و محیط زیست، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران

**محسن آرمین**، استادیار، گروه مهندسی طبیعت، دانشکده منابع طبیعی و محیط زیست، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران

## چکیده

توسعه پایدار و گردشگری ارتباط تنگاتنگی دارند به این معنی که فعالیت گردشگری که شیوه‌های پایدار را لحاظ نکند، ارزشمند نیست. یکی از الگوهای رایج گردشگری پایدار، اکوتوریسم است. اکوتوریسم به هر نوع فعالیتی اشاره دارد که منابع طبیعی و حیات وحش را بدون آسیب رساندن به محیط زیست غنی می‌کند. فناوری نقش مهمی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ایفا می‌کند. یکی از جدیدترین فناوری‌هایی که از پایداری پشتیبانی می‌کند، هوش مصنوعی است. فناوری هوش مصنوعی برای مدیریت پایدار شامل استقرار کارآمد نیروهای محیط‌بان، نگهداری قابل پیش‌بینی تجهیزات حفاظت و نظارت هوشمندانه بر پروژه‌های حفاظت، ضروری است. پایداری و فناوری مسائل مهمی برای مقاصد گردشگری موفق هستند. اخیراً مطالعاتی با هدف بررسی اهمیت استفاده از هوش مصنوعی برای حفاظت از محیط زیست در مقاصد گردشگری، نقش هوش مصنوعی در مدیریت مناطق اکوتوریسمی و توانایی آن در تأثیرگذاری بر نگرش‌های اکوتوریست‌ها انجام شده است. به دنبال این مطالعات، برخی از مقاصد گردشگری شروع به استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی برای مدیریت سایت‌های حساس اکولوژیکی، مانند مناطق حفاظت‌شده کرده‌اند.

**واژگان کلیدی:** هوش مصنوعی، اکوتوریسم، پایداری، مقاصد گردشگری.

## مقدمه

نوآوری در فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) برای توسعه اقتصادی ضروری است، به ویژه از آنجایی که بخش گردشگری به طور فزاینده‌ای به فناوری نوآورانه برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار (SDGs) وابسته است (Gossling, 2021). فناوری‌های دیجیتال و هوش مصنوعی (AI) راه‌حل‌هایی برای مسائل پایداری هستند، زیرا می‌توانند فرآیندهای تولید را بهینه کنند، اثرات مضر را به حداقل برسانند و هزینه‌ها را کاهش دهند (Sachs et al., 2019). در همین راستا، فناوری هوش مصنوعی شامل چهار کاربرد آموزش کامپیوتری، تجزیه و تحلیل و کشف داده‌ها، شناسایی مدل و محاسبات هوشمند است. سیستم‌های هوش مصنوعی جمع‌آوری داده‌های پیچیده و عظیم را امکان‌پذیر می‌کنند که ذخیره و تجزیه و تحلیل می‌شوند تا تصمیم‌گیری کاملی ارائه دهند (Li et al., 2022).

مطالعات در مورد کاربرد هوش مصنوعی در گردشگری پایدار در سال ۲۰۱۶ آغاز شد (Rahmadian et al., 2022). Rahmadian و همکاران (۲۰۲۲) تلاش کردند تا کشف کنند که چگونه هوش مصنوعی می‌تواند به گردشگری پایدار سود برساند، آنها بیان کردند که استفاده از هوش مصنوعی و ماشین یادگیری برای آینده گردشگری پایدار ضروری است. به طور کلی، مطالعات کمی در مورد نقش هوش مصنوعی در گردشگری پایدار (Yılmaz et al., 2024; Rahmadian et al., 2022; Gossling, 2021) و بویژه در مورد چگونگی افزایش اکوتوریسم توسط فناوری اطلاعات و ارتباطات هوشمند (Chai-Arayalert, 2021) وجود دارد.

علاوه بر این، مطالعاتی که به مسائل پایداری از طریق اتوماسیون هوشمند پرداخته‌اند، از ۳/۳ درصد تجاوز نمی‌کنند ( Majid et al., 2023). با توجه به کمبود مطاعات در این زمینه، مطالعه حاضر به طور مروری با هدف بررسی نقش هوش مصنوعی در ارتقاء و مدیریت سایت‌های اکوتوریسم، مانند مناطق حفاظت شده، انجام شده است. برای این منظور، آخرین اطلاعات در مورد نقش هوش مصنوعی در بهینه‌سازی، مدیریت و حل مشکلات زیست‌محیطی جمع‌آوری شده است.

## روش شناسی تحقیق

مطالعه حاضر با هدف ارائه یک بررسی در مورد نقش هوش مصنوعی در مدیریت منابع طبیعی در مقاصد گردشگری انجام شده است، زیرا که کمبود تحقیقاتی در این زمینه وجود دارد. برای دستیابی به این هدف، در این مطالعه از یک روش روایی استفاده شده است. بررسی روایی که به عنوان بررسی غیرسیستماتیک نیز شناخته می‌شود، عمدتاً برای بحث در مورد موضوعات ارزیابی فعلی و پوشش کمبود دانش در مورد موضوعات خاص استفاده می‌شود (Ferrari, 2015). بررسی روایی یک رویکرد کیفی است که برای درک نقش هوش مصنوعی در سایت‌های اکوتوریسم اتخاذ شده است. بررسی روایی عمدتاً برای تجزیه و تحلیل و تفسیر موضوع در علوم اجتماعی اتخاذ شده است (Mc Alpine, 2016 ; Turnbull etal.,2023). برای اعمال بررسی روایی، چهار مرحله وجود دارد که محقق آنها را دنبال می‌کند.

اولین گام، مرور پایگاه‌های داده بین‌المللی مانند Scopus و Google Scholar برای یافتن مقالات در مورد پایداری، اکوتوریسم و هوش مصنوعی است. برای این منظور، از کلمات کلیدی خاصی مانند هوش مصنوعی، پایداری، اکوتوریسم و مناطق حفاظت شده استفاده شده است. در گام دوم که بسیار مهم است، چکیده‌های مقالات برای اطمینان از اینکه این مقالات مناسبی هستند بررسی شد. در گام سوم متن کامل مقالات برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز بررسی شدند. در گام آخر، نتایج و واقعیت‌های مهم مقلات مورد بررسی که می‌تواند به هدف مطالعه حاضر کمک کند، نتیجه‌گیری و جمع‌بندی شد.

## نتایج و تجزیه و تحلیل

در خصوص ابعاد مختلف موضوع اکوتوریسم و هوش مصنوعی، موارد زیر قابل بررسی است که در ادامه به طور دقیق‌تر به آنها پرداخته می‌شود.

### نظریه سه‌گانه سود و نظریه نوآوری زیست‌محیطی

نظریه سه‌گانه سود (TBL) در سال ۱۹۹۴ ارائه شد (Farooq et al., 2021). سه‌گانه سود به مزایای اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی اشاره دارد ( Hammer & Pivo, 2017). نظریه TBL به عنوان شاخص پایداری استفاده می‌شود (Lee et al., 2012). TBL راهی به سوی گردشگری پایدار است، زیرا بین جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری برای حفظ حقوق نسل بعدی موازنه ایجاد می‌کند (Wu et al., 2019). اکوتوریسم معبری برای دستیابی به اصول توسعه پایدار از جمله حفظ سرمایه زیست‌محیطی، افزایش رفاه مردم محلی و حمایت از مزایای اقتصادی برای مقاصد گردشگری است (Jamgade et al., 2024). اگرچه در مطالعات متعددی نظریه TBL انعکاس داده شده است، اما هنوز در زمینه ادغام نظریه TBL با نوآوری شکاف مطالعاتی وجود دارد (Govindan, 2022). نظریه TBL برای اعمال اصول پایداری کافی نیست ( WU et al., 2018).

در مورد نوآوری، حل مشکلات زیست‌محیطی، از جمله استفاده از تجهیزات جدید برای بهره‌برداری، ضروری است. علاوه بر این، ادغام پایداری با نوآوری، نظریه نوآوری زیست‌محیطی را بیان می‌کند ( Mendes & Braga, 2023). نوآوری زیست‌محیطی یک خدمت، سیستم، محصولات جدید و فناوری است که هدف آن کاهش اثرات زیست‌محیطی و لحاظ کردن استفاده کارآمد از سرمایه طبیعی است (Jo et al., 2015). هوش مصنوعی مدیریت پایدار منابع را در مقاصد گردشگری تضمین می‌کند ( Arora & Chandel, 2024). در این راستا، یکی از مهم‌ترین ارکان اکوتوریسم، داده‌های وسیع است که مسئول جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و پیش‌بینی عملکرد پایدار با کیفیت بالا در مقاصد اکوتوریسم است (Eddyono et al., 2021). به نظر می‌آید زمان آن فرا رسیده است که مقاصد اکوتوریسم برای مدیریت موفق، تجزیه و تحلیل داده‌های وسیع را اعمال کنند.

## تعریف هوش مصنوعی و انواع آن

فناوری هوش مصنوعی، توانایی سیستم‌ها برای جمع‌آوری، تفسیر و حل مسائل خاص به منظور بهبود زندگی انسان‌ها است ( Nikitas et al., 2020). Al-Romeedy و El-Sisi اشاره کردند که فناوری هوش مصنوعی، ظرفیت سیستمی است که کاربر را قادر می‌سازد تا داده‌های تفسیری مناسب برای دستیابی به اهداف و وظایف را به دست آورد. Ratten و Jones (۲۰۲۳) نشان دادند که هوش مصنوعی عمدتاً برای یافتن راه‌حل‌های مشکل تمرکز دارد تا انتشار اطلاعات. هوش مصنوعی به دلیل کاربردش در تشریح و درک (Lake et al., 2017) رشد جهانی داشته است، به ویژه یک سیستم ماشین یادگیری (LM) که ستون فقرات هوش مصنوعی است (Holzinger et al., 2019). به گفته Kelly و همکاران (۲۰۲۳)، سه نوع هوش مصنوعی تحت عنوان هوش مصنوعی عمومی (AGI)، هوش مصنوعی خصوصی (ANI) و ابر هوش مصنوعی (ASI) وجود دارد. فناوری AGI مسائل پیچیده فراتر از توانایی انسان، مانند سلامت انسان، گرمایش جهانی، مدیریت پسماند و جلوگیری از سیل را بررسی می‌کند ( Salmon et al.,2021; Kuusi and Heinonen,2022). فناوری ANI برای سرعت بخشیدن به عملکرد انسان مانند نقش آن در تشخیص پزشکی و رانندگی استفاده می‌شود (Kuusi and Heinonen,2022). ASI دقیق‌ترین و ارزشمندترین نوع هوش مصنوعی است که در زمینه‌های علمی، اجتماعی، خلاقانه و علمی پیشرو خواهد بود (Cabrera-Sanchez et al.,2021). سیستم‌های هوش مصنوعی شامل انواع مختلفی هستند (Holzinger et al., 2021; Regona et al., 2024):

- سیستم‌های هوش مصنوعی خودمختار: هدف آنها تصمیم‌گیری بدون دخالت انسان است (تشخیص پزشکی خودمختار).
- سیستم‌های هوش مصنوعی خودکار: هدف آنها اجرای وظایف پر زحمت طبق اطلاعات داده شده است (مدیریت خودکار جنگل).
- سیستم‌های هوش مصنوعی کمکی: آنها برای بهبود وظایف روزمره انسان کار می‌کنند (پیش‌بینی آب و هوا).

- سیستم‌های هوش مصنوعی افزوده: آنها برای درک رویدادهای پیچیده آینده استفاده می‌شوند (هوش مصنوعی افزوده در کشاورزی).

**استفاده از فناوری هوش مصنوعی**

امروزه، استفاده از فناوری، مهارتی پیش‌نیاز برای به دست آوردن اطلاعات دقیق، یادگیری موفق و کار است، در این راستا، هوش مصنوعی این هدف را از طریق ادغام بین هوش انسانی و هوش ماشین افزایش می‌دهد (Yang et al.,2021). ChatGPT یکی از برجسته‌ترین فناوری‌های هوش مصنوعی است که راه‌حل عالی برای مشکلات پیچیده را بهبود می‌بخشد می‌دهد ( Joksimovic et al., 2023). سه فرآیند حل مسئله وجود دارد: متا (شناختی)، مؤثر و اجتماعی. در فرآیند شناختی، وظایف بین انسان و ماشین تقسیم می‌شوند، "همکاری ترکیبی انسان و هوش مصنوعی"، مانند هم‌آفرینی (ایجاد مشترک) (Fu & Zhou, 2020). فرآیندهای مؤثر طرحواره‌ها و مدل‌های ذهنی مبانی حل سریع مشکلات هستند (Joksimovic et al.,2023). در مورد فرآیند اجتماعی، فرآیند تصمیم‌گیری بستگی به همکاری بین تیمی دارد که مسئولیت تصمیم‌گیری را از طریق به اشتراک گذاشتن قابلیت‌ها بر عهده دارد (Zheng et al.,2017).

به طور خلاصه، حل مشکلات پیچیده نیاز به فرآیندهای "شناختی، مؤثر و اجتماعی" دارد تا به راه‌حل درست و پایدار دست یابد. هوش مصنوعی در حال حاضر در بسیاری از زمینه‌ها، از جمله بازاریابی، بانکداری، کشاورزی، مراقبت‌های بهداشتی، امنیت، ربات‌ها، تشخیص گفتار، تولید و سایر زمینه‌ها استفاده می‌شود (Faisal et al.,2021).

**هوش مصنوعی و اهداف توسعه پایدار (SDGs)**

فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی نقش ضروری در ارتقای اهداف توسعه پایدار از طریق صنعت ساخت و ساز دارند که پیوند بالایی با محیط زیست دارد (Regona et al., 2024). در کنار این، هوش مصنوعی از پایداری در ساخت و ساز برای مبارزه با بحران تغییرات آب و هوایی استقبال می‌کند (Hartenburger and Lorenz,2018). هوش مصنوعی ایده شهرهای پایدار را از طریق توسعه شهری پایدار، کاهش زباله و بهینه‌سازی مصرف منابع تقویت می‌کند (Barros et al.,2021). در مطالعه Awal و Chowdhury (۲۰۲۴)، هوش مصنوعی نقش برجسته‌ای در دستیابی به SDGs دارد. Senadjki و همکاران (۲۰۲۳) تأیید کردند که هوش مصنوعی برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار موفقیت‌آمیز و ۱۶۹ هدف سازمان ملل ضروری است، زیرا هوش مصنوعی پیشرفت تحقق SDGs را تسریع می‌کند (Obaideen et al.,2024).

**هوش مصنوعی و گردشگری پایدار**

هوش مصنوعی به عنوان یک داده تحلیلی بزرگ، فرآیند تصمیم‌گیری را در صنعت گردشگری افزایش می‌دهد تا از رضایت گردشگران اطمینان حاصل شود و درآمدها افزایش یابد (Li et al.,2021). پذیرش فناوری‌های هوش مصنوعی در حال تغییر مدیریت مقاصد گردشگری و ادراکات، تجربیات و رفتار گردشگران است (Doğan, S & Niyet,2024). فناوری هوش مصنوعی نقش قابل توجهی در مدیریت گردشگری با امکان کاربرد مدیریت انرژی پایدار، کاهش زباله و بهینه‌سازی حمل و نقل دارد (Khan et al., 2024). برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی امکان کاهش انتشار کربن و بهینه‌سازی مصرف انرژی را فراهم می‌آورد ( Khan etal.,2024; Gossling et al.,2020). علاوه بر این، مسئولات هتل‌ها در طول اقامت گردشگران در هتل، متوجه مصرف آب و انرژی توسط گردشگران می‌شوند (Majid et al.,2023). اتوماسیون هوشمند برای حفظ میراث و مکان‌های تاریخی استفاده می‌شود، به عنوان مثال استفاده از وسایل نقلیه خودران آبی در رودخانه‌های آمستردام که موزه‌ها را در سراسر شهر به هم متصل می‌کند ( Majid et al., 2023). هوش مصنوعی برای حذف اثرات مضر گردشگری (Camatti et al. ,2020) با ارتقای شیوه‌های سازگار با محیط زیست در بین گردشگران برای آینده‌ای پایدارتر استفاده می‌شود (Khan et al.,2024).

**اکوتوریسم و هوش مصنوعی**

انجمن بین‌المللی اکوتوریسم (TIES)، اکوتوریسم را به عنوان سفر اخلاقی به مناطق طبیعی برای ارتقای رفاه مردم محلی و حفظ محیط طبیعی تعریف کرده است (Samal & Dash, 2023). هسته اصلی اکوتوریسم شامل حفظ محیط زیست در راستای منفعت-رسانی به مردم محلی، ارتقای آموزش و آگاهی، استفاده از بازاریابی اخلاقی و به حداقل رساندن فعالیت‌های مضر خارجی مانند معدن‌کاری، قطع درختان و شکار غیرقانونی است (Samal and Dash,2023; Mekonnen and 2023). برجسته‌ترین سایت‌های اکوتوریسم، مناطق حفاظت شده هستند (Hasana et al.,2022). اتحادیه بین‌المللی حفاظت از طبیعت، یک منطقه حفاظت شده را به عنوان یک سایت جغرافیایی خاص تعریف می‌کند که به منظور دستیابی به اصول توسعه پایدار در درازمدت، از طریق ابزارهای قانونی یا سایر ابزارهای مؤثر شناخته شده مدیریت می‌شود (Hasana et al.,2022).

Selcuk و همکارن (۲۰۲۲) ذکر کردند که علی‌رغم مدیریت کافی مناطق حفاظت شده، برخی از مناطق حفاظت شده هنوز به دلیل استفاده غیراخلاقی بازدیدکنندگان از مشکلات زیست محیطی رنج می‌برند. بنابراین، برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان از هوش مصنوعی برای تعیین مشکلات زیست محیطی در مناطق حفاظت شده و یافتن راه‌حل مناسب استفاده می‌کنند (Mehri etal., 2014).

در مطالعه Molina-Molina و همکاران (۲۰۲۰) پیشنهاد شده که می‌توان از وسایل نقلیه سطحی خودران برای ایجاد ناوبری خودکار در مناطق حفاظت شده دریایی برای نظارت دائمی استفاده کرد که به شدت از شکار غیرقانونی و سایر فعالیت‌های ممنوعه رنج می‌برند. Deák و همکاران (۲۰۲۲) توصیه کردند که از آمونیاک و هیدروژن مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توان برای حمل و نقل دریایی برای اطمینان از به صفر رساندن انتشار دی اکسید کربن استفاده کرد، زیرا سوخت‌های سنتی آلودگی هوا و زمین را در مناطق حفاظت شده، مانند تالاب‌های حفاظت شده، افزایش می‌دهند. هوش مصنوعی و سیستم‌های خودکار مدیریت حیات دریایی را در مناطق حفاظت شده بهینه می‌کنند (Isabelle & westerland,2022). الگوریتم‌های ماشین یادگیری برای نظارت، شناسایی و پیش‌بینی مسائل پیچیده پیش روی حیات دریایی در مناطق حفاظت شده استفاده می‌شوند و سپس راه‌حل‌هایی را برای مدیران ارائه می‌دهند تا پایداری منطقه حفاظت شده را حفظ کنند.

Sarkar و Chapman (۲۰۲۱) در مطالعه خود بررسی کردند که تبدیل جنگل‌ها به جنگل‌های هوشمند از طریق هوش مصنوعی بهترین راه‌حل برای حفظ تنوع زیستی است. در این راستا، شناسایی گونه‌های بر اساس هوش مصنوعی و حسگرهای هوشمند به حفظ جنگل‌های استوایی در معرض تهدید کمک می‌کنند. این فناوری‌های هوش مصنوعی داده‌های دقیق و کارآمدی را ارائه می‌دهند که انسان‌ها نمی‌توانند جمع‌آوری کنند و به طور مداوم برای نظارت، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها در دسترس هستند. جنگل‌های هوشمند تنوع زیستی طولانی‌مدت را غنی می‌کنند و معیشت جوامع محلی را بهینه می‌کنند، به ویژه در جایی که مردم محلی از توسعه محروم هستند. گردشگران محیط زیستی برای سیستم اکوتوریسم ضروری هستند (Cini et al.,2015). بر اساس مطالعه Chai-Arayalert (۲۰۲۰) ادغام برنامه‌های کاربردی فناوری ارتباطات اطلاعاتی هوشمند در بین گردشگران محیط زیستی برای افزایش آگاهی زیست محیطی افراد کم سن اساسی است، زیرا آنها اطلاعات کمی در مورد اکوتوریسم دارند، اگر چه اغلب گردشگران محیط زیستی افراد مسن هستند. علاوه بر این، فناوری اطلاعات و ارتباطات هوشمند مقاصد گردشگری را قادر می‌سازد تا منابع طبیعی را مدیریت کرده و شیوه‌های مضر گردشگران را کاهش دهند.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پس از بررسی چندین مقاله در مورد نقش هوش مصنوعی در گردشگری، نتیجه گرفته می‌شود که بیشتر مطالعات بر کاربرد هوش مصنوعی برای امکانات، بازاریابی، رزرو محصولات گردشگری و ارتقای تجربه گردشگران متمرکز شده‌اند. بنابراین، مطالعه حاضر نشان می‌دهد که تا چه حد فناوری مبتنی بر هوش مصنوعی می‌تواند ابزاری قدرتمند برای حفظ منابع طبیعی در سایت‌های اکوتوریسم باشد، زیرا اکوتوریسم بخشی از گردشگری پایدار است. در حال حاضر، فناوری نوآورانه یک عامل ضروری در زندگی انسان‌ها است.

کشورها قصد دارند برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی را برای حفظ محیط زیست و منابع طبیعی که جاذبه اصلی در مقاصد گردشگری هستند، اعمال کنند. در زمینه سایت‌های اکوتوریسم، بسیاری از کشورها هوش مصنوعی را در مناطق حفاظت شده برای حل مشکلات پیچیده فراتر از توانایی‌های انسانی به کار می‌گیرند. فناوری هوش مصنوعی با نظارت بر اجزای طبیعی، موجودات و پدیده‌ها و جمع‌آوری داده‌های پیچیده برای تصمیم‌گیری مناسب، به مدیریت مناطق حفاظت شده کمک می‌کند.

## منابع و ماخذ


Arora, M., & Chandel, M. (2024). Role of Artificial Intelligence in Promoting Green Destinations for Sustainable Tourism Development. In The Role of Artificial Intelligence in Regenerative Tourism and Green Destinations (pp. 247-260). Emerald Publishing Limited.

Awal, M. R., & Chowdhury, M. S. (2024). Threat or prospect? Exploring the impact of digital entrepreneurs' artificial intelligence perception and intention to adopt blockchain technology on the achievement of SDGs. Heliyon, 10(13).

Barros, N. N., & Ruschel, R. C. (2021). Machine learning for whole-building life cycle assessment: A systematic literature review. In Proceedings of the 18th international conference on computing in civil and building engineering: ICCCBE 2020 (pp. 109-122). Springer International Publishing.

Cabrera-Sanchez, J.P., Villarejo-Ramos, A.F., Liebana-Cabanillas, F., Shaikh, A.A., 2021. Identifying relevant segments of AI applications adopters – expanding the UTAUT2's variables. Telematics Inform. 58, 101529 https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101529

Camatti, N., Bertocchi, D., Carić, H., & van der Borg, J. (2020). A digital response system to mitigate overtourism. The case of Dubrovnik. Journal of Travel & Tourism Marketing, 37(8–9), 887–901. https://doi.org/10.1080/10548 408.2020.1828230.

Chai-Arayalert, S. (2020). Smart application of learning ecotourism for young ecotourists. Cogent Social Sciences, 6(1), 1772558.

Cini, F., Van der Merwe, P., & Saayman, M. (2015). Tourism students' knowledge and tenets towards ecotourism. Journal of Teaching in Travel and Tourism, 15(1), 74–91.

Deák, G., Georgescu, T., Bănică, C. K., Burlacu, I. F., Urloiu, I., & Zakarya, I. A. (2022, January). Green Smart System Based on AI for Ammonia and Hydrogen Eco-Friendly Use in Naval Transport from Protected Wetlands. In Proceedings of the 3rd International Conference on Green Environmental Engineering and Technology: IConGEET 2021, Penang, Malaysia (pp. 275-280). Singapore: Springer Nature Singapore.

Doğan, S., & Niyet, İ. Z. (2024). Artificial Intelligence (AI) in Tourism. In Future Tourism Trends Volume 2: Technology Advancement, Trends and Innovations for the Future in Tourism (pp. 3-21). Emerald Publishing Limited.

Eddyono, F., Darusman, D., Sumarwan, U., & Sunarminto, F. (2021). Optimization model: the innovation and future of e-ecotourism for sustainability. Journal of Tourism Futures.

Faisal, A., Yigitcanlar, T., Kamruzzaman, M., & Paz, A. (2021). Mapping two decades of autonomous vehicle research: A systematic scientometric analysis. Journal of Urban Technology, 28(3-4), 45-74.

Farooq, Q., Fu, P., Liu, X., & Hao, Y. (2021). Basics of macro to microlevel corporate social responsibility and advancement in triple bottom line theory. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 28(3), 969-979.

Ferrari,R. (2015). Writing narrative style literature reviews, Medical Writing, 24:4, 230- 235.

Gossling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Tourism and water: Interactions, impacts, and challenges. Springer.

Govindan, K. (2022). How artificial intelligence drives sustainable frugal innovation: A multitheoretical perspective. IEEE Transactions on Engineering Management, 71, 638-655.

Hammer, J., & Pivo, G. (2017). The triple bottom line and sustainable economic development theory and practice. Economic Development Quarterly, 31(1), 25-36.

Hartenberger, U., & Lorenz, D. (2018). Advancing Responsible Business in Land, Construction and Real Estate Use and Investment–Making the Sustainable Development Goals a Reality. The Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS).

Hasana, U., Swain, S. K., & George, B. (2022). A bibliometric analysis of ecotourism: A safeguard strategy in protected areas. Regional Sustainability, 3(1), 27-40.

Holzinger, A., Langs, G., Denk, H., Zatloukal, K., & Müller, H. (2019). Causability and explainability of artificial intelligence in medicine. Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery, 9(4), e1312.

Holzinger, A., Weippl, E., Tjoa, A. M., & Kieseberg, P. (2021, August). Digital transformation for sustainable development goals (sdgs)-a security, safety and privacy perspective on ai. In International cross-domain conference for machine learning and knowledge extraction (pp. 1-20). Cham: Springer International Publishing.

Isabelle, D. A., & Westerlund, M. (2022). A review and categorization of artificial intelligence-based opportunities in wildlife, ocean and land conservation. Sustainability, 14(4), 1979.

Jamgade, S. R., Raj, H., & Arman, M. (2024). Economy Percolating Effect of Ecotourism: Application of Triple Bottom Line (TBL) Theory. In Achieving Sustainable Transformation in Tourism and Hospitality Sectors (pp. 317-333). IGI Global.

Jo, J. H., Roh, T. W., Kim, S., Youn, Y. C., Park, M. S., Han, K. J., & Jang, E. K. (2015). Eco-Innovation for sustainability: Evidence from 49 countries in Asia and Europe. Sustainability, 7(12), 16820-16835.

Joksimovic, S., Ifenthaler, D., Marrone, R., De Laat, M., & Siemens, G. (2023). Opportunities of artificial intelligence for supporting complex problem-solving: Findings from a scoping review. Computers and Education: Artificial Intelligence, 4, 100138.

Khan, N., Khan, W., Humayun, M., & Naz, A. (2024). Unlocking the Potential: Artificial Intelligence Applications in Sustainable Tourism. The Role of Artificial Intelligence in Regenerative Tourism and Green Destinations, 303-316.

Khan, N., Khan, W., Humayun, M., & Naz, A. (2024). Unlocking the Potential: Artificial Intelligence Applications in Sustainable Tourism. The Role of Artificial Intelligence in Regenerative Tourism and Green Destinations, 303-316.

Kuusi, O., & Heinonen, S. (2022). Scenarios from artificial narrow intelligence to artificial general intelligence—Reviewing the results of the international work/technology 2050 study. World Futures Review, 14(1), 65-79.

Lake, B. M., Ullman, T. D., Tenenbaum, J. B., & Gershman, S. J. (2017). Building machines that learn and think like people. Behavioral and Brain Sciences, 40, e253.

Lee, S., Geum, Y., Lee, H., & Park, Y. (2012). Dynamic and multidimensional measurement of product-service system (PSS) sustainability: a triple bottom line (TBL)- based system dynamics approach. Journal of cleaner production, 32, 173-182.

Li, D., Du, P., & He, H. (2022). Artificial Intelligence-Based Sustainable Development of Smart Heritage Tourism. Wireless Communications and Mobile Computing, 2022(1), 5441170.

Majid, G. M., Tussyadiah, I., Kim, Y. R., & Pal, A. (2023). Intelligent automation for sustainable tourism: a systematic review. Journal of Sustainable Tourism, 31(11), 2421- 2440.

McAlpine, L. (2016). Why might you use narrative methodology? A story about narrative. Eesti Haridusteaduste Ajakiri. Estonian Journal of Education, 4(1), 32-57.

Mehri, A., Salmanmahiny, A., Mirkarimi, S. H., & Rezaei, H. R. (2014). Use of optimization algorithms to prioritize protected areas in Mazandaran Province of Iran. Journal for Nature Conservation, 22(5), 462-470.

Mekonnen, H., & Mekonen, S. (2023). Potentials, opportunities and challenges of ecotourism development in selected historical and sacred sites of North Shewa Zone, Amhara region, Ethiopia. International Journal of Tourism Cities.

Mendes, T., Braga, V., Correia, A., & Silva, C. (2023). Linking corporate social responsibility, cooperation and innovation: the triple bottom line perspective. Innovation & Management Review, 20(3), 244-280.

Molina-Molina, J. C., Salhaoui, M., Guerrero-González, A., & Arioua, M. (2021). Autonomous marine robot based on AI recognition for permanent surveillance in marine protected areas. Sensors, 21(8), 2664.

Nikitas, A., Michalakopoulou, K., Njoya, E. T., & Karampatzakis, D. (2020). Artificial intelligence, transport and the smart city: Definitions and dimensions of a new mobility era. Sustainability, 12(7), 2789.

Obaideen, K., Albasha, L., Iqbal, U., & Mir, H. (2024). Wireless power transfer: Applications, challenges, barriers, and the role of AI in achieving sustainable development goals-A bibliometric analysis. Energy Strategy Reviews, 53, 101376.

Rahmadian, E., Feitosa, D., & Zwitter, A. (2022). A systematic literature review on the use of big data for sustainable tourism. Current Issues in Tourism, 25(11), 1711-1730.

Regona, M., Yigitcanlar, T., Hon, C., & Teo, M. (2024). Artificial Intelligence and Sustainable Development Goals: Systematic Literature Review of the Construction Industry. Sustainable Cities and Society, 105499.

Sachs, J. D., Schmidt-Traub, G., Mazzucato, M., Messner, D., Nakicenovic, N., & Rockstrom, J. ( € 2019). Six transformations to achieve the sustainable development goals. Nature Sustainability, 2(9), 805–814. https://doi.org/10.1038/

Salmon, P.M., Carden, T., Hancock, P.A., 2021. Putting the humanity into inhuman systems: How human factors and ergonomics can be used to manage the risks associated with artificial general intelligence. Hum. Factors Ergon. Manuf. Serv. Ind. 31 (2), 223–236.

Samal, R., & Dash, M. (2023). Ecotourism, biodiversity conservation and livelihoods: Understanding the convergence and divergence. International Journal of Geoheritage and Parks, 11(1), 1-20.

Sarkar, D., & Chapman, C. A. (2021). The smart forest Conundrum: Contextualizing pitfalls of sensors and AI in conservation science for tropical forests. Tropical Conservation Science, 14, 19400829211014740.

Selcuk, O., Karakas, H., Cizel, B., & Ipekci Cetin, E. (2023). How does tourism affect protected areas?: A multi-criteria decision making application in UNESCO natural heritage sites. Natural Hazards, 117(2), 1923-1944.

Senadjki, A., Ogbeibu, S., Mohd, S., Hui Nee, A. Y., & Awal, I. M. (2023). Harnessing artificial intelligence for business competitiveness in achieving sustainable development goals. Journal of Asia-Pacific Business, 24(3), 149-169.

Turnbull, D., Chugh, R., & Luck, J. (2023). Systematic-narrative hybrid literature review: A strategy for integrating a concise methodology into a manuscript. Social Sciences & Humanities Open, 7(1), 100381.

Wu, K. J., Zhu, Y., Chen, Q., & Tseng, M. L. (2019). Building sustainable tourism hierarchical framework: Coordinated triple bottom line approach in linguistic preferences. Journal of Cleaner Production, 229, 157-168.

Wu, K. J., Zhu, Y., Tseng, M. L., Lim, M. K., & Xue, B. (2018). Developing a hierarchical structure of the co-benefits of the triple bottom line under uncertainty. Journal of cleaner production, 195, 908-918.

Yang, S. J., Ogata, H., Matsui, T., & Chen, N. S. (2021). Human-centered artificial intelligence in education: Seeing the invisible through the visible. Computers and Education: Artificial Intelligence, 2, 100008.

Yılmaz, M., Ülker, M., & Ülker, P. (2024). Evaluation of top tourism destinations according to their AI development with the entropy-TOPSIS-integrated method. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 16(2), 216-231.

Zheng, N., Liu, Z., Ren, P., Ma, Y., Chen, S., Yu, S., Xue, J., Chen, B., & Wang, F. (2017). Hybrid-augmented intelligence: Collaboration and cognition. Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering, 18(2), 153–179.

# طرح جامع گردشگری، سرمایه گذاری گردشگری، آینده پژوهی گردشگری، ناحیه بندی گردشگری، مدیریت مقصد، استان اصفهان

مجید فرهادی یونکی، جهاد دانشگاهی اصفهان، اصفهان، ایران

**چکیده**

طرح جامع گردشگری استان اصفهان با رویکرد سرمایه‌گذاری، تلاشی جامع برای بازنگری و بازتعریف سیاست‌های توسعه گردشگری این استان در راستای تقویت نقش آن در اقتصاد محلی، ملی و بین‌المللی است. این طرح توسط جهاد دانشگاهی واحد اصفهان با تکیه بر مطالعات پایه گسترده، تحلیل محیطی، مشارکت ذی‌نفعان و مدل‌سازی آینده‌نگرانه، تدوین شده و در پی آن است تا با بهره‌گیری از مزیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی استان، چارچوبی نظام‌مند برای جذب سرمایه و توسعه پایدار گردشگری ارائه دهد.

فرایند تدوین طرح، با ترکیب روش‌های کمی و کیفی، شامل برگزاری ده‌ها جلسه با ذی‌نفعان، بازدیدهای میدانی از ۲۸ شهرستان، تحلیل محیطی مبتنی بر مدلSWOT ، اولویت‌بندی راهبردها با ماتریسQSPM ، و آینده‌پژوهی تقاضای گردشگری داخلی و بین‌المللی در سه سناریوی 'تداوم'، 'بهبود' و 'تضعیف' اجرا شده است. لذا به صورت کلی سه مرحله شناخت، تحلیل و تجویز را شامل شده است.

در مرحله شناخت، مطالعات پایه‌ای در زمینه‌های مختلف جغرافیایی و زیست محیطی، اجتماعی- فرهنگی، زیرساخت، منابع و جاذبه‌های گردشگری، تسهیلات و خدمات گردشگری، منابع انسانی و بازار گردشگری استان اصفهان صورت گرفت. به منظور تحلیل بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری و دستیابی به برنامه راهبردی-ساختاری گردشگری استان، از تکنیک SWOT استفاده شد.

در مرحله تحلیل، مطالعات اقتصادی، سرمایه‌گذاری و بازار با تمرکز بر مطالعات بازار و شناسایی انگیزه‌های سفر گردشگران انجام شد. همچنین، طرح‌ها و برنامه‌های توسعه سرمایه‌گذاری با هدف پیش‌بینی و مدیریت تحولات آتی گردشگری مورد بررسی قرار گرفت. در این راستا، مدل‌هایی برای گردشگر ورودی داخلی، گردشگر خارجی و ارزش‌افزوده بخش خدمات مربوط به تأمین غذا و اقامت استان برآورد شد و سناریوهای مختلفی برای آینده گردشگری استان تدوین گردید .

در مرحله تجویز، با بررسی عرضه و تقاضای گردشگری در سطح شهرستان‌های استان، طرح‌ها و برنامه‌های توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری استان اصفهان ارائه شد. این طرح‌ها شامل پیش‌بینی امکانات اقامتی مورد نیاز گردشگران و ارائه راهکارهایی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری در سطح استان است .

در نهایت، طرح جامع گردشگری استان اصفهان با رویکرد سرمایه‌گذاری، چشم‌انداز، اهداف و راهبردهای توسعه گردشگری استان را ترسیم کرده و با ارائه‌ی ناحیه‌بندی گردشگری استان و تعیین کانون‌ها، محورها و پهنه‌های گردشگری، ساختار فضایی گردشگری استان اصفهان را تبیین نموده و مسیر توسعه پایدار گردشگری در استان اصفهان را هموار می‌سازد. با توجه به تمرکز ویژه طرح بر تحلیل بازار، آینده‌پژوهی، اولویت‌بندی پروژه‌ها و رویکرد سیستمی در مدیریت مقصد، می‌توان آن را یکی از جامع‌ترین اسناد برنامه‌ریزی گردشگری در کشور دانست که با هدف‌گذاری مشخص و ابزارهای اجرایی متنوع، بستر مناسبی برای جذب سرمایه و ارتقای جایگاه بین‌المللی گردشگری اصفهان فراهم کرده است.

**کلمات کلیدی**: گردشگری، سرمایه گذاری، آینده پژوهشی، اصهفان

# چشم‌اندازهای اجرایی استفاده از فناوری‌های نوین در بازآفرینی گردشگری زاینده‌رود

**فریبا یوسفی[1]، فرحناز یوسفی**

**چکیده**

تحولات فناوری در حوزه گردشگری، فرصتی بی‌نظیر برای بازآفرینی تجربه‌های گردشگری فراهم کرده است. ترکیب متاورس و هوش مصنوعی می‌تواند زاینده‌رود را به‌عنوان یکی از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی ایران در یک فضای مجازی تعاملی سه‌بعدی بازسازی کند. این فناوری‌ها امکان ارائه اطلاعات تاریخی، فرهنگی و زیست‌محیطی را به شکلی پویاتر و شخصی‌سازی‌شده فراهم می‌کنند. علاوه بر حفظ محیط زیست و کاهش اثرات مخرب گردشگری فیزیکی، این راهکارها قابلیت جذب سرمایه‌گذاری و توسعه پایدار گردشگری را نیز دارند.

## ۱ .مقدمه

گردشگری یکی از مهم‌ترین صنایع جهان محسوب می‌شود که نقشی کلیدی در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی، تعاملات فرهنگی و حفظ میراث تاریخی دارد. امروزه، استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی و متاورس موجب تحولات گسترده‌ای در این صنعت شده است. این فناوری‌ها نه‌تنها تجربه‌های جدید و جذابی برای گردشگران فراهم می‌کنند، بلکه می‌توانند اثرات منفی گردشگری سنتی بر محیط‌زیست را کاهش دهند.

زاینده‌رود، یکی از مهم‌ترین رودخانه‌های فلات مرکزی ایران، از کوه‌های زاگرس سرچشمه می‌گیرد و در گذشته نقشی حیاتی در اقتصاد، کشاورزی، محیط‌زیست و فرهنگ منطقه داشته است. این رودخانه، با وجود قدمت تاریخی و ارزش اکولوژیکی، در سال‌های اخیر به دلیل خشکسالی، تغییرات اقلیمی و افزایش مصرف آب دچار بحران شده است.

در چنین شرایطی، فناوری‌های نوین می‌توانند نقش مهمی در احیای گردشگری زاینده‌رود ایفا کنند. طراحی یک پلتفرم متاورسی برای بازدید مجازی، استفاده از راهنماهای هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی و برگزاری تورهای آموزشی دیجیتال می‌تواند تجربه‌ای نوین و پایدار برای گردشگران فراهم کند.

[1] .معاون آموزش مرکز علمی کاربردی اصفهان سیتی سنتر،نویسنده مسئول، تلفن تماس ۰۹۱۳۱۶۶۰۴۸۳

## ۲ .بیان مسأله

با کاهش میزان آب زاینده‌رود، پتانسیل گردشگری منطقه به‌شدت تحت تأثیر قرار گرفته است. کاهش تعداد گردشگران، کاهش درآمدهای محلی، و تأثیرات منفی بر بوم‌سازگان منطقه چالش‌هایی جدی برای توسعه پایدار گردشگری محسوب می‌شوند.

در مقابل، فناوری‌های دیجیتال می‌توانند به‌عنوان جایگزینی مناسب برای توسعه گردشگری بدون نیاز به منابع فیزیکی زیاد عمل کنند .متاورس و هوش مصنوعی امکان تجربه‌های تعاملی مجازی را فراهم می‌کنند که می‌تواند گردشگری زاینده‌رود را احیا کند. این پژوهش به بررسی راهکارهای اجرایی، چالش‌های پیش‌رو و تأثیرات فناوری‌های نوین در بازآفرینی گردشگری زاینده‌رود می‌پردازد.

## ۳ .روش تحقیق

این پژوهش با رویکرد توصیفی - تحلیلی انجام شده و شامل مراحل زیر است:

۱. مطالعات کتابخانه‌ای درباره فناوری‌های هوش مصنوعی و متاورس در گردشگری.

۲. تحلیل داده‌های میدانی و نظرسنجی از کارشناسان گردشگری درباره پذیرش فناوری‌های جدید.

۳. مطالعه موردی پروژه‌های مشابه در سایر کشورها و بررسی میزان موفقیت آن‌ها.

۴. تحلیل آماری و مدل‌سازی پیش‌بینی رفتار گردشگران در محیط‌های دیجیتال.

## ۴ .راهکارهای اجرایی

۱ .طراحی پلتفرم متاورسی

ایجاد یک محیط دیجیتال سه‌بعدی که کاربران بتوانند از طریق واقعیت مجازی یا نمایشگرهای سه‌بعدی با زاینده‌رود تعامل داشته باشند. این پلتفرم شامل مکان‌های تاریخی، مسیرهای گردشگری، اطلاعات محیط‌زیستی و تجربه‌های تعاملی خواهد بود.

۲ .راهنمای هوشمند چندزبانه مبتنی بر هوش مصنوعی

راهنماهای دیجیتال قادرند اطلاعات جامع درباره تاریخ، فرهنگ و زیست‌بوم زاینده‌رود ارائه دهند. این راهنماها با استفاده از پردازش زبان طبیعی و قابلیت پرسش و پاسخ صوتی تجربه‌ای شخصی‌سازی‌شده را برای گردشگران فراهم می‌کنند.

۳ .اجرای تورهای آموزشی مجازی

تورهای آموزشی مجازی شامل ویدیوهای تعاملی، جلسات زنده و مدل‌سازی سه‌بعدی خواهند بود که اطلاعاتی درباره اهمیت تاریخی و زیست‌محیطی زاینده‌رود ارائه می‌دهند.

۴ .همکاری با دانشگاه‌ها و استارتاپ‌ها

ایجاد مراکز نوآوری و همکاری با دانشگاه‌ها و تیم‌های پژوهشی برای توسعه فناوری‌های مرتبط با گردشگری دیجیتال و متاورس.

۵ .جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری دیجیتال

مشارکت بخش خصوصی، حمایت‌های دولتی و همکاری سازمان‌های بین‌المللی برای توسعه زیرساخت‌های فناوری و بهبود کیفیت پلتفرم‌های دیجیتال ضروری است.

## ۵ .تحلیل داده‌ها

نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که:

- بیش از ٪۷۰ کارشناسان گردشگری بر این باورند که فناوری‌های نوین می‌توانند میزان جذب گردشگران را افزایش دهند.
- ٪۶۵ سرمایه‌گذاران علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مرتبط با گردشگری هوشمند هستند.
- ٪۸۰ کاربران آزمایشی پلتفرم متاورسی تجربه مجازی را جذاب‌تر از روش‌های سنتی گردشگری دانسته‌اند.

## ۶ .چالش‌ها و محدودیت‌ها

۱. عدم آشنایی کافی گردشگران با فناوری‌های جدید و نیاز به آموزش عمومی.
۲. مسائل زیرساختی مانند سرعت اینترنت که می‌تواند تجربه مجازی را تحت تأثیر قرار دهد.
۳. هزینه‌های بالای توسعه فناوری‌های گردشگری دیجیتال که نیازمند حمایت مالی است.
۴. حفظ اصالت فرهنگی و تاریخی زاینده‌رود در بازآفرینی دیجیتال آن.

## ۷ .نتیجه‌گیری

با اجرای فناوری‌های نوین، می‌توان گردشگری زاینده‌رود را احیا و تقویت کرد. این فناوری‌ها نه‌تنها باعث حفظ منابع طبیعی و میراث فرهنگی می‌شوند، بلکه فرصت‌های جدیدی برای جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران فراهم می‌کنند.

## ۸ .پیشنهادات برای تحقیقات آینده

۱. بررسی تأثیرات اقتصادی گردشگری متاورسی بر جوامع محلی.

۲. مطالعه رفتار کاربران در محیط‌های گردشگری دیجیتال و تحلیل نیازهای آنان.

۳. تحلیل مدل‌های موفق گردشگری دیجیتال در سایر کشورها و استخراج بهترین شیوه‌ها.

۴. بررسی امکان توسعه فناوری‌های نوین برای سایر مناطق گردشگری ایران.

**منابع :**


- **Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations – این مقاله به مفهوم گردشگری هوشمند و استفاده از فناوری‌های دیجیتال در توسعه پایدار می‌پردازد.**
- **Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and trends – مروری بر نقش فناوری‌های هوشمند مانند هوش مصنوعی در گردشگری.**
- **Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). A conceptual framework for technology-enhanced tourism experiences – بررسی نقش فناوری در بهبود تجربه گردشگری.**

**۲ .کتاب‌های تخصصی**

- **Huang, Y., & Backman, S. (2020). Virtual reality and metaverse applications in tourism – تحلیل کاربرد متاورس در توسعه گردشگری.**
- **Artificial Intelligence in Tourism: The Future of Smart Destinations – بررسی چالش‌ها و فرصت‌های هوش مصنوعی در صنعت گردشگری.**

**۳ .گزارش‌ها و منابع اینترنتی**

- **سازمان جهانی گردشگری – (UNWTO) گزارش‌هایی درباره تأثیر فناوری بر گردشگری هوشمند www.unwto.org :**

- **مؤسسه تحقیقات گردشگری – MIT تحلیل تحقیقات مربوط به گردشگری دیجیتال و متاورس.**
- **گزارش‌های – UNESCO بررسی تأثیر فناوری بر حفظ میراث فرهنگی و طبیعی**

# (نقش هویت شهری در توسعه گردشگری حوزه زاینده رود)

**دکتر حمید برقی**، دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
**مریم عظیمی کوهنجانی**، دانشجو دکتری، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
**فاطمه کاظمی**، دانشجو دکتری، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

## چکیده

گردشگری یکی از راهبردهای اصلی توسعه است و می تواند با برنامه ریزی هدفمند بر اساس شناخت توانمندی ها و چالشها بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی هر منطقه تأثیرگذار باشد. اصفهان از نظر منابع و جاذبه های طبیعی و تاریخی و فرهنگی دارای ظرفیت های متنوع و غنی است. وجود زاینده رود در این استان باعث ایجاد مزیت ها و فرصت های گردشگری و افزایش قابلیت ها شده است، به گونه ای که هرساله جزء مقاصد اصلی و پر بازدیدکننده اعلام میشود اما با محدودیت هایی نیز مواجه است که باعث ایجاد چالش های زیادی در حوضه زاینده رود شده است. محققین در پژوهش حاضر به دنبال شناسایی قابلیت ها و چالش های توسعه گردشگری و نیز ارائه راهبردهای مناسب هستند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت از نوع تحقیقات توصیه ای- تحلیلی می باشد. جامعه آماری شامل ۲۰ نفر از کارشناسان گردشگری است. نتایج مصاحبه با کارشناسان نشان داد که معماری و پتانسیل غنی زاینده رود از مهمترین قابلیت های گردشگری مرتبط با حوضه زاینده رود است. بر اساس نتایج ابعاد هویتی شهر اصفهان نقش تعیین کننده ای در توسعه گردشگری حوزه زاینده رود دارد. از دیدگاه کارشناسان این حوزه، هویت طبیعی و تاریخی شهرستان می تواند نقش بیشتری در توسعه گردشگری حوزه زاینده رود در شهرستان داشته باشد. زاینده رود به عنوان قلب گردشگری اصفهان در تمامی ابعاد گردشگری به ویژه در بعد هویت طبیعی تاثیرگذار است. در بعد هویت کالبدی شهر نیاز به استفاده بیشتر از عناصر مرتبط با رودخانه در سبک معماری و زیرساخت های شهری به ویژه در مکان هایی که بیشتر با گردشگران مرتبط است مانند معماری هتل ها یا اقامتگاه ها یا پاساژهای شهری یا پایانه ها، ایستگاه های اتوبوس و مترو احساس می شود، زیرا در این مکان ها می توان هویت شهر را به گردشگران نشان داد. این نقش در صورت استفاده از نمادهای مربوط به زاینده رود آشکارتر می شود.

**واژگان کلیدی:** هویت شهری، گردشگری، زاینده رود، ابعاد هویت شهر، اصفهان

## ۱. مقدمه

امروزه صنعت توریسم به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت و نیز به‌عنوان هدفی قابل حصول در فرایند توسعه پایدار مورد توجه برنامه‌ریزان قرارگرفته است (مهدی ۲۰۲۳ ,. et al). به عبارت دیگر گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمدزایی و درعین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورها تبدیل شده است (یداله ۲۰۱۷ ,. et al). فعالیت های تفریحی وگردشگری به عنوان صنعتی پویا و درحال رشد معرفی شده اند، بنابراین برای فراهم کردن بستر مناسب جهت توسعه این صنعت، شناسایی این جاذبه ها درمرحله اول و برنامه ریزی برای توسعه آنها در مرحله دوم، امری ضروری است (امیری ۲۰۱۵ ,. et al).

صنعت گردشگری نیز همچون صنایع دیگر، شاهد تحولات و ظهور پارادایم‌های جدید بوده است؛ به‌طوری‌که گسترش گردشگری و آثار منفی آن بر مقاصد مختلف موجب شده است پایداری در دستور کار کسب‌وکارهای گردشگری نیز قرار گیرد (خلیفه & مراد, ۲۰۲۱).

هویت، احساس تعلق به مجموعه‌ای مادی و معنوی است که عناصر آن ازقبل شکل‌گرفته‌اند (سیدعلیرضا ۲۰۱۰ ,. et al). هویت مکان به درک یکسان توسط ساکنان مکان اشاره دارد. این یکسانی از طریق دو جنبه شباهت در رفتار و همگنی جغرافیایی آشکارمی گردد (Panzera, ۲۰۲۲). همگنی جغرافیایی ناشی از تعامل بین چشم‌انداز انسان‌ساخت و طبیعت (Titisari , ۲۰۲۱:۲) در یک فضای محدود مشخص است (Al aoui &Abba, ۲۰۱۹). در تعریفی دیگر هویت مکان شامل موجودیت‌های فرهنگی، فیزیکی و محیطی است که یک مکان خاص را از مکان‌های دیگر متمایز می‌کند ( Paasi , ۲۰۱۳). هویت شهر و توسعه گردشگری پیوند ناگسستنی با هم دارند (Varesi et al ,. ۲۰۲۳). از یک سو، گردشگری با ساخت یا بازسازی فعالانه بر هویت مکان تأثیرمی گذارد (Silva &Leal , ۲۰۱۵). از سوی دیگر، فرهنگ‌های محلی، هویت، بازنمایی و تصویر و رابطه آن‌ها با مکان برای توسعه گردشگری مهم هستند ( هویت شهرها نقش بارزی با توجه ابعاد مختلف هویتی در توسعه گردشگری شهری دارد و مؤلفه‌های هویتی چون مؤلفه‌های فرهنگی – اجتماعی، تاریخی، کالبدی، طبیعی و اقتصادی نقش بارزی در جذب گردشگر در شهرها دارند و می‌تواند باعث توسعه گردشگری در شهرها شوند (Anderson et al ,. ۲۰۱۵).

شهر اصفهان به‌عنوان یکی از مقاصد مهم گردشگری کشور از ابعاد مختلف پذیرایی گردشگران زیادی چه گردشگر داخلی و خارجی است. باتوجه‌به محور گردشگری حوزه زاینده‌رود که به‌عنوان قلب گردشگری این شهر شناخته می‌شود، در این پژوهش به نقش هویت شهری در توسعه گردشگری حوزه زاینده‌رود در شهر اصفهان پرداخته شده است و ابعاد مختلف هویتی شهر مانند بعد هویت فرهنگی – اجتماعی مثل فرهنگ و آداب‌ورسوم مردم شهر، بعد هویت تاریخی مانند پل تاریخی شهر اصفهان، بعد هویت کالبدی شهر مانند سبک معماری به‌کاررفته در ابنیه این شهر، بعد هویت طبیعی شهر که وجود رودخانه زاینده‌رود و مناطق طبیعی و پارک‌های حاشیه رودخانه زاینده رود، بعد هویت اقتصادی که مانند تاثیر حوزه گردشگری زاینده رود بر اقتصاد گردشگری است بررسی می‌شود (Parte &Alberca, ۲۰۲۱).

پیشینه تحقیق

در زمینه هویت شهر و گردشگری پژوهش‌های زیادی در سال‌های اخیر انجام شده است. وثوقی و همکاران (۱۳۹۷) درپژوهشی تحت عنوان ارزیابی تاثیر هویت شهر بر رضایت ووفاداری گردشگری مطالعه موردی شهرکرمان، به این نتیجه دست یافته است که خدمات و تسهیلات،صنایع دستی و سوغاتی، فرهنگ بومی، امنیت، جاذبه های فرهنگی و طبیعی، منظر شهری عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران بوده است (وارثی ۲۰۲۳ ،. et al). آل رضا امیری و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه ای در زمینه شناسایی معیارهای هویت شهری بر تصویر ذهنی گردشگران در شهر بابلسردست یافتند که منحصربه فرد بودن، فرهنگ وآداب ورسوم، مهمان نوازی، امنیت، تاریخچه شهر، خوانایی،وویژگی های کالبدی و محیطی معیارهای مؤثر بر تصویر ذهنی گردشگران بوده است. صادقی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان بازنمایی هویت ملی درجاذبه های گردشگری‌تاریخی شهر اصفهان به این نتایج دست یافتند که نقش‌مذهب‌و دین وارتباط آن‌با ایرانی بودن است.عموما مؤلفه‌های دینی و ملی درنشانه‌ها و مادهای مورد بررسی درکنار هم‌به‌کارر فته‌اندو جدایی اندکی بین آن‌ها وجود دارد. این‌فرم از بازنمایی، تنها به مؤلفه‌های مذهبی تشیع محدود نشده است و در بیشتر مواقع، شاهد تلفیقی از ایرانیت و تشیع هستیم .

رضایی و همکاران (۱۴۰۰)، درپژوهشی در موردتأثیرالمان های شهری در توسعه گردشگری شهر خرم آباد دریافتند که امکانات رفاهی، حس جهت یابی شهروندان، وفاداری گردشگران، خاطره ذهنی مطلوب از عرصه های عمومی شهر، توانمندی رنگ ها، زیبایی نمادر هویت شهری و توسعه گردشگری اثرگذار بوده است.

**جدول۱: نظریه‌های هویت**

| نظریه‌پرداز | نظریه |
|---|---|
| استوارت هال | سه مرحله تاریخی متفاوت برای سوژه هویت ارائه می‌کند:<br>۱- سوژه روشنگری<br>۲- سوژه جامعه شناختی<br>۳- سوژه پست مدرن (هال، ۱۳۸۴). |
| پیتر برگر | دو قلمرو جامعه‌شناسی معرفت در نظر گرفته است،۱)زیست جهان اجتماعی ۲)ساخت اجتماعی واقعیت<br>معتقد است تفاوت چشمگیری بین سنت وجهان مدرن وجود دارد و منظور از هویت چیزی بیشتر از تجربه واقعی فرد درباره خود در یک موقعیت اجتماعی خاص منظور است (برگر، ۱۳۷۵). |
| آنتونی گیدنز | نظریه وی نظریه جامعه‌شناسانه است که به ظهور سازوکارهای نوین هویت شخصی متمرکز است و زایید نهادهای امروزی است.<br>گیدنز ساختار اجتماعی را موقعیت نهادین می‌داند که به افراد کمک می‌کنند کنش‌های |

| | |
|---|---|
| | خود را شکل دهند و هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند (گیدنز، ۱۳۷۸) |
| جنکینز | جنکینز تعریفش از هویت نقد تعاریف ذات‌گرایانه است و هویت را مجموع‌های از اطلاعات بنیادی نمی‌داند، بلکه به این توجه می‌کند که هویت چگونه عمل می‌کند و یا به کار گرفته می‌شود.<br>هویت را یک فرایند بودن و شدن می‌داند و زمان و مکان را منبع ساختن هویت در صحنه اجتماع می‌داند (جنکینز، ۱۳۸۱). |
| مانوئل کاستلر | بر اساس نظریه کاستلر هویت فرایند معناسازی بر اساس ویژگی فرهنگی است و سیاست‌های مربوط به هویت از نظر کاستلر باید در جایگاه تاریخی خود بررسی کرد.<br>سه منشأ برساختن هویت در نظر می‌گیرد:<br>هویت مشروعیت‌بخش<br>هویت مقاومت<br>هویت برنامه‌دار (کاستلر، ۱۳۸۵). |

مآخذ: نگارندگان

هویت شهر، به‌عنوان شاخص‌ترین نمود فضایی هویت جامعه، عهده‌دار تبین ارزش‌ها، هنجارها و روابط انسانی در ساخت فضایی شهری است. هویت شهری در خط فکری و تصویر ذهنی دارای ویژگی‌هایی است که شهر مورد نظر را معرفی می‌کند (مشکینی ۲۰۱۵ ,. et al).

**جدول۲: نظریه‌ها و دیدگاه‌های هویت شهری**

| نظریه دیدگاه | نظریه‌ها و دیدگاه‌های هویت شهری |
|---|---|
| پاکزاد | مفهوم هویت از دیدگاه شهرسازی و معماری غالباً، در دو بخش مکمل یکدیگر مطرح می‌شود. اول: ایجاد خاطره و تداعی در شخص؛ دوم: متمایز و استقلال در شخص؛ بنابراین تشخیص هویت فرایندی قیاسی بین عینیتی موجود با داده‌های از آن در ذهن است. |
| بهزادفر | برای شناخت هویت یک شهر باید مؤلفه‌های سازنده هویت شهر را به دو بعد عینی یا کالبدی و ذهنی یا روحی تقسیم کرد. این دو بعدرا می‌تواند از سه محیط طبیعی، مصنوعی و انسانی از همدیگر تفکیک گردد. |
| لینچ | مهم‌ترین مفهوم از نظر او (مفهوم خوانایی) است، یعنی بتوان به‌آسانی اجزای شهری را شناخت و بتوان آن‌ها را در ذهن در قالبی به‌هم‌پیوسته به یکدیگر ارتباط داد. مفهوم مهم دیگر از نظر لینچ «تصویر شهر» است که باید به ناظر احساس امنیت دهد و باعث به‌وجودآمدن رابطه موزون بین شخص و جهان خارج شود. |

| | |
|---|---|
| کریستین نور برگ شولز | او در کتاب «معماری، حضور، زبان و مکان» چنین عنوان می‌کند مهم این است که هر مکانی در ضمن هر گونه تغییری، هویت خود را نیز حفظ کند. تداوم و دگرگونی بر این دلالت دارد که به‌رغم همه متغیرها و دگر دشت‌ها چیزی پابرجا و ثابت می‌ماند. |
| رالف | مکان به معنی داشتن یک نقطه امن است که می‌توان از آنجا به دنیا نگریست، یک اتصال قوی که انسان را در موضعش با سایر اشیا مرتبط می‌سازد دست‌یابی و یا ارتباط روحی و روانی با یک نقطهٔ مشخص است. |

مآخذ: (رحمانی و پور جعفر،۱۳۹۵:۲۱)

هویت شهر، طی یک دوره زمانی با ویژگی‌های جغرافیایی، سطح فرهنگی، معماری، آداب‌ورسوم و سنت‌های محلی و سبک زندگی شکل می‌گیرد. پس می‌توان گفت که هویت یک شهر، پدیده‌ای تاریخی است و در طول زمان تغییر یا تکامل یافته است (Öngül , ۲۰۱۲).

**جدول۳: خلاصه دیدگاه‌های محققان پیرامون مؤلفه های شکل دهنده هویت شهر**

| پژوهشگر | مؤلفه | شاخص |
|---|---|---|
| پرچکانی (۱۳۹۵) | فرهنگ و میراث فرهنگی | زبان، میراث‌فرهنگی، نمادها و اسطوره‌های ملی، تعلق خاطر به نمادها و اسطوره‌های ملی، احساس تعلق به فرهنگ و روش زندگی شهر، تلقی از نقش تاریخی و رسالت شهر، محیط‌زیست شهر |
| | گردشگری | موزه‌ها، فضاهای تاریخی شهر، فضاهای طبیعی شهر، محله‌های شهری، معماری شهر، فضاهای هنری شهر (گالری، سالن‌های نمایش و....)، فضاهای فرهنگی شهر کتابخانه و.... |
| تقی‌زاده ( ۱۳۸۶) | بارزه‌های شکلی | نشانه، اندازه، تعداد، جمعیت، تمیزی، آلودگی، عملکرد، شلوغی و... |
| | بارزه‌های محتوایی | نمادها، معنی، تاریخ، فرهنگ مردم، عملکرد، رفتار، زیبایی، پاکی و... |

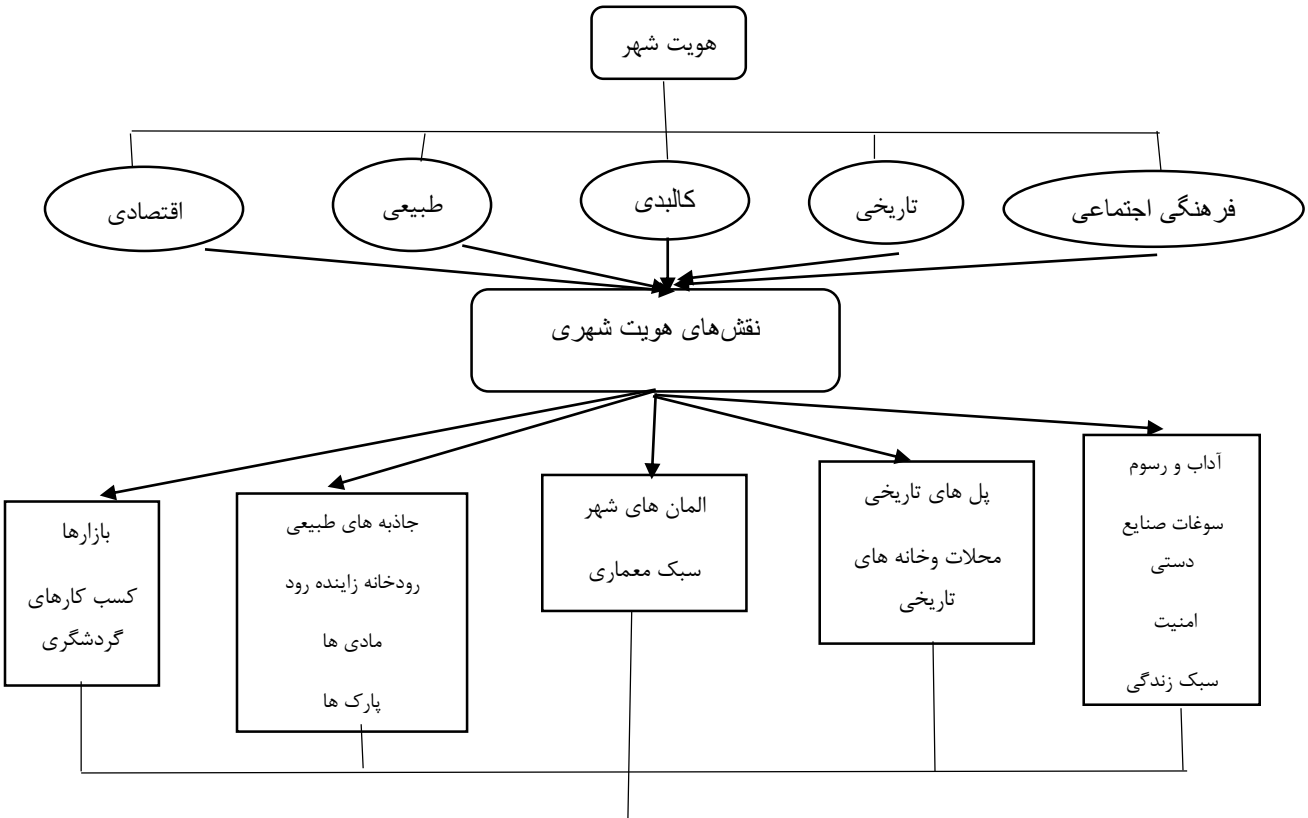
| | | |
|---|---|---|
| نوفل، کلبادی و پور جعفر (۱۳۸۸) | طبیعی | بهره‌برداری از شرایط خاص و منحصربه‌فرد جغرافیایی محل، استفاده از گیاهان و رنگ‌های بومی حفظ و نگهداری بناهای تاریخی، نمادها و نشانه‌های فرهنگی |
| | مصنوع | |
| وارثی، بافنده و محمدزاده (۱۳۸۹) | عینی | شهر، ساختار و کالبد شهری، کارکرد اقتصادی آن، فضاهای عمومی و... |
| | ذهنی | گروه‌های اجتماعی ساکن، سطح ادراک و شعور اجتماعی و توقعات و مطالبات آنها وضعیت شهروندی گروه‌های همگن و... |
| صفرزاده عربی و پروا (۱۳۹۴) | هویت بصری (موثقی و آیرملو، ۱۳۸۵) | ارزش‌های زیباشناختی، کیفیت فضایی، امکان ادراک، موقعیت و جهت‌یابی |
| | اقتصادی (اشراقی،۱۳۹۰) | فعالیت‌های گردشگری، صنایع‌دستی، فعالیت‌های ویژه یا بومی موجود در هر مکان یا شهر |
| | کالبدی (موثقی و آیرملو، ،۱۳۸۵)علمی، فرهنگی – اجتماعی (اشراقی،۱۳۹۰) تاریخی (کامروا،۱۳۷۸) | |

مآخذ: (توانایی،۱۳۹۶:۳۵-۳۴-۳۳)

یک شهر ممکن است نقش‌های مختلفی به‌عنوان دروازه ورودی، مبدأ گردشگر یا مقصد باشد. در حال حاضر گردشگری مقدار قابل‌توجهی از فضای درون مقصدهای شهری را توسط هسته‌های شهری توریستی تاریخی، موزه‌ها، آب‌نماهای شهری، پارک‌های موضوعی و حوزه‌های تخصصی اشغال کرده است. تعداد قابل‌توجهی از گردشگران به‌منظور رفتن به تعطیلات از مناطق شهری بازدید می‌کنند (کریمیان, ۲۰۱۰). در مناطق شهری گردشگری با هویت شهر پیوند خورده است. در مناطق شهری انواع مکان‌های گردشگری وجود دارد که بسیاری از آن‌ها متأثر از هویت آن مکان هستند و مواردی نظیر مکان‌های تاریخی و آثار فرهنگی معاصر، محله‌های قومی و فرهنگی، فضاهای تفریح و سرگرمی، مکان‌های مربوط به برگزاری جشنواره‌ها و مکان‌های تجاری را شامل می‌شود (Ti t i sari , ۲۰۲۱). هویت یک شهر از جنبه‌های مختلف کالبدی، طبیعی، اجتماعی، تاریخی و اقتصادی قابل‌بررسی است، و در واقع شکل‌گیری هویت شهری تحت‌تأثیر فرهنگ، شکل

طبیعی و کالبد مصنوع شهر قرار دارد (Cehan et al ., ۲۰۱۹). درباره تأثیرات هویتی گردشگری دیدگاه‌های گوناگون البته متعارضی وجود دارد. میراث‌فرهنگی، نمادهای ملی، آیین ها و رسوم یک ملت ذخیره ای تمام نشدنی هستند که می‌توانند با هدف ایجاد یک حس ملی در سرزمین میزبان و برای گردشگران به خدمت گرفته شوند. در این پژوهش‌هاونوشته های متعارف، نشان به معنای سمبل، نمود، مظهر، علامت به کاررفته است (Si l va &Leal , ۲۰۱۵). این هویت است که شهر را زنده نگه می دارد و باعث رشد و توسعه گردشگری شهری می‌شود. علاوه بر این، ارزش و اهمیت هویت شهر و توسعه گردشگری در این است که امروزه مولفه‌های هویت شهر به عنوان جاذبه‌های گردشگری عمل می‌کنند. اگر ارزش و اصالت مولفه‌های هویت شهر حفظ شود، گردشگران به خوبی با آنها ارتباط برقرار کرده و در خاطر جمعی خود ثبت می‌کنند. هر چه مولفه‌ها منحصر به فردتر بوده و با ارزش ها و ویژگی‌های گذشته شهر تطابق داشته باشد، ماندگاری در ذهن گردشگر بیشتر، یادآوری مجدد آن آسان تر و در عین حال میل به بازگشت مجدد افزایش می‌یابد (وثوقی ., et al ۲۰۱۸). هویت شهر به طور کل شامل دو بعد است: محیطی اکولوژیکی: محیط طبیعی با ویژگی‌های خود ساختار محیط اکولوژیک شهر را شکل می‌دهد؛ و بعد اجتماعی- فرهنگی: ویژگی‌های جامعه (فرهنگ) که هرفرد با حضور و رشدیافتن درجمع کسب می‌کند (James, ۲۰۱۵). مؤلفه‌های هویت شهردر سه بعد محیط طبیعی شامل کوه‌ها، کویرها، پوشش گیاهی، محیط مصنوع شامل محالت قدیمی، میدان‌ها، دروازه‌ها، و محیط انسانی شامل آداب و رسوم، باورها، سبک زندگی قابل تفکیک هستند. مطالعه نشان می‌دهد ویژگی‌های هویتی مختلفی در ابعاد محیطی، کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، و تاریخی در مناطق شهری وجود دارد که بر توسعه گردشگری اثرگذار است،که شناسایی عوامل هویت ساز هر شهر، وتقویت ومعرفی هرچه بهتر آنها به گردشگران باعث جذب انواع گردشگران و توسعه گردشگری در شهرها خواهد شد (آشنا & روحانی, ۱۳۸۹).

*شکل : مدل مفهومی پژوهش*



## 2. روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی است و به شیوه پیمایشی و با روش کمی انجام شده است. محدوده مکانی پژوهش شهر اصفهان و جامعه آماری تحقیق کارشناسان و خبرگان حوزه گردشگری به روش گلوله‌برفی استفاده گردیده است با حجم نمونه ۲۰ نفر پرسش‌نامه بین کارشناسان حوزه گردشگری شهر اصفهان انجام شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه محقق ساخت استفاده شد. ابتدا با مروری بر ادبیات تحقیق، متغیرها شناسایی شدند و در پنج بعد دسته‌بندی شدند سپس بر اساس متغیرهای شناسایی شده، پرسش‌نامه تحقیق تدوین شد. پرسش‌نامه شامل دودسته سؤال‌های عمومی و تخصصی شامل ۳۰ متغیر برای پنج بعد هویت است. متغیرهای پرسش‌نامه با استفاده از مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) اندازه‌گیری شدند. برای سنجش روایی پرسش‌نامه از روایی محتوایی و نظرخواهی از چند نفر از اساتید گردشگری استفاده شد. برای سنجش پایایی، یک نمونه اولیه شامل ۱۰ پرسش‌نامه پیش‌آزمون شد و میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد؛ مقدار ضریب آلفا ۰/۷۶۵ به دست آمد. برای تجزیه داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های توصیفی و استنباطی استفاده شد. ابتدا به‌منظور شناسایی نقش عوامل اصلی هویت شهری مؤثر بر توسعه گردشگری حوزه زاینده‌رود از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

**جدول۴: ابعاد و متغیر های تحقیق**

| ابعاد | متغیرها |
|---|---|
| هویت فرهنگی – اجتماعی | آداب‌ورسوم، حفظ لهجه، وفاداری مردم به حفظ عناصر هویتی شهر، موزه‌ها و نمایشگاه‌ها، صنایع‌دستی، امنیت گردشگری، سرو غذاهای سنتی در رستوران‌ها و مراکز پذیرایی و... |
| هویت تاریخی | پل‌های تاریخی، خانه‌ها و محلات تاریخی، بافت تاریخی ابنیه تاریخی و... |
| هویت کالبدی | المان‌های تاریخی، عناصر هویتی شهر در معابر عمومی، عناصر هویتی شهر در معماری و بافت کالبدی شهر، استفاده از نشانه‌های هویتی شهر در زیباسازی شهری، سبک معماری پل‌های تاریخی و محلات، بازتاب عناصر هویتی شهر در ورودی‌های شهر، اماکن تفریحی،<br>بازتاب عناصر هویت شهر در طراحی اقامتگاه‌های بوم‌گردی و... |
| هویت طبیعی | رودخانه زاینده‌رود، بوستان‌ها و پارک‌های، مادی‌های منشعب از رودخانه زاینده‌رود، منطقه ناژوان و... |
| هویت اقتصادی | تاثیرجاری بودن رودخانه بر اقتصاد شهر، نمایشگاه و بازارچه‌های سطح شهر، کسب‌وکارهای گردشگری و... |

مآخذ: نگارندگان

محدوده مورد مطالعه

کلان شهر اصفهان همچون نگینی درخشان در قلب ایران مرکزی، در طول جغرافیایی ۵۱درجه و ۳۹دقیقه و ۴۰ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۲درجه و ۳۸دقیقه و ۳۰ثانیهٔ شمالی واقع است. حدود جغرافیایی این شهر عبارت است از: شهرستان‌های اردستان، کاشان گلپایگان در شمال، شهرضا در جنوب، در شرق نایین و در مغرب شهرستان فریدن (سالنامهٔ آماری شهر اصفهان،۱۰:۱۳۸۷). براساس سرشماری سال۱۳۹۵ جمعیت شهر اصفهان برابر با ۲/۳۴۲/۹۴۲ نفر بوده است زاینده رود به عنوان بزرگترین رودخانهٔ داخلی فلات مرکزی ایران است که ازجبهه شرقی زرد کوه بختیاری در غرب شهرستان شهرکرد سرچشمه می‌گیرد و سمت شهر اصفهان سرازیر می‌شود و باطی مسافتی در حدود ۳۶۰ کیلو متر به با تلاق گاوخونی در شرق استان اصفهن می‌ریزد. سهم شهر اصفهان از آب رودخانه با ۹ نهر اصلی و شعب فرعی آنها در سطح شهر توزیع میشده است. رودخانه زاینده رود از روزگاران کهن نقش بسیار مهمی در شکل گیری شهر اصفهان داشته است؛ به طوری که این شهر حیات خود را مدیون این رودخانه است. زاینده رود با پل های تاریخی خود، حاشیه فضای سبز اطراف خود و انشعاب های آبی آن (مادی ها) به عنوان یک میراث فرهنگی طبیعی در مرکز شهر اصفهان شناخته شده است (سلطانی ۲۰۲۳ ,. et al).

## 3. نتایج و تجزیه و تحلیل

## ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

**جدول۵: ویژگیهای جمعیت شناختی جامعه**

| | مؤلفه | فراوانی | درصد |
|---|---|---|---|
| جنسیت | مرد | ۱۲ | ٪۵۷/۱ |
| | زن | ۹ | ٪۴۲/۹ |
| تحصیلات | کارشناس ارشد | ۱۵ | ٪۷۱/۴ |
| | دکتری | ۶ | ٪۲۸/۶ |
| سن | ۲۰ - ۲۹ | ۱۱ | ٪۵۲/۴ |
| | ۳۰ - ۳۹ | ۴ | ٪۱۹ |
| | ۴۰ - ۴۹ | ۳ | ٪۱۴/۳ |
| | ۵۰ - ۵۹ | ۳ | ٪۱۴/۳ |
| شغل | فعال صنعت گردشگری | ۱۰ | ٪۴۷/۶ |
| | هیئت علمی | ۵ | ٪۲۳/۸ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | آزاد | ۲ | ٪۹/۵ |
| | دانشجو | ۴ | ٪۱۹ |
| رشته | گردشگری | ۱۶ | ٪۷۶/۲ |
| تحصیلی | جغرافیا | ۵ | ٪۲۳/۸ |

در این بخش به بررسی اطلاعات جمعیت‌شناختی پژوهش و فراوانی آن‌ها پرداخته خواهد شد. نتایج نظرسنجی درمورد جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تخصصی و اشتغال پاسخ‌دهندگان با جزئیات در این بخش وجود دارد. بیش از نیمی از پاسخگویان ۵۷/۰۱٪ را مردان تشکیل داده‌اند. پاسخگویان در گروه سنی ۲۰ تا ۶۰ سال با میانگین سنی ۴۰ سال قرار دارند. بیش از نیمی از پاسخگویان ۷۶/۰۲٪ متخصص و شاغل در صنعت گردشگری بوده و ۷۱/۰۴٪ از پاسخگویان با سطح تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲۸٪ دکتری هستند. همان‌طوری که در جدول ملاحظه می‌شود، ۴۱,۷۵٪ نمونه را پاسخگویان زن و ۵۸,۲۵٪ پاسخگویان را مرد تشکیل می‌دهند و درصد فراوانی مردان گردشگر در این مطالعه از زنان گردشگر بیشتر است و این ممکن است به دلیل تمایل بیشتر سفر در مردان باشد. در گروه نمونه تحصیلات کارشناسی ارشد ۷۱٪ و دکتری ۲۸/۶٪ دارای فراوانی است درنتیجه از میان این نمونه ۲۱ نفره کارشناسان مردان با سطح تحصیلات کارشناسی ارشد، از فراوانی بیشتری برخوردارند و چون نمونه آماری پژوهش از میان متخصصان با روش نمونه‌گیری هدف‌مند انتخاب شدند و نمونه‌های تصادفی نبودند می‌توان نتیجه را به کل جامعه گردشگران تعمیم داد. در گروه نمونه بیشترین فراوانی مربوط به رده سنی ۲۰ تا ۲۹ سال (۵۲/۴٪) و کمترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ و همینطور گروه ۵۰ تا ۵۹ سال (۱۴/۳٪) است. در این میان گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال با تعداد ۴ نفر (۱۹٪) در رتبه دوم قرار گرفتند. نتایج ثبت شده در جدول نشان می‌دهد که ۴۷,۶٪ نمونه را پاسخگویان شاغل در حوزه صنعت گردشگری و ۲۳,۰۸٪ پاسخگویان را اعضا هیئت علمی تشکیل می‌دهند که نتیجه حاصل شده به‌وضوح نشان‌دهنده این است که افراد شاغل در حوزه صنعت گردشگری و اساتید و اعضا هیئت علمی با اختلاف زیاد بیشترین فراوانی را در میان نمونه‌های موردمطالعه دارند.

**شناسایی عوامل هویت شهری مؤثر بر توسعه گردشگری زاینده رود با استفاده از تحلیل عاملی**

برای شناسایی عوامل نقش هویت شهر در توسعه گردشگری زاینده رود در شهر اصفهان، پس از بررسی اولیه و حذف گویه های با بار عاملی کمتر از۰/۵درمجموع از متغیراستفاده شد. برای خلاصه کردن متغیرها و شناسایی عوامل از تحلیل عاملی اکتشافی به روش متعامد واریماکس استفاده شد. برای ارزیابی تناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی، از آزمون‌های KMO (بیانگر امکان تقلیل دادهها به عامل) و آزمون بارتلت (بیانگر همبستگیبین متغیرها) استفاده شد. تحلیل عاملی برای هر یک از ابعاد به طورجداگانه انجام شد، که نتایج به شرح زیر است:

در خصوص هویت فرهنگی - اجتماعی،مقدار ضریب KMO (۰/۶۴۳) آزمون بارتلت قابل قبول است. تلخیص متغیرها به استخراج ۲ عامل با مقادیر ویژه بزرگتراز۱ منجر شد که بیش از ۶۴ درصد واریانس متغیرها را تبیین می کنند. عامل اول

با عنوان« تاثیر فرهنگ مردم و اماکن  مرتبط با گردشگری در اطراف رودخانه » از ۲ متغیر با بار عامل۰/۹۱۱ و ۰/۸۳۵ ۰تشکیل شده است. عامل دوم با عنوان« هویت مردم شهردر محور گردشگری رودخانه » شامل ۲ متغیر با بار عاملی از۰/۷۸۷ و ۰/۶۰۷می باشد.

جدول۶: عوامل بعد هویت فرهنگی – اجتماعی

| عامل | متغیر ها | بار عاملی | مقدار ویژه | درصد واریانس | واریانس تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| تاثیر فرهنگ مردم وامکان گردشگری در اطراف رودخانه | اقامتگاه های نزدیک رودخانه وپل ها وتاثیرپذیری از هویت فرهنگی - اجتماعی | ۰/۹۱۱ | ۲/۱۳۸ | ۳۵/۳۴۸ | ۳۵/۳۴۸ |
| | حفظ لهجه و تاثیر آن بر هویت بخشی به ساکنان اطراف رودخانه | ۰/۸۳۵ | | | |
| هویت مردم شهردر محور گردشگری رودخانه | اسیب رساندن و نوشتن یادداشت روی دیوارهای پل و تاثیر آن بر نشان دادن فرهنگ مردم به گردشگر | ۰/۷۸۷ | ۱/۷۰۳ | ۲۸/۳۸۳ | ۶۴/۰۲۳ |
| | امنیت گردشگری در اطراف رودخانه زاینده رود و تاثیر آن در نشان دادن هویت اجتماعی شهر | ۰/۶۰۷ | | | |
| 643/0=KMO آزمون کفایت نمونه گیری | | | | | |

درخصوص هویت تاریخی، مقدار KMO، آزمون بارتلت و ضریب قابل قبول است. ازتلخیص متغیرهای اولیه ۱ عامل با مقادیر ویژه بزرگتراز ۱به دست آمد که ۵۴/۱ درصد از واریانس متغیرها را تبیین می‌کنند .این عامل تحت عنوان« اماکن تاریخی شهر اطراف رودخانه زاینده رود » از مجموع ۳ متغیر با بار عاملی از۰/۸۸۳ تا ۰/۵۸۳ تشکیل شده است.

جدول۷: عوامل بعد هویت تاریخی

| عامل | متغیر ها | بار عاملی | مقدار ویژه | درصد واریانس | واریانس تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| اماکن تاریخی شهر اطراف رودخانه زاینده رود | سرمایه گذاری بر روی اماکن تاریخی اطراف رودخانه زاینده رود | ۰/۸۸۳ | ۲/۱۶۴ | ۵۴/۱۰۴ | ۵۴/۱۰۴ |
| | المان های اطراف رودخانه زاینده رود به چه میزان هویت تاریخی شهر را نشان می دهد | ۰/۸۶۹ | | | |
| | اصالت و هویت تاریخی پل ها روی رودخانه به چه نسبت باعث جذب گردشگر شده | ۰/۵۸۳ | | | |
| KMO۰/۶۶۰= آزمون کفایت نمونه گیری | | | | | |

(۰/۶۲۱)، آزمون بارتلت قابل قبول است. از تلخیص متغیرها ۲ عامل با مقادیر ویژه بزرگتر KMOبرای هویت کالبدی، از ۱ استخراج شدکه درمجموع ۶۹/۲۳ درصد واریانس داده ها را تبیین می‌کنند. عامل اول از ۵ متغیر با بار عاملی از۸۸۹ / ۰تا .۰/۵۶۳ تشکیل شده است. عامل دوم شامل ۱ متغیر با بار عاملی ۰/۷۶۵ می‌باشد

جدول۸: عوامل بعد هویت کالبدی

| عامل | متغیر ها | بار عاملی | مقدار ویژه | درصد واریانس | واریانس تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| زیرساخت های شهری در حوزه زاینده رود | معابر در اطراف رودخانه چه میزان هویت کالبدی شهر را نشان می دهد | ۰/۸۸۹ | ۲/۷۶۴ | ۴۶/۰۶۰ | ۴۶/۰۶۰ |
| | تاثیر زیبا سازی شهردر اطراف رودخانه بر نشان دادن هویت کالبدی و توسعه گردشگری شهر | ۰/۸۶۷ | | | |
| | نقش هویت کالبدی در طرح های زیبا سازی شهر و معابر | ۰/۸۰۱ | | | |
| | میزان کارهای انجام شده بر معماری شهر در اطراف رودخانه به عنوان عامل هویت ساز | ۰/۵۸۳ | | | |
| | میزان نشان دادن هویت کالبدی با توجه به نقش حوزه گردشگری در حوزه زاینده رود | ۰/۵۶۳ | | | |
| تاثیر رودخانه زاینده رود در زیر ساخت های شهری | نشان دادن نقش هویت رودخانه زاینده رود در طراحی مبلمان شهری، ایستگاه های اتوبوس و مترو | ۰/۷۶۵ | ۱/۳۹۱ | ۲۳/۱۷۹ | ۶۹/۲۳۹ |
| KMO۰/۶۲۱= آزمون کفایت نمونه گیری | | | | | |

برای بعد هویت طبیعی مقدار ضریب KMO، (۰/۶۴۴) آزمون بارتلت قبول است. از تلخیص متغیرها، ۳ عامل با مقادیر ویژه ویژه بزرگتراز۱استخراج شد که درمجموع ۸۵/۱۳ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می‌کند. عامل اول با عنوان« رودخانه زاینده رود و اطراف آن و هویت طبیعی شهر » از۵ متغیر تشکیل شده است. عامل دوم با عنوان« شاخه های منتهی به رودخانه و خشک بودن آن » شامل ۲ متغیر می‌باشد.عامل سوم با عنوان« رودخانه زاینده رود هویتی طبیعی » از ۱ متغیرتشکیل شده است.

جدول۹: عوامل بعد هویت طبیعی

| عامل | متغیر ها | بار عاملی | مقدار ویژه | درصد واریانس | واریانس تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| رودخانه زاینده رود و اطراف آن | نقش اماکنی مثل باغ پرندگان و... در توسعه گردشگری در حوزه زاینده رود | ۰/۸۹۶ | ۲/۷۴۱ | ۳۴/۲۶۴ | ۳۴/۲۶۴ |
| | تاثیر فضایی سبز و پارک های اطراف رودخانه زاینده رود در نشان دادن هویت طبیعی شهر به گردشگران | ۰/۷۵۲ | | | |
| | میزان تاثیر رودخانه زاینده رود به عنوان بخشی ازعامل هویت طبیعی شهر | ۰/۷۵۱ | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| و هویت طبیعی شهر | تاثیرجاری بودن رودخانه زاینده رود در نشان دادن هویت طبیعی شهر | ۰/۷۴۲ | | | |
| | میزان ارتباط اماکن تفریحی، پارک ها و بوستان های اطراف رودخانه زاینده رود با هویت شهری اصفهان | ۰/۶۷۹ | | | |
| شاخه های منتهی به رودخانه و خشک بودن آن | تاثیر مادی ها متصل به رودخانه بر توسعه بعد هویت طبیعی گردشگری شهر | ۰/۶۶۸ | ۲/۵۳۹ | ۳۱/۷۳۷ | ۶۶/۰۰۰ |
| | تاثیر خشک بودن رودخانه بر هویت طبیعی و جذب و توسعه گردشگری شهر | ۰/۵۹۸ | | | |
| رودخانه زاینده رود هویتی طبیعی | نقش رودخانه زاینده رود به عنوان جاذبه طبیعی و هویت بخش شهراصفهان وتاثیر آن درهویت بخشی به گردشگری شهری | ۰/۸۶۸ | ۱/۵۳۱ | ۱۹/۱۳۲ | ۸۵/۱۳۲ |
| KMO۰/۶۴۴= آزمون کفایت نمونه گیری | | | | | |

برای بعد هویت اقتصادی شهر ،مقدار ضریبKMO،آزمون بارتلت قابل قبول است. نتیجه تحلیل عاملی متغیرهای اولیه، دوعامل با مقادیر ویژه بزرگتراز۱ است که ۶۸/۹۹ درصد از واریانس داده‌ها را تبیین می‌کند. عامل اول با عنوان« تاثیر رودخانه بر بازار و اقتصاد »، از ۲ متغیربا بار عاملی۰/۸۲۱ و ۰/۶۲۸تشکیل شده است و عامل دوم با عنوان« تاثیر رودخانه بر گردشگری » از یک متغیرتشکیل شده است.

جدول۱۰: عوامل بعد هویت اقتصادی

| عامل | متغیر ها | بار عاملی | مقدار ویژه | درصد واریانس | واریانس تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| تاثیر رودخانه بر بازار و اقتصاد | جاری بودن دائمی آب رودخانه و تاثیر آن برهویت اقتصاد از دیدگاه گردشگری | ۰/۸۲۱ | ۱/۹۱۴ | ۳۸/۲۸۵ | ۳۸/۲۸۵ |
| | تاثیر بازار و بازارچه های اطراف رودخانه بر بعد هویت اقتصادی شهر | ۰/۶۳۴ | | | |
| تاثیر رودخانه بر گردشگری | تاثیر رودخانه زاینده رود با توجه به جذب گردشگر در بعد اقتصادی | ۰/۶۲۸ | ۱/۵۳۵ | ۳۰/۷۰۶ | ۶۸/۹۹۱ |
| KMO۰/۶۰۵= آزمون کفایت نمونه گیری | | | | | |

## 4. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج یافت های تحقیق نشان می دهد یازده عامل هویتی درشهر وجود دارد که نقشی در توسعه گردشگری حوزه زاینده رود در شهر اصفهان دارند. در بعد فرهنگی – اجتماعی دو عامل تاثیر فرهنگ مردم و امکان گردشگری در اطراف رودخانه و هویت مردم شهردر محور گردشگری رودخانه است که در این بعد نشان می‌دهد فرهنگ مردم از دیدگاه کارشناسان تاثیر گذار بر جذب گردشگر در شهر اصفهان و محور گردشگری رودخانه زاینده رود است. همچنین در بعد هویت تاریخی یک عامل از چرخش متغیر ها استخراج گردید که نشان می‌دهد هویت بافت تاریخی اطراف رودخانه و پل های تاریخی ساخته شده بر روی رودخانه در جذب و توسعه گردشگری حوزه زاینده رود تاثیر گذار است. در بعد هویت کالبدی به بررسی نقش

زیر ساخت های شهری در حوزه رودخانه برای نشان دادن هویت شهر و نقش رودخانه زاینده رود در زیر ساخت ها شهر پرداخته ایم که این نشان می دهد کالبد یک شهر در جذب گردشگر تاثیر زیادی دارد ولی با این وجود هنوز هم نیاز به کار در ساختار شهری برای نشان دادن هویت زاینده رود به عنوان بخش مهمی از جاذبه گردشگری شهر اصفهان وجود دارد و مسئولان شهری و گردشگری نیاز است در این بخش مخصوصا در مسیرهایی نزدیک رودخانه در سبک معماری در حوزه مبلمان شهری و دیگر زیر ساخت های شهر برای معرفی زاینده رود به گردشگر تلاش بیشتری کنند. در بعد هویت طبیعی شهر زاینده رود خود به عنوان عامل طبیعی هویت بخش شهر اصفهان شناخته می‌شود و عوامل طبیعی اطراف رودخانه پارک ها، بوستان ها خود منطقه نازوان و... به عنوان عوامل طبیعی هویت بخش به شهر اصفهان نقش زاینده رود را در جذب گردشگر و توسعه گردشگری پر رنگ تر نشان می دهد و به عقیده کارشناسان این حوزه جاری بودن دائمی زاینده رود می‌تواند گردشگری اصفهان را به رونق قبل برگرداند. خشک بودن چندین سال اخیر رودخانه خود تاثیر زیادی در کمتر شدن گردشگری دارد و این نشان از نقش بالای رودخانه زاینده رود و نقش هویت شهر در توسعه گردشگری دارد. از دید بعد اقتصادی می‌توانیم برحسب نتایج بدست آمده از تحقیق به این نتیجه برسیم که رودخانه زاینده رود و در جریان بودن دائمی آن در کسب و کار و بخش اقتصادی گردشگری شهر تاثیر زیادی دارد و اقتصاد شهر و هویت اقتصادی شهر اصفهان در حوزه گردشگری تاثیر زیادی از در جریان بودن دائمی رودخانه زاینده رود دارد و همچنین با ایجاد بازارچه ها فصلی در زمان های پیک گردشگری میتوان در ایجاد کسب و کار در این حوزه اقدام کرد.

به طور کلی تمام ابعاد هویتی شهر اصفهان در توسعه گردشگری حوزه زاینده رود نقش تعیین کننده ای دارند و هویت طبیعی و تاریخی شهر از دید کارشناسان این حوزه می‌تواند نقش بیشتری در توسعه گردشگری حوزه زاینده در شهر داشته باشد و رودخانه زاینده رود به عنوان قلب گردشگری شهر اصفهان تاثیر گذار در تمامی ابعاد گردشگری مخصوصا بعد هویت طبیعی است و جاری بودن رودخانه می تواند در جذب بیشتر گردشگر کمک زیادی کند و اصفهان را گردشگران با زاینده رود می‌شناسند و در بعد هویت کالبدی شهر هم نیاز است در سبک معماری و زیر ساخت های شهری از عوامل مرتبط با رودخانه و بیشتر استفاده شود مخصوصا در مکان های که با گردشگر بیشتر در ارتباط است مثل معماری هتل ها یا اقامتگاه ها یا معابر شهری یا ترمینال ها ایستگاه های اتوبوس و مترو چون در این مکان ها هویت شهر بیشتر میتوانیم نمایش بدهیم به گردشگر و اگر از نمادهای مرتبط با زاینده رود استفاده شود این نقش بارز تر است.

در کل ما می توانیم از تک تک ابعاد هویتی شهر در توسعه گردشگری زاینده رود استفاده کنیم مخصوصا هویت طبیعی و در کنار آن از رودخانه زاینده رود به عنوان بخش هویت بخش به شهر اصفهان در جذب گردشگر کمک بگیریم.

## منابع و مآخذ


Alaoui, Y., & Abba, R. (2019). The R (Evolution) of territorial marketing: Towards an identity marketing. Journal of Marketing Research and Case Studies, 944163. https://doi.org/https://DOI: 10.5171/2019.944163

Anderson, E., Bakir, A., & Wickens, E .(۲۰۱۵) .Rural tourism development in Connemara, Ireland. Tourism Planning & Development, 12(1), 73-86. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21568316.2014.965844

Cehan, A., Iațu, C., Eva, M., Ibănescu, B.-C., & Bulai, M. (2019). Territorial dynamics of tourism in Romania: a long-term perspective (1990-2016). Human Geographies: Journal of Studies and Research in Human Geography, 13(1), 23-44. https://doi.org/https://doi.org/10.5719/hgeo.2019.131.2

James, P. (2015). Despite the terrors of typologies: The importance of understanding categories of difference and identity. Interventions, 17(2), 174-195. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369801X.2014.993332

Öngül, Z. (2012). Analysing the City Identity of Nicosia from a Historical Perspective: External Effects, Solutions Proposed. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 35, 284-292. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.02.090

Paasi, A. (2013). Regional planning and the mobilization of 'regional identity': From bounded spaces to relational complexity. Regional studies, 47(8), 1206-1219. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00343404.2012.661410

Panzera, E. (2022). From Cultural Heritage to Economic Development Through Tourism. In Cultural Heritage and Territorial Identity: Synergies and Development Impact on European Regions (pp. 65-85). Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-94468-1_3

Parte, L., & Alberca, P. (2021). Business performance and sustainability in cultural and rural tourism destinations. Mathematics, 9(8), 892. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/math9080892

Silva, L., & Leal, J. (2015). Rural tourism and national identity building in contemporary Europe: Evidence from Portugal. Journal of Rural Studies, 38, 109-119. https://doi.org/https//:doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.02.005

Titisari, E. (2021). Basic aspects of territorial identity (terraphilia) towards proportional tourism development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science ,

Varesi, H., Vazin, N., & Azimi Kohanjani ,M. (2023). The Impact of City Identity Factors on Tourism Development the Case Study of Shiraz city. urban tourism, 10(3), 15-31. https://doi.org/https://doi10.22059/jut.2023.350827.1080

امیری, ذوقی, سادات, مهدیس, کریمی, & سپیده. (۲۰۱۵). ارزیابی توان اکوتوریسم در مناطق حفاظت شده، به منظور کمک به توسعه ی پایدار روستایی (مطالعه موردی: منطقه حفاظت شده ارسباران-دهستان میشه پاره). Journal of Research and Rural Planning, 11(4), 39-50 .

آشنا, ح. ا., & روحانی, م. (۱۳۸۹). هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مؤلفه های بنیادی. تحقیقات فرهنگی ایران, ۱۲(۳), ۱۵۷-۱۸۴. https://www.noormags.ir/view/en/articlepage/857962

خلیفه, & مراد, ب. (۲۰۲۱). ارزیابی ظرفیت ها و توانمندی‌های گردشگری بندر دلوار. جغرافیا و روابط انسانی, ۳(۴), ۱۴۴-۱۵۵. https://doi.org/https://doi ۲۰,۱۰۰۱,۱,۲۶۴۵۳۸۵۱,۱۴۰۰,۳,۴,۱۰,۵

سلطانی, پرتوی, پروین, & چادگانی, م. (۲۰۲۳). ارزیابی اثرات متقابل ارزش‌های میراث محیطی رودخانهٔ زاینده‌رود شهر اصفهان و کیفیت زندگی ساکنان پیرامون آن. برنامه ریزی فضایی, ۱۳(۱), ۶۵-۹۶. https://doi.org/https://0.22108/sppl.20 ۲۳,۱۳۷۲۸۲,۱۷۱۷

سیدعلیرضا, ن., پارین, ک., & محمدرضا, پ. (۲۰۱۰). برررسی و ارزیابی شاخص های موثر در هویت شهری (نمونه موردی محله جلفا در شهر اصفهان). https://doi.org/ https://sid.ir/paper/202312/fa

کریمیان. (۲۰۱۰). نمادهای فرهنگی در مناظر شهری: بیان معنا، حس هویت آرامش روحی. پژوهش های جغرافیای انسانی, ۷۴(۱), ۱۱۹-۱۳۲.

مشکینی, زیاری, اله, ک., & عقیلی. (۲۰۱۵). ارزیابی هویت اجتماعی در محله های شهری (مطالعهٔ موردی: محلهٔ اوین شهر تهران). پژوهشهای جغرافیای انسانی, ۴۷(۴), ۵۸۹-۶۰۷. https://doi.org/https://10.22059/jhgr.2015.51252

مهدی, س., سیدعلی, ج., سعید, م., & سحر, ر. (۲۰۲۳). تعیین توان و ظرفیت برد اجتماعی و فرهنگی با هدف استقرار توسعه کاربری گردشگری طبیعت (مطالعه موردی: منطقه حفاظت شده کرخه، ایران). https://doi.org/https://sid.ir/paper/961864/fa

وارثی, وزین, & عظیمی. (۲۰۲۳). تأثیر عوامل هویت شهر بر توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهر شیراز. نشریه گردشگری شهری, ۱۰(۳), ۱۵-۳۱. https://doi.org/https://doi10.22059/jut.2023.350827.1080

وثوقی, یزدانی, & توانایی. (۲۰۱۸). ارزیابی تأثیر هویت شهر بر رضایت و وفاداری گردشگران (مطالعه موردی: شهر کرمان). نشریه گردشگری شهری, ۵(۳), ۱۷-۳۱. https://doi.org/https://10.22059/jut.2018.240434.378

یداله, ک. پ., عطااله, ع., حسن, ا., افشین, م., & بهرامعلی, خ. (۲۰۱۷). ارزیابی نقش گردشگری بر همگرایی واحدهای سیاسی-فضایی ایران و آذربایجان. https://doi.org/. SID. https://sid.ir/paper/513189/fa

سالنامه آماری شهر اصفهان سال ۱۳۸۹. (۱۳۹۰). انتشارات معاونت حمل‌ونقل ترافیک شهرداری اصفهان، چاپ اول.

# مدیریت گردشگری خلاق بعنوان نسل سوم گردشگری با نگاهی بر زاینده رود

**منیره کتابچی**،مربی گروه مدیریت(مدیریت دولتی)، دانشکده مدیریت،اقتصاد،حسابداری،دانشگاه پیام نور،ایران

**چکیده:**

گردشگری خلاق به عنوان نسل سوم گردشگری، گردشگران را عمیقا با جاذبه های فرهنگی مقصد درگیر کرده و امکان یادگیری و پیوند با جامعه میزبان را فراهم می کند. توسعه گردشگری خلاق برای محور زاینده رود در شرایطی که غالب گردشگران اصفهان را گردشگران فرهنگی تشکیل می دهند و خشک سالی های پیاپی صدمات بی شماری بر این جاذبه طبیعی وارد کرده بسیار ضروری است. هدف از انجام پژوهش تبیین شاخص های گردشگری خلاق در محور زاینده رود است. روش انجام پژوهش توصیفی با تکیه برمطالعات کتابخانه ای و اینترنتی است در این راستا فضاهای آموزشی تفریحی برای گروه های سنی مختلف با توجه به پتانسیل های سکانس های مختلف زاینده رود می توان در نظر گرفته شود. از شاخص های اقتصادی گردشگری خلاق محور زاینده رود اصفهان، تکنولوژی و فناوری در عرضه خدمات و شعار برندینگ دارای بار عاملی بیشتری است و طراحان گردشگری خلاق محور زاینده رود باید پیام برند تجاری را با توجه به پتانسیل های محور زاینده رود و شهر اصفهان شناسایی کرده و یک کمپین بازاریابی ایجاد کنند. از شاخص های کالبدی، درنظر گرفتن زیرساخت ها، ایمنی و طراحی خلاقانه در گردشگری خلاق محور زاینده رود در الویت می باشد، لذا ارتقاء زیرساخت های گردشگری محور زاینده رود به همراه طراحی مکان ها و فضاهای خلاقانه برای تحریک خلاقیت شهروندان و گردشگران بایستی در نظر گرفته شود.

**واژگان کلیدی:** خلاق،گردشگری ،مدیریت ،زاینده رود.

## ۱ .مقدمه:

گردشگری خلاق نوعی گردشگری فرهنگی است که با تمرکز بر توسعه مهارت ها در حال ظهور است. از این رو میراث های فرهنگی، آیین ها و صنایع دستی می توانند به گونه ای ایجاد شوند تا نقش تعاملی تری بین بازدیدکنندگان و جمعیت محلی ایجاد شود. (تقوایی و همکاران،۱۳۹۷ ) توسعه گردشگری خلاق اجتماعی، فرهنگی اصفهان خصوصا برای محور زاینده رود، با توجه به خشکسالی های پیاپی و کاهش جمعیت گردشگران، بسیار ضروری است. هدف از انجام پژوهش شناسایی و اولویت بندی مولفه های اجتماعی، فرهنگی گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران در محور زاینده رود است. روش انجام پژوهش توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. به منظور تحلیل یافته ها از تحلیل عاملی تاییدی در نرم افزار آموس استفاده شده است. نتایج حاصل نشان می دهد بین عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل فرهنگی در گردشگری خلاق محور زاینده رود در اولویت می باشد و فراهم سازی فرهنگ بومی با تاکید بر رویکردهای اجتماعی و فرهنگی در جذب گردشگر محور زاینده رود حتی در زمان خشکی موثر خواهد بود .با کاهش جذابیت رودخانه در زمان های خشکسالی، یادمان ها و میراث های فرهنگی می تواند سبب جذب گردشگران گردد. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری که از پیچیده‌ترین اجزاء و مصدر قوانین جهانی است، اساساً یکی از مهم‌ترین برنامه‌های توسعه اقتصادی، شغلی، اجتماعی و افزایش سطح رفاه عمومی مردم در هر کشوری به‌شمار می‌رود. از منظر متفکرین و دیدگاه آینده‌پژوهی، اعتقاد بر این مهم می‌باشد که اساساً آینده را مخلوط پیچیده‌ای از روندهای غیرقابل‌تغییر، حوادث تصادفی و اقدامات افراد و مؤسسات کلیدی شکل می‌دهد و به دلیل این پیچیدگی بهترین روش برای آینده‌پژوهی، جمع-آوری هرچه بیشتر اطلاعات و استفاده از فرایندهای نیمه خودآگاه اطلاعاتی و کشف و مکاشفه شخصی برای به‌دست آوردن دانش و بینش کافی است. ز منظر متفکرین و دیدگاه آیندهپژوهی، اعتقاد بر این مهم میباشد که اساساً آینده را مخلوط پیچیدهای از روندهای غیر قابل تغییر، حوادث تصادفی و اقدامات افراد و مؤسسات کلیدی شکل میدهد و به دلیل این پیچیدگی بهترین روش برای آیندهپژوهی، جمع آوری هرچه بیشتر اطلاعات و استفاده از فرایندهای نیمه خودآگاه اطلاعاتی و کشف و مکاشفه شخصی برای به دست آوردن دانش و بینش کافی است . برنامهریزی توسعه گردشگری که از پیچیده ترین اجزاء و مصدر قوانین جهانی است، اساساً یکی از مهمترین برنامه های توسعه اقتصادی، شغلی، اجتماعی و افزایش سطح رفاه عمومی مردم در هر کشوری به شمار میرود ) Lukoseviciute 185:2021, Panagopoulos ( اهمیت این مهم، بهویژه از آن حیث است که صنعت گردشگری اساساً نظام پیچیدهای از مشاغل دیگر را نیز در برمیگیرد و با رشد و افول خود، بسیاری دیگر از مشاغل را به خود )مشغول میکند (64:2021, Ortega & Orlandoبه همین دلیل، این مهم با نظر داشت آینده اقتصادی دنیا، به یکی از مهمترین دل مشغولی های کشورهای دنیا با محوریت اقتصاد گردشگری تبدیل گردیده است ) بنابراین پر بیراه نیست این صنعت و آینده آن را، یکی از چالشهای عمده آینده اقتصاد بشری در دانشگاهها و دولتهای مختلف .) :Healy et al, 2020 (560کنیم قلمداد به همین دلیل آنچه امروزه از گردشگری بهعنوان یکی از مهمترین برنامههای رشد و توسعه ملی یاد میشود، ارتباط مستقیمی با برنامهریزی ساختاری و نظام کارکردی در دانشگاهها و البته در بدنه دولت دارد :Viachaslau & Bhaskara) (2021,366به بیانی دیگر، وقتی از توسعه بهویژه توسعه اقتصادی صحبت میشود، دانشگاهها نقش بسزایی در توسعه مرزهای دانش آن موضوع داشته و دولتها نیز به عنوان تسهیلگر و حامی یافته های علمی، امور مالی و زیرساختی آن را)۷۲۴: ۲۰۲۱ Yoel & ), (. Chen Broshiبا مرور و بررسی این موارد به ویژه از آن حیث که پیچیده ترین وکارهای بشری در صنعت گردشگری مستتر است (قادری و همکاران،۱۳۹۰ :۱۴)به سادگی میتوان پی برد که برای بسیاری از کشورها، دولتها، محافل دانشگاهی و همچنین بنگاههای اقتصادی، بررسی وضعیت موجود و آینده این صنعت از اهمیت بسیاری برخوردار است )(al et Paskova,2021:548

## ۲- ادبیات تحقیق.

(علی اکبری و همکاران, ۱۳۹۹)از دیگر محققان این عرصه هستند که با پژوهش خود با عنوان " تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی" به بررسی این موضوع پرداخته اند. نتایج نشان میدهد 80درصد وضعیتهای

گردشگری کرمان در آینده مطلوب و ۲۰ درصد ثابت و بحرانی است. شهر کرمان با سه گروه از سناریوهای توسعه گردشگری در آینده روبروست. مطلوبترین سناریو گروه اول است که بر شالوده رقابت پذیری، برنامه محوری و توسعه متوازن استوار است .در مطالعات دیگری که توسط( الداغی و همکاران ۱۳۹۹)با عنوان تدوین سناریوهای توسعه منطقه گردشگری استان گلستان، با رویکرد آینده پژوهی به انجام رسیده است، محققان با استفاده از ترکیبی از مطالعات اسنادی و پیمایشی و با استفاده از روش دلفی، به این نتیجه رسیده اند که ۸ عامل اصلی در توسعه گردشگری آینده استان گلستان تأثیرگذار است؛ که به ترتیب این ۸ عامل شامل مشارکت بخش خصوصی، فرهنگ پذیرش گردشگر، کارآفرینی در بخش گردشگری، تأسیس مراکز خرید، امنیت گردشگران داخلی و خارجی، درآمد بخش گردشگری و تأسیسات زیربنایی دولت در صنعت گردشگری میباشد. همچنین (ده ده زاده و احمدی فرد ۱۳۹۸)در تحقیق خود با استفاده از روش پویش محیطی، اسنادی و با استفاده از روش دلفی، تحلیل ساختاری و سناریو ویزارد اعتقاد دارند که پنج دسته متغیّر مورد شناسایی قرار گرفت .فصلنامه پژوهش های جغرافیای انسانی، دورهٔ ۵۵ ،شمارهٔ ۱ ،بهار ۱۴۰۲ درنهایت با توجّه به امتیاز باالی اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم عوامل، سیزده عامل اصلی به مثابهٔ پیشران های کلیدی در آینده توسعه گردشگری شهرستانهای استان مازندران شناسایی شدند. از میان پیشران های مورد بررسی نیز، متغیّرهای بخش زیرساختی و خدماتی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری مناطق موردمطالعه و عوامل طبیعی کمترین درجه تأثیرگذاری را به خود اختصاص دادند .( نصر۱۳۹۸)در مطالعه خود با عنوان" شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلان شهر شیراز با رویکرد آینده پژوهی"، به این مهم اشاره دارند که در مجموع ۸ عامل کلیدی در وضعیت گردشگری شهر شیراز تأثیرگذارند؛ بدینصورت که این متغیرها بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری را بر آینده توسعه گردشگری شیراز دارند و شامل پیشرانهای منابع آب، تبلیغات، مدیریت محلی، آثار تاریخی، امنیت غذایی، امنیت، سیاستهای کالن ملی در حوزه گردشگری و مشارکت شهروندان میباشند و از میان این عوامل، مدیریت بهعنوان مهمترین عامل تأثیرگذار بر سایر عوامل کلیدی شناسایی شده است(نعیمی مجد ،۱۳۹۸)از دیگر محققان این عرصه است که در تحقیق خود با عنوان " آینده پژوهی گردشگری پایدار، رهیافتی نو در اقتصاد مقاومتی موردمطالعه: کارشناسان صنعت گردشگری و هتلداری به این مهم اشاره داشته اند که اقتصاد مقاومتی بر آینده پژوهی گردشگری و گردشگری پایدار، تأثیر مثبت و مستقیم داشته است .همچنین( علی اکبری و همکاران ۱۳۹۷)در پژوهش خود در شهر کرمان رقابت پذیری را به عنوان تأثیرگذارترین عوامل کلیدی در توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان دانسته اند و طبق یافته های آنها حذف موانع سفر، گسترش فضاهای ساخته شده مرتبط با گردشگری، تخریب محیط در نتیجه ساخت وساز بیش ازحد خانه های دوم و مشارکت و همبستگی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. تقوایی و حسینی خواه ۱۳۹۶)در مطالعهای با عنوان" برنامه ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی و سناریونویسی )مطالعه موردی: شهر یاسوج به این نتیجه رسیده اند که پیشران های حیاتی در ۸۰ حالت با سه وضعیت تدوین و ۸۰ درصد وضعیتها نشان از مطلوبیت و ۲۰ درصد نشان از ثبات و بحران سازمان فضایی صنعت گردشگری داشتند. (عمرانی وهمکار،۱۳۸۴: ۲۱۱)مطلوبترین سناریو، سناریوی شماره یک پیشنهاد گردیده که مبتنی بر حفظ، تدوین، افزایش، تعامل، توسعه، رشد کمی و کیفی، افزایش و بهبود امنیت خواهد بود.

بحث مطابق نظر مدیران و متولیان سازمانها و کارشناسان متخصص و خبره در حوزه گردشگری نتایج یافته ها حاکی از آن است که اولویت حفظ منابع طبیعی بیش از هر مؤلفه دیگری قادر است در توسعه گردشگری خالق استان گلستان و شهرستان های آن نقش داشته باشد که این یافته نیز با نتیجه تحقیقات همسو بوده است. به طوریکه محققان بر این نکته تأکید داشته اند که حفظ ارزشهای زیست محیطی به ویژه محیطهایی با شکنندگی بیشتر (محیط های جزیره) در گردشگری خالق ضروری میباشد. از طرف دیگر کیفیت این محیطهای خالق که با رضایت بازدیدکنندگان اندازه گیری میشود، عمدتاً به کیفیت امکانات، تأسیسات زیربنایی و خدمات رفاهی مربوط میشود. (حسینی،۱۳۷۹: ۳۳)این مؤلفه در این پژوهش به عنوان دومین پیشران کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری خالق استان گلستان مطرح میباشد که این با یافته های وارثی و همکاران در اصفهان؛ چان و همکاران در هنگ کنگ؛ واحدپور و جعفری؛ رباطی انارکی در شهر نایین و تقوایی و حسینی خواه در شهر یاسوج هم جهت است به طوریکه از تسهیلات و تأسیسات به عنوان دومین شرط تضمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری به طور عام و گردشگری خالق به طور خاص یاد میکنند سومین پیشران کلیدی

جهت توسعه گردشگری خالق در استان گلستان، بهره گیری از تنوع فرهنگی و قومیتی می باشد( Chen, Z., Chen, X., & Mak,2021: 87) .به عنوان پایتخت فرهنگی اقوام (ترکمن، ترک، قزاق، بلوچ، مازنی، کتولی، ارامنه و ...) و به دلیل تنوع فرهنگی و قومیتی به رنگین کمان اقوام ایران زمین مشهور است. طبق یافته های زنگنه و همکاران؛ جیکوب و وان ویدن تنوع اجتماعی و فرهنگی ساکنان تعامل بین افراد به عنوان حاملان اصلی دانش و دانایی را تسهیل نموده و منجر به خلق ایده های نو و جدید و درنهایت ارتقاء تصویر مکان در عرصه ملی و بین المللی می شود؛(Ageeva, E., & Foroudi,2019: 214 )

**۳-تجزیه وتحلیل:**

به عبارت دیگر تنوع اجتماعی و فرهنگی در قالب طبقه خالق به عنوان یکی از حوزه های خالقیت، از مؤلفه های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری خالق به شمار می آید. قابل ذکر است که در این پژوهش تنوع فرهنگی و قومیتی در نمودار پراکندگی متغیرها را بر اساس تأثیرات مستقیم، به عنوان عامل تعیین کننده و تأثیرگذار است، درحالیکه در پژوهشی که تقوایی و همکاران در استان گیلان انجام داده اند به عنوان متغیر تأثیرپذیر شناسایی شده است .بررسی نتایج این مطالعه در حوزه تنوع اقلیمی و اکوسیستمهای منحصربه فرد، همسو با مطالعات بیران وندزاده و همکاران دارای اشتراک نظر و نتایج بررسیهای میدانی است. به طوریکه در این مقاله نیز جایگاه تنوع اقلیمی و اکوسیستمی بسیار مهم جلوه داده شده است.( قنبری وهمکاران،۱۴۰۰: ۱۶۴ ) با عنایت به اهمیت مقوله حفظ امنیت اجتماعی که در این پژوهش بدان پرداخته شد، نتایج بررسی و مطالعات تطبیقی این مهم با سایر پژوهش های داخلی و خارجی از جمله مطالعات الداغی و همکاران در استان گلستان؛ نظم فر و علی بخشی در استان اردبیل؛ نشان می دهد که فاکتور مزبور در نیز از جایگاه مؤثری در توسعه گردشگری خالق آتی برخوردار است. (Barbieri, C., & Mahoney,2010: 188)شبکه حمل ونقل و دسترسیها، از دیگر فاکتورهای تأثیرگذار این مطالعه در سطح استان گلستان میباشد تقوایی و همکاران در مطالعه خود در گلستان با توجه به موقعیت مناسب استان و همجواری با کشورهای آسیای میانه و قرار گرفتن در مسیر کریدورهای بین المللی حمل ونقل، تقویت امکانات فرودگاهی تا سطح بین المللی و گسترش شبکه های ارتباطی جهت دسترسی به کشورهای همسایه و استان های پیرامون ضروری دانسته اند .(تقوایی و همکاران،۱۳۹۱ :۶۸) در حوزه توجه به عامل صرفه اقتصادی و تأثیر آن بر توسعه گردشگری خالق نیز بررسی ها نشان می دهد که این مهم با اندکی تغییرات معنایی در مطالعات در نروژ موردتوجه قرارگرفته است وی عامل اقتصاد و سیاست را پیشآمد تحقق توسعه صنعت گردشگری آینده می داند که تأثیر مستقیمی بر آن دارد. همچنین توجه به مشارکت تشکل های غیردولتی در بین سایر عوامل در استان گلستان و همه شهرستانها به عنوان عامل کلیدی معرفی میشود که این نتایج با مطالعات نصر همسو میباشد و موردتوجه محققان بوده است.(مهدیان بهنمیری وهمکاران، ۱۴۰۰ :۱۹۸)نتایج مطالعات پوراحمد و احمدی فرد در تهران و نظمفر و علیبخشی در اردبیل در حوزه بازآفرینی و سیاست های تشویقی نشان مهدیان به نمیری و تقوایی / واکاوی پیشرانهای کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری خالق با رویکرد آینده پژوهی و ... می دهد که به دنبال بهروز کردن بافتهای تاریخی و تزریق سرمایه و کاربریهایی با محوریت صنایع فرهنگی به این مراکز، که در کانون توجه گردشگری خالق قرار دارد، علاوه بر پاسخگویی نیازهای مردم، منجر به جذب گردشگران به این مراکز شده که درنهایت به ترکیب اجتماعی متنوع و توسعه گردشگری خالق این فضاها میانجامد .توجه به عنصر برند گردشگری و ارائه ویژگیهای متمایز از مکان، از دیگر پیشرانهای کلیدی توسعه گردشگری در این تحقیق است. طبق یافته های در هنگ گنگ؛ و مطالعه بسته نگار در ایران مکانها پیوسته سعی در تعیین تصویرشان در بازارهای جهانی و بهره گیری از تمایزهای خود و برند سازی آنها در این عرصه دارند. ازاین رو انواع برندینگ بر اساس منابع فرهنگی و خالق برای موقعیت رقابتی شهرها و مناطق و توسعه گردشگری خالق بسیار بااهمیت هستند. نتایج مطالعات تطبیقی با سایر پژوهشهای صورت گرفته این حوزه نشان میدهد که این فاکتور، در بررسی محققان دیگر مورد غفلت قرارگرفته است و علیرغم جایگاه مهمی گه در توسعه گردشگری خالق آینده دارد، کمتر موردبررسی و توجه پژوهشگران بوده است .طبق یافته های Kovacs & Li Qiang؛در چین Trunfio & Lucia Della در ناپلس و Richards ساختارهای معماری متمایز نه تنها از منظر طراحی، بلکه به عنوان بخشی از زندگی روزمره محل و کانالی برای یادگیری تاریخ محلی به حساب میآید.( بسحاق ،۱۳۹۴ : ۲۰۳

**۴-استنتاج:**

معماری و رویدادهای نمادین در حال حاضر از مهمترین کاتالیزورهای فرهنگی هستند که برای تجدید هویت شهری، افزایش نشاط و جذب افراد خالق و گردشگران استفاده میشود که به نوبه خود در توسعه گردشگری خالق مؤثر است. تأثیر تبلیغات و اطلاع رسانی بر توسعه گردشگری خالق در بین سایر عوامل به عنوان عامل کلیدی دیگر معرفی میشود که با پژوهشهای در هنگ کنگ در چین و محمدی و میرتقیان در شهر رامسر همسو میباشد، این محققان بر این نکته تأکید دارند که در دههای اخیر رسانه های اجتماعی بهعنوان یکی از آبر جریانات تأثیرگذار بر سیستم گردشگری به ویژه گردشگری خالق شناخته میشوند که پیوسته جذابیت محیط های خالق در مقیاس جهانی با بهبود نقش آنها در تبلیغات، فناوری اطلاعات و ارتباطات دوچندان میشود .نتیجه گیری بحث و بررسی پیرامون یافته های این تحقیق در یکی از مستعدترین مناطق توسعه گردشگری به شکل عام و گردشگری خالق به شکل خاص نشان میدهد که در مجموع ۱۵ متغیر شامل: اولویت حفظ منابع طبیعی، تأسیسات زیربنایی و خدمات رفاهی، تنوع قومیتی و فرهنگی، شبکه حملونقل و دسترسیها، حفظ امنیت اجتماعی، تنوع اقلیمی و اکوسیستم های منحصربه فرد، تبلیغات و اطلاع رسانی، صرفه اقتصادی، برند گردشگری، بازآفرینی، مشارکت تشکلهای غیردولتی، سیاستهای تشویقی، روابط سیاسی با کشورهای همسایه، توسعه فعالیتهای دارای مالکیت محلی و طراحی و معماری خالقانه به عنوان پیشرانهای کلیدی مؤثر بر گردشگری خالق با رویکرد آینده پژوهی در استان به دست آمدند .ازاینرو در صورت برنامهریزی نظاممند و توجه جدی به این مؤلفه ها میتوان شاهد توسعه این شاخه از گردشگری به عنوان یکی از مجراهای مهم اقتصاد پایدار در استان بود برگزاری دوره های آموزشی در زمینه تولید محصول خالق از قبیل لباس محلی، جواهر، صنایع دستی، موسیقی، خوراک و غذای محلی و ... و اطلاع رسانی از طریق رسانه های اجتماعی و همچنین برپایی تورهای مختلف در استان جهت جذب گردشگران خالق و فراهم کردن زمینه های اسکان آنها در محیطهای روستایی و خانه های بومگردی جهت کسب تجربه متمایز و منحصربه فرد از طریق مشارکت در فعالیتها، تعامل با همسفران همکاری مشترک با سایر بازدیدکنندگان، جوامع مقیم و مدیران/ مروجین به نوبه خود در توسعه گردشگری خالق می تواند تأثیرگذار باشد . شناسایی و بهره گیری از صنایع خالق (صنایع دیداری-شنیداری، صنایعدستی، مد و پوشاک، هنرهای نمایشی و تجسمی و ... معماری و طراحی خالقانه موجود در هر شهرستان و تبدیل آن به برند جهت متمایز شدن و پررنگ شدن نقش هر شهرستان در عرصه ملی و بین المللی میتواند زمینه رونق این مناطق و به تبع توسعه گردشگری خالق را با ورود گردشگران داخلی و خارجی فراهم سازد

منابع:


۱.تقوایی، مسعود؛ جوزی خمسلویی، علی. (۱۳۹۷). رویکردهای خلاق در توسعه پایدار گردشگری شهری، چاپ اول. اصفهان: نگارخانه

۲.تقوایی، مسعود؛ کیومرثی، حسین.(۱۳۹۱). کاربرد تکنیک ها و مدل ها در برنامه ریزی و مدیریت توریسم، چاپ اول.اصفهان: انتشارات معظمی

۳.مهدیان بهنمیری، معصومه؛ تقوایی، مسعود. (۱۴۰۰). «واکاوی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعهٔ گردشگری خلاق با رویکرد نشریه پژوهش های جغرافیایی انسانی. انتشار آنلاین .«آینده‌پژوهی، مورد پژوهش: استان گلستان

۴.حسینی ابری ،حسن ،(۱۳۷۹)، زاینده‌رود از سرچشمه تا مرداب. اصفهان: گل‌ها

۵.عمرانی، مرتضی. (۱۳۸۴). در جستجوی هویت شهری اصفهان. انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی، تهران

۶.قنبری، یوسف، رحیمی، راضیه، برقی، حمید.(۱۴۰۰). «تأثیر عوامل محیطی - رفتاری بر تحقق گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان». نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی،شماره۲۵(۷۵) : ۲۰۵-۱۹۳۷.

۸. بسحاق، محمدرضا.(۱۳۹۴). مدلسازی معادلات ساختاری تهران: جامعه شناسان .

9.Ageeva, E., & Foroudi, P. (2019). Tourists' destination image through regional tourism: From supply and demand sides perspectives. Journal of Business Research, 101, 334-348.
10.Barbieri, C., & Mahoney, E. (2010). Cultural tourism behaviour and preferences among the live-performing arts audience: an application of the univorous–omnivorous framework. International Journal of Tourism Research, 12(5), 481-496.
11.Chen, Z., Chen, X., & Mak, B. (2021). The hybrid discourse on creative tourism: illuminating the value creation process. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.
12.Chhetri, R. K. (2018). Tourism and security in Nepal. Journal of Tourism & Adventure, 1(1), 32-47.
13.Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2021). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. Sustainability, 13(1), 2.