

## شناسایی و بررسی عوامل تأثیرگذار بر گردشگری در ایران

پریسا بهمنی<sup>۱</sup>، فرشید نامامیان<sup>۲\*</sup>

۱ مربی، عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، ایران  
۲ استادیار، عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، ایران

### چکیده

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگ ترین صنایع خدماتی جهان از لحاظ درآمدزایی تبدیل شده است. گسترش صنعت گردشگری افزون بر تأثیر به سزایی که بر ابعاد وسیع اقتصادی چون ایجاد فرصت های شغلی، درآمدزایی، کاهش فقر و افزایش رفاه در جامعه دارد؛ در ابراز هویت ملی، ایجاد امنیت اجتماعی و گسترش عدالت اجتماعی در جامعه نیز نقش چشم گیری دارد. نگارنده، در پژوهش حاضر به دنبال بررسی چگونگی تأثیرگذاری زیر ساخت ها بر عوامل امنیتی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، آلودگی زیست محیطی، خدمات رفاهی- بهداشتی و تأثیرات متقابل این عوامل بر یکدیگر بوده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و با تأکید بر استراتژی ترکیبی از نوع اکتشافی متوالی است. بر این اساس، در ابتدا به روش ساختاری تفسیری ابعاد و سطوح شناسایی رتبه بندی شد و سپس کمی (پیمایشی) اجرا شده است. بنا بر این محقق با توجه به تکنیک ساختاری تفسیری (ISM) متغیرها را بر اساس نظر خبرگان به ترتیب در ۴ سطح طبقه بندی کرد؛ به این ترتیب که در بالاترین سطح (سطح اول) ابعاد آلودگی زیست محیطی و خدمات رفاهی - بهداشتی قرار گرفته است که دارای کمترین نفوذ به سایر عوامل می باشد و در پایین ترین سطح (سطح چهارم) زیرساخت که همانند سنگ زیر بنایی مدل عمل می کند قرار دارد. لذا بروز توسعه در اقتصاد گردشگری از این متغیر شروع شده و به سایر متغیرها سرایت می کند. جامعه آماری، شامل تمام مسافران و کارشناسان گردشگری و خبرنگاران بوده و از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای و درون طبقات تصادفی ساده استفاده شده است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان محاسبه شده و بنابر این، نمونه ۳۸۴ نفری در نظر گرفته شده است. نتایج بخش کیفی نشان می دهد که شاخص زیرساخت و عوامل امنیتی بیش ترین نفوذ را نسبت به متغیرهای دیگر نشان می دهند و آلودگی زیست محیطی و خدمات رفاهی بهداشتی نیز بیش ترین قدرت وابستگی را نسبت به متغیرهای دیگر نشان می دهند. یافته های کمی تحقیق نشان دهنده تأیید فرضیات پژوهش است. از جمله این که زیرساخت ها با ضریب اثر ۰/۹۴ بیش ترین تأثیر را روی عوامل امنیتی دارد و عوامل اقتصادی با ضریب اثر ۰/۲۳ کمترین اثر را روی آلودگی زیست محیطی دارند.

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۳۰  
تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۶/۰۳

### کلید واژه ها:

گردشگری، روش ترکیبی، ابعاد گردشگری، عوامل تأثیرگذار

### مقدمه

در طول نیم قرن گذشته، گردشگری به عنوان فعالیتی اقتصادی و اجتماعی، رشد و توسعه چشمگیری داشته است (شارپلی، ۲۰۰۹: ۱). گردشگری فعالیتی پیچیده و در حال گسترش است که نوش دارویی مؤثر برای رونق بخشیدن به وضعیت معیشت، اشتغال و فرهنگ کشورها محسوب می شود (کاجنیواسکا، ۲۰۱۵: ۵۰۱). گردشگری با رشد تعداد گردشگران و

\*نویسنده مسئول farshidnamamian@gmail.com

افزایش هزینه کرد آنها همراه است و پیش بینی می شود که این شرایط در آینده نیز ادامه یابد (دویر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶: ۲۹). در ۵۰ سال اخیر گردشگری به یکی از بزرگ ترین بخش های اقتصادی در سطح جهان تبدیل شده است (آلتمن<sup>۲</sup> و الکسانیان<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶: ۵۹). گردشگری در مقاصد گردشگری تأثیر مثبتی روی توسعه اقتصادی کشور مخصوصاً ارز آوری، نرخ اشتغال، مالیات و... داشته است (ریچارد<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳: ۲). افزایش روز افزون و گسترش گردشگری در مناطق مختلف دنیا سبب شده گردشگری به منزله بزرگ ترین صنعت جهان معرفی شود و توجه برنامه ریزان را به خود جلب کند (لیو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲: ۴۱۳). این صنعت به یکی از فعالیت های اقتصادی که پتانسیل بالایی دارد تبدیل شده است (گارسیا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲: ۴۱)؛ که با نیروی قدرتمند خود، سبب تغییرات در اقتصاد کشورهای توسعه یافته و کم تر توسعه یافته می شود (علیپور<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱: ۳۳۳). گردشگری در اقتصاد جهانی اهمیت زیادی دارد و از منابع مهم درآمدهای ارزی کشورهاست به طوری که بخش بزرگی از برنامه ریزی و سرمایه گذاری ها در جهان فعلی را به خود اختصاص داده است. (هادسون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۶: ۲۹). با رونق جهانی صنعت گردشگری، بسیاری از مناطق در کشورهای در حال توسعه، اهمیت گردشگری را به منزله عامل مهم در توسعه اقتصاد منطقه ای درک کرده اند (یانگ<sup>۸</sup>، ۲۰۱۴: ۱۴۴). بدین ترتیب، این صنعت یکی از ارکان مهم اقتصاد جهان کنونی را در بر می گیرد و سرمایه گذاری در این صنعت، پربازده ترین سرمایه گذاری ها محسوب می شود (رام شت و فیض الهی<sup>۹</sup>، ۱۳۹۲: ۲). این صنعت نوبا در سال های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارز آوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، به سازی محیط، کمک به به سازی زیستگاه های حیات وحش، توسعه نواحی دارای جاذبه های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر مو سوی<sup>۱۰</sup>، ۱۳۸۶: ۱۴۳). جاذبه های منحصر به فرد گردشگری نقش تعیین کننده ای در موقعیت بالقوه گردشگری در هر منطقه بازی می کنند جاذبه های طبیعی، جاذبه های فرهنگی، تاریخی و زیرساخت های مناسب حمل و نقل از عواملی اند که گردشگران به منزله مقصد توریستی انتخاب می کنند. اکنون نکته مهم در برنامه ریزی براساس جاذبه ها، نحوه اولویت بندی در توسعه و چگونگی توسعه آن هاست. برای سنجش و اولویت بندی جاذبه ها معمولاً معیارهای مختلفی از قبیل: اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، زیرساختی، زیست محیطی، نهادی، قانونی، و جغرافیایی مورد توجه قرار می گیرد تا براساس آن ها بتوان نسبت به جاذبه های گوناگون تصمیم گیری کرد (قالیباف<sup>۱۱</sup>، ۱۳۹۰: ۴۲).

از آنجا که گردشگری به عنوان یک عامل مهم درآمدزایی در نظر گرفته می شود و در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می کند بسیاری از کشورها تلاش های گسترده ای در جهت گسترش گردشگری و جذب هر چه بیشتر گردشگران به کار برده اند (کاظمی<sup>۱۲</sup>، ۱۳۸۶: ۸۳). در اغلب کشورها یکی از منابع درآمد ارزی، صنعت گردشگری می باشد. گردشگری یکی از موضوعاتی است که رشته های مختلفی را در بر می گیرد، از جمله آن مجتمع های توریستی و تفریحی رفاهی می باشد. عدم توجه به این صنف به طور مستقیم یا غیر مستقیم می تواند موجب ضعف صنعت گردشگری گردد، و منابع درآمد ارزی را کاهش دهد. در مفهوم بازاریابی اعتقاد بر این است که نیل به اهداف سازمانی بستگی تام به تعریف و تعیین نیازها و خواسته های بازارهای هدف و تأمین رضایت مشتری به نحوی مطلوب تر و مؤثرتر از رقبا دارد. در دنیای رقابت های فزاینده امروز، شرکت هایی موفق خواهند بود که رضایت مشتریان خود را بیشتر تأمین کنند. اکوتوریسم رویکرد جدید گردشگری در طبیعت می باشد که در سال های اخیر مطرح شده است. این گونه گردشگری در قرن بیست و یکم از چنان اهمیتی برخوردار می شود که سازمان ملل متحد قرن حاضر را قرن اکوتوریسم نامیده است (پاپلی یزدی<sup>۱۳</sup>، ۱۳۸۶: ۲۱۶). اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه گذاری در بخش ها و فعالیت های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه گذاری در طرح های زیربنایی و رونمایی،

1 Dwyer

2 Altman

3 Aleksanyan

4 Richards

5 Liu

6 Garcia

7 Hudson

8 Yang

نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این امر مهم، امروزه بسیاری از کشورهای جهان، تمایل شدیدی به جذب سرمایه‌های خارجی پیدا کرده‌اند (شاگری و همکاران، ۱۳۸۵: ۱). سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و استفاده از توان‌های بالقوه منطقه‌ای به منظور جذب گردشگر، یکی از راه‌های مناسب، بدین منظور است. توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر به‌سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱).

امروزه با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده، رقابت فشرده‌ای در میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب جهانگردان به چشم می‌خورد و صنعت توریسم به عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است؛ به طوری که براساس پیش‌بینی انجام شده، توسط سازمان جهانگردی در سال ۲۰۲۰، حدود یک میلیارد و پانصد و شصت میلیون نفر به گردشگری خواهند پرداخت و درآمدهای ناشی از گردشگری بین المللی در این سال به یک ونیم تریلیون دلار خواهد رسید (ابراهیم زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۸). توسعه این صنعت برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی از جمله بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است، چرا که این دسته از کشورها دارای اقتصاد و منبع درآمد پایداری نبوده و در گذر زمان باید به منابع درآمدی پایدار روی آورند (جهانیان، ۱۳۸۸: ۲۱). ایران یکی از این دسته کشورها است که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی درآمد، در آینده نه چندان دور به پایان خواهد رسید. بنابراین برای داشتن یک کشور پایدار از نظر اقتصادی، جایگزینی منابع جدید درآمدی و استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های کشور ضروری می‌باشد (مدهوشی، ۱۳۸۲: ۲۵). از سوی دیگر کشور ایران از لحاظ غنی بودن آثار تاریخی و طبیعی جزء ده کشور اول توریستی جهان محسوب می‌شود که می‌توان از این فرصت به منظور پایداری در اقتصاد استفاده نمود، ولی متأسفانه فقط ۰/۰۶ درصد درآمد توریستی دنیا نصیب این کشور شده است که این امر نیازمند برنامه‌ریزی به منظور توسعه صنعت گردشگری است. از آنجا که این صنعت می‌تواند نقش به‌سزایی بر عوامل اقتصادی و فرهنگی اجتماعی در جوامع دارا باشد، همچنین می‌تواند زمینه‌های رشد و توسعه اقتصادی را به دنبال داشته باشد زیرا می‌تواند باعث افزایش اشتغال‌زایی در این مناطق گردد؛ بنابراین آنچه مشخص است این می‌باشد که مسؤولین باید توجه بیشتری به این موضوع مهم داشته باشند زیرا می‌تواند باعث رونق اقتصادی شود تا از این راه درآمد افراد سازمان‌ها و سرمایه‌گذاران به واسطه این صنعت افزایش یابد؛ بنابراین، باید در این راستا به دنبال راهکارهایی برای افزایش جذب مسافران و گردشگران بود. باید بررسی کرد که مسافری چه نیازها و خواسته‌هایی دارند و فراهم آوردن این امکانات زمینه مسافرت و جذب گردشگر را افزایش دهد. با توجه به خلا موجود در زمینه ارائه الگویی جامع در زمینه گردشگری محقق در پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل تأثیرگذار بر گردشگری است تا بتوانند به افزایش جذب گردشگر و رونق اقتصادی در این صنعت کمک کند.

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

آرام (۱۳۹۰) در تحقیق با عنوان نقش صنعت توریسم در توسعه اقتصادی به این نتیجه رسید که صنعت توریسم هم اکنون از جایگاه بسیار خوبی در سطح جهانی برخوردار است و سومین صنعت مولد شغل و سرمایه بعد از صنعت نفت و خودروسازی می‌باشد. این صنعت ضمن درآمدزایی بسیار گسترده موجب نزدیکتر شدن ملل، اقوام و فرهنگها به یکدیگر شده است. قابلیت‌های صنعت توریسم همه را به این باور رسانده است که این صنعت راه میانبری برای توسعه هرچه بیشتر اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و تولید ثروت در کشورهای صنعتی است؛ چرا که توسعه گردشگری، بخصوص افزایش تعداد جهانگردان بین المللی، باعث رونق طیف وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی یا منطقه‌ای می‌شود. توسعه صنعت توریسم، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه است و از طرفی سرشار از دیدنی‌های طبیعی، باستانی، تاریخی، زیارتی و تفریحی است، از اهمیت فراوانی

برخوردار است. لذا با توجه به مطالب بیان شده، این مقاله به بررسی نقش صنعت توریسم، درآمدزایی، اشتغال زایی، فقرزدایی، توسعه زیرساختها و کارآفرینی می پردازد، همچنین موانع و مشکلات توسعه گردشگری، و راهکارهایی جهت توسعه این صنعت مورد بررسی قرار می گیرد...؛ همچنین صفار حیدری (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان تأملی پدیدارشناختی درباره نسبت طبیعت گردی و تخریب محیط زیست به این نتیجه رسید که هدف پژوهش حاضر، تحلیل فلسفی اثرات تخریبی طبیعت گردی بر محیط زیست است. رویکرد مورد مطالعه پدیدارشناختی با تأکید بر آرای هایدگر است. جامعه آماری تحقیق منابع دست اول و دومی است که دسترسی به آنها میسر بوده و شیوه تحلیل نیز توصیف پدیدار شناختی موضوع تحقیق است. یافته های پژوهش نشان می دهد که اثرات تخریبی گردشگری به نوع تلقی و نگاه گردشگران به طبیعت بازمی گردد و نوع نگاه گردشگر به طبیعت با نوع بودن او به عنوان انسان مرتبط است. چنین به نظر می رسد که در حال حاضر به علت غلبه نگاه تکنیکی، اقتصادی و سوداگرانه بر صنعت طبیعت گردی، نوع نگاه مناسب، دچار تخریب شده و در نتیجه ارتباط عمیق میان انسان و طبیعت با بحران مواجه گشته است. تحلیل پدیدارشناختی هایدگر امکان فهم چنین رویدادی را برای ما فراهم می سازد. با این همه هایدگر راه برون رفت از این بحران را نیز نشان می دهد. به نظر او در برابر نگرش ابزاری و بهره کشانه، رواج نگرش هنری به طبیعت می تواند جایگزینی مناسب قلمداد شود. در مقاله ای دیگر اعظمی (۱۳۹۴) با موضوع تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار به این نتیجه رسید که گردشگری روستایی از راهبردهای مؤثر در توسعه روستا و پایداری معیشت مناطق روستایی است که از لحاظ پایداری ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی و زیست محیطی دارد. روستای نوره، واقع در شهرستان سنندج استان کردستان، با داشتن توان بالای اکولوژیکی از ظرفیت و موقعیت مناسبی در جذب گردشگر برخوردار است. این تحقیق با هدف تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری این روستا به صورت پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری ۳۳۰ نفر سرپرست خانوار در روستای مذکور را تشکیل داده که با استفاده از فرمول کوکران و به صورت تصادفی ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. علاوه بر مطالعات کتابخانه ای، ابزار مورد استفاده برای جمع آوری داده ها پرسشنامه بود که روایی صوری آن به وسیله اساتید و متخصصین موضوعی تأیید و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۵) =  $\alpha$  تعیین گردید. جهت انجام آزمون های آماری از نرم افزار SPSS ۱۸ استفاده شد. به منظور بررسی برازش مدل اندازه گیری مربوط به سازه ای آثار گردشگری، داده ها با نرم افزار LISREL ۸، و با روش تحلیل عاملی تأییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحلیل عاملی آثار اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی گردشگری نشان داد که از میان این سه عامل، «عامل اجتماعی» با ضریب تأثیر ۰/۵۵ بیشترین میزان واریانس (با تبیین حدود ۰/۳۰ در صد از کل واریانس) به خود اختصاص داده و سهم قابل توجهی از آثار گردشگری روستایی را تبیین نمود. همچنین شاخص های نیکویی برازش مطلق (AGFI = ۰/۹۲) = GFI، تطبیقی (NNFI = ۰/۹۱، CFI = ۰/۹۰) و مقتصد (RMSEA = ۰/۰۷۵ و  $\chi^2/df = ۱/۸۱۸$ ) = برازش عالی و مناسب مدل اندازه گیری آثار گردشگری روستای نوره با داده های مشاهده شده تأیید نمودند. و نیز دهشیری (۱۳۹۸) در مقاله ای با عنوان بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی به این نتیجه رسید که این مقاله به بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی از سال ۲۰۱۷-۱۹۹۰ می پردازد و به عوامل مؤثر در تأثیرگذاری سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی ایران اشاره می کند. جمهوری اسلامی ایران در منطقه آسیای مرکزی علاوه بر برخورداری از ویژگی های فرهنگی و تمدنی و تاریخی از موقعیت های جغرافیایی و ژئوپلیتیک هم بهره مند است که این امر می تواند موجب تقویت و گسترش روابط فرهنگی در میان این کشورها گردد. پژوهش در پی پاسخگویی به این سوال است که سیاست گردشگری تا چه میزان موجب تقویت و ارتقای دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی شده است؟ برای بررسی این موضوع از روش تلفیقی کیفی و کمی استفاده شده است. استخراج مطالب از اسناد بررسی داده های تحقیق گواه آن است که سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران به میزان اندک توانسته است موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی در آسیای مرکزی شود؛ به نحوی که ساکنان کشورهای ایران که با جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی دارای اشتراکات تمدنی و فرهنگی و هویتی هستند، تمایل چندانی برای سفر به ایران ندارند. در مقاله ای دیگر سلیمانی مقدم (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان نقش زیر ساخت های اقامتی در فعالیت های گردشگری شهر رشت به این نتیجه رسید که توجه به این که زیر ساخت های اقامتی یکی از مهم ترین اجزای نظام فضایی گردشگری می باشد؛ از این رو

کمیت و کیفیت این زیر ساخت ها در افزایش فعالیت های گردشگری به ویژه در جذب گردشگر موثر است. کشور ایران با داشتن قابلیت ها و توانایی های بالا در جذب گردشگر، شرایط مناسبی جهت بهره برداری و توسعه زیر ساخت های اقامتی به مانند سایر کشورهای پیشرو در امر گردشگری فراهم نساخته است. در این راستا مسائل و مشکلات فراوان ساختاری نظیر کمیت، کیفیت و سطح مهارت و تخصص کارکنان مراکز اقامتی در ارتباط با جذب گردشگری، از مسائل و چالش های اساسی شهر رشت می باشد که فعالیت های گردشگری آن را تحت تاثیر قرار داده است. روش تحقیق توصیفی و تحلیلی می باشد و در راستای انجام تحقیق علاوه بر جمع آوری آمار و اطلاعات کتابخانه ای، تکمیل پرسش نامه مسافران ورودی به مراکز اقامتی شهر رشت و تکمیل پرسش نامه مصاحبه ای مدیران پس از استخراج، داده ها مورد تجزیه و تحلیل کمی و کیفی قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان داد: زیر ساخت های اقامتی به لحاظ کمی و کیفی در میزان جذب گردشگر شهر رشت موثر بوده است. به طوری که با کاهش تعداد مراکز اقامتی از ۲۰ واحد در سال ۸۰ به ۱۸ واحد در سال ۸۹، تعداد گردشگران ورودی به مراکز اقامتی شهر رشت نیز کاهش یافته است. یافته های تحقیق بیانگر سطح سواد و مهارت پایین نیروی انسانی شاغل در مراکز اقامتی شهر رشت است به طوری که ۶۲ درصد آنان زیر دیپلم و ۷۵٫۵ درصد آنان آموزش ندیده اند. نتایج بررسی نشان می دهد: مجموعه ای از عوامل درونزاد و برونزاد نظام فضایی گردشگری در میزان جذب گردشگر، فعالیت های گردشگری شهر رشت در دهه اخیر موثر بوده است. همچنین جواد عسکری (۱۳۹۵) در مقاله ای با نقش و بررسی مجتمع های بین راهی در توسعه گردشگری استان سمنان مطالعه موردی مجتمع بین راهی لاسجرد به این نتیجه رسید که از عهد باستان ایرانیان به موازات ساختن راه به امکانات و تاسیسات بین راهی توجه داشتند زیرا سفر در این راهها بدون داشتن امکانات بین راهی امکان نداشت. هر چه این راهها و سعت می یافت این تاسیسات نیز گسترش پیدا می کرد با وسعت قلمرو ایران خصوصاً در دوره هخامنشی بر اهمیت راه و راهداری در جهت ارتباط نقاط مختلف گستره بزرگ ایران زمین افزوده شد و به موازات آن ساختمان ها و کاروانسراها نیز در کنار جاده های طولانی جهت رفاه مسافران، گردشگران، جهانگردان و تجار، توسعه و پیشرفت ایران ایجاد شد. تحقیق حاضر با هدف بررسی و مطالعه و نقش اقامتگاهها و مجتمع های بین راهی در توسعه گردشگری استان سمنان مطالعه موردی اقامتگاهها و مجتمع های بین راهی سرخه و لاسجرد آغاز شد. مسئله اصلی تحقیق پاسخ به این سؤال بود که اقامتگاهها و مجتمع های بین راهی استان سمنان چه نقشی در توسعه گردشگری دارند. روش تحقیق از نظر هدف آن کاربردی و داده های مورد نیاز با استفاده از داده های کتابخانه ای، میدانی جمع آوری گردیده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که می توان تأثیر امکانات خدماتی- رفاهی مجتمع ها و اقامتگاه های بین راهی سرخه و لاسجرد بر جذب گردشگران و همچنین بر اقتصاد و توسعه منطقه مثبت قلمداد کرد.

در مقاله ای دیگر باقری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تحلیل جامعه شناختی عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران به این نتیجه رسید که: امنیت و گردشگری، پارامترهای یک معادله هستند که نسبتی مستقیم با هم دارند. در واقع همان طور که یکی از عوامل مهم توسعه گردشگری وجود امنیت است، رونق گردشگری در یک منطقه و تردد گردشگران در یک مقصد، موجب به وجود آمدن امنیت می شود. هدف پژوهش حاضر، شناخت میزان عوامل موثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران بابلسر) است. روش پژوهش این مقاله توصیفی- تحلیلی و نوع پژوهش کاربردی می باشد. برای جمع آوری داده ها از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه گردشگران شهر بابلسر در سال ۱۳۹۵ می باشد که با استفاده از فرمول جامعه نامحدود ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید. در تحقیق حاضر متغیرهای مستقل عبارتند از: اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه ای و تحصیلات و متغیر وابسته احساس امنیت اجتماعی گردشگران می باشد. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین احساس امنیت که خود از دو بعد احساس امنیت فردی و اجتماعی ساخته شده است، و اعتماد کل، اعتماد شخصی، اعتماد اجتماعی و مصرف رسانه ای رابطه معناداری وجود دارد. هم چنین بین سن و سطح تحصیلات با احساس امنیت، رابطه ای معنی داری وجود دارد. و در نهایت نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیون حاکی از آن است که ضریب رگرسیون با سطح معنی داری  $\alpha = 0/000$  برابر  $R = 0/482$  معنی دار است. یعنی به ازای تغییر در یک واحد انحراف استاندارد اعتماد اجتماعی، عملکرد پلیس، مصرف رسانه ای و تحصیلات میزان احساس امنیت فردی و اجتماعی به ترتیب به اندازه ۰/۱۲۵، ۰/۲۲۷، ۰/۲۰۵، ۰/۳۰۵ قابل پیش بینی می باشد.

دویر (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با موضوع برنامه‌ریزی برای گردشگری پایدار به این نتیجه رسید که: گردشگری به بخش بزرگی از اقتصاد جهان تبدیل شده که می‌تواند علاوه بر اقتصاد بر اجتماع و توسعه زیر ساخت ها نیز تأثیر بگذارد. همچنین آلتمن و همکارانش (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با موضوع پایداری در گردشگری: مشکلات و برخی از پایه‌ها دستورالعمل‌های مدیریت پایدار گردشگری به بررسی مشکلات زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی ناشی از گردشگری پرداخته است و به این نتیجه رسید که امروزه مدیریت گردشگری باید به یک ایدئولوژی پایدار تبدیل شود تا بتوان آثار منفی آن را در حوزه‌های محیط زیست، اجتماعی و اقتصادی از بین برد و آنها را تبدیل به پیامدهای مثبت کرد در پژوهشی دیگر کاجنیواسکا (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با موضوع توسعه گردشگری به عنوان تعیین کننده کیفیت زندگی در مناطق روستایی، مضامین مهمان نوازی در سراسر جهان و مباحث گردشگری به این نتیجه رسید که: سهل انگاری و خطا در مرحله برنامه‌ریزی می‌تواند آثار منفی بر گردشگری داشته باشد و منجر به اثرات نامطلوبی در توسعه آینده گردشگری می‌شود که می‌تواند هزینه‌های بسیاری به بخش مالی، امنیتی و اجتماعی جامعه داشته باشد لذا لازم است در برنامه‌ریزی ها توجه ویژه ای به مباحث زیرساخت ها اجتماعی و فنی و همچنین اکولوژی سبک زندگی و سیاست گذاری های گردشگری اختصاص داده شود.

صنعت گردشگری یکی از پربازده‌ترین صنایع در کشورهای مختلف بوده و نقش بسیار مهمی در رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال ایفا می‌کند. بنابراین، شناسایی ویژگی‌های موثر برگردشگری در جذب گردشگر اهمیت فراوانی در رشد و توسعه این صنعت در کشورها ایفا می‌کند. بنابراین با توجه به بررسی مطالعات فوق محقق به این نتیجه رسید که زیرساخت‌ها، خدمات رفاهی و بهداشتی، عوامل امنیتی، عوامل اقتصادی، آلودگی زیست محیطی، عوامل فرهنگی - اجتماعی می‌توانند بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری داشته باشند.

### سؤالات پژوهش

۱. ابعاد تأثیرگذار بر گردشگری در ایران کدام است؟
۲. ابعاد تأثیرگذار بر گردشگری در ایران از چه اولویت‌هایی برخوردار است؟
۳. مولفه‌های هر یک از ابعاد تأثیرگذار بر گردشگری در ایران کدام است؟
۴. ابعاد تأثیرگذار بر گردشگری در ایران در چه سطوحی قرار دارند؟
۵. مدل استخراجی ابعاد تأثیرگذار برگردشگری در ایران به روش ساختاری - تفسیری کدام است؟

### روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و با تأکید بر روش ترکیبی<sup>۱</sup> از نوع طرح اکتشافی متوالی است. بر این اساس در ابتدا به روش ساختاری تفسیری سطوح و روابط بین متغیرها شناسایی شده و بعد از آن به صورت کمی (پیمایشی) اجرا شده است. تحقیق با روش‌های ترکیبی، متأخرترین جهت‌گیری روش شناختی در علوم اجتماعی رفتاری معاصر است که به دنبال دوره‌های نسبتاً طولانی از مناقشه‌های بین دو رویکرد پارادایمی کمی گرا و کیفی گرا، ظهور پیدا کرده است. این نوع تحقیق که از نظر فلسفی مبتنی بر رویکرد پراگماتیسم است، با تأکید بر همگرایی پارادایمی و اجتناب از موضع‌گیری‌های کمی کیفی متعارف، درصدد ترکیب هر دو رهیافت کمی و کیفی در یک مطالعه واحد به‌طور همزمان، متوالی یا تغییرپذیر است. روش شناسی ترکیبی گرچه به‌طور ضمنی از دهه ۱۹۶۰ با عناوین متفاوت به کار رفته است، اما آن به‌طور رسمی در یک دهه اخیر آغاز شده و در طول چندسال گذشته بسط و گسترش یافته است. این نوع تحقیق دارای واژگان جدید، اصول، مراحل و طرح‌های خاصی است که با طرح‌های کمی و کیفی متعارف متفاوت می‌باشد.

<sup>1</sup> Mixed method

برای انجام این پژوهش از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده است. این روش یک فرایند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و بهم مرتبط در یک مدل نظام مند جامع ساختاردهی می‌شوند (وارفیلد<sup>۱</sup>، ۱۹۷۴: ۵۷). مدل سازی ساختاری تفسیری فرایندی متعامل است که در آن، مجموعه‌ای از عناصر مختلف و مرتبط با همدیگر در یک مدل سیستماتیک جامع ساختار بندی می‌شوند (آذر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۹).

جدول (۱): کاربردهای ISM در تحقیقات پیشین

منبع	هدف اصلی	رویکرد
(واتسون <sup>۲</sup> ، ۱۹۷۸)	توسعه کاربرد ISM در حوزه تصمیم‌گیری گروهی جهت ارزیابی تکنولوژی‌های مختلف	ISM
(راوی <sup>۳</sup> و شانکر <sup>۴</sup> ، ۲۰۰۵)	تجزیه و تحلیل روابط میان موانع اجرای لجستیک معکوس	ISM
(مودولی <sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۳)	تجزیه و تحلیل عوامل رفتاری انسانی مؤثر بر اجرای مدیریت زنجیره تامین سبز در صنایع معدن هند	ISM
(وانگ <sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۸)	تجزیه و تحلیل تعاملات میان موانع صرفه جویی انرژی در چین	ISM

براساس تئوری وارفیلد در مدل‌سازی ساختاری تفسیری باید تعداد خبرگان بین ۱۲ الی ۲۵ نفر انتخاب شود (آذر و همکاران، ۱۳۹۲: ۹). براین اساس، برای تعیین نمونه پژوهشی از جامعه آماری تحقیق، پژوهشگران ملاک خبرگی را براساس دو شاخص میزان تجربه در امر گردشگری و سطح تحصیلات در نظر گرفته شده‌اند که حداقل دارای مدرک تحصیلی دکتری بوده‌اند و مطابق جدول ۲، تعداد ۲۲ نفر خبره که دارای دو ملاک خبرگی فوق بوده‌اند، به عنوان نمونه در نظر گرفته‌اند. در نهایت خبرگان انتخاب شده براساس میزان تجربه و تحصیلات خود در زمینه گردشگری ابعاد و شاخص‌های تحقیق را مشخص می‌کنند تا محقق بتواند براساس آن مدل مفهومی نهایی را طراحی کند.

جدول (۲). نمونه پژوهش براساس شاخص‌های خبرگی

شاخص خبرگی	نماد	شرط	تعداد خبرگان حائز شرط
میزان تجربه	$\alpha$	$\alpha \geq 10$	۳۳
مدرک تحصیلی	$\beta$	$\beta \geq$ دکتری	۳۴
نمونه پژوهش	$\alpha \cap \beta$	$\alpha \geq 10$ و $\beta \geq$ دکتری	۲۲

در این تحقیق، با بررسی ادبیات موضوع، ابعاد و شاخص‌های گردشگری شناسایی و مدل‌سازی ساختاری تفسیری برای تفسیر روابط بین ابعاد و شاخص‌های آن بکار رفته است. زیرا مدل مذکور یک روش استقرار مطلوب برای شناسایی و تحلیل روابط بین ابعاد و شاخص‌ها است. برای اجرای مدل، سه گام اصلی زیر ضروری است.

- ۱ - شناسایی ابعاد و شاخص‌های گردشگری
- ۲ - تعیین رابطه مفهومی بین ابعاد و شاخص‌ها
- ۲ - ۱ - تشکیل ماتریس خود تعاملی ساختاری
- ۲ - ۲ - تشکیل ماتریس دریافتی
- ۲ - ۳ - تعیین روابط و سطح بندی بین ابعاد و شاخص‌ها؛
- ۳ - طراحی مدل گردشگری.

<sup>1</sup> Warfield  
<sup>2</sup> Watson  
<sup>3</sup> Ravi  
<sup>4</sup> Shankar  
<sup>5</sup> Muduli  
<sup>6</sup> Wang

در ادامه هر یک از این گام‌ها اساسی، تشریح می‌شود.

#### ۱- شناسایی ابعاد و شاخص‌ها

در این تحقیق، ابتدا با بررسی ادبیات ارائه شده در زمینه گردشگری، ابعاد و شاخص‌های آن شناسایی شده است. سپس ابعاد و شاخص‌های حاصله توسط بیست و دو نفر از خبرگان و متخصصین موضوع گردشگری، با استفاده از روش دلفی، مورد ارزیابی قرار گرفته و نهایی شده است. به این ترتیب که ابعاد و شاخص‌های استخراج شده از مدل‌های قبلی ابتدا کدگذاری شده و خبرگان با توجه به نزدیکی و ارتباط بعد و شاخص با موضوع اصلی به آن امتیاز داده‌اند هر بعد و شاخصی که امتیاز بالای ۵ کسب کرده، تأیید شده و هر بعد یا شاخصی که امتیاز کمتر از ۵ بدست آورده حذف شده است که به صورت زیر می‌باشد:

جدول (۳). تعیین وضعیت ابعاد

ردیف	ابعاد	جمع امتیازات	میانگین امتیازات	نتایج
۱	زیرساخت‌ها	۲۰۶	۹,۳۶	تأیید
۲	خدمات رفاهی و بهداشتی	۲۰۳	۹,۲۲	تأیید
۳	عوامل امنیتی	۲۰۹	۹,۵	تأیید
۴	عوامل اقتصادی	۲۰۱	۹,۱	تأیید
۵	آلودگی زیست محیطی	۱۹۷	۸,۹۵	تأیید
۶	عوامل فرهنگی - اجتماعی	۲۰۳	۹,۲۲	تأیید

جدول تعیین وضعیت شاخص‌های "گردشگری" به دلیل محدودیت مقاله ارائه نشده است لذا ابعاد و شاخص‌های حاصل از ادبیات پس از اعمال نقطه نظرات متخصصین به شرح زیر است:

جدول (۴). ابعاد اقتصاد گردشگری و شاخص‌های آن

مفهوم اصلی	ابعاد	مؤلفه‌ها
گردشگری	زیرساخت‌ها	جاده سازی، پمپ بنزین
	خدمات رفاهی و بهداشتی	هتل، درمانگاه، پارکینگ
	عوامل امنیتی	کیوسک‌های انتظامی، دوربین‌های نظارتی، گشت سیار
	عوامل اقتصادی	افزایش درآمد، اشتغال‌زایی، افزایش ورود ارز به کشور، افزایش تولیدات محلی و بومی
	آلودگی زیست محیطی	قطع درختان، آلودگی رودخانه‌ها، افزایش آلاینده‌ها
	عوامل فرهنگی - اجتماعی	افزایش رفاه اجتماعی، کاهش مهاجرات، ارتقا سطح فرهنگ، تبادل فرهنگ

منبع: محاسبات تحقیق حاضر (براساس نظر خبرگان)

بر اساس ادبیات و نظرات متخصصان مدل گردشگری شامل ۶ بعد و ۲۳ شاخص است که ابعاد عبارتند از: زیرساخت‌ها، خدمات رفاهی - بهداشتی، عوامل امنیتی، عوامل اقتصادی، آلودگی زیست محیطی، عوامل فرهنگی - اجتماعی.

#### ۲- تعیین رابطه بین ابعاد و شاخص‌ها

تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری: در این مرحله، متغیرها به صورت دوجه دو با هم بررسی می‌شوند و پاسخ‌دهنده با استفاده از نمادهای ذیل به تعیین روابط متغیرها می‌پردازد:

$V$ : متغیر ابر تحقق متغیر  $Z$  کمک می‌کند و  $A$ : متغیر  $Z$  بر تحقق متغیر  $A$  کمک می‌کند.

$X$ : متغیر  $A$  و  $Z$  هر دو به تحقق هم کمک می‌کنند. و  $O$ : متغیر  $A$  و  $Z$  با یکدیگر ارتباط ندارند.



۲-۱- تشکیل ماتریس خود تعاملی

ماتریس خود - تعاملی ساختاری از ابعاد و شاخص‌ها گرد شگری و مقایسه آنها با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل و به وسیله خبرگان و متخصصان گردشگری تکمیل شده است. داده‌ها براساس مدل‌سازی ساختاری تفسیری جمع می‌شوند و ماتریس خود - تعاملی ساختاری نهایی تشکیل شده بر روش‌های ناپارامتریک منطبق می‌گردد. منطق مدل‌سازی ساختاری تفسیری بر مبنای مد در فراوانی‌ها عمل می‌کند. اگر چه در رویکردهای تعدیل شده مدل‌سازی ساختاری تفسیری، بکارگیری روش‌های گشتاوری متعارف شده است، ولی با وجود مفروضات پارامتریک، همچنان متدولوژی ناپارامتریک (که در این مقاله اجرا شده است)، روش غالب است؛ زیرا بدون اتکا به مفروضات، انعطاف‌پذیری مدل بیشتر است و از طرف دیگر، چون اعمال فراوانی‌ها دوسویه است، داده‌های نزدیک به هم، اثرات خود را در حالات دوطرفه خواهد داشت.

جدول (۵). ماتریس خود تعاملی ساختاری ابعاد " گردشگری "

	J						I
۶	۵	۴	۳	۲	۱		
O	V	X	V	V			۱. زیرساخت
X	X	A	O				۲. خدمات رفاهی و بهداشتی
X	O	V					۳. عوامل امنیتی
X	X						۴. عوامل اقتصادی
A							۵. آلودگی زیست محیطی
							۶. عوامل فرهنگی - اجتماعی

خبرگان توانسته‌اند براساس داده‌ها، روابط دوسویه و موثر در هدف پژوهش حاضر را دریابند. بنابر این جدول، می‌توان گفت بین زیرساخت و عوامل فرهنگی - اجتماعی همچنین بین خدمات رفاهی - بهداشتی و عوامل امنیتی ارتباطی وجود ندارد، اما بین زیرساخت و عوامل اقتصادی، خدمات رفاهی بهداشتی و آلودگی زیست محیطی، عوامل فرهنگی - اجتماعی با عوامل امنیتی و عوامل فرهنگی - اجتماعی همچنین عوامل اقتصادی با آلودگی زیست محیطی و عوامل فرهنگی - اجتماعی ارتباط تأثیر دوسویه مشاهده می‌شود.

۲-۲- ماتریس دریافتی

ماتریس دریافتی از تبدیل ماتریس خود-تعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی (صفر-یک) حاصل گردیده است. برای استخراج ماتریس دریافتی، باید در هر سطر عدد یک را جایگزین علامت‌های  $V$  و  $X$  و عدد صفر را جایگزین علامت‌های  $O$  و  $A$  در ماتریس خود-تعاملی ساختاری شود، پس از تبدیل تمام سطرها، نتیجه حاصله، ماتریس دریافتی اولیه نامیده می‌شود. سپس روابط ثانویه بین بعد/ شاخص‌ها کنترل شده است؛ سپس در صورت نیاز ماتریس ثانویه برای رسیدن به ماتریس نهایی ساخته می‌شود پس از آنکه ماتریس دسترس‌پذیری اولیه به دست آمد، با وارد کردن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دسترس‌پذیری نهایی به دست می‌آید.

جدول (۶). ماتریس خود دریافتی ساختاری ابعاد " گردشگری "

	J						I
قدرت نفوذ	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
							۱. زیرساخت
							۲. خدمات رفاهی و بهداشتی
							۳. عوامل امنیتی
							۴. عوامل اقتصادی
							۵. آلودگی زیست محیطی
							۶. عوامل فرهنگی و اجتماعی
	۴	۵	۵	۳	۵	۲	وابستگی

این جدول نشان دهنده بررسی ماتریسی نگارنده از جدول شماره ۵ است که قدرت نفوذ و وابستگی هر یک از شاخص‌ها را مشخص می‌کند؛ مجموع هر بعد به صورت افقی قدرت نفوذ و مجموع هر ستون (عمودی) وابستگی آن بعد را آشکار می‌سازد.

### ۲-۳- تعیین روابط و سطح بندی ابعاد و شاخص‌ها

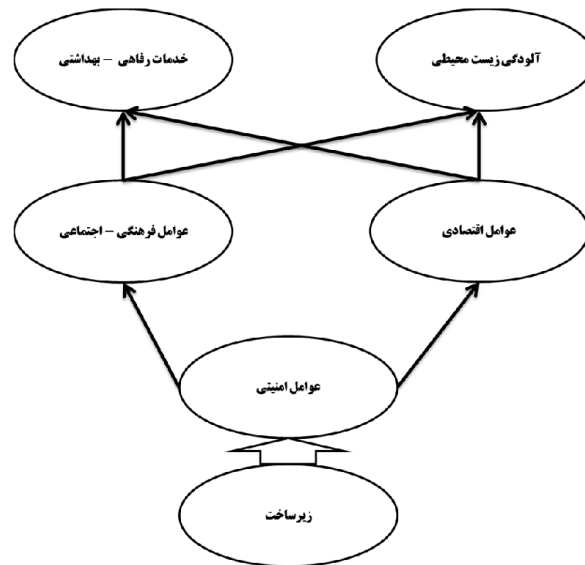
برای تعیین روابط و سطح بندی ابعاد و شاخص‌ها باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها را برای هر بعد/شاخص از ماتریس دریافتی استخراج نمود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود بعد/شاخص و ابعاد/شاخص‌هایی که از آن تأثیر می‌پذیرد. مجموعه ورودی‌ها شامل خود بعد/شاخص و مجموعه ابعاد/شاخص‌هایی که بر آن تأثیر می‌گذارند. سپس مجموعه روابط دوطرفه هر یک از ابعاد/شاخص‌ها مشخص می‌شود. یعنی تعداد بعد/شاخص‌های که در دو مجموعه ورودی و خروجی تکرار شده است. ابعاد/شاخص‌ها بر اساس مجموعه‌های حاصله سطح بندی می‌شوند. به طور معمول، ابعاد/شاخص‌هایی که مجموعه خروجی و مجموعه روابط دوطرفه یکسان داشته باشند، ابعاد/شاخص‌های سطح بالای سلسله مراتب را تشکیل می‌دهند. بنابراین، ابعاد/شاخص‌های سطح بالایی منشأ هیچ بعد/شاخص دیگری نخواهند بود. هنگامی که سطح بالایی تعریف گردید، از دیگر ابعاد/شاخص‌ها تفکیک می‌شود؛ سپس به واسطه یک فرآیند همسان، سطوح بعدی مشخص می‌شوند

جدول (۷). تعیین روابط و سطوح و ابعاد "گردشگری"

ابعاد	خروجی	ورودی	مشترک	سطح
زیرساخت	۵و۴و۳و۲و۱	۴و۱	۴و۱	۴
خدمات رفاهی و بهداشتی	۶و۵و۲	۱و۲و۴و۵و۶	۶و۵و۲	۱
عوامل امنیتی	۶و۴و۳	۶و۳و۱	۶و۳	۳
عوامل اقتصادی	۱و۲و۴و۵و۶	۱و۲و۴و۵و۶	۱و۲و۴و۵و۶	۲
آلودگی‌های زیست محیطی	۵و۴و۲	۱و۲و۴و۵و۶	۵و۴و۲	۱
عوامل فرهنگی و اجتماعی	۲و۴و۵و۶	۲و۳و۴و۵و۶	۲و۳و۴و۵و۶	۲

جدول تعیین روابط و سطوح شاخص‌های "گردشگری" به دلیل محدودیت مقاله ارائه نشده است.

### ۳- طراحی مدل



شکل (۱)

پس از تعیین روابط و سطح متغیرها می‌توان آن‌ها را به شکل یک مدل ترسیم کرد؛ به همین منظور ابتدا متغیرها را بر حسب سطح آنها به ترتیب از بالا به پایین تنظیم می‌شوند در این پژوهش، متغیرها در ۴ سطح قرار گرفته و طبقه‌بندی شده‌اند (طبق جدول ۹). در بالاترین سطح (سطح اول) ابعاد آلودگی زیست محیطی و خدمات رفاهی - بهداشتی قرار گرفته است که کمترین نفوذ به دیگر عوامل را داراست. زیر ساخت در پایین‌ترین سطح (سطح چهارم) قرار دارد که همانند سنگ زیر بنایی مدل عمل می‌کند، بنابراین بروز توسعه در اقتصاد گردشگری از این متغیر شروع شده و به سایر متغیرها سرایت می‌کند. خوشه بندی

به منظور بخش‌بندی معیارها، در ماتریس دسترسی نهایی باید برای هر یک از عناصر قدرت محرکه<sup>۱</sup> و وابستگی<sup>۲</sup> محاسبه شود. قدرت محرکه یک عنصر یا معیار تعداد معیارهایی است که متأثر از معیار مربوطه می‌شوند از جمله خود آن معیار. قدرت وابستگی نیز تعداد معیارهایی است که بر معیار مربوطه تأثیر می‌گذارند و منجر به دستیابی به آن می‌شوند. این قدرت‌های محرکه و وابستگی در تحلیل ماتریس اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی<sup>۳</sup> (MICMAC) دسته‌بندی استفاده می‌شوند، که در آن معیارها به چهار گروه خودمختار<sup>۴</sup> و وابسته<sup>۵</sup>، پیوندی<sup>۶</sup> و مستقل<sup>۷</sup> (معیار محرک) تقسیم‌بندی می‌شوند هدف از تحلیل ماتریس، اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی تجزیه و تحلیل قدرت محرکه و قدرت وابستگی متغیرها است (متیازان<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). متغیرها به چهار خوشه تقسیم‌بندی می‌شوند خوشه اول شامل معیارهای خودمختار است که قدرت محرک و وابستگی ضعیفی دارند. این معیارها نسبتاً جدای از سیستم قرار دارند که در واقع پیوندهای اندکی با سایر عناصر سیستم دارند، البته شاید پیوندهایشان قوی باشد. خوشه دوم شامل معیارهای وابسته است که قدرت محرک ضعیفی داشته، اما قدرت وابستگی بالایی دارند. خوشه سوم معیارهای پیوندی قرار دارند که هم قدرت محرک قوی و هم قدرت وابستگی قوی ای دارند. این معیارها در حقیقت غیر مانا<sup>۹</sup> یا غیر پایدار هستند؛ به این دلیل که هر اقدامی روی این معیارها تأثیری بر دیگر معیارها یا بازخوردی به خودشان خواهد داشت. خوشه‌ی چهارم، معیارهای مستقل را در بر می‌گیرد که قدرت محرک بالا در کنار قدرت وابستگی پایین دارند. همانطور که ملاحظه می‌شود، یک معیار با قدرت محرک قوی، معیار کلیدی نام می‌گیرد و در دسته متغیرهای مستقل یا پیوندی جای دارد.

## نتایج و یافته‌ها

در این بخش به بررسی ابعاد تأثیرگذار گردشگری با استفاده از رویکرد ساختاری تفسیری می‌پردازیم؛ با استفاده از داده‌های جداول ۷ و ۸ می‌توان ابعاد و شاخص‌های گردشگری را براساس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر بعد و شاخص در بعد و شاخص دیگر در چهار سطح زیر دسته‌بندی کرد:

- ۱ - سطح استقلال: ابعاد و شاخص‌هایی با حداقل وابستگی و قدرت نفوذ؛
- ۲ - وابستگی: ابعاد و شاخص‌هایی با حداکثر وابستگی؛
- ۳ - ارتباط: ابعاد و شاخص‌هایی با رابطه دوطرفه با یکدیگر؛
- ۴ - نفوذ (عدم وابستگی): ابعاد و شاخص‌هایی با حداکثر قدرت نفوذ.

<sup>1</sup> Driving power

<sup>2</sup> Dependence power

<sup>3</sup> Impact Matrix Cross-Reference Multiplication Applied to a Classification

<sup>4</sup> Autonomous

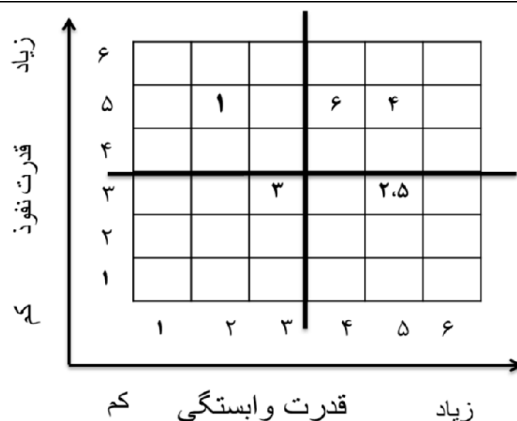
<sup>5</sup> Dependent

<sup>6</sup> Linkage

<sup>7</sup> Independent

<sup>8</sup> Mathiyazhagan

<sup>9</sup> Unstable



شکل (۲)

ماتریس قدرت نفوذ - وابستگی ابعاد

باتوجه به شکل ۲ شاخص زیرساخت سپس عوامل امنیتی بیشترین قدرت نفوذ را دارند و آلودگی زیست محیطی و خدمات رفاهی - بهداشتی نیز بیشترین قدرت وابستگی را دارند.

### آزمون فرضیات پژوهش

این بخش از تحقیق، براساس نتایج به دست آمده از ادبیات پژوهش و نظرات متخصصان، به شناخت ۶ بعد گردشگری می‌پردازد. سپس، فرضیات مورد نظر را به روش آماری و با استفاده از نرم افزار آموس مورد بررسی قرار داد تا مدل نهایی را طراحی کند. فرضیات مورد نظر به شرح زیر است:

- ۱ - زیرساخت‌ها روی عوامل امنیتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
  - ۲ - عوامل امنیتی روی عوامل اقتصادی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
  - ۳ - عوامل امنیتی روی عوامل فرهنگی - اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
  - ۴ - عوامل اقتصادی روی آلودگی زیست محیطی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
  - ۵ - عوامل اقتصادی روی خدمات رفاهی - بهداشتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
  - ۶ - عوامل فرهنگی - اجتماعی روی آلودگی زیست محیطی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
  - ۷ - عوامل فرهنگی - اجتماعی روی خدمات رفاهی - بهداشتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
- جامعه آماری، تمام مسافران و کارشناسان گردشگری و خبرنگاران را در بر می‌گیرد، روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای و درون طبقات تصادفی ساده و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان محاسبه شده و با استفاده از روش تخصیص متناسب حجم نمونه کل به طبقات تخصیص یافت. در این پژوهش، با توجه به نوع پراکندگی داده‌ها طبقه‌بندی عمال شده و سپس متناسب با حجم هر طبقه در جامعه اصلی نمونه‌ها را به این طبقات اختصاص دادیم. جامعه آماری تحقیق بیش از ۱۰۰۰۰۰ نفر بوده و بنابر این، نمونه ۳۸۴ نفری در نظر گرفته شده است.

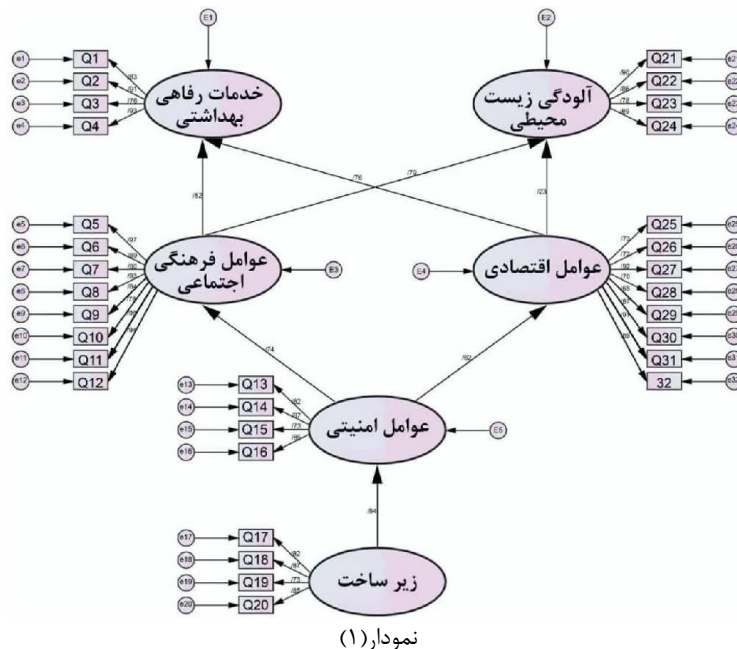
### تجزیه و تحلیل

برای سنجش ابعاد متغیرها از تحلیل عاملی استفاده می‌کنیم. برای سنجش تفاوت بین ترکیب‌های مختلف میانگین‌ها از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده می‌کنیم. برای مشخص کردن و تأیید روابط بین متغیرها از محاسبه ضرایب استفاده خواهد شد. برای نکویی برازش از مدل شاخصه RMSEA استفاده خواهد شد که این شاخصه برای اندازه‌گیری ساختار به کار می‌رود و به عنوان معیار سنجش عملکرد است. پس از انجام مصاحبه نرمال و غیرنرمال بودن توزیع فراوانی‌ها از مدل آماری مقتضی استفاده نمود برای انجام بعضی محاسبات از نرم افزار آموس استفاده خواهد شد. اعتبار پرسش نامه با دریافت نظرات اساتید راهنما و



## آزمون مدل مفهومی

در این پژوهش براساس نرم افزار AMOS روابط بین متغیرهای مستقل بررسی شد؛ هم چنین تأثیرشان بر متغیر وابسته به صورت مدلی تجربی ارائه شد. مدل سازی معادله ساختاری، روشی برای آزمون مدل های نظری است که در آن، به خطاهای احتمالی هم توجه می شود.



## مدل اصلاحی تحقیق

براساس آخرین نمودار، تمامی شاخص ها از برازش مناسب و مطلوبی برخوردار هستند و معیارهای مورد نظر در هیچ یک از شاخص ها رد نشده اند؛ در نتیجه مدل مفهومی پژوهش قابل تأیید برای متغیرها است.

به منظور بررسی برازندگی الگوی معادلات ساختاری از شاخص های مجذور خی (Chi-Square)، سطح معناداری مجذور خی (p)، شاخص جذر برآورد خطای تقریبی (RMSEA)، شاخص برازش هنجار شده (NFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص تاکر-لویپر (TLI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI) و در جدول (۱۳) شاخص های برازش مدل اصلاح شده قابل مشاهده می باشد. به دلیل آن که مجذور خی تحت تأثیر حجم نمونه است، سطح معناداری مجذور خی به تنهایی ملاک معتبری برای ارزیابی برازش مدل نیست؛ بنابراین برای بررسی برازش مدل از سایر شاخص ها استفاده می شود. شاخص های IFI، TLI، GFI، CFI دارای دامنه صفر تا یک هستند، هرچه اندازه آنها با یک نزدیک تر شود بر برازندگی مطلوب تر الگو دلالت دارند. همچنین زمانی که RMSEA کوچکتر از ۰/۰۵؛ خی دو به هنجار نیز کوچکتر از مقدار ۳ و شاخص های PNFI و PCFI بزرگتر از مقدار ۰/۵ باشد، دلالت بر برازش مطلوب مدل دارد. براساس این یافته ها می توان نتیجه گرفت که مدل اصلاح شده پژوهش از برازش مطلوب برخوردار است. همانگونه که در جدول زیر آمده شاخص های برازش بیانگر برازش مبتنی بر مدل تجربی این پژوهش است.

جدول (۱۰). شاخص های برازش مدل اصلاحی

مدل کلی	X2/df	RMSEA	NFI	CFI	IFI	RFI	PRATIO	PNFI	PCFI
میزان قابل قبول	< ۳	< ۰/۰۵	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۵۰	> ۰/۵۰	> ۰/۵۰
مقادیر محاسبه شده	۱/۸۵	۰/۰۰۰	۰/۹۶	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۷۱	۰/۷۲	۰/۶۹

شاخص‌های تأیید الگوی معادلات ساختاری فقط به شاخص‌های برازش کلی الگو محدود نمی‌شود، بلکه باید پارامترهای استاندارد بتا و گاما (ضرایب مسیر) و مقادیر تی (t) متناظر با آن که برای هر یک از مسیرهای علی از متغیر برون زای به متغیرهای درون زای (ضرایب گاما) و از مسیر متغیرهای نهفته میانجی به متغیر نهفته درون زا (ضریب بتا) نیز وجود دارد، باید بررسی شود.

جدول (۱۱). نتایج فرضیات پژوهش

نتیجه	میزان اثر	سطح معناداری	فرضیات
عدم رد	۰/۹۴	۰/۰۰۰	زیرساخت‌ها روی عوامل امنیتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
عدم رد	۰/۶۲	۰/۰۰۰	عوامل امنیتی روی عوامل اقتصادی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
عدم رد	۰/۷۴	۰/۰۰۰	عوامل امنیتی روی عوامل فرهنگی - اجتماعی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
عدم رد	۰/۲۳	۰/۰۰۰	عوامل اقتصادی روی آلودگی زیست محیطی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
عدم رد	۰/۷۶	۰/۰۰۰	عوامل اقتصادی روی خدمات رفاهی - بهداشتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
عدم رد	۰/۷۹	۰/۰۰۰	عوامل فرهنگی - اجتماعی روی آلودگی زیست محیطی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
عدم رد	۰/۸۲	۰/۰۰۰	عوامل فرهنگی - اجتماعی روی خدمات رفاهی - بهداشتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

در بیش تر کشورها یکی از منابع درآمد ارزی، صنعت گردشگری است. گردشگری، موضوعات گوناگونی را در بر می‌گیرد، از جمله مجتمع‌های توریستی و تفریحی رفاهی؛ ناداشتن توجه لازم به این موضوع به صورت مستقیم یا غیر مستقیم می‌تواند موجب ضعف صنعت گردشگری گردد که متأثر از آن، منابع درآمد ارزی کاهش می‌یابد. در مفهوم بازاریابی باور رایج بر این است که نیل به اهداف سازمانی در وهله اول به تعریف و تعیین نیازها و خواسته‌های بازارهای هدف بستگی دارد؛ سپس تأمین رضایت مشتری به نحوی مطلوب‌تر و مؤثرتر از رقبا در وهله بعد قرار می‌گیرد. در دنیای رقابت‌های فزاینده امروز، شرکت‌هایی موفق خواهند بود که رضایت مشتریان خود را بیشتر تأمین کنند. اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی، نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این امر مهم، امروزه بسیاری از کشورهای جهان، تمایل شدیدی به جذب سرمایه‌های خارجی پیدا کرده‌اند. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و استفاده از توان‌های منطقه‌ای با هدف جذب گردشگر، یکی از راه‌های مناسب است. توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر به‌سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه دیگر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است.

با توجه به این که ساختار اقتصادی ایران پس از اکتشاف و بهره‌برداری از منابع نفتی به شدت متکی به صادرات نفت و درآمد ارزی حاصل از آن بوده است؛ تلاش‌های صورت گرفته برای خروج از این وضعیت و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی غیرنفتی نتیجه‌چندانی دربر نداشته است، اینک برای ایجاد توسعه‌ای همه‌جانبه و پایدار و هم‌چنین جایگزینی منابع جدید برای کسب درآمد به جای منابع نفتی در کشور، باید از تمامی امکانات و استعدادها استفاده کرد. این در حالی است که ایران یکی از دیدنی‌ترین کشورهای جهان است. به‌طوری که کشور ما جزو ده کشور اول جهان از نظر جاذبه‌های (فرهنگی و تمدنی) گردشگری و جزو پنج کشور اول جهان از نظر تنوع (محیط طبیعی) گردشگری و جزو سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی است. همچنین ایران در منطقه جنوب آسیا رتبه دوم جذب بیشترین گردشگر و درآمد حاصل از گردشگری بعد از هند را به خود اختصاص داده است (زینالفام، ۱۳۹۲: ۱).

طراحی مدل مفهومی گردشگری مستلزم یافتن ابعاد اصلی و تأثیرگذار در این رابطه و برقراری ارتباط بین آنهاست؛ در این پژوهش، ابتدا سعی شد از طریق مدل گردنند تئوری و طبق نظر خبرگان ابعاد و مؤلفه‌ها شناسایی شود و سپس از طریق روش ساختاری تفسیری ارتباطات بین ابعاد مشخص گردد؛ چنانچه در مدل ساختاری پژوهش مشاهده می‌شود الگوی گردشگری ۶ بعد اصلی دارد که تقویت این ابعاد می‌تواند منجر به افزایش جذب گردشگر و رونق این صنعت گردد. امروزه گردشگری از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در دنیا به شمار می‌رود و با توجه به این که ایران فرهنگی غنی و تمدن تاریخی کهن دارد و یکی از غنی‌ترین کشورهای جهان از نظر آثار باستانی و تاریخی در دوره‌های مختلف است؛ با برقراری رابطه بین فرهنگ و گردشگری کشور، می‌توان این گنجینه را به منبع خوبی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل کرد. از این رو هر گردشگری که امروز به کشور ما وارد می‌شود. سفیری است برای جذب گردشگر بیشتر در آینده. هنگامی که منابع گردشگری فرهنگی به خوبی شناسایی شود، اثرات مثبتی چون حفظ و پایدار ماندن میراث فرهنگی، هنرها، سنت‌ها و آداب و رسوم ملت‌ها در اجتماع و محیط فرهنگی به دنبال خواهد داشت. گردشگری می‌تواند آثار مثبت و منفی بر فرهنگ و اجتماع ما داشته باشد؛ بنابر این، مسؤولان و مردم باید در این زمینه تمام تلاش خود را به کار گیرند تا بتوانند با تکیه بر افزایش جذب گردشگر، شرایط توسعه فرهنگی - اجتماعی را نیز فراهم کنند. یافته‌ها نشان می‌دهند که خدمات رفاهی و بهداشتی و آلودگی زیست محیطی تأثیرپذیرترین متغیرها هستند و زیرساخت‌ها تنها عاملی است که در ناحیه نفوذ و اثرگذاری قرار دارد. عوامل امنیتی و فرهنگی - اجتماعی در ناحیه خودمختاری قرار گرفته‌اند و عامل اقتصادی تنها عاملی است که در ناحیه پیوند قرار گرفته است. پس از بررسی و آزمایش فرضیات، تمام فرضیات پژوهش تأیید شد؛ به این صورت که زیرساخت‌ها با ضریب اثر ۰/۹۴ بیشترین تأثیر را روی عوامل امنیتی دارد و عوامل اقتصادی با ضریب اثر ۰/۲۳ کمترین اثر را روی آلودگی زیست محیطی دارند. بررسی فرضیات نتیجه تحقیق موسویان و همکاران (۱۳۹۷) و سلیمانی مقدم و اسلامی (۱۳۹۰) را که بیان کرد توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد بستر لازم، یکی از مهم‌ترین راهکارها و سیاست‌های توسعه صنعت توریسم در عصر حاضر می‌باشد، تأیید کرد.

همچنین تیموری (۱۳۹۴) در مقاله خود اثرات وقوع بحرانهای سیاسی - اجتماعی را - که عوامل مهم امنیتی هستند - بر درآمد و اقتصاد بررسی کرد و به این نتیجه رسید که: یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در پایداری گردشگری/امنیت می‌باشد و تأثیر به‌سزایی در افزایش گردشگری و در نهایت توسعه اقتصادی دارد که فرضیه تحقیق حاضر نیز تأیید کننده همین موضوع است. همچنین نتیجه کار صفار حیدری (۱۳۹۸) در مورد تأثیر آلودگی‌های زیست محیطی در گردشگری را تأیید می‌کند.



۱. آذر، عادل؛ خسروانی، فرزانه و جلالی، رضا (۱۳۹۲). تحقیق در عملیات نرم رویکردهای ساختاردهی، سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
۲. ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبدالهل (۱۳۸۸). تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SOWT، مطالعات و پژوهشهای شهری و منطقه‌ای، اصفهان: سال اول، شماره ۱.
۳. اعظمی، موسی، جلیلیان، سارا و هاشمی امین، ناهید (۱۳۹۴). تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۴، شماره ۱۴.
۴. باقریان جلودار؛ م‌صطفی، شبیری؛ سید محمد و فاضله نوپور هولاری، (۱۳۹۷). تحلیل جامعه شناختی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران (مطالعه موردی: گردشگران بابلسر)، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۷، شماره ۲۵.
۵. پاپلی یزدی، محمدحسین (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ دوم شورای.
۶. تیموری، ایرج (۱۳۹۴). وقوع بحرانهای سیاسی - اجتماعی و اثرات آن بر درآمد حاصل از گردشگری نمونه موردی: کشورهای ایران و ترکیه، دوره ۵، شماره ۲۰.
۷. جهانیان، منوچهر و نادعلی پور، زهر (۱۳۸۸). مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا) انتشارات جهاد دانشگاهی تهران، چاپ اول.
۸. داس ویل، راجر (۱۳۸۴). مدیریت جهانگردی (مبانی، راهبردها و آثار)، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ سوم.
۹. ده شیری، محمدرضا، فقیهی، محبوبه (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سیاست گردشگری بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۲.
۱۰. رامشیت، محمدحسین و فیض‌الهی، مریم (۱۳۹۲). مجله، اولویت‌گذاری و رتبه‌بندی کانون‌های گردشگری دشت ابراهیم یزد، پژوهش‌های برنامه‌ریزی فضایی، س ۳، شماره ۲.
۱۱. رهنما، محمدتقی (۱۳۸۱). مطالعات جامع استان اردبیل.
۱۲. زینالفام، یعقوب و رامین رضایی شهبابی، (۱۳۹۲). طرح توجیهی دهکده توریستی - تفریحی امیران ائل‌مان ارومیه، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.
۱۳. سلیمانی‌مقدم، محمد و اسلامی، قاسم (۱۳۹۰). نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت، مجله مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۶، شماره ۱۷.
۱۴. شاکری، عباس و فریدون (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در منطقه آزاد چابهار و اولویت‌بندی آنها با استفاده از تکنیک AHP، پژوهشنامه اقتصادی، تهران: شماره ۲۰.
۱۵. صدرموسوی، میرستار و دخیلی کهنوتی، جواد (۱۳۸۶). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱.
۱۶. صفارحیدری، حجت، صفارحیدری، سعید (۱۳۹۸). تأملی پدیدارشناختی درباره نسبت طبیعت‌گردی و تخریب محیط زیست: با تأکید بر اندیشه‌های فلسفی هایدگر، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۲۸.
۱۷. عسکری، جواد و آذرکمند، رزا (۱۳۹۵). نقش و بررسی مجتمع‌های بین‌راهی در توسعه گردشگری استان سمنان مطالعه موردی مجتمع بین‌راهی لاسجرد، چهارمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی، تهران: موسسه آموزش عالی مهر اروند، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.
۱۸. فیروزجانیان، علی‌اصغر؛ فیروزجانیان، مصطفی؛ هاشمی‌پتروودی، سیدحمید و فاطمه غلامزاده (۱۳۹۲). کاربرد تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) در مطالعات گردشگری (تحلیلی با رویکرد آسیب‌شناسانه)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری سال دوم، شماره ۶.
۱۹. قالیباف، محمدباقر و شعبانی‌فرد، محمد (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری براساس مدل‌های تصمیم‌گیری چندمتغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، س ۲۶، شماره ۲.
۲۰. کاظمی، مهدی (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری، تهران: سمت.
۲۱. \_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، زاهدان: «سال ششم، شماره ۱۲».
۲۲. مدهوشی، مهرداد (۱۳۸۲). ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشهای بازرگانی، تهران: شماره ۲۸.
۲۳. موسویان، منصوره‌السادات و موسوی، سعیدعباس (۱۳۹۷). بررسی و ارزیابی راهکارهای مناسب به منظور تقویت گردشگری در توسعه شهرها و روستاهای کشور، اولین همایش بررسی چالش‌ها و ارزیابی راهکارهای نوین مدیریت شهری، تهران: سازمان بسیج شهرداری.
۲۴. Alipour Eshliki, Sajad & Kaboudi, Mahdi (2011). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran, ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, Savoy Homann Bidakara Bandung Hotel, Bandung, Indonesia, 15-17 June.

- Altman, G. & Aleksanyan, G. P.(2016). Sustainability in Tourism: Problems and some Basic Directions of Sustainable Tourism Management, *Geography*, No.2, PP: 59–67. .۲۵
- of the Qualitative Research American Juornal. of Maternal/ child Nursing Synthesis-Beck., J, 2002 A. Meta .۲۶  
p:93
- Dwyer, L.(2016). Planning for Sustainable Tourism: An Alternative Paradigm, *International Journal of* .۲۷  
*Tourism and Spirituality*, 1(1): 28-43.
- García-Melón, Mónica & Gómez-Navarro, Tomás & Acuña-Dutra, Silvia (2012). A combined ANP-delphi .۲۸  
approach to evaluate sustainable tourism, *Environmental Impact Assessment Review* 34 (2012), pp 41–50.
- Hudson, S., Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J.(2016). The influence of social media interactions on .۲۹  
consumer–brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors,  
*International Journal of Research in Marketing*, 33(1): 27-41
- Kachniewska , M.A.(2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas, *Worldwide* .۳۰  
*Hospitality and Tourism Themes*, 7(5): 500-515.
- Liu, Chui-Hua & Tzeng, Gwo-Hshiang & Lee, Ming-Huei & Lee, Po-Yen (2013). Improving metro–airport .۳۱  
connection service for tourism development: Using hybrid MCDM models, *Tourism Management*  
*Perspectives* 6 (2013), pp 95–107.
- Mathiyazhagan, K., Govindan, K., NoorulHaq, A. and Geng, Y. (2013). An ISM approach for the barrier .۳۲  
chain management, *Journal of Cleaner Production*, 47(0): 283-297. analysis in implementing green supply
- Muduli, K., Govindan, K., Barve, A., Kannan, D. and Geng, Y. (2013). Role of behavioural factors in green .۳۳  
supply chain management implementation in Indian mining industries. *Resources, Conservation and*  
*Recycling*, 76(0): 50-60.
- barriers of reverse logistics, Ravi, V. and Shankar, R. (2005). Analysis of interactions among the .۳۴  
72(8): 1011-1029. *Technological Forecasting and Social Change*,
- Richards, G. (2013). Creativity and tourism in the city, *Current Issues in Tourism*, 17(2) .۳۵
- Sharpley, R.(2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Earthscan .۳۶
- among the barriers to energy saving in Wang, G., Wang, Y. and Zhao, T. (2008). Analysis of interactions .۳۷  
1889. *China, Energy Policy*, 36(6): 1879-
- modelling, IEEE transcript on Warfield, J.W. (1974). Developing interconnected matrices in structural .۳۸  
systems, *Men and Cybernetics*, 4(1): 51-81.
- technology, *Technological* Watson, R. (1978). Interpretive structural modeling—A useful tool for .۳۹  
*Forecasting and Social Change*, 11(2): 165-185.
- Tourism Research Yang, Yang & Fik, Timothy (2014). Spatial effects in regional tourism growth, *Annals of* .۴۰  
.46 (2014), pp 144–162