Journal of Applied Researches in Geographical Sciences
Print ISSN: 2228-7736 Online ISSN: 2588-5138
https://jgs.khu.ac.ir/

Analysis of the Attractiveness of Tourism Destinations in Tehran

Seyyed Komeyl Salehi Komamardakhi [1] | Habibeh Nabizadeh [2] | amineh andjomshoaa [3] ✉

1- PhD graduate, Department of Public Management and Urban Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. **E-mail:** Salehi60@atu.ac.ir
2- Master of Urban Development, Campus Unit, Islamic Azad University, Campus, Iran. **E-mail:** habibeh.nabizadeh99@gmail.com
3- Corresponding author, Assistant Professor, Department of Architecture, Kerman Unit, Islamic Azad University, Kerman, Iran. **E-mail:** Andjomshoaa@iauk.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received
2022/02/03
Received in revised
2022/02/23
Accepted
2022/04/15
Published
2022/05/23
Published online
2025/05/21

Keywords:
Urban Tourism,
Tourism Destinations,
Logistic Regression,
Tehran.

ABSTRACT

The objective of this research is to investigate the factors that enhance the attractiveness of tourism destinations in Tehran. This study is applied in nature and employs a descriptive-analytical methodology. The data collection methods include the use of questionnaires and interviews. The statistical population comprises tourism experts and specialists, and through the application of Cochran's formula and simple random sampling, a sample of 210 tourism experts was selected. Data analysis was performed utilizing descriptive statistics and logistic regression tests. The findings of the research reveal that, out of the 210 tourism professionals in Tehran, 91 individuals, representing 43.3%, perceived the attractiveness of Tehran's tourism destinations to be at a high level; 29% assessed it as moderate; and only 27% regarded it as low. Furthermore, the results concerning the factors influencing the enhancement of attractiveness in alignment with tourism development indicate that, among the four factors considered, the most significant were: 1) innovative business opportunities, with an impact coefficient of 0.613; 2) the city's natural, cultural, and historical assets, with an impact coefficient of 0.577; 3) the development of tourism infrastructure, with an impact coefficient of 0.497; and 4) urban development, with an impact coefficient of 0.473.

Cite this article: Salehi Komamardakhi, Seyyed Komeyl., Nabizadeh, Habibeh., & andjomshoaa, amineh. (2025). Analysis of the Attractiveness of Tourism Destinations in Tehran. Journal of *Applied Researches in Geographical Sciences*, 25 (77), 352-366. DOI: http://dx.doi.org/10.61186/jgs.25.77.10

© The Author(s). Publisher: Kharazmi University
DOI: http://dx.doi.org/10.61186/jgs.25.77.10

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

Journal of Applied Researches in Geographical Sciences
Print ISSN: 2228-7736 Online ISSN: 2588-5138
https://jgs.khu.ac.ir/

Extended Abstract

Introduction

Urban tourism has emerged as a significant and complex approach to urban development, encompassing a variety of human activities and interactions (Oriade & Robinson, 2017). This sector, recognized globally, not only contributes to economic growth but also enhances social cohesion, environmental conservation, and the spatial-physical transformation of urban settlements, thereby improving the quality of life within communities (Smaranda et al., 2014; Tussyadiah et al., 2018). According to the World Tourism Organization, the number of tourists globally is projected to reach approximately 1.6 billion by 2020, underscoring the rapid expansion of the tourism industry. Tehran, akin to other global capitals, serves as a crucial tourism destination; however, it has not received the attention warranted for enhancing its tourism attractiveness. Previous research indicates that various geographical, cultural, and economic factors influence the success and appeal of urban tourism destinations (Jensen, 2018). Nevertheless, the tourism sector in Tehran faces numerous challenges, including limited awareness and insufficient emphasis on enhancing the appeal of its tourist destinations, which adversely affects visitor satisfaction and experiences. Consequently, this study aims to analyze the factors influencing the attractiveness of tourism destinations in Tehran. The primary research questions are: 1) What is the current level of attractiveness of Tehran's tourism destinations? 2) What factors contribute to increasing the attractiveness of Tehran's tourism destinations?

Materials and Methods

This research represents an applied study employing a descriptive-analytical methodology. The data collection instruments comprised questionnaires and interviews, specifically targeting experts and professionals within the tourism sector in Tehran. The statistical population for the study consisted of tourism experts, and a sample of 210 tourism professionals was selected through simple random sampling, utilizing Cochran's formula. Data analysis was conducted employing descriptive statistics and logistic regression tests, using Eviews (version 9) and SPSS (version 22). The research evaluated multiple independent variables (factors influencing the attractiveness of tourism destinations) in relation to the dependent variable (destination attractiveness). The reliability of the questionnaire was established through content validity, and the reliability coefficient was determined using Cronbach's alpha, yielding a total reliability of 0.94, which indicates a high level of reliability.

Results and Discussion

The findings of the study revealed that among the 210 tourism professionals surveyed, 74.2% believed that the tourism destinations in Tehran possess significant potential for development, while 27.6% perceived the attractions as inadequate. The attractiveness of Tehran's tourism destinations was categorized into three levels: low, medium, and high. The results indicated that 43.3% of respondents rated the attractiveness as high, 29% as medium,

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

Journal of Applied Researches in Geographical Sciences
Print ISSN: 2228-7736 Online ISSN: 2588-5138
https://jgs.khu.ac.ir/

and 27.6% as low. An analysis of the factors influencing the enhancement of destination attractiveness, utilizing logistic regression, identified four key determinants: 1) innovative business opportunities (impact coefficient of 0.613), 2) natural, cultural, and historical assets of the city (impact coefficient of 0.577), 3) development of tourism infrastructure (impact coefficient of 0.497), and 4) urban development (impact coefficient of 0.473). A more detailed analysis indicated that within the domain of innovative business opportunities, variables such as specialized goods and services, the creation of emerging travel markets, and the development of accommodation and food services exerted the most significant influence on the attractiveness of Tehran's tourism destinations. Urban development factors, particularly economic stimulation and open-space economic activities, were also deemed crucial. The preservation of cultural heritage, environmental conservation, and the management of tourism attractions emerged as key variables within the natural, cultural, and historical assets category. Regarding infrastructure, the development of transportation infrastructure and facilities for tourists were identified as the most influential elements. The study suggests that enhancing the attractiveness of Tehran's tourism destinations necessitates a concentrated focus on the identified factors and the strategic development of related variables. If necessary, data should be presented in tabular or graphical forms to effectively illustrate the relationships between these factors and their impact on destination attractiveness.

Conclusion

The findings of this research emphasize the significance of identifying and enhancing the factors that contribute to the attractiveness of tourism destinations, which is essential for the advancement of sustainable tourism development. In the context of Tehran, augmenting tourism attractiveness necessitates a focus on innovative business opportunities, the preservation of natural and cultural assets, the enhancement of tourism infrastructure, and the support of urban development. These initiatives have the potential to substantially elevate Tehran's appeal as a tourist destination, thereby promoting tourism growth and contributing to the comprehensive development of the city. The results of this study are consistent with previous research, reaffirming the importance of innovative business opportunities, natural and cultural assets, and infrastructure development in enhancing tourism attractiveness. Nevertheless, the role of urban development warrants further investigation. Future research should continue to explore these factors and their implications for sustainable tourism in urban environments.

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی
شاپا چاپی: ۷۷۳۶-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۵۱۳۸-۲۵۸۸
https://jgs.khu.ac.ir/

تحلیل جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران

سید کمیل صالحی کمامردخی[۱]، حبیبه نبی زاده[۲]، امینه انجم شعاع [۳] ✉

۱. دانش آموخته دکتری گروه مدیریت دولتی و مدیریت شهری دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران،
رایانامه: Salehi60@atu.ac.ir
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد شهرسازی، واحد پردیس، دانشگاه آزاد اسلامی، پردیس، ایران.
رایانامه: habibeh.nabizadeh99@gmail.com
۳. نویسنده مسئول، استادیار گروه معماری، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران.
رایانامه: Aida.andjomshoaa@gmail.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:
۱۴۰۰/۱۱/۱۴
تاریخ بازنگری:
۱۴۰۰/۱۲/۰۴
تاریخ پذیرش:
۱۴۰۱/۰۱/۲۶
تاریخ انتشار:
۱۴۰۱/۰۳/۰۲
تاریخ انتشار آنلاین:
۱۴۰۴/۰۴/۰۱

کلیدواژه‌ها:
گردشگری شهری،
مقاصد گردشگری،
رگرسیون لجستیک،
تهران.

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و روش انجام آن توصیفی- تحلیلی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه و مصاحبه می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، شامل کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۲۱۰ کارشناس حوزه گردشگری به‌عنوان نمونه انتخاب گردید. برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های توصیفی و آزمون رگرسیون لجستیک استفاده شد. نتایج پژوهش گویای آن است که از بین ۲۱۰ فعال در حوزه گردشگری شهر تهران، ۹۱ نفر، معادل ۴۳/۳ درصد باور داشتند که جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران در سطح بالا، ۲۹ درصد باور داشتند که سطح جذابیت در سطح مناسب و تنها ۲۷ درصد معتقد بودند که سطح جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران در سطح پایینی قرار دارد. نتایج در زمینه عوامل مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد با توجه به توسعه گردشگری نیز نشان داد که از بین ۴ عامل در نظر گرفته شده، به ترتیب عوامل ۱) فرصت‌های تجاری نوآورانه با ضریب تأثیر (۰/۶۱۳)، ۲) دارایی‌های طبیعی/ فرهنگی و تاریخی شهر با ضریب تأثیر (۰/۵۷۷)، ۳) توسعه زیرساخت‌های گردشگری با ضریب تأثیر (۰/۴۹۷) و ۴) عامل توسعه شهری با ضریب تأثیر (۰/۴۷۳) بیشترین اثرات را بر افزایش جذابیت مقاصد با توجه به توسعه گردشگری در شهر تهران داشته‌اند.

استناد: صالحی کمامردخی ، سید کمیل؛ نبی زاده، حبیبه؛ و انجم شعاع، امینه (۱۴۰۴). تحلیل جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران. *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۵ (۷۷)، ۳۶۶-۳۵۲. http://dx.doi.org/10.61186/jgs.25.77.10

ناشر: دانشگاه خوارزمی تهران.

© نویسندگان.

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

مقدمه

گردشگری از رهیافت‌های جدید و اصلی برای توسعه جوامع شهری است (Oriade and Robinson, 2017: 25). این رهیافت، یک فعالیت مرکب و چندوجهی است که شامل روابط فعالیت‌های مختلف انسانی می‌شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۱۴). این صنعت، یک صنعت خدماتی است که شامل فعالیت‌های مادی و غیرمادی است که گردشگر جهت برآوردن نیازها و آرزوهای خود انجام می‌دهد (Smaranda et al, 2014: 507). گردشگری توسط لایپر[1] (۱۹۹۰) به‌عنوان حرکت مردم از یک منطقه به یک منطقه مقصد گردشگری توصیف می‌شود، جایی که آن‌ها برای مدت‌زمانی در آنجا اقامت کنند که فرصت-های جدیدی را برای بسیاری از کشورها، شهرها و مناطق به ارمغان می‌آورد (Pinos Navarrete and Shaw, 2021: 247). گردشگری در تمام عرصه‌ها منطقه‌ای، ملی و محلی موردتوجه قرار گرفته است (رنجبر و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۸۶). بدون شک امروزه صنعت توریسم به‌عنوان مهم‌ترین صنعت جهان، رشد سریعی در توسعه اقتصادی جهان داشته که در نتیجه افزایش نرخ رشد سالانه در تولید ناخالص ملی در سطح جهان، صادرات، تجارت جهانی و خدمات، سهم گردشگران بین‌المللی در فعالیت اقتصادی جهان نیز به‌طور مداوم بالا رفته است (Tussyadiah et al, 2018: 141). گردشگری ضمن تحصیل فرایند توسعه از طریق تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، حفظ یکپارچگی اجتماعی، حفاظت از محیط‌زیست و تغییرات مثبت فضایی- کالبدی در سکونتگاه‌ها می‌تواند منجر به افزایش کیفیت زندگی در جوامع شود (منظم اسماعیل‌پور، ۱۴۰۰: ۳۸۱). طبق آمار منتشر شده توسط سازمان جهانی گردشگری تا سال ۲۰۲۰ میلادی تعداد گردشگران در سرتاسر دنیا به رقمی حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید (Bakari, 2021: 3). این امر نشان دهنده گسترش روزافزون صنعت گردشگری است. به‌طوری‌که هم‌اکنون صنعت گردشگری پس از صنعت نفت و خودروسازی سومین صنعت بزرگ دنیا به‌حساب می‌آید و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۰ میلادی با پشت سر گذاشتن این دو به بزرگ‌ترین صنعت دنیا بدل گردد (طولابی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۴). همچنین بر اساس پیش‌بینی‌های انجام شده توسط سازمان جهانگردی تا سال ۲۰۲۰، حدود یک میلیارد و پانصد و شصت میلیون نفر به گردشگری خواهند پرداخت و درآمدهای ناشی از گردشگری بین‌المللی به یک نیم تریلیون دلار خواهد رسید (لطیفی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۸). همه این مطالب نشان دهند اهمیت گردشگری در اقتصادی جهانی و توسعه کشورها است. به‌طوری‌که توسعه گردشگری می‌تواند تغییرات ساختاری زیادی بر شیوه زندگی جامعه میزبان، تغییرات در اقتصاد محلی، تغییرات اجتماعی، تغییرات فرهنگی و تغییرات محیطی داشته باشد (Lee et al, 2010: 190). بااین‌حال محققان مختلف نیز چالش‌ها و فرصت‌های مختلف مرتبط با توسعه گردشگری شهری را بررسی کرده‌اند (Dileep, 2019: 124). این فرصت‌ها و چالش‌ها با توجه به فضاها و خصوصیات جغرافیایی موردبررسی قرار گرفته‌اند و نقش عوامل و پتانسیل‌های مؤثر بر گردشگری را در توسعه و موفقیت‌های مختلف جغرافیایی مورد ارزیابی قرار داده‌اند از جمله، مقاصد گردشگری موجب جلب گردشگران می‌شود و این درآمد و سود برای کشورهای که گردشگران را جذب می‌کنند به دنبال خواهد داشت (Jensen, 2018: 115). چرا که در بین انواع اثرات گردشگری، یکی از مهم‌ترین اثراتی که رشد و توسعه گردشگری به دنبال دارد، تأثیر آن بر جذابیت و محبوبیت مکان‌های گردشگری است. لانگرن[2] (۱۹۸۲) برای بررسی عوامل مؤثر جغرافیایی بر توسعه گردشگری روستایی به بعد فضایی- مکانی گردشگری روستایی توجه می‌کند. یاکوبس[3] و همکاران (۲۰۱۹) فرصت‌های مختلف مرتبط با مناطق شهری از جمله عوامل جغرافیایی را پشتیبان توسعه گردشگری شهری و افزایش جذابیت مقاصد گردشگری می‌دانند. به گفته مور[4] و همکاران (۲۰۲۱) توسعه گردشگری می‌تواند از طریق تنوع فرصت‌های شغلی، افزایش مزایا برای اقتصاد منطقه و توسعه و نگهداری زیرساخت‌ها، محرک اصلی جذابیت و توسعه بیشتر مقاصد شود. بدین معنی که توسعه گردشگری در یک منطقه، از طریق اماکن و ساختمان‌های محلی ساخته شده و حمایت از آداب و

1- Leiper
2- Lundgren
3- Jacobsen
4- Mor

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

رسوم‌ها و شیوه‌های زندگی محلی بر افزایش ارزش مناطق گردشگری و جذابیت مکان‌های مرتبط با گرشگری تأثیر می‌گذارد (Zwiers et al, 2016: 16). عوامل تاریخی مانند تکامل جمعیتی و اقتصادی؛ تغییر در الگوهای حل و فصل؛ تغییر در اولویت های توسعه اقتصادی؛ اهمیت سیاسی منطقه و چگونگی تغییر محل در گذر زمان (به‌عنوان‌مثال زمان تبدیل شدن به شهر با گذشت زمان) از جمله عوامل مؤثر بر توسعه مقاصد گردشگری شهری است (Olubiyo, 2015: 314). لینگ و پنگ[5] (۲۰۱۷)، تفاوت بین توسعه مقاصد گردشگری روستایی و شهری را این چنین توصیف می‌کنند. چشم‌انداز مناطق روستایی شامل منابع طبیعی غنی، مانند کوه‌ها، آب، مزارع و گیاهان که رنگ‌های طبیعی آن‌ها متفاوت از محیط‌زیست شهری است. در مقابل چشم‌انداز گردشگری شهری بیشتر ساخته دست انسان است و این سازه‌های انسانی به‌عنوان یک جاذبه برای اوقات فراغت و تفریح و گردشگری شهری موردتوجه گردشگران قرار گرفته است. از نظر شیدنده[6] و همکاران (۲۰۱۹)، روش‌های زیادی برای بهبود افزایش جذابیت مقاصد گردشگری وجود دارد که می‌تواند توسعه گردشگری شهری را فراهم کند. یکی از این روش‌ها، شناسایی عوامل و محرک‌های مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد گردشگری می‌باشد. چرا که ایجاد گردشگری پایدار، عرضه محصولات گردشگری و ارائه خدمات به گردشگران از طریق جذابیت مقاصد گردشگری فراهم می‌شود و نقش مهمی در توسعه گردشگری دارد و رضایت و تجربه گردشگران و در نتیجه توسعه گردشگری از این نظر وابسته آن می‌باشد؛ بنابراین، هنگام بحث در مورد توسعه گردشگری با کمک مقاصد گردشگری، توجه به عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت مقاصد گردشگری و شناسایی عوامل و محرک‌های افزایش جذابیت مقاصد گردشگری ضروری است. علاوه بر این، گردشگری توزیع مزایای اجتماعی- اقتصادی مربوط به هزینه‌های گردشگران (به‌عنوان‌مثال درآمد، شغل) و تعامل با ساکنان محلی (به‌عنوان‌مثال انتشار و نگهداری میراث فرهنگی، مهارت‌های جدید زبان) را ترویج می‌کند و از این طریق به جذابیت بیشتر مکان‌های گردشگری کمک می‌کند (Epler Wood et al, 2019: 121). گردشگری همچنین می‌تواند بودجه اضافی برای توسعه و نگهداری سیستم‌های حمل‌ونقل، فضاهای عمومی، جاذبه‌های فرهنگی و مراکز همایش ایجاد کند که همگی به جذابیت مقاصد و مکان‌های مرتبط با گردشگری کمک می‌کند (Islam et al, 2017: 11). اولیمجون (۲۰۲۰) نشان داد که گردشگری از طریق ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های تجاری نوآورانه به جذابیت و محبوبیت مقاصد و مکان‌های گردشگری کمک می‌کند (Olimjon, 2020: 40). آدونگو و همکاران (۲۰۱۷) تقاضا برای کالاهای خاص و خدمات تخصصی، اقامت، مسافرت و خدمات حمایتی و برآوردن نیازهای بازارهای مسافرتی و نوظهور (مانند ماجراجویی، سلامتی، خلاقیت و ورزش) را عوامل مؤثر بر جذابیت مقاصد و مکان‌های گردشگری معرفی کردند (Adongo et al, 2017:68). اصالت فرهنگی و دارایی‌های طبیعی ابزار مهمی دیگری است که در جذابیت و توسعه مکان‌ها، کشورها و مقاصد تأثیرگذار است (Sánchez et al, 2021: 2729). ریم‌کلاف و همکاران (۲۰۲۱) نیز استدلال کردند که افزایش جذابیت و محبوبیت مکان‌ها به دلیل تاثیرات مثبت گردشگری و توجه به مکان‌های گردشگری (Chilembwe and Mweiwa, 2014: 32)، باعث ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها، فعالیت‌های تجاری نوآورانه، حفظ محیط‌زیست و توسعه سایر بخش‌های اقتصادی جامعه محلی می‌شود (Raimkulov et al, 2021: 3). گومز[7] و همکاران (۲۰۲۱) پتانسیل ایجاد اشتغال برای جوانان در صنعت گردشگری، رفع محدودیت‌های اشتغال جوانان، پرداختن به مشکل اجتماعی نابرابری جنسیتی و افزایش مهارت‌ها و دانش لازم برای مشاغل بخش گردشگری را عوامل مهم جذابیت مقاصد گردشگر معرفی کردند. البته برخی از محققان نیز این ارتباط را به‌عنوان عامل منفی در نظر گرفته‌اند. به‌عنوان‌مثال، یاکوبسن[8] و همکاران (۲۰۱۹) استدلال کردند که افزایش جذابیت مکان‌ها از طریق گردشگری می‌تواند اثرات منفی بر جوامع داشته باشد و با ایجاد فشار بر منابع طبیعی به ناپایداری زیست محیطی کمک کند. بردن‌هان و ویکنس[9] (۲۰۱۷)، نشان دادند که گردشگری از طریق ترویج و حفظ سنت‌ها، توسعه فرهنگ محلی (هنرها و صنایع دستی)، ترویج هنر و فرهنگ بومی بر احیای جوامع و جذابیت مکان‌های شهری و روستایی‌سنتی تأثیرگذار بوده

5- Liang and Peng
6- Shidende
7- Gómez
8- Jacobsen
9- Bridenhann and Wickens

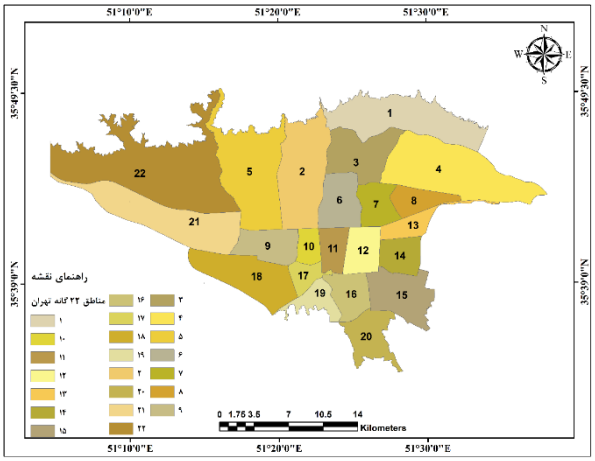
[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

است. در شهر تهران به‌عنوان پایتخت ایران همانند سایر نقاط جهان، توسعه مقاصد گردشگری به‌عنوان مهم‌ترین و آشکارترین بازیگران صحنه گردشگری‌اند، اما معمولا آنچنان که شایسته است موردتوجه قرار نگرفته‌اند. این در حالی است که توسعه مقاصد و مکان‌های گردشگری می‌توانند بیشترین تأثیر را بر روی گردشگران داخلی و خارجی بگذارند (حسینی،۱۳۹۳: ۱۱۷). بااین‌حال در ایران و از جمله در شهر تهران به‌عنوان محدوده مورد مطالعه این پژوهش که طبق آمار سازمان میراث فرهنگی و گردشگری از مهم‌ترین مقاصد گردشگری خارجی در کشور محسوب می‌شود، همواره با مخاطرات مختلفی مانند شناخت کم و عدم توجه به مقاصد گردشگری در زمینه جذابیت مقاصد گردشگری روبرو است که این امر بر رضایت و تجربه گردشگران نیز تأثیر منفی خواهد گذاشت. برای مدیریت گردشگری در شهر تهران و سایر مناطق کشور، ابتدا لازم است عوامل و محرک‌های مؤثر بر توسعه مقاصد گردشگری در این شهر و سایر مناطق کشور شناسایی شوند و با توجه به این محرک‌ها و توسعه این عوامل و رفع مخاطرات جذابیت مقاصد در جهت افزایش گردشگری و به نوبه، برای رضایت گردشگران و توسعه گردشگری شهر تهران برنامه‌ریزی نمود؛ بنابراین و با توجه به اهمیت این موضوع، این مطالعه با هدف تحلیل و بررسی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران صورت گرفت. برای این پژوهش سوالات اصلی زیر مطرح شد: ۱) وضعیت جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران در چه سطحی است؟ عوامل مؤثر افزایش جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران کدامند؟

روش‌شناسی

منطقه مورد مطالعه

شهر تهران در ۵۱ درجه و ۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۸ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۱ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است. شهر تهران بین دو وادی کوه و کویر و در دامنه‌های جنوبی رشته کوه البرز گسترش یافته است. از جنوب به کوههای ری و بی‌بی‌شهربانو و دشت‌های هموار شهریار و ورامین و از شمال توسط کوهستان محصور شده است (چکیده طرح جامع تهران، ۱۳۷۷: ۴۶). براساس داده‌های آماری مرکز هواشناسی تهران (۱۴۰۰)، متوسط بارش سالانه تهران حدود ۲۵۰ میلی متر است که به سمت ارتفاعات این میزان افزایش می‌یابد. متوسط دمای تهران در تیر ماه به ۳۰ و در دی به ۳ درجه سلسیوس می‌رسد. بر اساس آخرین اطلاعات سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، جمعیت تهران ۱۳/۲۶۷/۶۳۷ نفر برآورد شده است و از این تعداد حدود ۸۶۷۹۹۳۶ نفر در شهر تهران تمرکز دارند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). شهر تهران یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری ایران است. این شهر دارای مجموعه‌هایی از جاذبه‌های گردشگری است که می‌توانند به‌عنوان یک محصول گردشگری، به گردشگران عرضه شود. در سال ۱۳۹۶ اعلام شد که سالیانه یک و دویست هزار گردشگر خارجی از تهران بازدید کرده‌اند (مهدوی، ۱۳۹۸: ۱۰۲). شهر تهران از نظر محدوده قانونی شهر دارای ۲۲ منطقه شهری است. در شکل (۱) موقعیت شهرستان تهران در سطح استان تهران و کشور و در اشمال (۲ تا ۴) برخی از جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری شهر تهران آورده شده است.



شکل (۱). محدوده قانونی شهر تهران به همره مناطق ۲۲ گانه آن،

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]



شکل (۲). جاذبه‌های شهر تهران (سمت راست: تصویر باغ موزه نگارستان؛ سمت چپ: تصویر کاخ سعدآباد)



شکل (۳). جاذبه‌های شهر تهران (سمت راست: تصویر تئاتر شهر؛ سمت چپ: تصویر برج میلاد)



شکل (۴). جاذبه‌های شهر تهران (سمت راست: تصویر دریاچه چیتگر؛ سمت چپ: تصویر درکه)

روش‌تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی، بر اساس ماهیت و روش جزء تحقیقات توصیفی- تحلیلی می‌باشد که در آن راهبرد پیمایشی، اسنادی و موردی به کار گرفته شده است. مطالعات نظریه‌ای با استفاده از روش اسنادی، داده‌های میدانی نیز از طریق پرسش‌نامه با طیف لیکرت و برای تکمیل داده‌ها و اطلاعات کمی از مصاحبه با راهنمایان تورهای گردشگری جمع‌آوری گردید. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان مرتبط با گردشگری شهری در تهران می‌باشد که در فعالیت‌های گردشگری به‌عنوان راهنمای تور و یا آژانس‌ها و بنگاههای گردشگری فعالیت می‌کنند. برای دستیابی به حجم منطقی از نمونه از کل جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۲۰۹ نمونه آماری تعیین گردید که برای رند کردن تعداد نمونه ها یک نفر دیگر اضافه گرد و در مجموع ۲۱۰ نفر به‌عنوان نمونه‌های موردبررسی انتخاب شد. برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری (توصیفی و استنباطی) استفاده شد. روش‌های آماری در نرم‌افزار Eviews نسخه ۹ و Spss نسخه ۲۲ انجام شد. برای بررسی سوال تحقیق و در از آزمون‌های توصیفی،

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

فراوانی، میانگین، درصد واریانس و آزمون رگرسیون لجستیک استفاده شد. به این دلیل از این آزمون استفاده شده است که تحقیق حاضر دارای مجموعه‌ای از متغیرهای مسقل (عومل مؤثر بر جذابیت مقاصد گردشگری) و یک متغیر مستقل (جدابیت مقاصد) بوده است و همچنین این آزمون آزمون مناسبی است که نسبت به رگرسیون چند متغیره دقت بالاتری دارد و نیاز به متغیر مستقل آشکار ندارد. همچنین این آزمون برای سنجش اثرات و شناسایی عوامل مؤثر کاربرد مناسبی دارد. لذا این آزمون مناسب‌تر و برای این تحقیق کاربرد بیشتری داشته است. روایی پرسش‌نامه با استفاده از روایی محتوا سنجیده و مورد تایید قرار گرفت که توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. برای سنجش پایایی، از ۳۰ پرسش‌نامه نمونه پیش‌آزمون گرفته و میزان ضریب اعتماد با روش آلفای‌کرونباخ محاسبه شد. روایی کل ۰/۹۴ بالاتر از ۰/۷۰ بود و می‌توان گفت که مقیاس از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد جدول (۱).

جدول (۱). آلفای محاسبه‌شده برای هر یک از متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد گویه	میزان آلفای کرونباخ
وضعیت جذابیت مقاصد گردشگری	۶	۰/۹۵
عوامل مؤثر بر جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران	۶۲	۰/۹۳
کل	۶۸	۰/۹۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

نتایج و بحث

بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان نشان داد که بیشترین فراوانی و ۵۰ درصد پاسخگویان در گروه سنی، بین ۳۰ تا ۳۹ سال بوده‌اند، از نظر جنسیت، ۷۱/۴ درصد مرد و مابقی زن بوده، از نظر تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به تحصیلات لیسانس با ۴۲/۴ درصد بوده است. از نظر تاهل ۵۶/۲ درصد پاسخویان متاهل و مابقی مجرد بوده‌اند. جدول (۲).

جدول (۲). توزیع فراوانی جمعیت مورد مطالعه یا جمعیت هدف

مشخصات پاسخ دهنده	بیشترین فراوانی	تعداد پاسخگو	درصد
سن	۳۰- ۳۹ سال	۱۰۵	۵۰
جنسیت	مرد	۱۵۰	۷۱/۴
تأهل	متأهل	۱۱۸	۵۶/۲
تحصیلات	لیسانس	۸۹	۴۲/۴

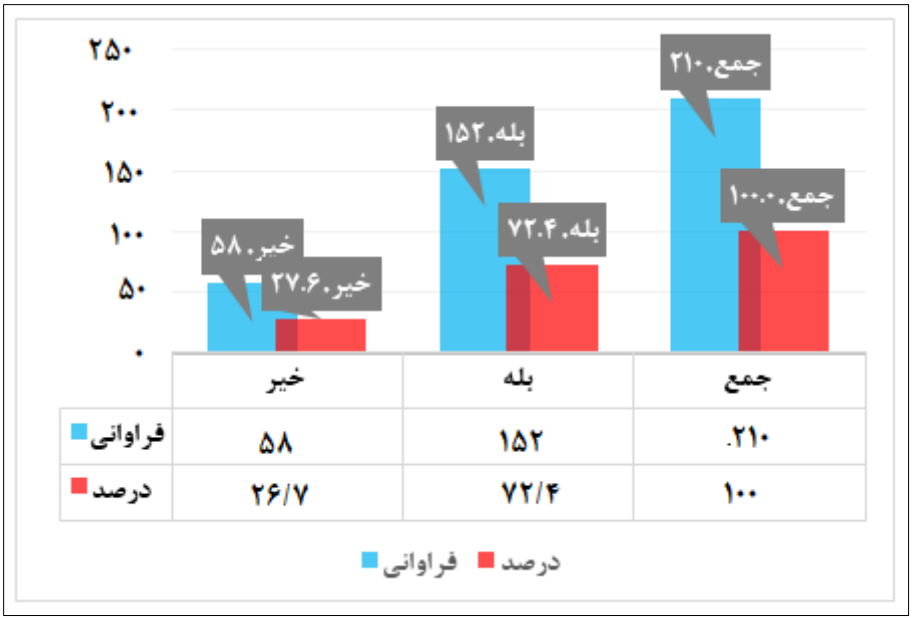
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

وضعیت جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران

برای بررسی وضعیت جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران از آزمون‌های توصیفی، میانگین، درصد و درصد واریانس و دیگر شاخص‌های گرایش مرکز استفاده خواهد شد. لذا در این مرحله تحقیق ابتدا و در راستای بررسی وضعیت جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران پرسشگری به عمل آمد که آیا مقاصد گردشگری در شهر تهران دارای جذابت مناسب برای توسعه گردشگری می‌باشند؟ یا نه؟ بررسی‌ها در این خصوص نشان داد که از بین ۲۱۰ پاسخ دهنده، ۱۵۲ نفر، معادل ۷۴/۲ درصد پاسخگویان معتقد بودند که مقاصد گردشگری در شهر تهران دارای جذابت برای جذب گردشگران می‌باشند. ۵۸ نفر از پاسخگوین در شهر تهران معادل ۲۷/۶ نفر نیز معتقد بودند که مقاصد گردشگری در شهر تهران دارای جذابیت خاصی نیستند شکل (۵). در ادامه وضعیت پاسخ فعالان گردشگری در شهر تهران در مورد سطح جذابت مقاصد گردشگری شهر تهران آورده شده است.

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]



شکل (۵). وضعیت جذابت جاذبه های گردشگری در شهر تهران (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰)

همچنین سطح جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران نیز در سه دسته الف) جذابیت پایین، ب) جذابیت متوسط و ج) جذابیت بالا موردبررسی قرار قرار گرفت. بررسی‌ها در این خصوص جدول (۳) نشان داد که که از بین ۲۱۰ فعال حوزه گردشگری ۹۱ فعال گردشگری شهر تهران و معادل ۴۳/۳ درصد معتقد بودند که سطح جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران در سطح بالایی قرار دارد، ۶۱ فعال گردشگری، معادل ۲۹ درصد نیز معتقد بودند که طح جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران در سطح متوسط قرار دارد و تنها ۵۸ نفر و معادل ۲۷/۶ درصد فعالین گردشگری شهر تهران معتقد بودند که سطح جذابیت مقاصد و جاذبه های گردشگری شهر تهران در سطح پایینی دارند. با توجه به این تفاسیر سوال اول پژوهش مبنی بر چگونگی سطح جذابت مقاصد و جاذبه‌های گردشگری شهر تهران پاسخ داده شد.

جدول (۳). سطح جذابت جاذبه های گردشگری در شهر تهران

سطوح جذابت جاذبه های گردشگری	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
جذابیت پایین	۵۸	۲۷/۶	۲۷/۶
جذابیت متوسط	۶۱	۲۹	۵۶/۷
جذابیت بالا	۹۱	۴۳/۳	۱۰۰
کل	۲۱۰	۱۰۰	-
واریانس		۱/۰۰۲	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

بررسی عوامل افزایش جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران

برای بررسی عوامل مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد با توجه به توسعه گردشگری و در *راستای سوال دوم پژوهش*، از مدل لجستیک استفاده شد. در این مدل متغیر وابسته (دو وجهی) افزایش جذابیت یا عدم افزایش جذابیت با توجه به اثرات توسعه گردشگری است. نخستین خروجی در تحلیل مدل، آماره X^2 برای سنجش اعتبار و نیکویی مدل است که از نتیجه اجرای آزمون HL (Hosmer- Lemeshow) به دست می‌آید. سطح معنی‌داری و آماره X^2 بیانگر معنی‌داری و نیکویی برازش آن با داده‌های آماری می‌باشد (جدول ۴).

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]
[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

جدول (۴). آزمون HL برای سنجش اعتبار و معنی‌داری مدل

آماره χ^2	سطح معنی‌داری (p)
۳۲۰/۱۲۳	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

پس از اطمینان از اعتبار و برازش مدل، به ارزیابی اثر متغیرهای مستقل در برآورد متغیر وابسته (جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران) پرداخته شد. بر این اساس نتایج نشان داد که از بین ۱۶ متغیر تحقیق، ۱۰ متغیر (متغیرهایی با علامت **) ارتباط معنی‌داری با جذابیت مکان ها و مقاصد گردشگری شهر تهران دارند. برخی متغیرها (متغیرهای با علامت *) نیز کم و بیش در زمینه جذابیت مکان ها و مقاصد گردشگری شهر تهران اثرگذار بوده‌اند. در کنار اینها متغیرهایی که علامتی ندارند و سطح معنی‌داری آنها کمتر از سطوح تحت پوشش (۰/۰۰۵) بوده تأثیر چندانی در زمینه جذابیت مکان ها و مقاصد گردشگری شهر تهران نداشته‌اند.

بررسی‌ها با توجه به نظر کارشناسان نمونه و مصاحبه با توجه به سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که از بین ۴ متغیر عامل فرصت‌هایی تجاری نوآورانه با ضریب تأثیر (۰/۶۱۳) که در نظر گرفته شده بود، سه متغیر کالاهای خاص و خدمات تخصصی و اقامت، ایجاد بازارهای مسافرتی و نوظهور و توسعه خدمات اقامتی و غذایی بیشترین ارتباط و اثر بر جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران داشته‌اند. در این بین تنها متغیر آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری کمترین اثر را بر جذابیت مقاصد گردشگری شهر تهران داشته است. به‌طوری‌که پاسخگویان و فعالان گردشگری در شهر تهران اذعان داشتند که کالاهای خاص و خدمات تخصصی و اقامت، ایجاد بازارهای مسافرتی و نوظهور و توسعه خدمات اقامتی و غذایی کمک می‌کند که در این خصوص جذابیت مقاصد گردشگری و در نتیجه توسعه گردشگری شهر تهران توسعه پیدا کند.

بررسی عامل توسعه شهری با ضریب تأثیر (۰/۴۷۳) و ۴ شاخص و متغیر که برای این عامل در نظر گرفته شد نشان می‌دهد که از بین متغیرهای این عامل در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۰۱، در مجموع ۲ متغیر تحرک اقتصادی شهر و فعالیت‌های اقتصادی در فضای باز/ مشارکت بیشترین اثرگذاری را بر جذابیت مقاصد گردشگری و در نتیجه توسعه گردشگری شهر تهران دارند. در این بین دو متغیر توسعه و فروش غذاهای محلی و توسعه محصولات گردشگری اثر کمتری بر جذابیت مقاصد گردشگری و توسعه گردشگری شهر تهران داشته است که لازم است درباره توسعه گردشگری شهر تهران به شاخص‌های مثبت و منفی موردتوجه قرار گیرند.

بررسی عامل دارایی‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی شهر با ضریب تأثیر (۰/۵۷۷) و ۴ شاخص که برای آن در نظر گرفته شد نشان می‌دهد که از بین این ۴ شاخص و در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۰۱ سه شاخص حفظ میراث و ارزش‌های فرهنگی، حفظ محیط‌زیست و دارایی‌های طبیعی و مدیریت جاذبه‌ها/ مکان/ سایت‌های گردشگری مهم‌ترین متغیر مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران می‌باشد که لازم این موردتوجه قرار گیرد. البته هر چند متغیر ترویج هنرها و صنایع دستی محلی نیز بر افزایش جذابیت گردشگری شهر تهران اثرگذار بوده‌اند، ولی اثرگذاری این متغیر کمتر از شاخص فوق می‌باشد. لذا در نظر گرفتن حفظ میراث و ارزش‌های فرهنگی، حفظ محیط‌زیست و دارایی‌های طبیعی و مدیریت جاذبه‌ها/ مکان/ سایت‌های گردشگر از عوامل و متغیرهای مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران می‌باشد.

نهایتا بررسی عامل زیرساخت‌ها با ضریب تأثیر (۰/۴۹۷) و ۴ شاخص که برای آن در نظر گرفته شد نشان می‌دهد که از بین این ۴ شاخص و در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۰۱ تنها دو شاخص توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات جذب گردشگر و حفظ جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد گردشگری در شهر تهران می‌باشد که لازم این موردتوجه قرار گیرد. البته هر چند دو متغیر توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاه‌ها نیز بر فزایش جذابیت مقاصد و مکان های گردشگری اثرگذار بوده‌اند، ولی اثرگذاری این کمتر از

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

شاخص فوق می‌باشد. نتایج حاصل از متغیرهای توضیحی در ارتباط با عوامل و متغیرهای مؤثر بر بر افزایش جذابیت مقاصد و ماکان های گردشگری شهر تهران به طور کامل در جدول (۵) آورده شده است.

جدول (۵). برآورد مدل لجستیک از عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری شهر تهران

عامل	شاخص	ضریب	انحراف استاندارد	آماره Z	معنی‌داری
فرصت‌هایی تجاری نوآورانه (۰/۶۱۳)	کالاهای خاص و خدمات تخصصی و اقامت	۰/۷۹۳**	۰/۰۳۴	۱۵/۱۱۳	۰/۰۰۰
	ایجاد بازارهای مسافرتی و نوظهور	۰/۶۳۳**	۰/۰۳۵	۱۲/۷۰۳	۰/۰۰۰
	آژانس های مسافرتی و تورهای گردشگری	۰/۳۹۹*	۰/۰۴۸	۷/۵۷۳	۰/۰۱۴
	توسعه خدمات اقامتی و غذایی	۰/۶۲۹**	۰/۰۳۴	۱۱/۶۱۰	۰/۰۰۰
توسعه شهری (۰/۴۷۳)	تحریک اقتصادی شهر	۰/۷۸۲**	۰/۰۳۵	۱۵/۱۱۱	۰/۰۰۰
	توسعه و فروش غذاهای محلی	۰/۱۶۷	۰/۰۴۰	۴/۱۰۵	۰/۱۱۲
	توسعه محصولات گردشگری	۰/۱۶۶	۰/۰۴۱	۳/۳۰۹	۰/۱۱۳
	فعالیت‌های اقتصادی در فضای باز/ مشارکت	۰/۷۷۷**	۰/۰۳۹	۱۴/۷۸۹	۰/۰۰۰
دارایی‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی شهر (۰/۵۷۷)	حفظ میراث و ارزش‌های فرهنگی	۰/۶۰۶**	۰/۰۳۵	۱۳/۰۳۹	۰/۰۰۰
	ترویج هنرها و صنایع دستی محلی	۰/۳۲۱*	۰/۰۴۸	۸/۵۷۰	۰/۰۲۱
	حفظ محیط‌زیست و دارایی‌های طبیعی	۰/۶۲۲**	۰/۰۳۴	۱۱/۱۲۳	۰/۰۰۰
	مدیریت جاذبه‌ها/ مکان/ سایت‌های گردشگری	۰/۷۶۱**	۰/۰۴۷	۱۴/۶۸۹	۰/۰۰۰
زیرساخت‌ها (۰/۴۹۷)	توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل	۰/۱۷۶	۰/۰۳۴	۴/۰۴۳	۰/۱۰۲
	توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات جذب گردشگر	۰/۵۸۶**	۰/۰۳۵	۹/۶۸۶	۰/۰۰۰
	حفظ جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی	۰/۷۶۹**	۰/۰۳۳	۱۴/۹۸۷	۰/۰۰۰
	ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاهها	۰/۴۵۸*	۰/۰۳۳	۷/۰۲۳	۰/۰۲۱

*** معنی‌داری در سطح ۵ درصد؛ **معنی‌داری در سطح ۱ درصد**

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

بررسی یافته‌های مدل در زمینه عوامل مؤثر بر افزایش جذابیت مقاصد با توجه به توسعه گردشگری نیز نشان داد که از بین ۴ عامل در نظر گرفته شده، به ترتیب عوامل ۱) فرصت‌هایی تجاری نوآورانه با ضریب تأثیر (۰/۶۱۳)، ۲) دارایی‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی شهر با ضریب تأثیر (۰/۵۷۷)، ۳) توسعه زیرساخت‌های گردشگری با ضریب تأثیر (۰/۴۹۷) و ۴) عامل توسعه شهری با ضریب تأثیر (۰/۴۷۳) بیشترین اثرات را بر افزایش جذابیت مکان‌ها با توجه به توسعه گردشگری در شهر تهران داشته‌اند. با توجه به این تفاسیر و یافته‌های مدل رگرسیون باینری، سؤال دوم پژوهش مبتنی بر شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها با توجه به توسعه گردشگری در شهر تهران پاسخ داده شد.

نتیجه‌گیری

یکی از عوامل رشد پایدار و فراگیر گردشگری توجه و شناسایی عوامل و شاخص‌های مؤثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها با توجه به رشد و توسعه گردشگری است. با توجه به اهمیت این موضوع در توسعه گردشگری پایدار در تحقیق حاضر به بررسی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهر تهران گردشگری پرداخته شد. چرا که یکی از راهکارهای مؤثر توجه و شناسایی عوامل و شاخص‌هایی است که می‌توانند بر حفظ جاذبه‌های گردشگری و افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری تأثیرگذار باشد. بررسی نتایج تحقیق نشان داد که از بین شاخص‌های‌های در نظر گرفته شده برای سنجش عوامل و شاخص‌های مؤثر بر افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های شهری شهر تهران ۱۰ شاخص، کالاهای خاص و خدمات تخصصی و اقامت، ایجاد بازارهای مسافرتی و نوظهور، توسعه خدمات اقامتی و غذایی، تحریک اقتصادی شهر، فعالیت‌های اقتصادی در فضای باز/ مشارکت، حفظ میراث و ارزش‌های فرهنگی، حفظ محیط‌زیست و دارایی‌های طبیعی،

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

مدیریت جاذبه‌ها/ مکان/ سایت‌های گردشگری، توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات جذب گردشگر و حفظ جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی مهم‌ترین شاخص‌های مؤثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها و مقاصد گردشگری در شهر تهران بوده‌اند. نتایج در زمینه شناسایی عوامل کلی مؤثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها نیز نشان داد که که از بین ۴ عامل در نظر گرفته شده، سه عامل به ترتیب عوامل ۱) فرصت‌هایی تجاری نوآورانه با ضریب تأثیر (۰/۶۱۳)، ۲) دارایی‌های طبیعی/ فرهنگی و تاریخی شهر با ضریب تأثیر (۰/۵۷۷)، ۳) توسعه زیرساخت‌های گردشگری با ضریب تأثیر (۰/۴۹۷) و ۴) عامل توسعه شهری با ضریب تأثیر (۰/۴۷۳) بیشترین اثرات را بر افزایش جذابیت مکان‌ها با توجه به توسعه گردشگری در شهر تهران داشته‌اند. مقایسه نتایج این پژوهش با مطالعات قبلی نشان می‌دهد که نتایج این تحقیق در زمینه نقش فرصت‌هایی تجاری نوآورانه در افزایش جذابیت مقاصد گردشگری با نتایج مطالعه اولیمجون (۲۰۲۰)؛ در زمینه دارایی‌های طبیعی/ فرهنگی و تاریخی با نتایج مطالعه سانچز و همکاران (۲۰۲۱)؛ در زمینه نقش توسعه زیرساخت‌های گردشگری در افزای جذابت مقاصد با نتایج مطالعه مور و همکاران (۲۰۲۱) و رایمکلاف و همکاران (۲۰۲۱) همسو بوده و نتایج این مطالعات را تایید می‌کند. حال اینکه در زمینه نقش عامل توسعه شهری در افزایش جذابیت مقاصد شهری با تحقیق خاصی همسو نبوده است.

در رابطه با یافته‌های این پژوهش، برای افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری نکات زیر پیشنهاد می‌شود:

الف) اولین پیشنهاد در زمینه افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری شناسایی عامل و شاخص‌های مؤثر بر جذابیت مکان‌ها و جاذبه‌ها باتوجه به مقاصد شهری است که با توجه به‌عنوان مؤثر بر افزایش جذابیت هر مکان استراتژی و راهکار مشخصی برای توسعه مکان‌ها و جاذبه‌ها در نظر گرفت؛

ب) با توجه به اینکه در شهر تهران، فعالیت‌های تجاری نوآورانه در مقیاس کوچک/متوسط مرتبط با گردشگری موردتوجه قرار نگرفته است، پیشنهاد می‌شود که با توسعه کالاهای خاص و خدمات تخصصی و اقامت و ایجاد بازارهای مسافرتی و نوظهور (ماجراجویی، سلامت/تندرستی، خلاقیت و ورزش) در شهر تهران و مناطق همجور و همچنین ایجاد بنگاه‌های کوچک/متوسط گردشگری برای پاسخگویی به نیازهای خاص مسافران در مناطق شهری به توسعه گردشگری و افزایش جذابیت مکان‌ها و مقاصد گردشگری از این نظر کمک نمود؛

ج) حفظ/ توسعه و نگهداری زیرساخت از عوامل مهم و تأثیرگذار بر افزایش جذابیت مکان‌ها و مقاصد گردشگری در شهر تهران شناسایی شد، توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، توسعه تجهیزات برای پذیرش و جذب بازدیدکنندگان (اقامتی/ پذیرایی) و ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاه‌ها برای پذیرش و جذب بازدیدکنندگان می‌تواند ضعف ناشی از این عامل را جبران کند و به تبع به افزایش جذابیت بیشتر مکان‌ها کمک کند؛ همچنین بر اساس نتایج این مطالعه، سازمان‌های مرتبط با توسعه گردشگری شهری و روستایی لازم است برای افزایش اثربخشی سیاست‌های توسعه گردشگری به این شاخص‌ها و استراتژی‌های بیان شده در این مطالعه توجه کنند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

نویسنده اول: مسئولیت اصلی طراحی و توسعه روش‌شناسی تحقیق را بر عهده داشته است. این نویسنده بر جمع‌آوری داده‌ها و انجام تحلیل‌های آماری نظارت کرده و نقش کلیدی در نگارش اولیه مقاله ایفا کرده است.

نویسنده دوم: این نویسنده بر جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها تمرکز داشته و در اصلاح و بهبود نسخه‌های اولیه مقاله نقش داشته است. همچنین، در جستجوی منابع و مرور ادبیات مرتبط با موضوع، همکاری کرده است.

نویسنده سوم: این نویسنده نقش ویرایشگر و بازبینی نهایی مقاله را بر عهده داشته است. همچنین، هماهنگی بین نویسندگان دیگر و تأیید نهایی مقاله برای انتشار توسط این نویسنده انجام شده است.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

تقدیر و سپاس‌گزاری

در پایان از تمام کارشناسانی که به‌عنوان فعالان حوزه گردشگری، راهنمای تور و یا آژانس‌ها و بنگاه‌های گردشگری فعالیت دارشته‌اند و به‌عنوان نمونه‌های موردبررسی انتخاب شده‌اند، عزیز که با صبر و شکیبایی مثال‌زدنی به سوالات پاسخ داده و کمال همکاری را با نویسندگان داشته‌اند، تشکر و قدردانی می‌شود. همچنین از داوران و ارزیابان محترم که زحمت داوری این مقاله را بر عهده داشته و نظرات به جایی در خصوص ارزیابی و غنای این پژوهش داشته‌اند تقدیر و تشکر می‌نماییم. این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

حسینی، سید صادق. (۱۳۹۳). ارزیابی وضعیت آموزش راهنمایان گردشگری در ایران با رویکرد ارایه الگوی آموزشی در سطح دانشگاهی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۸): ۱۱۵-۱۴۴.

رادینگ، آلن، (۱۳۸۳)، مدیریت دانش، ترجمه محمد حسین لطیفی. تهران: انتشارات سمت.

رنجبر، زینت، شکری فیروزجاه، پری و جانباز قبادی، غلامرضا. (۱۴۰۰). سنجش میزان تاب‌آوری شهرهای ساحلی با تأکید بر نقش گردشگری نمونه موردی: شهرهای ساحلی غرب استان مازندران. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۱ (۶۲): ۳۸۳-۴۱۲.

رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد، (۱۳۷۹)، برنامه ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه ای، دانشگاه صنعتی اصفهان.

طولابی‌نژاد، مهرشاد، پودینه، محمدرضا و طولابی‌نژاد، میثم، (۱۳۹۹)، گردشگری روستایی: مدیریت و بازاریابی، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.

منظم اسماعیل‌پور، علی. (۱۴۰۰). تأثیر گردشگری بر کیفیت زندگی روستاهای سواحل دریای عمان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. ۲۱ (۶۳): ۳۸۱- ۴۰۱.

Bakari, S. J. (2021). Challenges Facing Domestic Tourism Promotion-A case of Serengeti National Park-Tanzania. J Tourism Hospit. 3(3): 1- 16.

Dileep, M., (2019): Tourism, Transport and Travel Management, New York, Routledge.

Gómez, R. A. V., García, M. O., & Mejía, D. A. O. (2021). Tourism travel patterns and Mexican millennial women: a comparative study of their conditions and meanings. International Journal of Tourism Anthropology, 8(2), 107-128.

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]

Jacobsen, J. K. S., Iversen, N. M., & Hem, L. E. (2019). Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness. Annals of Tourism Research, 76, 53-66.

Jensen, S. (2018), Is Growing Urban-Based Ecotourism Good News for the Rural Poor and Biodiversity Conservation. A Case Study of Mikumi, Tanzania, The Environmental Crunch in Africa, 4 (3): 113-135.

Lee, C. K. Kang, S. K. Long, P. and Reisinger, Y. (2010), Residents' perceptions of casino impacts: a comparative study, Tourism Management, 31 (2): 189- 201.

Leiper, N. (1990), Tourism Systems: An Interdisciplinary Perspective. Massey University, Palmerston North, New Zealand.

Liang, T. C. Peng, S. H. (2017), Using Analytic Hierarchy Process to Examine the Success Factors of Autonomous Landscape Development in Rural Communities, Sustainability, 9 (5): 1- 17.

Lundgren, J. (1982), The tourist frontier of Nouveau Quebec: Functions and regional linkages. Tourist Review, 37 (10): 10- 16.

Mor, M., Fisher-Gewirtzman, D., Yosifof, R., & Dalyot, S. (2021). 3D Visibility Analysis for Evaluating the Attractiveness of Tourism Routes Computed from Social Media Photos. ISPRS International Journal of Geo-Information, 10(5), 1- 20.

Olubiyo, S. O., Obayelu, A. E. and Oriade, A. (2015), Unintended benefits of millennium development goals to a culturally embedded rural economy. European Scientific Journal, 11(13): 311- 320.

Oriade, A. and Robinson, P. (2017), Rural Tourism and Enterprise: Management, Marketing and Sustainability, London, UK. Printed and bound in the UK by CPI Group (UK) Ltd,

Pinos Navarrete, A., & Shaw, G. (2021). Spa tourism opportunities as strategic sector in aiding recovery from Covid-19: The Spanish model. Tourism and Hospitality Research, 21(2), 245-250.

Shidende, D., Kaijage, S., and Möbs, S., (2019). Towards Enhancing Tour Guide professionalism in Tanzania through a Tour Guide Portal, African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 8 (4):1-25.

Smaranda, C. Dragos, P. Marius, B. Fleseriua, C. (2014), Innovation-a useful tool in the rural tourism in Romania, Procedia - Social and Behavioral Sciences,148: 507-515.

Tussyadiah, I. P., Wang, D., Jung, T.H., and Dieck, M. C. (2018), Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. Tourism Management, 66: 140-154.

Winchell, D. G., and Koster. R. L. (2010), Introduction. The dynamics of rural change: A multinational approach. InD.G.Winchell, D. Ramsey, R. Koster, and G. M. Robinson (Eds.), Geographical perspectives on sustainable rural change (pp. 1–23).Brandon, Manitoba: Rural Development Institute.

Zwiers, S. Markantoni, M. and Strijker, D. (2016), The role of change- and stability-oriented place attachment in rural community resilience: a case study in south-west Scotland, Community Development Journal, 51 (4): 2- 20.

[Downloaded from ndea10.khu.ac.ir on 2026-11-08]

[DOI: 10.61186/jgs.25.77.10]