

واکاوی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری

علی امیری، دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران
مهرشاد طولابی‌نژاد^۱، استادیار مدعو گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان و پسا دکترای
جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
منیره غفران، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه
سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۷/۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۷/۵

چکیده

برای حمایت از توسعه گردشگری، توجه به عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری از عوامل کلیدی می‌باشد که تصویری خوب از مقاصد به گردشگران معرفی می‌کند. این مطالعه نیز با هدف بررسی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی است. ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخت می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری می‌باشد که با روش نمونه‌گیری هدفمند ۵۰ نمونه انتخاب شد. برای پاسخگویی به سوالات پژوهش از برازش رگرسیونی و مدل لجستیک باینری (روش LM- نیوتن- مارکارد- رافسون)، استفاده شد. نتایج پژوهش گویای آن است که از میان عوامل پنجگانه، سه عامل تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با محصولات گردشگری، اصالت فرهنگی/دارایی‌های طبیعی و زیرساخت‌های گردشگری مهم‌ترین عوامل افزایش جذابیت جاذبه‌های گردشگری در شهرستان پلدختر می‌باشند. نتایج بررسی شاخص‌های خرد نیز نشان داد که تنوع فرصت‌های درآمدی از طریق توسعه محصولات گردشگری، ترویج هنرها و صنایع دستی بومی- محلی، ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاه‌ها برای جلب رضایت گردشگران، حفظ جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی شهرستان پلدختر، توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل گردشگری و ترویج و حفظ سنت‌های بومی- محلی نیز مهم‌ترین شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌های گردشگری در شهرستان پلدختر می‌باشند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد، مدل رگرسیون لجستیک، شهرستان پلدختر

مقدمه

گردشگری از چشم‌اندازترین و پویاترین مشاغل در بین بخش‌های اقتصادی در جهان است (استری-میکینه^۱ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۶۰). این بخش، یک بخش خدماتی-صنعتی است که به عنوان بخش چهارم (محسوسات) مورد بررسی قرار گرفته است (اوکی شفسکا و کوپاچ^۲، ۲۰۲۲: ۱۲۱). بخش گردشگری از طریق تغییرات ساختاری به رشد، بقا و پیشرفت کشورها کمک می‌کند (ویلان زنکو داد^۳ و همکاران، ۲۰۲۲: ۵۱۶۳). علاوه بر بعد تفریحی/سرگرمی، گردشگری و صنایع وابسته به آن ابزار مؤثری برای دستیابی به توسعه پایدار است (امیری و طولابی‌نژاد، ۱۴۰۱: ۱۲۶). ایجاد انواع مشاغل مرتبط، ایجاد فرصت‌های نوآوری و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط-مرتبط با گردشگری-از دیگر فواید این صنعت می‌باشد (کالچنکو^۴ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۰۰). با این حال توسعه گردشگری که درجه رضایت بالایی از نیازهای گردشگران را فراهم کند، تجربه قابل توجهی را برای مصرف‌کنندگان تضمین کند، آگاهی آن‌ها را نسبت به مسائل پایداری افزایش دهد و شیوه‌های گردشگری پایدار را در بین آن‌ها تبلیغ کند لازم است و باید مورد توجه قرار گیرد (استری‌میکینه^۵ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۵۹). به همین خاطر پایداری‌سازی گردشگری و توسعه آن و افزایش سیر و سیاحت به اولویت اول برای برنامه‌ریزی مقصد گردشگری تبدیل شده است (چیم‌میکي^۶ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۳۲). همچنین رشد اقتصادی ناشی از گردشگری، دولت، محققان، برنامه‌ریزان و مدیران مربوطه را تشویق می‌کند تا از طریق شناسایی و کاربرد ابزارها، برنامه‌ها، سیاست‌ها و شناسایی و به کارگیری عوامل و محرک‌های تعیین‌کننده از توسعه گردشگری حمایت و پشتیبانی کنند (اچمد و یولی‌آنه^۷، ۲۰۲۲: ۱۶۱۰). یکی از پیشران‌ها و موضوعات تعیین‌کننده در این زمینه جذابیت جاذبه‌های گردشگری است که برای ادامه حیات، رشد و بقای بخش گردشگری و ایجاد درآمد برای ذینفعان مرتبط با گردشگری بسیار ضروری می‌باشد (طولابی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۵). جذابیت یک مقصد شامل شاخصه‌ها، خصوصیات و ویژگی‌های برجسته یک مکان هستند که معرف یک جاذبه، مکان و مبدا

-
1. Streimikiene
 2. Olishevska
 3. Villanthenkodath
 4. Kalchenko
 5. Streimikiene
 6. Chim-Miki
 7. Achmad & Yulianah

گردشگری‌اند (ماهوهومینی و لابه^۱، ۲۰۲۰: ۵۹). افزایش جذابیت و رقابت‌پذیری گردشگری موجب جلب توجه گردشگران می‌شود و این طریق درآمد، اشغال، فواید اجتماعی، حفظ فرهنگ و ایجاد سود را برای مقاصد و جوامع میزبان فراهم می‌کند (طولابی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۴). در واقع جذابیت یک منطقه به عنوان یکی از عوامل و محرک‌های تعیین‌کننده در توسعه بخش گردشگری است. در این مطالعه نیز بررسی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر در جنوب استان لرستان پرداخته شد.

استان لرستان در غرب کشور سرزمینی با آب و هوای معتدل و کوهستانی است که برای گردشگران دارای ویژگی‌های منحصر به فرد و خاصی است. استان لرستان با پتانسیل‌های فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی خود یکی از پر جاذبه‌ترین مناطق گردشگری در غرب کشور است، به طوری که در سال ۱۳۹۳، استان لرستان به عنوان پایتخت ژئوتوریسم کشور شناخته شد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳). در بین شهرستان‌های استان لرستان، شهرستان پلدختر در جنوب لرستان نیز دارای جاذبه‌های متنوع گردشگری مانند تالاب‌های پلدختر، قلعه‌های تاریخی، غار کوگان، پل کلهر، آبشار افرینه و دیگر آثار و جاذبه‌های گردشگری است که هر ساله گردشگران زیادی از این مناطق بازدید می‌کنند. علاوه بر این، وجود چهار رودخانه سیمره، کشکان، چولهول و زال، کوهستان‌های مرتفع زاگرس، تالاب‌های طبیعی؛ همراه با جنگل‌های زیبای بلوط، پل‌های تاریخی و باستانی، غارهای تاریخی، جاده گردشگری پلدختر- خرم‌آباد و آزادراه خرم‌آباد- پل‌زال که از منطقه کوهستانی شرق شهرستان پلدختر عبور می‌کند، در کنار شرایط اقلیمی مناسب و پتانسیل‌های مختلف، برای گردشگران دارای ویژگی‌های منحصر به فردی برای رونق گردشگری در ابعاد گردشگری طبیعی و انسانی به وجود آورده است. از موضوعات مهم در توسعه گردشگری در این شهرستان که در کمتر مطالعه‌ای به آن توجه شده است، شناسایی عوامل و شاخص‌های موثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها، مقاصد و ترجیحات سفر گردشگران به این شهرستان است. چرا که ترجیحات سفر به یک منطقه وابسته به کیفیت جاذبه‌های گردشگری مقصد، تصور گردشگران از آن مقصد و نهایتاً رضایت آن‌ها دارد. بنابراین شناسایی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقصد گردشگری در

شهرستان در جهت جلب رضایت گردشگران، ارائه تصویر خوب از این منطقه برای رشد و بقای گردشگری در این شهرستان ضروری به نظر می‌رسد. در این پژوهش حاضر نیز به بررسی عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر پرداخته شد. با توجه به آنچه بیان شد سوالات این پژوهش عبارتند از:

اول: چه ارتباطی بین عوامل و شاخص‌های پژوهش با افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر وجود دارد؟

دوم: عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر کدامند؟

پیشینه تجربی و مبانی نظری

مرور ادبیات گردشگری نشان داد که در داخل و خارج کشور مطالعات چندی در زمینه عوامل جذابیت جاذبه‌های گردشگری انجام گرفته که برخی از آن‌ها اشاره شده است. احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۸) به تحلیل عوامل پیش برنده ارتقاء جذابیت مقصد گردشگری پزشکی پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها گویای آن بود که رقابت‌پذیری، نگرش دولت، عوامل اجتماعی- فرهنگی، عوامل اطلاعاتی و بازاریابی، عوامل مرتبط با درمان (خدمات و امکانات پزشکی) و زیرساخت‌ها از عوامل پیش برنده ارتقاء جذابیت مقصد گردشگری پزشکی هستند. فضلی و صمدی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای به تبیین عوامل مؤثر بر جذابیت مقاصد گردشگری شهری تهران پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که چشم‌انداز طبیعی و امکانات زیرساختی، امکانات رفاهی، دسترسی مناسب و کیفیت زیست‌محیطی از عوامل مهم بر جذابیت مقاصد گردشگری هستند. شیخی و کوثری (۱۴۰۱) عوامل جاذبه و دافعۀ مقاصد گردشگری با تأکید بر تجربه گردشگران فرهنگی ایران را مورد بررسی قرار دادند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که نرخ ارز و هزینه‌های مناسب سفر و مهمان‌نوازی جذاب گردشگری و مشکلات بین‌المللی ناشی از اخذ ویزای ایران، نبود بهداشت کافی خدمات جاده‌ای و اطراف جاذبه‌ها و محدودیت‌های فرهنگی و مذهبی نیز از عوامل دافعۀ گردشگری قلمداد شده است. در خارج کشور نیز محققانی چون بردن‌هان و ویکنس^۱ (۲۰۱۷)، در مطالعه خود نشان دادند که گردشگری از طریق ترویج ارزش‌های فرهنگ محلی، حفظ سنت‌های بومی و محلی،

توسعه فرهنگ محلی (هنرهای محلی و صنایع دستی)، ترویج هنر و فرهنگ بومی بر جذابیت مکان‌های گردشگری تاثیرگذار بوده است. بوی‌وین و تانگای^۱ (۲۰۱۹) در بررسی شاخص‌های مرتبط با جاذبه‌های گردشگری به این نتیجه رسیدند که حفظ فضاها و عمومی و جاذبه‌ها، شبکه‌سازی با مشتریان و ذینفعان، بهبود زیرساخت‌های گردشگری نقش مهمی در جذب گردشگری دارند. لاپکو^۲ و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی وضعیت آلودگی هوا به عنوان عاملی برای ارزیابی جذابیت گردشگری به این نتیجه رسیدند که محصولات گردشگری، مدیریت آن و کاهش آلودگی در شهرها می‌تواند به افزایش جذابیت گردشگری آن‌ها کمک کند. ریم‌کلاف^۳ و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند که افزایش جذابیت مکان‌ها به دلیل تاثیرات مثبت گردشگری و توجه به مکان‌های گردشگری، باعث ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها، فعالیت‌های تجاری نوآورانه، حفظ محیط‌زیست جامعه محلی می‌شود که از این طریق به توسعه مقاصد گردشگری کمک می‌کند. گومز^۴ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه خود، پتانسیل ایجاد اشتغال و رفع محدودیت‌های اشتغال جوانان، پرداختن به مشکلات اجتماعی مانند نابرابری جنسیتی و افزایش مهارت‌ها برای مشاغل بخش گردشگری را عوامل مهم جذابیت مقاصد گردشگر معرفی کردند. البته برخی از محققان نیز ارتباط بین گردشگری و جذابیت مکان و مقاصد گردشگری را به عنوان عامل منفی در نظر گرفته‌اند. یاکوبسن^۵ و همکاران (۲۰۱۹) استدلال کردند که افزایش جذابیت مکان‌ها از طریق گردشگری می‌تواند اثرات منفی بر جوامع مقصد داشته باشد و با ایجاد فشار بر منابع طبیعی به ناپایداری زیست محیطی کمک کند.

در یکی دو دهه گذشته، موضوع جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری در اوقات فراغت و تجربیات منحصر به فرد، به عنوان عوامل کلیدی در مباحث رشد و بقای گردشگری قرار گرفته است (میلانو^۶ و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۵۳). تمرکز محققان بر ادراکات گردشگران در مورد مقصد و توانایی آن‌ها برای برآورده ساختن نیازهای گردشگران بوده است (کالیچ^۷ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲). در تحقیقات گذشته، محققان

1. Boivin and Tanguay
2. Łapko
3. Raimkulov
4. Gómez
5. Jacobsen
6. Milano
7. Čulić

جذابیت مقاصد را از طریق ویژگی‌های فیزیکی یا منابع موجود گردشگری تعریف کردند (ان‌گوین‌ویت^۱ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴). اما امروزه، جذابیت مقاصد به عنوان ویژگی‌ها، خصوصیات منحصر به فرد و معرف-های یک محصول جذاب یک منطقه خاص گردشگری تعریف شده است (بوزیچ^۲ و همکاران، ۲۰۱۷: ۱۵۹). منظور از جذابیت یک مکان، شامل ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد یک مقصد است (مور^۳ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۷۵). در واقع جذابیت یک مقصد و مکان گردشگری به عنوان ارزیابی‌های ذهنی - عینی یک گردشگر از خصوصیات یک مقصد تعریف شده است (لاپکو^۴ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۴۶۶). جذابیت مقاصد گردشگری معمولاً بر تعیین و انتخاب یک مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارد (آک‌گان^۵ و همکاران، ۲۰۲۰: ۵) و محصولات و خدمات گردشگری منحصر به فردی و تجربه‌ای ارزنده و به یاد ماندنی برای گردشگران ارائه می‌دهد (ووجیچیچ^۶ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴۳).

در ادبیات توسعه و جذابیت مقاصد گردشگری، نظریه مبادله اجتماعی یکی از پرکاربردترین نظریه‌های ذهنی و عینی مرتبط با به رشد و بقای گردشگری است (نانکو^۷، ۲۰۱۶: ۵۸۹). امروزه نیز مفهوم جذابیت مقاصد گردشگری بر اساس نظریه مبادله اجتماعی و بر اساس اصول و نظرت این نظریه مورد بررسی قرار گرفته است (زما و آکتان^۸، ۲۰۲۱: ۳۹۵). در این نظریه، جذابیت، ویژگی‌ها، خصوصیات یک جاذبه و مکان گردشگری به عنوان عامل انتخاب یک مقصد گردشگری معرفی شده است (گانون^۹ و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۵۱). بر اساس نظریه مبادله اجتماعی، جذابیت گردشگری به عنوان یک ابزار، عامل، محرک و توانایی جامعه مقصد برای جلب توجه گردشگران نقش محوری را بر عهده دارد (کیم^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۰: ۸۹۹). بر اساس این نظریه، افزایش جذابیت جاذبه‌ها، عبارت است از تأمین رضایت گردشگران، تشویق ارائه دهندگان خدمات تا محصولات با کیفیت‌تر، جاذبه‌های با کیفیت‌تری تولید و یا ارائه دهند. طبق نظریه

1. Nguyen Viet
 2. Bozic
 3. Mor
 4. Lapko
 5. Akgün
 6. Vujčić
 7. Nunkoo
 8. Zaman and Aktan
 9. Gannon
 10. Kim

مبادله اجتماعی، عوامل و شاخص‌های جذابیت در مقاصد گردشگری عامل مهم جذب گردشگران است و توسعه آن در یک مقصد وابسته به جذابیت مقاصد گردشگری است.

عوامل جذابیت مقاصد گردشگری تحت تأثیر عوامل زیادی قرار می‌گیرد (کرابوکوکیس و پولیزو^۱، ۲۰۲۰: ۳). جذابیت مقاصد گردشگری مهارت‌های ارائه دهدگان خدمات، افزایش جذابیت جاذبه‌ها، مکان‌ها و مشاغل در مکان‌های گردشگری فراهم می‌کند (فاتاخوف^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۵۴۰). ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های تجاری نوآورانه نیز به جذابیت و محبوبیت مقاصد گردشگری کمک می‌افزاید (اولیمجان^۳، ۲۰۲۰: ۴۰). حمل و نقل، شبکه‌های ارتباطی، پایگاه‌های فرهنگی و هنری و آب و هوای یک مکان نیز بر افزایش جذابیت اثرگذار هستند (پوشکا^۴ و همکاران، ۲۰۲۰: ۳۸۹). ارزش‌های فرهنگی و دارایی‌های طبیعی شاخص مهمی دیگری است که در جذابیت مقاصد گردشگری تأثیرگذار است (سانچز^۵ و همکاران، ۲۰۲۱: ۲۷۲۹). علاوه بر این، گردشگری توزیع مزایای اجتماعی-اقتصادی مربوط به هزینه‌های گردشگران (به عنوان مثال درآمد، شغل) و تعامل با ساکنان محلی (به عنوان مثال انتشار و نگهداری میراث فرهنگی، مهارت‌های جدید زبان) را ترویج می‌کند و از این طریق به جذابیت بیشتر مکان‌های گردشگری کمک می‌کند (اپلر وود^۶ و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۲۱). البته رابطه گردشگری و جذابیت مکان‌ها یک سویه نیست. بلکه آن‌ها رابطه دو سویه‌ای با هم دارند، از یک سو توسعه گردشگری منجر به افزایش ارزش جذابیت مقاصد و مکان‌های گردشگری می‌شود، از یک سوی دیگر، جذابیت مقاصد میزبان و مکان‌های گردشگری، رشد گردشگری پایدار را فراهم می‌کند (نصیر^۷ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴۴۶). لذا توسعه گردشگری بر اساس نظر محققانی چون انزول-فالكون^۸ و همکاران (۲۰۲۰)؛ برازان و پدرینی^۹ (۲۰۲۰)، ای‌کیلی^{۱۰} (۲۰۲۱)، روزلینا و واحیدین^{۱۱} (۲۰۲۱)، علاوه بر توسعه یک منطقه، از طریق

-
1. Krabokoukis and Polyzo
 2. Fattakhov
 3. Olimjon
 4. Puška
 5. Sánchez
 6. Epler Wood
 7. Nasir
 8. Anzules-Falcones
 9. Bressan and Pedrini
 10. Aikaeli
 11. Rosalina and Wahyudin

افزایش جذابیت اماکن و مقاصد محلی، حمایت از آداب و رسومها و شیوه‌های زندگی محلی بر جذابیت مکان‌های مرتبط با گردشگری تاثیر می‌گذارد. بنابراین می‌توان گفت که افزایش جذابیت مقاصد گردشگری به توسعه خود گردشگری نیز کمک می‌کند.

در این مطالعه نیز بر اساس عوامل و شاخص‌های ذکر شده توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۲۰)، ادبیات پژوهش و پیشینه تحقیق و بومی‌سازی و اصلاح آن‌ها، پنج بعد و ۲۵ شاخص شناسایی و بعد از بومی‌سازی برخی شاخص‌ها، در این پژوهش از آن‌ها استفاده شد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، جزء تحقیقات کاربردی، از نظر روش انجام آن از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی می‌باشد. از هر دو روش کتابخانه‌ای و پیمایشی برای انجام این پژوهش استفاده شد. به طوری که برای تدوین ادبیات تحقیق و بررسی محتوایی شاخص‌ها از روش اسنادی و برای شناسایی عوامل و شاخص‌های جذابیت مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر از روش میدانی استفاده شد. در روش میدانی ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخت (با طیف لیکرت) بوده است. سطوح و مقیاس داده‌ها ترتیبی و فاصله‌ای بوده است، توزیع متغیرها هم نرمال بوده است. جامعه آماری، شامل کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری در رشته‌های علوم جغرافیایی، اقتصاد/مدیریت، متخصصان گردشگری، علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، کارشناس میراث فرهنگی و نخبگان/مدیران/جوانان شهرستان پلدختر می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی و با روش هدفمند ۵۰ نمونه برای تکمیل پرسش‌نامه انتخاب شد. برای پاسخگویی به سوال اول پژوهش و در زمینه ارتباطی خطی بین عوامل و شاخص‌های پژوهش با افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر از برازش رگرسیونی ارتباط خطی بین عوامل و شاخص‌های پژوهش و جذابیت مکان‌ها در نرم‌افزار ایویوز^۱ استفاده شد. برای پاسخگویی به سوال دوم پژوهش و شناسایی عوامل و شاخص‌های موثر بر جذابیت مکان‌های گردشگری شهرستان پلدختر در جنوب استان لرستان از مدل لجستیک باینری (روش LM- نیوتن-مارکارد-رافسون) استفاده شد. به این دلیل از این آزمون استفاده شده که پژوهش حاضر دارای مجموعه‌ای

از متغیرهای مستقل (پنج بعد و ۲۵ شاخص) و دارای یک متغیر وابسته پنهان دو وجهی (=۰ عدم جذابیت جاذبه‌های گردشگری و ۱= جذابیت جاذبه‌های گردشگری) بوده است.

روایی پرسش‌نامه و ابزار سنجش با استفاده از روایی محتوا سنجیده و مورد تایید قرار گرفت. در این روش از افراد متخصص در رابطه با موضوع مورد مطالعه برای تعیین روایی استفاده شده است. همچنین برای سنجش پایایی ابزار سنجش (پرسش‌نامه)، ضریب اعتماد یا روایی ابزار سنجش با آزمون آلفای کرونباخ^۱ استفاده شد. میزان آلفای به دست آمده کل ۰/۸۵ بوده است. این میزان به دست آمده بالاتر از ۰/۷۰ است که نشان دهنده قابل قبول بودن پایایی ابزار سنجش (پرسش‌نامه محقق ساخت) می‌باشد (جدول ۱).

جدول ۱. میزان آلفای محاسبه شده برای هر عامل

عامل	تعداد شاخص	آلفای کرونباخ (درصد)
تنوع و توسعه فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری و محصولات گردشگری	۵	۹۶
توسعه محلی و منطقه‌ای	۵	۹۳
فرصت‌هایی تجاری نوآورانه کوچک/متوسط مقیاس	۵	۷۸
حفظ/ترویج اصالت فرهنگی/ادارایی‌های طبیعی	۵	۸۱
حفظ/ توسعه زیرساخت‌های گردشگری	۵	۷۷
کل	۲۵	۸۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

یافته‌ها

بررسی ویژگی‌های فردی پاسخگویان نشان داد که بیشترین فراوانی سنی مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال با ۴۶ درصد بوده است. از نظر تحصیلات ۳۴ درصد دارای مدرک دکترا یا دانشجوی دکترا بوده‌اند. از نظر جنسیت پاسخگویان، ۸۲ درصد پاسخگویان مرد و مابقی زن بوده‌اند. از نظر تأهل ۷۸ درصد پاسخگویان متأهل و ۲۲ درصد مجرد بوده‌اند. از نظر شغل ۲۶ درصد پاسخگویان جزء اساتید دانشگاه‌ها و یا مدرس دانشگاه‌ها بوده‌اند. از نظر رشته تحصیلی از ۵۰ پاسخگوی مورد مطالعه، هشت پاسخگو رشته علوم جغرافیایی، شش پاسخگو اقتصاد/مدیریت، ۱۰ پاسخگو متخصص گردشگری، پنج پاسخگو علوم

اجتماعی/ جامعه‌شناسی، چهار نفر کارشناس میراث فرهنگی و در نهایت ۱۷ نفر نیز از بین نخبگان/ مدیران/ جوانان شهرستان پلدختر برای مصاحبه به صورت هدفمند انتخاب شد (جدول ۲).

جدول ۲. توزیع فراوانی جمعیت مورد مطالعه یا جمعیت هدف

مشخصات	بیشترین پاسخگو	تعداد پاسخگو	درصد
سن	۳۰ تا ۴۰	۲۳	۴۶
تحصیلات	دکتر یا دانشجوی دکترا	۱۷	۳۴
جنسیت	مرد	۴۱	۸۲
تأهل	متأهل	۳۸	۷۸
شغل	استاد/ یا مدرس دانشگاه	۱۳	۲۶
رشته تحصیلی	علوم جغرافیایی	۸	۱۶
	اقتصاد/ مدیریت	۶	۱۲
	متخصص گردشگری	۱۰	۱۸
	علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی	۵	۱۰
	کارشناس میراث فرهنگی	۴	۸
	نخبگان/ مدیران/ جوانان شهرستان پلدختر	۱۷	۳۶

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

عوامل و شاخص‌های موثر بر افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری

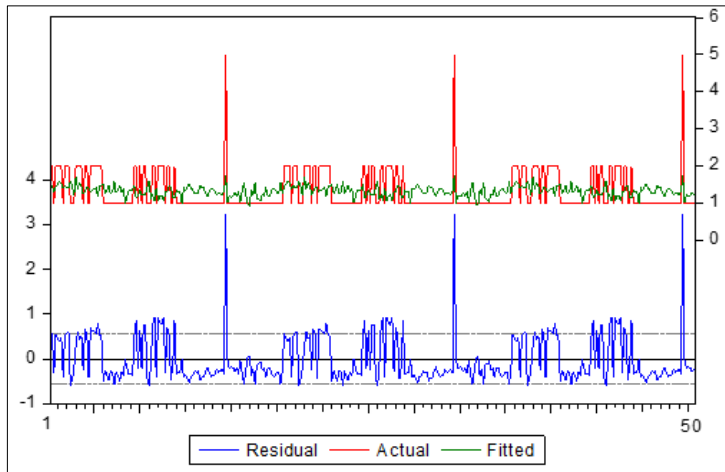
برای بررسی سوالات پژوهش، از مدل لجستیک باینری (روش LM- نیوتن- مارکارد- رافسون) استفاده شد. در این مدل ۵ عامل کلی و ۲۵ متغیر تحقیق به عنوان مجموعه متغیرهای مستقل، و افزایش جذابیت یا عدم افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری به عنوان متغیر وابسته (دو وجهی) معرفی شده است. نخستین خروجی در تحلیل مدل پژوهش، وضعیت و مقدار آماره X^2 برای سنجش اعتبار و نیکویی مدل پژوهش است که از نتیجه اجرای آزمون مدل HL^۱ به دست می‌آید. سطح معنی‌داری و آماره X^2 بیانگر معنی‌داری و نیکویی برازش مدل پژوهش با استفاده از داده‌های آماری می‌باشد (جدول ۳).

جدول ۳. آزمون HL برای سنجش اعتبار و معنی‌داری مدل پژوهش

آماره X^2	سطح معنی‌داری (p)
۳۲/۰۱۹	۰/۰۰۱

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

برای بررسی ارتباطی خطی بین عوامل و شاخص‌های پژوهش با افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر از برازش رگرسیون خطی استفاده شد. در شکل ۱، میزان برازش شده (مشخص شده با رنگ سبز)، اثرات واقعی (مشخص شده با رنگ قرمز)، و اثرات باقیمانده (مشخص شده با رنگ آبی) مدل عوامل و شاخص‌های موثر بر جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری به شکل نمودار خطی آورده شده است. یافته‌های شکل اثرات برازش شده مدل پژوهش نشان می‌دهد که برازش مناسب خطی و معنی‌دار بین عوامل و شاخص‌های مورد نظر تحقیق و افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر است. بنابراین سوال اول پژوهش پاسخ داده شد. لازم به ذکر است که آزمون‌های کمی پژوهش با استفاده از نرم‌افزار ایویوز انجام گرفته است.



شکل ۱. برازش رگرسیونی خطی بین عوامل و شاخص‌های موثر بر جذابیت مکان‌ها با استفاده از نرم‌افزار ایویوز؛

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

بعد از بررسی اعتبار و برازش مدل پژوهش، به ارزیابی نقش و اثرات متغیرهای مستقل در برآورد و تغییر متغیر وابسته (جذابیت جاذبه‌های گردشگری) پرداخته شد. نتایج مدل پژوهش نشان داد که از بین ۲۵ شاخص‌های افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری، ۱۴ شاخص با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۰۱ (متغیرهایی با علامت **) ارتباط معنی‌داری و اثرات خوبی با افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر داشته‌اند.

بررسی‌ها نشان داد که توسعه گردشگری در مکان‌های دارای جاذبه شهرستان پلدختر به خصوص در فصل‌های، پاییز، بهار و اواخر تابستان باعث ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع می‌شود. به طوری که توسعه گردشگری به عنوان یک صنعت که با احداث آزادراه خرم‌آباد- پل‌زال، و همچنین به دلیل قرارگیری شهرستان بر سر راه شمال به جنوب کشور و خوزستان به کرمانشاه و شهرهای شمال غرب کشور در این منطقه نیز رونق پیدا کرده است، بر ایجاد اشتغال فصلی، به کارگیری کارگران بومی در شاخه‌های مختلف شغلی (حمل و نقل، فروش، خدمات و غیره) و تنوع بخشیدن و ایجاد منبع درآمد برای مردم بومی به تاب‌آوری نسبی درآمد مردم بومی کمک نموده است. همچنین بخش گردشگری از طریق ایجاد اشتغال، تاب‌آوری فعالیت کاری افراد، به کارگیری کارگران در شاخه‌های مختلف شغلی (حمل و نقل، فروش، خدمات) برای مردم بومی به جذابیت مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر کمک کرده است. بررسی عامل تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری با توجه به ضریب رگرسیون باینری نشان داد که از بین پنج شاخص این عامل به ترتیب چهار شاخص تنوع بخشیدن به فرصت‌های درآمدی و ایجاد منابع درآمدی (۰/۷۸۲)، به کارگیری کارگران و افراد محلی در شاخه‌های مختلف شغلی (حمل و نقل، فروش، خدمات و غیره) (۰/۶۷۸)، و افزایش مهارت‌های شغلی فنی و غیرفنی (۰/۶۴۹) جذابیت مقاصد، جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر داشته‌اند.

بررسی گردشگری و توسعه منطقه‌ای و به دنبال آن اثرات گردشگری در افزایش جذابیت مکان‌های شهرستان پلدختر نشان داد که گردشگری (به خصوص گردشگری کشاورزی) در مناطق کوهستانی شرق شهرستان پلدختر و در محور پلدختر- خرم‌آباد توانسته توسعه فعالیت‌های مربوط به فروش محصولات بومی- محلی / کشاورزی، فعالیت‌های اقتصادی در فضای باز/ مشارکت و فروش غذاهای محلی و تحریک اقتصاد محلی را برای پذیرش و جذب بازدیدکنندگان ترویج دهد. در شهرستان پلدختر، گردشگری کشاورزی نقش بیشتری داشته و از این طریق توانسته تا حدودی به افزایش جذابیت مقاصد، جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر کمک نماید. در بین شاخص‌های این عامل، دو شاخص توسعه محصولات بومی- محلی / کشاورزی با ضریب (۰/۶۶۹) و توسعه و فروش غذاهای محلی به گردشگران (۰/۶۵۱) نقش بیشتری در جذابیت مقاصد، جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر داشته‌اند.

با این‌که بر نقش مهم گردشگری در ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های تجاری نوآورانه در مقیاس کوچک/ متوسط اذعان داشته‌اند، با این حال در شهرستان پلدختر و به خصوص در نقاط روستایی آن توسعه گردشگری نتوانسته اثرات مثبتی بر ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های تجاری نوآورانه در مقیاس کوچک/ متوسط داشته باشد. توسعه گردشگری از طریق این عامل به دلیل محرومیت منطقه و نبود تجهیزات و زیرساخت‌های لازم نتوانسته نقش چندانی در جذابیت مقاصد و جاذبه‌های گردشگری این منطقه داشته باشد. بررسی پنج شاخص این عامل نشان داد که فقط شاخص توسعه خدمات اقامتی و غذایی به خصوص در دو شهر پلدختر و معمولان و چند مراکز دهستان‌های بین راهی (مانند پاعلم، افرینه) با ضریب (۰/۶۶۶) بر جذابیت مقاصد، جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر تاثیرگذار بوده است.

حفظ و ترویج اصالت فرهنگی، ارزش‌های فرهنگ محلی و دارایی‌های طبیعی عامل مهمی برای جذب گردشگر در مقاصد است. بررسی‌های انجام شده در شهرستان پلدختر نشان داد که با توجه به فرهنگ غنی لری، سنت‌ها و آیین‌های لرستان و به خصوص در شهرستان پلدختر، توسعه و ترویج هنرها و صنایع دستی بومی- محلی و محیط بکر و طبیعی پوشیده از جنگل‌های همیشه سبز بلوط در این منطقه در طی سالیان متمادی پذیرای بسیاری از گردشگران داخلی و حتی خارجی بوده است. لذا این عامل و به خصوص چهار شاخص ترویج هنرها و صنایع دستی بومی- محلی (۰/۷۷۳)، ترویج و حفظ سنت‌های بومی- محلی (۰/۶۸۸)، مدیریت مناطق حفاظت شده، جاذبه‌ها/ مکان و سایت‌های حساس گردشگری (۰/۶۵۸) و حفظ میراث، و ارزش‌های فرهنگی (۰/۵۱۲) بیشترین نقش را جذابیت مقاصد گردشگری شهرستان پلدختر داشته است.

یافته‌ها نشان داد که زیرساخت‌های گردشگری مانند ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاه‌ها و حفظ فضاها عمومی و فضاها گردشگری (به خصوص در مناطق کوهستانی) شهرستان پلدختر در سطح پایینی می- باشد و به دلیل همین محرومیت زیرساختی این عامل آن‌چنان که انتظار می‌رود نقش چندانی در جذابیت و توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه نداشته‌اند. بررسی‌ها نشان داد که از بین پنج شاخص این عامل چهار عامل ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاه‌ها با ضریب (۰/۷۲۱)، جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی

(۰/۷۱۱)، زیرساخت‌های حمل و نقل (۰/۶۹۸) و توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات جذب گردشگر (۰/۵۰۲) بیشترین نقش را جذابیت مقاصد و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر داشته‌اند. البته برخی متغیرها (متغیرهای با علامت *) نیز در سطح معنی‌داری (۰/۰۰۵) کم و بیش در این زمینه اثرگذار بوده‌اند؛ ولی ۱۲ شاخص با علامت (***) بیشترین اثر را بر جذابیت مقاصد، جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر داشته‌اند. نتایج حاصل از متغیرهای توضیحی به طور کامل در جدول ۴ آورده شده است.

جدول ۴. برآورد مدل پژوهش از عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری

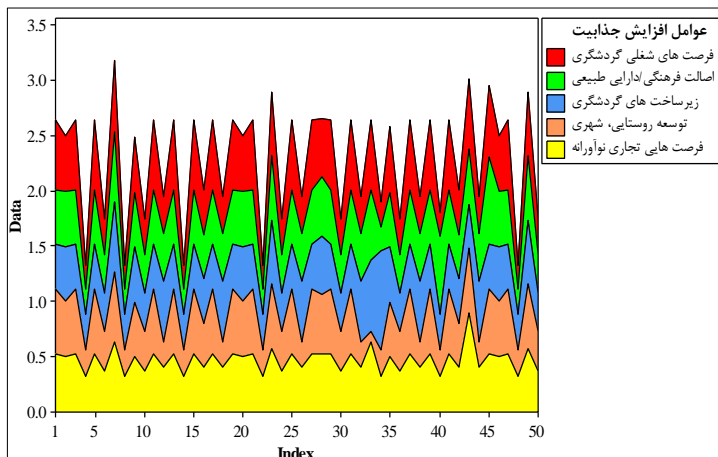
عامل	شاخص	ضریب	انحراف- استاندارد	آماره Z
تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با توسعه محصولات گردشگری (۰/۶۳۵)	ایجاد اشتغال فصلی فعالیت‌های گردشگری	۰/۳۵۳	۰/۰۴۳	۷/۸۵۸
	افزایش فن و مهارت‌های شغلی مرتبط با گردشگری	۰/۶۴۹ ^{***}	۰/۰۳۸	۱۴/۰۹۷
	تاب‌آوری فعالیت‌های کسب و کار گردشگری	۰/۳۴۷	۰/۰۴۷	۶/۸۲۶
	به‌کارگیری کارگران ماهر در شاخه‌های مختلف شغلی گردشگری	۰/۶۷۸ ^{***}	۰/۰۳۶	۱۴/۸۳۴
توسعه محلی و منطقه‌ای (۰/۴۹۷)	تنوع فرصت‌های درآمدی از طریق توسعه محصولات گردشگری	۰/۷۸۲ ^{***}	۰/۰۳۵	۱۸/۲۲۱
	توسعه جمعی و جوامع محلی (شهری و روستایی)	۰/۳۵۸	۰/۰۴۲	۷/۷۲۳
	تحریک اقتصاد روستایی، شهری، محلی، منطقه‌ای	۰/۴۰۷ [°]	۰/۰۳۹	۹/۰۴۳
	توسعه و فروش غذاهای محلی	۰/۶۵۱ ^{***}	۰/۰۳۷	۱۴/۲۳۱
	توسعه محصولات بومی - محلی/کشاورزی	۰/۶۶۹ ^{***}	۰/۰۳۶	۱۴/۶۸۷
	فعالیت‌های اقتصادی در فضای باز/ مشارکت محلی	۰/۳۹۹ [°]	۰/۰۴۱	۹/۹۸۷
فرصت‌هایی تجاری نوآورانه کوچک/متوسط (۰/۴۰۲)	توسعه کالاهای خاص و خدمات تخصصی و اقامتی گردشگری	۰/۳۱۸	۰/۰۵۱	۶/۲۳۵
	ایجاد بازارهای مسافرتی و نوظهور در کنار جاذبه‌ها و مقاصد	۰/۳۷۶	۰/۰۴۱	۸/۰۴۳
	توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری	۰/۲۹۸	۰/۰۵۴	۵/۰۱۲
	توسعه خدمات اقامتی و غذایی	۰/۶۶۶ ^{***}	۰/۰۳۷	۱۴/۵۸۹
حفظ/ترویج اصالت فرهنگی/اداری- های طبیعی (۰/۶۰۸)	آژانس‌های مسافرتی و تورهای گردشگری	۰/۳۵۱	۰/۰۴۳	۷/۸۴۲
	حفظ میراث، و ارزش‌های فرهنگ لری	۰/۵۱۲ ^{***}	۰/۰۳۳	۱۲/۹۸۷
	ترویج و حفظ سنت‌های بومی - محلی	۰/۶۸۸ ^{***}	۰/۰۳۴	۱۵/۰۰۱
	ترویج هنرها و صنایع دستی بومی - محلی	۰/۷۷۳ ^{***}	۰/۰۳۳	۱۷/۷۱۱
حفظ/ توسعه زیرساخت‌های گردشگری (۰/۶۰۶)	حفظ محیط‌زیست و دازایی‌های طبیعی محلی	۰/۶۵۸ ^{***}	۰/۰۳۷	۱۴/۲۲۱
	مدیریت جاذبه‌ها/ مکان/ سایت‌های گردشگری	۰/۴۰۹ [°]	۰/۰۳۹	۹/۲۳۹
	توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل گردشگری	۰/۶۹۸ ^{***}	۰/۰۳۴	۱۵/۱۵۳
	توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات جذب گردشگر	۰/۵۰۲ ^{***}	۰/۰۳۴	۱۲/۲۱۱
	حفظ فضاهای نزدیک جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری	۰/۴۰۱ [°]	۰/۰۳۹	۹/۰۳۹
حفظ جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی شهرستان پلدختر	۰/۷۱۱ ^{***}	۰/۰۳۳	۱۵/۴۸۲	

ادامه جدول ۴. برآورد مدل پژوهش از عوامل و شاخص‌های افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری

عامل	شاخص	ضریب	انحراف- استاندارد	آماره Z
حفظ / توسعه زیرساخت‌های گردشگری (۰/۶۰۶)	ایجاد مراکز همایش / استراحتگاه‌ها برای جلب رضایت گردشگران	۰/۷۲۱ ^{***}	۰/۰۳۴	۱۶/۵۱۲
خلاصه مشاهده				
مقیاس: C: (۲۵)				
احتمال ورود	تعداد مشاهده	۰/۵۲۹	۰/۰۳۹	۹/۷۰۳
	میانگین احتمال ورود		۵۰	
	انحراف رگرسیون		۱/۲۰۱	
* معنی‌داری در سطح ۵ درصد؛ ** معنی‌داری در سطح ۱ درصد				

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

بررسی عوامل کلی موثر بر افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر (شکل ۲) نشان داد که از بین ۵ عامل، سه عامل تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با توسعه محصولات گردشگری (۰/۶۳۵)، حفظ و ترویج اصالت فرهنگی، ارزش‌های فرهنگی و دارایی‌های طبیعی محلی (۰/۶۰۸) و حفظ و توسعه زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری (۰/۵۳۲) بیشترین اثرات را بر افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری داشته‌اند. از بین این ۵ عامل، عامل فرصت‌های شغلی مرتبط با توسعه محصولات گردشگری بیشترین اثر و عامل فرصت‌هایی تجاری نوآورانه کوچک متوسط کمترین اثر را در این زمینه داشته است. با توجه به این تفاسیر و یافته‌های مدل رگرسیون باینری، سؤال دوم پژوهش مبتنی بر شناسایی مهم‌ترین عوامل و شاخص‌های موثر بر افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر پاسخ داده شد.



شکل ۲. مقادیر اثر عوامل موثر بر افزایش جذابیت مکان های گردشگری؛ منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۱

نتیجه گیری

یکی از عوامل دستیابی به رشد و بقای گردشگری پایدار، شناسایی عوامل و شاخص های افزایش جذابیت مکان های گردشگری است. بسیاری از محققان نیز شناسایی عوامل جذابیت جاذبه ها، مقاصد و مکان های گردشگری را پشتیبان توسعه گردشگری و افزایش رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری می دانند. با توجه به اهمیت این موضوع، در پژوهش حاضر به نیز بررسی عوامل و شاخص های افزایش جذابیت جاذبه ها و مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر در جنوب استان لرستان پرداخته شد. چرا که در شهرستان پلدختر پتانسیل بسیاری برای توسعه گردشگری وجود دارد که می تواند به عنوان محرک مهم تغییرات مثبتی بر ساکنان این شهرستان داشته باشد. حال اینکه عدم توجه به این عوامل و شاخص ها، در کنار برنامه ریزی ضعیف، عدم حفاظت از مقاصد گردشگری در این شهرستان می تواند آثار منفی به دنبال داشته و منجر به تخریب اماکن تاریخی و گردشگری شهرستان، آثار بکر طبیعی، آثار باستانی، جاذبه ها و به صورت کلی مناظر و فضاهای گردشگری در این شهرستان شود. همچنین باعث از دست دادن هویت و اصالت مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر شده و بر محیط و مقاصد گردشگری تأثیر منفی بگذارد. لذا شناسایی عوامل و شاخص هایی حفظ جاذبه های گردشگری و افزایش جذابیت مکان های گردشگری این شهرستان و راهکارهای موثر بسیار مهم و ضروری است.

بررسی نتایج موردی تحقیق در شهرستان پلدختر نشان داد که از بین شاخص‌های پژوهش که برای سنجش عوامل و شاخص‌های موثر بر افزایش جذابیت جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری در نظر گرفته شده بود، ۱۴ شاخص افزایش مهارت‌های شغلی مرتبط با گردشگری، به کارگیری کارگران متخصص و ماهر در شاخه‌های مختلف شغلی، تنوع فرصت‌های درآمدی از طریق توسعه محصولات گردشگری، توسعه و فروش غذاهای محلی به گردشگران و مسافران، توسعه محصولات بومی- محلی/ کشاورزی که در شهرستان پلدختر به وفور موجود است، توسعه خدمات اقامتی و غذایی به خصوص در کمپ‌های بوم-گردی و گردشگری، حفظ میراث تاریخی و باستانی، و ارزش‌های فرهنگی، ترویج و حفظ سنت‌های بومی- محلی منبعث از قوم لر، ترویج هنرها و صنایع دستی بومی- محلی که در استان لرستان برگرفته از فرهنگ این استان است، حفظ محیط‌زیست و دارایی‌های طبیعی بکر و دست نخورده به خصوص در مناطق مرتفع و کوهستانی زاگرس، توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباط با جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری- به خصوص جاذبه‌های طبیعی- توسعه زیرساخت‌ها و تجهیزات جذب گردشگر و پشتیبانی از گردشگران، حفظ جاذبه‌های فرهنگی/ تاریخی و باستانی استان و شهرستان و ایجاد مراکز همایش/ استراحتگاه‌ها مهم‌ترین شاخص‌های موثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها و مقاصد گردشگری در شهرستان پلدختر بوده‌اند. نتایج در زمینه شناسایی عوامل کلی موثر بر افزایش جذابیت مکان‌ها نیز نشان داد که از بین ۵ عامل در نظر گرفته شده، سه عامل تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با توسعه محصولات گردشگری، حفظ/ ترویج اصالت فرهنگی/ دارایی‌های طبیعی و حفظ/ توسعه زیرساخت‌ها بیشترین اثرات را بر افزایش جذابیت مکان‌ها با توجه به توسعه گردشگری در شهرستان پلدختر داشته‌اند.

بنابراین و بر اساس نتایج نهایی پژوهش می‌توان گفت که ارتباط خطی و معنی‌دار بین عوامل و شاخص‌های مورد نظر تحقیق و افزایش جذابیت مکان‌های گردشگری در شهرستان پلدختر وجود داشته است. به طوری که از بین پنج عامل کلی، سه عامل تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با محصولات گردشگری، اصالت فرهنگی/ دارایی‌های طبیعی و زیرساخت‌های گردشگری مهم‌ترین عوامل افزایش جذابیت جاذبه‌های گردشگری در شهرستان پلدختر می‌باشند. در بین بیست و پنج شاخص مورد استفاده نیز به ترتیب شاخص‌های تنوع فرصت‌های درآمدی از طریق توسعه محصولات گردشگری، ترویج هنرها و صنایع

دستی بومی - محلی، ایجاد مراکز همایش / استراحتگاه‌ها برای جلب رضایت گردشگران، حفظ جاذبه‌های فرهنگی / تاریخی و باستانی شهرستان پلدختر، توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل گردشگری و ترویج سنت‌های بومی - محلی نیز مهم‌ترین شاخص‌های افزایش جذابیت جاذبه‌های گردشگری در شهرستان پلدختر می‌باشند.

مقایسه نتایج به دست آمده این مطالعه با تحقیقات و مطالعات پیشین نشان داد که نتایج این مطالعه در زمینه تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با محصولات گردشگری به عنوان عامل جذابیت مقاصد گردشگری با نتایج مطالعه گومز و همکاران (۲۰۲۱) و نتایج گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۲۰) همسو بوده و نتایج این مطالعه و گزارش را تایید کرده است. نتایج تحقیق در زمینه اصالت فرهنگی / دارایی‌های طبیعی به عنوان عامل افزایش جذابیت گردشگری با نتایج مطالعات احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۸)، فضلی و صمدی (۱۴۰۰)، بردن‌هان و ویکنس (۲۰۱۷)، همسو بوده و نتایج این گزارش را تایید کرده است. همچنین نتایج تحقیق در زمینه نقش زیرساخت‌های گردشگری به عنوان عوامل افزایش جذابیت جاذبه‌های گردشگری با نتایج مطالعه فضلی و صمدی (۱۴۰۰)، بوی‌وین و تانگای (۲۰۱۹) و ریم‌کلافو همکاران (۲۰۲۱) همسو بوده و نتایج آن‌ها را تایید کرده است. با این حال نتایج این مطالعه با نتایج مطالعاتی چونیاکوبسن و همکاران (۲۰۱۹) و لاپکو و همکاران (۲۰۲۰) همسو نبوده نتایج آن‌ها را تایید نمی‌کند.

پیشنهادات تحقیق

در رابطه با یافته‌های این پژوهش نکات زیر پیشنهاد می‌شود:

الف) اولین پیشنهاد در این زمینه مهم و ضروری به نظر می‌رسد و در راستای نتایج این مطالعه است، شناسایی عامل و شاخص‌های موثر بر جذابیت مکان‌ها و جاذبه‌ها با توجه گردشگری است. در واقع لازم است که با توجه به ویژگی‌های هر منطقه از کشور عوامل و شاخص‌های موثر بر افزایش جذابیت هر مکان شناسایی و استراتژی و راهکار مشخص برای توسعه گردشگری آن‌ها تدوین و ارائه شود؛

ب) با توجه به این‌که در شهرستان پلدختر، توسعه گردشگری وابسته به میراث و ارزش‌های فرهنگی و آثار باستانی، دارایی‌های طبیعی و بکر است، در این زمینه پیشنهاد می‌شود که حفظ میراث، و ارزش‌های فرهنگی قوم لر، ترویج و حفظ سنت‌های بومی - محلی و لری، حفظ محیط‌زیست و دارایی‌های طبیعی و

مدیریت جاذبه‌ها/ مکان/ سایت‌های گردشگری در اولویت‌های برنامه‌ریزی توسعه گردشگری این منطقه قرار گیرند؛

ج) با توجه به این‌که تنوع فرصت‌های شغلی مرتبط با توسعه گردشگری در شهرستان پلدختر از عوامل موثر بر توسعه گردشگری و به تبع عامل مهمی در انتخاب این شهرستان به عنوان مبدا گردشگری است، پیشنهاد می‌شود که مهارت‌های شغلی که در شهرستان در سطح پایینی قرار دارد مورد توجه قرار گیرد؛

د) نگهداری زیرساخت از عوامل تاثیرگذار بر افزایش جذابیت مبدا و مکان‌های گردشگری شهرستان شناسایی شد، توسعه و بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، توسعه تجهیزات برای پذیرش و جذب بازدیدکنندگان (اقامت/ پذیرایی) و ایجاد مراکز همایش/استراحتگاه‌های گردشگری برای جذب بازدیدکنندگان می‌تواند ضعف ناشی از این عامل را جبران کند و به تبع به افزایش جذابیت مکان‌ها کمک کند؛

ه) حفظ/ ترویج اصالت فرهنگی و دارایی‌های طبیعی در شهرستان از نیازها و عوامل مهم در جذابیت مکان‌ها بر اساس نوع مقاصد گردشگری به خصوص در زمینه گردشگری روستایی است. در این زمینه حفظ میراث، اصالت فرهنگی و ارزش‌های فرهنگی بود (مانند حفظ زبان/ لباس لری)، ترویج و حفظ سنت‌های بومی- محلی (آیین‌های سنتی)، توسعه و ترویج هنرها و صنایع دستی بومی- محلی و حفظ محیط زیست و دارایی‌های طبیعی و اصالت مقصد گردشگری می‌تواند ضمن افزایش جذابیت مقاصد گردشگری به توسعه گردشگری نیز کمک نماید.

تقدیر و سپاسگزاری

در پایان از تمام کارشناسان عزیز که با صبر و شکیبایی مثال‌زدنی به سوالات پاسخ داده و کمال همکاری را با نویسندگان داشته‌اند، تشکر و قدردانی می‌شود. این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

احمدپور داریانی، محمود؛ محمدکاظمی، رضا؛ خادمی، مهدی و رضائی، رضا. (۱۳۹۸). «شناسایی و تحلیل عوامل پیش برنده ارتقاء جذابیت مقصد جهت توسعه کسب و کارهای گردشگری پزشکی». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۲(۴)،

- امیری، علی و طولابی نژاد، مهرشاد. (۱۴۰۱). «ارزیابی عوامل و شاخص‌های موفقیت همکاری متقابل مرزی (CBC) در راستای توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان زاهدان». فصلنامه علمی علوم و فنون مرزی، ۱۱(۱)، ۱۲۵-۱۶۱.
- شیخی، احمدرضا و کوثری، مرتضی. (۱۴۰۱). «عوامل جاذبه و دافعۀ مقاصد گردشگری با تأکید بر تجربه گردشگران فرهنگی فرانسوی ورودی به ایران». برنامه‌ریزی فضایی، ۱۲(۱)، ۱۷-۳۲.
- طولابی نژاد، پودینه؛ محمدرضا، مهرشاد و طولابی نژاد، میثم. (۱۳۹۹). گردشگری روستایی: مدیریت و بازاریابی، تهران: جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- فضلی، صفر و صمدی، محمود. (۱۴۰۰). «تبیین عوامل مؤثر بر جذابیت مقاصد گردشگری شهری مطالعه موردی: کلان‌شهر تهران». نشریه گردشگری شهری، ۸(۲)، ۹۷-۱۱۱.
- موسوی، سیده شهناز؛ عباسی، حامد و شرفی، سیامک. (۱۳۹۹). «شناسایی روستاهای مستعد توسعه گردشگری در مسیرهای ارتباطی شهرستان پلدختر». مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، ۱(۱)، ۱-۱۶.

- Achmad, W., & Yulianah, Y. (2022). Corporate Social Responsibility of the Hospitality Industry in Realizing Sustainable Tourism Development. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1610-1616.
- Aikaeli, J. (2021). Income and Employment Potential for Youth and Women in Tanzania's Micro, Small and Medium Tourism Enterprises. *The African Review*, 1(3), 1-21.
- Akgün, A. E., Senturk, H. A., Keskin, H., & Onal, I. (2020). The relationships among nostalgic emotion, destination images, and tourist behaviors: An empirical study of Istanbul. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16(2), 1- 18.
- Anzules-Falcones, W., Ángel, M., & Martin-Castilla, J. (2020). The innovation capability of small business: a study focused on food and beverage SMEs in the tourism industry-An analysis of Ecuador. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(6), 1-17.
- Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux. *Journal of destination marketing & management*, 11(3), 67-79.
- Bozic, S., Kennell, J., Vujcic, M. D., & Jovanovic, T. (2017). Urban tourist motivations: why visit Ljubljana?. *International Journal of Tourism Cities*. 4(2), 158- 169.
- Bressan, A., & Pedrini, M. (2020). Exploring sustainable-oriented innovation within micro and small tourism firms. *Tourism Planning & Development*, 17(5), 497-514.
- Briedenhann, J. and Wickens, E. (2017), Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25 (2), 71-79.
- Chim-Miki, A. F. Medina-Brito, P. and Batista-Canino, R. M. (2020), Integrated Management in Tourism: The Role of Coopetition, *Tourism Planning and Development*, 17 (2), 127-146.
- Ćulić, M., Vujičić, M. D., Kalinić, Č., Dunjić, M., Stankov, U., Kovačić, S., Vasiljević, D. A. & Anđelković, Ž. (2021). Rookie Tourism Destinations: The Effects of Attractiveness Factors

- on Destination Image and Revisit Intention with the Satisfaction Mediation Effect. *Sustainability*, 13(11), 1- 16.
- Epler Wood, M., Milstein, M., Ahamed-Broadhurst, K. (2019). *Destinations at Risk: The Invisible Burden of Tourism*. The Travel Foundation.
- Fattakhov, R. V., Nizamutdinov, M. M., & Oreshnikov, V. V. (2020). Assessment of the Attractiveness of Large Russian Cities for Residents, Tourists, and Business. *Regional Research of Russia*, 10(4), 538-548.
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., & Taheri, B. (2021). Assessing the mediating role of residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149171.
- Gómez, R. A. V., García, M. O., & Mejía, D. A. O. (2021). Tourism travel patterns and Mexican millennial women: a comparative study of their conditions and meanings. *International Journal of Tourism Anthropology*, 8(2), 107-128.
- Jacobsen, J. K. S., Iversen, N. M., & Hem, L. E. (2019). Hotspot crowding and over-tourism: Antecedents of destination attractiveness. *Annals of Tourism Research*, 76(3), 53-66.
- Kalchenko, S., Karman, S., & Arabadzhyskiy, A. (2021). Management of Regional Development of Green Tourism Facilities. *Path of Science*, 7(6), 2006-2012.
- Kim, G., Duffy, L. N., & Moore, D. (2020). Tourist attractiveness: measuring residents' perception of tourists. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 898-916.
- Krabokoukis, T., & Polyzos, S. (2020). An Investigation of Factors Determining the Tourism Attractiveness of Greece's Prefectures. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-19.
- Łapko, A., Panasiuk, A., Strulak-Wójcikiewicz, R., & Landowski, M. (2020). The state of air pollution as a factor determining the assessment of a city's tourist attractiveness-based on the opinions of Polish respondents. *Sustainability*, 12(4), 1466- 1487.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357.
- Mor, M., Fisher-Gewirtzman, D., Yosifof, R., & Dalyot, S. (2021). 3D Visibility Analysis for Evaluating the Attractiveness of Tourism Routes Computed from Social Media Photos. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 10(5), 275- 295.
- Muhoho-Minni, P., & Lubbe, B. A. (2017). The role of the media in constructing a destination image: The Kenya experience. *Communicatio*, 43(1), 58-79.
- Nasir, M., Mohamad, M., Ghani, N., & Afthanorhan, A. (2020). Testing mediation roles of place attachment and tourist satisfaction on destination attractiveness and destination loyalty relationship using the phantom approach. *Management Science Letters*, 10(2), 443-454.
- Nguyen Viet, B., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1- 20.

- Nunkoo, R. (2016). Toward a more comprehensive use of social exchange theory to study residents' attitudes to tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39(2), 588-596.
- OECD (2020), *Rethinking tourism success for sustainable growth*, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.12787/1686c7458-en>.
- Olimjon, B. (2020). Strategy for innovative development of the modern tourism industry. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 10(4), 39-43.
- Olishevska, Y. A., & Kupach, T. G. (2022). Street art in the context of urban tourism development. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(1), 120-132.
- Puška, A., Šadić, S., Maksimović, A., & Stojanović, I. (2020). Decision support model in the determination of rural touristic destination attractiveness in the Brčko District of Bosnia and Herzegovina. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 387-405.
- Raimkulov, M., Juratargunov, H., & Ahn, Y. J. (2021). Destination attractiveness and memorable travel experiences in Silk Road tourism in Uzbekistan. *Sustainability*, 13(4), 1-19.
- Rosalina, E., & Wahyudin, N. (2021). Performance of Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) in Supporting the Tourism Sector. *Integrated Journal of Business and Economics*, 5(2), 182-192.
- Sánchez, M. D., De-Pablos-Herederó, C., & Montes-Botella, J. L. (2021). A behavior model for cultural tourism: loyalty to destination. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 2729-2746.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- Viet, B. N. (2019). *The influence of destination image components on tourist satisfaction and loyalty: A case study in Côn Đảo Islands, Vietnam*. *Foreign Exchange (VND/USD)*, 21148(21697), 1- 21.
- Villanthenkodath, M. A., Ansari, M. A., Shahbaz, M., & Vo, X. V. (2022). Do tourism development and structural change promote environmental quality? Evidence from India. *Environment, Development and Sustainability*, 24(4), 5163-5194.
- Vujičić, M. D., Stamenković, I., Stankov, U., Kovačić, S., Vasiljević, Đ. A., & Popov-Locke, J. (2020). What will prevail within city break travel, motivation or demotivation? Case study of Novi Sad, Vojvodina, Serbia. *Geographica Pannonica*, 24(1), 42-55.
- Zaman, U., & Aktan, M. (2021). Examining residents' cultural intelligence, place image and foreign tourist attractiveness: A mediated-moderation model of support for tourism development in Cappadocia (Turkey). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46(1), 393- 404.