

شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری در مناطق آزاد تجاری (مطالعه موردی: منطقه آزاد ارس)^۱

حسن قصابی^۱، علی آذر*^۲، علی پناهی^۳

۱ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران
۲ استادیار گروه شهرسازی و معماری، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران
۳ استادیار گروه برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

چکیده

با توجه به مزیت‌های ناشی از توسعه‌ی گردشگری در راستای بهبود وضعیت جامعه‌ی میزبان در ابعاد مختلف، شناسایی پیشران‌ها و نیروهای عمده‌ی تأثیرگذار بر توسعه‌ی این صنعت ضرورتی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. با توجه به اهمیت موضوع، تحقیق حاضر در پی شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری منطقه آزاد ارس می‌باشد. منطقه آزاد ارس به عنوان یکی از مناطق جاذب گردشگر دارای موقعیت استراتژیک در عرصه‌ی ملی و بین‌المللی و همچنین پتانسیل‌های طبیعی، اقتصادی، تاریخی و فرهنگی متعدد می‌باشد. روش تحقیق در مطالعه‌ی حاضر کاربردی با ماهیت توصیفی - تحلیلی است. جامعه‌ی آماری تحقیق نیز شامل مدیران، مسئولان، کارشناسان شهری و نخبگان دانشگاهی منطقه آزاد ارس (۱۴۰۰ نفر) می‌باشد و حجم نمونه بر اساس مدل اصلاح‌شده کوکران ۳۴۰ نفر برآورد شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از مدل حداقل مجذورات جزئی در نرم‌افزار Warp-PLS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در بین پیشران‌های مورد بررسی بیشترین تأثیرگذاری مربوط به پیشران‌های اقتصادی ((EC، مدیریتی ((MA، بازاریابی و تبلیغات ((MAA و آموزش ((ED می‌باشد که به ترتیب ضرایب استخراج شده بر اساس مدل ساختاری تحقیق برای هر کدام ۰/۶۷، ۰/۵۹، ۰/۵۱ و ۰/۴۸ بوده است. از طرف دیگر اثر این پیشران‌ها بر دو بعد توسعه‌ی گردشگری یعنی اقتصادی و کالبدی ((EP و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ((PSC سنجیده شده است که نتایج حاکی از آن است رابطه‌ی معنی‌داری بین پیشران‌ها و مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری در ارس، مدل حداقل مجذورات جزئی، سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. همچنین نتایج آزمون استون - گیسر که برای متغیر پیشران‌های توسعه‌ی گردشگری برابر با ۰/۱۴۲ و برای متغیر توسعه‌ی گردشگری برابر با ۰/۱۳۸ محاسبه شده است، نشان می‌دهد که مدل در نظر گرفته شده، ظرفیت و توان پیش‌بینی لازم را دارد.

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۲۸
تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۱۵

کلید واژه‌ها:

پیشران، توسعه‌ی گردشگری، منطقه آزاد ارس، مدل حداقل مجذورات جزئی.

۱- این مقاله مستخرج از رساله‌ی دکتری نویسنده‌ی اول با عنوان «بررسی نقش مناطق آزاد تجاری - صنعتی در افزایش فعالیت‌های گردشگری با تأکید بر رونق اقتصاد منطقه‌ای (مطالعه موردی منطقه آزاد ارس)» و به راهنمایی نویسنده‌ی دوم و مشاوره‌ی نویسنده‌ی سوم می‌باشد.
* نویسنده‌ی مسئول: (a_azar@iau-maragheh.ac.ir)

مقدمه

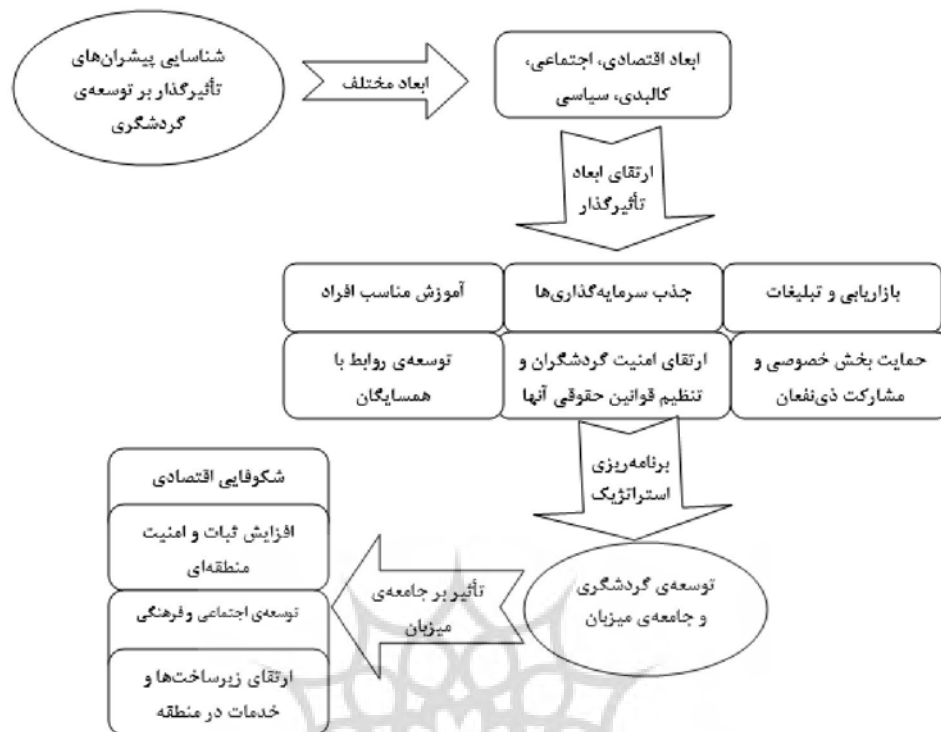
در طی دهه‌های اخیر، صنعت گردشگری از رشد پیوسته‌ای برخوردار بوده است، به طوری که به یکی از بخش‌های اقتصادی با سرعت رشد بالا در جهان تبدیل شده است. در طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۵۰ گردشگری بین‌المللی با نرخ رشد سالانه ۶/۵ درصد، از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۸۰۶ میلیون نفر در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است. این صنعت به‌عنوان یکی از مهمترین فعالیت‌های اقتصادی جهان برای برخی از کشورها و به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت اقتصادی ارزآور برای آنها محسوب می‌شود (قادری، ۱۳۸۸: ۱). همچنین بنابر آمار بانک جهانی، در سال ۲۰۰۰ تعداد گردشگران در سرتاسر جهان بالغ بر ۷۰۱ میلیون نفر بوده و از این جریان گردشگری، مبلغی حدود ۴۷۵ میلیارد دلار به طور مستقیم وارد چرخه‌ی اقتصاد جهان شده است. برخی منابع، درآمد گردشگری را در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۵۵۰ و ۲۰۰۰ میلیارد دلار برآورد کرده‌اند (آریافر، ۲۹:۱۳۸۸)، بدیهی است که با توسعه‌ی این صنعت، آمارهای یاد شده نیز افزایش خواهند یافت. با توجه به موارد بیان شده می‌توان گفت امروزه گردشگری به‌عنوان یک صنعت کلیدی در اقتصاد جهانی به‌منظور توسعه‌ی جوامع محسوب می‌شود (Yao and Fotheringham, 2016:190). ارزش و اهمیت این صنعت تا آن جایی است که سازمان جهانگردی از آن به‌عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنایع دنیا نام برده است (WTO, 2006:1)، به طوری که ۱۰ درصد تولید ناخالص و ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2008:3). از این‌رو امروزه سطح اقتصادی کشورها به توسعه‌ی گردشگری وابسته است که به نوبه‌ی خود می‌تواند (به طور مستقیم یا غیر مستقیم) با افزایش سطح گردشگری ارتقاء یابد (Pratt, 2015:149). توسعه‌ی این صنعت اثرات مثبت مختلفی بر جامعه‌ی میزبان از جمله تنظیم و بهینه‌سازی زیرساخت‌های صنعتی، ایجاد فرصت‌های اشتغال، بهبود کیفیت زندگی (Jin et al, 2018:192)، توسعه‌ی اقتصادی منطقه‌ای و گسترش تجارت بین‌المللی می‌گذارد (Yang and Fik, 2014:145; Qian et al, 2012:153). توسعه‌ی این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه‌ی بین‌المللی و ملی گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را دربر می‌گیرد (Tefler and Sharpley, 2008:80). از این‌رو کشورهای مختلف در تلاشند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub and Joo, 2009:759-770). طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری^۱ (۲۰۱۸) ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی یازدهمین کشور برتر جهان به‌شمار می‌آید و همین جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی گرانبها می‌تواند به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی برای جذب گردشگر در کشور ما باشد. ولی با وجود این، ایران تنها ۰/۱ درصد از درآمد ۵۰۰ میلیارد دلاری گردشگری دنیا را دارد. در کشور ایران علیرغم وجود ۱۲ نوع از ۱۷ نوع اقلیم و آب و هوای جهانی و تعداد ۲۵ اثر ثبت شده‌ی جهانی (۲ اثر طبیعی و ۲۳ اثر فرهنگی) (WTO, 2018:2)، در فهرست میراث جهانی گردشگری متأسفانه باید گفت که درحال حاضر از این صنعت در راستای توسعه‌ی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور به‌نحو بسیار خوبی استفاده نگردیده است. امروزه مناطق آزاد تجاری به‌عنوان مناطق جاذب گردشگر در کشورهای مختلف علی‌الخصوص ایران محسوب می‌گردند. در ایران هر چند ماهیت ابتدایی و اصل پیدایش این مناطق بر اساس مؤلفه‌های اقتصادی شکل گرفته است، اما با توجه به این موضوع که گردشگری در دنیای امروز از بخش‌های عمده و اساسی اقتصاد محسوب می‌شود، گردشگری در مناطق آزاد تجاری و اقتصادی از نقش حیاتی برخوردار است و نمی‌توان از جایگاه مناطق آزاد و نقش و تأثیر گردشگری در توسعه‌ی این مناطق به‌سادگی گذشت. منطقه آزاد تجاری ارس نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با توجه به شرایط ملی و فراملی و حتی اقلیمی و موقعیتی، در زمره مناطقی است که می‌تواند برای گردشگری مفید باشد و اقتصاد منطقه را تحت‌الشعاع قرار دهد. با توجه به اهمیت توسعه‌ی گردشگری، نیاز به برنامه‌ریزی استراتژیک و شناسایی عوامل کلیدی در توسعه‌ی این صنعت با توجه به امکانات و محدودیت‌های بومی احساس می‌گردد. از این‌رو این تحقیق در پی پاسخگویی به سؤال زیر می‌باشد:

- مهمترین پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری در منطقه آزاد ارس کدامند؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری از جمله صنعت‌های رو به گسترش در جهان حاضر است که میزان ارزش افزوده و درآمد حاصل از آن، نقشی عمده در تولید ناخالص ملی و برخورداری شهروندان از معیشت پایدار دارد (هاشمی و حسین‌پور، ۱۳۸۹: ۲۰۸). امروزه این صنعت بخش عمده‌ی اقتصاد جهانی را تشکیل می‌دهد و یکی از بزرگترین صنایع جهان می‌باشد. پیش‌بینی می‌شود که تا سال 2020، تعداد گردشگران بین‌المللی به 1/6 میلیارد نفر برسد و گردش مالی ناشی از آن نیز به بیش از 2 تریلیون دلار در سراسر دنیا افزایش یابد (نظریان و همکاران، ۱۳۹۳: ۵). گردشگری به اشکال مختلفی صورت می‌گیرد، که مهم‌ترین آن‌ها سیاحت داخلی یا درون مرزی، و سیاحت خارجی یا برون‌مرزی و بین‌المللی است (موسایی، ۱۳۹۱: ۲). این صنعت از طریق ترکیب و به‌کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی زیادی را به دنبال دارد (ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۷). همچنین گردشگری یکی از جریان‌های جهانی است که به خوبی بیانگر ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و طبیعی است. بنابراین توسعه‌ی گردشگری و تأمین زیرساخت‌های لازم برای برآوردن انتظارات و خواسته‌های آینده، در سراسر بخش‌ها و سطوح دولتی، به رویکردی یکپارچه نیاز دارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۲). گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده‌ی جریان‌های از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آن‌هاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می‌گذارد. گسترش صنعت گردشگری در مکان‌هایی که پتانسیل بالقوه‌ی جذب گردشگر را دارند می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد در جهت رشد و توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی جوامع میزبان به کار گرفته شود. وجود جاذبه‌ی یک عنصر، لازم و نه کافی در جهت رشد و توسعه‌ی گردشگری محسوب می‌شود، زیرا توسعه‌ی صنعت گردشگری در هر منطقه نیازمند شناسایی دقیق محدوده، ارائه‌ی خدمات و تسهیلات مورد نیاز گردشگران و نیز معرفی در جهت جذب گردشگران می‌باشد. همچنین رشد و گسترش گردشگری منافع متعددی برای جوامع میزبان به همراه دارد که یکی از آنها منافع اقتصادی است. به طور کلی می‌توان گفت که گردشگری از مهمترین فعالیت‌های انسانی معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسانها را دگرگون می‌سازد (محلای، ۱۳۸۰: ۱۳). با توجه به مزایای مختلف توسعه‌ی گردشگری امروزه سرمایه‌گذاری در انواع گردشگری به برنامه‌ی اصلی اکثر کشورهای جهان تبدیل شده است. چنانچه سرمایه‌گذاری‌های اخیر در مناطق آزاد تجاری نیز که با اهداف اقتصادی شکل گرفته‌اند، تأکیدی بسیار بر رونق گردشگری در این مناطق دارند. عوامل مختلفی بر توسعه‌ی گردشگری تأثیرگذارند که روند توسعه‌ی آن را بهبود می‌بخشند و علاوه بر توسعه‌ی گردشگری موجب توسعه‌ی جامعه‌ی میزبان می‌گردند.

با توجه به ادبیات و مبانی نظری تحقیق، همچنین اهداف مدنظر می‌توان مدل مفهومی تحقیق را به شرح شکل شماره ۱ ترسیم کرد. این مدل نشان می‌دهد که شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر گردشگری منطقه آزاد در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و کالبدی و برنامه‌ریزی استراتژیک در راستای ارتقای آنها موجبات توسعه‌ی گردشگری منطقه و در راستای آن توسعه‌ی جامعه‌ی میزبان را به دنبال خواهد داشت.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

منبع: تحقیق حاضر

در راستای موضوع مورد مطالعه، پژوهش‌های متعددی انجام گرفته که هر کدام به نحوی توسعه گردشگری و عوامل مؤثر بر آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. با توجه به مطالعات صورت گرفته تأکید بر عوامل ساختاری مانند مدیریت و مؤلفه‌های غیرساختاری مانند رویدادمحوری در پژوهش‌های پیشین مورد بررسی قرار نگرفته است؛ از این رو این تحقیق به دنبال پر کردن خلأ پژوهشی موجود می‌باشد.

جدول (۱): بررسی پیشینه تحقیق

محقق (محققان)	عنوان یا شرح موضوع	نتایج
جی ^۱ و همکاران (۲۰۱۸)	تأثیرات مناطق آزاد تجاری جدید چین بر توسعه گردشگری هنگ‌کنگ	به طور فزاینده‌ی یکپارچه در مواجهه با اقتصاد جهانی، دولت چین به تدریج مناطق آزاد تجاری (FTZ) کشور را به منظور جذب سرمایه‌گذاری خارجی بیشتر، ارتقاء داده است. از این رو تحقیق حاضر پیشنهاد می‌کند که هنگ‌کنگ باید به دنبال یکپارچگی همسو در پیشرفت‌های چینی، تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری فعلی خود و بهره‌برداری از تجربه‌های مربوط به گردشگری در مناطقی که از توسعه اقتصادی FTZ حمایت می‌کنند، بهره‌بردار.
کاپرا ^۲ (۲۰۱۸)	نقش دولت‌های محلی در دستیابی به توسعه پایدار	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد اکثر دولت‌های محلی در لهستان (۶۲ درصد) اعلام کرده‌اند که توسعه پایدار در برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های مربوط به گردشگری در نظر گرفته شده است. همچنین بیش از سه چهارم

1 - Ji

2 - Kapera

<p>مقام‌های دولت محلی اظهار داشته‌اند که از نظرات ساکنان محلی نیز در استفاده شده است. در عین حال، بیش از ۶۰ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی اظهار نظر کرده‌اند که دولت محلی، از طریق برگزاری کنفرانس‌ها، جلسات و کارگاه‌های آموزشی مناسب، مبادله‌ی دانش و تجربیات در زمینه‌ی توسعه‌ی پایدار را تسهیل نمی‌نماید. مقامات دولتی محلی بر این باور هستند که درگیری‌های مربوط به همکاری در بخش گردشگری، بیشتر نشان دهنده‌ی اختلاف نظر در مورد حفاظت از محیط زیست و توسعه‌ی گردشگری است. با این حال، تحقیقات نشان داده است که وقتی درگیری‌های پایین باشد، کیفیت همکاری بالاتر می‌رود.</p>	<p>گردشگری در لهستان</p>	
<p>نتایج حاکی از آن است که تفاوت توسعه‌ی اقتصاد گردشگری در مناطق توسعه‌یافته و غیر توسعه‌یافته مربوط به زمان بندی مناسب و همچنین عدم تأخیرهای موقتی می‌باشد.</p>	<p>نقش زمان‌بندی مناسب در توسعه‌ی گردشگری منطقه‌ای</p>	<p>جین^۱ و همکاران (۲۰۱۹)</p>
<p>نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که پایداری سازمانی در حوزه‌ی مدیریت گردشگری موجبات رضایت گردشگران را فراهم خواهد آورد. همچنین به نظر می‌رسد ادراک گردشگران از پویایی اقتصادی منطقه‌ی گردشگری بر رضایت آنها تأثیرگذار می‌باشد. درحالی که با توجه به گردشگری فرهنگی رابطه‌ی معناداری بین رضایت و وضعیت محیط زیست منطقه‌ی مورد مطالعه دیده نمی‌شود.</p>	<p>بررسی رابطه‌ی بین رضایت گردشگران و توسعه‌ی پایدار گردشگری فرهنگی در شهر تیگرای اتیوپی^۳</p>	<p>اسملاش و کومار^۲ (۲۰۱۹)</p>
<p>نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عامل اقتصادی مهمترین شاخص در سنجش پایداری گردشگری به شمار می‌رود. همچنین شاخص‌های اقتصادی به عنوان تأثیرپذیرترین شاخص‌ها در سنجش پایداری توسعه‌ی گردشگری، تعیین شده‌اند.</p>	<p>اولویت‌بندی و تعیین روابط بین شاخص‌های سنجش پایداری توسعه‌ی گردشگری</p>	<p>دلشاد و همکاران (۱۳۹۶)</p>
<p>نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تأثیرگذارترین عامل کلیدی در توسعه‌ی گردشگری پایدار شهر کرمان، رقابت‌پذیری است و حذف موانع سفر، گسترش فضاهای ساخته شده‌ی مرتبط با گردشگری، تخریب محیط در نتیجه‌ی ساخت و ساز بیش از حد خانه‌های دوم و مشارکت و همبستگی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند.</p>	<p>شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده‌ی گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی</p>	<p>علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۷)</p>
<p>نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که سه پیشران "صنایع دستی و هنرهای سنتی"، "جاذبه‌های تاریخی" و "سابقه‌ی تاریخی و تمدنی" دارای بیشترین امتیاز و از بین عوامل معنایی "تصویر و ذهنیت شکل گرفته از مقصد"، "میراث فرهنگی ناملموس" و "کیفیت ادراک شده از محیط و زندگی در مقصد شهر اصفهان" دارای کمترین اثرگذاری را در بین عوامل تعیین کننده‌ی حس مکان مقصد گردشگری اصفهان دارا می‌باشند.</p>	<p>شناسایی و سنجش پیشران‌های کلیدی مؤثر در تعیین حس مکان مقاصد گردشگری شهر اصفهان</p>	<p>مولایی و همکاران (۱۳۹۷)</p>
<p>یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته گونه‌های گردشگری و توسعه‌ی گردشگری مورد تأیید قرار گرفته است. بدین صورت که گردشگری تفریحی بیشترین تأثیر را بر</p>	<p>بررسی گونه‌های گردشگری مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری</p>	<p>شهماری و اردجانی و کاموسی</p>

1 - Jin

2 - Asmelash and Kumar

3 - Tigrai, Ethiopia

منطقه آزاد ارس	متغیر گونه‌های گردشگری گذاشته است. بعد از این گونه گردشگری، گونه‌های گردشگری تاریخی، گردشگری طبیعت، گردشگری تجاری و گردشگری شهری بیشترین تأثیر را دارند، کمترین تأثیر نیز مربوط به گونه‌ی گردشگری ماجراجویانه است. همچنین در ارتباط با متغیرهای توسعه‌ی گردشگری، بیشترین تأثیر مربوط به متغیرهای زمینه‌سازی ایجاد فرصت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، افزایش توجه سازمان منطقه آزاد ارس به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری این منطقه و ایجاد تسهیلات در زمینه‌ی صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی است.	علمداری (۱۳۹۸)
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------

منبع: تحقیق حاضر

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر کاربردی با ماهیت توصیفی - تحلیلی است. این پژوهش به دنبال توسعه‌ی دانش در راستای شناسایی پیشران‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری در مناطق آزاد بوده که بر این اساس از مدیران، مسئولان، کارشناسان شهری و نخبگان دانشگاهی منطقه آزاد ارس پرسشگری به عمل آمده است (قابل ذکر است که جامعه‌ی آماری حدوداً ۱۴۰۰ نفر می‌باشد). در خصوص تعیین حجم نمونه هم از قواعد خاص روش حداقل مربعات جزئی (مدل استفاده شده در این تحقیق) پیروی شده است، به گونه‌ای که حجم نمونه مورد نیاز در مدلسازی مسیری روش حداقل مربعات جزئی به طور قابل ملاحظه‌ای کوچکتر از روش معادلات ساختاری مبتنی بر کواریانس است. در این روش که یکی از جدیدترین قواعد انتخاب حجم نمونه را دارد قواعدی را پیشنهاد می‌کند که حجم نمونه باید برابر یا بزرگتر از این موارد باشد: برابر یا بزرگتر از تعداد شاخص‌های سازه‌ای که دارای بیشترین تعداد معرف‌های ترکیبی است (شاخص‌های سازه‌ای در این تحقیق ۲۲ شاخص پنهان و ۱۱ شاخص آشکار می‌باشد که حجم نمونه به مراتب بیشتر می‌باشد)؛ ده برابر بیشترین تعداد مسیرهای ساختاری که به یک سازه‌ی خاص در مدل مسیری داخلی ختم می‌شود (در این تحقیق بیشترین مسیرها به سمت توسعه‌ی گردشگری از طریق پیشران‌ها بوده که شامل ۹ مسیر مستقیم و ۱۸ مسیر غیرمستقیم می‌باشد، بنابراین مجموع آنها ۲۷ مسیر بوده و حجم نمونه بیشتر از ۱۰ برابر این مسیرها می‌باشد) (Henseler et al, 2009: 288; Taherizadeh, 2015: 23). با توجه به قاعده‌ی مدل حداقل مربعات جزئی و با توجه به این نکته که ممکن است تعدادی از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده دارای داده‌های ناهمگون و غیرقابل اعتماد باشند، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۳ به دست آمد که با استفاده از فرمول اصلاح شده‌ی کوکران به تعداد ۳۴۰ تقلیل یافت. در این تحقیق روش نمونه‌گیری بر اساس الگوی گلوله‌برفی می‌باشد. پرسشنامه‌ی تحقیق حاضر با استفاده از گویه‌های جدول شماره (۲) به صورت لیکرت ۵ مقیاسی طراحی شده است.

همچنین در این تحقیق به منظور سنجش اعتبار درونی نیز ابتدا از روش اعتبار محتوا برای افزایش اعتبار پرسشنامه استفاده شده است. در این راستا با استفاده از مقیاس‌های آزمون شده در پژوهش‌های مربوط به موضوع مورد مطالعه و نظرخواهی از اساتید و کارشناسان متخصص در این زمینه گام اول برداشته شد. سپس پرسشنامه‌ی تدوین شده طی دو مرحله‌ی مقدماتی و نهایی تکمیل گردید و با بررسی پاسخ‌های به دست آمده از ۳۰ پرسشنامه‌ی مقدماتی و انجام محاسبات آماری لازم، پرسشنامه‌ی نهایی تدوین گردید. جهت تحلیل و بررسی میزان صحت سؤالات پرسشنامه و سنجش سطح مناسبیت ابزار تحلیل در پژوهش حاضر، با استفاده از روش تحلیل قابلیت اطمینان^۱ ضرایب آلفای تمامی سؤالات محاسبه گردیده است. بر اساس محاسبات صورت گرفته ضرایب آلفای^۲ تمامی سؤالات پرسشنامه بزرگتر از ۰/۶ و همچنین ضریب کل آلفا ۰/۷۸۳ می‌باشد.

1 - Reputation of places
2 - Deep Interview

در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل حداقل مجذورات جزئی در نرم‌افزار Warp-PLS استفاده شده است. همچنین در این قسمت برای سهولت کار تمام متغیرهای موجود در پژوهش کدبندی شده‌اند. در این پژوهش برای هر یک از متغیرهای پیشران‌های توسعه‌ی گردشگری و همچنین توسعه‌ی گردشگری به ترتیب دو گویه مطرح شده که در تجزیه تحلیل حاضر از Q₁ تا Q₂₂ کدبندی شده‌اند.

جدول (۲): متغیرهای تحقیق و کدبندی آنها

پیشران‌های توسعه‌ی گردشگری (PTD)	گویه
آموزش (ED)	سطح اطلاعات و میزان آشنایی مردم با جاذبه‌ها و مسائل گردشگری Q ₁ ، آموزش نحوه‌ی صحیح برخورد افراد فعال در مراکز و اقامت‌گاه‌های گردشگری Q ₂
حمایت بخش خصوصی (PS)	مشارکت مردم در زمینه‌ی راه‌اندازی اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی Q ₃ ، مشارکت بیشتر و آگاهانه‌تر بخش خصوصی در توسعه‌ی زیرساخت‌ها Q ₄
توسعه‌ی روابط با همسایگان (DR)	برقراری ارتباط سالم و خوب با کشورهای همسایه Q ₅ ، ارائه‌ی برنامه‌هایی برای خواهرخواندگی منطقه با مناطق گردشگری مهم همسایه Q ₆
رویدادمحوری (OE)	برگزاری مراسم‌ها و جشنواره‌ها، تئاترهای خیابانی و مراسم‌های مخصوص Q ₇ ، برگزاری مراسم ویژه‌ی مذهبی در اماکن تاریخی و جاذب گردشگر Q ₈
اقتصادی (EC)	جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و بین‌المللی Q ₉ ، تنوع و غنای بخشیدن به اقتصاد محلی (همچون احیاء و رونق صنایع دستی، احیاء و رونق صنایع مشاغل سنتی، پخت غذاهای سنتی و محلی) و همچنین ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی Q ₁₀
اجتماعی (SO)	تحقیق و پیش‌بینی نیازها و ترجیحات گردشگران Q ₁₁ ، مشارکت فعال مردم محلی از مرحله‌ی هدفگذاری تا اجرا Q ₁₂
مدیریتی (MA)	ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های دست‌اندرکار Q ₁₃ ، ایجاد هماهنگی میان نهادها و تشکل‌های مردمی Q ₁₄
امنیت و رعایت حقوق گردشگران (SL)	تنظیم چارچوب قوانین و مقررات حقوقی مشخصی در ارتباط با گردشگران داخلی و خارجی Q ₁₅ ، افزایش نظارت طبیعی و غیرطبیعی و ساماندهی بافت‌های کالبدی مختلف در منطقه به منظور افزایش امنیت گردشگران Q ₁₆
بازاریابی و تبلیغات (MAA)	تبلیغات قوی در فضای مجازی، تولید محتوای بصری و وب‌سایت گردشگری منطقه Q ₁₇ ، تبلیغات مناسب در ورودی‌های منطقه (مانند ایستگاه‌های قطار، فرودگاه و ...)، از طریق تولید بروشورهای معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه Q ₁₈
توسعه‌ی گردشگری (TD)	گویه
اقتصادی - کالبدی (EP)	شکوفایی اقتصادی و افزایش فرصت‌های شغلی Q ₁₉ ، ارتقای زیرساخت‌ها، تسهیلات و خدمات در منطقه Q ₂₀
سیاسی، اجتماعی و فرهنگی (PSC)	رونق دیپلماسی فرهنگی، ترویج و اشاعه‌ی فرهنگ Q ₂₁ ، افزایش امنیت و ثبات منطقه‌ای Q ₂₂

منبع: تحقیق حاضر

تحلیل و تفسیر مدل ساختاری: یک مدل معادلات ساختاری که از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) در حل آن استفاده شده است، می‌بایست در دو مرحله تحلیل و تفسیر شود. ابتدا مدل اندازه‌گیری و سپس مدل ساختاری مورد تحلیل و تفسیر قرار خواهد گرفت. منظور از بررسی مدل اندازه‌گیری، بررسی وزن‌ها و بارهای متغیرهای مکنون و منظور از بررسی مدل ساختاری بررسی ضرایب مسیر میان متغیرهای مکنون است.

تحلیل مدل اندازه‌گیری: در این مرحله، تعیین می‌شود که آیا مفاهیم نظری به درستی توسط متغیرهای مشاهده شده اندازه‌گیری شده‌اند یا خیر. بدین منظور روایی و پایایی آن‌ها بررسی می‌شود. در یک مدل PLS، پایایی هر یک از شاخص‌های^۱ متغیرهای مکنون (سازه‌ها)^۲، سازگار درونی^۳ (پایایی سازه) و همچنین روایی همگرا و روایی افتراقی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

معرفی محدوده‌ی مورد مطالعه: منطقه‌ی آزاد ارس در شمال غرب ایران در نقطه‌ی صفر مرزی در مجاورت با کشورهای آذربایجان و جمهوری خودمختار نخجوان استقرار یافته است. بر اساس مصوبه‌ی هیئت وزیران در سال ۱۳۸۲، محدوده‌ی منطقه‌ی آزاد ارس شامل ۹۷۰۰ هکتار از اراضی منطقه می‌شد که در سال ۱۳۸۷ و با مصوبه‌ی دیگری، محدوده‌ی این منطقه به ۵۱ هزار هکتار شامل بخش‌هایی از دو شهرستان جلفا و کلیبر افزایش یافت. این محدوده‌ی ابلاغی در بخش متصل، محدوده‌ی اصلی را از ۹۷۰۰ هکتار به ۲۰۵۰۰ هکتار افزایش داده است. در سه بخش منفصل نیز قسمتی از شهرستان کلیبر به وسعت ۲۴ هزار هکتار (موسوم به قلی بیگلر)، زمین‌های اطراف سد خداآفرین به وسعت ۶۱۰۰ هکتار و محدوده‌ی گمرک نوردوز (مرز ایران با ارمنستان) به وسعت ۲۴۰ هکتار در مجموع به وسعت ۵۱ هزار هکتار کل محدوده‌ی منطقه‌ی آزاد ارس را تشکیل می‌دهد. این منطقه دارای انواع جاذبه‌های گردشگری می‌باشد که در ادامه به بررسی آن‌ها پرداخته می‌شود. از روستاهای تاریخی و طبیعی منطقه می‌توان به روستای تاریخی و زیبای اشتبین (ماسوله آذربایجان)، روستای سیاحتی - زیارتی زاویه، روستای تاریخی کوردشت، روستای زیبای قشلاق (منطقه‌ی ماهاران) اشاره کرد. همچنین حمام‌های تاریخی منطبق عبارتند از؛ حمام کوردشت و حمام جلفا. امامزاده سید محمدآقا (نوجه مهر)، امامزاده شعیب (دوزال)، امامزاده سید اسماعیل (زاویه)، بقعه‌ی بابا یعقوب، مقبره‌ی حکیم ابولقاسم نباتی، آرامگاه جرجیس پیامبر از جمله آرامگاه و اماکن متبرکه هستند. این منطقه به سبب گذشته تاریخی دارای اقلع متنوعی همچون قلعه‌ی علی بیگ، قلعه‌ی گوهر (گااور)، قلعه‌ی مرزاد (گوور قلعه‌سی)، قلعه‌ی کوردشت می‌باشد. از جاذبه‌های طبیعی و اکوتوریستی این منطقه می‌توان به مناظر طبیعی: آبشار آسیاب، کوه کیامکی و کوه کنتال (کمتال)، جنگل‌های ارسباران، آبشار ماهاران، سد ارس، پناهگاه حیات وحش کیامکی و مراکان اشاره نمود. مضافاً اینکه این منطقه دارای انواع مجتمع‌های تجاری بین‌المللی از جمله ستارخان و برلیان می‌باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1- Indicators

2- Individual reliability of each item for constructs

3-Internal Consistency

<۰/۰۰۱	-۰/۰۶۸	-۰/۲۵۸	-۰/۱۵۶	-۰/۱۴۰	۰/۷۶۲	-۰/۴۱۱	-۰/۰۸۷	-۰/۰۷۹	-۰/۱۵۲	-۰/۲۰۸	-۰/۰۷۳	Q ₁₄
<۰/۰۰۱	۰/۲۴۷	۰/۱۷۲	۰/۱۷۲	۰/۷۲۹	۰/۰۰۴	۰/۳۵۲	۰/۲۵۶	۰/۰۰۸	۰/۲۱۴	۰/۳۰۹	۰/۱۴۵	Q ₁₅
<۰/۰۰۱	-۰/۲۴۷	-۰/۱۷۲	-۰/۱۷۲	۰/۷۲۹	-۰/۰۰۴	-۰/۳۵۲	-۰/۲۵۶	-۰/۰۰۸	-۰/۲۱۴	-۰/۳۰۹	-۰/۱۴۵	Q ₁₆
<۰/۰۰۱	۰/۱۶۴	۰/۰۸۸	۰/۷۱۹	۰/۳۲۵	۰/۱۷۹	۰/۱۲۲	۰/۰۶۴	۰/۱۹۴	۰/۰۸۵	۰/۳۰۱	۰/۰۶۵	Q ₁₇
<۰/۰۰۱	-۰/۱۶۴	-۰/۰۸۸	۰/۷۱۹	-۰/۳۲۵	-۰/۱۷۹	-۰/۱۲۲	-۰/۰۶۴	-۰/۱۹۴	-۰/۰۸۵	-۰/۳۰۱	-۰/۰۶۵	Q ₁₈
<۰/۰۰۱	۰/۳۰۹	۰/۷۴۷	۰/۱۲۲	۰/۲۰۶	۰/۱۸۵	۰/۰۹۶	۰/۲۱۷	۰/۳۶۸	۰/۱۴۵	۰/۱۷۹	۰/۲۳۲	Q ₁₉
<۰/۰۰۱	-۰/۳۰۹	۰/۷۴۷	-۰/۱۲۲	-۰/۲۰۶	-۰/۱۸۵	-۰/۰۹۶	-۰/۲۱۷	-۰/۳۶۸	-۰/۱۴۵	-۰/۱۷۹	-۰/۲۳۲	Q ₂₀
<۰/۰۰۱	۰/۷۳۸	۰/۱۹۷	۰/۲۱۲	۰/۱۳۶	۰/۴۰۱	۰/۳۵۲	۰/۲۹۶	۰/۳۱۷	۰/۰۹۳	۰/۲۷۴	۰/۱۵۵	Q ₂₁
<۰/۰۰۱	۰/۷۳۸	-۰/۱۹۷	-۰/۲۱۲	۰/۱۳۶	-۰/۴۰۱	-۰/۳۵۲	-۰/۲۹۶	-۰/۳۱۷	-۰/۰۹۳	-۰/۲۷۴	-۰/۱۵۵	Q ₂₂

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

همان‌طور که در جدول فوق ملاحظه می‌شود تمامی مقادیر سنج‌های مرتبط با متغیر مکنون که پررنگ شده است، بالاتر از ۰/۵ است. بنابراین می‌توان گفت مدل اندازه‌گیری از پایایی کافی در زمینه‌ی شاخص‌های مکنون برخوردار است.

پایایی سازه (سازگاری درونی)

برای اندازه‌گیری این پایایی، شاخص پایایی ترکیبی در مدل PLS ارائه می‌شود. این شاخص بر اساس ضریب آلفای کرونباخ محاسبه می‌شود. مقدار این شاخص باید بزرگتر یا مساوی ۰/۷ باشد. جدول شماره ۴ مقدار پایایی سازه را برای هر یک از متغیرهای مکنون نشان می‌دهد.

جدول (۴): پایایی سازه‌های متغیرهای مکنون

متغیر مکنون	ED	PS	DR	OE	EC	SO	MA	SL	MAA	EP	PSC
پایایی ترکیبی	۰/۷۴۶	۰/۷۵۱	۰/۷۸۳	۰/۷۱۵	۰/۷۴۵	۰/۷۴۱	۰/۷۵۳	۰/۷۶۵	۰/۷۲۴	۰/۷۶۳	۰/۷۶۲
آلفای کرونباخ	۰/۷۲۸	۰/۷۳۶	۰/۷۲۶	۰/۷۳۹	۰/۷۴۵	۰/۷۲۴	۰/۷۱۴	۰/۷۳۹	۰/۷۰۹	۰/۷۴۴	۰/۷۴۲

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر پایایی ترکیبی، بالاتر از ۰/۷ محاسبه شده است. مقدار آلفای کرونباخ نیز در جدول شماره ۴ نشان داده شده و ملاحظه می‌شود که این ضرایب نیز همگی بالاتر از ۰/۷ هستند بنابراین مدل اندازه‌گیری از پایایی سازه‌ی مناسبی برخوردار است.

روایی همگرا

روایی همگرا در مدل PLS توسط معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

جدول (۵): روایی همگرای سازه‌های (متغیرهای مکنون)

متغیر مکنون	ED	PS	DR	OE	EC	SO	MA	SL	MAA	EP	PSC
روایی همگرا	۰/۷۳۲	۰/۷۱۸	۰/۶۲۲	۰/۶۹۱	۰/۷۶۳	۰/۵۸۱	۰/۷۱۹	۰/۵۴۸	۰/۶۸۵	۰/۷۶۲	۰/۶۲۹
پایایی ترکیبی	۰/۷۳۲	۰/۷۱۸	۰/۶۲۲	۰/۶۹۱	۰/۷۶۳	۰/۵۸۱	۰/۷۱۹	۰/۵۴۸	۰/۶۸۵	۰/۷۶۲	۰/۶۲۹

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

با توجه به جدول شماره ۵ تمامی مقادیر میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۵ بیشتر بوده و بنابراین مدل اندازه‌گیری از روایی همگرای مناسب برخوردار است.

روایی افتراقی

برای ارزیابی اعتبار افتراقی باید بررسی شود که آیا میزان میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای یک سازه (متغیر مکنون)، بیشتر از توان دوم همبستگی میان آن سازه و سازه‌های دیگر مدل است یا خیر.

جدول (۶): اعتبار افتراقی سازه‌ها (متغیرهای مکنون)

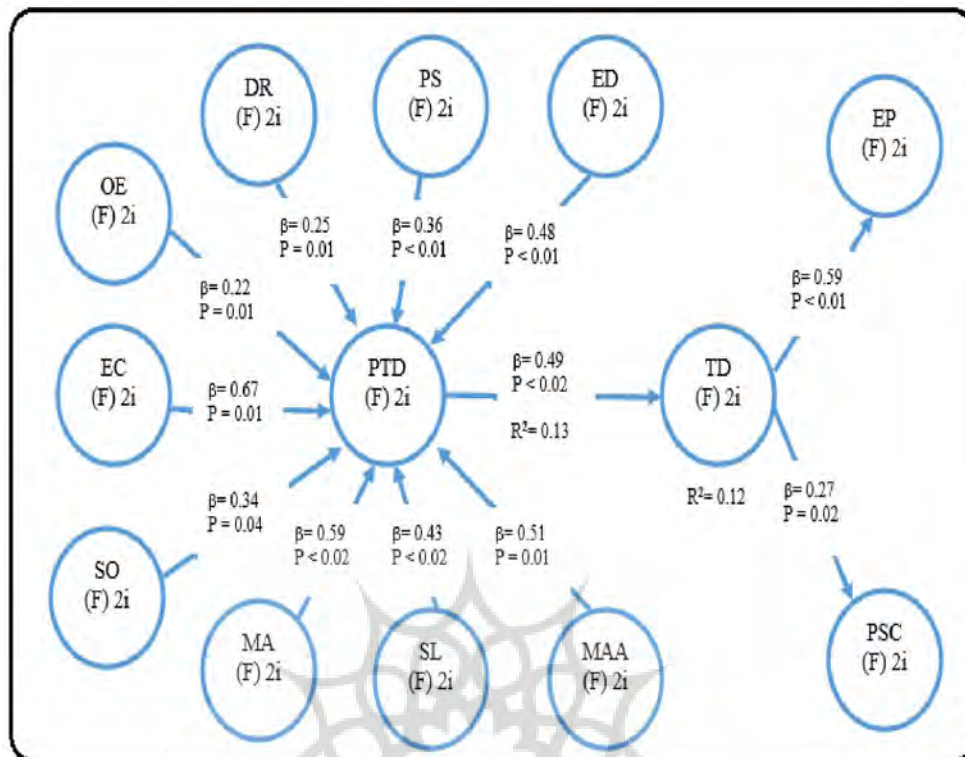
سازه		سازه									
PSC	EP	MAA	SL	MA	SO	EC	OE	DR	PS	ED	
۰/۱۹۷	۰/۱۵۶	۰/۴۵۲	۰/۳۰۱	۰/۵۴۱	۰/۶۲۹	۰/۰۹۳	۰/۳۶۹	۰/۱۹۳	۰/۴۲۳	۰/۷۶۳	ED
۰/۴۸۵	۰/۱۸۴	۰/۶۴۳	۰/۲۲۶	۰/۳۷۶	۰/۱۹۴	۰/۲۵۵	۰/۱۷۵	۰/۲۲۹	۰/۷۴۹	۰/۵۲۱	PS
۰/۶۰۳	۰/۵۰۵	۰/۲۴۵	۰/۲۱۷	۰/۲۱۶	۰/۲۳۰	۰/۳۱۹	۰/۰۶۷	۰/۷۳۴	۰/۲۵۰	۰/۳۱۸	DR
۰/۲۵۵	۰/۲۳۸	۰/۲۵۲	۰/۲۴۵	۰/۱۶۹	۰/۳۶۹	۰/۳۵۶	۰/۷۷۲	۰/۲۵۳	۰/۱۷۸	۰/۳۷۲	OE
۰/۳۷۱	۰/۳۷۴	۰/۴۱۱	۰/۳۴۲	۰/۲۰۱	۰/۴۲۶	۰/۷۵۸	۰/۵۶۹	۰/۲۶۵	۰/۱۳۹	۰/۴۱۶	EC
۰/۴۶۹	۰/۲۴۹	۰/۳۴۵	۰/۲۵۸	۰/۲۳۱	۰/۷۴۲	۰/۴۱۲	۰/۶۴۱	۰/۴۲۰	۰/۲۷۳	۰/۲۶۷	SO
۰/۰۸۶	۰/۱۷۶	۰/۵۶۳	۰/۲۴۵	۰/۷۳۶	۰/۲۰۲	۰/۳۱۴	۰/۲۳۹	۰/۱۱۸	۰/۲۲۷	۰/۳۱۲	MA
۰/۱۴۳	۰/۰۸۹	۰/۳۷۶	۰/۷۱۴	۰/۳۴۷	۰/۳۱۹	۰/۳۷۷	۰/۴۲۵	۰/۳۶۱	۰/۴۰۸	۰/۴۵۸	SL
۰/۳۶۴	۰/۳۰۸	۰/۷۳۳	۰/۱۹۲	۰/۳۴۷	۰/۲۶۲	۰/۱۷۴	۰/۳۲۱	۰/۵۰۳	۰/۲۷۷	۰/۳۷۱	MAA
۰/۲۹۰	۰/۷۶۴	۰/۱۱۹	۰/۲۸۴	۰/۲۷۰	۰/۴۶۱	۰/۵۰۲	۰/۱۸۷	۰/۲۴۹	۰/۱۷۵	۰/۰۹۴	EP
۰/۷۵۸	۰/۲۷۹	۰/۵۱۴	۰/۴۳۱	۰/۱۸۲	۰/۲۹۸	۰/۲۷۵	۰/۳۸۱	۰/۴۷۳	۰/۰۹۶	۰/۳۰۵	PSC

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مقادیر قطر اصلی در جدول فوق نشان دهنده‌ی ریشه‌ی دوم AVE و سایر مقادیر نیز نشان دهنده‌ی همبستگی میان سازه‌ها هستند. ملاحظه می‌شود که تمامی سازه‌ها با شرایط مورد نظر مطابقت دارند بنابراین می‌توان بیان کرد که سازه‌ها از اعتبار افتراقی برخوردارند. همان‌گونه که در جدول شماره ۶ مشخص است، عناصر روی قطر اصلی دارای مقادیری بیشتری نسبت دیگر مقادیر هستند.

تحلیل مدل ساختاری

در شکل ۳ که تحلیل مدل ساختاری را نشان می‌دهد، ضرایب هر یک از مسیرها به نمایش در آمده است. هر یک از ضرایب در صورتی قابل قبول است که مقدار P-values آن کمتر از ۰/۰۵ باشد. جدول شماره ۷، P-values مربوط به هر یک از مسیرها را ارائه داده است.



شکل (۳): مدل ساختاری تحقیق

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

جدول (۷): معناداری ضرایب مسیر

نتیجه	P-values	ضریب مسیر	مسیر
تایید	۰/۰۰۶	۰/۴۸۳	PTD ← ED
تایید	۰/۰۰۹	۰/۳۶۴	PTD ← PS
تایید	۰/۰۱۲	۰/۲۵۲	PTD ← DR
تایید	۰/۰۱۴	۰/۲۲۴	PTD ← OE
تایید	۰/۰۱۳	۰/۶۶۹	PTD ← EC
تایید	۰/۰۴۲	۰/۳۴۱	PTD ← SO
تایید	۰/۰۱۸	۰/۵۸۸	PTD ← MA
تایید	۰/۰۱۶	۰/۴۲۷	PTD ← SL
تایید	۰/۰۱۱	۰/۵۱۴	PTD ← MAA
تایید	۰/۰۱۷	۰/۴۸۷	TD ← PTD
تایید	۰/۰۰۸	۰/۵۹۲	EP ← TD
تایید	۰/۰۲۴	۰/۲۷۳	PSC ← TD

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

جدول شماره ۷ مقدار تأثیرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد، همانطوری که قابل مشاهده است اثرگذاری متغیرهای مورد بررسی معنی‌دار بودن رابطه‌ی بین پیشران‌ها و توسعه‌ی گردشگری را در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار می‌دهد. همچنین همه‌ی ۹ مورد از پیشران‌های مورد بررسی رابطه‌ی معنی‌داری با توسعه‌ی گردشگری در سطح اطمینان ۹۵ درصد

دارند که در بین پیشران‌های مورد بررسی بیشترین تأثیرگذاری مربوط به پیشران‌های اقتصادی (EC)، مدیریتی (MA)، بازاریابی و تبلیغات (MAA) و آموزش (ED) می‌باشد که به ترتیب ضرایب استخراج شده بر اساس مدل ساختاری تحقیق برای هر کدام ۰/۶۷، ۰/۵۹، ۰/۵۱ و ۰/۴۸ بوده است. از طرف دیگر سنجش این پیشران‌ها بر دو بعد توسعه‌ی گردشگری یعنی اقتصادی و کالبدی (EP) و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی (PSC) سنجیده شده است که نتایج حاکی از آن است رابطه‌ی معنی‌داری بین پیشران‌ها و مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. همچنین ضرایب حاصل از مدل ساختاری برای این دو مؤلفه به ترتیب ۰/۵۹ و ۰/۲۷ می‌باشد.

جدول (۸): ضرایب تعیین متغیرهای وابسته

R ²	شاخص متغیرهای وابسته
۰/۱۳۴	PTD
۰/۱۲۱	TD

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

قدرت پیش‌بینی مدل طراحی شده با استفاده از مقدار ضریب، برای متغیرهای وابسته تحلیل می‌شود، مقادیر بزرگتر یا مساوی ۰/۱ را برای ضریب تعیین قید کرده‌اند. با توجه به جدول شماره ۸ می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری تحقیق حاضر از قدرت کافی برخوردار است در این مدل ۱۳/۴ درصد از واریانس متغیر پیشران‌های توسعه‌ی گردشگری را متغیرهای وارد شونده بر آن توجیه می‌کند.

جدول (۹): آزمون استون - گیسر

Q ²	شاخص متغیرهای وابسته
۰/۱۴۲	PTD
۰/۱۳۸	TD

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

بر اساس آزمون استون - گیسر، چون مقادیر آزمون گیسر بالاتر از صفر محاسبه شده است نشان می‌دهد که مدل در نظر گرفته شده، ظرفیت و توان پیش‌بینی لازم را دارد. ضریب آزمون استون - گیسر برای متغیر پیشران‌های توسعه‌ی گردشگری برابر با ۰/۱۴۲ و برای متغیر توسعه‌ی گردشگری برابر با ۰/۱۳۸ است.

بحث و نتیجه‌گیری

منطقه آزاد تجاری ارس دارای انواع پتانسیل‌های گردشگری طبیعی، تاریخی، مذهبی، تجاری و ... بوده و در شمال غرب ایران (نقطه‌ی صفر مرزی)، در مجاورت با کشورهای آذربایجان و جمهوری خودمختار نخجوان استقرار یافته است. با توجه به پتانسیل‌های موجود در منطقه آزاد ارس، برنامه‌ریزی مناسب و استراتژیک در ابعاد مختلف می‌تواند موجب رونق گردشگری در این منطقه گردد. با توجه به وضعیت موجود و نتایج مستخرج از تحقیق می‌توان عنوان کرد توسعه‌ی گردشگری در منطقه آزاد ارس ناشی از ارتقای مؤلفه‌های مختلف می‌باشد که در وهله‌ی اول تأکید بر مؤلفه‌های اقتصادی (با ضریب ۰/۶۷ بر اساس مدل ساختاری)، مانند جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و بین‌المللی، مؤلفه‌های مدیریتی (با ضریب ۰/۵۹)، همچون ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های دست‌اندرکار، مؤلفه‌های تبلیغات و بازاریابی (با ضریب ۰/۵۱)، از جمله تبلیغات قوی در فضای مجازی، تولید محتوای بصری و وب‌سایت گردشگری منطقه، و مؤلفه‌های آموزشی (با ضریب ۰/۴۸)، مانند ارتقای سطح اطلاعات و میزان آشنایی مردم با جاذبه‌ها و مسائل گردشگری و آموزش نحوه‌ی صحیح برخورد افراد فعال در مراکز و اقامت‌گاه‌های گردشگری می‌باشد. در وهله‌ی دوم نیز تأکید بر مؤلفه‌های امنیت و رعایت حقوق گردشگران (با ضریب ۰/۴۳)، مانند تنظیم چارچوب قوانین و مقررات حقوقی مشخصی در

ارتباط با گردشگران داخلی و خارجی، مؤلفه‌های حمایت بخش خصوصی (با ضریب ۰/۳۶)، همچون مشارکت بیشتر و آگاهانه‌تر بخش خصوصی در توسعه زیرساخت‌ها، مؤلفه‌های اجتماعی (با ضریب ۰/۳۴)، همچون تحقیق و پیش‌بینی نیازها و ترجیحات گردشگران، مشارکت فعال مردم محلی از مرحله هدفگذاری تا اجرا، مؤلفه‌ی توسعه‌ی روابط با همسایگان (با ضریب ۰/۲۵)، مانند برقراری ارتباط سالم و خوب با کشورهای همسایه، ارائه‌ی برنامه‌هایی برای خواهرخواندگی منطقه با مناطق گردشگری مهم همسایه، و همچنین مؤلفه‌ی رویدادمحوری (با ضریب ۰/۲۲)، از جمله برگزاری مراسم‌ها و جشنواره‌ها، تئاترهای خیابانی و مراسم‌های مخصوص، و برگزاری مراسم ویژه‌ی مذهبی در اماکن تاریخی و جاذب گردشگر می‌باشد.

به‌عبارتی برنامه‌ریزی مناسب در ابعاد ذکر شده با اولویت استخراج شده یعنی ابتدا عوامل کلان و ساختاری (مانند مدیریتی و اقتصادی) و سپس عوامل غیرساختاری (مانند رویدادمحوری)، روند توسعه‌ی گردشگری را بهبود بخشیده و موجبات رونق و شکوفایی منطقه را فراهم خواهد آورد که از آن جمله می‌توان به شکوفایی اقتصادی و افزایش فرصت‌های شغلی، ارتقای زیرساخت‌ها، تسهیلات و خدمات در منطقه، رونق دیپلماسی فرهنگی، ترویج و اشاعه‌ی فرهنگ و افزایش امنیت و ثبات منطقه‌ای اشاره کرد.

از طرفی مقایسه‌ی تحقیق حاضر با مطالعات پیشین حاکی از تفاوت‌ها و شباهت‌هایی در اهداف و نتایج حاصله می‌باشد. چنانچه نتایج تحقیق حاضر با نتایج پژوهش‌های علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، در راستای تأثیر رویکرد مشارکت و دلشاد و همکاران (۱۳۹۶)، تأثیر شاخص‌های اقتصادی بر توسعه‌ی گردشگری مورد تأیید بوده است. همچنین مقایسه‌ی نتایج با مطالعات جی و همکاران (۲۰۱۸) و کاپرا (۲۰۱۸) نیز تأییدی بر تأثیر عوامل کلان ساختاری همچون مدیریت و یکپارچگی آن بر توسعه‌ی گردشگری بوده است. درحالی که تأکید مطالعات مولایی و همکاران (۱۳۹۷) و شهماری اردجانی و کاموسی علمداری (۱۳۹۸) بر تأثیر انواع گونه‌های گردشگری همچون تاریخی و تفریحی و حس مکان مقاصد گردشگری بر توسعه‌ی گردشگری می‌باشد.

با توجه به نتایج استخراج شده می‌توان عنوان کرد که راهبرد توسعه‌ی گردشگری منطقه آزاد ارس رویکرد ترکیبی و سیستمی با تأکید بر ابعاد و معیارهای مختلف می‌باشد. بدین صورت که می‌توان با بازاریابی و تبلیغات مناسب روند جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و همچنین جذب گردشگر را بهبود بخشید و از طرف دیگر با تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی، مشارکت تمامی ذی‌نفعان، آموزش مناسب افراد درگیر با صنعت گردشگری، شکل‌گیری مدیریت یکپارچه، تنظیم قوانین و مقرراتی در حوزه‌ی گردشگری و توسعه‌ی روابط با همسایگان موجبات توسعه‌ی گردشگری منطقه را فراهم آورد. همچنین راهکارهای اجرایی به‌منظور دستیابی به این اهداف به شرح زیر می‌باشند:

- از نظر اقتصادی سازمان‌های اداره کننده‌ی منطقه توانایی حمایت از انواع پروژه‌های گردشگری را دارا نمی‌باشند؛ بنابراین با ارائه‌ی بسته‌های حمایتی و تشویقی به سرمایه‌گذاران می‌توانند علاوه بر بهبود و کیفیت زیرساخت‌های منطقه، موجبات توسعه‌ی گردشگری را فراهم نمایند.
- یکی از مشکلات عمده در منطقه عدم وجود برند متناسب با گردشگری منطقه می‌باشد که به نحوی ناشی از ضعف مدیریتی و همچنین بازاریابی و تبلیغات نامناسب بوده است. بنابراین به‌کارگیری مدیران مستعد و توانا در عرصه‌ی گردشگری و همچنین ارائه‌ی تبلیغات قوی در فضای مجازی و برندسازی گردشگری منطقه می‌تواند راه‌گشا باشد.
- از مسائل و مشکلات دیگر در منطقه می‌توان به عدم شناخت نیازها و ترجیحات گردشگران اشاره کرد. این امر ناشی از به‌کارگیری افراد ناآگاه و سودجو در مراکز گردشگری می‌باشد. در این راستا به‌کارگیری افراد فعال و آگاه با سطح اطلاعات مناسب در مراکز گردشگری به عنوان راهنما و همچنین نیازسنجی ترجیحات گردشگران احساس می‌شود.
- بهره‌گیری از نیروهای بومی مستعد و متعهد در مراکز گردشگری و آموزش مناسب آنها در نحوه‌ی برخورد با گردشگران با توجه به تجربیات موفق ملی و بین‌المللی.

- تنظیم چارچوب قوانین و مقررات حقوقی مشخصی در ارتباط با گردشگران به منظور رعایت حقوق و امنیت آنها در منطقه.



منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی و آقاسی‌زاده، عبدالله (۱۳۸۸). تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه‌ی ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، سال اول، شماره اول، صص ۱۰۷-۱۲۸.
۲. آریافر، کاظم (۱۳۸۸). *امکان‌سنجی تأسیس ژئوپارک در استان لرستان با استفاده از روش AHP*، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد شهرسازی، به راهنمایی کرامت‌الله زیاری، دانشگاه آزاد واحد قزوین.
۳. دلشاد، علی؛ ابوهاشم آبادی، فرزانه و قاسمیان صاحبی، ایمن (۱۳۹۶). اولویت‌بندی و تعیین روابط بین شاخص‌های سنجش پایداری توسعه‌ی گردشگری، *مطالعات مدیریت گردشگری*، دوره‌ی ۱۲، شماره ۳۹، صفحه ۷۳-۹۴.
۴. شهماری اردجانی، رفعت و کاموسی علمداری، جواد (۱۳۹۸). بررسی گونه‌های گردشگری مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری منطقه آزاد ارس، *گردشگری شهری*، دوره‌ی ۶، شماره ۱، صص ۳۳-۴۶.
۵. علی‌اکبری، اسماعیل؛ پوراحمد، احمد و جلال آبادی، لیلا (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده‌ی گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی، *گردشگری و توسعه*، دوره‌ی ۷، شماره ۱۴، صفحه ۱۵۶-۱۷۸.
۶. قادری، اسماعیل (۱۳۸۸). *بررسی اجمالی وضعیت صنعت جهانگردی کشور، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی*، دفتر مطالعات فرهنگی، شماره مسلسل: ۱۰۰۰۲، کد موضوعی: ۲۷۰.
۷. کریمی، بهرام؛ قاسمی وسمه‌جانی، ابوطالب و قربانی، مهرداد (۱۳۹۸). واکاوی و تبیین کاستی‌ها و چالش‌های مناطق نمونه‌ی گردشگری، *برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری*، سال هشتم، شماره‌ی ۲۸، صص ۷۰-۸۸.
۸. محلاتی، صدرالدین (۱۳۸۰). *درآمدی بر جهانگردی*، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۹. موسایی، میثم (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران، *پژوهشنامه‌ی بازرگانی*، سال ۸، شماره ۳۲، صص ۲۲۵-۲۴۴.
۱۰. مولایی، احمدرضا؛ صنایعی، علی و انصاری، آذرنوش (۱۳۹۷). شناسایی و سنجش پیشران‌های کلیدی مؤثر در تعیین حس مکان مقاصد گردشگری مطالعه موردی: شهر اصفهان، *برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری*، سال هفتم، شماره‌ی ۲۶، صص ۵۲-۶۷.
۱۱. نظریان، اصغر؛ کاکوان، رضا و زال‌نژاد، کاوه (۱۳۹۳). دگراندیشی پیرامون توریسم پایدار، *مدیریت شهری*، سال سوم، شماره ۲۶-۲۷، صص ۱-۱۵.
۱۲. هاشمی، مناف و حسین‌پور، سیدعلی (۱۳۸۹). بازمینی و ارزیابی اثرات گردش‌پذیری روستایی در رویکرد فراتحلیل، *مدیریت شهری*، شماره ۲۶، صص ۲۰۷-۲۲۴.
13. Asmelash, A, G. and S, Kumar, (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia, *Heliyon*, 5 (3), pp: 1-31.
14. Henseler, J., Ringle, C. M., and R, R, Sinkovics, (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing, *Advances in International Marketing*, 20, pp: 277-320.
15. Ji, M, Li, M, and B, King, (2015). The Impacts of China's new free-trade zones on Hong Kong tourism, *Journal of Destination Marketing & Management*, 4 (4), pp: 203-205.
16. Jin, C, Xu, J, and Z, Huang, (2019). Spatiotemporal analysis of regional tourism development: A semiparametric Geographically Weighted Regression model approach, *Habitat International*, 87, pp: 1-10.
17. Jin, C., Cheng, J., Xu, J., & Z, Huang, (2018). Self-driving tourism induced carbon emission flows and its determinants in well-developed regions: A case study of Jiangsu province, China. *Journal of Cleaner Production*, 186, pp: 191-202.

18. Kapera, I (2018). Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland, **Sustainable Cities and Society**, 40, pp: 581-588.
19. Pratt, S. (2015). The economic impact of tourism in SIDS. **Annals of Tourism Research**, 52, 148–160.
20. Qian, J., Feng, D., and H, Zhu, (2012). Tourism-driven urbanization in China's small town development: A case study of Zhapo Town, 1986–2003. **Habitat International**, 36 (1), pp: 152–160.
21. Rosentraub M. S., and M, Joo, (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions? **Tourism Management**, 30 (2), pp: 759–770.
22. Taherizadeh, K (2015). **Investigation security chain agility effects on organization profitability**; Administrative management M.A. thesis by supervising of Dr. Mohammad Khodabakhshi; Accounting & Mngement faculty; Shahid Beheshti University.
23. Telfer, D. and R, Sharpley, (2008). **Tourism and Development in the Developing World**, Routledge, New York.
24. UNWTO (2008). **World Tourism Barometer**. 6 (2). Madrid: United Nations World Tourism Organization World Tourism Organization Madrid, Spain.
25. World Tourism Organization (2006). **Tourism 2020 Vision**. WTO Publication Unit, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
26. World Tourism Organization (WTO) (2012). **Tourism 2020 Vision**, 6, south Asia, Madrid, Spain, Dibe, s.i.
27. Yang, Y, and T, Fik, (2014). Spatial effects in regional tourism growth. **Annals of Tourism Research**, 46, 144–162.
28. Yao, J., and A. S, Fotheringham, (2016). Local spatiotemporal modeling of house prices: A mixed model approach. **The Professional Geographer**, 68 (2), pp: 189–201.