

تحلیل متغیرهای مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در منطقه ارسباران (نمونه موردی شهرستان هوراند)

احمد مهدی زاده^۱، رحمت محمدزاده^{۲*}، بشیر بیگ بابایی^۳

^۱ دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

^۲ دانشیار گروه معماری، دانشکده عمران، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

^۳ استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۰۹

چکیده

صنعت گردشگری ارتباطات گسترده ای با بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و غیره دارد. کشور جمهوری اسلامی ایران در ردیف ۱۰ کشور اول دنیا از نظر وجود جاذبه‌های گردشگری قرار دارد، ولی از نظر جذب گردشگر، نه تنها در بین کشورهای دنیا بلکه در بین کشورهای خاورمیانه هم جایگاه شایسته و مطلوبی ندارد. توسعه نیازمند توسعه مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی، نهادی و ساختاری می‌باشد که متأسفانه مغفول مانده است. هدف این پژوهش ارزیابی مولفه‌های اجتماعی و اقتصادی در توسعه یافتگی گردشگری هوراند می‌باشد. این تحقیق با توجه به اینکه به توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص خواهد پرداخت، از نوع کاربردی است. از آنجا که این تحقیق قصد توصیف توسعه صنعت گردشگری با رویکرد تاریخی - فرهنگی، اقلیمی، جغرافیایی و اجتماعی - اقتصادی را دارد، از نوع پیمایشی خواهد بود. نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت تصادفی و ۳۸۵ نفر می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد سطح رابطه معنی‌داری بین عوامل اقلیمی و جغرافیایی، عوامل اجتماعی و اقتصادی، عوامل فرهنگی و تاریخی و توسعه گردشگری در منطقه هوراند وجود دارد. نتایج نشان می‌دهد ۲۸ درصد از تغییرات توسعه گردشگری، توسط تغییرات در عوامل اجتماعی و اقتصادی تبیین می‌گردد.

کلید واژه‌ها: گردشگری، پایداری، منطقه ارسباران، شهرستان هوراند

مقدمه

گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای در جهت خدمات‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد. گردشگری شامل تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان، در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است (مکینتاش*، ۱۹۹۵، ۹). توریسم یا گردشگری، حرکت معاصر مردم است برای اینکه اوقات فراغت خود را در مکان‌هایی بیرون از خانه صرف نموده و اقامت نمایند، فعالیت‌هایی است که طی اقامتشان انجام می‌دهند و نیز تسهیلاتی است که متناسب با نیازهایشان ایجاد می‌شود (Liu, 2003).

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است (Sharpley, 2009). ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی در کنار مزایای صنعت، جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (Sharpley & Telfer, 2015). در دهه‌های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (Sarvar & Khaliji, 2013). دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است (تیموری & مجدم، ۱۳۹۸) و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر فراهم آورد به خصوص در نواحی که به نوعی دچار رکود اقتصادی شده‌اند (Perdue, Long, & Allen, 1990). اینک به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (Pigram & Wahab, 2005). زیرا توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه، بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (Xue, Kerstetter, & Hunt, 2017). بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزهای به دست آمده از فعالیت‌های گردشگری، در تنظیم تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای کمتر توسعه‌یافته که معمولاً وابسته به محصول‌اند، مؤثر واقع شده است (Hunter, 1995). در واقع توسعه یا ارتقای گردشگری علاوه بر ایجاد شغل، درآمد و وصول مالیات همچنین فرصتی را برای توسعه زیرساخت‌های محلی ایجاد می‌کند (Khaliji, 2020) (Scheyvens & Biddulph, 2018). به طور کلی عوامل مؤثر در تکامل صنعت توریسم عبارت‌اند از: پیدایش شهرها و گسترش شهرنشینی، بهبود ساختار زیربنایی و مکانیزه شدن جابه‌جایی، تدوین قوانین مطلوب کار و افزایش درآمدها، ارتقای سطح فرهنگ و بینش اجتماعی، پیدایش مؤسسات و آژانس‌های توریستی، چاپ و ارائه نشریات،

* McIntosh

بروشورها و نقشه‌های تبلیغاتی، کشف آثار و اماکن باستانی و طبیعی، وجود گروه‌های اجتماعی متنوع و عوامل دیگر (Hall, 2019)

باتوجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید (Milano, Novelli, & Cheer, 2019). باتوجه به این واقعیت که گردشگری سومین بخش بزرگ اقتصادی جهان محسوب می‌شود، بدون وجود برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص در این زمینه نمی‌توان انتظار کسب موفقیت اقتصادی و توسعه در صنعت گردشگری را برآورده نمود (Bianchi, 2018). از این رو امروزه مطالعه در زمینه صنعت گردشگری با رویکردهای مختلف از جمله رویکرد نهادی، سازمانی، مدیریتی، اقلیمی (جغرافیایی)، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، تاریخی و سیستمی صورت می‌پذیرد (Ivolga, Ryazantsev, Stroeve, Gornostaeva, & Mandritsa, 2018). رویکرد یک جغرافی‌دان به گردشگری، دانش ما را در زمینه موقعیت‌شناسی گردشگران و جابه‌جایی‌های صورت گرفته بالا برده و تأثیرات سو گردشگری بر مناظر طبیعی به منظور فراهم آوردن تسهیلات گردشگری را کنترل می‌کند همچنین در ارتقای پراکندگی گردشگری (Andrades & Dimanche, 2017)، برنامه‌ریزی‌های فیزیکی و مشکلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منطقه می‌تواند مؤثر باشد. پژوهشگران در رویکرد جغرافیایی، به منظور رشد مقاصد گردشگری بر کاهش ارتباط با بازار (رویکرد اقتصادی) و حفظ منابع منطقه (رویکرد فیزیکی) تأکید دارند (Saarinen, Rogerson, & Hall, 2017). تحولات گردشگری در ایران نشان می‌دهد که عواملی مانند ناآرامی‌های دوران انقلاب، سوءبرداشت از اوضاع داخلی ایران در جهان و آغاز جنگ تحمیلی باعث شده است که رکودی در جهانگردی ایران به وجود آید (جیرسرایبی، دوستی پاشا، علوی، & امامی، ۱۳۹۹). باتوجه به وابستگی شدید ایران به درآمدهای حاصل از نفت، پایان‌پذیر بودن این منبع و نوسان‌های قیمتی شدید آن در چند سال گذشته، لزوم تغییر در برنامه در جهت استفاده و به‌کارگیری منابع جایگزین به منظور رهایی از اقتصاد تک‌محصولی، بیش از پیش در کشور احساس می‌شود. در این راستا باتوجه به تبدیل شدن صنعت گردشگری به یکی از صنایع برتر دنیا و توانایی بالقوه کشور در این زمینه که از لحاظ جاذبه‌های تاریخی در رتبه ۱۰ و از لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی در بین ۵ کشور برتر دنیا قرار گرفته است. همچنین از نظر تنوع صنایع دستی ایران جزء ۳ کشور برتر دنیا به حساب می‌آید.

گرچه در سال‌های اخیر این صنعت از وضعیت روبه‌رشد نسبی در کشور برخوردار بوده است؛ اما این رشد در مقایسه با توان‌های توریستی کشور بسیار بطنی بوده است. ایران به دلیل برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی - فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت ویژه‌ای در توسعه صنعت گردشگری برخوردار است؛ اما متأسفانه اقتصاد تک‌محصولی متکی بر درآمدهای نفتی مانع از توجه به این بخش از اقتصاد در کشور شده است (قدیمی، ۱۳۹۹). مقایسه کشورهای مهم‌ترین منابع اقتصادی خود را از گردشگری کسب می‌کنند با کشور ما که به درآمدهای نفتی متکی است اهمیت اقتصادی توسعه گردشگری را نشان می‌دهد. توسعه گردشگری در کشور ضمن ایجاد اشتغال برای گروه‌های

مختلف، رونق صنایع دستی، حمل و نقل و صنایع وابسته، افزایش درآمد و توسعه منطقه‌ای را نیز به دنبال دارد. از اینرو توسعه گردشگری علاوه بر اینکه در سطح ملی ضرورت می‌یابد در سطح محلی نیز ضروری است (حجازی & جوادی، ۱۳۹۸).

منطقه حفاظت شده ارسباران به‌عنوان یکی از زیست‌بوم‌های ثبت شده در یونسکو از جمله جاذبه‌های گردشگری طبیعت در شهرستان هوراند همه‌ساله مورد اقبال شمار زیادی از گردشگران داخلی و خارجی قرار می‌گیرد. این منطقه با وسعت ۸۰ هزار و ۴۲۷ هکتار در کناره‌های جنوبی رود ارس در حوزه شهرستان‌های اهر، کلیبر، هوراند و ورزقان واقع شده و از ارزش‌های خاص گیاهی و جانوری برخوردار است. هوراند یکی از شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی به مرکزیت هوراند است. منطقه هوراند شامل کوه‌های بلند و درختان گوناگون است که نگاه هر بیننده‌ای را مجذوب و حیران خویش می‌سازد و همچنین زیستگاه جانورانی است که گاهی از نظر تنوع در جهان بی‌نظیر می‌باشند. با توجه به مطالب بیان شده از این‌رو در این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر در گردشگری منطقه ارسباران به طور خاص شهرستان هوراند پرداخته می‌شود.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری مفهومی فراگیر و گسترده دارد که تاریخچه آن به سال ۱۸۱۱ میلادی و یا پیش از آن بازمی‌گردد و تعریف آن همچنان دست خوش تغییر و دگرگونی است. اصطلاح گردشگری شامل مسافرت‌های افراد در خارج از خانه و تجارت‌ها و افرادی می‌شود که در خدمت بنگاه‌هایی هستند که انجام مسافرت‌ها را آسان‌تر و لذت‌بخش‌تر ساخته و یا انجام آنها را تسریع می‌کنند.

گردشگری از پویاترین بخش‌های اقتصادی جهان است که بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانی توریسم (WTO)* در چند سال آینده از لحاظ درآمد در رأس همه بخش‌های اقتصادی موجود در دنیا خواهد بود و بزرگ‌ترین بخش تجارت بین‌الملل را به خود اختصاص خواهد داد. گردشگری تأثیرات اقتصادی زیادی از جمله ایجاد درآمد ارزی، افزایش تولید ناخالص ملی، ایجاد یک منبع درآمدی برای دولت و ملت، یک منبع اشتغال‌زا، بهبود خدمات اجتماعی است (Das & DiRienzo, 2009). گردشگری پایدار (ST) شرایطی از گردشگری را بر پایه اصول توسعه پایدار توصیف می‌کند که در آن تمام تأثیرات احتمالی اقتصادی، اجتماعی و محیطی که گردشگری می‌تواند به همراه داشته باشد در کنار نیازهای ذی‌نفعان را مورد توجه قرار می‌دهد. با توجه به رویکرد مقاله که موضوع توسعه گردشگری پایدار است بنابراین از دیدگاه توسعه‌ای، توسعه گردشگری پایدار رویکردی مثبت به‌منظور کاهش تنش‌ها و اصطکاک‌های به وجود آمده در ارتباط پیچیده بین صنعت گردشگری، دیدارکنندگان، محیط و جوامعی که میزبان گردشگران هستند، توصیف می‌شود. در واقع زمانی که از یک رویکرد سرمایه‌داری و از دیدگاه کلان به صنعت گردشگری نگاه می‌شود از یک‌طرف گردشگری صنعتی مصرف‌کننده خدمات و محصولات و از طرف دیگر یک بخش تولیدکننده خدمات محسوب می‌شود. داده‌ها یا منابع اصلی

* World Tourism Organisation (W.T.O)

برای تولید فعالیت‌های گردشگری سایت‌های تاریخی، منابع طبیعی، و میراث اجتماعی فرهنگی موجود در یک مکان هستند. بیشتر یا شاید هم همه این منابع و داده‌ها به صورت مستقیم و غیرمستقیم با محیط در ارتباط متقابل اند. فعالیت گردشگری دارای اثرات متقابل و دوسویه‌ای میان محیط و گردشگری است. بنابراین گردشگری اساساً شامل دامنه‌ای از فعالیت‌های وابسته به محیط است. به دلیل این پیوند و وابستگی نزدیک است که حفظ و پایداری منابع محیطی در طول ایجاد و اجرای فعالیت‌های گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار است. در واقع انعکاس دیدگاه و نگرانی‌های خاص محیط‌گرایان اولیه (دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰) درباره پیامدهای محیطی توسعه گردشگری باعث پیدایش و رشد گفتمان* توسعه پایدار در چارچوب توسعه گردشگری شد که در ادامه مفاهیمی چون محدودیت‌های اکولوژیکی، استفاده پایدار از منابع و تعریف ظرفیت‌های تحمل و تأثیرات زیست‌محیطی و اجتماعی فرهنگی گردشگری در سال‌های اخیر به طور گسترده مورد توجه قرار گرفت.

جدول ۱- رویکردهای برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

تعریف مسئله برنامه‌ریزی گردشگری	فرض‌های اساسی و گرایش‌ها مرتبط	رویکرد
<ul style="list-style-type: none"> - چه تعداد گردشگر می‌تواند جذب شود و اسکان داده شود. - چگونه می‌توان بر موانع غلبه کرد. - چگونه می‌توان ساکنین محلی را متقاعد کرد تا با گردشگران به خوبی رفتار کنند. 	<ul style="list-style-type: none"> - منابع طبیعی و فرهنگی باید بهره‌برداری شود. - صنعت به عنوان یک تخصص محسوب می‌شود. - توسعه در حوزه‌های تجاری شرکتی تعریف می‌شود. 	انبوه‌گرایی
<ul style="list-style-type: none"> - گردشگری می‌تواند به عنوان قطب رشد مورد استفاده قرار گیرد؟ - بیشینه‌سازی ابزارهای افزایش درآمد و اشتغال چگونه امکان‌پذیر است؟ - چگونه می‌توان بر انتخاب مصرف‌کننده تأثیر گذاشت؟ - چگونه می‌توان ارزش‌های اقتصادی را برای غیربومی‌ها تأمین کرد؟ - چگونه می‌توان ارزش‌های اقتصادی را برای اهداف حفاظتی فراهم آورد؟ 	<ul style="list-style-type: none"> - گردشگری همانند سایر صنایع در نظر گرفته می‌شود. - استفاده از گردشگری در جهت ایجاد اشتغال، کسب عواید خارجی، بهبود تجارت، تشویق توسعه منطقه‌ای، غلبه بر عدم تعادل‌های اقتصادی منطقه‌ای. - برنامه‌ریزی در نقش یک متخصص. - توسعه به عنوان رشد اقتصادی تعریف می‌شود. 	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> - ظرفیت‌سازی کالبدی - فیزیکی. 	<ul style="list-style-type: none"> - گردشگری وسیله‌ای برای استفاده منابع. - مبنای اکولوژیکی برای توسعه. 	

* . Discourse

<p>- مدیریت استادانه الگوهای سفر و جریان‌های گردشگر. - مدیریت گردشگر. - تمرکز یا تفرق گردشگران. - درک محیط طبیعی. - مدیریت مناطق بکر و پارک‌های ملی. - طراحی نواحی حساس محیطی.</p>	<p>- حفاظت محیطی. - توسعه با در نظر داشتن محیط. - حفاظت از تنوع ژنتیکی.</p>	<p>فضایی - جغرافیایی</p>
<p>- چگونه می‌توان کنترل اجتماع محلی را تقویت کرد؟ - درک گرایش‌ها اجتماع محلی در گردشگری چگونه محقق می‌شود؟ - درک اثرات گردشگری بر اجتماع محلی چگونه حاصل می‌گردد؟</p>	<p>- نیاز به کنترل محلی. - تحقیق در خصوص توسعه متعادل. - تحقیق در زمینه آلترناتیوهای برای توسعه "انبوه" گردشگری. - برنامه‌ریزی در نقش تسهیل‌گر به جای متخصص. - توسعه با توجه به مباحث اجتماعی فرهنگی.</p>	<p>اجتماع محور</p>
<p>- درک سیستم گردشگری. - تنظیم اهداف، مقاصد و اولویت‌ها. - دستیابی به هماهنگی سیاستگذاری و مدیریت در درون و بین بخش‌های خصوصی و دولتی. - سیستم‌های هماهنگ و یکپارچه کنترل. - درک ابعاد سیاسی گردشگری. - برنامه‌ریزی برای آن نوع گردشگری که تأمین‌کننده نیازهای محلی و تجارت موفق در بازارهای رقابتی است</p>	<p>- یکپارچه‌سازی ارزش‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی فرهنگی. - یکپارچه‌سازی برنامه‌ریزی گردشگری با سایر فرایندهای برنامه‌ریزی. - برنامه‌ریزی کل‌گرا. - حفظ فرایندهای ضروری اکولوژیکی. - حفظ میراث انسانی و تنوع زیستی. - عدالت بین‌نسلی و درون‌نسلی. - دستیابی به تعادل بهتر عدالت و فرصت بین ملت‌ها.</p>	<p>توسعه پایدار</p>

منبع: اسماعیل‌زاده ۱۳۹۵

نظریه‌های مربوط به گردشگری

یکی از ابعاد مهم در ارتباط با موضوع و رابطه گردشگری و امنیت ملی، اقتصاد پویا و توسعه یافته می‌باشد که از وجوه بسیار مهم این اقتصاد، اشتغال‌زایی برای شهروندان است. از جمله نظریه‌های مهم در باب مکاتب اقتصادی می‌توان به کلاسیک‌ها، نئوکلاسیک‌ها و کینزی‌ها اشاره نمود. دوره کلاسیک‌ها از سال ۱۷۹۰ تا ۱۸۷۰ یعنی از آدام اسمیت تا جان استوارت میل طول کشیده و در این دوره، تاکید کلاسیک‌ها، بر مساله تخصیص و نظریه به مکانیزم قیمت، مساله

مآزاد و توزیع آن بین طبقات اجتماع بود. توجه خاص آنان، بیشتر به سرمایه گذاری که موجب انباشت سرمایه می شد معطوف می گردید. پس از آن با ظهور مارژینالیست ها یا همان نئوکلاسیک ها، از سال ۱۸۹۰ که توجه اصلی خود را به رفتار فرد و تصمیم گیری بهینه متوجه می ساختند، مکتب نئوکلاسیک کار خود را آغاز نمود. کلاسیک ها و نئوکلاسیک ها بازار کار را بازار رقابتی دانسته و معتقد بودند که پارامترهای این بازار در تعادل قرار داشته و هر عدم تعادلی زودگذر و موقتی است. بنابراین از آنجا که همه چیز خود به خود به تعادل می رسد، نیازی به دخالت دولت نخواهد بود. پیروان این مکاتب معتقدند که منحنی های عرضه و تقاضای نیروی کار، در نقطه تعادل اشتغال کامل یکدیگر را قطع می کنند و بیکاری موجود از نوع بیکاری ارادی است. تفاوت کلاسیک ها و نئوکلاسیک ها در این مسئله بود که کلاسیک ها به رفتار طبقات اجتماعی توجه می کردند ولی نئوکلاسیکها به رفتار فرد توجه می نمودند.

پس از بحران بزرگ در سال های ۱۹۳۲-۱۹۲۹ و افزایش بیش از حد بیکاری ناخواسته و عدم توانایی در پاسخگویی مکتب کلاسیک ها به وضعیت پیش آمده مکتب کینزی روی کار آمد. پیروان این مکتب عقیده داشتند که عدم انعطاف پذیری دستمزدها و قیمت برخلاف آنچه در مکتب کلاسیک ها بیان شده بود سبب می شود بازار به تعادل همراه با اشتغال کامل دست پیدا نکند. کینزی ها اعتقاد داشتند سیستم اقتصادی به خودی خود به تعادل دخالت دولت به عنوان عاملی مهم و اساسی ضروری می باشد (Novy, 2019)

نظریه مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک در ارتباط با گردشگری

با توجه به یکی بودن اصول و پایه های مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک و باور هر دو مبتنی بر عدم دخالت دولت، مواضع این مکاتب در خصوص صنعت گردشگری و ساز و کارهای آن مواضع واحدی خواهد بود. در واقع نظر پیروان این مکاتب در مورد این صنعت با توجه به اصول کلی آنان مبتنی بر عدم دخالت دولت، خصوصی سازی، پیروی از اصل بازار آزاد و رقابت کامل می باشد، چرا که نیروهای بازار آزاد و رقابتی، خود به شکلی عمل می کنند که تعادل به صورت خودکار برقرار می گردد. آنها بر هماهنگی منافع تاکید داشته و معتقدند با این که هر کس در جستجوی نفع شخصی خود می باشد، ولی در نهایت مجموع این منافع، بهترین منافع را برای جامعه به دنبال خواهد داشت. بنابراین نیازی به دخالت دولت و هدایت امور به دست آن نمی باشد. بر اساس اصول این مکاتب این نتیجه حاصل می شود که دولت مجاز به دخالت در صنعت گردشگری و امور مربوط به آن نخواهد بود، البته باید اذعان داشت که این مکاتب با نقش نظارتی دولت مخالفتی نیز نداشته، و بخشهای خصوصی مجازند با توجه به اصل جستجوی حداکثر سود مطلوب، رفتار عقلانی، تصمیم گیری بهینه و آزادی نامحدود نظام عرضه و تقاضا این صنعت را به حالت تعادل درآورند.

البته به نظر می رسد پیروی از مکاتب فوق در خصوص صنعت گردشگری ایران، کارگر و قابل اجرا نخواهد بود. صنعت گردشگری مقوله ای فرهنگی - سیاسی و اقتصادی است. که با توجه به مبحث ارزشها و حفظ آنها در ساختار سیاسی نظام جمهوری اسلامی ایران جنبه فرهنگی و سیاسی آن، شکل ویژه ای به خود گیرد. لذا دولت به منظور تعریف فرهنگ، ارابه معیارها و به طور کلی امور سیاسی و فرهنگی در این صنعت وارد عرصه عمل می شود. شاید در نگاه

صرف اقتصادی به مسئله گردشگری با توجه به اصل حداکثر سود، مسئله را توجیه نمود، ولی با اهمیت یافتن سیاست و فرهنگ، بحث ارزش های نظام و لزوم دخالت دولت مساله متفاوت می گردد (نوربخش و اکبرپورسراسکانرود، ۱۳۸۹).

مکتب نئولیبرال و اقتصاد بازار آزاد و گردشگری

این مکتب نیز با پررنگ کردن نقش دولت به شکل انحصاری، صدمات زیادی را به آزادی های اقتصادی وارد نموده و کلاسیک ها یا همان لیبرال های سنتی، با شعار آزادی نامحدود، در بسیاری از موارد شرایط رقابت کامل را از بین بردند. به علت نبود نظارت دولت آنها زمینه رواج ثروت های خصوصی، و توزیع نابرابر درآمد را فراهم کردند. در حال حاضر، اقتصاد جهان بر اساس اصول مکتب نئولیبرال استوار است و بحث خصوصی سازی و رقابت آزاد را مد نظر دارد. در این اقتصاد، برخلاف اقتصاد کلاسیک، آزادی اقتصادی از نوع نامحدود نیست، بلکه آزادی نسبی بوده و از طریق نظارت دولت قانونمند می گردد. در واقع می توان گفت، مکتب نئولیبرال کامل ترین مکتب اقتصادی است، زیرا علاوه بر آن که بر روی آزادی نسبی، رفاه اقتصادی و سود که انگیزه های اصلی انسان می باشند، تاکید دارد، به مساله لزوم دخالت دولت و نظارت دولت به منظور برقراری و تنظیم رقابت های اقتصادی و کنترل و ضابطه پذیری آنها نیز توجه دارد. اما در خصوص بحث توسعه صنعت گردشگری برای اشتغال زایی و به تبع بالا رفتن ثبات سیاسی و امنیت ملی با توجه به اصل اقتصاد بازار آزاد و اصول مکتب نئولیبرال می توان بر اساس ارزش های غالب موجود در کشور نوع خاصی از گردشگران فرهنگی و زیارتی را جذب نمود. استفاده از اصل بازار آزاد، رقابت کامل و خصوصی سازی، شرایطی مهیا کرد تا بخش خصوصی در زمینه توسعه این صنعت و شکوفایی آن فعالیت نموده و دولت نیز نقش نظارتی خود را در حد ایجاد تسهیلات لازم و مناسب برای فعالیت های بخش خصوصی ایفا نماید (Wang, 2018).

با توجه به بررسی گسترده در مورد تعامل گردشگران و جامعه محلی، می توان تصور کرد که این تعامل تحت تأثیر پانزده بعد قرار می گیرد که عبارت اند از: مقدار فضا، فردگرایی/ جمع گرایی، تک زمانه/ چند زمانه، فاصله قدرت بالا/ پایین، ابزاری/ بیانگری، رسمی و غیررسمی، عام گرایی/ خاص گرایی، انجام گرا/ بودگرا، انتسابی/ کمال گرا، اکتسابی، کل گرایی/ جزء گرایی، اجتناب از عدم اطمینان، شرور/ خوب/ ترکیبی از هر دو، استرادبک، گذشته/ حال/ آینده، بافت محور/ نابافت محور. v.

اثرات اقتصادی توسعه گردشگری

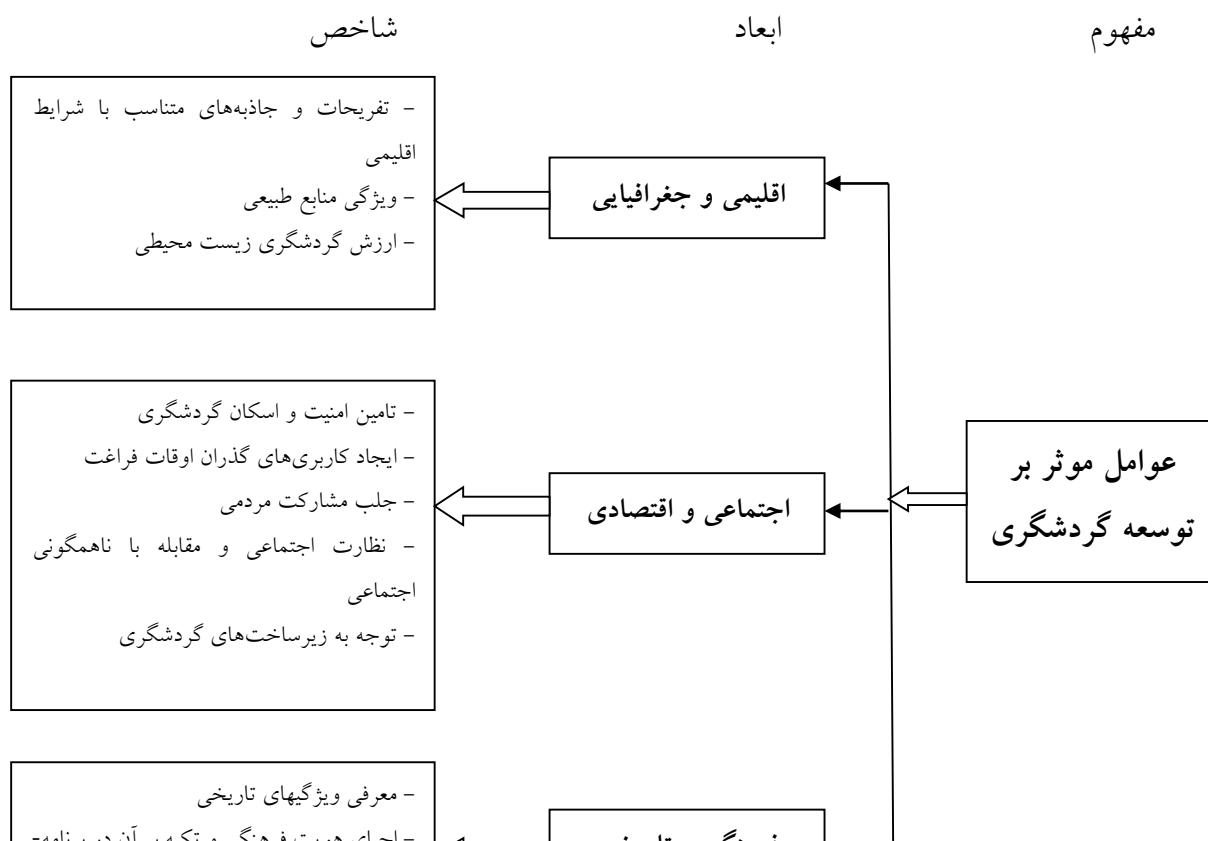
در بسیاری از کشورهای جهان، گردشگری به عنوان یکی از بخشهای کلیدی و اصلی، برای توسعه و پیشرفت اقتصادی عمل کرده است. البته میزان تاثیر گردشگری در توسعه، با نظام حکومتی و جهت گیری آنها ارتباط مستقیم دارد. آثار اقتصادی گردشگری چندگانه است مهمترین اثر آن ایجاد اشتغال و درآمد است. نتایج تحقیقات متعدد موید این است که گردشگری به کاهش بیکاری و درآمد منتهی می گردد. کشورها و جوامع به صورت فزاینده ای به این حقیقت پی برده اند که برای بهبود وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج داده و درصدد یافتن راه های تازه ای برآیند. اگرچه در

نقاط مختلف دنیا شرایط متفاوت است اما همواره گردشگری عاملی برای پیشرفت اقتصادی بوده است. این صنعت می تواند موجب تغییرات اقتصادی و اجتماعی شود. گردشگری از طریق تاثیر بر درآمد ملی، اشتغال، تغییر قیمت ها و تراز بازرگانی ملی، اقتصاد کشور را تحت تاثیر قرار می دهد. میزان این تاثیر بستگی به نوع سرمایه گذاری و جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی دارد. به عنوان مثال در صورتی که توسعه آن از طریق سرمایه خارجی صورت گیرد، سود حاصل از این سرمایه گذاری و پرداخت حق الزحمه کارکنان خارجی مبالغ قابل توجهی ارز غیرماندگار در کشور را شامل می شود که به کشورهای دیگر انتقال می یابد (Shoval, 2018).

جدول ۲- اثرات اقتصادی گردشگری

جنبه های مثبت	جنبه های منفی
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش درآمدزایی ارزی - ایجاد فرصتهای شغلی - تحرک سرمایه های مالی - جلب سرمایه های خارجی - بهسازی و توسعه تاسیسات زیربنایی - موازنه پرداخت های بین المللی - توسعه صادرات غیر نفتی - به کارگیری توانایی های موجود محلی - توسعه منطقه ای 	<ul style="list-style-type: none"> - تورم، افزایش عمومی قیمت ها - مشاغل فصلی و بیکاری - افزایش قیمت زمین - توسعه بخش خدمات و تحلیل تولید کالایی - کاهش خدمات عمومی همگانی - توسعه نامتعادل منطقه - وابستگی به کشورهای بیگانه

منبع: نوریبخش و اکبرپورسراسکانرود، ۱۳۸۹



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

مأخذ: نگارنده

موقعیت منطقه مطالعاتی

استان آذربایجان شرقی دارای وسعت ۴۵۰ هزار کیلومترمربع است که از این میزان ۱۸۸ هزار هکتار آن پوشیده از جنگل است. از ۱۸۸ هزار هکتار جنگل، ۱۶۴ هزار هکتار آن جنگل‌های بکر قره داغ یا ارسباران شامل مناطق اهر، هوراند، کلیبر و خداآفرین است. همچنین ۱۳ هکتار از جنگل‌های منطقه قره داغ یا ارسباران در بخش مرکزی اهر و بخش هوراند واقع شده است. منطقه هوراند شامل کوه‌های بلند و درختان گوناگون است که نگاه هر بیننده‌ای را مجذوب و حیران خویش می‌سازد و همچنین زیستگاه جانورانی است که گاهی از نظر تنوع در جهان بی نظیر می‌باشند. از جمله، خرس قهوه‌ای، خوک وحشی، روباه، شغال، گرگ، سیاه گوش و ...، و پرندگانی از قبیل: کبک، کبک چیل، جی جاق، کلاغ نوک قرمز و پرندگان شکاری چون عقاب طلایی، شاهین و ... همچنین از لحاظ پوشش گیاهی دارای گونه‌های مختلف گیاهی و درختی منحصر به فرد سرخدار، ممرز، بلوط، فندق، گردو و سماق و ... می‌باشد. آب و هوای این منطقه معتدل کوهستانی است که در زمستان با یخبندان‌های کوتاه مدت و هوایی خنک و مطلوب و تابستان‌هایی نسبتاً گرم و نسیم‌های خنک و روح نواز همراه است.

شهرستان هوراند یکی از شهرستان‌های شمالی استان آذربایجان شرقی است که در ۱۷۰ کیلومتری تبریز واقع شده و از سمت شمال و غرب با شهرستان کلیبر، از سمت شرق با استان اردبیل و از سمت جنوب با شهرستان اهر هم‌مرز است. مرکز اداری این شهرستان، شهر هوراند با ۴۶۵۸ نفر جمعیت است که در ۴۷ درجه و ۳۷ دقیقه طول شرقی و ۳۸ درجه و ۸ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است و ارتفاع آن از ۱۰۲۴ متر در مرتفع‌ترین نقاط شهر تا ۸۶۰ متر در نقاط پست شهر متغیر است. جمعیت شهرستان هوراند در سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۲۰۷۰۱ نفر بوده و کم‌جمعیت‌ترین شهرستان استان محسوب می‌شود. طبق آخرین تقسیمات کشوری شهرستان هوراند دارای دو بخش به نام‌های مرکزی و چهاردانگه و یک نقطه شهری به نام هوراند می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

شکل ۳- ظرفیت های گردشگری

مواد و روش ها

این تحقیق با توجه به اینکه به توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص خواهد پرداخت، از نوع کاربردی است. از آنجاکه این تحقیق قصد توصیف توسعه صنعت گردشگری با رویکرد تاریخی - فرهنگی، اقلیمی، جغرافیایی و اجتماعی - اقتصادی را دارد، از نوع پیمایشی خواهد بود. از آنجایی که بر اساس نتایج عددی و مطالعات کتابخانه قصد مطالعه روابط علی بین متغیرها را دارد، جزو تحقیقات توصیفی - تحلیلی است و چون داده ها در یک مقطع زمانی خاص از یک جامعه آماری مشخص جمع آوری خواهند شد، این تحقیق از نوع مقطعی می باشد. به منظور بررسی وجود تأثیر عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری و شناسایی نوع و میزان ارتباط، روش رگرسیون چندمتغیره خطی با استفاده از نرم افزار SPSS انجام خواهد شد. جامعه آماری شامل مسئولین، مدیران و کارشناسان مرتبط با بحث گردشگری در سطح استان و منطقه، مردم بومی منطقه ارسباران (به طور خاص هوراند)، بازدیدکنندگان و گردشگران منطقه ارسباران (به ویژه منطقه هوراند) می باشد.

باتوجه به روش مطالعاتی تحقیق نمونه گیری از نوع تصادفی ساده خواهد بود. حجم نمونه با استفاده از روش فرمول کوکران برای جامعه ای با حجم نامحدود در سطح خطای ۵ درصد مقداری برابر با ۳۸۵ نفر تعیین شده است. در این تحقیق برای تعیین روایی ابزار جمع آوری اطلاعات از روایی صوری استفاده گردید. بدین ترتیب که پرسش نامه اولیه تنظیم شده در اختیار چند تن از اساتید و صاحب نظران دانشگاهی رشته مربوطه قرار گرفت تا در رابطه با اینکه سؤالات مطرح شده، آنچه را که مدنظر است، اندازه گیری می کند یا خیر؟ اظهار نظر نمایند. سپس نظرات اساتید و صاحب نظران در پرسش نامه ها لحاظ و تغییرات لازم در سؤالات به وجود آمد. برای آزمون پایایی پرسش نامه مربوط به جمع آوری اطلاعات از جامعه آماری از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر اساس این روش با یک مطالعه مقدماتی روی ۳۰ نفر از جامعه مورد بررسی و با استفاده از نرم افزار آماری SPSS میزان پایایی سؤالات توسعه گردشگری و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری به ترتیب ۰,۹۴۰ و ۰,۸۹۳ می باشد. مقدار این آماره ها نشان می دهد که اولاً سؤالات پرسش نامه همبستگی بالایی با یکدیگر دارند و ثانیاً پرسش نامه تحقیق، از پایایی بالایی برخوردار می باشد.

یافته های تحقیق

بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

آزمون‌های ناپارامتری به هیچ فرض خاصی نیاز ندارند، ولی آزمون‌های پارامتریک به پیش فرض‌های مشخصی نیاز دارند مانند نرمال بودن توزیع جامعه و از آنجایی که دقت آزمون پارامتری از آزمون ناپارامتری بیشتر است جهت بهره‌گیری از آزمون پارامتری شرایط اجرای آن را بررسی می‌کنیم در نتیجه جهت بررسی نرمال بودن توزیع جامعه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده می‌کنیم. این آزمون در سطح اطمینان ۹۵٪ انجام می‌گیرد. به عبارتی سطح معناداری ما $\alpha=0,05$ می‌باشد.

در این آزمون ما دو فرض زیر را داریم:

H_0 :	داده‌های متغیر از توزیع نرمال پیروی می‌کند.
H_1 :	داده‌های متغیر از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند.

اگر مقدار سطح معنی داری به دست آمده بزرگتر از $\alpha=0,05$ باشد، نرمال بودن داده‌ها را نتیجه می‌گیریم و برای بررسی تاثیر بین متغیرها از رگرسیون استفاده می‌نماییم؛ ولی اگر مقدار سطح معنی داری به دست آمده کوچکتر از $0,05$ = α باشد، غیر نرمال بودن داده‌ها را نتیجه می‌گیریم و برای بررسی تاثیر بین متغیرها از آزمونهای ناپارامتریک استفاده خواهیم کرد.

۳- بررسی نرمال بودن توزیع جامعه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

متغیرها	عوامل اقلیمی و جغرافیایی	عوامل اجتماعی و اقتصادی	عوامل فرهنگی و تاریخی
تعداد داده‌ها	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵
آماره کولموگروف	۰,۹۴۷	۱,۱۰۱	۱,۲۳۱
p- مقدار	۰,۳۳۱	۰,۱۷۷	۰,۰۹۷

مأخذ: نگارنده

با توجه به نتایج بدست آمده در جدول فوق، همانطور که مشاهده می‌کنید سطح معنی داری برای همه متغیرهای پژوهش بزرگتر از سطح معنی داری پژوهش ($\alpha=0,05$) می‌باشد، بنابراین فرض نرمال بودن داده‌ها را در سطح اطمینان ۹۵ درصد خواهیم پذیرفت و برای بررسی فرضیه‌ها از روش‌های پارامتری و رگرسیون جهت آزمون فرضیات استفاده خواهیم کرد.

بر اساس جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود که عوامل اجتماعی و اقتصادی بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری هوراند دارند.

جدول ۴- یافته‌های توصیفی تحقیق

حداکثر	حداقل	دامنه تغییرات	انحراف معیار	میانگین	تعداد پاسخ‌ها	عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری منطقه هوراند
۴	۱	۳	۰,۸۵۷۸۵	۲,۰۳۶۲	۳۸۵	عوامل اقلیمی و جغرافیایی
۴	۱	۳	۰,۸۵۶۰۰	۲,۱۳۷۷	۳۸۵	عوامل اجتماعی و اقتصادی
۴	۱	۳	۰,۸۹۵۹۴	۲,۰۱۴۵	۳۸۵	عوامل فرهنگی و تاریخی
۵	۱	۴	۰,۹۶۹۸۷	۲,۳۹۱۳	۳۸۵	توسعه گردشگری

مأخذ: نگارنده

. با استفاده از این آزمون نرمال بودن داده‌ها را می‌توان بررسی کرد که ما در اینجا این آزمون را برای کل داده‌ها و نیز تک تک متغیرها انجام داده‌ایم که نتایج آن به صورت جدول شماره ۴ نشان داده شده است. این آزمون در سطح اطمینان ۹۵٪ انجام می‌گیرد. به عبارتی سطح معناداری ما $\alpha = 0,05$ می‌باشد.

در این آزمون ما دو فرض زیر را داریم:

H_0 :	داده‌های متغیر ... از توزیع نرمال پیروی می‌کند.
H_1 :	داده‌های متغیر ... از توزیع نرمال پیروی نمی‌کند.

مأخذ: نگارنده

اگر مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده بزرگ‌تر از $\alpha = 0,05$ باشد، نرمال بودن داده‌ها را نتیجه می‌گیریم و برای بررسی تأثیر بین متغیرها از رگرسیون استفاده می‌نماییم؛ ولی اگر مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده کوچک‌تر از $\alpha = 0,05$ باشد، غیرنرمال بودن داده‌ها را نتیجه می‌گیریم و برای بررسی تأثیر بین متغیرها از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده خواهیم کرد.

جدول ۴- بررسی نرمال بودن توزیع جامعه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

متغیرها	عوامل اقلیمی و جغرافیایی	عوامل اجتماعی و اقتصادی	عوامل فرهنگی و تاریخی
تعداد داده‌ها	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵
آماره کولموگروف اسمیرنوف	۰,۹۴۷	۱,۱۰۱	۱,۲۳۱
p- مقدار	۰,۳۳۱	۰,۱۷۷	۰,۰۹۷

مأخذ: نگارنده

باتوجه به نتایج به دست آمده در جدول ۴، همان طور که مشاهده می کنید سطح معنی داری برای همه متغیرهای پژوهش بزرگتر از سطح معنی داری پژوهش ($\alpha=0,05$) می باشد، بنابراین فرض نرمال بودن داده ها را در سطح اطمینان ۹۵ درصد خواهیم پذیرفت و برای بررسی فرضیه ها از روش های پارامتری و رگرسیون جهت آزمون فرضیات استفاده خواهیم کرد. نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل سه گانه مؤثر بر توسعه گردشگری منطقه هوراند در جدول ۵ آمده است. بر اساس نتایج پرسش نامه که در بین ۳۸۵ نفر پخش گردیده است درجه آزادی ۲ و سطح معنی داری ۰,۰۰۵ می باشد.

جدول ۵- نتایج آزمون فریدمن مربوط به عوامل سه گانه مؤثر بر توسعه گردشگری منطقه هوراند

میانگین رتبه	عوامل
۵,۹۸	عوامل اقلیمی و جغرافیایی
۴	عوامل فرهنگی و تاریخی
۳,۷۵	عوامل اجتماعی و اقتصادی

مأخذ: نگارنده

چنانچه در جدول شماره ۵ ملاحظه می شود. به دلیل اینکه سطح معنی داری آزمون فریدمن کمتر از ۰,۰۵ است. پس بین میزان تأثیر هر یک از عوامل اقلیمی و جغرافیایی، عوامل فرهنگی و تاریخی و عوامل اجتماعی و اقتصادی بر توسعه گردشگری منطقه هوراند تفاوت معنی داری وجود دارد. به طوری که از بین عوامل سه گانه، عوامل اقلیمی و جغرافیایی بیشترین و عوامل اجتماعی و اقتصادی کمترین تأثیر را بر توسعه گردشگری منطقه هوراند دارد.

تجزیه و تحلیل استنباطی با استفاده از رگرسیون

برای تحلیل های روشن تر، عینی تر و اخذ تصمیم درباره این که آیا عوامل مؤثر شناسایی شده در توسعه گردشگری مؤثرند یا نه؟ و چون متغیرها از مقیاس ترتیبی برخوردار بوده و دارای توزیع نرمال می باشند، رگرسیون لحاظ می شود. فرضیه تحقیق: به نظر می رسد عوامل اجتماعی و اقتصادی در توسعه گردشگری منطقه هوراند مؤثر است.

H ₁	عوامل اجتماعی و اقتصادی در توسعه گردشگری منطقه هوراند مؤثر است.
H ₀	عوامل اجتماعی و اقتصادی در توسعه گردشگری منطقه هوراند مؤثر نیست.

مأخذ: نگارنده

چنانچه در جدول شماره ۶ ملاحظه می‌گردد در سطح معنی‌داری یک دامنه‌ای، سطح معنی‌داری آزمون پیرسون $0,000$ بوده و این سطح از حداقل سطح معنی‌داری $0,05$ کوچک‌تر بوده و نیز باتوجه به مقدار پیرسون محاسبه شده که $0,562$ می‌باشد و این مقدار از مقدار بحرانی پیرسون در سطح اطمینان $0,95$ بزرگ‌تر می‌باشد، لذا رابطه معنی‌داری بین عوامل اجتماعی و اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه هوراند وجود دارد.

برای آزمون تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شده است.

جدول ۶- آزمون I پیرسون برای تعیین همبستگی عوامل اجتماعی - اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه هوراند

عوامل اجتماعی و اقتصادی		
۰,۵۶۲	همبستگی پیرسون	توسعه گردشگری
۰,۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۳۸۵	تعداد	

مأخذ: نگارنده

چنانچه در جدول ۷ ملاحظه می‌گردد که سطح معنی‌داری آزمون مربوطه برابر $0,000$ می‌باشد، می‌توان چنین ادعا نمود که آزمون فوق با خطای $0,01$ یا سطح اطمینان $0,99$ معنی‌دار می‌باشد. پس فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می‌گردد. باتوجه به ضریب تشخیص R^2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل، برابر $0,316$ می‌باشد می‌توان بیان نمود که $31,6\%$ درصد از تغییرات توسعه گردشگری، توسط تغییرات در عوامل اجتماعی و اقتصادی تبیین می‌گردد.

جدول ۷- تحلیل واریانس فرضیه اول مربوط به مدل رگرسیونی متغیر عوامل اجتماعی - اقتصادی و توسعه گردشگری

خطای استاندارد		ضریب تشخیص تعدیل شده		ضریب تشخیص (R^2)	R	
۳,۲۵۶۵۴		۰,۳۱۱		۰,۳۱۶	۰,۵۶۲	
سطح معنی‌داری	سطح اطمینان	F	میانگین مربعات	مجموع مربعات	درجه آزادی	
۰,۰۰۰	۰,۹۹	۶۲,۸۵۰	۶۶۶,۵۲۹	۶۶۶,۵۲۹	۱	
نتیجه آزمون: رد فرض H_0			۱۰,۶۰۵	۱۴۴۲,۲۹۰	۳۸۳	باقیمانده
				۲۱۰۸,۸۱۹	۳۸۴	کل

مأخذ: نگارنده

جدول ۸- ضرایب پارامتر فرضیه اول مربوط به متغیر عوامل اجتماعی - اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه هوراند

نتیجه آزمون	سطح معنی‌داری	آزمون تی	β شیب خط	عنوان متغیر
-------------	---------------	----------	----------------	-------------

عرض از مبدأ	۸,۲۸۲	۶,۱۶۶	۰,۰۰۰	رد فرض H_0
عوامل اجتماعی و اقتصادی	۰,۲۰۹	۷,۹۲۸	۰,۰۰۰	

مأخذ: نگارنده

بنابراین رابطه ریاضی بین عوامل اجتماعی و اقتصادی با توسعه گردشگری به صورت زیر خواهد بود.

$$Y = 8,282 + 0,209 X$$

تجزیه و تحلیل گردشگری منطقه ارسباران بر اساس مدل AHP

برای رتبه بندی و ارزیابی نقش عوامل مختلف در گردشگری منطقه ارسباران به سه دسته عوامل می توان اشاره کرد که عبارتند از عوامل اقلیمی-جغرافیایی، اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی-تاریخی هر کدام از این ابعاد کلی به زیر شاخصهایی قابل تقسیم بندی هستند که بر اساس مطالعات میدانی و مصاحبه با مسئولان و کارشناسان منطقه اولویت بندی شده سپس با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) رتبه بندی شده اند. در بین ابعاد سه گانه مؤثر بر گردشگری ارسباران و منطقه هوراند عوامل فرهنگی-تاریخی که همان مراکز تاریخی و آثار فرهنگی هستند با وزن ۰,۶۴۹ بیشترین رتبه و بعد از آن عوامل اجتماعی-اقتصادی با وزن ۰,۲۷۹ در رده بعدی قرار دارند. در منطقه ارسباران که چندین شهرستان استان آذربایجان شرقی را در برمی گیرد شهرستان هوراند به واسطه وجود آثار باستانی و تاریخی منحصر به فردی که دارد از موقعیت ویژه ای برخوردار می باشد. با توجه به محاسبات صورت گرفته مشخص شد که در بین عوامل اقلیمی-جغرافیایی مؤثر بر گردشگری منطقه ارسباران(هوراند) شاخصهای "تفریحات و جاذبه های متناسب با شرایط اقلیمی" با وزن ۰,۵۵۰ و "ویژگی منابع طبیعی" با وزن ۰,۲۴۰ بیشترین وزن را دارا هستند. لذا شرایط اقلیمی منطقه که بصورت کوهستانی و معتدل می باشد به همراه رودخانه ها و چشمه ساران و آبهای معدنی جاذبه اکوتوریسی منطقه ارسباران برای جذب گردشگر از اقصی نقاط کشور و حتی از کشورهای خارجی می باشند که سالانه گردشگران زیادی را به سوی خود جذب نموده است. نتایج محاسبات انجام گرفته در مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) نشان داد که در بین عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر در گردشگری منطقه ارسباران(هوراند) شاخصهای "تأمین امنیت و اسکان گردشگری"، "توجه به زیرساخت های گردشگری" و "ایجاد کاربری های گذران اوقات فراغت" به ترتیب با ضرایب وزنی ۰,۳۷۶، ۰,۲۸۶ و ۰,۱۸۸ به ترتیب در رده اول تا سوم قرار دارند. وجود شاخص امنیو مسئله اسکان گردشگران با توجه به کمبود مراکز اقامتی همچون هتل، مسافرخانه، کمپهای اسکان و ... مشکلاتی را به لحاظ امنیتی ایجاد کرده است.

بر اساس نتایج به دست آمده مشخص شد که در بین عوامل فرهنگی - تاریخی موثر بر توسعه گردشگری منطقه ارسباران (هوراند) شاخصهای "معرفی ویژگیهای تاریخی" و "احیای هویت فرهنگی و تکیه بر آن در برنامه‌ریزی گردشگری" با وزنهای ۰,۷۰۹ و ۰,۱۷۹ بیشترین اثرات را دارند.

جدول ۹- نتایج تجزیه و تحلیل تکنیک AHP

الف) عوامل اقلیمی و جغرافیایی در توسعه گردشگری منطقه هوراند	
۰,۵۵۰	تفریحات و جاذبه‌های متناسب با شرایط اقلیمی
۰,۲۴۰	ویژگی منابع طبیعی
۰,۲۱۰	ارزش گردشگری زیست محیطی
ب) عوامل اجتماعی و اقتصادی در توسعه گردشگری منطقه هوراند	
۰,۳۷۶	تأمین امنیت و اسکان گردشگری
۰,۱۸۸	ایجاد کاربری‌های گذران اوقات فراغت
۰,۰۸۲	جلب مشارکت مردمی
۰,۰۶۸	نظارت اجتماعی و مقابله با ناهمگونی اجتماعی
۰,۲۸۶	توجه به زیرساخت‌های گردشگری
ج) عوامل فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری منطقه هوراند	
۰,۷۰۹	معرفی ویژگیهای تاریخی
۰,۱۷۹	احیای هویت فرهنگی و تکیه بر آن در برنامه‌ریزی گردشگری
۰,۱۱۳	ارزش گردشگری تاریخی - فرهنگی

مأخذ: نگارنده

بر اساس یافته‌ها زیرشاخص‌های "معرفی ویژگی‌های تاریخی"، "تأمین امنیت و اسکان گردشگری"، "توجه به زیرساخت‌های گردشگری" و "احیای هویت فرهنگی و تکیه بر آن در برنامه‌ریزی گردشگری" به ترتیب بیشترین نقش و زیرشاخصهای "ارزش گردشگری زیست محیطی" و "ویژگی منابع طبیعی" کمترین نقش را در توسعه گردشگری منطقه ارسباران (هوراند) به خود اختصاص داده‌اند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع برتر به شدت در حال رشد و توسعه است. در کشور ما ایران که به‌عنوان سرزمین چهارفصل شناخته می‌شود و یکی از برترین کشورهای جهان به جهت داشتن آثار و جاذبه‌های گردشگری است توجه چندانی به صنعت گردشگری نمی‌شود. با توجه به اینکه توسعه پایدار به‌عنوان جریانی مداوم در تغییرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی برای افزایش رفاه و خوشبختی طولانی مدت کل اجتماعات تعریف شده و پویایی چندبعدی

است که به گونه ای پایدار درصدد وحدت اهداف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی است، بنابراین باید توسعه گردشگری را، زمانی پایدار بنامیم که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد. در واقع گردشگری پایدار باید بتواند در یک محیط، در زمانی نامحدود ادامه یابد، از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه ای وارد نسازد. وجود فرهنگ و عناصر منحصر به فردی که در کشورهای مختلف به چشم می‌خورد فعالیت‌های گردشگری را بیش از پیش مورد توجه قرار داده است. از این میان جاذبه‌های گردشگری به‌عنوان عناصر قابل ملاحظه در دو دسته کلی جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی قرار می‌گیرند. جاذبه‌های طبیعی مواهب الهی هستند که در هر سرزمینی کم و بیش وجود داشته و به سه دسته جاذبه‌های برانگیزاننده حس کنجکاوی و اکتشاف، جاذبه‌های ویژه تفریح و لذت جویی و جاذبه‌های مؤثر در درمان تقسیم می‌شوند؛ در حالیکه جاذبه‌های فرهنگی آنهایی هستند که آدمی در آفرینش آنها نقش داشته و مهم‌ترین آنها عبارتند از: جاذبه‌های تاریخی، جاذبه‌های دینی و مذهبی، جاذبه‌های اجتماعی، جاذبه‌های مردم‌شناختی. ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان و از لحاظ آثار باستانی یکی از پنج سرزمین نخست جهان به جهت جاذبه‌های اکوتوریسم و تنوع و گونه‌های گیاهی و جانوری بوده و جزء سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی می‌باشد. این در حالی است که تنها ۰٫۵ درصد از سهم درآمد گردشگری جهان را به خود اختصاص داده و از نظر درآمد جذب گردشگر در قیاس با دیگر کشورهای جهان در رتبه نود قرار دارد.

نتایج حاصل از بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد در سطح معنی‌داری یک دامنه‌ای، سطح معنی‌داری آزمون پیرسون ۰٫۰۰۰ بوده و این سطح از حداقل سطح معنی‌داری ۰٫۰۵ کوچک‌تر بوده لذا رابطه معنی‌داری بین عوامل اقلیمی و جغرافیایی، عوامل اجتماعی و اقتصادی، عوامل فرهنگی و تاریخی و توسعه گردشگری در منطقه هوراند وجود دارد و همچنین باتوجه به ضریب تشخیص R^2 که عبارت است از نسبت تغییرات توضیح داده شده توسط متغیر X به تغییرات کل، می‌توان بیان نمود که ۴۶٫۱ درصد از تغییرات توسعه گردشگری، توسط تغییرات در عوامل اقلیمی و جغرافیایی، ۳۱٫۶ درصد از تغییرات توسعه گردشگری، توسط تغییرات در عوامل اجتماعی و اقتصادی و ۲۸٫۱ درصد از تغییرات توسعه گردشگری، توسط تغییرات در عوامل فرهنگی و تاریخی تبیین می‌گردد و نهایتاً بین میزان تأثیر هر یک از عوامل اقلیمی و جغرافیایی، عوامل فرهنگی و تاریخی و عوامل اجتماعی و اقتصادی بر توسعه گردشگری منطقه هوراند تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به‌طوری‌که از بین عوامل سه‌گانه، عوامل اقلیمی و جغرافیایی بیشترین و عوامل اجتماعی و اقتصادی کمترین تأثیر را بر توسعه گردشگری منطقه هوراند دارد و در نهایت بهترین راهبرد برای منطقه ارسباران (شهرستان هوراند)، راهبرد نوع سوم (کنترل عوامل مثبت) می‌باشد.

لازم به توضیح است که عوامل شناسایی شده از سازگاری لازم با تحقیقات پیشین برخوردار هستند. نتایج مطالعه استپانویچ و رودان (۲۰۱۴) نشان می‌دهد که کوارنر هیچ آگاهی یا استراتژی در مورد گردشگری خلاق و این که خلاقیت کلی مربوط به برنامه‌های منحصربه‌فرد اجرا شده توسط خود میکرو مقصد کوارنر می‌باشد، ندارد. اریکتا (۲۰۱۴) در مطالعه

خود بیان می‌کند که هنوز توسط انبوه گردشگرانی که برای ماجراجویی از آلبانی بازدید کرده‌اند، مورد کاوش قرار نگرفته؛ پس مطالعه خود را مطالعه جدیدی می‌داند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که استراتژی‌ها باید به گونه‌ای در نظر گرفته شوند تا بتوانند بخش‌های دیگری را که قدرت مصرفی بیشتری داشته و مورد هدف استراتژی‌های وفاداری مقصد قرار دارند را نیز جذب کنند؛ درحالی‌که در مورد بخش کنونی که بازدید از آلبانی است، باید به توسعه کلمات مصطلح و بازاریابی همه‌مهم‌ای توجه شود تا گردشگران بتوانند ترویج دهنده جنبه‌های مثبت یک کشور باشند. همچنین بیان می‌کند که به‌خاطر انواع محصولات گردشگری موجود در کشور، گردشگری همچنان در حال افزایش است و این امری مثبت می‌باشد. یافته‌های تحقیق دیانا و تازیم (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که این امر راه برنامه‌ریزی و سیاست گردشگری که مشکل ایجاد می‌کند را برجسته کرده و قواعد اجتماعی را آشکار می‌کند که به تولید برنامه‌ریزی گردشگری و دانش سیاست شکل می‌دهند. موضوعات چندرشته‌ای و اصلی مربوط به توسعه مقصد و تسلط مدیریت می‌باشند؛ درحالی‌که تجزیه و تحلیل‌های انتقادی از ساختارهای اقتصادی و سیاسی، منافع و ارزش‌ها روند کندی داشته‌اند. نتایج، به نیاز فوری برای پیشروی برنامه‌ریزی و سیاست گردشگری، به سمت وضوح، مشروعیت و اهمیت در مطالعات گردشگری بیشتر، از طریق تعامل انتقادی بیشتر با سیاست عمومی گردشگری و عمل به برنامه‌ریزی، اشاره می‌کنند. البانا (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که سطح بالایی از خودمختاری در ترکیب با سطوح پایین کنترل، اثربخشی برنامه‌ریزی استراتژیک را با افزایش تنش‌های سازمانی، خنثی می‌کند. بر پایه دیدگاه‌های سیاسی و سازمانی، به تفسیر نتایج و پیامدهای سیاسی پرداخته شده است. مقومی و همکاران (۲۰۱۷) طی مطالعه‌ای نشان دادند که شخصیت ساکنان و دیدگاه‌های آنها در مورد جامعه و بازدیدکنندگان می‌تواند نقش مهمی در حمایت کلی از توسعه گردشگری داشته باشد. نتایج نشان داد که درک احساسات و استقبال از طبیعت، شدیدترین عوامل مؤثر بر نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری بود، درحالی‌که این تأثیر در بین مردان و زنان با ویژگی‌های شخصیتی متفاوت بود. تحلیل بیشتر نشان داد که تأثیر استقبال از طبیعت و نزدیکی احساسی نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری در بین ساکنان با شخصیت قابلیت توافق بالا و برون‌گرایی فرق می‌کند درحالی‌که امکان تجربه‌کردن، آگاهی و روان‌پریشی بر این روابط تأثیر معناداری ندارد. نتایج کایل و همکاران (۲۰۱۸) نشان می‌دهند که استفاده از تاریخچه سفر (TUH) پیش‌بینی‌کننده مفیدی در مورد نگرش افراد مقیم نسبت به توسعه صنعت گردشگری می‌باشد. ساکنانی که اغلب سفر می‌کنند، نسبت به آنهایی که به‌ندرت یا تا حدودی سفر می‌کنند حمایت کمتری از گردشگری نشان می‌دهند. در مورد افرادی که به طور میانه (یعنی نه کم و نه زیاد) سفر می‌کنند، ساکنانی که در طی دو سال گذشته سفر داشته‌اند نسبت به آنهایی که تحت دو عامل انتخابی سفر نداشته‌اند حمایت بیشتری داشته‌اند: حمایت از توسعه صنعت گردشگری و شراکت توریسم در جامعه. یافته‌ها از استفاده مداوم از نظریه خودکفایی به‌عنوان چارچوبی برای بررسی و توضیح نگرش ساکنان مربوط به گردشگری و توسعه مربوطه حمایت می‌کند. همچنین باتوجه‌به اینکه نتایج تحقیق نشان می‌دهد عوامل اجتماعی و اقتصادی، عوامل فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری در منطقه ارسباران (با تأکید بر شهرستان هوران) مؤثر هستند و همچنین لازم است برای توسعه گردشگری در منطقه ارسباران (با تأکید بر

شهرستان خوراند) به این عوامل توجه شود، لذا در این راستا پیشنهادهای اجرایی و کاربردی مبتنی بر یافته‌های پژوهشی به شرح زیر قابل ارائه است:

❖ عوامل اجتماعی و اقتصادی؛

۱. توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری موجود در شهر در تهیه طرح‌های توسعه شهری.
۲. گسترش خدمات و امکانات زیربنایی لازم جهت توسعه گردشگری متناسب با اصول توسعه پایدار شهری.
۳. ساماندهی بازارهای محلی و منطقه‌ای شهر به منظور فروش محصولات ساکنان منطقه به‌عنوان فرصت اقتصادی و فرهنگی مناسب جهت معرفی به گردشگران.
۴. توسعه ساختارهای خدمات مدرن تجاری و حرفه‌ای کردن بخش تجارت بین‌المللی شهرستان
۵. توسعه آموزش‌های تخصصی و حرفه‌ای در سطح عالی به منظور تقویت بخش تجاری
۶. هدایت سرمایه‌گذاری‌های استان به منظور تکمیل زیرساخت‌های اساسی موردنیاز بخش تجاری
۷. ایجاد ساختارهای سرمایه‌گذاری بین‌المللی با هدف جذب ارزش افزوده اقتصادی از کشورهای هم‌جوار
۸. ایجاد ارتباط مناسب و به‌روز اقتصادی با بازارهای بین‌المللی در جهت شناخت و ایجاد بازارهای بین‌المللی

❖ عوامل فرهنگی و تاریخی؛

۱. ایجاد کمپ‌های فصلی جهت استقرار گردشگران در نقاط جذاب گردشگری به منظور جلوگیری از استقرار پراکنده گردشگران در سطح طبیعت مانند تأسیس پارک‌های توریستی در شهر.
۲. فراهم کردن سیستم رفاهی، خدماتی و اقامتی در بخش گردشگری و ایجاد امکانات اولیه مثل اقامتگاه‌های مناسب و سرویس‌های بهداشتی.
۳. به‌کارگیری اصول و روش‌های صحیح برقراری ارتباط با گردشگران

پیشنهادهایی برای محققان آتی

۱. باتوجه به اینکه در پژوهش حاضر منطقه ارسباران با تأکید بر شهرستان هوراند در نظر گرفته شده است، پیشنهاد می‌گردد محققان بعدی چنین پژوهشی را در سایر شهرستان‌های کشور انجام دهند، تا با مقایسه نتایج حاصل از تحقیقات مختلف در این زمینه اطمینان و اعتماد بیشتر در به‌کارگیری نتایج، حاصل گردد.
۲. باتوجه به اینکه در این پژوهش، عوامل مرتبط با توسعه گردشگری باتوجه به پیش مطالعه انجام شده در مجموع به ۲۰ مورد محدود شدند؛ محققان علاقه‌مند می‌توانند دیگر شاخص‌های مرتبط با توسعه گردشگری را شناسایی کرده و این شاخص‌ها را با شاخص‌های دیگر مورد مقایسه و تحقیق قرار دهند.

منابع و مأخذ:

- اسماعیل زاده، حسن و اسماعیل زاده، یعقوب، (۱۳۹۵)، ارزیابی پایداری گردشگری و تعیین راهبرد بهینه توسعه گردشگری در بندرانزلی، مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، سال یازدهم، شماره ۳۴، بهار، صص ۱۱۵-۱۳۱.
- تیموری، س.، و مجدم، ع. (۱۳۹۸). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی استان لرستان با تأکید بر مدل های کمی و کیفی. جغرافیایی سرزمین، ۱۶(۶۲)، ۹۹-۱۱۶.
- جیرسرایبی، ع.، دوستی پاشا، م.، علوی، س. ح.، و امامی، ف. (۱۳۹۹). طراحی مدل وفاداری مشتری در صنعت هتلداری با رویکرد برنامه ریزی گردشگری ورزشی (مطالعه موردی هتل های استان مازندران). جغرافیایی سرزمین، ۱۷(۶۶)، ۶۱-۷۵.
- حجازی، س. ا.، و جوادی، م. (۱۳۹۸). توان سنجی پتانسیل های ژئو توریستی جهت توسعه پایدار گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس فازی سلسله مراتبی (مطالعه موردی: پارک ملی کنتال). جغرافیایی سرزمین، ۱۶(۶۲)، ۱۳۳-۱۴۵.
- سالنامه آماری (۱۳۹۵). مرکز آمار ایران.
- قدیمی، ب. (۱۳۹۹). بررسی میزان رضایت گردشگران ورزشی از کیفیت امکانات مجموعه ورزشی آزادی تهران. جغرافیایی سرزمین، ۱۶(۶۴)، ۱۲۰-۱۳۰.
- نوربخش، سیدمرتضی و اکبرپورسراسکانرود، محمد، (۱۳۸۹)، نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان شهرها، ویژه نامه اقتصاد گردشگری شهری، زمستان، صص ۲۰-۳۴.
- Ali Khaliji, M. A. (2020). "Study on Tourism Development Free Trade Area (Case Study Qeshm)." *Journal of Tourism Hospitality Research* 7(4): 87-102.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360-376.
- Bianchi, R. (2018). The political economy of tourism development: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 70, 88-102.
- Das, J., & DiRienzo, C. E. (2009). Global tourism competitiveness and freedom of the press: A nonlinear relationship. *Journal of Travel Research*, 47(4), 470-479.
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- Hunter, C. J. (1995). On the need to re- conceptualise sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 155-165.
- Ivolga, A. G., Ryazantsev, I., Stroeva, A. G., Gornostaeva, Z. V., & Mandritsa, O. V. (2018). Innovation approach to the sustainable rural tourism development. *Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences*, 9(6), 1588-1593.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns. In: Taylor & Francis.
- Novy, J. (2019). Urban tourism as a bone of contention: four explanatory hypotheses and a caveat. *International Journal of Tourism Cities*.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Pigram, J. J., & Wahab, S. (2005). *Tourism, development and growth: the challenge of sustainability*: Routledge.

- Saarinen, J., Rogerson, C. M., & Hall, C. M. (2017). Geographies of tourism development and planning. In: Taylor & Francis.
- Sarvar, R., & Khaliji, M. A. (2013). Evaluate the capability of environmental risks using swot-ahp model (case study: Osku: Village gonbarf). *GEOGRAPHICAL JOURNAL OF TERRITORY*, 9(36), 61-77.
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tourism geographies*, 20(4), 589-609.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?* : Earthscan.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). *Tourism and development: Concepts and issues* (Vol. 63): Channel view publications.
- Shoval, N. (2018). Urban planning and tourism in European cities.
- Wang, D. G., Niu, Y., & Qian, J. (2018). Evolution and optimization of China's urban tourism spatial structure: A high speed rail perspective. *Tourism Management*, 64, 218-232.
- Xue, L., Kerstetter, D., & Hunt, C. (2017). Tourism development and changing rural identity in China. *Annals of Tourism Research*, 66, 170-182.