

نقش اقتصادی گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر بندرعباس)

محمدحسن الهی منش^۱، سید باقر حسینی نژاد ماه خاتونی^۲، محسن یاسمی^۳

۱- استادیار و عضو هیئت علمی گروه علوم سیاسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

۲- دانشجوی مقطع دکتری گروه علوم اجتماعی، جامعه شناسی اقتصاد و توسعه، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

۳- دانشجوی مقطع دکتری گروه علوم اجتماعی، جامعه شناسی اقتصاد و توسعه، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

چکیده

بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند و در همین ارتباط گردشگری نیز با برنامه‌ریزی اصولی و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌ها می‌تواند، نقش مؤثری در توسعه شهرها و روستاها و در نتیجه توسعه ملی و تنوع بخشی به اقتصاد ملی داشته باشد. گردشگری، از فعالیت‌های مهم با پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی در شهرهاست. سیاست توسعه گردشگری، رویکردی است که شهر با تاکید بر آن می‌تواند ضمن افزایش منافع آن، تاثیرات منفی را به حداقل کاهش دهد. این پژوهش با هدف بررسی و نقش راهبرد اقتصادی مناسب برای توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه انجام شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی و با هدف کاربردی می‌باشد. این تحقیق از دو جنبه دارای نوآوری می‌باشد یکی این که ترکیب متغیرهای استفاده شده در این موضوع مقاله تاکنون در این جامعه مورد آزمایش قرار نگرفته

است و نوآوری دوم این که جامعه آماری موضوع تحقیق (ساکنان شهر بندرعباس) با تحقیقات قبلی متفاوت است. در این پژوهش از روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات مورد نظر استفاده شده، در همین ارتباط جامعه آماری این تحقیق ساکنین شهر بندرعباس بود و در تحقیق حاضر برای محاسبه حجم نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده و قابل دسترس استفاده شد و حجم نمونه مورد مطالعه، ۱۰۰ نفر برآورد گردیده است. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از نوع آماری با استفاده از نرم افزار SPSS و از آزمون خی دو استفاده شده است. نتایج تحقیق حاکی از این است گسترش شبکه حمل و نقل برای گردشگران باعث افزایش اشتغال می شود، افزایش امکانات تفریحی منطقه باعث افزایش اشتغال می شود و همچنین افزایش امنیت گردشگران باعث گسترش اشتغال می شود.

واژه‌های کلیدی: اقتصاد گردشگری، توسعه پایدار شهری، بندرعباس.

مقدمه و بیان مساله

با گسترش روز افزون مهاجرت، کاهش درآمد خانوارها، افول کشاورزی، نیاز به فعالیتی مکمل و در عین حال جایگزین کشاورزی، بیش از پیش احساس می گردد. از این رو توجه به جایگاه صنعت گردشگری در توسعه پایدار شهری، به سبب آن است که می توان با بهره گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی، علاوه بر رشد اقتصادی، ترویج کشاورزی و تولید صنایع دستی محلی را نیز باعث شد و گامی مؤثر در جهت بهبود شرایط زیست، محیطی و پاس داشت موارث فرهنگی، بومی و آداب و رسوم محلی برداشت (شهیدی و مهدوی اردستان، ۱۳۸۸). در اکثر مناطق، به دلیل غالب بودن اقتصاد کشاورزی و آسیب پذیری آن توجه به دیگر فعالیت های توسعه ای نظیر گردشگری به عنوان مکمل این بخش می تواند از جنبه های مختلف، تضمینی در بهبود شرایط زندگی باشد. واژه گردشگری مدت زیادی نیست که در دنیا مرسوم شده، اما با توجه به اینکه باعث رشد اقتصادی و ایجاد تنوع فعالیتی، اشتغالزایی و افزایش درآمد برای ساکنان می شود، از سوی جامعه بین المللی در سیاست های توسعه محلی و منطقه ای بر این امر بسیار تأکید شده است (Karimzadeh, 2011). توسعه پایدار و به طور کلی مباحث پایداری، امروزه در زمینه های مختلفی وارد شده اند که یکی از این زمینه ها مطالعاتی، مباحث

گردشگری در فضاهای مختلف جغرافیایی هستند توسعه پایدار گردشگری در برگیرنده سه یا چهار بعد عمده اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۰). در این راستا گردشگری می‌تواند با استفاده کامل از منابع گردشگری در مناطق مختلف شهری و روستایی به تنظیم و بهینه‌سازی سازه‌های صنعتی، گسترش زنجیره صنعتی کشاورزی، توسعه خدمات گردشگری، ترویج اشتغال غیر کشاورزی، افزایش درآمد کشاورزان و ایجاد یک پایه اقتصادی بهتر برای ساخت و ساز جدید کمک کند (Zhang, 2012). در کنار این آثار مثبت اقتصادی و اجتماعی گردشگری، این پدیده بعضی از پیامدهای منفی را نیز برای این مناطق ایجاد نموده است. گردشگری می‌تواند آثار منفی اجتماعی مانند ایجاد اثر نمایشی، کالایی شدن فرهنگ جابه‌جایی و مهاجرت وابستگی، جرم و جنایت، اعتیاد، تغییر در ارزش‌های اجتماعی جامعه میزبان و تغییر زبان را در پی داشته باشد (ضیایی و ترابیان، ۱۳۸۹). گردشگری همچنین می‌تواند آثار منفی اقتصادی همانند افزایش قیمت کالاها و خدمات، افزایش کاذب قیمت زمین، افزایش هزینه زندگی، برگشت کم سرمایه، فصلی بودن فرصت‌های شغلی، جابجایی در اشغال بومی و منسوخ شدن برخی فعالیت‌های مرسوم مانند کشاورزی و ماهیگیری در نواحی روستایی را موجب گردد (Choi ET AL, 2006). در تحقیق حاضر، شهر بندرعباس مطالعه شده است. این شهر به رغم داشتن جاذبه‌های فراوان گردشگری به خصوص گردشگری طبیعی از طرف سازمان گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی به سطح مناسبی به عنوان شهر هدف گردشگری، با چالش‌های اقتصادی زیادی روبه روست. دستیابی به سطح مناسبی از توسعه، مستلزم بهره‌گیری از گزینه‌های گوناگون و متنوعی است؛ که گردشگری یکی از آن‌ها به شمار می‌آیند.

همچنین امروزه صنعت گردشگری و به ویژه اکوتوریسم، به عنوان رویکردی جدید برای توسعه همزیستی انسان و اجتماع، به منظور بهره‌وری اقتصادی، در توسعه مناطق جایگاه خاص و مناسبی یافته است. از این رو مناطق دارای چشم‌اندازهای طبیعی به واسطه وضعیت جغرافیایی و زیست محیطی از نظر اقلیمی و توپوگرافی و هیدرولوژیکی جاذبه‌های ویژه‌ای را به وجود می‌آورد. از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و حتی در برخی از این کشورها به اجرا درآمده و نتایج مثبتی به همراه داشته، توسعه و گسترش

گردشگری در نواحی شهری که دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است، می‌باشد (شارپلی، ۱۳۸۰).

با گسترش پدیده شهرنشینی به همراه افزایش درآمدهای عمومی و نیز تغییرات سبک زندگی مردم، انگیزه مسافرت و افزایش اهمیت اوقات فراغت برای تامین احتیاجات روحی انسان به امری ضروری مبدل شد. این مهم منجر به ظهور پدیده‌ای جهانی به نام صنعت گردشگری شده است. از سوی دیگر، محیط‌های شهری به عنوان مراکز تمدن، فرهنگ، سیاست و گاه با ارزشمندترین منابع گردشگری چون پارک‌ها، چشم‌اندازهای طبیعی و فضاهای تاریخی محسوب می‌شوند (سرایبی، ۱۳۹۲).

امروزه توریسم فراتر از یک صنعت به مثابه یک پدیده پویای جهانی و اجتماعی دارای پیچیدگی‌های خاص خویش است (حیدری چپانه، ۱۳۸۳). بسیاری از کشورهای پیشرفته، گردشگری را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین‌المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می‌دانند (دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳). در واقع مهمترین هدف توسعه گردشگری داخلی و خارجی، توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی مقصد است (Sharpley & Richard, 1977).

گردشگری در اثرگذاری و اثرپذیری متقابل با شهر و در یک سیستم انسان-محیط می‌تواند منجر به توسعه پایدار شهر شود. با توجه به اینکه توسعه پایدار به عنوان جریانی مداوم در تغییرات اقتصادی-اجتماعی و زیست محیطی برای افزایش و ترقی رفاه مستمر کل اجتماع تعریف می‌شود و پویایی چند بعدی است، توسعه گردشگری زمانی پایدار و منجر به توسعه پایدار شهری می‌شود که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد. در واقع گردشگری پایدار، گردشگری است که بتواند در محیط در زمانی نامحدود ادامه یابد؛ از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نرزد و به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نکند (Butler, 2000).

در شهر مورد مطالعه (بندرعباس) نیز گردشگر به عنوان عنصری هوشمند و انسانی و به منزله ورودی‌های مهم یک سیستم شهری می‌تواند اثرات مثبتی در ابعاد مکانی-فضایی و زمینه‌ساز توسعه پایدار شهر داشته باشد. ضمن اینکه شهر و مدیران شهری نیز در ارتباط متقابل

و در راستای بسترسازی مناسب جهت حداکثر بهره‌گیری از مزایای مذکور ناگزیر از تامین ساخت‌ها، زیرساخت‌ها و تقویت کارکردهای مناسب و متناسب در شهر و پسرکانه آن هستند. در این مقاله، به نقش اقتصادی گردشگری در توسعه پایدار شهری شهر بندرعباس در ارتقاء جامعه‌ای شاداب و محیط شهری زیست‌پذیر، اقتصاد شایسته، برابری و عدالت و پایداری اقتصاد شهر و در مجموع توسعه پایدار شهری می‌پردازد و بر مدیریت خردمندانه آن نیازمند شناخت اثرات اقتصادی - اجتماعی آن در شهرها هستیم. شهر بندرعباس به واسطه دارا بودن پدیده‌های طبیعی و فرهنگی متنوع و گاه بی‌همتا توان بالایی برای تبدیل شدن به یک قطب بزرگ گردشگری در حوزه خلیج فارس دارد. بنابراین مساله اساسی مقاله حاضر این است که

آیا اقتصاد گردشگری بر توسعه پایدار شهری در شهر بندرعباس تاثیر معنادار دارد یا خیر؟

توجه به پیچیدگی‌ها و گستردگی فعالیت‌های گردشگری و اثرات اقتصادی آن بر توسعه شهرها، گردشگری می‌تواند بسترهای لازم برای توسعه پایدار شهری را فراهم آورد. شهر بندرعباس با وجود جاذبه‌های مهم طبیعی و اقتصادی، از توسعه نیافتگی حاد شهری رنج می‌برد و نیازمند شناخت علمی زمینه‌های رشد و توسعه پایدار از جمله ارتباط میان تقویت گردشگری و توسعه پایدار شهر است. از اینرو و این مطالعه می‌تواند به شناخت زمینه‌ها و عوامل و سپس برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری پایدار شهری آن کمک نماید؛ تحقق این فرایند می‌تواند نقش موثری در توسعه پایدار شهر و نواحی آن داشته باشد.

در نهایت با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود، امید است که گردشگری بتواند راهکارهای جدید در رفع چالش‌های اقتصادی شهر مطالعه شده مؤثر واقع شود برای این منظور نیاز به مدیریت و برنامه‌ریزی دقیق و منسجم در زمینه‌های مختلف و فعال کردن تمامی پتانسیل‌های موجود قویا احساس می‌شود. در این تحقیق به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر هستیم:

- آیا گسترش شبکه حمل و نقل برای گردشگران باعث افزایش اشتغال می‌شود؟
- آیا افزایش امکانات تفریحی باعث افزایش اشتغال می‌شود؟
- آیا بین ایجاد امنیت گردشگران و گسترش اشتغال رابطه معنادار وجود دارد؟

پیشینه تحقیق

باباخانی و صادقی (۱۳۸۶) در تلاش برای شناسایی تاثیرات اقتصادی مجتمع گردشگری تفریحی غار علیصدر بر روستاهای مجاور آن دریافتند که اگرچه ورود گردشگران باعث بالا رفتن سطح دستمزد پیشه‌وران بخش کشاورزی و یا غیر کشاورزی شده، اما تاثیرات منفی نیز از قبیل عدم علاقه جوانان به کار کشاورزی، افزایش میزان اجاره بها زمین‌ها و کاهش قدرت خرید افراد فقیر را به همراه داشته است.

جمعه‌پور و احمدی (۱۳۹۰) در پژوهشی برای بررسی تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستای برغان شهرستان ساوجبلاغ بدین نتیجه رسیدند که گردشگری تأثیر بسیار محدودی در به وجود آمدن اشتغال در این روستا داشته و تمامی گروه‌های جامعه محلی از این صنعت منتفع نشده‌اند و در مواردی نیز این صنعت تأثیرات منفی اجتماعی و زیست‌محیطی به همراه داشته است.

عینالی و رومیانی (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان تحلیلی بر اثرات گردشگری خانه‌های دوم در مناطق روستایی مطالعه موردی: دهستان حصار ولی عصر - شهرستان بوئین زهرا، به این نتیجه رسیدند رابطه گردشگری خانه‌های دوم با ابعاد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی مثبت و معنا دار بوده ولی در ابعاد محیطی رابطه معنار و منفی ارزیابی شده است.

نصیری مقدم و خوش‌سیما (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان گردشگری روستایی راهبردی برای توسعه پایدار روستایی در بخش خورگام شهرستان رودبار به این نتیجه رسیدند سرمایه-گذاری در صنعت گردشگری، از عوامل موثر در موفقیت توسعه اقتصادی در این محدوده می‌باشد. همچنین توسعه گردشگری روستایی در بخش خورگام با توجه به شرایط آب و هوایی، توپوگرافی، فرهنگی و تاریخی نه تنها اقتصادی بوده و موجب بهبود وضعیت اقتصادی منطقه می‌شود بلکه هم افزایی معنی‌داری در افزایش بازده بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات دارد.

مبانی نظری

دیدگاه کنش متقابل اجتماعی و گردشگری

کنش اجتماعی^۱ آن نوع کنشی است که فرد با دیگران در ذهنش ارتباط برقرار می‌کند به عبارت دیگر در اجرای یک کنش انسانها به طور خود انگیزه تأثیر آن را بر دیگران آزمایش می‌کنند اگرچه اغلب بدون توجه به ذهن این کار را انجام می‌دهند مثل رفتارهای از روی عادت، ولی انسان توانایی انجام کنش اجتماعی دارد، در فرآیند متقابل اجتماعی، انسان معانی را به طور نمادین با یکدیگر رد و بدل می‌سازد. دیگران این نمادها را تفسیر می‌کنند و پاسخ خود را بر اساس همان تفسیر بنا می‌گذارند. به عبارت دیگر در کنش متقابل اجتماعی کنشگران و انسانها در تأثیر و تأثر دو طرفه ای قرار می‌گیرند (ریترز، ۱۳۸۶: ۳۳۵).

در این زمینه پریس می‌گوید: رویکرد من به موضوع کنش از نظامی از روابط یا کنشی است که در آن تماس فرهنگی رخ می‌دهد آغاز می‌شود. کنشگر به هنگام کنش تحت سیطره فرهنگ قرارداد و فرهنگ متقابل او با دیگران کنش را شکل می‌دهد (پریس، ۱۳۷۹: ۲۳۹). نقش فرهنگ در گردشگری در دو بعد ظاهر می‌شود. برانگیختن افراد به سفر کردن و تأثیر بر کنش متقابل میزبان-میهمان همچنین جهانگردی به لحاظ اقتصادی به نظامی جهان گستر به شکل مبدا و حلقه اتصال مقصد است.

به لحاظ فرهنگی هم یک فرهنگ گردشگری حاکم می‌باشد که دارای دو اتصال «پس رو^۲» و «پیش رو^۳» است اولی در کشور مبدا عمل می‌کند و دومی در کشور مقصد کنش متقابل فرهنگی با تصورات فرهنگی ای که آژانس‌های مسافرتی و دفاترهای اصلی گردشگری در کشور ارسال کننده گردشگر پدید می‌آید، آغاز می‌شود، این مدل‌های آرمانی بر وضعیت تصمیم‌گیری گردشگران آینده‌نگر و کنش متقابل ایشان جلوه گر می‌گردد. در این جا فرهنگ در دو معنا درک می‌شود. اولاً بصورت انگاره اجتماعی باورها، اندیشه‌ها و سنت‌ها، دانش عامه، هنجارها، مجازات‌هایی که هادی رفتار و تصمیم‌گیری هستند و کار بست‌های

1 Social action

2 Back ward

3 For ward

اجتماعی^۱ و کنش متقابل انسان است. ثانیاً به عنوان تجلیات مشاهده پذیر میراث^۲ جامعه که برای جذب گردشگران به نمایش در می آیند. برای فهمیدن اینکه گردشگران چگونه تفاوت های فرهنگی (فیزیکی و اجتماعی) و جذابیت هایی را که تجربه می کنند، معنا می نمایند، هر دو معنای فرهنگ دارای اهمیت است (پریس، ۱۳۷۹: ۴۲۰-۴۰۰).

جدول ۱- استفاده از فرهنگ به عنوان یک عامل جذب گردشگر

عوامل	اثرات مثبت	اثرات منفی
استفاده از فرهنگ به عنوان یک عامل جذب	افزایش حمایت از فرهنگ سنتی، به نمایش گذاشتن هویت قوی، تجدید حیات هنرهای دستی جشن ها و زبان	تغییر در فعالیت های سنتی و هنری به منظور متناسب ساختن برای گردشگران و اردحريم محدوده های سنتی شدن، شلوغی و ازدحام بیش از حد در مکان های سنتی
تماس مستقیم بین گردشگران و ساکنان	از بین بردن نمودهای منفی، افزایش فرصت های اجتماعی	تقویت کلیشه ای منفی، افزایش بازاری گری شیوع بیماری و بروز بیماری های تازه ناشی از جمعیت انبوه
تغییر در مشاغل و ساختار اقتصادی و نیز تغییر در نقش اجتماعی	فرصت جدید اجتماعی و اقتصادی که باعث کاهش نابرابری اجتماعی می شود.	تضاد و تعارض بین اعضای جامعه، افزایش نابرابری اجتماعی، از بین رفتن زبان
توسعه تشکیلات گردشگری	افزایش حمل و نقل گردش و تفریح	خارج از دست قرار گرفتن مکان تفریحی
افزایش جمعیت ناشی از توسعه امور گردشگری		شلوغی و تراکم جمعیت، افزایش جرم و جنایت

(فایودوسولا و چاک وای گی؛ ۱۳۸۲: ۲۹۳)

1 patrimony

2 practice

نظریه فرهنگ پذیری

فرهنگ پذیری به آن فرهنگی اطلاق می‌شود که براثر تماسهای گسترده و مستقیم میان دو یا چند گروهی رخ می‌دهد که پیش از این تماسها گروههای مستقلی بودند (بتیس و پلاگ، ۱۳۷۵: ۷۲۲). رویکردهایی که مطالعات انسانشناسی را شروع کردند به این معنی که فرهنگ پذیری و نقطه نظرات توسعه را مطرح کردند فهمیدند که جوامع مورد مطالعه شان در فرآیند تغییر اغلب به طور تقریبی در نتیجه برخورد با جهان غرب است ناشی در بازنگری خود از مجموعه مقالات انسانشناسی گردشگری معتقد است که: انسانشناسان بیش از نیم قرن است که دریافته‌اند برخی از اشیاء احتمالاً زمانی به وجود آمده‌اند که فرهنگ‌های متفاوت با هم برخورد کرده‌اند و این معرفت می‌تواند سریعاً به عنوان برخورد گردشگری و جوامع بومی به کار رود (ناش، ۱۹۹۶: ۱۸۴).

مکانیزم‌هایی که بر فرهنگ‌ها و جوامع تأثیر می‌گذارد عبارتند از: الف: تاثیر ملاقات‌ها و ب: فرآیندهای فرهنگ پذیری تاثیر ملاقات‌ها به وجوه تفاوت‌های مرئی بین میزبان‌ها و میهمانان وابسته است. همانطور که این نظریه پیشنهاد می‌دهد تغییرات در نگرشها و اندیشه‌ها و یا الگوهای ارزشی میزبان ممکن است صرفاً مشاهده گردشگرها فراهم آید، افراد میزبان با مشاهده رفتارها و وسایل و کنشهای گردشگرها ممکن است رفتارهای آنها را تقلید کنند (ویلیافر، ۱۹۹۸: ۱۵۳).

نظریه فرهنگ پذیری عنوان می‌کند که وقتی دو فرهنگ برای مدت طولانی با هم تماس پیدا می‌کنند یک مبادله اندیشه‌ها و محصولات جایگزینش می‌شود که سطح متفاوتی از همگرایی بین فرهنگ‌ها را ایجاد می‌کند، بدین معنا که آنها بیش‌تر می‌شوند (ناش، ۱۹۹۶: ۱۸۴).

تاثیر مهمان و میزبان که در بحث فرهنگ‌ها مطرح است از دو طریق انجام می‌گیرد:
الف: وقتی که گردشگرها کالا یا خدمات را از مردم محلی در بازار یا هتل‌ها یا رستورانها خریداری می‌کنند.

ب: وقتی که گردشگرها و میزبان‌ها دارای تسهیلات مشابهی مانند سرگرمی‌ها و نیمکت‌های محلی می‌باشند.

دیدگاه کارکردگرایی

ماتیسون و وال^۱ یک شیوه تحلیلی و تا حدودی تعمیم یافته در مورد گردشگری بکار برده اند که عبارت است از تقسیم فرایند سفر به سه عنصر اصلی یعنی یک مرحله پویا که حرکت به سمت مقصد و بازگشت از آن را در برمی گیرد، با یک مرحله ایستا که شامل اقامت می شود و یک عنصر تبعی (نتیجه) که تأثیرات اقتصادی فیزیکی و اجتماعی را بر محیط توضیح می دهد (لی، ۱۳۷۸: ۸).

کارکردگراها^۲ در جامعه شناسی در مطالعه توریسم آن را به عنوان یک پدیده در نظام اجتماعی در نظر می گیرند. اغلب کارکردگراها در پی دسترسی به این مطلب هستند که نظام ارزشی مرکزی از بخشهای فردی با معنی تشکیل شده است. دیدگاه کارکردگرایی تناسب خاصی برای تحلیل گردشگری دارد. هرچند که رویکردهای کارکردگرایی بر نظام های توریستی مناسب دلالت می کند و در پی یافتن ساختار کنشگران و آگاه نمودن از پویایی آنها هستند؛ البته آنها با روشهای دیگر برای ارائه نظم واقعی ترکیب می شوند.

ماهیت فرهنگ، فرهنگ و بقاء، شکل گیری گروهها جست و جو در پی نظام و تغییر و آینده نحوه ی ارتباط میان این موضوعات و گردشگری توسط جعفری در شکل صفحه بعد نشان داده می شود.

نظریه وسایل و اهداف مرتن

یکی دیگر از شاخه های نظریه رضایتمندی، نظریه برآوردن انتظارات گردشگر است که بر پایه نظریه و وسایل اهداف مرتن^۳ است. مرتن ساخت اجتماعی را انتظام اجتماعی و وسایل پذیرفتنی برای دست یافتن به اهداف تعبیر می کند (توسلی، ۱۳۸۲: ۲۳۴).

در میان عناصر گوناگون ساختارهای اجتماعی و فرهنگی دو مورد آن اهمیت بیشتری دارد، این دو عنصر در تجزیه و تحلیل ها تفکیک ناپذیرند اما در وضعیت عینی با یکدیگر آمیخته اند. نخستین عنصر شامل هدفها، منظورها و علاقه هایی است که بوسیله فرهنگ جامعه تعریف و

1 mathieson and wall

2 Functionalists

3 Merton

تعیین شده و بصورت هدفهای مشروع برای همه اعضای جامعه یا بخش‌هایی از آن درآمده است. هدف‌ها کمابیش همبسته‌اند، میزان این همبستگی بطور عملی در موارد مختلف فرق می‌کند و نیز بطور کلی در یک سلسله مراتب ارزشی دسته‌بندی می‌شوند. هدف‌های متداول که میزان حساسیت و اهمیت آنها متفاوت است در بردارنده چهارچوب مرجع آرمانی هستند، یعنی اموری هستند که ارزش تلاش کردن را دارند. اینها اجزای متشکل بنیادی هستند که لیتون^۱ آنها را طرح‌هایی برای زندگی گروهی می‌نامد، هرچند پایه‌های انحصاری زندگی گروهی نیستند. گرچه بعضی از این هدف‌های فرهنگی ونه همه آنها، به طور مستقیم به سائقه‌های زیست‌شناختی ارتباط دارد، اما بوسیله آن تعیین نمی‌شود (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۶: ۴۳۲).

عنصر دوم ساختار فرهنگی^۲ اجتماعی شیوه‌های رسیدن به این اهداف را تعیین، تنظیم و نظارت می‌کند. هر گروهی ناگزیر است هدف‌های فرهنگی خود را با مقررات تنظیم کند که ریشه در نظام رسوم اخلاقی یا نهادها دارد، بنابراین جامعه وسایل رسیدن به اهداف را مشخص می‌کند، یعنی به تناسب رضایتی که در اثر دستیابی به هدف‌ها و نیز رضایت خاطری که در اثر به کار بستن شیوه و وسایل رسیدن به اهداف حاصل می‌شود تعادلی کارآمد بین این دو در ساختار بوجود می‌آید و فعالیت‌ها بر طبق آن سنجیده می‌شوند. به این ترتیب رضایت مستمر تعادلی بین وسایل و امکانات رسیدن به اهداف می‌باشد (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۸۶: ۴۳۴).

کاربرد نظریه مرتن در بعد گردشگر بدین گونه است که گردشگری که برای انجام فعالیت گردشگری است مهیا باشد، هر چه قدر که جامعه میزبان وسایل و امکانات بهتری را برای انجام فعالیت گردشگری ارائه دهد، گردشگر به هدف خود یعنی انجام فعالیت گردشگری بهتر نائل خواهد شد. بنابراین به رضایتمندی می‌رسد و این رضایتمندی در اثر تعادلی است که بین وسایل و امکانات و اهداف یعنی فعالیت گردشگری پدید می‌آید. اگر عکس این قضیه باشد یعنی وسایل و امکانات در جامعه میزبان برای انجام فعالیت گردشگری مهیا نباشد، بنابراین طبیعی است که رضایتمندی کاهش خواهد یافت.

1 Linton

2 Cultural structure

طرز نگرش او به یک سیستم گردشگری بیش از همه در خدمت ایجاد دو سیستم فرعی است:

- ۱- یکی برای مناطق ایجادکننده که موج عظیم گردشگر تولید می‌دهد.
- ۲- برای مناطق پذیرنده که "سیل" گردشگر را در خود می‌پذیرند و سپس این دو سیستم فرعی را سیستم فرعی سومی جای می‌دهد: که مناطق وابستگی متقابل نام دارد. (برنز، ۱۳۸۵: ۱۲۷-۱۲۲).

دیدگاه جهانی شدن

جهانی شدن^۱ مفهومی است که تلاش می‌کند برای رسیدن به نمونه جهانی که دلالت می‌کند بر اتصالات شبکه‌ای میانبر مرزهای ملی که معتقد به یکی شدن اجتماعات در ترکیب زمان و مکان جدید است. در نتیجه به وجود آمدن این احساس که جهان کاملاً یک بخش درون وابسته است به دور از هر گونه اختلاف مکانی و قابل تبدیل به یک توده همگانی یا نظم اجتماعی واحد افراد در دیدگاه جهانی شدن معتقد به گسترش جهانی و امتداد سیاستها و کنشهای اجتماعی میان جهان هستند. به عبارت دیگر بیانگر افزایش سطوح کنش متقابل و وابستگی داخلی یا وابستگی‌های درونی، میان دولتها و جوامع در نظام ارتباط جهانی است جهانی شدن معتقد به گسترش ارتباط و سطوح اقتصادی، فرهنگی و سیاسی می‌باشد که در سطح اقتصادی معتقد به ارتباط اقتصادی میان کشورهای جهان با نظام سرمایه داری که به افزایش مشارکت کشورهای جهان سوم در تجارت بزرگ بین الملل می‌باشد. در سطح فرهنگی معتقد به ظهور فرهنگ جهانی واحداست که معمولاً اساس آن روی سبکهای زندگی غربی است و از نظام اقتصادی- اجتماعی جهانی و نظم نوین جهانی و هنجارهای همگن فرهنگی بحث می‌کند. در سطح سیاسی نیز معتقد به عدم استقلال دولتهای ملی و خط مشی‌های سیاسی بین المللی است (موفورث و مونت، ۱۹۹۸: ۱۴).

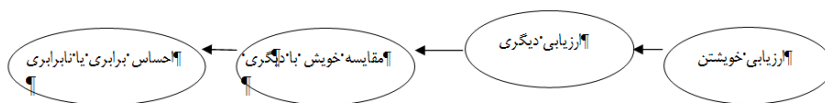
بر این اساس هیچ فعالیت تجارتي بین المللی دیگر وجود ندارد که مانند گردشگری چنین تأثیر متقابل شدیدی میان عناصر اقتصادی، سیاسی، محیطی و اجتماعی وجود داشته باشد (لی،

۱۳۷۸: ۳). اساس توریسم بین الملل بر روی تغییر نگرش بشر نسبت به نظام جهانی و اندیشیدن فراتر از مرزهای ملی است (کوئن، ۱۳۸۶: ۱۶۴).

نظریه انصاف^۱

نظریه انصاف که اولین بار توسط استیسی آدامز^۲ نامگذاری شد بر این پایه استوار است که اشخاص می خواهند با آنها به عدالت رفتار شود. در این نظریه انصاف به عنوان باوری که آیا با ما در ارتباط با دیگران به انصاف رفتار شده است، تعریف می شود. نظریه انصاف یکی از موضوعات نظری است که از فرآیندهای مقایسه اجتماعی^۳ بدست آمده است، مقایسه اجتماعی شامل ارزیابی موقعیت خویش در عرصه دیگران می باشد (مورهد و گریفتن، ۱۳۷۴: ۱۱۳).

شکل زیر فرآیند چهار مرحله ای را نشان می دهد که طی آن ادراک های نابرابری اشخاص شکل می گیرد و نهایتاً بر رضایت یا نارضایتی آنها منتهی می گردد. اگر این فرآیند در جریان مرادده گردشگرها، با میزبان اتفاق بیفتد نخست گردشگرها چگونگی برخورد کشور میزبان دیگر را با گردشگرهای دیگر مورد ارزیابی قرار می دهند. مثلاً اگر تجربه سفر به کشور دیگر را داشته باشند موقعیت و شرایط خود را در آن کشور با کشور میزبانی که اکنون در آن هستند مقایسه می نمایند که پی آمد این مقایسه برای شخص ممکن است احساس برابری یا نابرابری باشد.



نمودار ۲- فرآیند چهار مرحله ای آدامز از ادراک های نابرابر

آدامز فرآیند مقایسه برابری را بر حسب نسبت های ورودی و خروجی توصیف می کند. داده ها یعنی آنچه گردشگرها به کشور میزبان می دهند (مانند پول، وقت، ...) و ستانده ها یعنی جاذبه ها، تسهیلات و خدمات گردشگری. بنابراین داده ها و ستانده های خود را با داده ها و

1 Justice theory

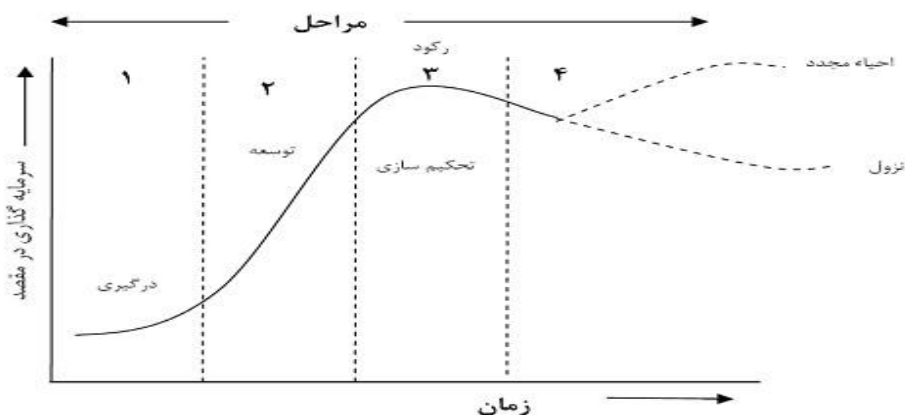
2 Stacy Adams

3 Social comparison

ستانده‌های دیگری مقایسه می‌کند. لازم احساس انصاف برابر بودن داده‌ها و ستانده‌ها نمی‌باشد. بلکه کافی است فقط نسبت آنها برابر باشد و تنها هنگامی که ستانده‌های دیگری با داده‌های او تناسب نداشته باشد، موجب احساس نابرابری (غیر منصفانه) در شخص خواهد شد. (مورهد و گریفتن، ۱۳۷۴: ۱۱۳).

نظریه گردشگری و چرخه زندگی مقصد

باتلر^۳ مدل خود را در سال ۱۹۸۰ با توجه به تحقیقاتی که در زمینه توسعه گردشگری انجام داد با عنوان «چرخه زندگی مقصد»^۴ ارائه داد. او برای توسعه گردشگری مراحل مختلفی را بر می‌شمرد که در شکل زیر نشان داده می‌شود.



شکل ۳- چرخه زندگی مقصد [مدل باتلر] (باتلر، ۱۹۹۳).

مراحل توسعه گردشگری در مدل باتلر به شرح زیر هستند:

۱- اولین مرحله در فرآیند توسعه گردشگری مرحله «کشف»^۵ است. باتلر عقیده دارد که برای یک شهر تعداد محدودی گردشگر وجود دارد و اثرات اقتصادی گردشگری کم است.

- 1 Inputs
- 2 output
- 3 Butler
- 4 Destination Life Cycle
- 5 Discovery

تعداد گردشگران به اندازه ای نیست که سبب فراهم آوردن امکانات خاصی باشد، زیرا عوائد دریافتی کم است. ارتباط گردشگری با اقتصاد محلی بسیار کم است و افراد محلی، منطقه خود را در کنترل خود دارند. ارتباط با گردشگران معمولاً صمیمی است و با آنها به عنوان مهمان افتخاری رفتار می شود. این مرحله، مرحله کشف نامیده می شود. فعالیت گردشگری به صورت رسمی وجود ندارد و در حاشیه قرار می گیرد. در این مرحله گردشگران معمولاً ناگزیر به تطبیق خود با شرایط محلی هستند.

۲ - به عنوان مرحله « وارد عمل شدن » نامیده می شود. این مرحله افزایش فعالیت های گردشگری است. در این مرحله تعداد گردشگران شروع به افزایش می کند. در این مرحله معمولاً گردشگران مدت اقامت کوتاهتر اما با تعداد بیشتری به یک مکان مقصد می آیند. مؤسسات تجاری شروع به احداث خدمات و امکانات تخصصی گردشگری می کنند. مهمانخانه ها و هتل های کوچک و مکان هایی برای غذا خوردن احداث می شود که به فراهم آوردن راهنما و فعالیت های گردشگری کوچک می پردازند. بعضی از مردم به سادگی یک یا دو اتاق برای گردشگران، در خانه های خود فراهم می کنند. تعداد گردشگران به اندازه ای است که عوائد کافی به همراه دارد. مرحله اثرات افزایشی وجود می آید یعنی فراهم آوردن امکانات گردشگری امکانات بعدی را با خود به همراه می آورد و جذب یک گردشگر سبب جذب گردشگرهای بعدی می شود. خدمات رسانی به گردشگران به صورت رسمی صورت می گیرد و اجتماع، به تدریج خود را با فعالیت های گردشگری و حضور گردشگران تطبیق می دهد.

۳ - در مرحله توسعه؛ رشد سریع گردشگر و تغییرات دراماتیک در همه جنبه های بخش گردشگری در یک مدت زمان نسبتاً کوتاه بوجود می آید. این مرحله نیز مانند سایر مراحل مدل به صورت انتقالی صورت می گیرد تا اینکه به سرعت صورت گیرد. نرخ رشد واقعی گردشگری و خصوصیات رشد بستگی به عوامل جاذب و تلاش هایی دارد که برای کنترل مدیریت گردشگری می شود. مقصد گردشگری وارد یک سیستم یکپارچه رسمی گردشگری می شود که سیستمی از شرکت ها و بنگاه های غیر محلی و فراملی است و فعالیت گردشگری در قالب یک ساختار کاملاً سازمان یافته صورت می گیرد. هتل های کوچک تبدیل به هتل

های بزرگ می شوند. در این مرحله دورنمای گردشگری شکل گرفته و مقصد حالتی فراملی می یابد.

۴- این مرحله با عنوان «تحکیم بخشی» نامیده می شود. در این مرحله نرخ رشد گردشگران و سایر فعالیت های مربوط به گردشگری کاهش می یابد گرچه تعداد واقعی گردشگران در حال افزایش است (باتلر، ۱۹۹۳).

روش تحقیق

با توجه به هدف ها و فرضیه های پژوهش، روش تحقیق عمدتاً توصیفی و تحلیلی و با هدف کاربردی می باشد. در این پژوهش نقش راهبرد اقتصادی گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر بندرعباس) از ابعاد، شاخص ها و متغیرهای (اقتصادی) استفاده شده است. جمع آوری داده ها از دو طریق انجام شده است: ۱- روش کتابخانه ای (اینترنت، مقالات، مجلات، کتاب ها، گزارش ها و) ۲- با استفاده از روش پیمایشی برای دریافت اطلاعات کمی پژوهش پرسشنامه ای در زمینه توسعه گردشگری استفاده شده است. در تحقیق حاضر برای محاسبه حجم نمونه از روش نمونه گیری تصادفی ساده و قابل دسترس استفاده شد و حجم نمونه مورد مطالعه، ۱۰۰ نفر برآورد گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS و از آزمون خی دو استفاده شده است.

یافته های تحقیق

فرضیه اول: گسترش شبکه حمل و نقل برای گردشگران باعث افزایش اشتغال می شود. برای بررسی این فرضیه از آزمون خی دو استفاده می کنیم فرض صفر می گوید بین دو متغیر استقلال وجود دارد. نتایج بصورت زیر است.

جدول ۱- شبکه حمل و نقل برای گردشگران باعث افزایش اشتغال روستائیان

	ضریب	درجه آزادی	سطح احتمال
آماره خی دو	۱۹/۶۳۹	۱۶	۰/۰۲۳

در جدول بالا با توجه به اینکه مقدار خی دو با ۱۶ درجه آزادی مقدار بزرگی است و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ شده پس فرض صفر مبنی بر استقلال دو متغیر رد می شود بنابراین هرچه حمل و نقل بیشتر گسترش یابد اشتغال بخاطر گسترش گردشگری گسترش می یابد. فرضیه دوم: افزایش امکانات تفریحی منطقه باعث افزایش اشتغال می شود. برای بررسی این فرضیه نیز از آزمون خی دو استقلال استفاده می شود فرض صفر می گوید بین دو متغیر هیچ رابطه ای وجود ندارد؛ نتایج به این صورت است.

جدول ۲- رابطه افزایش امکانات تفریحی با اشتغال

سطح احتمال	درجه آزادی	ضریب	آماره خی دو
۰/۰۰۰	۱۶	۵۵/۹۲۸	

با توجه به سطر اول جدول، مقدار خی دو با ۱۶ درجه آزادی مقدار بزرگی است در نتیجه سطح معناداری نیز کمتر از ۰/۰۵ شده است بنابراین فرض صفر مبنی بر استقلال دو متغیر رد می شود بنابراین دو متغیر رابطه معنادار دارند و هرچه امکانات تفریحی بیشتر شود گردشگری بیشتر و در نتیجه اشتغال نیز بیشتر می شود.

فرضیه سوم: بین ایجاد امنیت گردشگران و گسترش اشتغال رابطه معنادار وجود دارد. برای بررسی این فرضیه نیز با توجه به کیفی بودن متغیرها و بحث ارتباط، باید از آزمون استقلال خی دو استفاده کنیم نتایج بصورت زیر است.

جدول ۳- رابطه ایجاد امنیت گردشگران و گسترش اشتغال

سطح احتمال	درجه آزادی	ضریب	آماره خی دو
۰/۴۵۰	۱۶	۱۶/۰۴۱	

با توجه به سطر اول جدول ۲۵، چون مقدار خی دو با ۱۶ درجه آزادی مقدار کوچکی است و سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ است پس فرض صفر مبنی بر استقلال دو متغیر تایید

می‌شود بنابراین بین ایجاد امنیت و گردشگران و گسترش اشتغال مردم منطقه رابطه معناداری مشاهده نشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

هدف از انجام این پژوهش بررسی نقش اقتصادی گردشگری در توسعه پایدار شهری بندرعباس بود. می‌توان گفت که امروزه گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد جهانی سهم چشمگیری در معادلات اقتصادی بین‌المللی ایفا می‌کند. از این رو با توسعه فعالیت‌های گردشگری و شناسایی بخشی از جاذبه جهانگردی ایران بخصوص در نواحی شهری می‌توان به بهبود ارتقای سطح این فضاها کمک شایانی کرد و برای بهسازی و باسازی کالبد اقتصادی و اجتماعی آن‌ها گام موثری برداشت و توسعه گردشگری شهری هم به ساکنان بومی شهرها و هم اقتصاد ملی کشور کمک کرد. شهر بندرعباس یکی از مناطق مستعد برای جذب گردشگر است که دارای قابلیت‌های گردشگری بالایی (چه از لحاظ جاذبه و چه خدمات گردشگری) برخوردار است و گردشگران زیادی بویژه در فصول بهار و زمستان از آن دیدن می‌کنند. بدون شک امروزه گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما درعین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی و فضای زیستی نواحی گردد؛ آثار و پیامدهای این فعالیت بر جامعه به صورت فیزیکی، اقتصادی و یا اجتماعی نمایان خواهد بود. از آنجایی که پیامدهای صنعت گردشگری متنوع و پیچیده است و امنیت گردشگران و گسترش اشتغال در مناطق گوناگون متفاوت می‌باشد بنابراین، آثاری متفاوت به دنبال خواهد داشت و در مناطق و نواحی مختلف نیز متغیر می‌باشد. شهر بندرعباس با توجه به ویژگی‌های محیطی، جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و انسانی که دارد، می‌تواند با مدیریت و برنامه‌ریزی علمی به شهر نمونه گردشگری در کشور ایران تبدیل گردد. گردشگری در این منطقه آثار اقتصادی مختلفی داشته است که در پژوهش حاضر براساس نتایج آزمون خبی بر عوامل اقتصادی در قالب سه فرضیه مطرح شده؛ که گسترش شبکه حمل و نقل برای گردشگران، افزایش امکانات تفریحی منطقه و ایجاد امنیت گردشگران برای گسترش اشتغال مورد بررسی قرار گرفت که روابط معناداری بین راهبرد اقتصادی با توسعه

گردشگری وجود دارد یعنی شهر بندرعباس از نظر راهبرد اقتصادی برای توسعه گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارند. در پایان پیشنهادات زیر ارائه می شود:

- ۱- در جهت تحقق اهداف اقتصادی و زیربنایی؛ ایجاد و توسعه امکانات زیربنایی در مناطق مختلف شهر بندرعباس برای ایجاد منابع درآمدی جدید برای ساکنین پیشنهاد می گردد.
- ۲- در جهت تحقق اهداف اجتماعی و فرهنگی؛ ایجاد مشارکت عمومی در فعالیت های مرتبط با توسعه گردشگری پیشنهاد می گردد.
- ۳- جهت تحقق اهداف اجتماعی و فرهنگی؛ معرفی فرهنگ، آداب و رسوم پیشنهاد می گردد.
- ۴- در جهت تحقق اهداف اقتصادی و زیربنایی؛ انجام پژوهش برای شناخت راهبردهای توسعه گردشگری پیشنهاد می گردد.
- ۵- در جهت تحقق اهداف اقتصادی و زیربنایی؛ ایجاد زمینه برای پذیرش گردشگر از سوی جامعه و برخورد مناسب و استقبال شایسته از آنان پیشنهاد می گردد.
- ۶- در جهت تحقق اهداف اقتصادی و زیربنایی؛ ساخت هتل های مناسب پیشنهاد می گردد.
- ۷- در جهت تحقق اهداف اقتصادی و زیربنایی؛ استفاده از افراد متخصص در زمینه گردشگری پیشنهاد می گردد.

منابع

- ۱- بابا خانی، ط و میرمحمد صادقی، ج، (۱۳۸۶)، «شناسایی برخی تاثیرات مجتمع گردشگری و تفریحی غار علیصدر بر روستاهای مجاور آن»، مجموعه مقالات ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
- ۲- پور جعفر، محمد رضا، محمودی نژاد، هادی، ایلکا، شاهین، عاقبت بخیر، حامد، (۱۳۹۱)، «فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)»، علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره چهاردهم، شماره دو.

- ۳- جمعه پور، م و احمدی، ش، (۱۳۹۰)، «به بررسی تاثیرات گردشگری برمعیشت پایدار، مطالعه موردی روستای برغان»، پژوهش روستایی، ۲(۱)، ۶۳-۳۳.
- ۴- حیدری چپانه، رحیم و حسن زاده دلیر، کریم (۱۳۸۲). جستاری پیرامون ارزیابی صنعت گردشگری در ایران، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی، شماره ۱۳، صص ۹۴-۵۹.
- ۵- دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۳). بررسی راهکارهای توسعه و توریسم در آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز، تبریز.
- ۶- رضوانی، محمد رضا، اکبر روئیزی، سعیدرضا، افتخاری، عبدالرضا رکن الدین و سید علی بدری، (۱۳۹۰)، «تحلیل مقایسه ای آثار اقتصادی گردشگری خانه های دوم و گردشگری روزانه در نواحی روستایی با رویکرد توسعه پایدار مورد مطالعه شهرستان شمیرانات»، فصلنامه پژوهش های روستایی، دوره هفت، شماره ۴، صص ۶۲-۳۵.
- ۷- زمانی پور، اسدالله، ۱۳۷۳، ترویج کشاورزی در فرآیند توسعه، انتشارات دانشگاه بیرجند.
- ۸- سرایی، محمد حسین و شمشیری، مسلم (۱۳۹۲). بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SWOT، شماره ۱، جغرافیا و برنامه-ریزی محیطی، سال ۲۴، شماره ۱، صص ۸۸-۶۹.
- ۹- شاپرلی، جولیا (۱۳۸۰). گردشگری روستایی، ترجمه، رحمت اله منشی زاده و فاطمه نصیری، نشر منشی، تهران.
- ۱۰- شهیدی، محمد شریف و مهدوی اردستانی، (۱۳۸۸)، «اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست محیطی بخش طرقله شهرستان مشهد» مجله پژوهش های جغرافیایی، شماره ۴۴، تهران.
- ۱۱- ضیایی، محمود و ترابیان، پونه، (۱۳۸۹)، «سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران، مورد مطالعه: سکونتگاه های روستایی حوزه تالاب پریشان»، فصلنامه جغرافیا، ش ۲۷، صص ۲۲۵-۲۰۵.
- ۱۲- عینالی، جمشید، رومیانی، احمد، (۱۳۹۴)، «تحلیلی بر اثرات گردشگری خانه های دوم در مناطق روستایی مطالعه موردی: دهستان حصار ولی عصر - شهرستان بوئین زهرا»، فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، سال پانزدهم، شماره ۴۹، صص ۱۳۶-۱۱۵.

۱۳- قادری، ا، (۱۳۸۲)، «نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی پایدار»، پایان نامه دکترای تربیت مدرس.

۱۴- قنبری، یوسف، (۱۳۸۷)، «گردشگری روستایی، رویکردی جدید در مدیریت روستایی کشور»، فصلنامه پیک نور، سال هفتم، شماره سوم.

۱۵- منصور، علی، (۱۳۸۱)، «گردشگری و توسعه پایدار»، مجله رشد آموزش جغرافیا، ش ۶۳.

۱۶- موسوی پور میانه‌هی، پری و علیرضا استعلاجی، (۱۳۸۹)، «تحلیلی بر سطوح توسعه یافتگی نواحی روستایی شهرستان بندر انزلی با تاکید بر مدل های متغیرهای استاندارد شده»؛ فصلنامه جغرافیای سرزمین، سال هفتم، شماره ۲۶.

۱۷- میرزایی، شاهپور، (۱۳۸۴)، «بررسی مسایل توسعه شهری (کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) از دیدگاه توسعه پایدار نمونه موردی: شهر ایلام»، رساله کارشناسی ارشد رشته شهرسازی، دانشکده مهماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی.

۱۸- نصیری مقدم، منوچهر، خوش سیما، صدیقه، (۱۳۹۴)، «گردشگری روستایی راهبردی برای توسعه پایدار روستایی در بخش خورگام شهرستان رودبار»، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۴، صص ۱-۱۱.

۱۹- وای گی، چاک، (۱۳۸۸)، «جهانگردی در چشم انداز جامع»، ترجمه علی پارسیان و سید محمد اعرابی، چاپ ششم، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.

- 20- Choi, H.S. Chris and Sirakaya, Ercan (2006), "Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism scale". Journal of Travel Research 43: 380-394.
- 21- Hardy, A. L. and Beeton, R. J. S., (2001), "Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More than Average Outcomes", Journal of sustainable tourism, Vol. 9, No. 3, PP. 168-192
- 22- Karimzadeh, H., (2011), "Spatial Modeling of Entrepreneurial Opportunities with Emphasis on Tourism in Rural Areas (Case Study: Varzaqun County Rural Areas)", PhD Dissertation, University of Tehran. (In Persian).
- 23- Krause, M.: Nachhaltigkeit (1996), "Dimension eines Begriffs und seine Bedeutung für die räumliche Planung", Freie Universität Berlin, Fachbereich Geowissenschaften, Institut für Geographische Wissenschaft, Berlin.

- 24- Ryan, C., & Gu, H. (2009). *Tourism in China: Destinations, cultures and communities*. New York: Routledge
- 25- Sharpley, J. and Richard (1997), *Rural Tourism: an Introduction*, International Thomson Business Press, London.
- 26- Szabo, Bernadett. (2005), "Rural tourism as alternative income source for rural areas along the hortobagy", Center For International Research, World Development, Vol20, No 11.
- 27- University of Dortmund (2001), "Sustainable Regional Development for Tourism in County Donegal", Republic of Ireland, Faculty of Spatial Planning.
- 28- Zhang, Xue Ming .(2012), "Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis", Energy Procedia 16.