

بررسی نقش قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری استان فارس

بهار بیشمی^۱، مهدی سقایی^۲، مریم آرامی^{۳*}

۱- استادیار و عضو هیات علمی پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

۲- استادیار گروه علوم گردشگری موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان

۳- کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش برنامه ریزی و توسعه جهانگردی موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی
گرگان

چکیده

اهمیت گردشگری در جوامع جایگاه ویژه‌ای در فعالیت‌های علمی و پژوهشی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی و اجتماعی را به خود اختصاص داده است. گردشگری نه تنها موضوع در دست بررسی مسئولان کلان، بلکه موضوع پژوهشی بسیاری از پژوهشگران و اندیشمندان این حوزه نیز قرار گرفته است. این پژوهش این پژوهش با هدف بررسی نقش قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری استان فارس به روش کمی انجام شده است. به منظور تعیین شدت و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر میزان توسعه گردشگری جاده ادویه از یک مدل معادله ساختاری بهره گرفته شده است که نحوه سنجش یک متغیر پنهان را با استفاده از دو یا تعداد بیشتری متغیر مشاهده شده تعریف می‌کند. رابطه اصلی در مدل برای بررسی ارتباط تأثیر قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بر روی توسعه

گردشگری در ناحیه گردشگری جاده ادویه واقع در استان فارس تدوین شده و بر اساس یافته‌ها میزان این اثر گذاری ۰/۶۱ برآورد شده است. به عبارت دیگر ۶۱ درصد از تغییرات توسعه گردشگری ناحیه گردشگری جاده ادویه واقع در استان فارس توسط قابلیت‌های گردشگری این منطقه تبیین و برآورد می‌شود.

واژه‌های کلیدی: جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، جاذبه‌های فرهنگی، کیفیت خدمات گردشگری و امکانات گردشگری، جاده ادویه.

مقدمه و بیان مسأله

امروزه در بیشتر کشورهای جهان، مهم‌ترین سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در عرصه گردشگری اعمال می‌شود. چرا که گردشگری می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد داشته باشد. بنابراین با گسترش گردشگری در نواحی مختلف می‌توان به پایداری جمعیت و اقتصاد این نواحی کمک کرده و زمینه دستیابی به توسعه پایدار را فراهم کرد. امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت؛ پدیده‌ای با ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی است. پیش‌بینی می‌شود در سال‌های آینده گردشگری به لحاظ در آمد در رأس صنایع موجود دنیا و به لحاظ اهمیت بزرگ‌ترین بخش تجارت بین‌الملل را به خود اختصاص دهد (نوری و خراسانی، ۱۳۹۱: ۱). رشد و گسترش گردشگری به شیوه متداول امروزی از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۰).

گردشگری یک صنعت پویا، بزرگ، متنوع، پاکیزه و نیز یکی از بخش‌های رشد یابنده در سیستم اقتصاد ملی به شمار می‌رود، این صنعت با ۲۰۰ میلیون شاغل (۸ درصد کل اشتغال دنیا) و گردش مالی سالانه در حدود ۵/۴ تریلیون دلار، به بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا تبدیل شده، به طوری که در بیش از ۱۵۰ کشور، گردشگری یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور رتبه اول را به خود اختصاص داده است. تعداد کل گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۷۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته و پیش‌بینی می‌شود که این تعداد در سال ۲۰۲۰ به ۱/۵۶ میلیارد نفر برسد (ترابی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۰). همچنین

بر اساس آمارهای سازمان جهانی^۱ که خود یکی از متصدیان توسعه این صنعت در راستای کمک به رشد اقتصاد جهانی است. این سازمان اعلام کرده است که در سال ۲۰۱۳ چیزی در حدود یک میلیارد توریست به کشورهای مختلف سفر کردند و نسبت به سال ۲۰۱۲ حدود ۵ درصد رشد داشته است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۵).

وضعیت گردشگری در دنیا به گونه‌ای است که از آن به عنوان یک صنعت یاد می‌شود و این صنعت در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل موثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه‌ای است. حضور بازدیدکنندگان در هر کشوری بر الگوی زندگی افراد بومی تأثیر می‌گذارد. بازدید کنندگان نیز تحت تأثیر فرهنگ کشور میزبان و ارزش‌های موجود در آن قرار می‌گیرند. برای مثال موقعیت گردشگری جاده ابریشم به عنوان یک مسیر بین‌المللی ترانزیت از گذشته دور تا کنون ۳۱ کشور را به هم متصل کرده است. این مسیر که از ۶۰۰ سال قبل از میلاد وجود داشته است، میراثی کهن در ارتباط دادن فرهنگ‌های مختلف بوده است (لرزاپوئووا و زاورتیدیس،^۲ ۲۰۱۴: ۷۵).

همچنین صنعت گردشگری می‌تواند موجب تغییرات اقتصادی و اجتماعی شود؛ در سایه گفتگو و ایجاد رابطه متقابل بین مردمان دو ناحیه، پیام صلح بدهد و از آن جا که این صنعت به ارائه خدمت متکی است می‌تواند موجب افزایش اشتغال و درآمد شود (صیدایی و رستمی، ۱۳۹۱: ۹۵). سیر و سفر و گردشگری پیشینه تاریخی وسیعی دارد، اما مقوله گردشگری موضوعی است که امروزه به ویژه در قرن حاضر توجه صاحب نظران و برنامه‌ریزان را به خود معطوف داشته و به تدریج به مرحله فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی خود رسیده است (محبوب‌فر و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۱). در بسیاری از کشورها گردشگری منبع اصلی درآمد بوده است و قابلیت‌های گردشگری این کشورها جایگزین مناسبی برای استفاده از منابع طبیعی و زیر زمینی است. عمده کشورهای دارای منابع زیر زمینی و نفتی توجه کمی به قابلیت‌های گردشگری خود دارند و حتی بسیاری از قابلیت‌های گردشگری آنها برای مردم آن کشور

1 UNWTO

2 Lyratzopouou & Zarotiadis

ناشناخته است. ایران هم کشوری با ثروت زیاد زیر زمینی و سرزمینی است که کمتر به قابلیت‌های گردشگری فراوان خود توجه دارد. کشور ایران از لحاظ جاذبه‌های گردشگری دارای قابلیت‌های بالایی است و به لحاظ اقلیمی و وضعیت آب و هوایی شرایط مطلوبی برای جذب گردشگر دارد. آب و هوا و منابع طبیعی ثروت عظیم اقتصادی برای گردشگری است و عنصری است که تسهیلاتی را برای توریسم فراهم می‌آورد و از این طریق موجب جلب رضایت گردشگران می‌شود. آب و هوا همراه با موقعیت جغرافیایی، توپوگرافی، چشم انداز، فلور و فون اساس منابع طبیعی برای گردشگری و تفریح را تشکیل می‌دهد (ذوالفقاری، ۱۳۸۹: ۴۵).

ایران گهواره یکی از غنی‌ترین تمدن‌ها در تاریخ است که جاذبه‌های باستان‌شناختی، تاریخی و فرهنگی زیادی را برای گردشگران عرضه داشته است. آثار به جا مانده از هخامنشیان، ساسانیان و فرهنگ اسلامی، موزه‌ها زیبا، هنرهای سنتی و مردم باور، مناظر و چشم اندازهای دیدنی، استراحتگاه‌های کوهستانی و ساحلی، شکار و صیادی از مهمترین این جاذبه‌ها هستند (چاکریتی^۱، ۲۰۰۷: ۳۰۵). ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان و از لحاظ آثار باستانی یکی از پنج سرزمین نخست جهان به جهت جاذبه‌های اکوتوریسم و تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری است و جزو سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی است (زنگی‌آبادی، ۱۳۸۵: ۱۳) و این در حالی است که تنها ۰/۵ درصد سهم درآمد گردشگری جهان را به خود اختصاص داده و از نظر درآمد جذب گردشگر در قیاس با دیگر کشورهای جهان در رتبه نود قرار دارد (تاج‌علی، ۱۳۸۵: ۴). این سهم متناقض ایران از لحاظ برخورداری از قابلیت‌های گردشگری و سهم درآمد گردشگری انجام این پروژه و بسیاری از کارهای پژوهشی دیگر را موجه می‌کند. یکی از قابلیت‌های ناشناخته گردشگری ایران جاده یا راه ادویه است. جاده ادویه نامی است که بر شبکه‌ای از راه‌های دریایی که شرق را به غرب پیوند می‌دهد، نهاده شده است. این راه‌ها از سواحل غربی ژاپن آغاز می‌گردیدند و پس از گذشتن از جزایر اندونزی و دور زدن هند تا سرزمین‌های خاور نزدیک ادامه می‌یافتند و

از آنجا از مدیترانه به اروپا وصل می‌شدند (رید^۱، ۱۳۷۶: ۱۰). بخشی مهمی از مسیر خشکی راه ادویه از ایران می‌گذرد و آثار و بقایای آن در کوهستان‌های استان فارس موجود است. البته لازم به ذکر است که نواحی کوهستانی از مهمترین عرصه‌هایی هستند که در زمینه گردشگری و فعالیت‌های وابسته به آن مورد توجه قرار گرفته‌اند (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۰). مسیر جاده ادویه یک پروژه بلند مدت بین‌المللی است که علاوه بر ایجاد کسب و کارهای توریستی موجبات تبادلات فرهنگی بین ونیز، استانبول، بیت‌المقدس، قاهره، عراق، ایران، هند، سریلانکا، پکن و شانگ‌های را فراهم آورده است (لانیل^۲، ۱۹۵۵). آنچه از ظواهر امر بر می‌آید این مسیر دارای قابلیت‌های بالای گردشگری است. بنابراین هدف اصلی این پژوهش بررسی قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه در استان فارس است که به لحاظ تاریخی و طبیعی قابلیت و توان بالایی برای تبدیل شدن به قطب گردشگری منطقه را دارد و می‌تواند و موجب توسعه گردشگری منطقه شود.

ضرورت و اهمیت پژوهش

اهمیت گردشگری و لزوم بررسی و پژوهش در مورد آن با توجه به نقش مهم آن در زندگی ما بر هیچ کسی پوشیده نیست، با این وجود امروزه استقبال از گردشگری بیش از هر چیز مربوط به جنبه اقتصادی آن است بویژه این که قابلیت بالایی در زمینه تجارت بین‌المللی داراست (چاینگ‌لی^۳، ۲۰۰۸: ۱۸۰). در سال‌های پیش رو صنعت توریسم در رأس صنایع موجود در جهان قرار خواهد داشت و می‌تواند راهکاری مناسب برای تجارت خارجی و کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها بوده و تأثیر مهمی بر وضعیت اشتغال و رشد درآمد ارزی برای دولت‌ها و افزایش درآمد مکان‌های گردشگری و اقامتی باشد (اُه^۴، ۲۰۰۴: ۳۹؛ لطفی، ۱۳۸۴: ۱۰۲). گفته می‌شود که از هر شش شغل مهم در دنیا، یکی در ارتباط با صنعت توریسم است (افشار، ۱۳۸۲: ۵۴۲) و به ازای هر بیست توریست وارده به کشور یک شغل

1 Reid

2 Lengyel

3 hiang Lee

4 Oh

ایجاد می‌شود (یدالهی و مهرداد، ۱۳۸۲: ۵۰۳). همچنین گردشگری به عنوان منبع مهم برای توسعه اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱). توجه به گردشگری از یک سو به علت ارزش‌های اقتصادی و از سوی دیگر، به دلیل اثرات فرهنگی و اجتماعی آن است (صفرآبادی، ۱۳۸۸: ۱). از همین روست که دولت‌ها در دهه‌های اخیر به توسعه گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های مبارزه با بیکاری و ایجاد درآمد تأکید می‌نمایند (لانزا، ۲۰۰۳: ۳۲۰). همچنین امروزه بررسی قابلیت‌های گردشگری مناطق برای کشورها از اهمیت دو چندانی برخوردار است، چرا که وجود قابلیت‌های جدید، به منزله افزایش توان گردشگری کشورهاست و از این رو می‌توان سهم کشورها را در گردشگری متحول کرد. البته ناگفته پیداست که امروزه گردشگری در حال بسط و رشد شتابان است، به طوری که یکی از اهداف کشورها در تأمین منابع ارزی است، به همین علت مورد توجه بسیاری از جوامع قرار دارد (وارثی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۷). با توجه به جایگاه با ارزش فعالیت‌های گردشگری؛ این مقوله در دنیا به عنوان یکی از سه صنعت پردرآمد جهان شناخته شده و در دهه‌های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (پیگوزی و همکاران، ۲۰۰۵). از این لحاظ به نظر می‌رسد سهم ایران در این بازار پر رونق آن طور که شایسته کشور و قابلیت‌های بالقوه و بالفعل است، بسیار ناچیز است و باید در راستای افزایش سهم ایران در رونق گردشگری راهبردهای مهمی به کار گرفته شود.

موقعیت ارزشمند گردشگری در کشورهای مختلف جهان باعث گردیده برنامه‌های بسیار کارشناسانه‌ای را تدارک ببینند. روش‌هایی که نه تنها با هدف کسب سودهای کلان اقتصادی پیشرفته، بلکه به دنبال منفعت‌های فرهنگی نیز تلاش نموده است. گردشگری با محیط زیست، خدمات اجتماعی، اشتغال، کاهش فقر و بسیاری از چالش‌های منطقه‌ای ارتباط دارد و می‌تواند راهگشای این مشکلات باشد. در کشور ما علاوه بر توسعه منابع موجود، احیا و باز زنده‌سازی مسیرهای باستانی از جمله جاده ادویه و یادمان‌های باستانی بازمانده در پیرامون این جاده می‌تواند برای جهانگردان بسیار جالب توجه باشد. خصوصاً با توجه به اینکه میراث و

ارزش‌های کهن، به ویژه ارزش‌های مادی و ساختارهای میراث فرهنگی ملموس، پایه و اساس گردشگری سده بیست و یکم است. توجه به روند توسعه و شکل‌گیری الگوهای راه‌های تجاری باستانی و تطابق آن با برنامه‌ریزی‌های کارشناسانه، نیازمند مطالعات بیشتر و بررسی‌های جامعی را پیش رو می‌گذارد که در صورت توجه مسئولانه دست‌اندرکاران، افق روشنی از توسعه گردشگری را هدایتگر خواهد بود. چرا که صنعت گردشگری یکی از ارکان مهم اقتصاد جهان کنونی رادر بر می‌گیرد و سرمایه‌گذاری در این صنعت، پربازده‌ترین سرمایه‌گذاری‌ها محسوب می‌شود (رامشت و فیض‌الهی، ۱۳۹۲: ۲). بنابراین بررسی قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه در استان فارس فی‌المنفسه سرمایه‌گذاری مهمی محسوب می‌گردد. در این راستا خلیج فارس از ایام باستان به عنوان یکی از مسیرهای مهم در مناسبات دریایی و تجاری شرق و غرب بوده است. موقعیت تاریخی خلیج فارس در دو زمینه دارای اهمیت اساسی بوده است، از یکسو واسطه و پل تجاری بین شبه قاره هند و سیلان با غرب آسیا، آفریقا و اروپا بوده است و از دیگر سو بنادر تجاری خلیج فارس مبدأ راه‌های تجاری متعددی در خشکی بوده‌اند که از جنوب به شمال به مقصد شهرها و مراکز تجاری واقع در ایران گسترش یافته و تا بلاد روم و سواحل مدیترانه امتداد یافت (صدیقی، ۱۳۹۳). مجموعه این راه‌های باستانی را راه ادویه نامیده‌اند که از طریق آن کالاهایی چون نقره، طلا، ادویه و عطریاتی چون مر مکی، چوب آبنوس، دارچین، الوار و حیوانات نایب از خاور نزدیک و یانوبی (حبشه) به صورت معاملات پایاپای یا باج و خراج به مصر وارد می‌شد. از طرفی در مسیر این شاهراه بزرگ آن روزگار تمدن‌های بسیاری نیز شکل گرفته‌اند که شهر سوخته سیستان، شهداد، تل ابلیس و تپه یحیی کرمان، بمپور، جیرفت و جلگه‌های هلیل رود از این جمله‌اند (دلبری، ۱۳۹۱).

دو مسیر از ۶ شاهراه باستانی ادویه از استان فارس کنونی عبور کرده‌اند. مسیر "بوشهر، کازرون، اصطخر، اصفهان، ری" یکی از قدیمی‌ترین راه‌های باستانی ادویه است که به عنوان یکی از انشعاب‌های راه باستانی ابریشم نیز محسوب می‌شود. از این مسیر شهر کازرون و شهر باستانی اصطخر در استان فارس واقع شده‌اند (سیرو، ۱۳۵۷). جاده ادویه از طریق اصفهان به تمام نقاط کشور وصل می‌شده است. راه فارس به اصفهان دارای مسیرهای خاصی بوده است.

برای طی نمودن این مسیر نیز منازل کام فیروز، کورد، تجاب، سمارم، سیاه، بورجان، کیالی، خان ابرار الزامی است که جمعاً سی و هفت فرسخ می‌شود (ابن خردادبزه، ۱۳۷۱: ۴۳). باید گفت در منابع این دوره سه مسیر برای راه اصفهان به شیراز بیان شده است: راه سمیرم، راه مابین و رون (روم) و راه اصطخر. (ابن بلخی، ۱۳۴۳: ۳۸۰ تا ۳۸۲، ۴۴۱، ۴۴۲، ۴۴۴ و ۴۶۱ و حافظ‌ابرو، ۱۳۷۵، ج ۲: ۱۵۵). جاده ادویه از همین راه اصطخر گذشته است.

استان فارس با گستره ۱۲۴ هزار کیلومتری در جنوب منطقه مرکزی ایران واقع گردیده است و با برخورداری از موقعیت طبیعی و جغرافیایی ممتاز، مراکز مذهبی و بقاع متبرکه، شهرهای باستانی با قدمت تاریخی و شگفتی‌های شیوه معیشتی کوچ نشینی، جاذبه‌های طبیعت گردی به عنوان قطب گردشگری فرهنگی کشور شناخته شده است. به این ترتیب استان فارس در تأمین سهم بایسته ایران از درآمد گردشگری که در جهت تحقق آن تلاش می‌شود، می‌تواند نقش مؤثری ایفا کند، به ویژه آنکه در چارچوب سیاست‌های توسعه بلند مدت استان، میراث فرهنگی و گردشگری به عنوان یکی از محورهای توسعه استان تعریف شده است. همچنین شهرستان کازرون با مساحت ۴۵۴۸ کیلومترمربع در غرب استان فارس قرار گرفته است. این شهرستان منطقه‌ای پر جاذبه است که به جهت داشتن خاک حاصلخیز، سفره‌های فراوان آب‌های زیرزمینی، تنوع منابع طبیعی و داشتن پوشش‌های گوناگون گیاهی در گذشته به "شهر سبز" شهرت داشته است. همچنین این شهرستان با داشتن جاذبه‌های طبیعی از جمله دریاچه پریشان، غار شاپور، تنگ چوگان، مجموعه دشت برم، تنگ تیکاب، چشمه ساسان و نرگس زارها و جاذبه‌های تاریخی از جمله بزرگترین و تنها مجسمه سنگی دوره ساسانی مجسمه شاپور اول واقع در غار شاپور، شهر تاریخی بیشاپور، معبد آناهیتا، کاروانسرای کمارج، کاروانسرای میان کتل، نقش برجسته بهرام دوم و کتیبه پهلوی آن، قلعه پوسکان و روستای تاریخی دوسیران و همچنین رویدادهای جذابی از جمله جشنواره گل نرگس، جشنواره خرماي خشت و جشنواره گل و گلاب لایزنگان داراب پتانسیل لازم برای برنامه ریزی در بخش‌های گردشگری تاریخی- فرهنگی، گردشگری مبتنی بر رویداد و اکوتوریسم را داراست.

محوطه باستانی شهر اصطخر در ۷ کیلومتری شمال تخت جمشید و ۲/۵ کیلومتری جنوب غربی نقش رستم و در میان دره رود سیوند قرار دارد. این محوطه با ۹۰ هکتار وسعت یکی از

بزرگترین محوطه‌های باستانی ایران به شمار می‌رود. شهر اصطخر دارای پیشینه استقرار چند هزار ساله است. اولین استقرارهای این شهر را به اوایل هزاره چهارم قبل از میلاد نسبت داده‌اند. آثار دوره‌های تاریخی نیز به وضوح نشانگر استقرارهایی از دوره هخامنشی تا سده هشتم هجری در این محوطه است. در متون تاریخی نیز اصطخر به تدریج در دوران سلوکی و پارتی مطرح می‌شود، در این دوران از اصطخر به عنوان پایتخت فارس و شهر ضرب سکه نام برده‌اند. دوران ساسانی اوج آبادانی و قدرت اصطخر بوده است. در این دوران آتشکده آناهیتا در این شهر قرار داشته و شهر مذهبی و سنتی ساسانیان به شمار می‌رفته است. اصطخر در دوران اسلامی و به دنبال خرابی‌های فراوانی که در پی فتح این محوطه توسط اعراب روی داد آرام آرام رو به زوال رفت. سرانجام این شهر در لشگرکشی یکی از امیران آل بویه در قرن ۵ هجری به کلی ویران شد و بعد از آن هرگز به عنوان یک شهر مطرح نشد. بنابراین در این پژوهش سعی می‌شود قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه از طریق کارشناسان و مطلعان امر بررسی و تحلیل شود و به این سوال پاسخ داده شود که آیا با اتصال بناها، محوطه‌ها و جاذبه‌های طبیعی - که هر کدام به صورت منفرد خود یک جاذبه گردشگری محسوب می‌شوند - در قالب راه باستانی ادویه، می‌توان روح تازه‌ایی در گردشگری منطقه دمید و یک جاذبه جدید گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی بوجود آورد؟

اهداف پژوهش

این پژوهش بر آن است تا با استفاده از شناسایی قابلیت‌های گردشگری راه باستانی ادویه، که مسیری شناخته شده در سطح بین‌المللی است رویکردی نو برای ارتقا و توسعه گردشگری منطقه در سطح ملی و بین‌المللی بوجود بیاورد.

هدف اصلی:

تاثیر قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری این منطقه

اهداف فرعی پژوهش

- ۱- شناسایی جاذبه‌های گردشگری جاده ادویه
- ۲- شناسایی امکانات گردشگری جاده ادویه
- ۳- شناسایی خدمات گردشگری جاده ادویه
- ۴- شناسایی تاثیر جاذبه‌های طبیعی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه
- ۵- شناسایی تاثیر جاذبه‌های فرهنگی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه
- ۶- شناسایی تاثیر جاذبه‌های تاریخی و باستانی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه
- ۷- شناسایی تاثیر کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه
- ۸- شناسایی تاثیر امکانات گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه

مبانی نظری پژوهش

گردشگری در قرن بیست و یکم در چهارچوب نوآوری‌های فناوری، کارکردهای جدید مدیریتی و سیطره همه جانبه سرمایه‌داری، همراه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و کم رنگ شدن مرزهای سیاسی، تحولات بسیاری را در فضاها و جغرافیایی سبب شده است. گردشگری در دوران ساختار شکنی پسا مدرنیسم یک واقعیت مهم اجتماعی است که عموماً از دیدگاه‌های تعادل فرهنگی و تعادل‌های توسعه‌ای عدالت اجتماعی به آن نگریسته می‌شود (ضرغام، ۱۳۷۶: ۳۹۰). روشن شدن این موضوع که چه انتظاری از گردشگری می‌توان داشت و کدامین عملکردهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیست محیطی بر این صنعت مترتب است، نشان دهنده نوع دیدگاه به گردشگری است؛ هال و پیچ معتقدند دیدگاه‌های کلی مرتبط با گردشگری عبارتند از: دیدگاه اقتصادی محض، دیدگاه اقتصادی، دیدگاه فیزیکی - فضایی، دیدگاه اجتماعی و دیدگاه پایداری (هال و پیچ^۱، ۱۹۹۹: ۲۵۰). تأثیرات گردشگری در فضاها و جغرافیایی فراتر از مفهوم دو بعدی در زمینه فرهنگ و اقتصاد است و چشم‌اندازهای متعددی را شکل می‌دهد. بررسی تأثیرات گردشگری از دیدگاه‌های مختلف و در یک کلیت فراگیر در ابعاد اقتصادی، همچون مقاصد و اهداف گردشگری دائماً در حال تغییر و تحول‌اند.

جریان ساده و سریع سرمایه‌داری در هدایت گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های کسب سود، گردشگری را در هر فضایی ممکن ساخته است گردشگری مدرن باعث شده که بسیاری از ساختارها و ذهنیت‌های توسعه کلاسیک فرو پاشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ۶۲). بنابراین گردشگری در توسعه روزافزون خود از دیدگاه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زیست محیطی، و سیاسی بهره‌مند شده است که در این اینجا به توضیح پیرامون هریک از دیدگاه‌های فوق پرداخته می‌شود.

دیدگاه سیاسی

گردشگری در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم رشد زیادی حدود ۵ درصد در سال را نشان می‌دهد. رشد گردشگری حاصل رشد اقتصادی دراز مدت، افزایش سطح درآمد و افزایش اوقات فراغت همراه با توسعه فناوری به خصوص در زمینه حمل و نقل در طی این سال‌هاست. فعالیت‌های گردشگری در رابطه با سرمایه‌داری پا گرفته و در سطح ملی و بین‌المللی گردشگری انبوه، همچون کالاهای بسته‌بندی شده در تورهای دسته جمعی شکل گرفته است گردشگری به عنوان فعالیتی اقتصادی با نفع بسیار در بهبود کیفیت زندگی ساکنان مناطق و افزایش درک از مکان عامل مهمی در توسعه محسوب می‌شود. دولت‌ها بالطبع برای گام نهادن در رویکرد توسعه فضای سرزمینی، نقش پر رنگی را به عهده دارند. دولت‌ها در زمینه گردشگری با توان رقابت خارجی، جذب سرمایه و گردشگری، رفاه اجتماعی و گسترش بازارهای گردشگری براساس توزیع مجدد ثروت همراه با روند نوسازی مدیریتی - فناوری، ایفای نقش می‌کنند. نتایج این فعل و انفعالات اقتصادی و جریان معکوس سرمایه و انسان از مرکز به پیرامون بر روابط سیاسی، بسیار گسترده است (پاپلی یزدی، و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۱۴). از دیدگاه سیاسی گردشگری در عین حال که یک رقابت اقتصادی است موجد نوع دوستی و همکاری بین‌المللی نیز هست، و همین امر موجب می‌شود که از نظر سیاسی دولت‌ها به هم نزدیک‌تر شوند. و ملت‌ها همدیگر را بهتر بشناسند. دولت‌هایی که در زمینه گردشگری سرمایه گذاری کرده‌اند، باید در روابط بین‌المللی خود بازنگری به عمل آورده‌اند.

حرکت به سمت اقتصاد اطلاعاتی - جهانی، رویکرد نوینی را در سیطره بر فضاهاى جغرافیایی باز می کنند گذار سرمایه داری از تولید انبوه در چهارچوب فوردیسم، تجدید ساختاری بود که بحران های دهه ۷۰ میلادی بر سرمایه داری تحمیل کرد. این بحران ها کاهش تولید ناخالص ملی، ناکامی دولت ها در اجرای سیاست های کینزی و افزایش نرخ تورم را سبب گردیده که در چهار نکته می توان علت اصلی آن را بیان کرد. تغییر در روابط کار و سرمایه و فروپاشی روابط صنعتی در سطح ملی، تضعیف اقتصاد کینزی و گرایش به سمت بین المللی شدن سرمایه داری، بحران در سازماندهی اقتصادی به شیوه تیلورسیم و گرایش به سمت تمرکز زدایی و گرایش ضد فوردیستی در تولید (بشیریه، ۱۳۷۹: ۶۸).

رویکرد ژئوپولیتیکی به گردشگری به خصوص در عصر پسامدرن در فرایندی منطقه ای تبلور می یابد که در آن جریان سرمایه به سوی مناطق با قابلیت بالا در زمینه گردشگر پذیری در حرکت است در تحلیل ژئواستراتژیک گردشگری، مناطق ژئوپولیتیکی مشخص می شود. معیار این تقسیم بندی را می توان در چالش های بین مناطق در جذب گردشگر باز شناخت. در هر حال این مناطق مدلی بسیار کارا برای تحلیل های ژئوپولیتیکی در زمینه گردشگری هستند. اقتصاد جهانی به سمت آزاد سازی تجارت پیش می رود و لغو کامل موانع غیر تعرفه ای تجارت و کاهش تعرفه ها را در دستور کار دارد (اکبریان، ۱۳۸۱: ۸۲).

دیدگاه اقتصادی

گردشگری قبل از هر چیز مسأله اقتصادی است. ساماندهی فضای جغرافیایی در امر مبادله آزاد گردشگری شکل می گیرد و تجارت مسافرت بر پایه سرمایه داری و سودآوری انجام می شود از این رو گردشگری در فرایندی عرضه و تقاضا جلوه هایی از توسعه را نشان می دهد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۶۴). به طور کلی گردشگری در زمینه اقتصادی علاوه بر جنبه های مختلف کسب ارز خارجی، انتقال بخشی از قدرت خرید اتباع سایر کشورها به کشور جذب کننده گردشگر است. گردشگری به افزایش تحرک در تولید و توزیع، ایجاد مشاغل و خدمات گوناگون و کمک به سرعت گردش پول منجر می شود. لذا در محاسبات اقتصادی گردشگری به دو ضریب یا ضرایب فزاینده اشاره می شود: ضریب افزایش در آمد و ضریب

افزایش اشتغال. ضریب افزایش درآمد در گردشگری سبب افزایش ثروت و ضریب افزایش اشتغال موجب ایجاد مشاغل جدید از طریق گردشگری می‌شود (پوریا، ۱۳۷۳: ۷۰). درهم تنیدگی فعالیت‌های اقتصادی حول محور گردشگری با دیگر شاخص‌های اقتصادی به حدی است که به عنوان مثال رشد اقتصادی موجب رشد گردشگری و افول اقتصادی موجب افول گردشگری می‌گردد. از این رو تقویت ارتباط بین گردشگری و سایر بخش‌های اقتصادی اهمیت زیادی دارد (ابراهیمی، ۱۳۷۶: ۴۷۵).

در متون اقتصادی از پنج نوع تسهیلات در زمینه عرضه در گردشگری یاد می‌شود: جذابیت‌ها که می‌توان آن‌ها را به جذابیت‌های طبیعی و انسانی تقسیم کرد، حمل و نقل که رابطه تنگاتنگی با توسعه گردشگری دارد، تسهیلات تجاری و خصوصی، خدمات که بانک‌ها، مراکز پزشکی و خدمات انتظامی - امنیتی را در برمی‌گیرد و زیرساخت‌ها که جاده، راه آهن، فرودگاه، نیروی برق، کانال‌های فاضلاب و نظیر این‌ها را شامل می‌شود (لی، ۱۳۷۸: ۴۶). به طور کلی قابلیت‌های گردشگری را در زمینه اقتصادی می‌توان در قالب جریان سرمایه بازشناخت که برای اقتصادهای ملی اهمیت بالایی دارد. تحرک پذیری اقتصاد گردشگری سبب کسب ارزش خارجی، فروش محصولات داخلی و گسترش بازارهای صادراتی می‌شود. گردشگری به لحاظ دارا بودن قابلیت تحرک در تولید و توزیع و ایجاد خدمات گوناگون، سرعت بخشیدن به گردش پول و سرانجام ایجاد اشتغال یکی از مهم‌ترین منابع تولید کشورهاست و می‌توان به نفع اقتصاد ملی کشور میزبان، از آن بهره گرفت (عباس نژاد، ۱۳۷۵، ۳۰).

دیدگاه اجتماعی - فرهنگی

فرهنگ در این دیدگاه در یک کلیت به هم پیوسته می‌تواند چشم‌اندازهای متفاوتی را شکل دهد که در یک کنش‌پذیری اجتماعی جلوه‌هایی از تفاوت را در جهان به نمایش می‌گذارد. قرارگرفتن خرده روایت‌های فرهنگی به صورت موازی یک وار در کنار هم به مرقع‌سازی فرهنگ جهانی فرصت می‌دهد و در کنار آن‌ها قبول کثرت‌گرایی در نگرش‌های

پسامدرن، فرهنگ‌های مختلفی را تاب می‌آورد و این امر را تسهیل می‌کند (شایگان، ۱۳۸۰: ۵۶).

پذیرش گردشگران در یک منطقه از نظر اجتماعی و فرهنگی، در قالب احیای آداب و رسوم و سنت‌ها شکل می‌گیرد و بازدید گردشگران از این جوامع به یک تجربه و خاطره گردشگری منتهی می‌گردد. نوع و نحوه برخورد میزبان - گردشگر را در یک منطقه می‌توان از سه دیدگاه مورد توجه قرارداد:

- دیدگاه تعاملی: این دیدگاه شیوه برخورد بین گردشگر - میزبان را به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد که ارزیابی آن به نگرش محقق به مسیر صحیح پژوهش و توسعه بستگی خواهد داشت؛

- دیدگاه گسستی: این دیدگاه شامل عناصر مختلف جامعه است که ممکن است هر تغییری به خصوص ناهنجاری‌ها را نتیجه مستقیم گردشگری بدانند؛

- دیدگاه پیوستی: این دیدگاه عمدتاً جنبه‌های تغییر فرهنگی مثبتی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ و ورود گردشگران در بازننگری مهارت‌ها و رسوم سنتی مانند رعایت بهداشت و نظم و غیره است. تشخیص این دیدگاه‌ها در منظر اجتماعی به علت همپوشی با هم عملاً مشکل است (لی، ۱۳۷۸: ۸۷).

گردشگری از نظر ماهوی قبل از آنکه به عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح باشد یک امر فرهنگی است. به گونه‌ای که در پیرامون آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می‌گیرد. در شرایط پسامدرنیستی که گونه‌های مختلف گردشگری مطرح است، انتخاب گونه توسط گردشگری یک امر فرهنگی - اقتصادی است. گردشگری به عنوان یک امر فرهنگی در دو سوی جریان گردشگری در یک مکان، تعامل‌ها و تبادل‌ها را سبب می‌شود و با انسان‌ها، انگیزه‌ها، خواسته‌ها، نیازها و آرزوهای آن‌ها که منبعث از فرهنگ جامعه است در ارتباط است (ترنر، ۱۳۷۸: ۹۵).

دیدگاه زیست محیطی

توسعه گردشگری در فضاهای جغرافیایی علاوه بر آثار اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی آثار زیست محیطی نیز دارد این آثار در صورت عدم پیگیری راهبردها، استانداردها و ارزیابی‌های مشخص و روشن در زمینه توسعه گردشگری دارای جنبه‌های تخریبی بسیاری در ابعاد محیط انسانی و طبیعی است، هرچند از دیگر سو گردشگری می‌تواند در صورت پایبندی به پایداری در مفهوم بومی کردن زمینه ساز حفاظت از محیط زیست شود. بر این مبنی می‌توان با در نظر گرفتن تمامی ابعاد، به راه حلی درست و منطقی دست یافت. از دیدگاه زیست محیطی توجه به فواید گردشگری نباید مانع از پرداختن به جنبه‌های نامطلوب این پدیده گردد. مطالعات سازمان ملل در مورد تأثیر گردشگری بر کشورهای در حال توسعه نشان از آن دارد که با وجود اینکه گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی کشورهای میزبان گردیده و مبادلات فرهنگی را بین کشورهای مختلف قوت بخشیده است، ولی از طرف دیگر موجب خلل‌های اجتماعی و زیست محیطی نیز شده است (ایدینگتن، ۱۳۷۴: ۱).

گذشته از دیدگاه‌های ذکر شده، رویکردهای عمده دیگری نیز وجود دارند که گردشگری را تحت تأثیر قرار داده‌اند که مهمترین آنها عبارتند از: رویکرد نهادی، رویکرد محصول، رویکرد محصول، رویکرد تاریخی، رویکرد مدیریتی و رویکرد جامعه شناختی هستند (گلدنر و ریچی^۱، ۲۰۰۳: ۲۳).

- رویکرد نهادی: در این رویکرد نهادها و واسطه‌های متعددی که مجریان فعالیت‌های گردشگری‌اند بررسی و مطالعه می‌شوند. این روش به پژوهش در مورد نقش سازمانها، روشهای اجرایی، هزینه‌ها، موانع و جایگاه اقتصادی آژانس‌هایی می‌پردازد که از طرف گردشگر فعالیت‌های مربوط به خرید خدمات همچون تهیه بلیط هواپیما و رزرو هتل، انجام می‌دهند.

- رویکرد محصول: این رویکرد شامل مطالعه در زمینه محصولات صنعت گردشگری، نحوه تولید، روش بازاریابی و بالاخره مصرف این محصولات است. این نحوه مطالعه می‌تواند به هریک از محصولات این صنعت بپردازد برای پژوهشگران گردشگری درک سریع اصول پایه

ای صنعت گردشگری از طریق رویکرد محصول به دلیل وقت گیر بودن آن تا حدودی دشوار است.

- رویکرد تاریخی: در این رویکرد به فعالیتها و نهادهای فعال این صنعت از بعد تحول و تکامل تدریجی نگریسته می شود. دلایل خلق نوآوریها، رشد و افول آنها و تغییر علایق و سلیقه‌ها از موارد مورد مطالعه در این روش است.

- رویکرد مدیریتی: رویکرد مدیریتی روشی شرکت مدارانه است که عمدتاً متمرکز بر مطالعه فعالیت‌های ضروری برای اداره یک موسسه گردشگری از جمله برنامه ریزی، قیمت گذاری، تبلیغ، کنترل و سایر فعالیت‌های وابسته است.

- رویکرد جامعه شناختی: از آنجا که گردشگری مقوله ای اجتماعی است، توجه جامعه شناسان را هم به خود جلب کرده است. جامعه شناسان مسائلی چون رفتار گردشگران، گروه‌ها و تاثیر گردشگری را بر جامعه مطالعه می کنند. این روش طبقات اجتماعی، عادات، سنت‌های میزبانان و میهمانان را بررسی می کند (حیدری چیا، ۱۳۸۹).

پیشینه پژوهش

یحیای (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان بازرگانی دریایی سیراف در سده‌های نخستین اسلامی به تحلیل راه‌های باستانی ابریشم و ادویه مرتبط با بندر سیراف پرداخته است. از نظر وی بندر سیراف با هدف گسترش بازرگانی و امنیت خلیج فارس در دوره ساسانی پدید آمده و از این حیث اهمیت والایی یافته است. پس از اسلام، خصوصاً در قرون سوم و چهارم هجری، زمینه‌ها و عواملی باعث شدند تا سیراف به بندری طراز اول در خلیج فارس مبدل شود و دوره‌هایی از رونق و شکوفایی را تجربه کند و در نهایت نتایج پژوهش گویای این واقعیت است که بندر سیراف موقعیت جغرافیایی مناسبی به عنوان بندری مرکزی در حوزه شمالی خلیج فارس داشته و از مهمترین عامل تسهیل بازرگانی در دوره‌های مختلف بوده است.

حشمتی پور (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان جاده ابریشم رهگشای توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی به تحلیل وضعیت جاده ابریشم و نقش‌ها و قابلیت‌های گردشگری آن پرداخته است. از نظر محقق این جاده که از ارتباط شبکه کاملی از جاده‌ها شکل یافته که با

گذشت قرن‌ها راه خود را در طول اوراسیا، پی گرفته و تنظیم کننده عملکردهای متنوع سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، مذهبی و ... بوده است.

حسین‌پور اصفهان و همکارانش (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان توسعه گردشگری راه ابریشم، فرصت‌ها و چالش‌ها به تحلیل قابلیت‌های گردشگری راه ابریشم پرداخته‌اند. روش این پژوهش تحلیل تاریخی بوده و نتایج آن نشان می‌دهد که دولتمردان و بازرگانان در طول تاریخ به منظور تسلط بر راه ابریشم، شیوه‌های مبادلاتی و برنامه‌ریزی‌های دقیقی را پایه‌ریزی کرده‌اند.

رید^۱ (۱۹۹۴) در پژوهشی با عنوان راه‌های ابریشم و ادویه؛ اکتشاف از طریق دریا و خشکی به تحلیل تاریخی مسیرهای باستانی ابریشم و ادویه در دریا و خشکی پرداخته است. نگارنده در این پژوهش، همه مراحل اجرای فرآیند قراردادهای بین‌المللی در خصوص تجارت ابریشم و ادویه را تشریح نموده و با بهره‌گیری از مبانی حقوقی، مدیریت، اقتصاد و بازرگانی بین‌الملل، تحقیق کاربردی درباره همه‌ی عوامل درگیر در تجارت خارجی را عرضه کرده و نتایج آن را تحلیل می‌نماید.

گارسیا فالکن و مدینا مانوز^۲ (۱۹۹۹) در پژوهشی با عنوان توسعه پایدار گردشگری در جزایر قناری به جنبه‌های فرهنگی - اجتماعی، محیطی، اقتصادی و بخصوص توسعه توریسم اشاره کرده‌اند و راهکارهایی جهت ساخت استراتژی‌هایی برای توسعه توریسم پایدار در جزیره پیشنهاد داده‌اند و توسعه پایدار را به عنوان یک نیاز ضروری برای دستیابی به اهداف اقتصادی بدون از بین رفتن محیط طبیعی می‌دانند.

هال^۳ (۲۰۰۰): در پژوهشی با عنوان گردشگری به عنوان توسعه پایدار به بازسازی و توسعه توریسم در آلبانیا پرداخته است و به این نتیجه می‌رسد که یکی از فوایدی که جذب توریسم می‌تواند برای منطقه به همراه آورد این است که می‌تواند درآمدها را افزایش و باعث اشتغال‌زایی شود.

1 Reid

2 Garcia Falcon & Medina Munoz

3 Hall

رینارد^۱ (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان ارائه روشی نو در ارزیابی ژئومورفوسایت^۲ به تحلیل گردشگری پرداخته است. در این روش که تقریباً مشابه کارهای دیگران در این حوزه بوده، به بحث در مورد تعیین ارزش علمی و مکمل در ژئومورفوسایت‌ها پرداخته است، با این تفاوت که در این مقاله ارزش اقتصادی، اکولوژیکی، زیبایی شناختی به عنوان یک معیار مستقل در نظر گرفته شده و دو معیار اصلی (ارزش علمی و فرهنگی) دارای زیر شاخص‌های خاص خود هستند، در پایان ژئومورفوسایت‌های بالقوه انتخاب و معرفی شدند.

ییلدیریم و اُبان^۳ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان اهمیت تاریخی جاده‌های باستانی در توسعه آناتولی غربی و از میر به تحلیل نقش راه‌های باستانی از جمله جاده ابریشم در توسعه غرب ترکیه پرداخته‌اند. یافته‌های این بررسی نشان داده است که موقعیت جاده شاهی که بعدها با نام جاده ابریشم معروف شد، بر افزایش میزان طلا و ثروت طبیعی از میر نقش مهمی ایفا کرده است.

رادهاکریشنان^۴ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان افزایش گردشگری مسیر ادویه به تحلیل موقعیت گردشگری راه ادویه پرداخته است. تلاش او در راستای نقش گردشگری ادویه برای ترویج صلح با تاکید بر نقش ۲۰۰۰ ساله این مسیر در توسعه و تبادلات فرهنگی و آشنایی فرهنگ‌ها با همدیگر بوده است. از نظر وی این پروژه نیز توسط سازمان ملل متحد دنبال می‌شود و نتایج آن می‌تواند به پایداری گردشگری و صلح جهانی کمک شایانی کند. ابتکار مهم این پژوهش اتصال فرهنگی ۳۱ کشور مهم در مسیر راه ادویه است. امروزه با احیای مسیر ادویه، این امکان وجود دارد که با احترام به میراث قابل توجهی مشترک در میان ۳۱ کشور سراسر توجه شود و گامی مهم در راستای حفظ این میراث جهانی باید برداشت.

لرزاپوئووا و زاورتیدیس^۵ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان نقش و عوامل اجتماعی، ارتباطی و فرهنگی راه‌های باستانی_تجاری دریای سیاه به بررسی و تحلیل موقعیت‌های فرهنگی و ارتباطی بین مسیرهای دریایی راه ادویه و ابریشم پرداخته‌اند. یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد

1 Reynard

2 Additional values of geomorphosites

3 Yildirim & Oban

4 Radhakrishnan

5 Lyratzopououo & Zarotiadis

که امروزه سراسر مسیر ساحلی راه ادویه از ۳۲ کشور می‌گذرد و در گذشته فرهنگ‌های مختلفی را به هم ارتباط داده است. بنابراین امروزه تلاشی دوباره در راستای احیای این مسیر در به هم متصل کردن کشورها و بنادر و داستان‌ها و تاریخ گامی مهمی در راستای صلح جهانی است و این مسیر می‌تواند به عنوان منزلگاهی برای بازدید فرهنگ‌ها و اقوام گوناگون باشد. آردوین^۱ و همکارانش (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان تاثیر مبتنی بر طبیعت گردشگری در دانش زیست محیطی، با تاکید بر نگرش و رفتار به بررسی و تجزیه و تحلیل ادبیات و پژوهش‌های بالقوه این حوزه پرداخته‌اند. در این راستا ۳۰ مطالعه تجربی تحلیل و بررسی شده‌اند که نتایج آنها در راستای سازگاری تغییرات زیست محیطی با افزایش میزان طبیعت گردی است. نتایج نهایی نشان می‌دهد که با توسعه دانش زیست محیطی در قالب یافته‌های علمی و پژوهشی شاهد تحول گسترده‌ای در تغییر رفتارهای زیست محیطی افراد جامعه وجود دارد. با این حال این پژوهش اعتقاد دارد که مطالعات تجربی کمی در این حوزه انجام شده و نیاز بیشتری به کارهای پژوهشی در این حوزه احساس می‌شود.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

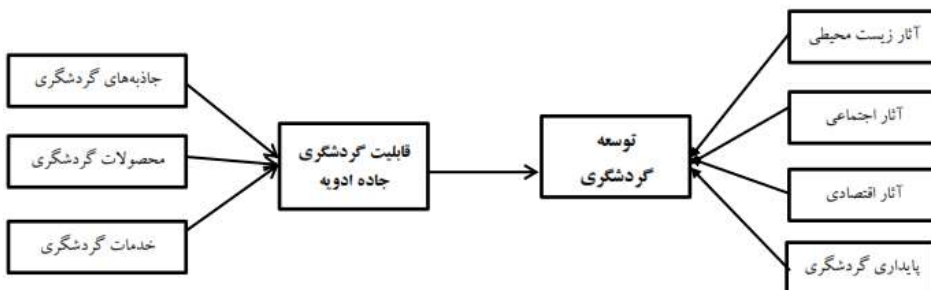
قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری این منطقه تاثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی پژوهش

- ۱- جاذبه‌های گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است.
- ۲- امکانات گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است.
- ۳- خدمات گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است.
- ۴- جاذبه‌های طبیعی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.
- ۵- جاذبه‌های فرهنگی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.
- ۶- جاذبه‌های تاریخی و باستانی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

- ۷- کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.
 ۸- امکانات گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

مدل پژوهش



مدل تدوین شده برای انجام پژوهش

روش پژوهش

در این پژوهش موضوع مورد مطالعه، بررسی قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه است. این پژوهش بر اساس نوع داده‌های جمع‌آوری و تحلیل‌شده، پژوهشی کمی^۱ است. مطالعات کمی به بررسی‌هایی اطلاق می‌شود که امکان گردآوری مجموعه اطلاعات قابل مقایسه‌ای را از واحدهای مورد مطالعه داشته باشد. همانطور که گفته شد در این پژوهش از تکنیک پیمایش استفاده شده است و از لحاظ نوع برخورد با مساله مورد بررسی و ورود به آن مطالعه‌ای میدانی است. جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از طریق مراجعه مستقیم پژوهشگر به پاسخگویان و ارایه پرسشنامه به آنها، انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه گردشگران، متخصصان گردشگری و کارشناسان محلی حوزه گردشگری جاده ادویه هستند که بر اساس آمار کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری استان فارس حدود ۱۵۰ نفر هستند و هرچند می‌توان گفت که آمار دقیقی از آنها وجود ندارد. با توجه به هدف تحقیق که بررسی قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه است، حجم نمونه به صورت تصادفی در میان گردشگران،

^۱Quantitative

کارشناسان و متخصصان انتخاب شده است. انتخاب این افراد به عنوان حجم نمونه به دلیل تسلط آنها به مباحث گردشگری این ناحیه است. کل حجم نمونه به دلیل دقیق نبودن جامعه آماری بر اساس جدول مورگان بر آورد شده است که بر اساس این جدول ۱۰۸ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند که این تعداد حجم نمونه با احتساب بیشترین پراکندگی به دست آمده و اگر با فرمول کوکران بر آورد می‌شد حتماً از این مقدار کمتر می‌شد و محقق برای حصول اطمینان از روند نمونه‌گیری تعداد ۱۲۰ پرسشنامه تکثیر و برای توزیع در اختیار پرسشگران قرار داده است که از این تعداد ۱۱۵ عدد برگردانده شده‌اند. همچنین با توجه به ناقص بودن تعداد ۳ عدد پرسشنامه در نهایت ۱۱۲ پرسشنامه مبنای تحلیل این بررسی قرار گرفته است. برای انجام پردازش اطلاعاتی از نرم افزار آماری SPSS^۱ استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در سه سطح توصیف و تبیین و پیش بینی صورت گرفته است. در سطح توصیفی این پژوهش از توزیع فراوانی متغیرها و با استفاده از جداول تقاطعی متغیرهای مورد بررسی تصویری از توزیع جمعیت مورد مطالعه به دست آورده می‌شود. به کارگیری تکنیک‌های آماری بر اساس ماهیت متغیرها در فرضیات و نهایتاً مدل پژوهش‌هایی است. در سطح تبیین برای مقایسه میانگین متغیر به منظور مقایسه اثر متغیرهای مستقل پژوهش بر وابسته، از آزمون‌های متعددی از جمله تحلیل واریانس استفاده شده است. در این پژوهش ضمن آزمون فرضیات، مدل معادله ساختاری پژوهش به کمک Amos Graphics^۲ نیز آزمون شده است.

یافته‌های پژوهش

در این قسمت از پژوهش برای آزمون متغیرها و فرضیات پژوهش، تحلیل‌های دو متغیره پژوهش صورت خواهد گرفت و با استفاده از تکنیک‌های آمار استنباطی همچون ضریب همبستگی پیرسون^۲ به بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته و بررسی فرضیه‌های پژوهش خواهیم پرداخت و در نهایت مدل ساختاری پژوهش آزمون خواهد شد.

1 Statistical Package for Social Science

۲ Pearson

فرضیه اصلی:

قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری این منطقه تاثیر دارد.

جدول ۱- خروجی تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین قابلیت‌های**گردشگری جاده ادویه و توسعه گردشگری منطقه**

برآورد	جامعه آماری	ضریب همبستگی
sig=۰/۰۰۰	N=۱۲۲	r=۰/۳۹۴

با توجه به سطح سنجش دو متغیر در سطح فاصله‌ای ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فوق مناسب به نظر می‌رسد. همچنین اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد (sig=۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت (r=۰/۳۹۴) می‌توان این نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه و توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد. یعنی هر چه قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه بیشتر باشد، بر توسعه گردشگری این ناحیه بیشتر تاثیر گذار است. توسعه گردشگری جاده ادویه با شاخص‌های اثر گردشگری بر شاخص‌های زیست محیطی، شاخص‌های اجتماعی، شاخص‌های اقتصادی و پایداری گردشگری تعریف شده است و قابلیت‌های گردشگری با چشم‌اندازهای طبیعی، تاریخی و فرهنگی و خدمات و امکانات تعریف شده است. بنابراین اگر ناحیه گردشگری جاده ادویه دارای قابلیت‌های گردشگری باشد، بنابراین می‌توان گفت که ابعاد توسعه گردشگری در جامعه اتفاق خواهند افتاد و توسعه گردشگری به وجود خواهد آمد.

فرضیه‌های فرعی پژوهش**۱- فرضیه فرعی اول**

۱- جاذبه‌های گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است.

جدول ۲- آزمون تی تک نمونه برای مقایسه میانگین جاذبه‌های گردشگری جاده ادویه (مقدار آزمون=۵۷)

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار تی	انحراف معیار	میانگین	جاذبه های گردشگری جاده ادویه
۰/۰۰۰	۱۱۱	۷/۶۴	۱۲/۶۲	۶۶/۱۱	

برای آزمون فوق مقایسه میانگین و آزمون تی تک نمونه‌ای انتخاب شده است. برای انجام مقایسه که مبنای تحلیل است باید مقدار میانگین واقعی با میانگین مفروض مقایسه شود. در این آزمون میانگین مفروض بر اساس تعداد سوالات متغیر تعیین می‌شود. برای شناخت جاذبه‌های گردشگری جاده ادویه ۱۹ گویه در پرسشنامه در سه شاخص اصلی تنظیم شده است که در مقیاس طیف لیکرت سنجیده شده‌اند. بر این اساس نمره آزمون نمره حد وسط طیف است که برای ۱۹ سوال عدد ۵۷ به دست خواهد آمد. بنابراین چون میانگین واقعی (۶۶/۱۱) از میانگین مفروض (۵۷) بالاتر است، و همچنین مقدار تی و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که جاذبه‌های گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است و این نتیجه نه تنها در نمونه، بلکه در جامعه آماری نیز وجود خواهد داشت.

۲- فرضیه فرعی دوم

۲- امکانات گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است.

جدول ۳- آزمون تی تک نمونه برای مقایسه میانگین امکانات گردشگری جاده ادویه (مقدار آزمون=۲۴)

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار تی	انحراف معیار	میانگین	امکانات گردشگری جاده ادویه
۰/۰۸۵	۱۱۱	-۱/۷۴	۶/۱۳	۲۲/۹۹	

برای آزمون فوق مقایسه میانگین و آزمون تی تک نمونه‌ای انتخاب شده است. برای انجام مقایسه که مبنای تحلیل است باید مقدار میانگین واقعی با میانگین مفروض مقایسه شود. در این آزمون میانگین مفروض بر اساس تعداد سوالات متغیر تعیین می‌شود. برای شناخت امکانات گردشگری جاده ادویه ۸ گویه در پرسشنامه تنظیم شده است که در مقیاس طیف لیکرت سنجیده شده‌اند. بر این اساس نمره آزمون نمره حد وسط طیف است که برای ۸ سوال عدد ۲۴ به دست خواهد آمد. بنابراین چون میانگین واقعی (۲۲/۹۹) از میانگین مفروض (۲۴) پایین‌تر است، و همچنین مقدار تی و سطح معناداری بیش از ۰/۰۵ می‌توان گفت که امکانات گردشگری جاده ادویه کمتر از حد متوسط است و فرضیه فوق رد شده و نتایج به دست آمده قابلیت تعمیم به جامعه آماری را نخواهد داشت.

۳- فرضیه فرعی سوم

۳- خدمات گردشگری جاده ادویه بیش از حد متوسط است.

جدول ۴- آزمون تی تک نمونه برای مقایسه میانگین امکانات گردشگری جاده ادویه (مقدار آزمون=۲۴)

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار تی	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۰۰	۱۱۱	-۴/۱۸	۵/۹۳	۱۵/۶۵	خدمات گردشگری جاده ادویه

برای آزمون فوق مقایسه میانگین و آزمون تی تک نمونه‌ای انتخاب شده است. برای انجام مقایسه که مبنای تحلیل است باید مقدار میانگین واقعی با میانگین مفروض مقایسه شود. در این آزمون میانگین مفروض بر اساس تعداد سوالات متغیر تعیین می‌شود. برای شناخت خدمات گردشگری جاده ادویه ۶ گویه در پرسشنامه تنظیم شده است که در مقیاس طیف لیکرت سنجیده شده‌اند. بر این اساس نمره آزمون نمره حد وسط طیف است که برای ۶ سوال عدد ۱۸ به دست خواهد آمد. بنابراین چون میانگین واقعی (۱۵/۶۵) از میانگین مفروض (۱۸) پایین‌تر

است، و همچنین مقدار تی و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که خدمات گردشگری جاده ادویه کمتر از حد متوسط است و این نتیجه با توجه به سطح معناداری قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد.

۴- فرضیه فرعی چهارم

۴- جاذبه‌های طبیعی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

جدول ۵- خروجی تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین جاذبه‌های طبیعی جاده ادویه و توسعه گردشگری منطقه

برآورد	جامعه آماری	ضریب همبستگی
sig=۰/۰۰۰	N=۱۲۲	r=۰/۱۹۶

با توجه به سطح سنجش دو متغیر در سطح فاصله‌ای ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فوق مناسب به نظر می‌رسد. همچنین اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد (sig=۰/۰۰۰) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت (r=۰/۱۹۶) می‌توان این نتیجه را گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین جاذبه‌های طبیعی جاده ادویه و توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه جاذبه‌های طبیعی جاده ادویه بیشتر باشد، بر توسعه گردشگری این ناحیه بیشتر تاثیر گذار است.

۵- فرضیه فرعی پنجم

۵- جاذبه‌های فرهنگی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

جدول ۶- خروجی تحلیل آماری همبستگی پیرسون رابطه بین جاذبه‌های فرهنگی جاده ادویه و توسعه گردشگری منطقه ضریب

برآورد	جامعه آماری	ضریب همبستگی
sig=۰/۰۰۰	N=۱۲۲	r=۰/۲۷۸

با توجه به سطح سنجش دو متغیر در سطح فاصله‌ای ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فوق مناسب به نظر می‌رسد. همچنین اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($\text{sig}=0/000$) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت ($r=0/278$) می‌توان این نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین جاذبه‌های فرهنگی جاده ادویه و توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه جاذبه‌های فرهنگی جاده ادویه بیشتر باشد، بر توسعه گردشگری این ناحیه بیشتر تاثیر گذار است.

۶- فرضیه فرعی هشتم

۶- جاذبه‌های تاریخی و باستانی جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

جدول ۷- خروجی تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین جاذبه‌های تاریخی و باستانی جاده ادویه و توسعه گردشگری منطقه

ضریب همبستگی	جامعه آماری	برآورد
$r=0/409$	$N=122$	$\text{sig}=0/000$

با توجه به سطح سنجش دو متغیر در سطح فاصله‌ای ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فوق مناسب به نظر می‌رسد. همچنین اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($\text{sig}=0/000$) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت ($r=0/409$) می‌توان این نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین جاذبه‌های تاریخی و باستانی جاده ادویه و توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه جاذبه‌های تاریخی و باستانی جاده ادویه بیشتر باشد، بر توسعه گردشگری این ناحیه بیشتر تاثیر گذار است.

۷- فرضیه فرعی هفتم

۷- کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

جدول ۸- خروجی تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه و توسعه گردشگری منطقه

ضریب همبستگی	جامعه آماری	برآورد
$r=0/252$	$N=122$	$sig=0/007$

با توجه به سطح سنجش دو متغیر در سطح فاصله‌ای ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فوق مناسب به نظر می‌رسد. همچنین اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($sig=0/007$) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت ($r=0/252$) می‌توان این نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه و توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه بیشتر باشد، بر توسعه گردشگری این ناحیه بیشتر تاثیر گذار است.

۸- فرضیه فرعی هشتم

۸- امکانات گردشگری جاده ادویه بر توسعه گردشگری منطقه تاثیر دارد.

جدول ۹- خروجی تحلیل آماری ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین امکانات گردشگری جاده ادویه و توسعه گردشگری منطقه

ضریب همبستگی	جامعه آماری	برآورد
$r=0/340$	$N=122$	$sig=0/000$

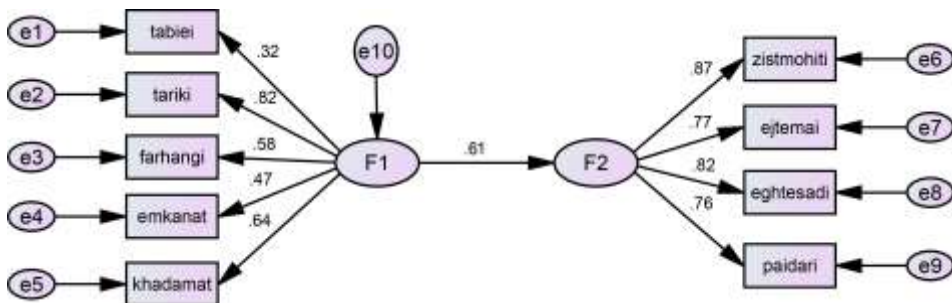
با توجه به سطح سنجش دو متغیر در سطح فاصله‌ای ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فوق مناسب به نظر می‌رسد. همچنین اعداد به دست آمده؛ یعنی سطح معناداری کمتر از ۵ درصد ($sig=0/000$) و ضریب همبستگی پیرسون مثبت ($r=0/340$) می‌توان این نتیجه گرفت که رابطه مستقیم و معنی‌داری بین کیفیت خدمات گردشگری جاده ادویه و توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه امکانات گردشگری جاده ادویه بیشتر باشد، بر توسعه گردشگری این ناحیه بیشتر تاثیر گذار است.

مدل کلی پژوهش

به منظور تعیین شدت و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر میزان توسعه گردشگری جاده ادویه از یک مدل معادله ساختاری بهره گرفته شده است که نحوه سنجش یک متغیر پنهان را با استفاده از دو یا تعداد بیشتری متغیر مشاهده شده تعریف می‌کند. همچنین می‌توان گفت در مدل اندازه‌گیری مشخص می‌شود که تعداد متغیرهای مشاهده شده برای یک متغیر پنهان تا چه حد تحت تأثیر متغیر پنهان مورد نظر و تا چه حد تحت تأثیر متغیر خطا هستند.

جدول ۱۰- متغیرها و نمادهای ترسیمی موجود در مدل

سازه	شاخص	نمادهای ترسیمی
قابلیت گردشگری (F1)	جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی	tabiei
	جاذبه‌های فرهنگی	tarikhi
	جاذبه‌های باستانی و تاریخی	farhangi
	کیفیت خدمات گردشگری	khadamat
	امکانات گردشگری	emkanat
توسعه گردشگری (F2)	آثار گردشگری بر شاخص‌های زیست محیطی	Zist mohiti
	آثار گردشگری بر شاخص‌های اجتماعی	ejtemaei
	آثار گردشگری بر شاخص‌های اقتصادی	eghtesadi
	پایداری گردشگری	paydari



مدل شماره ۱- مدل معادله ساختاری برای تبیین توسعه گردشگری جاده ادویه

در این مدل ۹ متغیر مشاهده شده وجود دارد که این متغیرها از تجمیع تعداد زیادی گویه حاصل شده‌اند. اصلی‌ترین متغیرهای مشاهده شده شامل ۵ متغیر مستقل اصلی پژوهش هستند که در مدل اثر کلی آنها بر توسعه گردشگری با ۴ شاخص آشکار سنجیده شده است. رابطه اصلی در مدل برای بررسی ارتباط تاثیر قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه (F1) بر روی توسعه گردشگری در ناحیه گردشگری جاده ادویه واقع در استان فارس (F2) تدوین شده است. بر اساس یافته میزان این اثر گذاری ۰/۶۱ برآورد شده است. به عبارت دیگر ۶۱ درصد از تغییرات توسعه گردشگری ناحیه گردشگری جاده ادویه واقع در استان فارس توسط قابلیت‌های گردشگری این منطقه تبیین و برآورد می‌شود. این ضریب مثبت است و به منزله اثر مثبت قابلیت‌ها بر توسعه گردشگری است. همچنین در تبیین شاخص‌های متغیرهای اصلی در مدل فوق با توجه به جهت پیکان‌ها از سمت متغیر پنهان به سمت متغیر مشاهده شده که معرف آن متغیر پنهان است، بیانگر این نکته روش شناختی است که نمره هر پاسخگو در متغیر مشاهده شده تحت تأثیر وضعیتی است که آن پاسخگو در در متغیر پنهان زیر بنایی مرتبط با متغیر مشاهده شده دارد. برای مثال، در مدل فوق یکی از متغیرهای پنهان قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه است که با ۵ شاخص جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی، جاذبه‌های باستانی و تاریخی، کیفیت خدمات گردشگری و امکانات گردشگری سنجیده شده است که در میان این ۵ شاخص جاذبه‌های باستانی و تاریخی با ضریب ۰/۸۲ بیشترین توان تبیین و جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی با ضریب ۰/۳۲ کمترین توان تبیین قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه را به خود اختصاص داده‌اند. در مورد دیگر متغیر اصلی نیز اثر

گردشگری بر شاخص‌های زیست محیطی با ضریب ۰/۸۷ بیشترین توان تبیین توسعه گردشگری را به خود اختصاص داده است.

بحث و نتیجه‌گیری

عمده سفرهای امروزی با انگیزه‌های متفاوت از گذشته رخ می‌دهند. بیشتر سفرهای ادوار گذشته و دوران کهن به منظور اکتشاف و رفع کنجکاوی بوده است، ولی امروزه سفر و گشت و گذار به عنوان یک صنعت بزرگ مطرح است. همچنین امروزه گردشگری فعالیتی اجتماعی است که شامل رفتار انسانی، استفاده از منابع، تعامل با دیگران، اقتصاد و محیط است و جنبه‌های مختلفی از زندگی را در بر گرفته است. گردشگری به سبک امروزی به عنوان فعالیتی ساختارمند درآمده است و ساختار گردشگری شامل مجموعه‌ای از امکانات، تسهیلات و قوانین، عناصر خدماتی (اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، فروش و...)، حمل و نقل، شرکت‌ها و سازمان‌های گردشگری و... است که به همراه جاذبه‌ها به عنوان عوامل عرضه، سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل داده و نیازهای گردشگران را در مقصد برآورده می‌سازند. به لحاظ نوع‌شناسی گردشگری دارای انواع مختلفی است و دسته‌بندی در جوامع متفاوت است و در جوامع غربی و شرقی از واژه گردشگری برداشت کاملاً متفاوتی وجود دارد و علت آن در سبک زندگی و منش اجتماعی این جوامع است، از طرف دیگر سازمان‌ها و نهادها غالباً انواع و اشکال گردشگری را با ملاک‌های اندازه، مقیاس، ظرفیت پذیرش و ماهیت جذابیت‌های گردشگری طبقه‌بندی می‌کنند و اشکال عمده گردشگری شامل گردشگری تفریحی، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری مبتنی بر منابع طبیعی، گردشگری مذهبی، گردشگری قومی، گردشگری نوستالژیک، گردشگری درمانی، گردشگری ورزشی، گردشگری تجاری و بازرگانی، گردشگری مبتنی بر دیدار دوستان و بستگان، گردشگری مبتنی بر شرکت در همایش‌ها؛ گردشگری روستایی، گردشگری تاریخی و حتی گردشگری فضایی است. ایران همواره در طول تاریخ مسیر مناسبی برای تجارت بین کشورهای مختلف بوده است و راه، همواره در دوران کهن از مهمترین عوامل رونق بازرگانی، شکل‌گیری و تکامل شهرها و به طور کلی جوامع بشری به شمار می‌آمد. اهمیت راه‌ها در طول

تاریخ به اندازه‌ای بوده است که اکثر امپراتوری‌های بزرگ و دولت‌های قدرتمند و غیر قدرتمند توجه خاصی به راه‌ها و جاده‌ها نشان داده‌اند. راه یا جاده ادویه از گذشته دور تا کنون کارکردهای تجاری و بازرگانی زیادی برای نواحی داشته است و امروزه با توسعه حمل و نقل دریایی، هوایی و زمینی از قابلیت‌های قدیمی آن استفاده نمی‌شود؛ اما این مسیر تاریخی و باستانی دارای ظرفیت جدیدی برای رونق اقتصادی و فرهنگی مناطق است که آن قابلیت گردشگری جاده ادویه است. با پی بردن به قابلیت‌های گردشگری جاده ادویه می‌توان اهمیت راهبردی آن را بیشتر از گذشته دانست. در کل نتایج این پژوهش در راستای نتایج برخی کارهای پژوهشی دیگر بوده است. برای مثال حاجی بابایی (۱۳۸۰) مسیر باستانی ابریشم و ادویه را نه تنها در مبادلات تجاری و بازرگانی به در بحث تبادلات فرهنگی و علمی مناطق بسیار تاثیرگذار عنوان کرده است و یحیایی (۱۳۸۷) به تحلیل نقش بازرگانی دریای سیراف که سرچشمه راه‌های باستانی ابریشم و ادویه بوده، پرداخته و وجود این راه‌ها و امنیت این راه‌ها را عاملی برای طراز اول شدن بندر سیراف در خلیج فارس می‌داند.

سلمانیان و زندمقدم (۱۳۸۹) نیز احیای جاده ابریشم عاملی در توسعه تجارت بازارهای اسلامی (مسیر تهران - مشهد) می‌دانند. از نظر آنها مبادلاتی که در طول راه ابریشم صورت می‌گرفت، عمدتاً اقتصادی بود و به کالاهای کشاورزی، صنعتی، صنایع دستی و معدنی تعلق داشت، اما داد و ستدهای اقوام مختلف، صرفاً به این حوزه خاص محدود نمی‌شد، بلکه تبادلات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز دستاورد این طی طریق طولانی و مداوم بود که هرگز نباید از دید مخفی بماند. البته لازم به ذکر است که این کارهای پژوهشی به طور مستقیم به بررسی نقش جاده ادویه و ابریشم در توسعه گردشگری نپرداخته‌اند، اما نتایج آنها که نقش راه‌ها را در توسعه بازرگانی و رونق تجاری بررسی کرده‌اند با نتایج این پژوهش همسو است. در پژوهشی دیگر حشمتی پور (۱۳۸۹) جاده ابریشم را رهگشای توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی دانسته و و به تحلیل نقش‌ها و قابلیت‌های گردشگری آن پرداخته است. در این پژوهش سعی شده است با بررسی این مسیر از پیش از تاریخ تا چند قرن گذشته، به بحث در خصوص تبادلات تجاری و روابط اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آن و همچنین ارایه راهکارهای احیای جاده ابریشم و تاثیرات آن در جلب جهانگردان پرداخته شود تا مسئولان و

برنامه ریزان ملی منطقه ای بتوانند با بهره گیری از آن علاوه بر سود سرشار حاصل از گردشگری با ایجاد اشتغال و توسعه و گسترش تفاهم و تجارت کشورهای اسلامی را فراهم سازند. همچنین نادری (۱۳۹۳) به طور خاص احیای جاده ابریشم در توسعه گردشگری موثر دانسته و گردشگری را به عنوان جزئی از نظام سرمایه داری که به عنوان یک فرآیند در ابعاد جهانی شدن مطرح است، می داند. به طور خلاصه تلاش پژوهش های داخلی، از جمله؛ حاتمی نژاد و شکروی (۱۳۹۱)، حشمتی پور (۱۳۹۱)، نوروزی (۱۳۹۲)، پروا و همکارانش (۱۳۹۳)، حسین پور اصفهان و همکارانش (۱۳۹۳)، لطفی و شمشیری (۱۳۹۳) و نادری مایوان (۱۳۹۳) در تحلیل شبکه های ارتباطی باستانی ایران و نقش آنها بر توسعه گردشگری با نتایج این پژوهش هم راستا بوده است و همچنین این نتایج با برخی کارهای انجام شده در خارج از کشور همخوانی دارد. برای مثال استرون رید شرح مفصلی از راه های تجاری باستانی به ویژه جاده ادویه انجام داده است که صرفاً به تحلیل قابلیت های تجاری و بازرگانی آن تاکید دارد و بحثی از قابلیت های گردشگری ارائه نمی دهد. اما نتایج پژوهش گارسیا فالکن و مدینا مانوز (۱۹۹۹) به نقش قابلیت های گردشگری در توسعه مناطق واقف است. در همین راستا هال (۲۰۰۰) نیز گردشگری را به عنوان مولفه مهم توسعه پایدار محسوب کرده و به این نتیجه می رسد که یکی از فوایدی که جذب توریسم می تواند برای مناطق به همراه آورد این است که می تواند درآمدها را افزایش و باعث اشتغال زایی شود. ییلدیرم و اُبان (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان اهمیت تاریخی جاده های باستانی در توسعه آناتولی غربی و از میر به تحلیل نقش راه های باستانی از جمله جاده ابریشم در توسعه غرب ترکیه پرداخته اند و از نظر آنها این جاده نقش مهمی در رونق تجارت ترکیه غربی در بدست آوردن محصولات جدید و فروش محصولات تولیدی کشاورزی داشته است، در نتیجه امروزه نیز با تاکید بر نقش گردشگری این جاده ها می توان از برکات توسعه ای آنها استفاده کرد. در نهایت پژوهش های رادها کریشن (۲۰۱۳) در بررسی قابلیت های گردشگری مسیر ادویه و لرزاپونووا و زاورتیدیس (۲۰۱۴) در بررسی نقش عوامل اجتماعی، ارتباطی و فرهنگی راه های باستانی تجاری دریای سیاه همسو هماهنگ با نتایج این بررسی بوده است.

منابع

- ۱- ابن بلخی. (۱۳۶۳). فارس‌نامه، تصحیح گای لسترنج و رینولد آلن نیکلسون، تهران: دنیای کتاب.
- ۲- اشپولر، برتولد. (۱۳۷۳). ایران در قرون نخستین اسلامی، ترجمه جواد فلاطونی، ج ۲/ تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- ۳- باستانی پاریزی، محمد ابراهیم، (۱۳۷۳). فلفل روسیاه راهنورد، کلک، تهران، شم ۴۷-۴۸ و ۵۰، ۵۱-۵۲.
- ۴- بشیریه، حسین. (۱۳۷۹). جامعه‌شناسی سیاسی، تهران: نشر نی.
- ۵- پاپلی یزدی، محمد حسن، (۱۳۸۵). گردشگری ماهیت مفاهیم، تهران: انتشارات سمت.
- ۶- تقدیسی، احمد؛ تقوایی، مسعود؛ پیری، سیامک. (۱۳۹۱). تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال دوم، شماره اول، (پیاپی ۵) تابستان ۱۳۹۱: صص: ۱۴۰-۱۲۱.
- ۷- تکمیل‌همایون، ناصر. (۱۳۷۶). هویت معنوی جاده ابریشم، مجموعه مقالات دومین اجلاس بین‌المللی جاده ابریشم، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه همایش. چاپ اول.
- ۸- حشمتی‌پور، رسانا. (۱۳۸۹). جاده ابریشم رهگشای توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- ۹- حیدری چیا، رحیم. (۱۳۸۹). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- ۱۰- خاکی، اسدالله؛ میرعنایت، ناهیدالسادات. (۱۳۸۶). اکو توریسم و ژئوتوریسم جزیره قشم و ژئوتوریسم ایران مجموعه مقالات دومین همایش جغرافیا و قرن ۲۱، انتشارات دانشگاه آزاد نجف آباد.
- ۱۱- دهقان، فرانک؛ شهسوار، محمدرضا. (۱۳۸۶). «بررسی صنعت گردشگری در استان فارس»، مجله اقتصادی، سال ششم، ۶۳-۶۴.

- ۱۲- ذوالفقاری، حسن. (۱۳۸۵). فرصت‌ها و تنگناهای توریسم مذهبی-زیارتی در ایران، مجموعه مقالات همایش ظرفیت‌های اقتصادی ایران در بستر جهانی شدن، جلد اول چ اول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروز کوه.
- ۱۳- رامشت، محمدحسین؛ فیض‌الهی، مریم. (۱۳۹۲). اولویت‌گذاری و رتبه‌بندی کانون‌های گردشگری دشت ابراهیم آباد یزد، مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال سوم، شماره دوم، (پیاپی ۹)، تابستان ۱۳۹۲: صص: ۱۸-۱.
- ۱۴- راهنمایی، محمدتقی. (۱۳۷۶). پیشنهادهایی برای توسعه صنایع دستی در مسیر جاده ابریشم، مجموعه مقالات دومین اجلاس بین‌المللی جاده ابریشم، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه همایش. چاپ اول.
- ۱۵- رضوانی، محمدرضا. (۱۳۸۶)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دوم
- ۱۶- رهنمایی، محمدتقی؛ فرهودی، رحمت‌اله؛ دیتمان، آندریاس؛ قدمی، مصطفی. (۱۳۸۷)؛ "بررسی ظرفیت تحمل حوزه مقصد گردشگری با تأکید بر جامعه میزبان"، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶، صص ۳۳-۱۷.
- ۱۷- رید، استرون. (۱۳۷۶). راه‌های ابریشم و ادویه. ابداعات و بازرگانی، ترجمه: سیامک کاظمی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی و کمیسیون ملی یونسکو در فرانسه.
- ۱۸- سجاسی‌قیداری، حمدالله؛ رومیانی، احمد؛ جعفری، نسرین. (۱۳۹۳). سنجش و ارزیابی پایداری مقصدهای گردشگری روستایی از دیدگاه اجتماعات محلی مطالعه موردی: دهستان درب گنبد- شهرستان کوه‌دشت، مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال چهارم، شماره اول، (پیاپی ۱۲)، بهار ۱۳۹۳: صص: ۱۲۶-۱۰۳.
- ۱۹- سیرو، ماکسیم. (۱۳۵۷). راه‌های باستانی ناحیه اصفهان و بناهای وابسته به آنها، مترجم مهدی مشایخی، تهران: سازمان ملی حفاظت آثار باستانی ایران.
- ۲۰- شاردن، ژان. (۱۳۷۹). سفرنامه شاردن (قسمت اصفهان)، ترجمه حسین عریضی، به کوشش مرتضی تیموری، با مقدمه فضل‌الله صلواتی، اصفهان: گلها.

- ۲۱- صیدایی، سید اسکندر؛ رستمی، شهین. (۱۳۹۱). سنجش تأثیرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری (نمونه موردی شهر کرمانشاه)، مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی، سال دوم، شماره سوم، (پیاپی ۷)، زمستان ۱۳۹۱: صص: ۹۵-۱۱۰
- ۲۲- قهرمانی. ناصر. (۱۳۸۶). نقش گردشگری در توسعه روستایی در دره کن و سولقان شهرستان تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی جغرافیا، دانشگاه تهران.
- ۲۳- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۲). بررسی اثرات اقتصادی و فرهنگی توسعه جهانگردی از دیدگاه ساکنان، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۳.
- ۲۴- کریستن سن، آرتور. (۱۳۶۹). ایران در زمان ساسانیان، ترجمه: رشید یاسمی، تهران: دنیای کتاب چاپ ششم.
- ۲۵- گیرشمن، رومن. (۱۳۸۱)، ایران از آغاز تا اسلام، ترجمه محمد معین، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ چهاردهم.
- ۲۶- لطفی، حیدر؛ شمشیری، احسان. (۱۳۹۳). مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در جاده ابریشم (از دیوار چین تا سواحل مدیترانه) با تأکید بر همگرایی کشورهای مسیر، همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم‌انداز آینده، اصفهان، پژوهشکده علوم جغرافیایی.
- ۲۷- نوروزی، آصف. (۱۳۹۲). بازبینی قدمت مسیر اصلی جاده‌ی ابریشم در ایران بر اساس شواهد باستان‌شناختی، اولین همایش ملی باستان‌شناسی ایران، بیرجند، دانشگاه هنر بیرجند.
- ۲۸- نوری، سید هدایت‌الله؛ خراسانی، زینب. (۱۳۹۱). تحلیلی بر اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری در شهرستان ساری، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال اول، شماره دوم، (پیاپی ۴)، بهار ۱۳۹۱: صص: ۱۸-۱.
- ۲۹- یحیایی، داوود. (۱۳۸۷). بازرگانی دریایی سیراف در سده‌های نخستین اسلامی، فصلنامه تاریخ و تمدن اسلامی، سال چهارم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۸۷، صص ۱۱۲-۸۹.
- ۳۰- یعقوب زاده، رحیم. (۱۳۹۳). گونه‌شناسی گردشگری؛ ارائه چارچوبی برای تقسیم‌بندی انواع گردشگری، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.

- 31- Chairatodomkul, Sayamol. (2008). Cultural Routes as Heritage in Thailand: Case studies of King Narai's Royal Procession Route and Buddha's Footprint Pilgrimage Route, silpakorn University.
- 32- Domna, Lyratzopouou; Grigoris, Zarotiadis. (2014). Black Sea: Old Trade Routes and Current Perspectives of Socioeconomic Co-operation, *Procedia Economics and Finance*, Volume 9, 2014, Pages 74-82.
- 33- Elliot, James. (1997). *Tourism: politics and public Sector management*, London: Routledge.
- 34- Garcia Falcon, J, M, Medina_ Munoz,D, 1999, Sustainable Tourism Development In Islands: A CASE STUDY OF GRAN CANARIA, www.Scince direct.com
- 35- Hall, D R, 2000, *Tourism as Sustainable Development? The all Albanian Experience of Transition*, www.Scince direct.com
- 36- John Keay, (2006). *The Spice Route*. London: John Murray [www.madaboutbooks.com]. 2006. XVII + 286 pp., maps, colour plates, notes, bibliography, index. £8.99, paper; ISBN 07195-6199-X.
- 37- Kunaeva, Marina. (2012). Sustainable Tourism Management along the Camino de Santiago Pilgrimage Routes, Degree Programme in Tourism, March 2012.
- 38- Lengyel, Emil. (1995). WENDELL PHILLIPS. *Qataban and Sheba: Exploring the Ancient Kingdoms on the Biblical Spice Routes of Arabia*. Pp. xvi, 362. New York: Harcourt, Brace and Company.
- 39- Nicole, M. Ardoin; Mele, Wheaton; William H. Durham; Alison, W. Bowers; Carter A. Hunt. (2015). Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes, and behavior: a review and analysis of the literature and potential future research, *Journal of Sustainable Tourism*, 2015, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2015.1024258>
- 40- Reynard, E. (2007). A method for assessing the scientific and additional values of geomorphosites. *Geographica Helvetica*, 3, 1-13.