

## ارزیابی فرآیند توسعه گردشگری بر اساس مدل چرخه حیات مقصد (نمونه موردی: شهرستان بویراحمد)

صدیقه کیانی سلمی<sup>۱\*</sup> محسن شاطریان<sup>۲</sup> لیلا ابراهیمی<sup>۳</sup>

۱- استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان

۲- دانشیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان

۳- کارشناس ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان

### چکیده:

مفهوم چرخه حیات به عنوان یک بحث علمی جهت برنامه‌ریزی، مدیریت توسعه مقاصد و محصولات گردشگری، تحلیل و تبیین مکانیزم پویایی توسعه گردشگری، منعکس نمودن نیروهای داخلی و مؤلفه‌های خارجی رشد و الگوی رفتاری نظام توسعه گردشگری مدنظر جامعه علمی قرار گرفته است. از طریق این مدل، می‌توان تغییرات زمانی فرایند گردشگری را با توجه به الگوی رفتاری گردشگران در مقاصد گردشگری و میزان جذابیت مقاصد، مورد تحلیل قرار داد. هدف از مطالعه حاضر، سنجش دوره حیات گردشگری در شهرستان بویراحمد بر اساس مدل چرخه حیات باتلر و بررسی سطح توسعه گردشگری از دیدگاه ساکنان شهرستان بویراحمد است. فرآیند انجام تحقیق، با تأکید بر روش شناسی چرخه حیات گردشگری و به تفکیک مراحل ششگانه آن صورت پذیرفته است. با توجه به کمبود آمار موثق و رسمی و همچنین وجود شاخص‌هایی برای شناسایی جایگاه مقاصد در هر مرحله از عمر مقاصد در یک رویکرد کیفی، جهت آگاهی از دیدگاه جوامع محلی نسبت به توسعه گردشگری از روش میدانی مبتنی بر پرسشنامه با استفاده از معیارهای عینی و ذهنی استفاده شده است. بر این اساس با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی، پیمایش و نظر سنجی از کارشناسان و مردم محلی به سنجش مرحله رشد گردشگری در منطقه مورد مطالعه اقدام شده است. حجم نمونه با استفاده از نرم افزار PASS به تعداد ۱۹۵ نفر در سطح اطمینان ۹۹ درصد محاسبه شده است. ابزار پژوهش پرسشنامه‌ای محقق ساخته با ۳۵ گویه است که پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۳ مورد تأیید قرار گرفته است. یافته‌های حاصل از پژوهش حاکی از آن است شهرستان بویراحمد از لحاظ گردشگری در حال گذر از مرحله معرفی و از نگاه کارشناسان در ابتدای ورود به مرحله رشد در مدل چرخه حیات مقصد باتلر قرار دارد که نشان از نوپایی آن از نظر کارشناسان و ساکنان شهرستان بویراحمد در عرصه گردشگری می‌باشد.

**واژه‌های کلیدی:** دوره حیات گردشگری، توسعه گردشگری، شهرستان بویراحمد، مدل چرخه حیات باتلر

\* نویسنده رابط: s.kiani@kashanu.ac.ir

## ۱- مقدمه

اهمیت صنعت گردشگری به حدی رسیده است که به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی جهان، تأثیر بسزایی در تقویت بنیادهای اقتصادی جوامع دارد (رضوانی ۱۳۸۷: ۸) و عامل مهمی در بروز تغییرات مثبت و منفی در سطح محلی، ناحیه‌ای و ملی محسوب می‌شود. (قدمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۳) با توجه به اهمیت و ضریب تأثیر بالای گردشگری بر ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی (مؤمنی، ۱۳۸۹، ۲)، منافع و توانمندی‌های گسترده آن در جذب منابع، رشد اشتغال، زدودن فقر و تهدیدهای ناشی از آن مانند از بین رفتن منابع طبیعی و حذف هویت‌های محلی ضرورت توجه به آن بیش از پیش اهمیت یافته است (یاری حصار و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۲).

طی ۱۵۰ سال اخیر، گردشگری شاهد الگویی تکاملی از توسعه بوده است. (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۴۴) تبیین چنین فرآیند تکاملی پویا برای مقصدهای گردشگری از شیوه‌های مختلفی امکان پذیر می‌باشد که یکی از مهمترین آنها، استفاده از مدل چرخه حیات می‌باشد (یاری حصار و حیدری ساریان، ۱۳۹۴: ۴۲). چهارچوب مفهومی چرخه حیات مدت‌هاست به عنوان مدلی کاربردی مورد توجه محققان مختلف قرار گرفته است که در حوزه برنامه‌ریزی گردشگری، برای پیش بینی تغییرات در یک دوره بلند مدت و تدوین راهبردهای کاربری زمین، توسعه اقتصادی و بازاریابی، پتانسیل‌های بالایی دارد. (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۶) مفهوم چرخه حیات به عنوان فرآیند تولد تا زوال موجودات از علوم زیستی وارد اقتصاد، مدیریت، برنامه‌ریزی و ادبیات گردشگری به عنوان مدل توسعه محصولات، خدمات و مقاصد شده است (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲). این مفهوم اولین بار توسط گیلبرت در سال ۱۹۳۹ (Gilbert, 1939: 16) و سپس توسط کریستالر در سال ۱۹۶۴ مطرح گردید (سعیدا اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۵). آنها معتقد بودند مقاصد گردشگری در طی فرآیند رشد خود مراحل سه گانه اکتشاف، رشد و افول را با ویژگی‌های مختلف تجربه می‌کنند. باتلر بر مبنای پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه الگوهای توسعه مقصد، الگوی حیات گردشگری<sup>۱</sup> (TALC) را ارائه نمود (Battler, 1980: 5). وی چرخه حیات محصول را به نحوی مورد تغییر قرار داد که بتوان آن را با الگوهای گردشگری تطبیق داد. (آلواز و لورنکو، ۲۰۰۵: ۳) در این مدل، توسعه و تکامل گردشگری شامل شش مرحله اکتشاف<sup>۲</sup>، مشارکت<sup>۳</sup>، توسعه<sup>۴</sup>، تثبیت<sup>۵</sup>، رکود<sup>۶</sup>، نزول و یا احیا مجدد می‌گردد (مور و وایت، ۲۰۰۵: ۱۳) (دیناری، ۱۳۸۴: ۹). پریدوکس بر اساس تغییرات بازار در مقاصد تفرجگاهی فرآیند رشد را در چهار مرحله خلاصه سازی می‌کند. در این مدل چرخه حیات از مقصدهای محلی توسعه نیافته و کوچک آغاز شده و به پیدایش مقصدهای تفرجگاهی بین‌المللی بزرگ می‌انجامد. فرآیند رشد در این مدل دارای ۴ فاز گردشگری محلی، منطقه‌ای، ملی یا بین استانی و گردشگری بین المللی است (Pridox, 2000: 230). به دنبال بررسی و سنجش سطح توسعه مقاصد گردشگری، داکسی (۱۹۷۵) خشنودی و ناخشنودی ساکنان مقاصد گردشگری را با ارائه شاخصی به منظور تبیین تصور و تغییر نگرش مردم محلی نسبت به مراحل مختلف رشد و توسعه گردشگری مطرح کرد. این مراحل

- 1 - Tourism Area Life Cycle
- 2- Exploration
- 3 -. Involvement
- 4 -Growth(Development)
- 5 -Maturity(Consolidation)
- 6 -Stagnation

عبارتند از: خشنودی، خونسردی و بی‌علاقگی، آزدگی و رنجش، خصومت و مخالفت و مرحله کناره‌گیری و تسلیم (Doxy, 1975:44)

مقاصد گردشگری در طول چرخه عمرشان دستخوش تغییر و تحولات مختلفی شده، تمرکز تسهیلات در هر دوره متفاوت می‌باشد و تغییرات خاصی در جنبه‌های مختلف شکل می‌گیرد (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳:۱۳). شناخت چرخه عمر مقاصد گردشگری می‌تواند به مدیران در رونق بخشی توسعه پایدار گردشگری کمک کرده و از زوال و ناپایداری گردشگری جلوگیری کند. (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳:۲۰) با بررسی مطالعات صورت گرفته می‌توان گفت که رابطه دوسویه ای میان عرضه و تقاضای گردشگری وجود دارد. به عبارتی دیگر، تقاضای موجود مناطق و نرخ رشد آن بر منابع عرضه و میزان به کارگیری آنها تاثیر می‌گذارد و میزان توسعه منابع عرضه و رقابت پذیری مقاصد نیز بر بازارهای آتی مؤثر است. در این میان تدوین و ترکیب راهبردهایی پویا، جامع و اثربخش و اولویت بندی آنها به دلیل محدودیت منابع و ضرورت توجه به مسائل مختلف در مقاطع زمانی متفاوت، مدیریت مقاصد را بهینه خواهد ساخت که این مهم با توجه به ویژگی‌های منطقه از نظر منابع گردشگری، حجم و نوع گردشگران، نگرش جامعه محلی و امکانات و خدمات موجود، به عنوان عوامل تعیین کننده راهبردهای توسعه مقاصد صورت خواهد پذیرفت. لذا از مهمترین پیش زمینه‌های لازم برای تحول در نظام گردشگری، شناخت جایگاه کنونی آنها در فرآیند چرخه تکاملی است. این شناخت بسترهای لازم را برای ارائه راهکارهای کارآمد فراهم خواهد کرد. طرحهای گردشگری مستلزم شناخت جایگاه کنونی مقاصد در فرآیند چرخه تکامل گردشگری است. شناسایی این جایگاه زمینه‌های حرکت به سمت افق مطلوب را تسهیل می‌کند. نظر به اینکه هیچ فضای جغرافیایی به طور آنی پایدار و یا ناپایدار نخواهند شد و پایداری نتیجه تأثیر اقدامات و برنامه‌ها در طول زمان است، از این رو، ضروری است تا جایگاه فضاها و فعالیتها در این روند شناسایی و متناسب با آن برنامه‌های اقدام و استراتژیهای متناسب طراحی شوند. این امر به ویژه در حوزه گردشگری ضرورتی اجتناب ناپذیر است. در بین انواع مختلف زمینه‌های گردشگری یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، گسترش توریسم در نواحی روستایی و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری می‌باشد (حجازی و همکاران، ۱۳۹۰:۵۹). بسیاری از متخصصان توسعه، راه حل بسیاری از مشکلات مناطق روستایی را توسعه گردشگری روستایی می‌دانند (دانش مهر، ۱۳۹۱:۲۱۵). با توجه به پیوند و رابطه متقابل بین توسعه گردشگری و پایداری در مناطق روستایی، چرخه حیات توسعه گردشگری مناطق روستایی شکل دهنده چرخه حیات گردشگری پایدار مناطق می‌باشد. از سوی دیگر چرخه یک الگوی گردشگری پایدار روستایی می‌تواند با استفاده مناسب از ظرفیت‌های موجود در این بخش و ارزیابی‌های پیوسته برای آسیب شناسی فرآیند توسعه گردشگری و آینده نگری از افول و پیری جلوگیری نموده و در دوران بلوغ به یک جهش توسعه‌ای منجر شود (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳:۱۹).

مقصد مورد نظر، شهرستان بویر احمد با مرکزیت یاسوج با برخورداری از شرایط اقلیمی متفاوت، توپوگرافی کوهستانی، چشم اندازهای زیبای طبیعی، آبشارها، چشمه‌ها و آب و هوای مناسب چهار فصل (حاجیان، ۱۳۹۱:۱۳) طبیعت بکر و پاکیزه همراه با جاذبه‌های گردشگری طبیعی و دست نخورده، وجود زندگی روستایی و عشایری، فرهنگ و زبان یکدست و ... مقصد سفر گردشگران بسیاری قرار گرفته است. هدف از مطالعه حاضر، سنجش دوره حیات گردشگری در شهرستان بویر احمد بر اساس مدل چرخه

حیات باتلر و بررسی سطح توسعه گردشگری از دیدگاه ساکنان شهرستان بویراحمد است و به دنبال پاسخ به این سؤال است که مقاصد واقع در منطقه گردشگری مورد مطالعه در کدام مرحله از چرخه حیات گردشگری قرار دارند؟ ازینرو می‌کوشد تحلیل جامعی نسبت به وضعیت تکامل فعالیت‌های گردشگری در منطقه مورد مطالعه فراهم آورد تا با شناخت کامل و دقیق از وضع موجود در توسعه گردشگری بتوان به تداوم حیات گردشگری آن کمک کرد. در اینصورت سیاست‌های توسعه گردشگری در مراحل اولیه منجر به توسعه مناسب گردشگری شده و می‌توانند استراتژی‌های حمایتی لازم را برای اقدامات مدیریتی به عمل آورند که نتیجه آن فراهم نمودن تجربه کیفی سفر برای گردشگران و تضمین کیفیت زندگی شهروندان بویراحمد خواهد بود. در بازسازی مقاصد گردشگری عدم وجود برنامه و مدیریت جامع اجرایی در مورد توسعه گردشگری در بدو شروع، رشد و تداوم آن، به مرور زمان و در مرحله بلوغ گردشگری، اثرات منفی آن باعث مشکلات و تخریب‌هایی در ابعاد گردشگری شده است که در بعضی از مقاصد، اثرات منفی با برنامه ریزی به موقع و مدیریت بحران البته با هزینه‌های هنگفت، کنترل و مهار گردید ولی در مقاصدی که برنامه‌ریزی این چنینی صورت نگرفته، به جلوگیری و منحل شدن تمام فعالیت‌های گردشگری منجر شده است (میرزایی، ۱۳۸۸: ۵۱). نکته قابل توجه آنکه طرح‌های گردشگری مستلزم شناخت جایگاه کنونی مقاصد در فرآیند چرخه تکامل گردشگری است. شناسایی این جایگاه زمینه‌های حرکت به سمت افق مطلوب را تسهیل می‌کند.

مدل چرخه حیات مقصد باتلر در بسیاری از کشورهای توسعه یافته به فراوانی مورد استفاده قرار گرفته است؛ اما در ایران مطالعات بسیار محدودی در این زمینه انجام شده است. در ادامه گزیده‌ای از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه مرحله رشد توسعه گردشگری ارائه می‌گردد.

سعید اردکانی (۱۳۸۲) کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت تحمل پذیری در توسعه گردشگری را مورد بررسی قرار داده است و در رویکردی توصیفی تحلیلی به تبیین و ارزیابی چرایی و چگونگی ظرفیت تحمل پذیری مقصد و نیز مدل چرخه حیات پرداخته است. فرجی راد و آقاجانی (۱۳۸۸) در تحلیلی نو پیرامون گردشگری و طبقه بندی آن با روشی توصیفی انواع گسترده طبقه بندی در گردشگری را مورد بحث قرار داده و مفهوم چرخه حیات باتلر در گردشگری را بررسی و به معرفی این مراحل می‌پردازد. علی دلشاد (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان مدل‌سازی توسعه مقصد تفرجگاهی کلاردشت با استفاده از الگوی طیف توسعه تفرجگاه (RDS) بر مبنای عملکرد اقتصاد خرد مقصدهای تفرجگاهی، تغییر در الگوهای تعامل بین عرضه و تقاضا و چگونگی تأثیرگذاری این تغییرات بر گستره‌ای از بخش‌های بازار مبتنی بر مبدأگردشگر فرستی، بیان می‌کند آغاز توسعه گردشگری در کلاردشت با فاز سوم توسعه گردشگری یا گردشگری ملی همراه بوده است. علاوه بر آن شواهدی از ورود کلاردشت به فاز چهارم یا مرحله بین‌المللی گردشگری مشاهده می‌گردد. در پژوهشی توسط ضیایی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان 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، محمدآباد کوره گز، ابوزیدآباد، بند ریگ و عشین، ریگ جن، جندق، در کنار مدل باتلر، مدل شاخص رنجش داکسی نیز با ارائه مراحل مختلف، عکس‌العمل‌های رفتاری و نگرشی خاصی را برای مقاصد مورد استفاده ارائه داده است. نتایج نشانگر آن است اولویت و ترکیب حوزه‌های راهبردی در مراحل مختلف متفاوت است به طوری که نمونه‌های مورد مطالعه با

توجه به ویژگی‌های مدل‌ها به ترتیب در ابتدای مرحله رشد، اکتشاف و مشارکت (طبق مدل چرخه حیات مقصد) و مرحله بی تفاوتی و علاقه مندی (طبق مدل شاخص رنجش داکسی) قرار دارد که متناسب با شرایط آنها، حوزه‌های راهبردی مورد نیاز تعریف شده است. مهدوی و همکاران (۱۳۹۳) در ارزیابی فرآیند توسعه گردشگری روستاهای تاریخی- فرهنگی با استفاده از مدل چرخه حیات گردشگری مقصد در ۷ روستای تاریخی- فرهنگی کشور بیان می‌کند در مجموع روستاهای مورد مطالعه بر اساس گام‌های شش گانه مدل چرخه حیات، با میانگین کل امتیاز ۰/۴۴۴ در مرحله درگیری و گذار به مرحله توسعه می‌باشند. لذا فرآیند گردشگری در روستاهای مورد مطالعه با افزایش فعالیت‌های گردشگری همراه است که در صورت مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب می‌توان از اثرات ناپایدار گردشگری در این روستاها کاسته و به تداوم حیات گردشگری روستایی کمک کرد. یاری حصار و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان سنجش و ارزیابی چرخه حیات گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: بررسی تطبیقی روستاهای واقع در محورهای گردشگری استانهای تهران و البرز) با استفاده از روشهای توصیفی - تحلیلی (تکنیکهای سنجش پایداری پرسکات آلن و چرخه حیات گردشگری باتلر) به تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌پردازد و نتیجه می‌گیرد روستاهای واقع در محورهای گردشگری اصلی از سطح پایداری و چرخه تکامل بالاتری برخوردارند.

کوپر<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) با هدف تعیین جایگاه مقصد گردشگری در مدل چرخه حیات باتلر از متغیرهایی مانند نسبت تکرار بازدید گردشگران، نرخ رشد، ویژگی‌های گردشگران، طول مدت اقامت، مخارج سرانه، نوع بازدید استفاده نموده است. ناولس<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) با استفاده از هشت متغیر کیفی رشد بالقوه، نرخ رشد بازار، تعداد رقبا، تنوع محصول، وفاداری مشتریان، سهم بازار، موانع ورود به بازار و سطح تکنولوژی مقصد، جایگاه آن را در چرخه عمر مقاصد گردشگری باتلر تعیین نمود. مور<sup>۳</sup> و ویتنهال<sup>۴</sup> (۲۰۰۵) مفهوم چرخه عمر گردشگری و رژیم مدل سوئیچینگ در باربادوس<sup>۵</sup> طی سالهای ۱۹۵۷-۲۰۰۲ به کار برده اند. یافته‌های کلیدی این مقاله نشان می‌دهد که چارچوب به اندازه کافی نشان دهنده رشد در ورود از بازارهای فردی است.

## ۲- ادبیات نظری تحقیق

### ۲-۱- تعامل میزبان-گردشگر

نوع و نحوه برخورد میزبان- گردشگر را در یک منطقه می‌توان از سه دیدگاه مورد توجه قرار داد: دیدگاه تعاملی: این دیدگاه شیوه برخورد بین گردشگر- میزبان را به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد که ارزیابی آن به نگرش محقق به مسیر صحیح تحقیق و توسعه بستگی خواهد داشت.

دیدگاه گسستگی(منفی): دیدگاه کارکردگرایی شامل عناصر مختلف جامعه است که ممکن است هر تغییری به خصوص ناهنجاری را نتیجه مستقیم گردشگری بداند.

- 1 - Cooper
- 2 - Knowles
- 3 - Winston Moore
- 4 - Peter Whitehall
- 5- Barbados

دیدگاه پیوستی (مثبت): این دیدگاه به طور عمده جنبه‌های تغییر فرهنگی مثبتی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ و ورود گردشگران در بازنگری مهارتها و رسوم سنتی مانند رعایت بهداشت و نظم و غیره است (پاپلی و همکاران، ۱۳۸۵: ۸۷).

## ۲-۲- نگرش جامعه‌میزبان به گردشگری

اندریوتیس و وگان<sup>۱</sup> معتقدند که مهمترین ویژگی ساکنین آن است که آنچه توسط آنان ادراک می‌شود لزوماً با واقعیت موجود هماهنگ نیست؛ در واقع ادراک آنان از واقعیت و نه خود واقعیت است که بر روی نگرش و به تبع آن، طرز رفتار ساکنین تأثیر می‌گذارد. بسیاری از محققین بر این باورند که نگرش ساکنین نسبت به گردشگری، تنها بازتاب ادراک آنان از پیامدهای گردشگری نیست، بلکه چنین نگرشی در تعامل میان ادراک ساکنین و مجموعه عوامل تأثیرگذار بر نگرش آنان شکل می‌گیرد. در نظریه سلسله مراتب نیازهای انسانی مازلو<sup>۲</sup> که در سال ۱۹۵۴ توسط آبراهام مازلو مطرح گردید، دامنه‌ای از نیازهای انسانی وجود دارد که سکونت مطلوب و موفقیت انسان مستلزم برآورده شدن این مجموعه نیازها می‌باشد. بر این مبنا، ناتوانی و یا تأخیر در برآوردن چنین نیازهایی و یا اختلال در روند تأمین آنها می‌تواند نارضایتی، نارسایی و یا واکنش بحرانی را در فرد ایجاد کند (عادلی، ۱۳۹۱: ۸۴).

پژوهشگر دیگری معتقد است بر اساس مدل مراحل رشد جهانگردی (اکتشاف، توسعه، تثبیت، رکود، زوال یا حیات مجدد)، تأثیرات اجتماعی به طور عمده در مراحل تثبیت و رکود ظهور می‌کنند. به نظر وی تعداد زیاد ملاقات کنندگان و تسهیلات فراهم شده برای آنان باعث برانگیخته شدن یا تحریک ساکنین برای مخالفت با توسعه جهانگردی می‌شود؛ زیرا در شرایط ایستایی، سطوح ظرفیت برای بسیاری از متغیرها تکمیل شده یا از حد ممکن فراتر می‌رود و از اینجا به بعد مشکلات سیاسی و محیطی، اقتصادی و اجتماعی بروز می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۲: ۳).

## ۲-۳- انگیزه گردشگری

طرفداران پست مدرنیسم ادعا می‌کنند که یکی از این انگیزه‌ها، جست و جوی زندگی دوران پیش از صنعت است که دیگر در کشورهای صنعتی یافت نمی‌شود. کلود<sup>۳</sup> معتقد است هر چند بسیاری از مردم برای دیدن زیبایی‌های طبیعت و محیط‌های طبیعی به گردشگری می‌پردازند، اما امروزه اغلب گردشگران به قصد تفریح و سرگرمی سفر نمی‌کنند بلکه قصد دارند به آن سوی مرزهای فرهنگی خود بروند و ناشناخته‌ها را شناسایی کنند و با فرهنگ‌های دیگر آشنا شوند (یعقوب زاده، ۱۳۹۳: ۶۹).

1 Andriotis and Voughan

2 Mazlo

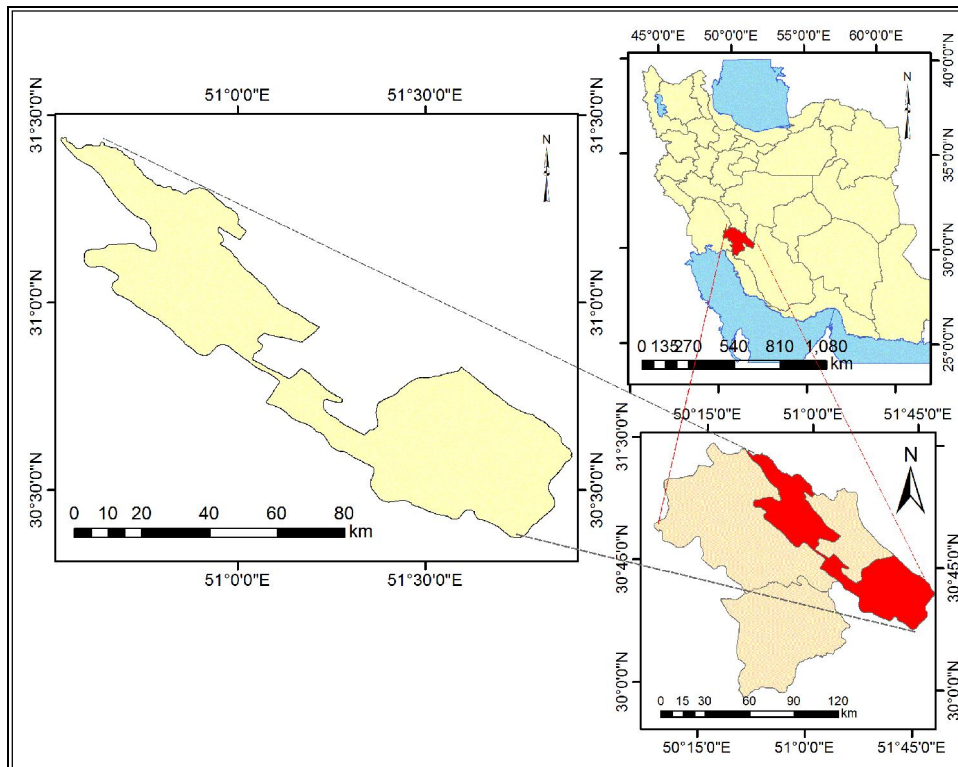
3 Claude

## ۲-۴- نگرش:

نگرش، نوعی ارزیابی و تصویر ذهنی است؛ گرایشی دیرپا نسبت به جنبه یا نمودی خاص از زیست بوم از جانب افراد است که متأثر از عواملی همچون طرز تفکر، احساسات و چگونگی برخورد و مواجهه فرد با آن می‌باشد (عادلی، ۱۳۹۱: ۸۴). یا اینکه پنداشت‌هایی که اعضای جامعه میزبان از جهانگردی دارند به نقش‌های فرهنگی یا اجتماعی که به جهانگردان نسبت می‌دهند، بستگی دارد (گی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹۶).

## ۳- معرفی محدوده مورد مطالعه

استان کهگیلویه و بویراحمد با وسعت ۱۶۲۶۴ کیلومتر مربع در جنوب غربی ایران (شکل شماره ۱) دارای پنج شهرستان بویراحمد، دنا، کهگیلویه، بهمئی و گچساران می‌باشد. (خالق زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱) منطقه مورد مطالعه، شهرستان بویراحمد با مرکزیت یاسوج دارای چهار بخش مارگون، مرکزی، لوداب و کبکیان است. این شهرستان در ۳۰ درجه و ۳۹ دقیقه تا ۳۰ درجه و ۱۸ دقیقه عرض شمالی و ۵۰ درجه و ۵۴ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی واقع شده است (قبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴). جمعیت شهرستان بویراحمد بالغ بر ۲۵۲۷۴۶ می‌باشد. شکل شماره (۱) موقعیت منطقه مورد مطالعه را نمایش می‌دهد. این شهرستان به عنوان یکی از نواحی مستعد جهت توسعه گردشگری در ایران قابل بررسی و مطالعه می‌باشد که با داشتن رودخانه‌های پرآبی همچون بشار، دشتروم، کبکیان، تنگ سرخ و چشمه‌های مهم با آب معدنی گوارا و خروشان و یخچال‌های طبیعی پتانسیل بالایی برای برنامه‌ریزی گردشگری داراست. وجود ده قله بالای ۴۰۰۰ متر، مناطق حفاظت شده با تنوع گیاهی و کوه‌هایی چون تامر، نرماب و درشک از دیگر جاذبه‌های طبیعی و کوهستانی این شهرستان بر غنای گردشگری آن می‌افزاید (قبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰). از دیگر جاذبه‌های گردشگری می‌توان به آبشار تنگ تامرادی، امامزاده شاه مختار، آبشار یاسوج، آب نهر کاکان، پیست اسکی کاکان، تنگ دوآب و مهریان، چشمه و آبشار شهینیز، تل خسرو، تنگ گنجه‌ای، سد شاه قاسم و... اشاره کرد (خالق زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۲).



شکل شماره ۱: موقعیت جغرافیایی شهرستان بویراحمد

#### ۴- مواد و روش

برای سنجش و ارزیابی جایگاه منطقه مورد مطالعه در چرخه حیات گردشگری از مدل باتلر استفاده شده است. فرآیند انجام تحقیق، با تأکید بر روش شناسی چرخه حیات گردشگری و به تفکیک مراحل ششگانه آن صورت پذیرفته است. با توجه به کمبود آمار موثق و رسمی و همچنین وجود شاخصهایی برای شناسایی جایگاه مقاصد در هر مرحله از عمر مقاصد در یک رویکرد کیفی، جهت آگاهی از دیدگاه جوامع محلی نسبت به توسعه گردشگری از روش میدانی مبتنی بر پرسشنامه با استفاده از معیارهای عینی و ذهنی استفاده شده است. اغلب مقاصد بدون استفاده از داده‌های ناقص و پیچیده از نظر کمی (عددی) و صرفاً به شیوه‌ای کیفی از جایگاه خود در چرخه عمر مقصد گردشگری آگاهند (ضیائی، ۱۳۹۲: ۱۷). از همین رو در پژوهش حاضر با استفاده از رویکردی کیفی و با تدوین پرسشنامه مبتنی بر پژوهشهای پیشین و مبانی نظری تحقیق و نیز مدل چرخه حیات گردشگری اقدام به شاخص‌سازی و گردآوری اطلاعات برای سنجش دوره رشد گردشگری در شهرستان بویراحمد در سال ۱۳۹۵ گردیده است. نتایج حاصل از فرآیند پرسشگری با استفاده از آزمونهای آماری مربوطه در نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته و به سوالات و فرضیات تحقیق پاسخ داده شد. جامعه آماری ۲۵۲۷۴ نفر جمعیت روستایی و شهری شهرستان بویر احمد (نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۰) و ۲۵ کارشناس آشنا به امور گردشگری می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه مورد نیاز از نرم افزار pass استفاده شده است. در جدول شماره (۱) فرآیند نمونه‌گیری و سطح اطمینان پاسخگویی به فرضیات ارائه شده است. حجم نمونه با سطح اطمینان ۹۹ درصد ۱۹۵ نفر محاسبه گردید.



جدول شماره (۱) حجم نمونه محاسبه شده در نرم افزار pass

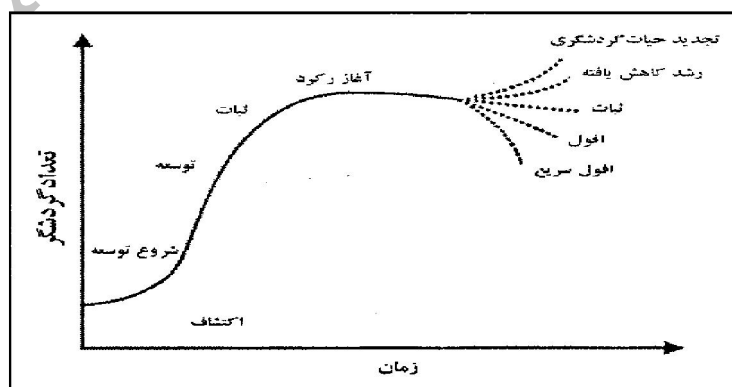
Sample Confidence Level	Distance Size (N)	Distance from P to Upper Limit	Distance from P to Upper Limit	Proportion (P)	Lower Limit	Upper Limit	Limit if P = 0.5
0.950	98	0.050	0.050	0.100	0	0.150	0.083
0.960	111	0.050	0.050	0.100	0	0.150	0.083
0.970	128	0.050	0.050	0.100	0	0.150	0.083
0.980	152	0.050	0.050	0.100	0	0.150	0.083
0.990	195	0.050	0.050	0.100	0	0.150	0.083

مأخذ: محاسبات نگارندگان

شیوه نمونه‌گیری، تصادفی است. به دلیل اینکه جامعه آماری مورد مطالعه، جوامع محلی شهرستان بویراحمد می‌باشد، پرسشنامه‌ها به شکل برابر در شهر یاسوج و روستاهای اطراف آن تکمیل گردید. توزیع پرسشنامه در ۱۰ روستای وزگ، قلات، کاکان، تل خسرو، منصورآباد دشت روم، دلی اولادی علی مؤمن، امامزاده مختار، تنگ سریز، دهنو و تنگ تامرادی، صورت گرفت. ابزار گردآوری داده‌های این تحقیق پرسشنامه‌ای با ۳۵ گویه است که با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی ادبیات موضوع، مشاهده و مصاحبه سازمان یافته با کارشناسان گردشگری منطقه مورد مطالعه تدوین و با بهره‌گیری از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت مورد پرسش قرار گرفت. جهت سنجش پایایی ابزار تحقیق از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. مقدار این آماره برای هر دسته از متغیرها جداگانه محاسبه گردید. نتایج نشانگر آن است میزان پایایی به مقدار متوسط ۰/۹۳۱ برای هر یک از طیف‌ها در حد مطلوبی است.

#### ۴-۱- مدل چرخه حیات باتلر

چرخه حیات مقاصد گردشگری توسط جغرافیدانی به نام باتلر مطرح شده است. موضوع مهم و تردید ناپذیری که در دیدگاه باتلر وجود دارد این است که اثرات گردشگری نیز طی زمان تکامل می‌یابند و این یک گرایش طبیعی است که دامنه اثرات نیز به همان اندازه که مقصد از مرحله اکتشافی (وقتی که کمترین اثرات وجود دارد) به مرحله اشباع (وقتی که میزان اثرات قابل توجه است) پیش می‌رود، رشد کند (ضیایی، ۱۳۸۸: ۴۱). شکل شماره (۶) چرخه حیات مقصد از دیدگاه باتلر را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۲: چرخه حیات گردشگری باتلر

(زیاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۵) (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴۶) (باتلر، ۱۹۸۰: ۸)

مدل باتلر وقتی در ارتباط با مقصد گردشگری به کار می‌رود، نشان می‌دهد که مقصد در طول زمان تغییر کرده و توسعه می‌یابد. در این روند تکاملی مقاصد گردشگری می‌توانند دچار رکود شده و یا وارد مرحله تجدید حیات گردند (ماسول، ۲۰۰۳: ۲۴).

## ۵- بحث و یافته‌ها

شناسایی جایگاه مقاصد بر اساس مدل چرخه عمر مقاصد گردشگری باتلر به وجود آمار و داده‌های مختلف در یک دوره چند ساله از عمر توسعه گردشگری در مقاصد نیازمند است. اما با توجه به فقدان داده‌های آماری موثق و رسمی و همچنین وجود شاخص‌هایی برای شناسایی جایگاه مقاصد گردشگری (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱). در این تحقیق تلاش شده است تا به شیوه‌ای کیفی - کمی به شناسایی جایگاه شهرستان بویر احمد پرداخته شود. به عبارتی تحقیق مذکور با استفاده از روش مطالعه تطبیقی انجام شده و به منظور بررسی و آزمون آن در منطقه مورد مطالعه پیاده سازی شده است.

گام اول در این تحلیل شناخت وضع موجود است. بدین منظور در ابتدا شناسایی دقیق مدل مورد مطالعه، ابعاد و ویژگی‌های آن و در کنار آن شناسایی ویژگی‌های مقصد مورد مطالعه به عنوان گام آغازین مورد توجه قرار گرفته است. مطالعه ادبیات تحقیق و نمونه‌های مشابه از جمله مهمترین اقدامات در این مرحله بوده است. نتیجه گام اول استخراج ویژگی‌ها و مراحل نسبتاً مشابه در مقاصد مختلف است.

گام دوم تجزیه و تحلیل اطلاعات است. در این گام مشخصه‌های مراحل مختلف از نگاه مدل باتلر شناسایی و به بررسی وضعیت آن از نظر شاخص‌هایی مانند (نسبت تعداد گردشگران به جامعه محلی، گردشگران آگاه و فرهیخته، انگیزه کسب تجربه جدید در گردشگران، علاقمندی گردشگران به برقرار ارتباط با جامعه محلی، توجه گردشگران به مسائل توسعه پایدار، رقابت و سهم بازار گردشگری از اقتصاد منطقه، مشارکت خودجوش مردم محلی، مشارکت برنامه‌ریزی شده مردم محلی، امکان دسترسی به جاذبه‌های توریستی، امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران در منطقه، وجود رقبای فعال در مقصد گردشگری، سود گردشگری، رضایت جامعه محلی از حضور گردشگران، آشنایی مصرف‌کنندگان با محصولات گردشگری، تعداد مقاصد و جاذبه‌های گردشگری برنامه‌ریزی، تنوع در انواع جاذبه‌ها و خدمات گردشگری، هزینه‌های بازاریابی، میزان تبلیغات، فراهم شدن امکانات توسط مردم محلی، تمایل به سفر مجدد به منطقه در بین گردشگران، روند افزایشی تعداد گردشگران، سرمایه‌گذاری در هتل‌ها و تسهیلات، قیمت‌های فروش، افزایش آگاهی‌های تبلیغاتی (صدا و سیما، روزنامه، مجلات، بروشور، فروش شخصی و ...)، توسعه تحقیق برای بهبود و اضافه کردن ویژگی‌های جدید به محصولات حذف رقبای ضعیف‌تر، به صفر رسیدن تعداد گردشگران برای مقاصد، درگیری و تنش بین مردم محلی و گردشگران، وجود جذابیت پیشین برای گردشگران، اثرات منفی اجتماعی، اثرات منفی فرهنگی، اثرات منفی زیست محیطی، وجود تورهای گردشگری گسترده از مناطق مختلف کشور، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، علاقه جامعه محلی به حضور گردشگران و توسعه گردشگری) در محدوده مورد مطالعه پرداخته شد. در جدول شماره (۲) ویژگی‌ها و متغیرهای مقصد طبق مدل چرخه حیات باتلر ارائه شده است.

جدول شماره (۲) ویژگی‌ها و متغیرهای مقصد طبق مدل چرخه حیات باتلر

مرحله حیات		گردشگر (تعداد، انگیزه و سازماندهی)	نسبت جمعیت گردشگران به جامعه محلی	رقابت، سهم و رشد بازار	مشارکت جامعه محلی	سطح توسعه زیرساختها و امکانات
اکتشاف	مشارکت					
مرحله معرفی	اکتشاف	تعداد کم، انگیزه کسب تجارب جدید، گردشگران آگاه و فرهیخته، علاقمند به آمیزش با جامعه محلی و طبیعت، آگاه به مسائل توسعه پایدار	بسیار کم	رقابت و سهم بازار پایین اما رشد سهم بازار زیاد	مشارکت برنامه ریزی شده نیست و بیشتر اهداف معنوی و غیر تجاری دنبال می‌شود	اندک و یا وجود ندارد
	مشارکت	تعداد کم، انگیزه زیبایی شناختی، حضور در فصول گردشگری، آغاز حرکت تورهای تخصصی و بدون انگیزه‌های تجاری	کم	رقابت پایین و افزایش سهم تدریجی بازار	سرمایه گذاری محلی، آغاز مشارکت، گروههای عمدتاً پیشرو درگیر می‌شوند، اهراف معنوی و غیرتجاری	تأسیسات خاصی وجود ندارد اما تعهداتی برای توسعه حداقل زیرساختها در نظر گرفته شده است
رشد		تعداد بالا، رشد تورهای تجاری، گردشگری انبوه، توجه کمتر به توسعه پایدار، تمایل بیشتر برای سفر و بازدید مجدد از منطقه، روند افزایشی تعداد گردشگران	بسیار بالا	افزایش کمیت و کیفیت رقابت و سهم بازار	افزایش مشارکت، تغییر کاربری، ایجاد جاذبه‌های مصنوعی	امکان دسترسی به جاذبه‌های توریستی، زیرساختها توسعه می‌یابد و سرمایه گذار غیربومی وارد می‌شود
بلوغ		تعداد در حداکثر ممکن، کاهش نرخ رشد، بازار تثبیت شده، گردشگری تجاری و سازماندهی شده، تصویر مقصد در حال افول، حضور بالای گردشگران محافظه کار	بسیار بالا	رقابت شدید و عدم رشد یا رشد بسیار اندک سهم بازار	مشارکت به حداکثر خود می‌رسد	تمایل سرمایه گذاران به حداکثر می‌رسد
افول		تعداد رو به کاهش، افول تصویر مقصد	رو به کاهش	رقابت شدید، کاهش سهم بازار و رشد بازار منفی	سطح مشارکت جامعه به واسطه مسائل آن کاهش می‌یابد	اضمحلال زیرساختها، سرمایه گذاری‌های ایجاد شده به سمت سایر کاربری‌ها تغییر جهت می‌دهد

متغیرها				مرحله حیات	
استراتژی مناسب توسعه	اثرات گردشگری	مدیریت	رفتارهای جامعه محلی	اکتشاف	مرحله معرفی
منابع انسانی، آموزش، اجتماعی - فرهنگی، بازاریابی محصول	وجود ندارد	وجود ندارد	روابط غیرتجاری، میهمان و میزبان، ابراز تمایل شدید برای ارتباط		

مشارکت پذیري منابع انساني، آموزش اجتماعي- فرهنگي و توسعه زیرساخت	اثرات منفي جزئي و قابل اغماض	هنوز كاملا در غير نشده است	تجاري شدن ميهمان و ميزبان، تمايل براي تحكيم ارتباط	مشاركت
بازار يابي محصول، زيست محيطي، اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي، منابع انساني و آموزش	افزايش اثرات مثبت و منفي و عدم رضاييت افراي كه در گردشگري درگير نيستند، اثرات قابل رصد و مشاهده	مديريت وارد مقاصد شده و به آن توجه مي نمايد	روابط تجاري	رشد
بازاريابي محصول، زيست محيطي، اجتماعي، فرهنگي و سرمايه گذاري	اثرات بالا و در تمام ابعاد قابل مشاهده، رقابت براي استفاده از تسهيلات بين جامعه ميزبان و مهمان	نقش بسيار پر رنگي در مقصد ايفا مي كند	روابط تجاري، روابط گردشگر و مقصد، کاهش علاقه به ايجاد ارتباط در برخي گروهها	بلوغ
بازاريابي محصول، مشاركت پذيري اقتصادي	جامعه محلي گردشگران را مسيب بروز اثرات منفي دانسته و حتي با تقابل فيزيكي با گردشگران مي پردازد و رسيدن به آستانه ظرفيت تحمل	نقش بسيار پررنگ در مقصد و تكاپو براي بهبود شرايط موجود	روابط تجاري، روابط خارجي و بومي، عدم علاقه به ارتباط بيشتر در اكثر گروهها،	افول

مأخذ: (ضیائی، حسن پور، ۱۳۹۲: ۲۴)

جدول شماره (۳) حاوی اطلاعات توصیفی و میانگین شاخص‌های مطرح شده در جدول شماره (۲) بر اساس مدل چرخه حیات باتلر در شهرستان بویر احمد است.

جدول شماره (۳) وضعیت متغیرهای مورد بررسی در منطقه مورد مطالعه

گوپه	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	میانگین
۱-نسبت تعداد گردشگران به جامعه محلی	۲	۹	۴	۶	۳	۳/۰۴
۲-گردشگران آگاه و فرهیخته	۱	۱۰	۱۲	۱	۱	۳/۳۶
۳-انگیزه کسب تجربه جدید در گردشگران	۵	۱۴	۴	۰	۱	۳/۹۱
۴-علاقمندی گردشگران به برقرار ارتباط با جامعه محلی	۱۰	۹	۵	۱	۰	۴/۱۲
۵-توجه گردشگران به مسائل توسعه پایدار	۲	۷	۱۱	۳	۲	۳/۱۶
۶-رقابت و سهم بازار گردشگری از اقتصاد منطقه	۱	۱	۱۵	۶	۲	۲/۷۲
۷-مشارکت خودجوش مردم محلی	۲	۵	۱۱	۷	۰	۳/۰۸
۸-مشارکت برنامه ریزی شده مردم محلی	۰	۱	۱۴	۶	۴	۲/۴۸
۹-امکان دسترسی به جاذبه‌های توریستی	۴	۹	۱۱	۱	۰	۳/۶۴
۱۰-امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران در	۲	۶	۷	۹	۱	۲/۹۶

منطقه						
۲/۹۶	۱	۷	۱۰	۶	۱	۱۱- وجود رد پای فعال در مقصد گردشگری
۲/۷۲	۳	۷	۱۰	۴	۱	۱۲- سود گردشگری
۳/۴۰	۰	۴	۱۰	۸	۳	۱۳- رضایت جامعه محلی از حضور گردشگران
۳/۰۴	۱	۶	۱۰	۷	۱	۱۴- آشنایی مصرف کنندگان با محصولات گردشگری
۳/۰۴	۲	۴	۱۱	۷	۱	۱۵- تعداد مقاصد و جاذبه‌های گردشگری برنامه ریزی شده
۳/۰۸	۲	۶	۹	۴	۴	۱۶- تنوع در انواع جاذبه‌ها و خدمات گردشگری
۲/۸۰	۴	۶	۷	۷	۱	۱۷- هزینه‌های بازاریابی
۲/۸۸	۴	۶	۷	۵	۳	۱۸- میزان تبلیغات
۲/۸۸	۰	۱۰	۹	۵	۱	۱۹- فراهم شدن امکانات توسط مردم محلی
۳/۸۸	۰	۲	۸	۶	۹	۲۰- تمایل به سفر مجدد به منطقه در بین گردشگران
۳/۹۵	۰	۲	۷	۵	۱۰	۲۱- روند افزایشی تعداد گردشگران
۲/۶۲	۶	۶	۴	۷	۱	۲۲- سرمایه گذاری در هتل‌ها و تسهیلات
۳/۰۸	۰	۴	۱۴	۶	۰	۲۳- قیمت‌های فروش
۳/۱۷	۴	۵	۳	۵	۶	۲۴- افزایش آگهی‌های تبلیغاتی (صدا و سیما، روزنامه...)
۳/۱۲	۳	۵	۶	۶	۴	۲۵- تحقیق برای بهبود و اضافه کردن ویژگی‌های جدید محصولات
۲/۵۵	۴	۵	۷	۴	۰	۲۶- حذف رقبای ضعیف تر
۲/۶۳	۱	۶	۱۱	۱	۰	۲۷- به صفر رسیدن تعداد گردشگران برای مقاصد
۱/۸۲	۱۰	۷	۶	۰	۰	۲۸- درگیری و تنش بین مردم محلی و گردشگران
۳/۱۳	۲	۶	۶	۵	۴	۲۹- وجود جذابیت پیشین برای گردشگران
۲/۴۵	۷	۵	۷	۴	۱	۳۰- اثرات منفی اجتماعی
۲/۵۴	۷	۴	۷	۵	۱	۳۱- اثرات منفی فرهنگی
۳/۱۶	۴	۵	۴	۵	۶	۳۲- اثرات منفی زیست محیطی
۳/۷۵	۰	۲	۸	۸	۶	۳۳- علاقه جامعه محلی به حضور گردشگران و توسعه گردشگری
۳/۰۸	۳	۵	۷	۵	۴	۳۴- برنامه ریزی و مدیریت گردشگری
۲/۷۸	۵	۶	۵	۳	۴	۳۵- وجود تورهای گردشگری گسترده از مناطق مختلف کشور

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در جدول شماره (۴) تطبیق ویژگیها و متغیرهای مورد بررسی مدل چرخه حیات باتلر در شهرستان بویر احمد بر مبنای یافته‌های حاصل از پرسشنامه و ارائه شده در جدول شماره (۳) تعیین شده است.

جدول شماره ۵: تطبیق ویژگیها و متغیرهای مورد بررسی مدل چرخه حیات باتلر در شهرستان بویر احمد

متغیرها									تطابق با مدل باتلر
استراتژی مناسب توسعه	اثرات گردشگری	مدیریت	رفتارهای جامعه محلی	سطح توسعه زیرساختها و امکانات	مشارکت جامعه محلی	رقابت سهم و رشد بازار	نسبت گردشگر به جامعه محلی	گردشگر(تعداد انگیزه و سازماندهی)	
مشارکت پذیری منابع انسانی، آموزش اجتماعی- فرهنگی و توسعه زیرساخت	اثرات منفی جزئی و قابل اغماض	-	تجاری شدن میهمان و میزبان، تمایل برای تحکیم ارتباط	تأسیسات خاصی وجود ندارد اما تعهداتی برای توسعه حداقل زیرساختها در نظر گرفته شده است	سرمایه گذاری محلی، آغاز مشارکت، گروههای عمدتاً پیشرو درگیر می شوند	رقابت پایین و افزایش سهم تدریجی بازار	کم	تعداد نسبتاً کم، انگیزه کسب تجارب جدید، تعداد متوسط رو به افزایش گردشگران آگاه و فرهیخته، علاقمند به آمیزش با جامعه محلی و طبیعت	مرحله معرفی (فاز مشارکت)
-	-	مدیریت وارد مقاصد شده و به آن توجه می نماید	-	امکان دسترسی به جاذبه‌های توریستی	-	-	-	تمایل بیشتر برای سفر و بازدید مجدد از منطقه، روند افزایشی تعداد گردشگران	رشد

مأخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، شهرستان بویر احمد از لحاظ گردشگری در حال گذر از مرحله معرفی و از نگاه کارشناسان در ابتدای ورود به مرحله رشد گردشگری در مدل چرخه حیات مقصد باتلر قرار دارد. بدین روی با توجه به یافته‌های حاصل از پژوهش، گردشگری در شهرستان بویر احمد بر اساس مدل باتلر در مرحله رشد است. اولین مرحله در فرایند توسعه گردشگری، مرحله "شناسایی یا کشف" است. باتلر عقیده دارد که در ابتدا برای یک مقصد توریستی، تعداد معدودی گردشگر وجود دارد که به طور عمده دارای ویژگیها و تمایلات ماجراجویانه و کشف مقصد است. تعداد گردشگران به اندازه‌ای نیست که

سبب فراهم آوردن امکانات خاصی باشد، زیرا منابع درآمدی دریافتی کم است. ارتباط گردشگری با اقتصاد محلی بسیار کم است و افراد محلی، منطقه خود را در کنترل خود دارند. به همین جهت در این مرحله توسعه‌ای رخ نداده است و زیرساخت‌های مناسب تسهیلات و خدمات رفاهی و گردشگری برای گردشگران فراهم نشده است. دومین مرحله به عنوان "مرحله مداخله و درگیر شدن مردم در گردشگری" نامیده می‌شود. در این مرحله تعداد گردشگران شروع به افزایش می‌کند. در این مرحله معمولاً گردشگران با مدت اقامت کوتاه‌تر اما با تعداد بیشتری به یک مکان مقصد می‌آیند. مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی گردشگری می‌کنند. مهمانخانه‌ها و هتل‌های کوچک و مکان‌هایی برای غذا خوردن احداث می‌شود و با فراهم آوردن راهنما به فعالیت‌های گردشگری کوچک می‌پردازند. بعضی از مردم و اجتماع محلی به تدریج خود را با فعالیت‌های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق می‌دهند (مهدوی و همکاران، ۱۷:۱۳۹۳) و گردشگری وارد مرحله رشد می‌گردد. در این مرحله همچنین مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی توریستی می‌کنند. مهمانخانه‌ها و هتل‌های کوچک، مکان‌هایی برای غذا خوردن، احداث می‌شود و به فراهم آوردن راهنما و فعالیت‌های توریستی کوچک می‌پردازند. بعضی از مردم به سادگی یک یا دو اتاق برای توریست‌ها، در خانه‌های خود فراهم می‌کنند. تعداد توریست‌ها به اندازه‌ای است که عوائد کافی به همراه دارد. مرحله اثرات افزایشی (multiplier effects) وجود می‌آید یعنی فراهم آوردن امکانات توریستی امکانات بعدی را با خود به همراه می‌آورد و جذب یک توریست سبب جذب توریست‌های بعدی می‌شود. خدمات رسانی به گردشگران به صورت رسمی صورت می‌گیرد و اجتماع، به تدریج خود را با فعالیت‌های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق می‌دهد. یافته‌های حاصل از مدل باتلر ارائه شده در جداول شماره (۳) و (۴) مؤید قرارگیری شهرستان بویر احمد در مراحل ابتدایی گردشگری است که حاکی از نوپایی گردشگری در سطح شهرستان بویر احمد می‌باشد. توسعه منابع انسانی، آموزش، اجتماعی - فرهنگی، مشارکت پذیری منابع انسانی، توسعه زیرساخت، بازار یابی محصول، توجه به ملاحظات زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی از رویکردهای مدیریتی این دوره حیات گردشگری خواهد بود.

توسعه سازمان‌های مردم نهاد، درگیر کردن ذینفعان محلی، ایجاد و توسعه زیرساخت‌های خدماتی، رفاهی، گسترش نظام تبلیغات و اطلاع رسانی، توسعه جاذبه‌های گردشگری پذیر، شناسایی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، آموزش جامعه محلی، توسعه خدمات زیربنایی، شناسایی جاذبه‌های گردشگری پذیر و شناسایی زیرساخت‌های سرمایه‌گذاری از دیگر موارد مهم برای توسعه هدفمند، پایدار و اثر بخش در این مرحله از رشد گردشگری در منطقه مورد مطالعه می‌باشد.

## ۶- نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

جهت تحول در چرخه حیات گردشگری در منطقه مطالعه ضرورت دارد تا سیستم فراگیر و همه جانبه‌ای از پارامترها مورد نظر قرار گرفته شود تا از این طریق توسعه پایدار گردشگری تحقق یابد. بررسی مقاصد گردشگری در چارچوب مدل باتلر نشان می‌دهد که رسیدن به تکامل مستلزم تفکیک شاخص‌های برنامه‌ریزی در هر مرحله از چرخه حیات است. به عبارت دیگر گام‌های برنامه‌ای و اقدامات توسعه‌ای قابل انجام برای ارتقای فعالیت‌های گردشگری به جایگاه منطقه مورد مطالعه در چرخه حیات گردشگری باتلر دارد و به همین دلیل تحلیل مقاصد گردشگری با رویکرد پیشنهادی ضروری خواهد بود. یافته‌های حاصل از

کاربرد مدل باتلر در سنجش دوره حیات گردشگری شهرستان بویراحمد موید قرار گیری شهرستان بویر احمد در مراحل ابتدایی گردشگری است که حاکی از نوپایی گردشگری در سطح شهرستان بویر احمد می‌باشد. ایجاد تغییر و پیشبرد روند توسعه در هر ناحیه و منطقه‌ای و از جمله منطقه مورد مطالعه در عرصه گردشگری نیاز به برنامه‌ریزی و مدیریت جامع، کوتاه مدت و قابل اجرا دارد. برای ایجاد و تقویت امکانات و خدمات زیربنایی و زیرساختها، سرمایه‌گذاری از سوی سازمان‌های دولتی و سرمایه‌گذاران مهم است. مردم محلی غیر از سرمایه‌گذاری از لحاظ مادی نیاز به حمایت و پشتیبانی از سوی مسئولین و سازمان‌های مربوط به گردشگری را دارند. فراهم سازی بستر مشارکت مردم و انتفاع از منافع حاصل از گردشگری از دیگر موضوعات مهم و درخور توجه می‌باشد. باید توجه داشت توسعه و تغییر زمانی اتفاق می‌افتد که جوامع محلی در فعالیتهای گردشگری مشارکت فعال داشته باشند در غیر این صورت توسعه ناپایدار انتظار می‌رود. تمام مسئولیت‌ها و فعالیتهای گردشگری باید همه افراد را پوشش دهد و تنها به افراد خاصی واگذار نشود. رفع محدودیت‌های قانونی و اداری- سازمانی می‌تواند زمینه ساز تسهیل حضور بخش خصوصی در حوزه گردشگری گردد. اطلاع رسانی در مورد گردشگری از سوی مراجع و مسئولین برای مردم محلی ضرورتی دیگر است. افراد باید در مورد برنامه‌ها و فعالیتهای گردشگری توجیه شوند. آموزش افراد و گردشگران یکی دیگر از ابعاد اثر گذار بر فرآیند توسعه گردشگری است. آموزش می‌تواند توسط راهنمایان، پخش کتابچه‌های گردشگری، تابلوهای راهنما، سخنرانی، کنفرانس و نشست‌هایی با موضوع گردشگری و نگهبانان مناطق و جاذبه‌های گردشگری باشد.

Archive of SID



## منابع و مآخذ:

- ۱- پاپلی یزدی، م.، سقایی، م. ۱۳۸۵. گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، سمت، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- ۲- حجازی، ج.، زارعی، ر.، گودرزی، م. ۱۳۹۰. بررسی و ارزیابی اثرات جغرافیایی و زیست محیطی گردشگری با استفاده از مدل AHP (نمونه موردی تالاب بین‌المللی شادگان). فصلنامه علمی پژوهشی تالاب. دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، شماره ۹: ۵۹-۷۰.
- ۳- خالق زاده، م. ه.، حیدری اردکانی، ع. ۱۳۸۸. سرزمین چهار فصل. انتشارات فاطمیه.
- ۴- دانش مهر، ح.، کریمی، ع. صفری، و. ۱۳۹۱. بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT (مطالعه موردی روستای اورامان تخت). فصلنامه پژوهش‌های روستایی. شماره ۲۰۹: ۳-۲۳۴.
- ۵- دلشاد، ع. ۱۳۹۱. مدلسازی توسعه مقصد تفرجگاهی کلاردشت با استفاده از الگوی طیف توسعه تفرجگاه (RDS). مرکز گردشگری علمی فرهنگی دانشجویان ایران.
- ۶- دیناری، ا. ۱۳۸۴. گردشگری شهری در ایران و جهان. انتشارات واژگان خرد. مشهد.
- ۷- رضوانی، م. ر. ۱۳۸۷. توسعه گردشگری روستایی با رویکرد توسعه‌ی پایدار. انتشارات دانشگاه تهران.
- ۸- سعیدا اردکانی، س. ۱۳۸۲. کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت تحمل پذیری در توسعه گردشگری. فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۲، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران: ۴۹-۶۶.
- ۹- ضیایی، م.، 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 کوره گز، ابوزیدآباد، بند ریگ و عشین، ریگ جن، جندق). جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، شماره ۹: ۱۵-۲۸.
- ۱۰- قدمی، م.، غلامیان بایی، م. ۱۳۹۳. اثرات گردشگری پیامدها، چارچوب‌ها و سیاست‌ها. انتشارات مهکامه.
- ۱۱- فرجی راد، ع.، آقاجانی، س. ۱۳۸۸. تحلیلی نو پیرامون گردشگری و طبقه‌بندی آن. فصلنامه جغرافیایی سرزمین. سال ششم، شماره ۲۳: ۶۱-۷۲.
- ۱۲- عادل، س. ۱۳۹۱. بررسی نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت زنده تاریخی (نمونه موردی: بافت تاریخی فهادان یزد)، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۴.
- ۱۳- کاظمی، م. ۱۳۸۲. بررسی آثار اقتصادی و فرهنگی توسعه جهانگردی از دیدگاه ساکنین، مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۳.
- ۱۴- گی، چ.، پارسائیان، ع.، اعرابی، م. ۱۳۹۰. جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۱۵- لومسدن، ل. ۱۳۸۰. بازاریابی گردشگری. ترجمه محمد ابراهیم گوهریان. دفتر نشر پژوهش‌های فرهنگی. تهران.
- ۱۶- مهدوی، د.، رکن الدین افتخاری، ع.، سجاسی قیداری، ح. ۱۳۹۳. ارزیابی فرآیند توسعه گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی با استفاده از مدل چرخه حیات گردشگری مقصد، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۰: ۱۱-۳۲.

- ۱۷- میرزایی، ر. ۱۳۸۸. تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال بر منطقه اورامانات کرمانشاه. فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۴: ۴۹-۷۶.
- ۱۸- یاری حصار، ا.، حیدری ساریان، و. ۱۳۹۴. سنجش و ارزیابی چرخه حیات گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: بررسی تطبیقی روستاهای واقع در محورهای گردشگری استانهای تهران و البرز). مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی. سال ۴. شماره ۲۴. شماره پیاپی ۱۲: ۴۱-۵۶.
- ۱۹- یعقوب زاده، ر. ۱۳۹۳. گونه شناسی گردشگری: ارائه چهارچوبی برای تقسیم بندی انواع گردشگری، تهران: انتشارات جامعه شناسان.

- 20- Alvares, D., Lourenco, J. 2005. Life Cycle Modeling for Tourism Areas. Guimaraes, Portugal, University of Minho.
- 21- Butler. R.W. 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, The Canadian Geographer / Le Geographe canadien Volume 24, Issue 1: 5-12.
- 22- Cooper, C. and Jackson, S. 1989. "Destination life cycle: The Isle of Man case study". Annals of Tourism Research 16 (3): 377\_398.
- 23- Doxe, G.V. 1975. A coustaton theory of visitor – resident irritant, methodology and research inferences. The impact of Tourism, Sixth Annua; Conferences proceeding of the travel research association, San Diego: 8-195.
- 24- Gilbert, E. 1939. "The Growth of Island and Seaside Health Resorts In England". Scottish Geographical Magazine, 55: 16-35
- 25- Knowles, T. 1996. "Corporate Strategy for Hospitality Longman", Harlow
- 26- Mason, P. 2003. Tourism impacts planning and management, Butterworth-Heinemann, Routledge, Oxford.
- 27- Moore, W., Whitehall, P. 2005. The Tourism Area Lifecycle and Regime Switching Models, Central Bank of Barbados, Barbados, Annals of Tourism Research Vol, 32, No. 1: 112-126.
- 28- Prideaux, B. 2000. The Resort Development Spectrum- a new approach to modeling resort development, Tourism Management, 21 : 225-240.