

اولویت‌بندی شاخص‌ها و مؤلفه‌های مدل گردشگری پایدار فرهنگی در ایران (مورد مطالعه: مراکز استان‌های اصفهان، چهارمحال و بختیاری، فارس، کهگیلویه و

بویراحمد، هرمزگان و بوشهر)

علی لوافان^۱، سیروس شفقی^۲، جمشید تقسیمي^۳

چکیده

گردشگری فرهنگی - تاریخی در ایران جایگاه بسیار مهمی دارد، آنچه گردشگران را مشتاق سفر و دیدار از ایران می‌کند آثار تاریخی و فرهنگی ملموس و ناملموس فراوان و بی‌همتای آن است. پایداری گردشگری فرهنگی تاریخی بسیار حائز اهمیت است و برای پایداری گردشگری فرهنگی، عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، سیاسی، فرهنگی و مدیریتی شاخص‌های مؤثر و تأثیرگذار می‌باشند. این پژوهش که از نوع تحقیق کیفی - کمی بوده از تحقیق توصیفی (رویکرد اثبات‌گرایی) استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه خبرگان، مدیران، کارشناسان ارشد سازمان میراث فرهنگی و سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری در شهرهای اصفهان، شهرکرد، شیراز، یاسوج، بوشهر و بندرعباس است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۲۸ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شد. برای اندازه‌گیری روایی پرسشنامه‌ها از روش محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر ۰.۷۱۶ برآورد گردید. برای بررسی فرضیات از روش معادلات ساختاری در نرم افزار Smart Pls3 و آزمون فریدمن در نرم افزار SPSS23 استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد شاخص‌های بررسی شده در مدل شامل عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، سیاسی، فرهنگی و مدیریتی بر توسعه گردشگری پایدار فرهنگی به‌طور معنی‌دار تأثیر دارد. که به ترتیب عامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و سپس مدیریتی دارای اولویت می‌باشد و عامل زیست محیطی تأثیری در گردشگری پایدار فرهنگی ندارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری فرهنگی، پایداری، گردشگری پایدار

۱ دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی پژوهشگاه شاخص پژوه، ali.lavafan@yahoo.com

۲ استاد و معاون آموزشی پژوهشگاه شاخص پژوه

۳ استادیار پژوهشگاه شاخص پژوه

مقدمه

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین صنایع در سراسر جهان است و سالانه ۶ تریلیون دلار (یا ۹٪) از تولید ناخالص داخلی در سطح جهانی) به اقتصاد جهانی کمک می‌کند. همچنین در حدود ۲۶۰ میلیون شغل در سراسر جهان - یا مستقیماً در خود این صنعت یا در بخش‌های مرتبط - ایجاد می‌کند. طبق گزارش شورای مسافرت و گردشگری جهانی در مارس ۲۰۱۱، انتظار می‌رود که بین سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۲۱ مسافرت و گردشگری جهانی به میزان متوسط ۴٪ در سال رشد داشته باشد. پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۲۱ گردشگری منشأ ۶۹ میلیون شغل دیگر باشد که ۸۰٪ از آن‌ها در آسیا، آمریکای مرکزی، خاورمیانه و آفریقا خواهند بود. (شورای مسافرت و گردشگری جهانی، ۲۰۱۱). علاوه بر آن، بخش گردشگری جهانی سازمان ملل (۲۰۱۱) انتظار دارد که در سال ۲۰۳۰، تعداد گردشگران بین‌المللی به ۱/۸ میلیارد نفر برسد. گردشگری بین‌المللی در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ همچنان رشد خواهد داشت اما سرعت رشد آن نسبت به دهه‌های گذشته کمتر خواهد بود و تعداد گردشگران بین‌المللی در سطح جهان به میزان متوسط ۳/۳٪ در سال افزایش خواهد داشت.

دلایل ناپایداری صنعت گردشگری عبارت‌اند از:

۱- نوسان شدید تعداد گردشگران و تغییرات کمی و کیفی سالیانه آن‌ها به علت تغییر دولت‌ها و تغییر نگرش آن‌ها از صنعت گردشگری

۲- عدم وجود برنامه مدون، طرح جامع گردشگری و نقشه راه برای پایداری صنعت گردشگری
۳- محیط زیست کنونی بدون دخالت صنعت گردشگری و بدون حضور گردشگران دچار آسیب می‌باشد که عوارض آن آلودگی هوا، قطع بی‌رویه درختان جنگل‌ها، آلوده کردن آب‌ها، پر کردن بعضی محیط‌ها از زباله‌ها، آمدن ریزگردها در بعضی از شهرهای ایران، خشک شدن رودخانه، تالاب‌ها و دریاچه‌ها است.

۴- عدم تعادل بین ظرفیت آثار تاریخی و فرهنگی و زیرساخت‌های صنعت گردشگری، که ظرفیت آثار تاریخی و فرهنگی در حد کفایت ولی زیرساخت‌های صنعت گردشگری ناکافی می‌باشد.

صنعت گردشگری بعد از صنعت نفت و صنعت خودرو سومین صنعت درآمدزای جهان است. که اهمیت روزافزون آن باعث شده است همه کشورهای جهان را به این سمت و سو بکشاند تا صنعت گردشگری را در کشورهای خود ترویج داده و زیرساخت‌های گردشگری را توسعه و

یا ایجاد کنند. افزایش تعداد گردشگران، سفر آن‌ها به مقاصد مختلف گردشگری جهان و گسترش ارتباطات جهانی توسعه پایدار گردشگری را به عنوان یک بحث حیاتی مطرح می‌کند.

گردشگری مجموعه تعامل‌هایی است که در فرآیند جذب و میهمان‌داری بین توریست‌ها، سازمان‌های مسافرتی، دولت‌های مبدأ، دولت‌های میزبان و مردم محلی برقرار می‌شود. گردشگری صنعت تولید و مصرف است که توسعه آن همواره به افزایش میزان اشتغال و درآمد ملی کمک کرده و موجب ایجاد تقاضا برای بسیاری از کالاها و خدمات می‌گردد. گردشگری مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی یا به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و غیبت گردشگر از محل سکونت خود موقتی و گذرا است (حقیقی و همکاران، ۱۳۹۴).

ابعاد توسعه پایدار گردشگری به شرح ذیل می‌باشند:

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

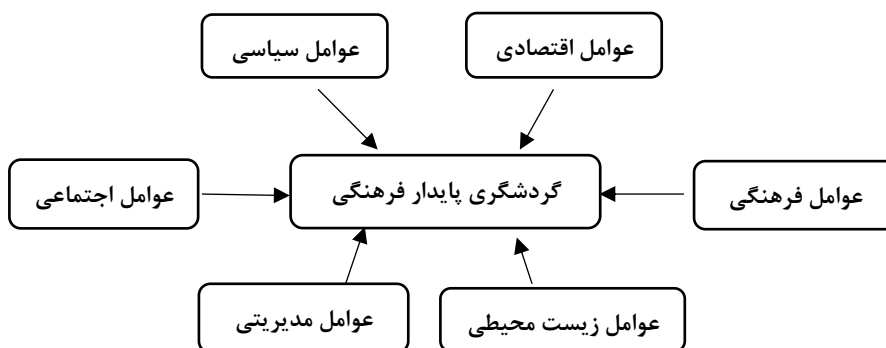
(ب) از نظر سیاسی توسعه پایدار گردشگری باعث ایجاد روابط صمیمانه و ارتباطات و تعاملات منطقی بین کشورها در حوزه بین‌المللی می‌گردد.

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

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

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

و) از نظر مدیریتی ۱-عدم تغییر در مدیریت های کلان گردشگری ۲-تخصص مدیران در امور گردشگری ۳-اجرای برنامه های راهبردی، طرح جامع توسط مدیران در راستای پایداری گردشگری فرهنگی



شکل ۱- ابعاد گردشگری پایدار فرهنگی

مبانی نظری

گردشگری فرهنگی نوعی گردشگری برای آشنایی با میراث فرهنگی، هنری، آداب و رسوم، بناها و آثار تاریخی با اهداف آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی است. این نوع گردشگری شامل افراد و گروه‌هایی است که به قصد دیدار از میراث‌های تاریخی و فرهنگی، آشنایی با آداب و رسوم، شرکت در گردهمایی‌های فرهنگی، بازدید از موزه‌ها و... سفر می‌کنند (جهانیان و نادعلی پور، ۱۳۸۸). گردشگری فرهنگی بخش مهمی از گردشگری در رابطه با یک کشور یا مناطق فرهنگی به ویژه تاریخ مردم، هنر، ارزش‌ها و سبک زندگی آن‌ها در این مناطق جغرافیایی را اشغال کرده است (Ozgüç, 1998: 214). در عصر پسامدرنیسم کشورهای جهان به‌ویژه کشورهای در حال توسعه دیگر نگرش حراج منابع ملی را برای به دست آوردن ارز دنبال نمی‌کنند و اگر نمی‌توانند کالای صنعتی را باکیفیت بالا صادر کنند یا سهم بالایی از تولید جهانی را به دست آورند، راه حل سومی در اختیار دارند که همان روی آوردن به فعالیت‌های گردشگری است (سرلک، ۱۳۸۰: ۲۴۰). اتکا بر گردشگری به عنوان یک مولد اقتصادی به‌طور فزاینده‌ای خصوصاً در جوامع منزوی، دورافتاده و به اصطلاح جزیره‌ای که دچار رکود در صنایع سنتی شده‌اند، اهمیت یافته است. ورود گردشگران به این نواحی بر بخش‌ها و خدمات مختلف

تأثیرگذار است، به گونه‌ای که اشتغال را افزایش می‌دهد و موجب پویایی و جنبش جمعیت متفرق و پراکنده این نواحی می‌شود (Currie and Falconer, 2014: 162). این صنعت اغلب به عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان در نظر گرفته شده و ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار می‌باشد که نتایج فرصت‌های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی- فرهنگی را برای بسیاری از جوامع محلی ارائه می‌کند (سلیمی سبحان، ۱۳۹۳: ۹۸). گردشگری از جمله فعالیت‌هایی است که قابلیت بالایی جهت اثرگذاری بر افراد برای گرایش آنان به سمت کارآفرینی دارد. این صنعت به اندازه‌ای در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را "صادرات نامرئی" نام نهاده‌اند (نجفی و آزادی، ۱۳۹۱). در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی، کارآفرینان و گردشگری دارند و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن را ابزار پیشرفت و توسعه کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری و حفظ محیط زیست می‌شود (Verheul, 2002). ایجاد تعادل میان سه بعد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی- فرهنگی توسعه است (شفیعی، ۱۳۹۵). پایداری در تعادل با محیط طبیعی است. پایداری به معنی بهره‌گیری از طبیعت و سایر منابع نسل فعلی و حفظ آن‌ها برای نسل آینده می‌باشد (تبریزی و نقوی، ۱۳۹۴). مفهوم توسعه پایدار بسیار گسترده است و با توجه به شرایط زمان، مکان و جوامع مختلف تفاوت خواهد داشت، به همین جهت امکان تسریع و تعمیم یک برداشت خاص از پایداری وجود ندارد (بدری و افتخاری، ۱۳۸۲: ۱۰). بر اساس نظریه رنه دوب توسعه پایدار رابطه متقابل انسان و زمین است؛ وی از دو مبارزه توأمان سخن به میان می‌آورد: ۱. مبارزه با آنان که بر اساس سنت کلاسیک توسعه را بدون توجه به بوم‌مداری دنبال می‌کنند. ۲. مبارزه با کسانی که بر اساس دیدگاه محافظه‌کارانه هرگونه دخل و تصرف در طبیعت را ممنوع می‌دانند (نوابخش و بذرافشان، ۱۳۹۳: ۱۰).

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مختلفی در خصوص مؤلفه‌های پایداری صنعت گردشگری و عوامل مؤثر بر پایداری گردشگری فرهنگی انجام شده است. در این تحقیقات ابعاد مختلف پایداری در صنعت گردشگری مورد پژوهش قرار گرفته است. به‌طور مثال بر اساس پژوهش Sutawa (۲۰۱۲) تحت عنوان «موضوعات بر روی توسعه گردشگری بالی و توانمندسازی اجتماع برای پایداری

توسعه گردشگری؛ توانمندسازی اجتماع محلی از طریق گردشگری صورت می‌پذیرد. توانمندسازی اجتماع کلید اصلی برای توسعه گردشگری خواهد بود، زیرا با توانمندسازی و درگیری اجتماع در توسعه گردشگری به علاوه توسعه گردشگری در حفظ فرهنگ و طبیعتشان نیز سهمیم خواهند شد. در نتیجه توانمندسازی جامعه کلید اصلی توسعه رفاه اجتماعی از طریق گردشگری و نیاز توسعه پایدار گردشگری است. بر اساس پژوهش «برنامه‌ریزی توسعه گردشگری پایدار» نتایج نشان‌دهنده برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری پایدار؛ در واقع برنامه‌ریزی برای حفظ محیط زیست می‌باشد. این برنامه‌ریزی آنالیزها و تحقیقات متنوع را قبل از ایجاد یک تصمیم در مورد تعیین مسیر توسعه مدنظر دارد. بنابراین توسعه پایدار به استفاده بدون خسارت به طبیعت، فرهنگ و دیگر منابع گردشگری از نسل رایج برمی‌گردد، این بدان معناست که نگهداری آن‌ها برای استفاده توسط نسل‌های آینده باشد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه پایدار گردشگری به توانایی محیط زیست در پایداری و ماندگاری برای توسعه بستگی دارد و توسعه پایدار در صورتی که هر چهار مولفه اقتصاد، اجتماع، فرهنگ و محیط زیست با اهمیت مساوی و بدون غلبه بر سایر مؤلفه‌ها باشند، پدیدار می‌گردد (Ismagilova et al, 2012). Najdeska et al (2015) و همکاران در سال (۲۰۱۵) به پژوهشی تحت عنوان «کاربرد میراث تاریخی به عنوان یک عامل در توسعه گردشگری» پرداختند. این مقاله تجربه کشورهای اروپای غربی در به‌کارگیری از میراث فرهنگی شهرها برای هدف اجتماعی و توسعه اقتصادی منطقه را بررسی می‌کند. طبق نتایج این مطالعه، میراث تاریخی و فرهنگی نقش بسیار مهمی در توسعه گردشگری داخلی ایفا می‌کنند. در بیشتر مناطق روسیه از میراث تاریخی و فرهنگی برای بهبود موقعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌شود.

در پژوهش «استراتژی توسعه گردشگری و تسهیل یکپارچه فرآیندها در میان برند ویژه، بازاریابی و انگیزه» تلاش می‌شود که ویژگی‌های مهم گردشگری منطقه کین من و ارتباط ادبیات استراتژی بازاریابی را گسترش و توسعه دهد. برند ویژه و انگیزه سفر از طریق به‌کارگیری ترکیبی از روش دلفی فازی، آزمون تصمیم‌گیری و ارزیابی آزمایشگاهی و تجزیه و تحلیل فرآیند شبکه با رویکرد نشان دادن اثرات متقابل و ارتباط شاخص بحرانی شناسایی می‌شود. نتیجه تحقیقات نشان می‌دهد که برند ویژه به صورت مستقیم و غیرمستقیم روی استراتژی بازاریابی و انگیزه سفر تأثیر می‌گذارد (Sam Liu et al, 2016). سرایی و

شمشیری در سال (۱۳۹۲) به پژوهشی تحت عنوان «بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SWOT» پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان‌دهنده ظرفیت بالای تبدیل شدن شهر شیراز به یکی از بزرگ‌ترین مراکز توریستی در سطح بین‌المللی هست. همچنین بزرگ‌ترین مانع رسیدن به این هدف ناتوانی سیاسی و مدیریتی، مالی و تجهیزاتی شهر، مدیریت غیرتخصصی و ناکارآمد، ضعف زیرساخت‌ها و تبلیغات است.

بر اساس تحقیقات وحیدی راد و همکاران در سال (۱۳۹۳) تحت عنوان «اکو توریسم و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر یاسوج)»، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که وجود جاذبه‌های طبیعی گردشگری بسیار مناسب برای توسعه صنعت اکو توریسم مهیا نموده که توسعه پایدار گردشگری در این شهر به لحاظ وجود جاذبه‌های طبیعی و گردشگری بدون شناخت و ارزیابی توانایی‌های بالقوه و بالفعل و همچنین بدون برنامه‌ریزی بر اساس موازین علمی امکان‌پذیر نخواهد بود. تبریزی و همکار در سال (۱۳۹۴) به پژوهشی تحت عنوان «مقایسه تطبیقی استان‌های کلان منطقه شمال ایران با تأکید بر ویژگی‌های ساختاری و امکانات لازم جهت توسعه پایدار گردشگری» پرداختند. امروزه به منظور دستیابی به توسعه پایدار گردشگری می‌باید زیرساخت‌ها و امکانات لازم مرتبط با آن مهیا گردد و تمامی ذینفعان اعم از دولت، سازمان غیردولتی و جامعه محلی در این امر مشارکت داشته باشند. چرا که با مشارکت همه اعضاء، توسعه گردشگری پایدار سریع‌تر به انجام می‌رسد. علاوه بر ویژگی‌های ساختاری و زمینه‌ای، زیرساخت‌های یک منطقه بخشی جدایی‌ناپذیر از گردشگری آن هستند و نسبت به عوامل دیگر نقش مؤثرتری برای جذب بازدیدکننده به یک مقصد گردشگری ایفا می‌نماید. هدف این مقاله مقایسه تطبیقی استان‌های کلان منطقه شمال ایران از نظر ویژگی‌های ساختاری، امکانات و زیرساخت‌های لازم جهت توسعه پایدار گردشگری به عنوان یکی از قطب‌های بزرگ گردشگری کشور می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد با وجود مهیا بودن زمینه‌های ساختاری لازم، زیرساخت‌ها و امکانات شناسایی شده در منطقه، پاسخگوی حجم فراوان گردشگران ورودی استان نمی‌باشد.

بر اساس پژوهش «بررسی مشکلات و موانع توسعه صنعت گردشگری در شهر اصفهان از دیدگاه گردشگران» که به منظور تبیین عوامل، مؤلفه‌ها و موانع توسعه گردشگری در شهر اصفهان از دیدگاه گردشگران با روش پیمایشی و تحلیلی انجام گرفته است. جامعه آماری

پژوهش حاضر شامل تمام گردشگران داخلی و خارجی در سه ماه اول سال ۱۳۸۸ می‌شود که به ترتیب ۱۲۵۵۱۲ و ۱۰۵۱۱۲ نفر بودند. بر اساس این تحقیق برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری، ساختار زیربنایی، فرهنگی و آموزشی و اطلاع‌رسانی نامناسب از عوامل یا مؤلفه‌ها و موانع و مشکلات مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در شهر اصفهان می‌باشد (حقیقی و همکاران، ۱۳۹۴). ظهیری نیا و نیکخواه در سال (۱۳۹۴) به پژوهشی تحت عنوان «بررسی نگرش ساکنان شهر بندرعباس نسبت به تأثیرات گردشگری» پرداختند. نتایج مطالعات نشان داد که قوی‌ترین بعد تأثیر گردشگری از نظر پاسخگویان، بعد اقتصادی و سپس بعد فرهنگی می‌باشد. همچنین تأثیرات منفی بیشتر مربوط به اثر اجتماعی و سپس بعد محیطی بر اساس نظر مخاطبین عنوان شده است. همچنین در بررسی مؤلفه‌های مختلف تأثیرگذار بر گردشگری؛ ایرانمنش و جهان بین در سال (۱۳۹۵) به پژوهشی تحت عنوان «بررسی نقش و اثرات توسعه پایدار در گردشگری شهری» پرداختند. این مقاله بر توسعه پایدار گردشگری تأکید دارد. در این دیدگاه، توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به‌گونه‌ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتواند وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تأمین کرد. این مقاله ضمن تحلیل وضعیت صنعت گردشگری به نقش، کارکردهای آن و موانع و راهکارهای ایجاد صنعت گردشگری پایدار می‌پردازد.

روش پژوهش

این تحقیق به دنبال بررسی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص‌های گردشگری پایدار فرهنگی در ایران است. بر این اساس سؤال اصلی این تحقیق این است که به ترتیب مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین عامل در گردشگری پایدار فرهنگی ایران چیست؟ به نظر می‌رسد که عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، مدیریتی و زیست محیطی تأثیر معناداری به عنوان مؤلفه‌های شاخص گردشگری پایدار فرهنگی در ایران داشته باشند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده آمار تحلیلی به دو صورت آمار توصیفی و استنباطی مطرح می‌گردد. در ابتدا با استفاده از آمار توصیفی، شناختی از وضعیت و ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان حاصل می‌شود و سپس یافته‌های توصیفی مرتبط با متغیرهای اصلی تحقیق مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند و در ادامه در آمار استنباطی این تحقیق به بررسی روابط علی

بین متغیرهای موجود در مدل مفهومی تحقیق می پردازد. در این روش ابزار گردآوری داده های اولیه از طریق پرسشنامه و مصاحبه منظم می باشد. در تحقیق حاضر با استفاده از نظر صاحب نظران و اساتید راهنما و مشاور، عوامل مرتبط با موضوع شناسایی شده و با استفاده از مقیاس درجه بندی لیکرت پرسشنامه مقدماتی تهیه گردید. پس از تعیین اعتبار و روایی آن، پرسشنامه نهایی تهیه و اطلاعات مورد نیاز جمع آوری شده است. تجزیه و تحلیل داده های آماری در این تحقیق به وسیله نرم افزار SPSS23 و Smart Pls3 انجام می شود در این بخش سعی شده است که تمام عملیات آماری انجام شده بر روی پرسشنامه در قالب دسته بندی معین، ارائه شود. برای بررسی میزان تأثیر و اولویت بندی مؤلفه های این شاخص از آزمون فریدمن استفاده شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت فرضیه ها و نوع متغیرها از روش های موجود در آمار توصیفی نظیر جداول توزیع فراوانی مطلق، میانگین جهت بررسی و مقایسه اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه و در بخش آمار استنباطی نیز از آزمون همبستگی و رگرسیون برای آزمون فرضیه ها، t دو نمونه ای و تحلیل واریانس برای مقایسه میانگین پاسخگویی گروه های مستقل و روش های معادلات ساختاری استفاده شده است، که در نهایت برای تجزیه و تحلیل و به کارگیری این آزمون ها از نرم افزار SPSS 23 , Smart Pls3 استفاده شد.

اولویت بندی مؤلفه های شاخص فرهنگی در مدل گردشگری پایدار فرهنگی

اولویت های مؤلفه های شاخص فرهنگی بر اساس آزمون فریدمن به شرح ذیل می باشد.

جدول ۱- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	تعداد
۱۲۸	
۵۴۹	آماره آزمون فریدمن
۴۱۸	
۷	درجه آزادی
۰	مقدار-p

با توجه به جدول فوق مقدار سطح مقدار-P که برابر با صفر می‌باشد این مقدار از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ دهندگان به مؤلفه‌های شاخص‌های فرهنگی برابر نمی‌باشد و لذا برخی از این مؤلفه‌های از سوی پاسخ دهندگان بر برخی دیگر رجحان دارند. در جدول زیر اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها قابل مشاهده می‌باشد. با توجه به جدول ۲ مشهود است که از نظر پاسخ دهندگان نیاز به آموزش، مهارت منابع انسانی، ایجاد پایگاه‌های علمی و آموزشی و حفظ فرهنگ محلی چهار اولویت اول و بقیه شاخص‌ها در اولویت پایین‌تری قرار می‌گیرند.

جدول ۲- رتبه مؤلفه‌های شاخص فرهنگی

رتبه	میانگین رتبه	
1	6.16	f1 گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به آموزش دارد.
2	6.09	f2 گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به مهارت منابع انسانی متخصص دارد.
7	2.11	f3 گردشگری پایدار فرهنگی موجب تأثیر منفی در فرهنگ جامعه میزبان می‌شود.
6	4.22	f4 عدم ایجاد گردشگری پایدار فرهنگی به علت فقر فرهنگ گردشگر پذیری است.
5	4.68	f5 گردشگری پایدار فرهنگی باعث حفظ فرهنگ محلی می‌شود.
4	5.38	f6 گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به پایگاه‌های علمی و آموزشی دارد.
3	5.52	f7 برای برقراری گردشگری پایدار فرهنگی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی مورد نیاز شهرها است.
8	1.84	f8 گردشگری پایدار فرهنگی نمی‌تواند از تجربیات کشورهای پیشرفته در گردشگری استفاده کند.

اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص اقتصادی در مدل گردشگری پایدار فرهنگی

اولویت‌های مؤلفه‌های شاخص اقتصادی بر اساس آزمون فریدمن به شرح ذیل می‌باشد.

جدول ۳- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	
۱۲۸	تعداد
۸۸۷.۱۰۵۸	آماره آزمون فریدمن
۱۳	درجه آزادی
۰	مقدار-p

با توجه به جدول ۳ مقدار سطح مقدار -P که برابر با صفر می باشد این مقدار از ۰/۰۵ کمتر می باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ دهندگان به مؤلفه های شاخص های اقتصادی برابر نیست و لذا برخی از این مؤلفه ها از سوی پاسخ دهندگان بر برخی دیگر رجحان دارند. در جدول زیر اولویت بندی این مؤلفه ها قابل مشاهده می باشد. با توجه به جدول ۴ مشهود است که از نظر پاسخ دهندگان گردشگری فرهنگی از لحاظ شاخص اقتصادی در اولویت اول بر اشتغال زایی، زیرساخت مناسب، توسعه اقتصادی و اثربخشی برنامه توسعه و در نهایت بر بازاریابی متکی است.

جدول ۴- رتبه مؤلفه های شاخص اقتصادی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه ها	متغیر
۴	9.82	۹- گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به اثربخشی برنامه های توسعه دارد.	egh9
۲	10.60	۱۰- برای برقراری گردشگری پایدار فرهنگی زیرساخت های مناسب مورد نیاز است.	egh10
۹	7.50	۱۱- گردشگری پایدار فرهنگی به علت کمبود و نامناسب بودن اقامتگاه ها نمی تواند استقراری یابد	egh11
۱۲	3.30	۱۲- گردشگری پایدار فرهنگی باعث افزایش درآمد ملی می شود.	egh12
۱	10.77	۱۳- گردشگری پایدار فرهنگی می تواند اشتغال زایی به وجود آورد.	egh13
۱۴	3.00	۱۴- گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به بازاریابی دارد.	egh14
۱۳	3.26	۱۵- گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به برند ویژه گردشگری ندارد.	egh15
۱۰	6.05	۱۶- گردشگری پایدار فرهنگی به علت تبلیغات نامناسب ایجاد نمی شود.	egh16
۸	8.45	۱۷- گردشگری پایدار فرهنگی با آمیخته بازاریابی (قیمت، مکان، مردم، برنامه ریزی، محصول، ترویج، شواهد فیزیکی) رابطه مستقیم دارد.	egh17
۳	10.13	۱۸- گردشگری پایدار فرهنگی موجب توسعه اقتصادی می گردد.	egh18

۱۱	3. 42	۱۹-گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی دارد.	egh19
۷	9. 42	۲۰-گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به سیستم حمل و نقل زمینی دارد.	egh20
۵	9. 66	۲۱-گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به سیستم حمل و نقل هوایی دارد.	egh21
۶	9. 62	۲۲-گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به مبلمان شهری جامعه میزبان دارد.	egh22

اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص اجتماعی در مدل گردشگری پایدار فرهنگی

اولویت‌های مؤلفه‌های شاخص اجتماعی بر اساس آزمون فریدمن به شرح ذیل می‌باشد.

جدول ۵- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	
۱۲۸	تعداد
۲۰۴.۵۵۸	آماره آزمون فریدمن
۱۰	درجه آزادی
۰	مقدار-p

با توجه به جدول ۵ مقدار سطح مقدار-p که برابر با صفر می‌باشد این مقدار از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ‌دهندگان به مؤلفه‌های شاخص‌های اجتماعی برابر نمی‌باشد و لذا برخی از این مؤلفه‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان بر برخی دیگر رجحان دارند. در جدول زیر اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها قابل مشاهده می‌باشد. با توجه به جدول ۶ مشهود است که از نظر پاسخ‌دهندگان گردشگری فرهنگی از لحاظ شاخص اجتماعی در اولویت اول، بر ارائه خدمات زیرمجموعه صنعت گردشگری تأکید شده و پس از آن به ترتیب، ایجاد انگیزه برای ساکنان محلی، به حمایت جامعه میزبان و انعطاف‌پذیری جامعه میزبان متکی می‌باشد.

جدول ۶- رتبه مؤلفه‌های شاخص اجتماعی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه‌ها	متغیر
۱۰	2. 44	۲۳- گردشگری پایدار فرهنگی باعث عوارض اجتماعی می‌شود.	ej23
۷	6. 34	۲۴- گردشگری پایدار فرهنگی موجب تأثیر مثبت در ارزش‌های اجتماعی جامعه میزبان می‌شود.	ej24
۳	7. 20	۲۵- ایجاد گردشگری پایدار فرهنگی به حمایت جامعه میزبان نیاز دارد.	ej25
۵	6. 82	۲۶- گردشگری پایدار فرهنگی با انعطاف‌پذیری جامعه میزبان ارتباط دارد.	ej26
۲	7. 43	۲۷- لازمه گردشگری پایدار فرهنگی ایجاد انگیزه برای ساکنان محلی در مشارکت برنامه‌های گردشگری می‌باشد.	ej27
۴	6. 85	۲۸- گردشگری پایدار فرهنگی تحت تأثیر جامعه میزبان می‌باشد.	ej28
۶	6. 36	۲۹- لازمه گردشگری پایدار فرهنگی مهمان‌نوازی جامعه میزبان است.	ej29
۸	5. 64	۳۰- گردشگری پایدار فرهنگی مناسبتی با استعداد منابع انسانی جامعه میزبان دارد.	ej30
۴	6. 85	۳۱- گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به تشکل‌های مردمی بخش خصوصی (NGO) دارد.	ej31
۱	7. 45	۳۲- گردشگری پایدار فرهنگی به ارائه خدمات زیرمجموعه صنعت گردشگری ارتباط دارد.	ej32
۹	2. 62	۲۳- گردشگری پایدار فرهنگی باعث عوارض اجتماعی می‌شود.	ej33

اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص سیاسی در مدل گردشگری پایدار فرهنگی

اولویت‌های مؤلفه‌های شاخص سیاسی بر اساس آزمون فریدمن به شرح ذیل می‌باشد.

جدول ۷- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	
۱۲۸	تعداد
۶۰۳.۲۳۳	آماره آزمون فریدمن
۳	درجه آزادی
۰	مقدار-P

با توجه به جدول فوق مقدار سطح مقدار-P که برابر با صفر می‌باشد این مقدار از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ‌دهندگان به مؤلفه‌های شاخص‌های سیاسی برابر نیست و لذا برخی از این مؤلفه‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان بر برخی

دیگر رجحان دارند. در جدول زیر اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها قابل مشاهده می‌باشد. با توجه به جدول ۸ مشهود است که از نظر پاسخ‌دهندگان گردشگری فرهنگی از لحاظ شاخص سیاسی در اولویت اول، بر امنیت تأکید شده و سپس روابط بین‌المللی و نقش حکومت و ذی‌نفعان سیاست آمده است.

جدول ۸- رتبه مؤلفه‌های شاخص سیاسی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه‌ها	متغیر
۴	1. 32	گردشگری پایدار فرهنگی با نقش ذینفعان سیاست در جامعه میزبان رابطه مستقیم دارد	sia34
۳	2. 63	گردشگری پایدار فرهنگی با نقش حکومت در جامعه میزبان رابطه مستقیم دارد	sia35
۲	2. 94	گردشگری پایدار فرهنگی با روابط بین‌المللی رابطه دارد	sia36
۱	3. 11	لازمه گردشگری پایدار فرهنگی امنیت گردشگران می‌باشد	sia37

اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص مدیریتی در مدل گردشگری پایدار فرهنگی

اولویت‌های مؤلفه‌های شاخص مدیریتی بر اساس آزمون فریدمن به شرح ذیل می‌باشد.

جدول ۹- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	
۱۲۸	تعداد
۳۸۵.۷۲۳	آماره آزمون فریدمن
۹	درجه آزادی
۰	مقدار-P

با توجه به فوق مقدار سطح مقدار-P که برابر با صفر می‌باشد این مقدار از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ‌دهندگان به مؤلفه‌های شاخص‌های مدیریتی برابر نیست و لذا برخی از این مؤلفه‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان بر برخی دیگر رجحان دارند. در جدول زیر اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها قابل مشاهده می‌باشد. با توجه به جدول ۱۰ مشهود است که از نظر پاسخ‌دهندگان گردشگری فرهنگی از لحاظ شاخص مدیریتی در اولویت اول، مدیریت یکپارچه و متخصص سپس برنامه راهبردی، حفاظت و توسعه منابع، برنامه‌ریزی، حمایت دولت و سایر موارد آمده است.

جدول ۱۰- رتبه مؤلفه‌های شاخص مدیریتی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه‌ها	متغیر
۷	5.73	گردشگری پایدار فرهنگی با آینده‌نگری منابع انسانی ارتباط دارد.	mod38
۸	5.12	گردشگری پایدار فرهنگی در این مناطق از نظام سیاست‌گذاری برخوردار است.	mod39
۴	6.80	گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به برنامه‌ریزی دارد.	mod40
۳	6.88	برای استقرار گردشگری پایدار فرهنگی به حفاظت و توسعه منابع نیاز می‌باشد.	mod41
۱	6.95	گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به مدیریت یکپارچه و متخصص دارد.	mod42
۵	6.73	برای زیرساخت‌های گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به حمایت دولت می‌باشد.	mod43
۱۰	1.51	گردشگری پایدار فرهنگی به پایگاه‌های اطلاعات گردشگری و بانک اطلاعاتی نیاز دارد.	mod44
۶	6.36	گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به طرح جامع گردشگری دارد.	mod45
۲	6.90	گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به برنامه راهبردی یا (استراتژیک) دارد.	mod46
۹	2.01	گردشگری پایدار فرهنگی نیاز به تغییر ساختار سازمانی (دولتی) ندارد.	mod47

اولویت‌بندی مؤلفه‌های شاخص زیست محیطی در مدل گردشگری پایدار فرهنگی

اولویت‌های مؤلفه‌های شاخص زیست محیطی بر اساس آزمون فریدمن به شرح ذیل می‌باشد.

جدول ۱۱- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	
۱۲۸	تعداد
۶۰۹.۲۳۸	آماره آزمون فریدمن
۴	درجه آزادی
۰	مقدار-P

با توجه به جدول فوق مقدار-P که برابر با صفر می‌باشد این مقدار از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ‌دهندگان به مؤلفه‌های شاخص‌های زیست‌محیطی برابر نیست و لذا برخی از این مؤلفه‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان بر برخی دیگر رجحان دارند. در جدول زیر اولویت‌بندی این مؤلفه‌ها قابل مشاهده می‌باشد. با توجه به جدول ۱۲ مشهود است که از نظر پاسخ‌دهندگان گردشگری فرهنگی از لحاظ شاخص زیست محیطی در اولویت اول، حفاظت و نگهداری محیط زیست است و سپس ایجاد ترافیک در منطقه و سایر موارد به ترتیب آمده است.

جدول ۱۲- رتبه مؤلفه‌های شاخص زیست محیطی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه‌ها	متغیر
۱	4.54	گردشگری پایدار فرهنگی محیط زیست را حفظ و نگهداری می‌کند.	zis48
۵	2.51	گردشگری پایدار فرهنگی بهداشت و سلامت جامعه را به خطر می‌اندازد.	zis49
۳	2.53	گردشگری پایدار فرهنگی موجب آلودگی محیط زیست می‌گردد.	zis50
۴	2.52	گردشگری پایدار فرهنگی با قوانین ترافیکی حمل و نقل شهری ارتباطی ندارد.	zis51
۲	2.90	گردشگری پایدار فرهنگی باعث ایجاد ترافیک در منطقه می‌گردد	zis52

اولویت‌بندی شاخص‌های مدل گردشگری پایدار فرهنگی

برای بررسی میزان تأثیر و اولویت‌بندی مؤلفه‌های این شاخص از آزمون فریدمن بهره جسته شده است برای این منظور آزمونی را به صورت زیر طراحی می‌گردد.
فرض صفر و فرض مقابل مطابق تعریف زیر بیان می‌شود:

- $H_0: \mu_1 = \mu_2$ میانگین امتیاز شاخص‌های گردشگری فرهنگی باهم برابر است
 $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ میانگین امتیاز شاخص‌های گردشگری فرهنگی باهم برابر نیست

جدول ۱۳- آمار توصیفی شاخص‌های گردشگری پایدار فرهنگی

مؤلفه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم
فرهنگی	128	3.8066	38259 .	3.00	5.00
اقتصادی	128	3.4632	26605 .	2.64	4.00
اجتماعی	128	3.8899	55099 .	2.82	5.45
سیاسی	128	3.8965	44315 .	2.50	5.00
مدیریتی	128	3.8965	44315 .	2.50	5.00
زیست محیطی	128	2.4984	59287 .	1.40	4.20

جدول ۱۴- آماره آزمون فریدمن

آماره آزمون	
تعداد	۱۲۸
آماره آزمون فریدمن	۳۷۴.۱۵۵
درجه آزادی	۴
مقدار-p	۰

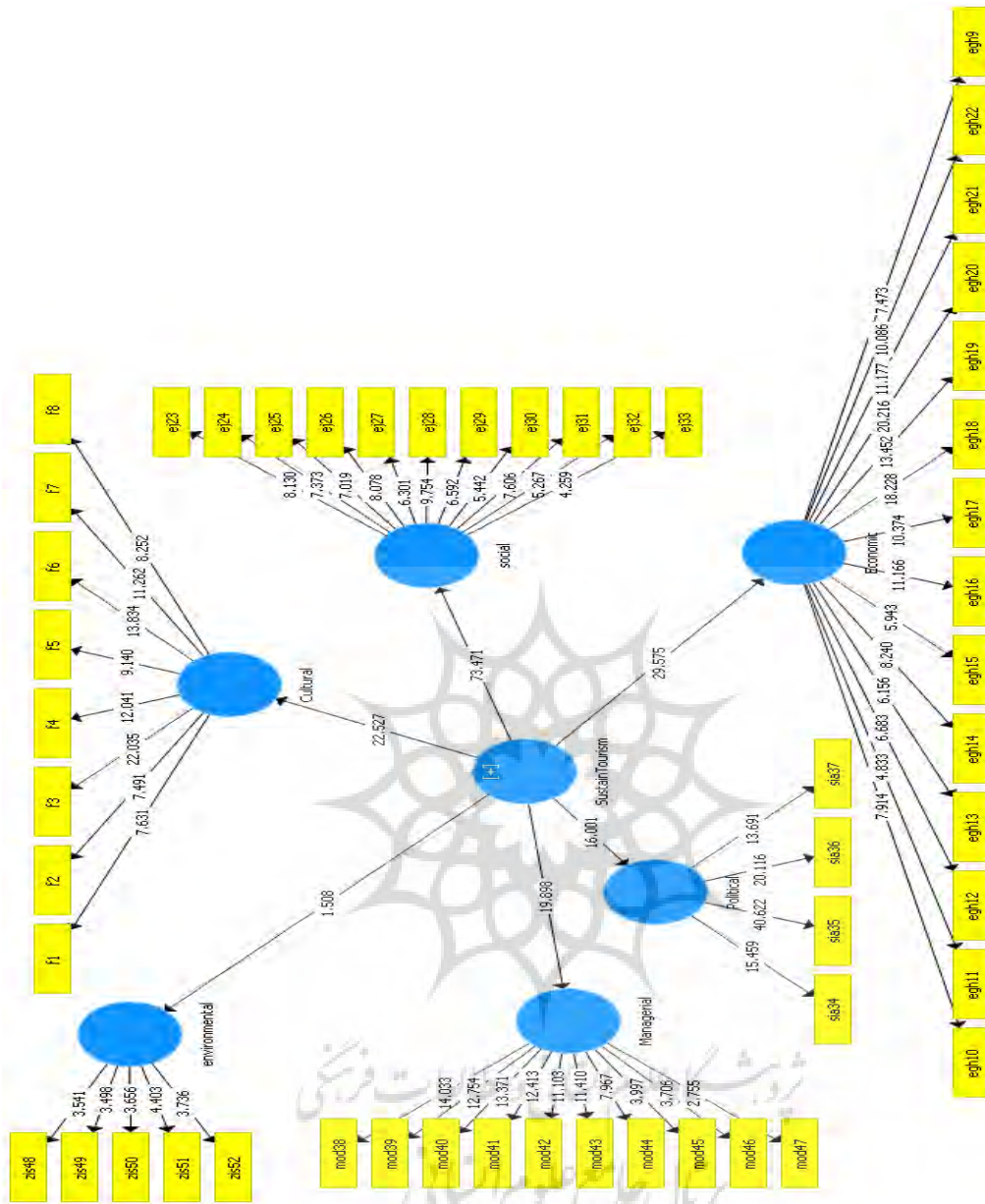
با توجه به جدول فوق مقدار P که برابر با صفر می‌باشد این مقدار از 0.05 کمتر می‌باشد لذا فرض برابری امتیاز تخصیص یافته از سوی پاسخ‌دهندگان به مؤلفه‌های شاخص‌های زیست محیطی برابر نیست و لذا برخی از این مؤلفه‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان بر برخی دیگر رجحان

دارند. در جدول زیر اولویت بندی این مؤلفه ها قابل مشاهده می باشد. با توجه به جدول ۱۵ مشهود است که از نظر پاسخ دهندگان گردشگری فرهنگی شاخص اجتماعی در اولویت اول، سپس شاخص اقتصادی در رتبه دوم، شاخص فرهنگی رتبه سوم، شاخص سیاسی رتبه چهارم، شاخص مدیریتی رتبه پنجم و شاخص زیست محیطی رتبه ششم را دارا می باشند که در جدول ۱۶ نشان داده شده است.

جدول ۱۵- مقادیر آزمون آماره t مربوط به مدل مفهومی (کلی) تحقیق

مقدار P-	آماره t	انحراف معیار (STDEV)	مقادیر میانگین نمونه (M)	مقادیر اصلی نمونه (O)	
0.000	73.471	0.013	0.940	0.937	گردشگری پایدار فرهنگی-اجتماعی
0.000	29.575	0.030	0.891	0.890	گردشگری پایدار فرهنگی-اقتصادی
0.132	1.508	0.173	0.295	0.260	گردشگری پایدار فرهنگی-زیست محیطی
0.000	16.001	0.052	0.838	0.837	گردشگری پایدار فرهنگی-سیاسی
0.000	22.527	0.039	0.877	0.876	گردشگری پایدار فرهنگی-فرهنگی
0.000	19.898	0.041	0.821	0.813	گردشگری پایدار فرهنگی-مدیریتی

همان طور که از مقادیر آماره t و مقدار p-جدول گویا است، شاخص های مؤثر در مدل گردشگری پایدار فرهنگی، دارای مقادیر آماره t بزرگ تر از ۹۶.۱ و مقادیر p-value کوچک تر از ۰.۰۵، است. بنابراین کاملاً مشهود است که مؤلفه های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، مدیریتی شاخص های در این مدل مؤثر می باشد و شاخص زیست محیطی مؤثر نیست.

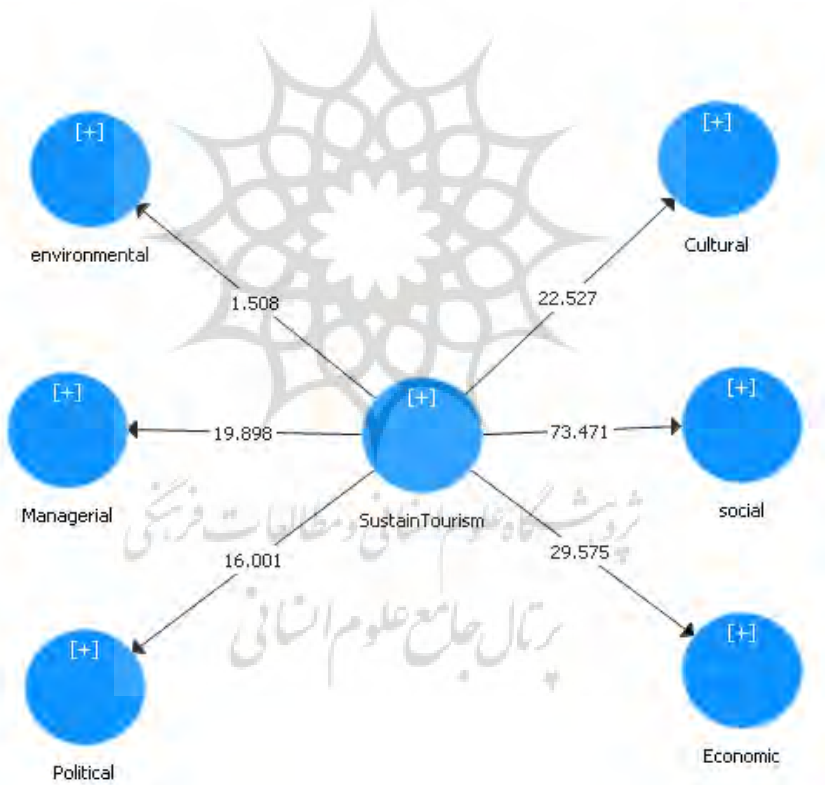


شکل ۱- ضرایب معنی داری مدل ساختاری (کلی)

جدول ۱۶-رتبه شاخص های مدل گردشگری پایدار فرهنگی

رتبه	میانگین رتبه	مؤلفه ها	متغیر
3	3. 43	فرهنگی	Cultural
۲	3. 47	اقتصادی	Economic
۱	3. 60	اجتماعی	Social
4	3. 30	سیاسی	Political
5	2. 89	مدیریتی	Managerial
6	1. 60	زیست محیطی	Cultural

با توجه به جدول فوق عوامل مؤثر در مدل گردشگری پایدار فرهنگی به ترتیب عامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و در آخر عامل مدیریتی دارای اولویت می باشند.



شکل ۲- مقادیر آزمون آماره t مربوط به مدل مفهومی (کلی) تحقیق

نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد شاخص‌های بررسی شده در مدل شامل عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، سیاسی، فرهنگی و مدیریتی بر توسعه گردشگری پایدار فرهنگی به‌طور معنی‌دار تأثیر دارد. از لحاظ شاخص‌های گردشگری فرهنگی، شاخص اجتماعی در اولویت اول، شاخص اقتصادی در رتبه دوم و شاخص فرهنگی در رتبه سوم و سپس شاخص سیاسی رتبه چهارم، شاخص مدیریتی رتبه پنجم و شاخص زیست محیطی در رتبه ششم قرار دارند. همچنین از مؤلفه‌های شاخص اجتماعی در اولویت اول، بر ارائه خدمات زیرمجموعه صنعت گردشگری تأکید شده و پس از آن به ترتیب، ایجاد انگیزه برای ساکنان محلی، به حمایت جامعه میزبان و انعطاف‌پذیری جامعه میزبان متکی می‌باشد. از لحاظ شاخص اقتصادی در اولویت اول بر اشتغال‌زایی، زیرساخت مناسب، توسعه اقتصادی و اثربخشی برنامه توسعه و در نهایت بر بازاریابی متکی است. از بین مؤلفه‌های شاخص فرهنگی نیاز به آموزش، مهارت منابع انسانی، ایجاد پایگاه‌های علمی و آموزشی و حفظ فرهنگ محلی چهار اولویت اول و بقیه شاخص‌ها در اولویت پایین‌تری قرار می‌گیرند. از نظر پاسخ‌دهندگان گردشگری فرهنگی از لحاظ شاخص سیاسی در اولویت اول، بر امنیت تأکید شده و سپس روابط بین‌المللی و نقش حکومت و ذی‌نفعان سیاست آمده است. از لحاظ شاخص مدیریتی در اولویت اول، مدیریت یکپارچه و متخصص سپس برنامه راهبردی، حفاظت و توسعه منابع، برنامه‌ریزی، حمایت دولت و سایر موارد آمده است. از لحاظ شاخص زیست محیطی در اولویت اول، حفاظت و نگهداری محیط زیست است و سپس ایجاد ترافیک در منطقه و سایر موارد به ترتیب آمده است.

پیشنهادات

در راستای بهبود گردشگری پایدار فرهنگی پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:
با توجه به اولویت شاخص‌های مطرح شده در این مدل شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی برای بهبود گردشگری پایدار فرهنگی از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

➤ شاخص‌های اجتماعی

با افزایش خدمات در زیرمجموعه‌های صنعت گردشگری، و ایجاد انگیزه برای ساکنان محلی در مشارکت برنامه‌های گردشگری (مانند برگزاری فستیوال‌های غذای

محلی، بازی‌های محلی، صنایع دستی محلی، پذیرایی به شیوه محلی، لباس‌های محلی، . . .) باعث افزایش انگیزه در ساکنان می‌گردد و حمایت بخش دولتی و خصوصی از جامعه میزبان را طلب می‌کند و در این حین آمادگی لازم در ساکنین در جهت پذیرایی و پذیرش گردشگر را در جامعه میزبان ایجاد می‌نماید.

➤ شاخص‌های اقتصادی

از آنجایی که گردشگری پایدار فرهنگی می‌تواند موجب کارآفرینی و اشتغال‌زایی گردد لذا توسعه و گسترش زیرساخت‌های مناسب صنعت گردشگری موجب توسعه اقتصادی می‌گردد و برای اثربخشی در صنعت گردشگری احتیاج به برنامه‌های توسعه‌ای دارد. لذا می‌بایست برای تدوین این برنامه‌های اثربخش از نیروهای خبره و باتجربه که در این خصوص فعالیت کرده‌اند استفاده نمود.

➤ شاخص‌های فرهنگی

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

➤ شاخص‌های سیاسی

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

➤ شاخص‌های مدیریتی

نیاز به تخصص گرایی، باور به دانش‌محوری و علم‌نگری و برنامه‌ریزی در صورت حمایت همه‌جانبه دولت در زمینه گردشگری دارد. همچنین نیاز به یک برنامه راهبردی یا استراتژیک، نقشه راه روشن و مشخص می‌باشد و نیازمند نگهداری و حفظ آثار تاریخی و فرهنگی ملموس و ناملموس است.

منابع و مأخذ

- ایرانمنش، فرحناز، جهان بین، نیما. (۱۳۹۵)، بررسی نقش و اثرات توسعه ی پایدار در گردشگری شهری، کنفرانس بین‌المللی مهندسی معماری و شهرسازی، ص ۱-۱۵.
- بدری، سیدعلی؛ افتخاری، عبدالرضا رکن الدین (۱۳۸۲)، ارزیابی پایداری: مفهوم و روش، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۹، صص ۹-۳۴.
- تبریزی، نازنین، نقوی، مریم. (۱۳۹۴)، مقایسه تطبیقی استان‌های کلان منطقه شمال ایران با تأکید بر ویژگی‌های ساختاری و امکانات لازم جهت توسعه پایدار گردشگری، ص ۴۹-۶۹.
- جهانبان، منوچهر؛ نادعلی پور، زهرا. (۱۳۸۸). اکو توریسم، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران، ص ۲۷.
- حقیقی، محمد. روشندل اربطانی، طاهر. صالحی، علی، (۱۳۹۴)، بررسی مشکلات و موانع توسعه صنعت گردشگری در شهر اصفهان از دیدگاه گردشگران، ص ۸۶۵-۸۸۰.
- _سرایبی، محمدحسین؛ شمشیری، مسلم. (۱۳۹۲)، بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SWOT، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۴، شماره ۱، ص ۶۹-۸۸.
- سرلک، احمد (۱۳۸۰)، صنعت گردشگری و پنجاه سال برنامه‌ریزی در ایران، ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۵۷-۱۵۸.
- سلیمی سبحان، محمدرضا (۱۳۹۳)، امنیت و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر تهران)، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، سال دوم، شماره هشتم.
- شفیعی، زاهد، فرخیان، فیروزه، رجایی ریزی، محمدعلی و موغلی، مرضیه. (۱۳۹۵)، گردشگری پایدار از تئوری تا تحقق: یک رویکرد انتقادی، فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ooh ایران، شماره ۴۹، ص ۱۵۳-۱۷۱.
- ظهیری نیا، مصطفی؛ نیکخواه، هدایت‌الله. (۱۳۹۴)، بررسی نگرش ساکنان شهر بندرعباس نسبت به تأثیرات گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳۲، ص ۴۳-۶۵.
- نجفی، سمیه؛ آزادی، سیامک، (۱۳۹۱)، اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کار.

- نوابخش، مهرداد؛ بذرافشان، محمد. (۱۳۹۳)، بررسی میزان سنجش توسعه پایدار شهری در شهر شیراز در ۱۰ سال اخیر، مطالعه توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره سوم.
- وحیدی راد، علی عسکر؛ جلیلی فر، آیت؛ فرمانی، خسرو. (۱۳۹۳)، اکو توریسم و نقش آن در توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر یاسوج)، اولین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی، ص ۱-۱۱.
- Currie, C. , & Falconer, P (2014), Maintaining sustainable island destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3), 162-172.
- Ismagilova, Gulnara, Safiullin, Lenar, Gafurov, Ilshat, (2015), Using historical heritage as a factor in tourism development, Elsevier Pub. Page 157.
- Najdeska, Katerina Angelesvka, Rakicevik, Gabriela. (2012), Planning of sustainable tourism development, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 44. Pp 210-220.
- Ozgül, N (1998), *Tourism Corafyasi Ozellikler & Bolgeler*, Istanbul: country Kitabevy.
- Sam Liu, Chih-Hsing, chou, Sheng-Fang, (2016), Tourism strategy development and facilitation of integrative processes among brand equity, marketing and motivation, Elsevier Pub, page 298.
- Sutawa, Gusti Kade, (2012). *Issus on Bali Tourism Development and Community Empowerment to support Tourism Development*. *Procedia Economics and Finance*. 4. Pp 413- 422.
- Verheul, I. (2002), *An Electic Theory of Entrepreneurship*, Tinbergen Institute Discussion Paper institute for Development Strategies University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- WTO. , (1985). Definition of cultural tourism, in Richards, G. (1993), *Cultural tourism in Europe*, in Cooper, C. P. & Lockwood, A. (ed) *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, pp. 131