

بررسی نقش مدیریت شهری بر توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان صومعه سرا)

علیرضا قبادی^۱، میلاد پوررجبی^{۲*}

۱. گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲. گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۷/۰۳/۱۵ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۴/۲۱)

چکیده

گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. استان گیلان پوشیده از جنگل‌ها و دارای آب‌وهوای معتدل و مرطوب است. صومعه‌سرا که در منطقه غربی این استان واقع است؛ با وجود جاذبه‌های متعدد گردشگری، از جمله تالاب‌ها و دریاچه‌ها، مناطق کوهستانی و جنگلی، می‌تواند با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح به قطب مهم گردشگری در سطح منطقه تبدیل و به‌عنوان یکی از محورهای مهم گردشگری کشور مطرح شود. هدف از انجام این پژوهش، بررسی نقش مدیریت شهری صومعه سرا به عنوان یکی از مقصدهای گردشگری در مناطق شمالی کشور و ارائه راهکارهایی به منظور توسعه صنعت گردشگری است. روش پژوهش حاضر، براساس نوع هدف، کاربردی و براساس نوع روش، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه گردشگران ورودی به شهرستان صومعه‌سرا بوده‌اند که با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نمونه به روش تصادفی خوشه‌ای انتخاب و مورد مصاحبه و پرسش قرار گرفتند. همچنین از آزمون‌های آماری، نظیر آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تی برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده این است که از میان شاخص‌های مورد بررسی، ضعف‌های مدیریت شهری (۶۹٪/۱۰۱)، نبود یکپارچگی مدیریت در بهره‌برداری پایدار از جاذبه‌ها (۸۲٪/۱۸۱)، کمبود امکانات (۷۵٪/۷۸)، نبود دسترسی و اطلاع‌رسانی (۶۹٪/۱۰)، بیشترین سهم را در نارضایتی گردشگران ایفا می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که این منطقه علی‌رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، ضعف عملکرد در حوزه مدیریت و کمبود تبلیغات از موانع اساسی در راه رسیدن به این مهم است.

کلیدواژه‌ها: صنعت گردشگری، مدیریت شهری، گردشگر، توسعه پایدار، مقاصد گردشگری.

مقدمه

در جهان امروز، صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع خدماتی در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند. صنعت گردشگری امروزه به‌قدری در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آنان را «صادرات نامرئی» نام نهادند (Tsudoda and Mendlinger, 2009؛ Galdini, 2007؛ Akbarpour and Bagheri, 2015؛ Lozano et al., 2012؛ Taghizadeh and Barzandeh, 2016؛ Kim and Bonn, 2016). مدیریت گردشگری، یکی از بنیادی‌ترین کارکردهای اجتماعی در جهت جلوگیری و یا کاهش آسیب‌هاست، مدیریت گردشگری، مدیریت سرمایه‌گذاری‌ها است، به‌طوری‌که در این حوزه به این می‌پردازد که سرمایه‌گذاران را به کدام مناطق و مقاصد و در چه زمینه‌ای جذب و حمایت می‌شوند. درواقع مسیری را برای سرمایه‌گذاران روشن می‌نماید. امروزه مدیریت شهری در جهان تحول اساسی یافته است شهرها مدیریت می‌شوند تا بتوانند رفاه و آسایش ساکنان خود را تأمین کنند مدیریت شهری دارای تشکیلات وسیعی است و نقش مهمی در موفقیت برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری و هم‌چنین رفع نیاز جمعیت، جریان عبور و مرور در شهر، رفاه عمومی، مسکن، کاربری زمین، تفریح، فرهنگ، اقتصاد، تأسیسات زیربنایی و امثال آن‌ها بر عهده دارد (Yang, 2010؛ شیع، ۱۳۸۲؛ Kim and Bonn, 2016). البته گستردگی و پیچیدگی مسائل شهری رشد و توسعه روزافزون شهرها، مدیریت امور شهری را به وظیفه دشوار تبدیل نموده است؛ بسیاری از مسئولان شهری به گردشگری به مثابه عاملی برای تسریع روند بهبود شهری می‌نگرند و چنین می‌اندیشند که توسعه گردشگری نیز دارای روند اداری است؛ بنابراین با بررسی مدل‌ها و نظریات در خصوص

موضوع مورد پژوهش منتج به برنامه‌ریزی صحیح در روند توسعه محدودده مورد مطالعه خواهد شد (مولائی هاشجین و ابراهیمی، ۱۳۹۳). باید در نظر گرفت که کشور ایران از نظر منابع طبیعی جزء ۱۰ کشور برتر دنیا می‌باشد که می‌تواند از اثرات حاصل از گردشگری در کاهش مشکلات بیکاری و درآمد اقتصادی بهره‌مند شود اما با توجه به آمارهای موجود، ایران از این فرصت بهره‌ی کافی را نبرده است (نیک دل و همکاران، ۱۳۸۴؛ Aghajani and Azkia, 2016؛ حسام و کریمی، ۱۳۹۵؛ رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۴). این پژوهش قصد دارد تا تأثیر مدیریت شهری بر توسعه‌ی صنعت گردشگری در شهرستان صومعه‌سرا را مورد نقد و ارزیابی قرار دهد در قسمت نظری این پژوهش نیز از نظریه جهانگردی باتلر^۱ و شاخص رنجش داکسی^۲ که توسعه گردشگری را فرصتی جدید برای مدیریت شهری عنوان می‌کنند؛ استفاده شده است که با توجه به آمارهای استخراج شده از پژوهش حاضر تبیینی کامل از روند گردشگری شهرستان با توجه به نظریه‌های مطرح شده به کار گرفته شود.

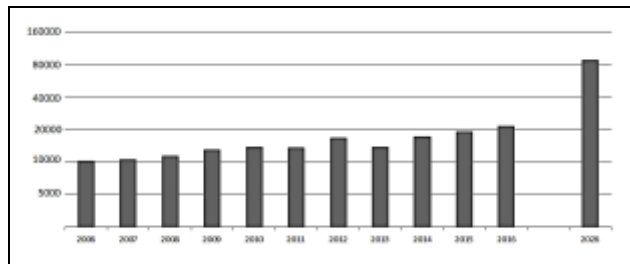
مبانی نظری و پیشینه تحقیق

بیان مسئله

ایران کشوری است با جاذبه‌های گوناگون در زمینه‌های تاریخی و فرهنگی و جغرافیایی. وجود اقوام گوناگون با آداب و سنن منحصربه‌فرد، چهره متفاوتی به این کشور پهناور، بخشیده است. چنان‌که مطالعات جهانی نشان داده است، بخش گردشگری روزبه‌روز گسترده‌تر شده و حتی در شرایط بحران اقتصادی جهان از رونق برخوردار است. سفرهای بی‌شمار ایرانیان به کشورهای حوزه خلیج فارس، خاور دور و کشورهای محدوده‌ی قفقاز، آسیای میانه، ترکیه و ... همگی از نیاز روزافزون جامعه ایرانی به تفریحات و گذران اوقات فراغت در محیطی مطلوب حکایت دارد

بوده است و براساس پژوهش‌های انجام گرفته در سال ۲۰۱۵ تا ۶/۶ درصد افزایش یافته است (Annual report on the economic impact of travel and tourism in the world. 2016). براساس بررسی‌ها و پژوهش‌های آماری که شورای جهانی گردشگری^۳ (۲۰۱۶)، انجام داده است پیش‌بینی‌هایی در رابطه با میزان درآمد ناشی از گردشگری در ایران انجام گرفته که می‌توان نتایج آن را در نمودار زیر مشاهده نمود (شکل ۱).

(Akbarpour and Bagheri, 2015؛ قادری و همکاران، ۱۳۹۰). ایران نیز در سال‌های اخیر، به کشورهایی که در راستای توسعه پایدار نواحی روستایی، توسعه گردشگری سیاست‌ها و برنامه‌های مختلفی (طرح جامع توسعه گردشگری کشور، تعیین مناطق ویژه گردشگری) تدوین می‌کنند، پیوسته است (رضوانی، ۱۳۸۴) سهم مستقیم سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۴، ۲۳۷ هزار و ۱۲۱ میلیارد ریال (۲/۳ درصد از کل تولید ناخالص داخلی)



شکل ۱: سهم مستقیم صنعت گردشگری ایران در تولید ناخالص داخلی (GDP)

(۱۳۹۴). طبق اظهارات مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گیلان در سال ۹۳ آمار ثبت شده از ماندگاری گردشگران تنها در مکان‌های اقامتی ثابت و موقت استان ۳۴ میلیون و ۷۹۹ هزار و ۳۷۸ نفر بوده است و در سال ۹۴ با افزایش ۸ درصد ماندگاری در گردشگری به ۶ میلیون گردشگر فقط در روزهای ابتدایی نوروز رسید و در سال ۹۵ با افزایش ۸/۵ درصدی میزان گردشگری نسبت به سال قبل، این مقدار به ۴۶ میلیون در ایام نوروز رسید که ۳۵ هزار نفر آن مختص به شهرستان صومعه‌سرا بوده است (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۹۵). این آمار بیانگر قدرت و پتانسیل گیلان و شهرستان‌های آن به‌ویژه صومعه‌سرا، در جذب گردشگر می‌باشد. جنگلی بودن این شهرستان، وجود رودخانه‌ها، کوه‌ها و تالاب‌های گوناگون در آن جذابیتی بکر را به نمایش می‌گذارد که سالیانه هزاران گردشگر را به سمت خود می‌کشاند. از جمله مسائل بسیار مهمی که در حوزه مطالعات و توسعه گردشگری توجه به آن ضروری است، موضوع

یکی از قطب‌های گردشگری در ایران مناطق شمالی می‌باشند که به دلیل داشتن مناظر زیبا و آب‌وهوای مناسب هر ساله پذیرای گردشگران زیادی از سراسر کشورند. امروزه شهرهای شمالی ایران به دلیل نبود امکانات صنعتی و افول فعالیت‌های کشاورزی در سال‌های اخیر، با توجه به موقعیت جغرافیایی و آب‌وهوای مناسب بهترین مقصد برای گذران اوقات فراغت و گردشگری شناخته شده است. تردد بیش از اندازه در شهرهای شمالی همواره با پیامدهای نیز همراه است، از جمله پیامدهای در این زمینه را می‌توان به درآمد اضافی و توسعه و گسترش فرصت‌های شغلی (اشتغال توسط هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، خطوط هوایی و سایر خدمات حمل‌ونقل مسافربری، فعالیت‌های رستوران‌ها و محل‌های تفریحی) که نقش مهمی را در فقرزدایی و رونق منطقه عهده‌دار است، اشاره کرد. از طرف دیگر، این روند باعث کاهش مهاجرت به مناطق دیگر بوده و بازاری برای فروش محصولات بومی را فراهم آورده است (قدیری، ۱۳۸۵؛ به نقل از رمضان زاده لسبویی،

مدیریت مقاصد گردشگری است. همان‌طور که اشاره شد، شهرستان صومعه‌سرا به سبب وجود مناظر طبیعی و شرایط خاص آب‌وهوایی، از مهم‌ترین و جذاب‌ترین عرصه‌های گردشگری استان گیلان به شمار می‌آیند که همواره مورد توجه و آمد و شد گسترده گردشگران برای گذران اوقات فراغت در فصول مختلف سال بودند و آثار و پیامدهای مختلف و متفاوتی را به دنبال داشته است. در این زمینه، بروز و تشدید آثار نامطلوب می‌تواند حیات انواع اکوسیستم‌های منطقه را به خطر بیندازد. از این رو، مبنا قرار دادن رویکرد ارزیابی اجتماعی در جهت پیشبرد آگاهی، شفافیت و پاسخگویی مدیران در مدیریت گردشگری در این مناطق اهمیت بسیار دارد.

سوال‌های پژوهش

با توجه به اهمیت مدیریت شهری بر مناطق گردشگری علل خصوص مناطق ساحلی و شمالی کشور که وجود برنامه‌ریزی‌های شهری و سیاست‌گذاری برای گردشگران در این مناطق ضروری به نظر می‌رسد با توجه به این مهم سوالات اساسی این پژوهش از قرار ذیل مطرح می‌شود و در قسمت یافته‌ها به آنها پاسخ داده می‌شود.

- آیا وضعیت فعلی جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا برای جذب گردشگران مناسب است؟ برای پاسخ به این سوال با توجه به یافته‌های پژوهش باید عنوان کرد که جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا در جذب گردشگران مؤثر بوده و عامل مهمی در توسعه پایدار شهر است.

- آیا عملکرد مدیریت شهری در تأمین زیرساخت‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا مناسب است؟ با توجه به ارزیابی‌ها، استنباط شد که عملکرد مدیریت شهری در ارائه خدمات شهری برای توسعه پایدار گردشگری و جلب گردشگران به شهرستان صومعه‌سرا مناسب نیست.

اهمیت و ضرورت پژوهش

بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا، «صنعت گردشگری» است (رسول زاده اقدم و همکاران، ۱۳۹۵)، که همواره پژوهشگران و متخصصان علاقه‌مند به بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع میزبان در سطوح مختلف سکونتگاه‌ها هستند، اهمیت گردشگری تا آنجایی است که از آن به عنوان یک پدیده اجتماعی یاد می‌شود (Haltman and Hall, 2011؛ به نقل از سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۳). گام برداشتن در مسیر مدیریت گردشگری مناسب نیازمند درک و شناخت جامعی از وضعیت گردشگری است. نداشتن شناخت کافی از وضعیت مدیریت گردشگری در نواحی شمالی می‌تواند منجر به تشدید آثار و پیامدهای نامطلوب اکولوژیکی اقتصادی و اجتماعی فرهنگی در این مناطق شود و بیش از پیش آینده گردشگری در استان گیلان را با چالش و مشکلات متعدد روبه‌رو سازد. همچنین لازم به ذکر است که موفقیت صنعت گردشگری بستگی به شناخت و درک و فهم کیفیت حمایت ساکنان محلی و میزبان دارد. با اینکه گردشگری یک فعالیت منابع پایه است و به خدمات ارائه شده و جاذبه‌های دیدنی بستگی دارد اما توسعه موفقیت‌آمیز آن تا حد زیادی مستلزم میهمان‌نوازی و استقبال از سوی جامعه محلی و میزبان دارد (سجادی و احمدی، ۱۳۹۲). بنابراین، آگاهی از وضعیت مدیریت مقاصد گردشگری و ابعاد آن در این مناطق الزامی و اجتناب‌ناپذیر می‌نماید و می‌تواند راهنمای مؤثری پیش روی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این حوزه باشد. اساساً امروزه سازمان‌های خدماتی، میزان رضایتمندی مشتری را به عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۸).

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های تجربی فراوانی در زمینه‌ی گردشگری استان گیلان صورت گرفته است که از جنبه‌های مختلف این پدیده را مورد بررسی قرار داده‌اند. برخی

پژوهش‌های که در قلمرو مکانی (منطقه گیلان) با موضوع مرتبط (گردشگری) است، استفاده شده است. در جدول ۱ به برخی از مهم‌ترین پژوهش‌ها اشاره شده است.

از آنان عوامل تأثیرگذار در توسعه‌ی این صنعت را مدنظر قرار داده و برخی دیگر بر اثرگذاری توسعه‌ی گردشگری بر جنبه‌ها و زمینه‌های مختلف جامعه دست‌گذارده‌اند، برای جمع‌بندی نتیجه‌گیری صحیح‌تر و عدم سوگیری در پژوهش حاضر فقط از

جدول ۱: مطالعات مرتبط با پژوهش

| محقق/محققان | سال | عنوان پژوهش | مهم‌ترین نتایج |
|--|------|--|---|
| آقاجانی و ازکیا | ۲۰۱۶ | تحلیل جامعه‌شناسانه‌ی صنعت گردشگری در توسعه‌ی استان گیلان | ورود گردشگران به یک منطقه سبب ایجاد شغل‌های مختلف در سطح کلان و توسعه‌ی فرهنگی اقتصادی و اجتماعی می‌گردد. سیاست‌هایی که در زمینه‌ی گردشگری صورت می‌گیرد در راستای توسعه‌ی پایدار می‌باشد که اتخاذ یک چسبندگی شهری بلندمدت می‌تواند گیلان را به توسعه‌ی پایدار برساند. نتایج این پژوهش منتهی بر اساس و پژوهش‌های میدانی است. |
| حسام و کریمی | ۱۳۹۵ | ارزیابی و اولویت‌بندی مقصدهای گردشگری براساس ارزش ویژه برند از دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: شهرستان استان گیلان) | جامعه مورد مطالعه، کلیه گردشگران شهرستان‌های استان گیلان می‌باشد که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۳۸۰ نفر در کل استان انتخاب شده و از طریق پرسشنامه داده‌های استخراجی مانند تصویر ذهنی، آگاهی، کیفیت ادراک شده و نهایتاً وفاداری به برند مقصد جمع‌آوری گردید. نتایج پژوهش آنها نشان‌دهنده ارزش بالاتر برند گردشگری شهرستان‌های بندر انزلی، فومن، رشت و استارا و وضعیت نامناسب شهرستان‌های لالش و رضوانشهر و صومعه‌سرا می‌باشد. |
| رضان نواد، رکن‌الدین افشاری و پور طاهری | ۱۳۹۵ | سنجش نگرش اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه‌ی پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان | جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش، روستاییان روستاهای ساحلی استان گیلان می‌باشند که در حوزه آنها طرح ساموسازی دریا ایجاد شده است که تعداد ۱۰ روستا از بین این نوع روستاها در ۷ شهرستان انتخاب شده است. تعداد نمونه‌ها براساس روش نمونه‌گیری کوکران ۳۶۵ نفر تعیین گردید؛ نتایج بیانگر آن بود که سطح مفاداری هر سه زیرگروه بیشتر از ۰۱۰۵ است. یعنی میانگین روستاهای هر گروه با یکدیگر تفاوت مفاداری ندارد. |
| عظمی و همکاران | ۲۰۱۳ | نقش حمل‌ونقل جاده‌ای در توسعه صنعت گردشگری (استان گیلان) | زمان و هزینه در تصمیم‌گیری برای انتخاب منطقه‌ی گردشگری اهمیت دارند که این دو در ارتباط با دسترسی به امکانات حمل‌ونقل نیز می‌باشند. مهم‌ترین نتیجه‌ی این مطالعه تعامل پایدار بین حمل‌ونقل و توسعه‌ی صنعت گردشگری است. به بهانه‌ی بهتر شرط لازم برای توسعه‌ی گردشگری در اختیار داشتن سیستم حمل و نقل کارآمد است. سرمایه‌گذاری در این زمینه سودهای سرشاری به همراه خواهد داشت. |
| رکن‌الدین افشاری، رضایی لژاد و پور طاهری | ۱۳۹۴ | سنجش رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری ساحلی مناطق روستایی استان گیلان | با استفاده از روش پیمایش و بهره‌گیری از نظریات رضایت گردشگر به این نتیجه رسیدند که بالاترین میزان رضایت از بعد سنجیده شده مربوط به خدمات اقامتی است و کمترین مربوط به اطلاع‌رسانی در مقاصد گردشگری ساحلی می‌باشد. میانگین کل رضایتمندی از مقاصد برابر با ۴۳/۱۱ بود. |
| نیکدل، مسلمی پور و رضا پور هندخاله | ۱۳۹۲ | حاشیه‌ی نالاب انزلی: نقش انزوای جغرافیایی مناطق برکنسندگی جریان گردشگری: مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا | با روش پیمایش و استفاده از نظریات در زمینه مسافت گردشگری نتایج حاکی از این است که بین آشنا نبودن با مسیرهای منتهی به مناطق گردشگری و کندی جریان گردشگری، بین نزدیکی شهرستان صومعه‌سرا به محل زندگی گردشگر مدت اقامت و بین دور بودن مناطق گردشگری شهرستان صومعه‌سرا از مسیرهای اصلی و کندی جریان گردشگری رابطه معنادار وجود دارد. |
| سجادی و احمدی | ۱۳۹۲ | ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی | نتایج پژوهش آنان نشان داد که اثبات زیاده و اشغال در محیط‌زیست روستایی و افزایش درآمد‌های دستگاه‌های دولتی از قبیل دهیاری‌ها، بخشداری‌ها، شهرداری‌ها و ... مهم‌ترین اثرات گردشگری روستایی در شهرستان فومن می‌باشند. |
| رضایی و نیکدل | ۱۳۸۹ | شناخت عوامل مؤثر بر عزیمت مدت ماندگاری گردشگران در شهرستان صومعه‌سرا | روش پژوهش این مقاله توصیفی، استنباطی و تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش گردشگران وارد شده به شهرستان صومعه‌سرا بودند. حجم نمونه این با پژوهش برابر با ۱۰۰ نفر است. در این پیمایش اثبات شد که رابطه مفاداری بین تجهیزات و مدت ماندگاری وجود دارد، اما بین معرفی و شناخت جاذبه‌ها با مدت ماندگاری رابطه معنادار وجود ندارد. با روش توصیفی تحلیلی به ارزیابی و تبیین نظام سکونتگاهی ناحیه پرداخته شد و برای تجزیه تحلیل اطلاعات از چندین مدل کمی (رویکردی سیستمی رفتاری) استفاده شد، با توجه به هدف پژوهش سعی شده الگوی رفتاری منبسط از ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی- سیاسی و اقتصادی روستاییان الگوی مناسبی برای ایجاد نظام سکونتگاهی مطلوب پیشنهاد شود. نتایج روند گسلی توزیع جمعیت، فعالیت و خدمات در سطح ناحیه موجب اشغال نابینجار محیط طبیعی و تخلیه تدریجی روستاهای کوچک را به نفع شهرها و مراکز بزرگ‌تر شده است. |
| معمومی راد | ۱۳۸۲ | موانع توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان | با روش پیمایش از پایانه‌های مسافرتی در سطح استان گیلان و بهره‌گیری از نظریات جامعه‌شناسانه موانع و مشکلات توسعه گردشگری در استان گیلان را مشکلات حمل‌ونقل، کمبود امکانات اقامتی و بهداشتی، نبود تبلیغات مؤثر برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و استفاده نکردن از نیروهای متخصص و کارشناسان خبره و ... برمی‌شمرد. |

از مطالعه پژوهش‌های انجام گرفته می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که یکی از راه‌های افزایش کیفیت زندگی و درآمد پایدار در جامعه محلی، توسعه صنعت گردشگری و تلاش برای جذب هر چه بیشتر گردشگر در منطقه است، همچنین در این پژوهش‌ها، به عوامل زیر به عنوان علل ضعف گردشگری در منطقه گیلان اشاره شده است: کمبود تسهیلات اقامتی و گردشگری، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب، ضعف در سیستم حمل‌ونقل اعم از جاده‌ای، ریلی و هوایی، همچنین در برخی از پژوهش‌ها به وجود رابطه همبستگی بین میزان رضایت گردشگران و میزان امنیت منطقه اشاره شده است. در پژوهش‌های پیشین آداب و رسوم، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و... به عنوان عوامل مؤثر در افزایش مدت ماندگاری گردشگران شناخته شده است؛ اما در رابطه با تأثیر زیرساخت‌ها و تأثیر مدیریت شهری و تأثیر شناخت گردشگران از محیط گردشگری توجه کافی نشده است؛ شهرستان صومعه‌سرا، با وجود تمامی پتانسیل‌ها و جاذبه‌های موجود برای جذب گردشگر، نیازمند توجه ویژه به برنامه‌ریزی مدیریت شهری است. وجه ممیزه این پژوهش با پژوهش‌های انجام شده در این زمینه در بررسی کامل مدیریت شهری بر منطقه گردشگری با مدل چرخ حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی است که با توجه به طراحی مدل چرخه‌ای باتلر و شاخص داکسی در منطقه مورد نظر توانایی شناسایی نقصان‌های توسعه پایدار در قالب گردشگری را ارائه خواهد کرد.

مبانی نظری

باتلر در نظریه چرخه حیات جهانگردی^۴ معتقد است، تفرجگاه‌ها یک چرخه تکاملی شش مرحله‌ای را طی می‌کنند: مرحله اول: مرحله اکتشاف^۵، مرحله دوم: مشارکت^۶، مرحله سوم: مرحله توسعه^۷، مرحله چهارم: مرحله تثبیت^۸، مرحله پنجم: مرحله رکود^۹، مرحله ششم: مرحله تجدید حیات^{۱۰} (مولائی هاشجین و ابراهیمی، ۱۳۹۳؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲)، باید

توجه داشت که همیشه تفرجگاه‌ها این مراحل را پشت سر هم طی نمی‌کنند، به همین منظور مدل‌هایی نیز برای اینکه رفتارهای جامعه محلی در برخورد با گردشگران در مقاطع و مراحل مختلف حیات مقاصد را مورد مطالعه قرار دهند طراحی شده است از جمله این مدل‌ها، شاخص رنجش داکسی^{۱۱} است. طبق نظر داکسی جوامع چهار مرحله را در طی مواجهه با پدیده گردشگری طی می‌نمایند که به ترتیب عبارت‌اند از: خشنودی^{۱۲}، بی‌علاقگی^{۱۳}، رنجش^{۱۴} و مخالفت^{۱۵} در هر یک از مراحل مذکور، جوامع محلی براساس ویژگی‌ها و اثرات گردشگری عکس‌العمل‌های متفاوتی از خود بروز می‌دهند. باتلر در مرحله اول مدل خود معتقد است که علت کمبود امکانات منطقه بازدیدکنندگان به واسطه‌ی جاذبه‌های طبیعی و سایر به محل جذب می‌شوند (Mason and Leberman, 2000)، در این مرحله، مرحله کشف یا مرحله قبل از پیدایش فعالیت گردشگری^{۱۶} نامیده می‌شود (Butler, 1980). در مرحله بعد (مشارکت)، شاهد افزایش فعالیت‌های گردشگری هستیم. مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی گردشگری می‌کنند (Mason and Leberman, 2000). به عبارتی مرحله اثرات افزایشی^{۱۷} وجود می‌آید یعنی فراهم آوردن امکانات گردشگری امکانات بعدی را با خود به همراه می‌آورد و جذب یک توریست سبب جذب توریست‌های بعدی می‌شود (Butler, 1980). در مرحله توسعه با رشد سریع گردشگر مقصد گردشگری وارد یک سیستم یکپارچه رسمی گردشگری می‌شود که سیستمی از شرکت‌ها و بنگاه‌های غیر محلی و فراملی است و فعالیت گردشگری در قالب یک ساختار کاملاً سازمان‌یافته صورت می‌گیرد. هتل‌های کوچک تبدیل به هتل‌های بزرگ می‌شوند. در این مرحله دورنمای صنعت گردشگری در مقصد، حالتی فراملی^{۱۸} می‌یابد (Butler, 1980؛ Altinay and Hussain, 2005؛ Rasoolomanesh et al, 2015). در مرحله تحکیم

برای مدتی وجود داشته باشد و پس از آن، به دو حالت افزایش و یا کاهش در تعداد گردشگرهای مراجعه کننده بیانجامد. در این مرحله مدیریت شهری با کنترل مقصد گردشگری و برنامه ریزی در جهت نوسازی و تجهیز دوباره امکانات می تواند از شدت رنجش و خصومت منطقه کاسته و در نتیجه باعث به وجود آمدن مرحله تجدید سازی شود. این مرحله زمانی اتفاق می افتد که محصولات جدید گردشگری عرضه شده و یا تصویری جدید و متفاوت از مقصد^{۱۹} برای مردم به وجود آید.

بخشی نرخ رشد گردشگری و سایر فعالیت های مربوط به گردشگری کاهش می یابد گرچه تعداد واقعی گردشگران در حال افزایش است. بر طبق نظر باتلر، سطح توسعه گردشگری بیش از ظرفیت های کشش محیطی، اقتصادی و اجتماعی مقصد است و این امر سبب رو به زوال رفتن محصولات گردشگری می شود (Butler, 1980؛ Lozano et al, 2012). در این وضعیت رکود حاصل می شود، این وضعیت در حال است که مقصد دارای امکانات بالای گردشگری است اما سبب افزایش گردشگرها نشود. ممکن است مرحله رکود

جدول ۲. ویژگی ها و متغیرهای مقاصد طبق مدل چرخه حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی (Lagiewski, 2006؛ Mason and Leberman, 2000؛ Butler, 1980؛ Doxey, 1975)

| مدل و تئوری تحلیل | مرحله اول | مرحله دوم | مرحله سوم | مرحله چهارم | مرحله پنجم | مرحله ششم |
|------------------------------------|--|---|---|---|--|---|
| مدل چرخه حیات مقصد باتلر | اکتشاف | مشارکت | توسعه | ثبات | رکود | تجدید حیات |
| شاخص رنجش داکسی | علاقه مندی | | | رنجش | خصومت | |
| گردشگر (تعداد، انگیزه، سازمان دهی) | تعداد کم، انگیزه کمی تجارب جدید، گردشگران آگاه و فرهیخته، ماجراجو، علاقه مند به آمیزش با جامعه محلی و طبیعت، آگاه به مسائل توسعه ای پایدار | تعداد کم، انگیزه های زیبایی شناختی، حضور در فصول گردشگری، آغاز حرکت تورهایی تخصصی و بدون انگیزه های تجاری | تعداد بالا، رشد تورهای تجاری، گردشگری انبوه، توجه کمتر به توسعه ای پایدار | تعداد در حداکثر ممکن، کاهش نرخ رشد، بازار تثبیت شده، گردشگری تجاری و سازماندهی شده، تصویر مقصد در حال افول، حضور بسالای گردشگران محافظه کار | تعداد رو به کاهش، افول تصویر مقصد، کاهش سهم بازار | رشد تدریجی گردشگری، حفظ سهم بازار، آغاز جذب بازارهای جدید |
| مدیریت شهری بر منطقه گردشگری | وجود ندارد. | هنوز کاملاً درگیر نشده است | مدیریت وارد مفاصده شده و به آن توجه می نماید | نقش بسیار پررنگی در مقصد ایفا می نماید | نقش بسیار پررنگ در مقصد و تکاپو برای بهبود شرایط موجود | تشدیداً حساس می شود |
| رویکرد جامعه محلی | مشارکت برنامه ریزی شده نیست، بیشتر اهداف معنوی و غیرتجاری دنبال می شود | سرمایه گذاری محلی، آغاز مشارکت، عمدتاً گروه های پیشرو درگیر می شوند، اهداف معنوی و غیرتجاری | مشارکت، افزایش می یابد، تغییر کاربری در این مرحله آغاز می شود، اجناس جدیدی می توانی | مشارکت به حداکثر خود می رسد | مشارکت جامعه بدولت ملل آن کاهش می یابد | مشارکت محلی مجدداً آغاز می شود |
| رفتارهای جامعه محلی | روابط غیرتجاری، میهمان و میزبان، ابراز تمایل شدید برای ایجاد ارتباط | روابط در حال تجاری شدن، میهمان و میزبان، تمایل برای تحکیم ارتباط | روابط تجاری، روابط گردشگر و جامعه میهمان، علاقه به جلب ارتباط تجاری | روابط تجاری، روابط گردشگر و مقصد، ایجاد ارتباط در برخی گروه ها | روابط تجاری، روابط خارجی و بومی، عدم علاقه به ارتباط بیشتر در اغلب گروه ها | ایجاد اشتیاق مجدد |

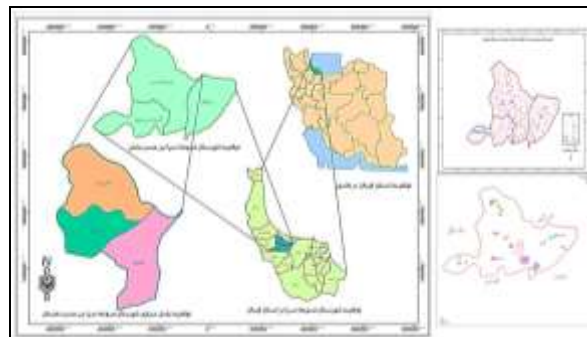
توسعه پایدار محیط جغرافیایی

بنابراین مدیریت را می‌توان یکی از این عوامل کلیدی توسعه گردشگری دانست که در صورت قوی عمل کردن کل شهرستان در زمینه گردشگری می‌تواند از مرحله‌ی رکود دوری کند، بدین دلیل پژوهشگران از نظریه مدل چرخه‌ی حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی در این مطالعه بهره‌مند شدند.

محدوده مورد مطالعه

استان گیلان شامل ۱۶ شهرستان است؛ شهرستان صومعه‌سرا در ناحیه غربی استان گیلان واقع شده است که یکی از زیباترین، تاریخی‌ترین و با اهمیت‌ترین شهرستان‌های آن به شمار می‌آید. این شهرستان از سمت شمال به تالاب انزلی، از جنوب به جنوب به شهرستان فومن از شمال غرب به رضوانشهر و ماسال و از شرق به شهرستان رشت محدود می‌شود (دفتر آمار و اطلاعات معاونت استانداری گیلان، ۱۳۹۶). جمعیت این شهرستان ۴۰۹۷۸ نفر است (به نقل از مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) و مرکز آن شهر صومعه‌سرا است. شهرستان صومعه‌سرا با داشتن منابع گردشگری فراوان (تالاب، جنگل و...) در انزوای جغرافیایی و به دور از مسیرهای اصلی گردشگری واقع شده است (رمضانی و نیکدل، ۱۳۸۹)، می‌توان با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح و تبلیغات مناسب و مشارکت مردم بومی به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری مطرح باشد و سبب ماندگاری و اقامت بیشتر گردشگران در این شهرستان شود (شکل ۱).

استنباط از تجارب به دست آمده این است که مرحله تجدید سازی کمتر به صورت خودبه‌خود صورت می‌گیرد بلکه به طی یک مرحله سنجیده و با به‌کارگیری استراتژی‌های مناسب ایجاد می‌شود (Mason and Leberman, 2000). از طرف دیگر مطالعات مختلف نشان می‌دهند که اثرات گردشگری با حرکت به سوی مراحل بالاتر از مدل چرخه حیات باتلر و شاخص رنجش داکسی افزایش می‌یابد (Bruno et al, 1998; Ryan et al, 1998; Lowson et al, 1998; al, 1999). همچنین بر طبق یافته‌ها، رابطه‌ی مثبتی میان توسعه‌ی گردشگری و نگرش منفی جامعه محلی نسبت به گردشگران و گردشگری وجود دارد؛ نگرش منفی جامعه محلی در اثر افزایش اثرات منفی توسعه‌ی گردشگری، با حرکت به سمت مراحل بالای مدل افزایش می‌یابد (Smith and Krannich, 1998; Aghajani and Lagiewski, 2006; Allahdadi, 2011; Azkia, 2016). در نتیجه می‌توان گفت که مدل‌های مذکور در نمایش تغییرات موجود و آتی جوامع در مقابل شرایط و ویژگی‌های محیط داخلی و خارجی منطقه بسیار مؤثر هستند، در جدول شماره ۲ به تفصیل مباحث به صورت تلفیقی مطرح شده است. نکته قابل توجه این است که جاذبه‌ها و مکان‌ها در طول زمان مدام در حال تغییر هستند این در حال است که روند مشترکی از توسعه برای مقاصد گردشگری وجود دارد که با عوامل کنترل‌کننده‌ای مانند وضعیت مدیریت شهری می‌توان تغییر در وضعیت مراحل مقاصد گردشگری به وجود بیاورند



شکل ۱: موقعیت سیاسی شهرستان صومعه‌سرا

مواد و روش تحقیق

این پژوهش بنا به ماهیت موضوع و اهدافی که برای آن پیش‌بینی شده، از نوع توصیفی تحلیلی و در زمره تحقیقات کاربردی است. در این پژوهش از روش بررسی اطلاعات اسنادی (کتابخانه‌ای) و همچنین مطالعات میدانی با ابزار پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه گردشگرانی هستند که در بهار و تابستان سال ۱۳۹۶ این شهرستان را به‌عنوان مقصد گردشگری خود انتخاب کرده‌اند (۴۰۹۷۸)، بنابراین با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب و به روش تصادفی خوشه‌ای مورد پرسشگری مستقیم قرار گرفته‌اند. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و به منظور تبیین فرضیات تحقیق از آزمون‌های t، کای اسکور و ضریب همبستگی پیرسون و جهت تعیین پایایی پرسشنامه، نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب پایایی محاسبه شده برای سؤالات پرسشنامه ۹۳ درصد به دست آمده است که این مقدار آلفای کرونباخ بیانگر پایایی ابزار تحقیق

بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از توزیع فراوانی، درصدهای فراوانی و نمودارها و در بخش آمار استنباطی برای داده‌هایی که از توزیع نرمال پیروی کردند، از آزمون t تک نمونه‌ای و برای متغیرهایی که دارای توزیع نرمال نبودند از آزمون دو جمله‌ای استفاده شد و برای تعیین روایی محتوایی، پرسشنامه مذکور، از نظرات صاحب‌نظران و متخصصان بهره برده شده و پیشنهادات و اصلاحات لازم انجام شد.

یافته‌های تحقیق

با توجه به پژوهش صورت گرفته در بخش اول اطلاعاتی به دست آمده از متغیرهای جمعیتی شناسایی شده را در جدول ۳ گزارش داده شد و در بخش بعدی با تحلیل یافته‌های پژوهش به وضعیت شهرستان صومعه‌سرا با توجه به اهداف این پژوهش پاسخ می‌دهد.

جدول ۳: یافته‌های توصیفی (پژوهشگران، ۱۳۹۶)

| متغیرها | فراوانی | درصد | |
|------------|------------------------|------|-------|
| جنسیت | مردان | ۲۵۴ | ۶۵/۸٪ |
| | زن | ۱۲۷ | ۳۳/۲٪ |
| | مجرد | ۸۳ | ۲۳/۶٪ |
| وضعیت تاهل | متاهل | ۲۹۸ | ۷۵/۹٪ |
| | تاهل | ۱۱ | ۲/۸٪ |
| سن | ۱۵ تا ۲۰ سال | ۱-۲ | ۰/۲٪ |
| | ۲۱ تا ۳۰ سال | ۱۵۹ | ۴۱/۳٪ |
| | ۳۱ تا ۴۰ سال | ۹۷ | ۲۵/۷٪ |
| | ۴۱ تا ۵۰ سال | ۶ | ۱/۶٪ |
| | ۵۱ تا ۶۰ سال | ۳ | ۰/۸٪ |
| تحصیلات | زیر دیپلم | ۷۵ | ۱۹/۵٪ |
| | دیپلم | ۱۸۵ | ۴۷/۳٪ |
| | کارشناسی | ۱۱۲ | ۲۹/۱٪ |
| | کارشناسی ارشد و بالاتر | ۹ | ۲/۳٪ |

یافته‌های تحلیلی

ارزیابی گردشگری شهرستان صومعه‌سرا: با توجه به نتایج حاصل از میان ۳۸۴ نمونه ۹/۳ درصد وضعیت گردشگری صومعه‌سرا را کاملاً نامطلوب، ۱۰/۱ درصد وضعیت را نامطلوب، ۱۶/۳ درصد وضعیت را نسبتاً

مطلوب، ۷/۸ درصد وضعیت را مطلوب و ۵۶ درصد وضعیت را کاملاً مطلوب دانسته‌اند. بنابراین طبق جدول ۱ وضعیت گردشگری شهرستان صومعه‌سرا مطلوب ارزیابی می‌شود.

جدول ۴: وضعیت فعلی گردشگری شهرستان صومعه سرا

| وضعیت فعلی گردشگری | فراوانی | درصد فراوانی | درصد تجمعی |
|--------------------|---------|--------------|------------|
| کاملاً نامطلوب | ۳۶ | ۹/۳ | ۹/۳ |
| نامطلوب | ۳۹ | ۱۰/۱ | ۱۹/۴ |
| نسبتاً مطلوب | ۶۳ | ۱۶/۳ | ۳۵/۷ |
| مطلوب | ۳۰ | ۷/۸ | ۴۳/۵ |
| کاملاً مطلوب | ۲۱۶ | ۵۶/۵ | ۱۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | |

ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری: اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد: درباره کیفیت عملکرد مدیریت در توسعه گردشگری در شهرستان صومعه سرا، ۶۳ درصد مدیریت شهری را در شهرستان

ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری: اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد: درباره کیفیت عملکرد مدیریت در توسعه گردشگری در شهرستان صومعه سرا، ۶۳ درصد مدیریت شهری را در شهرستان

جدول ۵: وضعیت ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری

| وضعیت ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری | فراوانی | درصد فراوانی | درصد تجمعی |
|---------------------------------------|---------|--------------|------------|
| خیلی کم | ۲۴۳ | ۶۳ | ۶۳ |
| کم | ۲۳ | ۶ | ۶۹ |
| متوسط | ۵۲ | ۱۳/۵ | ۸۲/۵ |
| زیاد | ۴۱ | ۱۰/۵ | ۹۳/۰ |
| خیلی زیاد | ۲۴ | ۷ | ۱۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | |

ارزیابی میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا: براساس داده‌ها ۸۳/۶ درصد اعلام کرده‌اند

که میزان آشنایی گردشگران ورودی به شهرستان صومعه سرا در حد کم و خیلی کم است.

جدول ۶: بررسی وضعیت میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا

| وضعیت میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا | فراوانی | درصد فراوانی | درصد تجمعی |
|--|---------|--------------|------------|
| خیلی کم | ۹۲ | ۲۴ | ۲۴ |
| کم | ۲۲۹ | ۵۹/۴ | ۸۳/۶ |
| متوسط | ۴۹ | ۱۲/۸ | ۹۶/۴ |
| زیاد | ۷ | ۱/۸ | ۹۸/۲ |
| خیلی زیاد | ۷ | ۱/۸ | ۱۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | |

ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در ارائه اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی به گردشگران: با توجه به داده‌ها، حداقل ۵۰ درصد از گردشگران ورودی به شهرستان صومعه سرا رضایتمندی خود از اقامتگاه‌های رسمی و

غیررسمی صومعه سرا را در حد کمی دانسته‌اند. تنها ۰/۸ درصد از گردشگران از این اقامتگاه‌ها رضایت داشته‌اند.

جدول ۷: ارزیابی پاسخگویان از عملکرد مدیریت شهری در ارائه اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی به گردشگران

| وضعیت میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه‌سرا | فراوانی | درصد فراوانی | درصد تجمعی |
|--|---------|--------------|------------|
| خیلی کم | ۶۶ | ۲۴ | ۲۴ |
| کم | ۱۹۲ | ۵۹/۴ | ۸۳/۶ |
| متوسط | ۱۲۳ | ۱۲/۸ | ۹۶/۴ |
| زیاد | ۰ | ۱/۸ | ۹۸/۲ |
| خیلی زیاد | ۷ | ۱/۸ | ۱۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | |

به‌عنوان مثال ۵۰ و یا کمتر مناسب است و آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای داده‌هایی با حجم نمونه بالا مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش از آنجایی که تعداد حجم نمونه از ۵۰ بیشتر و برابر ۳۸۴ نمونه است، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شده است.

آزمون کولموگروف اسمیرنوف

جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها میزان معناداری متناظر با آنها بررسی می‌شود. چنانچه میزان معناداری برای هر کدام از متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ باشد، نتیجه می‌گیریم که داده‌ها از توزیع نرمالی برخوردارند. آزمون شاپیرو ویلک برای داده‌هایی با حجم کم،

جدول ۸: نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

| متغیره | وضعیت فعلی جاذبه‌ها | عملکرد مدیریت در اطلاع‌رسانی | زیرساخت‌ها | آشنایی گردشگران | اقامتگاه‌ها |
|--------------|---------------------|------------------------------|------------|-----------------|-------------|
| تعداد | ۳۸۴ | ۳۸۴ | ۳۸۴ | ۳۸۴ | ۳۸۴ |
| میانگین | ۱/۹۸ | ۳/۹۱ | * | * | * |
| انحراف معیار | ۱/۴۰ | ۱/۳۲ | * | * | * |
| Z | ۳/۷۶ | ۳/۶۱ | ۳/۰۶ | ۲/۸۰ | ۱/۵۱ |
| معناداری* | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |

*در صورتی که مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۵ شود، نمی‌توان توزیع داده‌ها نرمال فرض کرد.

رسمی و غیررسمی از میزان Z جدول بیشتر است. بنابراین تفاوت توزیع داده‌ها با توزیع نرمال معنادار بوده و نمی‌توان توزیع داده‌های این متغیرها را نرمال فرض کرد.

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد: مقدار Z در آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای متغیرهای آشنایی با قابلیت وضعیت فعلی گردشگری، عملکرد مدیریت شهری و عملکرد مدیریت شهری در ارائه اقامتگاه‌های

جدول ۹: نتایج آزمون دو جمله‌ای ارزیابی وضعیت مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهرستان صومعه‌سرا

| گروه‌ها | تعداد | درصدها | درصد انتظار | سطح معنی داری |
|--------------------------|-------|--------|-------------|---------------|
| برابر و یا کمتر از متوسط | ۲۶۵ | ۶۹/۰۱ | ۰/۵۰ | ۰/۷۹۳ |
| بیشتر از انتظار | ۱۱۹ | ۳۰/۹ | * | * |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | * | * |

فراوانی گزینه‌های بیشتر از متوسط (زیاد و خیلی زیاد) ۳۰/۹ درصد است. تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار معنادار نشده است. بنابراین

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که فراوانی گزینه‌های مربوط به پاسخ‌ها کمتر از متوسط و متوسط (گزینه‌های خیلی کم، کم و متوسط) ۶۹/۰۱ درصد و

می توان گفت که گردشگران شهرستان صومعه سرا مدیریت این شهرستان را به طور معناداری پایین از حد آزمون فرضیه ها

جدول ۱۰: آزمون دوجمله ای ارزیابی تأثیر عملکرد مدیریت شهری در ارائه خدمات شهری صومعه سرا

| گروه ها | تعداد | درصدها | درصد انتظار | سطح معنی داری |
|--------------------------|-------|--------|-------------|---------------|
| برابر و یا کمتر از متوسط | ۱۳۸ | ۳۵/۹۳ | | |
| بیشتر از انتظار | ۲۴۶ | ۶۴/۰۶ | ۰/۵۰ | ۰/۰۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | | |

پاسخ های کمتر از متوسط و متوسط (گزینه های خیلی کم، کم و متوسط) ۸۲/۸۱ درصد و فراوانی گزینه های بیشتر از متوسط (زیاد و خیلی زیاد) ۱۷/۱۸ درصد است. تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار در سطح ۹۵ درصد معنادار شده است. بنابراین میزان عملکرد مدیریت در جذب گردشگران و توسعه گردشگری به طور معناداری پایین تر از حد انتظار است.

نتایج این جدول نشان می دهد که فراوانی گزینه های بیشتر از ۳ (گزینه های مطلوب و نسبتاً مطلوب) ۶۴/۰۶ و تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار در سطح ۹۵ درصد معنادار شده است. بنابراین براساس نتایج، شهرستان صومعه سرا جاذبه های بسیاری برای گردشگری در حال حاضر دارد. براساس جدول ۱۰ فراوانی گزینه های مربوط به

جدول ۱۱: نتایج آزمون دوجمله ای ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهرستان صومعه سرا

| گروه ها | تعداد | درصدها | درصد انتظار | سطح معنی داری |
|--------------------------|-------|--------|-------------|---------------|
| برابر و یا کمتر از متوسط | ۳۱۸ | ۸۲/۸۱ | | |
| بیشتر از انتظار | ۶۶ | ۱۷/۱۸ | ۰/۵۰ | ۰/۰۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | | |

گردشگری رابطه معناداری وجود دارد، به عبارت دیگر فرض H_0 رد شد و فرض مخالف پذیرفته می شود.

نتایج جدول ۱۱ نشان می دهد که بین عملکرد نامناسب مدیریت شهری و تأمین زیرساخت های

جدول ۱۲: آزمون دوجمله ای ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در تأمین زیرساخت های گردشگری شهرستان صومعه سرا

| گروه ها | تعداد | درصدها | درصد انتظار | سطح معنی داری |
|--------------------------|-------|--------|-------------|---------------|
| برابر و یا کمتر از متوسط | ۲۹۱ | ۷۵/۷۸ | | |
| بیشتر از انتظار | ۹۳ | ۲۴/۲۱ | ۰/۵۰ | ۰/۰۰۰ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | | |

معناداری ۰/۰۵ است، بنابراین فرض H_0 رد شده و فرض مخالف پذیرفته می شود.

نتایج جدول ۱۲ نشان می دهد که بین عملکرد مدیریت شهری و عدم رضایت گردشگران از اطلاع رسانی اماکن گردشگری رابطه معناداری وجود دارد، چرا که مقدار فراوانی به دست آمده از این آزمون برابر ۰/۰۰۱ است. این مقدار فراوانی کوچک تر از سطح

جدول ۱۳: عملکرد مدیریت شهرستان صومعه سرا در ارائه آگاهی رسانی در مورد اماکن گردشگری

| گروه‌ها | تعداد | درصدها | درصد انتظار | سطح معنی داری |
|--------------------------|-------|--------|-------------|---------------|
| برابر و یا کمتر از متوسط | ۳۰۳ | ۸۰٪ | | |
| بیشتر از انتظار | ۷۸ | ۲۰٪ | ۰/۵۰ | ۰/۰۰۱ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | | |

جدول ۱۴: آزمون دوجمله‌ای ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی در شهرستان صومعه سرا

| گروه‌ها | تعداد | درصدها | درصد انتظار | سطح معنی داری |
|--------------------------|-------|--------|-------------|---------------|
| برابر و یا کمتر از متوسط | ۲۶۵ | ۶۹/۰ | | |
| بیشتر از انتظار | ۱۱۹ | ۳۰/۹۸ | ۰/۵۰ | ۰/۰۰۳ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | | |

عملکرد مدیریت شهرستان را در ارائه اقامتگاه‌ها رسمی و غیررسمی در سطح متوسط می‌دانند. همان‌طور که جدول ۱۴ نشان می‌دهد، عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری شهرستان صومعه سرا به ترتیب عبارت‌اند از: رسانه‌های مجازی، شرکت‌های گردشگری، هتل و غیره که به ترتیب نمره میانگین مشخص شده‌اند.

نتایج جدول ۱۳ نشان می‌دهد که فراوانی گزینه‌های مربوط به پاسخ‌های کمتر از متوسط و متوسط (گزینه‌های خیلی کم، کم و متوسط) ۶۹/۰ درصد و فراوانی گزینه‌های بیشتر از متوسط (زیاد و خیلی زیاد) ۳۰/۹۸ درصد است. تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار معنادار نشده است. می‌توان نتیجه گرفت که گردشگران شهرستان صومعه سرا

جدول ۱۵: عوامل مؤثر و راهکارهای توسعه گردشگری به ترتیب نزولی

| ردیف | متغیرهای تحقیق | میانگین محاسباتی | ت محاسباتی | جدول | سطح معناداری |
|------|-----------------------|------------------|------------|------|--------------|
| ۱ | رسانه‌های مجازی | ۳/۵۶ | ۹/۳۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۲ | شرکت‌های گردشگری | ۳/۲۲ | ۸/۰۴ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۳ | هتل‌ها | ۳/۰۳ | ۷/۸۳ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۴ | رسانه ملی | ۳/۰۳ | ۷/۷۴ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۵ | رسانه نوشتاری | ۲/۹۵ | ۶/۹۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۶ | شبکه رادیویی | ۲/۹ | ۶/۸۴ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۷ | اطلاع‌رسانی و تبلیغات | ۲/۸۸ | ۶/۷۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۸ | سطح بهداشت | ۲/۶۶ | ۶/۳۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۹ | کمپ‌های مسافری | ۲/۷۶ | ۵/۵۲ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۱۰ | بروشورها | ۲/۵۹ | ۵/۳۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۱۱ | زیرساخت‌ها | ۲/۳۸ | ۷/۳۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۱۲ | عرض خیابان‌ها | ۱/۹۹ | ۶/۴۱ | ۳ | ۰/۰۰۰ |
| ۱۳ | پارک‌ها و شهرسازی‌ها | ۲/۳۹ | ۱/۹۹ | ۳ | ۰/۰۰۰ |

بحث و نتیجه گیری

آگاهی رسانی به گردشگران برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه سرا، تأمین امنیت گردشگران و اجرای برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی برای جلب نظر گردشگران به منظور اقامت طولانی‌تر در شهرستان صومعه سرا بوده است. برای تبیین نظری

این پژوهش با توجه به اهداف و سؤالات اساسی پژوهش و با استفاده از ابزار پرسشنامه، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات کرد. در مطالعات میدانی این پژوهش از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تأمین زیرساخت‌های گردشگری شهرستان صومعه سرا،

مدت ماندگاری در محیط نیز با عوامل یاد شده با پژوهش‌های رضائی نیک دل (۱۳۸۹) و رکن الدین افتخاری (۱۳۹۴) مطابقت دارد و همچنین در زمینه شناخت محیط با پژوهش حسام و کریمی (۱۳۹۵) منطبق است. کوتاه سخن آنکه، عملکرد مدیریت شهری در توسعه‌ی صنعت گردشگری شهرستان صومعه‌سرا مناسب نبوده است. با توجه به یافته‌های پژوهش موارد زیر برای توسعه و رونق گردشگری شهرستان صومعه‌سرا پیشنهاد می‌شود: به تجدیدنظر در مدیریت شهری و برنامه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا بپردازند و مرحله بی تفاوتی را همان‌طور که داکسی به آن اشاره کرده است کنار گذاشته و در جهت تثبیت توسعه با توجه به نظریه باتلر گام بردارند. با توجه به مدل باتلر و شاخص داکسی با وجود رشد گردشگران (در مرحله توسعه) لازم است از فراهم آوردن زیرساخت‌های گردشگری (هتل، متل، اقامتگاه و...) جهت جذب گردشگران کمک بگیرند، با توجه به آمارهای به دست آمده و نظریات تبیین‌کننده مقاله حاضر در مرحله بی تفاوتی (داکسی) و مرحله تثبیت (باتلر) تصویر مقصد گردشگری رو به افول می‌گذارد، بدین جهت لازم است که تهیه و تدوین برنامه‌های تبلیغاتی مناسب برای معرفی و شناساندن جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا به گردشگران را جدی تلقی کنند، رفتار جامعه محلی در مرحله توسعه (باتلر) و جلب ارتباط با جامعه میزبان را می‌طلبد این در حالی است که مرحله رنجش (داکسی) کاهش علاقه به ایجاد ارتباط با گروه‌های مختلف را منجر می‌شود توصیه پژوهشگران مقاله حاضر این است که امکانات اقامتی منطقه از قبیل هتل‌ها تبدیل به آپارتمان‌های خودکفا یا آپارتمان‌های دائمی تبدیل شوند، برای این که مرحله خصومت (داکسی) و مرحله رکود (باتلر) ایجاد نشود، تهیه برنامه راهبردی گردشگری با مشارکت جامعه محلی که اشراف بر منطقه دارند را توصیه می‌نماییم.

آن هم از نظریه باتلر و هم از شاخص رنجش داکسی استفاده شده است، همان‌طور که مطرح شد وضعیت فعلی شهرستان صومعه‌سرا از لحاظ جذب گردشگر مراحل اکتشاف و مشارکت را طی کرده و اکنون در مرحله توسعه و تثبیت در مدل باتلر و بی تفاوتی و رنجش در شاخص داکسی قرار دارد، امروز با توجه به آمارهای پژوهش حاضر این منطقه به مرحله رکود (مدل باتلر) و مرحله خصومت (شاخص داکسی) نزدیک شده است، این مسئله زمانی پررنگ‌تر و با اهمیت خواهد شد که با توجه به نظریه داکسی خصومت در منطقه علیه گردشگران بالا گرفته و از طرف دیگر با افول تصویر گردشگری در منطقه مراحلی مثل رکود (در نظریه باتلر) طی شود و گردشگری کل منطقه به حالت کاهشی نزول پیدا کند؛ ارزیابی پژوهشگران از منطقه صومعه‌سرا با توجه به آمارهای به دست آمده حاکی از عدم طی فرایند چرخه‌ی است که باتلر و داکسی به آن اشاره کرده است، در این منطقه با ضعف مدیریتی و عدم وجود اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی فرضیه موجود در این پژوهش را که با توجه به چهارچوب نظری مدل چرخه‌ی حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی سنجدیده بود مبنی بر چرخش فزاینده محیط برای ارتقای سطح گردشگری رد می‌شود و همان‌طور که آمارها در شهرستان صومعه‌سرا نشان داده شده است با وضعیت عدم استحکام (تثبیت) و به نوعی بی تفاوتی در شهرستان و مناطق شهری صومعه‌سرا روبه‌رو هستیم؛ علاوه بر آنچه که با توجه به نظریه باتلر و داکسی عنوان شد اطلاعات به دست آمده با سوابق پژوهشی نیز به شرح ذیل مرتبط است؛ نتایج پژوهش‌های عظیمی و همکاران (۱۳۹۱)، معصومی راد (۱۳۸۱) و نیک‌دل و همکاران (۱۳۹۴) در زمینه حمل و نقل مناطق گردشگری مطابقت دارد همچنین در زمینه بهداشت محیط با پژوهش‌های آسایش (۱۳۸۴) و سجادی و احمدی (۱۳۹۴) منطبق است در زمینه

پانویس

1-Butler
2-Doxey's Irridex Model
3-The World Travel & Tourism Council(wtcc)
4-Product Area life cycle (PALC)
5-Exploration Stage
6-Involvement stage
7-Development
8-Consolidation
9-Stagnation
10-Rejuvenation

11-Doxey's Irridex Model
12-Euphoria
13-Apathy
14-Irritation
15-Antagonism
16-Pre-tourism
17-Multiplier effects
18-International
19-Radial reimaging
20-Spontaneous

منابع و مآخذ

پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، سال چهاردهم، شماره ۴۹، صص ۳۳۷-۳۵۵.
-رسول زاده اقدم، ص.، میر محمدتبار، س.ا.، عدلی پور، ص. و زینبی‌وند، ی.، ۱۳۹۵. فرصت‌ها و محدودیت‌های صنعت گردشگری در ایران، مجله مطالعات جامعه‌شناسی (دانشگاه آزاد)، سال ۸، شماره ۳۰، صص ۶۳-۸۰.
-رضوانی، ع.ا.، ۱۳۸۴. جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ چهارم، تهران، ۳۵۰ ص.
-رکن‌الدین افتخاری، ع.ر.، رمضان نژاد، ی. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۴. سنجش رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری ساحلی مناطق روستایی استان گیلان، فصلنامه جغرافیای انسانی، سال ۴۹، شماره ۳، صص ۵۷۱-۵۸۵.
-رکن‌الدین افتخاری، ع.ر.، رمضان نژاد، ی. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۵. سنجش نگرشی اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان، مجله آمایش جغرافیایی فضاء، سال ۶، شماره ۲۰، صص ۱۴۵-۱۶۰.
-رمضان زاده لسبوئی، م.، اکبری‌بان رونیزی، س.ر.، رضوانی فر، ح. و حیدری، ز.، ۱۳۹۴. توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی و امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شهر تنکابن)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای برنامه ریزی شهری، سال ۳، شماره ۳، صص ۳۲۴-۳۰۹.

-ابراهیمی منیق، ج. و ایروانی، م.ر.، ۱۳۸۵. بررسی آثار و پیامدهای فرهنگی و اقتصادی - اجتماعی صنعت توریسم در توسعه اقتصادی، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی ایران (دانشگاه آزاد واحد خلخال)، سال ۲، شماره ۷، صص ۱۰۷-۱۲۹.
-اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۹۵. رشد اقتصادی حاصل از گردشگری صومعه سرا؛ منبعی موثر برای توسعه همه جانبه این شهرستان، چاپ اول، رشت، ۲۵۰ ص.
-آسایش، ح. و کوچکی نژاد ارم ساداتی، ف.، ۱۳۸۴. سازماندهی فضایی روستاها از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا)، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال دوم، شماره ۶، صص ۱-۱۲.
-بهنام مرشدی، ح.، حسنعلی فرجی، س.، رضوانی، م.ر. و محمدیان، ز.، ۱۳۹۵. برنامه‌ریزی فضایی خدمات گردشگری (مطالعه موردی: استان فارس)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال ۴۸، شماره ۲، صص ۲۲۷-۲۹۵.
-پاپلی یزدی، م.ح. و سقایی، م.، ۱۳۸۶. گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سازمان سمت، چاپ اول، تهران، ۳۲۰ ص.
-حسام، م. و کریمی، س.ه.، ۱۳۹۵. ارزیابی و اولویت‌بندی مقصدهای گردشگری براساس ارزش ویژه برند از دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان گیلان)، فصلنامه علمی -

- فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳، صص ۴۳-۶۵.
- قادی، ا.، فرجی راد، ع.ر. و بروجی، س.، ۱۳۹۰. جایگاه گردشگری در سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه مناطق آزاد (مطالعه موردی: قشم)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال اول، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۱۴.
- قوایی، م. و صفراآبادی، ا.، ۱۳۹۰. نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)، مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره اول، شماره ۴، صص ۳۵-۵۲.
- کازمی، م.، ۱۳۸۸. مدیریت گردشگری، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، تهران، ۳۰۰ ص.
- مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵. برآورد و پیش‌بینی جمعیت استان گیلان.
- معصومی راد، ر.، ۱۳۸۱. بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان، انتشارات اداره کل ارشاد و فرهنگ اسلامی گیلان چاپ اول، رشت، ۲۰۰ ص.
- مولائی هشجین، ن.ا. و ابراهیمی، ح.، ۱۳۹۳. شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر جذب گردشگر در شهرستان املش، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال چهارم، شماره ۱۶، صص ۹۵-۱۰۸.
- مهدی زاده، ج.، ۱۳۸۳. مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری شهری در ایران، مجله مجلس و پژوهش، سال ۳۲، شماره ۴۴، صص ۱۲۱-۱۵۲.
- نیک دل، ن.، مسلمی پور لالمی، پ. و رضایپور هندخاله، آ.، ۱۳۹۴. حاشیه‌ی تالاب انزلی؛ نقش انزوای جغرافیایی مناطق برکندی جریان گردشگری؛ مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا، فصلنامه رشد آموزش جغرافیا، سال ۱۰، شماره ۱۱۰، صص ۳۲-۴۱.
- رمضان نژاد، ی.، رکن‌الدین افتخاری، ع.ر. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۵. سنجش نگرشی اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه‌ی پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ششم، شماره بیستم، صص ۱۴۵-۱۶۰.
- رضائی، ب. و نیکدل، ن.، ۱۳۸۹. شناخت عوامل موثر بر افزایش مدت ماندگاری گردشگران در شهرستان صومعه‌سرا، فصلنامه چشم انداز جغرافیایی، سال پنجم، شماره ۱۳، صص ۴۸-۵۹.
- رهنمایی، م.ت.، ملک‌نیا، م. و جهانیان، م.، ۱۳۹۰. نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۲۵ در توسعه گردشگری شهر تهران، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۳، شماره ۱۲، صص ۷۳-۸۶.
- سجادی، ا. و احمدی، ف.، ۱۳۹۲. «ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲، صص ۱۵۵-۱۷۵.
- سجاسی قیداری، ح.ا.، رومیانی، ا. و جعفری، ن.، ۱۳۹۳. سنجش و ارزیابی پایداری مقصدهای گردشگری روستایی از دیدگاه اجتماعات محلی مطالعه موردی: دهستان درب‌گنبد - شهرستان کوههدشت، مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال چهارم، شماره ۱۲، صص ۱۰۳-۱۲۶.
- ضیایی، م. و حسن پور، م.، ۱۳۹۲. تدوین حوزه‌های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از تطبیق تئوریک و کاربردی مدل‌های چرخه حیات مقصد و شاخص رنجش داکسی مورد شناسی: مصر، فرحزاد، محمد آباد کوره‌گز؛ ابوزیدآباد، بند ریگ و عشین، ریگ جن، جندق، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، سال سوم، شماره نهم، صص ۱۵-۲۸.
- ظهیری نیا، م. و نیکخواه، ه.، ۱۳۹۵. بررسی نگرش ساکنان شهر بندرعباس نسبت به تأثیرات گردشگری،

- Akbarpour, H., Bagheri, S., 2015. Tourism Economy in Iran, Iranian journal of business and economics. v. 2, p. 96-121.
- Allahdadi, F., 2011. Factors contribute to underdevelopment of tourism industry in Iran, Journal of American Science, v. 23, p. 870-873.
- Altinay, M., Hussain, K., 2005. Sustainable tourism development: a case study of north Cyprus, International journal of contemporary hospitality management, v. 17, p. 272 – 280.
- Annual report on the economic impact of travel and tourism in the world, 2016. World Travel and Tourism Council (WTTC).
- Aqajani, H., Azkia, M., 2016. The Sociological Analysis Of Tourism industry in development Of gilan Province, Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences, v. 6, p. 184-189.
- Bakr M. Aly Ahmed. Social and culture impacts of tourism growth incostal environments and the potential for sustainability: case study of Egypt and use, International journal of arts and humanities, v. 1, p. 32-47.
- Brunt, P., Courtney, P., 1999. Host Perceptions of Sociocultural Impacts, Annals of Tourism Research, v. 26 , p. 493-515.
- Butler, R.W., 1980. The concept of a Tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, Canadian Geographer., v. 24, p. 5-12.
- Butler, R.W., 1993. Tourism: an evolutionary perspective”, Tourism & sustainable development: monitoring, planning, & managing, v. 37, p. 27-43.
- Butler, R.W., 1998. Sustainable tourism—looking backwards in order to progress? sustainable tourism: Geographical perspectives, v. 21, p. 25-34.
- Doxey, G.V., 1975. A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences, In Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings, v. 3, p. 195-198.
- Galdini, R., 2007. Tourism and The City: Opportunity for Regeneration, Tourismos, v. 2, p. 95- 11.
- Gilmore, J.H., 2002. Differencing Hospitality cooperation’s via Experiences, Cornell Hotel and Restaurant: Quarterly, v. 43, p. 87- 92.
- Kim, M., Lee, Ch. and Bonn, M., 2016. The effect of social capital and altruism on seniors' revisit intention to social network sites for tourism related purposes, Tourism Management, v. 53, p. 96-107.
- Lagiewski, R.M., 2006. The application of the TALC model: A literature survey, the Tourism Area Life Cycle., v. 1. p. 27–50.
- Lawson, R.W.J. Lawson, RW. Williams, J. Young, T. Cossens, j. and Cossens, J., 1998. A Comparison of Residents’ Attitudes towards Tourism in 10 New Zealand Destinations, Tourism Management. v. 19, p. 247- 256.
- Lozano-Oyola, M., Blancas, F.J., Gonzalez, M. and Caballero, R., 2012. Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools Cultural Destinations, Ecological Indicators, v. 18, p. 612- 675.
- Mason, P. Leberman, S., 2000. Local Planning for recreation and tourism: Mountain biking in the Manawatu region of New Zealand, journal of sustainable Tourism. v. 8, p. 84-97.
- Rasoolimanesh, S.M., Jaafar, M., Kock, N. and Ramayah, T., 2015. A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions, Tourism Management Perspectives, v. 16, p. 335–345.
- Ryan, C., Scotland, A. and Montgomery, D., 1998. Residents Attitudes to Tourism Development: A Comparative Study between the Rangitikei, New Zealand, 200 p.
- Smith, M.D.Krannich, R.S., 1998. Tourism Dependency and Resident Attitudes, Annals of Tourism Research. v. 25, p. 783-802.
- Taghizadeh Yazdi, M.R. and Barazande, H., 2016. Identifying and Ranking Health Tourism Development Barriers in Iran Using Fuzzy VIKOR Method, Asian Social Science, v. 12, p. 210-241.
- Tosun, C., 2001. Regional Planning Approaches to Tourism Development, Tourism Management, v. 17, p. 519-531.
- Tsunoda, T. and Mendlinger, S., 2009. Economic and Social Impact of Tourism on a Small Town Service Science & Management., v. 4, p. 61-70.
- Yang, L., 2010. Ethnic tourism and cultural representation, Annals of tourism research, v. 38, p. 561-585.