


Analysis of Effective Factors in the Development of Historical Tourism in Times of Crisis in Tehran with the Approach of Resistance Economy

Elaheh Mohammadzadehlotfi*  Ph.D. Student in Tourism Management, Science and Culture University, Tehran, Iran

Tahereh Ashtiani  Ph.D. Student in Tourism, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Fatemeh Izadi Yazdan Abadi  Ph.D. Student in Tourism, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Abstract

The strategy of resistance economy is a rational and jihad-oriented measure to reduce economic pressures at a critical juncture, which emphasizes the need to develop diverse economic sectors and overcome the crisis and, ultimately, achieving economic development is its main goal. The tourism industry is considered one of the pillars of economic development in the postmodern era, which has an influential role in the economic development of societies and is one of the essential components of the resistance economy. This article aims to investigate the influential factors in the development of historical tourism in times of crisis in Tehran with a resistance economy approach. The method used in this research is the descriptive-analytical method; The study's statistical population includes all tourists in different areas of Tehran during the current crisis. The sample size was determined based on the Morgan table, equal to 384 people. Data collection tools include a 59-item researcher-made questionnaire. The collected data were analyzed using the Friedman and SPSS software and structural equation path analysis in AMOS software.

* Corresponding eml_vsp@yahoo.com

How to Cite: Mohammadzadehlotfi, E., Ashtiani, T., I zadiyazdani, F. (2022). Analysis of Effective Factors in the Development of Historical Tourism in Times of Crisis in Tehran with the Approach of Resistance Economy. *Tourism Management Studies*, 17(58), 163- 198. doi: 10.22054/tms.2022.67152.2717

Materials and Methods

Undoubtedly, one of the most important stages of conducting research is the data description and statistical data analysis. The data description section described the research variables by frequency distribution and descriptive statistics, and the research hypotheses were examined in the data analysis section. Before testing the hypotheses, the one-sample Kolmogorov-Smirnov test checked the normality having a normal distribution of the studied variables. Friedman's test was used in the software to analyze the data, and structural equation modeling analysis was used in the software. The sample size was determined based on Morgan's table, so the sample size equals 384 people. In addition to using the form, questionnaires are the central part of collecting information in this research. These questionnaires have 59 questions with 5 options based on the Likert scale.

Discussion and results

According to the mentioned cases, in this research, the influential factors in the development of historical tourism during the crisis in Tehran have been investigated with the approach of resistance economy. In this regard, indicators such as economic, social-cultural, infrastructure-structural, and environmental indicators It is considered that they have been described in the research method section.

Conclusions

Based on the data collected from the questionnaire and the analysis based on structural equations, it was observed that 4 socio-cultural, economic, infrastructural-structural, and environmental indicators have been influential on the development of historical tourism in the city of Tehran in such a way that the coefficient of the economic index on the development of historical tourism is equal to 0.27, the influence coefficient of the socio-cultural index on the development of historical tourism is equal to 0.19, the influence coefficient of the infrastructure-structural index on the development of historical tourism is equal to 0.24, and the influence coefficient of the environmental index (P) on the development of historical tourism is equal to with 0.22 and considering that the significance level value is less than the error rate


محمدزاده لطفی و همکاران | ۱۶۵


of 0.05. The critical value (CR) is more than the acceptable range, i.e., 1.96.


Keywords: Development, historical tourism, resistance economy.



تحلیل عوامل مؤثر در توسعه گردشگری تاریخی در دوران بحران در تهران با رویکرد اقتصاد مقاومتی

الهه محمدزاده لطفی *  دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

طاہره آشتیانی  دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

فاطمه ایزدی یزدان آبادی  دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

چکیده

استراتژی اقتصاد مقاومتی، تدبیری عقلایی و جهاد محور جهت کاهش فشارهای اقتصادی در یک مقطع حساس می‌باشد که بر لزوم توسعه بخش‌های متنوع اقتصادی تأکید داشته و عبور از بحران و در نهایت، دستیابی به توسعه اقتصادی اصلی‌ترین هدف آن است. صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان توسعه اقتصادی در عصر پسامدرن محسوب می‌گردد که نقش مؤثری در فرآیند توسعه اقتصادی جوامع دارد و یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی می‌باشد. هدف مقاله حاضر بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری تاریخی در دوران بحران در تهران با رویکرد اقتصاد مقاومتی می‌باشد. روش مورد استفاده در این تحقیق، روش توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری مورد پژوهش شامل کلیه گردشگران حاضر در مناطق مختلف شهر تهران در دوران بحران‌های کنونی می‌باشد. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان معادل ۳۸۴ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه ۵۹ سؤالی محقق ساخته می‌باشد. داده‌های گردآوری شده با استفاده از آزمون فریدمن و نرم‌افزار SPSS و تحلیل مسیر معادلات ساختاری در نرم‌افزار AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: توسعه، گردشگری تاریخی، اقتصاد مقاومتی، معادلات ساختاری.

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از بخش‌هایی است که به سرعت در حال رشد در سراسر جهان است. اهمیت این صنعت به گونه‌ای است که تنها در سال ۲۰۱۹؛ گردشگری به اندازه ۲۶۸,۲۹ میلیارد دلار در تولید ناخالص داخلی^۱ کشورها کمک کرده که معادل ۱۰,۴۲ درصد از تولید ناخالص داخلی است (ساروار و ناگوی^۲، ۲۰۲۱). گردشگری از زمان پیدایش تاکنون تغییرات زیادی داشته است و به طور هم‌زمان بسیاری از فعالیت‌های مرتبط با آن نیز به طور هم‌زمان در حال رشد هستند. رونق‌بخش گردشگری در فضا سازی یک محیط رقابتی کارا؛ می‌تواند پایداری در صنعت گردشگری را فراهم نماید (دشپانندی^۳، ۲۰۲۰).

به‌طور کلی، محققان گردشگری بر این باورند که توسعه گردشگری می‌تواند به رشد اقتصادی یک مقصد گردشگری و بهبود درآمد ساکنان محلی آن ناحیه کمک کند (لیو^۴ و همکاران، ۲۰۱۸؛ لیو و وو^۵، ۲۰۱۹). هم‌زمان با توسعه آن، تولیدات قابل توجه و ویژه گردشگران و از طرفی امکانات رفاهی مانند هتل‌ها و رستوران‌ها در صنعت وارد می‌شود و بسیاری از محصولات به‌عنوان واسطه برای گردشگران مانند غذاهای محلی و مواد غذایی در اختیار قرار می‌گیرد. اهمیت این گردش مالی ایجاد شده در ارتباط با ورود گردشگر، همواره برای دولت‌مردان، دانشگاهیان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان ارزشمند بوده است (لیو^۶، ۲۰۲۲).

بهر حال امروزه در کشورهای در حال توسعه مثل ایران، توسعه و همچنین جایگزینی منابع کسب درآمد به‌جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از تمام امکانات و قابلیت‌ها است. در این راستا اقتصاددانان، گردشگری را پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پویا و رو به رشد می‌دانند (رمضان نژاد، ۱۳۹۶). با توجه به مواجهه کشور ایران با تحریم‌های شدید آمریکا، لازم است تا به نقش توسعه گردشگری در اقتصاد مقاومتی اشاره کرد. واژه اقتصاد مقاومتی که یک سیاست راهبردی است؛ باید تهدیدات و چالش‌ها را به فرصت تبدیل کند. لذا در شرایط تحریم اقتصادی، صنعت گردشگری به‌عنوان ابزاری مهم و

1 Gross domestic product (GDP)

2 Sarwar & Naqvi

3 Deshpande

4 Liu

5 Liu & Wu

6 Liu

کارساز و البته زودبازده به شکل یک بازوی اقتصادی می‌تواند این تهدیدها را به فرصت مناسبی برای پیشرفت روند اقتصادی کشور تبدیل کند. در این راستا پشتوانه‌های قومی مردمی که خود بخشی از بازار و محصول گردشگری هستند، کشور را در جهت جایگاه واقعی در توسعه این صنعت ثروت‌زا می‌توانند سوق دهند. همچنین سایر قابلیت‌ها و استعدادها بالقوه، جذابیت‌های فرهنگی و تاریخی تمدن ایرانی و اسلامی می‌تواند از مهم‌ترین ابزارها در قطع وابستگی به درآمد نفتی برای کشور باشد (انصاری و محمدی، ۱۳۹۴).

شکل (۱) رابطه بین گردشگری به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رشد اقتصادی را نشان می‌دهد که به صورت خلاصه در قسمت زیر تشریح شده است.

الف) اثر مستقیم

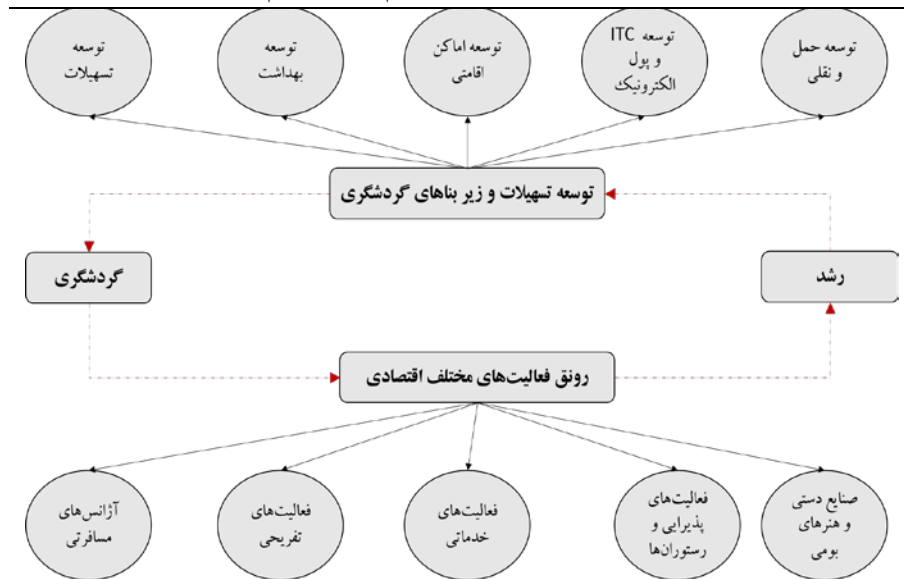
از آنجایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، از این رو درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب می‌شود و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تأثیر می‌گذارد. هر چه تعداد ورود گردشگر بین‌المللی در سطح جهان افزایش یابد، درآمد حاصل از آن نیز افزایش می‌یابد و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر حاصل می‌شود.

ب) اثرات غیرمستقیم

گردشگری به صورت غیرمستقیم نیز بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد؛ چراکه اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز و یا دیگر آثار خارجی نشان می‌دهد. اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی، دچار رونق شود، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا یا خدمت ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با آن حرکت خواهند کرد؛ بنابراین گردشگری می‌تواند به عنوان موتور برای رشد اقتصادی عمل کند که سایر فعالیت‌ها را نیز به دنبال خودرو به جلو براند. از سوی دیگر، رشد اقتصادی نیز بر توسعه گردشگری مؤثر است و با توسعه تسهیلات و زیربنای گردشگری از جمله توسعه و ارتباطات گسترش پول الکترونیک، توسعه اماکن اقامتی، حمل‌ونقل و راه‌ها، توسعه فناوری اطلاعات (ICT)، توسعه رستوران‌ها و هتل‌ها، توسعه

بهداشت عمومی و همچنین توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، موجب توسعه صنعت گردشگری می‌شود.

شکل ۱: رابطه بین گردشگری به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رشد اقتصادی



منبع: برگرفته از مطالعات ناسم^۱ (۲۰۲۱)؛ کروز^۲ و همکاران (۲۰۲۱)؛ هالر^۳ و همکاران (۲۰۲۱)، مک‌کتی و سرجو^۴ (۲۰۰۶).

در جریان گردشگری تاریخی؛ بازدیدکنندگان سایر سرزمین‌ها اعم از اینکه شهروندان همان کشور باشند یا کشورهای بیگانه، جهت گذراندن اوقات فراغت و به سبب علاقه‌مندی که به آثار تاریخی سایر جوامع دارند، وارد سرزمین مقصد شده و در مدت‌زمان مشخص اقامت خود به بازدید از اماکن و جاذبه‌های تاریخی آن می‌پردازند (عباسی و همکاران، ۱۴۰۰). البته ممکن است که در کنار هدف اصلی گردش و بازدید از جاذبه‌های تاریخی مقصد، با اهداف جنبی دیگری نیز همانند تجارت، زیارت، دیدار دوستان و یا جستجوی مورد خاصی نیز همراه باشد، اما در نهایت هدف غایی چنین سفرهایی مشاهده مستقیم اماکن،

1 Naseem

2 Croes

3 Haller

4 McCatty & Serju

ابنیه و سایر آثار منقول و غیر منقول سرزمین مقصد است که از دوران گذشته به یادگار مانده است. در جریان گردشگری تاریخی هر سرزمینی که بیشترین تعداد آثار را داشته باشد، از پتانسیل بیشتری برای جذب گردشگر برخوردار است؛ اما باید توجه داشت که صرف دارا بودن آثار کثیر تاریخی هر چند شرط لازم است اما به هیچ عنوان شرط کافی برای جذب گردشگر بیشتر محسوب نمی گردد (شهریاری و همکاران، ۱۳۹۹).

در این میان شهر تهران با پیشینه تاریخی غنی آن دارای آثار متعدد تاریخی می باشد که می توان با برنامه ریزی متناسب به توسعه پایدار که از اهداف اقتصاد مقاومتی می باشد دست یافت. افزایش روزافزون تعداد گردشگران، گویای تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز است. همین امر ضریب تأثیر گذاری گردشگری را افزایش داده است؛ بنابراین امروزه گردشگری با توان مضاعفی می تواند حیات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوامع را تحت تأثیر قرار دهد. بر این اساس توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان های اقتصادی جوامع دارد (کاظمی، ۱۳۸۶). ایران با داشتن ظرفیت های بالقوه در زمینه گردشگری یکی از قطب های اصلی این صنعت در جهان می باشد که با تقویت این بخش می تواند موجب کاهش وابستگی به نفت شده، وضعیت اقتصادی خود را با بهره گیری از توان های گردشگری و با نگرش اقتصاد مقاومتی بهبود بخشیده و آینده آن را تضمین نماید (نصرتی و بازدار، ۱۳۹۳).

با توجه به موارد ذکر شده، در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری تاریخی در دوران بحران در شهر تهران با رویکرد اقتصاد مقاومتی پرداخته شده است و در این راستا شاخص هایی از جمله شاخص اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیربنایی- ساختاری و زیست محیطی در نظر گرفته شده است که در قسمت روش پژوهش، تشریح گردیده اند؛ بنابراین سؤالات اساسی که محققان به دنبال پاسخ آن ها می باشند؛ به شرح زیر است:

- آیا شاخص اقتصادی بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است؟
- آیا شاخص اجتماعی- فرهنگی بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است؟
- آیا شاخص زیربنایی- ساختاری بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است؟
- آیا شاخص زیست محیطی بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است؟

همچنین فرضیات اساسی این پژوهش با توجه به سؤالات مطرح شده به شرح زیر مورد بررسی قرار می گیرند.

- ❖ شاخص اقتصادی بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است.
- ❖ شاخص اجتماعی- فرهنگی بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است.
- ❖ شاخص زیربنایی-ساختاری بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است.
- ❖ شاخص زیست محیطی بر توسعه گردشگری تاریخی در شهر تهران اثرگذار است.

پیشینه پژوهش

پورسعید و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه خود به بررسی تأثیر ارزش های مصرف چندگانه (ارزش کاربردی، احساسی، اجتماعی و معرفتی) مصرف غذاهای محلی ایران بر قصد گردشگران به بازدید مجدد و توصیه به دیگران پرداختند. جامعه آماری آن ها، شامل کلیه گردشگرانی بود که غذاهای محلی یکی از شهرهای اصفهان، شیراز، کرمان، تبریز و رشت را خورده باشند و تعداد ۴۰۰ نمونه از آن ها به تصادف انتخاب شد. تجزیه و تحلیل نتایج آن ها با استفاده از تحلیل همبستگی و الگویابی معادلات ساختاری نشان داد که ارزش های مصرف چندگانه گردشگران بر نگرش نسبت به غذاهای محلی و تصویر مقصد گردشگری غذا اثر مثبت و معناداری می گذارد و این امر موجب بروز پاسخ های رفتاری مثبتی از طرف گردشگران در آینده می شود.

جاودان و همکاران (۱۴۰۰) به تحلیل تأثیر ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آبگرم پرداختند و تعداد ۲۰۰ نفر به صورت تصادفی از جامعه آماری گردشگران و کارشناسان وابسته به صنعت گردشگری انتخاب شد. نتایج کیفی آن ها نشان داد که در چارچوب ظرفیت سازمانی، مؤلفه های ظرفیت رهبری سازمان و ارتباطات سازمانی و در حوزه رقابت پذیری مقصد، دو مؤلفه ی مدیریت و بازاریابی و عملکرد رقابتی مقصد، در شرایط مناسبی برای پیشبرد توسعه گردشگری قرار ندارند. همچنین نتایج مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که تأثیر توسعه ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آبگرم در شهر سرعین، مثبت و معنادار است.

پیرجمادی و همکاران (۱۴۰۱) به شناسایی شاخص‌های امکان‌سنجی بازاریابی توسعه گردشگری ورزشی در مناطق آزاد تجاری، صنعتی و اقتصادی ایران پرداختند. روش پژوهش آن‌ها کیفی و تعداد ۲۱ نفر از صاحب‌نظران به صورت هدفمند و با استفاده از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختارمند در نظر گرفته شدند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد که لزوم کاربرد فناوری‌های نوین دیجیتال، تبلیغات، رسانه‌های ملی، ظرفیت‌سازی فرهنگی و اجتماعی، بازاریابی، سرمایه‌گذار بخش خصوصی، ساکنین محلی، تعامل بین سازمانی، ظرفیت‌های اقتصادی، زیرساخت و تجربیات موفق در توسعه گردشگری ورزشی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و اقتصادی ایران نقش مؤثر دارد.

زرگران خوزانی و همکاران (۱۴۰۱) به مطالعه به کارگیری روش کیو در شناسایی الگوهای ذهنی برای گردشگران مذهبی پرداختند. جامعه آماری آن‌ها، گردشگرانی بودند که دست کم یک‌بار تجربه سفر به شهر مشهد مقدس را داشته‌اند و تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مشارکت ۲۵ نفر از گردشگران با استفاده از تحلیل عاملی صورت گرفت. یافته‌های آن‌ها حاکی از این بود که هفت گونه ذهنی برای معنای گردشگری مذهبی به شرح زیر شناسایی گردید: (۱) معنویت‌طلبان، (۲) آرامش‌طلبان، (۳) تعلق‌گرایان، (۴) رهایی‌طلبان، (۵) جستجوگران، (۶) ذهن‌گرایان، (۷) تجربه‌گرایان. معنویت‌طلبان، در جستجوی نزدیکی به خدا و آرامش‌طلبان در جستجوی دوری از فشار زندگی و روزمرگی.

میرتقیان رودسری و همکاران (۱۴۰۱) مدل عوامل مؤثر بر وفاداری به گردشگری میراث فرهنگی در مقصد رامسر را مورد بررسی قرار دادند. جامعه آماری آن‌ها گردشگران، بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان در جاذبه‌های میراث فرهنگی رامسر بودند و تعداد نمونه ۷۸۰ نفر در نظر گرفته شد. یافته‌های آن‌ها بیانگر آن بود که متغیر ارزش، مشارکت و کیفیت ادراکی بر رضایت، اعتماد و وفاداری گردشگران میراث فرهنگی مقصد رامسر تأثیر مثبت و مستقیم دارند. همچنین متغیر رضایت بر اعتماد و وفاداری و متغیر اعتماد بر وفاداری این گردشگران مؤثر است.

آرام و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی نقش صنعت گردشگری در رشد و توسعه اقتصاد مقاومتی با تکیه بر درآمدزایی، توسعه زیرساخت‌ها، اشتغال‌زایی و فقرزدایی پرداخته که نتایج نشان از آن دارد که صنعت گردشگری در طول زمان مورد توجه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار گرفته است؛ چراکه توسعه گردشگری، بخصوص افزایش

تعداد جهانگردان بین‌المللی، باعث رونق طیف وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی یا منطقه‌ای میزبان می‌شود.

حمدی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان (بررسی تأثیر گردشگری تاریخی در توسعه شهر همدان) به بررسی تأثیرات این نوع گردشگری پرداخته و به این نتایج رسیدند که گردشگری تاریخی - فرهنگی در جذب گردشگران به شهر همدان مؤثر عمل می‌کند ولی در توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهری در همدان مؤثر عمل نکرده است، اما در مورفولوژی شهر همدان و توسعه فیزیکی آن مؤثر بوده است. در تغییر و تحولات اجتماعی و اقتصادی شهری همدان و نیز در تحولات محیط طبیعی همدان مؤثر بوده است.

جهانگیری و اکبری (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی پتانسیل‌ها و ضعف‌های موجود در جذب گردشگر از سوی بافت تاریخی شهر بوشهر اقدام نموده‌اند که نتایج نشان از آن دارد که توسعه گردشگری استان بوشهر می‌تواند عاملی برای رشد و توسعه استان ذکر شود که به اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی آن می‌توان اشاره کرد. وجود بافت تاریخی می‌تواند برای هر گردشگری، چه داخلی و چه خارجی جذاب باشد؛ اما استان بوشهر با داشتن این امتیاز کمتر از این توان بالقوه سود برده است.

اسماعیل‌زاده (۱۳۹۵) در تحقیقی به بررسی مدیریت جهانگردی در راستای اقتصاد مقاومتی اقدام کرده است که نتایج نشان می‌دهد جهانگردی پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته است اما با ورود به عصر مدرن به صورت یک صنعت سود ده در حوزه‌های مختلف بالأخص حوزه اقتصادی درآمده و از این حیث مورد توجه بسیاری از کشورهای دنیا قرار گرفته است. همچنان که سیاست بر اقتصاد و فرهنگ تأثیرگذار است، باید گفت که فرهنگ شالوده و زیربنای مناسبی را برای چارچوب سیاست‌های داخلی و خارجی فراهم می‌کند و لذا می‌توان به نقش گردشگری که تجلی فرهنگ یک جامعه است، در اقتصاد مقاومتی و تحکیم بنیان‌های اقتصادی پی برد.

ولی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی جایگاه اکوتوریسم در دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند که نتایج مبرهن آن است که اکوتوریسم فرآیندی است که در آن ضمن لذت بردن از طبیعت، حفاظت از محیط طبیعی و فرهنگ جوامع محلی، نگاهی خاص به اقتصاد این جوامع داشته است.

مبانی نظری

امروزه توسعه‌ی گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و فراوانی در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به‌عنوان یک صنعت تلقی شود. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند.

پس از جنگ جهانی دوم، منابع اقتصادی نقش تعیین‌کننده‌ای را در تعیین قدرت کشورها بازی کرده و جایگزینی منطق ژئو-اکنومیک به جای ژئوپلیتیک در اولویت منافع ملی دولت‌ها قرار گرفت. توجه به شکل‌گیری نهادهای مهم مالی و اعتباری بین‌المللی در این دسته‌ها؛ عامل اقتصاد و به دست آوردن بازارهای جهانی و تأثیرگذاری عامل اقتصاد و به‌نوعی اقتصاد سیاسی - توجه دولت‌ها به عوامل اقتصادی در سیاست بین‌الملل - در اولویت کشورها قرار گرفت (آجیلی، ۱۳۹۲).

در خصوص نقش گردشگری و لزوم تقویت رابطه آن با اقتصاد مقاومتی لازم است ابتدا مبانی نظری با اقتصاد مقاومتی بیان گردد تا این اهمیت نمایان گردد. مفهوم مقاومت در ادبیات موضوعی معادل Resilience و مقاومت اقتصادی یا اقتصاد مقاومتی معادل Economic Resilience اشاره به استعداد بازاریابی و برگشت به وضعیت اولیه سیستم بعد از مواجه شدن آن سیستم با شوک است. به بیان دیگر مقاومت سیستم؛ به مفهوم میزان توانایی سیستم در مقابله با تخریب ناگهانی است (دانش جعفری، ۱۳۹۲). در رویکرد اقتصاد مقاومتی، تشخیص حوزه‌های فشار یا در شرایط کنونی، تحریم و در پی آن تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت حائز اهمیت است که به‌طور قطع باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش شرط‌های اصلی هستند. بر اساس تعاریف فوق، منظور از اقتصاد مقاومتی یک اقتصاد

فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته. از این رو واژه مقاومت برای دفع موانع پیشرفت و کوشش در مسیر مهم حرکت و پیشرفت تعریف می‌شود (جانستون^۱، ۲۰۰۵).

➤ فنریت اقتصادی

بریگاگلیو و پیکینینو^۲ (۲۰۰۹) از اصطلاحی به نام فنریت اقتصادی برای اشاره به توان سیاست ساختگی اقتصاد برای بهبود (انطباق با) آثار شوک‌های برونزای مخالف استفاده کرده‌اند. این اصطلاح، نزدیک‌ترین مفهوم به اقتصاد مقاومتی در ادبیات رایج ایران است. اصطلاح فنریت اقتصادی به دو مفهوم به کار می‌رود: اول؛ توانایی اقتصاد برای بهبود سریع از شوک‌های اقتصادی تخریب‌کننده خارجی و دوم؛ توانایی اقتصاد برای ایستادگی در برابر آثار این شوک‌ها.

در صورت وجود شوک و تکانه؛ توان اقتصاد برای بهبود یافتن از آثار شوک‌های مخالف به شدت محدود خواهد شد و اگر ابزارهای سیاستی بتواند برای خنثی‌سازی آثار منفی شوک‌ها مورد استفاده قرار گیرد، این توان ارتقا خواهد یافت و نوعی تقابل با شوک به حساب می‌آید (بریگاگلیو^۳، ۲۰۱۴).

به‌طور کلی، فنریت اقتصادی ممکن است ایستا یا پویا باشد. فنریت اقتصادی ایستا به مفهوم توان یا ظرفیت سیستم برای جذب یا منعطف‌شدن در برابر خطر یا زیان است. ملاحظات پویا بودن فنریت اقتصادی، ثبات را نیز در خود دارد و توان سیستم برای بهبود از شوکی پایدار تقویت می‌گردد (رز^۴، ۲۰۰۴). در عبارت فنریت اقتصادی، دو واژه ذاتی و انطباقی نیز بیان می‌گردند که به شرح زیر است:

الف) فنریت اقتصادی ذاتی: توانایی در شرایط عادی، یعنی توان جایگزینی نهاده‌های دیگر برای نهاده‌هایی که از طریق شوک خارجی با مشکل مواجه شده‌اند یا توان بازارها برای بازتخصیص منابع در پاسخ به علامت‌های قیمتی.

ب) فنریت اقتصادی انطباقی: توانایی در شرایط بحران ناشی از قوه ابتکار و تلاش فوق عادی، یعنی بالا بردن توان جایگزینی نهاده‌ها در عملیات بازرگانی منفرد یا تقویت بازارها

1 Johnston
2 Briguglio & Piccinino
3 Briguglio
4 Rose

از طریق کامل کردن اطلاعات عوامل اقتصادی عرضه‌کننده و تقاضاکننده برای پیدا کردن یکدیگر. البته این نوع فنریت اقتصادی به‌خودی‌خود وجود ندارد، بلکه کاملاً سیاست‌ساخته است (رز، ۲۰۰۴).

در خصوص کشور ایران پیام اصلی اقتصاد مقاومتی این است که وابستگی اقتصادی کشور به نفت کاهش یابد تا اینکه غرب نتواند از این ضعف استفاده کند و به منافع جمهوری اسلامی ایران ضربه بزند. منظور از اقتصاد مقاومتی در واقع یک اقتصاد مقاومتی فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته به‌طوری‌که کشور ضمن مقاومت در مقابل موانع و ناملایمات مسیر خود، روند پیشرفت پایدار خود را حفظ کند. توجه به تولیدات داخلی، استفاده از نیروی کار و سرمایه داخلی، اتکا بر اقتصاد دانایی محور؛ مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی هستند (آجیلی، ۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی به مفهوم مدیریت شرایط موجود کشور است به صورتی که مخاطره‌ها را به حداقل رساند. به‌عبارت‌دیگر، ایجاد نهاد لازم در اقتصاد ایران (به‌کارگیری مجموعه‌ای از سیاست‌ها، قوانین و تدابیر اجرایی) که خطرپذیری آن را در برابر تکانه‌ها و اختلال‌های آسیب‌زننده داخلی و خارجی، به‌ویژه تحریم‌های بین‌المللی، به حداقل رسانده و زمینه را برای دستیابی ایران به پیشرفت‌های پایدار اقتصادی فراهم کند (کریم و همکاران، ۱۳۹۹). با توجه به مفهوم نظری اقتصاد مقاومتی، اصول مختلفی برای آن مطرح شده که ۲ اصل مهم آن به شرح زیر است:

۱- کاهش وابستگی به نفت: نفت در ایران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بوده و این اهمیت بسیار باعث شده که تکیه اقتصاد کشور بر نفت باشد و از طرف دیگر، تمرکز دشمنان برای ضربه زدن به کشور نیز بر همین بخش نفت قرار گیرد. تحریم نفت از طرف کشورهای مخالف، تحریم خریداران نفت ایران، تحریم سرمایه‌گذاران در صنعت نفت کشور و غیره از جمله راه‌هایی است که دشمن برای مقابله با کشور انتخاب کرده است.

۲- متنوع‌سازی فعالیت اقتصادی: ویژگی دیگر اقتصاد مقاومتی که اهمیت بالایی دارد؛ متنوع بودن فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی است. متنوع‌سازی اقتصاد باعث می‌شود که در صورت وقوع تکانه در یکی از بخش‌های اقتصادی، کل فعالیت‌های اقتصادی تحت تأثیر قرار نگیرند (کریم و همکاران، ۱۳۹۹).

روش

در این تحقیق از هر دو روش گردآوری اطلاعات یعنی روش‌های کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی استفاده شده است. مطالعات و بررسی‌های لازم درباره مبانی نظری تحقیق، ادبیات موضوعی تحقیق، سوابق مسئله و موضوع تحقیق با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعه منابع، پایان‌نامه‌ها و تحقیقات مرتبط با موضوع و استفاده از پایگاه‌های اینترنتی انجام شده است. در ضمن به منظور اجرای مراحل اصلی تحقیق و گردآوری اطلاعات از روش‌های میدانی شامل روش پرسشنامه‌ای استفاده شده است.

شکل ۲: پیاز پژوهش



یکی از مهم‌ترین مراحل انجام تحقیق، مرحله توصیف داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌های آماری است. در قسمت توصیف داده‌ها به توصیف متغیرهای پژوهش توسط توزیع فراوانی و آماره‌های توصیفی پرداخته شد و در قسمت تحلیل داده‌ها، فرضیه‌های تحقیق بررسی گردید. قبل از آزمون فرضیه‌ها، نرمال بودن (توزیع طبیعی داشتن) متغیرهای مورد مطالعه توسط آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف یک نمونه‌ای بررسی شد. فرض نرمال برای تمام متغیرها برقرار بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون فریدمن در نرم‌افزار آموس^۱ و تحلیل

1. SPSS 22

مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار اسپاس^۱ استفاده شد. جامعه آماری مورد پژوهش شامل کلیه گردشگران حاضر در مناطق مختلف شهر تهران در نیم سال اول سال ۱۳۹۸ می‌باشند که با بالغ بر ده هزار نفر می‌باشند. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان تعیین شده است و بر این اساس تعداد حجم نمونه معادل ۳۸۴ نفر می‌باشند. علاوه بر استفاده از فیش، قسمت اصلی جمع‌آوری اطلاعات این تحقیق با استفاده از پرسشنامه انجام شده است. این پرسشنامه‌ها دارای ۵۹ سؤال ۵ گزینه‌ای بر اساس طیف لیکرت بوده است. یافته‌های بررسی توصیفی متغیرهای پژوهش در این قسمت با استفاده از میانگین و انحراف معیار هر یک از متغیرها به بررسی میزان پاسخگویی و جواب‌دهی به هر یک از متغیرها اقدام شده است.

جدول ۱: میانگین و انحراف از متغیرهای تحقیق

عوامل	تعداد	میانگین	انحراف از معیار
اقتصادی	۳۷۳	۳۸۷	۰،۴۵۲
اجتماعی-فرهنگی	۳۷۳	۳۳۶	۰،۹۸۶
ساختاری-زیربنایی	۳۷۳	۳۴۷	۰،۷۸۵
زیست‌محیطی	۳۷۳	۳۰۳	۰،۶۸۹
توسعه پایدار گردشگری	۳۷۳	۳۰۲	۰،۸۷۵

بر اساس جدول فوق مشاهده می‌گردد که متغیر اقتصادی دارای بیشترین میانگین و متغیر زیست‌محیطی دارای کمترین میانگین می‌باشد.

آمار استنباطی بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها

برای بررسی فرض نرمال بودن متغیرهای مطالعه از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف یک نمونه‌ای (برای بررسی متغیرها به صورت تک‌تک) استفاده شده است؛ همچنین برای بررسی فرض نرمال دو متغیره از آزمون شاپیرو ویلک (برای بررسی رابطه متغیرها به صورت دوه‌دو) در بسته نرم‌افزار R استفاده شد. نتایج نشان‌دهنده آن است که فرض نرمال بودن برای تمام متغیرها را نمی‌توان رد کرد ($p > 0.05$). نتایج این آزمون در جدول آورده شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای بررسی پذیره نرمال بودن

متغیر	حجم نمونه	آماره آزمون	سطح معناداری
اقتصادی	۳۷۳	۰,۵۶۳	۰,۵۱۲
اجتماعی-فرهنگی	۳۷۳	۰,۵۴۲	۰,۱۴
ساختاری-زیربنایی	۳۷۳	۰,۳۶۵	۰,۲۳۶
زیست‌محیطی	۳۷۳	۰,۵۸۶	۰,۰۹۸
توسعه پایدار گردشگری	۳۷۳	۰,۸۶۳	۰,۳۶۵

با توجه به جدول مشاهده می‌گردد کلیه متغیرها دارای فرض نرمال می‌باشند و میزان معناداری اقتصادی با مقدار ۰/۵۱۲، بیشترین مقدار و معناداری زیست‌محیطی به مقدار ۰/۰۹۸ کمترین میزان می‌باشد.

جدول ۳: نتایج آزمون شاپیرو ویلک برای بررسی پذیره نرمال دو متغیره

متغیر	حجم نمونه	آماره آزمون	سطح معناداری
اقتصادی - توسعه پایدار گردشگری	۳۷۳	۰,۸۵۶	۰,۳۰۲
اجتماعی-فرهنگی - توسعه پایدار گردشگری	۳۷۳	۰,۴۲۶	۰,۲۶۹
ساختاری-زیربنایی - توسعه پایدار گردشگری	۳۷۳	۰,۳۶۵	۰,۲۶۵
زیست‌محیطی - توسعه پایدار گردشگری	۳۷۳	۰,۷۴۹	۰,۲۰۱

بر اساس جدول ۳ مشاهده می‌گردد که رابطه بین متغیرهای مختلف اثبات شده است و همگی دارای وضعیت نرمال بوده و رابطه نرمالی ما بین اقتصادی و توسعه پایدار گردشگری به میزان ۰/۳۰۲ بیشترین مقدار و ما بین زیست‌محیطی - توسعه پایدار گردشگری به میزان ۰/۲۰۱ کمترین مقدار می‌باشد.

تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری

در این قسمت به بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش بر مبنای فرضیه‌ها پرداخته شده است. در واقع در این قسمت با استفاده از نرم‌افزار آموس و بهره جستن از معادلات ساختاری به بررسی این ارتباط اقدام شده است. بررسی ارتباط بین متغیرها در قالب الگوی معادلات ساختاری نشان داده شده مورد آزمون قرار گرفت. از آنجایی که آلفای کرونباخ معمولاً شاخص کاملاً مناسبی برای سنجش قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری و هماهنگی درونی میان عناصر آن است و با توجه به اینکه برای سؤالات پاسخ درست و غلط وجود نداشت از ضریب

آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد که برای کل پرسشنامه عدد ۰/۷۹ به دست آمد که سایر متغیرها در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: اعتبار کل پرسشنامه و مؤلفه‌های آن

مؤلفه	ضریب آلفای کرونباخ
اقتصادی	۰.۸۹
اجتماعی-فرهنگی	۰.۸۴
ساختاری-زیربنایی	۰.۸۱
زیست محیطی	۰.۸۳
توسعه پایدار گردشگری	۰.۷۸

جدول ۵: ضریب استاندارد شده، همراه با نسبت‌های بحرانی، خطای استاندارد و سطح معناداری متغیرها

گروه‌ها نام و ترکیب	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معناداری	میانگین واریانس	پایایی ترکیبی
اقتصادی	۰,۱۸۵	-	۰,۰۰۱	۰,۸۷۴	۰,۸۴۲
	۰,۶۳۲	۱۲۲,۲	۰,۰۰۱		
	۰,۷۵۶	۷۸۳,۴	۰,۰۰۱		
	۰,۱۲۵	۲,۲۹۶	۰,۰۰۰۱		
	۰,۸۸۶	۵۲۵,۴	۰,۰۰۱		
	۰,۵۴۸	۳,۳۳۴	۰,۰۰۱		
	۰,۲۰۸	۱۲۰,۵	۰,۰۰۱		
	۲۹۷/	۲/۸۰۹	۰,۰۰۱		
	۰,۶۹۹	-	۰,۰۰۱		
	۰,۷۶۴	۱۸۳,۵	۰,۰۰۱		

ادامه جدول ۵:

پایایی ترکیبی	میانگین واریانس	سطح معناداری	نسبت بحرانی	ضریب استاندارد	گویه ها نام و ترکیب	
۰,۸۲۳	۰,۸۵۴	۰,۰۰۱	۳۱۱,۲	۰,۴۴۷	سرازیر شدن جمعیت منطقه	اشتماعی و فرهنگی
		۰,۰۰۱	۶۰۵,۳	۰,۰۷۱	تداخل و مبادلات فرهنگی	
		۰,۰۰۱	۴/۲۸۲	۷۱۱/	شناخت گردشگران از منطقه و اطلاع-رسانی	
		۰,۰۰۱	۵,۲۰۱	۰,۵۶۸	افزایش انگیزه گردشگران منطقه	
		۰,۰۰۱	۵۸۴,۸	۰,۱۰۶	تمایل مردم جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ	
		۰,۰۰۱	-	۰,۸۶۹	افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح	
		۰,۰۰۱	۲۷۱,۵	۰,۸۰۲	تمایل مردم بومی در برنامه ریزی گردشگری	
		۰,۰۰۱	۴,۰۴۱	۰,۱۳۷	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف	
		۰,۰۰۱	۳,۳۰۴	۰,۶۹۶	آداب و رسوم و فرهنگ محلی صنایع دستی	
		۰,۰۰۱	۵,۰۱۱۵	۰,۰۲۵	زمینه بهره برداری از تجربه نیروهای کاری	
۰,۸۱۶	۰,۸۴۴	۰,۰۰۱	۸۰۹,۲	۰,۴۵۶	تسهیلات خدماتی و تجهیزات اقامتی و رفاهی	ساختاری و زیربنای
		۰,۰۰۱	۱۲۰,۵	۰,۷۴۵	خدمات رسانی درمانی	
		۰,۰۰۱	۸۰۹,۲	۰,۲۹۷	مدیریت مناسب و ثبات در آن	
		۰,۰۰۱	۱۸۳,۵	۰,۴۲۱	وسایل ارتباطی مناسب درون شهری	
		۰,۰۰۱	۰۴۱,۴	۰,۴۶۳	زمین های فراوان و مستعد جهت گردشگری	
		۰,۰۰۱	۴۴۳,۳	۰,۵۹۶	استفاده از نیروهای مجرب جهت برنامه ریزی	
		۰,۰۰۱	۳۰۴,۴	۰,۶۹۶	افزایش و بهبود مسیرهای ارتباطی	
		۰,۰۰۱	۰۶۲,۶	۰,۰۵۵	افزایش امکاناتی همچون مترو، اتوبوس ...	
۰,۸۱۶	۰,۸۳۲	۰,۰۰۱	۱۱۵,۵	۰,۰۲۵	آلودگی محیط زیست در محدوده مراکز	زیست محیطی
۰,۸۰۵	۰,۸۲۰	۰,۰۰۱	۱۸۳,۵	۰,۷۶۴	محافظت بیشتر محیط زیست و عدم آلودگی	
۰,۰۰۱	۳/۶۰۵	۰,۷۱/	افزایش آلودگی صوتی در مراکز تاریخی			
۰,۰۰۱	۵,۲۰۷	۰,۲۶۸	آسیب رسیدن با حضور بیشتر گردشگران			

ادامه جدول ۵:

پایایی ترکیبی	میانگین واریانس	سطح معناداری	نسبت بحرانی	ضریب استاندارد	گویه ها نام و ترکیب	توسعه پایدار
		۰,۰۰۱	۲/۱۲۲	۴۷۵	افزایش میزان درآمد ساکنان با گردشگری	
		۰,۰۰۱	۷۸۹,۴	۰,۳۶۳	ارتقای درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری	
		۰,۰۰۱	۲,۲۹۸	۰,۴۱	افزایش میزان قدرت خرید با گردشگری	
۰,۷۸۹	۰,۸۰۱	۰,۰۰۱	۰,۸۵۷	۰,۱۶۵	کاهش احساس فقر در بین مردم محلی	
		۰,۰۰۱	۰,۲۶۳	۰,۲۵۴	فضلی شدن درآمد خانوارها	
		۰,۰۰۱	۲,۳۴۵	۰,۳۶۵	ایجاد موقعیت‌های شغلی جدید	
		۰,۰۰۱	/۱۴۲	/۸۶۵	بالارفتن انگیزه و تلاش اقتصادی	
		۰,۰۰۱	۰,۱۲۳	۰,۵۶۸	تقویت شغل‌های کاذب (دست‌فروشی)	
		۰,۰۰۱	۰,۴۷۶	۰,۴۷۵	اشتغال زنان و بازنشسته‌ها	
		۰,۰۰۱	۳۵,۳۶	۰,۸۶۷	بالا رفتن قیمت زمین	
		۰,۰۰۱	۰,۲۳۶	۰,۶۸۴	تغییر کاربری‌های زمین	
		۰,۰۰۱	۳۱/۲۵	/۶۳۲	تحریک سرمایه‌گذاری در محدوده آثار	
		۰,۰۰۱	۳۶/۲۵	/۵۱۴	بالا رفتن میزان ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاری	
		۰,۰۰۱	۳,۴۵۶	۰,۳۶۵	سرمایه‌گذاری برای پیشرفت و بهبود منطقه	
		۰,۰۰۱	۲,۳۶۵	۰,۴۵۸	سرمایه‌گذاری برای بهبود خدمات	
		۰,۰۰۱	۰,۴۵۶	۰,۶۳۷	سرمایه‌گذاری برای بالا رفتن کیفیت خدمات	

قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده به وسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. مشاهده می‌شود که تمامی متغیرهای مشاهده‌شده دارای ضرایب تأثیر رگرسیونی مثبت و معناداری با مقیاس‌های خود هستند و بزرگی این ضرایب نیز نسبتاً برای همه موارد در حد بالایی است، با توجه به جدول ۴ همه بارهای عاملی در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار می‌باشند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در این جدول سطح معناداری برای بارهای عاملی یا ضرایب رگرسیونی استاندارد ۵ متغیر مشاهده‌شده گزارش نشده است. این امر به این دلیل است که این متغیرها به ترتیب به عنوان متغیرهای مرجع یا معرف برای ۵ متغیر اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، ساختاری- زیربنایی، زیست‌محیطی و توسعه پایدار گردشگری در نظر

گرفته شده‌اند تا بدین وسیله بدون مقیاس بودن این متغیرهای پنهان و به عبارتی بدون ریشه و واحد اندازه‌گیری آن‌ها برطرف شود. معیار AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است که جهت اعتبار همگرایی به کار می‌رود و همبستگی زیاد شاخص‌های یک سازه را در مقایسه با همبستگی شاخص‌های سازه‌های دیگر نشان می‌دهد. مقدار این ضریب از صفر تا یک متغیر است که مقادیر بالاتر از ۰/۵ پذیرفته می‌شود. روایی همگرا یا میانگین واریانس استخراج شده برای شاخص اقتصادی ۰/۸۷۴، اجتماعی-فرهنگی ۰/۸۵۴، ساختاری-زیربنایی ۰/۸۴۴، زیست‌محیطی ۰/۸۲۰ و توسعه پایدار گردشگری ۰/۸۰۱ به دست آمد، همچنین مقدار ضریب قابلیت اطمینان ساختاری یا پایایی ترکیبی (CR) از صفر تا یک متغیر است که مقادیر بالاتر از ۰/۷ پذیرفته می‌شود که برای شاخص اقتصادی ۰/۸۴۲، اجتماعی-فرهنگی ۰/۸۲۳، ساختاری-زیربنایی ۰/۸۱۶، زیست‌محیطی ۰/۸۰۵ و توسعه پایدار گردشگری ۰/۷۸۹ به دست آمد که نشان از مناسب بودن این زیر مقیاس‌ها است (ورتس، ۱۹۷۴: ۲۸).

در جدول ۵ شاخص‌های برازندگی حاکی از برازش خوب مدل مطالعه با داده‌های مشاهده شده است. به طور کلی، شاخص نیکویی برازش و شاخص تعدیل شده نیکویی برازش هرچه به یک نزدیک‌تر باشد، حاکی از برازش مناسب مدل است. همچنین، معیار ریشه میانگین باقیمانده‌ها که شاخصی برای اندازه‌گیری متوسط باقیمانده‌هاست، هرچه کوچک‌تر باشد، نشان‌دهنده برازش خوب مدل است. از سوی دیگر مجذور کای دو سطح معناداری حاکی از تفاوت نداشتن معناداری داده‌های مشاهده شده با مدل هستند.

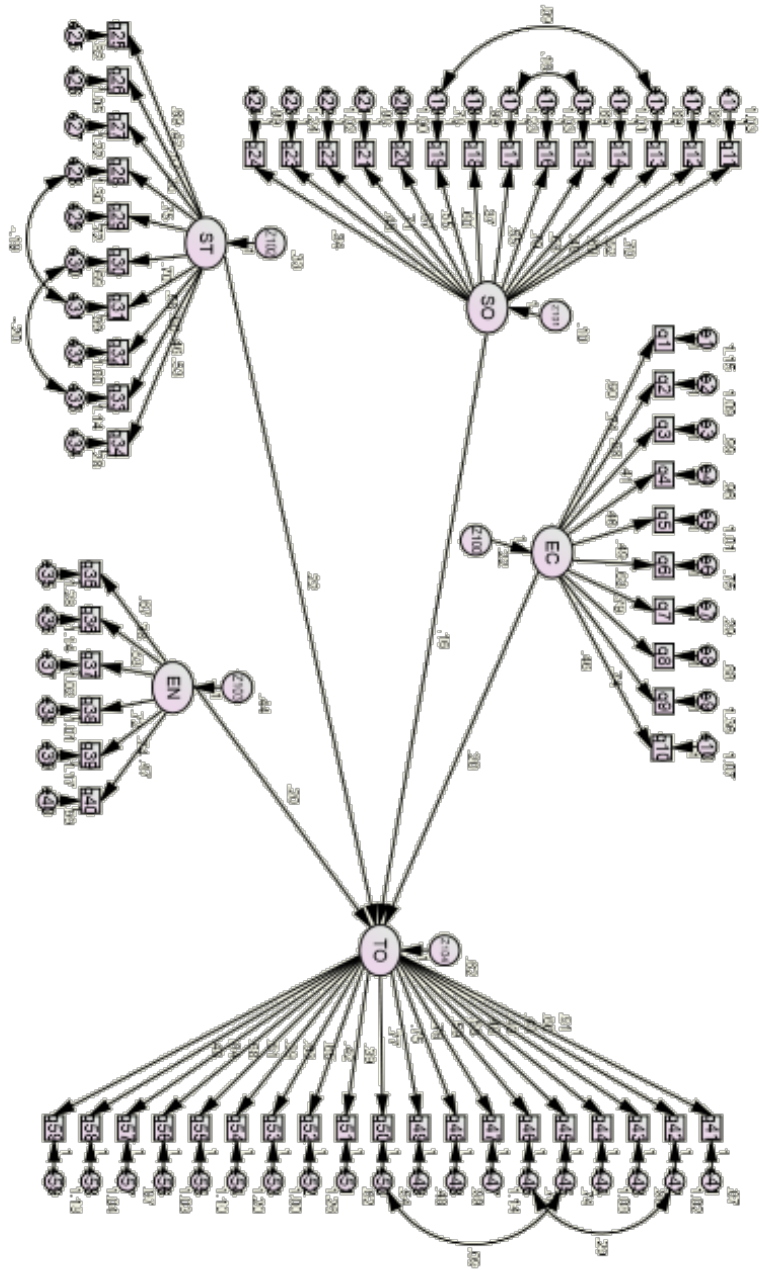
جدول ۶: نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص‌های برازندگی مرتبه اول

شاخص برازش	معیار مطلوب	نتایج در پژوهش
درجه آزادی	۳ و کمتر	۴۷/۲
RMR	کوچک‌تر از ۰/۵	۴۹/۰
GFI	۰/۹ و بالاتر	۸۹/۰
AGFI	۹/ و بالاتر	۹۱/۰
NFI	۹/۰ و بالاتر	۹۴/
NNFI	۹/ و بالاتر	۸۹/۰
IFI	۹/۰ و بالاتر	۹۱/۰
CFI	۹/۰ و بالاتر	۹۰/۰
RMSEA	کوچک‌تر از ۰/۸	۰۹۴/۰

مدل تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

مدل نهایی سنجش و برآورد متغیر پنهان پدیده گردشگری به عنوان متغیر وابسته اصلی تحقیق بر اساس ۵ شاخص اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، ساختاری- زیربنایی، زیست محیطی و توسعه پایدار گردشگری، به عنوان ۵ مقیاس پنهان و بر اساس ۵۹ متغیر مشاهده شده متشکل از گویه‌های مختلف در قسمت قبل برآورد و اندازه‌گیری و در محیط AmosGraphics تدوین شدند.

برای ارزیابی برازش مدل معادلات ساختاری چندین شاخص برازندگی وجود دارد. در این پژوهش، با استناد به پیشنهادهای شوک و همکاران (۲۰۰۴) و باومگارتر و هومبورگ (۱۹۹۵)، از شاخص‌های کای اسکوئر (χ^2) به همراه معنی‌داری آن (P)، شاخص کای اسکوئر بر درجه آزادی (χ^2/df) شاخص برازندگی (GFI)، شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)، ریشه میانگین مجذور خطای تخریب (RMSEA) و شاخص میانگین مجذور باقیمانده‌ها (RMR) برای ارزیابی برازندگی مدل معادلات ساختاری پژوهش استفاده شد. هم‌اکنون معیار دقیقی برای این شاخص‌ها وجود ندارد، اما دستورالعمل کلی بدین شرح بیان شده است: اگر مقدار χ^2 معنادار نباشد، مقدار کای اسکوئر بر درجه آزادی کمتر از ۳ باشد، مقدار شاخص‌های IFI، NNFI، GFI و CFI بالاتر از ۰/۰۹ باشند، مقدار RMSEA کمتر از ۰/۰۸ و مقدار RMR کمتر از ۰/۰۵ باشد، برازش مدل مناسب و قابل قبول است. بر این اساس، با توجه به مقدار گزارش شده شاخص‌های برازندگی، مشاهده می‌شود که داده‌ها از لحاظ آماری با ساختار عاملی مدل معادلات ساختاری متغیرهای نهفته پژوهش سازگاری و تطابق دارند.



شکل ۳ پارامترهای استاندارد نشده مدل

جدول ۷: نتایج میزان انطباق مدل پژوهش با شاخص‌های برازندگی مرتبه دوم

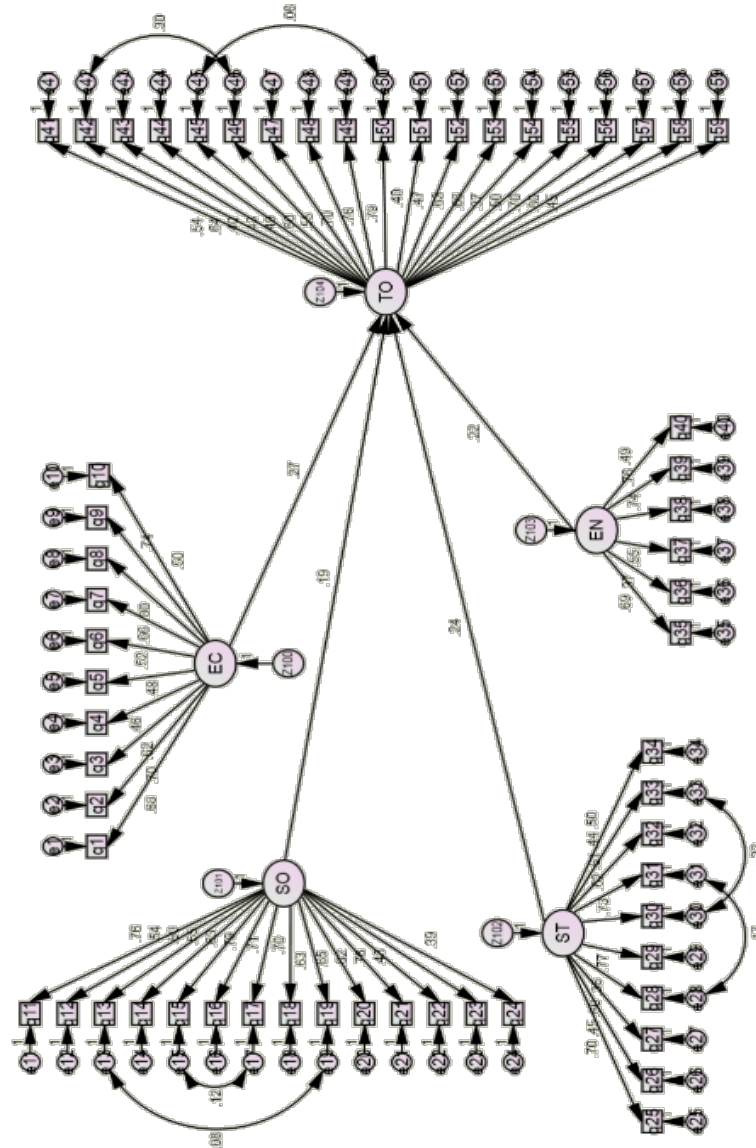
نتیجه فرضیه	ضریب تأثیر	سطح معناداری	مقدار بحرانی	مسیر فرضیه
عدم رد	۰,۲۷	۰,۰۰۳	۴,۲۱۸	اقتصادی --- < توسعه گردشگری تاریخی
عدم رد	۰,۱۹	۰,۰۰۷	۲,۵۶۶	اجتماعی - فرهنگی --- < توسعه گردشگری تاریخی
عدم رد	۰,۲۴	۰,۰۱	۲,۰۲	زیربنایی - ساختاری --- < توسعه گردشگری تاریخی
عدم رد	۰,۲۲	۰,۰۰۰	۳,۵۹۶	زیست‌محیطی --- < توسعه گردشگری تاریخی

جدول ۸: مسیر فرضیه؛ همراه با نسبت‌های بحرانی، خطای استاندارد و سطح معناداری

علامت اختصاری	نام کامل	شاخص برازش	مفهوم معیار مطلوب	مقدار گزارش شده
/df ^۲ X	Root Mean Square Error of Approximation(RMSEA)	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	۳ و کمتر	۲,۸۵
RMR	Chi-degree freedom	شاخص بهنجار نسبی	کوچک‌تر از ۰,۰۵	۰,۴۲
GFI	incremental fit index	شاخص برازش افزایشی	۰,۹ و بالاتر	۰,۹۲
AGFI	Normed Fit Index	شاخص برازش نرمال شده	۰,۹ و بالاتر	۰,۹۰
NFI	Goodness of fit	شاخص نیکویی برازش	۰,۹ و بالاتر	۰,۹۹
NNFI	Adjusted Goodness of Fit	شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته	۰,۹ و بالاتر	۰,۸۹
CFI	Comparative Fit Index	شاخص برازش مقایسه‌ای	۰,۹ و بالاتر	۰,۹۳
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation(RMSEA)	ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب	کوچک‌تر از ۰,۰۸	۰,۰۷۹

ضریب تأثیر شاخص اقتصادی بر توسعه گردشگری تاریخی برابر با ۰/۲۷، ضریب تأثیر شاخص اجتماعی - فرهنگی بر توسعه گردشگری تاریخی برابر با ۰/۱۹، ضریب تأثیر شاخص زیربنایی - ساختاری بر توسعه گردشگری تاریخی برابر با ۰/۲۴ و ضریب تأثیر شاخص

زیست محیطی بر توسعه گردشگری تاریخی برابر با ۰/۲۲ می باشد و با توجه به این که مقدار سطح معناداری (P) کمتر از میزان خطا ۰/۰۵ و مقدار بحرانی (CR) بیشتر از محدوده قابل قبول یعنی ۱/۹۶ می باشد، می توان ادعا نمود که تمامی فرضیات پژوهش تأیید می شود.



شکل ۴ پارامترهای استاندارد شده مدل

بحث و نتیجه‌گیری

بر مبنای داده‌های گردآوری شده از پرسشنامه و تجزیه و تحلیل صورت گرفته بر اساس معادلات ساختاری مشاهده گردید که ۴ شاخص اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیرساختی-زیربنایی و محیط‌زیست بر توسعه گردشگری تاریخی شهر تهران مؤثر بوده‌اند و فرضیات پژوهش تأیید می‌شود. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج تحقیق آرام و همکاران (۱۳۹۱) همسو است. همچنین با نتایج تحقیق اسماعیل‌زاده (۱۳۹۵) که در تحقیقی به بررسی مدیریت جهانگردی در راستای اقتصاد مقاومتی اقدام کرده است، همسو است.

در تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری میزان تأثیرگذاری شاخص اقتصادی با ضریب مسیر ۰/۲۷ بیشتر از سایر گزینه‌ها می‌باشد و بنابراین می‌توان بیان داشت که مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری تاریخی با رویکرد اقتصاد مقاومتی در شهر تهران عامل اقتصادی است. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج تحقیق آرام و همکاران (۱۳۹۱) همسو است.

بر مبنای تجزیه و تحلیل صورت گرفته از معادلات ساختاری مشاهده گردید که به لحاظ اولویت به ترتیب شاخص اقتصادی، ساختاری-زیربنایی، زیست محیطی و اجتماعی-فرهنگی می‌باشد. اولویت نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج تحقیق ولی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) و جهانگیری و اکبری (۱۳۹۵) نیز همسو است. با توجه به این که انتظارات و ادراکات گردشگران در طول زمان در حال تغییر می‌باشد و در دوران انجام پژوهش با کرونا روبه‌رو شدیم پیشنهاد می‌شود که این امر همواره سنجیده شود و موجب بهبود ادراک شده، به صورت مستمر انتظارات و ادراکات گردشگران از فضاها و گردشگری تاریخی سنجیده و در نتیجه رضایت و خشنودی مراجعه‌کنندگان افزایش یابد.

پیشنهادهایی در جهت رضایت بیشتر بازدیدکنندگان به شرح زیر است؛

- بهره‌گیری از نظرات گردشگران در زمینه کیفیت خدمات، قیمت و استفاده از خلاقیت گردشگران می‌تواند در بلندمدت به وفاداری گردشگران و فروش و سود بیشتر منجر شود.
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی در زمینه محصولات گردشگری و مزایای اقتصادی تضمین شده برای پرسنل و کارمندان در راستای افزایش رضایت گردشگران.

- استفاده از تبلیغات مناسب و به روز در معرفی فضاهای گردشگری به گردشگران و پرهیز از هرگونه تبلیغات ناکارآمد و ناصحیح؛
- استفاده از افراد جوان، خلاق و متخصص در ارائه محصولات خلاقانه و نوآور بر مبنای تجربیات سایر کشورها و مدنظر گردشگران؛
- متولیان گردشگری به عنوان اقدام کوتاه مدت برای احیای صنعت گردشگری کشورشان و شروع صنعت گردشگری جهانی در میان مدت بر روی گردشگری داخلی تمرکز کنند (ماتیزا، ۲۰۲۰).
- گردشگران در دوران بعد از کرونا باید در الگوهای سفر خود تجدیدنظر کنند و از میزان مفید و ایمن بودن تعطیلات خود در مقصدی که قصد سفر دارند آگاه شوند (برودر و همکاران، ۲۰۲۰).
- در نتیجه محدودیت های بعد از ویروس کرونا، گردشگری خانه دوم و گردشگری کوهستانی می توانند نقش دارونما را برای گردشگران ایفا کنند (سرافین، ۲۰۲۰).
- به احتمال زیاد سفرهای مجازی در پسا کرونا رونق خواهند یافت و گزینه مناسبی برای جایگزینی سفر حضوری به دلیل ترس از ابتلا به بیماری کرونا خواهند بود.
- احتمالاً تقاضای سفر با قطار بیش از سفر با هواپیما افزایش خواهد یافت.
- احتمالاً سفر کمی گران خواهد شد و انواع گردشگران با درآمد بالاتر و انتخاب انواع گردشگری ایمن با بسته های مختلف مدنظر قرار خواهد گرفت.
- به دلیل ترس از حضور در اجتماع، احتمالاً سفرهای تک نفره یا با خانواده بیش از سفر با تور خواهد بود.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Elaheh Mohammadzadeh



<http://orcid.org/0000-0001-7577-6135>

Tahereh Ashtiani



<https://orcid.org/0000-0001-5153-3550>

Fatemeh Iza Yazdan Abadi



<https://orcid.org/0000-0001-6604-8283>

منابع

- ابراهیمی اکبرزاده، محمدحسن. (۱۳۸۶). رشد گردشگری محلی - توسعه گردشگری شهری. ماهنامه شهرداری‌ها، دوره ۱۸، ۵۹-۶۶.
- ابراهیمی فر، زینب. (۱۳۹۵). گردشگری و اقتصاد مقاومتی. اولین کنفرانس ملی علوم جغرافیا، اردبیل مؤسسه حامیان زیست اندیش محیط آرمانی.
- آجیلی، هادی. (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی در نظام اقتصاد سیاسی جهانی. علوم سیاسی. ۹(۲۴): ۱۰۵-۷۸.
- آرام، محبوبه؛ محمدپور، فرشته؛ کاشانی، حسام و غیبی، احمد. (۱۳۹۱). نقش صنعت گردشگری در رشد و توسعه اقتصاد مقاومتی با تکیه بر درآمدزایی. توسعه زیرساخت‌ها، اشتغال‌زایی و فقرزدایی، همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، رشت، دانشگاه گیلان.
- اسعدی، میرمحمد و اردکانی، سعید. (۱۳۹۴). ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی (مورد مطالعه: استان یزد). دو فصلنامه علمی - پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، شماره ۱۴، صص ۱۴۷-۱۶۷.
- اسماعیل‌زاده، اصغر. (۱۳۹۵). مدیریت جهانگردی در راستای اقتصاد مقاومتی. اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی، تهران، دانشگاه علم و فرهنگ.
- اسمعیل زایی، مژگان؛ اسمعیل زایی، ناهید؛ بیات، اسداله و تاجیک، محسن. (۱۳۹۴). نقش صنعت گردشگری در تولید ملی و اقتصاد مقاومتی. اولین همایش پژوهش‌های کاربردی در علوم جغرافیایی سمنان، گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان.
- اشرفی، خدیجه و آدینه‌وند، زهرا. (۱۳۹۳). بررسی رابطه گردشگری و اقتصاد مقاومتی در ایران. نخستین سمینار علمی تخصصی جاذبه‌ها و دافع‌های گردشگری آذربایجان شرقی، تبریز، خانه مطبوعات آذربایجان شرقی، شرکت ساربانات گردشگری تبریز.
- انصاری، عبدالله و محمدی، علی. (۱۳۹۴). توسعه گردشگری و اقتصاد مقاومتی، کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی، مشهد، <https://civilica.com/doc/427409>
- پورسعید، محمد مهدی؛ طاهری آزاد، فاطمه؛ جهانشاهی، مرضیه. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر ارزش‌های چندگانه مصرف‌گذاهای محلی ایران بر قصد گردشگران به بازدید مجدد و توصیه به دیگران. *مطالعات مدیریت گردشگری*. ۱۶(۵۶): ۳۸۰-۳۴۱
- پیرجمادی، سحر؛ مطهری، مرتضی؛ کروی، مهدی؛ محمودی، احمد. (۱۴۰۱). شناسایی شاخص‌های امکان‌سنجی بازاریابی توسعه گردشگری ورزشی در مناطق آزاد تجاری، صنعتی و اقتصادی ایران. *مطالعات مدیریت گردشگری*. ۱۷(۵۷): ۷۸-۴۷

جاودان، مجتبی؛ تولایی، سیمین؛ مهربان، فاطمه. (۱۴۰۰). تحلیل تأثیر ظرفیت سازمانی در رقابت پذیری مقصد گردشگری آبگرم، مورد مطالعه: شهر سرعین. *مطالعات مدیریت گردشگری*. ۱۶(۵۶): ۱۲۹-۱۳

دانش جعفری، داوود. (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی، مفاهیم، قلمرو و راهکارها «نقش حماسه اقتصادی و واکاوی ابعاد دفاعی-امنیتی آن. تهران: مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی-گروه آماد و فناوری دفاعی. ۲۱-۲

رمضان نژاد، یاسر. (۱۳۹۶). الگوی سیاست گذاری گردشگری در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی. *سیاست های راهبردی و کلان. ویژه نامه اقتصاد مقاومتی*. ۶۰-۴۱

زرگران خوزانی، فاطمه؛ شاه جعفری، عطیه؛ ملانی، محمد حمید. (۱۴۰۱). به کارگیری روش کیو در شناسایی الگوهای ذهنی: تجربه گردشگران مذهبی. *مطالعات مدیریت گردشگری*. ۱۷(۵۷): ۲۶۶-۲۳۹

شهریاری، سید کمال الدین، کریم زاده، علی، شهریاری، شهرزاد، (۱۳۹۹). اولویت بندی قابلیت ها و جاذبه های گردشگری در محدوده های باز آفرینی شده تاریخی (مطالعه موردی: محدوده تاریخی زندیه شیراز)، *هوریت شهر*. ۴۱(۱۴): ۶۱-۷۴.

عباسی، سعید، اقبالی، ناصر، رجبی، آزیتا. (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی تاریخی شهر زنجان. *مطالعات جغرافیای مناطق کوهستانی*. ۳(۷): ۱۳۰-۱۲۳.

لطفیان کریم، ابراهیم، جواهری احمدپور، خلیل، قاسمی، نعمت الله، بصیرتی، محمد کاظم. (۱۳۹۹). اقتصاد مقاومتی در آینده اقتدار امنیتی کشور، *آینده پژوهی انقلاب اسلامی*، ۱(۲): ۱۶۰-۱۲۱

میرتقیان رودسری، سید محمد؛ پوراحمد، احمد؛ زیاری، کرامت اله. (۱۴۰۱). مدل عوامل مؤثر بر وفاداری به گردشگری میراث فرهنگی در مقصد رامسر. *مطالعات مدیریت گردشگری*. ۱۷(۵۷): ۱۴۶-۱۱۳.

References

- Abbasi, Saeed, Eghbali, Naser, Azita, Rajabi (2021). Strategies for the development of historical religious tourism in Zanjan city. *Geographical studies of mountainous regions*. 3 (7), 123-130. [In Persian]
- Agili, Hadi (2013). Resistance economy in the global political economy system. *Political science*. 9(24), 78-105. [In Persian]
- Alan, A. Lew, Joseph, M. Cheer, Michael Haywood, Patrick Brouder & Noel B. Salazar (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020, *Tourism Geographies*, 22:3, 455-466.
- Ansari, Abdollah, Mohammadi, Ali (2015). Tourism Development and Resistance Economy, *International Conference on Management, Culture*

and Economic Development, Mashhad, <https://civilica.com/doc/427409>
[In Persian]

- Aram, Mahboubeh, Mohammad Pour, Fereshteh, Kashani, Hesam, Gheibi, Ahmad (2012). The role of the tourism industry in the growth and development of a resistance economy based on income generation. Development of infrastructures, creation of employment and poverty alleviation, National Conference on Research and Explanation of Resistance Economy, Rasht, Gilan University. [In Persian]
- Asadi, Mirmohammad, Ardakani, Saeid (2015). Presenting a dynamic model for the development of historical tourism (case study: Yazd province). Two scientific-research quarterly journals of business management explorations, 14, 147-167. [In Persian]
- Ashrafi, Khadijeh, Adineh Vand, Zahra (2014). Investigating the relationship between tourism and resistance economy in Iran. The first specialized scientific seminar on tourism attractions and repulsions of East Azerbaijan, Tabriz, East Azerbaijan Press House, Tabriz Sarebanan Tourism Company. [In Persian]
- Ashworth, G. J. (2011). Accommodation and the historic city. Built Environment, 15.
- Baum, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2397–2407. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242>.
- Benjamin, S., Dillette, A., & Alderman, D. H. (2020). "We can't return to normal": Committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>.
- Briguglio, L. (2014). Resilience building in vulnerable small states.
- Briguglio, L., & Piccinino, S. (2009). Growth and resilience in East Asia and the impact of the 2009 global recession.
- Burns, P. M. and Holden, A. (2009). *Tourism: A New Perspective*, Prentice Hall, Hemel Hempstead.
- Butler, R. W. (2005). The concept of a Tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, (1), 5.
- Croes, R., Ridderstaat, J., Bąk, M., & Zientara, P. (2021). Tourism specialization, economic growth, human development and transition economies: The case of Poland. *Tourism Management*, 82, 104181.
- Danesh Jafari, Davoud (2013). "Resistance economy, concepts, territory and solutions" the role of the economic saga and the analysis of its defense-

security aspects. Tehran: Defense Strategic Research Center - Amad Group and Defense Technology. 2-21. [In Persian]

Deshpande, H. P. (2021). Study of Impact of tourism over economic growth in India. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(11), 6823-6830.

Dhaliwal, A., Singh, D. P., & Paul, J. (2020). The consumer behavior of luxury goods: A review and research agenda. *Journal of Strategic Marketing*, 1_27.factor in tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 188 (2015) 157 – 162. ScienceDirect.

Ebrahimi Akbarzadeh, Mohammad Hasan (2007). The growth of local tourism - the development of urban tourism, *Municipalities Monthly*, 18, 59-66. [In Persian]

Ebrahimi Far, Zeinab (2016). Tourism and resistance economy. The first national conference of geography sciences, Ardabil, Armani environment supporters institute. [In Persian]

Esmael Zae, Mojghan, Esmael Zae, Nahid, Bayat, Asadollah, Tajik, Mohsen (2015). The role of tourism industry in national production and resistance economy. The first conference of applied research in geographical sciences, Semnan, Department of Geography, Islamic Azad University, Semnan branch. [In Persian]

Esmail Zadeh, Asghar (2016). Tourism management in line with resistance economy. The first national conference on management and global economy, Tehran, University of Science and Culture. [In Persian]

Falcon, J. M., Medina_ Munoz, D. (2009). Sustainable Tourism Development in Islands: A CASE STUDY OF GRAN CANARIA, [www. Scince direct.com](http://www.sciencedirect.com)

Figueiredo, E., & Raschi, A. (2020). Trekking out of the crisis: Is there a role for rural tourism? XXV ESRS Congress, Florence, Italy, 29 July- 1 August. Retrieved from: <http://www.florenceesrs2021.com>.

Florida, R. (2020, April 3). The geography of the coronavirus. City Lab. [https://www.citylab.com/equity/2020/04/coronavirus-spread-map-city-urban-density-suburbs-rural-data/609394./](https://www.citylab.com/equity/2020/04/coronavirus-spread-map-city-urban-density-suburbs-rural-data/609394/)

Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>.

Hall, D. R., (2000). Tourism as Sustainable Development? The all Albanian Experience of Transition, www.Scince direct.com.

Haller, A. P., Butnaru, G. I., Hârşan, G. D. T., & Ştefănică, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth in the EU-28. Is there

a tendency towards convergence? *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 1121-1145.

Haywood, K., Michael. (2020). a post-COVID future: tourism community reimagined and enabled, *Tourism Geographies, An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*.

Haywood, M. (2020). Astonish! Smarter tourism by design, Forthcoming.

Inskip, E. (2000). *Tourism planning. An Integrated and sustainable Development approach*. Van Nostrand reinhold, New York .

Javdan, Mojtaba, Tavallai, Simin, Mehraban, Fatemeh (2021). Analyzing the impact of organizational capacity on the competitiveness of Spa tourism destination, case study: Sarein city. *Tourism management studies*. 16(56), 83-129. [In Persian]

Johnston, D. C. (2005). Richest are leaving even the rich far behind. *The New York Times*, 5.

Liu, Anyu, and Doris Chenguang Wu. 2019. "Tourism Productivity and Economic Growth." *Annals of Tourism Research* 76: 253–65.

Liu, Anyu, Haiyan Song, and Adam Blake. 2018. "Modelling Productivity Shocks and Economic Growth Using the Bayesian Dynamic Stochastic General Equilibrium Approach." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 30 (11): 3229–49.

Liu, Anyu, Impact of Tourism on Regional Economic Growth: A Global Value Chain Perspective (January 28, 2022). Asian Development Bank Economics Working Paper Series No. 646, Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4019859>

Lotfian Karim, Ebrahim, Javaheri Ahmad Pour, Khalil, Ghasemi, Nematollah, Basirati, Mohammad Kazem (2020). Resistance economy in the future of the country's security authority. *Future studies of the Islamic revolution*. 1 (2): 121-160. [In Persian]

Marin, D. (2002). Is the export-led hypothesis valid for industrialized countries? *Review of Economics and Statistics*, No. 74, p. 678–688.

Matiza, Tafadzwa. (2020). Post-COVID-19 crisis travel behaviour: towards mitigating the effects of perceived risk, *Journal of Tourism Futures*.

McCatty, M., & Serju, P. (2006). Tourism, economic growth and employment. *Bank of Jamaica, Kingston*, 729(1), 1.

Mehroliya, S., Alagarsamy, S., & Solaikutty, V. M. (2020). Customers response to online food delivery services during COVID-19 outbreak using binary logistic regression. *International Journal of Consumer Studies*. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12630>.

- Mirtaghian Roudsari, Seyed Mohammad, Pour Ahmad, Ahmad, Ziari, Keramatollah (2022). Model of factors affecting loyalty to cultural heritage tourism in Ramsar destination. *Tourism Management Studies* 17(57): 113-146. [In Persian]
- Naidoo, E. (2020, April 21). Successful battle strategies to beat COVID-19. Harvard Business School, Working Knowledge. <https://hbswk.hbs.edu/item/7-winning-war-strategies-to-beatcovid-19>.
- Naseem, S. (2021). The role of tourism in economic growth: empirical evidence from Saudi Arabia. *Economies*, 9(3), 117.
- Naude, W., and Saayman, A. (2005). Determinants of tourist Arrivals in Africa: A panel data regression analysis, *Tourism Economics*, 11(3): 365–391.
- Parrish, S. (2020, April). Unlikely optimism – Conjunctive events bias. Farnham Street. <https://fs.blog/2020/04/conjunctive-events-bias/>
- Patrick Brouder, Simon Teoh, Noel B. Salazar, Mary Mostafanezhad, Jessica Mei Pung, Dominic Lapointe, Freya Higgins Desbiolles, Michael Haywood, C., Michael Hall & Helene Balslev Clausen (2020). Reflections and discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19, *Tourism Geographies*.
- Patrick, T. et al. (1994). Organizing Resources for Rural Tourism Development; *Tourism Research* 19, No. 2: 19-34.
- Pirjamadi, Sahar, Motahhari, Morteza, Karoubi, Mehdi, Mahmoudi, Ahmad (2022). Identifying the feasibility indicators of sports tourism development marketing in the commercial, industrial and economic free zones of Iran. *Tourism Management Studies* 17(57): 47-78. [In Persian]
- Pouraghdam, Reza, Alipour, H., & Akhshik, A. (2020). A Futuristic Approach to Sustainable Tourism Development: Lessons from Kandovan Village. In M. Korstanje, B. George, & A. Nedelea (Ed.), *Strategies for Promoting Sustainable Hospitality and Tourism Services* (pp. 140-157). IGI Global.
- Poursaeid, Mohammad Mehdi, Taheri Azad, Fatemeh, Jahan Shahi, Marziyeh (2021). Investigating the impact of multiple values of local Iranian food consumption on tourist's intention to revisit and recommend to others. *Tourism management studies*, 16 (56), 341-380. [In Persian]
- Ramezan Nejjhad, Yaser (2017). Model of tourism policy in line with realization of resistance economy. *Strategic and macro policies. Special issue of resistance economy*.41-60. [In Persian]
- Reeves, M., & Fuller, J. (2020, April 10). We need imagination more than ever. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/04/we-need-imagination-now-more-than-ever>.

- Ritter, T., & Pedersen, C. (2020, April 15). Assessing coronavirus's impact on your business model. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2020/04/assessing-coronaviruss-impact-on-your-business-model>.
- Rose, A. (2004). Defining and measuring economic resilience to disasters. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*.
- Ruetsche, J., (2006). Urban Tourism, What Attracts Visitors to Cities? <http://www.uwex.edu/ces/cced>.
- Russo, A. P., Borg, A. (2002). Planing canse study of four European cities Tourism Management 23 Gulnara Ismagilova and teammates. Using historical heritage as a
- Sarwar, B., & Naqvi, N. H. (2021). Impact of Tourism Sector On Economic Growth: Future Survival And Sustainability. *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal* 13 (1).
- Seraphin, H. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 485-500.
- Shahryari, Seyed Kamaledin, Karim Zadeh, Ali, Shahryari, Shahrzad (2020). Prioritizing features and tourist attractions in recreated historical areas (case study: Zandiyeh historical area, Shiraz). *City Identity* 41(14): 61-74. [In Persian]
- Sharma, G. D., & Mahendru, M. (2020). Lives or livelihood: Insights from locked-down India due to COVID19. *Social Sciences & Humanities Open*, 2(1), Article 100036. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2020.100036>.
- Sharma, G., Thomas, A., & Paul, G. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives* 37.
- Skare, M., Soriano, D. R., and Porada-Rochon M. I. (2020). Impact of COVID-19 on the Travel and Tourism Industry, *Technological Forecasting & Social Change*.
- Stankov, U., Filimonau, V., & Vujić, M. D. (2020). A mindful shift: An opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world. *Tourism Geographies*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1768432>.
- Supardi, S., Kudus, U. M., Hadi, S., & Indonesia, U. I. (2020). New perspective on the resilience of SMEs proactive, adaptive, reactive from business turbulence: A systematic review. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, XII (V). <https://doi.org/10.37896/jxat12.05/1524>.

- Timoty, D., Geoffre W. (2015). Tourism Accommodation in Asian Historic City, *Journal of Tourism Studies*, 6, pp. 68-84.
- Trib, John, (2020). Corporate strategy for tourism, Thomson. World tourism organization. (2020). "Tourism highlights". Madrid: World tourism organization.
- World Travel and Tourism Council. (2020). the domino effect of COVID-19. <https://wttc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Traveland- Tourism>.
- Zargaran khozani, Fatemeh, Shah Jafari, Atiyeh, Mallai, Mohammad Hamid (2022). The application of the Q method in identifying mental patterns: the experience of religious tourists. *Tourism Management Studies* 17(57): 239-264. [In Persian]