

## تحلیل اثرات ابعاد منشور پایداری بر رضایت ساکنان جامعه در راستای توسعه گردشگری پایدار (مورد مطالعه: شهرستان های زنجان، خدابنده و ابهر)

هما درودی\* - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران  
بهمن جوان - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۱۲

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف تأثیر ابعاد منشور پایداری (محیطی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، و نهادی) روی رضایت ساکنان جامعه در توسعه گردشگری پایدار انجام گرفته است. پژوهش حاضر بر حسب هدف جزء پژوهش های کاربردی و بر اساس روش انجام کار، توصیفی از نوع علی-مقایسه ای (پس-رویدادی) است. جامعه آماری پژوهش تمامی ساکنان شهرستان های زنجان، خدابنده و سلطانیه می باشند که بر اساس فرمول کوکران (۲۰۱۳) بوده که با انجام تغییراتی بومی شده است. پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ برابر ۰/۹۱۵ و روایی آن به شکل صوری و تحلیل KMO به تأیید رسیده است. داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ و روش رگرسیون ساده و چند متغیره تجزیه و تحلیل شده اند. نتایج پژوهش نشان می دهند ابعاد محیطی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و نهادی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر مثبت معناداری دارند. تحلیل رگرسیون نشان دهنده معناداری هر چهار فرضیه پژوهش بوده و مدل رگرسیونی برای تمامی فرضیه ها معنی دار است، همچنین نتایج حاصل از رگرسیون چندمتغیره نشان دهنده این موضوع می باشد که ضریب رگرسیونی برای متغیرهای بعد محیطی و بعد اجتماعی-فرهنگی معنادار است. ضرایب رگرسیونی برای متغیرهای بعد اقتصادی و نهادی معنادار نیست، به عبارت دیگر این دو بعد نمی توانند در کنار ابعاد محیطی و اجتماعی-فرهنگی بیش بینی کننده رضایت ساکنین جامعه از توسعه گردشگری پایدار باشند ولی به تنهایی اثر مثبت و معناداری دارند.

واژه گان کلیدی: منشور پایداری، اقتصادی - اجتماعی، رضایت ساکنان جامعه، گردشگری پایدار.

## مقدمه

دغدغه های کشورهای در حال توسعه به ویژه در شهرها، مسأله تدوین و اجرای برنامه های توسعه پایدار و نیل به زندگی سالم است از طرف دیگر واقعیت های شهرهای امروزی این گونه کشورها نشان می دهد که نظام مدیریت این شهرها با مشکلات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی یعنی عدم وجود سرمایه های لازم، بیکاری و فقر، رشد و گسترش شتابان و فرایند شهر نشینی، نبود فرهنگ مناسب شهر نشینی یا انسجام فرهنگی و به تبع آن شکل گیری و بروز انواع آسیب های اجتماعی شهری روبروست (شکوری، ۱۳۹۰، ۲). توسعه پایدار در هر مقصد گردشگری از جنبه های مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی و نهادی مورد محک و ارزیابی قرار می گیرد. در ابتدا علایق زیست محیطی بیشترین توجه را جلب کرده بود اما امروزه هر چهار بعد از ارزش یکسانی برخوردارند.

گردشگری در ابعاد اقتصادی می تواند موجب ایجاد اشتغال، افزایش عرضه نیروی کار، افزایش استانداردهای زندگی، افزایش سرمایه گذاری، ایجاد درآمد برای ساکنین محلی، کاهش فقر و توسعه زیربنای اقتصادی شود. در ابعاد اجتماعی-فرهنگی پیامدهایی همچون افزایش سطح پایداری منافع جامعه میزبان و مشارکت آنها در فعالیت های متنوع، تقویت ارزش ها و سنن محلی در منطقه، افزایش آگاهی ساکنان درباره ادراکات دیگران از آنها (آگاهی از اینکه دیگران راجع به آنها چگونه فکر می کنند) وجود دارد. بعد محیطی اشاره دارد بر توسعه تسهیلات جدید، احداث و بهبود زیرساخت های منطقه، محافظت از میراث باستانی و راهبردهای مدیریت گردشگران و در نهایت ابعاد سازمانی بر روی سرمایه اجتماعی از جمله نهادهای اجتماعی، سازمان های دولتی، روابط میان فردی، فرایندهای برنامه ریزی مشارکتی، همکاری یا مشارکت و روابط قدرت توجه دارد (جری. جی.وسک و همکاران، ۲۰۱۳، ۴۳).

رویکرد گردشگری پایدار به عنوان شکلی از گردشگری جایگزین<sup>۱</sup>، در پی بهبود کیفیت زندگی ساکنین محلی، ارتقاء تجربیات گردشگران و حفظ محیط زیست مقصد می باشد (جویی و سیراکایا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵، ۳۸۱). از آنجائیکه توسعه گردشگری به صورت چشمگیری به حسن نیت جامعه میزبان بستگی دارد و حمایت آن در توسعه و عملکرد موفقیت آمیز گردشگری امری ضروری محسوب می شود، در این رویکرد توسعه گردشگری پایدار مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه میزبان میباشد (ژوروسکی و گورسوی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴، ۲۶۹). با توجه به اینکه کشور ایران گام های نخست را در صنعت گردشگری برداشته، استان زنجان نیز به علت برخورداری از موقعیت جغرافیایی خاص و همچنین برخورداری از ویژگی های طبیعی و آثار هنری و فرهنگی از موقعیت ممتازی در زمینه گردشگری برخوردار است. غنای فرهنگی و تاریخی، برخورداری از قابلیت ها و جاذبه های طبیعی و صنایع دستی اصیل و بومی که زمینه ساز رونق این صنعت می باشد بطور قابل ملاحظه ای استان را از توانمندی های این صنعت برخوردار نموده و از طرفی به لحاظ موقعیت استقرار در منطقه مرکزی شمال غرب ایران از مزیت های مکانی و ارتباطی ویژه ای نیز بهره مند است. لیکن این قابلیتها و جاذبه ها کمتر شناسانده شده و بعضاً به دلیل تنگناها و مشکلات خاصی که در ارتباط با پیشرفت این صنعت وجود دارد توجه کمتری به آن شده است و آنچنان که باید و شایسته مورد بهره برداری واقع نگردیده است<sup>۴</sup>.

شهرستان های زنجان، سلطانیه و خدابنده با توجه به وجود قابلیت ها و جاذبه های فراوان گردشگری و به دلیل عدم توجه و همچنین سرمایه گذاری های مناسب در جهت ایجاد اشتغال، درآمدزایی برای ساکنین محلی، توسعه زیربنای اقتصادی، تقویت ارزش ها و سنن محلی، افزایش آگاهی ساکنین درباره گردشگری و محافظت از میراث باستانی موجود در مناطق، ایجاد زمینه های لازم جهت مشارکت مردم محلی در برنامه ریزی های مشارکتی، نتوانسته اند در مسیر توسعه اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و نهادی گردشگری قرار گیرند. لذا این توسعه در صورتی میسر خواهد بود که تأثیر این ابعاد بصورت مناسب شناسایی و سپس

<sup>۱</sup> Alternative Tourism

<sup>۲</sup> Choi & Sirakaya (2005)

<sup>۳</sup> Juroski & Gursoy (2004)

<sup>۴</sup> سند چشم انداز بیست ساله اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان

رضایت مندی ساکنین جامعه محلی جهت دستیابی به توسعه گردشگری پایدار مورد بررسی دقیق قرار گیرد. بنابراین پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و نهادی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر دارد؟ لذا امید است بتوان با یافتن پاسخ مناسب و ارائه راهکارهای عملی زمینه‌های لازم برای توسعه گردشگری پایدار در شهرستان‌های مورد مطالعه را فراهم نمود.

گردشگری طی چند دهه گذشته، یکی از اصلی‌ترین و در عین حال مباحثه‌انگیزترین مفاهیم توسعه پایدار محسوب می‌گردد. زیرا با استفاده از ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در نواحی گردشگر پذیر، می‌تواند نقش مهمی در تجدید حیات منطقه، ایجاد اشتغال و درآمد برای جامعه محلی، حفاظت از میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی و در نهایت توسعه یکپارچه و پایدار گردشگری داشته باشد. از آنجا که گردشگری برای جامعه میزبان قبل از هر چیز مسئله‌ای اقتصادی است، آگاهی از دیدگاه جامعه میزبان به عنوان عرضه‌کننده محصول گردشگری حائز اهمیت است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۲، ۴). رویکرد گردشگری پایدار به عنوان شکلی از گردشگری جایگزین، در پی بهبود کیفیت زندگی ساکنین محلی، ارتقاء تجربیات گردشگران و حفظ محیط زیست مقصد می‌باشد (کریشویی و سیراکایا، ۲۰۰۵، ۳۸۱).

هرچند هیچ‌شکی نیست که گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، فضای زیستی و نهادی نواحی شود (شارپلی، جی و ریچارد ۲، ۱۹۹۷، ۱۲). اثرات و تغییراتی که این صنعت بر جامعه می‌گذارد می‌تواند به صورت فیزیکی، اقتصادی و یا اجتماعی-فرهنگی باشد (وای، جی. چاک ۳، ۲۰۱۰، ۳۲۳). به هر حال از آنجا که معمولاً راه‌آورد‌های صنعت گردشگری بسیار پیچیده است و در مناطق گوناگون متفاوت می‌باشد، بنابراین اثراتی را که بر جای می‌گذارد نیز بسیار متفاوت و در مناطق و نواحی مورد بازدید مختلف می‌باشد (پاپلی یزدی، ۱۳۹۰، ۴۶). از این رو شناسایی پیامدها و تأثیرات بجای مانده در مناطق گردشگری که مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته‌اند و نیز مطالعه و بررسی اثرات این ابعاد و پیش‌بینی<sup>۴</sup> این اثرات در منطقه مورد مطالعه و جامعه میزبان<sup>۵</sup> به منظور برنامه‌ریزی<sup>۶</sup> و مدیریت توسعه گردشگری و افزایش فواید حاصله از توسعه گردشگری و کاهش زیان‌های احتمالی یا تأثیرات منفی در جوامع میزبان و در نهایت دستیابی به توازن و توسعه پایدار مناطق گردشگری، امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد (لاندبرگ، ۲۰۱۴، ۱۵۶).

صنعت گردشگری دارای آثار اقتصادی قابل ملاحظه‌ای می‌باشد (مکیان و نادری، ۱۳۸۲، ۲۰۵). ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداخت‌ها، افزایش درآمد‌های مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالاخره جلوگیری از برون کوچی روستاییان از اثرات اقتصادی گردشگری محسوب می‌شود (استاد حسین، ۱۳۷۹، ۱۵). در اکثر ارزیابی‌های به عمل آمده از توسعه گردشگری در جهان سوم تأثیرات بعداقتصادی مهمتر از ملاحظات دیگر است (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷، ۶۰). در حقیقت گردشگری به عنوان یک عامل اقتصادی عمده و بسیار مؤثر در سال‌های اخیر مورد توجه فراوان قرار گرفته و بدین علت سعی می‌شود که حتی‌الامکان از عوامل مؤثر در کاهش جریان گردشگری جلوگیری به عمل آمده و امکانات لازم جهت رشد و توسعه آن فراهم شود (رضوانی، ۱۳۹۱، ۶). در کشورهای صنعتی توسعه صنعت گردشگری موجب تنوع درآمد‌ها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات ایجاد می‌کند که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است (استفان، اف، ۲۰۱۲، ۴۷۵).

بنابراین گردشگری منبعی قابل اتکا در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است که می‌تواند تأثیر فزاینده‌ای بر روی افزایش درآمد چه در سطح ملی و نیز افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش دستمزدها و تحوّل و گسترش تولیدات و غیره داشته باشد

<sup>1</sup> Chrichoi & Sirakaya (2005)

<sup>2</sup> Sharply.J & Richard (1997)

<sup>3</sup> Y.Gee.Chuk (2010)

<sup>4</sup> Prospect

<sup>5</sup> Host Community

<sup>6</sup> Planning

<sup>7</sup> Stephen . F (2012)

(خاکی، ۱۳۹۱، ۱۵۵). علاوه بر این جولی لئونز<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) عقیده دارد که یکی از بزرگترین منافع حاصل از صنعت گردشگری در نواحی و مناطق مختلف ایجاد درآمد و دستمزد برای افرادی است که در آن اشتغال دارند و نیز تأکید می‌کند که اغلب این شاغلان را افراد محلی و بومی تشکیل می‌دهند (لئونز، ۱۹۹۹: ۱۶). بنابراین اولین تأثیر اقتصادی گردشگری در نواحی گردشگری پذیر افزایش درآمد برای ساکنان مناطق گردشگری می‌باشد که می‌تواند به صورت فردی یا عمومی برای این مناطق به وجود آید. مقصود از اثرات اجتماعی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییرات بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و گردشگران صورت می‌گیرد و مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه صنعت گردشگری رخ خواهد داد. از آنجا که نتیجه یا ره‌آورد صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می‌شود، اصطلاح «اثرات اجتماعی - فرهنگی» را به معنای تغییراتی بکار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزش‌ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد (وای. گی. چاک، ۲۰۱۰، ۳۲۷).

به هر حال توسعه و گسترش گردشگری در یک منطقه و یا یک ناحیه، موجب تغییرات اجتماعی و فرهنگی آن منطقه گردیده و می‌بایست جهت جلوگیری از آثار منفی و نیز تقویت آثار مثبت آن در جامعه میزبان مورد بررسی و ملاحظه قرار گیرند (مهدوی، ۱۳۸۵، ۷۰). بدین منظور جان لی<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) سه راه کلی و مکمل را برای بررسی تأثیر گردشگری بر شرایط اجتماعی فرهنگی کشورهای جهان سوم را ارائه می‌دهد که می‌توان آن را برای بررسی این تأثیرات در سطوح مختلف مورد استفاده قرار داد. شیوه اول، برخورد گردشگر و میزبان را به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد. شیوه دوم، که عبارت است از دیدگاه کار کردن عناصر مختلف جامعه جهان سومی که ممکن است تغییری را به عنوان پیامد مستقیم گردشگری - نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت - تجربه کند. سومین دیدگاه جنبه‌های تغییر فرهنگی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ گردشگر در بازنگری مهارت‌ها و رسوم سنتی<sup>۳</sup> مانند صنایع دستی و ... می‌باشد (لی. جان، ۲۰۱۰، ۸۷). در مجموع، این سه شیوه تأثیر اجتماعی تا حد زیادی بر هم منطبق‌اند و همان‌طور که ماتسیون و وال<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) خاطر نشان می‌سازند، تشخیص آنها از یکدیگر عملاً مشکل است، به خصوص شناسایی تمایز میان مطالعات اجتماعی و فرهنگی مشکل است، اما تشخیص میان تحقیقات مربوط به مباحث علم و مشترک انسان نظیر جنایت با سلامتی و تحقیقات مربوط به مواردی که رفتار انسانی را محدود می‌کند، مفید است (لی. جان، ۲۰۱۰، ۸۷).

گردشگری و محیط زیست به طور متقابل به یکدیگر وابسته‌اند (هنتر<sup>۵</sup>، ۱۹۹۷، ۱۶). از یک طرف محیط زیست فیزیکی (طبیعی و دست‌ساز انسانی) بسیاری از جاذبه‌ها و منابع طبیعی توریستی را فراهم می‌سازد و از طرف دیگر توسعه گردشگری می‌تواند آثار مثبت و منفی بر محیط زیست داشته باشد (مهدوی، ۱۳۸۵، ۷۶). مقصود از محیط زیست، زمین، هوا، آب، گیاهان، حیات وحش و ساخته‌های دست‌ساز بشر است. گسترش و توسعه گردشگری در نواحی محیط‌های طبیعی، خواه‌ناخواه اثرات و پیامدهایی بر محیط زیست بجای خواهد گذاشت و می‌تواند مشکلات و مسائل زیادی را برای مردم آن نواحی یعنی تخریب جنگل‌ها و پوشش گیاهی، تراکم و ازدیاد زباله‌ها، ایجاد سروصدا یا از بین بردن مزارع و باغات به بار آورد یا بالعکس می‌تواند تأثیرات مثبتی همچون حفاظت از محیط زیست، حفاظت از اماکن باستانی و تاریخی و احیاء مجدد آنها و محوطه‌سازی و ایجاد امکانات و خدمات زیربنایی و غیره داشته باشد (استفان. اف، ۲۰۱۲، ۸۴). از این رو توسعه و مدیریت گردشگری به گونه‌ای که با محیط سازگار باشد و به افت کیفیت آن نینجامد، عامل اساسی در دستیابی به توسعه پایدار به حساب می‌آید. بنابراین به منظور برنامه‌ریزی گردشگری به لحاظ زیست محیطی، درک و شناخت تأثیرات گردشگری بر محیط زیست نخستین مسأله واجد اهمیت است (رنجریان و زاهدی، ۱۳۹۰، ۷۳).

<sup>1</sup> Leones . Jully (1995)

<sup>2</sup> John . Lee (1996)

<sup>3</sup> Traditional

<sup>4</sup> Mathison & Wall (2010)

<sup>5</sup> Henter (1997)

در بخش پیشینه تحقیق، نگارندگان یافته‌های دیگران و به عبارت دیگر، نتایج تحقیقات دیگران و نیز قضایای کلی مرتبط با مسئله تحقیق را گردآوری کرده‌اند مطرح شده است. براین اساس، نمونه‌ای از تحقیقاتی که درباره‌ی بررسی اثرات گردشگری بر جامعه میزبان انجام شده به طور مختصر مطرح شده است:

نرگسی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی که با عنوان بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۶۸-۱۳۹۵) بوده به این نتایج رسیدند که بین رشد اقتصادی و گردشگری رابطه مثبت و معنادار و بین رشد اقتصادی و توسعه مالی نیز رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. توسعه مالی همچون گردش مالی راحت در کشور مبدا و استفاده ساده از ابزارهای مالی در جهت تامین مالی برای گردشگران در رشد این صنعت نقش بسزایی دارد. همان گونه که افزایش توسعه مالی سبب رشد اقتصادی می‌گردد، افزایش رشد اقتصادی نیز سبب بهبود زیرساخت‌ها و توسعه صنعت گردشگری می‌شود. تقوی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان بررسی اثرات رشد گردشگری بر تولید ناخالص داخلی، نمونه موردی ایران به این نتایج رسیدند که اثر کوتاه مدت تغییرات درآمد بخش گردشگری بر تولید ناخالص داخلی معنا دار (غیر صفر) و معادل ۰.۷۳ می باشد که از نظر آماری در سطح ۵ درصد معنادار است و اثر کوتاه مدت تغییرات تعداد گردشگران بر تولید ناخالص داخلی معنا دار (غیر صفر) و معادل ۰.۴۶ می باشد که از نظر آماری در سطح ۵ درصد معنادار است لذا اتخاذ سیاست‌های افزایش دهنده درآمد بخش گردشگری می تواند جزء ابزارهای موثر در افزایش تولید ناخالص داخلی باشد. کومار<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵) با استفاده از رویکرد ARDL سهم گردشگری را به همراه سایر محرکهای موثر از جمله توسعه مالی و شهرنشینی در رشد اقتصادی فیجی طی سال‌های ۱۹۸۱-۲۰۰۹ مورد بررسی قرار داد. آنها دریافتند که به ازای بازده خروجی هر کارگر، گردشگری به میزان ۰/۱۳ درصد افزایش می‌یابد در حالیکه توسعه مالی بالاترین سهم را در این افزایش به میزان ۰/۷۱ درصد به ازای هر نفر در بلندمدت دارد. توبیک<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در تحقیق خود با عنوان "چارچوب ابزار توسعه گردشگری روستایی در کینستان کرواسی" نشان می دهند که مشکلاتی در گردشگری روستایی وجود دارد به عنوان مثال بر اساس برخی ارزیابی‌ها و اندازه‌گیری‌های آماری در منطقه قاره‌ای کرواسی، فقط ۵ درصد از گردشگران اقامت در طول شبانه‌روز داشته‌اند. دلیل اصلی وضعیت فعلی در بخش گردشگری کرواسی در زمینه گردشگری روستایی، تمرکز قبلی سیاست سیاستمداران گردشگری صرفاً بر توسعه و ارتقاء محصول گردشگری خورشید، دریایی و شن و ماسه است. فقدان فرهنگ همکاری مشترک در میان افراد یا واحدهای کوچک اقتصادی با سایر اقلام گردشگری که از لحاظ جغرافیایی متمرکز هستند و اثرات بالقوه ای را در بخش گردشگری روستایی هستند وجود دارد.

## روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ نوع هدف جزء پژوهش‌های کاربردی است. هدف از پژوهش کاربردی به دست آوردن درک یا دانش لازم برای تعیین ابزاری است که به وسیله آن نیازی مشخص و شناخته شده برطرف گردد (سرمد و بازرگان، ۱۳۹۲، ۷۹). بر حسب شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-تحلیلی است زیرا به توصیف جامعه براساس یک یا چند متغیر می پردازد، و از نوع پس-رویدادی<sup>۳</sup> (علی-مقایسه‌ای<sup>۴</sup>) است. روش‌های علی-مقایسه‌ای یا پس رویدادی معمولاً به پژوهش‌هایی اطلاق می شود که در آنها پژوهشگر با توجه به متغیر وابسته به بررسی علل احتمالی وقوع آن می‌پردازد. به عبارت دیگر پژوهش علی-مقایسه‌ای گذشته نگر بوده و سعی بر آن دارد که از معلول به علت احتمالی پی برد (سرمد و بازرگان، ۱۳۹۲، ۷۹). از سویی چون محقق در شرایط زندگی واقعی یک جامعه حضور پیدا کرده است در واقع این پژوهش در زمره مطالعات میدانی قرار دارد. پژوهش حاضر دارای رویکرد استقرایی است، زیرا به منظور بررسی پایداری اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، محیطی و سازمانی توسعه گردشگری در استان زنجان ضرورت‌های اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی در سه شهرستان زنجان، سلطانیه و خدابنده سنجیده خواهد شد. با استفاده از منابع کتابخانه‌ای شاخص‌های پایداری به دست آمد. پس از آن بر اساس مدل، پرسشنامه‌های مرتبط در بین ساکنین جامعه توزیع و داده‌های آماری گردآوری خواهد شد. بعد از کدگذاری داده‌ها از آمار توصیفی شامل جداول و نمودار فراوانی شاخص

<sup>1</sup> Kumar

<sup>2</sup> Tubić

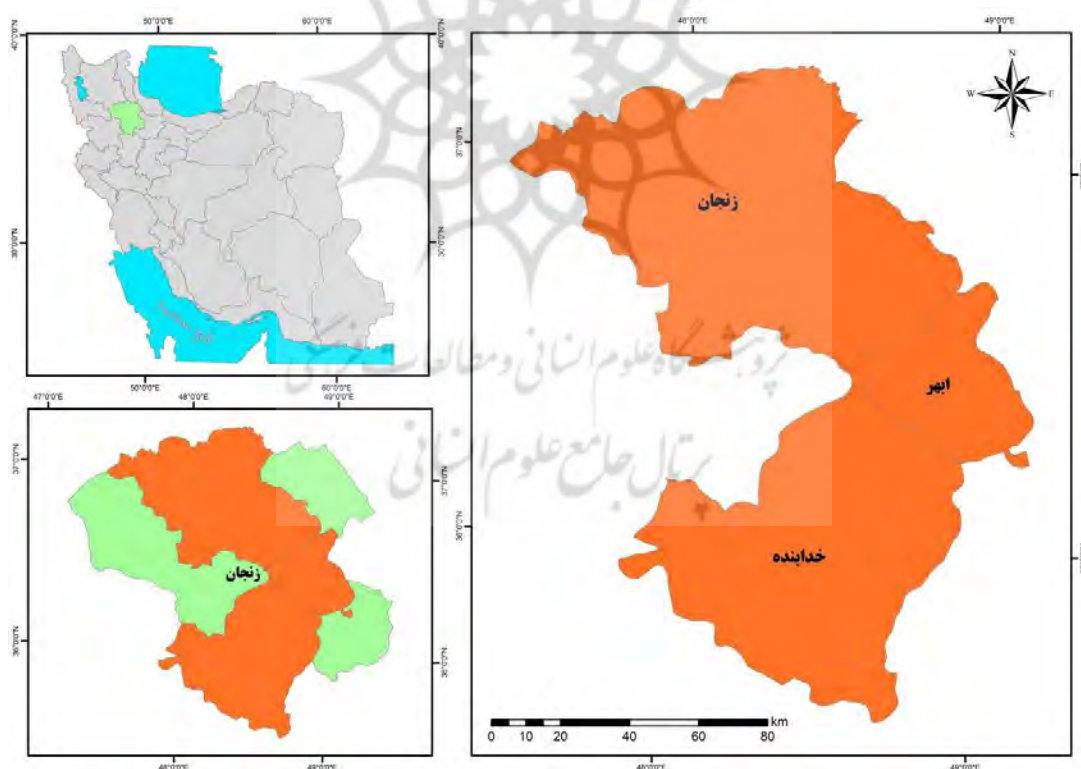
<sup>3</sup> Ex-Post Facto Research

<sup>4</sup> Causal-Comparative

های تمایل مرکزی و پراکندگی استفاده شود و در آمار استنباطی جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده می گردد. همچنین از نرم افزار لیزرل نسخه ۸.۸ برای تحلیل اطلاعات استفاده خواهد شد.

## قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان زنجان در ۴۸ درجه و ۵۵ دقیقه الی ۴۷ درجه و ۴۰ دقیقه طول شرقی نصف النهار گرینویچ و ۳۷ درجه و ۱۵ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۲۵ دقیقه عرض شمالی خط استوا قرار گرفته است. این شهرستان از شمال محدود است به استان های آذربایجان شرقی و اردبیل، از شرق به شهرستان های طارم و ابهر، از جنوب به شهرستان های ایجرود و خدابنده و از غرب به شهرستان ماهنشان و از شمال غربی به شهرستان میانه. شهرستان سلطانیه با وسعتی حدود ۱۵۶ هکتار در ناحیه مرکزی متمایل به غرب استان زنجان، ۴۸ درجه و ۴۸ دقیقه طول شرقی جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی جغرافیایی با ارتفاع ۱۸۸۰ متر از سطح دریا در ۴۰ کیلومتری جنوب خاوری استان زنجان قرار گرفته است. از شمال به طارم علیا (شهرستان زنجان) از شرق به حومه ابهر، از جنوب و جنوب غربی به شهرستان خدابنده و از غرب به شهر زنجان محدود می گردد. شهرستان ابهر ابهر یکی از شهرستان های خاوری استان زنجان و دومین شهرستان با اهمیت بعد از زنجان است. ابهر از نخستین زیستگاه های انسانی ایران است. مساحت این شهرستان بیش از ۳۳۶۲ کیلومتر مربع است. این شهرستان در ۴۹ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۳۵ دقیقه طول شرقی نصف النهار گرینویچ و ۳۶ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۰ دقیقه عرض شمالی خط استوا قرار گرفته است. این شهرستان از شمال به شهرستان طارم و از شمال شرقی به استان قزوین، از شرق به شهرستان تاکستان، از جنوب به استان همدان و از غرب به شهرستان خدابنده محدود است.



شکل ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه در کشور و استان زنجان

## یافته‌ها و بحث

### یافته‌های توصیفی پژوهش

در این قسمت ویژگی افرادی که در بین آنها پرسشنامه‌ی افراد نمونه توزیع و تکمیل شده است شامل سن، جنس و تحصیلات آورده شده است. جدول (۱) ترکیب سنی پاسخگویان را نمایش می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود از بین ۳۸۴ نفری که به پرسش‌های این پژوهش پاسخ داده‌اند، بیشترین گروه سنی پاسخگویان مربوط به گروه ۴۰ سال و بالاتر (با مقدار ۳۰/۲ درصد) است و پس از آن گروه سنی ۲۵ تا ۳۰ سال (با مقدار ۲۷/۳ درصد) است، حدود ۱۶/۴ درصد پاسخگویان این تحقیق ۲۰ تا ۲۵ سال و ۱۴/۸ درصد ۳۰ تا ۳۵ سال و تنها ۱۱/۲ درصد پاسخگویان در گروه سنی ۳۵ تا ۴۰ سال بوده‌اند.

جدول ۱. توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب سن پاسخگویان

سن	فراوانی	درصد	درصد انباشتی
۲۰-۲۵	۶۳	۱۶/۴	۱۶/۴
۲۵-۳۰	۱۰۵	۲۷/۳	۴۳/۸
۳۰-۳۵	۵۷	۱۴/۸	۵۸/۶
۳۵-۴۰	۴۳	۱۱/۲	۶۹/۸
۴۰ و بالاتر	۱۱۶	۳۰/۲	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	

همان گونه که در جدول (۲) ملاحظه می‌شود از میان ۳۸۴ پاسخگویی که به پرسش‌های این پژوهش پاسخ گفته‌اند، ۱۹۴ نفر یعنی ۵۰/۵ درصد زن، ۱۹۰ نفر یعنی ۴۹/۵ درصد مرد بوده‌اند. بنابراین بیشتر پاسخ دهندگان این پژوهش زن هستند.

جدول ۲. توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب جنسیت پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	درصد	درصد انباشتی
زن	۱۹۴	۵۰/۵	۵۰/۵
مرد	۱۹۰	۴۹/۵	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	

همان گونه که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود از میان ۳۸۴ پاسخگویی که به پرسش‌های این پژوهش پاسخ گفته‌اند، پاسخگویانی که مقطع تحصیلی خود را لیسانس اعلام کرده‌اند با ۳۲/۳ درصد بیشترین گروه پاسخگویان این تحقیق را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳. توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعه بر حسب تحصیلات پاسخگویان

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد انباشتی
زیر دیپلم	۸۶	۲۲/۴	۲۲/۴
دیپلم	۹۹	۲۵/۸	۴۸/۲
فوق دیپلم	۴۰	۱۰/۴	۵۸/۶
لیسانس	۱۲۴	۳۲/۳	۹۰/۹
فوق لیسانس و بالاتر	۳۵	۹/۱	۱۰۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	

### یافته‌های استنباطی پژوهش

بر اساس داده‌های حاصل از پژوهش که در جدول (۴) نشان داده شده است ضریب همبستگی بین این دو متغیر برابر ۰/۵۹۷ می‌باشد. مثبت بودن این مقدار نشان‌دهنده وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکور است. مقدار Sig کوچکتر از ۰/۰۵ بوده که گویای معناداری همبستگی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است؛ یعنی فرض صفر رد شده و فرض مقابل مورد پذیرش قرار می‌گیرد، بنابراین می‌توان گفت که بعد محیطی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر مثبت معناداری دارد. بر اساس داده‌های حاصل از پژوهش که در جدول (۴) نشان داده شده است ضریب همبستگی بین این دو متغیر برابر ۰/۵۸۳ می‌باشد. مثبت بودن این مقدار نشان‌دهنده وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکور است. مقدار Sig کوچکتر از ۰/۰۵ بوده که گویای معناداری همبستگی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است؛ یعنی فرض صفر رد شده و فرض مقابل مورد پذیرش قرار می‌گیرد، بنابراین می‌توان گفت که بعد اقتصادی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر مثبت معناداری دارد.

بر اساس داده‌های حاصل از پژوهش که در جدول (۴) نشان داده شده است ضریب همبستگی بین این دو متغیر برابر ۰/۷۰ می‌باشد. مثبت بودن این مقدار نشان‌دهنده وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکور است. مقدار Sig کوچکتر از ۰/۰۵ بوده که گویای معناداری همبستگی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است؛ یعنی فرض صفر رد شده و فرض مقابل مورد پذیرش قرار می‌گیرد، بنابراین می‌توان گفت که بعد اجتماعی- فرهنگی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر مثبت معناداری دارد. بر اساس داده‌های حاصل از پژوهش که در جدول (۴) نشان داده شده است ضریب همبستگی بین این دو متغیر برابر ۰/۵۶۷ می‌باشد. مثبت بودن این مقدار نشان‌دهنده وجود همبستگی مثبت بین دو متغیر مذکور است. مقدار Sig کوچکتر از ۰/۰۵ بوده که گویای معناداری همبستگی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است؛ یعنی فرض صفر رد شده و فرض مقابل مورد پذیرش قرار می‌گیرد، بنابراین می‌توان گفت که بعد نهادی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر مثبت معناداری دارد.

جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی بین ابعاد محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نهادی و رضایت ساکنین جامعه

مستقل وابسته	بعد محیطی	بعد اقتصادی	بعد اجتماعی - فرهنگی	بعد نهادی
رضایت ساکنین جامعه	مقدار ضریب همبستگی	۰/۵۸۳	۰/۷۰	۰/۵۶۷
	Sig	...	...	...
	حجم نمونه	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴

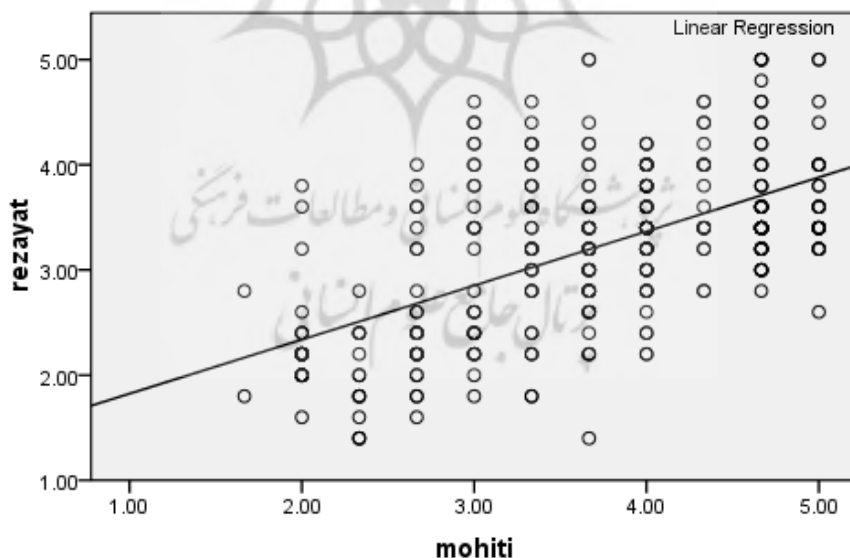


### تحلیل رگرسیون (ابعاد محیطی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و نهادی و رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار)

در ستون B مقدار عرض از مبدا و ضرایب استاندارد نشده رگرسیونی ارائه شده است. ضریب B استاندارد نشده، نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل می‌باشد. ضریب استاندارد شده Beta میزان تأثیر مطلق متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد و در واقع استاندارد شده ضریب B می‌باشد. با توجه به احتمال معنی داری آزمون برای ضرایب رگرسیونی، عرض از مبدا معنی دار است ( $\text{sig} < 0.05$ ) و فرض  $H_0: a=0$  رد می‌شود. یعنی می‌تواند پیش بینی کننده رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار باشد. ضریب رگرسیونی (ضریب زاویه b برابر ۰/۵۱۴ است) برای متغیر بعد محیطی معنادار است ( $\text{sig} < 0.05$ ) و فرض  $H_0: b=0$  رد می‌شود. یعنی به ازای یک واحد افزایش در بعد محیطی، ۰/۵۱۴ واحد افزایش در رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار روی می‌دهد.

جدول ۵. جدول مربوط به ضرایب رگرسیونی

ضرایب مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت	۱/۳۱۰	۰/۱۳۳	-	۹/۸۵۵	۰/۰۰
بعد محیطی	۰/۵۱۴	۰/۰۳۵	۰/۵۹۷	۱۴/۵۴۹	۰/۰۰



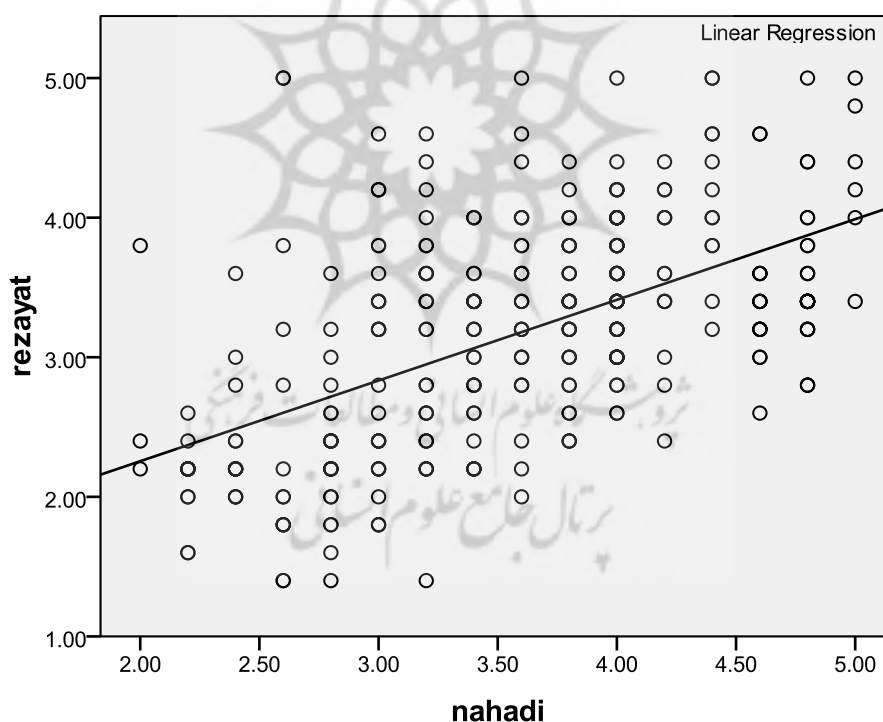
شکل ۲. نمودار پراکنش متغیر وابسته رضایت از توسعه گردشگری پایدار و متغیر مستقل بعد محیطی

در ستون B مقدار عرض از مبدا و ضرایب استاندارد نشده رگرسیونی ارائه شده است. ضریب B استاندارد نشده، نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل می‌باشد. ضریب استاندارد شده Beta میزان تأثیر مطلق متغیر

مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد و در واقع استاندارد شده ضریب  $B$  می‌باشد. با توجه به احتمال معنی داری آزمون برای ضرایب رگرسیونی، عرض از مبدأ معنی دار است ( $\text{sig} < 0.05$ ) و فرض  $H_0: a=0$  رد می‌شود. یعنی می‌تواند پیش بینی کننده رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار باشد. ضریب رگرسیونی (ضریب زاویه  $b$  برابر  $0.578$  است) برای متغیر بعد نهادی معنادار است ( $\text{sig} < 0.05$ ) و فرض  $H_0: b=0$  رد می‌شود. یعنی به ازاء یک واحد افزایش در بعد نهادی،  $0.578$  واحد افزایش در رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار روی می‌دهد.

جدول ۶. جدول مربوط به ضرایب رگرسیونی

ضرایب مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت	۱/۰۹۹	۰/۱۵۹	-	۶/۹۲۸	۰/۰۰
بعد نهادی	۰/۵۷۸	۰/۰۴۳	۰/۵۶۷	۱۳/۴۵۱	۰/۰۰



شکل ۳. نمودار پراکنش متغیر وابسته رضایت از توسعه گردشگری پایدار و متغیر مستقل بعد نهادی

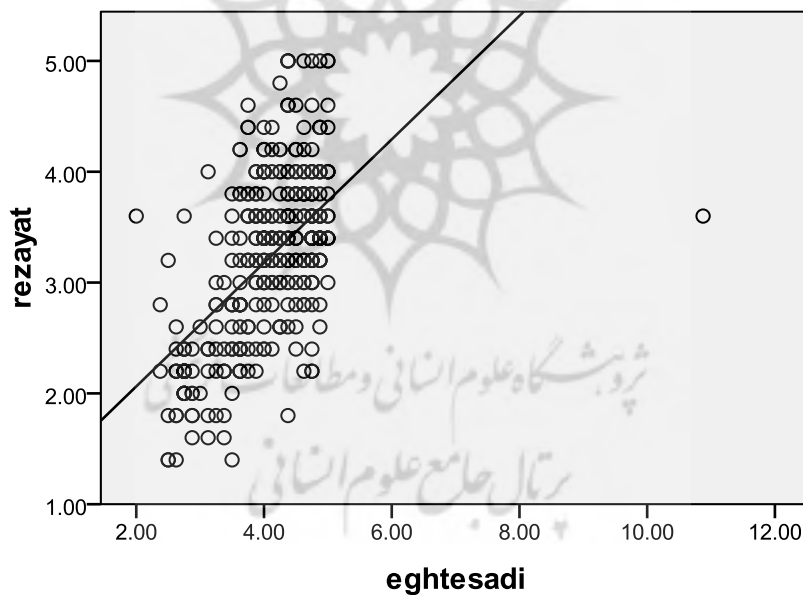
در ستون  $B$  مقدار عرض از مبدأ و ضرایب استاندارد نشده رگرسیونی ارائه شده است. ضریب  $B$  استاندارد نشده، نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل می‌باشد. ضریب استاندارد شده  $Beta$  میزان تأثیر مطلق متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد و در واقع استاندارد شده ضریب  $B$  می‌باشد. با توجه به احتمال معنی داری آزمون برای ضرایب رگرسیونی، عرض از مبدأ معنی دار است ( $\text{sig} < 0.05$ ) و فرض  $H_0: a=0$  رد می‌شود. یعنی می‌تواند پیش بینی کننده

رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار باشد. ضریب رگرسیونی (ضریب زاویه  $b$  برابر  $0/557$  است) برای متغیر بعد اقتصادی معنادار است ( $sig < 0.05$ ) و فرض  $H_0: b=0$  رد می‌شود. یعنی به ازای یک واحد افزایش در بعد اقتصادی،  $0/557$  واحد افزایش در رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار روی می‌دهد.

جدول ۷. جدول مربوط به ضرایب رگرسیونی

ضرایب مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت	$0/948$	$0/163$	-	$5/818$	$0/00$
بعد اقتصادی	$0/557$	$0/040$	$-0/583$	$14/012$	$0/00$

شکل ۴. نمودار پراکنش متغیر وابسته رضایت از توسعه گردشگری پایدار و متغیر مستقل بعد اقتصادی



در ستون  $B$  مقدار عرض از مبدا و ضرایب استاندارد نشده رگرسیونی ارائه شده است که میزان تأثیر مطلق هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد. ضریب  $Beta$  استاندارد نشده، نشان دهنده میزان تغییر در متغیر وابسته به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل می‌باشد.

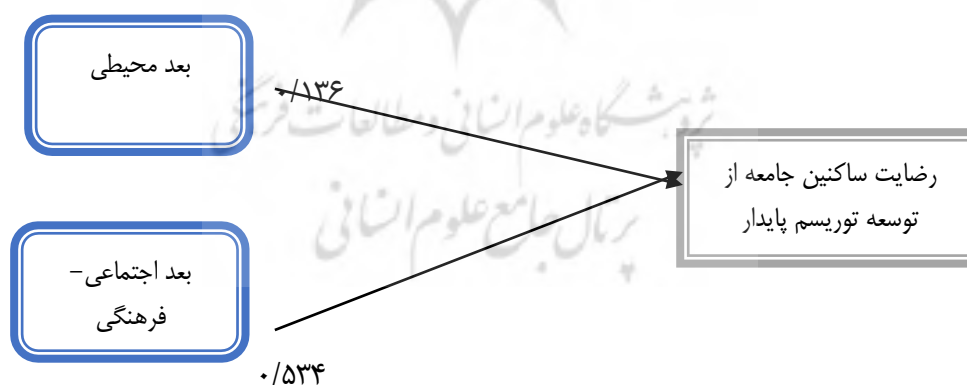
با توجه به احتمال معنی داری آزمون برای ضرایب رگرسیونی، عرض از مبدا معنی دار است ( $sig < 0.05$ ) یعنی می‌تواند پیش بینی کننده رضایت ساکنین جامعه از توسعه گردشگری پایدار باشد. ضریب رگرسیونی برای متغیرهای بعد محیطی و بعد اجتماعی - فرهنگی معنادار است ( $sig < 0.05$ ). یعنی به ازای یک واحد افزایش در بعد محیطی،  $0/136$  واحد افزایش در رضایت ساکنین

جامعه و به ازای یک واحد تغییر در بعد اجتماعی- فرهنگی،  $0/534$  واحد تغییر در رضایت ساکنین جامعه روی می‌دهد. ضرایب رگرسیونی برای متغیرهای بعد اقتصادی و نهادی معنادار نیست، به عبارت دیگر این دو بعد نمی‌توانند در کنار ابعاد محیطی و اجتماعی- فرهنگی پیش بینی کننده رضایت ساکنین جامعه از توسعه گردشگری پایدار باشند ولی به تنهایی اثر مثبت و معناداری دارند.

جدول ۸. جدول مربوط به ضرایب رگرسیونی

ضرایب مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
عرض از مبدا	0/565	0/152		3/721	0/00
بعد محیطی	0/117	0/053	0/136	2/219	0/027
بعد اقتصادی	0/058	0/058	0/061	1/011	0/313
بعد اجتماعی- فرهنگی	0/519	0/066	0/534	7/872	0/00
بعد نهادی	0/023	0/061	0/023	0/382	0/703

معادله فوق معادله رگرسیون چند متغیره خطی مناسب برای نشان دادن روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته می‌باشد. با قرار دادن مقادیر متغیر ابعاد محیطی و اجتماعی- فرهنگی در این معادله، می‌توان مقدار متغیر وابسته رضایت ساکنین جامعه از توسعه گردشگری پایدار را پیش بینی کرد. با توجه به اینکه در این پژوهش، متغیر واسطه یا میانی وجود ندارد، تنها اثر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفته است. تاثیر مستقیم متغیرها با روش رگرسیونی STEPWISE بررسی شد.



## نتیجه گیری

نتایج حاصل از آزمون فرضیه های این پژوهش نشان داد ابعاد محیطی، نهادی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی روی رضایت ساکنین جامعه در توسعه گردشگری پایدار تأثیر می گذارند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون برای متغیرهای پژوهش نیز نشان از معنی داری مدل رگرسیونی برای متغیرهای پژوهش است یعنی مدل های مبتنی بر این متغیرها قادر هستند متغیر وابسته را پیش بینی نمایند.

توسعه پایدار شامل چهار بعد اصلی اقتصادی، محیطی، اجتماعی-فرهنگی و نهادی می شود. صنعت گردشگری با سرعت بالای رشد و سهم اقتصادی بزرگ آن در جهان به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر برای رسیدن به توسعه محسوب می شود و در کشورهای کمتر توسعه یافته و یا توسعه یافته از عناصر مهم استراتژی های توسعه می باشد. بیشتر گردشگران وارد شده به کشورهای در حال توسعه در جهان، از کشورهای توسعه یافته هستند. اگرچه این روند درآمد حاصل از ورود گردشگران به کشورهای در حال توسعه را افزایش می دهد و با ارزآوری، تأثیر در تراز پرداخت ها و یا ایجاد اشتغال، بر اقتصاد آن ها تأثیر گذار است، اما بسیاری از این کشورها به شدت بر عرضه گردشگران از جانب چند کشور فرستنده گردشگر، متکی شده اند. با بیان پایداری در توسعه، توجه به این مفهوم با در نظر گرفتن اصول پایداری و ویژگی های آن در گردشگری نیز مورد توجه است.

از آنجایی که جامعه محلی اولین بخشی است که از گردشگری تأثیر می پذیرد و از اجزاء اصلی و لاینفک محصول گردشگری می باشد، لذا با حرکت به سمت پایداری، مشارکت جامعه محلی و ساخت ظرفیت های آن، محور اکثر برنامه های گردشگری قرار می گیرد. جوامع فقط از گردشگری تأثیر نمی پذیرند، بلکه به تغییرات حاصل از آن پاسخ داده و از فرصت های ایجاد شده استفاده می کنند. بنابراین مشارکت تمام اعضاء جامعه، نقش مدیریتی جامعه و امکان بسط منافع به صورت گسترده تر از الزامات توسعه گردشگری پایدار می باشد. زیرا اگر فقط نخبگان محلی یا افراد خارجی مالک و یا مدیر صنایع عمده یا زمین باشند، هر گونه مشارکتی جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری با شکست مواجه می شود. نکته دیگر در افزایش ارتباطات با جامعه محلی مشارکت دادن آن ها در برنامه ریزی توسعه گردشگری است که به مشارکت جامعه محلی یا مدل از پایین به بالا معروف است. استراتژی های گردشگری پایدار بر توسعه ای با تکیه بر مالکیت محلی و مشارکت جامعه محلی تأکید دارند و نویسندگان در حوزه برنامه ریزی گردشگری به نیاز به مشارکت جامعه محلی و توانمندسازی آن ها در روند برنامه ریزی توجه کرده اند.

## پیشنهادات

- برگزاری نمادین برخی رسوم مربوط به اعیاد و مراسمات خاص روستاییان برای توسعه گردشگری روستایی و توجه به نقش روستاهای سنتی و تاریخی شهرستان ها در توسعه گردشگری
- تهیه برنامه های بازاریابی و تبلیغاتی در قالب بروشورهای فرهنگی و یا کلیپ های تبلیغاتی به منظور شناساندن شهرستان های مورد مطالعه به گردشگران و ترغیب آنان به بازدید از منطقه
- با توجه به وجود زیرساخت موجود در شهرستان سلطانیه (چمن سلطانیه)، با برگزاری مسابقات اسب سواری در این فضا به جذب گردشگری فرهنگی کمک نمود.
- با ایجاد بازارهای محلی به منظور فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی ساکنان مناطق به عنوان یک فرصت اقتصادی و فرهنگی مناسب برای فراهم نمودن فرصت های اشتغال برای زنان و همچنین معرفی منطقه به گردشگران و جلوگیری از پراکنده شدن این فروشندگان در سطح شهر
- گسترش خدمات و امکانات زیربنایی لازم جهت توسعه گردشگری متناسب با نیاز مناطق، بخصوص در مناطق گردشگر پذیر مانند سلطانیه با مشارکت و رضایت جامعه محلی

- سازمان جهاد کشاورزی استان با همکاری ساکنین محلی نسبت به تهیه و مستندسازی مراسم های کاشت و برداشت گندم در شهرستان خدابنده و برگزاری برخی از جشن ها برای این منظور نسبت به جذب گردشگران به این مناطق نماید.
- توسعه فعالیت آموزش عالی و گسترش واحدهای دانشگاهی در خصوص اکوتوریسم و جغرافیای روستایی می تواند با ایجاد آگاهی های لازم به ساکنان بومی در توسعه گردشگری پایدار کمک شایانی نماید.
- با جمع آوری اطلاعات از مردم محلی در خصوص گونه های گیاهی و جانوری متنوع موجود در شهرستان های مورد مطالعه و همچنین با چاپ این مطالب در قالب بروشورهای اطلاع رسانی و پرداختن به اهمیت وجود این گونه های نادر، در حفظ محیط زیست مناطق و تأثیر آن در زندگی مردم محلی، ضمن فراهم نمودن رضایت ساکنین محلی به جذب گردشگران علاقه مند در این زمینه کمک نمود.
- با توجه به وجود منطقه گردشگری دشت سهرین و آب گرم و نطق زنجان، منطقه گردشگری عالی قاپوی شهرستان خدابنده که با دارا بودن جاذبه های فراوان طبیعی هیچگونه امکاناتی جهت استراحت گردشگران وجود ندارند، می توان با ایجاد کمپ های فصلی جهت استقرار گردشگران در این مناطق از استقرار پراکنده گردشگران در سطح طبیعت جلوگیری نمود.

## منابع

- استاد حسین، رضا (۱۳۷۹)، صنعت گردشگری و جنبه های اقتصادی آن. تازه های اقتصاد، (۹۰)، ۱۴-۱۵
- پاپلی، یزدی، مهدی سقایی، (۱۳۸۸)، گردشگری؛ ماهیت و مفاهیم، تهران، انتشارات سمت، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی، چاپ سوم، ۲۳-۲۵۶.
- تقوی، مهدی، صفایی، پویان و کرد، عادل (۱۳۹۷). بررسی اثرات رشد گردشگری بر تولید ناخالص داخلی، نمونه موردی ایران، مجله اقتصاد کاربردی، شماره ۲۷، ۴۹-۵۸.
- خاکی، غلامرضا، (۱۳۹۱)، عنوان کتاب: روش تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی، تهران، انتشارات فوژان، چاپ اول.
- رضوانی، محمدرضا، (۱۳۹۱)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.
- رنجبریان، بهرام، محمد زاهدی، (۱۳۹۰)، عنوان کتاب: شناخت گردشگری، اصفهان، انتشارات چهارباغ، چاپ دهم.
- سرمد، زهره، عباس بازرگان، الهه حجازی، (۱۳۹۲)، عنوان کتاب: روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، انتشارات آگه، چاپ بیست و پنجم.
- شاریلی ریچارد جولیا ترجمه منشی زاده رحمت الله و فاطمه نصیری (۱۳۸۰). گردشگری روستایی، چاپ اول نشر منشی، تهران.
- شریتی، اکبر (۱۳۹۴)، بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان، مجله آمایش جغرافیایی فضا، شماره ۱۵، صفحات ۴۳ - ۵۹.
- شکوری، علی، (۱۳۹۰)، توریسم پایدار و تبیین مولفه های آن، تهران، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی فارس، نشریه پژوهش های جغرافیایی انسانی، شماره ۲۵.
- قنبری، سیروس، قاسمی، مریم و پورجوپاری، مرضیه (۱۳۹۲). بررسی اثرات گردشگری بر توسعه روستایی از دیدگاه جامعه میزبان مطالعه موردی: بخش ماهان شهرستان کرمان، مجله آمایش جغرافیایی فضا، شماره ۹، ۹۱-۴۴.
- گی، چاک، وای، (۱۳۸۲)، عنوان کتاب: جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه: دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دوم، ۱۲۲-۳۲۷
- لی، جان (۲۰۱۳). گردشگری و توسعه در جهان سوم، مترجمان: عبدالرضا رکن الدین افتخاری و دیگران، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

- مکیان، سید نظام‌الدین؛ نادری بنی، محمود.(۱۳۸۲) ، (بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد، تحقیقات اقتصادی، بهار و تابستان ۱۳۸۲، شماره ۶۲، ۱۹۵-۲۰۵)
- مهدوی، مسعود؛ معصوم، مجتبی؛ قهرمانی، نسرين.(۱۳۸۷) ، (اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستایان دره کن و سولقان. فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۱، شماره ۲، ۳۹-۶۰)
- نرگسی، شهین، بابکی، روح اله و عفتی، مهناز (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران(۱۳۶۸-۱۳۹۵)، فصلنامه اقتصاد مالی، شماره ۴۴، ۴۱-۶۸
- Choi.J.& Sirakaya.E, (2005), Measuring resident's attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. Journal of travel research, 380-394
- Jurowski, Claudia & Gursoy, Dogan, (2004), Distance Effect on Residents Attitudes Toward Tourism; Annals of Tourism Research; Vol 31(2), 47-99
- Sharply, R. (1996). Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide, Journal of Sustainable Tourism, 8(1), pp:145-156
- Lundberg.K.& Johnson.R.L (2014). Modling resident attitudes toward tourism. Annals of tourism Rsearch. 24(2).402-424
- Stefan.F, (2012).Global Tourism,sustainable Tourism&ECO-Tourism code of ethics, charter Guidelines,resoulution,SBSpublishers&distriutions pvt.Ltd.New dehli, pp:465-499
- Henter, D. (2009). Tourism & the community : A Drama in three Acts . Journal of Travel Research 23:502-526
- Kumar, R.R., Loganathan, N., Patel, A., & Kumar, R.D. (2015). Nexus between Tourism Earnings and economic growth: A study of Malaysia. Quality andQuantity, 49(3), 1101-1120