



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۲

## واکاوی چالش‌های توسعه گردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد

محمد درخشان زاده\*<sup>۱</sup> بیژن دادرس<sup>۲</sup>

۱-دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه پیام نور، بروجن، ایران

۲-دانشیار جغرافیای و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، بروجن، ایران

derakhshanmohamad39@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۳۰

تاریخ بازنگری: ۱۳۹۷/۰۶/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۲۸

### چکیده

راهبردهای گذشته در زمینه توسعه نواحی نتوانسته اند در حل مسائل و معضلات موجود در زمینه فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی، پایداری محیط زیست، و نظیر اینها به گونه ای موفقیت آمیز عمل کنند. یکی از راهبردهای که اخیراً در بیشتر کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل های لازم برای گسترش گردشگری است. هدف از این پژوهش بررسی علل واکاوی وچالش های توسعه گردشگری استان (ضعف مدیریتی و زیر ساختی) از دیدگاه مردم، مسئولین و گردشگران می باشد. نوع تحقیق کاربردی و روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است. ابزارگردآوری اطلاعات، کتابخانه ای و میدانی، تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمارهای پارامتری و ناپارامتری استفاده شده است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که مهم ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان عوامل زیرساختی می باشد. نتایج نشان داد که ضعف مدیریتی و زیرساختی از عوامل مهم تأثیرگذار در توسعه گردشگری استان هستند. بااین وجود از نظر گردشگران عامل زیر ساختی با میانگین ۳/۴۴ بیشتر از عوامل مدیریتی (با میانگین ۳/۳۷) در عدم توسعه گردشگری در استان نقش داشته است. به گونه ای که از مهم ترین مؤلفه های عامل زیر ساختی و مدیریتی به ترتیب مؤلفه رفاهی و اقامتی با میانگین ۳/۵۵ و تبلیغات با میانگین ۳/۴۲ نقش مؤثری داشته اند.

واژگان کلیدی: گردشگری، چالش ها، مدیریت، استان کهگیلویه و بویر احمد.

## مقدمه

تمایل به سفر همچون میل دوری از یکنواختی زندگی روزمره، برای شکست عادت‌های روزانه، دوری از هیاهوی کار، نیاز به تجربه و تنوع در رویدادها- چیزی است که در وجود ما نهادینه شده است. سفر به جایی دیگر، همراهی با مردمی دیگر در یک آب‌وهوا و محیط زیستی متفاوت با محل زندگی خود، به معنی بخشی از داستان و تجربه دیگری است، برآورده شدن این آرزوها شخصی و منحصر به فرد می‌باشد. (Gjorgievski & Melles, 2012:97).

گردشگری پدیده‌ای است که می‌تواند به موفقیت اقتصادی یک شهر و یا حتی در پویایی اجتماعی آن نقش داشته باشد، به طوری که در سال‌های اخیر روند رو به رشد و ارتقاء صنعت گردشگری فعال در بسیاری از شهرهای دنیا وجود دارد (Badita, 2013:34).

گردشگری فعالیت اقتصادی پیچیده‌ای است که به همه منافذ زندگی بشر نفوذ کرده است (Milenkovska, 2011:49). صنعت توریسم فراتر از یک صنعت، به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی دارای پیچیدگی‌های خاص خویش است (Elliott, 1997: 4).

صنعت گردشگری در حال حاضر به بزرگ‌ترین صنعت در بخش خدمات تبدیل شده است و از نظر پراکنش، صنعت شماره یک جهان محسوب می‌شود. امروزه، تجربیات نظری و اجرایی متعددی در سطح دنیا برای مطالعه، بررسی، برنامه‌ریزی و مدیریت مناطق گردشگری وجود دارد، که همگام با پیشرفت‌های فناوری روند صعودی دارند (Tsai & et al, 2010, 358).

گسترش توسعه گردشگری متأثر از عوامل مختلف است، این عوامل شامل سیاست‌گذاری‌های دولتی، رشد جهانی اقتصادی، رشد ارتباطات چند سطحی، فناوری اطلاعات است (sunday 2015). در قرن بیستم، جهانی شدن سرمایه‌داری، تحرک جمعیتی و پیشرفت در فن‌آوری ارتباطات به توسعه گردشگری به عنوان گسترده‌ترین صنعت جهان کمک کرده است. (Chris Choi & Sirakaya, 2006). این صنعت یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان است که در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای یافته (سبحانی، ۱۳۸۹: ۱۱۴) و به عنوان روبه رشدترین صنعت اشتغال‌زا در دنیا و دومین صنعت پس از نفت (یزدانی زنگنه و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۱) شناخته شده و در توسعه کشورها، به ویژه در زمینه‌ی ایجاد اشتغال بسیار مهم بوده است (Daryabari et al, 2010:19). به طوریکه رشد و توسعه این صنعت به حدی بوده که بسیاری از صاحب‌نظران آن را صنعت مسلط سال‌های آتی معرفی می‌کنند (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۹). اگر توسعه صنعت گردشگری مناسب با اهداف اجتماعی گسترش پیدا کند، می‌تواند منجر به رفاه کل جامعه شود. (Meliou & Maroudas, 2010:124). از این رو می‌توان فضایی را پدید آورد که در آن الزامات گردشگری با اهداف اخلاقی و سازمان‌های جهانی گره خورده باشد. برای مثال از گردشگری برای ارتقای صلح و تفاهم میان ملت‌ها و حفظ و تکریم هویت‌های فرهنگی استفاده می‌شود. (کتابی، ۱۳۷۶: ۴۱۰).

گردشگری از مهم‌ترین عوامل عمران ناحیه‌ای است که می‌تواند زمینه توسعه اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی فراهم نماید (نگهبان، ۱۳۸۸: ۳). این روزها، صنعت گردشگری کلید توسعه‌ی اقتصادی بسیاری از کشورها به‌خصوص کشورهای در حال توسعه و جهان سوم است (Azimi et al, 2009: 25, 2001: 15).

با توجه 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 به‌منظور رهایی از اقتصاد تک‌محصولی، بیش‌ازپیش در کشور احساس می‌شود. (Zaman-farahani et al 2012). کشور ما از لحاظ طبیعی و انسانی دارای پتانسیل‌های بسیار بالایی جهت گردشگری می‌باشد و برنامه‌ریزی اصولی جهت توسعه گردشگری، می‌تواند در توسعه اقتصادی کشور نقش کلیدی ایفا کند. (الوانی، ۱۳۸۵: ۱۳؛ محسنی، ۱۳۸۸).

با وجود اهمیت بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشور صورت نپذیرفته و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر معطوف به رهیافتهای تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده‌اند. در این راستا بیشتر هدف‌گذاری‌ها و وضع دستورالعمل‌های اجرایی معطوف به خصوصی‌سازی واحد‌های اقامتی، تبلیغات جهانگردی، آموزش نیروی انسانی، تخفیف‌های مالیاتی و... بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است، در حالی که چالش‌های پیش‌رو این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست‌های جانب تقاضا را طلب می‌کند، بلکه سیاست‌گذاری ابعاد عرضه و سازماندهی ساختار فعالیت بنگاه‌ها را می‌طلبد. (نوبخت و همکاران، ۱۳۸۷: ۸).

استان کهگیلویه و بویر احمد با وسعت ۱۶۲۶۴ کیلومتر مربع می‌باشد و از دو منطقه سردسیری و گرمسیری تشکیل شده است. جنگلهای متراکم، چشم‌انداز زیبای قلل و ارتفاعات، رودخانه‌ها، چشمه‌سارها، آبشارها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها، مناطق حفاظت‌شده با تنوع جانوری و گیاهی غنی و همچنین عشایر و ایلات مختلف با آداب و رسوم خاص، از توان‌های محیطی منطقه برای جذب گردشگر هستند (مجله مسافران، ۱۳۸۱: ۱۵). استان کهگیلویه و بویر احمد با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی، مذهبی و طبیعی) به لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های موثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری ایران و جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی-اجتماعی استان که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند. بنابراین هدف اصلی این پژوهش شناسایی موانع عمده توسعه صنعت گردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد بوده که در ضمن چند هدف فرعی از جمله شناسایی ضعف‌های موجود در بخش مدیریت صنعت گردشگری، شناسایی موانع زیربنایی و خدماتی، شناسایی ضعف‌های موجود در بخش بازار یابی و شناسایی موانع و مشکلات فرهنگی و آموزشی مرتبط صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویر احمد مد نظر بوده است. لذا ضروری است ضمن برشمردن چالش‌های اساسی مترتب بر این صنعت، به بررسی راهکارهای توسعه صنعت گردشگری در استان، پرداخته شود.

در این مطالعه برای سنجش و آزمون فرضیات مطرح شده از نظرات سه جامعه آماری دیدگاه گردشگران، دیدگاه مردم، دیدگاه مسئولین استفاده شده که نظرات این سه گروه به وسیله سه نوع پرسشنامه گراوری شده است، تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده به وسیله نرم افزار آماری *Spss* انجام گرفته که در ادامه نتایج حاصله آورده خواهد شد.

### مبانی نظری

توریسم واژه ای فرانسوی است که از ریشه «تور» گرفته شده است تور در زبان فرانسه به معنی حرکت دورانی، عمل پیمودن، طی کردن و گردش کردن است. (بقایی و نوروزی، ۱۹، ۱۳۸۴). تعریف گردشگری بر اساس شرایط فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و چشم انداز تفاوت عمده ای دارد. سازمان گردشگری (*WTO*) گردشگری را چنین تعریف می کند؛ گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نیست انجام می دهد و هدف آن سرگرمی، تفریح استراحت، ورزش، دیدار با اقوام و آشنایان، کسب و کار ماموریت، شرکت در سیمینار یا کنفرانس، درمان، مطالعه، تحقیق، فعالیت های مذهبی و فعالیتهایی از این قبیل است (رضوانی، ۱۳۸۷، ۵). بنابراین، گردشگری می تواند شامل تمام مسافرت هایی که منجر به اقامت حداقل یک شبه در مقصد شود اما مدت زمان دور بودن از منزل نباید بیش از یک سال باشد. (*World tourism organization, 2010: 5*). اصطلاح گردشگری در اوایل قرن نوزدهم رواج پیدا کرد. باین حال این صنعت فرایند گردشگری تلفیق یافته ای از فضای فیزیکی و جامعه انسانی می باشد که اشکال جدید آن نتیجه تغییر در ارزش ها و نگرش های زندگی انسان، تکنولوژی پیشرفته، و نیروهای سیاسی است. (*Friedel et al, 2008*) صنعت گردشگری با ماهیتی چندبعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده ای در سیستم جامعه میزبان می گردد (*Dwyer et al, 2009: 63-74*). از این رو دولتمردان در تلاش اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (*Rosentraub et al, 2009: 759-770*). این اهمیت و نقش گردشگری، باعث شده که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد کند (خسروی نژاد، ۱۳۸۷: ۸۹). و اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی بنامند (رضوانی، ۱۳۸۷، ۶۱) برخی از صاحب نظران از گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند (زارعی، ۱۳۸۸: ۱۰۵-۱۱۶؛ *shaw & Williams, 2004*). همچنین فرهنگ را سنگ بنای توسعه گردشگری می دانند. پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۸۷). گردشگری مجموعه پدیده ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت ها و جوامع میزبان، دانشگاه و سازمان های غیردولتی در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵، ۲: *Weaver, 2002*). با وجود اثرات مثبت فراوان گردشگری با چالش هایی هم در زمینه توسعه و گسترش توریسم مواجه هستیم.

۱- موانع و نارسایی های اقتصادی: ۲- موانع اجتماعی و فرهنگی ۳- موانع مدیریتی و سازمانی ۴ نارسایی ۵- امکانات و خدمات رفاهی ۶- موانع فرهنگی و تبلیغاتی ۷- موانع آموزشی و تحقیقاتی و همچنین کمبود و نامطلوب بودن وسایل

حمل و نقل مسافری، جاده‌های بین‌شهری، مراکز خرید تأسیسات اقامتی، شبکه‌های آب و برق، مخابرات، فاضلاب و بهداشت در مناطق گردشگری، از موانع عمده توسعه به حساب می‌آید. (مدهوشی، ۱۳۸۲: ۳۴-۳۵، ناصری، ۱۳۷۵: ۱۰۵).

### پیشینه پژوهش

رضایی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان شناخت و واکاوی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان اصفهان (مطالعه موردی: روستای ابیانه) با استفاده از روش تحلیل عاملی به این نتیجه رسیده‌اند که در مجموع ۶۴/۶۱ درصد از واریانس مشکلات توسعه گردشگری در روستای ابیانه را به ترتیب اولویت پنج عامل زیرساختی، پشتیبانی، انگیزش - شناختی و اجتماعی - فرهنگی تبیین می‌نمایند. با توجه به مشکلات اشاره شده و عدم برنامه ریزی و اعمال مدیریت مناسب برای حل آن‌ها، منجر به کمک رنگ تر شدن جاذبه‌های گردشگری در روستای ابانه و کاهش ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها گردشگری آن شده است که این ضعف مدیریتی را باعث از دست دادن بازارهای گردشگری و محروم ماندن مردم محلی از مزایای بی‌شمار گردشگری روستایی و در نهایت کندی و تاخیر در فرایند توسعه روستایی منطقه می‌شود، می‌دانند.

پاپ زن و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای تحت عنوان مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه) به این نتیجه رسیده‌اند که مشکلات گردشگری روستایی در روستای حریر عبارتند از: فقدان امکانات زیر بنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستاییان و مسئولان از گردشگری روستایی، کم رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی روستا، فقدان شبکه اطلاع رسانی صحیح و به موقع، عدم توجه و حمایت کافی دولت میدانند.

کریمی دهکردی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی، به این نتیجه رسیده‌اند که مشکلات زیر ساختی، بازاریابی، بهداشت و سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری... را در استان چهارمحال بختیاری می‌دانند.

کریمی دهکردی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان واکاوی کیفی مشکلات گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مطالعه موردی: روستای شگفت سر آقا سید - شهرستان کوهرنگ) با استفاده از مدل مفهومی پژوهش به این نتیجه رسیدند که منطقه مورد مطالعه دارای مشکلات زیر ساختی، بازاریابی، بهداشت، سلامت و... می‌باشد.

رنج پور و همکاران (۱۳۹۰). در پژوهشی به موضوع "بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران طی دوره ۱۳۴۷ - ۱۳۸۸" به این نتیجه رسیدند که یک رابطه علیت بلندمدت از طرف درآمدهای حاصل از توریسم به رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت وجود دارد. از این رو می‌توان استدلال کرد که توسعه صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان محرک تولید ناخالص داخلی و نیز رشد اقتصادی کشور گردد.

ناصر پور (۱۳۸۲). در پژوهشی با عنوان "بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان و ارائه



راهکارهای مناسب در این زمینه "پرداخته و به این نتیجه رسیده که بین تعداد مراکز تصمیم‌گیری و توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری و همچنین بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و نیز ضعف بازاریابی و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگری با توسعه‌نیافتگی استان لرستان رابطه وجود دارد.

پارسائی (۱۳۸۴). در پژوهشی با عنوان "امکان‌سنجی نواحی مستعد دارای اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از GIS" انجام داده و به این نتیجه رسید که شهرستان‌های دنا و بویراحمد برای تفریح زمستانه و شهرستان‌های کهگیلویه و گچساران برای تفریح تابستانه مناسب هستند.

جهانتاب و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان (جاذبه‌های گردشگری و راهکارهای توسعه آن در استان کهگیلویه و بویراحمد) پرداخته و نتیجه گرفتند که وجود بیش از ۲۱۷ گردشگاه زیارتی، تفریحی، تاریخی و فرهنگی و ... پتانسیل بالایی را در استان برای فعالیت‌های اکوتوریستی کوهنوردی، اسکی و ... با وجود آورده است که با مدیریت قوی می‌تواند باعث گسترش گردشگری شود.

رزم آور (۱۳۸۹). در پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان "بررسی موانع و مشکلات یاسوج" به این نتیجه رسیده است که کمبود امکانات رفاهی و خدمات، از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری یاسوج است.

حسین زاده کریک (۱۳۸۹). در پژوهشی با عنوان "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم پایدار (مطالعه موردی استان کهگیلویه و بویراحمد) نتیجه به شناسایی نقاط قوت و ضعف استان کهگیلویه و بویراحمد پرداخته و راهکارهای مؤثر برای دستیابی به اکوتوریسم پایدار استان کهگیلویه و بویراحمد ارائه دادند.

#### جدول شماره ۱: مهمترین جاذبه‌های گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد

شهرستان	جاذبه های طبیعی	جاذبه های انسانی
بویراحمد	منطقه نمونه گردشگری سقاوه در مارگون؛ ماه پرویز، پارک جنگلی یاسوج، تنگ گنجه ای، تنگ مهران، بیشه زارمادوان، دشت مورپسه کاکان، چشمه چنار، تنگ سریز، چشمه آب نهر کاکان، سرگچینه بویراحمد، آبشار تنگ تامردای، دریاچه مورزرد زیلایی، چشمه و آبشار شهینز، آبشار بهرام بیگی، دشت نرماب، دشت سرچنار، رودخانه بشار.	تله کابین یاسوج، کمپینگ تنگ گنجه ای، شهرک سلامت یاسوج، هتل پنج ستاره یاسوج، بازارچه صنایع دستی یاسوج، پیست اسکی کاکان، پارک ساحلی بشار، کمپینگ پارک جنگلی، سد چیتاب.
دنا	آبشار منج، منطقه حفاظت شده دنا (غربی شرقی) آب سبا، روستای توریستی کریک، کوخدان، بیاره، دریاچه کوه گل، چشمه میشی، تنگ برائی، گردنه بیژن، دشتک سیسخت، خاریدان سیسخت، غار نول، غار یخی، آبشار تنگ نمک، نول، رودخانه کبکیان و حاشیه آن، دره عباس آباد، روستای دارشاهی، اشکفت دهفیری، آبشار میمند، کوه دنا.	تله کابین سیسخت، کمپینگ بنادان سیسخت، شهرتوریستی سیسخت، اردوگاه تفریحی کوه گل، پل تخت شاه نشین پاتاوه، مناطق ایلات و عشایر، صنایع دستی، مجتمع بین راهی توتنده و گورستان لما.

کمپینگ بی بی حکیمه، سد کوثر، بازارچه صنایع دستی، گنبد لیشر، گنبد باباکلان، چهر طاق خیر آباد، کوشک گدنگون، دز سلیمان، قلعه آرو، بنای تاریخی ملک ناس، بنادر شاهزاده اسماعیل، بوستان لاله.	منطقه نمونه گردشگری دیل، قلات گناوه، پادوک شالدون، منطقه دشت دیل، روستای مارین، آبشار کیوان لیشر، رودخانه خیرآباد، مارین، دیل و دشت دیل، زهره کوه خامی، روستای مارین، آبشار رودبال، آبشار هر جون.	گجساران
بازارچه صنایع دستی دهدشت، بلاد شاپور، حمام، آب انبار، کاروانسرا، مسجد جامع، مسجد مورک، بازار تجارت خانه، امامزاده پیر غاری، قلعه ضرغام آباد (پلی) قلعه رئیسی پل دختر، پل تمسیت، محوطه طولیان، قلعه سریری بافت تاریخی روستای چنگلوا، محوطه کمبوس بناری، دلی مهرگان، ترجمه کتیبه تنگ المون طسوج.	منطقه نمونه گردشگری موگرمون در لنده، آبشار کمردوغ در چاروسا و دیشموک، آبشار طسوج، کوه خائیز، کوه نور (نیر)، دریاچه سد مارون و در تنگ تنکاب؛ آبشار خیمه پارک دشت مازه، لیراب، دلی دل افروز، کوه نور، کوه خائید.	کهگیلویه
قلعه نادر، قلعه های حکومتی، بافت تاریخی روستای کارند، اسنودان تنگ گپریال، سنگ نوشته ها، امامزاده بابا احمد (ع)، امامزاده سید اسدالله و سید ابراهیم، سیاه چادر (بهون) صنایع دستی عشایری.	منطقه نمونه گردشگری برم الوان، تله کابین بهمئی، تنگ ملغی، پایان رسیده، منطقه رود تلخی، تنگ سروک، دریاچه برم الوان، تنگ ماغر، دیزک.	بهمئی
کمپینگ چشمه بلقیس، قلعه چرام، آسیابهای تل بابونه، قلعه تمبی، بافت روستای شیخ حسین، قلعه کره شهبازی، آثار روستای موگرم، تنگ پیزال.	چشمه بلقیس، رودرونه، دشت سرسبز و زیبای چرام.	چرام
دو گور دو پا، مجموعه پلهای پریم، (پرین) قلعه شامبران، بند انبارگاه (سد انبارگاه).	منطقه نمونه گردشگری شالدون، جلگه امیر شیخی، آبشارشادگان، اشکفتهای خان احمد، دره شاه بهرام.	باشت

منبع: یافته های تحقیق: ۱۳۹۷.

### روش تحقیق

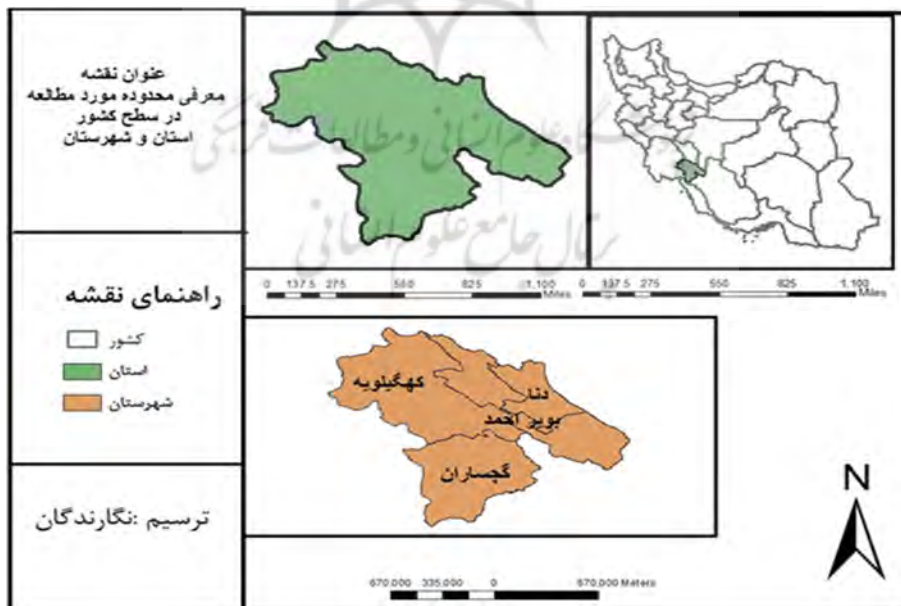
پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی - تحلیل است. برای گردآوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و اسنادی و همچنین از روش‌های میدانی و مشاهده مستقیم استفاده شده است. برای انتخاب تعداد پرسشگران از جدول مورگان استفاده شده است. تعداد پرسشگران برای هر سه گروه مسئولین استانی، گردشگران و مردم محلی استان ۴۱۹ نفر انتخاب شد ۳۰۷ نفر مرد و ۱۱۲ نفر زن بودند. از این بین گردشگران با ۱۷۰ نفر ۱۲۳ نفر مرد و ۴۷ زن، مردم بومی استان ۱۴۸ نفر شامل ۱۰۰ مرد و ۴۸ زن و مسئولین استانی با ۱۰۱ نفر شامل ۸۴ مرد و ۱۷ زن بودند.

برای بررسی این نکته که آیا میانگین نمونه‌های برداشته شده از یک متغیر تصادفی تا چه حد به میزان «واقعی» (که آزمایشگر نمی‌داند) نزدیک است از تست تی - استیودنت استفاده می‌شود. ذکر این نکته ضروری است، چنانچه داده‌های مربوط به متغیر وابسته از نوع کمی با مقیاس (فاصله‌ای یا نسبی) و داده‌های مستقل از نوع کیفی با مقیاس (اسمی یا ترتیبی) باشد، برای بررسی تفاوت‌ها می‌توان به مقایسه میانگین‌ها پرداخت و معنی‌دار بودن تفاوت‌های موجود بین طبقات یا گروه‌ها را مورد بررسی قرارداد. بدین منظور از روشی با کاربرد بیشتر خی دو بهره گرفته شد آزمون  $T$  یکی از روش‌های پارامتری می‌باشد، که به منظور دستیابی به این که آیا تفاوت بین یک حد استاندارد از نظر آماری معنی‌دار است یا نه، مورد استفاده قرار می‌گیرد. یکی از مشهورترین آزمون‌های آماری غیر پارامتریک، آزمون خی دو یا کای

اسکوار می‌باشد که در تحلیل‌های آماری، بسیار از آن استفاده می‌شود. فرایند آزمون با دسته‌بندی یک متغیر در تعداد طبقات، به محاسبه آماره کای اسکوار می‌پردازد.

### محدوده مورد مطالعه

استان کهگیلویه و بویراحمد در جنوب غربی ایران و در ادامه سلسله جبال زاگرس، بین ۳۰ درجه و ۹ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۳۲ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۵۷ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۴۲ دقیقه طول شرقی واقع شده است. از شمال به استان چهارمحال و بختیاری و اصفهان، از جنوب به فارس و بوشهر، از شرق به اصفهان و فارس و از غرب به استان خوزستان محدود است. این استان با مساحتی حدود ۱۶۲۶۴ کیلومتر مربع، حدود یک درصد از مساحت کشور را دربرمی‌گیرد. این استان دارای چهار شهرستان به نام‌های بویراحمد، کهگیلویه، دوگنبدان، چرام، لنده، دنا، باشت، بهمئی می‌باشد. استان کهگیلویه و بویراحمد سرزمینی کوهستانی و نسبتاً مرتفع است که ۸۵ تا ۹۰ درصد مساحت آن را ارتفاعات و تپه‌ماهورها در برگرفته و فقط ۱۰ تا ۱۵ درصد آن در دشت‌ها و جلگه‌ها تشکیل می‌دهند. بلندترین نقطه است آن قله دنا با ارتفاع ۴۴۰۹ متر و پست‌ترین نقطه آن چره زن در جنوب غربی بی‌بی حکیمه در شهرستان گچساران می‌باشد که ۱۹۷ متر از سطح دریا ارتفاع دارد. با توجه به موقعیت جغرافیایی استان و نحوه استقرار ارتفاعات زاگرس در آن، هر چه در امتداد اصلی ارتفاعات زاگرس از سمت شمال شرقی به جنوب غربی حرکت کنیم، از ارتفاع کوهستان‌ها و مقدار ریزش‌های جوی و رطوبت منطقه کاسته می‌شود. این توزیع طبیعی ارتفاعات، ویژگی‌های اقلیمی دوگانه‌ای را به وجود آورده است و استان کهگیلویه و بویراحمد را به دو ناحیه اقلیمی سردسیری و گرمسیری تقسیم کرده است. (پارسائی، ۱۳۸۴).



شکل ۱: محدوده استان کهگیلویه و بویراحمد در کشور

یافته‌های پژوهش



## تحلیل ضعف مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان

### الف): دیدگاه گردشگران

به منظور بررسی و تحلیل دیدگاه گردشگران، مسئولین و مردم در ضعف مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد از آزمون آماری  $T$  تک نمونه‌ای (آزمون مقایسه‌ی میانگین یک جامعه با یک عدد) و آزمون رتبه‌ای فریدمن استفاده شده است. ابتدا برای بررسی دیدگاه گردشگران از آزمون  $T$  تک نمونه‌ای استفاده شده است. هدف اصلی این آزمون مقایسه متغیرهای مورد نظر با حد وسط است. از آنجا که متغیرهای پژوهش با طیف لیکرت سنجیده شده اند عدد ۳ به عنوان حد متوسط در نظر گرفته شده است و داده‌ها در هر یک از شاخص‌ها با این عدد سنجیده شده‌اند. در آزمون  $T$  تک نمونه‌ای فرض  $H_0$  حاکی از برابری با عدد سه (حد متوسط) می‌باشد و فرض  $H_1$  حاکی از عدم برابری با حد متوسط است. در صورتی که فرض صفر رد شود باید از مقادیر حد بالا و حد پایین استفاده کرد که:

هرگاه حد بالا و پایین مثبت باشد، میانگین از مقدار مشاهده شده بزرگتر است.

هرگاه حد بالا و پایین منفی باشد، میانگین از مقدار مشاهده شده کوچکتر است.

بنابراین با استفاده از این آزمون کلیه شاخص‌ها در سه سطح تقسیم‌بندی گردیده‌اند (Bosshaq et al, 2012, 552). نتایج حاصل از آزمون  $T$  تک نمونه‌ای (جدول ۲) نشان می‌دهد در بین پاسخگویان با استفاده از داده‌های پرسشنامه‌ای به‌دست‌آمده، مبین بالا بودن مقادیر میانگین به‌دست‌آمده در مؤلفه‌های موردنظر تحقیق از حد میانگین (۳) می‌باشد. به طوری که در سطح معناداری و تفاوت آن‌ها از مطلوبیت عددی نیز به شکل مثبت ارزیابی و برآورد شده است. همان‌طوری که، میزان تفاوت معناداری میانگین در همه موارد که با احتساب دامنه طیفی میانگین مؤلفه‌ها (که بین ۱ تا ۵ بر اساس طیف لیکرت در نوسان است)، مقدار به‌دست‌آمده برای تمامی مؤلفه‌ها بالاتر از میزان مطلوبیت عددی مورد آزمون یعنی (۳) ارزیابی شده است. البته لازم به ارائه است که عامل زیرساخت‌های گردشگری با میانگین ۳/۴۴ بیشتر از عامل مدیریتی با مجموع ۳/۳۷ در چالش‌های گردشگری استان مؤثر هستند.

### جدول ۲: تأثیر عوامل مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان از دیدگاه گردشگران بر اساس آماره $t$

مؤلفه‌ها	میانگین	آماره آزمون $t$	درجه آزادی	مقدار خطا	تفاوت از حد مطلوب		فاصله اطمینان ۹۵ درصد
					پایین‌تر	بالاتر	
مدیریت گردشگری	مدیریت	۸/۸۴۴	۱۶۹	/۰۰۳	۳۴۶	/۲۶	/۴۲
	تبلیغات	۹/۵۴۳	۱۶۹	/۰۰۳	۴۲۴	/۳۳	/۵۱
	مشارکت	۷/۲۹۷	۱۶۹	/۰۰۳	۳۵۱	/۲۵	/۴۴
	مجموع	۹/۷۱۱	۱۶۹	/۰۰۳	۳۷۴	/۲۹	/۴۵
زیرساخت‌های گردشگری	دسترسی	۸/۰۴۱	۱۶۹	/۰۰۳	۳۶۲	/۲۷	/۴۵
	سرمایه	۹/۵۸۵	۱۶۹	/۰۰۳	۴۱۱	/۳۲	/۴۹
	رفاهی - اقامتی	۱۲/۵۵۴	۱۶۹	/۰۰۳	۵۵۲	/۴۶	/۶۳
	مجموع	۱۲/۰۵۴	۱۶۹	/۰۰۳	۴۴۲	/۳۶	/۵۱

منبع: یافته‌های تحقیق: ۱۳۹۷.

با این وجود از مؤلفه‌های عامل زیرساختی مؤلفه‌های اقامتی-رفاهی با میانگین ۳/۵۵ دارای بیشترین اهمیت است. از مؤلفه‌های اقامتی-رفاهی نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی، نامناسب بودن تسهیلات خدماتی و بهداشتی، فقدان تأسیسات اقامتی در نزدیکی جاذبه‌های موجود، پایین بودن کیفیت خدمات رفاهی موجود در کنار جاذبه‌ها، ضعف خدمات بهداشتی در محوطه‌های گردشگری، نارسایی در خدمات موردنیاز گردشگران و ... که نشانگر این است که اماکن اقامتی و رفاهی موجود در استان از نظر گردشگران مناسب نبودند. مؤلفه دسترسی به جاذبه‌های گردشگری با میانگین ۳/۳۶ دارای کمترین تأثیر از عوامل زیرساختی است. از مؤلفه‌های عامل دسترسی به جاذبه‌ها می‌توان به نامناسب بودن زیرساخت‌های ارتباطی منتهی به جاذبه‌ها، کیفیت پایین سیستم حمل‌ونقل عمومی و فرسودگی ناوگان جاده‌ای، انزوای ارتباطی و فاصله‌ای جاذبه‌های گردشگری در استان، بالا بودن حوادث ناشی از تردد گردشگران در برخی جاده‌های منتهی به جاذبه‌های گردشگری و... از مؤلفه‌های عامل مدیریتی مؤلفه تبلیغات مکان‌های دارای جاذبه گردشگری با میانگین ۳/۴۲ دارای بیشترین تأثیر است. از مؤلفه‌های تبلیغات می‌توان به عدم معرفی جاذبه‌های گردشگری به گردشگران، عدم تبلیغ و اطلاع‌رسانی نامناسب، عدم توجه به غنی‌سازی فرهنگ سفر در بین مردم استان، پایین بودن میزان آگاهی مردم و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران، عدم معرفی جاذبه‌های گردشگری استان در رسانه‌های محلی، معرفی اندک صنایع دستی و گردشگری استان به گردشگران و... از نظر گردشگران تبلیغات مناسب می‌تواند باعث جذب بیشتر و بهتر گردشگران به استان شود. این در حالی می‌باشد که از مؤلفه‌های مدیریتی مؤلفه مدیریت در زمینه گردشگری با میانگین ۳/۳۴ کمترین نقش را در توسعه گردشگری استان دارد.

جدول ۳: تأثیر عوامل مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان از دیدگاه گردشگران بر اساس آماره کای دو

و فریدمن

میانگین رتبه‌ای فریدمن	میانگین عددی	مؤلفه‌ها	
۳/۲۹	۳/۳۵	مشارکت	مدیریت گردشگری
۳/۱۶	۳/۳۴	مدیریت	
۳/۵۳	۳/۴۲	تبلیغات	
۳/۴۸	۳/۴۱	سرمایه	زیرساخت‌های گردشگری
۴/۱۶	۳/۵۵	رفاهی - اقامتی	
۳/۳۹	۳/۳۶	دسترسی	
۲۹/۹۷۹		کای دو	
۳		درجه آزادی	
/۰۰۲		سطح معناداری	

منبع: یافته‌های تحقیق: ۱۳۹۷.

از مؤلفه‌های مدیریتی می‌توان به فقدان نظارت و مدیریت در امور جاری کارکنان جاذبه‌ها، پایین بودن امنیت در مکان‌های دارای جاذبه، روشن نبودن نقش گردشگری در برنامه توسعه استان، عدم همکاری نهادهای دست‌اندرکار در امور گردشگری، عدم به‌کارگیری شیوه‌های علمی در جذب گردشگر و مدیریت آن در استان می‌باشد. به منظور تحلیل دقیق‌تری برای اینکه آیا عوامل مدیریتی و زیرساختی از عوامل مهم تأثیرگذار در عدم توسعه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد است از آزمون کای دو استفاده شده است. همان‌طور که در جدول (۳) از دیدگاه گردشگران مشاهده

می‌شود. بر اساس آماره کای دو و بزرگ بودن مقادیر آن  $29/979$  که در واقع تأییدی بر یافته‌های آزمون  $T$  تک نمونه‌ای می‌باشد.

### ب): دیدگاه مردم

همان‌طور که، جدول (۴) از دیدگاه مردم محلی استان نشان می‌دهد، تحلیل میانگین عددی حاصل از محاسبه مؤلفه‌های ضعف مدیریتی و زیرساختی که در توسعه گردشگری استان مؤثر است، در بین پاسخگویان با استفاده از داده‌های پرسشنامه‌ای به دست آمده است. برای بررسی این موضوع از آزمون  $t$  تک نمونه‌ای استفاده شده است که مبین بالا بودن مقادیر میانگین به دست آمده در مؤلفه‌های مورد نظر تحقیق از حد میانگین (۳) می‌باشد. به طوری که در سطح معناداری و تفاوت آن‌ها از مطلوبیت عددی نیز به شکل مثبت ارزیابی و برآورد شده است. همان طوری که، میزان تفاوت معناداری میانگین در همه موارد که با احتساب دامنه طیفی میانگین مؤلفه‌ها (که بین ۱ تا ۵ بر اساس طیف لیکرت در نوسان است)، مقدار بدست آمده برای تمامی مؤلفه‌ها بالاتر از میزان مطلوبیت عددی مورد آزمون یعنی (۳) ارزیابی شده است. همان‌گونه که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود عامل زیرساخت‌های گردشگری با مجموع  $3/50$  بیشتر از عامل مدیریتی با مجموع  $3/41$  در عدم توسعه گردشگری استان مؤثر است.

### جدول ۴ تأثیر عوامل مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان از دیدگاه مردم محلی بر اساس آماره $t$

فاصله اطمینان ۹۵ درصد	تفاوت از حد مطلوب		مقدار خطا	درجه آزادی	آماره آزمون $t$	میانگین	مؤلفه‌ها	
	پایین‌تر	بالاتر						
	۳۹	۵۲	۰.۰۰۰	۱۴۷	۱۳/۸۱۳	۳/۴۶	مدیریت	گردشگری
	۳۱	۴۸	۰.۰۰۰	۱۴۷	۸/۸۱۹	۳/۳۹	تبلیغات	
	۵۶	۷۰	۰.۰۰۰	۱۴۷	۱۷/۵۸۲	۳/۶۳	مشارکت	
	۳۵	۴۸	۰.۰۰۰	۱۴۷	۱۳/۰۹۲	۳/۴۱	مجموع	
	۴۴	۶۰	۰.۰۰۰	۱۴۷	۱۲/۸۳۹	۳/۵۲	دسترسی	زیرساخت‌ها ی گردشگری
	۲۷	۴۵	۰.۰۰۰	۱۴۷	۸/۳۶۵	۳/۳۶	سرمایه‌گذاری	
	۳۱	۴۷	۰.۰۰۰	۱۴۷	۹/۹۰۱	۳/۳۹	رفاهی - اقامتی	
	۴۴	۵۶	۰.۰۰۰	۱۴۷	۱۵/۹۱۰	۳/۵۰	مجموع	

منبع: یافته‌های تحقیق: ۱۳۹۷.

ضرورت شناخت از مقوله مشارکت بدان جهت دارای اهمیت است که اولاً یکی از مبانی اساسی و اصولی دموکراسی در دنیای امروز است و ثانیاً شهرداری‌ها، زمینه‌ساز فرهنگ مشارکت برای رسیدن به آرمان‌های جامعه دموکراتیک بر اساس (ادبیات امروز) می‌باشند. بدون شک هرچقدر زیرساخت‌های مشارکت از ابعاد گوناگون بیشتر مورد کالبدشکافی قرار گیرد، پیش‌بینی شرایط، در راستای ارزش‌های مترتب بر مؤلفه‌ی مشارکت دقیق‌تر هویدا می‌شود. از مؤلفه‌های عوامل زیرساختی در زمینه گردشگری مؤلفه دسترسی با میانگین  $3/52$  دارای بیشترین تأثیر در عدم پیشرفت گردشگری استان است. به نظر مردم اگر راه‌های دسترسی به جاذبه‌ها بهتر شود باعث می‌شود گردشگری در استان به



پیشرفت برسد و توسعه پیدا کند. از مؤلفه‌های دسترسی نامناسب بودن زیرساخت‌های ارتباطی منتهی به جاذبه‌ها، دسترسی مشکل به جاذبه‌ها، کیفیت پایین سیستم حمل‌ونقل عمومی و فرسودگی ناوگان جاده‌ای، پایین بودن ظرفیت هتل‌های استان به‌ویژه در فصل گرم، محدود بودن فعالیت تنها فرودگاه استان می‌باشد.

از مؤلفه‌های زیرساختی مؤلفه سرمایه‌گذاری با میانگین ۳/۳۶ دارای کمترین اهمیت از نظر گردشگری است. از مؤلفه‌های سرمایه‌گذاری می‌توان به عدم مشارکت مردم و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ضعف در جذب سرمایه‌های بخش خصوصی در بخش گردشگری استان، ناکافی بودن بودجه برای نگهداری، حفاظت و محوطه‌سازی جاذبه‌ها، طولانی بودن بازگشت سرمایه در بخش گردشگری استان، عدم تمایل بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری و غیره می‌باشد. از بین مؤلفه‌های عوامل مدیریتی مؤلفه مشارکت مردم در زمینه گردشگری با میانگین ۳/۳۳ دارای بیشترین تأثیر در عدم توسعه گردشگری در استان است. از مؤلفه‌های مشارکتی می‌توان به عدم مشارکت مردم و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم محلی، ایجاد آلودگی و عدم رعایت اصول بهداشتی از طرف گردشگران، نشر الگوی اجتماعی و رفتاری نامناسب در جوامع میزبان و ... به نظر مردم اگر زمینه‌ای فراهم شود که مردم بتوانند در امور مربوط به گردشگری مشارکت بیشتری داشته باشند باعث افزایش انگیزه گردشگران می‌شود و باعث می‌شود گردشگری در استان پیشرفت بکند. از مؤلفه‌های عامل مدیریتی مؤلفه تبلیغات مکان‌های دارای جاذبه با میانگین ۳/۳۹ دارای کمترین اهمیت است. از مؤلفه‌های تبلیغات عدم معرفی جاذبه‌های گردشگری به گردشگران، عدم توجه به غنی‌سازی فرهنگ سفر در بین مردم استان، پایین بودن میزان آگاهی مردم و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران، عدم معرفی جاذبه‌های گردشگری در رسانه‌های محلی استان و ... به‌منظور تحلیل دقیق‌تری برای اینکه آیا عوامل مدیریتی و زیرساختی از عوامل مهم تأثیرگذار در عدم توسعه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد است از آزمون کای دو استفاده شده است. همان‌طور که در جدول (۵) از دیدگاه مردم محلی استان مشاهده می‌شود. بر اساس آماره کای دو و بزرگ بودن مقادیر آن ۴۶/۹۵۴ که در واقع تأییدی بر یافته‌های آزمون  $T$  تک نمونه‌ای می‌باشد.

جدول ۵ تأثیر عوامل مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان از دیدگاه مردم محلی استان بر اساس آماره کای دو و فریدمن

مؤلفه‌ها	میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای فریدمن
مدیریت گردشگری	مشارکت	۳/۶۳
	مدیریت	۳/۴۶
	تبلیغات	۳/۳۹
زیرساخت‌های گردشگری	سرمایه	۳/۳۶
	رفاهی - اقامتی	۳/۳۹
	دسترسی	۳/۵۲
کای دو		۴۶/۹۵۴
درجه آزادی		۳
سطح معناداری		.۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق: ۱۳۹۷.

بدون شک ایفای نقش شهروندان از طریق اظهار نظر، ارائه پیشنهاد، تصمیم گیری و قبول مسئولیت در زمینه های کاری مربوطه نیازمند شرایط خاصی است که مهم ترین آن ها آمادگی شهروندان برای این کار می باشد؛ زیرا درگیر شدن و مشارکت در تصمیم گیری با افرادی که در سطوح بسیار پایین آمادگی هستند به «اتحاد نادانان» تشبیه شده است (تنهایی، ۱۳۷۷: ۲۵). از طرفی مشارکت یک فرآیند است که در آن باید افراد به صورت داوطلبانه در امور مربوط به شهرها و شهرداری ها دخالت نمایند به شرطی که توان و انگیزه مناسب برای دخالت مؤثر را داشته باشند. همچنین مشارکت به موردی خاص اطلاق نمی شود بلکه مشارکت به مفهوم «شرکت فعالانه» انسان ها در تمامی ابعاد زندگی می باشد (همان: ۲۶).

ج: دیدگاه مسئولین

تحلیل میانگین عددی حاصل از محاسبه مؤلفه های ضعف مدیریتی و زیرساختی از دیدگاه مسئولین استان نشان می دهد که در توسعه گردشگری استان مؤثر است، در بین پاسخگویان با استفاده از داده های پرسشنامه ای به دست آمده است.. همان گونه که در جدول (۶) ملاحظه می شود. از نظر مسئولین استان عامل زیرساخت های گردشگری با مجموع ۳/۶۶ بیشتر از عامل مدیریتی با میانگین ۳/۵۸ در عدم توسعه گردشگری در استان مؤثر است. از بین مؤلفه های عامل زیرساختی مؤلفه دسترسی و ارتباطات با میانگین ۳/۶۳ دارای بیشترین تأثیر در عدم توسعه گردشگری استان است. از مؤلفه های دسترسی و ارتباطات می توان به نامناسب بودن زیرساخت های ارتباطی منتهی به جاذبه ها، دسترسی مشکل به جاذبه ها، کیفیت پایین سیستم حمل و نقل عمومی، پایین بودن ظرفیت هتل های استان به ویژه در فصل گرم، نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی در جوار جاذبه ها، انزوای ارتباطی و فاصله ای جاذبه های گردشگری در استان به نظر مسئولین اگر امکانات زیرساختی و اقامتی در استان بهبود پیدا کند باعث جذب بیشتر گردشگران و توسعه گردشگری در استان می شود. یکی از عوامل اساسی برای پیشرفت گردشگری در یک ناحیه عوامل دسترسی و ارتباطی هستند که با پیشرفت این عوامل گردشگری در استان پیشرفت می کند.

جدول ۶: تأثیر عوامل مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان از دیدگاه مسئولین بر اساس آماره ۴

مؤلفه ها	میانگین	آماره آزمون $t$	درجه آزادی	مقدار خطا	تفاوت از حد مطلوب		فاصله اطمینان ۹۵ درصد
					پایین تر	بالا تر	
مدیریت گردشگری	مدیریت	۱۵/۷۷۷	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۶۱۲	۰/۵۳	۰/۶۸
	تبلیغات	۱۱/۶۶۰	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۵۶۹	۰/۴۷	۰/۶۶
	مشارکت	۱۷/۱۳۹	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۷۴۰	۰/۶۵	۰/۸۲
	مجموع	۱۵/۷۹۶	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۵۸۶	۰/۵۱	۰/۶۵
زیرساخت ها ی گردشگری	دسترسی	۱۴/۵۵۱	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۶۳۰	۰/۵۴	۰/۷۱
	سرمایه	۱۱/۶۴۰	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۶۲۶	۰/۵۱	۰/۷۳
	رفاهی - اقامتی	۱۲/۰۰۵	۱۰۰	۰/۰۰۲	۰/۵۷۶	۰/۴۸	۰/۶۷



۷۳	۵۹	۶۶۵	۱۰۰۲	۱۰۰	۱۹/۴۴۵	۳/۶۶	مجموع	
----	----	-----	------	-----	--------	------	-------	--

منبع: یافته های تحقیق: ۱۳۹۷.

از بین مؤلفه‌های عامل زیرساختی مؤلفه رفاهی و اقامتی با میانگین ۳/۵۷ دارای کمترین تأثیر در توسعه گردشگری استان است. از مؤلفه‌های رفاهی - اقامتی می‌توان به نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی - رفاهی، نامناسب بودن تسهیلات و خدمات بهداشتی بین‌راهی، پایین بودن کیفیت خدمات رفاهی موجود در کنار جاذبه‌ها، ضعف خدمات بهداشتی، ضعف خدمات اورژانسی و پزشکی در کنار جاذبه‌ها و ... از بین مؤلفه‌های عامل مدیریتی مؤلفه مشارکت با میانگین ۳/۷۴ دارای بیشترین تأثیر است. از نظر مسئولین اگر زمینه‌ها فراهم شود که مردم در امور مربوط به گردشگری مشارکت داشته باشند باعث پویایی فعالیت‌های مربوط به گردشگری می‌شود و گردشگری در استان به پیشرفت می‌رسد. از مؤلفه‌های گردشگری می‌توان به بی‌توجهی مردم به حفاظت و نگهداری جاذبه‌ها، عدم مشارکت مردم و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، فقدان مشارکت مردم در تهیه و اجرای برنامه‌های گردشگری، نشر الگوی اجتماعی و رفتاری نامناسب در جوامع میزبان، تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم محلی و ..... از بین مؤلفه‌های مدیریتی مؤلفه‌ی تبلیغات با میانگین ۳/۵۶ دارای کمترین تأثیر در توسعه گردشگری در استان است. همان‌طور که در جدول (۷) از دیدگاه مسئولین مشاهده می‌شود. بر اساس آماره کای دو و بزرگ بودن مقادیر آن ۱۰/۷۴۱ که در واقع تأییدی بر یافته‌های آزمون  $T$  تک نمونه‌ای می‌باشد. برنامه‌ریزی برای گردشگری متأثر از مداخلات دولت، بخش خصوصی و فراهم‌کنندگان مردمی خدمات است. هر یک از این عوامل فعالیت نسبتاً مشخصی بر عهده می‌گیرند. بخش تجاری شامل صاحبان سرمایه و مکان‌های پذیرایی و اقامت و ارائه‌کنندگان انواع خدمات با توجه به سود شخصی به برنامه‌ریزی فعالیت‌های خود می‌پردازند. دولت به‌عنوان مهم‌ترین نهاد عمومی، وظیفه تصویب و اجرای مقررات و قوانین و تأمین زیرساخت‌های اساسی را که گردشگری به آن‌ها وابسته است، بر عهده دارد. مشاورین حرفه‌ای در پیشنهاد برنامه‌ها و اطلاعات و انتخاب‌های صحیح به برنامه‌ریزان و مدیران مشارکت می‌کنند.

جدول ۷: تأثیر عوامل مدیریتی و زیرساختی در توسعه مسئولین استان از دیدگاه گردشگران بر اساس آماره کای دو و فریدمن

میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای فریدمن	مؤلفه‌ها	
۳/۷۴	۳/۳۰	مشارکت	مدیریت گردشگری
۳/۶۱	۳/۳۹	مدیریت	
۳/۵۶	۳/۲۳	تبلیغات	
۳/۶۲	۳/۵۰	سرمایه	زیرساخت‌های گردشگری
۳/۵۷	۳/۹۸	رفاهی - اقامتی	
۳/۶۳	۳/۶۱	دسترسی	
۱۰/۷۴۱		کای دو	
۳		درجه آزادی	
۰۰۰		سطح معناداری	

منبع: یافته های تحقیق: ۱۳۹۷.

### تحلیل مسائل ساختاری در توسعه گردشگری با تأکید بر میزان سرمایه گذاری

همان طور که در جدول شماره (۸) می بینید از نظر مردم بین مسائل ساختاری با سرمایه گذاری در صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. و بیشترین رابطه معناداری بین تبلیغات و سرمایه گذاری با همبستگی  $0/616^{**}$ ، در رتبه بعد مدیریت با سرمایه گذاری با همبستگی  $0/606^{**}$  قرار دارد. و عامل رفاهی و اقامتی با سرمایه گذاری با میانگین  $0/308^{**}$  دارای کمترین میزان همبستگی است. با این حال از نظر مسئولین بین مسائل ساختاری با سرمایه گذاری در صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. بیشترین رابطه معناداری بین مشارکت و سرمایه گذاری با همبستگی  $0/539^{**}$  وجود دارد در رده دوم بیشترین رابطه بین مدیریت و سرمایه گذاری با همبستگی  $0/479^{**}$  است. عامل دسترسی با سرمایه گذاری است با  $0/332^{**}$  دارای کمترین میزان همبستگی است. با این تفاسیر از نظر گردشگران بین مسائل ساختاری با سرمایه گذاری در صنعت گردشگری رابطه معناداری وجود دارد که بیشترین رابطه معناداری بین مدیریت با سرمایه گذاری است با  $0/677^{**}$  بعد از آن تبلیغات و سرمایه گذاری با  $0/671^{**}$  در رتبه بعدی قرار دارد. عامل رفاهی اقامتی با سرمایه گذاری دارای کمترین میزان همبستگی است با  $0/505^{**}$  هست.

#### جدول ۸: همبستگی بین سرمایه گذاری با شاخص های توسعه گردشگری از دیدگاه مردم محلی استان

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری استان		مؤلفه های مورد بررسی مردم
مقدار خطا	میزان همبستگی	
0/000	0/440 <sup>**</sup>	دسترسی
0/000	0/606 <sup>**</sup>	مدیریت
0/000	0/616 <sup>**</sup>	تبلیغات
0/000	0/477 <sup>**</sup>	مشارکت
0/000	0/308 <sup>**</sup>	رفاهی و اقامتی

منبع: یافته های تحقیق: ۱۳۹۷.

#### جدول ۹: همبستگی بین سرمایه گذاری با شاخص های توسعه گردشگری از دیدگاه مسئولین استان

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری استان		مؤلفه های مورد بررسی مسئولین
مقدار خطا	میزان همبستگی	
0/000	0/332 <sup>**</sup>	دسترسی
0/000	0/479 <sup>**</sup>	مدیریت
0/000	0/472 <sup>**</sup>	تبلیغات
0/000	0/539 <sup>**</sup>	مشارکت
0/000	0/351 <sup>**</sup>	رفاهی

منبع: یافته های تحقیق: ۱۳۹۷.

#### جدول ۱۰: همبستگی بین سرمایه گذاری با شاخص های توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری استان		مؤلفه های مورد بررسی توریست
مقدار خطا	میزان همبستگی	
0/000	0/620 <sup>**</sup>	دسترسی
0/000	0/677 <sup>**</sup>	مدیریت



۰/۰۰۰	۰/۶۷۱**	تبلیغات
۰/۰۰۰	۰/۶۰۶**	مشارکت
۰/۰۰۰	۰/۵۰۵**	رفاهی و اقامتی

منبع: یافته‌های تحقیق: ۱۳۹۷.

## نتیجه‌گیری

امروز در جهان گردشگری، دارای برجسته‌ترین و کارآمدترین کارکردهای اقتصادی است، که دست آورده‌ای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بسیاری را برای پیشگامان آن به ارمغان می‌آورد، البته این بدان معنا نیست که گردشگری اثرات منفی ندارد. گردشگری به دلیل سرشت و جان‌مایه هم‌گرایی که دارد، یعنی نزدیک کردن نگرش‌ها، فرهنگ‌ها و جوامع، از این‌رو تداخلی که این سرشت با ملاحظات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشورها دارد، در صورت سوء مدیریت و برنامه‌ریزی، می‌تواند آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی را به بار آورد. از سوی دیگر از دید محیط‌زیست، زیستگاه منطقه مقصد را دچار چالش و تغییرات منفی می‌نماید. هدف از این مطالعه تحلیل ضعف مدیریتی و زیرساختی در توسعه گردشگری استان از دیدگاه مردم، مسئولین و گردشگران می‌باشد. نتایج نشان داد که ضعف مدیریتی و زیرساختی از عوامل مهم تأثیرگذار در توسعه گردشگری استان هستند. باین‌وجود از نظر گردشگران عامل زیرساختی با میانگین ۳/۴۴ بیشتر از عوامل مدیریتی (با میانگین ۳/۳۷) در عدم توسعه گردشگری در استان نقش داشته است. این در حالی می‌باشد که از مهم‌ترین مؤلفه‌های عامل زیرساختی و مدیریتی به ترتیب مؤلفه رفاهی و اقامتی با میانگین ۳/۵۵ و تبلیغات با میانگین ۳/۴۲ نقش مؤثری داشته‌اند. این در حالی هست که از دیدگاه مردم عامل زیرساختی بیشتر از عامل مدیریتی در توسعه گردشگری استان مؤثر بوده است. در این بین مؤلفه دسترسی به جاذبه‌ها با میانگین ۳/۵۲ و مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری با میانگین ۳/۶۳ بیشتر از بقیه عوامل در توسعه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد مؤثر بوده‌اند. بر اساس برداشت مسئولین، عامل زیرساختی در توسعه گردشگری از اهمیت بارزتری برخوردار است. در این بین مؤلفه دسترسی به جاذبه‌های گردشگری با میانگین ۳/۶۳ و مشارکت مردم در امر سرمایه‌گذاری با میانگین ۳/۷۴ از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. از این‌رو در راستای این مطالعه جهت پیشبرد اهداف توسعه گردشگری در استان پیشنهادات زیر مطرح می‌گردد:

- سرمایه‌گذاری در بهبود زیرساخت‌های ارتباطی از قبیل (جاده‌ها، سیستم حمل‌ونقل فرودگاه)
- تقویت آژانس‌های گردشگری در استان برای رونق بیشتر گردشگری در استان با همکاری بخش خصوصی.
- آموزش گردشگران و مردم محلی برای حفظ و گسترش آداب و رسوم محلی.
- استفاده از نیروهای متخصص در زمینه گردشگری در نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری.
- سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری استان برای ایجاد اشتغال و درآمد.
- مدیریت مناسب بخش گردشگری جهت استفاده حداکثری از پتانسیل‌های گردشگری استان.
- تقویت و توسعه هتلداری و خدمات مهمان‌پذیری.
- ایجاد خدمات بهداشتی (آب شرب، سرویس بهداشتی و ...) در مکان‌های گردشگری و مسیرهای منتهی به آن.
- اطلاع‌رسانی و تبلیغات در معرفی جاذبه‌های گردشگری در رسانه‌های ملی و منطقه‌ای.
- مشارکت دادن بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری از طریق کاهش بوروکراسی اداری.



- آگاهی بیشتر مدیران و مسئولان دست‌اندرکار گردشگری در مورد ارزش و اهمیت گردشگری.
- احیاء بافت‌های کهنه و فرسوده مکان‌های دارای جاذبه گردشگری.
- توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تأسیسات و امکانات گردشگری.
- استفاده بهتر و بیشتر از پتانسیل‌های کوهستانی استان برای توریسم ورزشی (پیست اسکی، کوهنوردی و ...).

## منابع

- الوانی، سید مهدی؛ پیروز بخت، معصومه (۱۳۸۵)، "فرایند مدیریت جهانگردی"، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.
- بیاتی خطیبی، مریم؛ همین شهابی و قادری زاده، هانا (۱۳۸۹). "ژئوتوریسم رویکردی نو در بهره‌گیری از جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی (مطالعه موردی غارکرفتو استان کردستان)، مجله علمی پژوهشی-فضای جغرافیایی سال دهم، شماره ۲۹، ص ۲۷-۵۰.
- پاپ زن، عبدالحمید، قبادی، پرستو، زرافشانی، کیومرث، گراوندی، شهپر (۱۳۸۹)، مشکلات و محدودیت های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه)، فصلنامه پژوهش های روستایی، دوره یک، شماره سه، پاییز ۱۳۸۹، صص ۵۲-۲۵.
- پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری ماهیت و مفاهیم، تهران، انتشارات سمت.
- پاپلی یزدی، محمد حسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، "گردشگری (ماهیت و مفاهیم)"، تهران، انتشارات سمت.
- پارسائی، اسماعیل (۱۳۸۴) امکان‌سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از GIS ، پایان‌نامه کارشناسی ترسد دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- جهانتاب، اسفندیار و یاسر قاسمی آریان و اسماء حسینی (۱۳۸۹) : جاذبه‌های گردشگری و راهکارهای توسعه آن در استان کهگیلویه و بویراحمد، همایش منطقه‌ای توریسم و توسعه دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج ۲۲-۲۱ مهر.
- حسین زاده کریک ، سیدطه حسین ، علی سلطانی (۱۳۸۹) ، "شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم پایدار مطالعه موردی استان کهگیلویه و بویراحمد" ، اولین کنفرانس ملی راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار در بخش‌های کشاورزی، منابع طبیعی و محیط‌زیست.
- رزم‌آور، سمانه (۱۳۸۹). "بررسی گردشگری یاسوج" پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه غیرانتفاعی شیخ بهایی، گروه مدیریت جهانگردی.
- رضائی، روح‌الله، صفا، لیلیا، رنجبران، پریسا (۱۳۹۴)، شناخت و واکاوی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان اصفهان (مطالعه موردی: روستای ابیانه)، فصلنامه علمی پژوهشی فضای جغرافیایی، سال پانزدهم، شماره ۴۹، بهار ۱۳۹۴، صص ۵۶-۳۷.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- رنج پور، رضا ، کریمی تکانلو، زهرا و نجفی نسب، میرحجت (۱۳۹۰) " بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران طی دوره ۱۳۴۷ - ۱۳۸۸" ، فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه، ص ۱۳۴-۱۱۵.
- زارعی، عظیم، زرگر، سید مجتبی و نظری، ماشاء‌الله (۱۳۸۸) «رضایت گردشگران گامی به سوی رضایت گردشگری استان سمنان» دانشگاه سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی صنعت گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال‌زایی، ص ۱۰۵-۱۱۶.
- سبحانی، بهروز (۱۳۸۹). "شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT مطالع و پژوهش شهری و منطقه‌ای"، سال اول، شماره ۴: ۱۱۳-۱۲۸.

- طرح راهبردی و ساختاری روستای هدف گردشگری زمان‌آباد، مهندسین مشاور ایده پردازان توسعه، پاییز ۱۳۸۸.
- طیبی، کمیل، جباری، امیر و روح الله بابک (۱۳۸۷) «بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی مجله دانش و توسعه، سال ۱۵، شماره ۲۴، ص ۶۵-۸۷.
- کتابی، محمود (۱۳۷۶)، «گردشگری در خدمت صلح و تفاهم جهانی» مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، جلد ۳، کیش.
- کرمی دهکردی، مهدی، کلانتری، خلیل (۱۳۹۰)، شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی، پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۰، صص ۳۹-۱.
- کرمی دهکردی، مهدی، کوهستانی عین الدین، کرباسیون، مصطفی (۱۳۹۴)، واکاوی کیفی مشکلات گردشگری روستایی با استفاده از نظریه مبنایی (مورد: روستای شگفت سر آقا سید-شهرستان کوه‌رنگ)، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال پنجم، شماره ۱۸، تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۵۶-۱۴۱.
- محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸) «گردشگری پایدار در ایران، کارکردها، چالش‌ها و راهکارها» مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر- سال نهم شماره ۲۸ ص ۱۴۹-۱۷۱.
- میرزایی، رحمت (۱۳۸۸). «تأثیر توسعه گردشگری بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه»، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴ صفحه ۴۹-۷۶.
- ناصر پور، نادر و مدهوشی، مهرداد (۱۳۸۲). «بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان» فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸ ص ۲۵-۵۸.
- ناصر پور، نادر (۱۳۸۲) بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان و ارائه راهکارهای مناسب در این زمینه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه مازندران.
- ناصری، مسعود (۱۳۷۵). «شناسایی موانع توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی گسترش جذب توریست» پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس
- نگهبان، سعید (۱۳۸۸) بررسی مقایسه‌ای مدل‌های برآورد شاخص اقلیمی در شهر یزد، رساله کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی محیط‌زیست. دانشگاه تهران.
- نوبخت، محمد باقر، پیروز، الهام، (۱۳۸۷)، توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
- یزدانی زنگنه، مریم؛ خسروی پور، بهمن و غنیان منصور (۱۳۸۸). «راهبردهای توسعه‌ی پایدار اشتغال در بخش گردشگری روستایی»، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۰۹ صفحه ۱۰۱-۱۰۸.

- Azimi, A., Imani, B. and Mohammad Jani, M. (2001). *Habitants Attitude of Vakil Abad Village about Tourism Profit for Local People, Geography and Environmental planning* ۴۰ (۴): ۱۰۵-۱۱۶.
- Badita, Amalia, 2013, *Assessment Of Tourism Supply, Demand and Market Trends in Craiova City, Romania, Journal Of Tourism, Issue 14*
- Bosshaq, M. R., Afzalinia, F., Moradi, H., (2012), *Measuring indicators and determining factors affecting sustainable agricultural development in rural areas - A case study of Ravansar, Iran, International Journal of AgriScience Vol. 2, NO. 6, pp 550-557.*
- Chris Choi, HwanSuk & Sirakaya, Ercan, 2006, *Sustainability indicators for managing community tourism, Tourism Management 27.*

- Daryabari ,J., and Ebrahimi ,H.,(2010). *Review of the Development of Tourism in Kashan: Challenges & Solution*, *Iranian Journal of Tourism & Hospitality*,1(1): 77-89.
- Dwyer. L ,.Edwards . D. M: stilits .N. Roman. C. and. Scoot N(2009) *Destination and enterprise management for a tourism future" Tourism management VOL30 NO2 pp63-74.*
- Elliott, James(1977), *Tourism: Politics and Public Sector Management" London: Routledge. Environmental sustainability &18-FurtadoJ.l.(2000). Economic development .*
- Friedel M. and Chewings V. 2008. *Refining regional - development strategies - using a systems approach. Central Australian Tourism Futures Stage 2. working paper 29. Desert knowledge crc.*
- Gjorgievski, Mijalce & Melles Trpkova, Sinolicka, 2012, *Movie induced Tourism: A new Tourism Phenomenon* , *UTMS Journal of Economics* 3 (1): pp 97–100
- Hamira Zamani-Farahani, Ghazali Musa ,2012, *The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh*, *tourism management journal*, vol 33, pp 802-814
- Kaffashi, M ,(2009). *The Role of Education in Tourism Industry Boom and Tourism Satisfaction in Iran. The Journal of Modern Thoughts in Education* 4(4): 141-164.
- Meliou, Elina & Maroudas, Leonidas, (2010), *Understanding TourismDevelopment: ARepresentational Approach*, *Tourismos, An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 5, Number 2, pp 115-127
- Milenkovska, Violeta, (2011), *Contemporary tendencies in the Tourism Operation*, *UTMS Journal of Economics*, 2 (1):pp 37–50
- Shaw,G. Williams. M .A.(2004)*Tourism and Tourism space* , London.SAGE publications.
- Sundary, made siti, 2015, *the rnfluence of safety, promotion and trust towards image, satisfaction and loyalty,(the study og domestic tourist at samosir regency north Sumatra province)*, *universal journal of management and social sciences*, volume 5, number 2, February, 2015
- Swarbrooker, j .(1988), *sustainable Tourism management : newyork, cobl*
- Tsai,Wen-Hsien, et al., (2010), *Anintegrated approach for selecting corporate social responsibility programs and costs evaluation in the international tourist hotel*, *International Journal of Hospitality Management*. Vol 29, PP 38-39.
- Weaver, D. B.(2002). *Ecotourism as a Tool for Devalopment in Periphral Regions. Paper Persented at the 4 International Environment Congres of Andora: Ecotourism in Montain Areas Wunder, S. (2000).*
- World Tourism Organization, (2010): *Organisation Mondiale du Tourisme OMT/ news and évents part.*