

## سنجش و ارزیابی شاخص‌های پایداری در صنعت توریسم در شهر اهواز

هادی علیزاده<sup>۱\*</sup>، محمدعلی فیروزی<sup>۲</sup>، محمد اجزاشکوهی<sup>۳</sup>، سیده نرگس نقیبی رکنی<sup>۴</sup>

- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران
- ۲- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران
- ۳- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
- ۴- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

دریافت: ۹۱/۱۲/۸ پذیرش: ۹۲/۳/۱۱

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر، سنجش وضعیت شاخص‌های پایداری در حوزه صنعت توریسم در شهر اهواز است. این هدف از طریق تشخیص میزان اولویت کاربست شاخص‌ها، میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم شاخص‌های پژوهش در پایداری صنعت توریسم و میزان پیش‌بینی پایداری در حوزه صنعت توریسم در شهر اهواز به وسیله شاخص‌های منتخب بررسی شده است. به همین منظور، شاخص‌ها در شش بعد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اکولوژیکی و تکنولوژیکی در قالب سی متغیر دسته‌بندی شده و از دیدگاه شهروندان اهوازی مورد ارزیابی قرار گرفته است. بنابراین، این پژوهش از لحاظ هدف‌گذاری، مطالعه‌ای کاربردی و از لحاظ روش‌شناسی، توصیفی-تحلیلی است که در آن از روش پیمایشی به صورت ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. جامعه نمونه ۳۸۴ نفر از شهروندان اهواز هستند که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده انتخاب شده و مورد پرسش قرار گرفته‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و متناسب با اهداف پژوهش، از آزمون‌های آماری T، برازش رگرسیونی و مدل تحلیل تشخیص در قالب نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد از دیدگاه شهروندان اهواز، شاخص‌های تکنولوژیکی با توجه به میزان اختلاف از میانگین پایین ۰/۰۶۰۰۲- نسبت به میانگین مینا در آزمون T دارای وضعیت نامناسب هستند و در نتیجه، اولویت بیشتری برای بسترسازی و بهبود شرایط دارند. همچنین، با توجه به نتایج مدل برازش رگرسیونی در



بین شاخص‌های برگزیده پژوهش و با توجه به میزان معناداری به دست آمده، شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی رابطه مستقیم با پایداری صنعت توریسم دارند؛ ضمن اینکه پیش‌بینی شرایط پایداری در حوزه صنعت توریسم با توجه به شاخص‌های پژوهش در مدل تحلیل تشخیص نشان می‌دهد شاخص‌های فرهنگی با میزان پیش‌بینی کلی ۰/۴۱۸ بهتر می‌توانند شرایط پایداری در حوزه صنعت توریسم در شهر اهواز را پیش‌بینی کنند.

واژه‌های کلیدی: پایداری، صنعت توریسم، تحلیل تشخیص، اهواز.

## ۱- مقدمه

از نیمه قرن بیستم به بعد، عواملی مانند جهانی‌سازی، توسعه سرمایه‌داری، پیشرفت ابزارهای حمل‌ونقل و توسعه ارتباطات تکنولوژیکی به توسعه صنعت توریسم منجر شده است (World Tourism Organization, 2004). امروزه، صنعت توریسم سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود (Oila Et al., 2012: 569)؛ زیرا به گزارش بانک جهانی، در اواخر سال ۲۰۰۵م این صنعت با ایجاد حدود ۲۱۴ میلیون شغل و سهمی معادل ۱۰/۵ تولید ناخالص داخلی در سطح جهانی نقش پررنگی ایفا کرده است (Choi & Sir kaya, 2006: 1274). علاوه بر این، این صنعت یکی از بزرگ‌ترین شاخه‌های ارزیابی پویایی یک ملت در سطح کلان و یا یک مکان در سطح خرد است؛ زیرا هم‌زمان می‌تواند بهترین داشته‌ها و میراث ملت را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، محیطی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیکی به معرض نمایش بگذارد (Place, 1995: 168). به دلیل تأثیر زیاد این صنعت در شناخت جوامع و آگاهی از نگرش‌های جوامع انسانی و تأثیر آن در ابعاد مختلف توسعه و پیشرفت جوامع انسانی، داشتن رویکردی پایدار در این حوزه ضرورت دارد (World Bank, 2004).

بدیهی است که در این حوزه علاوه بر تأثیر گسترده آن در مباحث اقتصادی، برای شناسایی و ترویج میراث عظیم فرهنگی، اجتماعی و اکولوژیکی گذشته و حال یک مکان یا سرزمین و نمایاندن هویت عظیم مکانی به وسیله این صنعت، تسهیل در شرایط و داشتن نگرش پایدار در دو بعد مهم و تأثیرگذار در پایداری این حوزه یعنی ابعاد سیاسی و تکنولوژیکی بسیار اهمیت دارد (Place, 1995: 169)؛ زیرا ایدئولوژی و نگرش حاکم بر جامعه میزبان در مبحث پذیرش و نوع نگاه آن به مبحث توریسم، عزم آن برای تبلیغ و ترویج هویت و فرهنگ ملی به

سایر نقاط جهان، عرضه تسهیلات لازم و تدوین آیین‌نامه‌های مناسب و مشوق که با عنوان تسهیلات سیاسی موضوع بدان نگریسته می‌شود (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶) و همچنین تجهیز جامعه میزبان به فناوری‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی در زمینه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغ داشته‌ها و حمل‌ونقل پیشرفته با توجه به نیاز زمان و پیشرفت‌های رخ داده در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی - که خود از عوامل اصلی توسعه صنعت توریسم در جهان است - از مواردی است که می‌تواند سایر ابعاد پایداری در این حوزه را شکوفا کند (Gets, 404: 2008). بنابراین، ابعاد مختلف موجود در پایداری صنعت توریسم به صورت زنجیره‌ای با هم در ارتباطند و رونق و شکوفایی در هر کدام از آن‌ها مستلزم نگرش پایدار و تلاش برای شکوفایی آن در سایر ابعاد است (Ibid, 404).

همان‌طور که گفته شد، کوشش در جهت ارتقای شرایط این حوزه در سطح ملی به صورت کلان و در سطح شهرها به صورت خرد نیازمند برنامه‌ریزی پایدار در تمام ابعاد دخیل در آن است که در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تکنولوژیکی و اکولوژیکی با عنوان ابعاد پایداری در صنعت توریسم از آن‌ها یاد می‌شود (Stokes, 2004: 108). این مسئله خودبه‌خود باعث توجه بیشتر در تمام این عرصه‌ها و رفع مشکلات و نارسایی‌ها و استفاده از توان آشکار و نهان داشته‌های شهری، منطقه‌ای و ملی در این زمینه‌ها می‌شود؛ زیرا ضعف، مشکل و نارسایی در هر یک از ابعاد یاد شده سایر عرصه‌ها را نیز با چالش روبه‌رو می‌کند. از سوی دیگر، مطرح شدن مبحث پایداری در این حوزه به این معناست که توسعه متوازن در این حوزه الگوی باثباتی را در جهت تأثیرگذاری مثبت در تمام حوزه‌های فرعی مؤثر در این صنعت می‌طلبد (Simmons, 1994: 104). به این دلیل که دستیابی به معیارهای جامع برای گسترش الگوی پایدار در صنعت توریسم موفقیت بزرگی در شناساندن هویت یک ملت علاوه بر سایر منافع آن است؛ زیرا برنامه‌ریزی‌های صحیح را در جهت کاهش نارسایی‌ها و ضعف‌های موجود در تمام ابعاد و شاخص‌های دخیل در حوزه صنعت توریسم پوشش، و مورد تأکید قرار می‌دهد (Gets, 2008: 403).

شهر اهواز به عنوان یکی از کلان‌شهرهای ایران دارای قابلیت‌های متعدد در عرصه‌های مربوط به صنعت توریسم است. قابلیت‌های جغرافیایی، محیطی و طبیعی، فرهنگی و آثار و صنایع دستی، اکولوژیکی و آثار تاریخی این شهر در کنار آثار ارزشمند به‌جامانده از جبهه‌های



هشت سال دفاع مقدس سالیانه پذیرای گردشگران داخلی و خارجی است که توانایی‌های این شهر را در صنعت توریسم نشان می‌دهد. شهر اهواز با وجود این داشته‌ها و ظرفیت‌ها به دلایل زیادی از رشد و بالندگی در حد نام و توان خود دور مانده است؛ از جمله این دلایل ضعف در ساختارهای برنامه‌ریزی، نبود مطالعات و تحقیقات گسترده در شناسایی هرچه بهتر توان‌ها و حوزه‌های مؤثر در صنعت توریسم جهت برنامه‌ریزی به منظور بهبود شرایط آن‌ها، نبود زیرساخت‌های اولیه و سرمایه‌گذاری‌های لازم در جهت بسط و ترویج این داشته‌ها، غفلت و ناآگاهی‌های سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان و تعریف‌نشدن سازمان‌های متخصص ذی‌ربط و سیاست‌گذار در این حوزه. مسائل یادشده از عوامل اصلی تفکر درباب یکپارچه‌سازی این داشته‌ها در قالب پایداری در حوزه صنعت توریسم برای شناسایی و بالندگی هرچه بهتر آن است. بنابراین و با توجه به پتانسیل‌های موجود در زمینه گسترش و بسط حوزه صنعت توریسم، داشتن الگوی پایداری در این حوزه ضرورتی جدی است. گام نخست در پیمودن مسیر پایداری در حوزه صنعت توریسم، دسته‌بندی و شناسایی حوزه‌ها و یا به بیانی دیگر، شاخصه‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار در این حوزه است. با شناسایی کاستی‌های این شاخصه‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار در صنعت توریسم می‌توانیم توسعه متوازن را در تمام آن‌ها، برای داشتن چشم‌اندازی پایدار در این حوزه، جاری کنیم.

### ۱-۱- هدف پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به مسائل و ضرورت مطرح‌شده در حوزه صنعت توریسم در شهر اهواز سه هدف اساسی را دنبال می‌کند:

- تعیین میزان اولویت ابعاد منتخب در پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز از دیدگاه شهروندان؛
- شناسایی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم ابعاد منتخب بر پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز؛
- شناسایی میزان پیش‌بینی پایداری در صنعت توریسم با توجه به ابعاد منتخب پژوهش.

### ۱-۲- سؤال‌های پژوهش

با توجه به اهداف یادشده، پرسش‌های تحقیق نیز عبارت‌اند از:

- ازدیدگاه شهروندان، کدام یک از ابعاد تأثیرگذار در پایداری حوزه صنعت توریسم کشور دارای اولویت بیشتری جهت بسترسازی پایداری در حوزه صنعت توریسم در شهر اهواز است؟

- کدام یک از ابعاد مطرح شده برای ارزیابی صنعت توریسم در شهر اهواز دارای تأثیر مستقیم و کدام بعد دارای تأثیر غیرمستقیم در این حوزه است؟

- کدام یک از ابعاد مطرح شده برای ارزیابی پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز پایداری در این حوزه را بهتر پیش‌بینی می‌کند؟

## ۲- پایداری در صنعت توریسم

پس از مطرح شدن توسعه پایدار به عنوان شکل متعالی توسعه، پایداری و الگوی متوازن و همه‌جانبه برای توسعه در تمام حوزه‌ها نفوذ یافته است (Bram Well & Lane, 1993). صنعت توریسم به علت ارتباط تنگاتنگ با اکثر حوزه‌های طبیعی و انسانی یکی از بسترهای اصلی اجرای مبحث پایداری در این حوزه است. آنچه در این مبحث اهمیت زیادی دارد، اجرای اصول متعالی توسعه پایدار در بخش توریسم است که علاوه بر پایداری اجتماعی، محیطی و پویایی اقتصادی، توجه و ممارست در بسترسازی رویکردهای پایدار را در زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، طبیعی، اکولوژیکی و تکنولوژیکی نیز می‌طلبد (Tosun, 2001: 596). در واقع، نیاز به ارتباطات مثبت بین جوامع انسانی و رویکردهای پایدار بین کشورها از یک سو و درآمدزایی و شناسایی میراث‌های ارزشمند آنها از سوی دیگر باعث توجه به صنعت توریسم شده است؛ به گونه‌ای که در درجه اول ایجاد ارتباطات مثبت و پایدار بین جوامع در حوزه توریسم نیازمند پایداری در نگرش‌ها و ایدئولوژی سیاسی حاکم بر جوامع است که با اتخاذ راهکارهای تسهیل‌کننده و مشوق در این زمینه و همچنین اتخاذ رویکردی منعطف و پایدار در نگرش‌های خود، زمینه‌های پایداری در دیگر ابعاد مؤثر در حوزه توریسم را فراهم می‌آورد (Weber & Chon, 2002). برای شناسایی و برنامه‌ریزی پایداری در حوزه‌های فرهنگی که به سامان‌دهی خرده‌فرهنگ‌ها، هویت‌بخشی و ترویج و تشویق داشته‌های فرهنگ‌های بومی، محلی می‌انجامد و یا پایداری اجتماعی که به انسجام و وحدت اجتماعی، تشویق و ایجاد



فرصت‌های برابر در دسترسی به منابع و امکانات گردشگری و ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی خواهد انجامید و سرانجام پایداری اکولوژیکی که به حفاظت از محیط زیست و دارایی‌های طبیعی و حفظ چشم‌اندازها و بسترهای طبیعی بکر منتهی می‌شود؛ نیازمند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و منابع و در پی آن درآمدزایی و تولید تقاضای هریک از آنها هستیم که خود به پایداری اقتصادی منجر خواهد شد (Lei & Wang, 2008: 832). چنین روندی اگر با ترویج و تبلیغ برنامه‌ریزی‌شده داشته‌ها و نیز تسهیل در ارتباطات و اطلاعات از جامعه میزبان- که دارای بسترهای مناسب و غنی برای توسعه توریسم است- همراه باشد، به توسعه در فرایند تکنولوژیکی می‌انجامد که در صورت تداوم استفاده و تجهیز به فناوری‌های مرتبط در این زمینه، پایداری تکنولوژیکی پدید می‌آید. بدیهی است که امروزه سرعت در ارتباطات و اطلاعات با عنوان تکنولوژی برتر یاد می‌شود که در صورت هماهنگی و بسترسازی آن در زمینه‌های مربوط به توریسم، می‌تواند به رشد و تعالی این حوزه کمک کند (Ibid, 833). به اعتقاد بانک جهانی، در نگرش پایداری در صنعت توریسم، ضمن شناخت ابعاد مؤثر در پیدایش پایداری در آن، بایست برای برنامه‌ریزی پایداری در آن ابعاد، عامل و معلول یا ابعاد زمینه‌ساز برای پایداری و رشد دیگر ابعاد را بهتر شناسایی کرد. به اعتقاد این سازمان، ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی در صنعت توریسم در بستر جوامع منتظر شناسایی، رشد و تشویق برای نمایش از سوی ابعدی مانند نوع سیاست‌های اتخاذ شده یا ابعاد سیاسی قضیه، ابعاد تکنولوژیکی و سرمایه‌گذاری و ممارست در بهبود وضعیت زیرساخت‌های مربوط به آن‌ها یعنی ابعاد اقتصادی دخیل در این حوزه هستند که در این بین، نقش پایداری در بعد سیاسی و تکنولوژیکی در رشد و شکوفایی و پایداری دیگر ابعاد بسیار اهمیت دارد (World Bank, 2004).

نخستین بار، باتلر<sup>1</sup> در سال ۱۹۹۶م مفهوم پایداری و دنبال کردن نگرش‌های پویا و جامع در حوزه‌ها و ابعاد مرتبط با صنعت توریسم را تعریف و تبیین کرد (Hardy Et al., 2002: 478). به اعتقاد باتلر، توریسم در نمای پایداری حوزه‌ای است که دستیابی به چشم‌انداز توسعه پایدار را با خطر مواجه نکرده؛ بلکه با استفاده از شاخص‌های مکمل، جامعیت و پویایی

1. Butler

را در مسیر رسیدن به توسعه پایدار آسان کرده است (Ibid, 479). در جدول شماره یک گزیده‌ای از تعریف‌های توریسم پایدار آمده است.

جدول ۱ تعریف‌های توریسم پایدار

منبع	تعریف
(Bramwell & Lane, 1993)	توریسم پایدار رویکردی مثبت است که فعالیت‌های آسیب‌زای بشری را در فرایند صنعت توریسم - که متوجه دیگر حوزه‌های در ارتباط با این صنعت می‌کند - کاهش می‌دهد و بین عوامل انسانی و طبیعی ارتباطی معقولانه و متوازن برقرار می‌کند.
(English Tourism Board, 1991)	صنعتی است پایدار که بین بازدیدکنندگان، گروه‌های اجتماعی و مکان، ارتباطی منطقی و برابر فراهم می‌کند بدون اینکه به مصرف بیش از حد منابع بینجامد یا به محیط‌زیست آسیب برساند.
(Inskeep, 2002)	پایداری در صنعت توریسم محافظت و غنی‌سازی داشته‌ها و بهبود و سامان‌دهی ضعف‌ها برای ساخت چشم‌اندازی پویا و پایا در آینده برای مکان‌ها و جوامع آن مکان‌هاست.
(Curry & Morvaridi, 2000)	توریسم پایدار پیوندی است در وضعیت برآورد پایدار نیازهای اقتصادی و دیگر ابعاد توسعه با وضعیت آینده، به‌طوری که منابع و مواهب طبیعی یا وضعیت اجتماعی و اقتصادی را با چالش مواجه نکند.
(Cater & Gudall, 2003)	توریسم پایدار حوزه‌ای موفق در جذب گردشگران و جلب رضایت آن‌ها، رضایت‌مندی گروه‌های اجتماعی پذیرنده، پیش‌بینی‌کننده و برآوردکننده نیازها به‌ویژه در مباحث اقتصادی و محافظ میراث طبیعی و فرهنگی جوامع خواهد بود.
(Cronin, 2004)	پایداری در صنعت توریسم بیشتر رفع چالشی به نام تخلیه و مصرف بیش از حد مواهب محیط فیزیکی و طبیعی و ایجاد ارتباط مثبت بین داشته‌های طبیعی با انسانی است.

(منبع: مطالعات نگارندگان)

بنابراین، برنامه‌ریزی صنعت توریسم باید بر مبنای ارتقای سطح پایداری در تمام حوزه‌های تأثیرگذار باشد (Craick, 1995: 388). به اعتقاد گتز، برنامه‌ریزی توریسم باید پنج رویکرد اصلی را مورد توجه قرار دهد: تقویت‌گرایی، رویکرد اقتصادی صنعتی‌مدار، رویکرد فیزیکی - فضایی، رویکرد اجتماعی‌مدار و رویکرد توسعه پایدار. در جدول شماره دو رویکردهای موجود در برنامه‌ریزی توریسم، مفروضات و مدل‌ها و روش‌های مربوط به آن ذکر شده است.



جدول ۲ رویکردهای برنامه‌ریزی در صنعت توریسم

روش برنامه‌ریزی	مفروضات و ایده‌های مربوط	مثال‌هایی از روش‌های مربوط	چند مثال از مدل‌های مربوط
رویکرد تقویت‌گرا	- توریسم ذاتاً خوب است. - توریسم باید توسعه یابد.	- تشویق - گسترش روابط اجتماعی	- مدل‌های پیش‌بینی‌کننده تقاضا
	- منابع طبیعی و فرهنگی باید مورد استفاده قرار گیرد. - تعریف توسعه صنعت توریسم در تجارت و کار جمعی	- تبلیغ و ترویج - گسترش اهداف رشد و توسعه	
رویکرد اقتصادی	- توریسم با سایر صنایع برابر است. - استفاده از توریسم برای اشتغال و درآمد و غلبه کردن بر تفاوت‌های منطقه‌ای - تعریف توسعه در صنعت توریسم به‌وسیله روش‌های اقتصادی	- تجزیه و تحلیل عرضه و تقاضا - تجزیه و تحلیل هزینه و فایده - همخوانی بازار تولید - محرک‌های توسعه و تقسیم بازار	- برنامه‌ریزی پیشرفته توریسم - انگیزش - آثار اقتصادی - ضریب اقتصادی
رویکرد فیزیکی-فضایی	- توریسم به‌عنوان مصرف‌کننده منابع - توریسم پایه و اساس اکولوژیکی برای توسعه - توریسم پدیده‌ای فضایی - تعریف توسعه توریسم در شرایط محیطی - حفظ گونه‌های ژنتیکی	- ارزیابی آثار محیطی - مطالعات اکولوژیکی - برنامه‌ریزی منطقه‌ای - مطالعات ادراکی	- روند و الگوهای فضایی - تأثیرات فیزیکی - ریخت‌شناسی مناطق تقریبی - چشم‌اندازهای توسعه توریسم - کاهش آثار زیان‌بار محیطی
رویکرد جامعه‌مدار	- حمایت از کنترل محلی - بررسی توسعه متعادل - بررسی جانشین برای توسعه توریسم انبوه - تعریف توسعه در شرایط فرهنگی-اجتماعی	- توسعه اجتماعی - آگاهی و آموزش - مطالعات رفتاری - بررسی تأثیر اجتماعی	- دیدگاه اکولوژیکی از جامعه - ظرفیت‌های اجتماعی موجود - تغییرات رفتاری - افزایش‌دهنده اجتماعی
رویکرد توسعه پایدار	- یکپارچگی تمام حوزه‌های تأثیرگذار در صنعت توریسم - یکپارچگی توریسم با فرایند برنامه‌ریزی - محافظت از میراث‌های بشری و تاریخی - حفاظت از منابع اکولوژیکی - وجود برنامه‌ریزی پایدار و همه‌جانبه‌نگر	- تبعیت از برنامه‌ریزی استراتژیک - افزایش آگاهی‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده - تحلیل سیستم‌ها و اقتصاد سیاسی منعطف - تحلیل انگیزه و حساب‌رسی محیطی	- مدل‌های سیستمی در کنار مدل‌های پایدار - منابع به‌صورت شکل‌یافته فرهنگی - اکولوژی تجاری متوازن - درک و استنباط مازمانی

(منبع: استعلاجی و اللهقلی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۶)

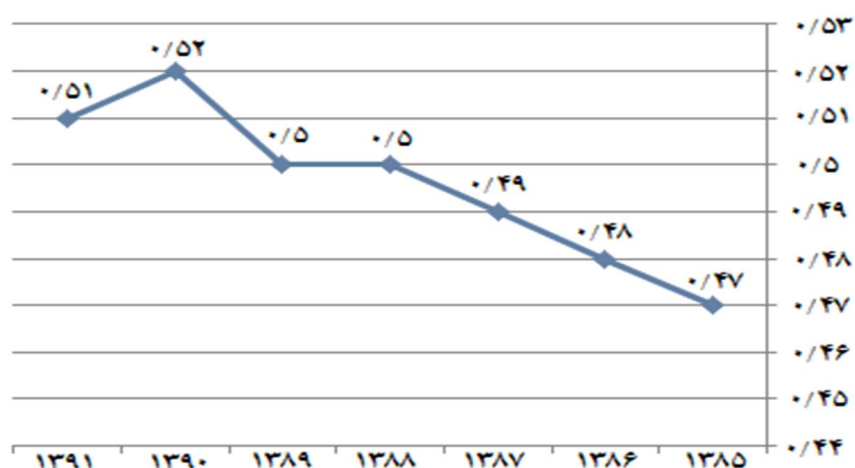


پس از اینکه در اواخر قرن بیستم پایداری در صنعت توریسم مطرح شد، به‌طور گسترده در کشورهای توسعه‌یافته مورد شناسایی و برنامه‌ریزی قرار گرفت. سازمان‌های مربوط برای تعریف اصولی مفهوم پایداری در حوزه صنعت توریسم، شاخص‌ها و مؤلفه‌های تأثیرگذار در این حوزه را تعریف کرده و براساس آن‌ها به برنامه‌ریزی در جهت سامان‌دهی و پیشرفت شرایط موجود برای قدم نهادن در مسیر پایداری در این حوزه اقدام کرده‌اند (Tubb, 2003: 478). بنابراین، یکی از مؤثرترین اقدامات برای تعریف و برنامه‌ریزی پایداری صنعت توریسم، شناخت مؤلفه‌ها و شاخص‌های پایداری در این حوزه به‌منظور تقویت قوت‌ها و بهبود نارسایی‌هاست.

#### ۲-۱- صنعت توریسم در اهواز

شهر اهواز، مرکز استان خوزستان، یکی از کلان‌شهرهای کشور با جاذبه‌های توریستی بالقوه و بالفعل بی‌شماری است که سالیانه هزاران نفر را به خود جذب می‌کند. جاذبه‌های فرهنگی، اجتماعی، اکولوژیکی و تاریخی منطقه از مهم‌ترین عوامل در ایجاد پتانسیل‌های توریسم در این شهر است. وجود یادمان‌ها و مراکز تاریخی و مذهبی مانند مرقد علی‌بن مهزیار، بنای معین‌التجار، خانه دادرس؛ یادمان‌های مربوط به جبهه‌های هشت سال دفاع مقدس (که سالیانه زائرانی را با عنوان کاروان راهیان نور پذیرا می‌شود و سازمان‌دهی می‌کند)؛ پارک‌ها و نواحی گردشگری مانند پارک دولت و زیتون کارمندی و پل‌های متعدد و زیبا (پل معلق، پل سفید و پل کابلی) روی رودخانه کارون که از داخل شهر می‌گذرد، از جاذبه‌های متعدد این شهر است. همچنین، وجود اقوام متعدد ساکن در شهر با فرهنگ و آثار و صنایع دستی خاص خود جلوه و چشم‌انداز ویژه‌ای را به هریک از مناطق آن داده است. البته، این تنوع و جلوه را می‌توان به‌شکل آشکارتری در بازار تاریخی شهر معروف به بازار عبدالحمید مشاهده کرد (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اهواز، ۱۳۹۱). یکی دیگر از عوامل اصلی جذب گردشگران به این شهر، آب و هوای ملایم آن در فصل زمستان و ایام عید نوروز است. درحالی که در این ایام اکثر مناطق کشور آب و هوای سردی دارند، این استان دارای آب و هوای مطبوعی است. مطابق آمار سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان خوزستان، فقط در ایام نوروز سال ۱۳۹۲ نزدیک به ۴ میلیون نفر از استان دیدن کردند که مقصد مستقیم حدود ۲ میلیون نفر از

این مسافران و گردشگران شهر اهواز بوده است. براساس گزارش‌های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر اهواز، سرمایه‌گذاری در بخش‌های نفت و پتروشیمی، ارتقا و بهبود زیرساخت‌های هتل‌ها و رستوران‌ها و راه‌آهن، و راه‌اندازی، تجهیز و سازمان‌دهی تورهای گردشگری خصوصی از عوامل اصلی جذب گردشگران در شهر اهواز از سال ۱۳۸۵ به این سو بوده است. مطابق آمارهای موجود، ۵۰ درصد از بازدیدهای استان خوزستان مربوط به شهر اهواز است.



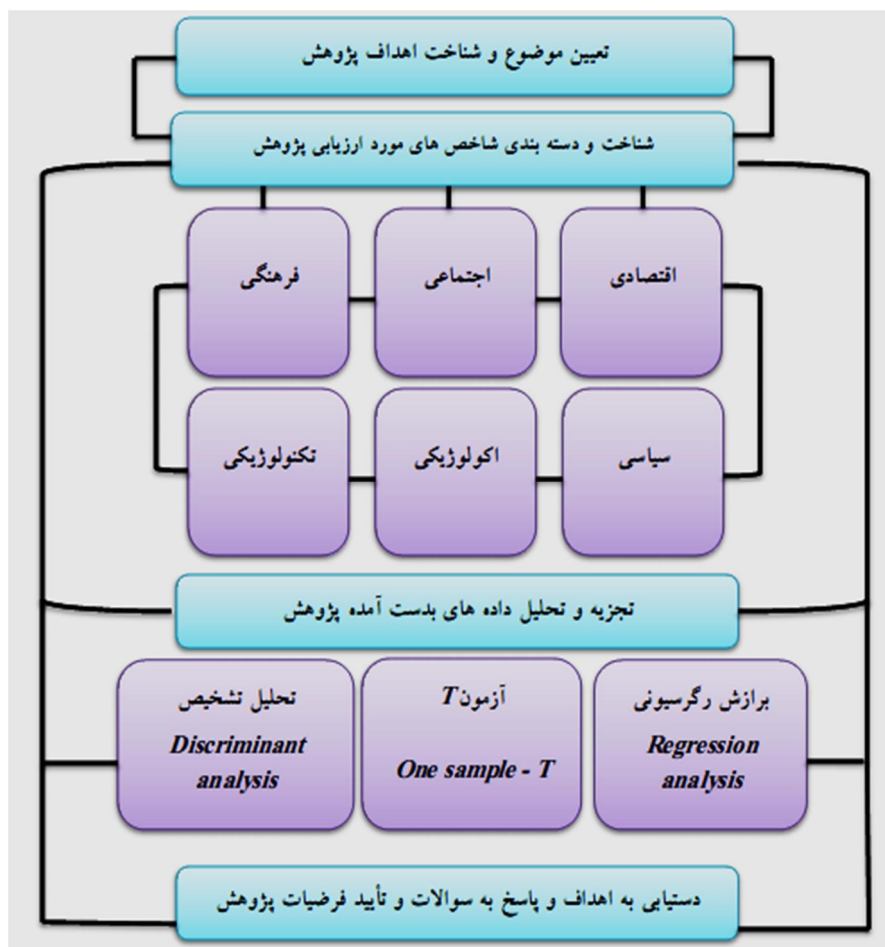
شکل ۱ سهم شهر اهواز از گردشگری استان خوزستان

(منبع: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اهواز، ۱۳۹۱)

### ۳- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف‌گذاری، مطالعه‌ای کاربردی است که به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است. گردآوری داده‌ها به کمک روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه صورت گرفته است. پس از گردآوری شاخص‌ها و متغیرهای مرتبط با حوزه پایداری در صنعت توریسم، با مطالعه منابع و چارچوب نظری موضوع و نظرسنجی از کارشناسان این حوزه برای دسته‌بندی نهایی آن‌ها، شش بعد پایداری اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، تکنولوژیکی و

اکولوژیکی در قالب سی شاخص انتخاب شد. سپس پرسش‌نامه - که بیان‌کننده وضعیت ابعاد و شاخص‌های پایداری صنعت توریسم ازدیدگاه شهروندان اهواز بود - در قالب طیف لیکرت در پنج گزینه (کاملاً مناسب تا کاملاً نامناسب) تهیه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از آزمون‌های آماری  $T$ ، برازش رگرسیونی و تحلیل تشخیص در محیط نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

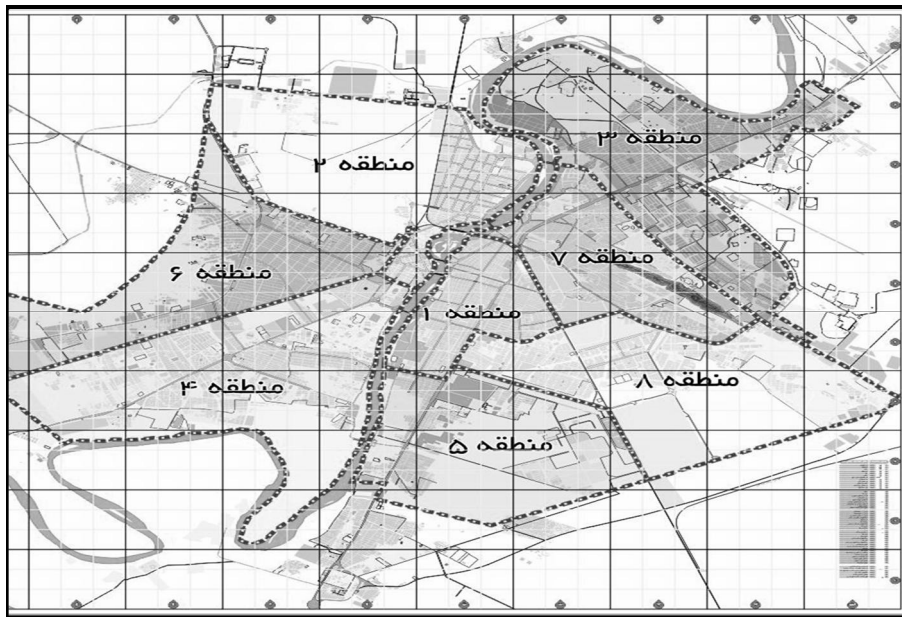


شکل ۲ مدل اجرایی تحقیق

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱)

### ۳-۱- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش، شهروندان اهواز هستند که برای تعیین نمونه پژوهش از بین آن‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده استفاده شد. در این مرحله، ابتدا مناطق هشت‌گانه شهرداری اهواز (شکل ۳) در قالب سه دسته بزرگ، متوسط و کوچک به لحاظ جمعیتی دسته‌بندی شدند: مناطق شهری ۱، ۲ و ۸ جزء مناطق کوچک، مناطق شهری ۳، ۷ و ۵ جزء مناطق متوسط و مناطق ۴ و ۶ جزء مناطق بزرگ جمعیتی قرار گرفتند. سپس به روش تصادفی ساده سه منطقه یعنی منطقه ۲ به‌عنوان نماینده مناطق جمعیتی کوچک شهری، منطقه ۵ به‌عنوان نماینده مناطق متوسط و منطقه ۶ به‌عنوان نماینده مناطق بزرگ جمعیتی شهر انتخاب شدند. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران<sup>۱</sup> و به روش تخصیص مناسب با سطح اطمینان ۰/۹۵ و با میزان تجانس ۰/۵ برای جامعه نمونه (۳۸۴ نفر) انتخاب شد.



شکل ۳ مناطق هشت‌گانه شهری در اهواز

(منبع: شهرداری اهواز، ۱۳۹۱)

1. Cochran

### ۳-۲- تأمین قابلیت اعتماد

در این مرحله، روایی و پایایی پرسش‌نامه و سازه‌های تشکیل‌دهنده آن تعیین شد. برای سنجش و اطمینان از روایی ابزار پژوهش، از نظرات دوازده نفر از کارشناسان برگزیده پژوهش - که از استادان رشته‌های علوم اجتماعی، برنامه‌ریزی توریسم و برنامه‌ریزی شهری بودند - استفاده شد.<sup>۱</sup> برای سنجش پایایی پرسش‌نامه هم پس از انجام پیش‌آزمون از طریق فرمول کرونباخ<sup>۲</sup> (رابطه ۱) در قالب نرم‌افزار SPSS اقدام شد.

$$r_{\alpha} = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum s_j^2}{s^2}\right) \quad \text{رابطه ۱}$$

در جدول شماره سه، مقادیر آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی شاخص‌ها و متغیرهای آن که به‌عنوان سازه مورد استفاده قرار گرفته‌اند، آمده است. در ضمن، میزان آلفای کلی برای ابعاد پژوهش ۰/۷ به‌دست آمد.

جدول ۳ میزان پایایی شاخص‌های پژوهش

شاخص	اقتصادی	اجتماعی	سیاسی	فرهنگی	تکنولوژیکی	اکولوژیکی
تعداد گویه	۵	۵	۵	۵	۵	۵
میزان آلفا	۰/۶۹	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۶۸	۰/۷۴	۰/۶۸

(منبع: یافته‌های پژوهش)

### ۴- معرفی ابعاد و شاخص‌های پژوهش

در پژوهش‌های متعددی، تقسیم‌بندی‌های گوناگونی از مؤلفه‌ها و ابعاد پایداری در حوزه صنعت توریسم انجام شده است. اما در پژوهش حاضر به‌لحاظ جامعیت در تعریف‌ها و

۱. در ابتدا جدول مربوط به شاخص‌های پژوهش به بیست نفر از استادان دانشگاه در رشته‌های علوم اجتماعی، مدیریت و برنامه‌ریزی توریسم و برنامه‌ریزی شهری ارسال شد که ۱۲ نفر از آن‌ها پاسخ‌گو بودند و دسته‌بندی و نوع انتخاب شاخص‌ها را با حذف ابعادی مانند طبیعی و حمل‌ونقل و ادغام آن‌ها در ابعاد اکولوژیکی و تکنولوژیکی، روایی شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش را جهت تحقیق تأیید کردند.

2. Corenbach Alpha



درب‌گیری شاخص‌های فرعی - که به‌نوعی این تعریف‌ها در شاخص‌های اصلی و فرعی سایر تقسیم‌بندی‌های مشابه در موضوع را مورد هم‌پوشانی قرار می‌داد- و از سوی دیگر با بهره‌گیری از نظر استادان مرتبط با حوزه بحث در زمینه نوع انتخاب و دسته‌بندی شاخص‌ها، شاخص‌های پایداری صنعت توریسم در کشور در قالب شش شاخص اصلی و حدود سی شاخص فرعی مورد ارزیابی گرفت.<sup>۱</sup>

#### جدول ۴ ابعاد و شاخص‌های پژوهش

ابعاد	شاخص‌ها
اقتصادی	میزان اشتغال ایجادشده، میزان توزیع درآمد، میزان هزینه‌های توریسم برای مدیریت محلی، میزان تقاضا برای توریسم، میزان مصرف انرژی و منابع در حوزه توریسم؛
اجتماعی	میزان خلق فرصت برابر برای رفاه و آسایش اجتماعی، حمایت از انسجام و وحدت اجتماعی، حمایت از گردشگری جوامع با تنوع اقوام و طبقات اجتماعی، حمایت از ایمنی و سلامتی اجتماعی، کمک به ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی؛
سیاسی	تدوین آیین‌نامه‌های کلی مدون در حوزه توریسم، حمایت از رویکردهای نوین در حوزه توریسم، تسهیل در مرادوات و ترویج ارزش‌ها و جلوگیری از قوانین محدودکننده، تدوین سیاست‌های راهگشا برای دولت‌های محلی در مبحث حوزه توریسم، تدوین سیاست در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت مکانی؛
فرهنگی	مدیریت تنوع فرهنگی، شناسایی و سامان‌دهی فرصت‌های پنهان در حوزه خرده‌فرهنگ‌های مکانی، کمک به آموزش و ترویج فرهنگ مکانی، حمایت از پیشرفت ترویج و صدور محصولات فرهنگی مکانی، حمایت از شناسایی و ترویج فرهنگ نهفته در آثار یادمانی و تاریخی؛
تکنولوژیکی	اتصال به فناوری‌های نوین در زمینه حوزه توریسم، حمایت و پشتیبانی از فناوری IT و ICT در حوزه صنعت توریسم، تجهیز ناوگان هوایی و زمینی به فناوری‌های نوین، پشتیبانی از فناوری‌های نوین در ارتباطات ملی و بین‌المللی برای تسهیل در حوزه گردشگری، تجهیز مکان‌های گردشگری به شبکه ارتباطات نوین؛
اکولوژیکی	حمایت از پاکی محیط زیست و افزایش زیست‌پذیری محیطی، جلوگیری از آلاینده‌های آب‌وهوایی، کاهش میزان آسیب‌رسانی اکولوژیکی، کاهش استفاده از منابع برگشت‌ناپذیر، عدم تخریب کاربری‌های زمین به‌ویژه در حوزه طبیعی.

(منبع: مطالعات نگارندگان)

۱. گزیده‌ای از منابعی که در تدوین ابعاد و شاخص‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند، عبارت‌اند از:

Choi & Sirakaya (2006); Oyola Et al. (2012); Miller (2001); Buckley (2012); Restesky Et al. (2012); Lavency (2003).

## ۵- یافته‌های پژوهش

در این مرحله از پژوهش ابتدا سعی شد از دیدگاه شهروندان، وضعیت ابعاد منتخب پژوهش به منظور پایداری صنعت توریسم جهت اولویت‌سنجی این ابعاد برای بسترسازی شرایط مناسب برای آن‌ها از طریق شاخص‌های تعریف‌شده برای آن‌ها ارزیابی شود. بنابراین، شاخص‌های پژوهش در قالب سازه سؤالی برای هر یک از ابعاد پژوهش از دیدگاه شهروندان ارزیابی شد. این ارزیابی ابتدا برای شاخص‌های اقتصادی انجام گرفت.

جدول ۵ میزان اولویت متغیرهای بعد پایداری اقتصادی

رتبه	اختلاف از میانگین	انحراف از معیار	مقدار ویژه	گویه (شاخص‌ها)	بعد
۱	۰/۰۳۰۵	۰/۰۹۳	۴/۳۳	میزان اشتغال ایجادشده در حوزه صنعت توریسم	پایداری اقتصادی
۳	۰/۰۲۳۷	۱/۱۱	۳/۵۲	میزان توزیع درآمد از طریق حوزه صنعت توریسم	
۴	۰/۰۳۱۴	۱/۱۳	۳/۴۴	میزان هزینه‌های ایجادشده برای مدیریت محلی	
۲	۰/۰۳۶۱	۱/۰۱	۴/۱۴	میزان تقاضای ایجادشده برای گردشگری و توریسم محلی	
۵	۰/۰۳۰۳	۱/۱۶	۲/۹۹	میزان مصرف انرژی و منابع در حوزه صنعت توریسم	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که از جدول شماره پنج برمی‌آید، در تحلیل اولیه وضعیت شاخص‌های مربوط به پایداری اقتصادی در حوزه صنعت توریسم، میزان اشتغال ایجادشده در حوزه صنعت توریسم با مقدار ویژه ۴/۳۳، میزان تقاضای ایجادشده برای گردشگری و توریسم محلی با ۴/۱۴ و میزان توزیع درآمد از طریق حوزه صنعت توریسم با ۳/۵۲ به ترتیب - با توجه به مقدار میانگین ویژه - مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی پایداری صنعت توریسم شناسایی شدند.

جدول ۶ میزان اولویت شاخص‌های بعد پایداری اجتماعی

رتبه	اختلاف از میانگین	انحراف از معیار	مقدار ویژه	گویه (شاخص‌ها)	بعد
۲	۰/۰۳۲۱	۱/۰۳	۴/۰۷	میزان خلق فرصت برای رفاه و آسایش اجتماعی	پایداری اجتماعی
۴	۰/۰۲۱۷	۱/۱۱	۳/۸۸	حمایت از انسجام و وحدت اجتماعی	
۵	۰/۰۳۹	۱/۱۳	۳/۸۷	حمایت از گردشگری جوامع با تنوع در اقوام و طبقات	
۳	۰/۰۳۳	۱/۰۶	۴/۰۱	حمایت از امنیت و سلامت اجتماعی	
۱	۰/۰۳۲	۱/۰۱	۴/۲۲	کمک به ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

جدول شماره شش نشان می‌دهد از دیدگاه شهروندان، در بین شاخص‌های مطرح‌شده برای پایداری صنعت توریسم در زمینه بعد پایداری اجتماعی، کمک به ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی از سوی صنعت توریسم با میزان ۴/۲۲، میزان خلق فرصت برای رفاه و آسایش اجتماعی با ۴/۰۷ و حمایت از امنیت و سلامت اجتماعی با ۴/۰۱ دارای اولویت بیشتری براساس مقدار ویژه به‌دست‌آمده هستند.

جدول ۷ میزان اولویت شاخص‌های بعد پایداری فرهنگی

رتبه	اختلاف از میانگین	انحراف از معیار	مقدار ویژه	گویه (شاخص‌ها)	بعد
۵	۰/۰۲۳۴	۰/۰۹۵	۴/۳۷	مدیریت تنوع فرهنگی	پایداری فرهنگی
۱	۰/۰۲۱۲	۱/۰۹	۴/۶۶	شناسایی و سامان‌دهی فرصت‌های پنهان در حوزه خرده‌فرهنگ‌های محلی	
۴	۰/۰۳۰۱	۱/۲۲	۳/۵۳	کمک به آموزش و ترویج فرهنگ مکانی	
۲	۰/۰۳۱	۱/۰۲	۴/۶۳	حمایت از پیشرفت ترویج و صدور محصولات فرهنگی محلی	
۳	۰/۰۳	۱/۱۹	۴/۵۸	حمایت از شناسایی و ترویج فرهنگ نهفته در آثار یادمانی و تاریخی	

(منبع: یافته‌های پژوهش)



نتایج شاخص‌های پایداری فرهنگی از دیدگاه شهروندان نشان می‌دهد که شناسایی و سامان‌دهی فرصت‌های پنهان در حوزه فرهنگ‌های محلی، حمایت از پیشرفت، ترویج و صدور محصولات فرهنگی محلی و حمایت از شناسایی و ترویج فرهنگ نهفته در آثار یادمانی و تاریخی با توجه به مقدار ویژه به‌دست‌آمده، دارای بیشترین اولویت در بین شاخص‌های یادشده‌اند.

جدول ۸ میزان اولویت شاخص‌های بعد پایداری سیاسی

رتبه	اختلاف از میانگین	انحراف از معیار	مقدار ویژه	گویه (شاخص‌ها)	بعد
۴	۰/۰۲۲۲	۱/۰۴	۴/۱۱	تدوین آیین‌نامه‌های کلی مدون در حوزه توریسم	پایداری سیاسی
۳	۰/۰۲۸۹	۰/۰۹۷	۴/۲۷	حمایت از رویکردهای نوین در حوزه توریسم	
۱	۰/۰۳۰۲	۰/۰۷۷	۴/۹۴	تسهیل در مراودات و ترویج ارزش‌ها و جلوگیری از قوانین محدودکننده	
۲	۰/۰۳۱۱	۰/۰۸۶	۴/۸۱	تدوین سیاست‌های راهگشا برای دولت‌های محلی در مبحث حوزه توریسم	
۵	۰/۰۳۱	۱/۱	۳/۷۸	تدوین سیاست در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت مکانی	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

شاخص‌های بعد پایداری سیاسی برای پایداری صنعت توریسم نشان می‌دهد نگاه شهروندان در این زمینه بیشتر معطوف به عواملی مثل تسهیل در مراودات و ترویج ارزش‌ها و جلوگیری از مقررات محدودکننده، تدوین سیاست‌های راهگشا برای دولت‌های محلی در مبحث حوزه صنعت توریسم و حمایت سیاست‌ها از رویکردهای نوین در حوزه صنعت توریسم است که با توجه به مقدار میانگین ویژه به‌دست‌آمده برای آن‌ها از اولویت و اهمیت بیشتری برخوردارند.

جدول ۹ میزان اولویت شاخص‌های بعد پایداری تکنولوژیکی

رتبه	اختلاف از میانگین	انحراف از معیار	مقدار ویژه	گویه (شاخص‌ها)	بعد
۲	۰/۰۳۲	۰/۰۹۹	۴/۰۱	اتصال به فناوری‌های نوین جهانی در زمینه حوزه تورسیم	پایداری تکنولوژیکی
۳	۰/۰۲۱۱	۱/۰۸	۳/۹۷	حمایت و پشتیبانی از فناوری IT و ICT در حوزه صنعت تورسیم	
۵	۰/۰۳۰۹	۱/۲۲	۳/۶۶	تجهیز ناوگان هوایی و زمینی به فناوری‌های نوین	
۱	۰/۰۲۹۹	۰/۰۹۷	۴/۰۲	پشتیبانی از فناوری‌های نوین در ارتباطات ملی و بین‌المللی برای تسهیل در حوزه گردشگری	
۴	۰/۰۲۹	۱/۱۹	۳/۷۳	تجهیز مکان‌های گردشگری به شبکه ارتباطات نوین	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

شاخص‌های مربوط به بعد پایداری تکنولوژیکی در راستای پایداری صنعت تورسیم نشان می‌دهد ازدیدگاه شهروندان، پشتیبانی از فناوری‌های نوین در ارتباطات ملی و بین‌المللی برای تسهیل در حوزه گردشگری با مقدار ویژه ۴/۰۲، اتصال به فناوری‌های نوین جهانی در حوزه تورسیم با ۴/۰۱ و پشتیبانی از فناوری IT و ICT در حوزه صنعت تورسیم با میزان ۳/۹۷ دارای بیشترین اهمیت برای دستیابی به پایداری در صنعت تورسیم است.

جدول ۱۰ میزان اولویت شاخص‌های بعد پایداری اکولوژیکی

رتبه	اختلاف از میانگین	انحراف از معیار	مقدار ویژه	گویه (شاخص‌ها)	بعد
۱	۰/۰۴۰۵	۰/۰۸۸	۴/۹۵	حمایت از پاک‌ی محیط زیست و افزایش زیست‌پذیری محیطی	پایداری اکولوژیکی
۴	۰/۰۲۰۷	۱/۲۲	۳/۹۱	جلوگیری از آلاینده‌های آب‌وهوایی	
۳	۰/۰۳۱۶	۱/۰۴	۴/۰۳	کاهش میزان آسیب‌رسانی اکولوژیکی	
۵	۰/۰۳۰۶	۱/۴۱	۳/۵۵	کاهش استفاده از منابع برگشت‌ناپذیر	
۲	۰/۰۳۷۷	۰/۰۹۳	۴/۹۳	عدم تخریب کاربری‌های زمین به‌ویژه در حوزه طبیعی	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

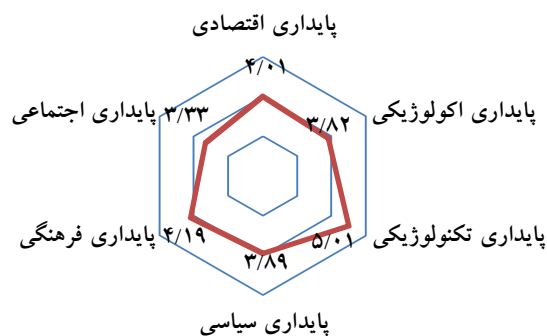
نتایج شاخص‌های بعد پایداری اکولوژیکی نشان می‌دهد متغیرهایی مانند حمایت از پاکیزگی محیطزیست و افزایش زیست‌پذیری محیطی با مقدار ویژه ۴/۹۵، عدم تخریب کاربری‌های زمین به‌ویژه در حوزه طبیعی با ۴/۹۳ و کاهش میزان آسیب‌رسانی اکولوژیکی با ۴/۰۳ اولویت بیشتری برای بسترسازی پایداری در صنعت توریسم دارند.

در ادامه این فرایند، شاخص‌های مؤثر بر پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز از لحاظ مقدار ویژه، درصد واریانس مقدار ویژه و درصد واریانس تجمعی با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل اولیة متغیرها، اولویت‌بندی شده‌اند. نتیجه این مرحله در جدول شماره یازده آمده است.

جدول ۱۱ میزان میانگین و واریانس ابعاد تأثیرگذار بر پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز

ابعاد	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
پایداری اقتصادی	۴/۰۱	۳۷/۳۲	۳۷/۳۲
پایداری اجتماعی	۳/۳۳	۳۵/۵۳	۷۲/۸۵
پایداری فرهنگی	۴/۱۹	۳۷/۴۸	۱۱۰/۳۳
پایداری سیاسی	۳/۸۹	۳۶/۳۴	۱۴۶/۶۷
پایداری تکنولوژیکی	۵/۰۱	۴۱/۴۶	۱۸۸/۱۳
پایداری اکولوژیکی	۳/۸۲	۳۶/۱	۲۲۴/۲۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)



شکل ۴ مقدار اولویت ابعاد پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز

(منبع: یافته‌های پژوهش)



بر مبنای داده‌های جدول شماره یازده، بعد پایداری تکنولوژیکی با مقدار ویژه ۵/۰۱ و با درصد واریانس ۴۱/۴۶ دارای اولویت بیشتری نسبت به سایر ابعاد در پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز است. با بررسی نتایج تحلیل آماری T بر روی شاخص‌های پژوهش آشکار می‌شود که بعد پایداری تکنولوژیکی با عدد تفاوت از میانگین ۰/۰۷۸۶۳- وضعیت مناسبی برای بسترسازی شرایط پایدار صنعت توریسم در شهر اهواز ندارد و با توجه به نظر شهروندان و نتایج به‌دست‌آمده، تمام سرمایه‌گذاری‌ها و بسترهای مناسب باید در زمینه این شاخص‌ها با میزان مقدار تفاوت به‌مراتب پایین، جهت دستیابی به پایداری صنعت توریسم شهر اهواز متمرکز شود. در این میان، البته بعد پایداری سیاسی نیز به‌علت عدد تفاوت از میانگین ۰/۰۳۴۵۶- مانند شاخص پایداری تکنولوژیکی شرایط مناسبی ندارد.

جدول ۱۲ آماره آزمون T برای تشخیص میزان اولویت ابعاد پایداری صنعت توریسم در اهواز

مقدار میانگین مبنا: ۲/۵						ابعاد
با سطح اطمینان ۹۵ درصد						
معناداری	بیشترین	کمترین	اختلاف از میانگین	df	T	
۰/۰۰۰	۰/۵۵۴	۰/۴۳۵	۰/۴۰۱۴	۳۸۳	۲۱/۳۱	پایداری اقتصادی
۰/۰۰۱	۰/۶۰۰۱	۰/۵۶۰۱	۰/۵۱۰۱	۳۸۳	۲۳/۰۲	پایداری اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۸۳۲۱	۰/۷۰۱۹	۰/۵۸	۳۸۳	۲۸/۴۱	پایداری فرهنگی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۵۸	-۰/۰۰۱۴	-۰/۵۳۲۱	۳۸۳	-۰/۰۳۴۵۶	پایداری سیاسی
۰/۰۰۲	۰/۰۰۱۲	-۰/۰۰۳۴	-۰/۰۶۰۰۲	۳۸۳	-۰/۰۷۸۶۳	پایداری تکنولوژیکی
۰/۰۰۰	۰/۵۰۹	۰/۴۵۵۱	۰/۳۲۱۱	۳۸۳	۲۲/۰۹	پایداری اکولوژیکی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

در ادامه، برای شناخت تأثیر مستقیم و غیرمستقیم ابعاد منتخب بر پایداری صنعت توریسم شهر اهواز از مدل برازش رگرسیونی استفاده شد. نخست ابعاد شش‌گانه به‌عنوان متغیر مستقل و مجموع کل ابعاد تلفیقی با عنوان ابعاد پایداری صنعت توریسم به‌عنوان متغیر وابسته وارد مدل شد. نتایج تحلیل رگرسیونی در جدول شماره سیزده نشان می‌دهد هر یک واحد افزایش انحراف استاندارد در شاخص‌های پایداری اقتصادی به میزان ۰/۲۱۱، در شاخص‌های اجتماعی

با ۰/۲۰۹، در شاخص‌های فرهنگی با ۰/۲۶۵ و در شاخص‌های تکنولوژیکی با ۰/۳۱۱، در پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز تغییر ایجاد می‌کنند. در این میان، البته شاخص‌های پایداری سیاسی و پایداری اکولوژیکی بدون تأثیر ارزیابی شده‌اند.

جدول ۱۳ آمارهٔ برازش رگرسیونی چندمتغیره تأثیر ابعاد پایداری در صنعت توریسم اهواز

سطح معناداری	T	ضرایب	ضرایب غیراستاندارد		ابعاد
		استاندارد شده	خطای B	B	
		$\beta$			
۰/۰۰۰	۱۲/۲۷	-	۰/۶۶۸	۱۲/۱۲	عرض از مبدأ
۰/۰۰۰	۱۴/۷۳	۰/۲۱۱	۰/۲۳۲	۰/۴۵۶	پایداری اقتصادی
۰/۰۰۳	۱۴/۲۷	۰/۲۰۹	۰/۳۲۱	۰/۶۰۸	پایداری اجتماعی
۰/۰۰۰	۱۵/۰۲	۰/۲۶۵	۰/۱۷۸	۰/۳۲۱	پایداری فرهنگی
۰/۱۶۵	-۲/۰۴۵	-۰/۰۵۷	۰/۰۳۴	-۰/۰۰۴	پایداری سیاسی
۰/۰۰۱	۱۹/۸۳	۰/۳۱۱	۰/۰۹۵	۰/۷۹۸	پایداری تکنولوژیکی
۰/۲۳۱	-۱/۲۱	-۰/۰۳۶	۰/۰۴۶	-۰/۰۳۲	پایداری اکولوژیکی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

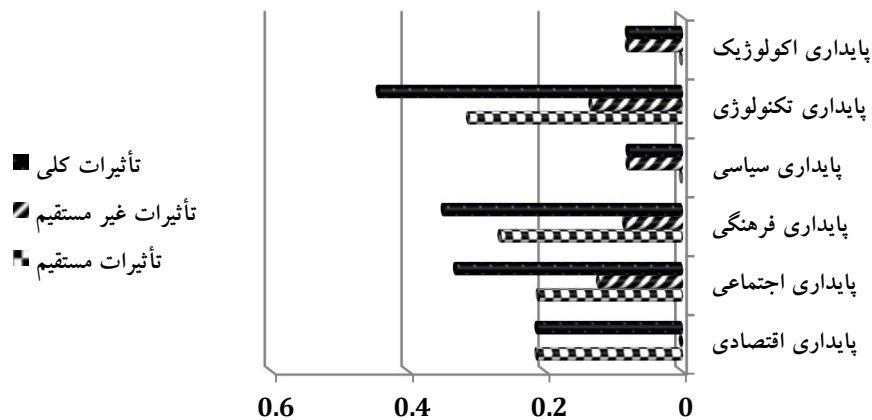
پس از مشخص شدن تأثیر مستقیم ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی در پایداری صنعت توریسم شهر اهواز براساس میزان بتای به‌دست‌آمده، برای محاسبهٔ تأثیر غیرمستقیم ابعاد پژوهش، تک‌تک ابعاد به‌عنوان متغیر وابسته وارد مدل شدند و تمام مسیرهای تأثیر غیرمستقیم هر متغیر مستقل بر متغیر وابستهٔ میانی (یعنی تک‌تک ابعاد به‌جز صنعت توریسم به‌عنوان متغیر وابستهٔ اصلی) در همدیگر ضرب و ماحصل تمام این تأثیرها با هم جمع شدند.<sup>۱</sup>

۱. تأثیر غیرمستقیم میزان ضرایب بتای به‌دست‌آمده برای تک‌تک ابعاد در قیاس با متغیر وابستهٔ فرعی یا میانی است که محاسبه شده، سپس در هم ضرب و مجموع آن‌ها محاسبه شده است.

جدول ۱۴ میزان تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و کلی ابعاد پژوهش بر پایداری صنعت توریسم

انواع تأثیر			ابعاد
تأثیر کلی	غیرمستقیم	مستقیم	
۰/۲۱۱	-	۰/۲۱۱	پایداری اقتصادی
۰/۳۳۰	۰/۱۲۱	۰/۲۰۹	پایداری اجتماعی
۰/۳۴۸	۰/۰۸۳	۰/۲۶۵	پایداری فرهنگی
۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	-	پایداری سیاسی
۰/۴۴۳	۰/۱۳۲	۰/۳۱۱	پایداری تکنولوژیکی
۰/۰۷۹	۰/۰۷۹	-	پایداری اکولوژیکی

(منبع: یافته‌های پژوهش)



شکل ۵ میزان تأثیر ابعاد پژوهش بر پایداری صنعت توریسم

(منبع: یافته‌های پژوهش)

در مرحله نهایی پژوهش، میزان پیش‌بینی پایداری در صنعت توریسم اهواز به‌وسیله ابعاد منتخب پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. در این مرحله، ابعاد شش‌گانه به‌عنوان متغیر مستقل و

مجموع ابعاد با نام ابعاد پایداری صنعت توریسم به‌عنوان متغیر وابسته وارد مدل تحلیل تشخیص شد.

جدول ۱۵ آماره میزان میانگین و انحراف استاندارد ابعاد پایداری صنعت توریسم

شاخص	میزان میانگین	میزان انحراف از معیار	اوزان کسب‌شده	
			وزن غیراکتسابی	وزن اکتسابی
شاخص‌های اقتصادی	۰/۱۰۴	۰/۲۷۶	۱۳	۱۱
شاخص‌های اجتماعی	۰/۱۱۴	۰/۱۵۹	۱۵	۱۴
شاخص‌های فرهنگی	۰/۴۱۳	۰/۱۰۱	۲۷	۳۵
شاخص‌های سیاسی	۰/۲۰۹	۰/۲۰۹	۲۱	۲۰
شاخص‌های تکنولوژیکی	۰/۱۸۹	۰/۱۳۵	۲۵	۲۴
شاخص‌های اکولوژیکی	۰/۲۷۸	۰/۱۵۶	۲۶	۲۷

(منبع: یافته‌های پژوهش)

با توجه به نتایج جدول شماره پانزده، در قسمت میزان میانگین به‌دست‌آمده، بعد پایداری فرهنگی دارای بیشترین میزان میانگین کسب‌شده است. در ادامه این فرایند (جدول ۱۶) با توجه به میزان لامبدای ویلکز، بعد پایداری فرهنگی با کمترین میزان لامبدا دارای بهترین وضعیت است؛ زیرا در این آماره هرچه میزان به یک نزدیک‌تر باشد، قدرت پیش‌بینی نیز کاهش می‌یابد.

جدول ۱۶ آماره تحلیل واریانس یک‌طرفه ابعاد پایداری صنعت توریسم در اهواز

شاخص	میزان لامبدای ویلکز	F	Df1	Df2	معناداری
شاخص‌های اقتصادی	۰/۵۷۸	۲۷/۱۹	۱	۳۸۳	۰/۰۰۰
شاخص‌های اجتماعی	۰/۴۰۲	۱۶/۲۳	۱	۳۸۳	۰/۰۰۰
شاخص‌های فرهنگی	۰/۱۳۶	۷/۱۷	۱	۳۸۳	۰/۰۰۲
شاخص‌های سیاسی	۰/۴۳۱	۲۱/۰۴	۱	۳۸۳	۰/۰۰۰
شاخص‌های تکنولوژیکی	۰/۴۵۷	۲۳/۰۸	۱	۳۸۳	۰/۰۰۱
شاخص‌های اکولوژیکی	۰/۴۵۵	۱۰/۵۷	۱	۳۸۳	۰/۰۰۴

(منبع: یافته‌های پژوهش)

نتایج نهایی به‌دست‌آمده از مدل تحلیل تشخیص نشان می‌دهد با توجه به میزان پیش‌بینی کلی به‌دست‌آمده برای ابعاد مطرح‌شده، بعد پایداری فرهنگی با میزان ۰/۴۰۱ پیش از سایر ابعاد قدرت پیش‌بینی پایداری در حوزه صنعت توریسم شهر اهواز را دارد؛ درحالی که مدل تحلیل تشخیص با توجه به مقدار ویژه به‌دست‌آمده ۷۹ درصد در تشخیص میزان پیش‌بینی پایداری از سوی کل ابعاد موفق عمل کرده است.

جدول ۱۷ آماره تحلیل تشخیص برای پیش‌بینی پایداری در صنعت توریسم شهر اهواز

ابعاد	میزان لامبدای ویلکز	درصد واریانس کلی	مقدار ویژه	میزان پیش‌بینی کلی	سطح معناداری
بعد اقتصادی	۰/۴۲۱	۹۸/۴	۰/۷۹	۰/۲۹	۰/۰۰۲
بعد اجتماعی				۰/۱۴۱	۰/۰۰۰
بعد فرهنگی				۰/۴۱۸	۰/۰۰۰
بعد سیاسی				۰/۱۷۵	۰/۰۰۱
بعد تکنولوژیکی				۰/۱۳	۰/۰۰۰
بعد اکولوژیکی				۰/۳۴	۰/۰۰۱

(منبع: یافته‌های پژوهش)

## ۶- نتیجه‌گیری

صنعت توریسم یکی از مظاهر اصلی نمایش توسعه در همه ابعاد آن در تمام سطوح مکانی است که سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در آن به‌هیچ‌وجه اتلاف در هزینه‌ها و کارکردها نخواهد بود؛ زیرا پویایی و پایداری این حوزه می‌تواند موجب توسعه و گشایش بسیاری از روابطی باشد که در سایر ابعاد کمتر پیش‌بینی می‌شود. این مسئله به‌ویژه در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی برجسته‌تر است. بنابراین، صنعت توریسم موجب گشایش و توسعه در ابعاد گوناگونی است که لازمه آن برنامه‌ریزی‌های درست، مدیریت اصولی و توانمند در حوزه‌هایی است که به‌عنوان شاخص‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر نیز مطرح بوده است. در این پژوهش با نظرسنجی از شهروندان اهواز در قالب جامعه نمونه،



شش بعد در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اکولوژیکی و تکنولوژیکی، وضعیت پایداری در صنعت توریسم شهر اهواز مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفت. برای دستیابی به هدف نخست پژوهش (تعیین اولویت اصلی در پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز با توجه به ابعاد منتخب پژوهش از دیدگاه شهروندان) از آزمون آماری T استفاده شد. نتایج آزمون نشان می‌دهد از نظر شهروندان اهواز، بعد پایداری تکنولوژیکی با توجه به میزان اختلاف از میانگین بسیار پایین و منفی  $-۰/۰۶۰۰۲$  و همچنین مقدار ویژه به‌دست‌آمده برای آن به میزان  $۵/۲$  که بیشتر از بقیه ابعاد بود، دارای اولویت بیشتری برای بسترسازی پایداری در صنعت توریسم شهر اهواز است. از نظر شهروندان، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در زمینه شاخص‌های معرف بعد پایداری تکنولوژیکی بهتر می‌تواند چشم‌انداز پایداری را در شهر اهواز ترسیم کند و در دستیابی به آن یاری رساند. برای دستیابی به هدف دوم پژوهش (تعیین میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم ابعاد منتخب در پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز) از آزمون برازش رگرسیونی استفاده شد. نتایج این مرحله از تحلیل گویای این است که ابعاد پایداری اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی با توجه به میزان ضرایب بتا و معناداری به‌دست‌آمده بر پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز تأثیر مستقیم دارند که در این میان، ابعاد پایداری سیاسی و اکولوژیکی در قسمت ارزیابی تأثیر مستقیم به‌علت ضرایب بتای منفی و عدم معناداری فاقد اثر بودند. البته، به‌جز بعد پایداری اقتصادی، همه ابعاد پژوهش به‌نوعی بر فرایند پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز تأثیر مستقیم داشتند. برای دستیابی به هدف سوم پژوهش (تعیین میزان پیش‌بینی فرایند پایداری در صنعت توریسم شهر اهواز از سوی ابعاد منتخب) از مدل تحلیل تشخیص استفاده شد. نتایج این مرحله نیز نشان می‌دهد بعد پایداری فرهنگی از بین ابعاد منتخب پژوهش با میزان پیش‌بینی کلی  $۰/۴۱۸$ ، برای پیش‌بینی پایداری صنعت توریسم در شهر اهواز از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است که علت آن، توافق نظر مردم در شرایط مناسب فرهنگی شهر است. در این بین، مدل تحلیل تشخیص نیز برای دستیابی به این مهم  $۰/۷۹$  درست عمل کرد.

## ۷- منابع

- استعلاجی، علیرضا و مهناز اللهقلی‌نژاد، «برنامه‌ریزی توسعه پایدار با تأکید بر گردشگری مطالعه موردی: سرعین و روستاهای اطراف»، فصلنامه جغرافیا، ش ۳۰، صص ۱۲۹-۱۴۴، ۱۳۹۰.
- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهر اهواز، معرفی جاذبه‌های گردشگری و پتانسیل‌های گردشگری در شهر اهواز، ۱۳۹۱.
- شجاعی، منوچهر و نورالدین نوری، «بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور»، فصلنامه دانش مدیریت، ش ۷۸، صص ۶۳-۹۰، ۱۳۸۶.
- Bramwel, L.B. & B. Lane, "Sustainable Tourism: An Evolving Challenge of Tourism Planning", *Tourism Management, Vol. 19*, Pp. 213-231, 1993.
- Buckley, R., "Sustainable Tourism: Research and Reality", *Annals of Tourism Research, Vol. 39*, Pp. 528-546, 2012.
- Cater, E. & B. Goodall, "Must Tourism Destroy its Resource base?", *Environmental Issues, Vol. 16*, Pp. 309-323, 2003.
- Choi, C. & A. Sirakaya, "Sustainability Indicator for Managing Community Tourism", *Tourism Management, Vol. 27*, Pp. 1274-1289, 2006.
- Craick, J., "Are There Cultural Limits to Tourism?", *Sustainable Tourism, Vol. 3*, Pp. 387-98, 1995.
- Cronin, L., "A Strategy of Tourism and Sustainable Development", *World Leisure and Tourism, Vol. 32*, Pp. 12-18, 2004.
- Curry, S. & B. Morvaridi, "Sustainable Tourism Illustrations from Kenya, Nepal and Jamaica" in *Progress in Tourism, Vol. 11*, Pp. 131-139, 1992.

- English Tourist Board/ Employment, *Development Group Tourism and the Environment: Maintaining the Balance English Tourist Board/ Employment Development Group*, Government Task Force Report, Glasgow and Associates, 1991.
- Fullana, P. & S. Ayuso, *Sustainable Tourism*, Barcelona: Rubes Press, 2002.
- Garrod, B. & A. Fyall, "Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism?", *Tourism Management, Vol. 19*, Pp. 199-212, 1998.
- Getz, K., *Urban Tourism and That Concept to Urban Development*, Urban Development and Challenge Conference, UK, 2008.
- Hardy, A., R.J.S. Beeton & L. Pearson, "Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualizations of Tourism", *Sustain Tourism, Vol. 10*, Pp. 475-496, 2002.
- Inskip, E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, London: Routledge Press, 2001.
- Lei, K. & Zh. Wang, "Emerge Synthesis of Tourism-Based Urban Ecosystem", *Environmental Management, Vol. 88*, Pp. 831-844, 2008.
- Lozano-Oyola, M., F. Blancas & R. Caballero, "Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools in Cultural Destinations", *Ecological Indicators, Vol. 18*, Pp. 659-675, 2012.
- Miller, G., "The Development of Indicators for Sustainable Tourism: Results of a Delphi Survey of Tourism Researchers", *Tourism Management, Vol. 22*, Pp. 351-362, 2001.
- Oila, M., K. Mrrtines & L. Gabriel, "Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region", *Journal of Sustainable Tourism, Vol. 29*, Pp. 567- 569, 2012.

- Place, S.E., "Ecotourism for Sustainable Development: Oxymoron or Plausible Strategy?", *Geo Journal*, Vol. 35, Pp.161-174, 1995.
- Risteski, M., J. Kocevski & K. Arnaudov, "Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations", *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 44, Pp., 375- 386, 2012.
- Simmons, D.G., "Community Participation in Tourism Planning", *Tourism Management*, Vol. 15, Pp. 98-108, 1994.
- Stokes, R., "A Framework for the Analysis of Events Tourism knowledge Networks", *Hospitality and Tourism Management*, Vol. 11, Pp. 108-123, 2004.
- Tao, T. & G. Wall, "Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy", *Tourism Management*, Vol. 30, Pp. 90-98, 2009.
- Tosun, C., "Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: the Case of Turkey", *Tourism Management*, Vol. 22, Pp. 289- 303, 2001.
- Tubb, K.N., "An Evaluation of the Effectiveness of Interpretation within Dartmoor National Park in Reaching the Goals of Sustainable Tourism Development", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 11, Pp. 476-498, 2003.
- Weber, K., & K. Chon, *Convention tourism: International Research and Industry Perspectives*, New York: Haworth, 2002.
- World Bank, *A Report of Tourism Landscape in Developing Country*, World Bank Press, 2004.
- World Tourism Organization, *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*, A Guidebook, World Tourism Organization, Madrid, 2004.