

تحلیل اهمیت - عملکرد گردشگری پایدار: با استناد بر عوامل زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی

زهرا نصراللهی - دانشیار، عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد
فریده موسی بیکی ده‌آبادی* - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۱، پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۲/۲۷

چکیده

با نمایان شدن ابعاد منفی توسعه، بدون توجه به پایداری آن، امروزه مفاهیم جدیدی در ابعاد مختلف آن مطرح شده است. یکی از این مفاهیم گردشگری پایدار است. تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر عوامل زیست‌محیطی، اجتماعی، و اقتصادی بر گردشگری پایدار انجام یافته است. در این زمینه، پس از مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق، ابعاد و مؤلفه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی بر گردشگری شناسایی و تجزیه و تحلیل شدند. این تحقیق از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی است و از پرسشنامه به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق را گردشگران و کارشناسان صنعت گردشگری استان یزد تشکیل می‌دهد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای تحلیل آماری استفاده شده است. در این فرایند، با بررسی عوامل تأثیرگذار بر گردشگری پایدار از بعد زیست‌محیطی، اجتماعی، و اقتصادی از ماتریس اهمیت-عملکرد برای مقایسه دیدگاه گردشگران و کارشناسان در حوزه گردشگری استفاده شد. نتیجه به دست آمده در این پژوهش، تفاوت اندکی بین دیدگاه گردشگران و کارشناسان درباره عوامل اجتماعی نشان می‌دهد؛ در حالی که عوامل زیست‌محیطی از دیدگاه کارشناسان مهم‌تر ارزیابی شد.

کلیدواژگان: تحلیل اهمیت - عملکرد، خبرگان، گردشگران، گردشگری، گردشگری پایدار.

مقدمه

گردشگری یکی از صنایع توسعه یافته نیمه دوم قرن بیستم است که اغلب از آن به منزله کلید رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه یاد می‌شود. با توجه به گزارش سازمان گردشگری جهان^۱ رشد ورود گردشگران خارجی در سال ۱۹۹۷ حدود ۵۹۸/۶ میلیون نفر، در سال ۲۰۰۱ حدود ۷۱۵ میلیون نفر، در سال ۲۰۰۳ حدود ۸۶۰ میلیون نفر، در سال ۲۰۰۷ حدود ۸۹۸ میلیون نفر و در سال ۲۰۱۱ بیش از ۴ درصد یعنی بالغ بر ۹۸۰ میلیون نفر است و افزایش رشد آن در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۱/۶ میلیارد نفر پیش‌بینی شده است. در حال حاضر، بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی‌شان را از گردشگری دریافت می‌کنند و درآمدهای گردشگری را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای به کار می‌برند (Eccles & Casta 1966). صنعت گردشگری ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد و بیش از ۲۰۰ میلیون شغل را در سراسر جهان پشتیبانی می‌کند که ۸ درصد کل اشتغال را شامل می‌شود (Rita 2000). به طوری که سازمان جهانی گردشگری سود حاصل از گردشگری که در سال ۲۰۰۲ حدود ۴۷۲ میلیارد دلار بوده، در سال ۲۰۲۰ حدود ۲ تریلیون دلار پیش‌بینی می‌کند (Theobald 2005). از این رو، متصدیان این صنعت افراد را به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری بدون توجه به تأثیرات این سرمایه‌گذاری‌ها بر محیط و توسعه اجتماعی تشویق می‌کند. گردشگری و محیط زیست وابستگی متقابل دارند. به همین دلیل توسعه و مدیریت گردشگری، به گونه‌ای که با محیط سازگار باشد، عامل اساسی در دستیابی به توسعه پایدار به شمار می‌آید. گردشگری باید خود بخشی از محیط‌های طبیعی و فرهنگی و اقتصادی باشد تا تعادل بین آن‌ها را حفظ کند (Altinay & Hussain 2005). زیرا بخش عظیمی از فعالیت‌های تفریحی به طور مستقیم به منابع طبیعی در مقصد وابسته است (Dolnicar & Leisch 2008). بنابراین، منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع جهانگردی باید برای استفاده دائم در آینده حفظ شوند، و در عین حال منافع هم برای جامعه داشته باشند. اصولاً سیاست‌های گردشگری باید به ارتقای استانداردهای زندگی مردم مقاصد مورد بازدید و رفع نیازهای آنان کمک کنند (کاظمی ۱۳۸۶).

در دوران کنونی، در پی بروز بحران‌های زیست‌محیطی، نابودی منابع، و ایجاد موانع در راه رسیدن به توسعه پایدار، لازم است برنامه‌ها براساس شناخت و ارزیابی توان محیط انجام شوند تا هم بهره‌برداری درخور و مستمر از محیط صورت گیرد و هم ارزش‌های طبیعی محیط حفظ شوند (نوری و آوارگانی ۱۳۸۶).

طبق گزارش کمیته برانت لندن (۱۹۸۷)، گردشگری پایدار توازن بین موضوعات مختلف اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی است. صنعت گردشگری موضوعات پایداری را از دیدگاه تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات این صنعت مطرح می‌کند. به تازگی سیاستگذاران، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، و محققان ادعا می‌کنند که صنعت گردشگری برای نجات جان خویش باید پایدار باشد. اگر همه متصدیان امور گردشگری در زمینه پایداری با یکدیگر به توافق برسند، در امر گردشگری پایدار موفق خواهند بود. اما زمانی که اولویت‌های گردشگری پایدار با علایق و منافع آن‌ها در تضاد باشد، به موفقیت دست پیدا نمی‌کنند. حتی اگر متصدیان، چه در بخش‌های خصوصی و چه در بخش‌های دولتی، در زمینه پایداری به توافق برسند، آیا ما می‌توانیم از گردشگران انتظار داشته باشیم در جهت حفظ این پایداری تلاش کنند؟ اگر هم چنین باشد، آیا ادراک گردشگران از گردشگری پایدار یکسان است؟ در تحقیقات موجود در زمینه گردشگری پایدار، به موضوع گردشگری به منزله موتور توسعه محلی و منطقه‌ای کمتر نگریده شده است. این پژوهش علاوه بر پاسخ به سؤالات یادشده، به شناسایی عوامل پایداری، بررسی میزان اهمیت و عملکرد عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی می‌پردازد.

این مطالعه با استفاده از تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد^۲ به شناسایی نقاط قوت و ضعف اهمیت و عملکرد مقصد

گردشگری می‌پردازد. تجزیه و تحلیل اهمیت - عملکرد تکنیکی برای درک سطح رضایت پاسخ‌دهندگان با توجه به انتظاراتشان از استاندارد خدمات (Tosun, Tamika, Timothy & Fyall 2007) است. نتایج حاصل از این مطالعه می‌تواند برای مدیریت مقصد به منظور بهبود عملکرد، همچنین به مدیران گردشگری جهت توسعه گردشگری پایدار در مقصد به‌طور کارآمد کمک کند.

مبانی نظری

طی چهار دهه گذشته، تحقیقات در زمینه گردشگری بر موضوعات اجتماعی و زیست‌محیطی تمرکز داشته است (Allen, Long, Perdue & Kieselbach 1988; Brougham & Butler 1981; Cater 1987; Cohen 1978; Farrell & Young 1973) در صورتی که از بیست سال پیش کلیدواژه گردشگری پایدار در تحقیقات رواج یافته است (May 1991; Butler 1990). این تحقیقات در ده سال ابتدایی پیچیدگی‌ها و چارچوب‌هایی را در زمینه گردشگری (Butler 1999; Clarke 1997; Hall & Butler 1995;) بیان کردند. در دهه دوم، افرادی چون شارپلی (۲۰۰۰)، لیو (۲۰۰۳)، سارینن (۲۰۰۶) و لین (۱۹۹۳) انتقادهایی در این زمینه مطرح کردند.

علیزاده (۱۳۸۲) در باب گردشگری پایدار به بیان اجزای مشترک مفهوم توسعه پایدار از دیدگاه‌های متفاوت پرداخته و به‌طور خاص، تبعات زیست‌محیطی فعالیت‌های گردشگری را در محدوده‌ای مشخص (بخش طبقه مشهد) بررسی کرده است. شیعه و همکاران (۱۳۸۹) به تحلیل عوامل کیفیت‌بخش مانند پاکیزگی، کیفیت منظره و امنیت اجتماعی، امکانات اجتماعی، فضای تفریحی برای خانواده، دسترسی، آمد و شد، خدمات رفاهی و مهمان‌نوازی در مقصد ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار پرداخته‌اند. ضربایی و اسلامی (۱۳۸۸) در تحقیق خویش به بررسی تأثیرات گردشگری در شهرستان مشکین‌شهر از دیدگاه کارشناسان و متخصصان سازمان‌ها و ادارات شهرستان مشکین‌شهر پرداخته و راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری ارائه داده است.

گردشگری پایدار

پایداری را می‌توان به‌منزله مفهومی برای انواع مختلف گردشگر و محیط در نظر گرفت (Clarke 1997, Saarinen 2006). مسئله این است که آیا می‌توان از مفهوم پایداری به‌طور مفید و مؤثر استفاده کرد (Saarinen Hunter 1995; Liu 2003; Sharpley 2000; 2006). محققانی چون باتلر (۱۹۹۸)، پیترز (۲۰۱۲)، و ویور (۲۰۱۲) توسعه پایداری را اصطلاحی جاافتاده می‌دانند؛ درحالی‌که در مرحله اجرا چندان موفق نبوده است. این مهم می‌تواند ناشی از ناطمینانی در معنای پایداری باشد. کمیته برانت لند در سال ۱۹۸۷ بیان می‌کند: توسعه پایدار پاسخگوی نیازهای جاری بدون توجه به توانایی نسل‌های آتی در مواجهه با این نیازهاست. توسعه پایدار در سه سطح پایداری اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی مورد بحث واقع شده است. شارپلی (۲۰۰۰) بیان می‌کند: مفهوم توسعه پایدار مبهم است، زیرا برای آن می‌توان معانی متفاوتی تعریف کرد. این غیرعقلایی است که توسعه پایدار فقط یک معنا در آینده داشته باشد؛ حتی واژه توسعه پایدار دو کلمه متناقض دارد: اولی درباره رشد و دومی درباره حفاظت از محیط زیست است. در حال حاضر، توسعه پایدار به گردشگری وسعت بخشیده، درحالی‌که خیلی از افراد به آن به‌منزله یک ایده می‌نگرند. سارینن (۲۰۰۶) درباره سه منبع پایداری بحث می‌کند:

۱. منبعی که بر پایه حفظ محیط زیست باشد (رویکرد زیست‌محیطی)؛

۲. منابع مورد نیاز صنعت (رویکرد اقتصادی)؛

۳. منابعی که منوط بر اختیار جامعه باشد (رویکرد اجتماعی). همه این منابع فواید و ضررهایی بر فرایند گردشگری پایدار دارد. کلارک (۱۹۹۷) ادعا می‌کند که می‌توان مفهوم گردشگری پایدار^۱ را در سه نمونه بیان کرد:
۱. گردشگری انبوه و گردشگری پایدار دو قطب متضادند. زمانی که گردشگری انبوه بد باشد، گردشگری پایدار خوب است.
 ۲. می‌توان گردشگری پایدار را در یک طیف ضعیف تا قوی شاخص‌بندی کرد: زمانی که خیلی ضعیف باشد، رشد اقتصادی و نوآوری تکنولوژیکی خوب است. اما زمانی که در مقیاس قوی باشد، حفظ منابع طبیعی اهمیت زیادی دارد (Harris Tarrant 2002; Hunter 1997; 2003).
 ۳. گردشگری پایدار باید شامل انواع گردشگری باشد تا گردشگری انبوه را بهبود بخشد.
- در دهه ۱۹۹۰، بحث‌ها در تعریف گردشگری پایدار متمرکز شده بود (Hind 2004; Hunter 2002; Butler 1999; Muller 1994). به تازگی محققان بیشتر بر تضاد این سه جنبه گردشگری پایدار: اقتصادی، زیست‌محیطی، و اجتماعی متمرکز شده‌اند. وهاب و پیگرام (۱۹۹۷) این پرسش را مطرح کردند که چگونه توسعه اقتصادی بدون تأثیر زیست‌محیطی و اجتماعی بر مقاصد گردشگری امکان‌پذیر است. این تناقض نیز از سوی محققانی چون اسواربروک (۲۰۰۱) مطرح شد. او چنین استدلال کرد: گردشگری پایدار به معنای حداکثر کردن مزایای اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی، همراه با به حداقل رساندن هم‌زمان هزینه‌هاست. میدلتون و کلارک (۲۰۰۱) به تعادل بین این سه بعد اشاره می‌کنند، با این استدلال که منافع اقتصادی باید در تعادل با جنبه‌های اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. این بدین معناست که شرکت می‌تواند سود خود را به حداکثر برساند، اما در عین حال عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی را در نظر بگیرد. امروزه، به نظر می‌رسد شرکت‌ها در مقاصد گردشگری انبوه ترجیح می‌دهند به تولید انبوه بپردازند و فقط بر درآمدهای بالا و هزینه‌های پایین تمرکز کنند؛ درحالی‌که گردشگران خدمات باکیفیت را ترجیح می‌دهند و می‌خواهند از زندگی اجتماعی و فرهنگی مقصد لذت ببرند. چالش مهم متصدیان امور گردشگری تعادل بین این سه عامل برای اطمینان از جذابیت مقصد است (Getz & Timur 2005). برامول و لین (۱۹۹۳) بیان می‌کنند: گردشگری پایدار رویکردی مثبت است که هدفش کاهش تنش‌های موجود بین عناصر مختلف یک سیستم گردشگری پیچیده است و این سیستم پیچیده شامل صنعت گردشگری، گردشگران، محیط زیست، و مقصد است. همچنین، آن‌ها ادعا می‌کنند که گردشگری پایدار باعث حفظ کیفیت منابع طبیعی و انسانی می‌شود. لیو (۲۰۰۳) درباره چشم‌انداز برنامه‌ریزی توسعه و همچنین گروه‌های مختلف متصدیان گردشگری در بحث‌های محیط گردشگری و جامعه محلی بحث می‌کند. در اینجا هدف کاهش رشد گردشگری نیست، بلکه مدیریت گردشگری با گردشگران، محیط مقصد، و جمعیت میزبان است (Liu 2003). میدلتون (۱۹۹۷) استدلال می‌کند که پایداری یکی از ابعاد کیفیت محصول است: بهترین راه برای کار با پایداری در گردشگری از طریق مشارکت‌های محلی در سطح مقصد، مطابق با مقررات است.
- در تحقیقات گردشگری، اصل گردشگری پایدار در حال توسعه سریع است، اما در میان ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری اجرای آن با محدودیت‌هایی مواجه است. دلیل آن این است که اکثر ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری در صورتی مفهوم گردشگری پایدار را به کار می‌برند که به نفعشان باشد. آن‌ها زمانی از گردشگری پایدار استفاده می‌کنند که باعث افزایش درآمد، بهبود روابط عمومی، یا پیشبرد استراتژی‌های بازاریابی‌شان باشد. ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری با سرمایه‌گذاری در صرفه‌جویی انرژی و کاهش مصرف آب، پایداری را به منزله راهی برای صرفه‌جویی در

پول می‌بینند. از نظر روابط عمومی، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری می‌توانند از این مفهوم به‌منزلهٔ ابزاری مفید برای بازاریابی جهت جذب مشتری استفاده کنند (Butler 1998). از سوی دیگر، با توجه به یادداشت‌های ویور (۲۰۱۲)، اکثر طرفداران سطحی محیط زیست ادعا می‌کنند که نگران محیط زیست‌اند، اما شخصاً تمایلی به شرکت در اجرای اقدامات اصلاحی ندارند. بنابراین، در حال حاضر، هیچ فشار عمومی در صنعت گردشگری وجود ندارد که به‌طور قاطعانه به سمت پایداری حرکت کند.

دیدگاه‌های متناقض در پایداری

گردشگری پایداری باید در چشم‌اندازی جهانی توسعه یابد (Hoyer 2000; Hunter 1995)، اما به پایداری زیست‌محیطی اغلب در سطح محلی و منطقه‌ای توجه می‌شود. هوپر (۲۰۰۰) استدلال می‌کند که گردشگری انبوه همگام با تغییرات بخش حمل‌ونقل افزایش یافته است: بدون سفر هیچ گردشگری وجود ندارد. مسلماً ممکن است توسعهٔ پایدار بدون گردشگری داشته باشیم، اما بدون سفر هیچ گردشگری پایداری وجود ندارد. برای سفرکردن به وسایل حمل‌ونقل نیاز است. در اواخر دههٔ ۱۹۸۰، با رشد سریع صنعت گردشگری، تقاضا برای گردشگری پایدار افزایش یافت؛ به‌ویژه دربارهٔ گردشگری انبوه. زمانی که از توسعهٔ گردشگری پایدار صحبت می‌شود، دو دیدگاه اصلی مطرح می‌شود:

۱. گردشگری پایدار زیست‌محیطی که به‌منزلهٔ یک فعالیت اقتصادی خاص در نظر گرفته می‌شود؛

۲. توسعهٔ گردشگری که بر طیف وسیعی از سیاست‌های توسعهٔ پایدار تمرکز دارد (Sharpley Berno; Bricker 2001). (2002)

گردشگری پایدار ابزاری در جهت توسعهٔ صنعت گردشگری برای ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری است؛ درحالی‌که برای مدیران مقصد، حفظ منابع طبیعی مهم‌تر است (Eraydm 2010). مثلاً، قبرس که یکی از مراکز گردشگری و مقصد گردشگری انبوه در دریای مدیترانه است، در سال ۱۹۷۵، ۴۰۰۰ فقره تخته‌خواب داشت؛ درحالی‌که در سال ۲۰۰۱، تعداد کل تخت به ۸۶۰۰۰ رسید. این موضوع رشد سریع گردشگری را نشان می‌دهد که می‌تواند با وجود مزایای اقتصادی، سبب مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی شود. از سوی دیگر، قبرس درآمد سرانهٔ بالایی دارد و نیز دارای بالاترین استاندارد زندگی نسبت به همهٔ کشورهای مجاور دریای مدیترانه است (Sharpley 2002).

شارپلی (۲۰۰۰) استدلال می‌کند که مفهوم توسعهٔ پایدار باید به دو فرایند جداگانه تقسیم و به‌منزلهٔ یک معادله در نظر گرفته شود (توسعهٔ پایدار = پایداری + توسعه). با تأمل بر بحث شارپلی (۲۰۰۰)، این بخش پایداری خود سه رکن اصلی دارد: اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی. داشتن هر سه رکن در یک تعریف، تضادهایی ایجاد و درک این مفهوم را با چالش مواجه می‌کند. به منظور توسعهٔ مفهوم گردشگری پایدار، بخش‌ها باید از هم تفکیک شوند؛ در غیر این صورت، توسعهٔ پایدار بیهوده خواهد بود، چون با یکدیگر بسیار تفاوت دارند و تناقض در میان این سه رکن کاربرد آن‌ها را سخت می‌کند. اگر به جای ترکیب، این سه مفهوم متفاوت به‌طور جداگانه بررسی شود، مفاهیم روشن‌تر خواهد شد. جداسازی این سه مفهوم به بحث‌های عمیق‌تری پیرامون آن‌ها منتج می‌شود: فقط با تمرکز بر پایداری زیست‌محیطی، موضوع به‌مراتب بااهمیت‌تر از زمانی است که بحث دربارهٔ گردشگری پایدار به‌طور کلی باشد (Sörensson 2010).

بین این سه رکن، که شامل مفهوم پایداری است، تضاد وجود دارد. گردشگری اغلب به توسعهٔ اقتصادی نیازمند است، زیرا مراکز اقامتی که در صنعت گردشگری کار می‌کنند به درآمد بالاتر به منظور ایجاد زندگی و باقی‌ماندن در مقصد نیاز دارند. با این حال، با آوردن گردشگران به مقصد، ساختار اجتماعی و فرهنگی آن مکان هم توسط گردشگران و هم تحت تأثیر تحولات ناشی از توسعه تغییر می‌کند. در بسیاری از مقاصد گردشگری، رشد و اثر گردشگری مشکلات زیست‌محیطی ایجاد کرده است؛ مثلاً در منطقهٔ مدیترانه (Saarinen 2006). باتلر (۱۹۸۰) مراحل مختلف مقاصد

گردشگری را شناسایی کرده است: در ابتدا اکتشاف، به دنبال آن توسعه، تثبیت، و در نهایت رکود. هر مقصد گردشگری محدودیت رشد دارد و رکود نتیجه این محدودیت‌هاست. باین‌حال، یک مقصد را می‌توان با بازاریابی، توسعه، و زیرسازی تغییر داد و باعث رشد آن شد (Saarinen 2006; Butler 1980). در این زمینه، می‌توان استدلال کرد: اگر متصدیان امور گردشگری مقصد در پایداری زیست‌محیطی و اجتماعی سرمایه‌گذاری کنند، ممکن است علاوه بر تأمین منافعشان به لحاظ اقتصادی، به توسعه پایدار مقصد منجر شود. به منظور توسعه پایدار یک مقصد گردشگری، انبوه و ایجاد تعادل بین جنبه‌های اقتصادی، زیست‌محیطی، و اجتماعی، افراد ذی‌نفع باید درباره ادراک گردشگران از عوامل مهم محیطی و اجتماعی هنگام بازدید از مقصد و اینکه این عوامل چگونه از سوی ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری اجرا می‌شود، بدانند.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی است و از نظر اطلاعات، کمی و کیفی محسوب می‌شود. در این زمینه، به منظور شناسایی و بررسی عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی مؤثر بر گردشگری، مبانی نظری و پیشینه تحقیق بررسی شده و پس از مصاحبه با خبرگان (استادان دانشگاهی و مدیران هتل‌های استان) این ابعاد شناسایی و در نهایت، پرسشنامه تحقیق از سوی محققان طراحی شد. در این تحقیق، به منظور بررسی میزان اهمیت و عملکرد ابعاد اجتماعی و زیست‌محیطی از تکنیک تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد با نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

سؤالات انتخابی منعکس‌کننده تجارب خاص پاسخ‌دهندگان است. این سؤالات در دو زمینه هتلداری و مقصد است. آن‌ها در طیف ۱-۱۰ امتیازی میزان رضایتشان را از عملکرد مقصد و هتل‌ها و همچنین میزان اهمیت پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی مشخص کردند. سؤالات مرتبط با پایداری اجتماعی درباره غذای محلی، هنر، فرهنگ، کیفیت غذا، و نوشیدنی‌ها و سؤالات مرتبط با پایداری محیط زیست درباره مجموعه زباله‌های بازیافت، صرفه‌جویی در مصرف انرژی و آب، تغییر ملافه‌ها، پاکیزه‌بودن، و آلودگی هواست.

جامعه آماری این تحقیق گردشگران استان و کارشناسان و خبرگان صنعت گردشگری با توجه به حضور عظیم گردشگران و تلاش مسئولان صنعت گردشگری در راستای حفظ و بهبود خدمات گردشگری، استان یزد به‌منزله پایگاه داده این پژوهش در نظر گرفته شد.

در این زمینه، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است. برای تعیین حجم نمونه جامعه کارشناسان و خبرگان گردشگری از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شده و از آنجایی که جامعه گردشگران نامحدود است، ۳۰ پرسشنامه توزیع و با استفاده از داده‌های کسب‌شده و رابطه ۱ حجم نمونه گردشگران تعیین شد. S انحراف استاندارد میانگین نمونه، Z خطای استاندارد و d خطای مجاز در این فرمول است.

$$n = \frac{s^2 Z^2}{d^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{0.91^2 \times 1.64^2}{0.1^2}$$

پرسشنامه‌های توزیع‌شده ۲۲۱ عدد بود که توسط گردشگران این استان کامل شد. با استفاده از ماتریس تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد سنتی، میزان اهمیت هر یک از پایداری زیست‌محیطی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران مقصد و قضاوتشان درباره عملکرد مقصد مشخص شد. شایان ذکر است با توجه به اینکه مدل‌های مختلفی از ماتریس عملکرد- اهمیت وجود دارد (Smith 2002)، در این مقاله از تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد سنتی استفاده شده است.

پایایی پرسشنامه تحقیق با استفاده از شاخص مرسوم سازگاری درونی، یعنی آلفای کرونباخ، بررسی شد. مقدار به دست آمده (۰/۸۷۸) حاکی از سازگاری درونی مناسب ابزار تحقیق است. درضمن، پرسشنامه مذکور با هدف رواسازی محتوی در اختیار خبرگان و صاحب نظران علمی قرار گرفت و اصلاحات مورد نظر آن‌ها بر روی شکل و محتوی پرسشنامه لحاظ شد.

تجزیه و تحلیل عملکرد- اهمیت

تجزیه و تحلیل عملکرد- اهمیت ابزاری مؤثر و ساده است که در دهه ۱۹۷۰ مطرح شد (Choi 2000; Taplin 2012) و در بسیاری از زمینه‌های تحقیقاتی از جمله صنعت خدمات موفق بوده است.

این ماتریس ابزاری است مدیریتی که برای شناسایی نقاط ضعف و قدرت استفاده می‌شود: تکنیکی است برای فهم سطح رضایت گردشگران با توجه به انتظاراتشان از عملکرد خدمات مقصد. همچنین، در صنایع خدماتی از تکنیک تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد در چارچوب سروکوال استفاده شده است (Choi 2000).

بسیاری از مطالعات گردشگری از مدل تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد استفاده کرده‌اند، اما هیچ‌یک در زمینه گردشگری پایدار کار نکرده‌اند (Evans 1989; Almanza 1994).

ساختار مدل تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد ماتریسی است که به چهار ربع تقسیم می‌شود که در تصویر ۱ می‌توان مشاهده کرد. محور X، ادراک پاسخ‌دهندگان از عملکرد و محور Y، دیدگاه آن‌ها درباره اهمیت عوامل پایداری زیست‌محیطی و اجتماعی را نشان می‌دهد. در ربع اول، مؤلفه‌ها از دیدگاه پاسخ‌دهندگان بسیار مهم است، اما سطح عملکرد نسبتاً پایینی دارد که نشان‌دهنده این است که باید برای بهبود عملکرد تلاش بیشتری کرد. در ربع دوم، تصور می‌شود که مشخصه‌های پایداری برای پاسخ‌دهندگان بسیار مهم است و سازمان سطح بالایی از عملکرد در فعالیت‌هایش دارد. اگرچه سطوح عملکرد در ربع سوم پایین است، مدیران نباید بیش از حد نگران باشند، زیرا مشخصه‌های این ربع چندان مهم نیست. ربع چهارم شامل مشخصه‌هایی است که پاسخ‌دهندگان از عملکرد راضی‌اند، اما اگر ویژگی‌های این سلول غیرضروری و کم‌اهمیت باشد، مدیران باید آن‌ها را مد نظر قرار دهند و در جهت حفظ آن تلاش کنند.

	ربع اول	ربع دوم
}:	اهمیت بالا/ عملکرد پایین	اهمیت بالا/ عملکرد بالا
	ربع سوم	ربع چهارم
	اهمیت پایین/ عملکرد پایین	اهمیت پایین/ عملکرد بالا

عملکرد

تصویر ۱. ماتریس اهمیت- عملکرد

براساس پژوهش‌های قبلی و یافته‌های گروه‌های متمرکز و مصاحبه‌های شخصی بدون ساختار (Caber 2012; Giriffin 2012) یک نقطه بحرانی در هر تجزیه و تحلیل سنتی تجزیه و تحلیل اهمیت - عملکرد وجود دارد و آن انتخاب عوامل است (Caber 2012; Martilla 1977). در مرحله اول تجزیه و تحلیل، مشخص کردن ویژگی‌های مقصد گردشگری است که با توجه به مطالعات قبلی تعیین می‌شود. سپس این ویژگی‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان در مقیاس لیکرت (Caber 2012; Giriffin 2012) رتبه‌بندی می‌شود. در مرحله نهایی میانگین عملکرد و میانگین اهمیت هریک از ویژگی‌های خدمات ارزیابی و تجزیه و تحلیل می‌شود (Taplin 2012).

بحث و یافته‌ها

در ادامه، به بررسی مشخصه‌های آماری استخراج‌شده از پرسشنامه‌ها و تحلیل نتایج پرداخته می‌شود.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

از ۲۲۱ پاسخ‌دهنده، ۶۳/۵ درصد گردشگران مرد و ۳۶/۵ درصد گردشگران زن‌اند. در جدول ۱، مشخصات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان به‌طور جزئی بیان شده است. سن بیشتر پاسخ‌دهندگان ۲۷-۶۴ بوده است. حدود ۳۱/۲ درصد گردشگران نخستین‌بار بود که به استان یزد سفر می‌کردند؛ درحالی‌که به‌طور کامل ۶۸/۸ درصد از گردشگران دفعه دوم یا بیشتر بود که سفر می‌کردند. بیشتر گردشگران تحصیل‌کرده بودند و شغل آزاد داشتند. گردشگران جهت پذیرایی به محل اقامت خود یا در هتل‌های ۳ - ۴ ستاره مراجعه می‌کردند. گردشگران عمدتاً در منزل دوستان و خویشاوندان (۳۶/۶ درصد) می‌ماندند. بسیاری از آن‌ها نیز با خانواده‌های خود در سفر بودند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیرهای جمعیت‌شناختی	درصد فراوانی
جنسیت	زن ۳۶٫۵٪
	مرد ۶۳٫۵٪
	جمع ۱۰۰٪
تعداد دفعات سفر	۱ بار ۳۱٫۲٪
	۲-۳ بار ۲۶٫۵٪
	۴ بار یا بیشتر ۴۲٫۳٪
	جمع ۱۰۰٪
میزان تحصیلات	ابتدایی ۰٫۸٪
	راهنمایی ۳٫۲٪
	دیپلم ۴۵٫۸٪
	بالاتر از دیپلم ۶۰٫۲٪
جمع ۱۰۰٪	
نوع محل اقامت	چادر ۴٫۶٪
	خانه اجاره‌ای ۳٪
	خانه دوستان و اقوام ۳۶٫۶٪
	هتل ۰-۲ ستاره ۵٫۱٪
	هتل ۳-۴ ستاره ۳۲٫۵٪
	هتل ۵ ستاره ۴٫۵٪
	هتل آپارتمان ۴٪
سایر ۹٫۷٪	
جمع ۱۰۰٪	

متغیرهای جمعیت‌شناختی	درصد فراوانی	
سال	زیر ۱۸ سال	۱۰٫۶٪
	۱۸-۲۶	۲۳٫۲٪
	۲۷-۴۴	۳۶٫۵٪
	۴۵-۶۳	۲۶٫۷٪
	بالای ۶۴ سال	۳٪
	جمع	۱۰۰٪
مدت اقامت	۱ روز	۱۱٪
	۳-۴ روز	۳۲٪
	۱ هفته	۱۶٫۵٪
	دو هفته	۱۷٫۳٪
	سایر	۲۳٫۲٪
	جمع	۱۰۰٪
شغل	معلم	۱۳٫۲٪
	کارمند	۲۵٪
	دانش آموز	۴٪
	بیکار	۱۲٪
	شغل آزاد	۲۶٫۱٪
	سایر	۱۹٫۷٪
جمع	۱۰۰٪	
همراه سفر	تنها	۵٫۸٪
	با خانواده	۵۲٫۵٪
	با دوستان	۳۱٫۴٪
	سایر	۱۰٫۳٪
جمع	۱۰۰٪	

تجزیه و تحلیل اهمیت- عملکرد گردشگری پایدار استان یزد

نتایج این تحقیق اطلاعاتی را درباره دیدگاه گردشگران و همچنین دیدگاه کارشناسان این صنعت از گردشگری پایدار ارائه می‌دهد. مطالعه استان یزد، به منزله یک مقصد گردشگری، را باید گامی به سوی به دست آوردن اطلاعات بیشتر درباره عواملی که از دیدگاه گردشگران مقصد بااهمیت است، دانست. می‌توان با در نظر داشتن عواملی که از دیدگاه گردشگران مهم است به توسعه یک مقصد جذاب و پایدار پرداخت. این نتایج نقطه آغازی برای مطالعات بیشتر است.

نتایج نشان می‌دهد احتمال بازگشت گردشگران زیاد است. همچنین، این نتایج ویژگی‌های مختلف گردشگران هنگام بازدید از استان یزد را که خود ممکن است به شیوه‌های متفاوت بر مقصد تأثیرگذار باشد، نشان می‌دهد. یکی از این ویژگی‌ها درک گردشگران مختلف در برقراری توازن بین پایداری اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی است. این مسائل نیز بین گردشگران و متصدیان مقصدهای مختلف از جمله ارائه‌دهندگان گردشگری و نهادهای عمومی و مدنی، که همه آن‌ها برنامه‌های مختلفی دارند، مشترک است.

نتایج نشان می‌دهد تفاوت قطعی بین درک گردشگران و کارشناسان و خبرگان این صنعت از گردشگری پایدار که در جدول ۲ می‌توان مشاهده کرد، وجود دارد.

جدول ۲. موقعیت ماتریس

متغیرها	گردشگران	کارشناسان و خبرگان
میزان پاکیزگی استان	Q۲	Q۱
میزان امنیت استان	Q۲	Q۲
طراحی و چشم‌انداز استان	Q۲	Q۱
دسترسی به امکانات در استان	Q۱	Q۱
میزان آلودگی هوا	Q۱	Q۱
آرامش استان یزد	Q۲	Q۲
کوه‌نوردی و دوچرخه‌سواری	Q۲	Q۱
نوشیدنی / غذا	Q۳	Q۲
هنر و فرهنگ	Q۲	Q۲
خدمات بهداشتی	Q۲	Q۲
فضای سبز و نگهداری جاده‌های استان	Q۱	Q۱
استفاده از محصولات بومی	Q۲	Q۲
استفاده انحصاری از ظروف یک بار مصرف (چوبی، کاغذ بازیافت‌شده، شیشه، و...)	Q۳	Q۱
بازیافت زباله	Q۱	Q۱
صرفه‌جویی در مصرف انرژی	Q۱	Q۲
صرفه‌جویی در مصرف آب	Q۱	Q۲
تعویض ملحفه‌ها	Q۲	Q۲
تهویه هوای طبیعی	Q۱	Q۲
تمایز قائل شدن بین اتاق‌های افراد سیگاری و غیرسیگاری	Q۱	Q۱
آرامش محل اقامت در شهر یزد	Q۱	Q۲
وجود دوچرخه کافی برای استفاده مهمانان در محل اقامت	Q۴	Q۱
وجود فضای سبز در محل اقامت	Q۱	Q۲
دسترسی آسان به آثار تاریخی	Q۲	Q۱
اطلاعات درباره مکان‌های اطراف: راهنمای سفر، جدول زمان‌بندی ساعات حمل‌ونقل	Q۲	Q۲

ربع اول: این ربع از ماتریس شامل عواملی است که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان بسیار مهم است و مدیریت مقصد باید به آن رسیدگی کند. اما با توجه به تجربه آن‌ها عملکرد مقصد پایین است. گردشگران معتقدند که باید به ویژگی‌های پایداری محیط زیست مانند دسترسی به امکانات، فضای سبز و نگهداری جاده‌های استان، صرفه‌جویی در انرژی، صرفه‌جویی در آب و آلودگی هوا رسیدگی شود. از دیگر ویژگی‌های پایداری زیست‌محیطی که به اصلاح نیاز دارند تهویه هوای هتل‌ها، تمایز قائل شدن بین اتاق‌های افراد سیگاری و غیرسیگاری، و آرامش محل اقامت است. اما دیدگاه کارشناسان و خبرگان این صنعت از جمله عواملی را که باید در استان یزد رسیدگی شود پاکیزگی، طراحی، و چشم‌انداز استان، دسترسی به امکانات، میزان آلودگی هوا، کوه‌نوردی و دوچرخه‌سواری، فضای سبز و نگهداری جاده‌های استان، تمایز قائل شدن بین اتاق‌های افراد سیگاری و غیرسیگاری، وجود دوچرخه کافی برای استفاده مهمانان در هتل و دسترسی آسان به آثار تاریخی ارزیابی کردند.

ربع دوم: این ربع شامل عواملی است که از دیدگاه گردشگران و کارشناسان بسیار مهم است و مدیریت مقصد عملکرد خوبی در این زمینه‌ها دارد. این بدان معناست که باید به کار فعلی ادامه دهد. میزان اهمیت و عملکرد عواملی که از دیدگاه گردشگران و کارشناسان بالاست شامل میزان امنیت، آرامش استان، هنر و فرهنگ، خدمات بهداشتی، تعویض

ملحفه‌ها، استفاده از محصولات بومی، و اطلاعات درباره مکان‌هاست. علاوه بر آن، میزان پاکیزگی و طراحی و چشم‌اندازها از ویژگی‌هایی است که برای گردشگران عملکرد و اهمیت بالایی داشت.

ربع سوم: در این ربع، میزان اهمیت و عملکرد عوامل در درجه پایینی قرار دارد؛ یعنی اگرچه عملکرد مدیریت مقصد پایین است، این عوامل اهمیت چندانی ندارد. این عوامل از دیدگاه گردشگران شامل نوشیدنی و غذا و استفاده از ظروف یک‌بارمصرف است.

ربع چهارم: این ربع از جمله عواملی را که گردشگران و کارشناسان از عملکرد مدیریت مقصد راضی‌اند ولی میزان اهمیت آن‌ها پایین است شامل می‌شود. از دیدگاه گردشگران وجود دوچرخه کافی در هتل هرچند ضرورت ندارد، عملکرد هتل‌ها در این زمینه خوب ارزیابی می‌شود.

با توجه به نتایج می‌توان استدلال کرد که گردشگران احساس خوبی به مقصد دارند؛ به طوری که اگر مسئولان مقصد نیازها و خواسته‌های گردشگران را برطرف کنند، درصد بازگشت گردشگران به این استان بیشتر خواهد شد. این بدان معناست که گردشگران تصور می‌کنند مسئولان مقصد در مسائل مربوط به پایداری زیست‌محیطی عملکرد بالایی دارند. صرفه‌جویی در مصرف انرژی، صرفه‌جویی در مصرف آب، و همچنین میزان آلودگی هوا از جمله عوامل زیست‌محیطی مقصد است و متقاعد کردن ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری برای رسیدگی به این مسائل کار سختی نیست؛ به خصوص هنگامی که از سوی خود گردشگر پیشنهاد شود. با توجه به نتایج کسب‌شده کارشناسان و خبرگان این صنعت نسبت به گردشگران، به پایداری محیط زیست اهمیت بیشتری قائل‌اند. میانگین اهمیت در میان گردشگران نسبت به کارشناسان و خبرگان برای همه عوامل زیست‌محیطی در جدول ۳ منعکس شده است.

جدول ۳. میانگین اهمیت و عملکرد عوامل زیست‌محیطی و اجتماعی از دیدگاه گردشگران و کارشناسان

متغیرها	میانگین اهمیت	میانگین عملکرد	میانگین اهمیت	میانگین عملکرد
میزان پاکیزگی استان	۸,۱۲	۷,۱۲	۳,۶۵	۹,۹۵
میزان امنیت استان	۹,۵۲	۸,۱۵	۷,۱۶	۹,۲۵
طراحی و چشم‌انداز استان	۷,۲۱	۶,۲۱	۲,۲۱	۷,۸۰
دسترسی به امکانات در استان	۹,۳۱	۳,۶۵	۴,۲۴	۹,۱۲
میزان آلودگی هوا	۶,۸۹	۵,۴۱	۱,۲۳	۶,۲۳
آرامش استان یزد	۷,۶۹	۶,۱۵	۵,۶۹	۸,۶۵
کوه‌نوردی و دوچرخه‌سواری	۵,۵۸	۶,۳۶	۳,۱۴	۶,۱۲
نوشیدنی / غذا	۴,۲۶	۴,۸۶	۸,۵۴	۶,۶۹
هنر و فرهنگ	۶,۴۸	۷,۴۲	۸,۲۱	۸,۲۴
خدمات بهداشتی	۷,۵۴	۷,۸۴	۵,۲۹	۶,۲۵
فضای سبز و نگهداری جاده‌های استان	۷,۳۶	۳,۲۵	۲,۹۱	۶,۹۶
استفاده از محصولات بومی	۸,۶۵	۸,۴۸	۶,۳۱	۷,۸۰
استفاده انحصاری از ظروف یک‌بارمصرف (چوبی، کاغذ بازیافت‌شده، شیشه، و...)	۴,۷۸	۵,۱۶	۳,۵۹	۷,۶۵
بازیافت زباله	۵,۲۹	۳,۹۶	۳,۵۹	۸,۱۳
صرفه‌جویی در مصرف انرژی	۷,۱۴	۲,۹۵	۵,۷۹	۸,۴۶
صرفه‌جویی در مصرف آب	۸,۲۵	۳,۲۱	۵,۹۴	۹,۳
تعویض ملحفه‌ها	۷,۴۶	۶,۷۸	۸,۱۷	۷,۶۳
تهویه هوای طبیعی	۴,۶۵	۵,۲۱	۶,۳۷	۸,۸۴
تمایز قائل شدن بین اتاق‌های افراد سیگاری و غیرسیگاری	۶,۸۷	۶,۳۲	۳,۵۱	۷,۲۱
آرامش محل اقامت در شهر یزد	۶,۴۵	۷,۵۴	۵,۸۲	۶,۳۶
وجود دوچرخه کافی برای استفاده مهمانان در محل اقامت	۴,۴۳	۷,۵۲	۳,۲۵	۶,۸۷
وجود فضای سبز در محل اقامت	۸,۷۹	۵,۷۸	۵,۵۴	۷,۹۱
دسترسی آسان به آثار تاریخی	۹,۳۹	۵,۶۹	۴,۶۹	۹,۱۹
اطلاعات درباره مکان‌های اطراف: راهنمای سفر، جدول زمان‌بندی ساعات حمل‌ونقل	۹,۹۸	۷,۳۲	۶,۹۰	۸,۹۳

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این پژوهش دیدگاه جدیدی نسبت به بحث‌های جاری در گردشگری پایدار مطرح می‌کند. پژوهش‌های پیشین به‌طور عمده به تعریف گردشگری پایدار پرداخته‌اند؛ در صورتی که این مقاله به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پایدار می‌پردازد. پایداری اقتصادی برای بسیاری از مقاصد از اهمیت بسزایی برخوردار است. یک تناقض ذاتی در این وجود دارد، درحالی که مطالعات دیگر فقط بر یک راه حل ممکن، که به‌طور جداگانه با پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی سازگار است، تأکید داشته‌اند. مطالعه حاضر بر ترکیبی از ویژگی‌های پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی تمرکز دارد که از دیدگاه گردشگران در یک مقصد گردشگری بسیار مهم است. از دیدگاه کارشناسان و خبرگان این صنعت یکی از عوامل مهم گردشگری جذابیت مقصد برای گردشگر است. بدین ترتیب، داشتن اطلاعات درباره ویژگی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی مهم است. به این منظور، نتایج این پژوهش، پرتوی بر فرایندهایی است که می‌تواند به آینده‌ای پایدار برای گردشگری منجر شود. البته با تمرکز متفاوت به آنچه به‌طور معمول در تحقیقات علمی دیده می‌شود، این امر امکان‌پذیر است.

گسترش صنعت گردشگری اثرات مثبت و منفی بر جوامع محلی داشته است. در مقاصد گردشگری، مسئولان سعی می‌کنند از این عوامل به‌طور کارآمدتری استفاده کنند و با اندازه‌گیری ادراک گردشگران از ویژگی‌های مختلف یک مقصد، نیاز آن‌ها را برآورده کنند. یکی از بهترین روش‌ها برای این نوع تحلیل‌ها ماتریس تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد است. در دهه ۱۹۸۰، محققان و متصدیان گردشگری بر موضوع گردشگری پایدار کار کرده‌اند، اما تعداد معدودی از محققان به بررسی عوامل پایدار از دیدگاه گردشگران پرداخته‌اند. این مطالعه به بررسی عملکرد یک مقصد گردشگری که تمایل به پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی دارد می‌پردازد، اما محدودیت‌هایی در این مطالعه وجود دارد؛ به‌خصوص به علت بی‌توجهی محققان به دیدگاه گردشگران از پایداری، نتایج باید با احتیاط بررسی شوند و به مطالعات بیشتر در این زمینه نیاز است.

این مطالعه ثابت می‌کند که تفاوت‌هایی بین عوامل پایداری، که برای این دو گروه از گردشگران و کارشناسان و خبرگان صنعت گردشگری مهم است، وجود دارد. برای کارشناسان و خبرگان، پایداری محیط زیست بسیار مهم‌تر ارزیابی شد. بنابر آرای این کارشناسان، شرایط استان به گونه‌ای است که جایگاه متمرکزی برای تقبل مسئولیت در راستای عوامل اجتماعی و زیست‌محیطی و همین‌طور برنامه‌ریزی صحیح در جهت بهبود عملکرد گردشگری پایدار وجود ندارد. از سوی دیگر، با توجه به موقعیت جغرافیایی استان، ازدیاد کارخانجات صنعتی در حومه‌های شهر و همچنین استخراج معادن مختلف بیش از پیش باعث افزایش آلودگی هوا و محیط زیست شده، به‌طوری که بر طرح و چشم‌انداز استان تأثیر منفی داشته است. نتایج نشان می‌دهد به منظور داشتن گردشگری پایدار، یک مقصد گردشگری باید به‌طور جدی عملکرد مدیریت خود را در مسائل زیست‌محیطی دنبال کند. نگرانی کارشناسان درباره مسائل زیست‌محیطی به‌خوبی منعکس‌کننده علاقه آن‌ها در برقراری توازن میان مسائل زیست‌محیطی و گردشگری پایدار است. این مسائل باید به‌طور عمده در مقصد مطرح و پیگیری شود و همچنین باید به نیاز ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری جهت داشتن عملکرد خوب اقتصادی و علاقه گردشگران به یک محیط تمیز و امن توجه کرد.

نتیجه آماری درخور توجه دیگر این است که تفاوت اندکی در عوامل پایداری اجتماعی بین گردشگران و کارشناسان و خبرگان وجود دارد. یک دلیل آن ممکن است هنر و فرهنگ استان یزد باشد که گردشگر را جذب می‌کند. به بیان دیگر، در وهله اول، عامل پایداری اجتماعی که گردشگر به‌منزله مقصد خود انتخاب می‌کند. نتایج حاصل از این مطالعه می‌تواند از سوی مدیران مقصد در استان یزد به منظور بهبود عملکرد آن دسته از عواملی که برای گردشگران با اهمیت است استفاده شود. اما در حال حاضر، نتایج تحقیق عملکرد پایین مدیران مقصد را نشان می‌دهد. گردشگری پایدار مهم است و مدیریت گردشگری، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، گردشگران، و پژوهشگران، همه، نقش بسزایی در این مهم ایفا می‌کنند.

در بحث پایداری مقاصد گردشگری، تحقیقات علمی هنوز به سطحی از مهارت جهت پشتیبانی از این موضوع

نرسیده‌اند. این تحقیق به بحث دربارهٔ گردشگری پایدار در یک مقصد گردشگری می‌پردازد، اما برای انجام‌دادن این کار، به بحث دقیق‌تری در زمینهٔ پایداری و توسعه به‌منزلهٔ دو فرایند موازی اما وابسته نیاز است. در اینجا، به رسمیت شناختن تفاوت بین درک گردشگران و عملکرد ارائه‌دهندگان خدمات از پایداری در یک مقصد بسیار مهم است. مطالعهٔ حاضر یکی از راه‌های ممکن برای جدا کردن این سه جنبهٔ مختلف پایداری اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی ارائه داده است. حتی اگر هر مقصدی وابسته به هر سه آن‌ها باشد، می‌توان این سه جنبه را جدا از یکدیگر بررسی کرد. با بررسی اهمیت و عملکرد عوامل مؤثر بر گردشگری مناطق مختلف کشور هم از دیدگاه گردشگران و هم از دیدگاه کارشناسان هر منطقه می‌توان جهت توسعهٔ گردشگری پایدار گام عظیمی برداشت.

منابع

۱. شیعه، اسماعیل؛ علی‌پور اشلیکی، سجاد (۱۳۸۹). «تحلیل عوامل کیفیت‌بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سواحل شهر رامسر)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ش ۱۷، ص ۱۵۵-۱۶۷.
۲. ضرابی، اصغر؛ اسلامی پریخانی، صدیف (۱۳۹۰). «سنجش تاثیرات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ش ۷۵، ص ۲۵-۳۷.
3. Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). **The impact of tourism development on residents' perceptions of community life.** *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21
4. Almanza, B.A., Jaffe, W., & Lin, L. (1994). **Use of the service attribute matrix to measure consumer satisfaction.** *Hospitality Research Journal*, 17 (2), 63-75.
5. Altinay M., Hussain K., (2005). **Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus,** *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3). 272 – 280.
6. Berno, T., & Bricker, K., (2001). **Sustainable tourism development: the long road from theory to practice.** *International Journal of Economic Development*, 3(3), 1–18.
7. Bramwell, B., & Lane, B. (1993). **Interpretation and sustainable tourism: The potential and pitfalls.** *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), 71-80.
8. Bramwell, B., & Lane, B., (1993). **Sustainable tourism: an evolving global approach.** *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1–5.
9. Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). **A segmentation analysis of residents' attitudes to the social impact of tourism.** *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
10. Buckley, R. (2012). **Sustainable Tourism: Research and Reality.** *Annals of Tourism Research*, 39, Number 2, 528-546.
11. Butler, R. (1998). **Sustainable tourism—looking backwards in order to progress? In: M. Hall, & A. Lew (Eds.), Sustainable Tourism—A Geographical Perspective.** Essex: Addison Wesley Longman.
12. Butler, R. (1999). **Sustainable tourism: a state of the art review.** *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
13. Caber, M., Albayrak, T., & Matzler, K. (2012). **Classification of the destination attributes in the content of competitiveness (by revised importance-performance analysis).** *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 43–56.
14. Cater, E. (1987). **Tourism in the least developed countries.** *Annals of Tourism Research*, 14(2), 202-226.
15. Chu, R., & Choi, T. (2000). **An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travelers.** *Tourism Management*, 21, 363–377.
16. Clarke, J. (1997). **A framework of approaches to sustainable tourism.** *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3), 224-233.

17. Clarke, J.(1997). **A framework of approaches to sustainable tourism.** Journal of Sustainable Tourism, 5(3), 224–233.
18. Cohen, E. (1978). **The impact of tourism on the physical environment.** Annals of Tourism Research, 5(2), 215-237.
19. Driml, S., & Common, M. (1996). **Ecological economics criteria for sustainable tourism: Application to the Great Barrier Reef and Wet Tropics World Heritage Areas, Australia.** Journal of Sustainable Tourism, 4(1), 3-16.
20. Dolnicar, S. Leisch, F. (2008), **Selective Marketing for Environmentally Sustainable Tourism,** Tourism Management, Volume 29, Issue 4, Pages 672-680.
21. Eccles G., Casta J., 1996, **Perspectives on tourism development,** International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume 8, Number 7, pp. 44-51.
22. Erkus-Ozturk, H., & Eraydin, A. (2010). **Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organization building in the Antalya tourism region.** Tourism Management, 31(1), 113–124.
23. Evans, M.R., &Chon, K.S. (1989). **Formulating and evaluating tourism policy using importance-performance analysis .**Hospitality Education and Research Journal, 3, 203-213.
24. Farrell, B., & McLellan, R. (1987). **Tourism and physical environment research.** Annals of Tourism Research, 14(1), 1-16.
25. Farrelly, T. A. (2011). **Indigenous and democratic decision-making: Issues from community-based ecotourism in the Bouma National Heritage Park, Fiji.** Journal of Sustainable Tourism, 19(7), 817-835.
26. Font Xavier and Ahjem Tor E., (1999). **Searching for a Balance in Tourism Development Strategies.** International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume: 11; Issue: 2,3., 73-77.
27. Garrod, B., & Fyall, A. (1998). **Beyond the rhetoric of sustainable tourism?** Tourism Management, 19(3), 199-212.
28. Getz, D., & Timur, S. (2005). **Stakeholder involvement in sustainable tourism: balancing the voices.** In: W.F. Theobald (Ed.), Global Tourism (3rd Ed.). Maryland Heights, MO: Butterworth–Heinemann.
29. Griffin, T., & Edwards, D. (2012). **Importance-performance analysis as a diagnostic tool for urban destination managers.** Anatolia—An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 23(1), 32–48.
30. Hall, C. M., & Butler, R. W. (1995). **In search for common ground: Reflections on sustainability, complexity and process in the tourism system.** Journal of Sustainable Tourism, 3(2), 99-105.
31. Harris, R., Griffin, T., & Williams, P. (2003). **Sustainable Tourism—A Global Perspective.** Burlington: Elsevier.
32. Hind, D., & Mitchell, J. (2004). **Sustainable tourism in the English Lake District. Sunderland:** Business Education Publishers.
33. Hoyer, K. (2000). **Sustainable tourism or sustainable mobility? The Norwegian case .** Journal of Sustainable Tourism, 8(2), 147-160.
34. Hughes, G. (1995). **The cultural construction of sustainable tourism.** Tourism Management, 16(1), 49-59.
35. Hunter, C. (1995).**On the need to conceptualize sustainable tourism development.** Journal of sustainable tourism, 3(3), 155–165.
36. Hunter, C. (1996). **Key concepts for tourism and the environment.** In: C. Hunter & H. Green (Eds.), Tourism and the environment. A Sustainable Relationship. London: Routledge.
37. Hunter, C. (1997). **Sustainable tourism as an adaptive paradigm.** Annals of Tourism Research, 24(4), 850–867.
38. Hunter, C. (2002).**Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective.** In: R. Harris, T. Griffin, & P. Williams (Eds.), Sustainable Tourism: A global perspective. Oxford: Butterworth Heinemann.

39. Kazemi, M., 2007, **Tourism Management**, Second Edition, and Tehran, Published by: Samt.
40. Liu, J. C., & Var, T. (1986). **Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii**. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
41. Liu, Z. (2003). **Sustainable tourism development: a critique**. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475. Sharpley, R., & Telfer, D. (2002). *Tourism and development—concepts and issues*. Clevedon: Channel View Publications.
42. Martilla, J., & James, J. (1977). **Importance–performance analysis**. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
43. May, V. (1991). **Tourism, environment and development - Values, sustainability and stewardship**. *Tourism Management*, 12(2), 112-124.
44. Middleton, V. (1997). **Sustainable tourism: a marketing perspective**. In: M.J. Stabler (Ed.), *Tourism and Sustainability—principles to practice*. New York: CAB International.
45. Middleton, V., & Clarke, J. (2001). **Marketing in travel and tourism**. Oxford: Butterworth–Heinemann.
46. Muller, H. (1994). **The thorny path to sustainable development**. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(3), 131-136. Oh, H. (2001). **Revisiting importance–performance analysis**. *Tourism Management*, 22, 617-627.
47. Nouri, S.H., Noroozi, Avarghani A., 2007, **Evaluation of Environment for Tourism Development in Villages Chgakhur**, *journal of Literature and Humanities Science Faculty*, Isfahan University, Year 22, Number 1.
48. Rita P., 2000, **Tourism in the European Union**, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume: 12, Issue: 7, pp.: 434-436.
49. Saarinen, J. (2006). **Traditions of sustainability in tourism studies**. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140.
50. Sharpley, R. (2000). **Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide**. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.
51. Smith, V. (1977). **Hosts and guests: The anthropology of tourism**. Philadelphia: University of Pennsylvania.
52. Sörensson, A., & von Friedrichs, Y. 2013. **An importance–performance analysis of sustainable tourism: A comparison between international and national tourists**. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 14-21
53. Swarbrooke, J. (2001). **Distribution channels: ethics and sustainability**. In: D. Buhalis, & E. Laws (Eds.), *Tourism Distribution Channels Practice, Issues and Transformations*. London: Continuum.
54. Taplin, R. (2012). **Competitive importance–performance analysis of an Australian wildlife park**. *Tourism Management*, 33, 29-37.
55. Tarrant, M., & Smith, E. (2002). **The use of a modified importance-performance framework to examine visitor satisfaction with attributes of outdoor recreation settings**. *Managing Leisure*, 7, 69-82.
56. Tosun, C, Tamika, P., Timothy, D., & Fyall, A. (2007). **Tourist shopping experiences and satisfaction**. *International Journal of Tourism Research*, 9, 87-102.
57. Turner, L., & Ash, J. (1975). **The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery**. London: Constable
58. Wahab, S., & Pigram, J. (1997) .**Tourism, development and growth—the challenge of sustainability** .London: Routledge.
59. Weaver, D. (2012). **Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence**. *Tourism Management*, 33, 1030-1037.
60. Young, G. (1973). **Tourism - Blessing or blight?**. London: Penguin.