

بررسی و تحلیل عوامل موثر بر توسعه و رونق گردشگری شهری

(مورد: تهران قدیم، منطقه ۱۲ شهرداری تهران)

جمال طاهری^۱، حسین احمدی^۲

۱- فارغ التحصیل کارشناسی ارشد شهرسازی گرایش برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد سنندج

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تهران

چکیده

دستیابی به اقتصاد پویا و کارآمد و بستر سازی برای بهره مندی از کلیه فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود در نواحی شهری و ارتقا معیشت و رفاه شهروندان و توازن و تعادل ثروت و توزیع عادلانه آن می‌تواند از طریق بهره‌گیری مناسب از پتانسیل‌های بخش گردشگری محقق شود. منطقه ۱۲ شهرداری تهران، به عنوان هسته تاریخی این شهر در گذر زمان تحولات بیمشاری را پشت سر نهاده است و در هر دوره جاذبه‌های بی نظیر و منحصر به فردی را که یادواره فرهنگ و تمدن مردمانی است که در طول قرن‌های گذشته در این منطقه زیسته‌اند، در خود جای داده است. در این راستا، پژوهش حاضر با روش توصیفی - تحلیلی ضمن تاکید بر جنبه کاربردی بودن آن، بر آن است به شناسایی و تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری منطقه پردازد. جامعه آماری این پژوهش شامل کارشناسان و نخبگان شهری متخصص در گردشگری منطقه ۱۲ شهرداری تهران، که به جهت محدود بودن و در دسترس بودن، به تعداد ۲۰ نفر به شیوه تمام شماری انتخاب گردیدند. شیوه جمع آوری اطلاعات بر اساس مصاحبه نیمه ساختارمند و پرسشنامه محقق ساخته بوده است که روایی آن توسط اساتید دانشگاهی و کارشناسان گردشگری و پایایی آن بر اساس ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰٫۹۰۱، مورد تایید قرار گرفت. نتایج روش تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که عوامل موثر در توسعه گردشگری منطقه ۱۲ در شش عامل منفی و دو عامل مثبت خلاصه می‌شود و در مجموع ۰٫۶۴ درصد واریانس کل متغیر وابسته را تبیین کرده و به ترتیب اهمیت، این عوامل در بخش عوامل منفی شامل؛ افزایش امکانات و خدمات در مناطق اطراف و عدم ارائه مجوز برای تسهیلات در منطقه با بار عاملی ۰٫۷۷۶، نامتناسب بودن تجهیزات و تسهیلات و عدم سرمایه گذاری با ۰٫۷۰۶، عدم وجود نیروی آموزش دیده با ۰٫۶۹۳، آلودگی های محیطی و تراکم بیش از حد و افزایش تمایل سفر به مناطق رقیب با ۰٫۶۸۶، عدم وجود برنامه ها و ضعف فرهنگ سنتی با ۰٫۶۵۴ هستند و در بخش عوامل مثبت بر توسعه گردشگری موقعیت منطقه و تمایل به سرمایه گذاری بخش خصوصی با ۰٫۷۰۶ و سرمایه های تاریخی منطقه با ۰٫۵۷۲، شناسایی شدند.

کلیدواژگان: توسعه گردشگری، منطقه ۱۲ شهرداری تهران

۱- مقدمه

رویکرد به گردشگری امروزه در اقتصاد جهانی به عنوان یک پارامتر بسیار مهم در روند پویایی اقتصاد محلی می‌باشد به گونه‌ای که در مقیاس محلی سعی می‌شود که با جذب گردشگر در چارچوب عرضه محصول گردشگری که پردازش شده هر محیط می‌باشد روندی مستمری را از جریان درآمد و ایجاد اشتغال حاصل شود (Briedenhann, 2004: 71). 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 بالایی برخوردار است، از این رو باید زمینه‌ی توسعه گردشگری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و حقوقی فراهم شود (طیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۸۴ و کاظمی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۱). با این وجود گردشگری، صنعتی چند بعدی و فعالیتی بسیار پیچیده است که دارای تبعات مثبت و منفی است و بدون برنامه ریزی و استراتژی‌های مشخص ممکن است نتایج ناخواسته و اثرات ناهنجاری از توسعه آن به دست آید (سقای، ۱۳۸۶: ۲۳). براین مینا شناسایی عوامل موثر بر گردشگری برای پویایی اقتصادی در مقیاس محلی و کوچک اهمیت دارد. زیرا علاوه بر آن کنش‌های فرهنگی نیز در فراگرد گردشگری شکل می‌گیرد که می‌تواند شکل دهنده یک شناخت و افزایش آگاهی پیرامون خود ارجاعی‌های فرهنگ بومی باشد و این به تداوم و پایداری فرهنگ نیز بومی کمک می‌کند (ابراهیم نیا، ۱۳۸۵: ۸۲).

از این رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تاثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق‌العاده‌ای نیز است به عنوان یک نیاز مطرح میشود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۰). اما هدایت این فرآیند با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور امکان پذیر است. شهر تهران پایتخت ایران، امروزه بزرگترین مبدأ و مقصد گردشگری به لحاظ ورود و خروج گردشگر در سراسر ایران می‌باشد. این کلانشهر به لطف تاریخ ۲۰۰ ساله خود در مقام پایتخت، تعداد انبوهی از جذاب‌ترین مراکز گردشگری و تفریحی را که اغلب به طور مصنوعی ایجاد شده‌اند، در خود جای داده است (رستمی، ۱۳۸۶: ۵۸). سهم استان تهران از گردشگران داخلی ۶۴/۴ و گردشگران خارجی ۹۰/۴ می‌باشد و از این جنبه، رتبه اول را در جذب گردشگر در سطح کشور به خود اختصاص داده است (طرح جامع گردشگری استان تهران: ۳۹۹). این مسئله اهمیت توجه به توسعه گردشگری تهران به ویژه در هسته تاریخی شهر تهران که بیشترین تعداد جاذبه‌های تاریخی شهر تهران را در خود جایی داده است، دوچندان می‌کند. جاذبه‌های تاریخی منطقه ۱۲ با دارا بودن قابلیت‌های بالقوه و بالفعل و ارزش‌های گوناگون و ماهیت منحصر به فرد خود از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. این جاذبه‌ها با توجه به ماهیت تاریخی بودن آن‌ها، به دلیل اینکه محصولات عرضه شده در آن منحصر به فرد است و قابل تقلید نیستند، کمتر مورد تهدیدهای رقابتی واقع می‌شود. در این راستا پژوهش حاضر بر آن است به بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری هسته تاریخی شهر تهران واقع در منطقه ۱۲ شهرداری تهران بپردازد و در نهایت متناسب با شناسایی نقاط ضعف و قوت پیش روی توسعه گردشگری آن، راهکارهای بهینه کاربردی ارائه کند.

منطقه ۱۲ به عنوان هسته تاریخی شهر تهران دارای جاذبه‌های گردشگری بسیاری می‌باشد که بخش اعظمی از این جاذبه‌ها علی‌رغم منحصر به فرد بودن هنوز ناشناخته مانده اند از این باب در چارچوب مقاله حاضر هدف این است که به بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری این منطقه پرداخته شود.

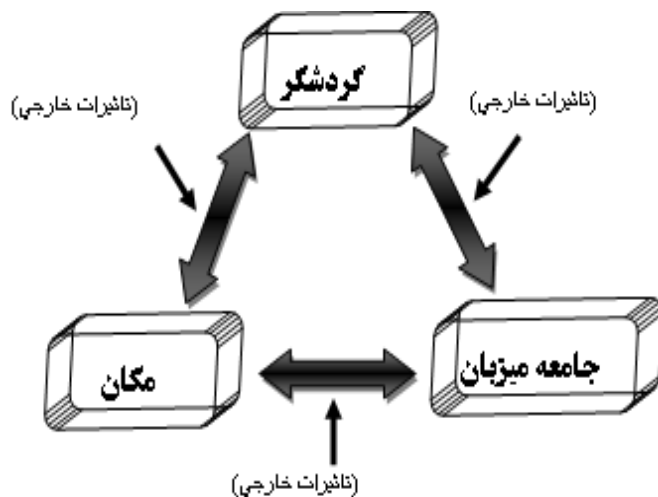
۲- مبانی نظری

گردشگری شهری یکی از مهمترین الگوهای فضائی گردشگری را شکل می‌دهد بطوریکه امروزه یکی از مهمترین کاربری شهرها، ارائه خدمات نوین گردشگری است (Shapira, 2001: 41-44). طی چند دهه اخیر، گردشگری شهری بشدت گسترش یافته و بعنوان یکی از مهمترین اجزاء بخش خدمات محسوب می‌شود (Caves, 2005). چراکه شکل گیری عصر پسا مدرنیته با گزاره اصلی آن یعنی جهانی شدن، فراوری اطلاعات و گردشگری همراه شده و دوره جدیدی در تعاملات اجتماعی و فرهنگی انسان‌ها خصوصاً در قالب ساختهای شهری رقم زده است. در دوره مدرن مهمترین فضایی که مورد دیدار و اقامت گردشگران قرار می‌گیرد فضاهای شهری هستند که از دیرباز جذاب ترین فضاها را تشکیل می‌دادند (علیزاده، ۱۳۸۹: ۳۳).

همچنین، گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو هر کشور باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به خصوص در نواحی که به نحوی دچار رکود اقتصادی شده‌اند، فراهم آورد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۸۲). در این ارتباط هرچند که گردشگری دارای آثار مثبت است، اما با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، باید با نظری بلند، مدیریتی آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی گردشگری را به حداقل رسانید (محلانی، ۱۳۸۰: ۶).

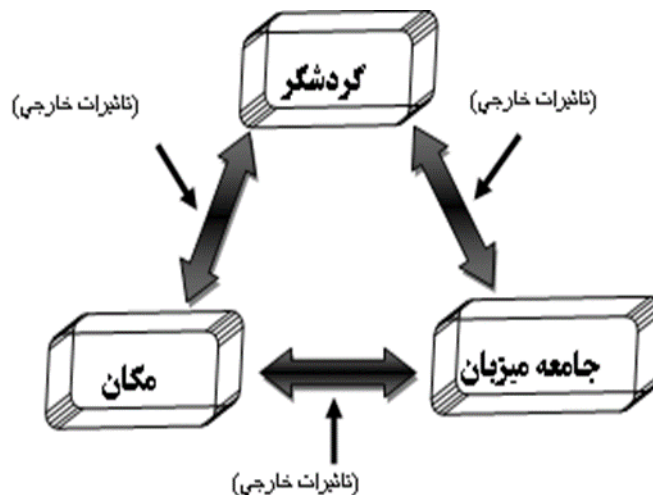
- در این راستا جوامع و کشورهای مختلف به منظور توسعه گردشگری، رویکردهای متفاوتی را در پی می‌گیرند که هر کدام تأثیرات خاص خود را دارند. این رویکردها عبارتند از:
- رویکرد انبوه‌گرایی: این رویکرد در مدت‌های طولانی در برنامه‌ریزی گردشگری مورد استفاده قرار می‌گرفته است و در آن اثرات منفی اقتصادی، اجتماعی و محیطی ناشی از گردشگری کمتر لحاظ می‌شود، البته منابع طبیعی در این رویکرد برای گسترش گردشگری مورد سوءاستفاده قرار می‌گرفته و برنامه‌ریزی نشده بوده است. ریشه آن به دوره سرمایه‌داری آمریکای شمالی و سودگرایی اقتصادی لیبرال در قرن نوزدهم برمی‌گردد. این رویکرد، اگرچه صدمات و خسارات فراوانی به وجود می‌آورد، همچنان فعال است و در آینده نیز از سوی سیاست‌مدارانی که بر رشد اقتصادی معتقدند و افرادی که منافع مالی از بابت گردشگری کسب خواهند کرد، فعال خواهد بود.
- رویکرد اقتصادی: در این رویکرد گردشگری به عنوان یک صنعت مطرح می‌شود و می‌تواند به عنوان ابزاری برای دستیابی به رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی در اختیار دولت‌ها قرار گیرد. یکی از ویژگی‌های این رویکرد، استفاده از بازاریابی برای جذب گردشگر است. این رویکرد مشخص نمی‌سازد که چه کسانی از این نوع گسترش منفعت و چه کسانی سود خواهند برد.
- رویکرد فضایی - جغرافیایی: خاستگاه این رویکرد به جغرافی‌دانان، برنامه‌ریزان شهری و منطقه‌ای کاربری زمین و طرفداران حفاظت از منابع طبیعی باز می‌گردد و هدف عمومی آن تأمین ساختار فضایی فعالیت‌ها یا کاربری اراضی است. در این رویکرد تلاش می‌شود تا اثرات منفی گردشگری را به حداقل رساند و بر

- کاهش ارتباط با رویکرد اقتصادی توجه دارد. همچنین می‌کوشد تا برنامه‌ریزی کاربری زمین را در جهت یکپارچه‌سازی علائق برنامه‌ریزی اجتماعی و فرهنگی در درون یک رویکرد اکولوژیکی جست‌وجو کند.
- رویکرد اجتماع-محور: از اواخر دهه ۱۹۷۰، به دلیل افزایش اثرات منفی گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته این رویکرد شکل گرفت. این مقوله همان اکوتوریسم، است، که بستر اجتماعی و کالبدی را در درون آنچه که گردشگری اتفاق افتاد، برجسته کرد. اهداف این رویکرد شامل تأمین رضایت مصرف‌کنندگان، اعطای پاداش برای مالکین و حفاظت از منابع محیطی است تا علاوه بر احترام به طبیعت، نیازهای افراد محلی از طریق رفع نیازهای گردشگران امکان‌پذیر باشد.
- رویکرد توسعه پایدار: این رویکرد به دنبال حل دغدغه‌های اساسی در خصوص عدالت، نیازهای اقتصادی جمعیت حاشیه نشین و محدودیت‌های اجتماعی و تکنولوژیکی توان محیطی در رفع نیازهای نسل کنونی و آینده می‌باشد. همچنین می‌کوشد تا ائتلاف منابع، تخریب محیط، گسستگی فرهنگی و بی‌ثباتی اجتماعی را به حداقل رساند. گردشگری پایدار به شاخص‌های اکولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی، نهادی و فرهنگی نیازمند است، که در ارتباط با یکدیگر باشند. به این ترتیب در برنامه‌ریزی و اجرای رویکرد یادشده، لازم است به روابط بین شاخص‌ها توجه گردد. در حقیقت، سنت توسعه پایدار گردشگری با تحقق اهداف مذکور می‌تواند به گسترش گردشگری در اجتماعات منجر شود (اسماعیل‌زاده و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۲۹-۱۲۳).



در چارچوب این رویکردها؛ سه مولفه گردشگر، جامعه میزبان و مکان به عنوان مولفه‌های اصلی در مدیریت گردشگری مطرح می‌باشند (شکل ۱). با توجه به مولفه‌های اصلی در مدیریت گردشگری و پیچیدگی آن باید گفت که در زمینه مدیریت گردشگری و گذار مدیریت سنتی به مدرن و پسا مدرن باید با دیدی سیستماتیک به مدیریت گردشگری نگریست و مکتب مدیریت علمی گردشگری و مکتب مدیریت انسانی گردشگری را با دید جامع نگرانه به کار برد. یعنی ضمن توجه به اهداف سازمان های گردشگری به برآمدن

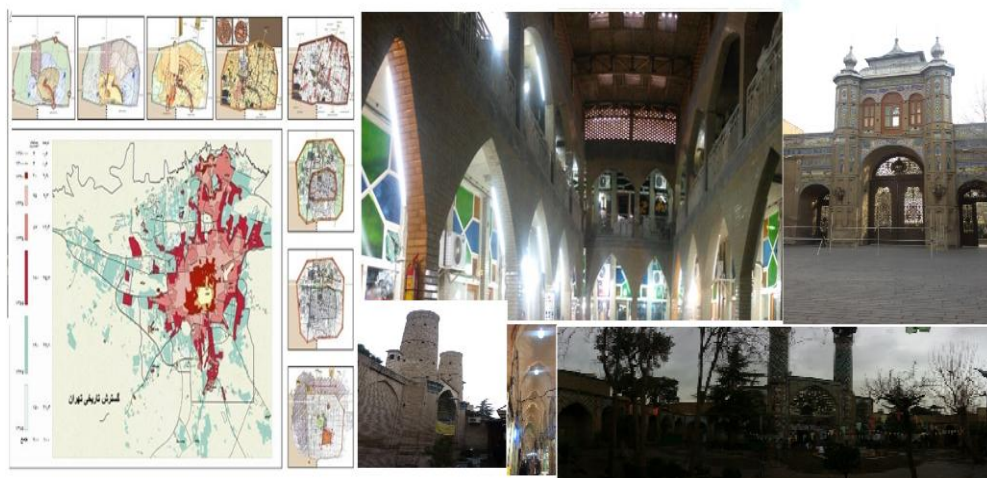
احتیاجات مدیران و جامعه گردشگری نیز توجه شود (Shoval, 2004: 23-43). بنابراین برای رسیدن به گردشگری مطلوب، از یک سو به شناخت فضای گردشگری و ساختارهای حاکم بر آن نیاز است و از سوی دیگر باید اصول گردشگری و ساختار آن مورد توجه قرار گیرد و در نهایت برای درک ابعاد مختلف گردشگری، باید محیط و فضای گردشگری را با گردشگران به عنوان یک سیستم در نظر گرفت (Show and Williams, 2002: 248). امری که در پژوهش حاضر نیز مورد توجه قرار گرفته است.



۳- روش شناسی و منطقه مورد مطالعه

پژوهش حاضر ضمن تاکید بر کاربردی آن، توصیفی - تحلیلی است. داده های مورد نیاز بر اساس مطالعات اسنادی و میدانی جمع آوری شده است. جامعه آماری مشتمل بر کارشناسان متخصص در زمینه گردشگری شهرداری منطقه ۱۲ است که به شیوه تمام شماری، شامل ۲۰ نفر، که به جهت محدود بودن افراد جامعه و قابل دسترس بودن آنها، به صورت تمام شماری انتخاب گردیدند. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه محقق ساخته است که به روایی آن توسط اساتید دانشگاهی و کارشناسان گردشگری مورد تایید قرار گرفت. همچنین جهت بررسی پایایی پرسشنامه طراحی شده، بر اساس ضریب آلفای کرونباخ در نرم افزار SPSS20، پایایی آن برابر با ۰٫۹۰۱ به دست آمد که نشان دهنده قابلیت اعتماد و اطمینان بالای ابزار مورد تحقیق است. مقیاس های متغیرهای مورد مطالعه در طیف پنج قسمتی لیکرت (بسیار کم با امتیاز ۱، کم با امتیاز ۲، متوسط با امتیاز ۳، زیاد با امتیاز ۴ و بسیار زیاد با امتیاز ۵)، بوده و به منظور شناسایی تأثیرات منفی و مثبت گردشگری بر منطقه ۱۲ شهرداری تهران، براساس مصاحبه نیمه ساختارمند عوامل موثر بر توسعه و رونق گردشگری شناسایی شدند و در نهایت برای شناسایی آنها در قالب چند عامل اصلی و مهم، از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است.

منطقه مورد مطالعه در این پژوهش، شهر تهران و منطقه ۱۲ شهرداری تهران است. تهران به دلیل دارا بودن نقش پایتختی، که آن را به بزرگترین قطب اداری، سیاسی، فرهنگی، خدماتی و... تبدیل نموده و باعث شده تا بیشتر امکانات زیربنایی و خدماتی را در خود جای دهد، با دارا بودن جاذبه های فراوان انسانساخت و جاذبه های طبیعی که به دلیل نیاز جمعیت متراکم به آن ها ساخته شده اند، امروزه بزرگترین مبدأ و مقصد گردشگری به لحاظ ورود و خروج گردشگر در سراسر ایران می باشد (شکل: ۱).



۴- یافته های تحقیق

یکی از اهداف مهم این پژوهش شناخت وضع موجود گردشگری منطقه و نقش عوامل مختلف در رشد یا توسعه گردشگری می‌باشد. پایه و اساس هر نوع برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری، شناخت وضعیت موجود می‌باشد. بنابراین در این بخش به بررسی مجموعه عوامل مثبت و منفی تاثیرگذار در توسعه گردشگری منطقه ۱۲، پرداخته شده است. در ابتدا به بررسی عواملی که تاثیر منفی در توسعه گردشگری پرداخته می‌شود. مجموعه این عوامل از طریق بررسی‌های میدانی و مصاحبه‌ها، در قالب ۱۷ عامل ارائه و از دیدگاه مردم با توجه به میزان اثراتی که در توسعه گردشگری منطقه دارند، ارزیابی شد. از آنجاییکه متغیرهای مورد بررسی متعدد است، ضرورت دارد که این متغیرها در چند دسته و عامل طبقه بندی شوند تا در واقع عوامل و متغیرهای برتر شناسایی گردند. برای این منظور، از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. پیش از انجام تحلیل عاملی بایستی سطح معناداری عوامل مثبت و منفی مورد ارزیابی قرار بگیرد، که در این بخش از آزمون بارتلت استفاده شده است؛ در این راستا مقدار KMO برای عوامل منفی اثر گذار برابر با ۰,۷۰۵ بوده و سطح معناداری صفر هم نشان دهنده این مسئله است که داده‌های برای انجام تحلیل عاملی مناسب هستند. و سطح معناداری برای عوامل مثبت در توسعه گردشگری منطقه برابر با ۰,۷۴۴ بوده و سطح معناداری هم برابر صفر است.

جدول (۱) نتایج آزمون بارتلت و KMO برای عوامل منفی و مثبت موثر بر گردشگری منطقه ۱۲

شاخص KMO برای متغیرهای منفی	۰,۷۰۵	شاخص KMO برای متغیرهای مثبت	۰,۷۴۴
آزمون بارتلت	کای اسکوتر	کای اسکوتر	۴۳۸,۱۶۹
درجه آزادی	۱۳۶	درجه آزادی	۳۶

۴۹,۳۰۳	۹,۵۹۱	۱,۶۳۱	۵۲,۱۷۳	۷,۶۵۱	۱,۳۰۱	۵۲,۱۷۳	۷,۶۵۱	۱,۳۰۱	۴
۵۷,۱۸۰	۷,۸۷۷	۱,۳۳۹	۵۸,۹۷۵	۶,۸۰۳	۱,۱۵۶	۵۸,۹۷۵	۶,۸۰۳	۱,۱۵۶	۵
۶۴,۹۷۲	۷,۷۹۲	۱,۳۲۵	۶۴,۹۷۲	۵,۹۹۶	۱,۰۱۹	۶۴,۹۷۲	۵,۹۹۶	۱,۰۱۹	۶
						۷۰,۴۶۲	۵,۴۹۰	۹۳۳.	۷
						۷۵,۵۲۲	۵,۰۶۰	۸۶۰.	۸
						۷۹,۶۸۵	۴,۱۶۳	۷۰۸.	۹
						۸۳,۵۴۰	۳,۸۵۵	۶۵۵.	۱۰
						۸۶,۸۱۵	۳,۲۷۵	۵۵۷.	۱۱
						۸۹,۶۸۲	۲,۸۶۷	۴۸۷.	۱۲
						۹۲,۳۹۱	۲,۷۰۸	۴۶۰.	۱۳
						۹۴,۸۹۰	۲,۵۰۰	۴۲۵.	۱۴
						۹۶,۸۶۲	۱,۹۷۱	۳۳۵.	۱۵
						۹۸,۷۶۶	۱,۹۰۵	۳۲۴.	۱۶
						۱۰۰,۰۰۰	۱,۲۳۴	۲۱۰.	۱۷

جدول (۴): بارهای عاملی به ازای هر متغیر برای عوامل مثبت موثر بر گردشگری در منطقه ۱۲

عوامل و بارهای عاملی						
متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶
نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزاتی اقامتی و رفاهی	۷۸۵.	۲۴۱.	۰۰۸.-	۰۰۱.	۲۷۱.	۱۲۸.
نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	۳۲۵.	۱۱۳.	۰۱۳.	۰۱۳.	۰۳۴.-	۳۲۶.
نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزاتی تفریحی و ورزشی	۷۹۹.	۰۵۶.	۱۴۴.	۰۲۰.-	۱۰۱.	۰۵۴.
عدم تمایل مردم جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری	۷۱۶.	۰۲۵.-	۲۲۵.	۱۰۰.	۱۲۸.-	۱۸۱.-
عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این نواحی	۲۸۲.	۷۰۵.	۱۷۰.	۰۰۱.-	۰۳۵.-	۱۸۸.-
تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم	۵۲۲.	۱۱۳.	۱۶۸.-	۲۴۵.	۲۶۶.-	۲۸۳.
عدم آشنایی مردم و عدم آموزش آنها در نحوه برخورد با گردشگران	۳۴۰.	۶۳۵.	۳۵۷.	۰۳۱.-	۰۲۴.	۰۷۵.
عدم وجود برنامه ها و سرمایه گذاری دولتی در این منطقه	۳۶۶.	۲۱۲.	۳۳۳.	۰۰۵.	۶۰۲.	۱۸۰.

۱۳۲.-	۰۴۳.-	۲۳۵.	۰۴۵.	۷۲۵.	۰۵۶.	عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران
۳۷۷.	۰۶۱.-	۱۳۱.	۰۸۰.-	۷۰۵.	۱۱۷.-	ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در این منطقه
						نسبت به قبل
۱۷۹.	۷۰۷.	۰۹۱.-	۰۸۹.	۳۳۶.	۰۹۹.	از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی
۸۹۴.	۰۱۶.-	۰۳۷.-	۰۰۱.	۱۲۴.-	۰۳۷.	تخریب آثار و جاذبه های فرهنگی و تاریخی با ورود گردشگر
۰۱۰.	۲۱۳.-	۲۱۳.	۷۹۳.	۰۹۱.	۱۰۹.	افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی و گردشگری
						در سایر مناطق در مقایسه با منطقه ۱۲
۰۳۶.-	۲۹۰.	۱۰۵.	۷۵۹.	۱۵۶.	۰۹۴.	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش گردشگری در این منطقه
۱۱۲.-	۰۳۷.-	۷۴۷.	۳۰۲.	۱۵۲.-	۰۷۶.	افزایش تمایل گردشگران به مسافرت به سایر مناطق
						تفریحی نزدیک
۰۷۴.	۰۰۷.-	۶۸۴.	۱۶۱.	۳۷۱.	۰۲۶.	تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این منطقه
						نسبت به مناطق رقیب
۰۵۶.	۴۰۸.	۶۲۹.	۱۳۹.-	۳۳۸.	۰۶۷.	آلودگی محیطی این منطقه نسبت به سایر مناطق رقیب

بیشتر مقدار قدر مطلق بار عاملی برای هر متغیر به ازای هر عامل در جداول (۴ و ۵) مشخص شده است. این به معنی آن است که آن عامل بیشترین نقش در تشریح واریانس متغیر را خواهد داشت. بنابراین میتوان متغیرهایی که از یک عامل متأثر می‌شوند، را دسته بندی کرد. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان مجموعه عوامل مثبت و منفی موثر در گردشگری را در هشت عامل کلی دسته بندی کرد (جدول ۶).

جدول (۶): بار عاملی، عوامل اصلی منفی و مثبت موثر در گردشگری منطقه ۱۲

بار عاملی	متغیرها	عامل
۰,۷۷۶	افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی و گردشگری در سایر مناطق در مقایسه با منطقه ۱۲ عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش گردشگری در این منطقه	افزایش امکانات و خدمات در مناطق اطراف و عدم ارائه مجوز تسهیلات
۰,۷۰۶	نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزاتی اقامتی و رفاهی نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزاتی تفریحی و ورزشی عدم تمایل مردم جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری	نامناسب بودن تجهیزات و تسهیلات و عدم سرمایه گذاری

عوامل منفی در توسعه

۰,۶۹۳	عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این نواحی عدم آشنایی مردم و عدم آموزش آنها در نحوه برخورد با گردشگران عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در این منطقه نسبت به قبل	عدم وجود نیروی آموزش دیده و عدم آگاهی لازم مردم
۰,۶۸۶	افزایش تمایل گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این منطقه نسبت به مناطق رقیب آلودگی محیطی این منطقه نسبت به سایر مناطق رقیب	آلودگی های محیطی و تراکم بیش از حد و افزایش تمایل سفر به مناطق رقیب
۰,۶۵۴	عدم وجود برنامه ها و سرمایه گذاری دولتی در این منطقه از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	عدم وجود برنامه ها و ضعف فرهنگ سنتی
۰,۶۱	تخریب آثار و جاذبه های فرهنگی و تاریخی با ورود گردشگر	نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و تخریب آثار و جاذبه ها
۰,۷۰۶	نزدیکی به بازار و سایر خدمات اداری، خدماتی در سطح منطقه در ارتباط با سایر مناطق قرار گیری در قطب بزرگ جمعیتی کشور و در بافت و هسته تاریخی شهر افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در این منطقه افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این منطقه	موقعیت منطقه و سرمایه گذاری
۰,۵۷۲	دسترسی آسان و مناسب به این منطقه برای گردشگران وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی جاذبه ها تاریخی و ابنیه افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری وجود نیروهای متخصص و با تجربه در نزدیکی این منطقه (در تهران)	سرمایه های تاریخی منطقه و نیروی انسانی آموزش دیده

عوامل مثبت در توسعه گردشگری

با توجه به نتایج تحلیل عاملی، می‌توان موقعیت منطقه ۱۲ را در داخل قطب جمعیتی تهران و موقعیت دسترسی و انگیزه سرمایه‌گذاری خصوصی از مهمترین عوامل موثر در توسعه گردشگری دانست و سرمایه‌های تاریخی و جاذبه‌های گردشگری منطقه و نیروی انسانی آموزش دیده و انگیزه سفر در اولویت دوم اهمیت قرار دارد.

۵- نتیجه‌گیری

کشور ایران به عنوان یکی از ده کشور برتر دارای منابع گردشگری در سطح جهانی، تنها سهم محدودی از بازار گردشگری جهانی و آسیای جنوبی را به خود اختصاص داده است. علاوه بر پراکندگی فضایی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی- فرهنگی و انسان ساخت در سطح کشور که می‌تواند مقصد بالقوه و بالفعل بسیاری از تقاضاهای داخلی و خارجی باشد، جاذبه‌های کلان‌شهری تهران به عنوان پایتخت کشور و از طرفی منطقه ۱۲ با جاذبه‌های بنام تهران قدیم نیز می‌تواند منبعی بسیار بزرگ برای مقصد گردشگران و مهمتر از آن معرفی هویت شهر در گذشته و حال باشد. کلان‌شهر تهران به لحاظ تنوع جاذبه‌های تاریخی و طبیعی در زمره یکی از چند کلان‌شهری است که از نظر قابلیت‌های سیاحتی و گردشگری از زمینه‌های رشد مناسبی برخوردار است. لیکن با وجود این استعداد بالقوه، بهره‌برداری از این امکانات در ابعاد مختلف دچار ضعف اساسی می‌باشد. خلاء شناخت اهمیت و ابعاد گردشگری آن و ضعف برنامه‌ریزی و مدیریت در این زمینه شاید از مهمترین چالش‌های فراروی این جریان باشد.

شناخت و تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری منطقه ۱۲، قدم اول در شناخت و ارائه برنامه‌ها و راهکارهای اجرایی، جهت گسترش و رونق گردشگری در سطح منطقه ۱۲ می‌باشد. زیرا جاذبه‌های گردشگری منطقه، جدای از اثرات مهم اقتصادی که جذب گردشگر می‌تواند داشته باشد، در تولید و بازتولید هویت ملی و محلی برای اقشار مختلف جامعه میزبان و گردشگر می‌تواند، بسیار مؤثر می‌باشد. در این راستا، تحلیل عوامل موثر در توسعه گردشگری منطقه ۱۲ شهرداری بر اساس مصاحبه نیمه ساختارمند با کارشناسان و نخبگان شهری، بر اساس روش تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که از مهمترین عوامل منفی پیش روی توسعه گردشگری منطقه ۱۲، نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزاتی اقامتی و رفاهی، نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزاتی تفریحی و ورزشی، عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران، افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی و گردشگری در سایر مناطق در مقایسه با منطقه ۱۲، عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش گردشگری در این منطقه، افزایش تمایل گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی است و از مهمترین عوامل مثبت پیش روی توسعه گردشگری منطقه، قرار گیری در قطب بزرگ جمعیتی کشور و در بافت و هسته تاریخی شهر، نزدیکی به بازار و سایر خدمات اداری، خدماتی در سطح منطقه در ارتباط با سایر مناطق و افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه را به دست آمده است.

پیشنهادات و راهکار در خصوص توسعه اقتصادی گردشگری:

- ۱- به خدمت گرفتن رایگان ظرفیت‌های کم ترافیک خدمات گردشگری به عنوان عامل انگیزشی برای ارتقای سطح آموزشی، ورزشی، استعدادی دانش‌آموزان و دانشجویان در قالب جوایز
- ۲- تحریک تقاضا در حوزه گردشگری با پیش فروش محصولات و خدمات گردشگری در زمان‌های کم و ترافیک گردشگری

۳- بهره‌گیری از نقاط کور (GAP) و نقاط هم پوشانی (over lap) اقتصاد جزیره ای همه فعالان اقتصادی، شهرداری ها و سرمایه گذاران کلان برای کاهش هزینه های تبلیغات و بازاریابی و تامین جوایز بزرگ انگیزشی

۴- برند سازی جاذبه های گردشگری و بکار گیری برای توسعه بازار جاذبه های گردشگری

۵- به کاری سیاست های توسعه محصولیت جاذبه های گردشگری

۶- به کاری بستر های مجازی معرفی جاذبه ها شامل web gis و ...

۷- بهره‌گیری از دانش برنامه ریزی گردشگری در ایجاد رشد اقتصادی کشور با محوریت جایگزینی محصولات گردشگری

منابع

- ✓ ابراهیم نیا، رضا، تحلیل مردم شناختی جاذبه های گردشگری غیر مذهبی مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور تهران، ۱۳۸۵.
- ✓ اسماعیل زاده، حسن و دیگران (۱۳۹۰) تحلیلی بر رویکرد های توسعه گردشگری در اجتماعات محلی. مجله علوم محیطی، ۹(۲): ۱۴۲-۱۱۹.
- ✓ پاپلی یزدی، محمد حسین- سقایی، مهدی. (۱۳۸۶). گردشگری: ماهیت و مفاهیم. چاپ دوم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت).
- ✓ پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، ۱۳۸۵، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت چاپ اول.
- ✓ کاظمی، مهدی، اسماعیلی، محمود رضا، فیروزی، الله یار بیگی، ۱۳۹۱، تدوین و اولویت بندی استراتژی های مناسب توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی، استان لرستان)، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال هفتم، شماره ۱۹
- ✓ سقایی، مهدی، ۱۳۸۶، تفکیک فضایی گردشگری در کلانشهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، کنگره جغرافیدانان جهان اسلام، اصفهان.
- ✓ کاظمی، مهدی، اسماعیلی، محمود رضا، فیروزی، الله یار بیگی، ۱۳۹۱، تدوین و اولویت بندی استراتژی های مناسب توسعه گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی، مجله جغرافیا و توسعه، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- ✓ محلاتی، صلاح الدین، ۱۳۸۰، درآمدی بر جهانگردی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی
- ✓ طیبی. کمیل، امیر جباری و روح ا.. بابکی، بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)، مجله دانش و توسعه، سال پانزدهم، شماره ۲۴، ۱۳۸۷.
- ✓ طرح جامع توسعه گردشگری استان تهران، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران، تهران.
- ✓ رستمی، قهرمان، ۱۳۸۶، بررسی توان های توریستی تهران بزرگ و راه های توسعه آن، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.

-
- ✓ Briedenhann, Jenny and Eugenia Wickens(2004) Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas___ vibrant hope or impossible dream? Tourism management, vol.25
 - ✓ Caves, R. (ed),(2005), Encyclopedia of the City. London: Routledge.
 - ✓ Shaw.G and Williams (1994), Critical Issues in Tourism, Blackwell; Oxford UK and Cambridge USA.
 - ✓ Shoval, N. And Raveh, A. (2004), Categorization of tourist attraction and the Modeling of Tourist cities.
 - ✓ Shapira, K.P.(2001), Innovative Partnerships for Sustainable Urban Tourism, TTRA European Conference, Stockholm, Sweden