ASPI | Afarand Scholarly Publishing Institute; Turkey
ISSN: 2538-4384; Geographical Researches. 2024;39(4):471-479. 10.58209/geores.39.4.471

Explanation of the Sociability Urban Tourism Model with an Islamic Realism Approach in Tabriz

ARTICLE INFO

Article Type
Original Research

Authors
Rezaei M.[1] *MA*
Balali Oskuei A.[2]* *PhD*
Keynejad M.A.[2] *PhD*

How to cite this article
Rezaei M, Balali Oskuei A, Keynejad MA. Explanation of the Sociability Urban Tourism Model with an Islamic Realism Approach in Tabriz. Geographical Researches. 2024;39(4):471-479.

[1]Department of Urbanism, Faculty of Architecture and Urbanism, Tabriz University of Islamic Arts, Tabriz, Iran
[2]Department of Architecture, Faculty of Architecture and Urbanism, Tabriz University of Islamic Arts, Tabriz, Iran

***Correspondence**
Address: Faculty of Architecture & Urbanism, Tabriz University of Islamic Arts, New Arg Street, Tabriz, Iran. Postal Code: 5137753497
Phone: +98 (41) 35539207
Fax: +98 (41) 35539200
a.oskoyi@tabriziau.ac.ir

Article History
Received: January 12, 2025
Accepted: February 28, 2025
ePublished: March 2, 2025

ABSTRACT

Aims This study aims to examine the impact of urban tourism, public appeal, and realism on tourists' willingness to choose Tabriz as a travel destination.

Methodology This applied research utilized a Likert-scale questionnaire and a random sampling method to collect data from tourists at entry and exit points of Tabriz, including airports and passenger terminals. A systematic literature review was conducted using the Sandelowski and Barroso method to identify relevant indicators. Frequently mentioned indicators were then assessed through a survey, and the data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM).

Findings Since the T-statistic is greater than 1.96, independent variables have a significant effect on the dependent variable tourists' willingness to visit Tabriz at a confidence level above 95%. The p-value being less than 0.05 confirms the significant relationship between variables. Urban tourism has the highest impact (0.771) on tourists' willingness, followed by public appeal (0.608) and realism (0.576). Moreover, urban tourism directly influences public appeal, while public appeal and Islamic realism significantly affect tourists' interest in the destination. Additionally, public appeal and realism exhibit a direct correlation (0.595), implying that satisfaction with social and cultural interactions enhances the motivation for revisits or recommendations. Public appeal also affects tourists' overall experience and, ultimately, their perception of realism (0.386). The high correlation values, all close to +1, confirm strong relationships between the variables.

Conclusion The findings suggest that factors such as the attractiveness of tourism activities, service quality, travel costs, historical sites, ethical considerations, and respect for tourists' rights have the most substantial impact on tourists' willingness to choose Tabriz as a destination.

Keywords Urban Tourism; Sociability; Satisfaction; Islamic Realism; Tabriz

CITATION LINKS

[Aman *et al.*, 2019] The influence of Islamic religiosity on the ...; [Azam *et al.*, 2018] Effect of tourism on ...; [Babazadeh Asbagh, 2019] A short glimpse to the urban development ...; [Baharlooie & Raei Dehghi, 2015] Fixed and changing criteria and instances ...; [Balali Oskuei *et al.*, 2010] Hypothetical plan of ...; [Baloch *et al.*, 2023] Impact of tourism development ...; [Barclay *et al.*, 1995] The partial least squares (PLS) approach ...; [Battour *et al.*, 2011] The impact of destination attributes ...; [Chantarungsri *et al.*, 2024] Mapping the landscape of halal ...; [Cheer *et al.*, 2019] Tourism and community resilience in the ...; [Cole, 2006] Information and empowerment ...; [Cui *et al.*, 2016] An overview of tourism ...; [Dias *et al.*, 2024] Barriers and policies affecting the ...; [Din Wani *et al.*, 2024] Investigating the impact of community-based ...; [Faganel *et al.*, 2023] Heritage tourism, retail revival and city center ...; [Garg, 2015] Travel risks vs tourist decision ...; [Gossling & Hall, 2020] Tourism and global environmental ...; [Habibi, 2002] Urban space: A theoretical ...; [Hall & Page, 2014] The geography of tourism and ...; [Hernández *et al.*, 2017] Cultural heritage and urban tourism ...; [Huseynli, 2022] Sustainable tourism and its ...; [Jamal & Camargo, 2013] Sustainable tourism, justice and an ethic ...; [Kelloway, 1998] Using LISREL for structural equation ...; [Kim *et al.*, 2021] The impact of residents' participation on ...; [Lotfi *et al.*, 2014] Studying social security of tourism by presenting ...; [Mahendra, 2024] The impact of tourism on the preservation ...; [Motahari, 2002] Islam and the requirements of the ...; [Munawaroh *et al.*, 2015] What do we know about customer ...; [Niazi *et al.*, 2022] Role of tourism in growth and urban economic ...; [Nurfitriya & Iskandar, 2020] The effect of urban tourism...; [Piuchan *et al.*, 2018] Economic and socio-cultural impacts ...; [Rabieifar, 2020] Explanation of urban planning strategies ...; [Rahimi Khouzouqi & Sepehri, 2018] Allameh Tabatabai ...; [Richards, 2011] Cultural tourism ...; [Sánchez *et al.*, 2019] Relevance of social, economic, and ...; [Scheyvens, 2002] Backpacker tourism and third ...; [Sousa, 2018] The problems of tourist sustainability ...; [Tabatabai, 1971] AL-MIZAN FI TAFSIR ...; [Tabatabai, 1972a] AL-MIZAN FI TAFSIR ...; [Tabatabai, 1972b] AL-MIZAN FI TAFSIR ...; [Tabatabai, 1999] AL-MIZAN FI TAFSIR ...; [Tabatabai, 2008] Islamic ...; [United Nations World Tourism Organization, 2021] unwto.org ...;

Copyright© 2024, the Authors | Publishing Rights, ASPI. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

تبیین مدل گردشگری شهری مردم‌پسند با رویکرد واقع‌گرایی اسلامی در تبریز

مژگان رضائی MA
گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران
آزیتا بلالی اسکویی* PhD
گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران
محمدعلی کی‌نژاد PhD
گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران

چکیده

اهداف: این پژوهش با هدف بررسی تاثیر گردشگری شهری، مردم‌پسندی و واقع‌گرایی، بر تمایل گردشگران به انتخاب تبریز به عنوان مقصد سفر صورت پذیرفت.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و داده‌ها با توزیع تصادفی پرسش‌نامه بین گردشگران در مبادی ورودی و خروجی تبریز، از قبیل فرودگاه و پایانه‌های مسافربری در سال ۱۴۰۳ گردآوری شد. برای شناسایی شاخص‌های مرتبط، مرور نظام‌مند ادبیات پژوهش با روش سندلوسکی و بارسو انجام شد. سپس شاخص‌های پرتکرار از طریق نظرسنجی بررسی و داده‌ها با مدل معادلات ساختاری تحلیل شدند.

یافته‌ها: با توجه به اینکه آمار T بالاتر از ۱/۹۶ بود متغیرهای مستقل تاثیر معناداری بالای ۹۵٪ بر متغیر وابسته یعنی تمایل به گردشگری در تبریز داشتند و p-value کمتر ۰/۰۵، رابطه معنادار بین متغیرها را نشان می‌داد. گردشگری شهری با ضریب تاثیر ۰/۷۷۱ بیشترین نقش را در شکل‌گیری تمایل گردشگران داشت، و پس از آن، مردم‌پسندی (۰/۶۰۸) و واقع‌گرایی (۰/۵۷۶) تاثیرگذار بودند. همچنین، گردشگری شهری تاثیر مستقیمی بر مردم‌پسندی داشت، در حالی که مردم‌پسندی و واقع‌گرایی اسلامی به طور معناداری بر علاقه گردشگران به مقصد اثر داشتند. علاوه بر این، مردم‌پسندی و واقع‌گرایی ارتباط مستقیمی (۰/۵۹۵) داشتند، به این معنا که رضایت از تعاملات اجتماعی و فرهنگی، انگیزه بازدید مجدد یا توصیه مقصد را افزایش می‌داد. مردم‌پسندی همچنین بر تجربه کلی گردشگران و در نهایت بر واقع‌گرایی آنان اثرگذار بود (۰/۳۸۶). همبستگی متغیرهای ذکرشده با توجه به اینکه همگی نزدیک به ۱+ بودند ارتباط قوی را تایید می‌کردند.

نتیجه‌گیری: عواملی مانند جذابیت فعالیت‌های گردشگری، کیفیت خدمات، هزینه‌های سفر، بناها و آثار تاریخی، رعایت اصول اخلاقی و احترام به حقوق دیگران بیشترین تاثیر را بر تمایل گردشگران به انتخاب تبریز دارند.

کلیدواژگان: گردشگری شهری، مردم‌پسندی، رضایتمندی، واقع‌گرایی اسلامی، تبریز

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۳
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۰

*نویسنده مسئول: a.oskoyi@tabriziau.ac.ir

مقدمه

براساس پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری، صنعت گردشگری تا سال ۲۰۳۰ به یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین صنایع جهانی تبدیل خواهد شد [UNWTO, 2021]. گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی مشخصی شکل می‌گیرد که یکی از مهم‌ترین آنها گردشگری شهری است. سه رویکرد اصلی در زمینه سیاست‌گذاری و حکمرانی گردشگری شهری وجود دارد: الف) نظام سرمایه‌داری، که در آن سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و تمرکز بر سودآوری نقش محوری دارند و دولت در نقش ناظر ظاهر می‌شود [Hall & Page, 2014]؛ ب) نظام سوسیالیستی، که در آن دولت نقش فعال‌تری در تضمین دسترسی عادلانه به مزایای گردشگری دارد [Scheyvens, 2002]؛ و ج) محیط‌گرایی، که بر حفظ محیط زیست و توسعه پایدار گردشگری تاکید دارد [Baloch *et al.*, 2023]. عوامل اجتماعی گردشگری شهری شامل تقویت هویت فرهنگی محلی [Mahendra, 2024]، مشارکت اجتماعی [Kim *et al.*, 2021]، عدالت اجتماعی [Cole, 2006]، تغییرات اجتماعی [Mahendra, 2024] و امنیت اجتماعی [Lotfi *et al.*, 2014] است. از سوی دیگر، ویژگی‌های فیزیکی و محیطی گردشگری شهری شامل فضاهای عمومی مانند پارک‌ها، میادین، حمل و نقل، فضاهای تفریحی و فرهنگی، نمایشگاه‌ها [Gossling & Hall, 2020] و همچنین فضاهای طبیعی، مناظر شهری و شرایط اقلیمی [Richards, 2011] است. در واقع می‌توان گفت، اینجا هم دسته‌بندی ابعاد مکان دکتر حبیبی شامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، محیط زیستی و کالبدی صادق است [Habibi, 2002]. یکی از موضوعات اساسی در حوزه گردشگری مفهوم "مردم‌پسندی" است که به میزان تطابق گردشگری با نیازها و انتظارات گردشگران و ساکنان محلی اشاره دارد. این مفهوم به ایجاد تعادل میان منافع اقتصادی و تاثیرات اجتماعی، فرهنگی و محیطی گردشگری کمک می‌کند [Huseynli, 2022; Cheer *et al.*, 2019]. بسیاری از مطالعات در این حوزه به توسعه مدل‌های آماری پرداخته‌اند که متغیرهایی مانند کیفیت خدمات، مشارکت مشتریان، بازاریابی تجربی و نیات رفتاری را تحلیل می‌کنند [Munawaroh *et al.*, 2024]. مکتب واقع‌گرایی اسلامی که توسط علامه طباطبایی در فلسفه مطرح شده بر سه بُعد اصلی هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و معرفت‌شناسی استوار است. از دیدگاه هستی‌شناسی، گردشگری شهری را می‌توان به عنوان پدیده‌ای با اصول ثابت یا وابسته به شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تحلیل کرد [Tabatabai, 2018]. برخی معتقدند مکان‌ها موجودیت‌های عینی از پیش تعیین‌شده هستند، در حالی که دیگران آنها را نتیجه تجربیات فردی می‌دانند [Rabieifar, 2020]. انسان‌شناسی واقع‌گرایانه اسلامی به ماهیت اجتماعی و خدامحور انسان توجه دارد و نیازهای مادی و معنوی او را همزمان در نظر می‌گیرد. علامه طباطبایی برای شناخت انسان ابعاد جسمانی، عاطفی، عقلانی، اخلاقی، اجتماعی و دینی را مد نظر دارد [Rahimi Khouzouqi & Sepehri, 2018; Tabatabai, 2018] . از این رو، شناخت این ابعاد در تحلیل ویژگی‌های جامعه میزبان و گردشگران ضروری است. در معرفت‌شناسی واقع‌گرایی اسلامی، بر مفهوم ادراک اعتباری تاکید می‌شود. مفاهیم اعتباری براساس نیازهای انسان و ارتباط او با محیط شکل می‌گیرند [Rabieifar, 2020]. علامه طباطبایی در کتاب تعالیم اسلام اشاره می‌کند که اسلام به عنوان جامع‌ترین دین

الهی، تمامی نیازهای جسمی و معنوی انسان را در نظر گرفته و احکام آن در دو دسته قوانین ثابت و متغیر بررسی می‌شود [Tabatabai, 2008]. قوانین ثابت شامل اصول تغییرناپذیر شرعی است، در حالی که قوانین متغیر براساس مقتضیات زمان و مصالح اجتماعی قابل تغییر هستند [Baharlooie & Raei Dehghi, 2015]. شهید مطهری [Motahari, 2002] قوانین اسلامی را چهار دسته می‌داند: ۱) رابطه انسان با خدا (نماز، روزه، حج، جهاد و خمس) [Tabatabai, 1972a]؛ ۲) رابطه انسان با خود (اخلاقیات، تقوا، حلال و حرام) [Tabatabai, 1999]؛ ۳) رابطه انسان با دیگران (حقوق همسایگی، مالکیت، قاعده لاضرر) [Tabatabai, 1972b]؛ و ۴) رابطه انسان با طبیعت (حفظ منابع، جلوگیری از اسراف) [Tabatabai, 1971].

گردشگری شهری مردم‌پسند، علاوه بر تامین نیازهای اقتصادی، به ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، و اخلاقی جامعه نیز توجه دارد. این در حالی است که واقع‌گرایی اسلامی نیز تلاش می‌کند نیازهای مادی و معنوی انسان را در کنار هم در نظر بگیرد. بنابراین، این دو مفهوم در راستای یکدیگر عمل می‌کنند و ترکیب آنها می‌تواند به توسعه گردشگری شهری پایدار و مردم‌پسند در جوامع منجر شود. از طرف دیگر، مردم‌پسندی در گردشگری شهری می‌تواند موجب شود که گردشگری به جای آنکه صرفاً یک پدیده اقتصادی باشد، به عاملی برای ارتقای کیفیت زندگی جامعه میزبان، حفظ محیط زیست، و ایجاد تعاملات مثبت اجتماعی تبدیل شود. بنابراین، واقع‌گرایی اسلامی به عنوان یک چارچوب فلسفی و معرفتی، می‌تواند معیارهای اخلاقی و اجتماعی را در توسعه گردشگری مردم‌پسند تقویت کند.

گردشگری شهری با رویکرد واقع‌گرایی اسلامی، به نفع پایداری و رونق اقتصادی به پیش می‌رود. به‌ویژه اینکه برخی از دل‌مشغولی‌های آن، از جمله بهره‌برداری لطیف و متشرعانه از محیط طبیعی و مصنوع و قرارگاه‌های رفتاری از مفاهیم و موضوعات توسعه پایدار است که بیشتر از نیم قرن در جامعه جهانی جای پا پیدا کرده است. رویکرد نظری واقع‌گرایی اسلامی در کنار گردشگری شهری و مردم‌پسندی با تاکید بر ابعاد هستی‌شناسانه، انسان‌شناسانه و معرفت‌شناسانه در مطالعات پیشین به آن توجهی نشده بود. تلفیق ابعاد توسعه و ارزش‌ها و قوانین دینی در موضوع گردشگری کمتر به آن پرداخته شده است از این جهت که بسیاری از مطالعات گذشته تمرکز خود را بر صرف توسعه گردشگری معطوف نموده‌اند. پایداری اجتماعی یکی دیگر از مباحث مهم و حایز اهمیت در گردشگری است که در این مطالعه با سنجش میزان رضایتمندی و تمایل جامعه هدف به این مهم پرداخته شد. افزون بر این، تحلیل چندبُعدی ارایه‌شده در این پژوهش، مرزهای مطالعات پیشین را گسترش داده و زمینه‌ای جدید برای تحقیقات آتی در حوزه گردشگری شهری فراهم می‌آورد. هدف این مطالعه بررسی تاثیر گردشگری شهری، مردم‌پسندی و واقع‌گرایی بر تمایل گردشگران به انتخاب تبریز به عنوان مقصد سفر بوده است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده چون هدف اصلی آن پاسخ‌گویی به دغدغه‌ها و مشکلات خاص و ملموس بود. موقعیت جغرافیایی، استقرار شهر تبریز در محل تقاطع دره‌ها و شیب‌های ملایم به همراه عوامل اقتصادی و انسانی و به‌ویژه مرزهای سیاسی و فرهنگی، طرق ارتباط داخلی و راه‌های ترانزیتی به کشورهای هم‌جوار (آذربایجان، ارمنستان، ترکیه و عراق) باعث ایجاد یک موقعیت ممتاز و استراتژیک برای این شهر شده است. شهر تبریز از دیرباز یکی از مراکز مهم اقتصادی و تجارتی کشور بوده و هست و در مسیر جاده ابریشم و خط ارتباطی آسیا و اروپا واقع شده است [Babazadeh Asbagh, 2019]. از طرفی قرارگرفتن شهر تبریز در مسیر یادشده باعث گردیده که این شهر دارای تجارت بسیار قوی و بازارهای پررونقی باشد که همیشه در طول تاریخ و در سفرنامه‌های سیاحان مختلف و معتبر دنیا از بازار تبریز و وفور کالا در آن سخن به میان آمده است. عوامل طبیعی و جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی، کالبدی و محیطی و همچنین سیاسی و مدیریتی نقشی اساسی در عرصه گردشگری این شهر ایفا می‌کنند.

برای اجماع نظر در خصوص شاخص‌ها، دو مطالعه در بازه زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ در حوزه مردم‌پسندی [Munawaroh *et al.*, 2024] و گردشگری اسلامی [Chantarungsri *et al.*, 2024] با استفاده از داده‌های اسکوپوس و ابزار VOS Viewer انجام شد. این فراتحلیل منجر به شناسایی ۴۹ شاخص اولیه شد. سپس، با استفاده از روش سندلوسکی و بارسو و جداول CASP و با توجه به اهداف پژوهش، شاخص‌های مهم در زمینه گردشگری و مردم‌پسندی در محیط شهری بررسی شدند. پس از تعیین فراوانی، پرسش‌نامه‌ای ۳۶ سوالی با طیف لیکرت ۵گزینه‌ای طراحی و در مبادی ورودی و خروجی شهر تبریز، از جمله فرودگاه و ترمینال اتوبوس، در آخرین روزهای پاییز توزیع شد. معیار اصلی برای انتخاب نمونه، گردشگرانی بودند که در بازه زمانی مشخصی از شهر تبریز بازدید کرده و تجربه‌ای از گردشگری شهری در این مقصد داشته‌اند. به منظور افزایش تعمیم‌پذیری یافته‌ها، هیچ یک از گردشگران براساس تجربه‌های خاص (مثلاً سفرهای کاری، زیارتی یا درمانی) حذف نشدند، مگر آنکه این تجربه‌ها به طور مستقیم با اهداف مطالعه همخوانی نداشتند. همچنین، مواردی که پاسخ‌های ناقص یا بی‌اعتبار (مانند پاسخ‌های متناقض یا تکراری) داشتند، از تحلیل نهایی حذف شدند. برای ارزیابی و برازش ارتباطات گردشگری، واقع‌گرایی و مردم‌پسندی با تمایل به گردشگری در تبریز، از روش معادلات ساختاری استفاده شد.

یکی از قواعد معتبر برای تعیین حداقل نمونه لازم در روش PLS توسط *بارکلای* و همکاران [Barclay *et al.*, 1995] مطرح شده است. طبق نظر این محققان، حداقل حجم نمونه برای استفاده از روش PLS برابر است با بزرگ‌ترین مقدار حاصل از دو قاعده: الف) ۱۰ برابر تعداد شاخص‌های سازه‌ای که بیشترین شاخص را دارد، و ب) ۱۰ برابر تعداد بیشترین روابط موجود در مدل اصلی که به یک

متغیر مرتبط است. بر این اساس، حجم نمونه ۱۰۰ نفر در نظر گرفته شد. برای کنترل سوگیری از روش تصادفی‌سازی ترتیب سوالات استفاده گردید. برای سنجش پایایی از پایایی ترکیبی (CR) در کنار آلفای کرونباخ استفاده شد که معیار دقیق‌تری بوده و وزن‌های عاملی را در محاسبات خود در نظر می‌گیرد. برای سنجش روایی همگرا از AVE و روایی واگرا از Fornell-Larcker استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ بهره گرفته شد.

جدول ۱) نتایج مرور سیستماتیک منابع و دسته‌بندی ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌ها

مفاهیم کلیدی	بُعد	مولفه	شاخص
گردشگری	اجتماعی-فرهنگی	مشارکت، جهان‌وطنی، خودبیانگری	تعداد و کیفیت برنامه‌ها و فستیوال‌های فرهنگی ملّی و بین‌المللی
			میزان تبادل فرهنگی و پذیرش تفاوت‌های فرهنگی میزبان
			تنوع رسانه‌های اجتماعی
	اقتصادی	ایجاد اشتغال، قدرت خرید، اعتمادسازی	حمایت از کسب‌وکارها و فرصت‌های شغلی جدید
			میزان هزینه سفر
			شفافیت در قیمت‌گذاری
	سیاسی-مدیریتی	امنیت، قوانین، مشارکت، روابط بین‌المللی	ثبات سیاسی و اجتماعی
			قوانین مربوط به محیط کارکنان و مسایل فرهنگی
			مشارکت بخش خصوصی و دولتی
	محیطی (طبیعی و مصنوع)	زیرساخت، جاذبه‌های تاریخی، کاربری‌ها و خدمات جاذب	زیرساخت‌های گردشگری شامل هتل، رستوران، فرودگاه، راه و دیگر امکانات فیزیکی برای رفاه
			کاربری‌ها و سازه‌های تاریخی جاذب گردشگر
		تنوع محیط زیست طبیعی، آب و هوا	تنوع محیط زیست طبیعی شامل، کوه، جنگل و غیره
			شرایط مناسب و متنوع آب و هوایی مقصد
مردم‌پسندی	تجربه محصولات و خدمات گردشگران	دسترس‌پذیری، نوآوری، توجه به نیاز خاص	امکانات حمل و نقلی
			بسته‌های خاص و نوآورانه برای گردشگران
			همه‌شمولی خدمات برای اقشار مختلف با انواع توان، نژاد و جنس و مذاهب
	تجربه جاذبه‌های توریستی و فراغتی	منحصر به فردبودن، تجربه طبیعی، اجتماعی	جاذبه‌های توریستی منحصر به فرد با امکان مشاهده و اقامت
			آموزش و آگاهی بخشی
	مشارکت با مردم	مهمان‌نوازی، تعامل	صمیمیت و گرمی برخورد کارکنان و محیط میزبان
			توجه به نیازهای خاص گردشگران (رژیم خاص، امکانات و خدمات ویژه)
			پاسخ‌گویی به سوالات گردشگران
			فرآیند بازخورد و ارزیابی تجربیات
	امنیت و ایمنی	حمایت‌های قانونی، حفاظت در برابر حوادث، امنیت داده‌های شخصی، احترام به همه نژادها	سیستم‌های حمل و نقلی ایمن
			در دسترس‌بودن افراد آگاه و آموزش‌دیده
			آزادی در فعالیت‌های متنوع برای اقشار مختلف
			شفافیت در استفاده از داده‌های گردشگران و حفظ حریم خصوصی آنان
	ارزش سفر	سودمندی و کیفیت خدمات، پاسخ‌گویی	کیفیت خدمات ارایه‌شده در رستوران‌ها و فروشگاه‌ها و هتل‌ها و غیره
			معرفی جاذبه‌ها و امکانات
	وفاداری	رضایت، بازدید مجدد، توصیه به دیگران، برند مقصد	رضایت از خدمات، جاذبه‌ها و مردم میزبان
			تمایل به بازگشت به مقصد
			میزان تمایل به توصیه مقصد به دیگران
			میزان آگاهی گردشگران از مقصد و برند آن
واقع‌گرایی	قوانین اخلاقی	رابطه انسان با خود	تقوی، پرهیز از رذایل اخلاقی، رعایت حلال و حرام، حیا و تواضع
	قوانین اجتماعی	رابطه انسان با انسان	رعایت حقوق انسان‌ها بر یکدیگر، عدالت، مصلحت اجتماع، حق مالکیت
	قوانین عبادی	رابطه انسان با خدا	قانون‌های عبادی و نیایشی مانند نماز، روزه، زکات و غیره
	قوانین محیط زیستی	رابطه انسان با طبیعت	حفظ و نگهداری، بهره‌برداری درست، پرهیز از آلودن و اسراف منابع

یافته‌ها

براساس نتایج مرور سیستماتیک و فراتحلیل شاخص‌ها دسته‌بندی شدند (جدول ۱).

نتایج حاصل از مدل‌سازی در نرم‌افزار Smart PLS نیز به تفکیک مراحل به صورت ذیل به‌دست آمد.

ارزیابی و برازش مدل گردشگری شهری مردم‌پسند با رویکرد واقع‌گرایی اسلامی

بررسی پایایی شاخص‌ها: این بررسی از طریق ضرایب بار عاملی، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی صورت گرفت:

با بررسی ضرایب بارهای عاملی، چند شاخص مربوط به مولفه‌های

گردشگری شهری، واقع‌گرایی اسلامی و مردم‌پسندی که کمتر از ۰/۳ بودند، حذف و مجدداً الگوریتم انجام شد. شاخص‌های حذف‌شده در بخش گردشگری شامل تعداد و کیفیت برنامه‌ها و فستیوال‌های فرهنگی ملّی و بین‌المللی، تنوع رسانه‌های اجتماعی، حمایت از کسب‌وکارها و فرصت‌های شغلی جدید، شفافیت در قیمت‌گذاری، مشارکت بخش خصوصی و دولتی، امکانات حمل و نقلی، هم‌شمولی خدمات برای اقشار مختلف بودند. شاخص‌های حذف‌شده در بخش مردم‌پسندی شامل آموزش و آگاهی‌بخشی، توجه به نیازهای خاص گردشگران، پاسخ‌گویی به سوالات گردشگران، فرآیند بازخورد و ارزیابی تجربیات، سیستم‌های حمل و نقلی ایمن، آزادی در فعالیت‌های متنوع برای اقشار مختلف، شفافیت در استفاده از داده‌های گردشگران و حفظ حریم خصوصی آنان، رضایت از خدمات، جاذبه‌ها و مردم میزبان، میزان آگاهی گردشگران از مقصد و برند آن بودند. در بخش واقع‌گرایی حفظ و نگهداری و پرهیز از اسراف منابع حذف شد. در نهایت مقدار پایایی مرکب تمام مولفه‌ها بیشتر از ۰/۶ به‌دست آمد (جدول ۲). بار عاملی پایین برخی از شاخص‌ها و حذف آنها به دلیل کمبود همبستگی با متغیرهای مدل، تاثیرات کنترل‌نشده عوامل مداخله‌گر بیرونی نظیر شرایط اقتصادی و سیاسی، پوشش محدود جغرافیایی و جمعیتی است.

بررسی روایی شاخص‌ها: روایی شاخص‌ها نیز از طریق محاسبه روایی همگرا (معیار AVE) و واگرا (معیار فورنل-لانکر) بررسی شد. مقدار AVE تمامی مولفه‌ها بالای ۰/۵ به‌دست آمد که روایی همگرای قابل قبول را نشان داد (جدول ۲). همچنین مقادیر قطر اصلی از سایر مولفه‌های مدل بیشتر بود که روایی واگرا را تایید نمود (جدول ۳).

جدول ۲) آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و ترکیبی و روایی همگرای مولفه‌ها

مولفه‌ها	آلفای کرونباخ	ضریب rho-A	پایایی (CR)	ترکیبی روایی (AVE)	همگرا
گردشگری شهری	۰/۷٤۸	۰/۷۸٦	۰/۸۲۰	۰/۵۱۲	
تمایل به گردشگری در تبریز	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	
مردم‌پسندی	۰/۵۷۳	۰/۷۷۷	۰/۷٤٦	۰/۵۲۳	
واقع‌گرایی	۰/۵٤۳	۰/۵۳۵	۰/٦۸٦	۰/٦۸٦	

جدول ۳) روایی واگرا با معیار فورنل-لانک

مولفه‌ها	٤	۳	۲	۱
۱- گردشگری شهری	۰/۳۸٦	۰/٦۷۱	۰/۷۱۰	۰/٦۱۹
۲- تمایل به گردشگری در تبریز	۰/٦۰۳	۰/٦۱۵	۱/۰۰۰	
۳- مردم‌پسندی	۰/۱۵۲	۰/٦۹۵		
٤- واقع‌گرایی	۰/٦٦۸			

در شکل ۱ هر دایره نشان‌دهنده یک متغیر پنهان و هر مستطیل نشان‌دهنده یک متغیر قابل مشاهده است. پیکان اتصال بین این دو، بار عاملی نامیده می‌شود که بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ نشان از رابطه‌های با اهمیت هستند [Kelloway, 1998]. هر چه بار عاملی شاخص بالاتر باشد، در متغیر مربوطه موثر واقع می شود (شکل ۱). برای سنجش رابطه بین متغیرها در مدل از ضرایب معناداری با استفاده از تکنیک بوت استرپ استفاده شد. اگر T بالاتر از ۱/۹۶ باشد و p-value کمتر ۰/۰۵، آن متغیر معنادار است و تاثیر آن به اثبات می‌رسد. نتایج نشان از معناداری کلیه عوامل داشت (جدول ۴).

شکل ۱) عوامل تعیین‌کننده در گردشگری شهری مردم‌پسند با رویکرد واقع‌گرایی در تبریز

جدول ۴) ضرایب معناداری در مدل گردشگری شهری مردم‌پسند با رویکرد واقع‌گرایی اسلامی

معرفی رابطه	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	p-values
گردشگری شهری -> مردم‌پسندی	۰/۷۷۱	۰/۷۸۱	۰/۰۳۳	۲۳/۵۴۲	۰/۰۰۰۱
مردم‌پسندی -> تمایل به گردشگری در تبریز	۰/۶۰۸	۰/۶۰۲	۰/۰۵۱	۱۱/۸۹۹	۰/۰۰۰۱
واقع‌گرایی -> گردشگری شهری	۰/۳۸۶	۰/۴۰۱	۰/۱۰۱	۳/۸۰۹	۰/۰۰۰۱
واقع‌گرایی -> تمایل به گردشگری در تبریز	۰/۵۷۶	۰/۵۶۶	۰/۰۴۶	۱۲/۴۷۸	۰/۰۰۰۱

بحث

با توجه به مدل پژوهش و مقادیر به‌دست‌آمده از آلفای کرونباخ (Cronbach's alpha)، پایایی مرکب و ترکیبی (Composite Reliability)، تمامی مولفه‌ها از پایایی مناسب برخوردار بودند. روایی همگرا و واگرا براساس AVE و فورنل-لانکر نیز تایید شد. در نهایت براساس نتایج حاصل از SEM ارتباط مولفه‌های مردم‌پسندی و واقع‌گرایی به طور مستقیم با تمایل گردشگری در تبریز و گردشگری شهری از طریق مردم‌پسندی و به طور غیرمستقیم با میزان تمایل گردشگری در آن برقرار است. ارتباط هر یک از ابعاد با شاخص‌ها و میزان تمایل گردشگری در تبریز به شرح زیر است:

بُعد اجتماعی فرهنگی: مدیریت هوشمند گردشگری باید به حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی محلی توجه کند و بر تعامل مثبت بین گردشگران و ساکنان تاکید داشته باشد. آموزش متقابل ساکنان و گردشگران درباره احترام به فرهنگ‌ها و آداب و رسوم محلی می‌تواند در ایجاد یک تجربه مثبت و ماندگار برای هر دو طرف موثر باشد [Hernández *et al.*, 2017]. میزان تبادل فرهنگی و پذیرش جامعه میزبان در رده ششم از شاخص‌های هشت‌گانه گردشگری شهری مدل حاصله است. بدیهی است آموزش گردشگران، طبق مطالعات موردکاوی تبریز می‌تواند از طریق آگاهی‌رسانی و معرفی فرهنگی ساکنان و انتظار ساکنان از گردشگران به‌دست بیاید.

بُعد اقتصادی: از دیدگاه اقتصادی، گردشگری شهری به عنوان یکی از منابع مهم درآمد محسوب می‌شود [Niazi *et al.*, 2022]. این صنعت می‌تواند منجر به رشد اشتغال، بهبود خدمات عمومی، و افزایش درآمدهای مالیاتی از طریق توسعه صنعت هتل‌داری، حمل و نقل، رستوران‌ها، مراکز خرید و سایر خدمات مرتبط با گردشگری شود [Nurfitriya & Iskandar, 2020]. در شهرهایی مانند تبریز که دارای جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی غنی هستند، گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در زیرساخت‌ها و پروژه‌های شهری شود. ابعاد اقتصادی گردشگری با ماخذ موردکاوی تبریز مستلزم ابعاد توسعه پایدار، شامل رونق اقتصادی، یکپارچگی زیست‌محیطی و عدالت اجتماعی است که در ادامه آن می‌توان هزینه‌های سفر را نیز که در شاخص‌های اقتصادی این پژوهش رتبه قابل توجهی دارد را پاسخ گفت.

ابعاد محیطی (محیط طبیعی و مصنوع): گردشگری شهری به دلیل افزایش تردد گردشگران می‌تواند فشار زیادی بر منابع طبیعی و محیط زیست شهری وارد کند [Azam *et al.*, 2018]. این فشارها می‌توانند شامل آلودگی هوا، ترافیک، و کاهش کیفیت آب و منابع طبیعی باشد. در عین حال، در صورتی که گردشگری شهری به طور صحیح و با در نظرگرفتن اصول پایداری محیطی مدیریت شود، می‌تواند منجر به حفاظت و احیای منابع طبیعی و فرهنگی شود [Baloch *et al.*, 2023]. استفاده از فنّاوری‌های سبز، انرژی‌های تجدیدپذیر و به‌کارگیری روش‌های مدیریت پایدار منابع می‌تواند گردشگری شهری را به مسیری سازگار با محیط زیست هدایت کند. در کنار محیط زیست طبیعی، گردشگری شهری می‌تواند تاثیرات عمده‌ای بر بناها و ساختارهای کالبدی شهرها بگذارد. پروژه‌های بازسازی و احیای بافت‌های تاریخی که تحت تاثیر گردشگری قرار می‌گیرند، می‌تواند موجب حفاظت از میراث فرهنگی و ارتقای جذابیت شهر برای گردشگران شود [Faganel *et al.*, 2023]. در شهرهای تاریخی مانند تبریز، که دارای بافت‌های قدیمی و ارزشمند فرهنگی هستند، استفاده از روش‌های مرمت و بازسازی تخصصی ضروری است تا ضمن حفظ اصالت، جذابیت گردشگری مدرن نیز تامین شود. یکی از این بافت‌های ارزشمند، شهر دانشگاهی ربع رشیدی است که در سده هشتم هجری، به همت خواجه رشیدالدین فضل‌الله همدانی در شرق تبریز تاسیس شد و با جذب نخبگان از سراسر ایران و جهان، به مرکزی علمی، فرهنگی و دینی تبدیل گردید [Balali Oskuei *et al.*, 2010]. امروزه نیز این مجموعه می‌تواند الگویی موفق برای توسعه گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی باشد.

ابعاد سیاسی: امنیت یکی از اصلی‌ترین نگرانی‌های گردشگران است [Garg, 2015]. ناآرامی‌های سیاسی، اعتراضات، درگیری‌های داخلی یا تهدیدات تروریستی می‌تواند ورود گردشگران را کاهش دهد [Cui *et al.*, 2016]. همکاری میان نهادهای دولتی، بخش خصوصی و سازمان‌های محلی از دیگر عوامل موثر سیاسی است [Dias *et al.*, 2024]. این همکاری‌ها می‌تواند از طریق تدوین برنامه‌های مشترک، اعطای تسهیلات مالی و حمایت از پروژه‌های گردشگری انجام گیرد. برای مثال، در تبریز، بخش خصوصی می‌تواند در هتل‌داری، حمل و نقل و راهنمایی گردشگران به دولت کمک کند تا زیرساخت‌ها را بهبود دهد. سازمان‌های محلی باید در مدیریت روزانه گردشگری و نظارت بر مسایل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مرتبط با آن نقش فعال‌تری ایفا کنند. دولت‌مردان باید زیرساخت‌های حقوقی مناسب برای حمایت از گردشگری فراهم کنند. علاوه بر این، نظارت بر قیمت‌ها و کیفیت خدمات گردشگری از طریق قوانین و مقررات دولتی می‌تواند از سوء استفاده‌های احتمالی جلوگیری کرده و به ارتقای کیفیت صنعت گردشگری کمک کند. هرچند مردم تبریز در نمونه عملیاتی چون شهر بیگدا ثابت

کرده‌اند که از جامعه و یا شهروندانی نمونه برخوردارند، اما می‌بایست در هنگامه رونق اقتصادی جانب احتیاط را در مواجهه با سودآوری مالی رعایت و به وسیله نهادهای ذی‌ربط کنترل نمود.

با توجه به تمام ابعاد مطرح‌شده، توسعه گردشگری شهری نیازمند توجه به جنبه‌های مختلفی است که بتواند تاثیرات مثبت و منفی بر محیط زیست، ساکنان محلی، و تجربه گردشگران را در تعادل نگه دارد. از این رو به نظر می‌رسد رویکردهای مختلفی باید در کنار گردشگری شهری قرار گیرند تا اثرات منفی آن به حداقل رسیده و اثرات مثبت آن افزایش یابد و تقویت شود. در این راستا، تزریق مفاهیم مردم‌پسندی به گردشگری شهری به عنوان یکی از راهکارهای موثر در پژوهش حاضر مطرح گردیده است. مردم‌پسندی در گردشگری به معنای ایجاد فضایی است که نه‌تنها نیازها و خواسته‌های گردشگران را برآورده سازد، بلکه به طور همزمان به بهبود وضعیت زندگی ساکنان محلی نیز کمک کند [Din Wani *et al.*, 2024]. از یک سو، ساکنان به عنوان خالقان جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی مقصد و مالکین واقعی آن، نقش حیاتی در توسعه پایدار گردشگری دارند و باید در فرآیندهای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌های گردشگری مشارکت کنند [Sousa, 2018]. آنها از طریق تعاملات فرهنگی و اجتماعی با گردشگران، می‌توانند تجربه‌ای اصیل و منحصر به فرد را برای بازدیدکنندگان فراهم آورند که به نوعی نمایانگر فرهنگ و هویت محلی است. از سوی دیگر، گردشگران به عنوان مصرف‌کنندگان اصلی خدمات گردشگری و همچنین افرادی که می‌توانند از جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی شهر بهره‌مند شوند، نقش برجسته‌ای در تعیین موفقیت گردشگری شهری ایفا می‌کنند. آنها نه‌تنها به دنبال تجربه‌های خاص و خاطره‌انگیز هستند، بلکه در رفتار و نگرش‌های خود می‌توانند تاثیرات زیادی بر ساکنان محلی و محیط زیست بگذارند. بنابراین، ایجاد تعادل میان نیازهای گردشگران و ساکنان محلی، و توجه به اصول اخلاقی و فرهنگی، به عنوان دو عامل کلیدی در مدیریت گردشگری شهری باید در نظر گرفته شود [Jamal & Camargo, 2013]. در این راستا، رویکردهای مردم‌پسند، که تاکید بر مشارکت فعال ساکنان و گردشگران در فرآیندهای گردشگری دارند، می‌تواند به کاهش اثرات منفی گردشگری و تقویت اثرات مثبت آن کمک کند. این رویکرد می‌تواند از طریق توسعه و ارایه خدمات گردشگری که همخوان با خواسته‌ها و انتظارات هر دو طرف باشد، به تحقق اهداف پایدار گردشگری شهری منجر شود. به علاوه، می‌توان از طریق آموزش و آگاهی‌بخشی به گردشگران و ساکنان در خصوص اهمیت حفاظت از منابع طبیعی، فرهنگی و اجتماعی شهر، به تقویت این فرآیند کمک کرد. در مطالعه صورت‌گرفته در تبریز براساس نظرات کسب‌شده از پرسش‌گران، جذابیت فعالیت‌های گردشگری، کیفیت خدمات ارایه‌شده، صمیمیت در تعاملات، در دسترس‌بودن افراد آموزش‌دیده معرفی جاذبه‌ها و امکانات، تمایل به بازگشت و معرفی به دیگران بیشترین امتیازات را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین ارزش سفر و وفاداری بیش از ابعاد دیگر مورد توجه و اتفاق نظر بوده است.

بنیان‌های اخلاقی و عبادی در پیش‌زمینه ذهنی ساکنان و گردشگران، به‌ویژه در جوامع اسلامی، نقشی بنیادین دارند [Aman *et al.*, 2019]. در بسیاری از کشورهای اسلامی، مانند ایران، الگوهای اخلاقی و عبادی نه‌تنها در زندگی فردی بلکه در تعاملات اجتماعی نیز تاثیرگذار است. ساکنان محلی که در چنین فضایی رشد کرده‌اند، دارای ارزش‌ها و باورهایی هستند که با هنجارهای دینی و اجتماعی آنها پیوند عمیقی دارد. این اصول اخلاقی، مانند احترام به مهمان، صداقت در روابط، حفظ حریم خصوصی و محیط زیست، بر نحوه برخورد آنها با گردشگران تاثیر می‌گذارد. متقابلاً برای گردشگران، به‌ویژه کسانی که از کشورهای با فرهنگ‌های متفاوت می‌آیند، پیش‌زمینه‌های اخلاقی و عبادی بر رفتار و انتظارات آنها از مقصد تاثیر دارد [Battour *et al.*, 2011]. واقع‌گرایی علامه طباطبایی بهترین منبع برای بررسی ارتباط انسان با خود، دیگران، خداوند و محیط زیست است [Motahari, 2002]. این ارتباطات از طریق رعایت قواعد اخلاقی، اجتماعی، عبادی و محیطی قابل دسته‌بندی است. در تبریز، قواعد اخلاقی بیشترین امتیاز را کسب کرده، در حالی که قواعد محیطی کمترین امتیاز را دارند. این امر اهمیت نگرش فردی را نشان داده و با توجه به نیاز جامعه به حفظ منابع و پرهیز از اسراف، فرهنگ‌سازی در این زمینه ضروری است.

خروجی نهایی مدل معادلات ساختاری در تبریز نشان‌دهنده ارتباط موثر مردم‌پسندی با تمایل مردم به انتخاب مقصد گردشگری و تاثیر گردشگری شهری بر مردم‌پسندی و همچنین تاثیر دوجانبه واقع‌گرایی بر گردشگری شهری و میزان تمایل مردم به انتخاب مقصد است.

این پژوهش با ترکیب مفاهیم واقع‌گرایی اسلامی، مردم‌پسندی و گردشگری شهری، رویکردی نوآورانه در تحلیل تمایل گردشگران به مقصدی خاص ارایه می‌دهد که در مطالعات گذشته به‌صورت جامع مورد بررسی قرار نگرفته است. برخلاف تحقیقات پیشین که عمدتاً به ابعاد اقتصادی یا فرهنگی مردم‌پسندی پرداخته‌اند [Del Río-Vázquez *et al.*, 2019; Piuchan *et al.*, 2018]، این مطالعه تاثیرات هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی واقع‌گرایی اسلامی را در کنار عوامل اجتماعی و حکمرانی گردشگری بر ترجیحات گردشگران نسبت به تبریز را بررسی کرد. مطالعات انجام‌شده در حوزه مردم‌پسندی (رضایت‌مندی) گردشگری عمدتاً از روش‌های کمّی برای تحقیق در زمینه رضایت مشتری در صنعت مهمان‌نوازی و گردشگری استفاده کرده‌اند و بر روی توسعه مدل‌های آماری متمرکز شده‌اند که روابط میان متغیرهایی مانند کیفیت خدمات، مشارکت مشتری، کیفیت خدمات وب‌سایت، نیات رفتاری و بازاریابی تجربی را توضیح می‌دهند. در سال‌های اخیر، فنّاوری و استراتژی آنلاین به مطالعات در زمینه رضایت مشتری وارد شده‌اند [Munawaroh *et al.*, 2024]. استفاده از مدل معادلات ساختاری (SEM) و نرم‌افزار SmartPLS برای تحلیل داده‌ها، دقت و قابلیت اطمینان این پژوهش را افزایش داد. رویکرد چندبُعدی این پژوهش، زمینه را برای سیاست‌گذاری جامع‌تر در گردشگری شهری فراهم کرد و بینشی تازه در

خصوص تعادل میان منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری ارایه داد که در مطالعات پیشین کمتر به آن پرداخته شده است.

محدودیت‌ها:

این پژوهش محدودیت‌هایی دارد که می‌تواند بر تعمیم‌پذیری نتایج تاثیر بگذارد:

- داده‌ها در یک بازه زمانی مشخص جمع‌آوری شده که ممکن است تغییرات بلندمدت در رفتار گردشگران را منعکس نکند.
- نمونه‌گیری فقط در شهر تبریز انجام شده و ممکن است تاثیر عوامل فرهنگی خاص این منطقه را برجسته کند.
- داده‌ها فقط از گردشگرانی که با وسایل حمل و نقل عمومی وارد شده‌اند جمع‌آوری شده و سفرهای با وسایل نقلیه شخصی در نظر گرفته نشده‌اند.

پیشنهادات:

با توجه به تجربیات کسب‌شده پیشنهاد می‌گردد:

- مقایسه گردشگری در فصول مختلف سال در تبریز برای بررسی تغییرات تقاضا و نیازهای گردشگران.
- انجام مطالعات مشابه در سایر مقاصد مشابه برای بررسی تفاوت‌های فرهنگی و تاثیر آنها.
- استفاده از تحلیل داده‌های رسانه‌های اجتماعی و نظرات آنلاین برای ارزیابی رضایت و چالش‌های تجربه گردشگران.

نتیجه‌گیری

شاخص‌های گردشگری شهری به‌ترتیب اولویت با تاثیر بر شاخص‌های مردم پسندی بر میزان تمایل گردشگری نقش داشته و واقع‌گرایی اسلامی به صورت هم‌افزا هم بر تمایل گردشگر و هم بر گردشگری شهری در مقصد موثر واقع شده، در نهایت تعامل بین جامعه هدف و گردشگری در عصر پایداری را منجر می‌شود. عواملی مانند جذابیت فعالیت‌های گردشگری، کیفیت خدمات، هزینه‌های سفر، بناهای تاریخی، رعایت قوانین اخلاقی و احترام به حقوق دیگران بیشترین تاثیر را بر تمایل گردشگران به انتخاب تبریز به عنوان مقصد سفر دارند.

تشکر و قدردانی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

تاییدیه اخلاقی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

تعارض منافع: این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول است.

سهم نویسندگان: مژگان رضائی (نویسنده اول)، نگارنده بحث/روش‌شناس (۵۰٪)؛ آزیتا بلالی اسکویی (نویسنده دوم)، پژوهشگر کمکی/تحلیلگر آماری (۳۰٪)؛ محمدعلی کی‌نژاد (نویسنده سوم)، نگارنده مقدمه/ نگارنده بحث (۲۰٪)

منابع مالی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

منابع

- Aman J, Abbas J, Mahmood S, Nurunnabi M, Bano SH (2019). The influence of Islamic religiosity on the perceived socio-cultural impact of sustainable tourism development in Pakistan: A structural equation modeling approach. Sustainability. 11(11):3039.
- Azam M, Alam MM, Hafeez MH (2018). Effect of tourism on environmental pollution: Further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. Journal of Cleaner Production. 190:330-338.
- Babazadeh Asbagh N (2019). A short glimpse to the urban development of Tabriz during the history. Journal of Contemporary Urban Affairs. 3(2):73-83.
- Baharlooie S, Raei Dehghi M (2015). Fixed and changing criteria and instances in Mutahhari's thoughts. Islamic Government. 20(3):129-154. [Persian]
- Balali Oskuei A, Keynejad MA, Noghrehkar A (2010). Hypothetical plan of Rab'-e-Rashidi. SOFFEH. 20(1):51-76. [Persian]
- Baloch Q, Shah S, Iqbal N, Sheeraz M, Asadullah M, Mahar S, et al (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. Environmental Science and Pollution Research. 30:5917-5930.
- Barclay D, Higgins C, Thompson R (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. Technology Studies. 2(2):285-309.
- Battour M, Ismail M, Battor M (2011). The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice. International Journal of Tourism Research. 13(6):527-540.
- Chantarungsri Ch, Popichit N, Rugthangam S, Wattana S, Chuanchom J, Sukmak M (2024). Mapping the landscape of halal tourism: A bibliometric analysis. Cogent Social Sciences. 10(1).
- Cheer JM, Milano C, Novelli M (2019). Tourism and community resilience in the Anthropocene: Accentuating temporal overtourism. Journal of Sustainable Tourism. 27(4):554-572.
- Cole S (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism. 14(6):629-644.
- Cui F, Liu Y, Chang Y, Duan J, Li J (2016). An overview of tourism risk perception. Natural Hazards. 82:643-658.
- Dias A, Viana J, Pereira L (2024). Barriers and policies affecting the implementation of sustainable tourism: The Portuguese experience. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. p. 1-19.
- Din Wani M, Batool N, Ahmad Dada Z, Ahmad Shah SH (2024). Investigating the impact of community-based tourism on the residents' quality of life and their support for tourism. Community Development. 55(1):138-159.
- Faganel A, Reisman B, Tomažič T (2023). Heritage tourism, retail revival and city center revitalization: A case study of Koper, Slovenia. Heritage. 6(12):7343-7365.
- Garg A (2015). Travel risks vs tourist decision making: A tourist perspective. International Journal of Hospitality & Tourism Systems. 8(1):1-9.
- Gossling S, Hall CM (2020). Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships. London: Routledge.
- Habibi SM (2002). Urban space: A theoretical approach. SOFEH. 11(33):5-13. [Persian]
- Hall CM, Page SJ (2014). The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. 4th edition. London: Routledge.
- Hernández M, Vaquero M, Yubero M (2017). Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure. Sustainability. 9(8):1346.

- Piuchan M, Chan CW, Kaale J (2018). Economic and socio-cultural impacts of Mainland Chinese tourists on Hong Kong residents. Kasetsart Journal of Social Sciences. 39(3):296-303.
- Rabieifar V (2020). Explanation of urban planning strategies from the perspective of Islamic realism: Case study: Zanjan City. The Culture of Islamic Architecture and Urbanism. 5(1):53-72. [Persian]
- Rahimi Khouzouqi E, Sepehri M (2018). Allameh Tabatabai on human nature. SADRA'I Wisdom. 6(2): 87-105. [Persian]
- Richards G (2011). Cultural tourism: Global and local perspectives. London: Routledge.
- Sánchez del Río-Vázquez ME, Rodríguez-Rad CJ, Revilla-Camacho MÁ (2019). Relevance of social, economic, and environmental impacts on residents' satisfaction with the public administration of tourism. Sustainability. 11(12):3400
- Scheyvens R (2002). Backpacker tourism and third world development. Annals of Tourism Research. 29(1):144-164.
- Sousa A (2018). The problems of tourist sustainability in cultural cities: Socio-political perceptions and interests management. Sustainability. 10(2):503.
- Tabatabai MH (1971). AL-MIZAN FI TAFSIR AL-QUR'AN (Volume 1). Tehran: DAR AL-KUTUB AL-ISLAMIYA. [Arabic]
- Tabatabai MH (1972a). AL-MIZAN FI TAFSIR AL-QUR'AN (Volume 5). Tehran: Amir Kabir. [Persian]
- Tabatabai MH (1972b). AL-MIZAN FI TAFSIR AL-QUR'AN (Volume 2). Tehran: MARKAZ NASHR FARHANGI RAJA. [Persian]
- Tabatabai MH (1999). AL-MIZAN FI TAFSIR AL-QUR'AN (Volume 3). Tehran: Amir Kabir. [Persian]
- Tabatabai MH (2008). Islamic teachings. Qom: BUSTAN-E-KETAB. [Persian]
- unwto.org [Internet]. Madrid: United Nations World Tourism Organization; 2021 [cited 2024 Nov 21]. Available from: https://www.unwto.org.
- Huseynli E (2022). Sustainable tourism and its environmental, economic, social benefits to the host destinations [dissertation]. Krems: University of Applied Sciences.
- Jamal T, Camargo B (2013). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination. Journal of Sustainable Tourism. 22(1):11-30.
- Kelloway KE (1998). Using LISREL for structural equation modeling: A researcher's guide. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kim S, Kang Y, Park J, Kang SE (2021). The impact of residents' participation on their support for tourism development at a community level destination. Sustainability. 13(9):4789.
- Lotfi H, Mousazadeh H, Barzegar N, Amanollah M (2014). Studying social security of tourism by presenting a model in order to increase social security in southern Iran a case study about Kish Island. Journal of Tourism & Hospitality Research. 3(2):137-158.
- Mahendra D (2024). The impact of tourism on the preservation and transformation of cultural identity in Bali, Indonesia. Studies in Social Science & Humanities. 3(6):34-41.
- Motahari M (2002). Islam and the requirements of the time (Volume 2). Tehran: Sadra Publications. [Persian]
- Munawaroh N, Mukhlis I, Zagladi A (2024). What do we know about customer satisfaction in the hospitality and tourism industry? The glimpse from a bibliometric analysis. Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues. 3(2):388-409.
- Niazi E, Jahanian M, Ahangar J, Malek Hosseini A (2022). Role of tourism in growth and urban economic development. Journal of Positive School Psychology. 6(5):10046-10057.
- Nurfitriya I, Iskandar D (2020). The effect of urban tourism on an urban economy (the case of Malang Municipality). IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 561:012011.