

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۸، شماره پیاپی ۲۹، بهار ۱۳۹۷

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی نواحی روستایی استان زنجان

منیژه احمدی؛ استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

پذیرش: ۱۳۹۶/۱/۳۰

صص ۷۹-۹۲

دریافت: ۱۳۹۵/۵/۲۲

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی روستایی می‌باشد. تحقیق حاضر از لحاظ روش توصیفی-تحلیلی و جهت جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. قلمرو مکانی این تحقیق روستاهای گردشگری استان زنجان می‌باشد. جامعه آماری تحقیق ۲۲۰ نفر از مسئولان و کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، دانشجویان و خبرگان محلی در روستاهای دارای پتانسیل می‌باشد، که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۳۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۳ محاسبه گردید که بیانگر مطلوب بودن ابزار تحقیق است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار و واریانس) و استنباطی (تحلیل عاملی، همبستگی و تحلیل مسیر) استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که، بیشترین اثرات کلی گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصاد روستایی مربوط به شاخص اشتغال با میزان (۰/۷۷۶) و کمترین اثر کلی مربوط به شاخص سرمایه با میزان (۰/۰۸۹) می‌باشد. تأثیرات کلی به دست آمده حاکی از آن است که با گسترش گردشگری روستایی و گردشگری فرهنگی بر میزان اشتغال روستاییان افزوده شده است و افزایش اشتغال، افزایش درآمد و تولید و در نتیجه سرمایه‌گذاری را به همراه داشته است. همچنین، پیشنهادهای مانند آموزش به گردشگران و جامعه محلی در رابطه با اهمیت میراث تاریخی و فرهنگی، تشکیل کار گروه‌های علمی و تخصصی مرکب از متخصصان بومی منطقه جهت تدوین برنامه راهبردی گردشگری فرهنگی، تربیت نیروی متخصص بومی در زمینه گردشگری فرهنگی و بستر سازی جهت توسعه پژوهش در زمینه گردشگری فرهنگی و غیره آمده است.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ، گردشگری فرهنگی، پایداری اقتصادی، زنجان.

بیان مسأله:

امروزه گردشگری به عنوان یک رویکرد اقتصادی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، به یکی از بزرگ‌ترین و پرمفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده (UNWTO, 2015: 2) و به عنوان بستری جهت ایجاد تغییرات اجتماعی و اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود (WTO, 2009: 14; Mohammadi yeganeh et al, 2013, 20). یکی از گونه‌های گردشگری، «گردشگری فرهنگی» است (Matei, 2015: 453). گردشگری فرهنگی، یکی از قدیمی‌ترین اشکال سفر است و هنوز هم یکی از اصلی‌ترین انواع گردشگری در بسیاری از نقاط جهان به شمار می‌رود (Hataminejad, 2015). که توسط اتحادیه اورپا در دهه ۱۹۸۰ مطرح شد (Akbulut and Artvinli, 2011: 131). به گزارش سازمان همکاری اقتصادی توسعه، گردشگری فرهنگی در سال ۲۰۰۹ با ۳۶۰ میلیون گردشگر حدود ۴۰ درصد از سهم کل گردشگری بین‌المللی را به خود اختصاص داده است (Institute of CAFE, 2010: 1). گردشگری فرهنگی در پیچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع به همراه داشته است (Pourahmad et al, 2012: 22) و آن نوع از گردشگری را شامل می‌شود که افراد صرفاً جهت بازدید از صنایع دستی، موسیقی و رقص‌های محلی و آشنایی با لباس‌های سنتی و محلی هر یک از جوامع به سفر می‌پردازند (Rabiei et al, 2013: 23). به عبارت دیگر، گردشگری فرهنگی به عنوان یک نوع از گردشگری از نظر انگیزه به وضوح متفاوت از سایر انواع گردشگری بوده و هدف اصلی آن گسترش دانش در زمینه کشف میراث هنری و یا معماری سرزمین‌های مختلف است (Stratan et al, 2015: 117). بنابراین می‌توان گفت، تفاوت‌های موجود در سنت، لباس، صنایع دستی، غذا، موسیقی، هنر، معماری و امثال آن باعث شده فرهنگ‌ها و جوامع سازنده این فرهنگ‌ها تبدیل به کانون اصلی توجه گردشگران شود (Kamranifar et al, 2016: 28). در واقع، هر اثر مادی و غیرمادی که تبیین کننده هویت تاریخی و فرهنگی جامعه روستایی بوده و در قلمرو مناطق روستایی باشد، در گردشگری فرهنگی قابل عرضه است.

یافته‌های به دست آمده از تحقیقات در مورد قابلیت‌های گردشگری فرهنگی، نقش آن را به منزله‌ی یک عامل راهبردی در توسعه‌ی اقتصاد ملی (منطقه‌ای) و اشتغال‌زایی شدت بخشیده است (Bonet, 2007: 54) و ادبیات تخصصی بسیاری از مطالعات بین‌المللی در این زمینه نشان داده است که، بیشترین تأثیر گسترش گردشگری فرهنگی در زمینه رشد اقتصادی بوده است (Richards, 1996; Ying and Zhou, 2007: 98). در این بین، کشور ما به دلیل وجود آثار باستانی ملی، تمدنی، تاریخی، زیارتی و ... به عنوان یکی از مهدهای گردشگری فرهنگی، از قابلیت‌های بسیار بالایی برخوردار است (Pourahmad et al, 2012: 22). به طوری که، در ایران تاکنون ۹۶۲ اثر در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است که ۷۴۵ اثر جزو آثار فرهنگی، ۱۸۸ اثر جزو آثار طبیعی و ۲۹ اثر دیگر ترکیبی هستند. صنعت گردشگری در ایران ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه به ویژه در زمینه گردشگری فرهنگی دارد، به طوری که تا سال ۲۰۱۵ میلادی ۱۷ اثر از این کشور به ثبت میراث جهانی یونسکو رسیده است که تمامی آنها اثر فرهنگی هستند (Ghasemi et al, 2015: 568). طبیعی است که این غنا و استعداد موجود می‌تواند جاذب بسیاری از گردشگران سراسر جهان به سوی ایران باشد (Zamani Farahani and Ghazali, 2011: 4). طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، ۳۷ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی است و به‌طور چشمگیری این فرایند در حال افزایش است (UNWTO, 2015). سهم رو به افزایش گردشگران فرهنگی در جهان و موقعیت ایران از نظر گردشگری میراث، توجه ویژه به گردشگری فرهنگی در کشور و قابلیت‌های پراکنده در نواحی روستایی و درک علمی از امکانات و محدودیت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای آن را ضرورت می‌بخشد. هم‌اکنون بیش از ۶۰ هزار روستا در کشور وجود دارد که تعدادی از آنها دارای پیشینه فرهنگی غنی و منحصر به فرد و آثار ارزشمند تاریخی هستند. متأسفانه به رغم غنا و تنوع فرهنگی اغلب نواحی روستایی کشور، تاکنون این گونه گردشگری در نواحی روستایی رشد مناسبی نداشته است. با توجه به این قابلیت نمی‌توان به شناخت، حفظ و احیا، و چگونگی استفاده و به کارگیری آن به عنوان محرک‌هایی برای گردشگری روستایی و تنوع-بخشی اقتصاد روستایی بی‌تفاوت بود (Ghasemi et al, 2016: 568).

استان زنجان ۹۵۴ روستای دارای سکنه دارد، روستاهایی که هر یک برای خود دارای آثار و جاذبه‌های متنوع فرهنگی و تاریخی و جاذبه گردشگری و فرهنگی خاصی دارند. تعدادی با طبیعت منحصر به فردشان، تعدادی با آثار تاریخی، گروهی با آداب و رسوم خاص و بخشی نیز با شخصیت‌های برجسته شان همچون سایر نواحی روستایی مستعد کشور قابلیت فراوانی در زمینه گردشگری فرهنگی دارند. همچنین فضاها و روستایی استان زنجان به لحاظ ویژگی‌های جغرافیایی، فرهنگی و تمدنی پتانسیل‌های جذب گردشگر فرهنگی را دارا می‌باشد. در همین راستا هدف از تحقیق حاضر بررسی عوامل و عناصر مناسب در گسترش گردشگری فرهنگی از دیدگان مسئولین و کارشناسان امر (علت انتخاب کارشناسان و مسئولین آشنایی کمتر مردم محلی با عوامل گسترش و اثرات گردشگری فرهنگی در اقتصاد مناطق روستایی بوده است. بدین منوال تحقیق تحقیق در پی پاسخگویی به سؤالات زیر می‌باشد:

- ۱- مهم‌ترین عامل گسترش گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان زنجان کدامند؟
- ۲- توسعه و گسترش گردشگری فرهنگی در کدام یک از شاخص‌های پایداری اقتصادی (درآمد، اشتغال، سرمایه‌گذاری و) از دیدگاه کارشناسان و مسئولین بیشتری تأثیر را داشته است؟

پیشینه نظری تحقیق:

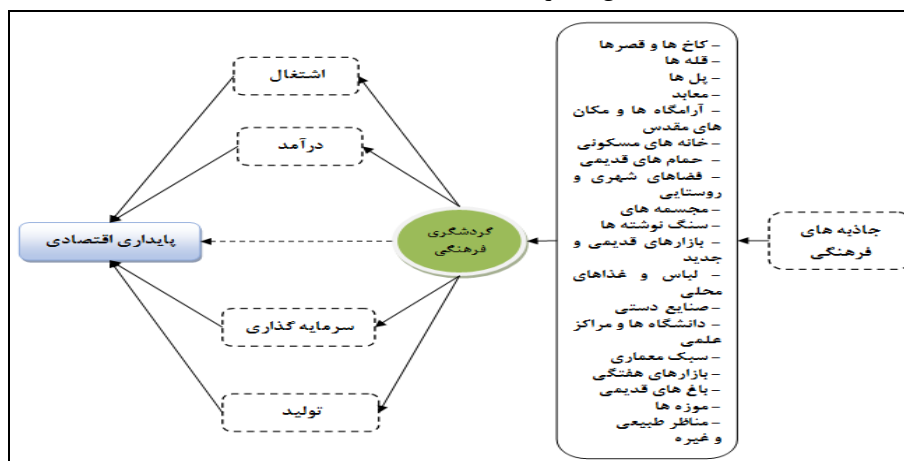
مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری، فرهنگ «کلیتی پیچیده از ویژگی‌های ممتاز روحی، عقلانی و احساسی که یک جامعه یا گروه اجتماعی را توصیف می‌کند» (Richard, 2007: 212). دیدگاه‌های جدیدتری نیز ادعا می‌کنند که فرهنگ به سرمایه‌گذاری جمعی دانش، تجربه، باورها، ارزش‌ها، گرایش‌ها، مفاهیم، سلسله مراتب، مذهب، تصورات زمانی، نقش‌ها، روابط فضایی، تصورات کلی از جهان و اشیاء و دارایی‌های مادی کسب شده توسط گروهی از مردم در طی نسل‌ها از طریق تلاش فردی و گروهی اشاره می‌کند (Richards and William, 2010: 279).

تعریف‌های مربوط به گردشگری فرهنگی نیز در مدت سال‌های زیادی، نقطه مشاجره بین پژوهشگران و صاحبان اندیشه در این حوزه بوده است (Timothy and Boyd, 2003; Poria et al. 2001: 1050; Garrod and Fyall, 2001: 64) و تعریف کلی پذیرفته شده از گردشگری فرهنگی، به دلیل ماهیت پیچیده «فرهنگ»، وجود ندارد و نمی‌توان به وضوح مرزهای آن را مشخص کرده و تعریف یکسانی از آن ارائه نمود (Cevdet Altunel and Erkut, 2015: 2). ولی تعاریف مختلف بسته به دیدگاه نویسندگان یا پژوهشگران ارائه شده است. به عنوان مثال، آدامز^۱ (۱۹۹۵) گردشگری فرهنگی را یک نوع از سفر برای غنی‌سازی شخصی تعریف کرده است (Foo, 1998; Hughes, 2002: 165; McKercher, 2002: 30; Cevdet Altunel and Erkut, 2015: 2). از دیدگاه باچلیتنر (۱۹۹۹)، گردشگری فرهنگی از دو بعد تعریف می‌شود: در بعد مفهومی گردشگری فرهنگی، حرکت انسان‌ها برای جاذبه‌های فرهنگی و جدا شدن از مکان معمول سکونت با هدف به دست آوردن اطلاعات و تجربه جدید برای ارضای نیازهای فرهنگی، تعریف شده است (Pourahmad et al, 2012: 22). از نظر فنی گردشگری فرهنگی، حرکت انسان‌ها برای جاذبه‌های فرهنگی خاص همچون مکان‌های میراث، نشانه‌های زیباشناختی و فرهنگی، هنرها و نمایش‌ها، که خارج از مکان معمول سکونت قرار دارد را در بر می‌گیرد (Bachleitner, 1999: 201). که این دو بعد از گردشگری فرهنگی، به همزیستی بهتر و استمرار و ثبات و امنیت کمک می‌کند (Pourahmad et al, 2012: 22). در تعریفی دیگر، گردشگری فرهنگی را می‌توان نوعی گردشگری برای آشنایی با میراث فرهنگی، هنری، آداب، رسوم، بناها و آثار تاریخی با اهداف آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی دانست که سرزمین ایران با داشتن تمدن‌های گوناگون در چهار جهت جغرافیایی، فر نهاست که گاهواره-ی تمدنی عظیمی برای توسعه‌ی گردشگری فرهنگی و جاذبه‌ای به نام موزه است (Rezvani, 2007, ۱۹).

گسترش گردشگری و بخصوص گردشگری فرهنگی در نقاط روستایی می‌تواند، آثار مثبت بسیاری در زمینه‌ها و ابعاد مختلف اجتماعی و اقتصادی به همراه داشته باشد. به طوری که، گردشگری و به ویژه گردشگری فرهنگی، می‌تواند دریچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را برای جوامع بوجود آورد (Pourahmad et al, 2012: 22)، موجب بالا رفتن

1-Adams (1995),

پتانسیل‌های جوامع محلی برای توسعه، افزایش مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی (María et al, 2015: 107)، بهبود معیشت مردم از طریق افزایش درآمد و اشتغال و تغییر آداب و رسوم محلی (Wineaster, 2014: 6)، مؤثر در تنوع مقاصد گردشگری و بهبود تجربه جهانی گردشگری (Carvalho et al, 2014)، توزیع عادلانه‌تر مزایای توسعه در جوامع محلی (Jarkko, 2014)، رونق صنایع دستی (Xu, 2014: 82)، توسعه فعالیت‌های اقتصادی و تنوع فعالیت‌های تولیدی مناطق روستایی، {افزایش میزان سرمایه‌گذاری، تولید در سطح روستا و در نهایت پایداری اقتصادی روستایی و توسعه پایدار روستایی در ابعاد مختلف} می‌گردد (Byrd et al, 2009: 645). (شکل شماره ۱).



شکل ۱- چهارچوب مفهومی تحقیق

همانطوری که اشاره شد، گردشگری فرهنگی تأثیرات متفاوتی در اقتصاد روستایی دارد. بطوری که طبق قطعنامه کنفرانس چهارم شورای اروپا، هلسینکی، ۱۹۹۶، در صورت گسترش گردشگری فرهنگی درآمد حاصل از فرهنگی گردشگری می‌تواند بودجه قابل توجهی برای تعمیر و نگهداری و حفاظت از میراث فرهنگی فراهم نماید (Shishmanova, 2015: 248). همچنین، گسترش و رونق گردشگری فرهنگی زمینه‌ساز درآمدهای حاصل از دریافت مالیات، تقویت زیرساخت اجتماعی و جذب ارز در نواحی روستایی را فراهم می‌آورد. به باور کلارک رونق صنعت گردشگری در نواحی روستایی به توانمندسازی روستاییان، تنوع-بخشی به فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید منجر می‌شود. در نهایت گردشگری روستایی و در کنار آن گردشگری فرهنگی با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ارتقای سطح زندگی روستاییان، اصلاح وضعیت عمومی منطقه، رونق کشاورزی، رونق خدمات و کالاهای مصرفی، توسعه و بهبود تجهیزات زیربنایی (جاده، خطوط ارتباطی و سیستم‌های حمل و نقل)، بهسازی محیطی، بالا بردن سطح آگاهی روستاییان، ارتقای امکانات رفاهی، بهداشتی و پزشکی و جز آن به توسعه روستایی شتاب بیشتری می‌بخشد (Shahipour and Mojtabazadeh, 2016: 629). بنابراین می‌توان گفت، گردشگری فرهنگی از طریق افزایش تولیدات روستایی، بهره‌وری، ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد، تأمین نیازهای اساسی و ایجاد پیوند با دیگر بخش‌های اقتصادی، نقشی بسیار مهم در توسعه روستایی و پایداری اقتصاد روستایی ایفا می‌کنند.

با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که، گردشگری فرهنگی بخش مهمی از گردشگری یک کشور یا مناطق فرهنگی است که، تاریخ مردم، آداب و سنن، هنر، ارزش‌ها و سبک زندگی آنها در این مناطق جغرافیایی از مهمترین مؤلفه‌های آن محسوب می‌شوند و آثار مثبت بسیاری در مناطق روستایی و پایداری اقتصاد روستای دارد. ولی با وجود اهمیت این نوع از گردشگری مطالعات چندانی در این زمینه انجام نشده است و این موضوع در کشور ما که مهد تمدن و تاریخ مدون است جای کار بسیاری دارد. در همین راستا جدول شماره ۱ به برخی از مطالعات داخلی و خارجی اشاره شده است.

جدول ۱- مطالعات انجام شده در خصوص گردشگری فرهنگی در نواحی روستایی

مؤلف و سال	عنوان	نتیجه پژوهش
Zare et al, 2016	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی مورد شناسی: شهر یزد	نقش تمامی مؤلفه‌ها در توسعه گردشگری فرهنگی بسیار ضروری است؛ چرا که معنی‌داری تمام مؤلفه‌ها بیش از ۱/۹۶ است.
Ghasemi et al, 2015	شناسایی راهبردهای مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در نواحی روستایی با تلفیق مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی و شبکه عصبی مصنوعی	راهبردهای مطلوب برای توسعه گردشگری فرهنگی براساس مدل ANN راهبردهای محافظه‌کارانه و پس از آن راهبردهای تدافعی هستند.
Pourahmad et al, 2012	اولویت‌سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین	بهترین نوع راهبرد برای وضعیت کنونی الموت، تدوین راهبردهای متنوع است که باید برای بهره‌گیری از فرصت‌ها در آینده انجام گیرد.
Rabiei et al, 2013, 2	عوامل مؤثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه	توسعه گردشگری فرهنگی موجب سازماندهی منابع فرهنگی می‌شود.
Bhardwaj, (2015) Shrutu, (<i>tourism and Cultural heritage punjab development in</i>	تعدد سایت‌های میراث تاریخی، تعدد مراکز زیارتی، غنای هنری و صنایع دستی منحصر به فرد دلیل برتری منطقه گردشگری پنجاب شده است.
María et al (2015)	<i>in Villavicencio Cultural Tourism Colombia</i>	گردشگری فرهنگی منجر به مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی شده است.
et al Jarkko, (2014)	<i>for opportunities new: Cultural tourism diversifying Botswana industry in the tourism</i>	گردشگری فرهنگی در بوتسوانا این قابلیت را دارد که به توزیع عادلانه‌تر مزایای توسعه در جوامع محلی کمک نماید.
Xu, et al (2014)	<i>Cultural Tourism The Impact of of Ethnic on the Innovation Dali, China Production in Handicraft</i>	روستاییان در مواجهه با فرصت‌های تقاضای گردشگری، اقدام به نوآوری در تولیدات صنایع دستی می‌نمایند.

منبع: مطالعات کتابخانه‌ای، ۱۳۹۵.

روش تحقیق:

روش مورد استفاده در پژوهش حاضر توصیفی - تحلیلی می‌باشد. تحقیقات توصیفی - تحلیلی علاوه بر تصویرسازی آنچه هست به تشریح و تبیین دلایل چگونگی بودن و چرایی وضعیت مسأله و ابعاد آن می‌پردازد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در این مسیر، مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای از منابع کتابخانه‌ای اخذ و داده‌های میدانی به صورت پرسشنامه و مصاحبه و مشاهده جمع‌آوری گردید. قلمرو مکانی این تحقیق سکونتگاه‌های روستایی دارای پتانسیل گردشگری استان زنجان است. طبق سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰ این استان دارای ۹۳۵ روستای دارای سکنه، تعداد ۳۸۰۹۲۵ نفر جمعیت روستایی و ۱۰۶۰۰۴ خانوار روستایی می‌باشد. جهت شناخت عوامل مؤثر برگسترش گردشگری فرهنگی از مطالعات اسنادی (بررسی مقالات، طرح‌های پژوهشی، کتاب‌ها و سایت‌های مختلف در خصوص گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان زنجان) استفاده شد. سپس عوامل مؤثر در زمینه گردشگری فرهنگی به کمک خبرگان و مسئولان و کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان و همچنین دهیاران روستاهای دارای پتانسیل گردشگری، شناسایی و سؤال شدند. در مرحله بعدی تعدیل‌های لازم براساس استخراج مشترکات انجام شد و عوامل نهایی شده به عنوان مهم‌ترین عوامل در بهبود و تداوم توسعه گردشگری فرهنگی، در قالب پرسشنامه تهیه گردید. جامعه آماری تحقیق ۲۲۰ نفر از مسئولان و کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، فرمانداری و دهیاران و اعضای شورای اسلامی و همچنین خبرگان محلی (معلمان، نخبه‌گان روستایی، ریش‌سفیدان، هیات امنا و انجمن مساجد و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی) در روستاهای دارای پتانسیل (جدول ۲) می‌باشند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۳۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند.

جدول ۲- روستاهای دارای مزیت نسبی و هدف گردشگری در استان زنجان

شهرستان	نام روستا
زنجان	ونق، پاپایی، لار، سهرین، ماریماری (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، شیلاندر (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، شکورچی (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، قره اوغلانلو
ماه‌نشان	علم‌کندی (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، خور جهان (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، قزوقزولو (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، خندقلو، ارزه خوران، بهستان، مادآباد، کلیسا
ایجرود	سفید کمر، آرکوبین، خوثین (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، گلابر (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)،
ابه‌ر	کله‌خانه (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، درسجین (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، مرشون، سروجهان، قوهجین، قروه و خراسانلو
سلطانیه	ویر، سنبل آباد
خرمدرعه	اردجین، شویر، سوکهریز (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری) و الوندالوند (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)،
خدابنده	گوگجه بیلاق، زرنذرند، قانلی، محمودآباد، دوتپه سفلی و آقاجری
طارم	شیت (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، گوهر (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)، ده بهار (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری) و ولیدر (در اولویت برنامه‌ریزی‌های گردشگری)

جهت انتخاب نمونه آماری از روش سیستماتیک استفاده شده است. به‌طوری‌که، به هر یک از ۲۲۰ نفر مسئول، کارشناس، دانشجویان، هیات امناء، دهیاران و غیره کدی داده شد و ۲۲۰ تقسیم بر ۱۳۱ شد که عدد ۱/۶۷ بدست آمد. سپس بین ۱ تا ۱۰ عدد ۳ بصورت تصادفی انتخاب شد و برای تعیین عدد بعدی نیز، عدد اول (یعنی ۳) را به اضافه عدد حاصل از فرمول (یعنی ۲) شده است. سپس پرسشنامه در مورد عوامل مؤثر در گسترش گردشگری فرهنگی (جدول ۳) و ابعاد پایدار اقتصادی (جدول ۴) طراحی و در بین جامعه نمونه توزیع شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی شد و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۳ محاسبه گردید که بیانگر مطلوب بودن ابزار تحقیق است. در نهایت جهت تحلیل داده‌های اخذ شده از مطالعات میدانی و نیز در مسیر پاسخگویی به فرضیات تدوین شده، از نرم افزار SPSS و از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار و واریانس) و استنباطی (تحلیل عاملی، همبستگی و تحلیل مسیر) استفاده شده است.

جدول ۳- متغیرهای مؤثر در زمینه گسترش گردشگری فرهنگی

متغیرها	ردیف
<p>X1- وجود مکان‌های تاریخی (گنبد سلطانیه، آتشکده ها، رختشوی خانه، بازار، عمارت ذوالفقاری و...)، X2- تنوع قومی- نژادی و تفاوت‌های فرهنگی اقوام مختلف در سطح استان و منطقه، X3- وجود شهرها و روستاهای تاریخی در زنجان با بافت و معماری تاریخی و فرهنگی خاص، X4- وجود مراکز ممتاز دانشگاهی، آشنایی با زبان های بین المللی و تحصیلات بالا، X5- فرهنگ سنتی غنی و دانش بومی مردم استان زنجان به ویژه در زمینه صنایع دستی، گیاهان دارویی و ...، X6- میزان اهمیت بناها و چشم اندازهای مذهبی (مانند مقبره قیدار نبی، امامزاده ها و مساجد)، X7- انجام مراسم های مختلف دینی، مذهبی و اعتقادی (مانند دسته حسینیه اعظم و زینبیه اعظم و...)، X8- وجود موزه های اجتماعی و فرهنگی متعدد و مختلف در زنجان، X9- استفاده های آموزشی از مکانهای باستانی، به ویژه مکانهای وقوع حوادث و رویدادهای تاریخی، X10- تبلیغات جهت معرفی فرهنگ و تاریخ استان و منطقه زنجان، X11- مشارکت جامعه بومی در احیای فرهنگ تاریخی و عرضه صنایع دستی و آداب و رسوم به گردشگران، X12- همجواری با استان‌های هم‌دانش؛ کردستان؛ آذربایجان شرقی؛ آذربایجان غربی؛ اردبیل؛ قزوین و گیلان در جهت اشاعه فرهنگ و تاریخ زنجان، X13- دسترسی به مناطق دارای جاذبه‌های طبیعی (طارم، ماهنشان و...)، X14- سرمایه‌گذاری شرکت‌ها و موسسات خصوصی از مناطق و استان‌های هم‌جوار در جهت مرمت بناها و میراث فرهنگی، X15- سرمایه گذاری شرکت‌ها و موسسات خصوصی از مناطق و استان‌های هم‌جوار در جهت توسعه اقامتگاه‌ها و امکانات گردشگری، X16- توسعه اقتصادی روستاها و حفظ هویت تاریخی آنها در اثر عرضه صنایع دستی و فرهنگ بومی، X17- توسعه راه‌های ارتباطی، X18- مرمت و باسازی آثار باستانی و جلوگیری از تخریب آنها، X19- جلوگیری از عدم آسیب‌رساندن به بافت سنتی معماری روستاها، X20- ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط با گردشگری در استان، X21- برگزاری جشن‌ها و جشنواره‌های جدید در شهر زنجان مانند جشنواره آش و...، X22- برگزاری جشن‌های مربوط به کشاورزی و آداب و رسوم کهن کشاورزی، X23- افزایش آگاهی افراد بومی از مزایای وجود گردشگران در منطقه، X24- افزایش نیروهای آموزش دیده و آگاه محلی، X25- شیوه رفتار و فرهنگ مقابله و میزبانی افراد ساکن استان نسبت به گردشگران، X26- اقامتگاه‌ها یا مکانهای سکونتی برای گردشگران</p>	گردشگری فرهنگی

Shahipour and Mojtabazadeh 2016 ; Taghvaei, 2012 ; Pourahmad et al, 2013 Source:

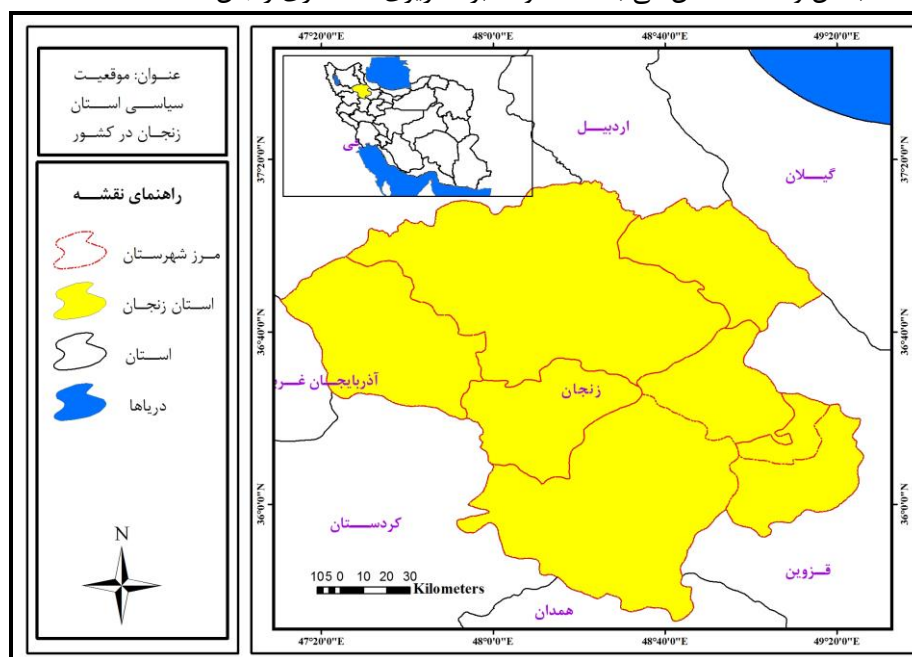
جدول ۴- متغیرها و شاخص‌های پایداری اقتصادی

ابعاد	شاخص	مؤلفه
پایداری اقتصادی	اشتغال	ایجاد فرصت‌های شغلی غیر کشاورزی، افزایش زمینه‌های اشتغال در بخش صنعتی، افزایش انگیزه جهت بهبود وضعیت کار و فعالیت در سطح روستا، افزایش میزان اشتغال در زمینه خدماتی
	درآمد	افزایش میزان درآمد روستاییان، افزایش قیمت اراضی کشاورزی در روستاها، افزایش میزان قیمت کالاها و تولیدات محلی، پایداری و افزایش قیمت مسکن و زمین مسکونی در روستاها، افزایش تنوع به منابع درآمدی روستاییان
	سرمایه گذاری	بهبود دسترسی روستائیان به خدمات مالی و اعتباری، افزایش فرصت‌های پس انداز خانوارها، میزان سرمایه گذاری در مشاغل سنتی توسط گردشگران، افزایش میزان سرمایه گذاریهای غیر دولتی توسط مردم و گردشگران
	تولید	تغییر نوع تولید برای فروش به گردشگران، افزایش تولیدات کشاورزی در واحد سطح و جهت فروش، افزایش تولید غذاهای محلی و بومی روستا، افزایش میزان تولید صنایع دستی، توسعه و افزایش حجم مبادلات اقتصادی

Source: Farahani et al, 2015

محدوده مورد مطالعه:

استان زنجان در شمال غربی کشور بین ۱۰' و ۴۷' تا ۲۶' و ۴۹° طول شرقی و ۳۳' و ۳۵' تا ۱۵' و ۳۷° عرض شمالی قرار داشته و با هفت استان هم مرز می‌باشد، این استان، از شمال به استان اردبیل و گیلان، از شرق به استان قزوین، از جنوب به استان همدان، از جنوب غربی به استان کردستان، از مغرب به استان آذربایجان غربی، از شمال غرب به استان آذربایجان شرقی محدود است (شکل ۲). این استان شامل هفت شهرستان به نام‌های زنجان، ابهر، خدابنده، خرمدره، طارم، ماهنشان، ایجرود، ۱۹ شهر، ۱۵ بخش و ۴۶ دهستان می‌باشد (معاونت برنامه‌ریزی استانداری زنجان، ۱۳۸۷: ۲۴).



شکل ۲- موقعیت جغرافیایی استان زنجان

یافته‌های تحقیق:

از لحاظ جنسیت ۶۵/۹ درصد پاسخگویان مرد و ۳۴/۱ درصد زن، ۲۹/۲ درصد مجرد و ۷۰/۸ درصد متأهل و از نظر سطح سواد بیشتر پاسخگویان (۵۰/۵) دارای مدرک لیسانس بودند. (جدول شماره ۵). از لحاظ اقتصادی درآمد ماهانه ۴۶/۶ درصد پاسخگویان بین ۷ تا ۱۰ میلیون ریال دارای بیشترین فراوانی پاسخ‌ها بوده است.

جدول ۵- ویژگی‌های فردی و اجتماعی و سطح سواد پاسخگویان

شرح	جنسیت		تاهل		تحصیلات		
	مرد	زن	متاهل	مجرد	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس
درصد	۶۵/۹	۳۴/۱	۷۰/۸	۲۹/۲	۴/۱	۸/۹	۵۰/۵
شرح	محل سکونت		سن			دکتری	ارشد
	زنجان	روستاها	شهرستانها	کمتر از ۲۰	۲۰-۳۰		
درصد	۲۵/۲	۳۹	۳/۳	۳۲/۵	۳/۳	۳۰/۲	۳۰/۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

الف) عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان زنجان:

برای تعیین ضرایب مؤلفه‌های مربوط به متغیرهای اثرگذار بر گسترش گردشگری فرهنگی، استان زنجان از روش تحلیل عاملی به روش اکتشافی استفاده شد. اولین مرحله این روش تشکیل ماتریس داده‌ها می‌باشد. در ادامه نتایج آماری حاصل از اجرای مدل تحلیل عاملی بر اساس گویه‌های تحقیق انجام شده است. معیار kmo و نتایج آزمون بارتلت نشان می‌دهد که معیار kmo برابر با $۰/۷۲۳$ می‌باشد که تأیید کننده‌ی مدل تحلیل عاملی و بیانگر مناسب بودن آن برای پژوهش است. (جدول ۶).

جدول ۶- آزمون بارتلت در سطح معناداری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار	مقدار بارتلت	درجه	سطح
عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری فرهنگی	۰/۷۲۳۵	۲۳۹۰/۷۶۴	۳۵۱	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

در مرحله‌ی بعد برای دانستن ارتباط درونی بین متغیرها از ماتریس همبستگی استفاده شد که به دلیل حجم زیاد داده‌ها در اینجا آورده نشده است. در مرحله‌ی سوم با استفاده از ماتریس عاملی، عوامل مشترک و اهمیت نسبی هر یک از متغیرها معلوم و سپس بردارهای ویژه برای تمامی مقادیر ویژه غیر صفر محاسبه گردید. در ادامه برای رسیدن به حالت مطلوب دوران عامل‌ها به روش واریماکس صورت گرفت. عامل‌های استخراج شده بعد از دوران مجموعاً $۷۳/۳۳$ درصد واریانس کل متغیرها را تبیین می‌کنند؛ یعنی $۷۳/۳۳$ درصد از تغییرپذیری در هفت عامل اصلی توضیح داده شده است. بنابراین به طور معنی‌داری می‌توان پیچیدگی مجموعه‌ی متغیرها را با استفاده از این هشت عامل، با از دست دادن فقط $۲۶/۶۷$ درصد از متغیرها کاهش داد. البته باید به این نکته اشاره کرد که پس از چرخش واریماکس، ۱ متغیر به دلیل پایین بودن بار عاملی (کمتر از $۰/۵$) و در نتیجه نبودن همبستگی آنها با دیگر متغیرها، از تحلیل حذف گردید. (جدول شماره ۷).

جدول ۷- بارهای عاملی اصلی و مقدار واریانس توضیح داده شده برای هر عامل بعد از دوران

ردیف	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس جمعی
۱	وجود فرهنگی غنی، جاذبه‌های تاریخی- مذهبی، سرمایه‌گذاری و آگاهی اجتماعی و امکانات	۵/۸۷	۲۱/۷۵	۲۱/۷۵
۲	تبلیغات و توسعه راه‌های ارتباطی	۳/۳۱	۱۲/۲۶	۳۴/۰۲
۳	سرمایه‌گذاری، بازسازی و رفتار ساکنان	۲/۴۱	۸/۹۴	۴۲/۹۶
۴	تنوع قومی، چشم اندازها و مراسمات مذهبی	۲/۳۹	۸/۸۷	۵۱/۸۳
۵	آموزش و اداب و رسوم سنتی	۲/۲۹	۸/۴۸	۶۰/۳۲
۶	وجود مراکز علمی و توسعه اقتصادی روستاها	۲/۰۸	۷/۷۱	۶۸/۰۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

همانطور که جدول شماره (۸) نشان می‌دهد، در هریک از عامل‌های شش‌گانه متغیرهای مختلفی بارگذاری شده است. به طوری که در عامل اول؛ ۱۱ متغیر، در عامل دوم؛ ۴ متغیر، در عامل سوم؛ ۳ متغیر، در عامل چهارم؛ ۳ متغیر، در عامل پنجم؛ ۳ متغیر و در عامل ششم نیز ۲ متغیر بارگذاری شده و بارهای عاملی نیز اهمیت و میزان اثرگذاری هر متغیر را نشان می‌دهد. همچنین، نام‌گذاری عامل‌ها هم بر اساس متغیرهای بارگذاری شده در هر عامل صورت گرفته است.

جدول ۸- متغیرها و بار عاملی بارگذاری شده در عامل‌های شش‌گانه

متغیرها	عامل‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶
وجود مکان‌های تاریخی در استان زنجان (گنبد سلطانی، بازار و ...)	۰/۶۷۱						
تنوع قومی - نژادی و تفاوت‌های فرهنگی اقوام مختلف در سطح استان		۰/۷۳۵					
وجود روستاهای تاریخی در زنجان با بافت و معماری تاریخی و خاص							
وجود مراکز ممتاز دانشگاهی، آشنایی با زبان‌های بین‌المللی و غیره	۰/۷۰۷						
فرهنگ سنتی غنی و دانش بومی مردم استان زنجان به ویژه در زمینه صنایع دستی، گیاهان دارویی و ...	۰/۷۳۳						
میزان اهمیت بناها و چشم‌اندازهای مذهبی	۰/۵۶۱		۰/۵۴۴				
انجام مراسم‌های مختلف دینی، مذهبی و اعتقادی (مانند دسته حسینی‌ها و زینبیه اعظم و ...)	۰/۵۷۸		۰/۵۹۶				
وجود موزه‌های اجتماعی و فرهنگی متعدد و مختلف در زنجان	۰/۶۸۶						
استفاده‌های آموزشی از مکان‌های باستانی، به ویژه مکان‌هایی که جایگاه اندیشمندان و بزرگان و محل وقوع حوادث و رویدادهای تاریخی		۰/۶۹۰					
تبلیغات جهت معرفی فرهنگ و تاریخ استان و منطقه زنجان	۰/۷۸۱						
همجواری با استان‌های هم‌دستان؛ آذربایجان شرقی؛ آذربایجان غربی؛ اردبیل؛ قزوین و گیلان در جهت اشاعه فرهنگ و تاریخ زنجان	۰/۷۷۱						
دسترسی به مناطقی که جاذبه‌های طبیعی (طارم، ماهنشان و ...)	۰/۷۳۳						
سرمایه‌گذاری شرکتها و موسسات خصوصی از مناطق و استانهای همجوار در جهت مرمت بناها و میراث فرهنگی	۰/۵۶۹						
سرمایه‌گذاری شرکتها و موسسات خصوصی از مناطق و استانهای همجوار در جهت توسعه اقامتگاه‌ها و امکانات گردشگری			۰/۵۶۷				
توسعه اقتصادی و حفظ هویت آنها در اثر عرضه صنایع دستی و فرهنگ	۰/۵۶۸						
توسعه راه‌های ارتباطی			۰/۸۸۷				
مرمت و باسازی آثار باستانی و جلوگیری از تخریب آنها			۰/۶۳۹				
جلوگیری از عدم آسیب رساندن به بافت سنتی معماری روستاها			۰/۸۰۷				
ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط با گردشگری در دانشگاه زنجان		۰/۷۷۱					
برگزاری جشن‌ها و جشنواره‌های جدید مثل جشنواره آش و ...	۰/۶۸۳						
برگزاری جشن‌های مربوط به کشاورزی و آداب و رسوم کهن		۰/۵۸۷					
افزایش آگاهی افراد بومی از مزایای وجود گردشگران در منطقه	۰/۸۲۸						
افزایش نیروهای آموزش دیده و آگاه محلی (بلد و راهنما)	۰/۸۸۵						
شیوه رفتار و فرهنگ مقابله و میزبانی گردشگران از طرف مردم			۰/۷۳۲				
افزایش اقامتگاه‌ها یا مکان‌های سکونتی برای گردشگران	۰/۸۵۸						

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

بر این اساس، یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین عامل رشد و توسعه گردشگری فرهنگی در نقاط روستایی استان زنجان عامل «وجود فرهنگ غنی، جاذبه‌های تاریخی- مذهبی، سرمایه‌گذاری و افزایش آگاهی اجتماعی در زمینه گردشگری و افزایش امکانات رفاهی و تفریحی و اقامتی» با مقدار ویژه ۵/۸۷ می‌باشد. همچنین عواملی مانند برگزاری جشن‌ها و جشنواره‌های جدید مثل جشنواره آش زنجان و ...، افزایش نیروهای آموزش دیده و آگاه محلی (بلد و راهنما)، وجود موزه‌های اجتماعی و فرهنگی

متعدد و مختلف در زنجان، دسترسی به مناطقی که جاذبه‌های طبیعی (طارم، ماهنشان و...) و غیره بیشترین نقش را در رشد و گسترش گردشگری فرهنگی در محدوده مورد مطالعه داشته است. عامل «وجود مراکز علمی و توسعه اقتصادی روستاها» با بار عاملی ۲/۰۸ کمترین تأثیر را در این زمینه داشته است. بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، وجود مراکز ممتاز دانشگاهی، آشنایی با زبان‌های بین‌المللی، تحصیلات بالا، توسعه اقتصادی روستاها و حفظ هویت تاریخی آنها در اثر عرضه صنایع دستی و فرهنگ بومی تأثیر کمتری در زمینه جذب گردشگران فرهنگی داشته است.

ب) اثرات گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصاد روستایی:

در ادامه تحقیق با استفاده از آزمون ناپارامتریک اسپیرمن، همبستگی میان شاخص‌های پایداری اقتصادی (درآمد، اشتغال، سرمایه‌گذاری، تولید و خدمات) و شاخص گردشگری فرهنگی به دست آمد. برای معنادار بودن رابطه بین متغیرها از طریق ضریب همبستگی اسپیرمن، اگر سطح معناداری آزمون (sig) کمتر از ۵ درصد باشد، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان رابطه دو متغیر را ثابت نمود. همانطوری که جدول شماره (۹) نشان می‌دهد، بین شاخص‌های پایداری اقتصادی و گردشگری فرهنگی در همه شاخص‌های مورد بررسی در سطح آلفای ۰/۰۵ رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. (جدول ۹).

جدول ۹- سنجش میزان همبستگی بین گردشگری فرهنگی و پایداری اقتصاد روستایی

متغیر	اشتغال	درآمد	سرمایه	تولید	خدمات
گردشگری	۰/۳۷۲*	۰/۵۵۳**	۰/۲۹۷**	۰/۴۰۹**	۰/۳۳۳*
فرهنگی	۰/۰۴۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۲۳

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

مدل برازش رگرسیونی عوامل تأثیرگذار در پایداری اقتصادی روستاییان در محدوده مورد مطالعه نشان داد که گسترش گردشگری فرهنگی (۰/۸۹۶ درصد) تأثیر مثبت در پایداری اقتصادی روستاییان استان زنجان طبق نظر کارشناسان و مسئولین داشته است. (جدول شماره ۱۰).

جدول ۱۰- تحلیل واریانس عوامل تأثیرگذار در پایداری اقتصادی

اشتباه معیار	ضریب تعیین تصحیح شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چندگانه
۰/۱۵۱	۸۹۱	۰/۸۹۶	۰/۹۴۶

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

با استفاده از مدل رگرسیونی چندگانه توأم، عوامل و شاخص‌های تأثیرگذار در پایداری اقتصادی روستاییان در محدوده مورد مطالعه مشخص گردید. بر این اساس، همه شاخص‌های اشتغال، تولید، درآمد، سرمایه و خدمات کاملاً معنادار می‌باشد. (جدول شماره ۱۱).

جدول ۱۱- تحلیل واریانس وجود رابطه خطی بین گردشگری فرهنگی و پایداری اقتصادی

مؤلفه‌ها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	معناداری
اثر رگرسیونی	۲۳/۲۰۲	۵	۴/۶۴۰	۲۰۱/۲۲۷	۰/۰۰۰
باقیمانده	۲/۶۹۸	۱۰۸	۰/۰۲۳		
کل	۲۵/۹۰۰	۱۱۳			

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵.

قضاوت در مورد سهم و نقش هریک از این متغیرها در تبیین متغیر وابسته با مقادیر بتا ($Beta$) صورت می‌گیرد. زیرا این مقادیر «استاندارد شده» بوده و امکان مقایسه و تعیین سهم نسبی هر یک از متغیرها را فراهم می‌سازد. با توجه به ضریب بتا، شاخص‌های اشتغال (۰/۵۷۲)، درآمد (۰/۳۴۹)، تولید (۰/۲۲۷)، سرمایه (۰/۰۸۹) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان تأثیر را در پایداری اقتصادی سکونتگاه‌های روستای استان زنجان داشته‌اند. (جدول شماره ۱۲).

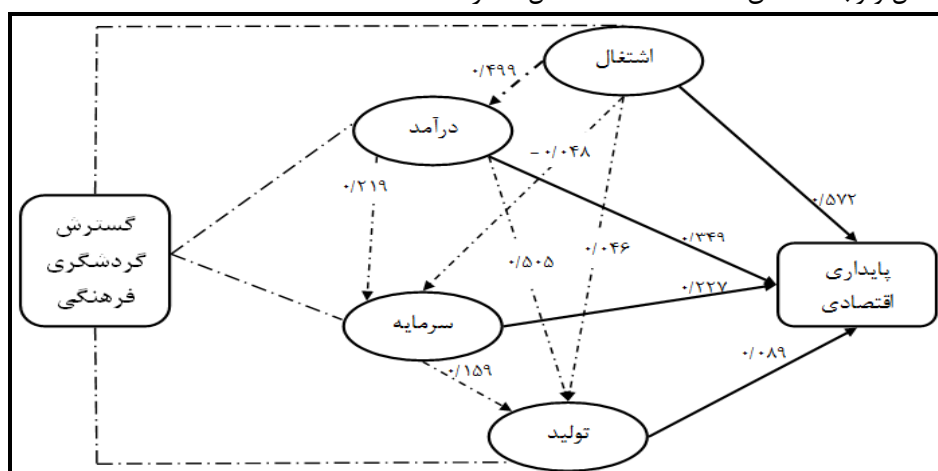
جدول ۱۲- رابطه میان مؤلفه‌های پایداری اقتصادی و گردشگری فرهنگی

متغیرها	ضریب استاندارد	ضریب غیر استاندارد		T	سطح معناداری
		B	خطای استاندارد		
عرض از مبدا		-۰/۱۰۶	۰/۰۹۰	-۱/۱۷۸	۰/۲۴۱
اشتغال	۰/۵۷۲	۰/۴۵۶	۰/۰۲۸	۱۶/۳۸	۰/۰۰۰
درآمد	۰/۳۴۹	۰/۲۹۷	۰/۰۳۵	۸/۵۹	۰/۰۰۰
تولید	۰/۲۲۷	۰/۲۱۱	۰/۰۲۴	۸/۸۴	۰/۰۰۰
سرمایه	۰/۰۸۹	۰/۰۷۹	۰/۰۳۳	۲/۳۸	۰/۰۱۹

$$Durbin-Watson = ۲/۰۹$$

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵. ** متغیر وابسته (پایداری اقتصادی)

جهت بررسی اثرات مستقیم و غیر مستقیم گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصاد روستایی در محدوده مورد مطالعه از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. برای انجام تحلیل مسیر ابتدا بین متغیر وابسته (پایداری اقتصادی) و متغیرهای مستقل (تنوع اشتغال، درآمد، سرمایه، تولید) رگرسیون گرفته شد و در بقیه مراحل هر یک از شاخص‌ها که بیشترین ضریب بتا را داشته‌اند به عنوان متغیر وابسته و سایر عوامل متغیر مستقل فرض شدند. در شکل ۳ میزان و نوع تأثیر (مستقیم و غیر مستقیم) هر یک از متغیرهای مستقل و وابسته نشان داده شده است. (شکل شماره ۳).



شکل ۳- تحلیل مسیر اثرات گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصاد روستایی - منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

این مدل نشان می‌دهد که اثر مستقیم شاخص سرمایه بر پایداری اقتصادی روستاییان کمتر از ابعاد دیگر بوده و شاخص اشتغال نیز بیشترین تأثیر مستقیم را داشته است. افزون بر این، شاخص اشتغال بر همه شاخص‌ها (درآمد، سرمایه، تولید) تأثیر داشته و از طریق همه شاخص‌ها به طور غیرمستقیم بر پایداری اقتصادی مؤثر بوده است. همچنین، شاخص درآمد بر شاخص‌های سرمایه و تولید تأثیر مستقیم داشته و شاخص تولید هم بر شاخص سرمایه تأثیر مستقیم دارد و از طریق آن به طور غیر مستقیم بر پایداری اقتصاد روستایی مؤثر بوده است. تأثیر کلی هر یک از ابعاد در جدول ۱۳ ارائه شده است. (جدول ۱۳).

جدول ۱۳- سنجش میزان اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها بر پایداری اقتصادی

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی	اولویت بندی
اشتغال	۰/۵۷۲	۰/۲۰۴	۰/۷۷۶	۱
درآمد	۰/۳۴۹	۰/۰۹۳	۰/۴۴۲	۲
سرمایه	۰/۲۲۷	۰/۰۱۴	۰/۲۴۱	۳
تولید	۰/۰۸۹	-	۰/۰۸۹	۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

بنابراین به طور کلی می‌توان گفت، گردشگری فرهنگی در روستاهای هدف گردشگری استان زنجان تأثیرات متفاوتی در زمینه پایداری اقتصادی داشته است. چنانچه مراجعه گردشگران در مسیرهای گردشگری موجب افزایش اشتغال در زمینه‌های مختلف (چرچی، دست فروشی، تعویض روغنی، مکانیکی، سوپرمارکت‌های مختلف در روستاهای مختلف، غذا خوری سنتی، مهمان سرا در چند مورد، احداث پمپ بنزین، سرمایه‌گذاری، نگهبانی، حمل و نقل، امداد جاده‌ای، کشاورزی و تولید محصول جهت عرضه به گردشگران، گسترش صنایع دستی و غیره) شده و افزایش اشتغال موجب افزایش درآمد ساکنان روستایی و در نتیجه افزایش روند جریان سرمایه‌گذاری (شخصی و دولتی)، افزایش تولیدات روستایی بخصوص در بخش کشاورزی به جهت فروش به گردشگران و در نتیجه پایداری اجتماعی روستاها در این مناطق شده است. بر همین اساس این نوع گردشگری با افزایش فرهنگ مردم از ابزارهای بوده جهت تحرک اقتصاد نواحی روستایی استان زنجان و قرار گرفتن آنان در مسیر توسعه پایدار شده است.

نتیجه‌گیری:

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر در گسترش گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان زنجان و اثرات توسعه و گسترش گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصادی (درآمد، اشتغال، سرمایه‌گذاری و) انجام شده است. نتایج حاصل نشان می‌دهد، مهم‌ترین عاملی که موجب رشد و توسعه گردشگری فرهنگی در نقاط روستایی استان زنجان شده است، عامل «وجود فرهنگ غنی، جاذبه‌های تاریخی- مذهبی، سرمایه‌گذاری و افزایش آگاهی اجتماعی در زمینه گردشگری و افزایش امکانات رفاهی و تفریحی و اقامتی» با مقدار ویژه ۵/۸۷ می‌باشد و همچنین عواملی مانند برگزاری جشن‌ها و جشنواره‌های جدید در شهر زنجان مثل جشنواره آش و ...، افزایش نیروهای آموزش دیده و آگاه محلی (بلد و راهنما)، وجود موزه‌های اجتماعی و فرهنگی متعدد و مختلف در زنجان، دسترسی به مناطقی که جاذبه‌های طبیعی (طارم، ماهنشان و...) و غیره بیشترین نقش را در رشد و گسترش گردشگری فرهنگی در محدوده مورد مطالعه داشته است. همچنین عامل «وجود مراکز علمی و توسعه اقتصادی روستاها» با بار عاملی ۲/۰۸ کمترین تأثیر را در این زمینه داشته است. به طوری که به اعتقاد مسئولین و صاحب‌نظران و یافته‌های تحقیق حاضر، وجود مراکز ممتاز دانشگاهی، آشنایی با زبان‌های بین‌المللی و تحصیلات بالا و توسعه اقتصادی روستاها و حفظ هویت تاریخی آنها در اثر عرضه صنایع دستی و فرهنگ بومی تأثیر کمتری در زمینه جذب گردشگران فرهنگی داشته است. همچنین بین شاخص‌های پایداری اقتصادی (اشتغال، درآمد، سرمایه‌گذاری و تولید) و گردشگری فرهنگی در همه شاخص‌های مورد بررسی در سطح آلفای ۰/۰۵ رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. به طور کلی می‌توان گفت که گردشگری فرهنگی در محدوده مورد مطالعه موجب بالا رفتن پتانسیل‌های جوامع محلی برای توسعه زمینه‌های اشتغال و کارآفرینی، افزایش مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی، بهبود معیشت مردم از طریق افزایش درآمد و اشتغال و تغییر آداب و رسوم محلی، رونق صنایع دستی استان، توسعه فعالیت‌های اقتصادی و تنوع فعالیت‌های تولیدی مناطق روستایی گردیده است. در انتها می‌توان نتایج تحقیق حاضر را به نتایج برخی تحقیقات که پیشینه تحقیق بدان اشاره شده است مورد مقایسه قرار داد. به طوری که، نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات (۲۰۱۶)، *Pourahmad, Jhasemi et al, 2015, Zare et al,* (۲۰۱۲)، *et al,* (۲۰۱۳)، *Rabiei et,* (۲۰۱۵)، *Bhardwaj, Shruti,* در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی، با تحقیق در زمینه همخوانی دارد و با نتایج تحقیقات (۲۰۱۵) *María et al* (۲۰۱۴) *Jarkko et al* و (۲۰۱۴) *Xu, et al* در زمینه تأثیرات مختلف اقتصادی گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی در یک راستا قرار دارد.

References:

1. Akbulut, Gülpinar & Eyup Artvinli, (2011): Effects of Turkish railway museums on cultural tourism, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 19, Available online at www.sciencedirect.com.
2. Bachleitner, Reinhard. (1999): Cultural Tourism in Rural Communities, *Journal of Business Research*, Vol 44.

3. Bonet, L., (2007): *Cultural Tourism*, Translated by Farzin, M.R., *Commercial Surveys*, Vol. 4, No. 23, PP. 52-55.
4. Byrd, E, Bosley, H. and Dronberger, M. (2009): *Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina*. *Journal of tourism Management*, 30 (1): 639- 703.
5. Carvalho, M.S.; Lima, J.; Kastenholz, E., (2014): *Cultural Creativity – that Opportunity for Rural Destinations?* *Journal PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 12, No. 3, PP. 635-648.
6. Cevdet Altunel, M, Berkay, E (2015): *Cultural tourism in Istanbul: The mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between involvement and recommendation intention*, *Journal of Destination Marketing & Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.06.003i>.
7. Farahani, H; Valaei, M. and Z. Asdaghi saraskanroud (2013): *the role of religious tourism in rural development with emphasis on tourists*, Case study: *Checkan village, Maragheh township*, *journal of Geographic Notion*, Volume 14. PP: 37-56. (in Persian).
8. Foo, L. (1998): *Cultural tourism in Australia: Characteristics and motivations*. *Australian Tourism and Hospitality Research Conference*. Australia: Gold Coast, Queensland.
9. Garrod, B. and Fyall, A. (2001): 'Heritage Tourism: A Question of Definition', *Annals of Tourism Research* 28:4, 1049-52.
10. Ghasemi, M; Kamranifar, H. and S. Hayati (2015): *Preparation of solutions for improving cultural tourism in rural areas, by synthesizing strategic planning models and artificial neural network*; *Journal of Rural Research*, Volume 23, Number3, PP: 567-592. (in Persian).
11. Hataminejad, H.; Rezaeinia, H. and J. Zarei (2015): *Analysis of factors affecting the cultural tourism market from the perspective of tourists (Case Study: The city of Soltanieh)*, Volume 2, Number2. PP: 1-25. (in Persian).
12. Hazeri, A. and M. Mehraein (2002): *Different approaches in cultural studies with emphasis on methodology*, *Social sciences Letter*, No. 20. (in Persian).
13. Hughes, H.L. (2002): *Culture and tourism: a framework for further analysis*. *Managing Leisure*, 7(3), 164–175.
14. Institute of CABI. (2010): *Cultural Tourism Research Methods*. CAB International.
15. Jarkko Saarinen, Naomi Moswete, Masego J. Monare, (2014): *Cultural Tourism: New Opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana*, *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, Volume 26, Issue 26, PP. 7-18.
16. Kamranifar, H.; Ghasemi, M.; and S. Hayati (2016): *An Analysis on Development Challenges of Cultural Tourism in Rural Areas (Case Study: Binaloud County)*, Vol.5, No.2, PP:111-130. (in Persian).
17. Karrobi, M. (2008): *Folklore, cultural capital and tourism industry*, *journal of Social Welfare Quarterly*, Volume 7, Number 28, PP:7-25. (in Persian).
18. María, Cristina Otero Gómez, Wilson Giraldo Pérez, (2015): *Cultural Tourism in Villavicencio Colombia*, *Tourism in Latin America*, PP. 105-125.
19. Matei, Forentina, (2015): *Cultural Tourism Potential, as Part of Rural Tourism Development in the North-East of Romania*. *Procedia Economics and Finance*
20. Mc Kercher, B. (2002): *Towards a classification of cultural tourists*. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 29–38.
21. Mohammadi yeganeh, B; cheraghi, M. and M. Valaei (2013): *The role of religious tourism in rural development with emphasis on life quality and social capital Case of study: Ghepchagh County in the township of Miandoab*, *journal of Geographical sciences*, Volume 13, Number 30; PP: 7-25. (in Persian).
22. Poria, Y., Butler, R., and Airey, D. (2001): 'Clarifying Heritage Tourism', *Annals of Tourism Research* 28:4, 1047-49.
23. Pourahmad, A; Hosseini, A; Oroji, H. and M. Alizadeh (2013): *Strategies for development of Cultural Tourism in Alamut, Qazvin*, *Journal of Human Geography Research Quarterly*, Volume 45, Number 3; PP:1-17. (in Persian).

24. Pourahmad, A; Mahdi A, Banamiri , M; Mirzai Kutenai, Z. and A. Mohamadi, (2012): *Survey and analysis of the role of museums in cultural tourism development (A case study of museums in eastern Mazandaran)*, *Tourism planning and development* , Volume 1, Number 1; pp:105 - 128. (in Persian).
25. Rabiei, A; Nobakht haghghi, M and S. Zanganeh, (2013): *factor affecting cultural tourism development of city of Kermanshah*, *Journal of Cultural tourism management* Volume 6, Number 18, pp: 135 -150. (in Persian).
26. Rezvani, A. (2007): *Geography and tourism industry*, Tehran, Payame noor publication. (in Persian).
27. Richard, Greg (2007): *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*, Haworth Press, Binghamton, New York
28. Richards, Greg & Munster, William (2010): *Cultural Tourism Research Method*, Wallingford: UK, cab international
29. Richards, Greg (1996): *Cultural Tourism in Europe*, Waling Ford: UK, cab international
30. Shahipour, S. and H. Mojtazadeh, (2016). *Kandovan Village's Development Emphasizing on Tourism*. *Journal of Environmental Studies*, 42(3), 637-648. (in Persian).
31. Shishmanova, Maria Valkova, (2015): *Cultural tourism in cultural corridors, itineraries, areas and cores networked*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188 (2015) 246 – 254
32. Stratana, A, Perciuna, R, and Gribinceaa, C (2015): *Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists*, *Procedia -Social and Behavioral Sciences* 188, p 116- 121.
33. Taghvaei, M. and A. Safarabadi, (2012): *Cultural tourism development with an emphasis on historical attractions: a case study of historical attractions of Isfahan*, *Social development and welfare planning*, Volume 3, Issue 12, pp: 59-78. (in Persian).
34. Timothy, D. and Boyd, S. (2003): *Heritage Tourism* (Essex, England: Pearson Education Limited).
35. UNWTO (2015): *Why tourism?* Retrieved March 17th, 2015 from <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>.
36. Wineaster Andersona, (2014): *Cultural Tourism and Poverty Alleviation in Rural Kilimanjaro, Tanzania*, *Journal of Tourism and Cultural Change*, Published online: 17. Volume 23, 2015, Pages 453-460.
37. World Tourism Organization. (2009): *Information* retrieved April 11, 2007 <http://www.unwto.org/index.php>.
38. Xu, Honggang, Zhouyuan, Tang, Sisi, Ni, (2014): *The Impact of Cultural Tourism on the Innovation of Ethnic Handicraft Production in Dali, China*, *Asia Pacific World*, Volume 5, Number 2, Autumn, PP. 82-100.
39. Ying, T and Zhou, Y (2007): *Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages*, *Tourism Management* 28 (2007) 96–107.
40. Zamani-Farahani, H and Ghazali, M., (2011): *The Relationship between Islamic Religiosity and Residents' Perceptions of Socio-Cultural Impacts of Tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh*, *Tourism Management*, Vol. 33, No. 4, PP. 802.
41. Zare Ashkezari, M; Saghaei, M; Mousavi, M. and R. Mokhtari Malekabadi, (2016): *Effective factors on development of cultural tourism with the approach to attracting foreign tourists in central Iran: case study: Yazd city*, Volume 5, Issue 17, PP: 189-208. (in Persian).