

## **Analysis of Stakeholders' Perceptions of Tourism Impacts Sustainability in Lahijan**

Ali, Movahed<sup>1\*</sup>, Mojtaba, Javadan<sup>2</sup>., Marzieh, Ghanipour Tafreshi<sup>3</sup>.

1- Associate Professor of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

2- Assistant Professor of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

3- PhD. Student in Geography and Urban Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

**Received: 31 December 2019**

**Accepted: 29 April 2020**

### **Extended Abstract**

#### **Introduction**

Nowadays, tourism is being planned as one of the strategies of economic development in many countries. Even so, tourism planning due to its dynamic and complex nature requires a comprehensive and targeted approach to development. Murphy believes that a tourism destination is located within a system that, as an intermediary, allows local residents and tourists to meet on the spot and provides tourists with various components of the tourism product in terms of accommodation, services and attractions. Understanding of stakeholders' perception of tourism effects and their support for the tourism development process has been the subject of much research. Various models including social exchange theory, tourism life cycle and segmentation have been used to study stakeholders. In the social exchange method, the tourism host community examines the cost-benefit. In the segmentation theory, the costs and benefits of different departments or groups are examined, and in the life cycle theory, tourism evaluation is considered over time. In order to achieve sustainable tourism development in Lahijan, it is necessary to study stakeholders' perceptions of tourism development. Therefore, this research seeks two aims. First, it assesses the current state of tourism development from the perspective of stakeholders to determine its sustainability level and then examines the difference between stakeholders' perception and its significance. Therefore, the following questions were formulated in terms of the research purpose:

1. what is the level of tourism development of Lahijan city from viewpoint of sustainability?
2. Is there a significant difference between stakeholders' perceptions (local residents, officials, investors and tourists) regarding the tourism impacts sustainability in Lahijan?

#### **Methodology**

This research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of nature and method of research. Documentary (library studies) and field (questionnaire) methods were used to collect the required data. The statistical population of this study includes local residents, managers, tourists and investors in Lahijan, which was determined by Cochran formula. Data were analyzed by using of mean and one-way analysis of variance in SPSS 25 software.

#### **Results and discussion**

Data analysis showed that in view of economic perception, tourism development is in the mean (3/34) and above average in Lahijan city. Compared this between groups, it also showed that economic perception is at the suitable and moderate level from the standpoint of investors and

---

\* Corresponding Author (Email: [movahed@khu.ac.ir](mailto:movahed@khu.ac.ir))

Copyright © 2020 Journal of Urban Tourism. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

managers, locals and tourists, respectively. A survey of the tourism development in terms of social also showed that the overall of the stakeholders' perception was at an average level (3/16), but the highest level of social perception was for investors and the lowest was for managers. Local residents and tourists also rank second and third place, respectively. Physical development caused by tourism development is also in an undesirable condition (2/8) in Lahijan, as all four stakeholder groups confirmed it. Environmentally, the average situation in Lahijan is at an average level (3/07). The highest level of environmental perception was for investors (3/14) and the lowest one was for local residents (2/86). Managers and tourists are ranked second and third spots, with scores of 3/28 and 3, respectively. In general, the comparison of stakeholders in the four dimensions of tourism development in Lahijan indicated that the highest level of development is allocated to economic variables and the lowest level of development is belonged to physical ones. Social and environmental dimensions were ranked second and third, respectively. In addition, The Fisher test statistics presented that the environmental, economic and social perception of the stakeholders with 99% confidence had a significant difference, while there was no significant difference between the stakeholders. The quality of mean differences for stakeholder groups also showed that in terms of perception, investors are in high-level and managers are in low-level. Also, tourists and residents are ranked second and third. The Tukey test also indicated that there were two groups of perceptions in Lahijan. The first group includes managers, residents and tourists, while the second group consists only of investors.

### **Conclusions**

Understanding stakeholders' perceptions is one of the key factors of tourism development in a destination. Planning from top to bottom, regardless of all stakeholders has led to a lack of tourism sustainable development, especially in Iran and Lahijan city. It is widely believed that tourism sustainable development is the only way to make the most optimal use of the tourism industry. Proper and systematic planning is needed to identify the key factors of tourism sustainable development. In none of the tourism development processes in Lahijan has been provided the necessary background for the participation of local residents and tourists. While local residents, as main owners of tourism destination, play a key role in the tourism development process. So that, the consent and satisfaction of local residents to attract tourists can extend the lifecycle of a destination. The productivity and benefit of managers and investors are somewhat clear. Managers are looking to attract more investors and thus fund the city's public spending through taxation and investors are also looking for an opportunity to make more profit at a lower cost. In the meantime, tourists and especially local residents do not have the power and necessary context to participate in the tourism development process.

**Keywords:** tourism, sustainability, stakeholders, tourism Impacts, City Lahijan.

## تحلیل ادراک ذینفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان

علی موحد<sup>۱</sup> - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران  
مجتبی جاودان - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران  
مرصیه غنی پور تفرشی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۲/۱۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۱۰

### چکیده

ادراک ذینفعان از آثار گردشگری مهم‌ترین پارامتر برای حمایت آن‌ها از توسعه گردشگری به شمار می‌آید. از این رو بررسی و شناخت کامل از نگرش‌ها و علائق ذینفعان یک الزام ضروری و اجتناب‌ناپذیر برای برنامه‌ریزی و مدیریت پایدار در گردشگری است. هدف این پژوهش شناسایی سطح ادراک و معناداری تفاوت میانگین ذینفعان نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان است. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است. پرسشنامه محقق ساخته طراحی و تدوین شد سپس در بین نمونه‌ها (ساکنان، مدیران، سرمایه‌گذاران و گردشگران) به تعداد ۳۸۴ نمونه پخش و گردآوری شد. سپس از نرم‌افزار SPSS برای تحلیل آن استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ و برای آزمون فرضیات از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شد. نتایج پژوهش بیانگر آن است وضعیت توسعه گردشگری در شهر لاهیجان به لحاظ اقتصادی (۳/۲۴)، اجتماعی (۳/۱۶)، زیست‌محیطی (۳/۰۷) بالاتر از حد متوسط و متمایل به وضعیت خوب و در بعد کالبدی (۲/۸۰) پایین‌تر از حد متوسط و متمایل به وضعیت نامناسب قرار دارد. از نظر سطح ادراک ذینفعان نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان، سرمایه‌گذاران با امتیاز ۳/۶ دارای ادراک بالاتر از متوسط؛ ساکنین محلی، مدیران و گردشگران به ترتیب با امتیازات ۲/۸۸، ۲/۸۷ و ۲/۸۳ در سطح نامطلوب متمایل به متوسط قرار دارند. همچنین نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان داد که تفاوت معناداری بین ادراک ذینفعان گردشگری نسبت به پایداری اثرات گردشگری از نظر اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی وجود دارد. در مقابل تفاوت معناداری بین ادراک ذینفعان گردشگری نسبت به پایداری اثرات گردشگری از نظر کالبدی وجود ندارد. بنابراین توجه به اثرات گردشگری در زمینه کالبدی از الزامات توسعه گردشگری پایدار در شهر لاهیجان است. در نهایت پیشنهادهایی برای بهبود توسعه گردشگری در شهر لاهیجان ارائه شده است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، پایداری، ذینفعان، اثرات گردشگری، شهر لاهیجان.

## مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان یکی از راهکارهای توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورها به صورت برنامه ریزی شده دنبال می شود. با این حال برنامه ریزی گردشگری به دلیل ماهیت پویا و پیچیده آن نیازمند رویکرد جامع و هدفمند برای توسعه است. درک ارتباطات متقابل چندبعدی و فرا بخشی گردشگری زمانی قابل درک و فهم است که در قالب یک سیستم یکپارچه بررسی شود (Chianeh et al, 2013:20). در این زمینه مورفی معتقد است که یک مقصد گردشگری درون سیستمی قرار دارد که به عنوان واسطه، امکان رویارویی ساکنین محلی و گردشگران را در مکان فراهم ساخته و اجزای مختلفی از محصول گردشگری را در قالب اقامتگاه، خدمات و جاذبه ها در اختیار گردشگران قرار می دهد (Murphy, 2013:75). اگرچه توسعه گردشگری در سال های اخیر به مانند شمشیر دو لبه عمل کرده است که در کنار منافع آن، هزینه هایی را هم بر جامعه محلی تحمیل کرده است (Vosoughil et al, 2012:12). این پیامدها بر اساس نوع و میزان به سه دسته اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی تقسیم بندی شده اند (Qin et al, 2019:1). اخیراً درک و فهم ادراک ذینفعان نسبت به این اثرات و حمایت آن ها از فرایند توسعه گردشگری مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. از نظر گورسوی و رازرفورد ذینفعان بخصوص جوامع محلی تنها در صورتی از توسعه گردشگری حمایت می کنند که نگرش آن ها به گردشگری و اثرات آن مثبت باشد (Gursoy & Rutherford, 2004:497). رابینسون و همکاران نیز معتقدند که ادراک ساکنان از اثرات گردشگری بر حمایت آن ها نسبت به توسعه گردشگری تأثیرگذار است به گونه ای که ۵۰ درصد ساکنان، تخریب محیط زیست و برخی از آسیب های اجتماعی و فرهنگی را به گردشگران نسبت می دهند (Robinson et al, 2019:2). در این راستا ویور عنوان می کند که با توجه به ماهیت گردشگری برای به حداکثر رساندن مزایا و به حداقل رساندن هزینه ها، توسعه گردشگری پایدار باید تشویق شود (Weaver, 2007:110). برخی محققان توسعه پایدار گردشگری را به عنوان فرایندی معرفی کردند که با بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت حفاظت منابع طبیعی و انسانی در ارتباط است (Sodhro et al, 2019: 1168). گان و وار نیز معتقدند که گردشگری پایدار، نیازمند جلوگیری از تخریب و زوال سیستم های اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی جامعه میزبان است و ساکنان بومی باید از آن منافع کسب کنند (Gunn & Var, 2002:14). در فرایند توسعه گردشگری نسبت هزینه-فایده برای هر کدام از ذی نفعان عامل کلیدی در جهت حمایت از آن محسوب می شود. به گونه ای که مورفی بر نقش و اهمیت جامعه محلی به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه گردشگری پایدار تأکید کرده است (Murphy, 2013:15). مدل های مختلفی از جمله تئوری مبادله اجتماعی، چرخه حیات گردشگری و بخش بندی برای مطالعه ذینفعان مورد استفاده قرار گرفته است. در روش مبادله اجتماعی جامعه میزبان گردشگری به بررسی هزینه-فایده اقدام می کند (Brida et al, 2011:182). در تئوری بخش بندی، هزینه و منافع بخش ها یا گروه های مختلف مورد بررسی قرار می گیرد و در تئوری چرخه حیات ارزیابی گردشگری در طول زمان مورد توجه قرار می گیرد (Peroff et al, 2017:102). با توجه به پیچیدگی جامعه و اقتصاد دنیای امروز، تقریباً همه محققان بر این امر واقف اند که زمانی می توان به توسعه پایدار گردشگری رسید که همه ذینفعان در آن دخالت داده شوند، چرا که بدون حمایت همه جانبه توسعه ای پایدار شکل نخواهد گرفت. از این رو بررسی و شناخت کامل از نگرش ها و علائق ذی نفعان یک الزام ضروری و اجتناب ناپذیر برای برنامه ریزی و مدیریت پایداری در گردشگری است (Byrd & Gustke, 2004:98). شهر لاهیجان یکی از مقاصد گردشگری در استان گیلان به دلیل چشم اندازها و جاذبه های طبیعی و تاریخی و همجواری با یکی از زیباترین کوه های منطقه (شاه نشین کوه) و دسترسی آسان به آن و هم چنین دارا بودن چشم اندازهای کوهپایه ای شامل مزارع برنج و باغ های سرسبز چای همواره مورد توجه گردشگران بوده است. با وجود حجم بالای گردشگران ورودی و رشد اشکال متنوع گردشگری تاکنون تحقیقی در زمینه ادراک ذینفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان انجام نشده است. هر چند هر کدام از ذینفعان از جمله سرمایه گذران به دنبال منافع خود و مدیران نیز به دنبال ارائه کارنامه ای درخشان از خود هستند، با این حال انجام تحقیقی که تمامی ذینفعان درگیر در گردشگری را شامل شود، در شهر لاهیجان در جهت رسیدن به توسعه پایدار گردشگری امری ضروری است. لازمه چنین تحقیقی در نظر گرفتن دیدگاه ها

و رویکردهای ذینفعان گردشگری نسبت به گردشگری پایدار است، تا ضمن مشخص کردن وضعیت پایداری گردشگری، تفاوت دیدگاه‌های ذینفعان از جمله جامعه میزبان گردشگری، سرمایه‌گذاران، مدیران و گردشگران پایدار آشکار کرد تا در راستای ارائه استراتژی‌های مطلوب توسعه گردشگری در شهر لاهیجان به سمت توسعه پایدار گردشگری به کار گرفته شود. بررسی پیشینه داخلی نیز نشان می‌دهد که محمدی (۱۳۹۷)؛ همتی و آمانج رسولی (۱۳۹۵)؛ کروی و بذرافشان (۱۳۹۵) و بدری و اکبریانی رونیزی (۱۳۹۴) در زمینه ادراک ذینفعان گردشگری به صورت تک‌بعدی پژوهش انجام داده‌اند. بنابراین این پژوهش به دنبال دو هدف است. ابتدا وضعیت موجود توسعه گردشگری را از نگاه ذینفعان موردسنجش قرار داده تا سطح پایداری آن مشخص شود. سپس تفاوت ادراک ذینفعان و معناداری آن را موردبررسی قرار دهد. لذا در راستای اهداف ذکر شده سؤالاتی به شرح زیر تدوین شدند.

- ❖ وضعیت توسعه گردشگری شهر لاهیجان به لحاظ پایداری در چه سطحی قرار دارد؟
- ❖ آیا تفاوت معناداری بین ادراک ذینفعان (ساکنین محلی، مسئولین، سرمایه‌گذاران و گردشگران) نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان وجود دارد؟

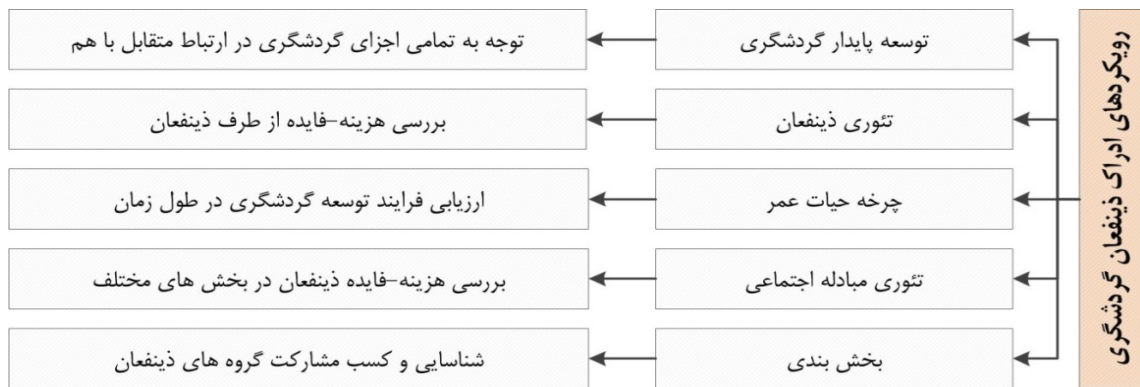
### مبانی نظری

گروهی از افراد که به صورت سازمان‌دهی شده یا سازمان‌دهی نشده به دنبال منافع مشترکی در یک سیستم یا موضوع خاصی باشند، ذینفع عنوان می‌شوند (Grimble & Wellard, 1997:176). فریمن<sup>۱</sup> هر گروه یا فرد متأثر یا تأثیرگذار در اهداف سازمان را ذینفع می‌نامد (Currie et al, 2009:45). گریمل و والارد<sup>۲</sup> نیز معتقدند که ذینفعان به‌عنوان اشخاص یا گروه‌هایی علاقه‌مند در یک پروژه هستند که در نتیجه آن تأثیرگذار هستند (Salam & Noguchi, 2006:790). فریمان همچنین ذینفع را به‌عنوان فرد یا گروهی تعریف می‌کند که می‌تواند اثرگذار و یا متأثر از دستیابی به اهداف سازمانی شود (Freeman, 1994:50). دونالدسون و پرستون مجدداً تعریف فریمان را اصلاح می‌کنند و اذعان می‌کنند که اگر کسی به‌عنوان ذینفع شناخته شود، گروه و یا فرد باید منفعتی مشروع در آن سازمان و یا فعالیت داشته باشد (Donaldson & Preston, 1995:7). از این نظر فریمان معتقد بود که ذینفعان شامل کارمندان، مشتریان، تأمین‌گرها، سهامدارها، بانک‌ها، محیط‌بانان، دولت و همه گروه‌هایی است که می‌توانند به یک شرکت کمک کنند و یا به آن آسیب رسانند. یک ذینفع باید دلالت بر گروه‌هایی داشته باشد که در یک سازمان تمایز ایجاد کنند و یا برحسب تعریف هر گروه یا فردی که بتواند اثر گذارد و یا متأثر از دستاوردهای اهداف سازمانی باشد (Freeman, 1994:45).

به اعتقاد ساواج و همکاران ذینفعان ریسک را متحمل می‌شوند، سرمایه انسانی و مالی‌شان را بسته به رفتار سازمان در معرض ریسک می‌گذارند. همچنین ذینفعان را در قالب گروه و افرادی تعریف می‌کند که در اقدامات یک سازمان منفعت دارند و توانایی اثرگذاری بر آن را دارند (Savage et al, 1991:61). گردشگران، ساکنین، سرمایه‌گذاران و مدیران دولتی به‌عنوان چهار ذی‌نفع اصلی هر مقصد گردشگری به حساب می‌آیند. همان‌طور که سیستم‌های گردشگری در حال پیچیده شدن هستند، ذینفعان نیاز دارند که در زمینه سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها و بازاریابی‌ها با یکدیگر همکاری کنند. همکاری در زمینه فعالیت‌هایی که مربوط به برنامه‌ریزی توسعه گردشگری مقصد است نیاز به مداخله و همکاری بخش‌های عمومی و خصوصی دارد تا توافقی در زمینه یکسان کردن اهداف و استراتژی‌ها به دست بیاید (Joo & woosnam, 2019:2). هرچند بعد اقتصادی گردشگری بسیار موردتوجه هست، در زمینه سودرسانی گردشگری به‌تمامی ذینفعان دو رویکرد با توجه به نقش گردشگری در جامعه یا توسعه بازار وجود دارد. رویکرد اقتصاد سیاسی، به گردشگری به‌عنوان یک فعالیت بهره‌برداری اشاره می‌کند که ناشی از تمایل طبقه ثروتمندان هست. این رویکرد مادی‌گرا معتقد است که ساکنان یک مقصد کمترین نقش را در فرایند توسعه دارند و در نتیجه تنها در زمینه پیامدها بخصوص در زمینه محیط‌زیست خود واکنش نشان می‌دهند. رویکرد عمل‌گرا پیشنهاد می‌کند که همه ذینفعانی که به‌نوعی تحت تأثیر یا درگیر در این صنعت هستند باید به‌صورت جمعی سیستم گردشگری را مدیریت کنند (Moscardo, 2011:425). لذا در

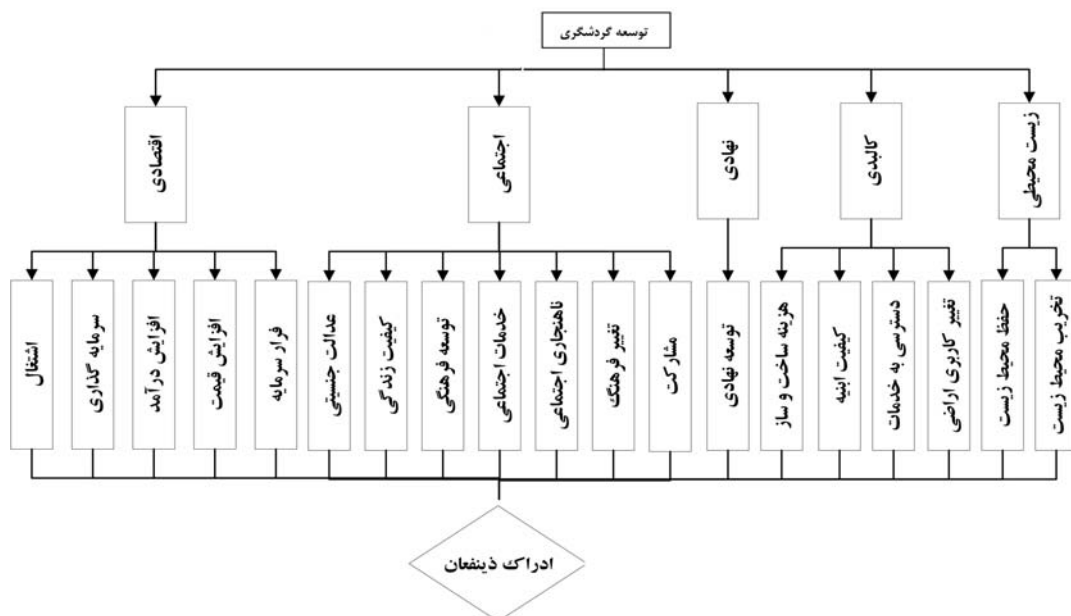
1. Richard Edward Freeman  
2. Grimble & Wellard

این زمینه تئوری ذینفعان توسط فریمن (۱۹۸۴) مطرح شده است که معتقد است هر گروه ذینفع از حق مسلم خود برای تعیین جهات توسعه آینده یک سازمان یا یک مقصد گردشگری باید برخوردار باشد (Sautter & Leisen, 1999: 312-314). احساس درآمد و اثر مثبت در جامعه میزبان منجر به افزایش مشارکت فعال آن‌ها در فرایند توسعه گردشگری خواهد شد (Cucculelli & Goffi, 2016: 2). بسیاری از محققان برای شناسایی محدودیت‌های مشارکت در فرایند گردشگری از تئوری نمایندگی اجتماعی استفاده کرده‌اند. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که سه تعارض ابتدا بین برنامه ریزان، سرمایه‌گذاران و گردشگران؛ دوم بین گردشگران و جامعه محلی با تأکید بر مقصد و میزبانی و تعارض سوم نیز بین جامعه محلی و برنامه‌ریزان وجود دارد. برقراری تعادل بین گردشگران، جامعه محلی و سرمایه‌گذاران وظیفه اصلی مسئولین و مدیران در فرایند توسعه گردشگری پایدار است (Moscardo, 2011: 425). در این رابطه سازمان جهانی گردشگری بیان می‌دارد که دخالت ذینفعان در فرایند توسعه گردشگری یکی از شرایط لازم برای شکل‌گیری توسعه مناسب آن است (Byard Jr, 2003: 12). فریمن (۱۹۸۴) نیز برای مدیریت کارآمد ذینفعان بر سه مفهوم شناسایی منافع و فرایند لازم برای درک رابطه بین سازمان و افراد دارای نفع و مفهوم سوم بر مدیریت تبادلات بین همه ذینفعان تمرکز دارد (Freeman, 2010: 20). شکل ۱ رویکردهای مطرح در زمینه ادراک ذینفعان در فرایند توسعه گردشگری را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱. رویکردهای مطرح در زمینه ادراک ذینفعان گردشگری

در نهایت پس از انجام مطالعات نظری و مقایسه تحقیقات انجام شده به دسته‌بندی متغیرها و سنجه‌ها پرداخته شد که در نهایت مدل مفهومی پژوهش به شکل ۲ ترسیم گردید.



شکل شماره ۲. مدل مفهومی پژوهش

## روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات و داده‌های موردنیاز پژوهش از روش اسنادی (مطالعات کتابخانه‌ای) و میدانی (پرسشنامه) استفاده شد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل ساکنین محلی، گردشگران حاضر، سرمایه‌گذاران و مدیران توسعه گردشگری در شهر لاهیجان هستند. جهت تعیین حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برای ساکنین و گردشگران ۳۸۳ تعیین شد. از آنجاکه حجم جامعه سرمایه‌گذاران و مسئولین به صورت دقیق مشخص نبود، از فرمول کوکران با حجم جامعه آماری و واریانس نامشخص استفاده شد که تعداد نمونه ۱۷۰ تعیین شد. با توجه به محدودیت زمانی و هزینه، تصمیم بر تقلیل تعداد نمونه‌ها شد. بدین منظور ۱۱۸ نمونه به صورت مساوی بین ساکنین، گردشگران و سرمایه‌گذاران و ۳۰ نمونه برای مسئولین در نظر گرفته شد.

جدول شماره ۱. جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه آماری	حجم جامعه	تعداد نمونه	نمونه تقلیل شده
ساکنین شهر لاهیجان	۱۶۷۵۴۴	۳۸۳	۱۱۸
گردشگران حاضر در شهر لاهیجان	۱۰۹۳۱۳۸	۳۸۳	۱۱۸
سرمایه‌گذاران گردشگری شهر لاهیجان	نامشخص	۱۷۰	۱۱۸
مسئولین دخیل در گردشگری شهر لاهیجان	نامشخص	۱۷۰	۳۰

پرسشنامه محقق ساخته از بررسی مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش در قالب ۱۰۰ سؤال (۶ سؤال توصیفی و ۹۴ سؤال تحلیلی) به شرح جدول ۲ طراحی گردید. برای سنجش گویه‌ها نیز از طیف لیکرت از امتیاز ۱ (خیلی کم) تا امتیاز ۵ (خیلی زیاد) استفاده شد. برای بررسی روایی محتوایی ابتدا ۳۰ پرسشنامه توسط خبرگان (۱۵ نفر) مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز از طریق آلفای کرونباخ برای هر کدام از متغیرها به دست آمد که حاکی از پایایی بالای پرسشنامه بود (جدول ۲). همچنین برای بررسی توزیع نرمال داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد که نتایج بیانگر توزیع نرمال داده‌ها است.

جدول شماره ۲. جزئیات پرسشنامه محقق ساخته به همراه نتایج آلفای کرونباخ

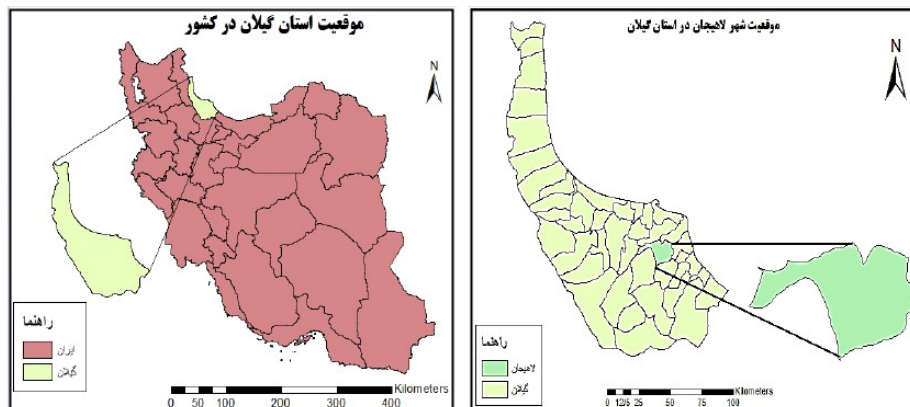
متغیرها	تعداد سنجه	شماره سنجه	آلفای کرونباخ	کولموگروف اسمیرنوف
توصیفی	۶	الف-ج	-	-
اقتصادی	۳۲	۱-۳۲	۰/۸۸۵	۰/۵۵
اجتماعی	۳۵	۳۳-۶۷	۰/۸۹۱	۰/۶۳
کالبدی	۲۱	۶۸-۸۸	۰/۷۵۳	۰/۵۰
زیست محیطی	۶	۸۹-۹۴	۰/۷	۰/۵۲

متغیرهای مستقل این پژوهش شامل ابعاد توسعه گردشگری (اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی، کالبدی و نهادی) و متغیر وابسته آن ادراک ذینفعان گردشگری است که در قالب مدل مفهومی در شکل شماره ۱ ارائه شده است. تکنیک‌های تحلیل داده این پژوهش به دو بخش توصیفی و تحلیلی تقسیم می‌شود. در بخش توصیفی از شاخص‌های فراوانی، گرایش به مرکز و پراکندگی و میانگین و در بخش تحلیلی نیز برای آزمون میانگین از تحلیل واریانس یک طرفه در بستر نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

## محدوده مورد مطالعه

شهر لاهیجان واقع در شهرستان لاهیجان و یکی از سه شهر مهم استان گیلان بشمار می‌رود که در شرق رودخانه سفیدرود واقع شده است. این شهر در ۵۱ درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۱۶ دقیقه عرض شمالی و به ارتفاع ۲ متر از

سطح دریا در قلب باغات و مزارع و سبزه‌زارها جای گرفته است و از شمال به دریای خزر، از جنوب به شهر سیاهکل و شهرستان رودبار، از شرق به شهرستان لنگرود و از غرب به شهر آستانه‌اشرفیه و کوچصفهان محدود است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ شهر لاهیجان دارای ۱۶۷۵۴۴ نفر جمعیت است. همچنین برای آمار فصل بهار سال ۱۳۹۵ تعداد گردشگران ورودی به این شهر حدود ۱۰۹۳۱۳۸ نفر برآورد می‌شود که به صورت تقریبی سالانه ۵ الی ۷ میلیون گردشگر دارد (سالنامه آماری استان گیلان، ۱۳۹۵: ۲۰۰). این شهر علاوه بر زیبایی‌های طبیعی دارای آثار برجسته فرهنگی نیز می‌باشد. آبشار شیطان کوه، باغ فلاحت، بام سبز و تله کابین، پارک جنگلی شیخ زاهد، آرامگاه عاقلیه، موزه چای برخی از آثار طبیعی و فرهنگی شهر لاهیجان به شمار می‌روند. شکل شماره ۱ موقعیت محدوده مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۳. موقعیت جغرافیایی شهرستان لاهیجان

## بحث و یافته‌ها

با توجه به اینکه تعداد گروه‌های مورد مطالعه (۴ گروه مستقل) بود، از تحلیل میانگین استفاده شد. سؤالات هر کدام از متغیرها در دو بخش مثبت و منفی تقسیم‌بندی شدند. میانگین متغیرها نیز در قالب طیف لیکرت به صورت بسیار نامطلوب (۱)، نامطلوب (۲)، متوسط (۳)، مطلوب (۴) و بسیار مطلوب (۵) در نظر گرفته شد. برای نمایش بهتر نتایج ذینفعان نیز کدبندی شدند. برای سرمایه‌گذاران از کد S، ساکنین محلی از کد L، گردشگران از کد T و برای مدیران از کد M استفاده شد.

یافته‌های توصیفی حاکی از آن است که به لحاظ جنسیت پاسخگویان، ۲۱۸ مرد و ۱۶۸ زن؛ به لحاظ تأهل ۱۰۴ نفر مجرد و ۲۸۰ نفر متأهل؛ از نظر سن ۶ نفر زیر ۱۸ سال، ۳۳ نفر بین ۱۹-۲۴ سال، ۱۰۸ نفر بین ۲۵-۳۴ سال، ۱۵۳ نفر بین ۳۵-۴۴ سال، ۶۸ نفر بین ۴۵-۵۴ سال و ۱۶ نفر بالاتر از ۵۵ سال؛ به لحاظ تحصیلات ۳۳ نفر سیکل، ۲۸ نفر دیپلم، ۱۲۲ نفر فوق دیپلم، ۱۸۷ نفر لیسانس و ۱۴ نفر فوق لیسانس و بالاتر بوده‌اند.

بررسی متغیرهای ادراک اقتصادی از پایداری اثرات گردشگری نشان می‌دهد که در بخش سؤالات مثبت میانگین از نظر سرمایه‌گذاران ۱۶ گویه (اشتغال‌زایی، امنیت شغلی، افزایش درآمد، اشتغال در بخش خدمات، کارآفرینی، سرمایه‌گذاری در مشاغل سنتی و جدید، متنوع سازی اقتصاد، ایجاد بازار جدید، تأمین نیازهای اساسی، تقویت بازار محلی، افزایش مصرف تولیدات ناحیه‌ای-محلی، افزایش توان مسافرت رفتن ساکنین، ارتقای شاخص‌های توسعه، سرمایه‌گذاری غیردولتی، رشد سرمایه‌گذاری، رشد پس‌انداز، توسعه منطقه‌ای، رقابت در سرمایه‌گذاری) در وضعیت مطلوب و ۳ گویه (اشتغال در بخش صنایع، بهبود کمی و کیفی صنایع دستی و تأمین هزینه‌های عمومی شهر) در وضعیت متوسط قرار دارد. همچنین در بخش سؤالات منفی ادراک اقتصادی میانگین پاسخگویی سرمایه‌گذاران نشان می‌دهد که ۲ گویه (سوداگری زمین شهری و افزایش قیمت مسکن) در وضعیت بسیار نامطلوب، ۵ گویه (توزیع ناعادلانه منافع حاصل از گردشگری، فصلی شدن اشتغال، وابستگی اقتصادی به گردشگری، افزایش قیمت کالا و خدمات و افزایش شاغلان غیربومی) در وضعیت نامطلوب و در ۲ گویه (خروج سرمایه از شهر و انحصار شغل توسط غیربومی‌ها) در وضعیت متوسط قرار دارد.



بخش سؤالات منفی ادراک اقتصادی نیز یک گویه (افزایش قیمت مسکن) در وضعیت بسیار نامطلوب، ۲ گویه (سوداگری زمین و افزایش قیمت کالاها و خدمات) در وضعیت نامطلوب و بقیه گویه‌ها در وضعیت متوسط قرار دارند. میانگین پاسخگویی گردشگران برای سؤالات مثبت ادراک اقتصادی در ۳ گویه (تقویت بازارهای محلی، ارتقای شاخص‌های توسعه و توسعه منطقه‌ای) وضعیت مطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. همچنین میانگین گردشگران برای سؤالات منفی ادراک اقتصادی نیز نشان می‌دهد که در ۳ گویه (افزایش قیمت کالاها و خدمات، سوداگری زمین و افزایش قیمت مسکن) وضعیت نامطلوب و بقیه متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. و در نهایت میانگین مدیران برای سؤالات مثبت ادراک اقتصادی نیز نشان می‌دهد که در یک گویه (افزایش سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی) وضعیت مطلوب، در ۳ گویه (اشتغال در بخش صنایع، افزایش توان مسافرت رفتن ساکنین و افزایش پس‌انداز ساکنین) در وضعیت نامطلوب و بقیه گویه‌های در وضعیت متوسط قرار دارند. همچنین در بخش سؤالات منفی نیز در ۳ گویه (افزایش قیمت کالا و خدمات، سوداگری زمین و افزایش قیمت مسکن) وضعیت نامطلوب و سایر گویه‌ها در وضعیت متوسط قرار دارند. به‌طور کلی، میانگین کل برای ادراک اقتصادی ۳/۳۳ و برای مدیران ۳/۰۶، گردشگران ۳/۲۱، ساکنین محلی ۳/۱۸ و سرمایه‌گذاران ۳/۹ است. بالاترین میانگین برای سرمایه‌گذاران و کمترین نیز برای مدیران است.

جدول شماره ۳. میانگین پاسخگویان به متغیرهای ادراک اقتصادی

ذینفعان	میانگین تفکیکی	میانگین کل
مدیران	۳/۶	۳/۳۴
گردشگران	۳/۲۱	
ساکنین محلی	۳/۱۸	
سرمایه‌گذاران	۳/۹	

میانگین پاسخگویی سرمایه‌گذاران برای سؤالات مثبت ادراک اجتماعی نشان می‌دهد که یک گویه (افزایش نیروهای آموزش دیده) در وضعیت بسیار مطلوب، ۴ گویه (عرضه بهداشتی محصولات، بهبود کیفیت محصولات غذایی، افزایش امکانات و خدمات محلی و تقویت نهادهای محلی) در وضعیت مطلوب و ۱۸ گویه (وضعیت آموزش، وضعیت بهداشت - درمانی، وضعیت بهداشت فردی و عمومی، روابط بین افراد و گردشگران، بهبود عرضه محصولات فرهنگی، کاهش مهاجرت از شهر، بازگشت مهاجران، رضایت از زندگی، افزایش امکانات و خدمات تفریحی، افزایش امکانات و خدمات ورزشی، وضعیت امکانات فرهنگی، تبادلات فرهنگی، تعلق مکانی، احیا هویت فرهنگی و غرور ملی، استاندارد کردن زندگی، تصویر و هویت مناسب از فرهنگ، تبلیغ شهر لاهیجان، عدالت جنسیتی) در وضعیت متوسط قرار دارند. میانگین سؤالات منفی ادراک اجتماعی سرمایه‌گذاران نیز نشان می‌دهد که ۷ گویه (اختلاف بر سر مالکیت، تغییر نوع پوشش مردم، تغییر در فرهنگ و آداب و رسوم، تشدید طبقات اجتماعی، رایج شدن کالاهای لوکس، تغییر معماری سنتی و محلی، دوگانگی فرهنگی و افزایش امکانات و خدمات محلی) در وضعیت نامطلوب و ۵ گویه (افزایش ناامنی، گسترش ناهنجاری اجتماعی، درگیری بین ساکنین و گردشگران، تبلیغ فرهنگ مصرف و تغییر الگوی مصرف غذا) در وضعیت متوسط قرار دارند. میانگین ساکنین محلی برای سؤالات مثبت ادراک اجتماعی نشان می‌دهد که ۲ گویه (افزایش نیروهای آموزش دیده و تقویت نهادهای محلی) در وضعیت مطلوب، ۲ گویه (عدالت جنسیتی در دستیابی به شغل و بازگشت مهاجران) در وضعیت نامطلوب و سایر گویه‌ها در وضعیت متوسط قرار دارند. در بخش سؤالات منفی نیز ۵ گویه (تغییر در پوشش، تغییر در فرهنگ و آداب و رسوم، رایج شدن کالاهای لوکس، اختلاف بر سر مالکیت زمین و تبلیغ فرهنگ مصرف) در وضعیت نامطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. میانگین پاسخگویی گردشگران برای سؤالات مثبت ادراک اجتماعی بیانگر آن است که ۶ گویه (افزایش نیروهای آموزش دیده، تقویت نهادهای محلی، تبادلات فرهنگی بین گردشگران و ساکنین، افزایش امکانات و خدمات تفریحی، کیفیت محصولات غذایی فروشندگان، مهاجرت از شهر) در وضعیت مطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. همچنین در بخش سؤالات منفی یک گویه

(افزایش نامنی در سطح شهر) در سطح نامطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. میانگین مدیران نیز برای بخش سؤالات مثبت ادراک اجتماعی حاکی از آن است که ۵ گویه (وضعیت آموزش، بهبود وضعیت بهداشت-درمانی، بهبود، بهبود وضعیت بهداشت فردی و عمومی، رضایت از زندگی و تصویر و هویت مناسب از فرهنگ لاهیجان) در وضعیت نامطلوب، ۲ گویه (تقویت نهادهای محلی و افزایش نیروهای آموزش دیده) در وضعیت مطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. در بخش سؤالات منفی نیز ۴ گویه (تغییر نوع پوشش، تغییر در فرهنگ و آداب، تغییر معماری سنتی و محلی و تبلیغ فرهنگ مصرف در لاهیجان) در وضعیت نامطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. به طور کلی، میانگین کل برای ادراک اجتماعی ۳/۱۶ و برای سرمایه‌گذاران ۳/۳۷، ساکنین محلی ۳/۱۴، گردشگران ۳/۱۱ و مدیران ۳/۰۲ است. بالاترین میانگین ادراک اجتماعی برای سرمایه‌گذاران و پایین‌ترین آن نیز برای مدیران است.

جدول شماره ۴. میانگین پاسخگویان به متغیرهای ادراک اجتماعی

میانگین کل	میانگین تفکیکی	ذینفعان
	۳/۰۲	مدیران
۳/۱۶	۳/۱۱	گردشگران
	۳/۱۴	ساکنین محلی
	۳/۳۷	سرمایه‌گذاران

میانگین سرمایه‌گذاران برای سؤالات مثبت ادراک کالبدی بیانگر آن است که ۲ گویه (افزایش امکانات اداری و مالی و ایجاد ساختمان‌های با مصالح مقاوم) در وضعیت مطلوب و ۱۲ گویه (افزایش ساخت‌وساز، بهبود استانداردهای مسکن، بهبود نظارت بر ساخت‌وساز، احیا و بازسازی بافت‌های فرسوده، گسترش خدمات زیربنایی، بهبود کیفیت محیط و مبلمان، تسریع اجرای پروژه‌های عمرانی، استفاده از زمین‌های خالی برای اهداف گردشگری، بهبود دسترسی به حمل‌ونقل عمومی و بهبود دسترسی به مراکز خرید و فروش) در وضعیت متوسط قرار دارد. در بخش سؤالات منفی نیز یک گویه (افزایش هزینه ساخت مسکن) در وضعیت بسیار نامطلوب، ۳ گویه (تغییر کاربری اراضی از کشاورزی به مسکونی و تجاری، گسترش خانه دوم و تغییر الگوی مسکن) در وضعیت نامطلوب و ۲ گویه (عدم هماهنگی بافت کالبدی، کاهش کیفیت تأسیسات و تجهیزات) در وضعیت متوسط قرار دارد. میانگین ساکنین محلی برای سؤالات مثبت نشان می‌دهد که یک گویه (عدم هماهنگی بافت کالبدی، کاهش کیفیت تأسیسات و تجهیزات) وضعیت مطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. در بخش سؤالات منفی نیز ۴ گویه (تغییر الگوی مسکن، گسترش خانه دوم، افزایش هزینه ساخت و تغییر کاربری اراضی از کشاورزی به مسکونی و تجاری) در وضعیت نامطلوب و ۲ گویه (عدم هماهنگی بافت کالبدی و کاهش کیفیت تأسیسات و تجهیزات) در وضعیت متوسط قرار دارد. میانگین پاسخگویی گردشگران به سؤالات مثبت نیز بیانگر آن است که ۲ گویه (افزایش امکانات اداری و مالی و افزایش نوسازی ساختمان‌ها و آثار سایت‌های تاریخی) در وضعیت مطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. در بخش سؤالات منفی ۴ گویه (تغییر کاربری اراضی از کشاورزی به مسکونی و تجاری، گسترش خانه دوم، افزایش هزینه ساخت مسکن و تغییر الگوی مسکن) در وضعیت نامطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. میانگین پاسخگویی مدیران نیز برای سؤالات مثبت ادراک کالبدی بیانگر آن است که ۲ گویه (افزایش نوسازی ساختمان‌ها و آثار سایت‌های تاریخی، افزایش امکانات اداری و مالی) در وضعیت مطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارد. در بخش سؤالات منفی نیز ۴ گویه (تغییر کاربری اراضی از کشاورزی به مسکونی و تجاری، گسترش خانه دوم، افزایش هزینه ساخت مسکن و تغییر الگوی مسکن) در وضعیت نامطلوب و سایر متغیرها در وضعیت متوسط قرار دارند. به طور کلی میانگین سرمایه‌گذاران و ساکنین محلی ۲/۸۵ و گردشگران و مدیران ۲/۹ است. به طور کلی، میانگین کل برای ادراک کالبدی ۲/۸ و برای مدیران و گردشگران ۲/۹ و برای ساکنین محلی و سرمایه‌گذاران ۲/۸۵ است. بالاترین میانگین برای مدیران و گردشگران و پایین‌ترین نیز برای ساکنین محلی و سرمایه‌گذاران است.

جدول شماره ۵. میانگین پاسخگویان به ادراک کالبدی

ذینفعان	میانگین تفکیکی	میانگین کل
مدیران	۲/۹	۲/۸
گردشگران	۲/۹	
ساکنین محلی	۲/۸۵	
سرمایه‌گذاران	۲/۸۵	

میانگین پاسخگویی سرمایه‌گذاران به سؤالات ادراک مثبت زیست‌محیطی نشان می‌دهد که یک گویه (حفظ محیط‌زیست) در وضعیت بسیار مطلوب و ۳ گویه (دفع بهداشتی زباله و جلوگیری از ورود فاضلاب‌ها، بهبود وضعیت زیست‌محیطی معابر، زیباسازی زیست‌محیطی شهر) در وضعیت متوسط قرار دارد. در بخش منفی نیز یک گویه (ساخت خانه‌ها در حریم رودخانه‌ها و چشم‌اندازهای سبز شهری) در وضعیت مطلوب و ۲ گویه (از بین رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری و آسیب به محیط‌زیست شهر) در وضعیت نامطلوب قرار دارند. میانگین پاسخگویی ساکنان محلی به گویه‌های مثبت نیز حاکی از آن است که یک گویه (حفظ محیط‌زیست) در وضعیت مطلوب، ۲ گویه (بهبود وضعیت زیست‌محیطی معابر و زیباسازی زیست‌محیطی شهر) در وضعیت متوسط و ۱ گویه (دفع بهداشتی زباله و جلوگیری از ورود فاضلاب‌ها به محیط‌زیست) در وضعیت نامطلوب قرار دارد. در گویه‌های منفی نیز یک گویه (از بین رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری و آسیب به محیط‌زیست شهر) در وضعیت نامطلوب و یک گویه (ساخت خانه‌ها در حریم رودخانه‌ها و چشم‌اندازهای سبز شهری) در وضعیت مطلوب قرار دارد. میانگین گردشگران برای سؤالات مثبت ادراک زیست‌محیطی نشان می‌دهد که ۲ گویه (حفظ محیط‌زیست و زیباسازی زیست‌محیطی شهر) وضعیت مطلوب و سایر گروه‌ها در وضعیت متوسط قرار دارند. در بخش سؤالات منفی نیز یک گویه (ساخت خانه‌ها در حریم رودخانه‌ها و چشم‌اندازهای سبز شهری) در وضعیت مطلوب، یک گویه (از بین رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری) در وضعیت متوسط و در یک گویه (آسیب به محیط‌زیست شهر) وضعیت نامطلوب است. میانگین مدیران برای سؤالات مثبت نیز نشان می‌دهد که در یک گویه (حفظ بیشتر محیط‌زیست) در وضعیت مطلوب، ۲ گویه (بهبود وضعیت زیست‌محیطی معابر و زیباسازی زیست‌محیطی شهر) در وضعیت متوسط و در یک گویه (دفع بهداشتی زباله و جلوگیری از ورود فاضلاب به محیط‌زیست) در وضعیت نامطلوب قرار دارد. همچنین برای سؤالات منفی نیز میانگین مدیران در یک گویه (ساخت خانه‌ها در حریم رودخانه‌ها و چشم‌اندازهای سبز شهری) در وضعیت مطلوب، یک گویه (از بین رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری) در وضعیت متوسط و در یک گویه (آسیب به محیط‌زیست شهر) در وضعیت نامطلوب قرار دارد. به‌طور کلی، میانگین کل برای ادراک زیست‌محیطی ۳/۰۷ و برای مدیران ۳، گردشگران ۳/۲۸، ساکنین محلی ۲/۸۶ و سرمایه‌گذاران ۳/۱۴ است. بالاترین میانگین برای سرمایه‌گذاران و پایین‌ترین نیز برای ساکنین محلی است.

جدول شماره ۶. میانگین پاسخگویان به ادراک زیست‌محیطی

ذینفعان	میانگین تفکیکی	میانگین کل
مدیران	۳	۳/۰۷
گردشگران	۳/۲۸	
ساکنین محلی	۲/۸۶	
سرمایه‌گذاران	۳/۱۴	

مقایسه میانگین کل به‌دست‌آمده برای ذینفعان گردشگری در ابعاد چهارگانه اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و کالبدی در شهر لاهیجان نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در شهر لاهیجان به لحاظ اقتصادی بالاترین سطح میانگین و به لحاظ کالبدی پایین‌ترین سطح میانگین را دارد. ابعاد اجتماعی و زیست‌محیطی نیز به ترتیب با میانگین ۳/۱۶ و ۳/۰۷ به ترتیب در مرتبه دوم و سوم قرار دارند. به‌عبارت‌دیگر از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی دارای سطح متوسطی از پایداری و به لحاظ کالبدی در وضعیت مناسبی قرار ندارد.

برای پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش با توجه به این که مقیاس مورد مطالعه فاصله‌ای است و تعداد گروه‌های مورد مطالعه چهار گروه می‌باشد، از تحلیل واریانس یک طرفه یا آزمون فیشر (F) یا ANOVA از نوع مقایسه Tukey استفاده شد. این آزمون برای مقایسه تفاوت میانگین یک متغیر در بین بیش از دو گروه به کار می‌رود. آماره آزمون فیشر که در سطح خطای کمتر از ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار است، بر اساس جدول ۷ تفاوت میانگین نمره ادراک اجتماعی (Sig=۰/۰۰۱)، ادراک اقتصادی (Sig=۰/۰۰۰)، و ادراک زیست‌محیطی (Sig=۰/۰۰۶)، ذی‌نفعان (سرمایه‌گذاران، ساکنان بومی، گردشگران و مدیران) نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان معنی‌دار است. در مقابل هیچ‌گونه تفاوت معناداری بین ادراک کالبدی (Sig=۰/۵۸۹)، ذینفعان نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان وجود ندارد.

جدول شماره ۷. آماره آزمون ANOVA برای ادراک ذی‌نفعان

ANOVA						
		مجموع مجذورات	درجه آزادی	مجذور میانگین	فیشر	Sig.
ادراک اجتماعی	بین گروه‌ها	۵۸۰۵/۶۹۹	۳	۱۹۳۵/۲۳۳	۵/۲۶۴	۰/۰۰۱
	درون گروه‌ها	۱۳۹۶۹۰/۵۹۰	۳۸۰	۳۶۷/۶۰۷		
	کل	۱۴۵۴۹۶/۲۸۹	۳۸۳			
ادراک اقتصادی	بین گروه‌ها	۲۸۱۷۹/۰۸۸	۳	۹۳۹۳/۰۲۹	۴۳/۴۶۷	۰/۰۰۰
	درون گروه‌ها	۸۲۱۱۵/۹۰۹	۳۸۰	۲۱۶/۰۹۴		
	کل	۱۱۰۲۹۴/۹۹۷	۳۸۳			
ادراک محیطی	بین گروه‌ها	۲۰۹/۴۱۸	۳	۶۹/۸۰۶	۴/۲۵۶	۰/۰۰۶
	درون گروه‌ها	۶۲۳۲/۵۸۲	۳۸۰	۱۶/۴۰۲		
	کل	۶۴۴۲/۰۰۰	۳۸۳			
ادراک کالبدی	بین گروه‌ها	۲۴۰/۸۹۶	۳	۸۰/۲۹۹	۰/۶۴۱	۰/۵۸۹
	درون گروه‌ها	۴۷۶۲۴/۸۴۴	۳۸۰	۱۲۵/۳۲۹		
	کل	۴۷۸۶۵/۷۴۰	۳۸۳			

همچنین مقایسه تک‌به‌تک گروه‌های چهارگانه از نظر ادراک نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان در جدول ۸ ارائه شده است. طبق نتایج ستون پنجم یعنی Sig. سطح معنی‌داری کوچک‌تر از ۰,۰۵، روبروی هر جفت از گروه‌ها به مفهوم معناداری تفاوت میانگین است. جدول فوق نشان می‌دهد که تفاوت میانگین نمره ادراک بین سرمایه‌گذاران و ساکنان (Sig=۰/۰۰۰)، سرمایه‌گذاران و گردشگران (Sig=۰/۰۰۰)، سرمایه‌گذاران و مدیران (Sig=۰/۰۰۱)، معنی‌دار می‌باشد. مقایسه گروه‌های ساکنان، گردشگران و مدیران تنها با سرمایه‌گذاران معنی‌دار بوده و بین گروه‌های ساکنان، گردشگران و مدیران تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

جدول شماره ۸. مقایسه چندگانه ذی نفعان گردشگری شهر لاهیجان از نظر ادراک

متغیر وابسته: ادراک						
Tukey HSD						
(I) گروه پاسخگویان	(J) گروه پاسخگویان	میانگین تفاوت (I-J)	خطای استاندارد	Sig.	%۹۵ فاصله اطمینان	
					کمینه	بیشینه
سرمایه گذاران	ساکنان	*۳۲/۰۱۶۹۵	۶/۲۱۸۳۹	۰/۰۰۰	۱۵/۹۷۰۸	۴۸/۰۶۳۱
	گردشگران	*۲۶/۴۰۶۷۸	۶/۲۱۸۳۹	۰/۰۰۰	۱۰/۳۶۰۶	۴۲/۴۵۲۹
	مدیران	*۳۶/۲۰۱۱۳	۹/۷۶۶۳۷	۰/۰۰۱	۱۰/۹۹۹۶	۶۱/۴۰۲۶
ساکنان	سرمایه گذاران	*-۳۲/۰۱۶۹۵	۶/۲۱۸۳۹	۰/۰۰۰	-۴۸/۰۶۳۱	-۱۵/۹۷۰۸
	گردشگران	-۵/۶۱۰۱۷	۶/۲۱۸۳۹	۰/۸۰۴	-۲۱/۶۵۳۶	۱۰/۴۳۶۰
	مدیران	۴/۱۸۴۱۸	۹/۷۶۶۳۷	۰/۹۷۴	-۲۱/۰۱۷۳	۲۹/۳۸۵۷
گردشگران	سرمایه گذاران	*۲۶/۴۰۶۷۸	۶/۲۱۸۳۹	۰/۰۰۰	-۴۲/۴۵۲۹	-۱۰/۳۶۰۶
	ساکنان	۵/۶۱۰۱۷	۶/۲۱۸۳۹	۰/۸۰۴	-۱۰/۴۳۶۰	۲۱/۶۵۳۳
	مدیران	۹/۷۹۴۳۵	۹/۷۶۶۳۷	۰/۷۴۸	-۱۵/۴۰۷۱	۳۴/۹۹۵۸
مدیران	سرمایه گذاران	*-۳۶/۲۰۱۱۳	۹/۷۶۶۳۷	۰/۰۰۱	-۶۱/۴۰۲۶	-۱۰/۹۹۹۶
	ساکنان	-۴/۱۸۴۱۸	۹/۷۶۶۳۷	۰/۹۷۴	-۲۹/۳۸۵۷	۲۱/۰۱۷۳
	گردشگران	-۹/۷۹۴۳۵	۹/۷۶۶۳۷	۰/۷۴۸	-۳۴/۹۹۵۸	۱۵/۴۰۷۱

\* The mean difference is significant at the 0.05 level.

حال برای بیان کیفیت تفاوت بین میانگین نمره ادراک در بین گروه‌های چهارگانه مورد هدف پژوهش در دو مرحله اقدام شده است. در مرحله اول میانگین هر گروه در گروه همگن خود به ترتیب از کم‌ترین به بیشترین به صورت صعودی نمایش داده شده است. با توجه به جدول ۹ می‌توان چنین گفت که با توجه به مقایسه میانگین و ترتیب گروه‌های هدف پژوهش از نظر متغیر ادراک، کمترین نمره ادراک مربوط به مدیران (۳۲۴/۸۶۶۷) و بیشترین نمره مربوط به سرمایه‌گذاران (۳۶۱/۰۶۷۸) می‌باشد. در مرحله دوم بر اساس معنی‌داری تفاوت میانگین نمره ادراک به تشکیل گروه‌های همگن پرداخته می‌شود. همچنین طبق جدول ۹ دو گروه همگن برای گروه‌های مورد هدف این پژوهش تشکیل شده است. گروه همگن اول مدیران، ساکنان و گردشگران و گروه همگن دوم نیز فقط سرمایه‌گذاران هست. تشکیل این دو گروه بدین معنی است که ادراک مدیران، ساکنان و گردشگران با همدیگر تفاوتی ندارند. اما از طرف دیگر میانگین ادراک مدیران، ساکنان و گردشگران با میانگین ادراک سرمایه‌گذاران فرق دارد. به همین خاطر در این پژوهش شاهد تشکیل دو گروه به لحاظ ادراک هستیم.

جدول شماره ۹. کیفیت تفاوت بین میانگین نمره ادراک در بین ذی نفعان

ادراک		
Gabriela,b		
گروه پاسخگویان	تعداد	زیرمجموعه آلفا = ۰/۰۵
		۱
مدیران	۳۰	۳۲۴/۸۶۶۷
ساکنان	۱۱۸	۳۲۹/۰۵۰۸
گردشگران	۱۱۸	۳۳۴/۶۶۱۰
سرمایه‌گذاران	۱۱۸	۳۶۱/۰۶۷۸
Sig.		۰/۷۹۴

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.  
 a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 68.077.  
 b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

## نتیجه گیری

گردشگری به عنوان فعالیتی چندبخشی و به عنوان سومین صنعت بزرگ دنیا به شدت در حال گسترش است. کشورهای بسیاری در سطح دنیا برنامه ریزی بلندمدتی برای استفاده از آن برای توسعه اقتصادی خود دارند. سیر تحول گردشگری از رویکرد انبوه گرایی امروزه به توسعه پایدار گردشگری رسیده است. توسعه پایدار گردشگری در بسیاری از کشورهای پیشرفته تا حدودی بسیاری در حال اجرا است، متأسفانه در شهر لاهیجان به عنوان یکی از نقاط برجسته گردشگری چین رویکردی هنوز به مرحله عمل نرسیده است. نبود مدیریت در زمینه توسعه گردشگری و نبود سیاستها و ابزارهای لازم جهت بهره‌وری بیشتر از توسعه گردشگری منجر به آن شده است که بجای توسعه پایدار گردشگری با مشکلات عدیده‌ای بخصوص در زمینه زیست‌محیطی و کالبدی مواجه باشیم. این پژوهش به دنبال آن بود تا ادراک ذی‌نفعان را نسبت به پایداری اثرات توسعه گردشگری در شهر لاهیجان مورد بررسی قرار دهد تا مشخص شود که ذینفعان یعنی ساکنان محلی، گردشگران، مدیران و سرمایه‌گذاران چه ادراکی از پایداری اثرات توسعه گردشگری در شهر لاهیجان دارند. درک و اطلاع از ادراک ذینفعان یکی از عوامل اصلی توسعه گردشگری در یک مقصد به حساب می‌آید. برنامه‌ریزی از بالا به پایین و بدون توجه به همه ذینفعان منجر به عدم توسعه پایدار گردشگری بخصوص در ایران و شهر لاهیجان شده است. همگان بر این باور رسیده‌اند که توسعه پایدار گردشگری تنها راهکار لازم برای استفاده بهینه از صنعت گردشگری است. لازمه چنین امری برنامه‌ریزی صحیح و سیستماتیک به منظور شناسایی عوامل اصلی توسعه پایدار گردشگری به حساب می‌آید. گردشگری در ایران بیشتر حالت سنتی داشته و به مرحله گردشگری تجاری نرسیده است. لازمه چنین امری برنامه‌ریزی سیستماتیک است. لازمه توسعه پایدار گردشگری در شهر لاهیجان برنامه‌ریزی از پایین به بالا با همکاری و مشارکت تمامی ذی‌نفعان در آن است. آنچه گم شده برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به حساب می‌آید عدم‌مداخله ذینفعان در فرایند توسعه گردشگری است. در بهترین حالت سرمایه‌گذاران به دلیل قدرت مالی و نفوذ خود توانایی تأثیرگذاری در فرایند توسعه گردشگری به نفع خود در جهت بهره‌وری و سود بیشتر را دارند. اکثریت تحقیقات انجام شده در راستای ادراک ذینفعان نشان می‌دهد که ساکنان محلی و گردشگران حلقه گم شده فرایند توسعه گردشگری محسوب می‌شوند. در هیچ کدام از فرایندهای توسعه گردشگری در شهر لاهیجان زمینه لازم برای مشارکت و جلب همکاری ساکنان محلی و گردشگران آماده‌سازی نشده است. درحالی که ساکنین محلی به عنوان صاحبان اصلی مقصد گردشگری نقش اساسی در فرایند توسعه گردشگری دارند. به گونه‌ای که موافقت و رضایت ساکنین محلی در جذب گردشگری می‌تواند طول عمر یک مقصد را چند برابر کند. تمامی ذینفعان دخیل در یک مقصد گردشگری چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم به دنبال بهره‌وری و منفعت هستند. بهره‌وری و منفعت مدیران و سرمایه‌گذاران تا حدودی مشخص است. مدیران به دنبال جذب سرمایه‌گذاران بیشتر و در نتیجه تأمین هزینه‌های عمومی شهر از طریق اخذ مالیات و سرمایه‌گذاران نیز به دنبال کسب فرصتی برای کسب سود بیشتر با هزینه کمتر هستند. در این میان گردشگران و بخصوص ساکنین محلی قدرت و زمینه لازم برای مشارکت در فرایند توسعه گردشگری را ندارند. لذا این پژوهش جهت تحلیل ادراک ذینفعان نسبت به پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان انجام شده است. نتایج تحلیل نشان داد که در زمینه ادراک اقتصادی تفاوت معناداری بین ذینفعان وجود دارد. سرمایه‌گذاران و گردشگران به دلیل اینکه ارتباط و برخورد زیادی با مسائل اقتصادی دارند، دارای ادراک بالاتری نسبت به مدیران و ساکنان بودند. همچنین نتایج نشان داد که همه ذینفعان از نظر اقتصادی ادراک بالاتر از متوسطی نسبت به پایداری اثرات گردشگری داشتند. افزایش قیمت مسکن، سوداگری زمین شهری و افزایش قیمت کالاها و خدمات از جمله متغیرهایی بودند که نشان می‌دهد در این زمینه گردشگری در شهر لاهیجان پایداری اقتصادی نداشته است. نتایج این بخش از پژوهش با نتایج تحقیقات درویشی و همکاران، ۱۳۹۷؛ کیانی سلمی و همکاران، ۱۳۹۷؛ رضایی و حبیب‌اللهی، ۱۳۹۵؛ جاوید و همکاران، ۱۳۹۴ همخوانی دارد. همچنین تحلیل داده‌ها به لحاظ ادراک اجتماعی نشان داد که بین ذینفعان تفاوت معناداری وجود داشت. سرمایه‌گذاران و ساکنان در سطح بالاتری نسبت به مدیران و گردشگران بودند. بررسی ادراک اجتماعی ذینفعان نشان می‌دهد که در شهر لاهیجان از نظر نظر پوشش مردم، تغییر فرهنگ و آداب و رسوم گردشگری، بهبود رضایت از زندگی،

بهبود وضعیت آموزش، بهبود وضعیت بهداشت فردی و عمومی، بازگشت مهاجران، عدالت جنسیتی و تصویر و هویت مناسب از فرهنگ شهر لاهیجان به پایداری فرهنگی منجر نشده است. نتیجه این بخش از پژوهش با نتایج تحقیقات شکوهی و یزدان پناه، ۱۳۹۸؛ کیانی سلمی و همکاران، ۱۳۹۷؛ جعفری و همکاران، ۱۳۹۶؛ یوسفی و شریفی تهران، ۱۳۹۵ همخوانی دارد. بررسی تفاوت میانگین ذینفعان نسبت به ادراک زیست‌محیطی از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان نشان داد که تفاوت معناداری بین ذینفعان وجود دارد. در این زمینه ادراک سرمایه گذران و ساکنان نسبت به مدیران و گردشگری در سطح بالاتری قرار داشت. همچنین از نظر حفظ محیط‌زیست شهری، حفظ گونه‌های گیاهی و جانوری، دفع بهداشتی زباله‌ها و جلوگیری از ورود فاضلاب خانگی به محیط‌زیست شهر لاهیجان به پایداری زیست‌محیطی نرسیده است. نکته قابل توجه در این قسمت آن بود که گردشگران از نظر ادراک زیست‌محیطی در سطح بسیار پایینی قرار دارند که زنگ هشدار برای مقصدهای گردشگری است. در نظر گرفتن برنامه‌هایی برای آموزش و آگاه‌سازی و به‌نوعی افزایش سواد زیست‌محیطی گردشگران باید در اولویت قرار گیرد. نتایج این بخش از پژوهش هم‌راستا با نتایج تحقیقات گلچوبی و دیوا، ۱۳۹۷؛ بری‌مانی و همکاران، ۱۳۹۵؛ رضایی و حبیب‌اللهی، ۱۳۹۵؛ فرهادیان و همکاران، ۱۳۹۵ است. از نظر کالبدی هیچ‌گونه تفاوت معناداری بین ذی‌نفعان وجود نداشت و نتایج نشان داد که از نظر کنترل هزینه‌ها، تغییر کاربری اراضی، گسترش خانه‌های دوم، تغییر الگوی مسکن در شهر لاهیجان گردشگری به پایداری کالبدی نرسیده است. در نهایت می‌توان چنین گفت که ادراک ذی‌نفعان گردشگری در شهر لاهیجان تحت تأثیر میزان احساس قدرت، منفعت، مشارکت و حس تأثیرگذاری در فرایند توسعه گردشگری است. نتایج این بخش از پژوهش به لحاظ آثار با نتایج با نتایج تحقیقات جوان و همکاران، ۱۳۹۸؛ لطفی نیا و آمار، ۱۳۹۷؛ کیانی سلمی و شاطریان، ۱۳۹۶؛ جعفری و حاتمی شاه خالی، ۱۳۹۵ همخوانی دارد. در همین راستا پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد:

- ❖ شناخت جامع از ذینفعان گردشگری شهر لاهیجان بخصوص ساکنان محلی و گردشگران،
- ❖ بررسی و ارزیابی مداوم وضعیت گردشگری شهر لاهیجان و ایجاد مدیریت یکپارچه گردشگری،
- ❖ آموزش گردشگری به گردشگران برای تبدیل شدن به گردشگران سبز، حامی محیط‌زیست و فرهنگ گرا باید در اولویت برنامه ریزان قرار گیرد،
- ❖ پیاده‌سازی اصول گردشگری پایدار با توجه به رویکردهای ذی‌نفعان در شهر لاهیجان ضمن توجه به اسناد بالادستی در جهت حفظ ارزش‌ها، آرمان‌ها و هویت‌های فرهنگی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی،
- ❖ جلوگیری از گسترش کالبدی بی‌برنامه و تخریب محیط‌زیست شهر لاهیجان،
- ❖ در نظر گرفتن تفاوت ادراک ذی‌نفعان در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی و تلاش برای تقویت ضعف‌ها و استفاده از فرصت‌ها برای گسترش گردشگری پایدار در شهر لاهیجان،

## منابع

- (۱) اکبریان رونیزی، سعیدرضا و بدری، سیدعلی (۱۳۹۴) تحلیل درک ذی‌نفعان از آثار و پیامدهای توسعه گردشگری در نواحی روستایی نمونه موردی: منطقه لواسانات، جغرافیا و توسعه، سال ۱۳، دوره ۳۸. صص. ۶۲-۴۷.
- (۲) بریمانی، فرامرز؛ تبریزی، نازنین؛ کریمی رستگار، منصوره (۱۳۹۵) اثرات زیست‌محیطی تغییر کاربری اراضی ناشی از فعالیت‌های گردشگری، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۴، دوره ۴۹، صص. ۲۰-۵.
- (۳) جاوید، مجید؛ الماسی، حسن؛ تقی پور، بهنام (۱۳۹۴) گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، سال ۷، دوره ۳۲، صص. ۳۱-۱۳.
- (۴) جعفری، حمید و حاتمی شاه‌خالی، سیده محدثه (۱۳۹۵) نقش گردشگری در تحولات کالبدی - کارکردی سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی - شهرستان لاهیجان)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره ۲۳، صص. ۱۹۱-۲۰۰.
- (۵) جوان، فرهاد؛ افراخته، حسن؛ ریاحی، وحید (۱۳۹۸) تحلیل فضایی اثرات گردشگری بر تحولات کالبدی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رضوان‌شهر، فصلنامه برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، سال ۴، شماره ۱۳، صص. ۷۰-۵۷.

- ۶) درویشی، رضا؛ رضایی، محمدرضا؛ شمس‌الدینی، علی (۱۳۹۷) بررسی نقش گردشگری ساحلی در توسعه اقتصادی از نظر شهروندان (مطالعه موردی: بندر دیلم)، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، سال ۸، شماره ۴، صص. ۴۲۶-۴۱۱.
- ۷) رضایی، ناصر و حبیب‌اللهی، فضیلت (۱۳۹۵) سنجش ادراک ساکنین از اثرات گردشگری مبتنی بر جوامع محلی، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۴، شماره ۴۹، صص. ۲۰۵-۱۹۱.
- ۸) جعفری، سکینه؛ احسانفر، سعید؛ ملکی مجد، شیلا (۱۳۹۷) حمایت ساکنین از توسعه گردشگری: نقش تصویر مکان و اثرات تصویری گردشگری، نشریه گردشگری شهری، سال ۴، شماره ۴، صص. ۵۳-۳۵.
- ۹) شکوهی، مهدی و یزدان پناه، مسعود (۱۳۹۸) تأثیر توانمندسازی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری منطقه گردشگری کمردوغ، فصلنامه مدرس علوم انسانی (برنامه‌ریزی و آمایش فضا)، سال ۲۳، شماره ۱، صص. ۱۶۸-۱۵۱.
- ۱۰) فرهادیان، همایون؛ فاضل ساعتچی، معصومه؛ عباسی، عنایت؛ خسروانی، فرهاد (۱۳۹۵) بررسی اثرات مختلف گردشگری در توسعه روستایی: مطالعه موردی شهرستان رامسر، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۹، شماره ۱، صص. ۵۲-۲۷.
- ۱۱) کروی، مهدی و بذرافشان، شیما (۱۳۹۵). گونه شناسی ذی‌نفعان مناطق ساحلی در حمایت از پارادایم توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: شهر بابلسر)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال ۱۱، شماره ۴۸، صص. ۸۱۳-۸۰۱.
- ۱۲) کیانی سلمی، صدیقه و شاطریان، محسن (۱۳۹۶) مدل‌سازی پیامدهای گسترش گردشگری خانه‌های دوم بر مناطق روستایی و اثر آن بر رضایت جامعه محلی (مطالعه موردی: بخش قمصر شهرستان کاشان)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۶، دوره ۱۸، صص. ۲۰۹-۱۹۱.
- ۱۳) گلچوبی دیوا، شهربانو؛ صالحی، اسماعیل (۱۳۹۷) ارزیابی اثرات زیست‌محیطی تفرجگاه‌های شهری (منطقه موردی: منطقه گردشگری مروارید شهر نکا)، نشریه گردشگری شهری، سال ۵، شماره ۳، صص. ۱۱۵-۱۰۱.
- ۱۴) لطفی نیا، محمدتقی و آمار، تیمور (۱۳۹۷) تحلیل نقش گردشگری خانه‌های دوم در تحولات کالبدی-فضایی روستاهای هدف گردشگری شرق استان گیلان در دهه اخیر، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۶، شماره ۵۶، صص. ۹۰-۷۲.
- ۱۵) محمدی، مصطفی (۱۳۹۷) بررسی نگرش ذینفعان به میزان پایداری توسعه طبیعت‌گردی (مطالعه موردی: مجموعه روستایی جواهر ده در شهرستان رامسر)، نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۷، شماره ۲۵، صص. ۹۶-۷۲.
- ۱۶) یوسفی، جواد و شریفی‌تهرانی، محمد (۱۳۹۵) تحلیلی بر اثرات اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری (مطالعه شهرستان بیرجند)، نشریه راهبرد توسعه، دوره ۱۱، شماره ۴۸، صص. ۱۵۰-۱۳۷.
- 17) Brida, J. G. & Riaño, E. & Aguirre, S. Z. (2011) Residents' attitudes and perceptions towards cruise tourism development: A case study of Cartagena de Indias (Colombia), *Tourism and Hospitality Research*, Vol.11, No.3, pp.181-196.
- 18) Byrd, E. T. & Gustke, L. D. (2004) Identifying tourism stakeholder groups based on support for sustainable tourism development and participation in tourism activities, *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, Vol.76, pp.97-108.
- 19) Chianeh, R. H. & Rezatab, S. K. & Soltani, N. & Motamedimehr, A. (2013) An Analysis of Tourism Policy Making in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol.2, No. 5, pp.11-31.
- 20) Cucculelli, M. & Goffi, G. (2016) Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence, *Journal of Cleaner Production*, Vol.111, No.4, pp.370-382.
- 21) Currie, R. R. & Seaton, S. & Wesley, F. (2009) Determining stakeholders for feasibility analysis, *Annals of Tourism Research*, Vol.36, No.1, pp.41-63.
- 22) Donaldson, T. & Preston, L. E. (1995) The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, Vol.20, No.1, pp. 65-91.
- 23) Falk, M. & Hagsten, E. (2019) Ways of the green tourist in Europe, *Journal of Cleaner Production*, Vol.225, No.2, pp.1033-1043.
- 24) Freeman, R. E. (1994) *Strategic management: A stakeholder approach*, England: Publisher Cambridge university.
- 25) Freeman, R. E. (2010) *Strategic management: A stakeholder approach*, England: Publisher Cambridge university.
- 26) Grimble, R. & Wellard, K. (1997) Stakeholder methodologies in natural resource management: a review of principles, contexts, experiences and opportunities, *Agricultural Systems*, Vol.55, No. 2, pp.173-193.
- 27) Gunn, C. A. & Var, T. (2002) *Tourism planning: Basics, concepts, cases*, USA: Publisher Psychology.



- 28) Gursoy, D. & Rutherford, D. G. (2004) Host attitudes toward tourism: An improved structural model, *Annals of Tourism Research*, Vol.31, No. 3, pp. 495–516.
- 29) Joo, D. & Cho, H. & Woosnam, K. M. (2019) Exploring tourists' perceptions of tourism impacts, *Tourism Management Perspectives*, Vol.31, No.3, pp.231–235.
- 30) Moscardo, G. (2011) Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.19, No.4, pp.423–436.
- 31) Murphy, P. E. (2013) *Tourism: A community approach* (RLE Tourism), USA: Publisher Routledg.
- 32) Peroff, D. M. & Deason, G. G. & Seekamp, E. & Iyengar, J. (2017) Integrating frameworks for evaluating tourism partnerships: An exploration of success within the life cycle of a collaborative ecotourism development effort, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, Vol.17, No.4, pp.100–111.
- 33) Qin, D. & Xu, H. & Chung, Y. (2019) Perceived impacts of the poverty alleviation tourism policy on the poor in China, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol.41, No. 1, pp.41–50.
- 34) Robinson, D. & Newman, S. P. & Stead, S. M. (2019) Community perceptions link environmental decline to reduced support for tourism development in small island states: A case study in the Turks and Caicos Islands, *Marine Policy*, Vol.108, No.2, pp.103-108.
- 35) Salam, M. A. & Noguchi, T. (2006) Evaluating capacity development for participatory forest management in Bangladesh's Sal forests based on '4Rs' stakeholder analysis, *Forest Policy and Economics*, Vol.8, No.8, pp.785–796.
- 36) Sautter, E. T. & Leisen, B. (1999) Managing stakeholders, a Tourism Planning Model, *Annals of Tourism Research*, Vol.26, No.2, pp.312–328.
- 37) Savage, G. T. & Nix, T. W. & Whitehead, C. J. & Blair, J. D. (1991) Strategies for assessing and managing organizational stakeholders, *Academy of Management Perspectives*, Vol.5, No.2, pp.61–75.
- 38) Sodhro, A. H. & Pirbhulal, S. & Luo, Z. & de Albuquerque, V. H. C. (2019) towards an optimal resource management for IoT based Green and sustainable smart cities, *Journal of Cleaner Production*, Vol.220, No.6, pp.1167–1179.
- 39) Vosoughil, Khanif. D. & Langrodi, M.S.H. & M.T, R. (2012) Evaluating Rural Community Attitudes towards Tourism Development, according to Structural Equation Model (Case study: Mountain areas of Roodbar Ghasran, Shemiran), *Journal of Rural Research*, Vol.2, No.4, pp.63–88.
- 40) Weaver, D. (2007) *Sustainable tourism*, USA: Publisher Routledg.