

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهری (مطالعه موردی منطقه یک شهر تهران)

آزاده اربابی سبزواری^۱

دانشیار و عضو هیئت علمی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۱۵

چکیده

شهرها به عنوان مبدا توریست فرست و هم به عنوان مقصد توریست پذیر محسوب می‌شوند. بیشتر شهرها و به ویژه شهرهای قدیمی و پایتخت‌ها این چنین نقشی را دارا هستند. متروپل‌های بزرگ و پایتخت‌های کشورهای صنعتی نیز به علت دارا بودن نقش‌های مختلف جذابیت خاصی برای مسافران دارند شهرها معمولاً مجموعه متنوعی از جاذبه‌ها مثل سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، موزه‌ها، بناهای یادبود، مناطق با معماری خاص و ... را شامل می‌شوند و دارای جاذبه‌های گردشگری شامل تاسیسات درمانی و پزشکی، سرگرمی و تفریحات، بناهای تاریخی، موزه‌ها، پارک‌ها و فضای سبز و غیره می‌باشد تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز، تبدیل شدن آن به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی دنیا و تخصصی شدن گردشگری این فرصت را فراهم کرده تا هر مقصدی جهت بهره جستن از منافع حاصل از گردشگری امیدوار باشد؛ اما مسلماً این کار بدون شناسایی عوامل تاثیرگذار، برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک امکان پذیر نخواهد بود. براین اساس در این پژوهش سعی داریم، با توجه به قابلیت‌های بالقوه منطقه یک شهر تهران در زمینه گردشگری با استفاده از مدل ANP، عوامل تاثیرگذار بر روی گردشگری منطقه یک تهران را مورد بررسی قرار دهیم و جهت توسعه هر چه بیشتر آن راهکارهایی استراتژیک ارائه دهیم. این پژوهش از نظر روش، کتابخانه‌ای و پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه است. تحلیل‌های حاصل نشان می‌دهد که اطلاع رسانی، برگزاری نمایشگاه و جشنواره‌های فصلی و خدمات آژانس و تورهای گردشگری بیشترین سهم را در توسعه صنعت گردشگری منطقه دارد؛ و همچنین معیار اجتماعی - اقتصادی بیشترین ضریب تاثیرگذاری را بر سایر معیارهای مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کند؛ و همچنین بالا بودن میزان امنیت و سطح سرمایه گذاری‌های بخش خصوصی و دولتی باعث افزایش جذب گردشگران به منطقه یک شده است که تاثیر بسزایی در افزایش توان اقتصادی اجتماعی افراد دارد.

کلمات کلیدی: گردشگری شهری، توسعه، ANP، منطقه یک، تهران

مقدمه

از دهه ۱۹۷۰ مطالعات مربوط به صنعت توریسم به مفهوم امروزی خود جایگاه خاصی در میان سایر علوم دانشگاهی به وجود آورده است (حیدری چپانه، ۱۳۸۹، ۱۴) و امروزه توریسم یکی از امید بخش ترین فعالیتهایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد میشود (خسروی نژاد، ۱۳۸۷، ۸۹). این صنعت یکی از رشد یافته ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم می‌باشد و اغلب به عنوان کلید یا رمز رشد اقتصادی، چه در کشورهای توسعه یافته و چه در کشورهای در حال توسعه به کار گرفته می‌شود. (ضرابی، ۱۳۹۰، ۳۸).

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تاثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش و جلوگیری از مهاجرفرستی جمعیت و مانند آن از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر موسوی و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۳۰). در سیستم اقتصاد جهانی صنعت گردشگری روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (رضوانی، ۱۳۸۲: ۱۰). این در حالی است که کشور ایران با توجه به برخورداری از تمدن کهن و آثار تاریخی فراوان و جاذبه‌های فرهنگی - طبیعی به تصدیق سازمان یونسکو از نظر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری در رتبه دهم جهان قرار دارد (قدمی، ۱۳۹۳: ۱۱۲)؛ و در شمار پنج کشور نخست بهره مند از بیشترین تنوع اقلیمی در جهان است و این در حالی است که تنها یک صدم گردشگران خارجی را داراست به گونه‌ای که در سال ۱۳۸۳ رتبه آخر کشورها را در سازمان جهانگردی جهانی از نظر جذب گردشگر و درآمد داشته است (نوری، ۱۳۸۹: ۷۷).

با توجه توانها و پتانسیل تفریحی و طبیعی، منطقه یک، از مراکز مهم گردشگری شهری به شمار می‌رود. تبدیل منطقه یک، به قطب گردشگری شهر تهران نیازمند فعالیت‌های متنوع و خدمات گسترده‌ای است که به طبع تأمین فضای مناسب و مطلوب برای تفریح و تفریح شهروندان تهران رونق اقتصادی ویژه‌ای در منطقه و شهر ایجاد می‌نماید. طبق آمارهای موجود منطقه یک بیشترین میزان جذب گردشگر را دارا می‌باشد که سازماندهی و عرضه‌ی جاذبه‌های منطقه یک، چنانچه در چارچوب مطالعات علمی و دانشگاهی به درستی شناسایی، ارزیابی و معرفی شوند، می‌تواند نقش به مراتب بیشتری در جذب گردشگر و توسعه فعالیت‌های گردشگری ایفا نماید. با توجه به موقعیت جغرافیایی و پیشینه تاریخی منطقه یک شهر تهران هدف از این پژوهش شناسایی عوامل موثر گردشگری و نقش آنها در توسعه منطقه می‌باشد.

همچنین افزایش جمعیت و گسترش فناوری از یک طرف باعث افزایش رفاه و بهبودی اقتصادی جوامع بشری گردیده و از طرف دیگر، دست انسان‌ها را برای پرکردن اوقات فراغت بازتر کرده است. همچنین ایجاد امکانات همراه با راحتی مسافرت باعث گردیده است تا انسان‌ها در عصر حاضر بیشتر به فکر استراحت و تفریح باشند و این نیاز خود را از طریق گردشگری و مسافرت تأمین کنند. آب و هوای متنوع، وجود شرایط مناسب طبیعی و همچنین

میراث عظیم تاریخی، تمدن چندین هزار ساله و آثار گرانبهای فرهنگی، هنری، معماری، صنایع دستی، آداب و سنن، گروه‌های مختلف قومی کشور همگی از عواملی هستند که اگر به درستی به جهانیان معرفی شوند می‌توانند ایران را به یکی از قطب‌های بزرگ جهان گردی تبدیل نمایند. منطقه یک به دلیل داشتن مکان‌های تاریخی و تفریحی فراوان و شرایط مناسب طبیعی و آب و هوای فوق‌العاده، ما را بر آن داشت تا صنعت گردشگری آن را مورد مطالعه قرار دهیم؛ بنابراین به منظور استفاده، بهره‌وری و سرمایه‌گذاری معقول بر سایت‌های گردشگری منطقه یک شهر تهران بایستی عوامل تاثیرگذار بر آن را مورد بررسی قرار داد. با بررسی تحقیقات خارجی آتلیگان^۱ (۲۰۰۳)، در پژوهشی با عنوان «برنامه‌ریزی کیفیت خدمات در صنعت گردشگری» به این نتیجه دست یافته است که بین انتظارات و رضایت گردشگران آلمانی و روسی از کیفیت خدمات گردشگری تفاوت وجود دارد. این عامل سبب شد که مدیران مراکز گردشگری را با این چالش اساسی مواجه سازد که در نهایت باید به انتظارات کدام دسته از گردشگران توجه بیشتری کرد. ادوارد^۲ و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی تحلیلی به بررسی بنیادی گردشگری شهری پرداخته است. او شهرهای استرالیا را برای این مورد انتخاب کرده است. موضوعات پژوهش این محقق در سه بخش مطالعات نظری درباره گردشگری شهری و سنجش عوامل و مکانها و فضاهای مهم گردشگری شهری و در نهایت تعیین چارچوب مفهومی در ارتباط با گردشگری شهری قرار دارد.

کین و همکارانش^۳ (۲۰۱۱) به موضوع گردشگری شهری در شب در گوانژو چین پرداختند. نویسنده اشاره می‌کند که گوانژو دارای تنوعی از فعالیتهای گردشگری در شب می‌باشد که حجم انبوهی از گردشگران را به خود جذب می‌کند. انوار^۴ و همکاران (۲۰۱۲)، وضعیت اوقات فراغت و ارتباط آن با گردشگری شهری مورد بررسی قرار دادند. برای این منظور نظرات شهروندان در خصوص گرایش به جاذبه‌های مهم گذران اوقات فراغت مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق حاکی از آن است که شهروندان به جاذبه‌های طبیعی برای گذران اوقات فراغت بیشترین گرایش را دارند. لاپکو^۵ (۲۰۱۴) به بررسی اثرات توسعه گردشگری شهری بر کیفیت سیستم حمل و نقل را بررسی کرده است که نتایج عدم تاثیرگذاری مطلوب گردشگری شهری بر این سیستم است. کارلیس^۶ و همکاران (۲۰۱۶) برنامه‌ریزی راهبردی در چندکارکرده شدن گردشگری شهری ساحلی در برون ماوس انگلستان را بررسی کرده است. هونگ تی و هسیه^۷ (۲۰۱۶) شاخص‌های گردشگری شهری پایدار در ناحیه سرزمین‌های مرطوب تایوان مورد پژوهش قرار دادند. بررسی‌ها نشان داد که همبستگی درونی بین شاخص‌های پایداری گردشگری شهری در ناحیه مذکور وجود دارد. که در این بین شاخص پایداری اکولوژیکی با پایداری اجتماعی و سیاسی و اقتصادی ارتباط درونی ضعیف تری داشته است؛ و همچنین در تحقیقات داخلی خانی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای تحت عنوان به

¹ Atligan

² Edward

³ Qin

⁴ Anuar

⁵ Lapko

⁶ Karlys

⁷ Hung T and Hsieh

کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگران در مناطق جغرافیایی، مطالعه موردی شهر بوشهر به این نتیجه رسیده است: گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سالهای اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. زنگ آبادی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان تبیین مدل و راهبردهای توسعه گردشگری پایدار با رویکرد دانش‌بنیان مطالعه موردی شهر اصفهان با بررسی عوامل فرهنگی، علمی و فناوری و مسائل مربوط به اقتصاد بویژه اقتصاد دانش‌بنیان و سیاستگذاری‌های ملی و برنامه‌ریزی از جمله عوامل موثر بر میزان توسعه گردشگری با استفاده از یک پرسشنامه تحت وب که برای خبرگان ارسال و داده‌ها دریافت، با کمک تکنیک‌های SWOT و QSPM و تحلیل عاملی، مهمترین عوامل موثر بر ایجاد و توسعه گردشگری دانش‌بنیان در شهر اصفهان شناسایی و رتبه بندی می‌نماید؛ و نتیجه تحقیق این است که مهمترین راهبردهای مستخرج عبارت است از: توجه به مراکز پژوهشی برای انجام تحقیقات کاربردی در حوزه‌های گردشگری دانش‌بنیان بویژه مدیریت فناوری بمنظور سیاستگذاری مناسب برای ورود فناوری‌های دانش‌بنیان؛ تقویت مراکز ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری و همچنین بهره برداری لازم از توجه مسئولین شهر به مباحث دانش‌بنیان در برنامه‌ریزی‌های کلان استانی بمنظور سیاستگذاری در پیاده سازی گردشگری الکترونیک و دانش‌بنیان است. بیژنی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل پهنه‌های اکوتوریستی با استفاده از مدل‌های AHP و TOPSIS مطالعه موردی حوضه آبخیز سیاهرود، رودبار، استان گیلان، ایران با بررسی عواملی نظیر تنوع اقلیمی، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، جاذبه‌های مذهبی و جاذبه‌های طبیعی از جمله پتانسیل‌های قابل ذکر در این حوضه می‌باشند. با استفاده از نرم افزار GIS ورژن ۱۰٫۴٫۱ پارامترهای شیب، جهت، ارتفاع، دما، کاربری اراضی، فاصله از گسل، فاصله از بعضی عوامل محیطی مثل پهنه‌های لغزشی، رودخانه، مناطق حفاظت شده و جاده بررسی و نهایتاً نقشه‌های رقومی ارائه می‌نماید. نتایج حاصل از مدل TOPSIS حاکی از آن است که بین انواع فعالیت‌های گردشگری طبیعت گردی و کوهنوردی با امتیاز به ترتیب ۰/۵۴ و ۰/۵۰ دارای اهمیت بیشتر و بعد از آن‌ها فعالیت‌های دامنه نوردی، حیات وحش و ورزشهای زمستانه با امتیازات به ترتیب ۰/۴۷، ۰/۴۵ و ۰/۴۳ قرار دارند. میرزایی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری ایران مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان گیلان با روش تحقیق توصیفی - تحلیلی با هدف کاربردی و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری در روستاهای مورد نظر استان گیلان است. روش انجام پژوهش مطالعه کتابخانه‌ای و جمع آوری داده میدانی به روش پیمایشی انجام گرفت. تحلیل داده‌ها از طریق آزمون‌های T تک نمونه‌ای، تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) و توکی بهره گرفته شد. نتایج آن در همه روستاها نشان از ارتباط بین توسعه گردشگری روستایی در روستاهای هدف گردشگری استان گیلان و مؤلفه‌های اثرگذار بر الگوهای اجرایی در محدوده مورد مطالعه بود. در پایان بر اساس نتایج مطالعات میدانی، شرایط توپوگرافی و طبیعی روستا، مشاهدات و مصاحبه‌های شفاهی با اهالی روستا، ارائه الگوی اجرایی گردشگری متناسب با هر روستا اقدام گردید.

با بررسی سوابق تحقیق و منطقه ۱ شهرداری تهران روش تحقیق در این پژوهش به لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد و برای تحلیل داده‌ها نیز از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل گردشگران ورودی به منطقه می‌باشد؛ که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه از حجم جامعه آماری کل مشخص می‌شود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار super decisin، استفاده شده است. از آنجاییکه در پژوهش حاضر جهت تخمین و تحلیل نتایج و رتبه بندی معیارها و زیرمعیارها از روش F ANP بهره مند شدیم، لذا در ادامه به توضیح اجمالی این روش می‌پردازیم.

مبانی نظری

گردشگری شهری، زمینه مطالعاتی جدیدی است و تا دهه ۱۹۹۰ نیز مطالب اندکی در خصوص نقش آن در اقتصاد و فرهنگ شهرها نوشته شده است. در اکثر کتاب‌هایی که در مورد شهرهایی که در مورد شهرهایی که سالانه گردشگران بسیاری را پذیرا هستند به ندرت به نقش گردشگری اشاره گردیده است. امروزه گردشگری در تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و برای تولیدات محلی اعم از صنایع دستی و یا محصولات کشاورزی جهت ارتزاق گردشگران، بازارهای جدیدی ایجاد نموده است که علاوه بر بهبود کیفیت فرآورده‌های کشاورزی و صنایع دستی، نقش مؤثری در افزایش درآمد آنان ایجاد کرده است.

بر همین اساس است که سیاست گذاران و برنامه ریزان گردشگری در سطوح عالی علاوه بر تسهیل، تشویق و حمایت از واحدهای تولیدی محصولات گردشگری به منظور ارتقاء کیفیت و کسب گواهینامه‌های استاندارد کیفیت خدمات گردشگری، اقدامات نظارتی، کنترلی و تنبیهی ویژه ای را از طریق شکل‌های صنفی مرتبط به مورد اجرا می‌گذارند تا اجحافی به مصرف کنندگان محصولات تولیدی صورت نگیرد و با تدوین و تصویب قوانین، آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی شفاف دغدغه‌های خاطر گردشگران را به حداقل ممکن کاهش دهند. دستیابی به توسعه در حوزه فعالیت‌های گردشگری شهری، فرآیندی خردورزانه و پیچیده است و مستلزم توجه کافی به عملکردها و مکانیزم‌های فضاهای شهری نیز تدوین چارچوب، تئوریک و مبانی نظری منسجم و اندیشیده شده در ارتباط با برنامه‌ریزی گردشگری شهری می‌باشد. بدون وجود شناخت پایه از مفاهیم نظری و رویکردهای علمی نسبت به این امر امکان شناخت و برنامه‌ریزی همه جانبه میسر نخواهد بود.

محدوده مورد مطالعه

شهر تهران در ۵۱ درجه و ۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۸ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۱ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است و ارتفاع آن از سطح آب‌های آزاد بین ۱۸۰۰ متر در شمال تا ۱۲۰۰ متر در مرکز و ۱۰۵۰ متر در جنوب متغیر است. تهران در بین دو وادی کوه و کویر و در دامنه‌های جنوبی رشته کوه البرز گسترده شده است. از جنوب به کوه‌های ری و بی‌بی‌شهربانو و دشت‌های هموار شهریار و ورامین و از شمال توسط کوهستان محصور شده است. نمای شهر در نقاط مختلف بر اساس عوامل جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی و تاریخی متفاوت است. در شمال شهر که به کوه‌ها نزدیک‌تر است معمولاً خیابان‌ها و کوچه‌ها شیب دارتر و در جنوب شهر

هموارترند. همچنین در جنوب شهر ساختمان‌های بلندمرتبه کم‌تر و در شمال شهر بیشترند. ساختمان‌های اداری و دولتی نیز عمدتاً در مرکز شهر قرار دارند. از طرف دیگر در مناطقی که تاریخ ساخت آن‌ها جدیدتر است مانند منطقه ۲، منطقه ۵ و منطقه ۲۲ که همگی در غرب و شمال غرب شهر قرار دارند با توجه به پیروی از آیین‌نامه‌های جدیدتر اصول شهرسازی در آن‌ها بیش‌تر رعایت شده است.

بررسی اقلیم محدوده

به طور کلی تهران به پنج حوزه اقلیمی در جهت مطالعات هواشناسی تقسیم شده است. که این پنج حوزه عبارتند از: حوزه‌های شمال، شرق، جنوب، غرب و مرکز تهران. نزدیک‌ترین ایستگاه که آمار به دست آمده از آن تطابق بیشتری با محدوده مورد مطالعه دارد، ایستگاه نمایشگاه بین‌المللی می‌باشد که نتایج ذیل از آن به دست می‌آید:

میزان بارش

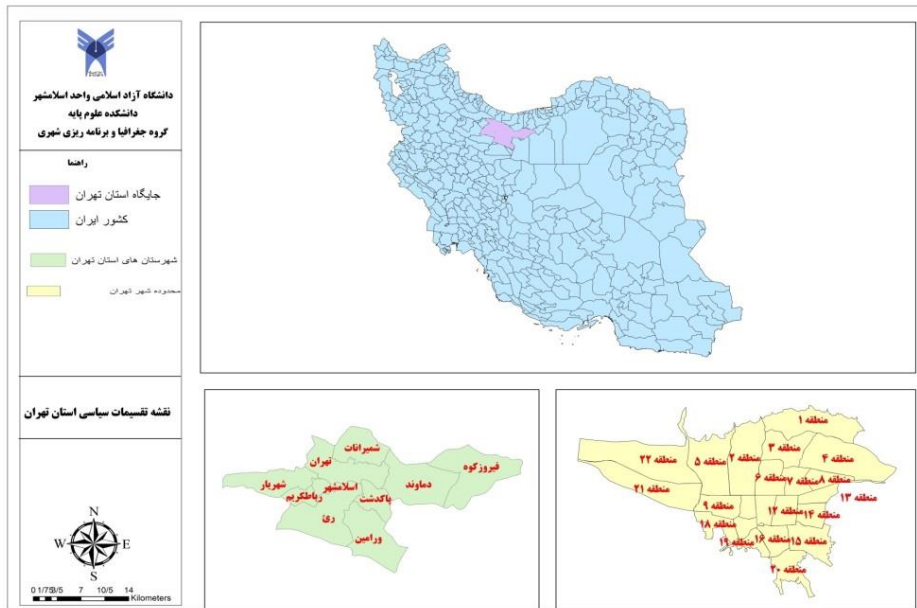
بررسی آمار بارندگی دوره پانزده ساله در حوزه شمالی شهر تهران نشان می‌دهد که میزان بارندگی در این منطقه به تبع قرارگیری آن بر خطوط هم باران ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیمتری در سال‌های مختلف فصل‌های گوناگون سال متغیر بوده، حداکثر میزان بارندگی در ماه مارس به میزان ۸۲ میلیمتر است. در ماه‌های دسامبر، ژانویه و فوریه بین ۵۰ تا ۶۸/۵ میلیمتر بارندگی در این حوزه متداول می‌باشد. در ماه‌های ژوئن، جولای، اوت و سپتامبر بارندگی بین ۱/۴ تا ۵/۶ میلیمتر است و این مدت از کم باران‌ترین ایام این حوزه به شمار می‌رود. حداکثر مطلق ثبت شده بارندگی طی یک ماه در این حوزه ۱۸۵ میلیمتر بوده و میانگین مجموع بارندگی سالیانه در طی این پانزده سال ۴۰۹ میلیمتر می‌باشد.

رطوبت نسبی

متوسط حداکثر میزان رطوبت نسبی در حوزه شمالی شهر تهران مربوط به ماه‌های دسامبر و ژانویه می‌باشد که میزان رطوبت به ۷۶ الی ۷۹ درصد می‌رسد و حداقل آن مربوط به ماه‌های جولای، اوت و سپتامبر است که این میزان بین ۴ تا ۴۳ درصد می‌باشد. از رابطه میان رطوبت و دما استنباط می‌گردد که در ماه‌های سرد سال، این حوزه دارای رطوبت کافی و در فصول گرم سال از میزان رطوبت کاسته شده است و در حدی نامناسب قرار دارد.

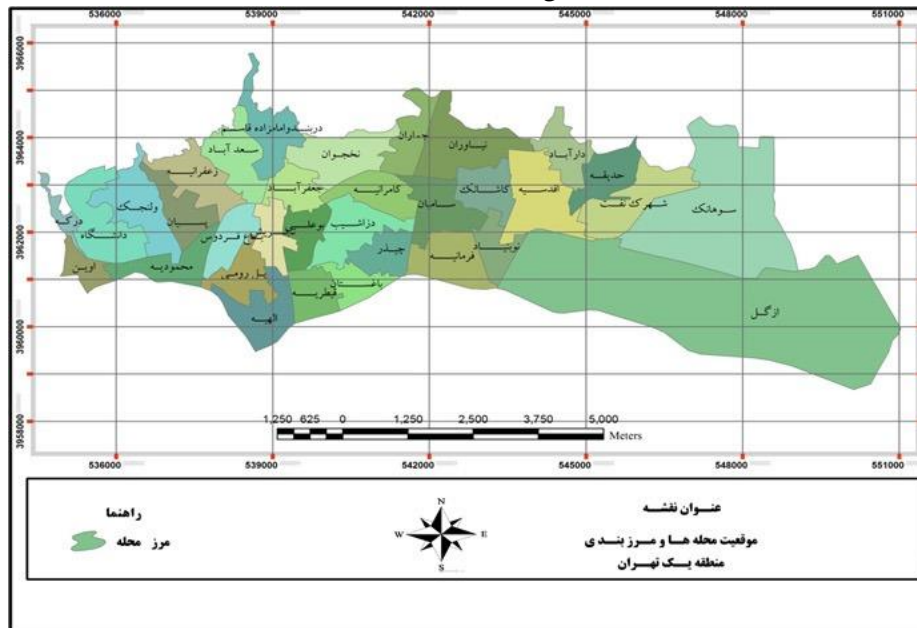
روزهای یخبندان و بارانی

آمار میانگین دوره پانزده ساله حوزه شمالی شهر تهران نشان می‌دهد که معمولاً ۲۵ روز یخبندان در ماه ژانویه در این حوزه رخ می‌دهد. در طول سال به طور متوسط ۷۳ روز یخبندان طی ماه‌های نوامبر الی مارس در حوزه شم الی شهر تهران به وقوع می‌پیوندد که حداکثر آن در ماه ژانویه و حداقل آن در ماه نوامبر گزارش شده است. میانگین متوسط حداقل درجه حرارت در ماه ژانویه در این پانزده سال ۳/۴- درجه سانتی‌گراد به ثبت رسیده است و حداقل مطلق دما در این مدت ۱۳/۵- درجه گزارش شده است. تعداد روزهای بارانی که بیش از یک میلیمتر در حوزه شمالی شهر تهران باران، باریده است بر اساس آمار پانزده ساله مورد مطالعه به صورت میانگین ۵۷ روز می‌باشد، حداکثر باران که در طی یک ماه باریده در طی این دوره آماری ۱۸۵ میلیمتر به ثبت رسیده است؛ و میانگین بیشترین باران در طی یک روز در ماه مارس در این حوزه ۲۴/۵ متر گزارش گردیده است.



نقشه ۱: تقسیمات سیاسی استان تهران

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹



نقشه شماره ۲: نقشه منطقه ۱ شهرداری تهران

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

محدوده مطالعاتی که شامل منطقه یک شهرداری تهران است در استان و کلان شهر تهران و در شمالی‌ترین، در دامنه جنوبی رشته کوه البرز قرار گرفته است. این منطقه از شمال به ارتفاعات ۱۸۰۰ متری رشته کوه‌های البرز، در جنوب به بزرگراه اوین (شهید لاجوردی)، شهید چمران، مدرس، آیت الله صدر و شهید بابایی و از غرب به رودخانه درکه و از شرق نیز به جاده لشگرک محدود می‌گردد. از نظر موقعیت با سایر مناطق تهران، از جنوب با منطقه سه، از شرق و جنوب شرقی با منطقه چهار و از غرب نیز با منطقه دو هم مرز می‌باشد. بر طبق آمار منتشر شده از سوی شهرداری

منطقه یک، منطقه مذکور دارای ۱۱ ناحیه و ۲۶ محله می‌باشد این منطقه با وسعتی حدود ۳۶۰۴/۸۹۴۴ هکتار بر اساس داده‌های آماری در حال حاضر در حدود ۳۷۹۹۶۲ نفر جمعیت را در خود جای داده است. این منطقه نسبت به سایر مناطق تهران از تراکم ساختمانی و جمعیتی کمتری برخوردار است. به طوری که متوسط تراکم ساختمانی ۱۰۸/۲۵ متر مربع در هکتار و متوسط تراکم خالص مسکونی ۱۸۲/۵ نفر در هکتار می‌باشد. کاربری عمده منطقه مسکونی است و حضور کاربری‌های فرا منطقه‌ای و فرا شهری به ویژه کاربری‌های بین‌المللی دیپلماتیک و گردشگری در منطقه از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشد. منطقه یک شهرداری تهران به دلیل موقعیت طبیعی و اقلیمی، سال‌هاست که نظرات اقشار مرفه جامعه را در مقایسه با سایر مناطق شهر تهران برای سکونت به خود جلب کرده است. این منطقه بر طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۷۵ جمعیتی در حدود ۲۵۰ هزار نفر را در خود جای داده بود که در سال ۱۳۸۵ به ۳۷۲ هزار نفر رسیده است. همچنین بر اساس آمارهای غیر رسمی، جمعیت آن به ۴۹۳۸۸۹ نفر در سال ۱۳۹۵ رسیده است.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل تحقیق:

هدف این مطالعه ارزیابی و اولویت‌بندی عوامل موثر توسعه صنعت گردشگری با استفاده از تلفیق ویکور فازی و تحلیل سلسله مراتبی است. معیارهای اصلی مطالعه حاضر عبارتند از: تسهیلات گردشگری، زیر ساخت گردشگری، جاذبه‌های گردشگری، توان اجتماعی - اقتصادی. برای هر یک از این معیارها شاخص‌هایی در نظر گرفته شده است بطوریکه در مجموع ۲۰ زیرمعیار انتخاب شده است. معیارها و زیرمعیارهای پژوهش در جدول آمده است. همچنین معیارها و زیرمعیارهای تحقیق با اندیس عددی نامگذاری شده‌اند تا در جریان تحقیق به سادگی قابل ردیابی و مطالعه باشد.

تحلیل فازی

در این مرحله، پس از مرور بر متون نظری و تجربی مرتبط و تدوین چارچوب نظری تحقیق، شاخص‌های تبیین کننده موضوع مورد بررسی شناسایی و انتخاب می‌شوند. سپس تحلیل با شاخص‌های منتخب انجام می‌شود تا ابعاد نشانگر موضوع مورد بررسی شناسایی و استخراج شوند. پس از استخراج ابعاد تبیین کننده موضوع مورد بررسی، شاخص‌های تشکیل دهنده هر یک از این ابعاد نیز شناسایی می‌شوند. این تحلیل یک فن تحلیلی چند متغیره است که برای آشکار کردن ساختار نهفته‌ی دسته‌ای از متغیرها بکار گرفته می‌شود.

فرایند تحلیل شبکه‌ای ANP

در مرحله دوم، از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای استفاده می‌شود تا نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی در مرحله اول، به یک مدل شبکه‌ای تبدیل شود تا با استفاده از روش ANP ضریب اهمیت نسبی شاخص‌های تبیین کننده موضوع مورد بررسی، با در نظر گرفتن ارتباط بین شاخص‌های تبیین کننده موضوع، محاسبه شوند. (داده‌ها از جنس فازی هستند) فرایند تحلیل شبکه‌ای هر موضوع و مسئله‌ای را به مثابه شبکه‌ای از معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها یا عناصر که یکدیگر در خوشه‌هایی جمع شده‌اند، در نظر می‌گیرد.

فرایند تحلیل شبکه‌ای ANP

در این مرحله و در چارچوب مدل FANP عوامل استخراج شده از تحلیل عاملی (مرحله اول) و شاخص‌های آنها، با استفاده از مدل ANP مورد تحلیل قرار می‌گیرند تا ضریب اهمیت نسبی آنها محاسبه شود.

تشکیل سوپر ماتریس اولیه

در این مرحله، با توجه به مدل شبکه‌ای ساخته شده، سوپر ماتریس اولیه تشکیل شده و ماتریس‌های انفرادی آن ساخته خواهند شد.

محاسبه بردار اوزان:

این روش با استفاده از فرمول‌های زیر در نهایت بردار اوزان را محاسبه می‌کند.

(۲,۳)

$$[GM] = \begin{bmatrix} \left[\frac{v_1^n}{\prod_{j=1, j \neq 1}^n v_j} \right]^{\frac{1}{n}} \\ \vdots \\ \left[\frac{v_i^n}{\prod_{j=1, j \neq i}^n v_j} \right]^{\frac{1}{n}} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \frac{v_1}{\left[\prod_{j=1, j \neq 1}^n v_j \right]^{\frac{1}{n}}} \\ \vdots \\ \frac{v_i}{\left[\prod_{j=1, j \neq i}^n v_j \right]^{\frac{1}{n}}} \end{bmatrix}$$

$$[W_n] = \frac{\left[\frac{v_i}{\left[\prod_{j=1, j \neq i}^n v_j \right]^{\frac{1}{n}}} \right]}{\sum_{i=1}^n \frac{v_i}{\left[\prod_{j=1, j \neq i}^n v_j \right]^{\frac{1}{n}}}} = \frac{v_i}{\sum_{i=1}^n v_i}$$

مشخص و معین بودن^۱: هر شاخص ارزیابی می‌بایست به صورت دقیق و با جزئیات شفاف، ساده و بدون ابهام برای واحدهای ارزیابی شونده و ارزیابی‌کنندگان قابل مفاهمه و برداشت یکسانی باشد و هر دو طرف بدانند که چه چیز ارزیابی می‌شود.

قابلیت اندازه‌گیری^۲: این معیار بیانگر آن است که شاخصها تا چه اندازه قابلیت اندازه‌گیری در شرکت آبفا را دارند. علاوه بر اندازه‌گیری عملکرد کمی، این معیار باید قابلیت تعریف و اندازه‌گیری عملکرد کیفی را نیز در قالب متغیرهای کمی داشته باشد.

حصول و دستیابی^۳: این معیار بیان‌کننده قابلیت دسترسی و مهیا شدن عامل ارزیابی است، یعنی اینکه تا چه اندازه برای هر عامل، منابع، زیرساختها، امکانات، تسهیلات و زمینه‌های لازم در شرکت آبفا وجود دارد تا آن عامل قابلیت اجرایی پیدا کند.

^۱ - Specific

^۲ - Measureable

^۳ - Attainable & Achievable

واقع‌گرایی^۱: این معیار بیان می‌کند که هر عامل باید تصویری واقعی و منطقی از میزان انطباق آنچه انجام می‌شود با سیاستها و انتظارات بانک ارایه دهد؛ به عبارت دیگر با فعالیتهای، خط مشی‌ها، مأموریتها و راهبردهای شرکت آبفا و بخشهای کلیدی عملکردی آن همخوانی و توجیه اقتصادی داشته باشد.

چارچوب و محدوده زمانی^۲: این معیار بیان می‌کند که هر عامل ارزیابی عملکرد باید بر یک چارچوب و محدوده زمانی مناسب، مشخص و معین در شرکت آبفا متکی باشد.

جدول ۱: شاخص‌های اصلی و زیر معیارهای مربوط

معیارها	زیر معیارها	اندیس عددی زیر معیارها
C1	اطلاع رسانی و راهنمایی گردشگران	S11
	برگزاری نمایشگاه و جشنواره فصلی	S12
	رضایت رفتاری از مسئولین محلی	S13
	امکانات تفریحی و گردشگری	S14
	خدمات آژانس و تور گردشگری	S15
C2	رضایتمندی از اماکن اقامتی	S21
	کیفیت غذا و نحوه پذیرایی	S22
	نرخ کرایه حمل و نقل	S23
	سطح دسترسی به امکانات حمل و نقلی	S24
C3	جاذبه‌های طبیعی	S31
	جاذبه‌های تاریخی و میراث فرهنگی	S32
	رونق ورزشهای کوهستانی منطقه	S33
C4	تعاملات فرهنگی مردم منطقه	S41
	تاثیر تعامل فرهنگی در افزایش سطح دانش عمومی	S42
	امنیت	S43
	سطح عمومی قیمت کالا و خدمات	S44
	حمایت دولت از بخش خصوصی گردشگری	S45
	سطح سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی	S46
	توسعه فرصت‌های شغلی	S47
	ارتقا سطح رفاه عمومی ساکنین	S48

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

تعیین اولویت عوامل موثر بر توسعه صنعت گردشگری منطقه مطالعاتی

مراحل انجام تحلیل به صورت زیر است:

- ۱- اولویت‌بندی معیارهای اصلی براساس هدف از طریق مقایسه زوجی
- ۲- شناسایی روابط درونی میان معیارهای اصلی با تکنیک دیمتل
- ۳- اولویت‌بندی هریک از زیر معیارها در خوشه مربوط به خود از طریق مقایسه زوجی
- ۴- شناسایی روابط درونی میان زیر معیارها با تکنیک دیمتل

¹- Realistic

²-Time – Limited or Bounded

برای مقایسه زوجی عناصر از مقیاس نه درجه ساعتی^۱ استفاده شده است. مقیاس نه درجه ساعتی توسط توماس ساعتی واضع تئوری تحلیل سلسله مراتبی ارائه شده است. همچنین در این مطالعه برای کمی کردن مقادیر از رویکرد فازی استفاده شده است؛ بنابراین طیف فازی ساعتی مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول ۲ طیف فازی معادل مقیاس نه درجه ساعتی در تکنیک AHP؛ (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳، ۷۷)

عبارت کلامی وضعیت مقایسه نسبتبه J	معادل فازی	معادل فازی معکوس
ترجیح یکسان Equally Preferred	(1, 1, 1)	(1, 1, 1)
بینابین	(1, 2, 3)	$(\frac{1}{3}, \frac{1}{2}, 1)$
کمی مرجح moderately Preferred	(2, 3, 4)	$(\frac{1}{4}, \frac{1}{3}, \frac{1}{2})$
بینابین	(3, 4, 5)	$(\frac{1}{5}, \frac{1}{4}, \frac{1}{3})$
خیلی مرجح Strongly Preferred	(4, 5, 6)	$(\frac{1}{6}, \frac{1}{5}, \frac{1}{4})$
بینابین	(5, 6, 7)	$(\frac{1}{7}, \frac{1}{6}, \frac{1}{5})$
خیلی زیاد مرجح very strongly Preferred	(6, 7, 8)	$(\frac{1}{8}, \frac{1}{7}, \frac{1}{6})$
بینابین	(7, 8, 9)	$(\frac{1}{9}, \frac{1}{8}, \frac{1}{7})$
کاملاً مرجح Extremely Preferred	(9, 9, 9)	$(\frac{1}{9}, \frac{1}{9}, \frac{1}{9})$

(منبع: خورشید و ذبیحی، ۱۳۸۹، ۴۱؛ لی و همکاران، ۲۰۰۸، ۱۰۱)

تعیین اولویت عوامل مؤثر توسعه صنعت گردشگری براساس هدف

در گام نخست معیارهای اصلی براساس هدف بصورت زوجی مقایسه شده‌اند. مقایسه زوجی بسیار ساده است و تمامی عناصر هر خوشه باید به صورت دو به دو مقایسه شوند؛ بنابراین اگر در یک خوشه n عنصر وجود داشته باشد $\frac{n(n-1)}{2}$ مقایسه صورت خواهد گرفت. چون چهار معیار وجود دارد بنابراین تعداد مقایسه‌های انجام شده برابر است با:

$$\frac{n(n-1)}{2} = \frac{4(4-1)}{2} = 6$$

بنابراین شش مقایسه زوجی از دیدگاه گروهی انجام شده است و با استفاده از مقیاس فازی کمی شده است. گردآوری دیدگاه با طیف نه درجه ساعتی گردآوری شده است. فازی سازی دیدگاه براساس جدول صورت گرفته است.

$$F_{AGR} = (\prod(l), \prod(m), \prod(u))$$

با استفاده از میانگین هندسی فازی، ماتریس مقایسه زوجی در جدول نمایش داده شده است.

جدول ۳ ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی

تسهیلات گردشگری	زیرساخت گردشگری	جاذبه گردشگری	توان اجتماعی- اقتصادی
(۱, ۱, ۱)	(۲, ۲۴, ۱, ۹۳, ۱, ۶۴)	(۱, ۸۹, ۱, ۴۷, ۱, ۰۸)	(۲, ۴۲, ۱, ۸۳, ۱, ۴۵)
(۰, ۶۱, ۰, ۵۲, ۰, ۴۵)	(۱, ۱, ۱)	(۱, ۰, ۶, ۰, ۸, ۰, ۶۴)	(۲, ۴۲, ۲, ۰, ۱, ۱, ۶۲)
(۰, ۹۲, ۰, ۶۸, ۰, ۵۳)	(۱, ۰, ۵۷, ۱, ۲۴, ۰, ۹۵)	(۱, ۱, ۱)	(۲, ۳۹, ۱, ۷۸, ۱, ۳۷)
(۰, ۶۹, ۰, ۵۵, ۰, ۴۱)	(۰, ۶۲, ۰, ۵, ۰, ۴۱)	(۰, ۷۳, ۰, ۵۶, ۰, ۴۲)	(۱, ۱, ۱)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

^۱Saaty

پس از تشکیل ماتریس مقایسه‌های زوجی بدست آمده، بردار ویژه محاسبه گردیده است. ابتدا بسط فازی هر سطر محاسبه می‌شود. هر درایه ماتریس مقایسه زوجی \tilde{X} به صورت \tilde{x}_{ij} نمایش داده می‌شود. بسط فازی هر سطر نیز با نماد \tilde{S}_i نمایش داده شده است. بناب؛ این بسط فازی هر سطر به صورت زیر محاسبه خواهد شد:

رابطه ۱

$$\tilde{S}_i = \sum_{j=1}^n x_{ij}$$

بنابراین بسط فازی ترجیحات هر یک از معیارهای اصلی به صورت زیر خواهد بود:

$$\begin{aligned} \sum_{j=1}^4 M_{g_1}^j & (7,54, 6,22, 5,18) \\ = \\ \sum_{j=2}^4 M_{g_2}^j & (5,08, 4,34, 3,7) \\ = \\ \sum_{j=3}^9 M_{g_3}^j & (5,88, 4,71, 3,84) \\ = \\ \sum_{j=4}^4 M_{g_4}^j & (3,04, 2,6, 2,25) \\ = \end{aligned}$$

سپس جمع فازی مجموع عناصر ستون ترجیحات محاسبه می‌شود:

رابطه ۲

$$\sum \tilde{S}_i = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_{ij}$$

مجموع عناصر ستون ترجیحات معیارهای اصلی به صورت زیر خواهد بود:

$$\sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 M_g^j = (14.97, 17.88, 21.55)$$

برای نرمال سازی ترجیحات هر معیار، باید مجموع مقادیر آن معیار بر مجموع تمامی ترجیحات (عناصر ستون) تقسیم شود. چون مقادیر فازی هستند بنابراین جمع فازی هر سطر در معکوس مجموع ضرب می‌شود. معکوس مجموع باید محاسبه شود.

رابطه ۳

$$\text{if } \tilde{F} = (l, m, u) \text{ then } \tilde{F}^{-1} = \left(\frac{1}{u}, \frac{1}{m}, \frac{1}{l} \right)$$

بنابراین براساس رابطه ۳ خواهیم داشت:

$$\left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n M_g^j \right)^{-1} = (0.05, 0.06, 0.07)$$

$$S_k = \sum_{i=1}^n M * \left(\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n M_g^j \right)^{-1}$$

بنابراین نتایج حاصل از نرمال‌سازی مقادیر بدست آمده به صورت زیر خواهد بود:

$$\begin{aligned}\tilde{W}_{C1} &= (0.24, 0.35, 0.5) \\ \tilde{W}_{C2} &= (0.17, 0.24, 0.34) \\ \tilde{W}_{C3} &= (0.18, 0.26, 0.39) \\ \tilde{W}_{C4} &= (0.1, 0.15, 0.2)\end{aligned}$$

هریک از مقادیر بدست آمده وزن فازی و نرمال شده مربوط به معیارهای اصلی هستند.

فازی‌زدایی مقادیر: روش‌های متعددی مانند روش درجه امکان‌پذیری چانگ، روش مرکز سطح و روش مینکوفسکی برای فازی‌زدایی وجود دارد. در این مطالعه برای فازی‌زدایی از روش مرکز ثقل که توسط مری و جرج بوجادزیف پیشنهاد شده، استفاده شده است.

رابطه ۴

$$x_{\max}^1 = \frac{l+m+u}{3}; x_{\max}^2 = \frac{l+2m+u}{4}; x_{\max}^3 = \frac{l+4m+u}{6}$$

$$\text{Crisp number} = Z^* = \max \{ x_{\max}^1, x_{\max}^2, x_{\max}^3 \}$$

قابل ذکر است اوزان محاسبه شده غیرفازی است ولی باید نرمال شود.

در گام نهائی فازی‌زدایی مقادیر بدست و محاسبات عدد کریسپ صورت گرفته است. محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت معیارهای اصلی به صورت زیر است:

جدول ۴: فازی‌زدایی اوزان نرمال محاسبه شده متغیرهای اصلی مطالعه

Normal	Defuzzy	X3max	X2max	X1max	
۰,۳۴۹	۰,۳۶۴	۰,۳۵۶	۰,۳۶۰	۰,۳۶۴	تسهیلات گردشگری
۰,۲۴۱	۰,۲۵۱	۰,۲۴۷	۰,۲۴۹	۰,۲۵۱	زیرساخت گردشگری
۰,۲۶۶	۰,۲۷۸	۰,۲۷۱	۰,۲۷۵	۰,۲۷۸	جاذبه گردشگری
۰,۲۴۴	۰,۲۵۱	۰,۲۴۸	۰,۲۵۰	۰,۲۵۱	توان اجتماعی-اقتصادی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

براساس جدول ۴ بردارویژه اولویت معیارهای اصلی به صورت W_{21} خواهد بود.

$$W_{21} = \begin{bmatrix} 0.349 \\ 0.241 \\ 0.266 \\ 0.244 \end{bmatrix}$$

براساس بردار ویژه بدست آمده:

تسهیلات گردشگری با وزن نرمال ۰/۳۴۹ از بیشترین اولویت برخوردار است.

جاذبه‌های گردشگری با وزن نرمال ۰/۲۶۶ در اولویت دوم قرار دارد.

توان اجتماعی-اقتصادی با وزن نرمال ۰/۲۴۴ در اولویت سوم قرار دارد.

زیر ساخت گردشگری با وزن نرمال ۰/۲۴۱ از اولویت چهارم برخوردار است.

نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۱۹ بدست آمده است که کوچکتر از ۰/۱ می‌باشد و بنابراین می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد.

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی و پژوهشی

گسترش شهرنشینی از علل مهم شکل‌گیری گردشگری تلقی می‌گردد، بویژه به دنبال آشکار شدن پس‌آیندهای منفی زندگی شهری، برنامه‌ریزی در زمینه اوقات فراغت در صدر اولویت‌های شهرها قرار گرفت که این امر منجر به افزایش بیشتر گردشگری گردید. شهرها از دو نظر در صنعت گردشگری نقش بلامنازع دارند: از یک سو با تمرکز جمعیت در خود و اظطراهای ناشی از کار و فعالیت در هشر، خود محل صدور گردشگر بوده و از سوی دیگر، بعضی از آنها با داشتن امکانات و جاذبه‌های تاریخی و توریستی به عنوان مقصد ایفای نقش می‌نمایند. مسافرت‌های شهری، گام اول توسعه گردشگری و صنعت توریسم است. میتوان گفت سرآمدترین نوع گردشگری، مدل شهری آن است به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر پایه و اساس توسعه گردشگری است. ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب و بازسازی فضاهای به‌ظاهر متروک و مرده به قصد زنده کردن جنبه‌های کهن جامعه، از جمله آثار توسعه شهری است. بدین منظور بسیاری از کلان‌شهرها درصددند تا از ویژگی‌ها و امکانات خاص شهر خود سود برده و از مزایای جذب توریست شهری بهره‌گیرند. به‌طور کلی می‌توان گفت در حال حاضر با توجه به گستردگی مدیریت شهری در کلان‌شهرهای کشورها، بهره‌گیری توریستی می‌تواند نقش موثری در معرفی شهرها به عنوان جاذبه گردشگری جهانی داشته باشد و تاثیر فراوانی در اقتصاد این شهرها بگذارد.

از بین معیارهای موثر در توسعه صنعت گردشگری شاخص تسهیلات گردشگری بیشترین سهم را در توسعه صنعت گردشگری منطقه مطالعاتی دارد و بیانگر این مطلب است که از بین شاخص‌های موثر در توسعه صنعت گردشگری معیار تسهیلات گردشگری با وزن ۰,۳۴۹ بیشترین سهم را در توسعه صنعت گردشگری منطقه مطالعاتی ایفا می‌کند در منطقه یک به دلیل برگزاری نمایشگاه و جشنواره‌های فصلی با کیفیت بالا و اطلاع‌رسانی و راهنمایی مناسب گردشگران توسط مسئولین و کیفیت بالای خدمات آژانس و تور گردشگری موجود در منطقه سبب شده است که تسهیلات گردشگری بیشترین سهم را در توسعه صنعت گردشگری منطقه ایفا کند.

سطح رضایتمندی گردشگران بیشترین سهم را در بین زیرمعیارهای تسهیلات گردشگری در جهت توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کنند. شاخص‌های سطح رضایتمندی گردشگران از عملکرد مسئولان محلی منطقه مطالعاتی با وزن ۰/۱۹۴ از بیشترین اولویت و سطح اهمیت برخوردار است. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده نیز ۰/۰۱۴ بدست آمده است که از آستانه تحمل ۰/۱ کوچکتر بوده و بنابراین می‌توان به نتایج تکیه کرد. عملکرد مناسب و تبلیغات و اطلاع‌رسانی‌های درست و معقول در منطقه یک سبب گردیده است که سطح رضایت مندی گردشگران افزایش یابد.

سطح سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی و امنیت گردشگران از مهمترین زیرمعیارهای موثر در بخش اقتصادی و اجتماعی توسعه صنعت گردشگری در منطقه مطالعاتی می‌باشند. شاخص سطح سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی با وزن ۰/۲۳۸، سطح امنیت گردشگران با وزن ۰/۲۱۸ بیشترین سهم را در بین زیرمعیارهای

مرتبط با توان اجتماعی- اقتصادی در جهت توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کند. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام گرفته ۰/۰۴۸ بدست آمده است که کوچکتر از ۰/۱ بوده و بنابراین می‌توان به نتایج اطمینان کرد. امروزه امنیت به عنوان مهمترین و زیربنایی ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه ای تعریف شده وجود دارد و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان‌های جبران ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. بالا بودن میزان امنیت و سطح سرمایه گذاری‌های بخش خصوصی و همچنین دولتی باعث افزایش جذب گردشگران به منطقه یک شده است که تاثیر بسزایی در افزایش توان اقتصادی - اجتماعی افراد دارد.

توان اجتماعی _ اقتصادی مهمترین معیار تاثیر گذار بر سایر معیارهای موثر مرتبط با توسعه صنعت گردشگری منطقه مطالعاتی می‌باشد. معیار توان اجتماعی- اقتصادی با سطح تاثیرگذاری ۳,۵۴۳ بیشترین ضریب تاثیرگذاری موثر را بر سایر معیارهای موثر بر توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کند. کشورها، جوامع و مناطق به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای حفظ وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و در صدد یافتن راه‌هایی تازه برآیند. صنعت گردشگری می‌تواند موجب تغییرات اجتماعی و اقتصادی از طریق تعامل فرهنگی در افزایش دانش عمومی افراد و توسعه فرصت‌های شغلی را سبب شود.

در نهایت تدوین و اجرای طرحها و برنامه‌های جامع گردشگری، ایجاد تنوع و ارتقای کیفیت خدمات و محصولات در محیط‌های گردشگری شهری، مرمت و بهسازی بافت قدیمی به منظور زنده نگه داشتن ارزش‌های تاریخی و فضایی و بصری، بازنگری به نحوه سرمایه گذاری و توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری در سطح منطقه ای و اولویت دهی تخصیص مجدد این نوع امکانات، ایجاد معیارهایی برای چشم انداز خیابان‌ها و مناظر شهری، بهبود کیفیت طراحی برای عناصر نمادین عمومی و ملی در سطح منطقه ۱ شهر تهران پیشنهاد می‌گردد. همچنین از منظر گردشگری سلامت در این منطقه و وریم درمانی یا گردشگری سلامت سفری است که با هدف درمان به کشور دیگری انجام می‌شود. از دلایل این نوع گردشگری، عدم وجود شیوه‌های درمانی مشابه، هزینه‌های بالا و عدم وجود تکنولوژی‌های پیشرفته درمانی در کشور مبدا می‌باشد، از سویی دیگر با توجه به تعرفه‌های پزشکی مناسب در ایران نسبت به سایر کشورهای منطقه و ارائه خدمات پزشکی و پرستاری با کیفیت بین المللی تعداد زیادی بیماران، تمایل دارند تا برای دریافت خدمات درمانی به ایران سفر نمایند.

به دلایل فوق، بسیاری از افراد ترجیح می‌دهند ویزای ایران را گرفته و به تهران سفر کنند. طبق آمار رسمی، تعداد گردشگران سلامت به تهران هر سال افزایش می‌یابد. در سال ۲۰۱۲ بیش از ۳۰۰۰۰۰ گردشگر سلامتی ویزای ایران را گرفتند و به ایران آمدند. این تعداد در سال ۲۰۱۵ به ۲۰۰۰۰۰۰ گردشگر پزشکی افزایش یافته است. امروز تخمین زده می‌شود که در آینده-ای نزدیک، ایران سالانه میزبان بیش از ۵۰۰۰۰۰۰ گردشگر سلامت داشته باشد. این بدان معنی است که ایران برای بازدید کنندگان خارجی که مایل به سفر برای معالجه هستند پیشرفت و شرایط خوبی داشته است و بیشتر گردشگران پزشکی تهران را انتخاب می‌کنند.

بیمارستان نیکان در منطقه ۱ شهرداری تهران با ایجاد فضای اقامتی مبتنی بر فرهنگ بیمار در بیمارستان، یکی از مزیت‌های رقابتی بیمارستان نیکان محسوب می‌گردد. مجهز بودن بخش‌های بستری به رسانه‌های تصویری و مکتوب بین‌المللی مصوب وزارت ارشاد، نصب استند خوشامدگویی به زبان بیمار، وجود پرچم ملی کشور وی، ارائه منوی غذای مبتنی بر ملیت بیمار به زبان عربی/انگلیسی و امکان سرو غذاهای بین‌المللی و امکان تبدیل ارزهای بین‌المللی به ریال در بیمارستان، از اهم اقدامات صورت گرفته است. در راستای کاهش دغدغه‌های اقامتی و مسافرتی بیماران و همراهان وی، ایجاد بستر همکاری با هتل‌های مختلف در درجات متنوع تشریفات، امکان دریافت و یا تمدید ویزا؛ رزرو خطوط مسافرتی در کلیه قالب‌های هوایی، زمینی، دریایی و بهره‌مندی از تورهای گردشگری داخل تهران توانسته است بار نگرانی بزرگی را از دوش ایشان بردارد. با توجه به شرایط بیمار و در صورت تمایل امکان همراهی وی از فرودگاه تا بیمارستان و بالعکس توسط کادر درمانی ویژه مهیا می‌باشد. ترجمه کلیه اوراق و فرم‌های بیمارستان به دو زبان عربی و انگلیسی توانسته است گام مهمی را در راستای حفظ حقوق بیماران بردارد. در این راستا انجام نظرسنجی‌های روزانه از بیماران بین‌المللی در تکنیک‌های مختلف (پرسشنامه بین‌المللی-مصاحبه حضوری و یا ایمیل به بیمارستان) و انجام اقدامات اصلاحی در کمتر از حداکثر ۱۲ ساعت توانسته است در تبیین و تنویر حقوق بیماران موثر واقع گردد در این راستا بیمارستان نیکان با توجه به ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه، دستاوردهای موفق بین‌المللی و پیشنهادی در عرصه مدیریت نوین خدمات سلامت توانست در ارزیابی وزارت بهداشت مجوز پذیرش بیماران بین‌المللی را دریافت نماید.

منابع

- بیژنی، علی، بهزاد، اردوان، نادری فر، حمیدرضا (۱۳۹۶)، تحلیل پهنه‌های اکوتوریستی با استفاده از مدل‌های AHP و TOPSIS (مطالعه موردی حوضه آبخیز سیاهرود، رودبار، استان گیلان، ایران) فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیا برنامه‌ریزی منطقه‌ای دوره ۸ شماره ۱
- تقوایی، مسعود و صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۱)، مدیریت گردشگری شهری با تأکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۹، صص ۱۸۵-۲۱۰
- تکمیل همایون، ناصر، (۱۳۸۰)، تاریخ اجتماعی و فرهنگی تهران دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- تولایی، سیمین، مروی بر صنعت گردشگری، چاپ اول، انتشارات دانشگاه خوارزمی، ۱۳۹۲.
- حبیبی، آرش، ایزدیار، صدیقه، سرافرازی، اعظم (۱۳۹۳)، تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی، انتشارات کتیبه گیل.
- حسن بیگی، محمدرضا (۱۳۸۹)، تهرانقدیم تهران: انتشارات ققنوس.
- حیدری چپانه، رحیم؛ ناصر، صنوبر؛ سعدلونیا، حسین (۱۳۹۴)، تحلیلی بر نقش تصویر برند بر توسعه گردشگری شهری مطالعه موردی: کلان شهر تبریز، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۷۹-۹۴.
- خانی، فضیله؛ غریب زاده، قاسم (۱۳۸۹)، به کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگران در مناطق جغرافیایی، مطالعه موردی شهر بوشهر، نشریه جغرافیا و مطالعات محیطی، دوره دوم، شماره چهارم، صص ۴۹-۶۳.
- خسروی نژاد، محبوبه (۱۳۸۷)، گردشگری خانگی دوم و اثرات آن بر جوامع روستای، دانشگاه اصفهان، گاهنامه‌ی اطلس، شماره نهم.
- خورشید، صدیقه، ذبیحی، رضا. (۱۳۸۹)، یک مدل کمی ارزیابی ارزش ویژه نام و نشان تجاری محصولات با استفاده از تکنیک‌های تحلیل شبکه فازی - تحلیل پوششی داده‌ها بر مبنای کارت امتیازی متوازن، نشریه بین‌المللی مهندسی صنایع و مدیریت تولید، شماره ۱، جلد ۲۱
- رضوانی، علی اصغر، جغرافیا و صنعت توریسم. چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۸۲.

- زنگ آبادی، علی، مصلحی، محسن، وارثی، حمیدرضا. (۱۳۹۴) تبیین مدل و راهبردهای توسعه گردشگری پایدار با رویکرد دانش‌بنیان (مطالعه موردی شهر اصفهان) فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیا برنامه‌ریزی منطقه‌ای دوره ۵ شماره ۲
- صدر موسوی، میرستار و دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۶) ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، « مجله پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۶۱، صص ۱۲۹-۱۴۴.
- ضرابی، اصغر و اسلامی پریخانی، صدیفه، (۱۳۹۰)، سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۵، صص ۳۷-۵۲ .
- طرح تفصیلی منطقه ۱، ۱۳۸۵، مهندسین مشاور بافت شهر، وزارت مسکن و شهرسازی.
- قدمی، مصطفی و غلامیان بایی، محمد (۱۳۹۳)، اثرات گردشگری، پیامدها، چارچوب‌ها و سیاست‌ها، تهران، انتشارات مهکامه.
- موحد، علی؛ امانپور، سعید و نادری، کاوه (۱۳۹۰)، بازاریابی گردشگری شهری بر اساس برندبایی با مدل فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال اول، شماره سوم، صص ۱۷-۳۶
- موحد، علی؛ کهزادی، سالار (۱۳۸۹)، تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل سوات، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره دوم، صص ۸۵-۱۰۲.
- نوری، نورالدین؛ شجاعی، مهدی (۱۳۸۶)، بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری، دانش مدیریت، سال، شماره ۲۰، صص ۶۳-۹۰.
- میرزایی، حسن، فلاح تبار، نصرالله، استعلاجی، علیرضا (۱۳۹۷)، ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری ایران مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان گیلان فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیا برنامه‌ریزی منطقه‌ای دوره ۹ شماره ۱
- Atilgan, E., Akinci, S., and Aksoy, S. 2003. Mapping Service quality in the Tourism Industry. *Managing Service Quality*, 13(5):412-422.
- Anuar Ahmad Nazrin Aris, Siti Noorbaizura Bookhari & Noor Azah Aziz; The Effectiveness of Safe City Programme as Safety Basic in Tourism Industry: Case Study in Putrajaya; *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 42 (2012) 477 – 485.
- Qin, G., Meizhen, L., Jin hua, M. and Jun lei, Z. (2011). The development of urban night tourism based on the nightscape lighting projects--a Case Study of Guangzhou, *Energy Procedia*, 5: 477-481
- Łapko Aleksandra (2014), Urban Tourism in Szczecin and its Impact on the Functioning of the Urban Transport System, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 151, 30 October 2014, Pages 207-214
- Carlisle, Sheena, Johansen, Aleksander and Kunc, Martin. (2016) Strategic foresight for (coastal) urban tourism market complexity : the case of Bournemouth. *Tourism Management*, 54. pp. 81-95. ISSN 0261-5177.
- Lee Amy H.I; Wen-Chin Chen, Ching-Jan, Chang (2008), A fuzzy AHP and BSC approach for evaluating performance of IT department in the manufacturing industry in Taiwan, *Expert Systems with Applications* 34, pp. 96-107