

تأثیرپذیری انواع مختلف گردشگری از یکدیگر در منطقه آزاد ارس: کاربرد رهیافت مدل سازی معادلات ساختاری (SEM)

اسماعیل پیش بهار^۱

رقیه پرچم^۲

حسین یادآور^۳

چکیده

این پژوهش باهدف بررسی تأثیرپذیری انواع مختلف گردشگری از یکدیگر در منطقه آزاد ارس انجام شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه است که بر اساس نمونه‌گیری تصادفی ساده، اطلاعات ۷۰ نفر از گردشگران این منطقه جمع‌آوری و با رهیافت مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که رابطه دوسویه‌ای بین گردشگری تاریخی و بوم‌گردشگری وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش گردشگری تاریخی، میزان بوم‌گردشگری افزایش می‌یابد و بالعکس. جهت افزایش گردشگری تاریخی باید میزان رضایت گردشگران از جاذبه‌های تاریخی پل خدافرین، حمام جلفا، کاروانسرای خواجه‌نظر، کلیسای چوپان، کلیسای سنت استپانوس و ... افزایش یابد و با افزایش رضایت گردشگران از جاذبه‌های طبیعی، بوم‌گردشگری منطقه آزاد ارس نیز توسعه می‌یابد. میزان رضایت گردشگران از روستای اشتبین، تأثیر معناداری را بر میزان رضایت آن‌ها از امامزاده سیدمحمدآقا می‌گذارد. همچنین یافته‌های تحقیق حاکی از این است که یکی از عوامل موثر بر گردشگری تجاری میزان رضایت گردشگران از تنوع کالا است و یا به عبارت

Email: pishbahar@yahoo.com

۱- دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه تبریز

۲- دانشجوی دکتری مدیریت کشاورزی دانشگاه تبریز

۳- استادیار دانشگاه تبریز

دیگر جهت افزایش گردشگری تجاری باید میزان تنوع کالاها افزایش یابد. بنابراین بازسازی آثار تاریخی و اماکن مذهبی و توسعه‌ی طرح‌های تجاری در منطقه آزاد ارس پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: بوم گردشگری، گردشگری مذهبی، گردشگری تاریخی، گردشگری تجاری، مدل معادلات ساختاری، منطقه آزاد ارس.

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری، سومین صنعت پول‌ساز جهان بعد از نفت و خودروسازی می‌باشد که ۸۰ درصد از این جریان گردشگری دنیا در کشورهای صنعتی و فقط ۲۰ درصد آن در کشورهای غیرصنعتی روی می‌دهد. هم‌چنین یکی از بزرگ‌ترین و پربازده‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در دنیا است که بالاترین میزان ارزش افزوده را ایجاد می‌کند و به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، سایر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این صنعت یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می‌آید به‌طوری که ۱۰ درصد تولید ناخالص جهانی، ۱۱/۱۴ درصد اشتغال جهان و ۱۱ درصد درآمد کل جهان را به‌خود اختصاص داده است. به‌همین دلیل رقابت تنگاتنگی بین قدرت‌های بزرگ جهانگردی جهان برای به‌دست آوردن سهم بیش‌تری از این بازار وجود دارد (دفتر مطالعات زیر بنایی، ۱۳۸۹: ۴ و ۱۰). از سوی دیگر، بر اساس قانون تشکیل و اداره مناطق آزاد و ویژه اقتصادی این مناطق به‌منظور پشتیبانی از فعالیت‌های اقتصادی و برقراری ارتباط تجاری بین‌المللی و تحرک در اقتصاد منطقه‌ای و تولید و پردازش کالا، انتقال فناوری، افزایش صادرات غیرنفتی، ایجاد اشتغال مولد، تشویق سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، صادرات مجدد، ترانزیت و ترانشیب تأسیس شده‌اند که به منظور تحقق اهداف فوق، گردشگری و جذب گردشگر در این مناطق ضروری است.

یکی از این مناطق آزاد، منطقه آزاد تجاری صنعتی ارس می‌باشد که با پشتوانه مناطق ارزشمند اکولوژیکی حفاظت‌شده، اقلیم مناسب، منابع غنی آب، ذخیره گاه‌های بین‌المللی جنگلی، محیط‌زیست مطلوب و قابلیت‌های توسعه گردشگری در زمینه‌های تاریخی،



فرهنگی، طبیعی و ورزشی، مذهبی و تحصیلی علاوه بر دستیابی به اهداف بالا، به یک منطقه بین‌المللی گردشگری، تفریحی، سلامتی و درمانی تبدیل شده است که به دلیل وضع نشدن تعرفه‌های گمرکی بر کالاها در این منطقه، قیمت تمام‌شده آن‌ها نسبتاً پایین‌تر از کالاهای داخلی و یا کالاهایی است که به صورت رسمی وارد کشور شده‌اند. اما آمارها بیانگر این واقعیت است که گردشگری در منطقه آزاد ارس با توجه به پتانسیل عظیم گردشگری و تجاری در طی این سال‌ها تغییر ناچیزی را تجربه کرده است (سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰).

در این پژوهش، با توجه به پتانسیل عظیم منطقه آزاد ارس و با توجه به محدودیت‌های پیش روی این پژوهش، بر آن هستیم تا تأثیرپذیری چند نوع محدودی از انواع گردشگری از جمله بوم گردشگری، گردشگری تاریخی، گردشگری مذهبی و گردشگری تجاری را از همدیگر مورد بررسی قرار دهیم.

بنیان نظری پژوهش

طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری عبارت است از فعالیت‌های فردی که برای کمتر از مدت زمانی معین به خارج از محیط معمول زندگی خود مسافرت نموده و هدف اصلی وی چیزی غیر از انجام فعالیتی است که به خاطر آن از سوی محل مورد بازدید مزد دریافت نمایند. برخی از مهم‌ترین انواع گردشگری را می‌توان به قرار زیر بر شمرد:

۱. بوم گردشگری: بنابه تعریف اتحادیه بین‌المللی محافظت از طبیعت بوم گردشگری عبارت است از مسافرت مسئولانه به نواحی نسبتاً بکر طبیعی به منظور لذت بردن از طبیعت به نحوی که اثرات منفی کمی بر طبیعت دارد و زمینه مشارکت اقتصادی، اجتماعی جمعیت بومی را فراهم می‌کند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۹۰).

۲. گردشگری درمانی: برای بهره‌گیری از آب‌های گرم معدنی یا برای بهره‌گیری از امکانات تشخیصی و درمانی کشورهای دارای این ظرفیت.

۳. گردشگری مذهبی: با رواج اسلام در ایران و گسترش مذهب شیعه در قرون اولیه اسلامی، شهرها و روستاهای ایران تبدیل به مراکزی برای زندگی و پس از مرگ امامزاده‌ها، مقبره‌هایشان به محلی برای زیارت مشتاقان تبدیل شده که یکی از جنبه‌های مهم گذران اوقات فراغت در زندگی مردم به حساب می‌آید. در ایران گردشگری مذهبی بیش‌ترین سهم را به خود اختصاص داده است. (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۹-۶۴).

۴. گردشگری تجاری: نوع تجارتی شده مناسبات سنتی بین میزبان و مهمان است که در آن غریبه‌ها و مسافران در جامعه میزبان نقش‌هایی موقتی ایفا می‌کنند. بنابراین گردشگری تجاری به‌عنوان مهمان‌نوازی تجاری و صنعتی معرفی می‌شود (سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان اصفهان، ۱۳۹۳).

۵. گردشگری تحصیلی: شامل سفر به مراکز تحصیلی یا بازگشت به زندگی جنگلی یا سایر نقاطی می‌شود که در آن‌ها می‌توان انواع کلاس‌ها را تجربه کرد. مثل کلاس‌های آشپزی صنایع‌دستی و غیره.

۶. گردشگری تاریخی: این دسته از گردشگران، به بازدید از موزه‌ها، مساجد، کلیساها و آثار تاریخی و بناهای باستانی می‌پردازند. هم‌چنین در این نوع گردشگری، گردشگران از اجرای نمایشنامه‌هایی که وقایع مهم دوران گذشته را بازسازی می‌کند، استقبال می‌کنند.

در بررسی پیشینه تحقیق به برخی از مطالعات انجام‌شده در رابطه با موضوع پژوهش حاضر در داخل و خارج از کشور می‌توان به نوحه‌گر و همکاران (۱۳۸۸)، وثوقی و همکاران (۱۳۹۰)، چای‌تپ و همکاران (۲۰۰۸) و جرون و بارت (۲۰۱۳) اشاره کرد.

منطقه مورد مطالعه

منطقه آزاد ارس با مرکزیت جلفا در شمال‌غرب ایران و در حاشیه رود ارس واقع شده است. منطقه آزاد ارس در ۱۳۷ کیلومتری تبریز واقع شده است. این منطقه به‌وسعت ۵۱۰۰۰ هکتار می‌باشد. مطابق جدول (۱) می‌توان جاذبه‌های این منطقه را به ۴ نوع جاذبه‌های تاریخی، طبیعی، مذهبی و تجاری طبقه‌بندی کرد.

جدول (۱) انواع جاذبه‌های موجود در منطقه آزاد ارس

نوع جاذبه	جاذبه‌های موجود در منطقه آزاد ارس
جاذبه‌های تاریخی منطقه آزاد ارس	پل‌های تاریخی خداآفرین، پل آهنی، حمام تاریخی، کاروانسرای خواجه نظر (عباسی)، کلیسای چوپان، مجموعه کردشت (حمام کردشت و قلعه کردشت)، کلیسای سنت استپانوس، کلیسای ننه‌مریم
جاذبه‌های طبیعی منطقه آزاد ارس	دشت گوردیان، رود ارس، منطقه حفاظت‌شده ارسباران (آینالو)، حیات وحش کیامکی، روستای اشتی‌ن، آبشار آسیاب، پارک کوهستانی ارس
جاذبه مذهبی	امامزاده سیدمحمد آقا (ع)، امامزاده شعیب (ع) (برج دوزال)
جاذبه تجاری	بازار کوثر، بازار آراز



شکل (۱) نقشه گردشگری منطقه آزاد ارس منبع: سازمان منطقه آزاد ارس، ۱۳۹۲

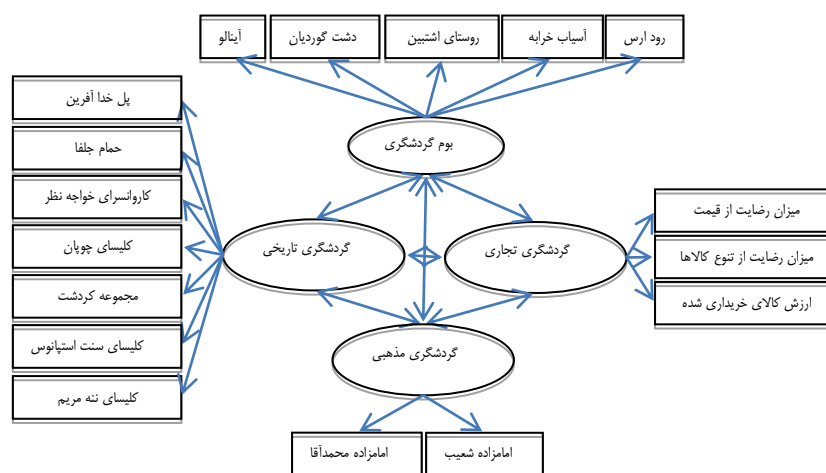
مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی، از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی و از لحاظ شیوه تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی است. جامعه آماری این پژوهش، گردشگران منطقه آزاد ارس می‌باشد. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول کوکران ۷۰ نفر تعیین شد و به‌صورت تصادفی ساده نمونه‌گیری انجام شد. به‌منظور گردآوری اطلاعات، پس از بررسی جامع ادبیات موضوع، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۴ بخش طراحی شد: ۱. بوم گردشگری: میزان رضایت از جاذبه‌های طبیعی منطقه آزاد ارس از جمله رود ارس، آسیاب خرابه، روستای

اشتین، دشت گوردیان و آینالو (در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد). ۲. گردشگری تاریخی: میزان رضایت از جاذبه‌های تاریخی منطقه از جمله پل خداآفرین، حمام جلفا، کاروانسرای خواجه نظر، کلیسای چوپان، مجموعه کردشت، کلیسای سنت استپانوس و کلیسای ننه مریم (در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد). ۳. گردشگری مذهبی: میزان رضایت از جاذبه‌های مذهبی امامزاده سید محمد آقا و امامزاده شعیب (در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد). ۴. گردشگری تجاری: میزان رضایت از قیمت کالاهای منطقه (در قالب طیف ۵ گزینه‌ای خیلی ارزان، ارزان، تا حدودی ارزان، گران و خیلی گران)، میزان رضایت از تنوع کالاهای منطقه (در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) و ارزش کالای خریداری شده (سؤال مستقیم).

برای سنجش روایی، نظرات اساتید راهنما و کارشناسان مربوطه پرسیده شد و مبتنی بر اظهارات آن‌ها اصلاحات لازم به عمل آمد. برای سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار ضرایب برای مقیاس‌های اساسی پرسشنامه به ترتیب ۰/۶۵۲، ۰/۷۳۶ و ۰/۵۵ به دست آمد که حاکی از قابلیت قابل قبول ابزار تحقیق بود.

از آنجا که عوامل تأثیرگذار بر انواع گردشگری فراوان می‌باشند که خود این عوامل بر هم تأثیرات متقابل دارند. پس یک رابطه خطی ساده یک طرفه در بررسی عوامل موثر بر تقاضای گردشگری نمی‌تواند کمک زیادی به ما بکند. روش‌های رگرسیونی ساده فقط روابط یک طرفه را در نظر می‌گیرد. اگر تعداد متغیرهای موثر زیاد باشد دچار مشکل کمبود درجه آزادی خواهیم شد. هم‌چنین روابط متقابل بین متغیرها (مشکل هم خطی) کار تخمین را دچار مشکل می‌کند. روش مدل‌سازی معادلات ساختاری رهیافتی است که می‌تواند بر دو مشکل فوق غلبه کند چرا که سعی می‌کند با قرار دادن متغیرهایی که واریانس مشترک دارند در یک گروه متغیرهای جدیدی به اسم متغیر مکنون (پنهان) بسازد.



شکل (۲) الگوی تجربی اولیه پیشنهادی جهت بررسی تأثیرپذیری انواع گردشگری منطقه

این مدل یک تکنیک تحلیلی چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به طور همزمان مورد آزمون قرار دهد. همچنین این تکنیک آمیزه‌ای از دو مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری است. منظور از مدل اندازه‌گیری، سنجش روابط بین متغیرهای مشاهده‌شده (گویه‌های پرسشنامه) و متغیرهای مکنون است. به بیان دیگر این مدل مشخص می‌کند که متغیرهای مکنون چگونه توسط متغیرهای قابل مشاهده سنجیده می‌شوند و این کار از طریق واریانس مشترک بین متغیرهای قابل اندازه‌گیری صورت می‌پذیرد. منظور از مدل ساختاری، صرفاً روابط علی بین متغیرهای مکنون است. به بیان دیگر هدف این مدل کشف هر دوی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مکنون مستقل بر متغیرهای مکنون وابسته است (قاسمی، ۱۳۸۵). در این پژوهش، داده‌ها با به‌کارگیری نرم‌افزار «AMOS» و نرم‌افزار «SPSS» مورد تحلیل قرار گرفتند. متغیرهای مدل‌سازی معادلات ساختاری در دو گروه تعریف می‌شوند. گروه اول متغیرهای آشکار است که از طریق پرسشنامه به دست می‌آید و گروه دوم متغیرهای مکنون است که وابسته به متغیرهای آشکار هستند. در این پژوهش ۴ متغیر میزان رضایت گردشگران به‌صورت مستقیم قابل اندازه‌گیری نیستند که به همین دلیل

به‌عنوان متغیرهای مکنون شناخته می‌شوند. این متغیرهای مکنون توسط متغیرهای آشکاری از جمله میزان رضایت از جاذبه‌های طبیعی رود ارس، آسیاب خرابه، روستای اشتبین، دشت گوردیان، آینالو، میزان رضایت از جاذبه‌های تاریخی پل خدا آفرین، حمام جلفا، کاروانسرای خواجه نظر، کلیسای چوپان، مجموعه کردشت، کلیسای سنت استپانوس و کلیسای ننه‌مریم، میزان رضایت از جاذبه‌های مذهبی امامزاده سیدمحمدآقا و امامزاده شعیب، میزان رضایت از قیمت و تنوع کالاها و ارزش کالای خریداری‌شده در منطقه اندازه‌گیری می‌شود. شکل (۲) مدلی است که توسط محقق و برگرفته از مبانی نظری رسم شده است و این پژوهش قصد دارد که میزان تأثیر هر کدام از متغیرها بر روی همدیگر و در نهایت برزندگی مدل را ارزیابی نماید

یافته‌ها و بحث

میزان رضایت گردشگران از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، مذهبی و تجاری منطقه آزاد ارس در قالب طیف ۵ گزینه‌ای در جدول ۲ اندازه‌گیری شده است. اکثر گردشگران معتقدند که در میان جاذبه‌های طبیعی منطقه، رود ارس بیش‌ترین و آسیاب‌خرابه به‌صورت متوسط برایشان رضایت‌بخش بوده است و میزان رضایتشان نسبت به سایر جاذبه‌های طبیعی کم می‌باشد. میزان رضایت گردشگران از جاذبه‌های تاریخی به این ترتیب می‌باشد: کلیسای سنت استپانوس، حمام جلفا، کاروانسرای خواجه‌نظر، مجموعه کردشت، کلیسای چوپان و کلیسای ننه‌مریم. هم‌چنین گردشگران معتقدند که جاذبه‌های مذهبی این منطقه به‌صورت متوسط برایشان رضایت‌بخش بوده است. میزان رضایت گردشگران از سطح قیمت کالاها در قالب طیف ۵ گزینه‌ای سنجیده شد که طبق داده‌های جمع‌آوری شده اکثر گردشگران بر این باور هستند که کالاهای منطقه آزاد تجاری صنعتی ارس تا حدودی ارزان می‌باشد و یا به‌عبارت دیگر با قیمت داخل کشور تفاوت چندانی را ندارند. میزان رضایت از تنوع کالاهای این منطقه در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شد که نشان‌دهنده تنوع معمولی کالاهای این منطقه است. درحالی‌که به‌علت مزایایی که این منطقه داشت می‌توانست تنوع بیش‌تری را نسبت به داخل کشور داشته باشد و در کل اکثر گردشگران این منطقه به‌دنبال

گردشگری تجاری نبوده و صرفاً جهت جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و مذهبی مسافرت کرده‌اند و می‌توان گفت که نقش گردشگری تجاری در این منطقه به شدت کم‌رنگ است.

براساس متغیرهای تعریف‌شده در جدول ۲، در محیط گرافیکی نرم‌افزار AMOS مدلی را مطابق شکل ۲ به عنوان مدل اولیه طراحی کردیم. این مدل متشکل از ۴ متغیر مکنون بوم گردشگری، گردشگری تاریخی، گردشگری مذهبی و گردشگری تجاری می‌باشد. همچنین دارای ۱۷ متغیر آشکار $X_1, \dots, X_{17}$ به شرح جدول (۲) است. نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری در شکل ۳ نشان داده شده است. شاخص‌های نیکویی برازش نیز به قرار زیر هستند:

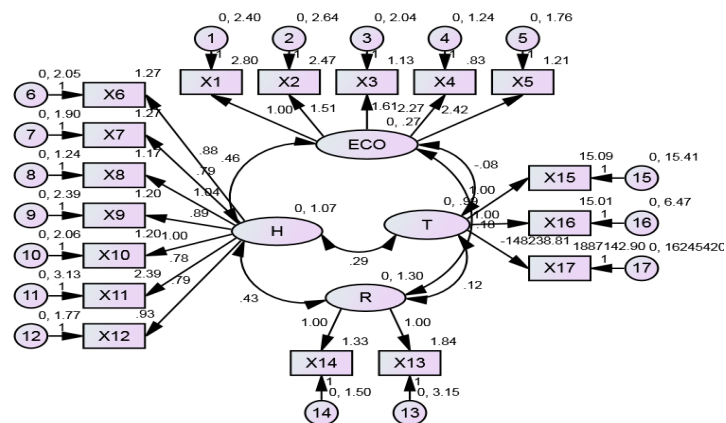
$$\chi^2 = 191/742, DF = 115, P\text{-Value} = ., CFI = .672, NFI = .481,$$

$$TLI = .612, RMSEA = .098$$

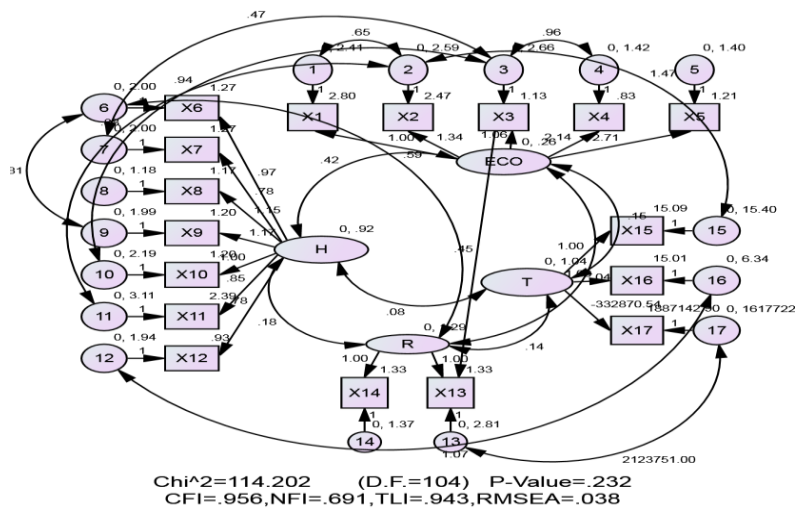
جدول (۲) متغیرهای آشکار در پرسشنامه

X_1	میزان رضایت از جاذبه رود ارس	X_{10}	میزان رضایت از مجموعه کردشت
X_2	میزان رضایت از جاذبه آسیاب خرابه	X_{11}	میزان رضایت از کلیسای سنت استپانوس
X_3	میزان رضایت از روستای اشتبین	X_{12}	میزان رضایت از کلیسای ننه مریم
X_4	میزان رضایت از دشت گوردیان	X_{13}	میزان رضایت از امامزاده محمد آقا
X_5	میزان رضایت از آینالو	X_{14}	میزان رضایت از امامزاده شعیب
X_6	میزان رضایت از پل خدافرین	X_{15}	میزان رضایت از قیمت کالا
X_7	میزان رضایت از حمام جلفا	X_{16}	میزان رضایت از تنوع کالا
X_8	میزان رضایت از کاروانسرای خواجه نظر	X_{17}	ارزش کالای خریداری‌شده
X_9	میزان رضایت از کلیسای چوپان		

معیارهای اصلاح پیشنهاد می‌کنند که این مدل، مدل مناسبی نبوده و نیازمند اصلاح است. لذا مدل اولیه را بر اساس شاخص‌های اصلاح و ضرایب رگرسیون معنی‌دار اصلاح کردیم که این مدل اصلاح‌شده در شکل (۴) نمایش داده شده است.



شکل (۳) مدل اولیه تحقیق



شکل (۴) مدل اصلاح شده در حالت استاندارد شده

جدول (۳) شامل قسمت‌های پارامتر برآورد شده، انحراف استاندارد، نسبت بحرانی و ضرایب رگرسیون استاندارد شده (بار عاملی) است. نسبت بحرانی از تقسیم مقدار پارامتر برآورد شده بر انحراف استاندارد حاصل می‌شود. از این نسبت همانند «مقدار P» جهت بررسی معنی‌دار بودن یک پارامتر استفاده می‌کنند. بدین ترتیب که اگر مقدار این نسبت از $1/96$ کمتر و از $-1/96$ بیش‌تر باشد فرض صفر بودن پارامتر در سطح معنی‌داری $0/05$ درصد پذیرفته می‌شود. قدرت رابطه بین متغیر مکنون و متغیر آشکار به وسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بار عاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل‌قبول است و اگر بزرگ‌تر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است (کلاین، ۱۹۹۴). همچنین در جدول زیر بر اساس «مقدار P» معنی‌داری ضرایب رگرسیون در سطح ۱ درصد، ۵ درصد و ۱۰ درصد نشان داده شده است.

طبق جدول (۳)، متغیر مکنون «میزان رضایت از بوم گردشگری و یا ECO» با ۵ متغیر آشکار میزان رضایت از جاذبه‌های رود ارس، آسیاب خرابه، روستای اشتبین، دشت گوردیان و آینالو توصیف می‌شود و یا به عبارت دیگر ضرایب رگرسیون این متغیرهای آشکار تفاوت معناداری را با صفر دارد. بار عاملی متغیرها از $x1$ تا $x5$ به ترتیب برابر با $0/31$ ، $0/39$ ، $0/32$ ، $0/68$ و $0/76$ می‌باشد. بر اساس تقسیم‌بندی کلاین متغیرهای آشکار میزان رضایت از جاذبه رود ارس، آسیاب خرابه و روستای اشتبین با متغیر مکنون «میزان رضایت از بوم گردشگری» رابطه قابل‌قبول و متغیرهای میزان رضایت از دشت گوردیان و آینالو رابطه مطلوبی را دارند. همچنین طبق بار عاملی بیش‌ترین تأثیر مربوط به متغیر «میزان رضایت از آینالو و یا $x5$ » می‌باشد با این مفهوم که به ازای یک واحد افزایش در میزان رضایت از آینالو، واریانس مربوط به متغیر مکنون رضایت از بوم گردشگری به اندازه $0/76$ واحد افزایش پیدا می‌کند.

در تبیین متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری تاریخی و یا H» می‌توان از ۷ متغیر آشکار میزان رضایت از جاذبه‌های تاریخی پل خدافرین، حمام جلفا، کاروانسرای خواجه نظر، کلیسای چوپان، مجموعه کردشت، کلیسای سنت استپانوس و کلیسای ننه مریم

استفاده کرد. زیرا تمامی این ۷ متغیر در سطح ۱ درصد تفاوت معناداری را با صفر دارد. بار عاملی متغیرها از X6 تا X12 به ترتیب برابر با ۰/۵۵، ۰/۴۷، ۰/۷۱، ۰/۶۲، ۰/۵۵، ۰/۴۲ و ۰/۴۷ می‌باشد. بر اساس تقسیم‌بندی کلاین تمامی متغیرهای آشکار مربوطه با متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری تاریخی» رابطه قابل قبول دارند به جز متغیرهای آشکار میزان رضایت از کاروانسرای خواجه نظر و کلیسای چوپان که دارای رابطه مطلوبی است.

جدول (۳) ضرایب رگرسیون استاندارد نشده و استاندارد نشده

متغیرها و نوع رابطه	ضرایب رگرسیون استاندارد نشده			ضرایب رگرسیون استاندارد شده (بار عاملی)
	ضریب رگرسیون	انحراف استاندارد	نسبت بحرانی	
ECO <--- X1	۱			۰/۳۱
ECO <--- X2	۱/۳۴۱**	۰/۵۹۷	۲/۲۴۶	۰/۳۹
ECO <--- X3	۱/۰۵۷*	۰/۶۱۹	۱/۷۰۸	۰/۳۲
ECO <--- X4	۲/۱۴۳**	۰/۹۴۵	۲/۲۶۷	۰/۶۸
ECO <--- X5	۲/۷۱۱**	۱/۲۱	۲/۲۴	۰/۷۶
H <--- X6	۰/۹۶۹***	۰/۲۸۵	۳/۳۹۸	۰/۵۵
H <--- X7	۰/۷۷۹***	۰/۲۵۵	۳/۰۵۷	۰/۴۷
H <--- X8	۱/۱۵۳***	۰/۲۸۴	۴/۰۵۳	۰/۷۱
H <--- X9	۱/۱۶۷***	۰/۳۲۷	۳/۵۷۱	۰/۶۲
H <--- X10	۱			۰/۵۵
H <--- X11	۰/۸۴۹**	۰/۳۰۴	۲/۷۸	۰/۴۲
H <--- X12	۰/۷۸۱***	۰/۲۴۵	۳/۱۹	۰/۴۷
R <--- X13	۱			۰/۵۲
R <--- X14	۱			۰/۷
T <--- X15	۱			۰/۲۵
T <--- X16	۱			۰/۳۷
T <--- X17	-۳۳۲۸۷۰/۵۴۵	۱۰۰۲۷۵۰/۳۵	-۰/۳۳۲	-۰/۰۸
X3 <--- X13	۰/۴۵***	۰/۱۳۱	۳/۴۳	۰/۳۵

***معنی‌داری در سطح ۱ درصد، **معنی‌داری در سطح ۵ درصد و *معنی‌داری در سطح ۱۰ درصد

همچنین طبق بار عاملی بیش‌ترین تأثیر مربوط به متغیر «میزان رضایت از کاروانسرای خواجه نظر و یا X8» می‌باشد با این مفهوم که به ازای یک واحد افزایش در میزان رضایت از کاروانسرای خواجه نظر، واریانس مربوط به متغیر مکنون رضایت از گردشگری تاریخی به اندازه $0/71$ واحد افزایش پیدا می‌کند. میزان رضایت از امامزاده محمد آقا و امامزاده شعیب رابطه معناداری را با متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری مذهبی و یا R» دارد. بار عاملی این متغیرها به ترتیب برابر با $0/52$ و $0/7$ می‌باشد که بر اساس تقسیم‌بندی کلاین رابطه مطلوبی را با متغیر مکنون خود دارد. همچنین طبق بار عاملی بیش‌ترین تأثیر مربوط به متغیر «میزان رضایت از امامزاده شعیب و یا X14» می‌باشد با این مفهوم که به ازای یک واحد افزایش در میزان رضایت از امامزاده شعیب، واریانس مربوط به متغیر مکنون رضایت از گردشگری مذهبی به اندازه $0/7$ واحد افزایش پیدا می‌کند.

از ۳ متغیر آشکار «میزان رضایت از قیمت کالا، میزان رضایت از تنوع کالا و ارزش کالای خریداری‌شده» جهت توصیف متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری تجاری و یا T» تنها می‌توان از ۲ متغیر اول استفاده کرد. اما با توجه به بار عاملی متغیرها که به ترتیب برابر با $0/25$ و $0/37$ می‌باشد، می‌توان تأثیر متغیر میزان رضایت از قیمت کالا را نیز نادیده گرفت. در نتیجه تنها عامل موثر بر گردشگری تجاری میزان رضایت از تنوع کالا است. با این مفهوم که به ازای یک واحد افزایش در میزان رضایت از تنوع کالا، واریانس مربوط به متغیر مکنون رضایت از گردشگری تجاری به اندازه $0/37$ واحد افزایش پیدا می‌کند. همچنین فرضیه H_0 مبنی بر صفر بودن ضریب رگرسیون «میزان رضایت از روستای اشتهین و یا X3» بر «میزان رضایت از امامزاده محمد آقا» در سطح معناداری ۱ درصد رد می‌شود.

طبق جدول (۴) فرضیه H_0 مبنی بر صفر بودن ضریب رگرسیون ($ECO \leftrightarrow H$) و یا به عبارت دیگر (گردشگری تاریخی $\leftrightarrow$ بوم گردشگری) با مقدار نسبت بحرانی $1/98$ در سطح ۵ درصد رد می‌شود. اما، فرضیه H_0 مبنی بر صفر بودن ضریب رگرسیون ($T \leftrightarrow$ ECO) و یا (بوم گردشگری $\leftrightarrow$ گردشگری تجاری) با مقدار نسبت بحرانی $0/82$ ، ضریب رگرسیون ($T \leftrightarrow R$) و یا (گردشگری مذهبی $\leftrightarrow$ گردشگری تجاری) با مقدار نسبت بحرانی $0/34$ ، ضریب رگرسیون ($H \leftrightarrow R$) و یا (گردشگری مذهبی $\leftrightarrow$

گردشگری تاریخی) با مقدار نسبت بحرانی $0/88$ ، ضریب رگرسیون ($T <--> H$) و یا (گردشگری تاریخی $<-->$ گردشگری تجاری) با مقدار نسبت بحرانی $0/26$ و ضریب رگرسیون ($ECO <--> R$) و یا (گردشگری مذهبی $<-->$ بوم گردشگری) با مقدار نسبت بحرانی $0/4$ در سطح معنی‌داری ۵ درصد پذیرفته می‌شود.

جدول (۴) ضرایب کواریانس

متغیرها و نوع رابطه	ضریب رگرسیون	انحراف استاندارد	نسبت بحرانی
$ECO <--> T$	$-0/15$	$0/18$	$-0/82$
$R <--> T$	$0/14$	$0/4$	$0/34$
$R <--> H$	$0/18$	$0/2$	$0/88$
$H <--> ECO$	$0/41^{**}$	$0/2$	$1/98$
$H <--> T$	$0/08$	$0/3$	$0/26$
$R <--> ECO$	$0/04$	$0/11$	$0/4$
$11 <--> 2$	$0/88^{xx}$	$0/36$	$2/44$
$15 <--> 2$	$1/47^*$	$0/8$	$1/84$
$6 <--> 9$	$-0/8^{***}$	$0/28$	$-2/9$
$17 <--> 13$	1237512^{**}	942039	$2/25$
$16 <--> 12$	$1/1^{**}$	$0/5$	$2/16$
$3 <--> 10$	$0/94^{***}$	$0/3$	$3/3$
$3 <--> 4$	$0/96^{***}$	$0/3$	$3/37$
$2 <--> 1$	$0/65^{**}$	$0/3$	$2/1$
$R <--> 6$	$0/6^{**}$	$0/3$	2
$3 <--> 7$	$0/46^{**}$	$0/2$	2

***معنی‌داری در سطح ۱ درصد، **معنی‌داری در سطح ۵ درصد، *معنی‌داری در سطح ۱۰ درصد

جدول (۵) شاخص‌های برازش AMOS

شاخص برازش	نماد	شاخص برازش	مقدار قابل قبول	نتیجه
P	P	۰/۲۳	P-مقدار بزرگتر از ۰/۰۵	قابل قبول
نسبت اختلاف به درجه آزادی	CMINDF	۱/۰۹	کمتر از ۳	قابل قبول
برازش افزایشی	IFI	۰/۹۶	بزرگتر از ۰/۹	قابل قبول
توکر - لوییس	TLI	۰/۹۴	بزرگتر از ۰/۹	قابل قبول
برازش مقایسه‌ای	CFI	۰/۹۵	بزرگتر از ۰/۹	قابل قبول
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۴	کوچکتر از ۰/۰۵	قابل قبول

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول (۵) نمایش داده شده است اکثریت شاخص‌ها دارای مقدار قابل‌قبولی است پس می‌توان گفت که این مدل دارای برازش مناسبی است. مقدار شاخص‌های p , CMINDF, IFI, TLI, CFI, RMSEA، به ترتیب دارای مقادیر ۰/۲۳، ۱/۰۹، ۰/۹۶، ۰/۹۴، ۰/۹۵، ۰/۰۴ می‌باشد که مقادیر قابل‌قبولی می‌باشند که نشان می‌دهد مدل پیشنهادی دارای نیکویی برازش مناسب است.

نتیجه‌گیری

طبق نتایج به‌دست آمده، در سطح ۵ درصد بین گردشگری تاریخی و بوم گردشگری رابطه معناداری وجود دارد و می‌توان سایر روابط دوسویه بین متغیرهای مکنون را نادیده گرفت. متغیر مکنون «میزان رضایت از بوم گردشگری» با ۵ متغیر آشکار میزان رضایت از جاذبه‌های طبیعی رود ارس، آسیاب خرابه، روستای اشتبین، دشت گوردیان و آینالو توصیف می‌شود، که متغیرهای میزان رضایت از دشت گوردیان و آینالو رابطه مطلوبی را با متغیر مکنون «میزان رضایت از بوم گردشگری» دارند. بنابراین جهت افزایش میزان رضایت گردشگران از بوم گردشگری، باید میزان رضایت گردشگران از دشت گوردیان و آینالو افزایش یابد. در تبیین متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری تاریخی» می‌توان از ۷ متغیر آشکار میزان رضایت از جاذبه‌های تاریخی پل خداآفرین، حمام جلفا، کاروانسرای خواجه نظر، کلیسای چوپان، مجموعه کردشت، کلیسای سنت استپانوس و کلیسای ننه مریم استفاده کرد. متغیرهای آشکار میزان رضایت از کاروانسرای خواجه نظر و کلیسای چوپان

دارای رابطه مطلوبی با متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری تاریخی» است. بنابراین جهت افزایش میزان رضایت گردشگران از گردشگری تاریخی، باید میزان رضایت گردشگران از کاروانسرای خواجه نظر و کلیسای چوپان افزایش یابد.

میزان رضایت از امامزاده محمد آقا و امامزاده شعیب رابطه معنادار و مطلوبی را با متغیر مکنون «میزان رضایت از گردشگری مذهبی» دارد و تنها عامل موثر بر گردشگری تجاری میزان رضایت از تنوع کالا است و یا به عبارت دیگر جهت افزایش میزان رضایت از گردشگری تجاری باید میزان تنوع کالاها افزایش یابد. با افزایش میزان رضایت گردشگران از روستای اشتبین، میزان رضایت گردشگران از امامزاده محمد آقا افزایش می‌یابد. در این زمینه می‌توان به نتایج مشابه سایر مطالعات نظیر نوحه‌گر و همکاران اشاره کرد که بوم گردشگران را به عنوان بهترین نوع استراتژی برای توسعه گردشگری جزیره کیش معرفی کرده است.

با در نظر گرفتن هدف اصلی تشکیل منطقه آزاد تجاری صنعتی ارس، در می‌یابیم که گردشگری تجاری در این منطقه به شدت کم رنگ می‌باشد و شاهد این ادعا مطالعه ولی قلی‌زاده و الله‌وردی‌زاده (۱۳۸۹) است که به این نتیجه رسیده‌اند اگر این منطقه به شکل یک منطقه آزاد واقعی اداره شود، علی‌رغم وجود یک سری محدودیت‌های ژئوپلیتیکی، عدم دسترسی مستقیم به دنیای خارج، این منطقه می‌تواند به عنوان دروازه ورودی ایران به کشورهای اروپایی، کشورهای جنوب شرق آسیا، خاورمیانه و ... و بالعکس نقش‌آفرینی نماید و به تبع پیوند اقتصادی و فرهنگی برقرار شده و باعث رشد گردشگری تجاری در این منطقه گردد.

منابع

- اولادی قادیکلایی، جعفر (۱۳۸۵)، «مقدمه‌ای بر طبیعت‌گردی، (تألیف فنل)»، ساری: انتشارات دانشگاه مازندران، چاپ اول.
- تقوایی، مسعود؛ موسوی، علی و یونس غلامی بیمرغ (۱۳۸۸)، «تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)»، فصلنامه فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، سال دهم، شماره ۳۱، صص ۶۴-۳۹.
- حمدی، کریم؛ وظیفه‌دوست، حسین و احمد هنری جعفرپور (۱۳۸۸)، «بررسی تأثیر توریسم تاریخی- فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره اول.
- دفتر مطالعات زیربنایی (۱۳۸۹)، «بررسی وضعیت بوم گردشگری در ایران»، صفحات ۴ و ۱۰.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۹۱)، «تحلیلی بر پتانسیل‌های اقلیم گردشگری در منطقه آزاد ارس»، فصلنامه فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، سال دوازدهم، شماره ۳۷، صص ۱۹-۳۷.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵)، «مبانی گردشگری و بوم گردشگری پایدار (با تأکید بر محیط- زیست)»، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، چاپ اول.
- سازمان گمرک جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۰)، «گزارش آمار تردد مسافری ورودی و خروجی».
- سازمان منطقه آزاد ارس (۱۳۹۲)، قابل دسترسی به صورت آنلاین در سایت <http://www.arasfz.ir>.
- قاسمی، وحید، (۱۳۸۸)، «مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادله ساختاری، (تألیف شماخر و لومکس)»، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.
- گزارش سالانه سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۳۷۷)، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و کشور.
- مومنی، منصور؛ دشتی، مجتبی؛ بایرام‌زاده، سونا و ندا سلطان‌محمدی (۱۳۹۱)، «مدل‌سازی معادلات ساختاری با تأکید بر سازه‌های بازتابنده و سازنده»، انتشارات مومنی، صص ۹-۱۵.

- نوحه‌گر، احمد؛ حسین‌زاده، محمدمهدی و اسما پیراسته (۱۳۸۸)، «ارزیابی قابلیت‌های طبیعت‌گری جزیره قشم با بهره‌گیری از مدل مدیریت استراتژی SWOT»، *نشریه جغرافیا و توسعه*، شماره ۱۵، ص ۱.

- وثوقی، لیلا؛ خانی، فضیله؛ مطیع لنگرودی، حسن و محمدتقی رهنمایی (۱۳۹۰)، «ارزیابی نگرش جامعه روستایی به گردشگری، بر مبنای مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: منطقه کوهستانی رودبار قصران، شهرستان شمیران)»، *پژوهش‌های روستایی*، سال دوم، شماره چهارم.

- ولی‌قلی‌زاده، علی و رضا الله‌وردی‌زاده (۱۳۸۹)، «نگرشی ژئوپلیتیکی - ژئواکونومیکی بر منطقه آزاد تجاری-صنعتی ارس»، *فصلنامه ژئوپلیتیک*، سال ششم، شماره دوم، صفحات ۱۵۳-۱۸۱.

- هومن، حیدرعلی (۱۳۹۰)، «*مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل*»، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه (سمت)، چاپ چهارم.

-Chaitip, Prasert. Chaiboonsri, Chukiat. Kovács, Sandor & Balogh, Peter (2008), "A structural equation model: greeces tourism demand for tourist destination, *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*", Agroinform Publishing House, Budapest.

-Jeroen, Bryon & Bart, Neuts (2002), "Crowding and the tourist experience in an urban environment: a structural equation modeling approach".