

تحلیلی پیرامون راهکارهای توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان

دکتر مهرداد گودرزوند چگینی*

استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

دکتر نصرالله مولایی هاشجین

دانشیار گروه جغرافیای استانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

چکیده

گردشگری نقش اساسی در اقتصاد کشورها ایفا می کند. شناسایی عمیق و دقیق ابعاد مختلف گردشگری به عنوان رمز توسعه بازار آن محسوب می شود. صنعت گردشگری در طی دهه اخیر با نرخ رشد شتابان گسترش یافته و منبع درآمدی قابل ملاحظه ای برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته بوده است.

* مقاله حاضر خلاصه ای از طرح پژوهشی است که با حمایت مالی اداره کل تعاون استان گیلان اجرا شده است.

تحقیق حاضر به روش پیمایشی انجام گردیده است. جامعه مورد تحقیق شامل مدیران و تصمیم گیران اجرایی بخش های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مرتبط با صنعت گردشگری در سطح استان گیلان می باشند که از طریق نمونه گیری خوشه ای حجم نمونه تعیین و با پرسشنامه به عنوان ابزار سنجش داده ها و اطلاعات لازم جمع آوری گردیده است برای سنجش اعتبار ظاهری (face validity) از نظرات، صاحب نظران بخش گردشگری استفاده شده است و برای تعیین پایایی (Reliability) ابزار سنجش، از روش تعیین ضریب کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷۱ به دست آمده است که نشان دهنده پایایی ابزار سنجش و قابلیت بالای آن می باشد. داده ها و اطلاعات جمع آوری شده، از طریق نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. یکی از مهم ترین یافته های تحقیق حاضر نشان می دهند که بخش اکوتوریسم می تواند به یکی از راهکارهای اصلی برای توسعه و گسترش این صنعت با توجه به شرایط فرهنگی و اجتماعی استان مفید و موثر واقع شود و از میان عوامل جغرافیایی، عامل جغرافیایی دریا و سواحل، بالاترین تاثیر را در جذب گردشگر به استان گیلان را داشته است.

واژه های کلیدی: صنعت گردشگری، عوامل جغرافیایی، اکوتوریسم، گیلان

۱. مقدمه :

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سالهای اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارز آوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاههای حیات وحش، توسعه نواحی روستایی برخوردار از جاذبه های گردشگری و جلوگیری از مهاجرت فرستی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر موسوی و دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳: ۹۲).

همچنین تغییر در ساختار اجتماعی و نیز تغییر در نقش های اجتماعی، ایجاد فرصت های جدید اجتماعی برای اسکان، کاهش نابرابر یهای اجتماعی و کمک به حفظ میراث فرهنگی از دیگر نقش های مهم صنعت گردشگری در این زمینه به حساب می آید

(King Hang, 2004; 373- 382). مهم ترین امتیازاتی که گردشگری را به صورت یک صنعت مطرح نموده است ، همانا منابع و امکانات ، سرمایه گذاری و اشتغال زایی ، تاسیسات و تجهیزات ، مدیریت و بهره برداری ، دانش فنی و نیروی انسانی ماهر ، تبلیغات و مقررات بازار و رقابت است که به صورت بهم پیوسته و مرتبط با سایر بخش های اقتصادی و اجتماعی ، اهمیت فزاینده ای یافته اند .

سازمان جهانی جهانگردی (WTO) تعداد گردشگران را برای سال ۲۰۱۰ میلادی بالغ بر یک میلیارد نفر برآورد نموده است که مبلغی در حدود ۱۵ تریلیون دلار وجوه دریافتی آن خواهد بود (رضوی فر ، ۱۳۸۰: ۳). طبیعی است که این صنعت در جهان با این حجم از ورودی و خروجی به صنعتی پر رونق و پر جاذبه و پر درآمد برای کشورهای مختلف در آمده است . به طوریکه در بسیاری از کشورهای جهان به عنوان منبع در آمد اصلی دولتها و مردم مطرح است .

با پایان جنگ جهانی دوم و بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای توسعه یافته و توسعه صنعت حمل و نقل و افزایش تعداد مسافرت ها ، صنعت جهانگردی رونق گرفت . بطوریکه تعداد جهانگردان از حدود ۷۰ میلیون نفر در سال ۱۹۶۰ به ۲۸۶ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰ و ۶۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ رسید .

این روند به خوبی نشاندهنده اهمیت صنعت جهانگردی در اقتصاد امروز جهان است . در سال ۱۹۹۷ فرانسه با ۶۶/۸ میلیارد دلار بیشترین در آمد را از این صنعت کسب کرده است . پس از فرانسه ، امریکا با ۴۹/۸ ، اسپانیا ۳۴/۴ ، ایتالیا ۳۴/۱ ، بریتانیا ۲۶/۱ و چین ۲۳/۸ میلیارد دلار قرار گرفته اند (واحد تحقیقات ماهانه اقتصاد ایران، ۱۳۷۱: ۴۷) . ارزش افزوده بسیار بالا ، کسب در آمد های ارزان و ده ها عامل اجتماعی ، فرهنگی و اقتصادی دیگر، رقابت گسترده را جهت افزایش سهم از جهانگردی و درآمدها ناشی از آن میان کشورهای مختلف ایجاد کرده است تا جایی که امروزه گردشگری با رشد قابل توجهی بعد از صنایع نفت واتومبیل سازی رتبه سوم را در مبادلات بین المللی به خود اختصاص داده است .

بر پایه گزارشات WTO ، جهانگردی یکی از ۵ مقوله سر آمد صادرات برای ۸۳ درصد از کشورها و سرچشمه بنیادین ارز خارجی برای ۳۸ درصد از آنها بوده است (فریار ، ۱۳۷۹ ، ۲۵) .

با توجه به تاثیر شگرف گردشگری در زمینه های اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز ، باید نظری بلند و مدیریتی عالمانه ، آگاهانه و با برنامه ریزی درست ، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید (محلاتی ، ۱۳۸۰ ، ۶). مهمترین مساله در برنامه ریزی موفق گردشگری ، شناسایی دقیق بازار است ، زیرا گردشگران بر اساس نیازها یشان در طبقه بندی های متفاوتی قرار می گیرند . این که هرمنطقه ، کدام بخش از بازار را جذب کرده یا مایل به جذب کدام قسمت است مهم است (Stynes: 2004, 7) .

صنعت گردشگری آمیزه ای از فعالیتهای مختلف است که به صورت زنجیره ای در جهت خدمت رسانی به گردشگران انجام می گیرد بنابر این گردشگری شامل تمامی پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران ، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات جهانگردی ، دولت ها و جوامع ، میزبان در فرآیند و پذیرایی از گردشگران می باشد (Mcintosh: 1995, 7) . افزایش درک متقابل ، بر انگیختن حس احترام و خوش نگری به جامعه و فرهنگ حاکم ، توجه به هنرهای محلی (به ویژه موسیقی ، تئاتر و صنایع دستی) را می توان از جمله نقشهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری بر شمرد (داس ویل ، راجر ، ۱۳۷۹ : ۱۹۰) .

با توجه به اینکه استان گیلان یکی از سر سبز ترین و زیباترین نواحی کشور محسوب می گردد شناخت موقعیت فعلی عوامل موثر جغرافیایی و شیوه های بهبود مدیریت و ارتقای تاثیر گذاری آنها در توسعه صنعت گردشگری و نیز میزان تاثیر گذاری این عوامل در جذب گردشگری به استان گیلان به همراه تنگناهای توسعه صنعت گردشگری در ناحیه مورد مطالعه از مسایل اساسی تحقیق حاضر به شمار می روند.

گردشگری عبارت از گذراندن اختیاری مدتی از اوقات فراغت خویش در مکانی غیر از محل سکونت است (باهر ، ۱۳۷۷ ، ۹۴) .

ایران یکی از دیدنی ترین کشورهای جهان می باشد . کشورما جزء ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه های گردشگری و جزء پنج کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری و جزء سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی است . ایران ، پس از هندوستان بالاترین رتبه گردشگری را در منطقه جنوب آسیا دارد (WTO, 2000: 11) .

تاریخچه گردشگری در ایران نشان می دهد که عواملی مانند ناآرامی های دوران انقلاب ، سوء برداشتها از اوضاع داخلی ایران در جهان و آغاز جنگ تحمیلی باعث شده است که رکودی در جهانگردی ایران بوجود آید . گر چه در سالهای اخیر این صنعت از وضعیت رو به رشد نسبی در کشور برخوردار بوده است ، اما این رشد در مقایسه با توان های گردشگری کشور بسیار بطنی بوده است (حیدری چپانه ، ۱۳۸۳: ۴) .

لذا صنعت گردشگری یک تجارت جنبی ، فصلی و کم در آمد و بی نیاز از تخصص نبوده و مطابق پیش بینی های قابل اعتنا درآمدهای ناشی از این صنعت در سالهای آینده به دو برابر حجم کنونی افزایش خواهد یافت و بدیهی است اگر دولت ها نتوانند سیاست ها و تدابیر لازم جهت توسعه جهانگردی را اتخاذ کنند ، از این منابع بی بهره خواهند ماند (شعبانی ، ۱۳۸۲، ۷) .

۲. ویژگیهای محدوده مورد مطالعه

بر اساس شاخص های T.E.S (جامعه اکوتوریسم و W.T.O ، گستره جغرافیایی کشور یا یک استان به چهار گروه دارای جاذبه های گردشگری بین المللی (مسافران خارجی) ، ملی (مسافران داخلی) ، محلی (مسافران منطقه ای و ناحیه ای) و فاقد جاذبه های سیاحتی تقسیم می شوند .

استان گیلان در این تقسیم بندی واجد شرایط جاذبه ای گردشگری در سطح بین المللی ، ملی ، محلی - منطقه ای است و به صراحت می توان بیان داشت که جای جای آن واجد شرایطی است که هر نوع مسافر با گرایش های مختلفی را به سوی خود جذب می نماید.

استان گیلان یکی از استان های شمالی کشور است که در حدود ۱۴ هزار کیلومتر مربع مساحت دارد. این استان در ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی قرار گرفته است (معاونت برنامه ریزی استانداری گیلان، ۱۳۸۷ : ۳۷) . استان گیلان از شمال به دریای خزر و جمهوری آذربایجان، از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان، قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می شود.

استان گیلان از شمال غربی به جنوب شرقی، ۲۳۵ کیلومتر و پهنای آن از ۲۵ تا ۱۰۵ کیلومتر تغییر می کند. رشته کوههای البرز با ارتفاع متوسط ۳۰۰۰ متر، همانند دیواری در غرب و جنوب گیلان کشیده و این منطقه جز از راه دره لوشان راه دیگری به فلات ایران ندارد. کمترین فاصله کوه از دریای خزر (در حویق) نزدیک به سه کیلومتر و بیشترین آن از دریا (در امام زاده هاشم) در حدود ۵۰ کیلومتر است (خمامی زاده، ۱۳۷۶: ۱).

۳. مواد و روش ها

روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی از نوع پیمایشی است. جامعه تحقیق شامل مدیران و تصمیم گیران اجرایی بخش های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مرتبط با صنعت گردشگری در استان گیلان می باشد. پس از تخمین حجم نمونه از فرمول کوکران، از نمونه برداری خوشه ای استفاده شده است. شهرهای رشت، انزلی، لاهیجان، آستانه اشرفیه، رضوانشهر، تالش، لیسار، حویق، لوندویل و آستارا جامعه نمونه را شامل می شوند. ابزاری که در این تحقیق از آن استفاده شد پرسشنامه است که پس از سنجش اعتبار ظاهری از صاحب نظران بخش گردشگری استفاده گردید و برای تعیین پایایی ابزار سنجش، از روش تعیین ضریب کرونباخ استفاده شده است. پس از محاسبات ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷۱ به دست آمد که نشان دهنده پایایی ابزار سنجش و قابلیت اعتماد بالای آن می باشد. پس از جمع آوری اطلاعات از طریق نرم افزار Spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

۴. یافته های تحقیق

در این تحقیق، نمونه آماری متشکل از ۱۵۵ نفر از مدیران و تصمیم گیران بخشهای مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی استان گیلان می باشند. از مجموع ۱۵۵ نفر پاسخ دهنده به پرسشنامه ۱۳۳ نفر مرد و ۲۲ نفر را زن تشکیل می دهند که به ترتیب در صد فراوانی براساس جنسیت ۸۵/۸ درصد و ۱۴/۲ درصد را شامل می گردد.

سطح تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس و بالاتر	جمع
فراوانی	۸	۲۷	۹۹	۲۱	۱۵۵
درصد	۵/۱	۱۷/۴	۶۳/۹	۱۳/۶	۱۰۰

جدول ۱- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان برحسب سطح تحصیلات

بیش از ۹۰ درصد پاسخگویان بر این باورند که شناخت طبیعت کوهستانی تاثیر مهمی در سفر گردشگران داشته است.

شرح	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	جمع
فراوانی	۹۴	۴۶	۱۲	۲	۱	۱۵۵
درصد	۶۰/۶	۲۹/۷	۷/۷	۱/۳	۰/۶	۱۰۰

جدول ۲- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان در خصوص تاثیر شناخت طبیعت کوهستانی استان گیلان در میزان سفر با هدف گردشگری

یکی از مهمترین عاملی که موجبات حضور گردشگران در استان گیلان می شود، آشنایی گردشگران با سواحل این استان می باشد. به گونه ای که بیش از ۹۰ درصد در حد زیاد و بسیار زیاد با سواحل استان آشنا هستند.

شرح	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	جمع
فراوانی	۵۲	۹۳	۹	۱	۰	۱۵۵
درصد	۳۳/۵	۶۰	۵/۸	۰/۶	۰	۱۰۰

جدول ۳- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان در خصوص شناخت گردشگران از سواحل استان گیلان

تالاب ها و رودخانه و آبشار های شناخته شده ، بیش از ۸۴ درصد تاثیر مثبت در حضور گردشگران را موجب شده است.

شرح	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	جمع
فراوانی	۶۹	۶۲	۱۹	۳	۲	۱۵۵
درصد	۴۴/۵	۴۰	۱۲/۳	۱/۹	۱/۳	۱۵۵

جدول ۴- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان برحسب تاثیر شناخت گردشگران از تالاب ها، رودخانه و آبشارهای استان در مسافرت گردشگران

یکی از عواملی که می تواند موجبات ورود گردشگر در استان گیلان گردد. وجود تنوع صنایع دستی در این استان می باشد.

شرح	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	جمع
فراوانی	۴۸	۷۴	۲۹	۴	۰	۱۵۵
درصد	۳۱	۴۷/۷	۱۸/۷	۲/۵	۰	۱۰۰

جدول ۵- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان در خصوص تاثیر صنایع دستی و تنوع آن در استان گیلان در جذب توریسم

اطلاع از مناطق تاریخی ، عاملی در جهت ورود گردشگران به استان گیلان می باشد.

شرح	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	جمع
فراوانی	۵۴	۸۳	۱۲	۴	۲	۱۵۵
درصد	۳۴/۸	۵۳/۵	۷/۷	۲/۶	۱/۲	۱۰۰

جدول ۶- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان برحسب تاثیر اطلاع رسانی از مکان های تاریخی استان گیلان در جذب و صنعت توریسم

اطلاع رسانی و تبلیغ بر روی مراکز دیدنی استان در سطح ملی و فراملی می تواند تاثیر مستقیم بر ورود گردشگران و سرمایه گذاران به ناحیه گیلان در بر داشته باشد .

شرح	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	جمع
فراوانی	۸۳	۵۲	۱۵	۵	۰	۱۵۵
درصد	۵۳/۵	۳۳/۵	۹/۷	۳/۲	۰	۱۰۰

جدول ۷- توزیع تعداد و درصد پاسخگویان در خصوص میزان تاثیر اطلاع رسانی از مراکز دیدنی استان در افزایش گردشگران

۵. نتایج

۵-۱- راهکارهای پیشنهادی اجرایی و اولویت بندی آنها

با توجه به یافته های تحقیق، استان گیلان از ظرفیت های بسیار بالایی جهت توسعه صنعت گردشگری برخوردار است تنوع شرایط جغرافیایی استان از نظر توپوگرافی بویژه عامل ارتفاع که آن را به ساحل، جلگه، کوهپایه و کوهستان تقسیم می کنند، اقلیم در بخش ساحلی- جلگه ای و کوهپایه ای و کوهستانی که امکان جذب و نگهداشت توریست ها را در طول سال فراهم می نماید، جریان رودخانه های دائمی در سراسر استان از غرب به شرق و از جنوب به شمال استان، برخورداری از سواحل در سراسر استان با امکان بهره برداری برای تمامی گردشگران، پوشش گیاهی جنگلی و مرتعی و نیز توزیع و پراکنش سکونتگاههای روستایی، عشایری و شهری در قالب گیلان شهر و سایر ظرفیت ها و جاذبه های اکوتوریستی و توریسم فرهنگی از جمله این ظرفیت های گردشگری است که زمینه توسعه این صنعت را در سطح استان با بازتاب استانی، ملی و حتی بین المللی فراهم می آورد. که در سطور زیر به برخی از راهکارها اشاره می گردد:

اولویت پنجم	اولویت چهارم	اولویت سوم	اولویت دوم	اولویت اول	انواع راهکارهای پیشنهادی- اجرایی
۸/۳	۹/۴	۲۴/۲	۲۸	۳۰/۱	اعطای وام های بلند مدت با بهره کم
۲۵/۲	۳۳/۳	۲۲/۲	۱۰/۷	۸/۶	اجرای سیاستهای تشویقی و اهدای پاداش به بخش خصوصی
۳۷/۷	۲۲/۳	۲۵	۷/۸	۷/۲	واگذاری مواد و مصالح ارزان قیمت در اختیار بخش خصوصی با هدف ایجاد مراکز گردشگری
۶/۲	۷/۳	۱۱/۴	۳۴/۱	۵۱	کاهش مشکلات اداری و قانونی
۳۲/۶	۲۹/۷	۱۷/۲	۲۹/۴	۴	اجرای وام های مشترک با بخشهای خصوصی

جدول ۸- سلسه مراتب راهکارهای پیشنهادی- اجرایی (درصد)

براساس جدول شماره ۸، اولین اولویت و راهکار برای تشویق و تسهیل ورود بخش خصوصی و تعاونی به فعالیت های گردشگری و سرمایه گذاری آنان برای توسعه این صنعت در استان گیلان، کاهش مشکلات اداری و قانونی یا عبارتی دیگر رفع موانع و محدودیتهای دستگاههای اجرایی می باشد. دومین اولویت اعطای وام های بلند مدت با بهره کم بمنظور ایجاد مراکز و تاسیسات گردشگری است. سومین اولویت واگذاری مواد

و مصالح ارزان با قیمت تثبیت شده در اختیار بخش های خصوصی و تعاونی است که می تواند هزینه تاسیسات و مراکز گردشگری را قابل پیش بینی نماید و سرمایه گذار بتواند منابع مورد نیاز با پیش بینی لازم قابل انجام و دسترس گردد.

چهارمین اولویت اجرای سیاست های تشویقی و اهدای پاداش به بخش های تعاونی و خصوصی به منظور تامین بخشی از کمکهای دولت تا اینکه اینگونه مراکز بتواند به درجه خود کفایی و سود دهی دستیابند . و پنجمین اولویت اجرای طرحهای مشترک با بخش خصوصی و تعاونی در زمینه ایجاد تاسیسات و زیر ساخت های گردشگری می باشد.

صنعت گردشگری در کشور و به تبع آن در استان گیلان ، دچار محدودیتهایی است . شاید مهمترین محدودیت این است که صنعت گردشگری هنوز به عنوان یک حرفه تخصصی شناخته نشده است . همچنین، می توان به عواملی همچون نبود امکانات زیر ساختی برای پذیرایی از گردشگران ، عدم برنامه ریزی دقیق برای ارائه خدمات گردشگری ، عدم توجه توجه مسئولان و بهای لازم ندادن به صنعت گردشگری ، عدم ورود بخش خصوصی و تعاونی به حوزه این صنعت و اشاره نمود. در صورت تحول در باورها و نگرش و آمادگی دستگاههای مرتبط با این صنعت می تواند نقش اساسی در تحول و توسعه صنعت گردشگری در سطح استان گیلان با پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشته باشد.

۵-۲. راهکارهای پیشنهادی- اجرایی توسعه صنعت توریسم از طریق

جابه های جغرافیایی

اساساً سرمایه گذاری یکی از مهمترین پشتوانه ها برای هر گونه فعالیت در زمینه های اقتصادی ، فرهنگی و اجتماعی می باشد . سرمایه گذاری زمانی برگشت پذیر خواهد بود که با مطالعه و تحلیلی منطقی و علمی صورت بپذیرد . شرایط منطقه ایی ، دسترسی ها ، امکانات ، محدودیتهای ، فرصت ها و دیده شود . اولویت سرمایه گذاری در استان گیلان بر اساس نتایج تحقیق بشرح جدول شماره ۹ می باشد :

اولویت سرمایه گذاری (درصد)	جاذبه های جغرافیایی	ردیف	اولویت سرمایه گذاری (درصد)	جاذبه های جغرافیایی	ردیف
-	صخره نوردی و غار گردی	۴	۱/۷	ورزش های زمستانی	۱
۴	شکار و صید	۵	۵۴/۳	ورزش های آبی- ساحلی	۲
۳/۶	آثار یادمانی - تاریخی	۶	۲۸/۴	طبیعت درمانی (سرمایه گذاری در خصوصی امکاناتی همچون تله کابین)	۳
۱/۱	مردم شناسی	۷	۶/۹	کوه (دامنه) نوردی	

جدول ۹- اولویت بندی سرمایه گذاری براساس جابه های جغرافیایی در گیلان

اولویت سرمایه گذاری در بخش گردشگری استان گیلان بترتیب به ورزش های آبی - ساحلی ، طبیعت درمانی ، دامنه نوردی و شکار و صید و ...تعلق یافته است لذا سرمایه گذاری در بخشهای فوق موفق تر خواهد بود .

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

۶. منابع

- ۱- باهر ، حسین (۱۳۷۷) دگر اندیشی پیرامون گردشگری (ایرانگردی و جهانگردی) ، فصلنامه مطالعات مدیریت ، شماره ۲۰، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی تهران
 - ۲- خمایی زاده، جعفر (۱۳۷۶). گیلان سرشار از سبزی نهدینه. راهنمای زیارت و سیاحت در گیلان
 - ۳- حیدری چیانه ، رحیم (۱۳۸۳) ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران ، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری ، دانشگاه تبریز .
 - ۴- داس ویل ، راجر (۱۳۷۹) مدیریت جهانگردی مبانی راهبردها و آثار ، ترجمه : سید محمد اعرابی و داود ایزدی ، دفتر پژوهشهای فرهنگی ، چاپ دوم ، تهران .
 - ۵- رضوی فر ، ج و خیاط مقدم ، س (۱۳۸۰) مدیریت و صنعت گردشگری ، انتشارات محقق ، تهران.
 - ۶- شعبانی ، آ (۱۳۸۲) نفت تمام می شود ، گردشگری هرگز ، ماهنامه بازاریابی ، شماره ۲۴ ، تهران.
 - ۷- صدر موسوی ، میر ستار و جواد دخیلی کهنمویی (۱۳۸۳) در آمد بر برنامه ریزی تفریحگاه های توریستی ، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی ، شماره پیاپی ۱۷ ، دانشگاه تبریز .
 - ۸- فریار ، ف (۱۳۷۹) اگر توریسم پدیده ای نوین در صنعت جهانگردی مجله دام ، کشت و صنعت ، شماره ۱۴ .
 - ۹- محلاتی ، صلاح الدین (۱۳۸۰) در آمد بر جهانگردی ، دانشگاه شهید بهشتی ، تهران .
 - ۱۰- معاونت برنامه ریزی استانداری گیلان، ۱۳۸۷، سالهای آماری استان گیلان ۱۳۸۶.
- استانداری گیلان

۱۱- واحد تحقیقات ماهانه اقتصاد ایران ، ۱۳۷۹

12- Kin Hang (2004) The Southern Sound(Nanyin):

Tourism for the preservation and Development of Traditional Arts
Asia Pacific Journal of Tourism Reserch , Vol .9 , No. 4,PP. 373- 382.

13- McIntosh, Robert, W. Goeldner , Charles Rand Ritchie, R.

Brent (1995) Tourism , principles, practices , philosophies U.S.A,
John Wiley & Sons .Inc.

14- Stynes , Daniel J and O. Halloran, Cynthia , (2004) Tourism
planning , Michigan State University Extensions Bulletin.

15- World Tourism Organization (2000) Tourism 2020 Vision, Vol
.6, south Asia , Madrid , Spain, Dibe , s . i.

