

تحلیل عوامل موثر در گردشگری پایدار فرهنگی ایران (مورد مطالعه: مراکز استان‌های اصفهان، چهارمحال و بختیاری، فارس، کهگیلویه و بویراحمد، هرمزگان و بوشهر)

دکتر علی لوافان^۱

چکیده

مهمترین عوامل موثر در گردشگری پایدار فرهنگی ابعاد شش‌گانه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، مدیریتی و زیست محیطی می‌باشد که این پارامترهای اساسی می‌توانند در صنعت گردشگری تحول آفرین باشند. برای چگونگی اولویت بندی اثرگذاری این عوامل و مولفه‌های گردشگری پایدار فرهنگی از پژوهشی که براساس کار انجام گرفته نوعی روش آمیخته است و در مرحله ساخت مدل از نوع تحقیق «کیفی- کمی» و در مرحله آزمون مدل، از نوع تحقیق توصیفی (رویکرد اثبات گرایی) استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه خبرنگاران، مدیران و کارشناسان ارشد سازمان میراث فرهنگی و سازمانهای مرتبط با صنعت گردشگری در شهرهای اصفهان، شهرکرد، شیراز، یاسوج، بندرعباس و بوشهر است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۲۸ نفر با روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار اندازه گیری تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته گردشگری پایدار فرهنگی بود که مورد استفاده قرار گرفت. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه‌ها از روش محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر ۰.۷۱۶ برآورد گردید. برای بررسی فرضیات از روش معادلات ساختاری در نرم افزار Smart Pls3 و آزمون فریدمن در نرم افزار SPSS23 استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد شاخص‌های بررسی شده در مدل شامل عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، مدیریتی و زیست محیطی بر گردشگری پایدار فرهنگی بطور معنی داری تاثیر دارد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری فرهنگی، پایداری، گردشگری پایدار

۱- دکتری مدیریت منابع انسانی، رئیس هیأت مدیره مجمع امور میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان، ایران
ali.lavafan@yahoo.com

۱- مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهمترین و پردرآمدترین صنایع جهان در آغاز هزاره سوم، بخش عظیمی از درآمدهای ارزی کشورها را به خود اختصاص می‌دهد و علاوه بر اشتغال زایی باعث تحصیل ارز، تامین آرامش، توزیع عادلانه ثروت و تبادل فرهنگ‌ها می‌شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۱). این صنعت رتبه سوم را در تجارت بین الملل سال ۲۰۰۰ کسب و در کنار صنعت نفت و خودروسازی عظیم ترین صنایع جهان شناخته می‌شوند. طبق آمار ارائه شده از سوی سازمان جهانی گردشگری بیش از ۵۰ درصد معضل اشتغال در کشورهای در حال توسعه از طریق توسعه این صنعت قابل حل است (مومنی، ۱۳۸۵: ۱۳). این صنعت در پایان سال ۲۰۱۲ با رشد ۴/۷ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۱ شاهد بیش از ۱ میلیارد و ۳۵ میلیون گردشگر در مناطق مختلف دنیا بوده که این رقم برای نخستین بار در تاریخ از یک میلیارد فراتر رفته است. در پایان سال ۲۰۱۴ نیز نسبت به سال ۲۰۱۳ شاهد رشد ۴/۳ درصدی گردشگری در دنیا و شمار بالغ بر ۱ میلیارد و ۱۳۳ میلیون گردشگر هستیم. صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۴ رقمی بالغ بر ۹/۴ درصد GDP کل اقتصاد دنیا و ۱ شغل از هر ۱۱ شغل موجود در دنیا را به خود اختصاص داده است. گردشگری در ایران، علی رغم وجود ظرفیت‌های بالقوه فراوان، توسعه نیافته و سهم اندکی از درآمدهای ارزی ایران را به خود اختصاص داده است. این در حالیست که ایران در طرح چشم انداز خود برای سال ۲۰۲۵ وعده ۲۰ میلیون گردشگر را داده است (فرتوک زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۴). صنعت گردشگری بعد از صنعت نفت و صنعت خودرو سومین صنعت درآمدزای جهان است؛ که اهمیت روزافزون آن باعث شده است همه کشورهای جهان را به این سمت و سو بکشاند تا صنعت گردشگری را در کشورهای خود ترویج داده و زیرساخت‌های گردشگری را توسعه و یا ایجاد کنند. افزایش تعداد گردشگران، سفر آنها به مقاصد مختلف گردشگری جهان و گسترش ارتباطات جهانی توسعه پایدار گردشگری را به عنوان یک بحث حیاتی مطرح می‌کند.

ابعاد پایداری گردشگری فرهنگی به شرح ذیل می‌باشند:

الف) از نظر اقتصادی ۱- ارزآوری و تاثیر در درآمد ملی ۲- اشتغال ۳- توسعه زیرساخت‌ها از قبیل وسایل حمل و نقل هوایی، زمینی، دریایی و ریلی ۴- حفظ و ارتقاء منابع جهت نسل‌های آینده.

بنابراین با گسترش گردشگری فرهنگی بر میزان اشتغال افزوده شده است و افزایش اشتغال، افزایش درآمد و تولید و در نتیجه سرمایه گذاری را به همراه خواهد داشت (احمدی، ۱۳۹۷).

ب) از نظر سیاسی پایداری گردشگری فرهنگی باعث ایجاد روابط صمیمانه و ارتباطات و تعاملات منطقی بین کشورها در حوزه بین المللی میگردد.

مدیریت پایدار گردشگری به دنبال بهبود کیفیت زندگی ساکنان مقصد با توجه به ابعاد سیاسی و اقتصادی است (وارثی و صفربادی، ۱۳۹۳).

ج) از نظر فرهنگی، پایداری گردشگری فرهنگی ۱- باعث ارتقاء و شناخت فرهنگ‌های مختلف و مردم شناسی و جمعیت شناسی میگردد. ۲- توسعه آموزش و ارتقاء فرهنگ میزبانی. ۳- باعث حفظ ارزش‌ها، باورها، سنت‌ها و معیارهای مذهبی و اجتماعی و ارتقاء سطح فرهنگی که در حد متعارف جامعه باشد؛ می‌گردد.

تیموری و زارع (۱۳۹۴) در پژوهشی عنوان کردند از دید گردشگران صنایع دستی، موسیقی، هنر و سبک پوشش ساکنان مقصد بر جذب گردشگر و توسعه گردشگری موثر است.

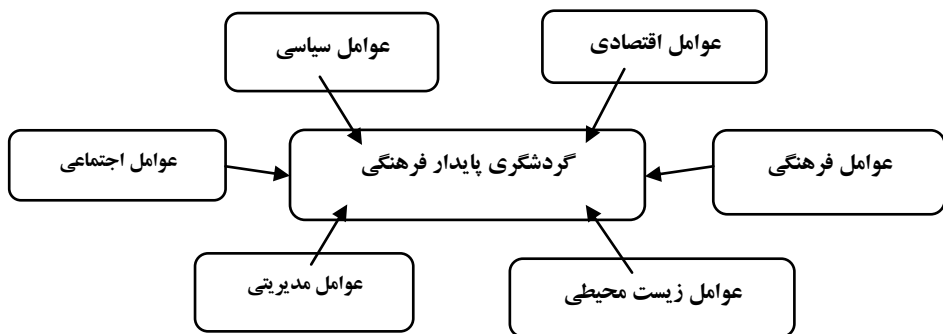
د) از نظر اجتماعی ۱- جوامع را به هم نزدیک تر و اطلاعات اجتماعی مفید و مختلفی را انتقال می‌دهد. ۲- ایجاد عدالت اجتماعی را تسهیل می‌کند. ۳- توزیع عادلانه درآمد را ایجاد می‌کند. ۴- ارتقاء و بهبود کیفیت سبک زندگی.

پایداری گردشگری فرهنگی مستلزم توجه نظام مند به ابعاد اجتماعی و فرهنگی در حرکت به سوی استفاده از جاذبه‌های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آیندگان است (وارثی و صفراآبادی، ۱۳۹۳).

ه) از نظر محیط زیستی ۱- جلوگیری از آلودگی‌های محیط زیستی ۲- حفظ و کنترل منابع محیط زیستی ۳- حفظ و کنترل بهداشت و سلامت جامعه.

حفاظت از محیط زیست نه تنها به عنوان جزء تفکیک ناپذیر توسعه پایدار بلکه به عنوان ارزش بنیادین مورد نیاز نسل امروز و نسلهای آتی مورد پذیرش و تاکید قرار گرفته است. با داشتن محیط زیست سالم بیشتر به گردشگری در محیط زیست پرداخته می‌شود و سبب ساز گردشگری پایدار می‌گردد (کمالی مهاجر و فراهانی، ۱۳۹۱).

و) از نظر مدیریتی ۱- عدم تغییر در مدیریت‌های کلان گردشگری ۲- تخصص مدیران در امور گردشگری ۳- اجرای برنامه‌های راهبردی، طرح جامع توسط مدیران در راستای پایداری گردشگری فرهنگی. براساس پژوهش زارع اشکذری و همکاران (۱۳۹۴) ضعف مدیریت و عدم اجرای پروژه‌ها در زمینه گردشگری فرهنگی تا حد زیادی می‌تواند توسعه گردشگری فرهنگی را با مشکل روبرو نماید.



شکل ۱- ابعاد گردشگری پایدار فرهنگی

طبیعت گردشگری در هر جامعه متأثر از عوامل پیچیده و درهم تنیده اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. به عبارت دیگر گردشگری دارای ابعاد مادی و معنوی است که هر کدام می‌توانند دیگری را مجذوب خود کنند. در عین حال که می‌توان گردشگری را یک صنعت و فعالیت اقتصادی دانست (یا مجموعه ای متشکل از صنایع به

هم مرتبط)، همچنین مجموعه ای است پیچیده و متشکل از پدیده‌های اجتماعی که به صورت مستقیم و غیرمستقیم (حتی قبل از اقتصاد) فرهنگ و اجتماع را تحت تاثیر می‌گذارد. به قول مک کانل گردشگری زمینه اصلی تولید اشکال جدید فرهنگی است، گردشگری آمیزه ای از فعالیت‌های صرفاً تجاری نیست، بلکه همچنین بیان ایدئولوژیک تاریخ، طبیعت و سنت است؛ بیانی که قدرت آرایش دوباره فرهنگ و طبیعت را براساس نیازهای خود دارد (برنز، ۱۳۸۵).

این صنعت اغلب به عنوان بزرگترین صنعت جهان در نظر گرفته شده و ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار می‌باشد که نتایج فرصت‌های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی - فرهنگی را برای بسیاری از جوامع محلی ارائه می‌کند (سلیمی سبحان، ۱۳۹۳: ۹۸). پایداری اصطلاحی مبتنی بر توسعه و محیط زیست است. توسعه ای که به نیازهای نسل حاضر پاسخ می‌دهد، بدون اینکه به توانایی نسل‌های آینده برای رفع نیازهای خود آسیب برساند. گردشگری پایدار بدون تأثیر منفی بر اقتصاد، محیط زیست و جامعه است؛ درعین حال، دستیابی به رضایت همه ذینفعان در فعالیتهای گردشگری، جوامع و گردشگران بسیار مهم است. مؤثر و کارابودن بخش گردشگری از لحاظ اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی مستلزم پیروی از روندهای توسعه پایدار است. امروزه گردشگری انبوه سنتی در سطح جهان دگرگون شده است، بنابراین تغییر به سمت گردشگری پایدار با هدف بقا در بازار جهانی تقاضا ضروری است. گردشگری پایدار چشم اندازهایی بومی و جهانی ارائه می‌دهد و چالش‌های ی درجهت دستیابی به آن در گردشگری فرهنگی وجود دارد (Brcar & Colaric- Jakse, 2017). پایداری در بخش گردشگری بایستی:

الف) باعث توسعه در بخش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی گردد. **ب)** باعث عدم توسعه و جلوگیری در سایر بخش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نگردد. **ج)** باعث خسارت و تهدید محیط زیست و عوامل محیط زیستی نگردد. **د)** باعث زیان و لطمه به سرمایه‌های معنوی و مادی نسل‌های آینده نگردد؛ بلکه باعث شود سرمایه‌های نسل‌های آینده افزایش یافته و منابع بهتر و بیشتری را برای نسل‌های آینده به ارمان آورد. در کشور ایران پتانسیل گردشگری به وفور یافت می‌شود و میتوان از این متغیرها بطور شایسته استفاده نمود. اما بایستی به دقت بررسی کرد که توسعه یافتگی بخش صنعت گردشگری چگونه و به چه حد و به چه دلیل بایستی صورت گیرد که ناخواسته ضرر و زیان به بخش‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی وارد نشود. تنها از راه شناسایی ابعاد و حدود پایداری توسعه و برنامه ریزی متقن و مدون در این راه میتوان به پایداری گردشگری فرهنگی رسید.

نتایج حاصل از این تحقیق در ابعاد زیر اهمیت دارد:

- اقتصادی: نتایج حاصل از این رساله می‌تواند به صنعت گردشگری در مورد افزایش اشتغال در ایران و ارزآوری بیشتر و توسعه و اصلاح زیرساخت‌ها کمک کند.
- آموزشی: نتایج حاصل از این رساله می‌تواند به صنعت گردشگری کمک کند که بتواند نوآوری، خلاقیت و دانش روز داشته باشد.

- پژوهشی: نتایج این رساله می‌تواند کمکی برای دیگر محققان و پژوهشگرانی که تمایل به انجام کار پژوهشی در این صنعت هستند، باشد.

- مدیریتی: نتایج این رساله دست اندرکاران این صنعت را به طرف چگونگی توسعه گردشگری و داشتن دانش روز رهنمون می‌کند و راه دانش جز از راه پایگاه‌های علمی و دانش کلاسیک در دانشگاهها و موسسات علمی تحقق نمی‌یابد و مدیران لزوماً بایستی در مراکز علمی و کلاسیک دانش صنعت گردشگری شرکت داشته باشند. افزایش مقالات و پایان نامه‌های تحصیلی (رساله) می‌تواند بار علمی و دانش این صنعت را افزایش دهد و مدیران می‌توانند از این مقالات و پایان نامه‌ها بهره مند شوند.

- برنامه ریزی: برنامه ریزان در صنعت گردشگری می‌توانند مدل‌های توسعه گردشگری را در برنامه ریزی خود قرار داده و تاثیرپذیری آن را که در جوامع مرفعی در صنعت گردشگری قابل مشاهده است، ببینند.

۲- سوالات پژوهش

- مولفه‌های موثر در شاخص‌های مدل گردشگری پایدار فرهنگی در شهرهای اصفهان، شهرکرد، شیراز، یاسوج، بندرعباس و بوشهر کدامند؟

_اولویت بندی شاخص‌ها و مولفه‌های مدل گردشگری پایدار فرهنگی در شهرهای اصفهان، شهرکرد، شیراز، یاسوج، بندرعباس و بوشهر به چه ترتیب است؟

۳- فرضیه پژوهش

_ مولفه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، مدیریتی و زیست محیطی شاخص‌های موثر در گردشگری پایدار فرهنگی در ایران می‌باشند.

۴- مبانی نظری

توسعه صنعت گردشگری به ویژه برای کشورهای درحال توسعه به منظور برون رفت از معضلاتی همچون: میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی از اهمیت فراوانی برخوردار است. متغیرهای کلان اقتصادی اقتصاد ایران نیز که با اتکای شدید به درآمدهای حاصل از صادرات نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود؛ به منظور تنوع بخشیدن به منابع، رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری در آن از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیعی، ۱۳۸۶: ۸۴). توسعه گردشگری به عنوان یک پدیده فرهنگی موجب می‌شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۸۹). گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و

تحولات اجتماعی در جامعه محلی است (Oppermann, 1996: 85). براساس نظریه دو دانشمند لمن و کاکس توسعه پایدار فرایند اصلاح و بهبود اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی است که مبتنی بر فناوری و همراه با عدالت اجتماعی باشد به طریقی که اکوسیستم را آلوده و منابع طبیعی را تخریب نکند. توسعه پایدار به معنی افزایش منابع انسانی- توانمند سازی جوامع به سمت افزایش توانمندی‌های اقتصادی - اجتماعی - فناوری و فرهنگی است. همچنین توسعه پایدار نمی‌تواند بدون تفکر دقیق و در نظر داشتن امکان‌های انسانی اتفاق افتد (نوابخش و بذرافشان، ۱۳۹۳: ۱۲). گردشگری فرهنگی نوعی گردشگری برای آشنایی با میراث فرهنگی، هنری، آداب و رسوم، بناها و آثار تاریخی با اهداف آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی است. گردشگری فرهنگی از دو مقوله ۱- میراث ملموس همانند آثار تاریخی، مساجد، پل‌ها، کاخ‌ها و ... ۲- میراث ناملموس همانند ارزش‌ها، هنرها، آداب و رسوم، دانشمندان، شعرا، ادیبان، حکما و علما و ... تشکیل میشود که گردشگران برای بازدید از این دو میراث به شهرهای ایران سفر می‌کنند و میتوان گفت اکثریت گردشگران بازدیدکننده از کشور ایران از گردشگران مشتاق فرهنگی هستند. بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری فرهنگی را شاید بتوان به عنوان حرکتی تعریف نمود که دربرگیرنده مردمانی است که درصدد جستجو یا تجربه شیوه‌های متمایز زندگی دیگر افرادی هستند که بازتاب دهنده تمام رسوم اجتماعی، سنت‌های مذهبی یا نظرات عقلانی میراث فرهنگی خود هستند (WTO, 1985: 131). گردشگری پایدار به عنوان پدیده‌ای سازگار با محیط، از لحاظ اقتصادی امکان پذیر و از لحاظ اجتماعی مورد قبول است و مشروط به حفاظت از محیط زیست و هماهنگی فعالیت‌های گردشگری با ارزش‌های اقتصادی - اجتماعی محلی است. گردشگری پایدار به مدیریت توسعه در تمام حوزه‌ها، نظیر اقتصادی، اجتماعی و نیازهای محیطی می‌پردازد که با ادغام فرهنگی، توجه به فرایندهای زیست محیطی، تنوع زیستی و حمایت از توسعه جوامع محقق می‌شود (تبریزی و نقوی، ۱۳۹۴). براساس پژوهش (فعالیت تئوری در تحقیق گردشگری پایدار)، مفهوم توسعه پایدار گردشگری به اصول زیست محیطی برای توسعه اقتصادی باز میگردد. این مقاله روش استراتژی‌های مختلف جهت درک تئوری پیشرفته در زمینه بررسی‌های اخیر بر روی گردشگری پایدار را آزمایش می‌کند (Bramwel, 2015). بر اساس شاخص‌های بررسی شده عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، سیاسی، فرهنگی و مدیریتی بر توسعه گردشگری پایدار فرهنگی تاثیر دارند.

۵- پیشینه تحقیق

پژوهش‌های مختلفی در خارج و در داخل ایران در خصوص پایداری صنعت گردشگری و عوامل موثر بر پایداری گردشگری فرهنگی انجام شده است. در این تحقیقات ابعاد مختلف پایداری در صنعت گردشگری مورد پژوهش قرار گرفته است.

Amir و همکاران در سال (۲۰۱۵) به پژوهشی تحت عنوان «پایداری توسعه گردشگری: یک مطالعه برای پیشرفت جامعه در گردشگری محلی در مالزی» پرداختند. این مقاله مسأله رشد جوامع روستایی در مالزی را با کمک یک برنامه ریزی پایدار در صنعت توریسم روستایی مورد بحث قرار داده است. همچنین این تحقیق سابقه‌ای از توسعه

پایدار روستایی، عوامل پیشرفت جامعه و نقش دولت محلی را پوشش داده است. نتایج این تحقیق نشان دهنده نقش عناصر جامعه و حکومت محلی در زمینه توسعه پایدار محلی می‌باشد.

Polat و همکار در سال (۲۰۱۶) به پژوهشی تحت عنوان «یک مدل پیشنهادی برای گردشگری پایدار دست یافتنی» پرداختند. در این پژوهش یک مدل از گردشگری پایدار دست یافتنی یا (SAT) معرفی خواهد شد. این مقاله به فهمیدن اینکه چگونه افراد ناتوان می‌توانند مشتاقانه به فعالیت‌های گردشگری پیوندند و دارای بالاترین سطح تجربه باشند. این تحقیق اکتشافی برای توسعه یک مدل ترکیب شده با رویکردهای گردشگری پایدار استفاده خواهد شد. در واقع گردشگری پایدار در دسترس یک مفهوم است که به اهداف گوناگون و سود حاصل از رشته‌های علمی مختلف مرتبط می‌باشد.

وارثی و همکاران در سال (۱۳۹۳) به پژوهشی تحت عنوان «نقش عوامل اجتماعی گردشگری در توسعه گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهر اصفهان)» پرداختند. شهرها به علت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، غالباً مقاصد گردشگری مهمی به حساب می‌آیند؛ بنابراین حجم زیادی از امکانات گردشگری از جمله محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقعند. شهر اصفهان با توجه به بالای گردشگری شهری، همواره مورد توجه علاقه‌مندان داخلی و خارجی بوده است. از این رو برای توسعه گردشگری و نیز پایداری گردشگری شهری نیازمند به برنامه‌ریزی و مدیریت بهینه بهره‌برداری از فضاهای گردشگری شهری است. در این پژوهش اثر برخی شاخص‌های اجتماعی مانند کیفیت خدمات گردشگری، سامان دهی فضاهای گردشگری، مدیریت فضاهای گردشگری و هم چنین قیمت خدمات گردشگری بر توسعه و پایداری گردشگری شهر اصفهان بررسی شده است. نتایج حاکی از آن است که مدیریت فضاهای گردشگری بیشترین درصد و بهای خدمات گردشگری کمترین درصد سهم را نسبت به دیگر متغیرها در توان تبیین توسعه گردشگری شهر اصفهان داشته‌اند.

شفیعی و همکاران در سال (۱۳۹۵) به پژوهشی تحت عنوان «گردشگری پایدار از تئوری تا تحقق: یک رویکرد انتقادی» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هم‌زمان با اهمیت یافتن صنعت گردشگری، پیامدهای زیست‌محیطی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی آن نیز بیش از پیش در کانون توجه قرار گرفته است. ریشه عدم تحقق اصول گردشگری پایدار در جوامع در دو عامل اصلی نهادینه نشدن اصول در نظام اخلاقی و ارزشی جوامع و بی‌توجهی به ضرورت ایجاد یک فرهنگ پایبند به اصول پایداری و ضعف نظام سیاست‌گذاری سنتی حاکم بر گردشگری است.

ضیاءآبادی و همکاران در سال (۱۳۹۵) به پژوهشی تحت عنوان «سنجش گردشگری پایدار با استفاده از شاخص ترکیبی پایداری و مدل برنامه‌ریزی ریاضی» پرداختند. هدف این مطالعه اندازه‌گیری پایداری گردشگری از طریق شاخص‌های گردشگری پایدار در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. سطح کلی پایداری گردشگری به صورت عملی در شهرستان‌های منتخب استان کرمان در سال ۱۳۹۴ (کرمان، بم، جیرفت، رفسنجان، سیرجان و زرنند) تعیین گردیده است. نتایج نشان دهنده عدم برخورداری از سطح پایداری مناسب و وضعیت

نامناسب ابعاد اقتصادی و زیست محیطی گردشگری نسبت به بعد اجتماعی در شهرستان‌های کرمان، بم، جیرفت، رفسنجان، سیرجان و زرنند می‌باشد.

غنیان وها شمی نژاد در سال (۱۳۹۵) به پژوهشی تحت عنوان «تحلیل انگیزاننده‌های مشارکت در توسعه گردشگری پایدار از دیدگاه ساکنان محلی منطقه حفاظت دز» پرداختند و نتایج حاصل از آن نشان داد که مهمترین انگیزه ساکنان محلی برای مشارکت در فعالیت‌های توسعه گردشگری پایدار، «اختصاص امتیازاتی از طرف دولت به مشارکت کنندگان درحفاظت از محیط زیست»، «افزایش فرصت‌های تفریح و امکانات رفاهی روستا و منطقه»، «توجه بیشتر دولت به منطقه»، «احساس افتخار و تعلق خاطر نسبت به منطقه» و «علاقه به فعالیت‌های گردشگری پایدار و حفاظت از منابع طبیعی و چشم اندازهای منطقه» بوده است. بر اساس نتایج بدست آمده مهمترین انگیزه ساکنان محلی برای مشارکت در فعالیت‌های توسعه گردشگری پایدار اختصاص امتیازاتی از طرف دولت و توجه بیشتر دولت به منطقه، افزایش فرصت‌های تفریحی و امکانات منطقه، تعلق خاطر نسبت منطقه، علاقه و فعالیت‌های حفاظت محیط زیست و گردشگری پایدار می‌باشد.

۶- روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف توسعه ای و کاربردی می‌باشد. از نظر توسعه ای می‌تواند الگوی مفهومی جدید باشد که برای رفع نیازها و حل مشکلات بکار آید و باعث توسعه علمی گردد. از نظر کاربردی نیز در جهت استفاده، کاربرد و اجرا در صنعت گردشگری پیشنهادهایی را معرفی می‌کند و از نظر ماهیت نیز در زمینه پژوهش‌های توصیفی- پیمایشی و تحلیلی قرار دارد. در مدل‌های "پی ال اس" دو مدل آزمون می‌شود. مدل اول مدل بیرونی است که هم ارز مدل اندازه گیری و مدل دوم، مدل درونی است که هم ارز مدل ساختاری، در مدل‌های مبتنی بر کوواریانس می‌باشد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۱).

بنابراین در مرحله اول مدل اندازه گیری از طریق تحلیل روابی و پایایی بررسی می‌شود، سپس در دومین مرحله مدل ساختاری به وسیله برآورد ضریب مسیر بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل آزمون می‌گردد (Oppermann, 1996). برای بررسی برازش بخش اول یعنی برازش مدل‌های اندازه گیری سه مورد استفاده می‌گردد: پایایی شاخص، روابی همگرا، روابی واگرا (Hulland, 1999) ۱. پایایی شاخص نیز خود توسط سه معیار مورد سنجش واقع می‌گردد: (۱) آلفای کرونباخ ۲، (۲) پایایی ترکیبی ۳ یا Rho، (۳) ضرایب بارهای عاملی ۴ (داوری، رضازاده، ۱۳۹۲: ۷۹). باید مورد توجه قرار گیرد، تک بعدی بودن شاخص‌های مدل است. بدین معنی که هر شاخص در مجموع شاخص‌ها، باید با یک مقدار بار عاملی بزرگ، تنها به یک متغیر نهفته، بارگذاری گردد. بدین منظور باید مقدار بار عاملی بزرگتر از ۰/۶ باشد. لازم به ذکر است که مقدار بار عاملی کوچکتر از ۰/۴ کوچک محسوب شده و باید از مجموعه شاخص‌ها حذف گردد. این امر به صورت دستی با حذف شاخص‌های ی که

۱ - Hulland

۲ -Cronbach alpha- (CA)

۳- Composite Reliability (CR)

۴ -Loadings

دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ می‌باشند، انجام می‌شود، Gefen and Straub, 2005. Gruber et al (1988). پس از محاسبه ضرایب بار عاملی گویه‌ها و حذف گویه‌های ی که ضریب بار عاملی آن کمتر از ۰/۴ بود، مقادیر شکل ۴-۲ برای ضرایب عاملی محاسبه گردید.

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل دو گروه مستقل از هم می‌باشد: گروه اول را ۳۰ نفر از اساتید و متخصصین دانشگاه‌های کشور که در زمینه مدیریت منابع انسانی، جغرافیا و گردشگری دارای دانش و تجارب کافی می‌باشند، تشکیل می‌دهد و با استفاده از تکنیک دلفی نظر این گروه از خبرگان در خصوص گردشگری پایدار فرهنگی اخذ گردید. گروه دوم شامل کارشناسان، متخصصان و خبرگان در صنعت گردشگری و کارشناسان سازمانهای میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سازمانهای مرتبط با صنعت گردشگری در مراکز استانهای اصفهان، چهارمحال و بختیاری، فارس، کهگیلویه و بویراحمد، هرمزگان و بوشهر می‌باشد که تعداد آنها در حدود ۲۵۰ نفر تخمین زده شده است.

در این پژوهش پس از انجام مطالعه ای مقدماتی روی بخش کوچکی از جامعه آماری شامل ۳۰ نفر از کارشناسان، متخصصان و خبرگان و تعیین انحراف معیار، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای پنج درصد برآورد می‌شود.

$$0.05d = 1.96 z = 0.5 q = 0.5 P = 250 \cdot N =$$

$$152 = \frac{384.16}{1 + \frac{1}{250}(383.16)} = 151.68 \cong n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

روش نمونه گیری مورد استفاده در این تحقیق، بصورت روش نمونه گیری تصادفی ساده از کارشناسان، متخصصان و خبرگان در صنعت گردشگری و کارشناسان سازمانهای مرتبط با گردشگری در مراکز استانهای اصفهان، چهارمحال و بختیاری، فارس، کهگیلویه و بویراحمد، هرمزگان و بوشهر بوده است. حجم نمونه ۱۵۲ نفر به دست آمد که با توجه به اینکه معمولاً درصدی از پرسشنامه‌های توزیع شده برگشت داده نمی‌شود، از این تعداد ۱۳۶ پرسشنامه برگشت داده شد و در نهایت تعداد ۱۲۸ پرسشنامه قابل قبول مبنای انجام پژوهش قرار گرفت.

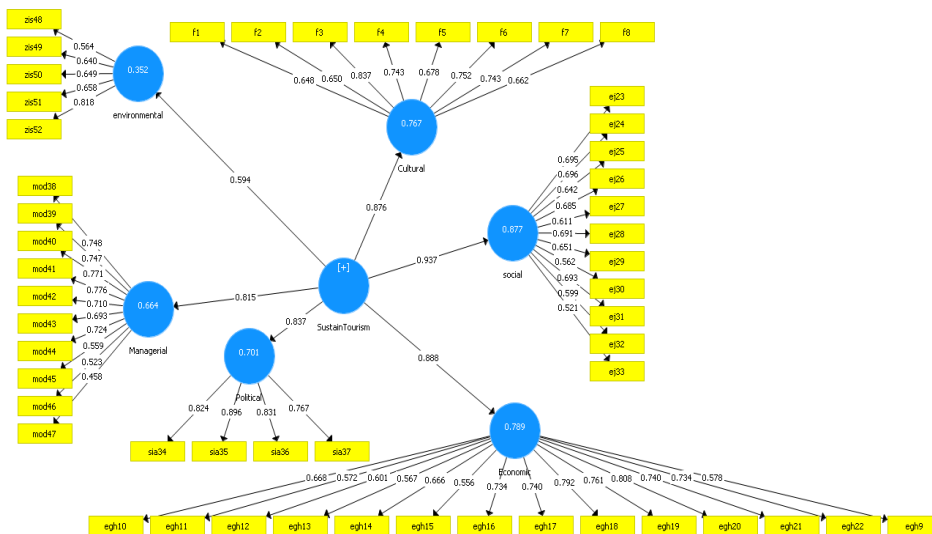
۷- ابزار جمع آوری اطلاعات

با توجه به نوع اطلاعات مورد نیاز در این تحقیق، ابزار جمع آوری اطلاعات مورد نیاز پرسشنامه بوده است؛ که از کارشناسان سازمان‌های گردشگری دولتی و کارشناسان، متخصصان و خبرگان صنعت گردشگری نظرخواهی شده است.

جدول ۱- مولفه‌های شاخص‌های گردشگری پایدار فرهنگی

| ابعاد | متغیر | مولفه‌ها | میانگین رتبه | رتبه | ابعاد |
|------------|---|---|---|------|------------|
| زیست‌محیطی | f1 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به آموزش دارد. | 6.16 | 1 | زیست‌محیطی |
| | f2 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به مهارت منابع انسانی متخصص دارد. | 6.09 | 2 | |
| | f3 | گردشگری پایدار فرهنگی موجب تاثیر منفی در فرهنگ جامعه میزبان می‌شود. | 2.11 | 7 | |
| | f4 | عدم ایجاد گردشگری پایدار فرهنگی به علت فقر فرهنگ گردشگری‌پذیری است. | 4.22 | 6 | |
| | f5 | گردشگری پایدار فرهنگی باعث حفظ فرهنگ محلی می‌شود. | 4.68 | 5 | |
| | f6 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به پایگاه‌های علمی و آموزشی دارد. | 5.38 | 4 | |
| | f7 | برای برقراری گردشگری پایدار فرهنگی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی مورد نیاز شهرها است | 5.52 | 3 | |
| | f8 | گردشگری پایدار فرهنگی نمی‌تواند از تجربیات کشورهای پیشرفته در گردشگری استفاده کند. | 1.84 | 8 | |
| اقتصادی | egh9 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به اثربخشی برنامه‌های توسعه دارد. | 9.82 | 4 | اقتصادی |
| | egh10 | برای برقراری گردشگری پایدار فرهنگی زیرساخت‌های مناسب مورد نیاز است. | 10.60 | 2 | |
| | egh11 | گردشگری پایدار فرهنگی به علت کمبود و نامناسب بودن اقامتگاه‌ها نمیتواند استقرار یابد. | 7.50 | 9 | |
| | egh12 | گردشگری پایدار فرهنگی باعث افزایش درآمد ملی می‌شود. | 3.30 | 12 | |
| | egh13 | گردشگری پایدار فرهنگی می‌تواند اشتغال‌زایی بوجود آورد. | 10.77 | 1 | |
| | egh14 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به بازاریابی دارد. | 3.00 | 14 | |
| | egh15 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به برند ویژه گردشگری ندارد. | 3.26 | 13 | |
| | egh16 | گردشگری پایدار فرهنگی به علت تبلیغات نامناسب ایجاد نمی‌شود. | 6.05 | 10 | |
| | egh17 | گردشگری پایدار فرهنگی با آمیخته بازاریابی (قیمت، مکان، مردم، برنامه ریزی، محصول، ترویج، شواهد فیزیکی) رابطه مستقیم دارد | 8.45 | 8 | |
| | egh18 | گردشگری پایدار فرهنگی موجب توسعه اقتصادی می‌گردد. | 10.13 | 3 | |
| | egh19 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی دارد. | 3.42 | 11 | |
| | اجتماعی | egh20 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به سیستم حمل و نقل زمینی دارد. | 9.42 | |
| egh21 | | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به سیستم حمل و نقل هوایی دارد. | 9.66 | 5 | |
| egh22 | | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به میلمان شهری جامعه میزبان دارد. | 9.62 | 6 | |
| ej23 | | گردشگری پایدار فرهنگی باعث عوارض اجتماعی می‌شود. | 2.44 | ۱۰ | |
| ej24 | | گردشگری پایدار فرهنگی موجب تاثیر مثبت در ارزش‌های اجتماعی جامعه میزبان می‌شود. | 6.34 | ۷ | |
| ej25 | | ایجاد گردشگری پایدار فرهنگی به حمایت جامعه میزبان نیاز دارد. | 7.20 | ۳ | |
| ej26 | | گردشگری پایدار فرهنگی با انعطاف‌پذیری جامعه میزبان ارتباط دارد. | 6.82 | ۵ | |
| ej27 | | لازمه گردشگری پایدار فرهنگی ایجاد انگیزه برای ساکنان محلی در مشارکت برنامه‌های گردشگری می‌باشد. | 7.43 | ۲ | |
| ej28 | | گردشگری پایدار فرهنگی تحت تاثیر جامعه میزبان می‌باشد. | 6.85 | ۴ | |
| ej29 | | لازمه گردشگری پایدار فرهنگی مهمان‌نوازی جامعه میزبان است. | 6.36 | ۶ | |
| ej30 | | گردشگری پایدار فرهنگی مناسبی با استعداد منابع انسانی جامعه میزبان دارد. | 5.64 | ۸ | |
| ej31 | | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به تشکل‌های مردمی بخش خصوصی (NGO) دارد. | 6.85 | ۴ | |
| ej32 | | گردشگری پایدار فرهنگی به ارائه خدمات زیرمجموعه صنعت گردشگری ارتباط دارد. | 7.45 | ۱ | |
| ej33 | گردشگری پایدار فرهنگی باعث ایجاد ناهنجاری‌های اجتماعی می‌شود. | 2.62 | ۹ | | |

| | | | | |
|--------|-------|--|------|----|
| سازمان | sia34 | گردشگری پایدار فرهنگی با نقش ذینفعان سیاست در جامعه میزبان رابطه مستقیم دارد. | 1.32 | 4 |
| | sia35 | گردشگری پایدار فرهنگی با نقش حکومت در جامعه میزبان رابطه مستقیم دارد. | 2.63 | 3 |
| | sia36 | گردشگری پایدار فرهنگی با روابط بین المللی رابطه دارد. | 2.94 | 2 |
| | sia37 | لازمه گردشگری پایدار فرهنگی امنیت گردشگران می باشد. | 3.11 | 1 |
| میزبان | mod38 | گردشگری پایدار فرهنگی با آینده نگری منابع انسانی ارتباط دارد. | 5.73 | 7 |
| | mod39 | گردشگری پایدار فرهنگی در این مناطق از نظام سیاستگذاری برخوردار است. | 5.12 | 8 |
| | mod40 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به برنامه ریزی دارد. | 6.80 | 4 |
| | mod41 | برای استقرار گردشگری پایدار فرهنگی به حفاظت و توسعه منابع نیاز می باشد. | 6.88 | 3 |
| | mod42 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به مدیریت یکپارچه و متخصص دارد. | 6.95 | 1 |
| | mod43 | برای زیرساخت های گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به حمایت دولت می باشد. | 6.73 | 5 |
| | mod44 | گردشگری پایدار فرهنگی به پایگاه های اطلاعات گردشگری و بانک اطلاعاتی نیاز دارد. | 1.51 | 10 |
| | mod45 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به طرح جامع گردشگری دارد. | 6.36 | 6 |
| | mod46 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به برنامه راهبردی یا (استراتژیک) دارد. | 6.90 | 2 |
| | mod47 | گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به تغییر ساختار سازمانی (دولتی) ندارد | 2.01 | 9 |
| میزبان | zis48 | گردشگری پایدار فرهنگی محیط زیست را حفظ و نگهداری میکند. | 4.54 | 1 |
| | zis49 | گردشگری پایدار فرهنگی بهداشت و سلامت جامعه را به خطر می اندازد. | 2.51 | 5 |
| | zis50 | گردشگری پایدار فرهنگی موجب آلودگی محیط زیست میگردد. | 2.53 | 3 |
| | zis51 | گردشگری پایدار فرهنگی با قوانین ترافیکی حمل و نقل شهری ارتباطی ندارد. | 2.52 | 4 |
| | zis52 | گردشگری پایدار فرهنگی باعث ایجاد ترافیک در منطقه می گردد. | 2.90 | 2 |



شکل ۲ ضرایب بارهای عاملی (مدل کلی)

مقدار ضریب آلفای کرونباخ

عامل دیگر در ارزیابی قابلیت اطمینان سازگاری درونی ۱ مدل، محاسبه مقدار این ضریب است، بازه ی ضریب از ۰ تا ۱ متغیر است که مقادیر بالاتر از ۰.۷ مطلوب و مقادیر کمتر از ۰.۶ نامطلوب ارزیابی می گردد. آزمون مدل بیرونی (مدل اندازه گیری): آزمون مدل بیرونی شامل بررسی پایایی و روایی سازه‌ها و ابزار پژوهش می‌باشد.

پایایی ترکیبی

از آنجائیکه معیار آلفای کرونباخ یک معیار سنتی برای تعیین پایایی سازه‌ها می‌باشد، روش PLS معیار مدرن تری نسبت به آلفا، به نام پایایی ترکیبی بکار می‌برد. این معیار توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه بصورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه‌های شان با یکدیگر محاسبه می‌گردد. در نتیجه برای سنجش بهتر پایایی در روش PLS، هر دوی این معیارها بکار برده می‌شوند. برخی محققین معیار ترکیبی (CR) را با Rho معرفی می‌کنند. (داوری، رضازاده، ۱۳۹۲: ۸۰). در صورتی که مقدار CR برای هر سازه بالای ۰.۷ (Nunnally, 1978) شود نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه گیری دارد و مقدار کمتر از ۰.۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (Nunnally and Berstein, 1994).

$$CR = \frac{\left[(\text{ضریب بارعاملی شاخص } 1)^2 + \dots + (\text{ضریب بارعاملی شاخص } n)^2 \right]}{\left[(\text{ضریب بارعاملی شاخص } 1)^2 + \dots + (\text{ضریب بارعاملی شاخص } n)^2 \right] + [(1-1)^2 + \dots + (1-n)^2]}$$

پس از محاسبه مقادیر CR مربوط به متغیرهای پژوهش، جدول مقادیر مربوط به پایایی ترکیبی، بصورت جدول ۱ تکمیل می‌شود.

روایی همگرا

فورنل و لاکر (۱۹۸۱) معیار "میانگین واریانس استخراج شده" را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده و اظهار داشتند که در مورد این شاخص، مقدار بحرانی عدد ۰.۵ است. بدین معنی که مقدار AVE بالای ۰.۵، روایی همگرای قابل قبول را نشان می‌دهد. روش محاسبه مقدار AVE برای متغیرهای پژوهش بصورت زیر می‌باشد (داوری، رضازاده، ۱۳۹۲: ۸۲).

$$AVE = \frac{\left(\text{ضریب بارعاملی شاخص } 1 \right)^2 + \dots + \left(\text{ضریب بارعاملی شاخص } n \right)^2}{n}$$

پس از محاسبه مقادیر AVE مربوط به متغیرهای پژوهش، جدول مقادیر مربوط به روایی همگرا، بصورت زیر تکمیل می‌شود: از آنجایی که مقادیر AVE بزرگتر از ۰.۵ است لذا روایی همگرای قابل قبول می‌باشد.

جدول ۲- مقادیر مربوط به پایایی شاخص مدل

| روایی همگرا (AVE) | پایایی ترکیبی | rho_A | آلفای کرونباخ | |
|-------------------|---------------|-------|---------------|-----------------------|
| 0.516 | 0.855 | 0.859 | 0.875 | اجتماعی |
| 0.501 | 0.924 | 0.912 | 0.911 | اقتصادی |
| 0.661 | 0.907 | 0.903 | 0.878 | زیست محیطی |
| 0.690 | 0.899 | 0.861 | 0.850 | سیاسی |
| 0.514 | 0.893 | 0.869 | 0.863 | فرهنگی |
| 0.611 | 0.893 | 0.889 | 0.872 | مدیریتی |
| 0.559 | 0.963 | 0.963 | 0.961 | گردشگری پایدار فرهنگی |

روایی واگرا با استفاده از روش فورنل و لارکر^۱ معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌شود، میزان رابطه یک سازه با شاخص‌های آن در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌هاست؛ به طوری که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان می‌کنند: روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (یعنی مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. در PLS بررسی این امر به وسیله یک ماتریس صورت می‌پذیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. این مدل در صورتی روایی واگرای قابل قبول دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشد.

جدول ۳- مقادیر فورنل لارکر (مدل کلی)

| گردشگری پایدار فرهنگی | مدیریتی | فرهنگی | سیاسی | زیست محیطی | اقتصادی | اجتماعی | |
|-----------------------|---------|--------|-------|------------|---------|---------|-----------------------|
| | | | | | | 0.720 | اجتماعی |
| | | | | | 0.708 | 0.723 | اقتصادی |
| | | | | 0.813 | 0.634 | 0.674 | زیست محیطی |
| | | | 0.831 | 0.669 | 0.610 | 0.494 | سیاسی |
| | | 0.717 | 0.563 | 0.637 | 0.684 | 0.707 | فرهنگی |
| | 0.782 | 0.671 | 0.781 | 0.681 | 0.702 | 0.614 | مدیریتی |
| 0.748 | 0.751 | 0.654 | 0.510 | 0.593 | 0.590 | 0.577 | گردشگری پایدار فرهنگی |

^۱- The Fornell-Larcker Criterion

با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول ۲ ملاحظه می‌شود که، مقادیر جذر AVE که بر روی قطر اصلی ماتریس وجود دارد از مقادیر زیرین هر سلول بیشتر است و بنابراین مدل روایی و آگرایی قابل قبولی دارد.

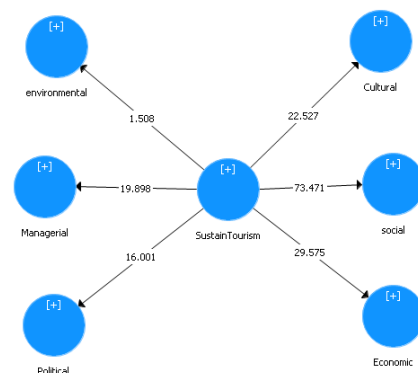
ارزیابی برازش بخش ساختاری مدل

ضریب معناداری (مقادیر t-value)

ابتدایی ترین معیار برای سنجش رابطه ی بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری)، اعداد معناداری t است. در صورتیکه مقدار این عدد از ۱.۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه ی بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطح اطمینان 0.95 درصد است.

جدول ۴- مقادیر آزمون آماره t مربوط به مدل مفهومی (کلی) تحقیق

| مقدار-P | آماره t | انحراف معیار (STDEV) | مقادیر میانگین نمونه (M) | مقادیر اصلی نمونه (O) | |
|---------|---------|----------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| 0.000 | 73.471 | 0.013 | 0.940 | 0.937 | گردشگری پایدار فرهنگی: اجتماعی |
| 0.000 | 29.575 | 0.030 | 0.891 | 0.890 | گردشگری پایدار فرهنگی: اقتصادی |
| 0.132 | 1.508 | 0.173 | 0.295 | 0.260 | گردشگری پایدار فرهنگی: زیست محیطی |
| 0.000 | 16.801 | 0.052 | 0.838 | 0.837 | گردشگری پایدار فرهنگی: سیاسی |
| 0.000 | 22.527 | 0.039 | 0.877 | 0.876 | گردشگری پایدار فرهنگی: فرهنگی |
| 0.000 | 19.898 | 0.041 | 0.821 | 0.813 | گردشگری پایدار فرهنگی: مدیریتی |



شکل ۳ مقادیر آزمون آماره t مربوط به مدل مفهومی (کلی) تحقیق

تفسیر و تحلیل آماری داده‌ها

براساس جدول ۳ از مقادیر آماره t و مقدار p -گویا است:

۱. مقدار آماره t برای شاخص اجتماعی برابر ۷۴.۴۷۱ و مقدار p -value برابر ۰.۰۰۰۰ می‌باشد با توجه به اینکه آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value کوچکتر از ۰.۰۵ است بنابراین شاخص اجتماعی در مدل گردشگری فرهنگی موثر می‌باشد.
۲. مقدار آماره t برای شاخص اقتصادی برابر ۲۹.۵۷۵ و مقدار p -value برابر ۰.۰۰۰۰ می‌باشد با توجه به اینکه آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value کوچکتر از ۰.۰۵ است بنابراین شاخص اقتصادی در مدل گردشگری فرهنگی موثر می‌باشد.
۳. مقدار آماره t برای شاخص فرهنگی برابر ۲۲.۵۲۷ و مقدار p -value برابر ۰.۰۰۰۰ می‌باشد با توجه به اینکه آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value کوچکتر از ۰.۰۵ است بنابراین شاخص فرهنگی در مدل گردشگری فرهنگی موثر می‌باشد.
۴. مقدار آماره t برای شاخص سیاسی برابر ۱۶.۰۰۱ و مقدار p -value برابر ۰.۰۰۰۰ می‌باشد با توجه به اینکه آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value کوچکتر از ۰.۰۵ است بنابراین شاخص سیاسی در مدل گردشگری فرهنگی موثر می‌باشد.
۵. مقدار آماره t برای شاخص مدیریتی برابر ۱۹.۸۹۸ و مقدار p -value برابر ۰.۰۰۰۰ می‌باشد با توجه به اینکه آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value کوچکتر از ۰.۰۵ است بنابراین شاخص مدیریتی در مدل گردشگری فرهنگی موثر می‌باشد.
۶. مقدار آماره t برای شاخص زیست محیطی برابر ۱.۵۰۸ و مقدار p -value برابر ۰.۱۳۲ می‌باشد با توجه به اینکه آماره t کوچکتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value بزرگتر از ۰.۰۵ است بنابراین شاخص زیست محیطی در مدل گردشگری فرهنگی موثر چندان موثر نخواهد بود.

۸- نتیجه گیری

با توجه به تحقیقات کتابخانه‌ای، منابع مقالات و مصاحبه با خبرگان این امر، برای گردشگری فرهنگی شش مولفه شناسایی گردید که عبارتند از؛ شاخص فرهنگی، شاخص اقتصادی، شاخص سیاسی، شاخص اجتماعی، شاخص زیست محیطی و شاخص مدیریتی. بنابراین با نظرسنجی و گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه تاثیرگذاری عوامل ذکر شده بر توسعه گردشگری پایدار فرهنگی در ایران مورد بررسی قرار گرفت.

با تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج آزمون‌های انجام شده، نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که شاخص‌های موثر در گردشگری پایدار فرهنگی، دارای مقادیر آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ و مقادیر p -value کوچکتر از ۰.۰۵ است. بنابراین کاملاً مشهود است که مولفه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، مدیریتی شاخص‌های موثر در گردشگری پایدار فرهنگی در ایران می‌باشند و شاخص زیست محیطی در توسعه گردشگری پایدار فرهنگی چندان موثر نخواهد بود. نتایج نشان می‌دهند شاخص‌ها و ابعاد به ترتیب ۱-شاخص یا بعد اجتماعی

۲- شاخص یا بعد اقتصادی، ۳- شاخص یا بعد فرهنگی، ۴- شاخص یا بعد مدیریتی ۵- شاخص یا بعد سیاسی بر گردشگری پایدار فرهنگی در ایران موثر می‌باشند. در ضمن مولفه‌های شاخص‌ها به ترتیب نیازها رتبه بندی و در جدول اول مشخص شده‌اند.

۹- پیشنهادات

در راستای بهبود گردشگری پایدار فرهنگی پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

با توجه به اولویت شاخص‌های مطرح شده در این مدل شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی برای بهبود گردشگری پایدار فرهنگی از اهمیت به سزایی برخوردار است.

➤ شاخص‌های اجتماعی با افزایش خدمات در زیر مجموعه‌های صنعت گردشگری، و ایجاد انگیزه برای ساکنان محلی در مشارکت برنامه‌های گردشگری (مانند برگزاری فستیوال‌های غذای محلی، بازیهای محلی، صنایع دستی محلی، پذیرایی به شیوه محلی، لباسهای محلی، ...) باعث افزایش انگیزه در ساکنان میگردد و حمایت بخش دولتی و خصوصی از جامعه میزبان را طلب می‌کند و در این حین آمادگی لازم در ساکنین در جهت پذیرایی و پذیرش گردشگر را در جامعه میزبان ایجاد می‌نماید.

➤ شاخص‌های اقتصادی

از آنجایی که گردشگری پایدار فرهنگی می‌تواند موجب کارآفرینی و اشتغالزایی گردد لذا توسعه و گسترش زیر ساخت‌های مناسب صنعت گردشگری موجب توسعه اقتصادی می‌گردد و برای اثر بخشی در صنعت گردشگری احتیاج به برنامه‌های توسعه ای دارد. لذا می‌بایست برای تدوین این برنامه‌های اثر بخش از نیروهای خبره و با تجربه که در این خصوص فعالیت کرده اند استفاده نمود.

➤ شاخص‌های فرهنگی

شاخص‌های فرهنگی نیاز به برنامه ریزی و توسعه آموزش و مهارت منابع انسانی متخصص دارد و نیازمند جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی مورد نیاز شهرها می‌باشد. ایجاد پایگاه‌های علمی و آموزشی برای برنامه ریزی و توسعه آموزش امری ضروری است. گردشگری پایدار فرهنگی باعث حفظ فرهنگ محلی میشود.

➤ شاخص‌های سیاسی

شاخص‌های سیاسی در گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به امنیت گردشگران و ارتباط و تعاملات با سایر کشورها و روابط بین المللی دارد. نقش حکومت در جامعه میزبان اهمیت دارد.

➤ شاخص‌های مدیریتی

نیاز به تخصص گرایی، باور به دانش محوری و علم نگری و برنامه ریزی در صورت حمایت همه جانبه دولت در زمینه گردشگری دارد. همچنین نیاز به یک برنامه راهبردی یا استراتژیک، نقشه راه روشن و مشخص می‌باشد و نیازمند نگهداری و حفظ آثار تاریخی و فرهنگی ملموس و ناملموس است.

فهرست منابع:

- احمدی، منیژه. (۱۳۹۷). تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی نواحی روستایی استان زنجان، برنامه ریزی منطقه ای، سال هشتم، شماره ۲۹، صص ۱-۱۴.
- برنز، پیترو، ام، درآمدی بر مردم شناسی گردشگری، ترجمه هوشمندی، هاجر، نشر افکار، چاپ اول، تهران. ۱۳۸۵.
- پاپلی زدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۱۳۹۰)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم). انتشارات سمت، تهران، صص ۸۹.
- تبریزی، نازنین، نقوی، مریم. (۱۳۹۴)، مقایسه تطبیقی استان‌های کلان منطقه شمال ایران با تأکید بر ویژگی‌های ساختاری و امکانات لازم جهت توسعه پایدار گردشگری، صص ۴۹-۶۹.
- تیموری، سمانه و زارع، محمد. (۱۳۹۴). تاثیر مولفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری مطالعه موردی: بخش درودزن، دومین همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم انداز آینده، صص ۱-۱۶.
- داوری، علی؛ رضازاده، آرش (۱۳۹۲)، مدل سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- زارع اشکذری، سید محمد. (۱۳۹۴). عوامل موثر بر توسعه گردشگر یفرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی (موردشناسی: شهر یزد)، جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۱۸۹-۲۰۸.
- سلیمی سبحان، محمدرضا (۱۳۹۳)، امنیت و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر تهران)، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال دوم، شماره هشتم.
- شفیعی، زاهد، فرخیان، فیروزه، رجایی ریزی، محمدعلی و موغلی، مرضیه. (۱۳۹۵)، گردشگری پایدار از تئوری تا تحقق: یک رویکرد انتقادی، فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، شماره ۴۹، صص ۱۵۳-۱۷۱.
- ضیاءآبادی، مریم. زارع مهرجردی، محمدرضا. جلالی، سید عبدالمجید. مهربانی بشرآبادی، حسین. (۱۳۹۵)، سنجش گردشگری پایدار با استفاده از شاخص ترکیبی پایداری و مدل برنامه ریزی ریاضی، فصلنامه نظریه‌های کاربردی اقتصاد، سال سوم، شماره ۲، صص ۷۷-۱۰۰.
- طیبه، سیدکمیل؛ بابکی، روح اله؛ جباری، امیر (۱۳۸۶)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره بیست و ششم.
- عزیزی، شهریار؛ قنبرزاده میاندھی، رضا و فخارمنش، سینا (1391)؛ ارزیابی تأثیر شخصیت برند بر وفاداری نگرشی و رفتاری مشتریان به برندها پیراستار. پژوهش‌های مدیریت در ایران، 105 - 125: (16) 4 ..
- غنیان، منصور،ها شمی نژاد، آذر. (۱۳۹۵)، تحلیل انگیزاننده‌های مشارکت در توسعه گردشگری پایدار از دیدگاه ساکنان محلی منطقه حفاظت شده دز، فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، دوره ۱۴، شماره ۴۹، صص ۶۱-۷۷.

- فرتوک زاده، حمیدرضا؛ اسفندیارپور بروجنی، سیما؛ کیانی فیض آبادی، زهره؛ رجیبی نهوجی، میثم، (۱۳۹۴)، بررسی سیاست‌های توسعه صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستم، فصلنامه علمی پژوهشی سیاستگذاری عمومی، دوره ۲، شماره ۱.
- کمالی مهاجر، مرضیه و فراهانی، بنفشه. (۱۳۹۱). فرهنگ زیست محیطی راهکارهایی جهت توسعه گردشگری پایدار، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، صص ۱-۱۴.
- مومنی، علی، (۱۳۸۵). جایگاه توریسم ایران در خاورمیانه، روزنامه سرمایه، شماره ۴۰۶، صص ۱۳.
- نوابخش، مهرداد؛ بذرافشان، محمد. (۱۳۹۳)، بررسی میزان سنجش توسعه پایدار شهری در شهر شیراز در ۱۰ سال اخیر، مطالعه توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره سوم.
- وارثی، حمید و صفرآبادی، اعظم. (۱۳۹۳). نقش عوامل اجتماعی گردشگری در توسعه گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، مطالعات جامعه‌شناختی شهری، دوره ۴، شماره ۱۲، صص ۱۰۱-۱۲۸.
- Amir, Fitri Ahmad, Ghapar, Ammar Abd, Jamal, Salamiah A, Ahmad, Khairun Najiah. (2015). Sustainable tourism development: A study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia – Social and Behavioral Science*. 168. Pp 116- 122.
- Bramwel, Bill. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research, *Annals of Tourism Research*, 54, pp 204- 218.
- Brcar, F., & Colarič-Jakše, L. M. (2017). "Evaluation of cultural heritage in Posavje region by tourists and employees". *Challenges of the Future*, 2(1), 1-15
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research*. 18(1). pp. 39-50.
- Gefen, D., and Straub, D. W. (2004). Consumer trust in B2 C e-commerce and the importance of social presence: Experiments in e-products and eservices. *Omega*, 32 (6), 407-424.
- Gruberck E1, DiClemente RJ, Anderson MM, Lodico M. (1988), Early drinking onset and its association with alcohol use and problem behavior in late adolescence *Prev Med*. 1988 May-Jun;25(3):293-300.
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic management journal*, 20(2), 195-204.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Nunnally, J.C. & I.H. Bernstein (1994). "Psychometric Theory", 3rd ed. McGraw-Hill Inc., New York.
- Oppermann, Martin. (1996), *Rural Tourism in Southern Germany*, *Annals of Tourism Research*, vol. 13, No. 1.
- Polat, N. Hermans, E. (2016). A model proposed for sustainable accessible tourism (SAT). *Tekhne*. 14. Pp 125-133.
- Werts, C.E., Linn, R.L., & Joreskog, K., G., (1974). Intra class reliability estimates; Testing structural assumptions, educational and psychological measurement, 34(1), 177.
- WTO., (1985). Definition of cultural tourism, in Richards, G. (1993), *Cultural tourism in Europe*, in Cooper, C.P. & Lockwood, A. (ed) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, pp.131,