



Strategic Analysis of Urban Tourism Stakeholders in Historical district Using a Multi-Topic, Multi-Stakeholder Approach: A case study of Historical district of Yazd

Taha Rabbani¹ , Mohammadreza Rezaie² , Hasan Oroji³

1. (Corresponding Author) *Department of Geography, Yazd University, Yazd, Iran*

Email: trabbani@yazd.ac.ir

2. *Department of Geography, Yazd University, Yazd, Iran*

Email: mrezaei@yazd.ac.ir

3. *Department of Geography, Yazd University, Yazd, Iran*

Email: hassan.oroji@yazd.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received:

26 October 2024

Received in revised form:

27 January 2025

Accepted:

4 March 2025

Available online:

13 April 2025

Keywords:

Tourism,

Heritage Tourism,

Multi-stakeholder Analysis,

Historic Urban Fabric of

Yazd.

ABSTRACT

Historical tourism plays a crucial role in the economic and cultural development of cities with historical textures, such as Yazd, yet faces complex stakeholder dynamics. The involvement of multiple institutions in urban management and the diversity of actors linked to historical tourism complicates policymaking efforts. Numerous challenges and issues surrounding historical urban tourism, coupled with the wide array of involved stakeholders, make it difficult to effectively address and analyze the problems in this sector. This study employs the MACTOR method (Multi-Actor, Multi-Criteria Analysis) to analyze the roles of various stakeholders in the tourism of Yazd's historical context. The MACTOR method is an analytical tool in strategic management designed to address complex issues involving multiple topics and multiple stakeholders. The findings highlight that some key actors, including the provincial planning and management organization, the provincial political and security deputy, and the police force, exert the most influence among stakeholders. Meanwhile, three groups—local residents, shopkeepers, and tourism industry professionals—are identified as dual-role actors who are influential but also subject to external influences, limiting their independence. The municipality, the cultural heritage department, and tourists themselves act as regulatory intermediaries within the tourism system, balancing influence and being influenced. The study also reveals a high level of consensus among stakeholders on goals like increasing tourist numbers and enhancing security, while economic objectives show less alignment. These insights can assist policymakers in pinpointing stakeholders with shared goals and crafting effective strategies for sustainable tourism growth.

Citation: Rabbani, T., Rezaie, M., & Oroji, H. (2025). Strategic Analysis of Urban Tourism Stakeholders in Historical district Using a Multi-Topic, Multi-Stakeholder Approach: A case study of Historical district of Yazd. *Journal of Urban Tourism*, 12 (1), 61-79.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2025.384818.1241>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

Urban tourism has increasingly become a dynamic and complex phenomenon within urban environments. While it holds significant potential for fostering economic growth and cultural exchange, the varying and often conflicting priorities of different stakeholders pose challenges to effective management. This complexity is particularly pronounced in historic districts, such as Fahadan in Yazd, where tensions arise among various institutions, including the municipality, Cultural Heritage Organization, law enforcement, and local residents. These tensions complicate tourism policy development. The pursuit of tourism in Fahadan faces obstacles related to cultural preservation and security concerns, compounded by the lack of consensus on goals among stakeholders. This study utilizes a "multi-issue, multi-actor" framework to analyze these stakeholders and assess their roles and influences on sustainable tourism development, with the objective of identifying key stakeholders and their contributions toward achieving the primary tourism goals in Fahadan.

Methodology

The research adopts the Multi-Actor, Multi-Issue (MAMS) framework to conduct a stakeholder analysis. This approach is grounded in the recognition that real-world challenges rarely occur in isolation and typically involve a network of actors from government, business, and local communities. The MACTOR method, introduced by Michel Godet in 1985, is employed to explore the interactions between stakeholders and their respective positions concerning key objectives. This method follows a structured six-step process, ranging from stakeholder and issue identification to power dynamics analysis and scenario forecasting. The study's sample population comprises tourism managers, scholars, business owners, local residents, foreign nationals, and tourists, all selected using diverse sampling techniques.

Discussion and Findings

The analysis identifies at least ten key stakeholders directly impacting the management of tourism in Yazd's historic district. Despite differences in their roles and responsibilities, these stakeholders can influence eight primary tourism development goals. The findings reveal that three key stakeholders—namely, the Provincial Planning and Management Organization, the Political, Security, and Social Affairs Deputy of the Governor's Office, and the Police—are categorized as external or influential actors. These stakeholders exert significant influence over others but are relatively unaffected by other stakeholders. Given their authoritative and often unilateral approach, consensus-building with these actors is challenging. Consequently, prioritizing their satisfaction is essential in any tourism development initiative for the historic district.

According to the Net Influence (NS) index, the Political, Security, and Social Affairs Deputy of the Governor's Office emerges as the most influential stakeholder, exerting both direct and indirect impacts on others, with a net influence score of 41. While the Police and Provincial Planning and Management Organization also hold substantial influence, they are not as dominant as the Deputy. Conversely, foreign nationals and immigrants exhibit the least influence, with a score of -58. The Cultural Heritage Organization's limited influence is attributed to its narrow scope of responsibilities and reliance on approvals from other entities, thereby diminishing its decision-making autonomy and reducing its role in tourism-related decisions. The stakeholder agreement analysis indicates a general convergence on key objectives, with no significant opposition among stakeholders. Goals such as increasing tourist attraction, improving district security, and enhancing resident satisfaction garner the highest levels of agreement. In contrast, economic goals like promoting entrepreneurship and job creation are less prioritized, suggesting a broader perspective on tourism that emphasizes its non-economic dimensions.

The stakeholder-objective relationship map highlights that the Municipality, local

residents, and the Social Affairs Deputy are central actors with the most responsibility for achieving the outlined objectives. In contrast, tourists, the Police, and foreign nationals have weaker connections to these objectives and play a more marginal role in realizing them. This analysis suggests that efforts should focus on these central actors to achieve key goals in the tourism development of Yazd's historic district.

Conclusion

The MACTOR analysis illustrates the diverse roles that governmental, private, and local actors play in shaping tourism policies and strategies. Government stakeholders, such as the Provincial Planning and Management Organization, the Political, Security, and Social Affairs Deputy, and the Police, wield the most influence over other actors, making their satisfaction a priority in tourism development plans. On the other hand, dual-role stakeholders, including local residents, business owners, and tourism sector activists, serve as key consensus-builders, facilitating coordination among stakeholders. Independent actors, such as foreign nationals and immigrants, have a minimal impact on tourism objectives. The convergence and divergence analysis shows that while there is overall agreement among stakeholders, the level of alignment varies

across objectives. Goals such as increasing tourist attraction, enhancing district security, and improving resident satisfaction see the highest levels of agreement, whereas economic objectives, like boosting entrepreneurship and employment, receive less consensus. The stakeholder-objective map further indicates that the Municipality, local residents, and the Social Affairs Deputy bear the most responsibility for achieving these goals, while tourists, the Police, and foreign nationals have the least connection to the objectives.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.


Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

تحلیل راهبردی بازیگران گردشگری شهری بافت تاریخی با رویکرد چند موضوع-چندبازیگر مطالعه موردی: بافت تاریخی شهر یزد

طاها ربانی^۱ ✉، محمدرضا رضایی^۲ , حسن اروجی^۳

۱- نویسنده مسئول، گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: trabbani@yazd.ac.ir

۲- گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: mrezaei@yazd.ac.ir

۳- گروه جغرافیا، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: hassan.oroji@yazd.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۸/۰۵

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۲/۱۴

تاریخ چاپ:

۱۴۰۴/۰۱/۲۴

واژگان کلیدی:

گردشگری،

تحلیل ذینفعان،

رویکرد چند موضوع-چند بازیگر،

بافت تاریخی شهری یزد.

گردشگری تاریخی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی و فرهنگی در شهرهای بافت تاریخی نظیر یزد، با پیچیدگی‌هایی در تعاملات و نقش‌های ذینفعان مواجه است. تعدد نهادهای دخیل در مدیریت شهری و به‌تبع آن تعدد در بازیگران مرتبط با بافت تاریخی و گردشگری شهری، یکی از عوامل دشواری و پیچیدگی سیاست‌گذاری گردشگری شهری است. بنابراین انبوه مسائل و موضوعات مرتبط گردشگری بافت تاریخی شهرها از یک‌طرف و تعدد نهادها و بازیگران مرتبط، تبیین و تحلیل مسائل گردشگری بافت تاریخی را تبدیل به یک مسئله غامض و پیچیده کرده است. این پژوهش با روش مکتور (تحلیل چند موضوع-چند بازیگر) به تحلیل نقش ذینفعان مختلف در گردشگری بافت تاریخی یزد پرداخته است. روش مکتور (MACTOR) یک ابزار تحلیلی در مدیریت استراتژیک است که برای تحلیل مسائل پیچیده با محوریت چند موضوع و چند بازیگر به کار می‌رود. این روش با بررسی تأثیر متقابل بازیگران و موضوعات، هم‌گرایی و واگرایی اهداف آن‌ها را شناسایی کرده و برای طراحی استراتژی‌های هماهنگ و مؤثر کمک می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که برخی بازیگران کلیدی مانند سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، معاونت سیاسی و امنیتی استانداری، و نیروی انتظامی بیشترین تأثیر را در میان ذینفعان دارند. در عین حال، سه دسته ذینفعان شامل ساکنین بومی، کسبه، و فعالان بخش گردشگری، به‌عنوان بازیگران دو وجهی شناخته شده‌اند که ضمن تأثیرگذاری، تحت تأثیر سایر بازیگران نیز هستند و استقلال کمی در عملکرد خود دارند. نقش شهرداری، اداره کل میراث فرهنگی و خود گردشگران نیز به‌عنوان واسط تنظیمی در سیستم گردشگری بافت تاریخی تعریف شده است. تحلیل‌های هم‌گرایی و واگرایی اهداف ذینفعان نشان می‌دهد که توافق بالایی بر اهدافی مانند جذب گردشگر و ارتقای امنیت وجود دارد، در حالی که اهداف اقتصادی کم‌تر مورد توافق قرار گرفته است. این یافته‌ها می‌تواند به سیاست‌گذاران در شناسایی ذینفعان همسو و طراحی استراتژی‌های مؤثر برای توسعه گردشگری پایدار کمک کند.

استناد: ربانی، طاها؛ رضایی، محمدرضا و اروجی، حسن. (۱۴۰۴). تحلیل راهبردی بازیگران گردشگری شهری بافت تاریخی با رویکرد چند موضوع-چندبازیگر مطالعه موردی: بافت تاریخی شهر یزد. *مجله گردشگری شهری*، ۱۲(۱)، ۷۹-۶۱.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2025.384818.1241>

مقدمه

گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع کلیدی برای توسعه و یک منبع عمده درآمد، اشتغال و ایجاد ثروت به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته شناخته‌شده است (Dupeyras & Maccallum, 2013:35) و یکی از سودآورترین فعالیت‌های اقتصادی جهان و زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌ها به‌حساب می‌آید (Azami et al, 2016:55). گردشگری به‌عنوان یک فعالیت و پدیده پویا و گسترده که در دهه‌های گذشته در فضاهای شهری به‌شدت گسترش یافته است. در دوره مدرن، مهم‌ترین فضایی که مورد دیدار و اقامت گردشگران قرار می‌گیرد فضاهای شهری هستند که از دیرباز، جذاب‌ترین فضاها را تشکیل می‌دادند (علیزاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۰). بافت‌های تاریخی و فرهنگی شهرها به‌منزله بخش‌های مهمی از شهر، که نشانه فرهنگ و دانش معماری و شهرسازی بومی‌اند و به‌منزله جزئی از هویت اجتماعی هر قوم و کشوری تلقی می‌شوند، جهت جذب گردشگر در بیش‌تر کشورهای دنیا مورد توجه ویژه قرار گرفته‌اند. این بافت به‌عنوان مجموعه‌ای منسجم از معماری، فرهنگ، اقتصاد، و تبادلات اجتماعی یک ساختار شهری با پیشینه تاریخی باعث می‌شود که به یک مقصد کلیدی برای گردشگران تبدیل شود (موحد، ۱۳۸۶: ۲۵). حضور گردشگران در محلات قدیمی و بافت‌های تاریخی و کهن شهرها می‌تواند ضامن حفظ و صیانت از بناهای تاریخی باشد، در همین راستا امروزه خدمات‌رسانی به بافت‌های تاریخی به یکی از دغدغه‌های اصلی مدیریت شهری و سایر نهادهای مربوطه تبدیل شده است.

علیرغم پتانسیل‌های گردشگری شهری در تحریک رشد اقتصادی و تبادل فرهنگی (Hall, 2008:75)، عدم هم‌راستایی اولویت‌های ذینفعان مختلف می‌تواند به چالش‌های جدی منجر شود. همان‌طور که محققان متعددی نشان داده‌اند، گردشگری بیش‌از حد می‌تواند به تخریب محیط‌زیست، افزایش نابرابری اجتماعی و از دست رفتن هویت فرهنگی جوامع محلی منجر شود (Butler, 1991; Yeoman, 2010: 9). برای مثال، درحالی‌که دولت‌ها اغلب بر توسعه اقتصادی از طریق گردشگری تمرکز دارند (Getz, 2008: 47)، ساکنان محلی ممکن است نگران تأثیرات منفی گردشگری بر کیفیت زندگی خود، از جمله افزایش هزینه‌های مسکن، ازدحام و تغییر در بافت فرهنگی منطقه باشند (Prentice, 2005:68). این تضاد منافع می‌تواند به تنش‌های اجتماعی و مقاومت در برابر توسعه گردشگری منجر شود (Hall, 2014:89). علاوه بر این، انگیزه‌های اقتصادی بخش خصوصی ممکن است با اهداف پایداری بلندمدت شهر در تضاد باشد. سرمایه‌گذاران اغلب به دنبال حداکثر کردن سود کوتاه‌مدت هستند، درحالی‌که جوامع محلی به دنبال توسعه‌ای هستند که به نفع نسل‌های آینده نیز باشد (Weaver, 2001: 240). از سوی دیگر، گردشگران نیز ممکن است به دنبال تجربیات اصیل باشند، اما رفتارهای آن‌ها مانند خرید سوغاتی‌های بی‌کیفیت یا شرکت در تورهای گردشگری انبوه می‌تواند به تخریب محیط‌زیست و بهره‌برداری از جوامع محلی کمک کند (Cohen, 1988:378). عدم وجود یک رویکرد مشارکتی و گفتگوی مؤثر بین ذینفعان مختلف می‌تواند این چالش‌ها را تشدید کند. برای مدیریت موفق گردشگری شهری، ضروری است که همه ذینفعان در فرآیند تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند و به یک توافق مشترک در مورد اولویت‌ها و اهداف دست یابند (Torres-Delgado & López Palomeque, 2022).

گردشگری شهری به‌ویژه در بافت‌های تاریخی، می‌تواند به‌عنوان یک منبع مهم اقتصادی و فرهنگی برای شهرها محسوب شود، اما گاهی تضاد منافع بین ذینفعان مختلف می‌تواند به چالش‌های جدی منجر شود. شهر یزد به دلیل معماری خشت خام و گل و جاذبه‌های متنوع تاریخی، از جمله آتشکده زرتشتیان و زیارتگاه‌ها، یکی از مقاصد مهم گردشگری ایران و جهان محسوب می‌شود (مروتی شریف‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۱). با توجه به ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی منحصربه‌فرد شهر یزد، توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی با مشکلاتی مانند تضاد نظرات میان نهادهای دولتی، مذهبی و ساکنان محلی روبه‌روست. از یک‌سو، نهادهای مختلف به دنبال توسعه گردشگری به‌منظور افزایش درآمد و جذب

توریست هستند و از سوی دیگر، ساکنان محلی و نهادهای مذهبی به دلیل نگرانی از تأثیرات منفی فرهنگی، اجتماعی و امنیتی گردشگری بر محیط‌زیست و هویت محلی، با این توسعه مخالف هستند. این تضاد منافع و نگرش‌های متفاوت، مانعی جدی در راستای مدیریت و سیاست‌گذاری مؤثر در این حوزه ایجاد کرده است. در حال حاضر بافت تاریخی یزد با چالش‌هایی مانند تخلیه جمعیت بومی، پذیرش ساکنین جدید از جمله اتباع افغانستانی، نارضایتی ساکنان از فعالیت‌های گردشگری، تضاد با ارزش‌های مذهبی و ناامنی روبروست که توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار داده است. محله فهادان، از مناطق مهم گردشگری، بارها مورد توجه نهادهای مسئول قرار گرفته و چالش‌های آن بررسی شده است. در حالی که شهرداری و اداره کل میراث فرهنگی به دنبال توسعه و افزایش گردشگر در این منطقه هستند، نهادهای امنیتی و مذهبی نسبت به پیامدهای فرهنگی و امنیتی آن حساسیت دارند. همچنین، کسبه و ساکنان نیز اولویت‌های متفاوتی نسبت به گردشگری در این بافت دارند. این تنوع در اهداف و اولویت‌ها یکی از چالش‌های اساسی در سیاست‌گذاری گردشگری در بافت تاریخی یزد است. تعدد نهادها و بازیگران مرتبط با مدیریت شهری و گردشگری در بافت تاریخی یزد، سیاست‌گذاری در این حوزه را با پیچیدگی و دشواری‌های بسیاری مواجه کرده است. وجود اختلاف‌نظرها، هم‌پوشانی وظایف و تضاد منافع میان بازیگران، به شکل‌گیری عدم قطعیت‌ها و مشکلاتی در نتیجه مداخله‌ها در این بافت منجر شده است. مقاله حاضر با رویکرد "چند موضوع-چند بازیگر" به تحلیل نقش ذینفعان و بازیگران در این بافت می‌پردازد.

مطالعات مرتبط با تحلیل گردشگری از دیرباز مورد توجه محققین گردشگری بوده است و مطالعات متعددی در این خصوص صورت گرفته است. مطالعات انجام‌شده توسط ضیائی و عباسی (۱۳۹۷)، امان‌پور و همکاران (۱۳۹۶)، ملک‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، حاتمی و شریفی (۱۳۹۴) و نحعی و خداداد (۱۳۹۴) به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های توسعه گردشگری پایدار در ایران پرداخته‌اند. نتایج این مطالعات حالی از آن است که سیستم گردشگری بسیار پیچیده است و تحت تأثیر عوامل داخلی و خارجی متعددی قرار دارد (ضیائی و عباسی، ۱۳۹۷). توسعه گردشگری اغلب با تضاد منافع بین توسعه اقتصادی، حفاظت از محیط‌زیست و حفظ فرهنگ محلی همراه است. از طرف دیگر مزایای گردشگری اغلب به صورت نامتوازن توزیع می‌شود و جوامع محلی سهم کمی از آن را به خود اختصاص می‌دهند. گردشگری همچنین می‌تواند به تغییرات قابل توجهی در شیوه زندگی، ارزش‌ها و هویت فرهنگی جوامع محلی منجر شود و حتی فعالیت‌های گردشگری می‌تواند به تخریب محیط‌زیست، از جمله آلودگی، تخریب زیستگاه‌ها و از بین رفتن تنوع زیستی منجر شود. تحلیل ذینفعان و مشارکت جوامع محلی در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری برای دستیابی به توسعه پایدار ضروری است (حاتمی و شریفی، ۱۳۹۴). طهماسبی و زوارنیا (۱۳۹۹) تعاملات بین سازمان‌های مختلف درگیر در صنعت گردشگری مشهد و نقش و جایگاه هر یک از آن‌ها در مدیریت این مقصد گردشگری را بررسی کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که همکاری سازمانی یک عامل کلیدی در مدیریت موفق مقاصد گردشگری است. سازمان‌های مختلف باید با همکاری یکدیگر و ایجاد یک شبکه قوی، به توسعه پایدار گردشگری در مشهد کمک کنند. سازمان‌هایی مانند استانداری، فرمانداری و نیروی انتظامی بیشترین قدرت و کنترل را در شبکه همکاری دارند. فرمانداری و سازمان گردشگری و میراث فرهنگی به‌عنوان سازمان‌هایی با بیشترین مرکزیت بینابینی، نقش مهمی در ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های مختلف ایفا می‌کنند.

شکوری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود وضعیت پایداری گردشگری شهر تبریز و عوامل مؤثر بر آن از دیدگاه سه گروه ذینفعان اصلی (شهروندان، گردشگران و کارشناسان) را با استفاده از روش پیمایشی و ابزارهای پرسشنامه و بارومتر پایداری بررسی کرده‌اند. مطالعات آن‌ها حاکی از این است که ابعاد و شاخص‌های اقتصادی گردشگری از پایداری بیشتری نسبت به سایر ابعاد برخوردارند. از نظر هر سه گروه ذینفعان، متغیرهای امنیت، تبلیغات، زیرساخت‌ها، عوامل رفاهی و مدیریت منابع انسانی دارای آثار مثبت و معنی‌داری بر توسعه پایدار گردشگری در شهر تبریز هستند.

آردیان و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی تعاملات و روابط بین کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای گردشگری در شهر یزد با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد. هدف اصلی این پژوهش، تعیین جایگاه و قدرت هر یک از کسب و کارها، کارآفرینان و همچنین نوع، تأثیرگذاری و تعاملات بین آن‌ها در شبکه گردشگری یزد است. نتایج نشان می‌دهد که شبکه کسب و کارهای گردشگری در شهر یزد دارای تعاملات و روابطی در سطوح مختلف است. با این حال، در برخی از ابعاد مانند امور مالی، سطح تعاملات ضعیف‌تر است. برای بهبود عملکرد این شبکه، لازم است برنامه‌ریزی‌های مدونی در جهت افزایش تعاملات و همکاری‌ها بین کسب و کارها و کارآفرینان انجام شود.

در ادبیات لاتین تمرکز مطالعات اخیر بر نقش کلیدی ذینفعان در توسعه گردشگری پایدار شهری بوده است. محققانی همچون دورمن^۱ (۲۰۲۳) و چان^۲ (۲۰۲۳) به‌طور ویژه بر اهمیت مشارکت و تعامل بین ذینفعان مختلف در این زمینه تأکید کرده‌اند. مطالعات نشان می‌دهند که توسعه گردشگری شهری اغلب منجر به تضاد منافع بین ذینفعان مختلف، از جمله دولت‌ها، جوامع محلی و بخش خصوصی می‌شود (Dormán, 2023: 1232). این تضادها می‌تواند به نابرابری‌های فضایی و اجتماعی منجر شود که در آن نیازهای گردشگران بر رفاه ساکنان محلی اولویت قرار می‌گیرد. بنابراین روابط و شبکه‌های ذینفعان نقش کلیدی در مدیریت منافع متنوع و اجرای سیاست‌های گردشگری پایدار ایفا می‌کنند (Timur & Getz, 2008; Timur, 2004). برای دستیابی به توسعه گردشگری پایدار، مشارکت فعال همه ذینفعان در فرآیند تصمیم‌گیری ضروری است. این مشارکت می‌تواند به شناسایی و حل چالش‌ها، ایجاد توافق در مورد اولویت‌ها و توسعه راهکارهای پایدار کمک کند (Phang, 2010; Nange et al., 2022). چراکه ذینفعان مختلف دیدگاه‌های متفاوتی در مورد توسعه گردشگری پایدار دارند. کوینلان معتقد است وحدت ذینفعان برای ایجاد تجربیات توریستی به‌یادماندنی و برندهای مقصد قوی ضروری است. سطوح پایین وحدت ذینفعان می‌تواند به‌طور قابل توجهی بر توانایی یک مقصد در توسعه تجربیات واضح و برندهای قوی تأثیر بگذارد، همان‌طور که در مورد واترفورد و کیلکنی نشان داده شده است (Quinlan, 2008). برای ارتقای گردشگری شهری، استراتژی‌هایی مانند اجتماعی کردن سیاست‌ها، تعریف روشن نقش‌های بین دولت و شرکت‌های خصوصی توصیه می‌شود (Mirajanatin et al, 2013).

برای مدیریت موفق گردشگری شهری، نیاز به مدل‌های حکمرانی یکپارچه‌ای است که در آن همه ذینفعان درگیر باشند (Nange et al., 2022:1207). روش مکتور^۳ به‌عنوان یک روش تحلیل ذینفعان به‌ویژه در حل تعارضات و ایجاد اجماع بین ذینفعانی با منافع متفاوت مفید است. والز^۴ و همکاران (۲۰۱۵) از روش مکتور برای حل تعارضات در توسعه گردشگری در منطقه مدیترانه استفاده کردند. یافته‌های آن‌ها نقش این روش را در شناسایی حوزه‌های اصلی اختلاف و تدوین استراتژی‌های همسو کردن منافع ذینفعان برجسته کرد. روش مکتور همچنین برای ارزیابی پایداری پروژه‌های گردشگری با تحلیل هم‌راستایی اهداف ذینفعان با اهداف گردشگری پایدار به کار گرفته شده است. به‌عنوان مثال، ون در دویم^۵ و همکاران (۲۰۰۷) از روش مکتور برای ارزیابی دیدگاه‌های ذینفعان در مورد اکوتوریسم در آفریقای جنوبی استفاده کردند و تأکید کردند که این روش به ادغام ملاحظات زیست‌محیطی و اجتماعی-اقتصادی در برنامه‌ریزی گردشگری کمک می‌کند. چندین مطالعه موردی کاربردهای عملی روش مکتور را در زمینه‌های مختلف گردشگری نشان داده‌اند. به‌عنوان مثال، بوینز و ویسر^۶ (۲۰۱۵) روش مکتور را برای تحلیل تعاملات ذینفعان در زمینه گردشگری میراث فرهنگی در آفریقای جنوبی به

1. Dormán
2. Chan
3. MACTOR
4. Valls
5. Van der Duim
6. Booyens & Visser

کار بردند. مطالعه آن‌ها بیش‌های عملی در مورد چگونگی همسو کردن اهداف ذینفعان برای بهبود نتایج توسعه گردشگری ارائه کرد.

مرور پیشینه بیانگر این است که پژوهش‌های متعددی در زمینه تحلیل گردشگری انجام شده است که به چالش‌ها و فرصت‌های توسعه گردشگری پایدار، تضاد منافع بین ذینفعان، و اهمیت تعامل و همکاری آن‌ها پرداخته‌اند. مطالعات داخلی نظیر پژوهش‌های ضیائی و عباسی (۱۳۹۷)، امان‌پور و همکاران (۱۳۹۶)، و شکوری و همکاران (۱۴۰۰) بر چالش‌های سیستم گردشگری در ایران و ضرورت تحلیل ذینفعان در توسعه پایدار گردشگری تأکید دارند. پژوهش‌های طهماسبی و زوارنیا (۱۳۹۹) و آردیان و همکاران (۱۴۰۰) نیز بر تعاملات سازمانی و شبکه‌های اجتماعی در مدیریت گردشگری متمرکز شده‌اند. مطالعات بین‌المللی مانند تحقیقات دورمن (۲۰۲۳) و چان (۲۰۲۳) بر تضاد منافع بین ذینفعان مختلف در گردشگری شهری و اهمیت مدل‌های حکمرانی یکپارچه تأکید دارند. همچنین، استفاده از روش مکتور برای حل تعارضات و هم‌راستایی اهداف ذینفعان در مطالعاتی مانند والز و همکاران (۲۰۱۵) و ون در دویم و همکاران (۲۰۰۷) نشان داده شده است.

علی‌رغم تحقیقات گسترده، کمتر مطالعه‌ای به تحلیل نقش ذینفعان در گردشگری بافت تاریخی با تأکید بر ابزارهایی مانند روش مکتور پرداخته است. این پژوهش تلاش می‌کند تا با بهره‌گیری از این روش، تعارضات منافع و فرصت‌های همکاری بین ذینفعان در گردشگری بافت تاریخی یزد را بررسی کرده و بازیگران کلیدی این حوزه را مشخص کند. تمرکز بر نقش واسط ذینفعانی مانند شهرداری و اداره کل میراث فرهنگی در این پژوهش، آن را از دیگر مطالعات متمایز می‌کند. بر این اساس سؤالات کلیدی پژوهش پیش رو برای رفع خلاء پژوهشی (کمبود چارچوب نظری برجسته برای تحلیل یکپارچه ذینفعان بر اساس تحلیل چند موضوع-چندبازیگر) مشتمل بر موارد زیر است:

بازیگران کلیدی مرتبط با گردشگری بافت تاریخی محله فهادان کدام‌اند و هر کدام چه نقشی دارند؟ بازیگران مؤثر بر گردشگری بافت تاریخی فهادان چگونه برهم دیگر تأثیر می‌گذارند؟ همگرایی و واگرایی‌های کلیدی در خصوص اهداف بنیادین گردشگری بافت تاریخی فهادان کدام‌اند؟ بر اساس تأثیرگذاری هر بازیگر بر اهداف کلیدی و تأثیر بر دیگر بازیگران، هر کدام از بازیگران چه ماهیتی خواهند داشت و نقش آن‌ها در دستیابی به اهداف چگونه خواهد بود؟

مبانی نظری

مشارکت مؤثر ذینفعان در فرآیندهای توسعه شهری نقش اساسی در تحقق اهداف توسعه پایدار دارد. مشارکت جوامع محلی از ابتدای فرآیند برنامه‌ریزی می‌تواند به رفع نگرانی‌ها و ایجاد اعتماد میان ذینفعان مختلف کمک کند. تجزیه و تحلیل ذینفعان گردشگری شهری به عنوان ابزاری حیاتی در فهم نقش‌ها، پویایی‌ها و تعاملات ذینفعان مختلف در پروژه‌های گردشگری شهری مطرح می‌شود (Ávila & Olander, 2024:928). در این فرآیند، توجه به ابعاد مختلف ذینفعان، از جمله نهادهای دولتی، بخش خصوصی، ساکنان محلی و گردشگران، می‌تواند به برقراری توازن بین انتظارات مختلف کمک کرده و از ایجاد تنش‌ها و تضادهای ناشی از عدم هماهنگی جلوگیری کند. بنابراین، شناسایی و ارزیابی این ذینفعان برای تضمین موفقیت پروژه‌های گردشگری شهری ضروری است مکانیسم‌های مشارکتی به‌ویژه در پروژه‌های گردشگری شهری می‌توانند شکاف‌های موجود بین انتظارات ذینفعان و نتایج پروژه‌ها را برطرف کرده و از این طریق پایبندی و حمایت از این پروژه‌ها را تقویت کنند. این مشارکت‌ها باعث می‌شود تا ذینفعان به درک مشترکی از اهداف توسعه برسند و از نظر اجتماعی و اقتصادی نسبت به نتایج پروژه احساس مسئولیت کنند (Amara-Fadhel et al., 2024:7). پویایی‌ها و چالش‌های مربوط به ذینفعان در پروژه‌های توسعه شهری پیچیده هستند و شامل گروه‌های مختلفی مانند شهروندان، مقامات اداری،

نهادهای دولتی و جامعه مدنی می‌شوند. این پیچیدگی‌ها نیازمند درک عمیق‌تری از روابط و تعاملات میان این گروه‌ها است (Mejia, 2024:3).

در بافت‌های تاریخی از یک‌سو، گردشگران به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ذینفعان، خواسته‌ها و انتظارات خاصی دارند که باید موردتوجه قرار گیرد (Liao et al., 2020:347). از سوی دیگر، توسعه گردشگری در این مکان‌ها ممکن است منجر به تضاد بین دیدگاه‌های مختلف شود، به‌ویژه در مناطقی با هویت‌های تاریخی و سنتی شود (Evans, 2002). بنابراین، دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در این بافت‌ها مستلزم ایجاد تعادل بین منافع ساکنان، کسب‌وکارها و بازدیدکنندگان است. این امر به‌ویژه در شرایطی که مسائل بی‌عدالتی فضایی مطرح می‌شود، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Zhu et al., 2023; Evans, 2002:119).

توسعه گردشگری شهری در بافت‌های تاریخی، فرآیندی پیچیده است که در آن تعاملات متعددی بین ذینفعان مختلف شکل می‌گیرد. دولت‌های محلی، به‌عنوان بازیگران اصلی، نقش محوری در بازسازی فضایی و تدوین سیاست‌های مرتبط ایفا می‌کنند (Zhu et al., 2023:1232; Anidyah P. Sari et al., 2024:6). با این حال، موفقیت این فرآیند به‌شدت به مشارکت فعال بخش خصوصی و حمایت جامعه بستگی دارد. همان‌طور که مطالعه موردی مسیر میراث فرهنگی سورابایا نشان می‌دهد، حاکمیت مشارکتی و درگیر کردن همه ذینفعان کلید دستیابی به گردشگری شهری پایدار و رقابتی است (Sari et al., 2024:6).

همچنین تحقیقات دایر و ادواردز^۱ (۲۰۰۹) نشان می‌دهد که همکاری بین بخش‌های عمومی و خصوصی برای ایجاد مقاصد رقابتی گردشگری شهری حیاتی است. همچنین نقش جوامع محلی در گردشگری شهری به‌عنوان یک بازیگر کلیدی طور فزاینده‌ای شناخته شده است. ساکنان هم بهره‌مند و هم شرکت‌کننده در توسعه گردشگری هستند، اما همچنین می‌توانند از آن آسیب ببینند. مطالعات موسکاردو^۲ (۲۰۱۱) تأکید می‌کنند که مشارکت جوامع محلی در فرآیندهای تصمیم‌گیری اطمینان می‌دهد که توسعه گردشگری با نیازها و ارزش‌های جامعه هماهنگ است. گردشگران به‌عنوان رکن دیگر ذینفعان هم مصرف‌کننده و هم تأثیرگذار در اکوسیستم گردشگری شهری هستند. ترجیحات، رفتارها و تجربیات آن‌ها تقاضا برای محصولات و خدمات گردشگری شهری را شکل می‌دهند. ادبیات اخیر ریچاردز^۳ (۲۰۲۰) اهمیت روزافزون درک انگیزه‌ها و انتظارات گردشگران در ایجاد استراتژی‌های گردشگری پایدار را برجسته می‌کند.

رویکرد چند موضوع - چند بازیگر در تحلیل ذینفعان

چارچوب چند بازیگر - چند موضوع (مخفف: چپچم) ابزاری برای تحلیل محیط‌های تصمیم‌گیری پیچیده است که در آن چندین ذی‌نفع (بازیگران) در موضوعات مختلف (اهداف و اولویت‌ها) درگیر هستند. این چارچوب به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند برنامه‌ریزی شهری، مدیریت محیط‌زیست و سیاست اجتماعی کاربرد دارد. اجزای اصلی چارچوب MAMS^۴ شامل شناسایی بازیگران و موضوعات، ترسیم روابط، ارزیابی پویایی قدرت و تحلیل سناریوها است. این عناصر به درک تعاملات بین ذی‌نفعان و هدایت برنامه‌ریزی استراتژیک کمک می‌کنند. این چارچوب بینش‌هایی را ارائه می‌دهد که نشان می‌دهد چگونه بازیگران مختلف بر تصمیمات تأثیر می‌گذارند و چگونه می‌توان منافع آن‌ها را هماهنگ کرد (Hermans & Thissen, 2009; Godet & Durance, 2011; Rosenhead et al., 2019). رویکرد چپچم بر این فرض استوار است که مسائل دنیای واقعی به‌ندرت به‌صورت مجزا بروز می‌کنند. این مسائل معمولاً شبکه‌ای از بازیگران (مانند دولت‌ها، کسب‌وکارها،

1. Dwyer & Edwards

2. Moscardo

3. Richards

4. (Multi-Actor Multi-Subject)

سازمان‌های غیردولتی، جوامع محلی) را درگیر می‌کنند که با موضوعات مختلف و گاه متضاد (مانند توسعه اقتصادی، حفاظت از محیط‌زیست، عدالت اجتماعی) در تعامل هستند. پیچیدگی این تعاملات نیازمند چارچوبی جامع است که به‌طور نظام‌مند به تحلیل و مدیریت روابط، منافع و دینامیک قدرت بین بازیگران در ارتباط با موضوعات مختلف بپردازد.

روش پژوهش

روش مکتور (مکتور)، که اختصار "ماتریس شرکا و تعارضات: اقدامات، اهداف و پیشنهادها"^۱ است، توسط میشل گوده^۲ در سال ۱۹۸۵ ایجاد شد. این روش به دو هدف اصلی می‌پردازد: اول، طبقه‌بندی بازیگران بر اساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متقابل آن‌ها که با استفاده از ماتریس اثرات مستقیم تحلیل می‌شود؛ و دوم، شناسایی مواضع بازیگران نسبت به اهداف و مسائل کلیدی که از ماتریس دویخشی بهره می‌برد (Godet & Durance, 2011:41). این مدل به‌منظور رفع بحران‌های موجود در روش‌های آینده‌پژوهی سابق که بیشتر مبتنی بر برونیابی روندها بودند، توسعه یافت (Heger & Rohrbeck, 2012:825).

روش مکتور در شش مرحله اصلی اجرا می‌شود:

- ❖ ترسیم جدول بازیگران: شناسایی بازیگران و موضوعات کلیدی.
 - ❖ مشخص کردن موضوعات کلیدی و اهداف: تعیین مسائل و اهداف مرتبط با عرصه مورد مطالعه.
 - ❖ تدوین ماتریس روابط: قرار دادن هر بازیگر در موقعیت‌های مختلف و تحلیل همگرایی‌ها و واگرایی‌ها. ماتریس بازیگر-بازیگر شامل ارزیابی تأثیرات مستقیم با مقادیر ۰ (عدم تأثیر بازیگر بر بازیگر مقابل) تا ۴ (تأثیر بنیادین بازیگر بر بازیگر مقابل) است.
 - ❖ رتبه‌بندی اهداف و اقدامات: ارزیابی و اولویت‌بندی اهداف هر بازیگر و اقدامات مربوطه.
 - ❖ تحلیل قدرت و پیشنهادها: بررسی روابط قدرت و پیشنهادها برای هر بازیگر. هر بازیگر در رابطه با یک هدف می‌تواند سه موضع مختلف داشته باشد: موافقت، مخالفت یا بی‌طرفی. اعداد «+۱»، «-۱» و «۰» به ترتیب هریک از این حالات سه‌گانه را نمایندگی می‌کنند. با تشکیل این ماتریس می‌توان امکان ائتلاف یا نزاع میان بازیگران بر سر یک مسئله یا هدف را شناسایی کرد.
 - ❖ پرسش‌های کلیدی و تحلیل سناریو: شناسایی فرضیات و سناریوهای آینده برای بررسی تعادل میان بازیگران. (Godet, 1994; Godet, 2000; Godet & Durance, 2011; Godet, 2008). به نقل از طالبیان و همکاران، ۱۳۹۵).
- در روش **Mactor**، دو ماتریس کلیدی برای تحلیل روابط میان عوامل و بازیگران وجود دارد که شامل ماتریس همگرایی و واگرایی بین بازیگران و ماتریس قدرت بازیگران نسبت به اهداف می‌باشد. ماتریس بازیگران نسبت به اهداف نشان‌دهنده تأثیرات و وابستگی‌های بازیگران به اهداف است. برای ساخت این ماتریس، ابتدا فهرست بازیگران و اهداف تهیه شد سپس تأثیر هر یک از بازیگران بر اهداف مختلف سنجش شد.
- ماتریس بازیگران نسبت به همدیگر (همگرایی و واگرایی) نشان‌دهنده روابط بین بازیگران است و کمک می‌کند تا بررسی شود که آیا بازیگران تمایلات و اهداف مشابهی دارند (همگرایی) یا اهداف و منافع آن‌ها در تضاد است (واگرایی). این ماتریس به‌ویژه برای شبیه‌سازی سناریوهای مختلف و تحلیل همکاری‌ها و تضادهای میان بازیگران مفید است.

1. (Matrix of Alliances and Conflicts: Tactics, Objectives, and Recommendations)

2. Godet

روش مکتور با وجود مزایای خود، دارای برخی محدودیت‌ها است: پیچیدگی و نیاز به داده‌ها: این روش نیازمند داده‌های جامع در مورد تعاملات و اهداف ذینفعان است که جمع‌آوری و تحلیل آن‌ها می‌تواند چالش‌برانگیز باشد (گودت، ۱۹۸۵). ذهنی بودن: تحلیل ممکن است تحت تأثیر قضاوت‌های ذهنی، به‌ویژه در تعیین دینامیک قدرت و نفوذ ذینفعان، قرار گیرد (Valls et al., 2015). ماهیت پویای روابط ذینفعان: روابط و اهداف ذینفعان می‌توانند با گذشت زمان تغییر کنند، بنابراین به‌روزرسانی تحلیل به‌طور منظم ضروری است (Booyens & Visser, 2015).

مکتور به دلیل تطبیق‌پذیری با مسائل پیچیده و چندبازیگری، ابزاری مناسب برای تحلیل روابط و اثرات متقابل میان بازیگران کلیدی در حوزه گردشگری است. این روش امکان ارزیابی هم‌زمان اهداف و قدرت بازیگران را فراهم کرده و به شناسایی میزان همگرایی و واگرایی منافع آن‌ها کمک می‌کند. مکتور با شفاف‌سازی روابط تأثیرگذاری میان بازیگران و اهداف، چارچوبی جامع برای تصمیم‌گیری استراتژیک ارائه می‌دهد. همچنین، با توجه به ماهیت چند موضوعی گردشگری بافت تاریخی فهادان، این روش قادر است مسائل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی را در یک چارچوب منسجم تحلیل کند. در نتیجه، مکتور ابزاری قدرتمند برای شناسایی نقش‌ها، تضادها و فرصت‌های همکاری در راستای توسعه پایدار گردشگری است.

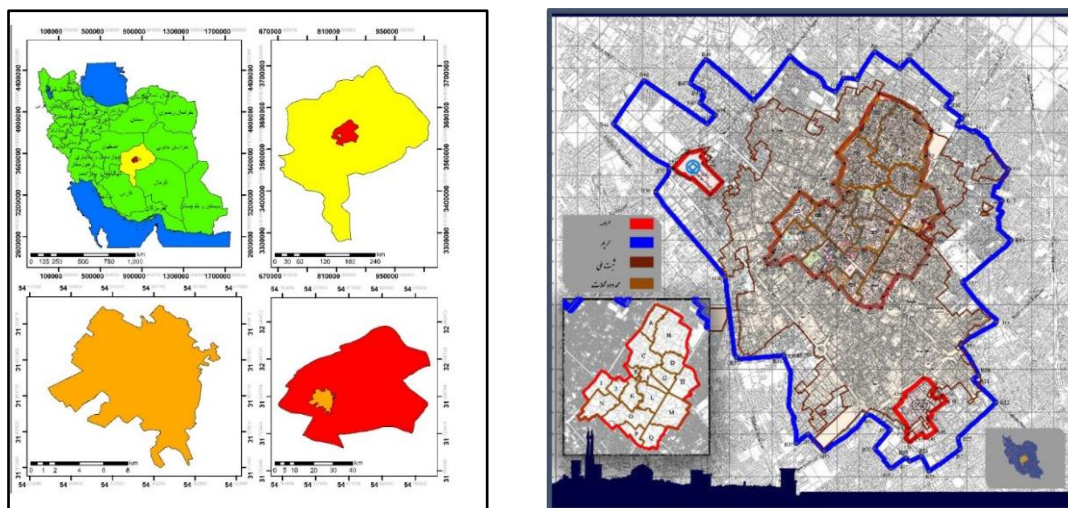
جامعه آماری طرح را گروه کارشناسی از مجموعه ذی‌نفعان و ذی‌نفعان عمدتاً مرتبط با بافت تاریخی شهر یزد را تشکیل می‌دهند. در جدول ذیل حجم تقریبی نمونه آماری و روش نمونه‌گیری نشان داده شده است:

جدول ۱. جامعه و نمونه آماری طرح

جامعه آماری	حجم نمونه آماری	روش نمونه‌گیری	روش تعیین حجم نمونه
مسئولان و مدیران گردشگری مانند میراث فرهنگی، شهرداری، فرمانداری، استانداری، اماکن، نیروی انتظامی، سازمان تبلیغات	۳۰	آگاهانه	تمام شماری
محققین و پژوهشگران مرتبط با موضوع طرح شامل جامعه دانشگاهی و مؤسسات آموزش گردشگری	۲۰	آگاهانه	تمام شماری
مشاغل مهم و صاحبان فعال کسب‌وکارهای گردشگری و سایر فعالیت‌ها	۲۰	گلوله برفی	اشباع نظری
ساکنان بومی بافت تاریخی	۳۰	گلوله برفی	اشباع نظری
اتباع ساکن در بافت	۱۵	گلوله برفی	اشباع نظری
گردشگران و تور لیدرها	۳۰	گلوله برفی	اشباع نظری

محدوده مورد مطالعه

استان یزد با وسعتی حدود ۷۴۷۸۱ کیلومتر مربع در قسمت‌های مرکزی کشور و در اقلیم گرم و خشک بیابانی واقع شده است. این استان به لحاظ وسعت در حدود ۴/۵ درصد از کل مساحت کشور را شامل می‌شود. موقعیت استراتژیک استان شاید مهم‌ترین ویژگی آن در امر توسعه است و از این منظر تأمین زنجیره گردشگری و ارتقاء کیفیت‌های آن به سبب توان بالقوه‌ای که دارد به‌عنوان یک پیشران مهم در مباحث آمایش سرزمین قابل طرح و بررسی است. موقعیت جغرافیایی این استان در قلب کشور و در مسیر بین‌المللی شمال به جنوب حاکی از گرانش قوی مرکز استان و بسیاری از شهرهای واقع در این مسیر است که تبلور آن در فصول گردشگری و ایام تعطیلات به‌ویژه ایام عید نوروز به‌خوبی قابل مشاهده است. بر اساس آخرین تقسیمات کشوری این استان شامل ۱۰ شهرستان، ۲۱ بخش و ۴۵ دهستان است. همچنین تعداد ۲۱ نقطه شهری و ۳۹۴۰ نقطه سکونتی اعم از آبادی روستایی و یا مکان سکونتی مستقل در این استان وجود دارد. شهر یزد به‌عنوان مرکز استان دارای ۵ منطقه شهری می‌باشد.



شکل ۱. نقشه موقعیت نسبی شهر یزد

منطقه تاریخی یا منطقه ۵ شهر یزد، با وسعت تقریبی ۹۰۰ هکتار به عنوان هسته اولیه شهر، واقع در بخش شمال شرقی یزد است. این منطقه، از طرف شمال به خیابان فهادان و سید گل سرخ، از طرف شرق به بلوار دهه فجر، از طرف جنوب به بلوار شهید بهشتی و از طرف غرب به بلوار شهید پاک نژاد و باهنر محدود می شود. محله فهادان، با مساحت تقریبی ۲۴ هکتار و جمعیت ۱۲۲۹ نفر، در این منطقه قرار دارد (پایگاه میراث جهانی شهر تاریخی یزد، ۱۳۹۵). این محله، از طرف شمال به خیابان فهادان و محله زنگی، جنوب به محله بازار نو و شاه ابوالقاسم، از سمت شرق به خیابان امام خمینی و محله آبشور و از طرف غرب به محله کوشکنو محدود شده است (کریمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۱۰).

بافت میراث جهانی شهر یزد با مساحت حدوداً ۷۰۰ هکتار پس از ثبت ملی در سال ۱۳۸۴ و طی فرآیندی به عنوان نخستین بافت تاریخی شهری ایران، در نشست که در سال ۲۰۱۷ در چهل و یکمین اجلاس کمیته میراث بشری سازمان علمی، فرهنگی و تربیتی

ملل متحد (یونسکو) در شهر کراکوف لهستان برگزار شد با داشتن دو معیار (گواهی بی همتا یا دست کم استثنایی بر یک سنت فرهنگی یا تمدن زنده یا از میان رفته) و (نمونه‌ای برجسته از تعامل بین انسان و محیط زیست یا نماینده یک فرهنگ) در فهرست میراث جهانی به ثبت رسید. بافتی که ترکیبی موزون و متوازن از خانه‌ها و ساباطهای خشتی و بناهای قدیمی در پس کوچه‌های قدیمی بنانهاده که بسیاری از امکانات زندگی فردی و اجتماعی را در دل خود دارد (محرابی و همکاران، ۱۴۰۲: ۹۴). نمونه برجسته‌ای از سکونتگاه‌های سنتی انسانی است که نمایانگر تعامل انسان و طبیعت در یک محیط کویری است که حاصل استفاده بهینه و مدیریت هوشمندانه منابع محدود موجود در چنین فضای خشکی است (UNESCO, 2017)

یافته‌ها

شناسایی بازیگران و اهداف گردشگری بافت تاریخی شهر یزد

در این مرحله برای تحلیل بازیگران به شیوه مکتور، با مطالعه طرح‌های مربوطه، اسناد و قوانین مرتبط، همچنین مصاحبه‌های تخصصی و جلسات با کارشناسان و متخصصین نخست بازیگران اصلی و اهداف گردشگری بافت تاریخی شهر یزد شناسایی شده و سپس ماتریس اثرات متقابل میان بازیگران را با استفاده از راهنمای تکمیل ماتریس تکمیل شده

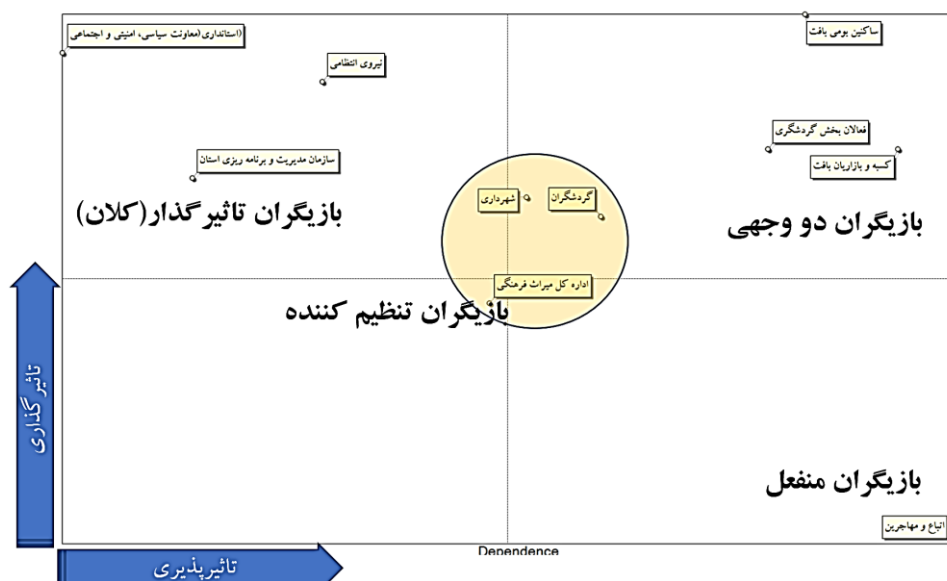
است. در جدول زیر بازیگران و ذینفعان کلیدی مؤثر در بافت تاریخی شهر یزد شناسایی شده و در کنار وظایف و انتظارات، مجموعه اهداف مشترک بازیگران نیز قید شده است.

جدول ۲. بازیگران و ذینفعان گردشگری بافت تاریخی شهر یزد و وظایف/انتظارات مربوطه

بازیگران	وظایف/انتظارات	مجموعه اهداف بازیگران
اداره کل میراث فرهنگی	حفظ میراث تاریخی، جذب گردشگر، جلب رضایت ساکنین، کسب درآمد، کارآفرینی و اشتغال‌زایی	
سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان	تأمین بودجه، جلب رضایت شهروندان و جامعه، هماهنگی بین دستگاه‌ها، ارتقای جایگاه یزد، کارآفرینی و اشتغال‌زایی	❖ افزایش جذب گردشگر ❖ تأمین امنیت بافت
معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری	حفظ امنیت اجتماعی، مدیریت اتباع خارجی ساکن در بافت، تقویت انسجام اجتماعی، کاهش مسائل اخلاقی و اجتماعی بافت، حفظ فرهنگ بومی	❖ بهبود زیرساخت‌ها ❖ ارتقای جایگاه و اعتبار شهر یزد
شهرداری	جلب رضایت شهروندان و گردشگران، بهبود زیرساخت‌ها، ارتقای کیفیت زندگی شهروندان، حفظ بافت تاریخی، ارتقای جایگاه یزد	❖ اشتغال‌زایی و کسب درآمد
نیروی انتظامی	تأمین امنیت بافت، تأمین امنیت گردشگران و ساکنین	❖ حفظ فرهنگ بومی
فعالان بخش گردشگری	ایجاد و تأمین امنیت شغل، کسب درآمد و سود، مشارکت در حفظ میراث تاریخی	❖ افزایش ماندگاری ساکنین
کسبه و بازاریان بافت	درآمد و سود حاصل از گردشگری، امنیت شغلی	❖ افزایش رضایت ساکنین و شهروندان
ساکنین بومی بافت	کیفیت زندگی، اسکان و آرامش، منافع اقتصادی، حفظ میراث تاریخی، حفظ فرهنگ بومی	
اتباع و مهاجرین خارجی	اسکان	
گردشگران داخلی و خارجی	گذران اوقات فراغت، تأمین آرامش و ارتقای کیفیت زندگی	

بر اساس یافته‌های این پژوهش سه بازیگر: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری و نیروی انتظامی در ناحیه بازیگران محیطی یا تأثیرگذار قرار گرفته‌اند که بیشترین تأثیر را بر دیگر بازیگران گردشگری دارند اما خود تأثیر کمی از سایر بازیگران می‌پذیرند. با توجه به موقعیتی که دارند امکان توافق و اجماع با این بازیگران سخت‌تر از دیگر انواع بازیگران بوده و رفتارهای آن‌ها عموماً اقتدارگرایانه و یک‌جانبه است. با توجه به نقش این بازیگران پیشنهاد می‌شود در هرگونه برنامه توسعه برای توسعه گردشگری در بافت تاریخی رضایت آن‌ها در اولویت قرار گیرد.

دسته دوم بازیگران، بازیگران دو وجهی هستند که در عین حال که خود تأثیرگذار بر گردشگری بافت هستند، در کمتر مواردی امکان رفتار مستقل را داشته و در هر صورت تحت تأثیر برخی دیگر از بازیگران از جمله سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری و حتی گردشگران قرار دارند. در نتیجه می‌توانند محور اصلی اجماع و شکل‌گیری همسویی بین دیگر بازیگران باشند. رضایت یا نارضایتی این گروه از بازیگران مهم‌ترین عامل همگرایی بین نهادهای دخیل است. همان‌طور که در نمودار مشاهده می‌شود سه دسته ذینفعان شامل: ساکنین بومی، کسبه و بازاریان و فعالان بخش گردشگری در این ناحیه قرار گرفته‌اند.



شکل ۲. پلان اثرگذاری و اثرپذیری ذینفعان گردشگری بافت تاریخی یزد

دسته سوم بازیگران به‌عنوان بازیگران منزوی یا مستقل از سیستم تصمیم‌گیری تلقی می‌شوند که نه تأثیر زیادی بر موضوع و اهداف طرح دارند و نه از آن به‌شدت تأثیر می‌پذیرند. در این پژوهش هیچ بازیگری در چنین موقعیتی قرار نگرفته است که این مسئله خود نشان از اهمیت و جایگاه کلیدی گردشگری برای ذینفعان شناسایی شده دارد. دسته چهارم بازیگران، بازیگران مغلوب یا فاقد ابزارهای قدرت هستند که به‌عنوان یک عامل رسمی و یا پذیرفته‌شده، تأثیر و نقشی در گردشگری بافت ندارند اما ماهیت و زندگی آن‌ها به گردشگری بافت پیوند خورده است. در این چارچوب اتباع و مهاجرین خارجی ساکن در بافت تنها بازیگر مغلوب تلقی می‌شود که خود کاملاً متأثر از سایر ذینفعان است و در ضعیف‌ترین جایگاه ممکن قرار گرفته است.

علاوه بر این چهار دسته ذینفع مورد اشاره، دسته پنجمی هم وجود دارد که در میانه نمودار قرار گرفته‌اند و نقش تنظیمی در سیستم دارند این بازیگران هم تأثیرگذاری هم تأثیرپذیری متوسطی دارند و منظور از نقش تنظیم‌کننده، ایفای نقش آن‌ها به‌عنوان واسط دیگر بازیگران در گردشگری بافت است. این بازیگران گرچه جایگاه یک بازیگر غالب و کلان را ندارند اما می‌توانند عامل اتصال دیگر بازیگران بوده و نقش میانجی را ایفا کنند. در نمودار زیر این دسته از بازیگران با شکل دایره‌ای در وسط نمودار نشان داده شده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود: شهرداری، اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری در این دسته قرار گرفته‌اند.

خالص میزان اثرگذاری بازیگران (تفاضل اثرگذاری و اثرپذیری)

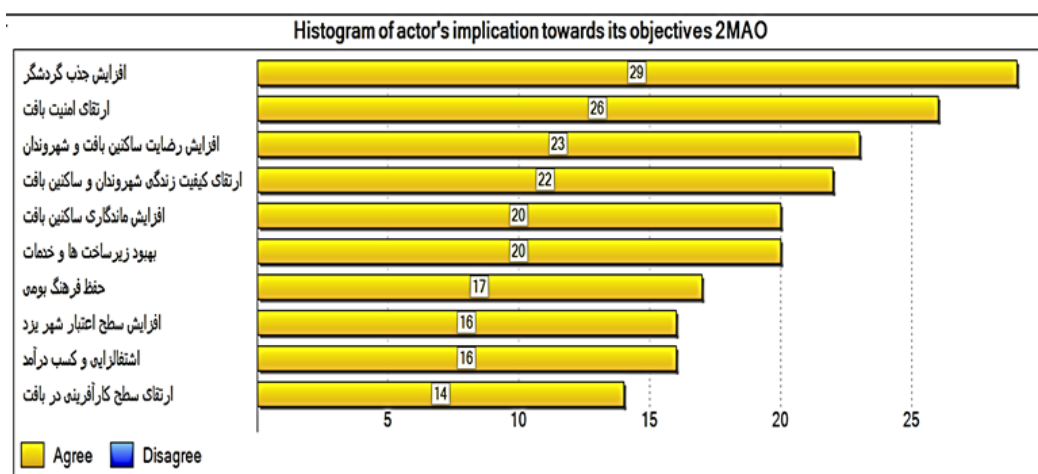
بر اساس شاخص NS^۱ یا خالص اثرگذاری بازیگران (تفاضل اثرگذاری و اثرپذیری، معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری دارای بیشترین اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر دیگر ذینفعان گردشگری است. این بازیگر با خالص تأثیرگذاری ۴۱ داری رتبه اول در نمودار NS است. همچنین نیروی انتظامی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی گرچه تفاوت زیادی با معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری دارند، دارای فاصله خالص مثبت بوده و اثرگذاری بالایی داشته‌اند. اتباع و

1. Values are relative whole numbers: The (+) sign indicates the actor exerts more influence than it receives. The (-) sign indicates the actor exerts less influence than it receives
The net scale of direct and indirect influences measures

مهاجرین خارجی با ۵۸- کمترین میزان تأثیر را گذاشته‌اند. نکته جالب توجه در این بخش از یافته‌ها جایگاه نسبتاً ضعیف اداره کل میراث فرهنگی است که بخشی از آن تک‌بعدی بودن وظایف و اختیارات این نهاد در مقابل فرابخشی بودن دیگر نهادها چون معاونت سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و شهرداری است. همچنین این اداره کل به دلیل فقدان استقلال در تصمیم‌گیری و ضرورت جلب رضایت بازیگران فوق برای هرگونه تصمیمی، در چنین موقعیتی قرار گرفته است. در حالی جلب رضایت و تأییدیه اداره کل میراث فرهنگی در کمتر مواردی پیش شرط تصمیم‌گیری در خصوص گردشگری در بافت تاریخی یزد می‌باشد.

میزان توافق بازیگران سر اهداف توسعه گردشگری بافت تاریخی شهر یزد

هیستوگرام توافق بازیگران نشان‌دهنده همگرایی بازیگران در خصوص اهداف است. هیستوگرام برای شناسایی جایگاه هر بازیگر و سنجش موقعیت آن با توجه به اهداف تعریف‌شده، استفاده می‌شود. همان‌طور که از نمودار بر می‌آید، هیچ‌گونه مخالفتی بین ذینفعان در خصوص اهداف معین شده وجود ندارد و همه بازیگران با درجات متفاوتی موافق اهداف تعریف‌شده هستند. سه هدف: افزایش جذب گردشگر، ارتقای امنیت بافت و افزایش رضایت ساکنین و شهروندان بافت دارای بیشترین توافق بوده‌اند. ارتقای سطح کارآفرینی و اشتغال‌زایی و کسب درآمد گرچه ممکن است برای برخی اقشار چون فعالان گردشگری و کسبه و بازاریان دارای اهمیت زیادی باشند اما در مجموع دارای میزان موافقت کمتری بوده‌اند. این امر نشان‌دهنده رویکرد جامع به گردشگری و عدم تأکید بر صرف ابعاد اقتصادی این صنعت در بین ذینفعان می‌باشد.

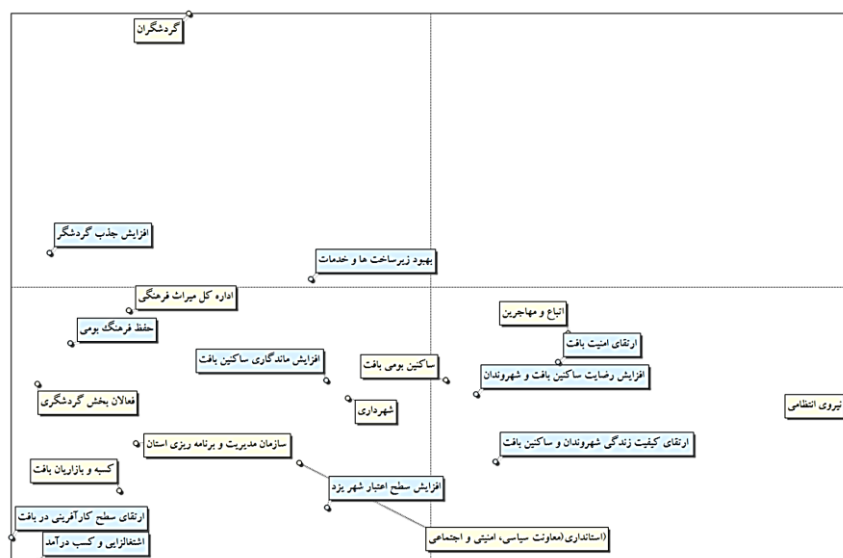


شکل ۳. هیستوگرام میزان توافق در خصوص اهداف بین بازیگران

با وجود فقدان مخالفت بازیگران با اهداف مشخص شده هر کدام از ذینفعان دخیل در گردشگری بافت تاریخی شهر یزد دارای اهداف مشخص و خاص خود بوده و یا میزان اهمیت اهداف بین آن‌ها به هیچ‌عنوان یکسان نیست. بر اساس یافته‌های این بخش، شهرداری یزد دارای بیشترین اهداف مرتبط (۷ هدف از ۱۰ هدف) بوده و اکثر اهداف برای این ذینفع دارای جذابیت بالا هستند. در کنار این ذینفع، ساکنین بومی بافت تاریخی شهر یزد قرار دارد که در تعداد زیادی از اهداف دارای منافع بوده و از بین اهداف تعریف‌شده حداقل چهار هدف برای این بازیگر دارای اهمیت متوسط به بالا بوده‌اند.

نقشه روابط بازیگران اهداف نشان‌دهنده میزان اهمیت هر هدف برای هر بازیگر است. هر چه یک هدف به یک بازیگر نزدیک‌تر باشد، آن بازیگر نقش بیشتری در تأمین هدف مربوطه دارد و هر چه فاصله یک هدف بیشتر باشد، آن هدف ارتباط کمتری با بازیگر مورد بحث دارد. همچنین بازیگرانی که در وسط اکثر اهداف قرار گرفته‌اند دارای بیشترین نقش و

مسئولیت در خصوص اهداف هستند و در حالت برعکس هر چه بازیگر با مجموع اهداف فاصله بیشتری داشته باشد، آن بازیگر کمترین نقش را در تحقق اهداف خواهد داشت. در نمودار زیر وضعیت ارتباط اهداف- بازیگران نشان داده شده است. همان طور که مشاهده می شود سه بازیگر: شهرداری، ساکنین بومی و معاونت اجتماعی، امنیتی و اجتماعی در مرکز اهداف قرار گرفته و دارای بیشترین مسئولیت در خصوص اهداف تعریف شده هستند. در مقابل گردشگران، نیروی انتظامی و اتباع خارجی دارای کمترین اهداف مرتبط بوده و فاصله زیادی با اکثریت اهداف تعریف شده دارند.

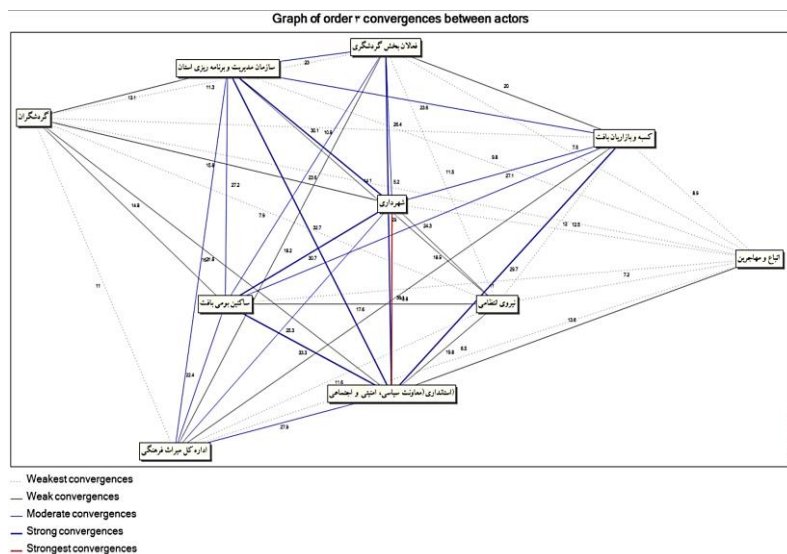


شکل ۴. نقشه روابط بازیگران- اهداف گردشگری بافت تاریخی شهر یزد

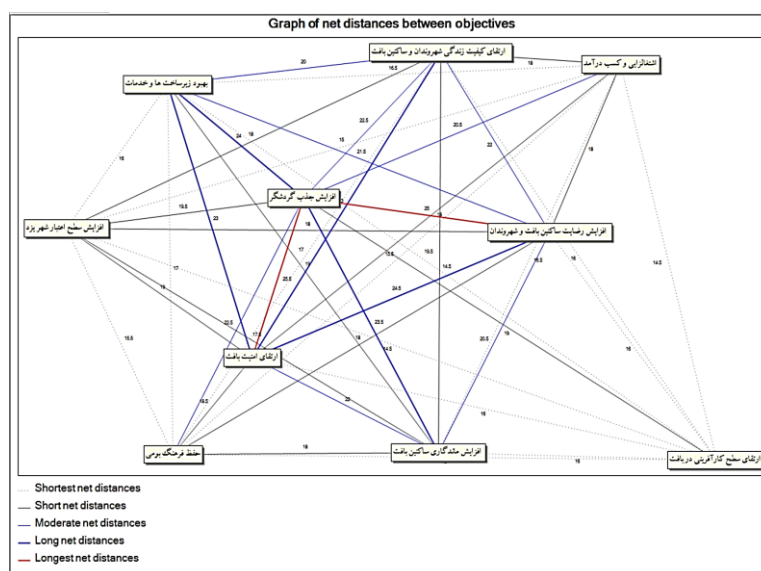
بحث

استفاده از روش مکتور برای تحلیل هم‌راستایی اهداف و حل تعارضات بین ذینفعان در مطالعات بین‌المللی (Walz et al., 2015; Van der Duim et al., 2007) و داخلی (آردیان و همکاران، ۱۴۰۰) مورد تأکید بوده است. تحلیل همگرایی و واگرایی در اهداف ذینفعان یزد، مشابه مطالعات مذکور، نشان‌دهنده نقاط مشترک و تفاوت‌های کلیدی بین اهداف بازیگران است.

در تحلیل ذینفعان، بررسی نزدیکی اهداف و نزدیکی یا فاصله رقبا از همدیگر بررسی شده و از این طریق رقبا و شرکا شناسایی می‌شوند. این تحلیل به سیاست‌گذار و محقق امکان می‌دهد ذینفعان همسو را شناسایی کرده و برای تصمیم‌گیری در خصوص انتخاب اولویت‌ها به صورت هدفمند ذینفعان را انتخاب و فرآیند اجرای تصمیم را طراحی نماید. گرچه در بخش‌های قبل مشخص شد هیچ‌کدام از ذینفعان مخالف اهداف تعیین شده نیستند اما میزان همگرایی آن‌ها در خصوص اهداف ۱۰ گانه تعریف شده، یکسان نیست. به عبارتی هیچ‌گونه واگرایی در خصوص توسعه گردشگری در بافت تاریخی یزد وجود ندارد اما شدت همگرایی بین بازیگران متفاوت است. در نمودار همگرایی بین بازیگران هر چه بازیگران به هم نزدیک‌تر باشند میزان همگرایی بیشتر و هرچه از هم دورتر باشند میزان همگرایی کمتر است. مشاهده شکل شش حاکی از این است که اتباع خارجی ساکن در بافت کمترین میزان همگرایی را با دیگر ذینفعان دارند. در کنار این ذینفع، نیروی انتظامی و گردشگران با دیگر بازیگران فاصله داشته و میزان همگرایی آن‌ها کمتر است. دیگر بازیگران شناسایی شده دارای همگرایی نسبتاً بالایی بوده و فاصله حداقلی از همدیگر دارند.



شکل ۶. نمودار همگرایی بین گردشگری بافت تاریخی شهر یزد



شکل ۷. نقشه همگرایی بین اهداف - فاصله خالص بین اهداف گردشگری بافت تاریخی

تعیین اهدافی که بازیگران بیشترین همگرایی و اشتراک را نسبت به آن‌ها دارند می‌تواند تعیین‌کننده اولویت‌های اقدام و طراحی سیاست‌های مربوطه باشد. مطالعات طهماسبی و زوارنیا (۱۳۹۹) و Dormán (2023) تأکید کرده‌اند که همکاری سازمان‌ها و ذینفعان کلیدی برای موفقیت گردشگری پایدار ضروری است. در بخش بحث نیز تأکید شده که همگرایی بین ذینفعان (به‌ویژه در بافت تاریخی یزد) برای سیاست‌گذاری و اولویت‌بندی اهداف اساسی است. همچنین همان‌طور مطالعات نشان داده‌اند که تضاد منافع می‌تواند به نابرابری‌ها و اولویت‌دهی نیاذهای گردشگران بر رفاه ساکنان محلی منجر شود (Chan, 2023); (Phang, 2010). نقشه همگرایی بین اهداف - فاصله خالص بین اهداف (شکل شماره ۷) برای شناسایی اهدافی استفاده می‌شود که بازیگران در مورد آن‌ها موضع یکسانی دارند (اعم از موافق یا مخالف). از این رو، گروه‌هایی از اهداف را نشان می‌دهد که در آن‌ها همگرایی قوی (زمانی که اهداف نزدیک به هم هستند) یا واگرایی (زمانی که اهداف دور از هم هستند) از نظر بازیگران، وجود دارد. همان‌طور که مشاهده می‌شود سه هدف: افزایش جذب گردشگر، افزایش رضایت ساکنین و ارتقای امنیت بافت، بیشترین همگرایی را در بین دیگر اهداف داشته‌اند. از این رو قرار دادن این سه هدف

مشترک به کانون شکل‌گیری اجماع و تداوم مباحث مشترک می‌تواند زمینه‌ساز خلق چشم‌انداز مشترک برای آینده گردشگری بافت تاریخی یزد باشد.

نتیجه‌گیری

تحلیل نقش بازیگران و ذینفعان در توسعه گردشگری تاریخی بافت یزد نشان می‌دهد که تعاملات پیچیده میان این گروه‌ها بر موفقیت برنامه‌های گردشگری تأثیرگذار است. بافت یزد به‌عنوان یک میراث فرهنگی و تاریخی، نیازمند رویکرد هماهنگ و مدبرانه برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های گردشگری خود است. نتایج تحلیل‌ها با استفاده از روش مکتور نشان می‌دهد که بازیگران دولتی، خصوصی، و محلی با منافع و قدرت‌های متفاوت، نقش‌های متفاوتی در سیاست‌ها و استراتژی‌های گردشگری دارند. بازیگران دولتی تأثیر زیادی بر برنامه‌ها دارند، درحالی‌که بخش‌های خصوصی و محلی مستقیماً بر تجربه گردشگران تأثیر می‌گذارند.

بر اساس تحلیل‌ها، سه بازیگر کلیدی: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، معاونت سیاستی، امنیتی و اجتماعی استانداری و نیروی انتظامی، در ناحیه بازیگران محیطی قرار دارند. این بازیگران بیشترین تأثیر را بر دیگر ذینفعان دارند و خود تأثیر کمی از سایرین می‌پذیرند. بنابراین، جلب رضایت این گروه از بازیگران در هر برنامه توسعه گردشگری باید در اولویت قرار گیرد. این بخش از نتایج همسو با یافته‌های طهماسبی و زوارنیا (۱۳۹۹) بیانگر این است که سازمان‌هایی مانند استانداری، فرمانداری و نیروی انتظامی بیشترین قدرت و کنترل را در شبکه همکاری دارند. فرمانداری و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به‌عنوان سازمان‌هایی با بیشترین مرکزیت بینابینی، نقش مهمی در ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های مختلف ایفا می‌کنند.

بازیگران دوجوهی مانند ساکنین بومی، کسبه و بازاریان، و فعالان بخش گردشگری در این تحلیل به‌عنوان محورهای اصلی اجماع شناخته می‌شوند، زیرا آن‌ها هم تأثیرگذارند و هم تحت تأثیر دیگران قرار دارند. این گروه‌ها می‌توانند به ایجاد هماهنگی بین دیگر ذینفعان کمک کنند. بازیگران مستقل، مانند اتباع و مهاجرین خارجی، تأثیر زیادی بر اهداف گردشگری ندارند و به‌عنوان بازیگران مغلوب شناخته می‌شوند.

تحلیل همگرایی و واگرایی نشان می‌دهد که با وجود عدم مخالفت میان بازیگران، شدت همگرایی نسبت به اهداف متفاوت است. این تحلیل به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا ذینفعان همسو را شناسایی کرده و تصمیمات را به‌طور هدفمند اتخاذ کنند. همگرایی بالا در خصوص اهداف کلیدی می‌تواند مبنای شکل‌گیری اجماع و تداوم تلاش‌ها برای توسعه گردشگری در بافت تاریخی یزد باشد. تحلیل همگرایی و واگرایی بین ذینفعان نشان می‌دهد که هیچ مخالفتی در خصوص اهداف معین شده وجود ندارد و تمامی بازیگران با درجات مختلفی موافق اهداف هستند. اهدافی نظیر افزایش جذب گردشگر، ارتقای امنیت بافت، و افزایش رضایت ساکنین دارای بیشترین توافق هستند، درحالی‌که اهداف اقتصادی نظیر ارتقای سطح کارآفرینی و اشتغال‌زایی کمتر مورد توافق اکثریت قرار گرفته است. همچنین نقشه روابط نشان می‌دهد که سه بازیگر کلیدی (شهرداری، ساکنین بومی، و معاونت اجتماعی، امنیتی و اجتماعی) در مرکز اهداف قرار دارند و بیشترین مسئولیت را در تحقق اهداف دارند. در مقابل، گردشگران، نیروی انتظامی، و اتباع خارجی کمترین ارتباط را با اهداف دارند.

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

سه‌م نویسنده‌گان در پژوهش

نویسنده‌گان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سه‌م برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسنده‌گان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسنده‌گان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- اعظمی، موسی؛ جلیلیان، سارا و هاشمی امین، ناهید. (۱۳۹۴). تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستای نوره). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۴(۱۴)، ۱۵۴-۱۷۴.
- امان‌پور، سعید؛ ملکی، سعید؛ احدنژاد، محسن و مرادی مفرد، سمیرا. (۱۳۹۶). ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری شهری در راستای توسعه پایدار (مورد مطالعه: شهرستان شوشتر). *جغرافیا (فصلنامه علمی انجمن جغرافیایی ایران)*، ۱۵(۵۴)، ۷۹-۹۶.
- آردیان، آرام؛ اسعدی، میر محمد و احمدخانی، مسعود. (۱۴۰۰). تبیین تعاملات شبکه‌ای بین کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری با رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: شهر یزد). *گردشگری و توسعه*، ۱۰(۱)، ۱۰۷-۱۲۴. doi: 10.22034/jtd.2020.222754.1982
- حاتمی‌نژاد، حسین و شریفی، امیر. (۱۳۹۴). بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سمنان). *مجله گردشگری شهری*، ۲(۱)، ۶۱-۷۴. doi: 10.22059/jut.2015.54066
- ضیایی، محمود و عباسی، دیاکو. (۱۳۹۷). چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۷(۲۴)، ۸-۳۷. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1822>
- طهماسبی، اصغر و زوارنیا، مهری. (۱۳۹۹). تحلیل شبکه همکاری سازمانی در مدیریت مقاصد گردشگری (مورد مطالعه: شهر مشهد). *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۸(۱۵)، ۲۷۷-۲۹۶.
- علی‌زاده، سید دانا. (۱۳۸۹). *بررسی آسیب‌های اجتماعی گردشگری در منطقه ثامن کلان‌شهر مشهد (با تأکید بر امنیت گردشگری)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، استاد راهنما: محمدتقی رهنمایی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه پیام نور تهران.
- کریمی، فاطمه؛ جلیلی صدرآباد، سمانه و خیرالدین، رضا. (۱۴۰۰). شناسایی و تحلیل ساختاری پیشران‌های تغییر در حوزه کاربری زمین (مورد کاوی: محله فهادان بافت تاریخی یزد). *آینده‌پژوهی/ایران*، ۶(۲)، ۳۲۸-۳۰۵. doi: 10.30479/zfs.2022.1298
- کوری، مصطفی؛ بیگ بابایی، بشیر و نوروزی ثانی، پرویز. (۱۴۰۰). تبیین عوامل مؤثر بر دیدگاه ذینفعان به وضعیت پایداری توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۷)، ۲۸۳-۳۰۷. doi: 10.22080/jtpd.2020.18096.3216
- محرابی، محراب؛ انصاری، مجید و رفیعیان، محسن. (۱۴۰۲). آینده‌پژوهی بافت تاریخی شهر یزد مبتنی بر پیشران‌های پایداری میراث جهانی. *فصلنامه مطالعات شهری*، ۱۲(۴۶)، ۸۹-۱۰۲. doi: 10.34785/J011.2022.012
- مروتی شریف‌آبادی، علی؛ عزیزی، فاطمه و جمشیدی، زینت. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران داخلی استان یزد با استفاده از مدل دیمتل فازی. *مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)*، ۱۱(۳۳)، ۸۵-۱۰۴. <https://doi.org/10.22054/tms.2016.4165>

- ملک‌زاده، ندا؛ بزاززاده، مهدی و رفیعیان، مجتبی. (۱۳۹۵). شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه شهری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه موردی: کلان‌شهر کرج). *جغرافیا و توسعه فضای شهری*، ۳(۲)، ۵۲-۳۵. <https://doi.org/10.22067/gusd.v3i2.49479>
- موحد، علی. (۱۳۸۶). گردشگری شهری. اهواز: دانشگاه شهید چمران اهواز.
- نخعی، مهدی و خداداد، محمد. (۱۳۹۴). امکان‌سنجی گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک (SOAR شهر بناب). دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد، ۱۰ تا ۲۲ اسفند ۱۳۹۴.

References

- Alizadeh, S. D. (2010). An investigation of the social harms of tourism in the Samen district of Mashhad metropolis (With emphasis on tourism security) [Master's thesis, Payame Noor University, Tehran]. Supervisor: Mohammad Taghi Rahnamayi. [in Persian].
- Amanpour, S., Maleki, S., Ahadnezhad, M., & Moradi Mofrad, S. (2017). Evaluation of environmental quality of urban tourism destinations in line with sustainable development (Case study: Shushtar County). *Geography (Quarterly Journal of the Iranian Geographical Association)*, 15(54), 79-96. [in Persian].
- Ardian, A., Asadi, M. M., & Ahmadkhani, M. (2021). Explaining network interactions between entrepreneurs and tourism business owners using social network analysis (Case study: Yazd city). *Tourism and Development*, 10(1), 107-124. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.222754.1982> [in Persian].
- Azami, M., Jalilian, S., & Hashemi Amin, N. (2015). Analysis of the social, economic, and environmental impacts of sustainable tourism (Case study: Nureh village). *Tourism Planning and Development*, 4(14), 154-174. [in Persian].
- Booyens, I., & Visser, G. (2015). Cultural heritage tourism and stakeholder management: Insights from South Africa. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(2), 105-123. <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.971104>
- Butler, R. W. (1991). The concept of carrying capacity: Area, attraction, and destination. *Journal of Environmental Management*, 32(1), 3-23. DOI:10.1002/PTH.6070020309
- Carlos, Martínez-Ávila., Stefan, Olander. (2024). 1. Stakeholder participation in the implementation of urban property development projects. *Construction Management and Economics*, doi: 10.1080/01446193.2024.2361789
- Chan, J. K. L. (2023). Sustainable rural tourism practices from the local tourism stakeholders' perspectives. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1500-1516. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.3.136>
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
- dialectic of the universal and particular. *International Journal of Heritage Studies*, 8(2), 117-135, DOI: 10.1080/13527250220143913
- Dormán, A. (2023). The spatial injustice in tourism-led historic urban area renewal: An analytical framework from stakeholder analysis. *Current Issues in Tourism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2203849>
- Dupeyras, A., & MacCallum, N. (2013). *Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document*. OECD Tourism Papers, 2013/02, 1-62.
- Dwyer, L., & Edwards, D. (2009). Tourism product and service innovation to avoid 'strategic drift'. *International Journal of Tourism Research*, 11(4), 321-335. <https://doi.org/10.1002/jtr.690>
- Elyssa, A-F., Aïda, Ben, M-J., Feyrouz, H-Ben, T. (2024). 2. Stakeholder Dynamics in the Context of a Local Urban Project. *Social business*, doi: 10.1362/204440824x17074776135987
- Gabriela, M. (2024). 4. Urban stakeholders as key to manage models for urban regeneration: contribution from scientific literature (2009-2022). *Proceedings of International Structural Engineering and Construction*, doi: 10.14455/isc.2024.11(1).aae-05

- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Godet, M. (1985). Introduction to the MACTOR method. *Futures*, 17(3), 200-214.
- Godet, M. (2006). *Creating futures: Scenario planning as a strategic management tool*. Preface by Joseph F. Coates.
- Godet, M., & Durance, P. (2011). *Strategic foresight for corporate and regional development*. Elsevier Science.
- Graeme Evans (2002) Living in a World Heritage City: stakeholders in the
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes, and relationships*. Pearson Education.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (4th ed.). Routledge.
- Hataminejad, H., & Sharifi, A. (2015). Investigating the role of urban tourism development in sustainable urban development (Case study: Sanandaj city). *Urban Tourism Journal*, 2(1), 61–74. <https://doi.org/10.22059/jut.2015.54066>[in Persian].
- Heger, T., & Rohrbeck, R. (2012). Strategic foresight for collaborative exploration of new business fields. *Technological Forecasting & Social Change*, 79(5), 819-831. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2011.11.003>
- Hermans, L. M., & Thissen, W. A. H. (2009). Actor analysis methods and their use for public policy analysts. *European Journal of Operational Research*, 196(2), 808-818. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2008.03.040>
- Karimi, F., Jalili Sadraabad, S., & Kheiraldin, R. (2021). Identification and structural analysis of change drivers in land use (Case study: Fahadan neighborhood, historical texture of Yazd). *Iranian Future Studies*, 6(2), 305–328. <https://doi.org/10.30479/jfs.2022.1298>[in Persian].
- Kouri, M., Beig Babaei, B., & Norouzi Sani, P. (2021). Explaining the factors affecting stakeholders' perspectives on the sustainability of urban tourism development (Case study: Tabriz metropolis). *Tourism Planning and Development*, 10(37), 283–307. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.18096.3216>[in Persian].
- Liao, T., Wang, Y., & Zhang, X. (2020). The Analysis of Centrality for Stakeholders of Historical and Cultural Blocks -Taking Chengdu as an Example. *2020 5th International Conference on Economics Development, Business & Management (EDBM 2020)* DOI: 10.25236/edbm.2020.062
- Malekzadeh, N., Bazzazzadeh, M., & Rafieian, M. (2016). Identifying and analyzing key factors affecting urban development with a foresight approach (Case study: Karaj metropolis). *Geography and Urban Space Development*, 3(2), 35–52. <https://doi.org/10.22067/gusd.v3i2.49479>[in Persian].
- Mehrabi, M., Ansari, M., & Rafieian, M. (2023). Future studies of the historical texture of Yazd city based on World Heritage sustainability drivers. *Urban Studies Quarterly*, 12(46), 89–102. <https://doi.org/10.34785/J011.2022.012>[in Persian].
- Mirajanatin, H. P., Sutikno, F. R., & Sari, N. (2013). *Kajian potensi pariwisata perkotaan di Kota Malang berdasarkan stakeholder*.
- Morvati Sharifabadi, A., Azizi, F., & Jamshidi, Z. (2016). Analysis of the factors affecting domestic tourist satisfaction in Yazd province using the fuzzy DEMATEL model. *Tourism Management Studies*, 11(33), 85–104. <https://doi.org/10.22054/tms.2016.4165>[in Persian].
- Moscato, G. (2011). Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 423-436. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.558625>
- Movahed, A. (2007). *Urban Tourism*. Ahvaz: Shahid Chamran University of Ahvaz. [in Persian].
- Nakhai, M., & Khodadad, M. (2015). Urban tourism feasibility study using the SOAR strategic model (Case study: Bonab city). *The 2nd International Conference on Management, Accounting, and Economics*, March 2016. [in Persian].

- Nange, R. Y., Mbarika, V., Ewang, F. A., & Edouard, T. F. (2022). Urban decentralization and quality of life: Insights of tourism sector stakeholders in Cameroon. *Tourism Review*, 77(4), 1201-1216. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2021-0276>
- Phang, S. Y. (2010). Stakeholder engagement in tourism development. *Tourism Management*, 31(2), 141-151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.010>
- Prentice, R. (2005). *Denmark in the British imagination: A creative tourism perspective*.
- Quinlan, T. (2008). A stakeholder approach to the branding of urban tourism destinations. *Corpus ID: 168152975*.
- Ribeiro, M. A., Almeida, A. C., & Silva, C. M. (2005). Strategic planning for sustainable tourism: A case study using the MACTOR method. *Tourism Management*, 26(4), 519-530. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.013>
- Richards, G. (2020). Creativity and tourism in the city. *Annals of Tourism Research*, 80, 102-129. [10.1080/13683500.2013.783794](https://doi.org/10.1080/13683500.2013.783794)
- Rosenhead, J., Franco, L. A., Grint, K., & Friedland, B. (2019). *Complexity and multi-stakeholder decision making: Cases from organizational theory, networks, and public policy*. Palgrave Macmillan.
- Sari, A.P., Subianto, A., & Tamrin, M.H. (2024). The Interactions of City Tourism Stakeholders in Indonesia: Lessons from Surabaya Heritage Track. *Social Science and Humanities Journal*. Vol. 8 No. 01 01-29-<https://doi.org/10.18535/sshj.v8i01.900>
- Tahmasebi, A., & Zavarnia, M. (2020). Analysis of organizational cooperation networks in tourism destination management (Case study: Mashhad city). *Tourism Social Studies*, 8(15), 277-296. [in Persian].
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445-461. <https://doi.org/10.1108/09596110810873543>
- Torres-Delgado, A., & Francisco, F. (2022). Thoughts on Spanish urban tourism in a post-pandemic reality: Challenges and guidelines for a more balanced future. *International Journal of Tourism Research*, 24(3), 1013-1027.
- UNESCO. (2018). Culture for the Agenda Culture for the 2030 Culture for the 2030.
- Valls, A., Gutiérrez, J., & Briz, A. (2015). Managing conflicts in tourism development: The role of MACTOR in the Mediterranean. *Tourism Planning & Development*, 12(3), 217-234. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1021330>
- Van der Duim, R., Caalders, J., & Peters, K. (2007). Assessing ecotourism sustainability with MACTOR: A South African case study. *Sustainable Tourism*, 15(5), 575-589. DOI:10.2139/ssrn.4562424
- Weaver, D. (2001). *Ecotourism*. Wiley.
- Yeoman, I. (2010). Tomorrow's tourist: Fluid and simple identities. *Journal of Globalization Studies*, 1(2), 148-162. <https://doi.org/10.4324/9780080878904>
- Yunji, R., & Öztüren, A. (2022). Urban decentralization and quality of life: Insights of tourism sector stakeholders in Cameroon. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 10, 153-172. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v10.i9.2022.4737>
- Zhu, H., Yu, W., & Li, J. (2023). The spatial injustice in tourism-led historic urban area renewal: an analytical framework from stakeholder analysis. *Current Issues in Tourism*, 27, 1229 - 1248. DOI:10.1080/13683500.2023.2203849
- Ziaee, M., & Abbasi, D. (2018). Challenges and approaches of sustainable tourism development: From theory to practice. *Tourism Planning and Development*, 7(24), 8-37. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1822>[in Persian].