

## Assessing the Tourism Status of Shiraz Metropolitan City Based on Environmental Sustainability Components in Urban Design

Hasan Afza<sup>1,✉</sup>, Ali Shamsoddini<sup>2,\*</sup>

1.M.A in Urban Planning, Apadana university, Shiraz, Iran.

2.Associate proff in Urban Planning, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

### ABSTRACT

Sustainable tourism, relying on the concept of sustainable development, wants the tourism industry to have the least impact on the host society and the environment while being economically profitable. In the 21st century, the advancement of technology makes human time freer and have more time. For this reason, this century has been called the century of the tourism industry. Due to the technological, cultural, political, social and economic infrastructures created in the 21st century, the phenomenon of tourism will be an inevitable reality in human behavior and action to satisfy his curious spirit. Therefore, this research has been conducted with the aim of analyzing the tourism situation of Shiraz city based on sustainability components. The method used was descriptive-analytical. The social, economic and environmental dimensions were analyzed by the indicators of each with the T-Tech model. The results of the analyzes for each component were in a positive direction for the metropolis of Shiraz.

### Highlights

- Tourism is a multifaceted activity encompassing economic, social, cultural, political, and environmental dimensions.
- Tourism has the potential to enhance indicators of social justice, improve living standards, promote public welfare, and achieve regional balance and equity.
- Proposed strategies are outlined across three scales: short-term, medium-term, and long-term.

### ARTICLE INFO

Received	02/07/2024
Revised	18/07/2024
Accepted	04/08/2024
Available Online	16/09/2024

### Keywords

city  
tourism  
sustainability  
Shiraz city  
exemplary T-Tech model



© [2025] by the author(s).

### Citation of the article

Afza, H., & Shamseddini, A. (2024). Assessing the components of Shiraz city based on environmental sustainability elements in urban design. *International Journal of Iranian Urban design studies*, 1(1), 55-74.

\*Author Corresponding:

Email: [Ali.shamsoddini@yahoo.com](mailto:Ali.shamsoddini@yahoo.com)

**Introduction:** The tourism industry has emerged as one of the most significant phenomena of the contemporary world in recent decades. Its remarkable growth over the past half-century has had substantial economic and cultural impacts on nations, prompting some scholars to refer to this era as the "Century of Tourism." Tourism serves as an effective tool for economic and social development, playing an unparalleled role in creating jobs, generating income, and enhancing urban and rural infrastructures. Particularly in countries grappling with challenges such as high unemployment rates and limited economic resources, tourism has become a sustainable source of revenue and a means to reduce reliance on single-product economies.

Cities, as historical and cultural hubs, have always attracted the attention of tourists. Urban tourism, which specifically identifies cities as destinations, serves a dual purpose: functioning as both the starting point and the endpoint of tourist journeys. This type of tourism, with its historical, cultural, and man-made attractions, contributes to strengthening urban identity and economic vitality. Tourist-friendly cities increasingly rely on modern spaces such as shopping centers and cultural complexes alongside their natural and cultural heritage. This approach necessitates meticulous planning to manage resources, mitigate negative impacts, and ensure the sustainable utilization of attractions.

The significance of tourism as a means of sustainable development has also captured the attention of researchers and policymakers. Sustainable tourism development is based on principles such as preserving environmental quality, maintaining biodiversity, and respecting the cultures of host communities. Comprehensive studies and strategic planning are essential to fully utilize this potential. This approach holds particular importance for cities like Shiraz, which boast a rich array of historical and cultural attractions.

Sustainable tourism not only focuses on economic dimensions but also encompasses social and cultural aspects. Goals of this approach include preserving cultural heritage, fostering intercultural interactions, and minimizing the adverse effects of tourism. Studies indicate that urban tourism development should align with environmental, cultural, and social capacities. In other words, tourism growth should not lead to the degradation of natural resources or harm cultural structures.

Tourism, as one of the world's largest industries, includes various types such as cultural, ecotourism, religious, and health tourism. Each type requires unique infrastructure and planning. Specifically, in cities with cultural and historical appeal, tourism can bolster local identity and promote international interactions. However, challenges such as pressure on local resources, population density, and increased pollution necessitate smart management.

In this context, leveraging advanced technologies and implementing smart tourism destinations as an emerging trend has enabled the optimal utilization of resources and improved tourist flow management. This trend enhances tourist experiences while reducing environmental impacts, supporting the concept of sustainable tourism.

In summary, the tourism industry is one of the key pillars of sustainable development in the contemporary world. Tourist-friendly cities, with their abundant cultural and natural resources, can play a vital role in boosting local economies, fostering cultural interactions, and preserving natural heritage. However, success in this domain requires comprehensive planning and a sustainability-oriented approach that balances environmental, social, and cultural resources.

**Materials and Methods:** This study is applied research in terms of its objective and descriptive-analytical in nature and method. It employs a quantitative approach for data collection. The research utilized field methods conducted by the researcher, employing random sampling. The statistical population comprises all officials and employees of Shiraz Municipality, and the sample size was determined using the unlimited population sampling formula. Based on Cochran's formula for an unlimited population, the minimum sample size was 196. To account for potential questionnaire dropouts, 210 questionnaires were distributed, and 197 were analyzed. Data collection was conducted through both library and field methods. In the library section, the researcher identified key components by reviewing relevant books, articles, and theses. Data collection in the field section utilized a researcher-developed questionnaire



with a 5-point Likert scale.

**Findings:** Numerous indicators can be analyzed in the context of sustainable tourism. This section examines indicators related to economic, social, and environmental dimensions using a single-sample T-model. The indicators for each dimension are as follows:

**Social Dimension:**

- Preservation of cultural heritage.
- Organization of cultural festivals to promote traditions.
- Satisfaction with urban security.
- Percentage of households with access to welfare services in the region.

**Economic Dimension:**

- Regional tourism demand.
- Tourist perceptions of service quality versus cost in the region.
- Availability of telecommunication services such as phone and mail.
- Government collaboration with NGOs in tourism.
- Provision of official tourist accommodations like hotels and guesthouses.

**Environmental Dimension:**

- Implementation of waste management programs in the region.
- Noise pollution levels throughout the day.
- Construction density per unit area.
- Awareness of environmental issues.

Experts assessed the status of the study components. The indicators for Shiraz were evaluated positively, with most items exceeding baseline values, except for the percentage of households with access to welfare services in the social dimension. Effective management and planning for Shiraz's tourism, considering its extensive attractions and rich history, can significantly enhance employment opportunities for citizens.

**Discussion and Conclusion:** Tourism encompasses a broad spectrum of economic, social, cultural, political, and environmental dimensions. The extensive scope of this activity necessitates principled planning and effective management for its development. Naturally, any planning effort must begin with a clear understanding of basic concepts in tourism and accurate analyses. Therefore, it is essential to examine tourism from various perspectives, define and analyze its fundamental components, evaluate different theories, and classify them comprehensively.

Many perceive tourism's importance solely in terms of income generation and job creation. However, its significance extends beyond economic benefits. With strategic and planned development, tourism can improve social justice indicators, enhance living standards, increase public welfare, and achieve regional balance.

Shiraz is one of the most popular destinations for domestic and international tourists, renowned for its numerous historical, religious, natural, and cultural attractions, as well as its economic and service sector strengths, particularly in higher education and healthcare. As outlined in the draft National Tourism Development Plan, Shiraz is the center of Iran's fifth tourism region, encompassing the provinces of Fars, Isfahan, Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad, and Bushehr, with over 150 historical, cultural, and natural attractions.

Based on the results of this study, three categories of strategies are proposed for implementation in the short, medium, and long term:

**Short-Term Strategies:**

Establish dedicated social networks for tourism destinations.

Provide technical support for the development and promotion of tourism-related pages.

Conduct specialized training courses for tourism stakeholders to promote sustainable urban development.

Develop an elite educational system in tourism.

Facilitate internal communications through urban development systems.  
Respond swiftly to existing needs and demands in tourism destinations.  
Revise and standardize tourism destination indices.  
Identify key stakeholders to address their needs effectively.

#### **Medium-Term Strategies:**

Create databases of structural deficiencies and human resources in tourism destinations.  
Empower various sectors within tourism destinations.  
Prioritize project delegation in tourism destinations.  
Redesign reporting, evaluation, and monitoring systems in tourism destinations.  
Streamline and integrate human development processes in health tourism destinations.  
Establish an optimal value chain in tourism destinations.

#### **Long-Term Strategies:**

Improve legal support for tourism promotion activities.  
Foster a culture of accountability in tourism destinations.  
Strengthen a spirit of service in tourism destinations.  
Uphold the dignity of tourism destinations by promoting urban values and norms.  
Implement integrated media structures and information dissemination systems for urban tourism.

## **D**Declarations

### **Conflict of Interest**

The authors declare no conflicts of interest related to this research.

### **Funding**

This research did not receive any financial support from governmental or private organizations.

### **Informed Consent**

All participants in this study provided their informed consent in writing.

### **Authors' Contributions:**

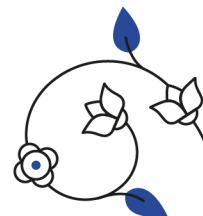
Conceptualization and study design: Hasan Afza, Ali Shamseddini; data collection and management: Hasan Afza; data analysis and interpretation: Hasan Afza, Ali Shamseddini; preparation of tables, charts, maps, and illustrations: Hasan Afza; drafting of the manuscript: Ali Shamseddini, Hasan Afza; review and revision of the manuscript: Ali Shamseddini, Hasan Afza; validation and final approval: Ali Shamseddini.

### **Acknowledgments:**

The authors sincerely thank the residents of Sang-e Siah neighborhood in Shiraz for their cooperation in providing the required information.

## **R**References

1. Alipour, A., Alipouri, E., & Hamidi, M. S. (2020). Spatial analysis of tourism capacity in desert and arid regions and its role in social sustainability: A case study of Yazd province. *Spatial Analysis of Environmental Hazards Journal*, 7(1). [In Persian].
2. Alizadeh, S. D. (2010). Examining the social damages of tourism in the Thamen area of Mashhad metropolis. Master's Thesis, Payam Noor University, Tehran. [In Persian].
3. Anabestani, A. A., Aliziyari, Y., & Anabestani, Z. (2013). Investigating the impacts of the Padeh Tourism Company on urban development in Shandiz. *Tourism Planning and Development Journal*, 2(5). [In Persian].
4. Anvari Arya, M., & Nasaj, M. (2007). Examining and explaining the role of tourism industry in urban spaces. *Regional Conference on Geography, Tourism, and Sustainable Development, Islamshahr*. [In Persian].
5. Ashrafzadeh, M., Madadi Khademi, N., & Bandani, S. (2010). Environmental impacts assessment of coastal tourism projects: A case study of the international tourist city of Persian Gulf. *Environmental Studies Research*. [In Persian].
6. Bell, S., & Morse, S. (2013). *Measuring sustainability: Learning from doing*. Routledge.
7. Bennet, J. A., & Strydom, J. W. (2001). *Introduction to travel and tourism marketing*. Johannesburg: Juta.
8. Cooper, C. P. (1981). Spatial and temporal patterns of tourist behaviour. *Regional Studies*, 15, 359-371. <https://doi.org/10.1080/00343408112331321521>



9. Dinari, E. (2005). Urban tourism in Iran and the world. Mashhad: Vazhgan Khord Press. [In Persian].
10. Fennell, D. A. (1999). Ecotourism: An introduction. Routledge.
11. Ghedami, M., & Aligholizadeh Firouzjani, N. (2012). Assessing destination tourism development within the framework of sustainability: A case study of Tameshkal Village, Tonekabon County. Geographical Research Quarterly Journal, 1. [In Persian].
12. Hasnavi, S., & Khodapanah, M. (2014). Impact of tourism on economic growth in developing countries: Two approaches of static and dynamic panel. Strategic and Macro Policies Journal, 2(6). [In Persian].
13. Hawkins, S. (2007). The World Bank's role in tourism development. Annals of Tourism Research, 34(2), 348-363. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.01.007>
14. Howes, H. (2000). Sustainable development comes of age: The Thames environment 21 experience. In K. Williams, E. Burton, & M. Jenks (Eds.), Achieving sustainable urban form (pp. 235-252). Routledge.
15. Inskip, E. (1991). Tourism planning. New York: Van Nostrand Reinhold.
16. Kazemi, M. (2006). Tourism management. Tehran: Samt. [In Persian].
17. Mahmoudi Meymand, M., & Moghaddami, E. (2011). Modern global tourism management: Understanding concepts, principles, and tourism marketing. Tehran: Mekam Publications. [In Persian].
18. Papli Yazdi, M. H., & Saqaei, M. (2007). Tourism (Nature and Concepts). Tehran: Samt. [In Persian].
19. Pinkster, F. M., & Boterman, W. R. (2017). When the spell is broken: Gentrification, urban tourism, and privileged discontent in the Amsterdam canal district. Cultural Geographies, 24(3), 457-472. <https://doi.org/10.1177/1474474017706176>
20. Rahnami, M. T. (2007). Tourism geography textbook. Faculty of Geography, University of Tehran. [In Persian].
21. Sharpley, R., & Julia, T. (2014). Rural tourism (R. Manshizadeh & F. Nasiri, Trans.). Tehran: Manshi Publications. [In Persian].
22. Taghvaei, M., & Safar Abadi, E. (2013). The role of urban management in achieving sustainable urban tourism development: A case study of Kermanshah city. Geographical Studies of Arid Regions. [In Persian].
23. World Tourism Organization (UNWTO). (2014). A specialized agency of the United Nations, International Forum on Sustainable Development of Tourism and Innovation. Cartagena de Indias, Colombia, 24 June.

#### Note for Readers:

##### This paper contains an identical English abstract in two sections:

Abridged Paper: To provide an overview for international readers.

Persian Section: To meet the standardized structure of Persian academic publications.

This repetition is intentional to ensure alignment with academic standards and facilitate readability for both audiences. Readers are encouraged to review the full paper for comprehensive details.

یادداشت برای خوانندگان:

این مقاله شامل یک چکیده انگلیسی در دو بخش است:

Abridged Paper: برای ارائه یک دید کلی به خوانندگان بین‌المللی.

بخش فارسی: به منظور رعایت استانداردهای ساختار مقالات علمی فارسی.

تکرار این چکیده، با هدف انطباق با استانداردهای علمی و تسهیل مطالعه برای هر دو گروه از مخاطبان طراحی شده است. خوانندگان می‌توانند برای دریافت جزئیات کامل، به متن اصلی مقاله مراجعه کنند.

© [2025] by the author(s). This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). The authors retain copyright, and this work may be shared and redistributed with proper attribution.

License link: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



© [۲۰۲۵] نویسنده(گان). این مقاله تحت مجوز Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) منتشر شده است. نویسنده(گان) مالک حقوق

مادی و معنوی اثر خود هستند، و این مقاله می‌تواند با ذکر منبع مورد استفاده، بازنشر و توزیع شود.

لینک مجوز: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



## سنجش وضعیت گردشگری کلان شهر شیراز براساس مؤلفه‌های پایداری محیطی در طراحی شهری

حسن افزا<sup>۱</sup>، علی شمس‌الدینی<sup>۲\*</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی‌ارشد، مؤسسه آموزش عالی آبادانا، شیراز، ایران.  
۲- دانشیار گروه شهرسازی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

### چکیده

### مشخصات مقاله

گردشگری پایدار، با اتکا بر مفهوم توسعه پایدار، می‌خواهد صنعت گردشگری در عین سوددهی اقتصادی، کمترین تأثیر را بر جامعه میزبان و محیط‌زیست داشته باشد. در قرن بیست و یکم، پیشرفت فناوری موجب می‌شود تا وقت انسان بیش‌ازپیش آزاد شود و زمان بیشتری داشته باشد. به همین دلیل این قرن، قرن صنعت گردشگری نام گرفته است. به‌دلیل زیرساخت‌های فناوری، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایجادشده در قرن بیست و یکم، پدیده گردشگری واقعیتی اجتناب‌ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاو او خواهد بود؛ ازاین‌رو این پژوهش با هدف تحلیل وضعیت گردشگری شهر شیراز براساس مؤلفه‌های پایداری انجام شده است. روش به‌کاررفته به‌صورت توصیفی‌تحلیلی بوده است. ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی به‌وسیله شاخص‌های هریک با مدل تی‌تک‌نمونه تحلیل شد. نتایج تحلیل‌ها برای هر مؤلفه در جهت مثبت برای کلان‌شهر شیراز بوده است.

### واژگان کلیدی

شهر  
گردشگری  
پایداری  
شهر شیراز  
مدل تی‌تک‌نمونه‌ای

### نکات شاخص

- گردشگری فعالیتی گسترده با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی است.
- گردشگری قادر است شاخص‌های عدالت اجتماعی، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی، تعادل و توازن منطقه‌ای را بهبود ببخشد.
- راهبردهای پیشنهادی، در سه مقیاس کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ارائه گردیده است.

© [۲۰۲۵] نویسنده (گان).

### نحوه ارجاع دهی به این مقاله

افزا، حسن، و شمس‌الدینی، علی. (۱۴۰۳). سنجش وضعیت گردشگری کلان‌شهر شیراز براساس مؤلفه‌های پایداری محیطی در طراحی شهری. نشریه علمی مطالعات طراحی شهری ایران، (۱)، ۷۴-۵۵.

\*نویسنده مسئول: علی شمس‌الدینی

آدرس پستی نویسنده مسئول: [Ali.shamsoddini@yahoo.com](mailto:Ali.shamsoddini@yahoo.com)





ORIGINAL RESEARCH PAPER

## Assessing the Tourism Status of Shiraz Metropolitan City Based on Environmental Sustainability Components in Urban Design

Hasan Afza<sup>1, \*</sup>, Ali Shamsoddini<sup>2, \*</sup>

1. M.A in Urban Planning, Apadana university, Shiraz, Iran.

2. Associate proff in Urban Planning, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

### ABSTRACT

Sustainable tourism, relying on the concept of sustainable development, wants the tourism industry to have the least impact on the host society and the environment while being economically profitable. In the 21st century, the advancement of technology makes human time freer and have more time. For this reason, this century has been called the century of the tourism industry. Due to the technological, cultural, political, social and economic infrastructures created in the 21st century, the phenomenon of tourism will be an inevitable reality in human behavior and action to satisfy his curious spirit. Therefore, this research has been conducted with the aim of analyzing the tourism situation of Shiraz city based on sustainability components. The method used was descriptive-analytical. The social, economic and environmental dimensions were analyzed by the indicators of each with the T-Tech model. The results of the analyzes for each component were in a positive direction for the metropolis of Shiraz.

### ARTICLE INFO

Received 02/07/2024  
Revised 18/07/2024  
Accepted 04/08/2024  
Available Online 16/09/2024

### Keywords

city  
tourism  
sustainability  
Shiraz city  
exemplary T-Tech model

### Highlights

- Tourism is a multifaceted activity encompassing economic, social, cultural, political, and environmental dimensions.
- Tourism has the potential to enhance indicators of social justice, improve living standards, promote public welfare, and achieve regional balance and equity.
- Proposed strategies are outlined across three scales: short-term, medium-term, and long-term.



© [2025] by the author(s).

### Citation of the article

Afza, H., & Shamseddini, A. (2024). Assessing the components of Shiraz city based on environmental sustainability elements in urban design. *International Journal of Iranian Urban design studies*, 1(1), 55-74.

\*Author Corresponding: Ali Shamsoddini

Email: [Ali.shamsoddini@yahoo.com](mailto:Ali.shamsoddini@yahoo.com)

## مقدمه

صنعت گردشگری، یکی از پدیده‌های مهم هزاره سوم، طی نیم‌قرن گذشته است. این صنعت با رشد تصاعدگونه خود تأثیر بسزایی در رشد و پویایی اقتصادی و تبادلات فرهنگی کشورها داشته است؛ به طوری که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن حاضر را قرن گردشگری نام نهاده‌اند (اشرف‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۴). از گردشگری به‌عنوان گذرگاه توسعه، اهرمی قدرتمند در الگوواره توسعه (هواکینز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷: ۳۵۰) بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در جهان (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲) و رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. این صنعت در بسیاری از کشورها به‌عنوان یکی از عوامل مهم ایجاد درآمد، اشتغال، کاهش نرخ بیکاری، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختارهای زیربنایی در نظر گرفته می‌شود. در سالیان گذشته، شهرها به‌طور عام به‌عنوان نواحی مبدأ صدور گردشگر و مکان‌های غیرشهری به‌عنوان مقصد گردشگران معرفی شده‌اند. شهرها همواره در طول اعصار و قرون متمادی، با توجه به اینکه کانون قدرت و تصمیم‌گیری بوده‌اند، در درون خود آستان حوادث و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار هستند که امروزه در کانون توجه گردشگران قرار گرفته است. امروزه یکی از فضاهای گردشگری که مورد توجه گردشگران واقع شده، فضاهای شهری است. گردشگری شهری دارای ماهیت دوگانه است؛ به این معنا که از یک سو شهر به‌معنای اصلی‌ترین مبدأ گردشگران

به شمار می‌آید و دوم اینکه شهر به‌عنوان مقصد گردشگری مد نظر قرار می‌گیرد. آنچه مربوط به گردشگری شهری است، عموماً شهر را به‌عنوان مقصد گردشگری در نظر دارد و در واقع، هدف از ورود گردشگر به فضای شهری، یعنی شهر مقصد گردشگری است و به‌قصد بازدید از جاذبه‌های گردشگری شهر وارد فضای آن می‌شود (راهنمایی، ۱۳۸۶: ۲۰). شهرها دارای جاذبه‌ها و تأسیسات گردشگری فراوان و غنی هستند که در ظهور و توسعه آن‌ها نقش اساسی ایفا می‌کنند. امروزه گردشگری برای بسیاری از مدیران و مسئولان شهری به‌صورت امر اقتصادی بااهمیتی درآمده است که مستلزم ارزیابی صحنه رقابت، تعریف و تعیین هدف‌ها، داوری میان گزینه‌های گوناگون در زمینه سرمایه‌گذاری و آمایش و ایجاد ساختار مناسب و تجارتي فرآورده‌های گردشگری شهری است (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۱).

چنانچه بخواهیم از این صنعت به‌عنوان یکی از منابع مالی در چرخه اقتصاد و برآورده کردن نیازهای فرامعیشی انسان به تفرج، به‌صورت پایدار استفاده کنیم، انجام مطالعات جامع برای دستیابی به برنامه مدون و تعیین سیاست‌های اصولی در توسعه سازگار با محیط‌زیست ضروری به نظر می‌رسد (علی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹). گردشگری پایدار، حفظ کیفیت محیط‌زیست و جاذبه‌های طبیعی منابع، حفظ تنوع زیستی، حفظ تداوم فرهنگ جامعه، به حداقل رساندن آثار منفی گردشگری در محیط، تأمین نیازهای گردشگران، استفاده پایدار از منابع، تلفیق گردشگری با برنامه‌ریزی و... است (Fennell, 1999)؛ از این‌رو نوشتار حاضر نیز با درک مسئله فوق، می‌کوشد اثرات گردشگری بر پایداری جامعه میزبان را بررسی کند. بدین منظور شهر شیراز با توجه به حجم عظیم جاذبه‌ها به‌عنوان نمونه مطالعاتی انتخاب شده است و درباره پایداری مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی (زیست‌محیطی و زیرساخت‌ها) و شاخص‌های آن به‌صورت تحلیلی بررسی شده است.

## مبانی نظری

### گردشگری

گردشگری واژه‌ای فرانسوی است که از واژه تور گرفته شده و در فرهنگ لغت معانی زیر برایش آورده شده است: طی کردن پیرامون، سیر و گردش کردن (محلای، ۱۳۸۰: ۲). گردشگری پدیده‌ای در حال گسترش است که روزبه‌روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود و با توجه به دگرگونی‌های صورت‌گرفته در جوامع و روند جهانی شدن میزان تمایل مردم نقاط مختلف جهان به این صنعت به‌طور روزافزونی افزایش یافته است (محمودی و مقدمی، ۱۳۹۰). در سال ۱۹۶۳، کنفرانس گردشگری در شهر روم، واژه گردشگر را چنین تعریف کرد: گردشگر کسی است که به‌طور موقت مسافرت می‌کند و در کشور محبوب خود حداقل ۲۴ ساعت اقامت می‌نماید و در ضمن، هدف از مسافرت را استفاده از تعطیلات، تأمین سلامتی، مطالعه و پژوهش، موارد مذهبی و ورزشی عنوان می‌کند.

گردشگری نیازی انسانی است. گردشگری پدیده‌ای اجتماعی است که شامل تعاملات و روابط میان اشخاص، سازمان‌ها و گروه‌های ذی‌نفع گوناگون، به‌ویژه بین گردشگران و ساکنان محلی است (شارپلی، ۲۰۱۴). گردشگری انواع مختلفی دارد و





شناخت انواع گردشگری برای برنامه‌ریزی در این عرصه اهمیت اساسی دارد. در یک تقسیم‌بندی، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت‌گردی و ماجراجویانه تقسیم شده است که به‌طور مختصر از آن به‌عنوان گردشگری ACE یاد می‌شود. برای گردشگری انواع مختلف و گاهی متفاوتی را برشمردند که این به‌دلیل نگاه‌های متفاوت به این صنعت است. در مجموع می‌توان گردشگری را براساس یک سری عوامل چون انگیزه، هدف و یا مقصد مد نظر به چند دسته تقسیم کرد: گردشگری فرهنگی، طبیعت‌گرا (طبیعی)، تاریخی، تفریحی، تجاری، شهری، روستایی، قومی و عشایری، مذهبی، ورزشی، سلامت بهداشتی، آموزشی و علمی و گردهمایی و... (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶).

جدول ۱. مفاهیم گردشگری از دیدگاه صاحب‌نظران

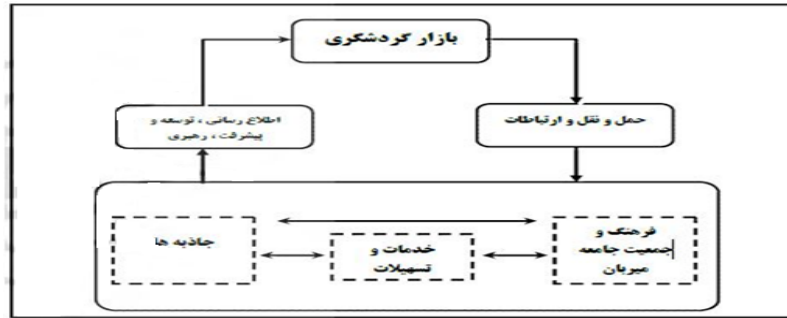
گردشگری پدیده‌ای چندبعدی است که شامل عزیمت به مقصدهایی خارج از محل سکونت عادی و مطالعه آن منطقه است. در واقع گردشگری پدیده‌ای متشکل از عناصر پویا، ایستا و غیرمستقیم است.	ماتیسون و وال (۱۹۸۲)
گردشگری شامل سفر غیرساکنان گردشگر و ماجراجویان به یک مقصد است، تا زمانی که این سفر به سکونت دائمی تبدیل نشده است. گردشگری ترکیبی است از گردش و تجارت.	مورفی (۱۹۸۵)
گردشگری فعالیتی چندجانبه بوده و از آنجاکه در مراحل مختلف آن از مبدأ تا مقصد، خدمات درخواست و عرضه می‌شود، از لحاظ جغرافیایی نیز پیچیده است. علاوه بر این احتمالاً در هر کشوری یا منطقه‌ای تعداد زیادی مبدأ یا مقصد وجود دارد که اغلب آن‌ها دارای هر دو خصوصیت حرکت (مبدأ) و پذیرش (مقصد) هستند.	پیرس (۱۹۸۹)
عمل جابه‌جایی به خارج از جامعه برای تجارت یا تفریح و نه برای انجام کار روزمره یا تحصیل را گردشگری گویند.	گی، ماکنز و چوی (۱۹۸۹)
گرچه سفر و گردشگری همواره به‌صورت یک صنعت تعریف می‌شود، بهترین دیدگاه این است که آن را بازار تمام‌عیاری بدانیم که بیانگر تقاضا و الگوهای مصرف‌گرایی فرآیندهای بازدیدکنندگان برای تولیدات بسیار متنوع مسافرپسند است.	میدلتون (۱۹۹۸)
از دیدگاه بین‌المللی، گردشگر، بازدیدکننده‌ای است که طول اقامت او در یک کشور، ۲۴ ساعت یا بیشتر باشد و حداقل یک شب را در کشور بازدید شده بگذراند.	بیچریل
گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نیست، انجام می‌دهد. هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش، دیدار با اقوام و آشنایان، کسب‌وکار، مأموریت، شرکت در سمینار یا کنفرانس، درمان، مطالعه، تحقیق، فعالیت‌های مذهبی و فعالیت‌هایی از این قبیل است.	سازمان جهانی گردشگری

### اهمیت گردشگری

اهمیت گردشگری از این حیث است که به‌عنوان وسیله‌ای برای توسعه اجتماعی و اقتصادی، مطرح شده و توسط جامعه بین‌المللی از طریق طرح‌های متعدد به تصویب رسیده است. این صنعت وابستگی شدید خود را از میراث طبیعی و تنوع زیستی و اثر خود را به‌عنوان یک ابزار استراتژیک ایجاد کرده است؛ تغییری در ذهن مجموعه‌ای از جامعه که به‌دنبال حفاظت از محیط‌زیست به‌عنوان یک عنصر ضروری برای ترویج مقاصد گردشگری است (Organiza- Tourism World, 2014, tion). توسعه این صنعت برای کشورهای درحال توسعه که با معضلاتی از جمله بیکاری زیاد، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی روبه‌رو هستند، اهمیت فراوانی دارد؛ چراکه این دسته از کشورها اقتصاد و منبع درآمد پایدار ندارند و در گذر زمان باید به منابع درآمدی پایدار روی آورند (حسون و خداناه، ۱۳۹۳).

گردشگری امروزه در بسیاری از مناطق توانسته است تحولات زیادی در بنیان‌های اجتماعی و اقتصادی جوامع شهری پدید آورد (عناستانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۹). به‌طوری‌که شهرها و گردشگری روابط مکملی دارند؛ چراکه تمامی انواع گردشگری به‌نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند هستند. خواسته‌ها، نیازها، الگوها، جریان‌ها و شیوه‌های ساکنان و بازدیدکنندگان همیشه یکسان نیستند و می‌توانند به‌طرز وحشتناکی متفاوت باشند یا به رقابت برای منابع یکسان (برای مثال دارایی) منجر شوند که به نارضایتی و خصومت ختم می‌شود (Boterman and Pinkster, 2017). در برخی زمینه‌ها که به‌موجب آن قرار گرفتن در معرض فرصت‌های گردشگری بسیار محدود یا غیرموجود است، افراد ممکن است از مزایای سفر و تجربه مکان‌ها یا فرصت‌های جدید آگاه نباشند. برای این گروه‌ها، ممکن است لازم باشد که اطلاع‌رسانی و آموزش داده شود تا اولویت‌های گردشگری را توسعه دهند.

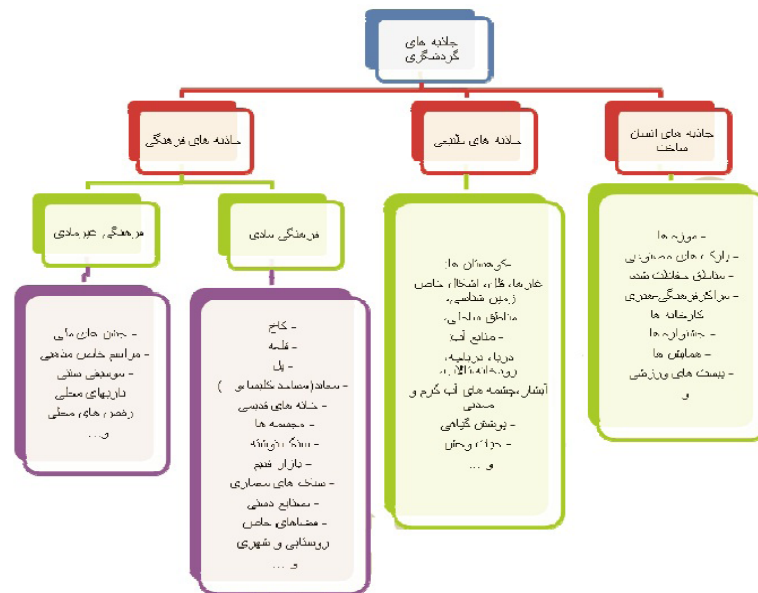




شکل ۱. عوامل شکل دهنده محیط گردشگری (علیزاده، ۱۳۸۹: ۳۹)

### مقاصد گردشگری

گردشگری بیش از هر فعالیت اقتصادی و صنعتی دیگر در جهان، موجب تحرک سرمایه و انتقال پول شده است و به عنوان بزرگ ترین صنعت خدماتی جهان از حیث درآمدزایی شناخته می شود (زروکی و اولیایی نسب، ۱۳۹۶). داده ها یا منابع اصلی برای تولید فعالیت های گردشگری سایت های تاریخی، منابع طبیعی و میراث اجتماعی فرهنگی موجود در یک مکان هستند (یکنسی، ۲۰۱۴). امروزه مقاصد مختلفی که گردشگران متمایل اند اوقات فراغت خود را دور از محیط شهر و انواع مختلف آلودگی و شلوغی در آنجا بگذرانند، بسیار متنوع است و تنها شامل لکه ها و پهنه های بکر طبیعی نیست. منابع مختلف، تقسیم بندی های متفاوتی را از جاذبه های گردشگری از دیدگاه های مختلف ارائه کرده اند. رایج ترین الگوی استناد در اغلب مطالعات، الگوی پیشنهادی سازمان جهانی گردشگری است که در نمودار زیر ارائه شده است.



شکل ۲. دسته بندی انواع جاذبه های گردشگری (Inskeep, ۱۹۹۹)

**جاذبه های طبیعی:** جاذبه های طبیعی موجود در مقصد، غالباً اولین موضوعی است که توجه گردشگر را جلب می کند که اصولاً ترکیب متنوعی از منابع طبیعی را می توان به منظور ایجاد محیطی جذاب برای توسعه گردشگری به کار گرفت.

**جاذبه های فرهنگی:** در صنعت گردشگری، فرهنگ به عنوان عامل جذب عمل می کند. برای گردشگرانی که سفر می کنند، فعالیت ها، رویدادها و محصولات فرهنگی، همچون نیروی الهام بخش و جذاب بر آنان اثر می گذارد. جاذبه های



فرهنگی شامل تمام تجلی‌ها و تبلورهای بیرونی و رسمی فرهنگ هر کشور است که می‌توان آن‌ها را دید، نمایش داد یا به‌نوعی عرضه کرد.

**جاذبه‌های انسان‌ساخت:** به همه عناصر و پدیده‌های مصنوع دارای ارزش و حائز تعریف معیار جذابیت، جاذبه انسان‌ساخت گفته می‌شود. مقاصد گردشگری با توجه به پتانسیل‌ها و منابع گردشگری مختلفی که در بر دارند، ممکن است یک یا چند نوع از جاذبه‌های گردشگری را به گردشگران به‌عنوان محصول گردشگری ارائه کنند. گردشگری شامل همه خدمات و ویژگی‌هایی است که در کنار هم قرار می‌گیرند تا آنچه مسافر می‌خواهد، فراهم آورد. صاحب‌نظران گردشگری در دنیا، چهار فضای کلی را به‌عنوان مقاصد گردشگری مشخص کرده‌اند که عبارت‌اند از:

- فضای روستایی یا جهانگردی سبز؛
- فضای کوهستانی برای ورزش‌های کوهستانی؛
- فضای ساحلی با ویژگی‌های خاص خود و
- فضای شهری (انوری مینا و نساج مینا، ۱۳۸۶: ۳۰).

فضاهای شهری در شهرهای معاصر را که برای گردشگر آن به‌عنوان یک جاذبه محسوب می‌شوند، می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: فضاهای مدرن یا جدید نظیر پارک‌ها، مراکز فروش مدرن، فرهنگسراها، میدان‌ها و پلازاها؛ فضاهای سنتی نظیر بازارها، امازاده‌ها، گورستان‌ها، باغ‌ها، مسجدها و دیگر مکان‌های تاریخی (انوری مینا و نساج مینا، ۱۳۸۶: ۳۵).

وجود جاذبه‌های متعدد تاریخی فرهنگی و جاذبه‌های ویژه و انسان‌ساخت در نقاط شهری با رشد گردشگری در دهه‌های اخیر باعث شده است تا این مقاصد مورد هجوم گردشگران قرار گیرند. بسیاری از مسئولان این نقاط شهری نیز به‌علت بی‌توجهی به آثار نامناسب گردشگری و توجه صرف به مزایای اقتصادی این صنعت، باعث تسریع این فرایند مخرب شده‌اند. از دیگر سو، در بسیاری از طرح‌هایی که برای این نقاط شهری تهیه می‌شود، کوچک‌ترین توجهی به مقوله گردشگری و آثار آن بر روند توسعه شهر نشده است (کازسی و پوتیه، ۱۳۸۲: ۴۵). از این رو، انجام مطالعات برای شناسایی و تجزیه و تحلیل تأثیرات گردشگری، مضاف بر طرح‌های مطلقاً کالبدی در این نقاط لازم است.

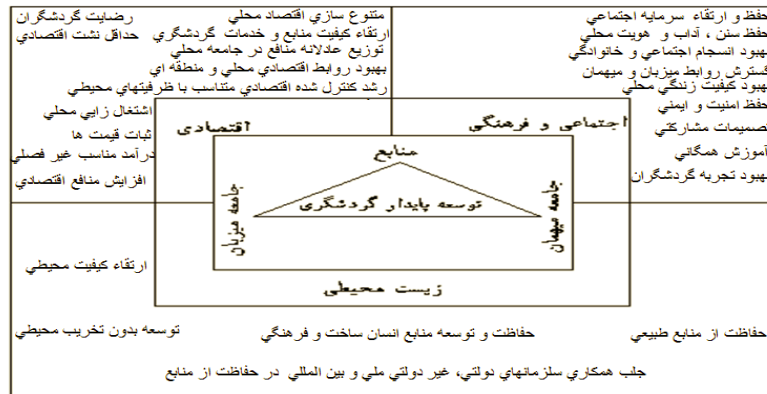
این مطالعات رهنمودهای کلی را برای توسعه پایدار گردشگری فراهم می‌کند. طرح‌های توسعه و عمران شهری به‌صورت کلی و با توجه به نیازهای ساکنان شهر تهیه و اجرا می‌شود و در بعضی مواقع، ملزومات مربوط به توسعه گردشگری که از ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد بعضی از شهرهاست، در این طرح‌ها نادیده گرفته می‌شود. لازم است برای این‌گونه شهرها مطالعاتی انجام شود که علاوه بر توسعه کالبدی، توسعه گردشگری آن را نیز مورد توجه قرار دهد. شهرهایی با ویژگی گردشگری در حجم انبوه به دلیل داشتن ویژگی‌های منحصربه‌فرد و آمیختگی کالبد شهری با محیط طبیعی و عجین شدن زندگی ساکنان با ویژگی‌های محیطی جغرافیایی، باید از حالت ویژه‌ای در تهیه طرح‌های توسعه شهری برخوردار باشند (Cooper, 1981: 351). لذا لازم است مطالعاتی با مضامین توسعه کالبدی همراه با نگرش به توسعه گردشگری، در قالب توجه همه‌جانبه به توسعه پایدار از طریق توجه ویژه به مطالعات محیطی جغرافیایی، جمعیتی، اجتماعی و فرهنگی، نظام اقتصادی و فعالیتی، میراث فرهنگی، گردشگری و حفظ و احیای میراث فرهنگی، نظام حمل‌ونقل، توسعه شهری و نظام مدیریتی و قانونی در چارچوب نقش‌های شهر تهیه شود (Bennet, 2001: 54).

### اصول توسعه پایدار گردشگری

حرکت از گردشگری انبوه به سمت رویکرد گردشگری پایدار آغاز شده است (قدمی و علیقلی‌زاده، ۱۳۹۱: ۸۰). قبل از تأکید بر پایداری گردشگری، لازم است دوباره به اصول پایداری توجه ویژه‌ای کرد؛ این اصول عبارت‌اند از: مدیریت زمین و منابع آب سطحی برای نیل به حقوق برابر بین نیازهای جامعه و نیازهای محیطی، مدیریت مخاطرات محیطی برای منفعت مردم و محیط‌های طبیعی و محافظت از دارایی‌ها، نگهداری و بهبود کیفیت هوا، زمین و آب از طریق پیشگیری و کنترل آلودگی، نیل به کاهش ضایعات از طریق به حداقل رساندن، استفاده مجدد و بازیابی و بهبود استانداردها، نگهداری و افزایش ارزش‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی (Howes, 2000: 252). امروزه الگوی پایداری به‌طور عام و در صنعت گردشگری به‌طور خاص به دغدغه جهانی تبدیل شده است و در پژوهش‌های توسعه گردشگری، مفهوم پایداری، کانون اصلی مباحث عملی و دانشگاهی جهان شده است (بل و مورس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳). مهم‌ترین اصول استفاده‌شده برای پایداری در گردشگری عبارت‌اند از: الف) پایداری؛ اعم از



اکولوژیکی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، (ب) آموزشی و (ج) مشارکت محلی. به منظور برنامه ریزی و مدیریت موفق گردشگری، باید عوامل اکولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به خوبی درک و شناسایی شوند. توسعه گردشگری پایدار از اصول اساسی است. این اصول بایستی در چهارچوب ظرفیت پذیری و سنجش مرزهای آن و در قالب تعیین خط مشی ها و برنامه ریزی های یکپارچه محلی به مرحله اجرا گذارده شود. در هماهنگی با مفهوم توسعه پایدار، عوامل زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی از بیشترین اهمیت برخوردارند (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۲۷).



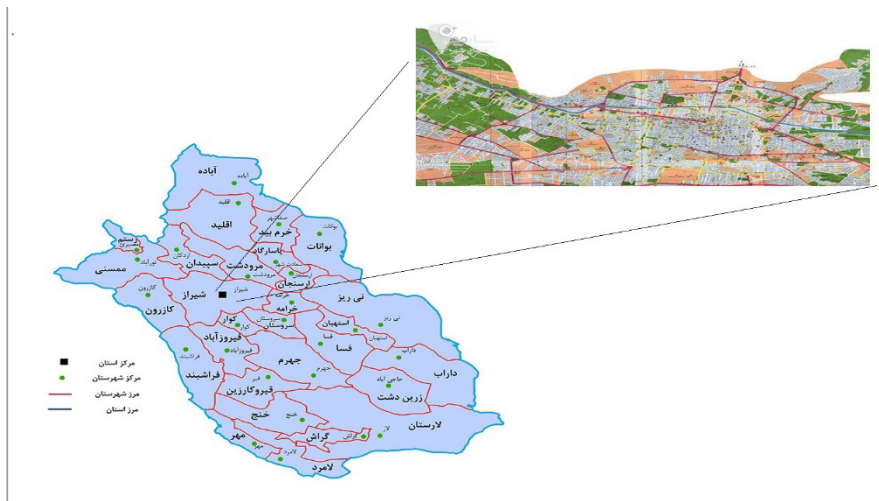
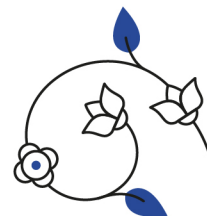
شکل ۳. مدل مفهومی توسعه پایدار گردشگری (مأخذ: قدمی و فیروزجایی، ۱۳۹۱: ۶)

با توجه به اینکه حمایت از توسعه پایدار گردشگری با انتخاب راه حل های نوآورانه و خلاق در تمام زمینه ها امکان پذیر می شود (کوکه<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۱)، این موضوع فرصتی به پژوهشگران داده است تا مفاهیم مرتبط با هوشمندسازی مقاصد گردشگری را بررسی کنند (گرتزل<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). در چنین وضعیتی، گردشگری هوشمند به تدریج به صورت روند نوظهوری در حال رشد و توسعه است (ژانگ<sup>۶</sup>، ۲۰۱۵). هرچند، واضح است که توسعه ها به دلایل بسیاری هنوز در مراحل آغازین خود به سر می برند، انتظار می رود گردشگری هوشمند به شدت در بین شهرهای جهان و مقاصد گردشگری رشد کند (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۶).

### روش شناسی و شناخت محدوده

پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی و براساس ماهیت و روش، پژوهش توصیفی تحلیلی است. همچنین به لحاظ جمع آوری داده ها نیز کمی است. روش گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر به صورت میدانی است که توسط محقق انجام شده و از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده است. جامعه آماری نیز شامل تمامی مسئولان و کارمندان شهرداری شیراز می شود و به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول نمونه گیری کوکران ۱۹۶ نفر است که در این پژوهش با توجه حداقل حجم نمونه برای جامعه نامحدود با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران ۱۹۶ نفر است که در این پژوهش با توجه به احتمال ریزش پرسش نامه ها، تعداد ۲۱۰ پرسش نامه تقسیم شد و تعداد ۱۹۷ پرسش نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش گردآوری داده ها کتابخانه ای و میدانی است. در بخش کتابخانه ای محقق با مطالعه کتابها و مقاله ها و پایان نامه های مرتبط، مؤلفه ها را شناسایی کرده و برای جمع آوری داده ها از روش میدانی و پرسش نامه محقق ساخته با طیف ۵ ارزش لیکرت استفاده شده است. ابزار جمع آوری در این پژوهش پرسش نامه محقق ساخته است.

اولین اشاره به نام شیراز، روی لوح های گلی ایلامی به ۲۰۰۰ سال پیش از میلاد بازمی گردد که در ژوئن ۱۹۷۰، در هنگام کندن زمین برای ساخت کوره آجرپزی در گوشه جنوب غربی شهر یافت شده است. شهر شیراز، مرکز استان فارس، به طول ۴۰ کیلومتر و عرضی متفاوت بین ۱۵ تا ۳۰ کیلومتر، با مساحت ۱۲۶۸ کیلومتر مربع، به شکل مستطیل و از لحاظ جغرافیایی در جنوب غربی ایران و در بخش مرکزی فارس قرار دارد. اطراف شیراز را رشته کوه های نسبتاً مرتفعی به شکل حصار استوار احاطه کرده اند که از لحاظ سوق الجیشی و حفظ شهر اهمیت ویژه ای دارند. این شهر از سمت غرب به کوه دراک، از سمت شمال به کوه های بمو، سبزپوشان، چهل مقام و باباکوهی (از رشته کوه های زاگرس) محدود شده است.



شکل ۴. نقشه موقعیت شهر شیراز

در شیراز، این منطقه شیراز قدیم است که طی فرایندهای رشد و توسعه شهری و افزایش جمعیت به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از کل شهرداری آمده است و ویژگی‌های خاص خود را دارد. وجود ۴۰۰ اثر بار ارزش، ۸ دروازه و ۱۲ مرکز و چند محور فرهنگی می‌تواند تبلوری از شیوه زندگی، روابط اجتماعی، آداب‌ورسوم، باورها، تاریخ و هنر و به‌طور کلی بیانگر هویت تاریخی و فرهنگی هر دوره باشد.



### بحث و تحلیل

شیراز با وجود چهره‌های شاخص ادبی و فرهنگی و تاریخی در عرصه ملی و بین‌المللی به پایتخت شعر و ادب ایران مشهور است و علاوه بر جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، با دارا بودن اماکن و بقاع فراوان مذهبی و وجود حرم حضرت شاهچراغ (ع) به‌عنوان سومین حرم اهل بیت در ایران شناخته شده است. از سوی دیگر، مطابق پیش‌برنامه ملی توسعه و گردشگری، وظیفه بزرگی بر دوش شهر قرار گرفته و آن را با بیش از ۱۵۰ جاذبه تاریخی فرهنگی و طبیعی، مرکز پنجمین منطقه گردشگری کشور، به‌عنوان قلب پرشیا معرفی می‌کند (مهندسان مشاور شهر و خانه، ۱۳۸۲: ۲).

نوع جاذبه	تعداد	درصد
تاریخی فرهنگی	۱۲۴	۸۲/۷
تاریخی طبیعی	۸	۵/۳
طبیعی	۱۸	۱۲
جمع کل	۱۵۰	۱۰۰

(مأخذ: مهندسان مشاور شهر و خانه، ۱۳۸۲: ۲)

شاخص‌های بی‌شماری در ابعاد و بحث گردشگری پایدار می‌تواند تحلیل شود. در این بخش شاخص‌هایی برای مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به‌وسیله مدل تی تک‌نمونه‌ای بررسی شده است. شاخص‌های هر مؤلفه به‌ترتیب عبارت‌اند از:

#### بعد اجتماعی:

- میزان حفاظت از میراث فرهنگی؛
- برگزاری جشنواره‌های فرهنگی برای حفظ و شناساندن آداب‌ورسوم؛

### رضایت از امنیت شهر؛

- درصد خانوارهای برخوردار از خدمات رفاهی در منطقه.

### - بعد اقتصادی:

- تقاضای گردشگری منطقه؛
- تصور گردشگران از رابطه کیفیت و قیمت خدمات در منطقه؛
- وجود ارتباطات راه دور مانند خدمات تلفن و پست در منطقه؛
- همکاری دولت با سازمان های غیردولتی در زمینه گردشگری؛
- عرضه اقامتگاه رسمی گردشگری مانند هتل و مهمانسرا و ...

### بعد زیست محیطی:

- اجرای طرح مدیریت بازیافت زباله در منطقه؛
- وضعیت آلودگی صوتی در طول شبانه روز؛
- تراکم ساخت و ساز در واحد سطح منطقه؛
- ارتقای سطح آگاهی های زیست محیطی.

جدول ۳. بررسی مؤلفه های گردشگری پایدار برای شهر شیراز با آزمون تی تک نمونه ای

Test Value = 3							شاخص های (اجتماعی)
میزان اختلاف در سطح اطمینان ۹۵ درصد		اختلاف از میانگین	سطح معناداری (Sig)	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	
حد بالا	حد پایین						
۱/۶۶۳	۱/۴۰۳	۰/۰۳	.۰۰۰	۲۳/۶۰۸	.۵۰۳	۳/۰۳	میزان حفاظت از میراث فرهنگی
۱/۴۱۰	۱/۱۵۶	۰/۲۸	.۰۰۰	۲۰/۲۷۵	.۴۹۰	۳/۲۸	برگزاری جشنواره های فرهنگی جهت حفظ و شناساندن آداب و رسوم
۱/۴۳۷	۱/۱۹۶	۰/۳۱	.۰۰۰	۲۱/۷۴۱	.۴۶۹	۳/۳۱	رضایت از امنیت شهر
۱/۶۷۴	-۱/۳۲۵	-۰/۵۰	.۰۰۰	۱۷/۱۷۶	.۶۷۶	۲/۵۰	درصد خانوارهای برخوردار از خدمات رفاهی در منطقه
Test Value = 3							شاخص های (اقتصادی)
میزان اختلاف در سطح اطمینان ۹۵ درصد		اختلاف از میانگین	سطح معناداری (Sig)	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	
حد بالا	حد پایین						
۱/۳۰۴	۱/۰۹۵	۱/۲۰۰	.۰۰۰	۲۳/۰۴۳	.۴۰۳	۴/۲۰	تقاضای گردشگری منطقه
۱/۴۰۰	۱/۱۶۵	۱/۲۸۳	.۰۰۰	۲۱/۸۷۶	.۴۵۴	۴/۲۸	تصور گردشگران از رابطه کیفیت و قیمت خدمات در منطقه
۱/۳۴۱	۱/۰۵۸	۱/۲۰۰	.۰۰۰	۱۷/۰۱۹	.۵۴۶	۴/۲۰	وجود ارتباطات راه دور مانند خدمات تلفن و پست در منطقه
۱/۲۰۳	.۸۲۹	۱/۰۱۶	.۰۰۰	۱۰/۸۶۷	.۷۲۴	۴/۰۱	همکاری دولت با سازمان های غیردولتی در زمینه گردشگری



عرضه اقامتگاه رسمی گردشگری مانند هتل و مهمانسرا و...							
۱/۴۱۰	۱/۱۵۶	۱/۲۸۳	.۰۰۰	۲۰/۲۷۵	.۴۹۰	۴/۲۸	
Test Value = 3							
میزان اختلاف در سطح اطمینان ۹۵ درصد		اختلاف از میانگین	سطح معناداری (Sig)	مقدار آماره t	انحراف معیار	میانگین	شاخص‌های (زیست‌محیطی)
حد بالا	حد پایین						
۱/۳۷۰	۱/۰۹۵	۱/۲۳۳	.۰۰۰	۱۷/۹۳۹	.۵۳۲	۴/۲۳	اجرای طرح مدیریت بازیافت زباله در منطقه
۲/۰۱۳	۱/۷۲۰	۰/۸۶۶	.۰۰۰	۲۵/۵۲۴	.۵۶۶	۳/۸۶	وضعیت آلودگی صوتی در طول شبانه‌روز
۱/۵۹۴	۱/۱۳۸	۱/۳۶۶	.۰۰۰	۱۱/۹۹۸	.۸۸۲	۴/۳۶	تراکم ساخت‌وساز در واحد سطح منطقه
.۷۲۶	.۰۴۰	.۳۸۳	.۰۲۹	۲/۲۳۴	۱/۳۲۸	۳/۳۸	ارتقای سطح آگاهی‌های زیست‌محیطی

وضعیت مؤلفه‌های پژوهش به‌وسیله کارشناسان در دسترس بررسی شده است. نتایج شاخص‌ها در جهت مثبت برای شهر شیراز ارزیابی شد. به‌جز شاخص درصد خانوارهای برخوردار از خدمات رفاهی در منطقه در بُعد اجتماعی، مابقی موارد عددی بالاتر از حد مینا را نشان می‌دهد و برای شهر شیراز مورد تأیید است. مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری کلان‌شهر شیراز با این قدمت و وجود جاذبه‌های بی‌شمار می‌تواند مؤثر و در جهت توسعه و بهبود اشتغال هرچه بیشتر شهروندان باشد.

### نتیجه‌گیری

گردشگری فعالیتی گسترده با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی است و گستردگی این فعالیت به‌اندازه‌ای است که توسعه آن بدون برنامه‌ریزی اصولی و مدیریت صحیح امکان‌پذیر نیست. طبیعی است که پیش‌نیاز انجام هر برنامه‌ریزی، توجه به تعاریف واژگان پایه در زمینه گردشگری و انجام تحلیل‌های درست و دقیق در این رابطه است؛ بنابراین لازم است گردشگری از جنبه‌های گوناگون بررسی شود، ارکان اصلی آن نیز به‌درستی تعریف و تحلیل شود، همچنین نظریه‌های مختلف در این باره ارزیابی شود و در نهایت طبقه‌بندی آن به‌درستی و البته به‌طور کامل انجام پذیرد. بسیاری، اهمیت گردشگری را صرفاً در ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی می‌دانند، در حالی که اهمیت و عظمت گردشگری به منافع اقتصادی محدود نمی‌گردد. در صورت برنامه‌ریزی و توسعه برنامه‌ریزی شده، گردشگری قادر است به بهبود شاخص‌های عدالت اجتماعی، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی، تعادل و توازن منطقه‌ای منجر شود. شیراز یکی از مقاصد محبوب گردشگری برای گردشگران داخلی و خارجی است. این شهر به‌دلیل داشتن جاذبه‌های فراوان تاریخی، مذهبی، طبیعی و فرهنگی و همچنین موقعیت اقتصادی و خدماتی، به‌ویژه از نظر آموزش عالی و خدمات درمانی، همواره مورد توجه گردشگران ایران و جهان و متقاضیان منطقه‌ای خدمات برتر بوده است. شیراز مطابق پیش‌نویس برنامه ملی توسعه گردشگری، با داشتن بیش از ۱۵۰ جاذبه تاریخی، فرهنگی و طبیعی، مرکز پنجمین منطقه گردشگری کشور شامل استان‌های فارس، اصفهان، کهگیلویه و بویراحمد و بوشهر است. در این پژوهش کلان‌شهر شیراز با مؤلفه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی توسط چند تن از کارشناسان تأیید شده است. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود سه دسته از راهبردهای زیر در سه بخش بلندمدت و میان‌مدت و کوتاه‌مدت اجرایی شود.

### راهبردهای کوتاه‌مدت

- ایجاد شبکه‌های اجتماعی اختصاصی ویژه مقاصد گردشگری؛
- حمایت فنی از فرایند توسعه و ترویج پیچ‌های مربوط به مقاصد گردشگری؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه متولیان گردشگری در جهت توسعه پایدار شهری؛



- ایجاد نظام آموزشی نخبه پرور در حوزه گردشگری؛
- تسهیل ارتباطات درونی از طریق طراحی سامانه‌های توسعه شهری؛
- واکنش مثبت و سریع به خواسته‌ها و نیازهای موجود در مقاصد گردشگری؛
- اصلاح ساختار و استانداردسازی شاخص‌های مقاصد گردشگری؛
- شناسایی ذی‌نفعان کلیدی در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای آنان در مقاصد گردشگری.

### راهبردهای میان‌مدت

- ایجاد بانک‌های اطلاعاتی از موجودی‌ها و کاستی‌های ساختاری و منابع انسانی در مقاصد گردشگری؛
- قدرت بخشی به بخش‌های مختلف موجود در مقاصد گردشگری؛
- اولویت بخشی در واسپاری پروژه‌ها در مقاصد گردشگری؛
- بازتعریف و طراحی سیستم گزارش دهی، ارزشیابی و نظارت در حوزه مقاصد گردشگری؛
- چابک سازی و یکپارچه سازی فرایندهای توسعه سیستم‌های انسانی در مقاصد گردشگری سلامت؛
- شکل گیری زنجیره ارزش مطلوب در مقاصد گردشگری.

### راهبردهای بلندمدت

- بهبود حمایت‌های حقوقی از ترویج فعالیت‌های گردشگری؛
- ایجاد فرهنگ پاسخ‌گویی به مخاطبان در مقاصد گردشگری؛
- تقویت روحیه جهادی در مقاصد گردشگری؛
- کرامت بخشی به مقاصد گردشگری با بسط ارزش‌ها و هنجارهای شهری؛
- پیاده سازی اپلیکیشن و ساختار یکپارچه رسانه‌ای و نشر اطلاعات در حوزه گردشگری شهری.

### بیانیه‌ها

#### تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ تضاد منافی مرتبط با این پژوهش وجود ندارد.

#### مشارکت مالی

این پژوهش از هیچ منبع مالی اعطایی سازمان‌های دولتی یا خصوصی برای پیشبرد تحقیق استفاده نکرده است.

#### رضایت آگاهانه

تمام شرکت کنندگان در این پژوهش رضایت آگاهانه خود را به صورت کتبی اعلام کرده‌اند.

#### مشارکت نویسندگان

ایده پردازی و طراحی مطالعه: حسن افزا، علی شمس الدینی؛ گردآوری و مدیریت داده‌ها: حسن افزا؛ تحلیل و تفسیر داده‌ها: حسن افزا، علی شمس الدینی؛ جداول، نمودارها، نقشه‌ها و تصاویر: حسن افزا؛ نگارش پیش نویس مقاله: علی شمس الدینی، حسن افزا؛ بازبینی و اصلاح مقاله: علی شمس الدینی، حسن افزا؛ اعتبار سنجی و تأیید نهایی: علی شمس الدینی.

#### تشکر و قدردانی

نویسندگان از ساکنین محله سنگ سیاه شیراز که در تکمیل اطلاعات مورد نیاز با ایشان همکاری نمودند، تشکر می‌کنند.

### پی‌نوشت

- 1.Hawkins
- 2.Ekinci
- 3.Bell & Morse
- 4.Cooke
- 5.Gretzel
- 6.Zhuang







## منابع

۱. اشرف‌زاده، محمدرضا، مددی، حسین، خادمی، نسترن، بنیادی، صدیقه. (۹۸۳۱)، ارزیابی آثار محیط‌زیستی پروژه‌های گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: شهر جهانگردی بین‌المللی خلیج فارس)، پژوهش‌های محیط‌زیست.
  ۲. انوری آریا، مینا، و نساج، مینا. (۶۸۳۱)، بررسی و تبیین نقش صنعت جهانگردی در فضاهای شهری، همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، اسلام شهر.
  ۳. پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۶۸۳۱)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: سمت.
  ۴. تقوایی، مسعود، و صفراآبادی، اعظم. (۲۹۳۱)، نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری؛ مطالعه موردی: شهر کرمانشاه، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک.
  ۵. حسونند، سمیه، و خداپناه، مسعود. (۳۹۳۱)، تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان/سال دوم، شماره ششم.
  ۶. دیناری، احمد. (۴۸۳۱)، گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد: واژگان خرد.
  ۷. رهنمایی، محمدتقی. (۶۸۳۱)، جزوه درسی جغرافیای توریسم، دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران.
  ۸. شاریلی، جولیا، و شاریلی، ریچارد. (۴۱۰۲)، گردشگری روستایی، ترجمه رحمت اله منشی‌زاده و فاطمه نصیری، تهران: منشی.
  ۹. علی‌پور، عباس، علی‌پوری، احسان و حمیدی، محمدسعید. (۹۹۳۱) تحلیل فضایی ظرفیت توریسم نواحی کویر و بیابان و نقش آن در پایداری اجتماعی مورد: استان یزد، نشریه تحلیل فضایی مخاطرات محیطی، سال هفتم، شماره ۱.
  ۱۰. علی‌زاده، سید دانا. (۹۸۳۱)، بررسی آسیب‌های اجتماعی گردشگری در منطقه ثامن کلانشهر مشهد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور تهران.
  ۱۱. عنابستانی، علی‌اکبر، علی‌زیاری، یوسف، و عنابستانی، زهرا. (۲۹۳۱)، بررسی آثار شرکت گردشگری پدیده بر توسعه شهری در شان‌دیز، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۵.
  ۲۱. قدمی، مصطفی، و علیقلی‌زاده فیروزجانی، ناصر. (۱۹۳۱)، ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چهارچوب پایداری، نمونه موردی مطالعه دهستان تمشکل شهرستان تنکابن، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۱.
  ۳۱. کاظمی، مهدی. (۵۸۳۱)، مدیریت گردشگری، تهران: سمت.
15. Bell, S., & Morse, S. (2013). *Measuring sustainability: Learning from doing*. Routledge.
  16. Bennet, J. A., & Strydom, J. W. (2001). *Introduction to travel and tourism marketing*. Johannesburg: Juta.
  17. Cooper, C. P. (1981). Spatial and temporal patterns of tourist behaviour. *Regional Studies*, 15, 359-371. <https://doi.org/10.1080/00343408112331321521>
  18. Fennell, D. A. (1999). *Ecotourism: An introduction*. Routledge.
  19. Hawkins, S. (2007). The World Bank's role in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 348-363. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.01.007>
  20. Howes, H. (2000). Sustainable development comes of age: The Thames environment 21 experience. In K. Williams, E. Burton, & M. Jenks (Eds.), *Achieving sustainable urban form* (pp. 235-252). Routledge.
  21. Inskip, E. (1991). *Tourism planning*. New York: Van Nostrand Reinhold.
  22. Pinkster, F. M., & Boterman, W. R. (2017). When the spell is broken: Gentrification, urban tourism, and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural Geographies*, 24(3), 457-472. <https://doi.org/10.1177/1474474017706176>
  23. World Tourism Organization (UNWTO). (2014). *A specialized agency of the United Nations, International Forum on Sustainable Development of Tourism and Innovation*. Cartagena de Indias, Colombia, 24 June.



