

تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار با محوریت شرکتهای هواپیمایی ایران

حسین تاج آبادی^۱، فاطمه اردیبهشت^۲

چکیده

پژوهش حاضر با بررسی تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار، تأکیدی با محوریت شرکتهای هواپیمایی ایران به انجام رسید. این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مشتریان پنج شرکت هواپیمایی ایران (ایران ایر، آسمان، ماهان، قشم ایر و کیش ایر) و حجم نمونه طبق فرمول جامعه نامحدود کوکران ۳۸۶ نفر و به طور تصادفی انتخاب گردیدند. جمع آوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شد و نیز پرسشنامهها در میان مشتریان توزیع گردید. همچنین جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS استفاده شد. روشهای آماری مورد استفاده در این تحقیق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن نمونهها و آزمون رگرسیون جهت تأثیر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که تمامی متغیر مستقل تحقیق (اخلاق محوری در گردشگری) بر ابعاد توسعه پایدار (پایداری اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی) تأثیری مثبت و معناداری دارند که این نتایج می تواند راهنمای سیاستگذاری در جهت برنامههای آینده در جهت توسعه گردشگری پایدار باشد.

واژگان کلیدی: اخلاق، گردشگری، توسعه پایدار، شرکتهای هواپیمایی، ایران

۱- دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی مالک اشتر، ht171819@gmail.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه صنعتی مالک اشتر- مدیریت کسب و کار (نویسنده مسئول)، sh.ordibehesht@gmail.com

مقدمه

در ایران مسئله توریسم (گردشگر) تاکنون جایگاه واقعی خود را نیافته است و علیرغم موقعیت مناسب و مساعد جغرافیای بین دنیای شرق و غرب و وجود بسیاری از مواهب طبیعی، فرهنگی و اسلامی و انواع جاذبه‌های قابل عرضه به بازارهای توریستی بین‌المللی، درآمد ارزی ایران از این بابت بسیار ناچیز بوده و قابل توجه نیست. نگاهی گذرا به فعالیت‌های توریستی ایران در گذشته حاکی از آن است که سیاست‌ها استعماری در جریان جهانگردی کشور نیز همانند دیگر فعالیت‌های اقتصادی تأثیرگذار بوده و مانع از شکل‌گیری آن می‌شد. و وابستگی اقتصادی کشور به اقتصاد تک‌محصولی نفت بخش کشاورزی را به رکود کشاند و موجب مهاجرت روستائیان به شهر شده اما امروزه با توجه به این‌که جمعیت کشور رو به افزایش است و درآمد حاصله از نفت رو به کاهش نهاده و بهره‌برداری بیش از حد عادلانه نیست می‌بایست بخش سومی به‌عنوان صنعت توریسم را بدان افزود چراکه نیاز به سرمایه‌گذاری کم‌تری نسبت به بخش کشاورزی دارد (مرادی، ۱۳۹۴).

برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری با توجه به اهداف و اصول توسعه پایدار گردشگری، دانش میان‌رشته‌ای به شمار می‌آید که به همکاری رشته‌های گوناگون علمی و همکاری نهادها گوناگون مسئول در توسعه گردشگری پایدار نیازمند است. جوهر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شناسایی منابع و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری استفاده بهینه و پایدار آن‌هاست که در راستای تأمین نیازهای فراغتی عامه شهروندان و بازدید کنندگان در مقایسه محلی، ملی، و فرا ملی به کار می‌رود؛ بنابراین محورهای اصلی برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری به تعیین سلسله مراتب برنامه‌ریزی و گردشگری تعیین مقیاس برنامه‌ریزی شناسایی عوامل اصلی مؤثر در توسعه گردشگری پایدار و تدوین سیاست‌ها و روش‌های نگهداری ظرفیت منابع گردشگری مربوط می‌شود که در این میان مدیریت در زمینه گردشگری نقش بسیار مهم و موثری را در ایجاد هماهنگی و تعادل و تعامل در این نهاد مؤثر بر عهده خواهد داشت. برای رسیدن به اهداف توسعه پایدار گردشگری باید بدانیم که چه مشکلات و تنگنانهایی در مسیر این توسعه قرار دارد. از جمله مهم‌ترین این مشکلات شامل: مشخص نبودن و مصوب نبودن اهداف و سیاست‌های جهانگردی و ایرانگردی به‌نحوی که راهگشای ادامه فعالیت‌ها در این زمینه باشد، کمبود امکانات مالی برای توسعه و تجهیز تأسیسات موردنیاز صنعت توریسم کشور، فقدان تسهیلات لازم جهت واردکردن تجهیزات و تأسیسات موردنیاز صنعت جهانگردی که در داخل امکان تولید ندارد با استفاده از تحقیقات ویژه گمرکی و سود بازرگانی و ترخیص سریع، عدم ثبات قیمت‌ها و وجود تورم شدید و چندگانگی قیمت‌ها که موجب فقدان سودآوری در بخش‌های مختلف جهانگردی، ضعف شبکه ارتباطی و حمل‌ونقل و محدودبودن تعداد فرودگاه‌های بین‌المللی، توریستی مسافرت و عدم هماهنگی و

همکاری دیگر سازمان‌ها و سازمان‌های دولتی که در بهبود وضع جهانگردی موثرند (مانند وزارت امور خارجه- وزارت راه و ترابری- استانداری‌ها- فرمانداری‌ها- شهرداری‌ها- سازمان‌های تبلیغاتی- گمرک و نظایر آن‌ها) است (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۵).

در این میان تقویت عوامل تأثیرگذار در توسعه پایدار توریسم (گردشگری) می‌تواند مؤثر واقع گردد. این عوامل شامل: عوامل اقتصادی: این عامل از دو جهت مورد توجه است. یکی از نظر بالا رفتن درآمد سالانه و دومی از نقطه نظر کلی اقتصاد مملکت. عوامل اجتماعی و فرهنگی: این عامل با افزایش جمعیت و توسعه شهرنشینی در توسعه گردشگری اثری مستقیم دارد ساعات کار طولانی... تسهیلات جهانگردی: این مورد به‌طور کلی به تمامی مواردی اطلاق می‌شود که برای فراهم‌آوردن رفاه و آسایش توریست‌ها و سبک رضایت آن‌ها در داخل کشور در زمینه‌های مختلف صورت می‌گیرد. برای رسیدن به اهداف توسعه پایدار گردشگری لازم است برخی سیاست‌های کلی مانند فعال کردن بخش خصوصی با هماهنگی و نظارت دولت، آموزش نیروی انسانی و تربیت کادر متخصص، فراهم‌آوردن تدریجی شرایط خودکفایی در صنعت توریسم، تلاش برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌های حمل‌ونقل، تأسیسات اقامتی و سیاست‌های ارزی و نیز حمایت از محرومان طبقات متوسط و کم درآمد و توسعه و تقویت برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی ایران اسلامی و نیز نشان دادن جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و خصوصیات مهمان‌نوازی ایرانیان اتخاذ شود (امینیان و همکاران، ۱۳۹۱)؛ لذا در پژوهش حاضر سعی بر آن است تا به جنبه‌ایی دیگر در توسعه گردشگری پایدار پرداخته شود و آن بررسی تأثیر اخلاق در گردشگری بر توسعه پایدار در این صنعت است. با توجه به موضوع پژوهش شرکت‌های هواپیمایی ایران، بدلیل ارتباط مستقیم با گردشگران داخلی و خارجی بعنوان مطالعه موردی انتخاب گردیده است. همچنین پژوهش حاضر در صدد پاسخ به یک سؤال اصلی که آیا اخلاق محوری در گردشگری بر توسعه پایدار تأثیری مثبت و معنادار دارد؟ و چهار پرسش فرعی شامل، ۱. آیا اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اقتصادی تأثیری مثبت و معنادار دارد؟ ۲. آیا اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اجتماعی تأثیری مثبت و معنادار دارد؟ ۳. آیا اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری فرهنگی تأثیری مثبت و معنادار دارد؟ ۴. آیا اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری زیست‌محیطی تأثیری مثبت و معنادار دارد؟ است.

مبانی نظری

توسعه پایدار

واژه sustain به معنی پایدار است و همچنین در فارسی به معنای حیات، زنده نگهداشتن، استمرار و آنچه که می‌تواند در آینده تداوم داشته باشد، است. یک ایده و اصطلاح بسیار گسترده، که معانی متفاوت و بسیاری دارد، در نتیجه فراوانی این معانی، صاحب‌نظران واکنش‌های فراوان و متفاوتی را در این حیطه ارائه کرده‌اند. مفهوم توسعه پایدار، یک نوع تلاش برای ترکیب مفاهیم در حال رشد حوزه‌های از موضوعات محیطی در کنار موضوعات اجتماعی-اقتصادی است. توسعه پایدار یک تغییر مهم در فهم رابطه انسان و طبیعت و انسان‌ها با یکدیگر است. این مسئله با دیدگاه دو قرن گذشته انسان که بر پایه جدایی موضوعات محیطی و اجتماعی و اقتصادی شکل گرفته بود در تضاد است. در دو قرن گذشته، این تصور حاکم بود که محیط به‌طور عمده به‌عنوان یک عامل خارجی و تنها برای استفاده و استثمار انسان در نظر گرفته می‌شد. در این دیدگاه، ارتباط انسان و محیط، به صورت غلبه انسان بر طبیعت بوده و بر این باور استوار بود که دانش و فن‌آوری بشر می‌تواند بر تمام موانع محیطی و طبیعی برتری یابد. این دیدگاه مرتبط با توسعه سرمایه‌داری و انقلاب صنعتی و علم مدرن است. همان‌طور که بیکن یکی از پایه‌گذاران علم مدرن، آن را مطرح می‌کند: جهان برای بشر ساخته می‌شود و نه بشر برای جهان. دیدگاه مدیریت محیطی بر پایه مدیریت منابع طبیعی بود که تصدیق می‌کرد، بشر نیاز به منابع طبیعی دارد و این منابع می‌بایست به جای استفاده سریع و بدون برنامه، به‌درستی مدیریت شوند تا حداکثر استفاده از آن‌ها طی سالیان طولانی میسر گردد. همچنین علم اقتصاد بر موضوع ارتباط انسان و رشد اقتصادی تأکید دارد، که در نتیجه آگاهی و استفاده از آن، موجب افزایش تولیدات، به‌عنوان یک اولویت، مطرح می‌گردد. این نگرش، کلیدی بود برای ایجاد رفاه در زندگی بشر چون از طریق رشد اقتصادی، فقر و تهیدستی می‌توانست از میان برود (سوبوتیان، ۲۰۱۱).

مفهوم توسعه پایدار، حاصل رشد و آگاهی از پیوندهای جهانی، مابین مشکلات محیطی در حال رشد، موضوعات اجتماعی، اقتصادی، فقر و نابرابری و نگرانی‌ها درباره یک آینده سالم برای بشر است. توسعه پایدار، مسائل محیطی، اجتماعی و اقتصادی را به هم پیوند می‌دهد. توسعه پایدار، در کمیسیون استراتژی حفاظت جهان که توسط اتحادیه بین‌المللی برای حفاظت طبیعت در سال ۱۹۸۰ میلادی تشکیل شده بود، مدون گردید. به علاوه، با این موضوع توسط کمیته جهانی توسعه و محیط عناوین آینده مشترک ما، در سال ۱۹۸۷ میلادی و حفظ زمین در سال ۱۹۹۱ میلادی، نیز مطرح گشته است. در سال ۱۹۷۸ میلادی، کمیته جهانی توسعه و محیط یا همان کمیسیون برون‌دندل تعریف جامع از توسعه پایدار ارائه می‌دهند که بنا بر آن بشریت توانایی توسعه پایدار را

دارد اگر بتواند تضمین کند نیازهای حال را بدون به خطر افتادن توانایی نسل‌های آینده برای تأمین نیازهایشان، فراهم می‌آورد. از زمان کنفرانس سازمان ملل با عنوان توسعه و محیط که در سال ۱۹۹۲ میلادی در ریو برگزار شد، عنوان «توسعه»، به یکی از حساس‌ترین و مهم‌ترین واژگان در مباحثات تبدیل شده‌است. در سال ۱۹۹۲ در «کنفرانس زمین» توسعه پایدار چنین تعریف شد: رفع نیازهای نسل حاضر بدون مصالحه با نسل‌های آینده در راستای تأمین نیازهایشان. کمیسیون جهانی محیط‌زیست، توسعه پایدار را این‌گونه تعریف می‌کند: «توسعه پایدار فرایند تغییری است در استفاده از منابع، هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، سمت‌گیری توسعه فناوری و تغییری نهادی است که با نیازهای حال و آینده سازگار باشد.» کمیسیون «بروندلند» درباره توسعه پایدار می‌گوید: «توسعه پایدار به‌عنوان یک فرایند، لازمه بهبود و پیشرفت وضعیت و از میان‌بردن کاستی‌های اجتماعی و فرهنگی جوامع پیشرفته‌است و باید موتور محرکه پیشرفت متعادل، متناسب و هماهنگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تمامی جوامع، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه باشد.» (بنادرویش، ۲۰۱۲) توسعه پایدار توسعه‌ای است که بتواند نیازهای فعلی سازمان را بدون خدشه‌دار کردن به توانایی‌های نسل آینده در برآورد ساختن نیازهایشان پاسخ گوید. در این تعریف حق هر نسل در برخورداری از همان مقدار سرمایه طبیعی که در اختیار دیگر نسل‌ها قرار داشته به رسمیت شناخته شده و استفاده از سرمایه طبیعی در حد بهره آن مجاز شمرده شده‌است. توسعه پایدار چشم‌اندازی مهم و جدید در مدیریت و سیاستگذاری عمومی است که به‌طور گسترده‌ای خارج از ایالات متحده ظهور یافته است. این مفهوم تلاش می‌کند تا به نحو روشن‌تری نتایج آینده رفتارهای کنونی را مورد توجه قرار دهد. توسعه پایدار زمینه‌های مختلفی را مورد توجه قرار می‌دهد: تأثیر گازهای گلخانه‌ای، تغییرات آب‌وهوایی، تخریب لایه ازن، تخریب زمین، کاهش منابع غیرتجدید پذیر، آلودگی هوای شهرها (قطب، ۲۰۱۱).

پایداری وضعیتی است که در آن مطلوبیت و امکانات موجود در طول زمان کاهش نمی‌یابد و به توانایی اکوسیستم‌ها برای تداوم کارکرد در آینده نامحدود مربوط می‌شود بدون آنکه به تحلیل منابع یا استفاده بیش از حد منابع منجر شود. «پایداری، شرایطی است که در آن سیستم‌های اجتماعی و طبیعی در کنار هم و به شکل نامحسوس کار می‌کنند؛ اما این مفهوم هنوز هم توسط برخی سازمان‌های بین‌المللی مثل بانک جهانی در زمینه چشم‌انداز رشد مورد استفاده قرار می‌گیرد.» توسعه پایدار یک ایده و اصطلاح گسترده‌است که معانی متفاوتی دارد همین موضوع موجب برانگیزش واکنش‌های مختلف در این زمینه شده‌است. مفهوم توسعه پایدار تلاشی برای ترکیب مفاهیم در حال رشد حوزه‌ای از موضوعات محیطی با موضوعات اجتماعی اقتصادی است.

مفهوم توسعه پایدار را می‌توان تغییر در فهم رابطه انسان و طبیعت و انسان‌ها با یکدیگر دانست. این مسئله در تضاد کامل با دیدگاه‌های دو قرن گذشته انسان است. در دو قرن گذشته محیط یک موضوع خارجی و جدا نسبت به انسان‌ها تلقی شده‌است در این دیدگاه رابطه انسان و محیط را می‌توان بر این باور دانست که انسان باید با غلبه کامل بر طبیعت زندگی کند و باور براین بوده است که انسان می‌باید باقوه تفکر و دانش خود بر تمام موانع محیطی فائق آید و برای خود در طبیعت حکمرانی کند. همچنین این دیدگاه با تأثیراتی بر توسعه سرمایه‌داری و انقلاب صنعتی علم مدرن ادامه یافت. همین‌طور که بیکن یکی از پایه‌گذاران علم مدرن آن مطرح می‌کند و بر این باور است که ((جهان برای بشر نه بشر برای جهان)) (امینیان و همکاران، ۱۳۹۱). بشر باید با برنامه‌ریزی و مدیریت بر منابع طبیعی استفاده از این سرمایه را طولانی و دراز مدت کند. علم اقتصاد از علمی است که بر موضوع ارتباط انسان و رشد اقتصادی حاکم است و علم اقتصاد را می‌توان کلیدی دانست برای وجود رفاه در زندگی انسان و از طریق رشد اقتصادی فقر و تهیدستی می‌توان از بین برد. حساسیت واژه توسعه را می‌توان بعد از کنفرانس سازمان ملل با عنوان توسعه محیط دانست که در پشت این واژه مفاهیمی پنهان است که از یک طرف می‌توان آن را به عنوان تلاشی در جهت حل مسائل محیطی و علوم طبیعی اکولوژی و نگرانی درباره حفاظت طبیعت و از دیگر سویی دیگر مشکلات فقر و بحران اقتصادی جهان سوم دانست. توسعه پایدار که توسط اتحادیه بین‌المللی برای حفظ طبیعت در سال ۱۹۸۰ میلادی تشکیل گردید مطرح شد. چالش این اتحادیه که استراتژی حفاظت جهان است از لحاظ تئوری کمک شایانی به توسعه پایدار کرد.

در سال ۱۹۸۷ میلادی کمیته جهانی توسعه محیط به نام (آینده مشترک ما) را گزارش کرد که حاکی از تعریف جامعی از توسعه پایدار است: بشریت توانایی توسعه پایداری را دارد تا تضمین کند که نیازهای حال را بدون به خطر افتادن توانایی نسل‌های آینده برای تأمین نیازهایشان فراهم نمایند. برخی دیگر از صاحب‌نظران پایداری را نوعی نگرش به آینده می‌دانند که در واقع نقشه مسیری می‌بل شد که بر روی مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اصول اخلاقی و معنوی متمرکز است. توسعه پایدار یک حالت ثابت از هماهنگی را ندارد بلکه دارای یک فرایند تغییر در چیزی است که استخراج از معادن جهت سرمایه‌گذاری و راهبردی توسعه فناوری و تغییر نهادی را سازگار با نیازهای آتی همانند نیازهای امروز می‌سازد. توسعه پایدار را با دو عامل تعیین‌کننده می‌توان شناخت: مفهوم نیازهای اولیه چون غذا و لباس که با این عوامل می‌توان شرایط زندگی اولیه را فراهم کرد. مفهوم سازگاری تقاضای منابع فناوری و سازمان‌دهی اجتماعی با توانایی محیط برای تأمین نیازهای آینده را می‌پذیرد. دیدگاه‌های مختلف برای زندگی پایدار چالش معماری پایدار در

ارتباط با ایجاد یک راه جامع برای دستاوردهای محیطی و درعین حال برای به دست آوردن سطح کیفیت زندگی و ارزش‌های فرهنگی اقتصادی اجتماعی است (امینیان و همکاران، ۱۳۹۱).

سازمان ملل متحد، مفهوم توسعه پایدار را در برگیرنده جنبه‌های زیر می‌داند:

- درک اثرات توسعه با کاربرد ویژگی‌های غیرسنتی
- تلاش برای ایجاد توسعه بومی در چهارچوب محدودیت‌های خاص منابع طبیعی
- کمک به فقرا و فرودستان؛ آنان که به ناچار محیط‌زیست را تخریب می‌کنند.

نقش سازمان‌های غیر دولتی و بخش خصوصی در توسعه پایدار

تحرك سازمان‌های غیر دولتی در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی از ویژگی‌های دوران جدید است. این تشکلهای داوطلبانه مردمی که با تنوع در شکل، سطح، تخصص و از این قبیل به صورت مستقل فعالیت می‌کنند، به‌عنوان پاسخی مسئولانه از طرف مردم با مشارکت در عرصه‌های حیات اجتماعی، به تحرك در زمینه‌های مختلف دامن می‌زنند.

سازمان‌های غیر دولتی در شکل‌دهی و تحقق دموکراسی مشارکتی، نقش حیاتی بر عهده دارند. این سازمان‌ها، به جهت آزادبودن از قید و بندهای فعالیت‌های رسمی زمینه‌های بسیار مساعدی برای مشارکت در مناظره توسعه پایدار یافته‌اند. این سازمان‌های مردمی که در همه سطوح بین‌المللی، ملی و محلی فعالیت می‌کنند، قادرند در شبکه‌ای گسترده ارتباط وسیع و متنوع خود را سامان دهند. هر کسی در هر سطحی در جهان ناگزیر از اتخاذ تصمیم‌هایی است و لذا هم‌زمان، هم از اطلاعات استفاده می‌کند و هم به تولید اطلاعات می‌پردازد. در سطح کشورها برای آنکه تصمیم‌سازان و عامه مردم بتوانند تصمیم‌های مناسب اتخاذ کنند، ضرورتاً باید به اطلاعات دقیق و سریع دسترسی داشته باشند، درحالی‌که در بسیاری از کشورها عملاً داده‌های مورد نیاز برای تصمیم‌گیری در اختیار نیست (مورای، ۲۰۱۶).

در پاسخ به همین نیاز حیاتی بسیاری از نهادهای فرهنگی در جهان همت خود را متوجه بسط و گسترش «جامعه اطلاعاتی» کرده‌اند. ارتباط مستقیم و بدون واسطه «گروه‌های شهروندی داوطلب» با مردم در جوامع مختلف یکی از ویژگی‌هایی است که در اعتلای سطح آگاهی‌های مردم نقش ممتازی بر عهده داشته است. سازمان‌های غیر دولتی اینک به واقعیتی غیر قابل‌انکار تبدیل شده‌اند و از این جهت روزبه‌روز بر دامنه تنوع و گستردگی آن‌ها افزوده می‌شود.

سازمان‌های غیر دولتی به جهت توانمندی بالقوه و بالفعل خود و نیز به دلیل پویایی و وسعت و گوناگونی مباحث و مسائل مطرح در توسعه پایدار در این زمینه مناظره اعتبار و منزلت ممتازی

یافته‌اند. به نظر می‌رسد عرصه پویای توسعه پایدار، به دلیل ابتکارات و امکانات گسترده‌ای که این گروهها و سازمانها، خلق کرده‌اند، به ظرفیت‌های جدیدی دست یافته است. این سازمانها به‌خصوص به مدد این امکانات توانسته‌اند با خارج‌شدن از انحصار دولت‌ها و حتی نهادهای بین‌المللی و بین‌الدولی تداوم حیات خود را به صورت مستقل در واپسین سال‌های هزاره دوم تثبیت و در نتیجه کارآمدی خود را در طلوع هزاره سوم تضمین کنند (مورای، ۲۰۱۶).

شاخص‌های پایداری

شاخص‌های پایداری به چند دلیل پرتعدادترین و پرکاربردترین ابزار ارزیابی پایداری مقصدهای گردشگری است؛ از مهم‌ترین دلایل، فرآیند نسبتاً روشن و واضح تهیه آن‌ها نسبت به دیگر ابزارهای ارزیابی است. تهیه مجموعه شاخص‌های پایداری در انتخاب، انعطاف پذیرند، بنابراین بهبود پایگاه داده از طریق افزودن شاخص‌های بیشتر یا جایگزین کردن آن‌ها امکان پذیر است. هم اطلاعات کمی و هم کیفی می‌تواند برای شاخص‌ها استفاده شود. این مسئله به‌ویژه برای جنبه‌هایی که داده کمی در دسترس نیست یا شاخص عملکرد در ارتباط با اهداف کیفی است، از جمله رضایت گردشگر یا پیشگیری از ازدحام در پیاده‌روها، اهمیت دارد. علاوه بر اینها، شاخص‌های پایداری کمی می‌تواند کیفیت زیاد داده‌های اجتماعی و فیزیکی را به اطلاعات مدیریتی کاهش دهد تا به آسانی قابل مقایسه و جمع پذیر باشد. امروزه پذیرفته شده است که شاخص‌های قراردادی رفاه مثل GNP، دیدگاه یک سویه و بخشی از توسعه به ما می‌دهد.

شاخص‌های قراردادی گردشگری مثل تعداد ورودی‌ها، طول اقامت آن‌ها و هزینه‌های خرج شده، مدت زیادی است که برای نظارت بر عملکرد مقصد استفاده شده‌اند اما همان‌طور که GDP شاخص کافی از سطح رفاه انسانی نبود، این شاخص‌ها برای اندازه‌گیری پایداری گردشگری کافی نیستند. شاخص‌ها باید ارتباط بین مسائل اقتصادی، اجتماعی و محیطی و روابط قدرتی بین کسانی که «شاخص‌های پایداری» را تهیه کرده‌اند را نشان دهد. چنین شاخص‌هایی آزمایشی هستند و در سطح محلی به کار می‌روند. شاخص‌های پایداری برای گردشگری متفاوت از شاخص‌های سنتی توسعه هستند به علت این‌که آن‌ها شبکه پیچیده ارتباطات و وابستگی منابع و ذی‌نفعان را در سیستم گردشگری در نظر می‌گیرند.

گرچه گردشگری به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی همواره از گذشته تاکنون وجود داشته است، اما تنها در دهه‌های اخیر است که توجه دولت‌ها به مسئله گردشگری به‌عنوان راهی برای کسب درآمدهای کلان در کنار سایر منابع اقتصادی (صمیمی و خیره، ۱۳۹۲؛ فیض و نبوی، ۱۳۹۵) و نیز ترویج سنتهای فرهنگی و هنجارهای اجتماعی (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱. ابراهیمی و همکاران،

(۱۳۹۵)، ملی- محلی، در نتیجه برنامه‌ریزی آگاهانه و عامدانه افزایش یافته است. از سوی دیگر، گسترش ارتباطات اجتماعی و فراهم‌آمدن امکانات لازم مسافرتی شوق به گردشگری را در میان مردم فزونی بخشیده است. با این حال، گردشگری به‌عنوان یک پدیده با آرمان توسعه پایدار اجتماعی پیوند خورده و به سوی ساحتی فراتر از سیاحت و گشت و گذار گام نهاده است. در این معنا پایداری گردشگری نیازمند توجه به همه ابعاد طبیعی، اجتماعی و انسانی است به گونه‌ای که در کنار بعد تفریحی و درآمدزایی آن آسیب رساندن به میراث طبیعی و فرهنگی جوامع به حداقل کاهش یابد (راسخی و همکاران، ۱۳۹۵).

شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری

نظارت، فرآیند اندازه‌گیری مداوم یک یا چند پدیده به‌منظور ارزیابی تغییرات آن‌ها در طول زمان است. برای تمامی استراتژی‌های توسعه پایدار، ارزیابی لازم است چراکه فرصت‌هایی برای ارزیابی اثربخشی سیاست‌ها و اقدامات فراهم می‌کند و توجه را به مسائل جلب می‌کند و پاسخ‌های مدیریتی مناسب را موجب می‌شود. توسعه پایدار گردشگری شامل مدیریت آگاهانه منابع طبیعی، فرهنگی و اقتصادی و استفاده از ابزارهای خاص مدیریتی به‌منظور پایداری این صنعت است. تحقق گردشگری پایدار، یک فرایند مداوم است و نیاز به نظارت پیوسته اثرات و در صورت لزوم، انجام اقدامات پیشگیرانه/اصلاحی دارد. اندازه‌گیری عملکرد کل گردشگری، در سطح محلی، ملی یا منطقه‌ای به‌طورسنتی در ابعاد اقتصادی و مالی آن متمرکز شده است. گرچه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری و فعالیت‌های گردشگران، دامنه‌ی گسترده‌ای از اثرات منفی و مثبت را شامل می‌شود. ابزارهای مختلفی برای سنجش پایداری گردشگری وجود دارد.

ابزارهای ارزیابی پایداری در گردشگری معمولاً اثرات کلان (جهانی و منطقه‌ای) و خرد (محلی و در سطح سایت) را اندازه می‌گیرند. یکی از این ابزارهای ارزیابی گردشگری، شاخص‌های پایداری است. شاخص‌های پایداری، ارزیابی را با استفاده از معیارهایی می‌سنجد. اخص‌های پایداری نه تنها برای سنجش میزان پیشرفت مفیدند، بلکه فرآیند یادگیری را برای شناخت کلی مسائل محیطی و اجتماعی بر می‌انگیزند، ظرفیت‌سازی جامعه را آسان می‌کند و به تعیین اهداف توسعه پایدار و استراتژی‌های مناسب مدیریتی کمک می‌کند. معیارهای پایداری در حال حاضر، ملغمه‌ای از شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی است. شاخص‌های اقتصادی برای سنجش وضعیت اقتصادی استفاده می‌شود. شاخص‌های اجتماعی، بعد از جنگ جهانی دوم مطرح شدند و

شاخص‌های محیطی، هنوز جدید هستند. پایداری چیزی بیش از همبستگی اقتصاد، جامعه و محیط است. هر چند این موارد مهم‌اند، اما جلوه‌های بیرونی پایداری هستند (تراپ، ۲۰۱۱).

اهمیت اندازه‌گیری پایداری در اصول بلاجیو

با توجه به این که گردشگری پایدار یک هدف دست نیافتنی در آینده قابل‌پیش‌بینی است، بهترین رویکردی که در این زمینه می‌توان اتخاذ کرد، تمرکز بر بهبود عملکرد گردشگری از نظر پایداری است. بیشتر تلاش‌های صورت گرفته، برای فائق آمدن بر مشکلات و پیچیدگی‌هایی است که در فرایند ارزیابی وجود دارد. اصول بلاجیو یکی از این موارد است. در سال ۱۹۹۶، گروهی از متخصصان جلسه‌ای در یکی از شهرهای ایتالیا (بلاجیو) برگزار کردند تا مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های کلی را تهیه کنند که به اجرای استراتژی‌های توسعه پایدار کمک کند. این دستورالعمل به‌طور خاص به گردشگری می‌پردازد. در پایان این جلسه، کارشناسان به مجموعه اصولی برای اندازه‌گیری پیشرفت در جهت توسعه پایدار دست‌یافتند که به اصول بلاجیو شناخته شده است. اولین اصل بلاجیو بر نیاز به داشتن چشم‌انداز واضح و تعریف عملیاتی از آنچه توسعه پایدار پنداشته می‌شود، تأکید می‌کند. سه اصل بعد، اشاره به تقدم مدل جامع در حمایت از رویکرد سیستمی و کل‌گرا دارد که قلمرو زمانی و فضایی کافی را در نظر می‌گیرد. تأکید اصول بعدی بر نیاز به عملی بودن و پاسخ‌گوبودن آن‌ها به‌منظور دوری از مشکلات سیاسی است. اصل آخر، مربوط به ظرفیت کافی برای ارزیابی در نیاز به تأمین مالی استراتژی‌های توسعه پایدار است (ورنر، ۲۰۱۶).

• اصول بلاجیو برای توسعه پایدار

- ✓ توسعه پایدار باید در زمینه خاص خود به‌طور روشن تعریف شود.
- ✓ پایداری باید در معنای کلی آن دیده شود، شامل اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی
- ✓ مفهوم برابری باید در هر رویکردی به توسعه پایدار دیده شود.
- ✓ افق زمانی باید با توجه به مقیاس زمانی اکوسیستم و انسانی باشد و مقیاس فضایی باید شامل اثرات محلی و دوربرد بر افراد و اکوسیستم باشد.
- ✓ پیشرفت در جهت توسعه پایدار باید بر اساس سنجش تعداد محدودی از شاخص‌های مبتنی بر اندازه‌گیری استاندارد باشد.
- ✓ روش‌ها و داده‌های به‌دست‌آمده برای ارزیابی پیشرفت باید برای همه قابل‌دسترس باشد.
- ✓ پیشرفت باید به اطلاع همه برسد.
- ✓ مشارکت گسترده لازم است.
- ✓ سنجش مکرر به‌منظور تعریف روندها باید امکان پذیر باشد.
- ✓ حصول اطمینان از ظرفیت رسمی به‌منظور نظارت بر پیشرفت توسعه پایدار (ورنر، ۲۰۱۶).

اخلاق در گردشگری

اخلاق یا ethos از واژه یونانی ethics به معنای عادت رفتاری منشعب شده است که در واقع به این سؤال اساسی پاسخ می‌دهد که انسان برای این که خوب باشد چه باید بکند. در واقع اخلاق به منزله قواعد، استانداردها، و اصولی تعریف شده که رفتار خوب، شایسته، و اصیل را به افراد یک جامعه یا گروه خاص نشان می‌دهد. می‌توان این قواعد، استانداردها، و اصول را در زمینه‌های گوناگونی از زندگی اجتماعی یافت؛ از قبیل پزشکی، مهندسی، حقوق، بازاریابی، ورزش، تجارت و محیط‌زیست. در گردشگری، معمولاً اخلاق به شکل کدهای اخلاقی مطرح می‌شود و به بایدها و نبایدها می‌پردازد تا افراد و گروه‌ها بتوانند با در نظر داشتن ملاحظات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، و بوم‌شناختی از حداکثر منافع مورد انتظار برخوردار باشند (تربیب، ۲۰۱۳).

با توجه به شناختی که در حال حاضر در خصوص ماهیت انسان وجود دارد، تأمل درباره گردشگری از دیدگاه اخلاق می‌تواند این امکان را فراهم آورد تا شکل‌های جدیدی از گردشگری جایگزین یا گردشگری مسئولانه پی‌ریزی شود؛ اشکال جدیدی از گردشگری که در برابر مدل گردشگری انبوه قرار دارند؛ بنابراین، تئوری‌های اخلاقی می‌توانند به منزله ابزارهایی تلقی شوند که ما را در ساختن بستری برای مسئولیت مشترک در گردشگری یاری می‌دهند (تربیب، ۲۰۱۳).

به رغم ژرفای فلسفی اخلاق گردشگری، آنچه تاکنون به زبان فارسی در خصوص اخلاق گردشگری گفته شده، بیشتر به کدهای اخلاقی و بایدها و نبایدها از منظر ایدئولوژی خاص پرداخته است؛ ولی چالش‌های فلسفی و سؤالات اساسی اخلاق در اکثر این کوشش‌های علمی به زبان فارسی نادیده انگاشته شده اخلاق‌اند. برای مثال، برخی نویسندگان هدف از نگارش مقاله خود را چنین بر شمرده‌اند: "نکات اخلاقی را که برای سفر بیان شده بیابد تا از این طریق نقاطی را که اسلام بر آن، منابع دینی‌ها تأکید دارد و به بهره‌مندی بیشتر از سفر منجر می‌شود در اختیار علاقه‌مندان قرار دهد" (موسوی، ۱۳۹۵).

آنچه گردشگری پایدار را به کنشی اخلاقی تبدیل می‌سازد از یک سو، ضرورت ایجاد نگاهی جامع و هماهنگ است که زمینه‌های وحدت و پویایی را فراهم می‌کند، و از سوی دیگر ضرورت تغییر نگاه به جامعه، فرهنگ، جهان و به‌طور کلی سبک‌های زندگی است. بنابراین وضعیت آرمانی گردشگری پایدار در عصر کنونی نیازمند در انداختن طرح دیگری برای پاسخگویی به نیازهای زمانه در این قلمرو است. با این همه چنانچه گفته شد تحقق این وضعیت آرمانی در گرو فراهم‌آمدن شرایط معرفتی است که در آن دگرگونی در فهم ماهیت و فرایند فهم امری لازم است. به عبارت دیگر، چگونه می‌توان شیوه‌ها و الگوهای رایج گردشگری را دگرگون ساخت در حالی که فهم ما به

جامعه، فرهنگ، جهان و طبیعت ابزاری، فناورانه و سودجویانه است؛ فهمی که در نگرش به جهان، طبیعت و انسان به‌منابه سوژه‌های برای کنترل و استیلای یک فاعل قهار ریشه دارد. این تلقی از فهم به واسطه رویکرد سوداگرانه و تهاجمی‌اش، مانع از شکل‌گیری کنش اخلاقی راستین می‌شود. وضعیتی که در آن نوع رابطه و فهم از جهان به نازلترین سطح تنزل می‌کند و شدیداً تحریف می‌شود. درحالی‌که در بطن گردشگری لذت دیدن و تجربه کردن نهفته است؛ نگاه ابزاری به آن می‌تواند سبب ویرانی و تخریب، لذت‌بردنهای کم‌مایه و نگاه سطحی به طبیعت، جامعه‌ها و فرهنگ‌های بومی گردد. بنابراین پایداری نیازمند فهمی عمیق‌تر و به تعبیر گادامر بر بنیاد نوعی مشارکت و رابطه‌های من-تویی استوار است (رضوان و همکاران، ۱۳۹۳).

طرح گردشگری پایدار وضع مطلوبی را توصیف می‌کند که در آن گردشگران، ارتباطی آگاهانه با ساکنان یک جامعه یا منطقه برقرار می‌کنند. در این جا منظور از برقراری ارتباط زمینه‌ای است که در آن نه‌تنها فرهنگ و ارزش‌های سنتی-ملی، محلی و بومی- بلکه فهم و دریافت عمیق آن ارزش‌ها نیز موردتوجه قرار می‌گیرد. توجه و اهتمام به فهم ارزش‌های فرهنگی یک جامعه که در نمادهای آن چون آثار هنری و ادبی و در نیز آداب و رسوم و باورهای عمومی منعکس می‌شود خود نوعی خواست معطوف به اخلاق است. چنین فهمی نیازمند ارتباط است. بدون ارتباط، فهم عمیق و اصیلی رخ نمیدهد. از این روست که پایداری گردشگری را نمیتوان بدون برقراری چنین ارتباطی میان گردشگران و سنت‌های ساکنان جوامع بومی و محلی تصور نمود (رضوان و همکاران، ۱۳۹۳).

گردشگری و کدهای اخلاقی

کدهای اخلاقی درواقع عبارات‌اند از تعریفی مکتوب و رسمی که به همه ذی‌نفعان داخل و خارج از گروه اجتماعی یا سازمان اعلام می‌دارد که چه برداشت و انتظاری می‌توانند از آن گروه اجتماعی یا سازمان داشته باشند و کارکنان را آگاه می‌کند که چه رفتارهایی را بهتر است داشته یا نداشته باشند. به معنای عام، کدهای اخلاقی در برگزیده برداشت و دیدگاه اخلاقی یک سازمان درباره خود است (فنل و مالوی، ۲۰۱۰). کدهای اخلاقی یکی از شناخته شده‌ترین جنبه‌های اخلاق گردشگری‌اند که برای تضمین گردشگری پایدار و مسئول طراحی شده‌اند. این کدهای اخلاقی با حروف اختصاری GCET شناخته می‌شوند که می‌توانند راهنمای عمل همه دست‌اندرکاران توسعه گردشگری قرار گیرند. هدف از تدوین این کدها افزایش سود حاصل از گردشگری و درعین حال کاهش تأثیرات منفی بالقوه گردشگری بر محیط‌زیست، میراث فرهنگی، و جوامع سرتاسر جهان بوده است. این کدها را سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۹ تدوین و دو سال بعد سازمان ملل

متحد آن‌ها را تأیید کرد و به رسمیت شناخت. کدهای اخلاقی گردشگری در ۱۰ ماده بدین شرح تدوین شده‌اند (وب سایت سازمان جهانی گردشگری ملل متحد):

ماده اول: شناخت و احترام متقابل بین مردم و جوامع

ماده دوم: گردشگری به منزله وسیله‌ای برای شکوفایی فردی و اجتماعی

ماده سوم: گردشگری به منزله یکی از عوامل توسعه پایدار

ماده چهارم: جایگاه میراث فرهنگی در گردشگری و نکات لازم برای بهبود آن

ماده پنجم: گردشگری به منزله فعالیتی سودمند برای کشورهای میزبان و جوامع محلی

ماده ششم: تعهدات گروه‌های ذی نفع در توسعه گردشگری

ماده هفتم: حقوق گردشگران

ماده هشتم: آزادی گردشگران در جابه جایی

ماده نهم: حقوق کارکنان و کارآفرینان در صنعت گردشگری

ماده دهم: اجرای اصول قوانین اخلاقی جهانی برای گردشگری.

همان گونه که مشاهده می‌شود، این مواد ده‌گانه فقط جنبه‌های اخلاقی گردشگری در ارتباط با جوامع میزبان را یادآور می‌شود. در واقعیت، گردشگری مدرن می‌تواند با تخطی از کدهای اخلاقی، به ناهنجاری‌های اجتماعی دامن بزند. تخطی از کدهای اخلاقی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم اتفاق می‌افتد و تأثیر آن‌ها فقط به بخش گردشگری محدود نمی‌ماند. برای مثال، در مطالعه موردی که در کشور نپال انجام شده ارتباط شیوع خودفروشی با گردشگری بررسی شده است. خودفروشی فقط با افزایش تعداد گردشگران به‌طور مستقیم ارتباط ندارد. حتی در برخی مواقع گردشگران خود مشتری اصلی این ناهنجاری اجتماعی نیستند، بلکه رشد گردشگری به افزایش مشاغل مرتبط با گردشگری منجر شده و خیل کارگرانی که بیشتر آن‌ها مهاجرند، به این بازار رونق می‌دهد (پانندی، ۲۰۱۰). یکی از مزایای بخش گردشگری این است که می‌تواند نسبت به مبلغ سرمایه‌گذاری، تعداد شغل درخور توجهی ایجاد کند و اکثر این مشاغل به مهارت بالایی نیاز ندارند. تعداد فراوان کارکنان غیرماهر می‌تواند مهاجرت را به سوی مراکز گردشگری تشویق کند. خانه‌های کارگری که تعداد درخور توجهی کارگران غیرماهر و غیربومی را در خود جای می‌دهد می‌تواند به کانون برخی ناهنجاری‌های اجتماعی تبدیل شود (موسوی، ۱۳۹۵).

البته نقش مستقیم گردشگران در شیوع فحشا غیرقابل انکار است که البته با زمینه‌های جغرافیایی و فرهنگی منطقه نیز مرتبط است. گاهی این ناهنجاری اجتماعی صورت‌های دهشتناکی پیدا می‌کند

که آثار سوء آن در جامعه غیرقابل جبران است. برای مثال، نظرسنجی از صد دانش آموز در شهر کالوتارا سریلانکا نشان می‌دهد که ۸۶ نفر از دانش آموزان مطالعه شده اولین تجربه جنسی خود را در ۱۲ و ۱۳ سالگی با یک گردشگر خارجی داشته‌اند (بودیانو، ۲۰۱۱).

گردشگرانی که اکثراً از تمدن‌هایی می‌آیند که خود رابطه جنسی با کودکان را به شدت تقبیح می‌کنند و قوانین مدنی آن‌ها مجازات‌های سنگینی برای چنین بزه‌ای در نظر گرفته است؛ اما چرا وقتی این گردشگران از زمینه اجتماعی خود جدا می‌شوند در رعایت کدهای اخلاقی خود دچار اغتشاش و سردرگمی می‌شوند؟ این با نسبی‌گرایی اخلاقی فرق می‌کند. در نسبی‌گرایی اخلاقی، ارزش‌های اخلاقی متفاوت در جوامع گوناگون به رسمیت شناخته می‌شود؛ بنابراین، سؤال این است که اگر ارزش‌های اخلاقی مهمان و میزبان در تعارض قرار گیرند، حق با کدام یک است؟ گردشگری به این پرسش به روشنی پاسخ می‌دهد. حق با میزبان است؛ بنابراین، باید در روم مانند رومی‌ها رفتار کرد (اسمیت و دوفی، ۲۰۱۲)؛ اما وضعیت زمانی پیچیده می‌شود که ما با مهمان‌هایی روبه‌رو می‌شویم که از ارزش‌های اخلاقی هر دو طرف عدول می‌کنند؛ وضعیتی که در گردشگری مدرن چندان کمیاب نیست. باز هم این پدیده به تلقی اخلاقی گردشگران از مفهوم «دیگری» بر می‌گردد. گردشگری مدرن همه عناصر سفر را در بسته‌های خود ارائه می‌دهد. این بسته حاوی بلیت هواپیما، هتل، مکان‌های گردشگری، و هر آنچه در سفر می‌توان از آن لذت برد است. گردشگران را به سرزمین‌های متفاوت می‌برد که در آنجا انسان‌هایی از نژادهای دیگر با فرهنگ‌های متفاوت زندگی می‌کنند و فضای مفهومی این نوع گردشگری گردشگران را وا می‌دارد که این انسان‌های متفاوت را جدی نگیرند.

پیشینه تحقیق

در تحقیقات پیشین محققان بسیاری به‌طور جداگانه ابعاد توسعه پایدار در گردشگری را مورد مطالعه قرار دادند. به‌طور مثال درباره جنبه‌های گوناگون اجتماعی (موسای، ۱۳۹۱؛ فیض و نبوی، ۱۳۹۵) اقتصادی (صمیمی و خیره، ۱۳۹۵؛ ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۵) زیست‌محیطی (راسخی، ۱۳۹۵) حقوقی (شاکری و بابایی، ۱۳۹۴) سیاسی (فریسی، ۱۳۹۵) و یا حتی چالش‌های گردشگری (محسنی و همکاران، ۱۳۹۵) پژوهش‌های درخور توجهی انجام شده است. این پژوهش‌ها بیش از هر چیز بر عوامل بیرونی مؤثر بر گردشگری پایدار پرداخته‌اند. با توجه به این‌که شرکت‌های هواپیمایی از مهم‌ترین و نزدیکترین عوامل خدماتی به گردشگران داخلی و خارجی هستند، جالب‌توجه است که هیچکدام از پژوهش‌ها در شرکت‌های هواپیمایی صورت نپذیرفته است؛ لذا با توجه به پیشینه یادشده این موضوع می‌تواند مورد توجه ایرلاین‌های کشور قرار گیرد.

روش تحقیق

روش تحقیق به این معنی است که مشخص کنیم که چه روش تحقیقی برای رسیدن به موضوع تحقیق، با توجه به هدف تحقیق و امکانات اجرایی مناسب است (باقرزاده، ۱۳۸۴). با توجه به این که پژوهش حاضر به بررسی تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار، تأکیدی با محوریت شرکت‌های هواپیمایی ایران می‌پردازد، می‌توان گفت که این تحقیق از نظر هدف، کاربردی است. از آنجا که در پژوهش به‌طور غالب به دلیل این که جمع‌آوری اطلاعات از همه اعضای تشکیل دهنده یک جامعه، زمان بر بوده و از نظر هزینه مقرون به صرفه نیست و توانایی انجام تحقیق روی کل جامعه وجود ندارد، محقق از جامعه اصلی (کل) نمونه‌ای را گزینش می‌کند. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مشتریان پنج شرکت برتر هواپیمایی ایران (ایران ایر، آسمان، ماهان، قشم ایر و کیش ایر) هستند؛ لذا در پژوهش حاضر با توجه به تعداد نامحدود بودن جامعه آماری، از فرمول جامعه نامحدود کوکران در انتخاب حجم نمونه استفاده شد و حجم نمونه مطابق فرمول ۳۸۶ نفر محاسبه و پرسشنامه‌ها در میان آن‌ها توزیع گردید. پس از آن که اطلاعات از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و کدگذاری و وارد کامپیوتر شد از روش‌های موجود در آمار توصیفی (جدول توزیع فراوانی، میانگین، واریانس، درصد، نمودارها و...) و در بخش آمار استنباطی (ضریب همبستگی، رگرسیون چندگانه و بررسی فرضیه‌ها و تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار شرکت‌های هواپیمایی ایران با استفاده از نرم‌افزار آماری^۱ SPSS برای تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت پذیرفت.

بررسی فرضیه‌های پژوهش

آزمون نرمالیت

برای نشان دادن نرمال و غیرنرمال بودن توزیع‌ها (متغیرها) از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (K-S) استفاده شده است. که در تعیین این آزمون چنانچه اگر sig بزرگ‌تر از ۰.۰۵ باشد توزیع نرمال و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک جهت تجزیه و تحلیل استفاده کرد در غیر این صورت از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده می‌شود.

جدول (۱) آزمون کولوموگروف - اسمیرنوف متغیر

متغیرها	p-value	نتیجه آزمون
پایداری اقتصادی	۰/۲۰۲	نرمال است
پایداری اجتماعی	۰/۰۵۱	نرمال است
پایداری فرهنگی	۰/۲۷۳	نرمال است
پایداری زیست محیطی	۰/۱۱۵	نرمال است
اخلاق گردشگری	۰/۰۹۱	نرمال است

نتیجه: با توجه به این که در تمامی متغیرهای تحقیق، (Sig > 0.05) است نتیجه می‌گیریم که متغیرهای تحقیق نرمال هستند.

• **استقلال تصادفی خطاها:** این مفروضه بیانگر تفاوت بین مقادیر خطای مشاهده شده است. چنانچه آماره‌ی دوربین واتسون در فاصله بین ۲/۵-۱/۵ باشد بیانگر برقراربودن استقلال تصادفی خطاهاست، به طوری که مقادیر زیر ۱ و بالای ۳ می‌تواند تهدید جدی برای تحلیل رگرسیون به شمار آید؛ بنابراین از آنجایی که آماره فوق برابر با ۲/۳۴ است مفروضه مستقل بودن تصادفی خطاها برقرار است (جدول ۲).

• **تشخیص عدم هم خطی چندگانه:** به عنوان یکی از پیش فرض‌های رگرسیون، متغیرهای پیش بین باید مستقل از یکدیگر باشد؛ به عبارتی یک متغیر مستقل تحت تأثیر متغیر مستقل دیگر نباشد. جهت این کار مقادیر اغماض^۱ و عامل تورم واریانس (VIF)^۲ محاسبه شده است. به لحاظ نظری چنانچه مقدار اغماض (تحمل) کوچکتر از ۱/۱ و همین‌طور مقدار VIF بزرگتر از ۱۰ باشد، تهدیدی برای رگرسیون به حساب می‌آید.

جدول (۲) تشخیص عدم هم خطی چندگانه و استقلال تصادفی خطاها

متغیرها	اغماض	VIF	دوربین - واتسون
پایداری اقتصادی	۰/۷۶۷	۱/۳۰۴	۲/۳۴
پایداری اجتماعی	۰/۷۶۳	۱/۳۱۱	
پایداری فرهنگی	۰/۸۲۷	۱/۲۰۹	
پایداری زیست محیطی	۰/۸۲۸	۱/۲۰۷	

1- Tolerance

2- Variance inflation factor

همان گونه که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، مقادیر اغماض برای تمام متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۱ بوده و تقریباً به ۱ نزدیک هستند و همین‌طور مقادیر VIF برای متغیرها بسیار کوچک ($VIF < 1.0$) هستند، بنابراین مفروضه عدم هم‌خطی چندگانه میان متغیرها برقرار بوده و اجرای رگرسیون امکان پذیر است.

بررسی فرضیه اصلی

فرضیه اصلی: اخلاق محوری در گردشگری بر توسعه پایدار تأثیری مثبت و معنادار دارد. جهت تعیین همبستگی چندگانه میان متغیرها از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. بدین منظور متغیرهای پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی و پایداری زیست‌محیطی به‌عنوان متغیرهای وابسته و اخلاق محوری به‌عنوان متغیر مستقل به‌طور هم‌زمان با روش ورود مکرر وارد معادله رگرسیون شدند.

جدول شماره (۳) خلاصه رگرسیون متغیرهای پیش بین روی اخلاق محوری

مدل	ضریب همبستگی R	ضریب تعیین R ²	ضریب تعیین تعدیل شده ΔR^2	خطای معیار برآورد SEE
۱	۰/۶۸۳	۰/۴۶۶	۰/۴۵۹	۰/۴۷۴۰۲

همان‌طور که در جدول شماره (۳) مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی چندگانه میان متغیرها برابر با ۰/۶۸۳ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۴۵۹ است که حاکی از آن است که ۴۶ درصد از واریانس اخلاق محوری را متغیرهای پیش بین به‌طور مشترک تبیین می‌کنند.

جدول شماره (۴) آماره F معنی‌داری رگرسیون و ضریب همبستگی چندگانه

سطح معناداری	آماره F	میانگین مجموع مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۰	۶۲/۵۲۰	۱۴/۰۴۸	۴	۵۶/۱۹۱	رگرسیون
		۰/۲۲۵	۳۸۱	۶۴/۲۶۲	باقیمانده
			۳۸۵	۱۲۰/۴۵۳	کل

همان‌طور که جدول شماره (۴) مشاهده می‌شود، F به دست آمده حاکی از آن است که ضریب همبستگی چندگانه میان متغیرها و همین‌طور رگرسیون متغیر مستقل روی متغیرهای وابسته از لحاظ آماری معنی‌دار است ($p < 0/05$; $F(4,286) = 62/520$).

جدول شماره (۵) خلاصه ضرایب رگرسیونی

سطح معناداری	آماره t	ضرایب غیراستاندارد		مدل رگرسیون
		Beta	خطای معیار	
۰/۰۰۰	۴/۷۶۰		۰/۳۷۳	(عدد ثابت)
۰/۰۰۰	۸/۳۳۷	۰/۴۱۱	۰/۰۶۸	پایداری اقتصادی
۰/۰۰۰	۶/۰۰۵	۰/۲۹۷	۰/۰۷۵	پایداری اجتماعی
۰/۰۰۰	۳/۸۲۲	۰/۱۸۲	۰/۰۶۰	پایداری فرهنگی
۰/۰۰۰	۲/۳۶۸	۰/۳۹۴	۰/۰۶۶	پایداری زیست‌محیطی

در جدول (۵) ضرایب رگرسیونی مبنی بر سهم هر یک از متغیرهای وابسته در تأثیرپذیری از متغیر مستقل ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، پایداری اقتصادی با بیش‌ترین مقدار بتا به‌عنوان تأثیرپذیرنده‌ترین متغیر است. به عبارتی پایداری اقتصادی ۴۱ درصد، پایداری اجتماعی ۲۹ درصد، پایداری فرهنگی ۱۸ درصد و پایداری زیست‌محیطی ۳۹ درصد از تأثیر از متغیر مستقل تأثیر می‌پذیرند.

بررسی فرضیه‌های فرعی

فرضیه اول: اخلاق‌محوری در گردشگری بر پایداری اقتصادی تأثیری مثبت و معنادار دارد.

جدول (۶) بررسی فرضیه فرعی اول

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین شده	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار تخمین
۱	۰/۲۸۶	۰/۰۸۲	۰/۰۷۹	۰/۶۱۸۶۵

مطابق جدول فوق، ضریب تعیین نشان می‌دهد که مدل حاصل شده، ۰/۰۸۲ درصد از تغییرات پایداری اقتصادی را تبیین می‌کند. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد؛ لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۷۹ درصد است.

جدول (۷) معنی‌دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F

سطح معناداری	آماره F	مجدور میانگین	درجه آزادی	مجموع مربعات	مدل
۰/۰۰۰	۲۵/۷۲۶	۹/۸۴۶	۱	۹/۸۴۶	رگرسیون
		۰/۳۸۳	۳۸۴	۱۱۰/۶۰۷	باقی مانده
			۳۸۵	۱۲۰/۴۵۳	مجموع

برای اینکه بتوانیم صحت مدل رگرسیون تأثیر متغیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اقتصادی بررسی کنیم از آزمون فیشر در جدول آنالیز واریانس رگرسیون استفاده می‌کنیم. با توجه به جدول آنالیز واریانس فوق، آماره آزمون فیشر برابر با ۲۵/۷۲۶ است که با توجه به سطح خطاپذیری کوچکتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که نیکویی برازش مدل رگرسیون مربوط به تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اقتصادی مورد تأیید قرار می‌گیرد. در ادامه با استفاده از مدل رگرسیون خطی بین دو متغیر نقش ضرایب رگرسیون مربوط به اخلاق محوری در گردشگری و تأثیرگذاری آن بر متغیر پایداری اقتصادی را می‌توان نشان داد. مدل رگرسیون به صورت زیر نمایش داده می‌شود.

جدول (۸) محاسبه معادله رگرسیون دو متغیر

سطح معنی‌داری	آماره t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		Beta	خطای معیار	B	
۰/۰۰۱	۳/۵۰۴	۰/۲۸۶	۰/۳۶۹	۱/۲۹۴	ثابت
۰/۰۰۰	۵/۰۷۲		۰/۰۷۹	۰/۴۰۰	پایداری اقتصادی

فرضیه دوم: اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اجتماعی تأثیری مثبت و معنادار دارد.

جدول (۹) بررسی فرضیه فرعی دوم

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین شده	خطای معیار تخمین
۱	۰/۵۷۶	۰/۳۳۲	۰/۵۲۷۶۱

مطابق جدول فوق، ضریب تعیین نشان می‌دهد که مدل حاصل شده، ۰/۳۳۲ درصد از تغییرات پایداری اجتماعی را تبیین می‌کند. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد؛ لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۰/۳۳۰ درصد است.

جدول (۱۰) معنی دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مجذور میانگین	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۴۰/۰۰۳	۱	۴۰/۰۰۳	۱۴۳/۷۰۲	۰/۰۰۰
باقی مانده	۸۰/۴۵۰	۳۸۴	۰/۲۷۸		
مجموع	۱۲۰/۴۵۳	۳۸۵			

برای اینکه بتوانیم صحت مدل رگرسیون تأثیر متغیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اجتماعی بررسی کنیم از آزمون فیشر در جدول آنالیز واریانس رگرسیون استفاده می‌کنیم. با توجه به جدول آنالیز واریانس فوق، آماره آزمون فیشر برابر با ۱۴۳/۷۰۲ است که با توجه به سطح خطا پذیری کوچکتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که نیکویی برازش مدل رگرسیون مربوط به تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری اجتماعی مورد تأیید قرار می‌گیرد. در ادامه با استفاده از مدل رگرسیون خطی بین دو متغیر نقش ضرایب رگرسیون مربوط به اخلاق محوری در گردشگری و تأثیرگذاری آن بر متغیر پایداری اجتماعی را می‌توان نشان داد. مدل رگرسیون به صورت زیر نمایش داده می‌شود.

جدول (۱۱) محاسبه معادله رگرسیون دو متغیر

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	آماره t	سطح معنی داری
	B	خطای معیار			
ثابت	۰/۷۶۹	۰/۱۹۹	۰/۵۶۷	۳/۹۹۲	۰/۰۰۰
پایداری اجتماعی	۰/۷۹۶	۰/۰۶۶		۱۱/۹۸۸	۰/۰۰۰

فرضیه سوم: اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری فرهنگی تأثیری مثبت و معنادار دارد.

جدول (۱۲) بررسی فرضیه فرعی سوم

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار تخمین
۱	۰/۳۵۴	۰/۱۱۹	۰/۱۱۶	۰/۶۰۵۹۵

مطابق جدول فوق، ضریب تعیین نشان می‌دهد که مدل حاصل شده، ۰/۱۱۹ درصد از پایداری فرهنگی را تبیین می‌کند. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد؛ لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۰/۱۱۶ درصد است.

جدول (۱۳) معنی دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مجذور میانگین	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۱۴/۳۳۹	۱	۱۴/۳۳۹	۳۹/۰۵۱	۰/۰۰۰
باقی مانده	۱۰۶/۱۱۴	۳۸۴	۰/۳۶۷		
مجموع	۱۲۰/۴۵۳	۳۸۵			

برای اینکه بتوانیم صحت مدل رگرسیون تأثیر متغیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری فرهنگی بررسی کنیم از آزمون فیشر در جدول آنالیز واریانس رگرسیون استفاده می‌کنیم. با توجه به جدول آنالیز واریانس فوق، آماره آزمون فیشر برابر با ۳۹/۰۵۱ است. که با توجه به سطح خطاپذیری کوچکتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که نیکویی برازش مدل رگرسیون مربوط به تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری فرهنگی مورد تأیید قرار می‌گیرد. در ادامه با استفاده از مدل رگرسیون خطی بین دو متغیر نقش ضرایب رگرسیون مربوط به اخلاق محوری در گردشگری و تأثیرگذاری آن بر متغیر پایداری فرهنگی را می‌توان نشان داد. مدل رگرسیون به صورت زیر نمایش داده می‌شود.

جدول (۱۴) محاسبه معادله رگرسیون دو متغیر

سطح معنی داری	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		Beta	خطای معیار B	
۰/۰۰۰	۵/۹۸۱	۰/۳۴۵	۰/۲۵۹	ثابت
۰/۰۰۰	۶/۲۴۹		۰/۰۷۰	پایداری فرهنگی

فرضیه چهارم: اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری زیست محیطی تأثیری مثبت و معنادار دارد.

جدول (۱۵) بررسی فرضیه فرعی چهارم

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار تخمین
۱	۰/۴۵۴	۰/۲۰۶	۰/۲۰۳	۰/۵۷۵۳۴

مطابق جدول فوق، ضریب تعیین نشان می‌دهد که مدل حاصل شده، ۲۰/۶ درصد از تغییرات پایداری زیست محیطی را تبیین می‌کند. چون این مقدار درجه آزادی را در نظر نمی‌گیرد؛ لذا از ضریب تعیین تعدیل شده برای این منظور استفاده می‌شود که آن هم در این آزمون برابر با ۲۰/۳ درصد است.

جدول (۱۶) معنی دار بودن رگرسیون به وسیله آزمون F

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	مجذور میانگین	آماره F	سطح معناداری
رگرسیون	۲۴/۳۳۹	۱	۲۴/۷۸۹	۷۴/۸۸۷	۰/۰۰۰
باقی مانده	۹۵/۶۶۴	۳۸۴	۰/۳۳۱		
مجموع	۱۲۰/۴۵۳	۳۸۵			

برای اینکه بتوانیم صحت مدل رگرسیون تأثیر متغیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری زیست محیطی بررسی کنیم از آزمون فیشر در جدول آنالیز واریانس رگرسیون استفاده می‌کنیم. با توجه به جدول آنالیز واریانس فوق، آماره آزمون فیشر برابر با ۷۴/۸۸۷ است که با توجه به سطح خطاپذیری کوچکتر از ۰/۰۵ می‌توان گفت که نیکویی برازش مدل رگرسیون مربوط به تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر پایداری زیست محیطی مورد تأیید قرار می‌گیرد. در ادامه با استفاده از مدل رگرسیون خطی بین دو متغیر نقش ضرایب رگرسیون مربوط به اخلاق محوری در گردشگری و تأثیرگذاری آن بر متغیر پایداری زیست محیطی را می‌توان نشان داد. مدل رگرسیون به صورت زیر نمایش داده می‌شود.

جدول (۱۷) محاسبه معادله رگرسیون دو متغیر

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	آماره t	سطح معنی داری
	B	خطای معیار			
ثابت	۰/۶۰۷	۰/۲۹۷	۰/۴۵۴	۲/۰۴۵	۰/۰۰۰
پایداری زیست محیطی	۰/۶۹۱	۰/۰۸۰		۸/۶۵۴	۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با بررسی تأثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار، تأکیدی با محوریت شرکت‌های هواپیمایی ایران به انجام رسید. این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مشتریان پنج شرکت هواپیمایی ایران (ایران‌ایر، آسمان، ماهان، قشم‌ایر و کیش‌ایر) و حجم نمونه طبق فرمول جامعه نامحدود کوکران ۳۸۶ نفر و به‌طور تصادفی انتخاب گردیدند. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه انجام شد و نیز پرسشنامه‌ها در میان مشتریان توزیع گردید. همچنین جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. روش‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق آزمون کولوموگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن نمونه‌ها و آزمون رگرسیون جهت تأثیر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که تمامی متغیر مستقل تحقیق (اخلاق محوری در گردشگری) بر ابعاد توسعه پایدار تأثیری مثبت و معناداری دارند که این نتایج می‌تواند راهنمای سیاست‌گذاری در جهت برنامه‌های آینده گ باشد. همچنین نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات محققانی همچون شیراوند و حسینی (۱۳۹۵)، گرجی مهربانی (۱۳۹۳)، فرهت و امیرکلایی (۱۳۹۲) و نیز اسمیت و قلیپور (۲۰۱۶) مطابقت دارد.

Archive SID

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی؛ جان محمدی گرگانی، وحید و اندرواژ، سیده فاطمه. (۱۳۹۵). تحلیل جامعه شناختی پایبندی گردشگران به هنجارهای اجتماعی. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۵، شماره: ۱۶. ۱۶۸-۱۸۷.
- امینیان، سکینه، صادقی، ابراهیم؛ فرجی، عبدالله و نادری گورقلعه، افشین. (۱۳۹۱). چالش‌های توسعه پایدار اکوتوریسم ایران، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی. ۱۳۹۱ خرداد ۱۰ و ۹.
- جعفری صمیمی، احمد و خبره، شیما. (۱۳۹۲). اثرات گردشگری بر توسعه انسانی، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۲. شماره: ۷. ۱۱-۲۴.
- راسخی، سعید؛ کریمی پتائار، سعید و محمدی، ثریا. (۱۳۹۵). اثر گردشگری بر محیط زیست: یک مطالعه موردی برای کشورهای در حال توسعه و توسعه‌نیافته منتخب، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه. ۹۴-۷۱: ۱۶، شماره ۵.
- رضوانی، محمدرضا؛ لباف خانیکی، مجید. (۱۳۹۳). اخلاق گردشگری مدرن رویکردی انتقادی به ابعاد، اصول و آثار اخلاقی گردشگری مدرن. مجله گردشگری شهری، دوره ۱. شماره ۱. ۱۴-۴۷-۶۱: ۱.
- زردان، میثم، منصور و بهمنی، مسلم. (۱۳۹۴). گردشگری روستایی و اصول توسعه گردشگری پایدار، در همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار.
- فیض، داود و نبوی چاشمی، سید رضی. (۱۳۹۵). توسعه گردشگری با تأکید بر رویکرد منابع انسانی (مورد مطالعه: استان سمنان). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۵. شماره ۱۷. ۹۶-۸۲.
- گرجی مهلبانی، یوسف. ۱۳۹۵. نقد معماری پایدار و نقد آن در حوزه محیط‌زیست.
- مرادی، محمدجواد. (۱۳۹۴). گردشگری در ایران و توسعه پایدار. ندای شمال. ۱۱-۱۹.
- موسایی، میثم؛ هاشمی، سمیه؛ ابراهیمی، میترا. (۱۳۹۱). بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالشها، راهکارها. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، سال ۶. شماره: ۱۶. ۲۵-۵۰.
- موسوی، سیده زهرا. (۱۳۹۵). اخلاق گردشگری. دوره جدید بهار، شماره: ۲۷. ۱۱-۲۷.
- وب سایت سازمان جهانی گردشگری ملل متحد، (آخرین تاریخ بازنگری ۳ تیر ۱۳۹۳).
- Banadarvish F. The role of government in promoting tourism and promotion programs. Journal of Tourism Studies, University of Allameh Tabatabai 2012; 1: 23. [Persian]
- Gholaminia A. The anthropological effect on the ethics of citizenship. Journal of Religion and Politics Tehran 2014; 21-22: 165. [Persian]
- Ghotb M. The man between materialism and Islam, Translated by Seyyed Hadi Khosroushahi. Tehran: Publishing Co, Sahami am; 2011. p. 119. [Persian]

- Macleod, Donald(2006). "Cultural Commodification and Tourism: A Very Special Relationship", Cognizant Communication Corporation, Tourism Culture and Communication, Vol. 6, Number 2: pp 71-84.
- Murray Lorraine (2014). Traditional Chinese Medicine and Endangered Animals, (Last visited on 08 July 2014).
- National Marine Fisheries Service (2011). Shark Finning Report to Congress, U. S. Department of Commerce National Oceanic and Atmospheric Administration, USA.
- Smith, Mick and Duffy, Rosaleen (2012). The Ethics of Tourism Development, Routledge.
- Soubbotina, Tatyana P. (2004), Beyond Economic Growth: An Introduction to Sustainable Development, Second Edition, WBI Learning Resources Series, World Bank Institute
- Tribe, John (2013). Philosophical Issues in Tourism, Channel View Publications, London.
- Trupp, Alexander (2011). "Exhibiting the 'Other' Then and Now: 'Human Zoos' in Southern China and Thailand", ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies, 4(1): pp 139-149.
- Verner, Dorte (2016). "Tourism and Indigenous People—Lessons from Recent Experiences in Eco and EthnoTourism in Latin America and the Caribbean", Responsible Tourism Series, World Bank, No. 144: pp 1-4.

Archive of SID