

تحلیل نقش دفاتر خدمات مسافرتی و رستورانها در شهر اصفهان با استفاده از شاخص توسعه گردشگری

فرحناز ابوالحسنی^{*۱} حمیدرضا وارثی^۲ مزگان دارابی^۳

۱- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مدرس مؤسسه آموزش عالی دانش پژوهان اصفهان.

۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان.

۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری.

* مسئول مکاتبات. پست الکترونیک: fa.abolhasani@gmail.com

چکیده

گسترش سریع شهرنشینی و تغییر در بنیان‌های شیوه زندگی در عصر حاضر، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری را به یک ضرورت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تبدیل نموده است. به نحوی که پاسخگویی به نیازهای گردشگران و ساماندهی فضاها و تسهیلات مورد نیاز آنها، مستلزم بکارگیری دانش‌ها و روشهای نوین در مدیریت و برنامه‌ریزی است. این تحقیق با هدف نگرش سیستمی به پدیده‌های مرتبط با توسعه گردشگری در شهر اصفهان صورت پذیرفت. برای این منظور از شاخص توسعه توریسم به عنوان معیار ترکیبی برای مقایسه توأم ویژگیهای گردشگری دفاتر خدمات مسافرتی و رستورانها استفاده گردید. بر این اساس متغیرهای گوناگونی مورد بررسی قرار گرفت و درصد هر یک از آنها در توسعه این ویژگیها تعیین و در نهایت سطح-بندی مراکز انجام شد. نتایج نشان داد دفاتر خدمات مسافرتی در ۴ سطح، یک با ۲۹/۲ درصد، دو با ۳۳/۳ درصد، سه با ۲۹/۲ درصد و چهار با ۸/۳ درصد و رستورانها نیز در ۴ سطح، یک با ۳/۶ درصد، دو با ۱۲/۵۲ درصد، سه با ۳۹/۳ درصد و چهار با ۴۴/۶ درصد رتبه‌بندی شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: شاخص توسعه گردشگری، دفاتر خدمات مسافرتی، رستورانها، سطح‌بندی، شهر اصفهان.

مقدمه

گردشگری مجموعه‌ای متشکل از عرضه خدمات و کالا در دولت و جامعه میزبان است که با یکدیگر در تعامل و ارتباط بوده و جذب گردشگر را دنبال می‌نمایند. گردشگری ترکیبی از فعالیتها، خدمات، سیاستها، خط مشی‌ها، ضوابط، معیارها و کالاها است که برای تحقق یک سفر گردشگری ضرورت دارد. به عبارت دیگر گردشگری صنعتی چند بعدی است که در بر گیرنده هتل‌ها و مهمانسراها، رستوران‌ها، مراکز تفریحی و جاذبه‌های گردشگری، سیستمهای حمل و نقل و واحدهای دیگری است که مجموعاً گردشگری را در یک کشور یا منطقه شکل می‌دهند. شناخت ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی گردشگری برای برنامه‌ریزی این فعالیت در سطوح گوناگون جغرافیایی ضروری است (معصومی، ۱۳۸۱). آمارهای سازمان جهانی جهانگردی نشان‌دهنده اثرات مهمی است که گردشگری در جهان بر سیستم اقتصادی دارد. درآمد گردشگری بین‌المللی در سال ۱۹۹۸ بالغ بر ۸ درصد کل درآمدهای صادراتی جهان و ۳۷ درصد صادرات در بخش خدمات بوده است و با توجه به رشد ۴ تا ۵ درصدی این صنعت در دهه ۹۰، صاحب‌نظران پیش‌بینی می‌نمایند که اگر رشد گردشگری به همین صورت ادامه یابد درآمد حاصل از این صنعت در سال ۲۰۱۰ به بیش از ۱/۵۵ تریلیون دلار و تعداد گردشگران به بیش از یک میلیارد نفر خواهد رسید. برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها می‌باشیم. در این راستا توسعه صنعت گردشگری که اقتصاددانان آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و رو به رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند، به عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود لذا بررسی موانع توسعه این صنعت در مناطق مختلف کشور ضرورت می‌یابد. بنابر برآورد^۱ WTO تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ درصد از اشتغال جهان مربوط به بخش گردشگری خواهد بود (معاونت تحقیقات، آموزش و برنامه‌ریزی سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۸۲). ارتقاء سطح عمومی رفاه و تغییر در رفتارهای اقتصادی همراه با کمرنگ شدن مرزها، گردشگری را در عصر حاضر به عنوان یک پدیده کاملاً جدید، کارآمد و پویا در مجموعه اقتصاد بین‌الملل مطرح و از آن با توجه به تمامی کارکردها و نقش و آثار، یک صنعت بسیار مهم ساخته است (سقای، ۱۳۸۱). امروزه از این صنعت به عنوان یک بازوی قدرتمند جهت افزایش درآمد و فقر زدایی کشورهای در حال توسعه نام برده می‌شود (سقای، ۱۳۸۳). ایران کشوری است که براساس ضوابط یونسکو جزء ۱۰ کشور برجسته باستانی و تاریخی جهان به شمار می‌رود و یکی از اصیل‌ترین تمدن‌های بشری را در قلمرو جغرافیای سیاسی خود دارد و از پویایی اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در مقیاس جهانی برخوردار است اما با

¹-World Tourism Organization

وجود تمام این ویژگیهای منحصر به فرد، سهم ناچیزی از بازار عظیم صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است (رهنمایی، ۱۳۷۴). اصفهان از جمله شهرهایی است که به جرات می‌توان آنرا از شهرهای مهم دنیا مستثنی نمود. این ویژگی ناشی از آن است که کالبد شهر در مجموع یک واحد منسجم و ارزشمند تلقی می‌شود. ضمن اینکه معماری آن دارای سبک خاصی بوده که بیانگر تفکر سیستمی طراحان آن می‌باشد (رامشت، ۱۳۷۴). با توجه به میراث فرهنگی غنی شهر اصفهان و تمایل گردشگران به شناخت هر چه بیشتر رموز معماری و شهرسازی اسلامی آن، توجه به گسترش خدمات رفاهی و زیربنایی و رفع کمبودهای کمی و کیفی پذیرایی و دفاتر خدمات مسافرتی، را می‌توان از مسائل اساسی در جذب گردشگران داخلی و خارجی دانست. توجه به رفع مسائل و نارسایی‌های موجود، همچنین بالابردن سطح کمی و کیفی این ویژگیها از امتیازاتی است که می‌تواند در جذب گردشگران و آثار مثبت اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی این صنعت ما را بهره‌مند گرداند. این تحقیق با هدف نگرشی سیستمی به پدیده‌های مرتبط با توسعه گردشگری در شهر اصفهان انجام پذیرفت.

پیشینه تحقیق

موحد (۱۳۸۷) در توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی گردشگری اصفهان براساس مدل آشورث، تنبریک و گتنز به این نتیجه رسید که جاذبه‌های شهری، تأسیسات اقامتی و تجاری، محدوده تاریخی شهر دارای اهمیت گردشگری بیشتری بوده ضمن اینکه مکان‌یابی هتلها براساس محور خیابان چهار باغ شکل گرفته است. سیفال‌الدینی (۱۳۸۹) در بررسی شهر اصفهان و جاذبه‌های گردشگری آن در سطح ملی و منطقه‌ای به این نتیجه رسید که حجم بالای ورودی گردشگران بیش از ظرفیت پذیرش کالبدی، اثرات نامطلوبی را در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ایجاد نموده است ضمن اینکه کیفیت تجربه گردشگری در شهر اصفهان نیز رو به کاهش نهاده است. قادری (۱۳۸۹) در مطالعه نقش تبلیغات بر جذب گردشگران شهر اصفهان پرداخته اظهار داشت که با توجه به اینکه تبلیغات به عنوان مهمترین ابزار موفقیت هر سازمان مطرح است ولیکن ابزار تبلیغاتی استفاده شده در این شهر برای جذب گردشگران بین‌المللی تأثیر گذار نبوده به نحوی که تأثیر ابزارهای تبلیغاتی مانند کتاب راهنما، تبلیغات اینترنتی، تلویزیون، بروشور و روزنامه از نظر جنس، سن و تحصیلات گردشگران دارای ارزش متفاوتی می‌باشد. زنگی‌آبادی و ابوالحسنی (۱۳۸۷) در تحلیل فضایی، سطح‌بندی و برنامه‌ریزی مراکز اقامتی با استفاده از شاخص توسعه گردشگری در شهر اصفهان به رتبه‌بندی کلیه هتلها و مهمانپذیرها در ۴ سطح پرداختند.

حاجی‌نژاد (۱۳۸۸) در بررسی تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی- فضایی شهر بانه به این نتیجه رسید که بین رشد گردشگری تجاری در این شهر با تغییرات بافت کالبدی و فضایی شهر رابطه معنی‌داری وجود دارد که علت اصلی آن افزایش مراکز اقامتی و پذیرایی در شهر می‌باشد.

مفاهیم و مبانی نظری

گردشگری

به عمل فردی که به مسافرت می‌رود و در مکانی خارج از محل زندگی و کار برای مدتی کمتر از یک سال جهت تفریح یا تجارت اقامت نماید، گردشگری گفته می‌شود. گردشگری مجموعه پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمانهای غیر دولتی، سیستم حمل و نقل و پذیرایی می‌باشد (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۸۵).

دفاتر خدمات مسافرتی

دفاتر خدمات مسافرتی براساس مجوزهای مشخصی قادر به فعالیت می‌باشند. این مجوزها عبارتند از:

مجوز بند الف: دفاتر خدماتی که در زمینه تنظیم برنامه‌های مسافرتی، فروش بلیط و هر گونه اقدام دیگر مربوط به خدمات ترابری مسافر به طور مستقیم یا غیر مستقیم با رعایت قوانین و مقررات وزارت راه و ترابری فعالیت می‌نمایند.

مجوز بند ب: دفاتر خدمات سیاحتی - جهانگری که در زمینه اخذ روادید، تنظیم و انجام مسافرت‌های گروهی داخلی و خارجی و هر گونه خدمات گردشگری با رعایت قوانین و مقررات سازمان ایرانگری و جهانگری فعالیت می‌نمایند.

مجوز بند پ: دفاتر خدمات زیارتی که در زمینه ثبت نام، تنظیم و انجام مسافرت‌های زیارتی داخلی و خارجی و هر گونه خدمات زیارتی با رعایت قوانین و مقررات سازمان حج و زیارت فعالیت می‌کنند (مصوبه هیأت وزیران، ۱۳۸۰).

رستوران

رستوران مکانی است برای استراحت و پذیرایی میهمانان که با وسایل خاص خود ارائه خدمت می‌نماید. در این مکان تنوع غذایی، ویژگی مبلمان، شیوهای سرو غذا، سرویس‌دهی، نور

پردازی داخلی و بیرونی، موسیقی و غیره در جذب مشتری و گردشگران تأثیر بسزایی دارد (آبیاری، ۱۳۸۱).

جایگاه دفاتر خدمات مسافرتی در صنعت گردشگری

دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی به عنوان عنصری واسطه میان عرضه کنندگان اصلی خدمات همچون تورگردانان یا شرکتهای حمل و نقل و هتلها از یک سو و گردشگران متقاضی سفر از طرف دیگر عمل می‌کنند. توفیق یا عدم توفیق این واسطه‌ها بر موفقیت یا شکست برنامه‌های مقاصد گردشگری و عرضه‌کنندگان خدمات گردشگری به شدت تأثیرگذار است (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۴). این مراکز به منظور انجام وظایف خود اطلاعاتی را عرضه می‌نمایند و درباره مقاصد، برنامه‌ها و تسهیلات به مشتریان توضیح می‌دهند ضمن اینکه نقش مؤثری در جذب جهانگردان دارند (روستا، ۱۳۸۱). به عبارت دیگر می‌توان گفت که فعالیت آژانس‌های مسافرتی یک کار تخصصی است که از برنامه‌ریزی در خطوط سیر و سفر، اسکان، تبدیل پول، ارائه آیین‌نامه‌ها و دستورالعملهای مربوط به مقاصد مختلف و تمام اهداف مورد نیاز در مسافرت و فرصت‌های مسافرتی آگاهی کامل دارد. به بیان کوتاه آژانس‌های مسافرتی یک تخصص و یک کار مشاوره‌ای است (قره‌نژاد، ۱۳۸۶). فعالیت‌هایی که در این مراکز انجام می‌پذیرد عبارتند از:

- ارائه مشاوره به مشتریان بالقوه در زمینه گردشگاهها و مقاصد گردشگری، سیستم‌ها و شرکتهای حمل و نقل در سراسر جهان .
- انجام خدمات گردشگری (رزرو هتل، هواپیما و غیره) برحسب نیاز مشتری.
- برنامه‌ریزی انواع سفر.
- محاسبه دقیق هزینه بلیط هواپیما سایر هزینه‌های حمل و نقل.
- صدور بلیط و اسناد مرتبط.
- برقراری ارتباط مناسب با عناصر اصلی صنعت گردشگری (هتلها، شرکتهای حمل و نقل و غیره).
- تهیه و نگهداری اطلاعات مربوط به مسافران.
- در دسترس قرار دادن بروشور و بسته‌های مسافرتی.
- انتقال دیدگاهها و شکایات مشتریان به عناصر اصلی صنعت (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۴).

جایگاه رستورانها در صنعت گردشگری

هنگامی که گردشگر با به سرزمین مورد بازدید می‌گذارد، علاوه بر جستجوی جاذبه‌هایی که او را بدان مقصد کشانده است، می‌بایست نیازهای مقدماتی و اساسی وی تأمین گردد. غذا از جمله نیازهای فیزیولوژیک اولیه انسانی است که به عنوان گونه‌ای قابل اهمیت از جاذبه‌های هر مقصد گردشگری شناخته می‌شود. غذا خوردن، حضور در رستوران، تریا و چایخانه وسیله‌ای برای گذران اوقات فراغت گردشگران است. تفاوت‌های فرهنگی میان بازدید کنندگان و سرزمین مقصد، نقش و جاذبه خدمات غذایی را دو چندان می‌کند، خصوصا اگر این غذا در محیطی متناسب با فرهنگ در اختیار گردشگر قرار گیرد (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۴).

روش تحقیق

برای تعیین شاخص توریسم و سطح‌بندی و رتبه‌بندی ۴۸ آژانس مسافرتی و ۵۸ رستوران از مدل TDI استفاده شد. برای این منظور ۵ متغیر برای آژانس‌ها و ۸ متغیر برای رستورانها مورد بررسی قرار گرفت. این شاخص در سه مرحله ساخته شد. برای رسیدن به جایگاه هر یک از این مراکز (دفاتر خدمات مسافرتی و رستورانها) می‌بایست میزان حداکثر و حداقل کلیه متغیرها محاسبه و مشخص شده، سپس دامنه محرومیت هر یک از این آنها تعیین گردد. به نحوی که حداکثر محرومیت یا حداقل سطح برخورداری صفر و حداقل کمبودها یا حداکثر سطح برخورداری یک خواهد بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها بوسیله نرم افزار SPSS انجام و نقشه‌های سطح‌بندی با استفاده از نرم افزار ARC GIS ایجاد شد.

بنابر این شاخص، محرومیت توسعه گردشگری I_{ij} برای هر یک از مراکز (j ام) با توجه به متغیر I_j ام به صورت زیر خواهد بود.

$$I_{ij} = \frac{\max_j x_{ij} - \text{row}_i x_{ij}}{\max_j x_{ij} - \min_j x_{ij}}$$

دومین مرحله تعریف شاخص متوسط یا میانگین محرومیت (I_j) است. در این بررسی شاخص میانگین متوسط حسابی ساده ($n=5$) برای دفاتر خدمات مسافرتی و ($n=8$) برای

$$I = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^3 I_j$$

رستورانها به کارگرفته شد که عبارت است از:

سومین مرحله اندازه‌گیری توسعه گردشگری است که در شاخص مزبور تفاوت عدد ۱ از

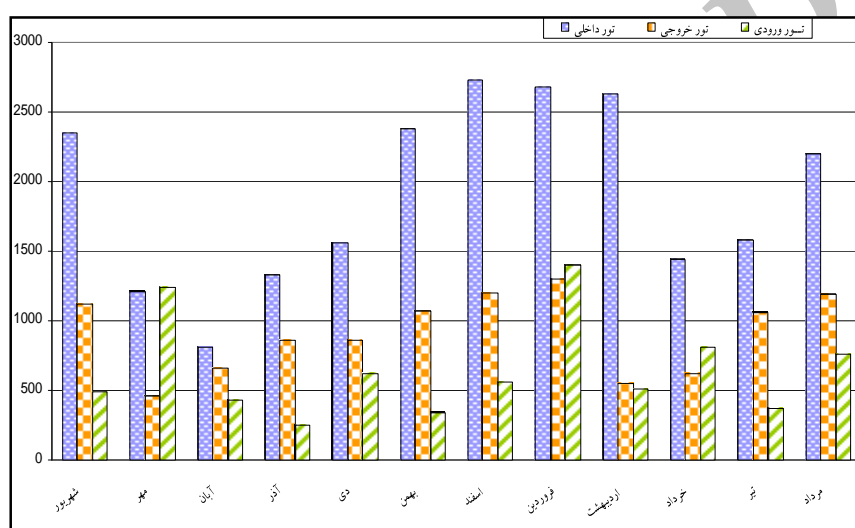
$$(TDI) = (1 - I_i)$$

متوسط محرومیت می‌باشد (حقی، ۱۳۷۰).

نتایج

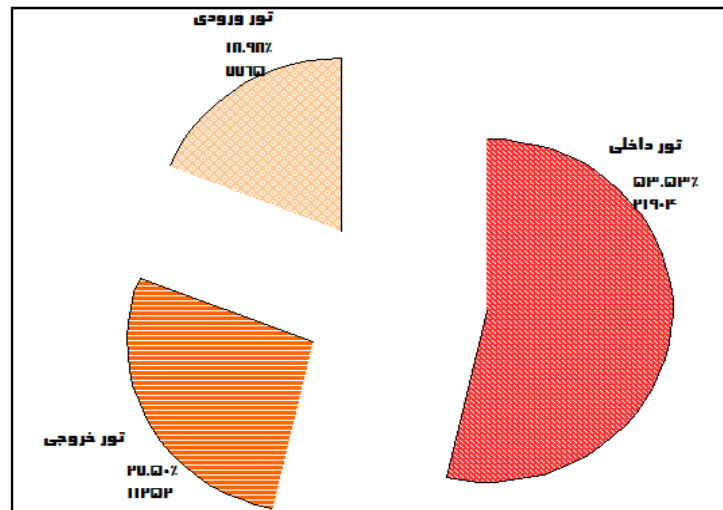
بررسی دفاتر خدمات مسافرتی و پذیرایی (رستورانها) در شهر اصفهان

تا سال ۱۳۸۳، ۴۸ دفتر خدمات مسافرتی در شهر اصفهان فعال بوده‌اند. سازمان هواپیمایی کشوری (مجوزالف) و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی (مجوزب) را جهت فعالیت این گونه مراکز ارائه می دهند (زمانی فراهانی، ۱۳۷۹). در شهر اصفهان فعالیت آژانسهای مسافرتی معطوف به تورهای داخلی، ورودی و خروجی می باشد. تعداد افراد شاغل در این دفاتر ۴۴۷ نفر می باشند (نمودار ۱).



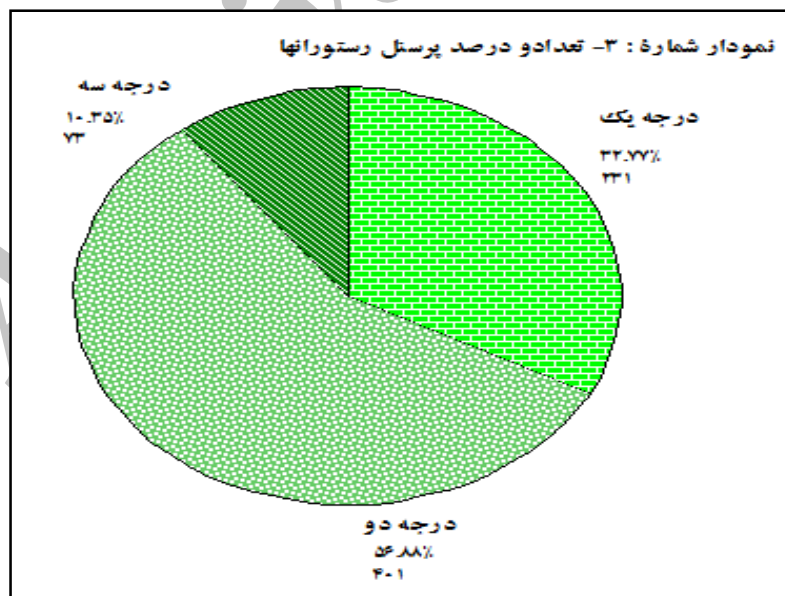
نمودار ۱: تورهای ورودی، خروجی و داخلی دفاتر خدمات مسافرتی به تفکیک ماه در سال ۱۳۸۳

یکی از مشکلات عمده دفاتر خدمات مسافرتی در ایران، برنامه ریزی جهانگردی است که این امر موجب تراز منفی در ورود و خروج توریست کشور شده است (بااحمدی، ۱۳۸۳). نمودارهای ۱ و ۲ نشان می دهند که این مشکل در مورد شهر اصفهان نیز کاملاً مشهود است.

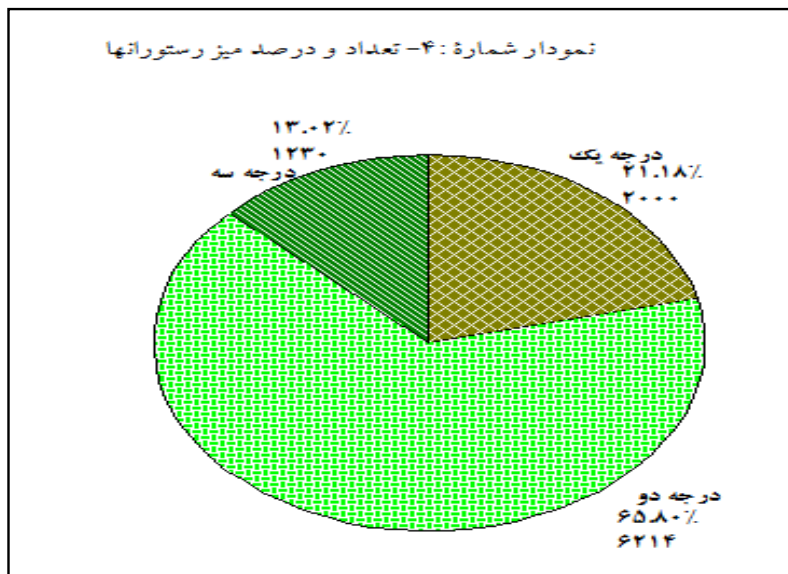


نمودار ۲: مجموع و درصد تورهای ورودی، خروجی و داخلی شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳

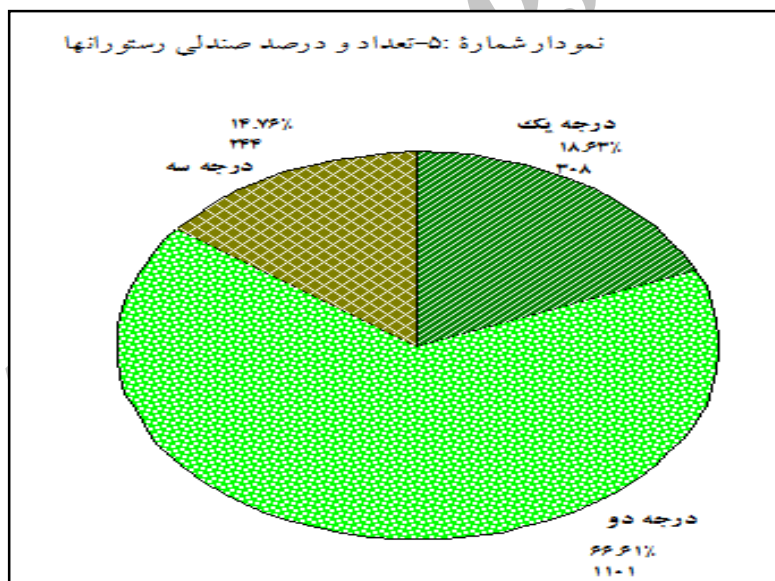
رستورانها از جمله مراکز پذیرایی هستند که سهم عمده‌ای در جذب گردشگران دارند. کیفیت و کمیت این مراکز را می‌توان از عوامل اساسی جذب مشتری دانست. قوانین مربوط به تأسیس، نظارت و نحوه خدمات‌رسانی واحدهای پذیرایی تابع نظام صنفی کشور می‌باشد. در سال ۱۳۸۳، ۵۸ رستوران فعال در شهر اصفهان وجود داشته است نمودارهای ۳، ۴ و ۵ ویژگیهای موجود این مراکز را نشان می‌دهد.



نمودار ۳: تعداد و درصد پرسنل رستورانها در شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳



نمودار ۴: تعداد و درصد میز رستورانها در شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳



نمودار ۵: تعداد و درصد صندلی رستورانها در شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳

وضعیت دفاتر خدمات مسافرتی در شهر اصفهان

به طور کلی فعالیت تور در دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی در اصفهان از لحاظ نوع تور گردانی به چهار دسته تور داخلی، تور خروجی، تور ورودی و تور زیارتی تقسیم می‌شود. از این تعداد آژانس مسافرتی فعال، ۲۲ آژانس دارای مجوزهای بند الف، ب و پ، ۱۲ آژانس دارای مجوزهای بند ب و پ، ۷ آژانس دارای مجوز بند ب، ۶ آژانس دارای مجوزهای بند الف و ب و ۱ آژانس دارای مجوز بند پ می‌باشند. در فاصله سال ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۳، این مراکز دارای ۲۱۹۰۴ تور داخلی، ۱۱۲۵۲ تور خروجی و ۷۷۶۵ تور ورودی بوده‌اند.

وضعیت رستورانها در شهر اصفهان

این مراکز زیر نظر اتحادیه رستوران‌داران فعالیت می‌نمایند و براساس اساسنامه، متناسب با امکانات موجود به هر رستوران درجه و ستاره تعلق می‌گیرد. از مجموعه ۵۸ رستوران فعال در شهر اصفهان ۱۳ رستوران ۴ ستاره و درجه یک، ۳۳ رستوران ۳ ستاره و درجه دو و ۱۰ رستوران ۲ ستاره و درجه سه می‌باشند. همچنین این مراکز دارای ۷۲۹ نفر پرسنل هستند.

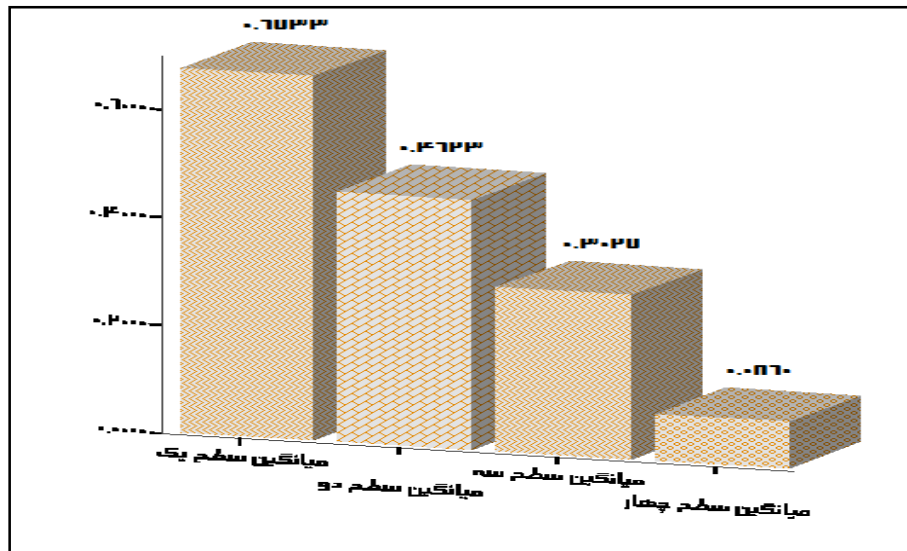
سطح‌بندی دفاتر خدمات مسافرتی با استفاده از TDI

برای سطح‌بندی و رتبه‌بندی دفاتر خدمات مسافرتی و دست‌یابی به توسعه و بکارگیری از پتانسیل هر یک از این مراکز از شاخص توسعه گردشگری استفاده شد. این معیار تا حدود زیادی می‌تواند بر طرف‌کننده این نیاز باشد. برای این منظور ۵ متغیر مساحت دفتر، تعداد پرسنل، تعداد تورهای داخلی، تعداد تورهای خارجی و تعداد تورهای ورودی استفاده شد. در جدول ۱ چهار سطح ایجاد شده، تعداد دفاتر خدمات مسافرتی واقع در سطوح، درصد و میانگین هر سطح مشخص شده است.

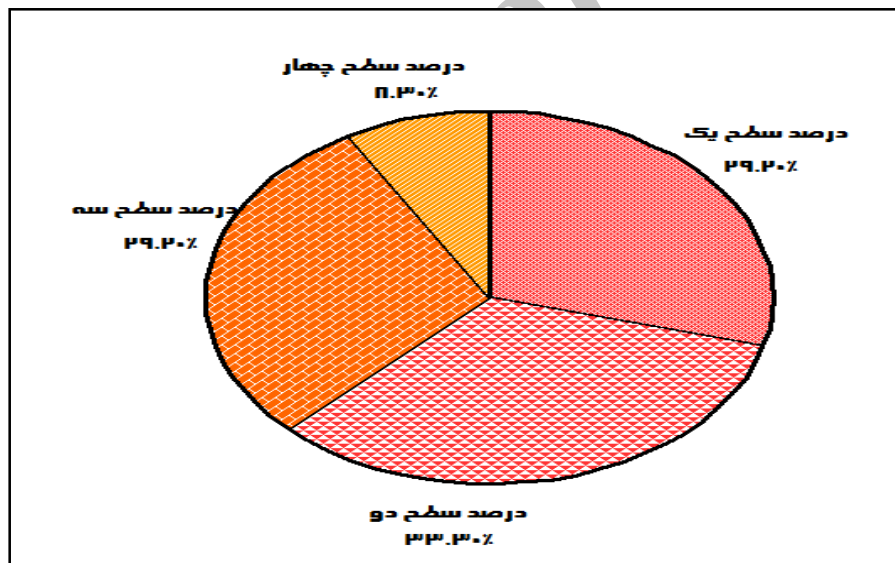
جدول ۱: سطح‌بندی دفاتر خدمات مسافرتی شهر اصفهان به لحاظ متغیرهای مورد بررسی

سطح بندی	TD	نام آژانسهای مسافرتی	ردیف	سطح بندی	TDI	نام آژانسهای مسافرتی	ردیف				
سطح دو	/۴۴	شکیبا	۲۵	سطح یک	/۸۵	ثامن الائمه	۱				
	/۴۴	دیانت سیر	۲۶		/۷۵	اصفهان پرواز گشت	۲				
	/۴۳	راهیان آرزو	۲۷		/۷۰	یادمان	۳				
	/۴۳	شفق	۲۸		/۶۹	ونوس	۴				
	/۴۲	جهان پرواز آسان	۲۹		/۶۶	کجاوه	۵				
	/۳۹	شباهنگ	۳۰		/۶۶	تجلی نور	۶				
سطح سه	/۳۷	ایران	۳۱		/۶۶	پارسیان نقش جهان	۷				
	/۳۶	پرستیژ	۳۲		/۶۴	راهیان صفا	۸				
	/۳۵	پامچال	۳۳		/۶۴	میقات انس	۹				
	/۳۴	سفریاد	۳۴		/۶۴	سیاهان میقات	۱۰				
	/۳۴	گردشگران	۳۵		/۶۴	هدی	۱۱				
	/۳۰	آسمان هفتم	۳۶		/۶۳	مهرورزان چهلستون	۱۲				
	/۳۰	نکاگشت	۳۷		/۶۳	سپهر گشت	۱۳				
	/۲۹	هشت بهشت	۳۸		/۶۳	هجرت قلوب سیاهان	۱۴				
	/۲۹	زمرد	۳۹	/۵۵	دنیای پرواز	۱۵					
	/۲۸	مینیای نقش جهان	۴۰	سطح دو	/۵۱	اسپادانا	۱۶				
/۲۸	آوای پرواز سیاهان	۴۱	/۵۰		اصفهان گشت	۱۷					
/۲۷	نقش جهان گشت	۴۲	/۵۰		راه اصفهان	۱۸					
/۲۳	عالیقاو	۴۳	/۵۰		چکاروک	۱۹					
/۲۲	نگین پل	۴۴	/۴۹		دیدنیهای پرواز	۲۰					
سطح چهار	/۰۹	بالدیس	۴۵		/۴۶	آفاق نقش جهان	۲۱				
	/۰۹	کتیبه	۴۶		/۴۵	خاتم نگین سیاهان	۲۲				
	/۰۸	چهارباغ	۴۷		/۴۵	بالیران قشم	۲۳				
	/۰۸	جلفا گشت اصفهان	۴۸		/۴۴	راه صفا	۲۴				
سطح چهار			سطح سه			سطح دو			سطح یک		
تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین
۴	۰/۸۳	۰/۰۸۶۰	۱۴	۲۹/۲	۳۰/۲۷	۱۶	۳۳/۳	۰/۴۶۲۳	۱۶	۶۷/۳	۲۹/۲

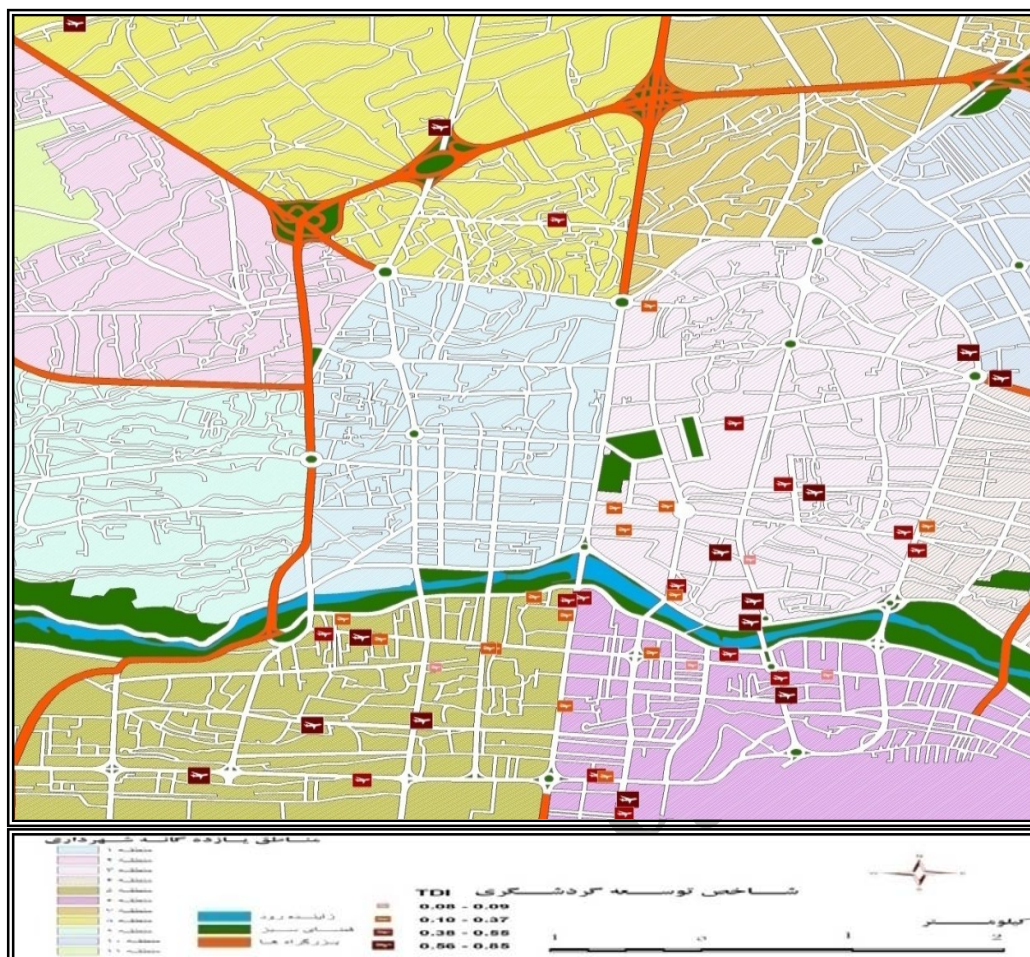
با توجه به نتایج حاصل از سطح‌بندی دفاتر خدمات مسافرتی شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳، ۱۴ دفتر خدمات مسافرتی در سطح یک با ۲۹/۲ درصد و ۱۶ دفتر خدمات مسافرتی با ۳۳/۳ درصد در سطح دو قرار گرفتند. در سطوح سوم و چهارم به ترتیب ۴ و ۱۴ دفتر خدمات مسافرتی با ۲۹/۲ درصد و ۸/۳ درصد قرار گرفتند. نمودارهای ۶ و ۷، درصد و میانگین سطوح نمایش داده شده است. همچنین در شکل ۱ پراکنش سطوح چهار گانه دفاتر خدمات مسافرتی مورد بررسی ارائه شده است.



نمودار ۶: میانگین سطح بندی دفاتر خدمات مسافرتی در شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳



نمودار ۷: درصد سطح بندی دفاتر خدمات مسافرتی در شهر اصفهان در سال ۱۳۸۳



شکل ۱: سطح بندی دفاتر خدمات مسافرتی در شهر اهوهان

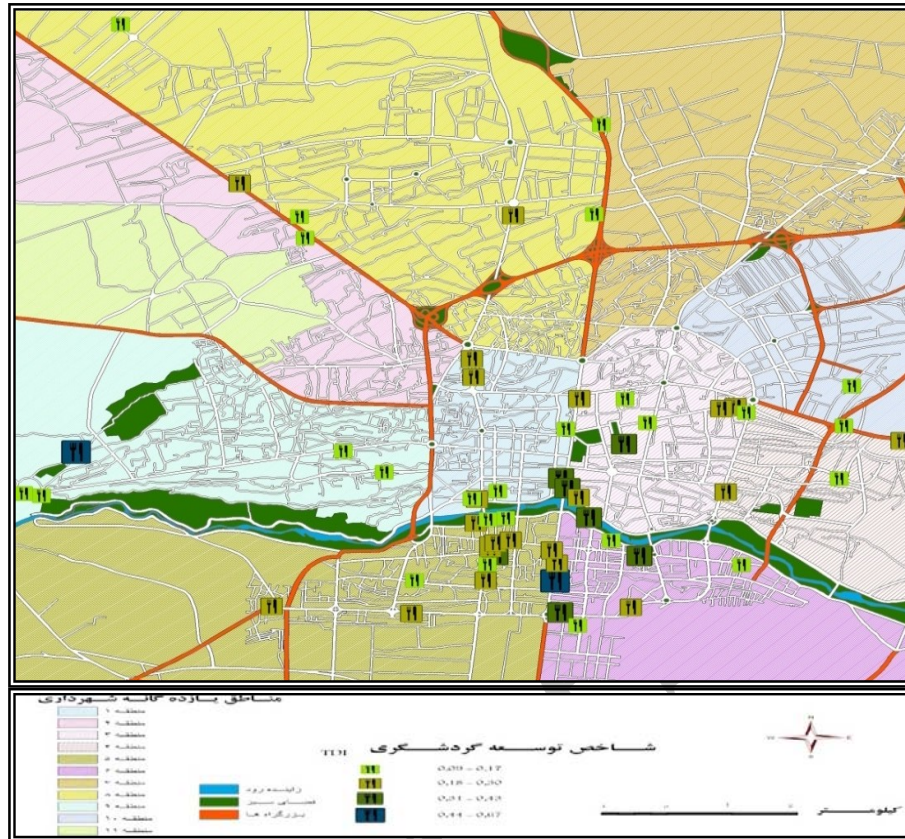
سطح بندی رستورانها با استفاده از TDI

برای دستیابی به جایگاه هر یک از این مراکز در شهر با استفاده از شاخص توسعه گردشگری، رستورانها درجه بندی و سطح بندی شدند. برای این منظور ۷ متغیر قدمت ساختمان، مساحت رستوران، مساحت سالن، تعداد پرسنل، تعداد غذاها، تعداد صندلی و تعداد میزها مورد بررسی قرار گرفتند (جدول ۲).

جدول ۲: سطح بندی رستورانها در شهر اصفهان به لحاظ متغیرهای مورد بررسی

ردیف	نام رستورانها	TDI	سطح بندی	ردیف	نام رستورانها	TDI	سطح بندی	
۱	خوانسرا	۰/۶۷	سطح یک	۲۹	سبز	۰/۲۱	سطح سه	
۲	پلی اکریل	۰/۵۲		۳۰	تاک	۰/۱۹		
۳	باستان	۰/۴۳		۳۱	آدینه	۰/۱۹		
۴	شهرزاد	۰/۴۱		۳۲	پاتریس	۰/۱۷		
۵	نیکان	۰/۳۷		۳۳	جزیره	۰/۱۷		
۶	خوانگستر	۰/۳۶		۳۴	سورگا	۰/۱۷		
۷	تخت جمشید	۰/۳۴	سطح دو	۳۵	شهروند	۰/۱۷		
۸	عقیق	۰/۳۴		۳۶	سرو	۰/۱۷		
۹	مهاراجا	۰/۳۲		۳۷	حسام	۰/۱۶		
۱۰	هانی	۰/۳۰		۳۸	محققان	۰/۱۵		
۱۱	خوانسالار	۰/۲۹		۳۹	پاسارگاد	۰/۱۵		
۱۲	بیستون	۰/۲۸		۴۰	ثانی	۰/۱۵		
۱۳	یاران	۰/۲۸		۴۱	کوثر	۰/۱۴		
۱۴	قصر شادی	۰/۲۷		۴۲	شهرما	۰/۱۴	سطح چهار	
۱۵	سعدی	۰/۲۷		۴۳	غروب	۰/۱۴		
۱۶	صدف	۰/۲۷		۴۴	آبشار	۰/۱۴		
۱۷	آفتاب	۰/۲۶		۴۵	رنگین غذا	۰/۱۳		
۱۸	نگین	۰/۲۶	سطح سه	۴۶	فجر	۰/۱۳		
۱۹	ارم	۰/۲۵		۴۷	اعظم	۰/۱۳		
۲۰	زاینده رود	۰/۲۴		۴۸	نایدا	۰/۱۲		
۲۱	پارسیا	۰/۲۴		۴۹	عدل	۰/۱۲		
۲۲	خیام	۰/۲۳		۵۰	کاوه	۰/۱۱		
۲۳	احسان	۰/۲۳		۵۱	ماهان	۰/۱۱		
۲۴	قصر عروس	۰/۲۲		۵۲	لرد	۰/۱۰		
۲۵	صفه	۰/۲۲		۵۳	جباری	۰/۱۰		
۲۶	البرز	۰/۲۲		۵۴	گلستان	۰/۱۰		
۲۷	سی وسه	۰/۲۱		۵۵	زاینده رود آتشگاه	۰/۱۰		
۲۸	پانته آ	۰/۲۱		۵۶	پارک	۰/۰۹		
سطح یک			سطح سه			سطح چهار		
تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین	تعداد	درصد	میانگین
۷	۱۲/۵	۰/۳۶۶	۲۲	۳۹/۳	۰/۲۴۳۰	۲۵	۴۴/۶	۰/۱۳۴۱

در نتیجه ۵۶ رستوران فعال در شهر اصفهان با استفاده از شاخص توسعه توریسم رتبه بندی و در چهار سطح، یک با ۳/۶ درصد، دو با ۱۲/۵ درصد، سه با ۳۹/۳ درصد و چهار با ۴۴/۶ درصد طبقه بندی شدند (شکل ۲). این شاخص نشان می دهد که درصد بالایی از این مراکز در سطوح سه و چهار قرار دارند.



شکل ۲: سطح بندی رستوران‌ها در شهر اصفهان

بحث و نتیجه‌گیری

برنامه‌ریزی اصولی برای دستیابی به توسعه گردشگری نیازمند شناخت جنبه‌های مختلفی است که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه این صنعت را فراهم آورد. شناخت شاخص‌های تأثیر گذار بر این صنعت و برطرف کردن نارسایی‌ها و کمبودهای موجود می‌تواند زمینه‌های مساعدی را جهت رسیدن به اهداف توسعه صنعت گردشگری ایجاد نماید. در این تحقیق به ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری با استفاده از شاخص توسعه توریسم پرداخته شد. کاربرد این شاخص به مفهوم رد توانایی‌های نسبی مراکز مورد بررسی در توسعه و نادیده گرفتن امکانات و برتری‌های این مراکز نمی‌باشد، بلکه هدف دستیابی به راهی برای توسعه از دیدگاه‌های متفاوت است و قبول اینکه می‌توان معیارهای جدیدی را در انتخاب مراکز برای توسعه بکار برد. این معیار می‌تواند تا اندازه زیادی پاسخگوی این نیاز باشد. با توجه به کاربرد این شاخص می‌توان به این نتیجه رسید که شهر موزه اصفهان به لحاظ برخورداری از متغیرهای مورد بررسی در سطح پایینی قرار دارد و بخش خصوصی به عنوان سرمایه گذار اصلی این مراکز نیازمند حمایت و توجه از سوی متولیان این

صنعت می‌باشد لذا نظارت و مدیریت پیگیر و مستمر از عواملی است که می‌تواند پتانسیل‌های بالقوه این شهر را در گسترش و توسعه صنعت گردشگری فراهم سازد. با توجه نتایج به دست آمده، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- معرفی و آشنا ساختن مردم کشور و سایر ملل با خصوصیات فرهنگی - سنتی و آثار تاریخی و جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان.
- ایجاد تدابیری به منظور همکاری نزدیک با سایر کشورها به منظور برقراری تورهای دو طرفه و ارتباط مداوم با سازمانهای گردشگری و استفاده از تجربیات آنها.
- استفاده از امکانات تبلیغات عمومی در رسانه‌ها برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان در خارج از کشور.
- تهیه کتاب راهنما، پروشور، نقشه‌های مختلف در جهت شناساندن جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان.
- شرکت فعال در نمایشگاههای تخصصی جهانگردی در خارج از کشور.
- بهبود کیفیت ارائه خدمات گردشگری از طریق بهبود روشها و تدوین استانداردهای مورد نیاز.
- اتخاذ تدابیری جهت ایجاد رقابت میان صاحبان مراکز خدماتی و پذیرایی در ارتقاء کیفیت خدمات و اعمال نظارت دقیق همراه با و ایجاد تشکلهای صنفی در این بخش.
- ایجاد رستورانها و مراکز پذیرایی با بهره‌گیری از نورپردازی داخلی، بیرونی و دکوراسیون مناسب.
- ایجاد جای‌خانه‌ها و قهوه‌خانه‌ها با بهره‌گیری از معماری سنتی و آرایه‌های سنتی.
- جمع‌آوری اطلاعات و نظرخواهی از گردشگران پس از بازدید از مناطق مختلف شهر اصفهان و استخراج نتایج مربوط به منظور برآورده نمودن نیازهای آنها.
- کنترل دقیق آمار ورودی و خروجی گردشگران به منظور برنامه‌ریزی صحیح.
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای ناظرین تورها.
- آموزش زبان و مهارت برقراری ارتباط با دیگران به منظور برخورد صحیح با گردشگران.
- تقویت بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری، تغییر قوانین و مقررات محدود کننده و ایجاد امنیت و ثبات اقتصادی.
- همکاری و هماهنگی در امر برنامه‌ریزی توریسم بین سازمانها.
- تهیه شناسنامه دقیق واحدهای پذیرایی و کلیه تأسیسات مربوط به صنعت گردشگری.
- در نظر گرفتن بودجه مناسب برای چاپ کتب و مقالات مرتبط با برنامه‌ریزی گردشگری و ایجاد تنوع در نشریات گردشگری.

منابع

- ۱- آبیاری، ع. ۱۳۸۱. آموزش هتل‌های نوین، آشنایی با مدیریت و سیستم سازمانی در هتل. مرکز آموزش‌های هتلداری و گردشگری.
- ۲- بااحمدی، ز. ۱۳۸۳. جاذبه‌های توریستی و گردشگری استان خوزستان. پایان‌نامه کارشناسی-ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.
- ۳- پاپلی‌یزدی، م.ح. و سقایی، م. ۱۳۸۵. گردشگری (ماهیت و مفاهیم). انتشارات سمت، چاپ اول، ۲۷۵ صفحه.
- ۴- حاجی‌نژاد، ع. ۱۳۸۸. تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی-فضایی مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر بانه). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۰: ۹۱-۱۰۹.
- ۵- حقی، م.ع. ۱۳۷۰. شاخص‌های کالبدی و طرح ریزی سرزمینی. مرکز مطالعات و تحقیقات شهری و معماری ایران.
- ۶- رامشت، م.ح. ۱۳۷۴. طرح ایجاد زمینه‌های مطلوب برای توریسم فرهنگی در اصفهان. سمینار اصفهان و جاذبه‌های ایرانگردی و جهانگردی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان.
- ۷- رنجبریان، ب. و زاهدی، م. ۱۳۸۴. خدمات صنعت گردشگری. انتشارات کنکاش، چاپ اول، ۲۶۴ صفحه.
- ۸- روستا، ع. ۱۳۸۱. بررسی حال و آینده صنعت توریسم ایران (با تأکید بر شهر شیراز). پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.
- ۹- رهنمایی، م.ت. ۱۳۷۴. چگونگی افزایش سهم ایران از بازار جهانگردی. مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی جمهوری اسلامی ایران، جلد اول.
- ۱۰- زمانی‌فراهانی، ه. ۱۳۷۹. صنعت گردشگری و خدمات مسافرتی ایران. انتشارات زهد، چاپ اول.
- ۱۱- زنگی‌آبادی، ع. و ابوالحسنی، ف. ۱۳۸۷. تحلیل فضایی سطح‌بندی و برنامه‌ریزی مراکز اقامتی با استفاده از شاخص توسعه گردشگری. مطالعه جهانگردی، شماره ۹.
- ۱۲- سقایی، م. ۱۳۸۱. شهرهای ساحلی و گردشگری دریایی. شهرداریها، شماره ۳۸.
- ۱۳- سقایی، م. ۱۳۸۳. چالش‌های صنعت توریسم در ایران. سپهر شماره ۵۱.
- ۱۴- سیف‌الدینی، ف. ۱۳۸۹. سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری براساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان (نمونه موردی: شهر اصفهان). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۱: ۸۰-۶۷.

- ۱۵- قادری، ا. ۱۳۸۹. بررسی تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگران (نمونه موردی: گردشگران شهر اصفهان). جغرافیا و توسعه، شماره ۱۷: ۱۳۹-۱۵۶.
- ۱۶- قره‌نژاد، ح. ۱۳۸۶. مقدمه‌ای بر توسعه گردشگری و مهمانپذیری. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد، چاپ اول، ۳۰۳ صفحه.
- ۱۷- مصوبه هیأت وزیران. ۱۳۸۱. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان اصفهان.
- ۱۸- معاونت تحقیقات، آموزش و برنامه‌ریزی سازمان ایرانگردی و جهانگردی. ۱۳۸۲. گزارش عملکرد گذشته، تبیین وضعیت موجود و چشم‌انداز آینده (بخش جهانگردی) در چارچوب تدوین برنامه چهارم توسعه کشور. انتشارات سازمان ایرانگردی و جهانگردی.
- ۱۹- معصومی، م. ۱۳۸۱. ماهیت محیطی فعالیتهای گردشگری. پیام سبز، شماره ۱۲.
- ۲۰- موحد، ع. ۱۳۸۷. توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی (مطالعه موردی: شهر اصفهان). پژوهشهای جغرافیایی انسانی، شماره ۶۵: ۱۰۵-۱۱۶.

Archive of SID