

تحلیل نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان ایلام از دیدگاه کارشناسان

عظیم علی شانی^۱

چکیده

گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از گردشگری یک کشور یا منطقه است که تاریخ، آداب و سنن، هنرها، ارزش‌ها و سبک زندگی مردم از مهمترین مؤلفه‌های آن محسوب می‌شوند. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی است و در آن، برای گرده‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی و ابزار پرسشنامه بهره گرفته شده و هدف از انجام آن، تحلیل نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان ایلام از دیدگاه کارشناسان بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۳۰ نفر از کارشناسان بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. بر اساس نتایج تحلیل عاملی، متغیرهای پژوهش به ۵ عامل تقسیم شدند. عامل اول با ضریب ۲۶/۱۲، عامل دوم با ضریب ۲۰/۴۰، عامل سوم با ضریب ۱۳/۳۳، عامل چهارم با ضریب ۷/۵۸ و عامل پنجم با ضریب ۶/۷۴ به ترتیب، در اولویت اول تا آخر قرار گرفته‌اند. متغیرهای عرضه محصولات فرهنگی در مقاصد گردشگری فرهنگی، برگزاری جشنواره‌ها با محوریت معرفی محصولات فرهنگی و صنایع دستی ایلام، برپایی جشنواره‌های فرهنگی دربرگیرنده سنت‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ مردم ایلام و احیای سنت‌های محلی، توجه به تبلیغ جاذبه‌های فرهنگی شهرستان ایلام و ایجاد اقامتگاه‌هایی در مکان‌های تاریخی و تجهیز آنها به آثار تاریخی و باستانی جهت جذب گردشگران فرهنگی، بیشترین بار عاملی را به خود اختصاص داده‌اند.

واژگان کلیدی: عوامل فرهنگی، توسعه گردشگری، تحلیل عاملی، شهرستان ایلام.



امروزه گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌شود. در نیمه دوم قرن بیستم نیز یکی از رشدیافته‌ترین صنایع بود و کلید یا رمز رشد اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به شمار می‌رفت. در حال حاضر، بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از این صنعت کسب می‌کنند و درآمدهای حاصل از آن را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای به کار می‌برند (ضرابی و اسلامی پریخانی، ۱۳۹۰: ۳۸)؛ بنابراین به عنوان صادرات نامرئی، یکی از ارکان توسعه پایدار و از درآمدزاترین و ارزشمندترین صنایع به شمار می‌رود و سهم بسزایی در کاهش فقر و ارتقای سطح زندگی و تعاملات مثبت فرهنگی دارد (اصغری و جعفری، ۱۳۹۷: ۳۷). به نظر حیدری ساربان (۱۳۹۶: ۱۷۲)، «صنعت گردشگری یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی به شمار می‌رود. این صنعت می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی باشد و زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی رو به کاهش بنهد، گردشگری جایگزین مناسبی برای آنهاست».

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. در این بین، به گردشگری فرهنگی در زمینه‌های توریسی و تحقیقاتی بسیار توجه شده است. فرصت‌های توریسم فرهنگی، طیف وسیعی از آثار فرهنگی گذشته تا سبک و نوع زندگی کنونی را شامل می‌شود (ناث و زینس، ۲۰۱۳: ۱). در واقع، گردشگری فرهنگی بخش مهمی از صنعت گردشگری محسوب می‌شود که با تاریخ، هنر، ارزش‌ها و سبک زندگی مردم یک منطقه یا کشور مرتبط است؛ به طور خلاصه، گردشگری فرهنگی، عناصر جدید و عناصر تاریخی همچون: مکان‌های باستانی، بناهای تاریخی، شهرک‌ها، میدان‌های جنگ، موزه‌ها، جشنواره‌ها، کنسرت‌ها، فرهنگ عامه، تئاتر، سینما، سنت و آداب رسوم، لباس، دین، غذاها، زبان، هنر و صنایع دستی را شامل می‌شود (زارع اشکذری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹۰). تاریخچه فرهنگی ایران و جهان، حاکی از رابطه نزدیک گردشگری و فرهنگ است؛ به طوری که شناخت فرهنگ و تعاملات فرهنگی، از اولین و مهمترین اهداف و انگیزه‌های گردشگران در طول تاریخ بوده است (آب‌چر و قره‌بیگللو، ۱۳۹۳: ۲).

در سال‌های اخیر به مسئله گردشگری و پیامدهای آن توجه زیادی شده است. توجه به گردشگری فرهنگی در کشور ایران نیز به سبب سابقه فرهنگی و قدمت تاریخی آن، باید دوچندان باشد. گسترش گردشگری، بخصوص گردشگری فرهنگی، می‌تواند آثار مثبت بسیاری را در زمینه‌ها و ابعاد مختلف اجتماعی و اقتصادی به همراه داشته باشد، دریچه‌های نوینی از شناخت، توسعه و پایداری را به روی جوامع بگشاید و موجب بالارفتن ظرفیت‌های جوامع محلی برای توسعه و افزایش مشارکت ساکنان در زمینه حفظ میراث فرهنگی شود (حاج‌آقامیر و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۰۳).

بنا بر آنچه در اسناد تاریخی آمده، ایلام جزو منطقه باستانی ایران به شمار می‌آید که پیشینه آن با تاریخ سومر، اکد، آشور و بابل پیوند خورده است. وجود آثار فراوان بازمانده از دوره ساسانی در ایلام نشان می‌دهد که این منطقه در آن زمان، بسیار آباد و بااهمیت بوده است (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایلام، ۱۴۰۲). جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی موجود، همچون: قلعه، کاخ، مسجد، مقبره، سنگ‌نبشته و زیارتگاه؛ همچنین تنوع قومی و گویشی، آداب و رسوم خاص، سوغات محلی، برگزاری جشنواره‌های بومی - محلی و



... نشان‌دهنده ظرفیت بالای فرهنگی شهرستان ایلام برای توسعه گردشگری است.

پژوهش حاضر با هدف تحلیل نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان ایلام و به دنبال پاسخ به سؤال ذیل انجام شده است:

- مهمترین عوامل فرهنگی مؤثر بر توسعه شهر ایلام کدامند؟

پیشینه تحقیق

در خصوص گردشگری فرهنگی تعدادی پژوهش در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است که در جدول شماره (۱) به آنها اشاره می‌شود:

جدول شماره (۱). پیشینه پژوهش

نویسندگان	عنوان مقاله	نتایج
پیریلو ^۱ (۲۰۱۹)	چالش‌های برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی در مراکز تاریخی	گردشگری فرهنگی می‌تواند با بازسازی و حفظ میراث فرهنگی و برنامه‌ریزی تفسیری در مدیریت مشارکتی برای ساختن محصولی که می‌تواند نیازهای گردشگری را تأمین کند، بهبود یابد.
آسمیلاش ^۲ (۲۰۱۹)	ویژگی‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی و عوامل توسعه آن	ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی می‌توانند زمینه توسعه فرهنگی را فراهم سازند. نیاز به گردشگری و انتخاب مقصد برای برآورده ساختن نیازها نیز می‌تواند بر توسعه تأثیرگذار باشد.
آب‌چر و قره‌بیلگو (۱۳۹۳)	مطالعه اثرگذاری عوامل فرهنگی بر توسعه فرهنگی صنعت گردشگری در استان آذربایجان شرقی	بین زبان، آداب و رسوم، ادبیات و معماری آثار فرهنگی با توسعه گردشگری، ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.
زارع اشکذری و همکاران (۱۳۹۴)	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی (مطالعه موردی: شهر یزد)	نقش عوامل مدیریتی، زیرساختی، اقتصادی، آموزشی و تبلیغاتی در توسعه فرهنگی بسیار مهم است.
احمدی (۱۳۹۷)	تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی نواحی روستایی استان زنجان	بیشترین تأثیر کلی گردشگری فرهنگی در پایداری اقتصاد روستایی مربوط به شاخص اشتغال و کمترین تأثیر آن مربوط به شاخص سرمایه است. با گسترش گردشگری روستایی و گردشگری فرهنگی بر میزان اشتغال روستاییان افزوده شده است.
آزادخانی و همکاران (۱۳۹۷)	بررسی اثرات اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری در شهر ایلام	توسعه گردشگری در شهر ایلام، تأثیر معناداری بر تغییرات اجتماعی و فرهنگی دارد. بین توسعه گردشگری و افزایش تغییرات فرهنگی و اجتماعی نیز رابطه معناداری موجود است. افزایش روابط اجتماعی و برقراری ارتباط مناسب در میان شهروندان، شناخته شدن شهر در سطح منطقه، افزایش سرخوردگی و کاهش اعتماد به نفس ساکنان، تغییر الگوی صمیمیت بین ساکنان شهر و ازدحام و شلوغی به عنوان اثرات اجتماعی - فرهنگی در شهر ایلام شناسایی شد.
حاج‌آقامیر و همکاران (۱۴۰۰)	طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران	از میان شاخص‌های پیش‌برنده گردشگری فرهنگی در کشور، بیشترین تأثیر مربوط به شاخص‌های اجتماعی است.

1. Pirillo

2. Asmelash



مبانی نظری

توسعه فرآیندی است که طی آن، جوامع از شرایط اولیه و توسعه نیافتگی، با عبور از مراحل تکاملی کم و بیش یکسان و دگرگونی های کمی و کیفی، به جوامع توسعه یافته تبدیل می شوند (مؤمنی و صابری، ۱۳۹۱: ۱۸۷). توسعه و رونق بخشی فعالیت های گردشگری در هر منطقه ای، برآمده از برنامه ریزی و خط مشی هایی است که برای آن منطقه تدوین می شود؛ به عبارتی برنامه ریزی مدون توسعه صنعت گردشگری دارای مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی شماری است. عوامل مهم در توسعه صنعت گردشگری نیز گردشگران، مردم منطقه و ویژگی های مقصد را شامل می شود. میزان انطباق و همپوشی این سه عامل، منطقه ای را به وجود می آورد که در آن توسعه همبافته تحقق پیدا می کند (نوری و تقی زاده، ۱۳۹۳: ۸۸).

یکی از انواع گردشگری که کمتر به آن پرداخته شده است و توجه به آن، اثرات مثبتی را به همراه دارد، گردشگری فرهنگی است. این نوع گردشگری عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونت خود به مکان هایی که جاذبه های فرهنگی دارند. این جابه جایی به قصد کسب اطلاعات و تجارت برای ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می شود. بر اساس این تعریف، گردشگری فرهنگی، بازدید از جاذبه های فرهنگی، از جمله موزه ها، مقبره های تاریخی، کارکردهای فرهنگی و ... را شامل می شود و هدف اصلی گردشگر، دیدن جلوه های فرهنگی یک مقصد، از قبیل مراسم، رفتارها، نمایشنامه ها، هنر، موسیقی و نظایر آن است (منزلی، ۱۳۹۷: ۲۲). ارتباط گردشگری و فرهنگ، در حال تبدیل شدن به یک امر طبیعی و عادی است و بسیاری از ابعاد گردشگری معاصر، عناصر فرهنگی هر جامعه را ارائه می دهند. شکل (۱)، به لحاظ بصری، بازنمایی مفیدی از یک محیط گردشگری فرهنگی توسط ریچاردز را نشان می دهد. در این شکل، دو مقیاس اشکال گذاشته و حال و عملکرد آموزش و پرورش و سرگرمی، محور ماتریسی را تشکیل می دهند که شامل طیف گسترده ای از محصولات فرهنگی است از آنچه برای گردشگران اجرا می شود؛ مانند جشنواره ها؛ همچنین فرم هایی که می توانند تا اندازه ای محرک صنعت گردشگری باشند؛ مانند نمایشگاه های هنری و دوره های زبان (زارع اشکذری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹۲).



شکل (۱). گونه شناسی گردشگری فرهنگی (زارع اشکذری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹۲).

فرهنگ علاوه بر اینکه عنصر مهمی در توسعه توریسم محسوب می شود، یکی از ذی نفعان این نوع توسعه نیز به شمار می آید. این عنصر در ایجاد جذابیت برای توریست های خارجی و توریست های داخلی و تشویق آنها به سرمایه گذاری نقش مهمی دارد. گردشگری با انسان و انگیزه ها، خواسته ها، نیازها و آرزوهای او، که منبعث از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد و



می‌توان گفت کہ محرک اصلی گردشگری، اختلاف فرهنگ‌هاست. گردشگری پایدار به سمت کاهش خطرات فرهنگی و محیطی، رضایت گردشگران، افزایش رشد اقتصادی برای مدت‌زمان طولانی و حفظ تعادل بین ظرفیت رشد گردشگری و ضرورت‌های زیست‌محیطی در منطقه گرایش دارد (آب‌چر و قره‌بیگللو، ۱۳۹۳: ۸).

دشواری تعریف گردشگری فرهنگی بر رعایت قلمرو متنوع گردشگری فرهنگی تأثیر نمی‌گذارد. این قلمرو را می‌توان به سهولت بر حسب انواع منابع گردشگری فرهنگی ذکر شده در جدول شماره (۲) توضیح داد (موسوی و باقری کشکولی، ۱۳۹۲: ۸۸).

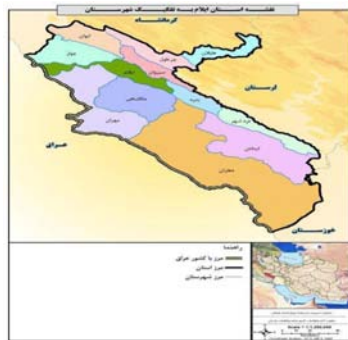
جدول شماره (۲). انواع منابع گردشگری فرهنگی

نوع گردشگری فرهنگی	اماکن و فعالیت‌های مورد علاقه
گردشگری میراثی	دیدار از قلعه‌ها، کاخ‌ها، خانه‌های بیلاقی، محوطه‌های باستانی، یادبودها، معماری‌ها، موزه‌ها، محوطه‌های مذهبی
گردشگری هنرهای زیبا	دیدار از تئاترها، کنسرت‌ها، گالری‌ها، جشنواره‌ها و رویدادها، محوطه‌های ادبی
گردشگری خلاق	عکاسی، نقاشی، سفالگری، آشپزی، هنرهای زیبا، آموزش زبان
گردشگری فرهنگی شهری	محوطه‌های تاریخی، محوطه‌های بازسازی‌شده صنعتی، جاذبه‌های میراثی و فرهنگی، خرید، کلپ‌های شبانه
گردشگری فرهنگی روستایی	دهکده، مزرعه، کشاورزی، چشم‌اندازهای فرهنگی، پارک‌های ملی
گردشگری فرهنگی بومی	اکوتوریسم، دیدار از مراکز فرهنگی، علوم انسانی و هنرهای زیبا، نمایش‌های فرهنگی، جشنواره‌ها
گردشگری فرهنگی رایج	مراکز خرید، کنسرت‌های پاپ، رویدادها، ورزشی، مجموعه فیلم و رسانه، موزه‌های طراحی و مد

منبع: (موسوی و باقری کشکولی، ۱۳۹۲: ۸۸)

محدوده مورد مطالعه

استان ایلام با مساحت ۲۰ هزار و ۱۳۸ کیلومتر مربع، در غرب سلسله جبال زاگرس، بین ۳۲ درجه و ۳۰ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۵ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ در سمت جنوب غربی کشور قرار دارد. این استان از جنوب با استان خوزستان، از شرق با استان لرستان و از شمال با استان کرمانشاه همسایه است. از سمت غرب نیز ۴۲۵ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق دارد (ملکی و حسینی شه‌پریان، ۱۳۹۵: ۲۷). بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵، استان ایلام شامل ۷ شهرستان (آبدانان، ایلام، ایوان، شیروان چرداول، دره‌شهر، دهلران و مهران) بوده است. در سال ۱۳۹۰ به ۸ شهرستان تقسیم گردیده و ملک‌شاهی به شهرستان‌های استان افزوده شده است. این استان در پایان سال ۱۴۰۰، ۱۲ شهرستان، ۲۹ بخش، ۲۷ شهر، ۵۴ دهستان و یک فرمانداری ویژه داشته است. هم‌اکنون نیز شهرستان‌های استان ایلام عبارتند از: آبدانان، ایلام، مهران، ایوان، شیروان، دره‌شهر، دهلران، هلیلان، چوار، بدره، ملک‌شاهی و چرداول.



شکل (۲). موقعیت جغرافیایی شهرستان ایلام در استان (منبع: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان ایلام، ۱۴۰۲)

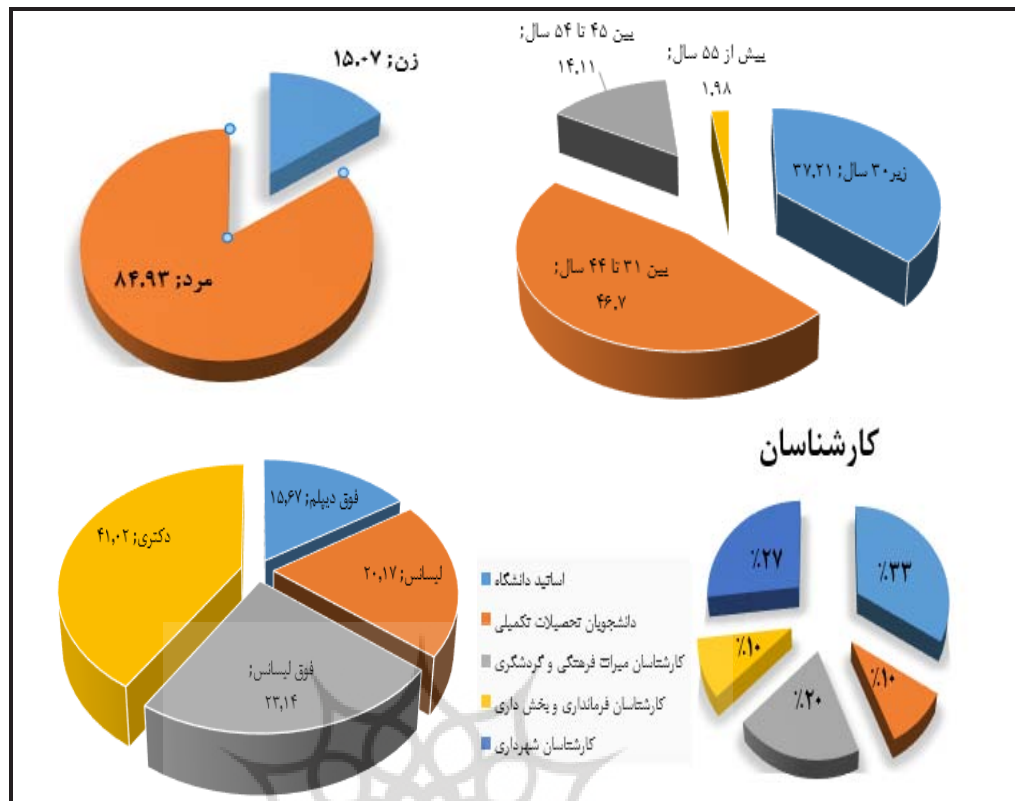
بر اساس آمار و اطلاعات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان ایلام در سال ۱۳۹۰، شهرستان ایلام ۱۳ جاذبه طبیعی و ۱۰ اثر تاریخی و فرهنگی دارد؛ به عبارتی، ۵۶ درصد این جاذبه‌ها، طبیعی و ۴۴ درصد آثار تاریخی - فرهنگی هستند. از آثار تاریخی و فرهنگی می‌توان به قلعه و کاخ، مسجد و مقبره، سنگ‌نبشته، زیارتگاه و امامزاده، محوطه باستانی و ... اشاره کرد (نظری، ۱۳۹۳: ۵۴). در کل استان ایلام نیز ۸۹۲ اثر طبیعی و تاریخی وجود دارد که ۷۷۶ اثر از آثار تاریخی آن، در فهرست آثار ملی ثبت شده است (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایلام، ۱۴۰۲).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی، به لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، پیمایشی - کتابخانه‌ای است. جمع‌آوری ادبیات نظری تحقیق به روش کتابخانه‌ای و گرده‌آوری داده‌ها به روش میدانی با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شد. جامعه آماری تحقیق، شامل کارشناسان استان ایلام است. تعداد نمونه بر اساس روش تحقیق ۳۰ نفر در نظر گرفته شد. برای تنظیم پرسشنامه به عملیاتی‌سازی شاخص‌ها اقدام شد و شاخص‌هایی انتخاب شدند که از درجه تکرارپذیری بالایی برخوردار بودند. روایی پرسشنامه صوری بود و به تأیید ۵ تن از اساتید دانشگاه رسید. پایایی آن نیز بر اساس آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۵ تأیید گردید. در نهایت جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری در محیط SPSS استفاده شد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

ویژگی‌های عمومی پاسخگویان نشان می‌دهد که به لحاظ جنسیت، ۱۵/۰۷ درصد از کارشناسان را زنان و ۸۴/۹۳ درصد را مردان به خود اختصاص داده‌اند. به لحاظ سن نیز بیشترین درصد پاسخگویان ۳۱ تا ۴۴ ساله بوده‌اند. از لحاظ سطح تحصیلات هم بیشترین درصد پاسخگویان مدرک دکتری و کمترین درصد مدرک فوق دیپلم داشته‌اند. جامعه آماری تحقیق را نیز به ترتیب اساتید دانشگاه، کارشناسان شهرداری، کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری، کارشناسان فرمانداری و بخشداری و دانشجویان تحصیلات تکمیلی تشکیل داده‌اند (شکل ۳).



شکل (۳). ویژگی‌های عمومی پاسخگویان (منبع: یافته‌های پژوهش)

در ادامه، جهت بررسی نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان ایلام از آزمون تحلیل عاملی تأییدی و به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری از آزمون بارتلت و شاخص KMO استفاده شد. مقدار KMO برای عوامل فرهنگی ۰/۳۱۵ به دست آمد که نشان‌دهنده وضعیت مناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی است. مقدار بارتلت نیز ۱۱۳۵/۵۰۷ به دست آمد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است (جدول شماره ۳).

جدول شماره (۳). مقدار آزمون KMO و بارتلت

۰/۳۱۵	مقدار KMO
۱۱۳۵/۵۰۷	مقدار بارتلت
۴۰۶	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری

منبع: یافته‌های پژوهش

برای تعیین عوامل، عواملی مورد پذیرش قرار گرفتند که مقدار ویژه آنها بزرگتر از ۱ بود؛ بر این اساس، ۵ عامل استخراج شد. عامل‌های شناسایی شده به ترتیب، ۲۶/۱۲، ۲۰/۴۰، ۱۳/۳۳، ۷/۵۸ و ۶/۷۴ درصد از کل واریانس متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند. در کل، ۵ عامل شناسایی شده در حدود ۷۵ درصد واریانس متغیرهای مربوط به نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری را نشان داده‌اند (جدول شماره ۴).



جدول شماره (۴). عوامل استخراج شده در خصوص نقش عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان ایلام

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
عامل اول	۷/۵۴	۲۶/۱۲	۲۶/۱۲
عامل دوم	۵/۹۱	۲۰/۴۰	۴۶/۵۲
عامل سوم	۳/۸۶	۱۳/۳۳	۵۹/۸۶
عامل چهارم	۲/۲۰	۷/۵۸	۶۷/۴۵
عامل پنجم	۱/۹۵	۶/۷۴	۷۴/۱۹

در جدول شماره (۵)، بار عاملی متغیرها نشان داده شده است. در این مرحله متغیرهایی که بار عاملی آنها بزرگتر از ۰/۵۰ است، معنادار شده‌اند.

جدول شماره (۵). بار عاملی متغیرهای پژوهش

معیار	مؤلفه	بار عاملی
عامل فرهنگی	مشارکت شهروندان در گردشگری فرهنگی	۰/۵۸۷
	توزیع غذاهای متنوع محلی و آشنا کردن گردشگران با آنها	۰/۵۸۸
	آشنا کردن گردشگران با سوغات‌های محلی	۰/۵۲۰
	توجه به دانش بومی به عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی	۰/۵۷۵
	توجه به لباس‌های محلی و قومی در گردشگری فرهنگی	۰/۳۴۸
	توجه به آداب و رسوم محلی در گردشگری فرهنگی	۰/۶۵۸
	تقویت ارتباطات اجتماعی بین ذی‌نفعان	۰/۷۱۲
	تقویت اعتماد اجتماعی بین مردم محلی و گردشگران	۰/۵۹۴
	تقویت فرهنگ پذیرش گردشگر در جوامع محلی	۰/۵۷۰
	عرضه محصولات فرهنگی در مقاصد گردشگری فرهنگی	۰/۸۸۷
	آشنا کردن گردشگران با زبان، افکار و عقاید جامعه محلی	۰/۷۵۴
	آشنا کردن گردشگران با آیین‌های مذهبی، اعیاد، جشن‌ها و روش‌های زندگی در جامعه محلی	۰/۷۳۲
	آشنا کردن گردشگران با وقایع تاریخی و مذهبی در شهرستان ایلام	۰/۶۲۱
	معرفی ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای شهرستان به گردشگران	۰/۳۴۳
	معرفی معماری ایلام به گردشگران	۰/۸۴۴
	ارائه اطلاعات تاریخی و معماری این مکان به گردشگران	۰/۸۴۹
	آشنا کردن گردشگران با هنرهای دستی، موزه‌ها و آثار باستانی ایلام	۰/۶۴۱
	معرفی قومیت‌ها و فعالیت‌های قومی جامعه محلی به گردشگران	۰/۴۴۴
	برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌ها با محوریت معرفی آثار فرهنگی شهرستان ایلام	۰/۴۴۰
	برگزاری جشنواره‌ها با محوریت معرفی محصولات فرهنگی و صنایع دستی ایلام	۰/۸۲۰
	برگزاری جشنواره‌های فرهنگی دربرگیرنده سنت‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ مردم ایلام و احیای سنت‌های محلی	۰/۸۱۸
	برگزاری بازی‌های بومی - محلی مانند سوارکاری، تیراندازی و ... جهت تقویت و توسعه گردشگری فرهنگی	۰/۷۹۷
	افزایش امکانات و خدمات زیرساختی در مکان‌های فرهنگی	۰/۴۲۴
	توجه به تبلیغ جاذبه‌های فرهنگی شهرستان ایلام	۰/۸۹۹
	توجه به موزه‌ها و کتابخانه‌ها در کنار آثار تاریخی در شهرستان ایلام جهت توسعه گردشگری فرهنگی	۰/۵۷۲
	توجه به اماکن مقدس و آرامگاه‌ها در شهرستان ایلام جهت جذب گردشگران فرهنگی	۰/۶۷۰
	توجه به بازارهای تاریخی ایلام جهت بهبود وضعیت گردشگری فرهنگی	۰/۷۹۱
	توجه به هنرهای سنتی شهرستان ایلام، از جمله: قالی‌بافی، گلیم‌بافی و ... جهت تقویت گردشگری فرهنگی	۰/۷۳۳
	ایجاد اقامتگاه‌هایی در مکان‌های تاریخی و تجهیز آنها به آثار تاریخی و باستانی جهت جذب گردشگران فرهنگی	۰/۸۲۶

منبع: یافته‌های پژوهش



بر اساس جدول شماره (۵)، **عامل اول**، مواردی همچون: توجه به آداب و رسوم محلی در گردشگری فرهنگی، تقویت اعتماد اجتماعی بین مردم محلی و گردشگران، عرضه محصولات فرهنگی در مقاصد گردشگری فرهنگی، آشنا کردن گردشگران با زبان، افکار و عقاید جامعه محلی، آشنا کردن گردشگران با آیین‌های مذهبی، اعیاد، جشن‌ها و روش‌های زندگی در جامعه محلی، معرفی معماری ایلام به گردشگران، ارائه اطلاعات تاریخی و معماری این مکان به گردشگران، برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌ها با محوریت معرفی آثار فرهنگی شهرستان ایلام، برگزاری جشنواره‌ها با محوریت معرفی محصولات فرهنگی و صنایع دستی ایلام، افزایش امکانات و خدمات زیرساختی در مکان‌های فرهنگی، توجه به تبلیغ جاذبه‌های فرهنگی شهرستان ایلام، توجه به بازارهای تاریخی ایلام جهت بهبود وضعیت گردشگری فرهنگی، توجه به هنرهای سنتی شهرستان ایلام، از جمله: قالی‌بافی، گلیم‌بافی و ... جهت تقویت گردشگری فرهنگی و ایجاد اقامتگاه‌هایی در مکان‌های تاریخی و تجهیز آنها به آثار تاریخی و باستانی جهت جذب گردشگران فرهنگی را شامل می‌شود.

متغیرهای واقع در **عامل دوم** عبارتند از: آشنا کردن گردشگران با سوغات‌های محلی، تقویت فرهنگ پذیرش گردشگر در جوامع محلی، آشنا کردن گردشگران با وقایع تاریخی و مذهبی در شهرستان ایلام، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی دربرگیرنده سنت‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ مردم ایلام و احیای سنت‌های محلی، برگزاری بازی‌های بومی - محلی مانند سوارکاری، تیراندازی و ... جهت تقویت و توسعه گردشگری فرهنگی، توجه به موزه‌ها و کتابخانه‌ها در کنار آثار تاریخی در شهرستان ایلام جهت توسعه گردشگری فرهنگی، توجه به اماکن مقدس و آرامگاه‌ها در شهرستان ایلام جهت جذب گردشگران فرهنگی.

عامل سوم نیز دربرگیرنده متغیرهایی همچون: توزیع غذاهای متنوع محلی و آشنا کردن گردشگران با آنها، توجه به دانش بومی به عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی، توجه به لباس‌های محلی و قومی در گردشگری فرهنگی، تقویت ارتباطات اجتماعی بین ذی‌نفعان و آشنا کردن گردشگران با هنرهای دستی، موزه‌ها و آثار باستانی ایلام است.

عامل چهارم نیز دو متغیر مشارکت شهروندان در گردشگری فرهنگی و معرفی ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای این مکان برای گردشگران را شامل می‌شود.

عامل پنجم نیز تنها متغیر معرفی قومیت‌ها و فعالیت‌های قومی جامعه محلی به گردشگران را شامل می‌شود.

نتیجه‌گیری

در دوران معاصر، گردشگری از فعالیت‌های مهم اجتماعی و فرهنگی به حساب می‌آید که با انسان و انگیزه‌ها، خواسته‌ها، نیازها و آرزوهای او، که منبعث از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد. در سال‌های اخیر نیز به عنوان صنعت بدون دود، به منبعی با درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصری مهم در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها تبدیل



شده است. گردشگری یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی تلقی می‌شود و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر این صنعت در پنجاه سال اخیر، نشان‌دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی آن است. یکی از گونه‌های گردشگری، که کمتر مورد توجه بوده است، گردشگری فرهنگی می‌باشد. این نوع گردشگری عناصری چون: مکان‌های باستانی، بناهای تاریخی، شهرک‌ها، میدان‌های جنگ، موزه‌ها، جشنواره‌ها، کنسرت‌ها، فرهنگ عامه، تئاترها، سینماها، سنت‌ها و آداب رسوم، لباس‌ها، دین، غذاها، زبان، هنرها و ... را شامل می‌شود.

در این تحقیق، نقش گردشگری فرهنگی در توسعه گردشگری شهرستان ایلام بررسی شد. بر اساس نتایج حاصل‌شده، ۲۹ متغیر اثرگذار فرهنگی بر توسعه گردشگری شهرستان ایلام شناسایی گردید که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس آزمون تحلیل عاملی تأییدی به ۵ عامل تقسیم شدند؛ عامل اول بیشترین نقش را در توسعه گردشگری دارد و مهمترین متغیرهای فرهنگی اثرگذار بر گردشگری متعلق به این دسته هستند. این متغیرها عبارتند از: توجه به آداب و رسوم محلی در گردشگری فرهنگی، تقویت اعتماد اجتماعی بین مردم محلی و گردشگران، عرضه محصولات فرهنگی در مقاصد گردشگری فرهنگی، آشناکردن گردشگران با زبان، افکار و عقاید جامعه محلی، آشناکردن گردشگران با آیین‌های مذهبی، اعیاد، جشن‌ها و روش‌های زندگی در جامعه محلی، معرفی معماری ایلام به گردشگران، ارائه اطلاعات تاریخی و معماری این مکان به گردشگران، برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌ها با محوریت معرفی آثار فرهنگی شهرستان ایلام، برگزاری جشنواره‌ها با محوریت معرفی محصولات فرهنگی و صنایع دستی ایلام، افزایش امکانات و خدمات زیرساختی در مکان‌های فرهنگی، توجه به تبلیغ جاذبه‌های فرهنگی شهرستان ایلام، توجه به بازارهای تاریخی ایلام جهت بهبود وضعیت گردشگری فرهنگی، توجه به هنرهای سنتی شهرستان ایلام از جمله: قالی‌بافی، گلیم‌بافی و ... جهت تقویت گردشگری فرهنگی و ایجاد اقامتگاه‌هایی در مکان‌های تاریخی و تجهیز آنها به آثار تاریخی و باستانی جهت جذب گردشگران فرهنگی.

عامل دوم نیز متغیرهای آشناکردن گردشگران با سوغات‌های محلی، تقویت فرهنگ پذیرش گردشگر در جوامع محلی، آشناکردن گردشگران با وقایع تاریخی و مذهبی در شهرستان ایلام، برپایی جشنواره‌های فرهنگی دربرگیرنده سنت‌ها، آداب و رسوم و فرهنگ مردم ایلام و احیای سنت‌های محلی، برگزاری بازی‌های بومی - محلی مانند سوارکاری، تیراندازی و ... جهت تقویت و توسعه گردشگری فرهنگی، توجه به موزه‌ها و کتابخانه‌ها در کنار آثار تاریخی در شهرستان ایلام جهت توسعه گردشگری فرهنگی، توجه به اماکن مقدس و آرامگاه‌ها در شهرستان ایلام جهت جذب گردشگران فرهنگی را شامل می‌شود.

توزیع غذاهای متنوع محلی و آشناکردن گردشگران با آنها، توجه به دانش بومی به عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی، توجه به لباس‌های محلی و قومی در گردشگری فرهنگی، تقویت ارتباطات اجتماعی بین ذی‌نفعان و آشناکردن گردشگران با هنرهای دستی، موزه‌ها و آثار باستانی ایلام، مشارکت شهروندان در گردشگری فرهنگی و معرفی ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای این مکان برای گردشگران و معرفی قومیت‌ها و فعالیت‌های قومی جامعه محلی به



گردشگران نیز متغیرهای عوامل سوم، چهارم و پنجم هستند.

با توجه به نقش گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی و افزایش رفاه و بهبود کیفیت زندگی ساکنان؛ همچنین با عنایت به اینکه شهرستان ایلام با وجود داشتن ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فرهنگی و تاریخی، از شهرستان‌های محروم به شمار می‌رود، نیاز است که مدیران و برنامه‌ریزان، در کنار گونه‌های دیگر گردشگری، به گردشگری فرهنگی نیز توجه ویژه‌ای داشته باشند. در این راستا پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌شود:

- تهیه و تصویب طرح جامع گردشگری منطقه و ساماندهی و هدایت گردشگری در چارچوب طرح مصوب؛
- مطالعه و بررسی جاذبه‌ها برای ارزش‌گذاری و طبقه‌بندی مناسب با تقاضای گردشگران داخلی و خارجی و شناسایی و معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان؛
- انجام تبلیغات مناسب از طریق رسانه‌های گروهی رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، اینترنت و ... و ایجاد ذهنیت مثبت در گردشگران با معرفی جاذبه‌های گردشگری؛
- افزایش امکانات، زیرساخت‌ها و خدمات رفاهی در نزدیکی جاذبه‌های گردشگری از طریق سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی و خصوصی؛
- برگزاری بازی‌های بومی - محلی و برپایی جشنواره‌ها در حوزه‌های صنایع دستی، آداب و رسوم، غذا و ... به منظور معرفی آثار فرهنگی به گردشگران.



الف) فارسی

- آب‌چر، بهجت و حسین قره‌بیگلو (۱۳۹۳). «مطالعه اثر گذاری عوامل فرهنگی بر توسعه فرهنگی صنعت گردشگری در استان آذربایجان شرقی». فضای گردشگری. ۸ (۳۰): ۱-۱۷.
- آزادخانی، پاکزاد، جعفر حسین زاده و آذین سلیمی (۱۳۹۷). «بررسی اثرات اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری در شهر ایلام». جغرافیای اجتماعی شهری. ۱۵ (۱): ۱-۱۵.
- احمدی، منیژه (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی و اثرات آن در پایداری اقتصادی نواحی روستایی استان زنجان». برنامه‌ریزی منطقه‌ای. ۸ (۲۹): ۱۸-۳۶.
- اصغری، سمیرا و حمید جعفری (۱۳۹۷). «بررسی اثرات گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان تالش)». جغرافیا (انجمن جغرافیایی ایران). سال ۱۶. دوره جدید. شماره ۵۷: ۱۵۹-۱۷۱.
- حاج آقامیر، سیدمصطفی، حمیده رشادت‌جو، عطاءالله ابطحی، سیدرضا صالحی امیری و فاطمه عزیزآبادی (۱۴۰۰). «طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران». مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی. ۵ (۱۸): ۲۰۱-۲۲۸.
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۶). «بررسی اثرات گردشگری در توسعه اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر)». آمایش جغرافیایی فضا. سال هفتم. شماره ۲۵: ۱۷۱-۱۸۶.
- زارع اشکذری، سیدمحمد، محسن سقایی، میرنجف موسوی و رضا مختاری ملک‌آبادی (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی (مطالعه موردی: شهر یزد)». جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای. ۵ (۱۷): ۱۹۸-۲۰۸.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان ایلام، ۱۴۰۲/۰۵/۱، <https://Portal-il.ir>
- سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایلام، ۱۴۰۲/۰۷/۲۹، <https://ilam-mcth.ir>
- ضرابی، اصغر و صدیف اسلامی پریخانی (۱۳۹۰). «سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر)». پژوهش‌های جغرافیای انسانی. ۴۳ (۴): ۳۷-۵۲.
- ملکی، سعید و نبی‌الله حسینی شه‌پریان (۱۳۹۵). «سطح‌بندی شهرستان‌های استان ایلام از لحاظ شاخص‌های توسعه با استفاده از تکنیک فازی». فرهنگ ایلام. ۱۷ (۵۰ و ۵۱): ۲۳-۳۶.
- منزلی، مهدی (۱۳۹۷). «بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر ماندگاری گردشگری در شهرستان مشکین شهر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشکین شهر.
- موسوی، میرنجف و علی باقری کشکولی (۱۳۹۲). گردشگری فرهنگی (ماهیت و مفاهیم). تهران: آراد کتاب.
- مؤمنی، مهدی و رستم صابری (۱۳۹۱). «تعیین توسعه‌یافتگی شهر نایین در استان اصفهان». جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی. ۴۵ (۱): ۱-۱۱.
- نظری، فاطمه (۱۳۹۳). نقش جاذبه‌های فرهنگی در جذب و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان ایلام). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت. مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام.
- نوری، غلامرضا و زهرا تقی‌زاده (۱۳۹۳). «اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه جهت سرمایه‌گذاری (مطالعه موردی: قطب گردشگری قصر شیرین)». آمایش جغرافیایی فضا. ۴ (۱۱): ۸۷-۱۰۴.

ب) انگلیسی

- Asmelash, A. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia, Heliyon, Volume 5, Issue 35 - 13, 3.
- Gnoth, J., Zins, A. H. (2013). Developing a tourism cultural contact scale. Journal of Business Research 744-738, 66.
- Pirillo, S. (2019). Challenges of the planning and development of cultural tourism in historical centers taken by heritage: the case of Penedo-Alagoas. Urbe, Rev. Bras. Gest. Urbana [online]. 3369-2175, 11. <http://dx.Doi.Org/011.3369-2175/1590.10.E20180075>.