

## عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر لاهیجان

رحیم پرمایه<sup>۱</sup>، مهرداد رضمانی پور<sup>۲\*</sup>، کیا بزرگمهر<sup>۳</sup>، آمنه حقزاد<sup>۴</sup>

- ۱- دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و بر نامه ریزی شهری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
- ۲- استادیار گروه جغرافیا، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
- ۳- استادیار گروه جغرافیا، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران
- ۴- استادیار گروه جغرافیا، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

### چکیده

شهر لاهیجان به عنوان مرکز شهرستان، از نظر تاریخی و جاذبه‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و همچنین فرصت‌های بی‌شمار طبیعی گردشگری تاریخی، تفریحی و طبیعت‌گردی می‌تواند تبدیل به یک قطب گردشگری منطقه‌ای و حتی فرامنطقه‌ای گردد. این شهر با حوزه نفوذ و منطقه پیرامونی خود و وجود جاذبه‌های تاریخی (مانند آرامگاه شیخ زاهد گیلانی، بقعه میرشمس‌الدین، آرامگاه کاشف‌السلطنه و موزه تاریخ چای، پل خشتی لاهیجان، حمام گلشن لاهیجان)، فرهنگی (مانند مسجد چهار پادشاهان، مسجد اکبریه، مسجد جامع لاهیجان)، طبیعی (کوه و آبشار شیطان‌کوه، تالاب سوسان، تالاب امیر کلایه) یکی از مراکز گردشگری استان گیلان به حساب می‌آید. اما به دلیل عدم برخورداری مناظر طبیعی، تاریخی و فرهنگی این شهر از زیر ساخت‌های لازم در جهت توسعه و آبادانی با مشکلات فراوانی دست به گریبان است. در این راستا تحقیق حاضر تلاش دارد با روش توصیفی - تحلیلی و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر لاهیجان را از نظر گردشگران مورد بررسی قرار دهد. روش جمع‌آوری داده و اطلاعات پرسش‌نامه و اسنادی کتابخانه بوده است. حجم جامعه نمونه بر اساس نظر کارشناسی (شامل اساتید دانشگاه و کارشناسان گردشگری) ۱۰۰ نفر از گردشگران حاضر در شهر لاهیجان می‌باشد که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون‌های آماری  $\chi^2$  و فریدمن استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، وجود امنیت کافی در شهر لاهیجان به ترتیب مهم‌ترین عوامل مؤثر برای جذب گردشگری در این شهر است. از آنجایی که درجه آزادی شاخص‌های مورد بررسی ۲ و سطح معنی‌داری آنها کمتر از ۰,۰۵ است، بنابراین با ضریب اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتایج این آزمون را مورد تأیید قرار داد.

**واژه‌های کلیدی** گردشگری، توسعه پایدار، گردشگری پایدار، شهر لاهیجان

## مقدمه

گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند آگاهی و شناخت کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. در واقع شناخت توان‌های طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و غیره در هر منطقه، به برنامه‌ریز این امکان را می‌دهد تا براساس وضع موجود و توان‌های منطقه، توسعه و جهت آن را شناسایی کند (زنگی آبادی و همکاران، ۱۳۸۵: ۳۹). فضاهای شهری از دیر باز جذاب‌ترین فضاها را تشکیل می‌دادند و از آنها به عنوان متمدن‌ترین سکونتگاه‌ها یاد می‌شود و در بردارنده مراکز مهم اقتصادی، علمی، تفریحی، پزشکی و غیره هستند و افزون بر اینها از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی نیز برخوردارند. به همین دلیل مهمترین کانون‌های جذب گردشگر و توسعه پایدار شهر به حساب می‌آیند (شمس‌الدینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲). جاذبه‌های گردشگری به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه گردشگری، به مثابه منابع خامی هستند که بهره‌برداری بهینه از آنها مستلزم توجه به فرایندهای ایجاد ارزش افزوده در آنهاست. صاحب‌نظران گردشگری در دنیا بر اساس فضا، ۴ فضای کلی را برای انواع گردشگری مشخص کرده‌اند: ۱. فضای روستایی یا جهانگردی سبز؛ ۲. فضای کوهستانی برای ورزش‌های کوهستانی؛ ۳. فضای ساحلی با ویژگی‌های منحصر به فرد ساحل مورد نظر؛ ۴. فضای شهری. سرآمد انواع این نوع گردشگری‌ها بر اساس فضا، فضای شهری است (شربتیان، ۱۳۹۰: ۵). شهرها به لحاظ دارا بودن تاریخ طولانی و استقرار نمادهای باستانی، تاریخی و فرهنگی، ارزشهای ملی هر کشوری به حساب آمده و با دارا بودن مناظر طبیعی از مکانهای جذاب برای گردشگران محسوب می‌شوند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۶). گردشگری شهری به عنوان یکی از زیر بخش‌های مهم فعالیت گردشگری به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته و در فرایند جهانی شدن، اهمیت روزافزونی یافته است (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۶). بازار گردشگری شهری، به سرعت در حال گسترش است و شرایط مطلوب بازار بسیاری از برنامه‌ریزان شهری را به توسعه گردشگری به عنوان بخش مهمی از سیاست شهری دچار وسوسه کرده است. گردشگری نه تنها نشان دهنده یک فعالیت اقتصادی بزرگ و مولد درآمد و اشتغال است، بلکه از طریق تأثیر آن بر ایجاد اشتغال، توزیع درآمد، ترویج توسعه اجتماعی و کمک به کاهش فقر پرداخت (Timuz and Getz, ۲۰۰۹: ۲۲۰). شهرهای شمالی کشور به علت داشتن پتانسیل‌های طبیعی (اعم از اقلیمی و ژئومورفولوژیکی) و تاریخی، فرهنگی توانسته‌اند در زمینه جذب گردشگری خارجی و داخلی نقش مؤثری ایفا نمایند.

شهر لاهیجان به عنوان یکی از شهرهای مهم و پرنفوذ در شبکه شهری استان گیلان محسوب شده و همه ساله مقصد مسافران و گردشگران زیادی است. این شهر دارای توان‌های طبیعی فراوانی برای جذب گردشگر شهری است و توان‌های فراوان آن موجب توسعه این نقش در شهر لاهیجان می‌شود، اما در کنار این توان‌ها و قابلیت‌ها، چالش‌هایی نیز در زمینه گردشگری شهری این شهر وجود دارد. عدم توجه اصولی به مقوله گردشگری شهر و همچنین، وجود رقبای منطقه‌ای پرتوان، ضرورت توجه جدی به نقش پرتوان گردشگری شهری را در شهر لاهیجان که از دیرباز در کنار صنعت چای به زیبایی و جذب گردشگر شهرت داشته را بازگو می‌کند. این پژوهش سعی دارد، ضمن بررسی توان‌ها و چالش‌های پیشروی گردشگری شهری لاهیجان، به ارائه الگویی پایدار به منظور توسعه گردشگری شهری در این شهر با توجه به توانها و قابلیت‌های داخلی شهر لاهیجان و مقایسه با رقبای منطقه‌ای آن در این میان

بپردازد. با توجه به موارد مذکور، بررسی شرایط موجود به منظور شناخت توان‌ها و چالش‌های پیشروی توسعه گردشگری شهری لاهیجان به عنوان عامل پرتوان توسعه این شهر ضروری به نظر می‌رسد. شناسایی ظرفیت‌های گردشگری در شهر لاهیجان می‌توان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار شهر به شمار آید که در صورت حرکت مناسب ضمن آبادانی، عمرانی و پویایی اقتصادی، بستر مناسبی برای تعامل فرهنگی و اجتماعی شهروندان شهر لاهیجان فراهم آورد. از آنجایی که این شهر در بخش گردشگری از جایگاه مناسبی نسبت به سایر شهرهای استان برخوردار نبوده و نتوانسته در خور ظرفیت‌های موجود ایفای نقش کند، لذا ضروری است که برای ارتقاء نقش گردشگری این شهر در راستای توسعه پایدار عوامل مؤثر بر توسعه این صنعت در شهر لاهیجان شناخته شود و راهبردهای مناسبی ارائه گردد.

### پیشینه تحقیق

در زمینه گردشگری شهری و تأثیرات آن بر توسعه پایدار شهری چه در داخل کشور و چه در خارج کشور مطالعات و پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است که در پیشینه تحقیق به آن اشاره می‌گردد برای استفاده بهتر از نتایج تحقیق در دو گروه تحقیقات خارج از کشور و داخل کشور به چند مورد از تحقیقات اخیر اشاره می‌گردد:

در تایوان محققان با استفاده از تکنیک دلفی، معیارهای ارزشیابی را برای مدیریت سایتهای گردشگری شناسایی کردند. افراد محلی، جهانگردان و مدیران بخش گردشگری مورد مصاحبه قرار گرفتند و در پایان سیستم معیارهای طبیعت‌گردی پایدار به منظور مدیریت سایتهای گردشگری مورد مطالعه تعریف شد (Tsaur, et al, 2006: 640). در سال ۲۰۰۷، تحقیقی در رابطه با شاخص‌های اصلی گردشگری پایدار در مالزی انجام شد. نتیجه تحقیق نشان داد که عوامل زیستی از جمله تنوع زیستی، شرایط فصلی، مدیریت زباله‌ها و منابع آبی توزیع آنها به عنوان شاخص‌های کلیدی تحقق گردشگری پایدار در منطقه پالونگی جنوبی مطرح هستند (The & Cabanban, 2007: 999). در تحقیقی در ویرجینیای غربی آمریکا، نتایج تحقیق منجر به ایجاد یک سیستم ارزیابی ۹ معیاره برای ارزیابی شرایط مقصد گردشگری و یک سیستم ۷ معیاره برای ارزیابی نحوه مدیریت مقصد گردشگری شده است (Bender, 2008: 14). سورج (۲۰۱۰) به بررسی تأثیر گردشگری بر توزیع درآمد با استفاده از اطلاعات بین کشوری و روش داده‌های تابلویی می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهند، بخش گردشگری، نابرابری درآمد ناخالص در نمونه کشورهای مورد استفاده در این مطالعه را کاهش می‌دهد. همچنین گردشگری داخلی نسبت به گردشگری بین‌المللی بیشتر به کاهش نابرابری درآمد منجر می‌شود (جعفری صمیمی و خبره، ۱۳۹۲: ۱۳). جابولانی<sup>۱</sup> و موبانگیزی<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان نقش صنایع دستی در توسعه اقتصاد محلی و ظرفیت‌های گردشگری در آفریقای جنوبی انجام دادند به این نتیجه رسیدند که صنایع دستی کمک‌های ارزشمندی به توسعه بخش گردشگری می‌کند و در کنار سایر جاذبه‌ها کشورها و مناطق گوناگون را قادر به جذب گردشگران می‌سازد (جابولانی و موبانگیزی، ۲۰۱۵: ۱-۱۵). رسولی و همکارانش

<sup>۱</sup> - Jabulani

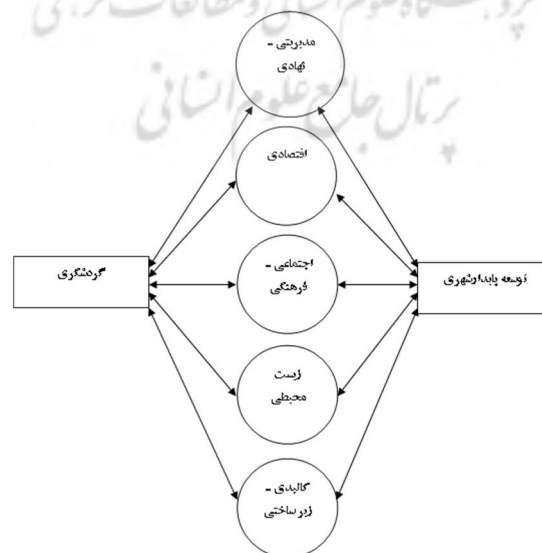
<sup>۲</sup> - Mubangizi

(۱۳۹۳) در تحقیق تحت عنوان تأثیرپذیری شهرهای اسلامی از گردشگری شهری، با رویکرد توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر تهران)، ابتدا شاخص‌های گردشگری و توسعه پایدار مشخص شد و در نهایت با استفاده از نرم‌افزار AMOS به این نتیجه دست یافتند که در بین شاخص‌های مختلف توسعه گردشگری شهرهای اسلامی در زمینه ارتباط با توسعه پایدار شهری، توجه به رفاه اجتماعی، امنیت گردشگران و توجه به زیرساخت‌های اساسی از اهمیت بسیار بالاتری برخوردار است و توجه به این مسائل تا حدود زیادی می‌تواند، توسعه پایدار شهرهای اسلامی را حمایت کند (رسولی، ۱۳۹۳: ۲۰-۱). حاتمی نژاد و شریفی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج)، تأثیرات مثبت گردشگری شهری بر ۴ متغیر توسعه پایدار شهری (پایداری اجتماعی، پایداری کالبدی، پایداری محیطی، و پایداری اقتصادی) را مورد ارزیابی قرار داد. نتایج آزمون‌های آماری استفاده شده در تحقیق بیانگر این مهم‌اند که گردشگری شهری در شهر سنندج توانسته است به شیوه‌ای مؤثر باعث پایداری هرچه بیشتر شهر سنندج شود. گردشگری در شهر سنندج توانسته است بیشترین تأثیر را بر توسعه پایدار اقتصادی و کمترین تأثیر را توسعه پایدار محیطی داشته باشد (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۷۴-۶۱). بهشتی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان نقش صنعت گردشگری در ایجاد نابرابری درآمدی در بین استانهای کشور، به روش اثرات ثابت زمانی و مقطعی برای دوره زمانی ۱۳۷۹ الی ۱۳۹۳ به این نتایج دست یافته است که بین صنعت گردشگری و نابرابری درآمدی استان‌ها رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد و توسعه صنعت گردشگری با شکل و ماهیت فعلی باعث کاهش نابرابری درآمدی بین استان‌ها شده است (بهشتی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹). حیدری‌نیا و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی شاخص‌های کیفیت محیطی از دید گردشگران با استفاده از مدل‌های SAW, VIKOR, ELECTRE و کپلند (مطالعه موردی: شهرستان کوه‌دشت) به این نتایج دست یافتند که شاخص جاذبه‌های گردشگری بیشترین میزان تأثیرگذاری از دید گردشگران بر کیفیت مطلوب محیط داشته است (حیدری‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۷). گلزاری و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ی با عنوان بررسی و تحلیلی بر چالش‌های توسعه توریسم شهری (نمونه شهر تبریز)، نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که توسعه توریسم همبستگی مستقیمی با ارتقاء سطح استانداردهای زندگی و درآمد مردم جهان خصوصاً کشورهای در حال توسعه دارد (قربانی گلزاری و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۴).

## مبانی نظری

با توجه به بررسی پیشینه تحقیقات داخلی کشور می‌توان ادعان داشت که در زمینه توسعه گردشگری پایدار شهری دیدگاه سیستمی کمتر مد نظر قرار گرفته است. این در حالی است که نگرش سیستمی، رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و پویایی گردشگری است؛ در این رویکرد بخوبی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیر گذار بر گردشگری را هم چون گردشگران، جامعه میزبان، سازمان‌ها و شرکت‌های ذی ربط، محیط و... را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و آنها را سازماندهی کرد. به عبارتی دیگر، نگرش سیستمی واقعیت، بنیان و اساس گردشگری را در کلیتی منسجم به تصویر می‌کشد و پیوند بین اجزاء و عناصر بخش عرضه گردشگری، اعم از جاذبه‌ها،

حمل و نقل، واحدهای اقامتی، خدمات، سازمانها و... با تقاضا (گردشگران) در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نمایان می‌سازد تا برنامه‌ریزان برای پویایی آن در عرصه رقابت جهانی تلاش نمایند. بر اساس نظریه سیستم‌ها، سیستم گردشگری هر مکان کلیتی است، مشتمل بر بخش‌ها، اجزاء و عناصر متعدد و پیچیده همانند جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی و...)، تأسیسات زیر بنایی، خدمات، اطلاعات، تبلیغات، بازارهای داخلی و بین‌المللی و... می‌باشند که در ارتباط متقابل با همدیگر و برخورداری از شبکه، سلسله مراتب، ساختار، کارکرد و... جایگاه خود را در بازار رقابتی در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی بدست می‌آورد؛ به عبارتی دیگر گردشگری از جاذبه‌ها، هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر عناصر به صورت مجزا تشکیل نشده است که هر بخش بدون ارتباط و تعامل با سایر بخش‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری، بتواند به موفقیت دستیابی پیدا کند؛ بلکه کلیتی است (همانند یک سیستم) که پویایی آن (گردشگری) در سایه ارتباط متقابل و سازمند اجزای و عناصر تشکیل دهنده آن در بازار رقابتی بدست می‌آید. دو بخش اصلی سیستم گردشگری که چرخه، حرکت و پیشرفت گردشگری را در یک مکان شکل می‌دهد، عرضه و تقاضا است؛ تقاضا شامل تمامی گردشگران متقاضی گردشگری از مبداءهای مختلف ملی و بین‌المللی به مقصد مورد نظر می‌باشند که بازارهای هدف گردشگری آن مکان را تشکیل می‌دهند (والا و بیچریل، ۱۳۸۴: ۶۲)؛ و عرضه مشتمل بر جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی، حمل و نقل، خدمات، تسهیلات و تأسیسات گردشگری و... یک مکان/ منطقه و... می‌باشند که موجب جذب گردشگران از سطوح فوق‌الذکر می‌گردند. ارتباط سازمند این دو بخش اصلی گردشگری در سایه برنامه‌ریزی و سازماندهی ایجاد می‌گردد (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۴-۱۶). به عبارتی دیگر درون این شاخه‌ها و زیر سیستم کلی، جزئیات و عناصری است که برنامه‌ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند و به گونه‌ای خدمات، تسهیلات و امکانات گردشگری را فراهم نمایند که گردشگران به راحتی بتوانند، نیاز و خواسته خود را برآورده سازند (داس و ویل، ۱۳۷۸: ۲۳۱-۲۶۷). با توجه به مدل سیستم گردشگری کاسپار تحقیق حاضر با ابعاد و متغیرهای زیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت:



شکل شماره ۱: مدل نهایی تحقیق منبع: یافته‌های

## روش تحقیق

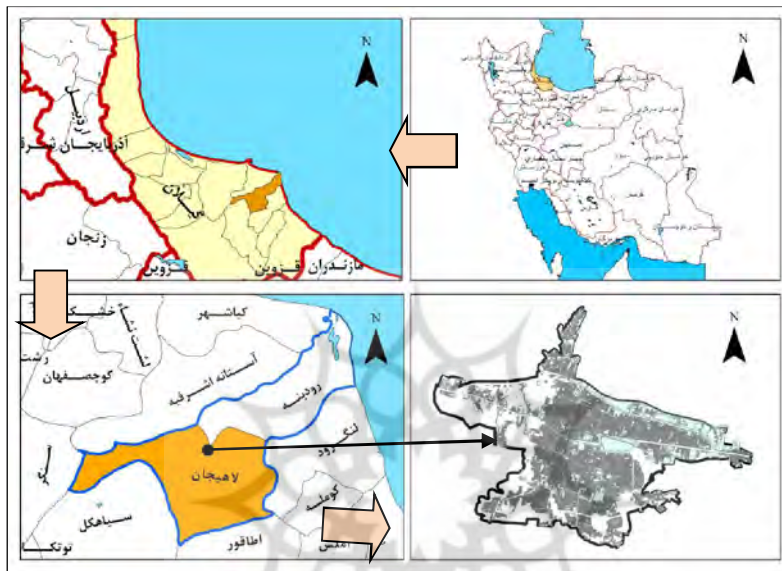
تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش از نوع تحقیقات توصیفی و تحلیلی می‌باشد و در اجرای آن از روش پیمایش استفاده شده است، بدین معنا که در گام اول به توصیف متغیرها و در گام دوم به بررسی رابطه بین شاخص‌های تحقیق پرداخته می‌شود. در ضمن به لحاظ روش شناختی این تحقیق درصدد بررسی مسئله و موضوع مشخصی می‌باشد. تحقیقی که در جهت ایجاد تغییر مثبت انجام شود، تحقیق کاربردی محسوب می‌گردد و از آن جهت که می‌تواند برای برخی سازمان‌ها و ارگان‌های شهری همچون شهرداری و سازمان میراث فرهنگی مفید و به کار آید کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق گردشگران شهر لاهیجان می‌باشند که به دلیل مشخص نبودن حجم آنها بر اساس نظر کارشناسی تعدا ۱۰۰ نفر از گردشگران (بر اساس روش تصادفی ساده) انتخاب شده است و محقق گویه‌هایی را در قالب یک پرسشنامه در اختیار پاسخگویان قرار داده که همگی به پرسش‌های مشابهی پاسخ داده‌اند. این گویه‌ها متغیرهای تحقیق را اندازه‌گیری می‌کنند و تجزیه و تحلیل نهائی بر اساس نتایج بدست آمده از روابط متغیرها، صورت گرفته است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون خی ۲ استفاده شده است. این آزمون‌ها در نرم‌افزارهای SPSS بعد از جمع‌آوری پرسش‌نامه از سطح محدوده انجام شده است.

## محدوده مورد مطالعه

شهر لاهیجان، یکی از سه شهر مهم استان گیلان بشمار می‌رود که در شرق رودخانه سفیدرود واقع شده است. این شهر در ۵۰ درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۱۶ دقیقه عرض شمالی و به ارتفاع ۲ متر از سطح دریا در قلب باغات و مزارع سبز چای قرار گرفته است. مساحت شهر بر اساس طرح تفصیلی حدود ۹ کیلومتر مربع است و به لحاظ آب و هوایی داری ویژگی‌های اقلیمی خاص است به طوری که اقلیم شهرستان معتدل و مرطوب با ریزش جوی ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ میلیمتر در سال و رطوبت نسبی ۵۰ تا ۹۰ درصد و میانگین سالانه هوای ۱۶٫۱ درجه سانتیگراد می‌باشد (هاشمی راد، ۱۳۹۴: ۶۵-۷۵). لاهیجان تاریخ واقعی‌اش همزمان با تاریخ پیدایش زندگی اقوام آمارد در منطقه می‌باشد و همین ناحیه است که به عنوان مرکز زندگی این اقوام به شمار می‌رفته است و اگر این شهر توسط لاهیج بن سام بن نوح باشد (بر اساس آنچه که یاقوت حموی می‌گوید) به احتمال زیاد نام آن از بنیانگذارش گرفته شده است. در قدیم نام این شهر را دارالاماره یا دارالمان بوده و بعد به نام لاهیجان المبارک خوانده می‌شد (ادیب عباسی، ۱۳۸۲: ۲۶). این شهر از قدیمی‌ترین شهرهای استان گیلان است که آبادی‌های آن از مراکز مهم تولید پنبه و ابریشم و تهیه دست بافت‌های ابریشمی بوده‌اند که در سال ۷۰۶ هجری قمری لاهیجان به وسیله سلطان الجایتو اشغال گردید و این امر باعث ویرانی شهر شد. پس از سقوط سلسله سادات کیانی، لاهیجان به وسیله حکام صفوی اداره می‌شد و شکل‌گیری کالبدی و گسترش مجدد شهر در این دوره است. شهر در دوره صفوی به چند محله تقسیم می‌شد که هر محله سکونتگاه طبقه اجتماعی خاصی بوده، از جمله می‌توان به خمیر کلایه (کونتگاه اعیان و اشراف)؛ محله میدان (محل سکونت پیشه‌وران و عامه مردم)، محله شعرباغان (محل سکونت نساجان) از اواخر صفویه و اوایل قاجاریه، لاهیجان اهمیت خود در گیلان را از دست داد و رشت و بندرانزلی جان آن را گرفتند و شهر لاهیجان مرکز شهرستان،

دارالاملك خان احمد خان بود و اولين ناحيه از گيلان بود كه در سال ۱۳۸۱ ه.ش تخم جاي در آن كاشته شد و به حاصل نشست (غني پور تفرشي، ۱۳۹۱: ۵۵).

بخش عمده جاذبه‌هاي گردشگري لاهيجان در ضلع شرقي اين شهر و در شعاع كمتر از يك كيلومتر قرار دارد. مهمترين اين جاذبه‌ها عبارتند از: استخر، آبشار شيطان كوه، موزه چاي، آرامگاه كاشف السلطنه، ايستگاه تحقيقات گل و گياه زميني، بام سبز و تله كابين، مقبره شيخ زاهد گيلاني و پارک جنگلي شيخ زاهد. علاوه بر اين جاذبه‌ها، تعداد زيادي از جاذبه‌هاي فرهنگي و مذهبي نيز در حاشه جاذبه‌هاي ذكر شده قرار دارند كه بر اهميت اين بخش از لاهيجان مي‌افزايد.



شکل شماره ۲: موقعیت شهر لاهيجان

منبع: ترسيم نگارنده (بر اساس اطلاعات دريافتي از سازمان نقشه برداري ۱۳۹۸)

### يافته‌هاي توصيفي تحقيق (مشخصات جامعه نمونه)

در اين تحقيق براي بررسي عوامل مؤثر بر جذب گردشگران در شهر لاهيجان از نظر گردشگران در قالب يك پرسشنامه استفاده شده است. نتايج بررسي مشخصات جامعه نمونه در جدول شماره ۱ نشان مي‌دهد ۵۶٪ از گردشگران جامعه نمونه داراي مشاغل آزاد و ۳۲٪ داراي کارمند مي‌باشند و ۷۸٪ از اين گردشگران تحصيلات دانشگاهي (فوق ديپلم به بالا) دارند. بررسي جذابيت شهر لاهيجان براي گردشگران نسبت ساير شهرهاي استان گيلان در جدول شماره ۲ نشان مي‌دهد كه ۴۵٪ از گردشگران جذابيت اين شهر را بهتر از ساير شهرهاي استان مي‌دانند.

جدول شماره ۱: وضعیت جامعه نمونه

جنسیت	فراوانی	درصد	شغل	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	62%	آزاد	56%	56%
	زن	38%	کارمند	32%	32%
	جمع کل	100%	بازنشسته و خانه دار، دانش آموز	12%	12%
			جمع کل	100%	100%
سن	فراوانی	درصد	سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
سن	زیر ۲۰ سال	5%	بی سواد	1%	1%
	20-35	8%	دیپلم و کمتر	21%	21%
	35-45	10%	فوق دیپلم	28%	28%
	45-55	20%	لیسانس	34%	34%
	55-65	38%	فوق لیسانس و بیشتر	16%	16%
	بیشتر از ۶۵ سال	19%	جمع کل	100%	100%
	جمع کل	100%			

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

بر اساس نظر این گردشگران مکان‌های تفریحی - گردشگری بام سبز و تله کابین، استخر لاهیجان، تالابها و مزارع اطرف شهر و مکان‌های تاریخی و مذهبی را به ترتیب اولویت اول گردشگری می‌دانند.

جدول شماره ۲: جذابیت شهر لاهیجان برای گردشگران در مقایسه با دیگر شهرهای استان

ردیف	گویه	فراوانی	درصد
۱	بسیار بهتر از سایر شهرهای استان	23	۲۳٪
۲	بهتر از سایر شهرهای استان	45	۴۵٪
۳	تا حدودی بهتر از سایر شهرهای استان	22	۲۲٪
۴	بدتر از سایر شهرهای استان	8	۸٪
۵	بسیار بدتر از سایر شهرهای استان	2	۲٪
۶	جمع کل	100	100

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

جدول شماره ۳: مکان‌های اولویت دار برای تفریح گردشگران در شهر لاهیجان

ردیف	مکان تفریحی	اولویت اول
۱	بام سبز و تله کابین	۴۲
۲	استخر و آبشار شیطان کوه	28
۳	تا حدودی بهتر از سایر شهرهای استان	19
۴	مکان‌های تاریخی - مذهبی	11

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸



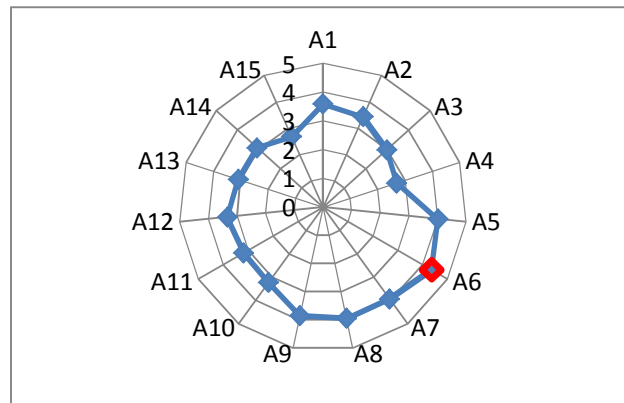
## یافته‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

یافته‌های توصیفی مرتبط با بعد زیست محیطی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

یافته‌های توصیفی در خصوص معیارهای زیست محیطی مؤثر بر جذب گردشگران در شهر لاهیجان در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که زیرمعیارهای مرتبط با معیار جاذبه‌های طبیعی شهر لاهیجان با کسب بیشترین میانگین امتیازهای بیش از سایر زیر معیارها در جذب گردشگر به این شهر مؤثر می‌باشند. به طوری که زیر معیار مجموعه تفریحی (طبیعی) اطراف شیطان کوه (بام سبز، آبشار و استخر) با میانگین امتیاز ۴,۳۶ مؤثرترین عامل در جذب گردشگران به شهر لاهیجان بوده است. بررسی انحراف معیار و ضریب پراکندگی پاسخها نشان می‌دهد که کمترین نابرابری و انحراف در توزیع پاسخها مربوط به متغیر همین زیر معیار است.

جدول شماره ۴: گویه‌های مربوط به بعد زیست محیطی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

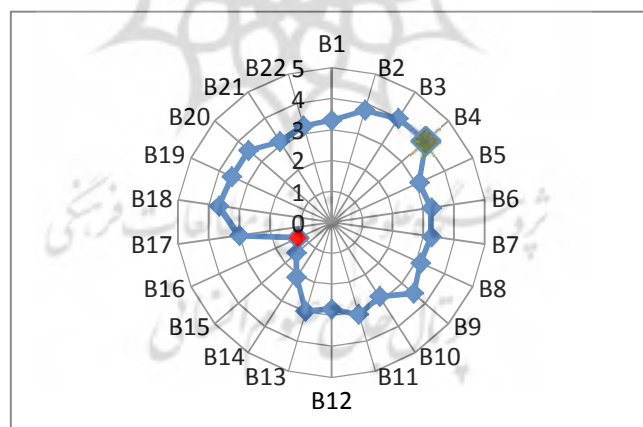
معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
آرامش و هوای پاک (الفیم)	درجه حرارت مناسب برای گشت و گذار در بیشتر ایام سال (A1)	3.58	0.667	0.236
	شرجی و رطوبت نسبت به سایر نقاط استان (A2)	3.43	0.784	0.456
	وزش باد ملایم در ایام گرم سال (A3)	2.98	0.656	0.178
	بارش باران و برف در بیشتر ایام سال (A4)	2.69	0.598	0.243
جاذبه‌های طبیعی	وجود رودخانه، استخر طبیعی و تالاب‌های اطراف شهر (A5)	4.02	0.516	0.196
	مجموعه تفریحی (طبیعی) اطراف شیطان کوه (A6)	۴,۳۶	0.328	0.119
	وجود باغ‌ها و اراضی زراعی (چای) در اطراف شهر (A7)	3.94	0.384	0.126
	پارک‌های جنگلی شهر (باغ ملی، پارک میرصفا و .... (A8)	3.96	0.433	0.435
	وجود طبیعت بکر روستاهای اطراف شهر (A9)	3.87	0.692	0.398
آلودگی محیط زیست	عدم آلودگی شهر (A10)	3.23	0.894	0.568
	پاکیزگی معابر و مکان‌های تفریحی (A11)	3.18	1.025	0.463
	پاکیزگی رودخانه، استخر و تالاب‌های لاهیجان (A12)	3.34	0.936	0.368
	دفع مناسب زباله در سطح شهر (A13)	3.1	0.948	0.723
	سیستم فاضلاب کشی مناسب شهر (A14)	3.08	1.115	0.637
	عدم استفاده از سوخت‌های فسیلی (A15)	2.68	1.39	0.258



شکل شماره ۳: مقایسه میانگین زیرمعیارهای زیست محیطی

### یافته‌های توصیفی مرتبط با بعد اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

یافته‌های توصیفی در خصوص بعد اجتماعی - فرهنگی در جدول شماره ۵ و شکل شماره ۴ نشان می‌دهد که بیشترین میزان میانگین رتبه‌ای در بین زیرمعیارها برای گویه آثار باستانی خشتی (مانند پل خشتی، مسجد جامع و...) (با میانگین رتبه‌ای ۴,۰۲) است. بررسی ضریب پراکندگی و انحراف معیار در این بعد نشان می‌دهد که تبلیغات مناسب برای رستوران‌ها، مراکز تهیه غذا با ضریب پراکندگی ۰,۶۴۷ و انحراف معیار ۰,۹۷۱ بیشترین نابرابری در توزیع فراوانی و انحراف معیار را دارد.



شکل شماره ۴: مقایسه میانگین زیرمعیارهای اجتماعی - فرهنگی

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

جدول شماره ۵: گویه‌های مربوط به بعد اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
یادبودهای تاریخی - مذهبی	وجود بقاع متبرکه و مذهبی در سطح شهر (بقعه احمد بن موسی، مسجد جامع، مسجد اکبریه، بقعه عاقلیه) B1	3.3	0.864	0.262
	مقبره افراد شاخص و سرشناس در سطح شهر (کاشف السلطنه، شیخ زاهد، بقعه چهار پادشاه، بقعه امیر شمس الدین) B2	3.77	0.919	0.244
	وجود مراکز تحقیقاتی مانند باغ فلاحت (ایستگاه تحقیقات گل و گیاه زمینی لاهیجان) B3	۳,۹۸	0.882	0.205
	آثار باستانی خشتی (مانند پل خشتی، مسجد جامع و ...) B4	4.02	0.675	0.153
	وجود تله کابین (شیطان کوه) در شهر B5	3.1	0.852	0.275
آداب و رسوم	روحیه مهمان نوازی شهروندان لاهیجانی B6	3.25	0.85	0.262
	برخورد مناسب در مواجهه با گردشگران B7	3.25	1.019	0.314
	فرهنگ، دانش و مشاهیر شهر لاهیجان B8	3.15	1.039	0.33
	هنرهای دستی شهر لاهیجان B9	3.5	0.688	0.197
	سوغات و محصولات کشاورزی (چای و ...) B10	2.85	0.933	0.327
تبلیغات، اطلاع رسانی	عدم سردرگمی گردشگران در شهر (خوانایی شهر) B11	3.1	0.852	0.275
	تبلیغات مناسب توسط مراکز گردشگری واقع در مکانهای دیدنی شهر B12	2.8	0.833	0.298
	تابلوه‌های راهنما در سطح شهر جهت پیدا کردن آدرس مراکز تفریحی B13	3	0.725	0.242
	تبلیغات مناسب برای اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و ویلاها B14	2.1	1.197	0.57
	تبلیغات مناسب برای رستوران‌ها، مراکز تهیه غذا و ... B15	1.5	0.971	0.647
امنیت	برگزار جشنواره‌های هنری و فرهنگی مرتبط با گردشگری B16	1.2	0.421	0.351
	کم بودن میزان دزدی در سطح شهر B17	3.02	0.966	0.351
	کم بودن مزاحمت‌ها خیابانی به ویژه برای گردشگران B18	3.69	0.852	0.294
	امن بودن مکان‌ها تفریحی به ویژه در فضاهای خلوت شهری B19	3.55	0.887	0.25
	امداد رسانی به موقع و مناسب به گردشگرانی که دچار سوانح B20	3.55	0.887	0.25
	کم بودن حوادث جاده‌ای و تصادفات خیابانی در سطح شهر B21	3.1	0.852	0.275
	مراکز پلیس و گشت‌های شبانه روزی برای برقراری امنیت در سطح شهر B22	3.25	1.019	0.314

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

یافته‌های توصیفی مرتبط با بعد کالبدی - زیرساختی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

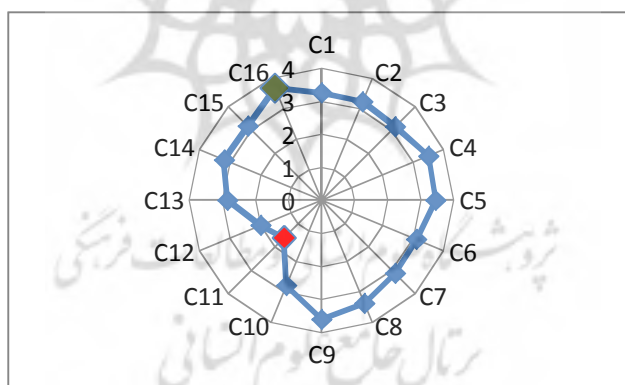
یافته‌های توصیفی حاصل از پاسخ به بعد کالبدی - زیرساختی در جدول شماره ۶ و شکل شماره ۵

نشان می‌دهد که قرار داشتن شهر لاهیجان در مسیرهای مواصلاتی مهم استان با میانگین رتبه‌ای ۳,۶۸ بالاترین میانگین رتبه‌ای و با ۰,۱۹۷ کمترین میزان نابرابری در توزیع پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۶: گویه‌های مربوط به بعد کالبدی - زیرساختی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
مراکز خدماتی	دسترسی به مراکز بهداشت - درمانی (بیمارستان و درمانگاه) C1	3.25	0.85	0.262
	دسترسی به مراکز ارزانس جاده‌ای C2	3.23	1.019	0.314
	وجود مراکز آتش نشانی در سطح شهر C3	3.15	1.039	0.33
	وجود پایه حمل و نقل به شهرهای مهم کشور C4	3.5	0.688	0.275
	نزدیکی به ایستگاه راه آهن رشت - تهران و رشت - قزوین C5	3.45	0.933	0.327
مراکز استراحتگاهی	وجود ویلاها و باغ‌ها خصوصی در سطح شهر C6	3.1	0.852	0.275
	وجود هتل‌ها با قیمت مناسب در سطح شهر C7	3.13	0.833	0.298
	وجود استراحتگاه‌های موجود در سطح شهر و نزدیک مراکز تفریحی شهر C8	3.38	0.725	0.242
	مراکز اسکان اضطراری به ویژه در تعطیلات رسمی C9	3.6	1.316	0.411
ترافیک و حمل و نقل	عدم ترافیک در سطح شهر C10	2.8	1.619	0.578
	حمل و نقل عمومی مناسب در سطح شهر (تاکسی و اتوبوس) C11	1.6	0.843	0.527
	وجود پارکینگ‌ها مناسب برای گردشگران C12	2	0.666	0.333
	امکان پارک حاشیه مراکز تفریحی و گردشگری شهر لاهیجان C13	2.85	0.948	0.287
	دسترسی جاده‌ای مناسب به مراکز تفریحی خارج از شهر و یا داخل شهر C14	3.2	1.549	0.484
	وضعیت مناسب جاده‌های مواصلاتی به شهر لاهیجان C15	3.17	0.875	0.461
	قرار داشتن شهر لاهیجان در مسیرهای مواصلاتی مهم استان C16	3.68	0.852	0.197

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸



شکل شماره ۵: مقایسه میانگین زیرمعیارهای کالبدی - زیرساختی

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

یافته‌های توصیفی مرتبط با بعد اقتصادی - مدیریتی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

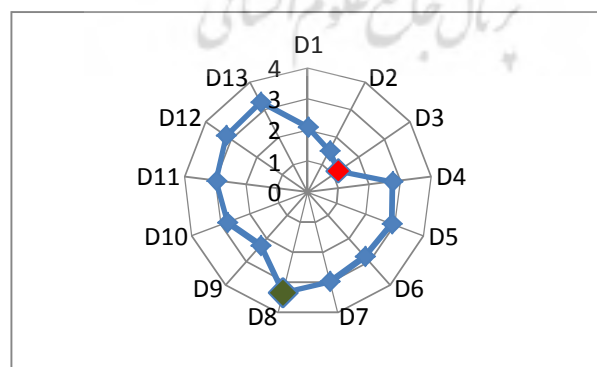
یافته‌های توصیفی حاصل از پاسخ به بعد کالبدی - زیرساختی در جدول شماره ۷ و شکل شماره ۶ نشان می‌دهد که فروش محصولات محلی با قیمت و کیفیت مناسب در شهر با میانگین رتبه‌ای ۳,۳۵ بالاترین میانگین رتبه‌ای و با ۰,۱۵۳ کمترین میزان نابرابری در توزیع پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۷: گویه‌های مربوط به بعد اقتصادی - مدیریتی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان

معیار	زیر معیار	میانگین امتیاز	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
مدیریت شهری	تلاش شهرداری در زمینه ایجاد تجهیزات اقامتی و گردشگری D1	2.1	1.197	0.57
	حمایت مسئولان به برنامه‌ریزی در بخش گردشگری شهر لاهیجان با توجه به قابلیت‌های بالای گردشگری شهر D2	1.5	0.971	0.576
	وجود مراکز تفریحی و سرگرمی در شهر (مانند سینما، شهر بازی و ...) D3	1.2	0.421	0.647
	حمایت شهرداری از بخش خصوصی در زمینه سرمایه گذاری برای گردشگری D4	2.75	0.966	0.351
	نظارت بر قیمت نهایی محصولات مورد استفاده (اعم از غذایی و ...) D5	2.9	0.852	0.294
	نظارت بر اجاره بهای مراکز اقامتی و استراحتگاهی گردشگران D6	2.78	0.887	0.25
اشتغال پدیدار	وجود بازارهای محلی D7	2.98	0.887	0.25
	فروش محصولات محلی با قیمت و کیفیت مناسب در شهر D8	3.35	0.852	0.153
	افزایش و تنوع شغل‌های مرتبط با گردشگری D9	۲,۳	0.864	0.262
هزینه‌های گردشگری	پایین بودن هزینه بازدید و استفاده از مراکز تفریحی و گردشگری شهر D10	2.77	0.919	0.244
	پایین بودن نرخ هتل و آپارتمان اجاره‌ای در شهر لاهیجان نسبت به سایر شهرهای اطراف D11	۲,۹۸	0.882	0.205
	پایین بودن هزینه تهیه مواد غذایی و خوراکی D12	۳,۲	0.675	0.205
	گردشگری در این شهر با کم‌ترین هزینه انجام می‌پذیرد D13	3.28	0.852	0.275

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

یافته‌های توصیفی حاصل از پاسخ به بعد کالبدی - زیرساختی در جدول شماره ۷ و شکل شماره ۶ نشان می‌دهد که وجود مراکز تفریحی و سرگرمی در شهر (مانند سینما، شهر بازی و...) با میانگین رتبه‌ای ۱,۲ کمترین میانگین رتبه‌ای و با ۰,۶۴۷ کمترین میزان نابرابری در توزیع پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است.



شکل شماره ۶: مقایسه میانگین زیرمعیارهای اقتصادی - مدیریتی

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

## یافته‌های تحلیلی

برای شناخت وضعیت کلی معیارهای مؤثر بر جذب گردشگری در راستای توسعه پایدار شهر لاهیجان از آزمون  $\chi^2$  استفاده شده است. بررسی معناداری به دست آمده از آزمون  $\chi^2$  برای بعد زیست محیطی مؤثر بر جذب گردشگران به شهر لاهیجان در جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که زیرمعیار A1 (درجه حرارت مناسب برای گشت و گذار در بیشتر ایام سال) با مجموع نمره آزمون ۶۹ نسبت به سایر زیرمعیارها امتیاز بیشتری کسب نموده است و از آنجایی که بیشترین مقدار  $\chi^2$  برای این شاخص در طیف زیاد (با نمره آزمون  $\chi^2$  معادل با ۶۰ است) لذا می‌توان گفت که بر توسعه گردشگری در شهر لاهیجان مؤثر می‌باشد. علاوه بر این باید اشاره نمود که زیرمعیارهای A5 (وجود رودخانه، استخر طبیعی و تالاب‌های اطراف شهر) و A6 (مجموعه تفریحی (طبیعی) اطراف شیطان کوه) به ترتیب در اولویت‌های دوم و سوم قرار دارند.

جدول شماره ۸: معناداری زیرمعیارهای زیست محیطی در توسعه گردشگری شهر لاهیجان

زیر معیار	خیلی زیاد			زیاد			متوسط			کم			خیلی کم			جمع کل $\chi^2$	
	مقدار $\chi^2$	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده		
A1	۲۲	۱۵	۲۲,۲۶۷	۴۵	۱۵	۴۵	۶۰	۱۴	۱۵	۰,۱	۱۳	۱۵	۰,۳	۶	۱۵	۵,۴	69.00
A2	۱۹	۱۵	۱,۰۶۷	۲۶	۱۵	۲۶	۸	۳۲	۱۵	۱۹	۱۴	۱۵	۰,۱	۹	۱۵	۲,۴	30.87
A3	۱۸	۱۵	۰,۶۰۰	۲۲	۱۵	۲۲	۳	۲۸	۱۵	۱۱	۱۸	۱۵	۰,۶	۱۴	۱۵	۰,۰۶۶۷	15.80
A4	۱۴	۱۵	۰,۰۶۷	۱۸	۱۵	۱۸	۱	۲۹	۱۵	۱۳	۲۲	۱۵	۳,۳	۱۷	۱۵	۰,۲۶۶۷	17.27
A5	۲۴	۱۵	۵,۴۰۰	۳۶	۱۵	۳۶	۲۹	۲۳	۱۵	۴,۳	۹	۱۵	۲,۴	۸	۱۵	۳,۲۶۶۷	44.73
A6	۲۰	۱۵	۱,۶۶۷	۳۸	۱۵	۳۸	۳۵	۱۹	۱۵	۱,۱	۱۴	۱۵	۰,۱	۹	۱۵	۲,۴	40.47
A7	۲۱	۱۵	۲,۴۰۰	۲۴	۱۵	۲۴	۵	۲۸	۱۵	۱۱	۲۰	۱۵	۱,۷	۷	۱۵	۴,۲۶۶۷	25.00
A8	۱۲	۱۵	۰,۶۰۰	۲۷	۱۵	۲۷	۱۰	۳۴	۱۵	۲۴	۱۷	۱۵	۰,۳	۱۰	۱۵	۱,۶۶۶۷	36.20
A9	۱۹	۱۵	۱,۰۶۷	۲۵	۱۵	۲۵	۷	۲۸	۱۵	۱۱	۱۷	۱۵	۰,۳	۱۱	۱۵	۱,۰۶۶۷	20.33
A10	۱۸	۱۵	۰,۶۰۰	۳۶	۱۵	۳۶	۲۹	۲۵	۱۵	۶,۷	۱۱	۱۵	۱,۱	۱۰	۱۵	۱,۶۶۶۷	39.40
A11	۱۴	۱۵	۰,۰۶۷	۱۸	۱۵	۱۸	۱	۳۲	۱۵	۱۹	۲۲	۱۵	۳,۳	۱۴	۱۵	۰,۰۶۶۷	23.27
A12	۱۹	۱۵	۱,۰۶۷	۲۷	۱۵	۲۷	۱۰	۲۳	۱۵	۴,۳	۱۹	۱۵	۱,۱	۱۲	۱۵	۰,۶	16.60
A13	۱۷	۱۵	۰,۲۶۷	۱۸	۱۵	۱۸	۱	۲۴	۱۵	۵,۴	۲۳	۱۵	۴,۳	۱۸	۱۵	۰,۶	11.13
A14	۱۶	۱۵	۰,۰۶۷	۱۹	۱۵	۱۹	۱	۲۸	۱۵	۱۱	۲۳	۱۵	۴,۳	۱۴	۱۵	۰,۰۶۶۷	16.73
A15	۱۸	۱۵	۰,۶۰۰	۱۶	۱۵	۱۶	۰	۲۸	۱۵	۱۱	۲۵	۱۵	۶,۷	۱۳	۱۵	۰,۲۶۶۷	18.87

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

بررسی زیرمعیارهای اجتماعی - فرهنگی نشان می‌دهد که مقبره افراد شاخص و سرشناس در سطح شهر با نمره آزمون  $\chi^2$  برابر با ۳۵,۴۰ بیشترین اهمیت نسب به سایر زیر معیارها را در توسعه

گردشگری از نظر گردشگران به خود اختصاص داده است. اما نباید از نظر دور داشت که نمره آزمون خی ۲ زیرمعیارها با همدیگر متفاوت است، به طوری که زیر معیار B17 (کم بودن میزان دزدی در سطح شهر) هرچند کمترین مجموع امتیاز خی ۲ را به خود اختصاص داده اما بیشترین نمره کسب شده آن مربوط به طیف متوسط است.

جدول شماره ۹: معناداری زیرمعیارهای اجتماعی - فرهنگی در توسعه گردشگری شهر لاهیجان

جمع کل خی ۲	خیلی کم			کم			متوسط			زیاد			خیلی زیاد			زیرمعیار
	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	
21.67	۰	۱۵	۱۵	۰,۱	۱۵	۱۴	۴,۳	۱۵	۲۳	۱۷	۱۵	۳۱	۰,۲۶۷	۱۵	۱۷	B۱
35.40	۵,۴	۱۵	۶	۰,۶	۱۵	۱۸	۴,۳	۱۵	۲۳	۲۴	۱۵	۳۴	۱,۰۶۷	۱۵	۱۹	B۲
15.93	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۶	۱,۷	۱۵	۲۰	۱۳	۱۵	۲۹	۱	۱۵	۱۹	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۶	B۳
14.33	۱,۶۶۶۷	۱۵	۲۰	۵,۴	۱۵	۲۴	۴,۳	۱۵	۲۳	۲	۱۵	۲۱	۰,۶۰۰	۱۵	۱۲	B۴
46.60	۲,۴	۱۵	۹	۱,۷	۱۵	۱۰	۰,۱	۱۵	۱۶	۲۹	۱۵	۳۶	۱۳,۰۶۷	۱۵	۲۹	B۵
16.87	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۹	۸,۱	۱۵	۲۶	۲,۴	۱۵	۲۱	۴	۱۵	۲۳	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۱	B۶
17.27	۰,۶	۱۵	۱۲	۱,۱	۱۵	۱۹	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۰	۱۵	۲۷	۰,۶۰۰	۱۵	۱۸	B۷
18.47	۰,۶	۱۵	۱۸	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۱	۱۵	۲۸	۱	۱۵	۱۸	۰,۶۰۰	۱۵	۱۲	B۸
12.07	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۷	۸,۱	۱۵	۲۶	۱,۱	۱۵	۱۹	۲	۱۵	۲۱	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۷	B۹
37.93	۴,۲۶۶۷	۱۵	۷	۰,۳	۱۵	۱۳	۱۳	۱۵	۲۹	۱۹	۱۵	۳۲	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۹	B۱۰
26.87	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۴	۰,۱	۱۵	۱۴	۰,۳	۱۵	۱۷	۲۴	۱۵	۳۴	۲,۴۰۰	۱۵	۲۱	B۱۱
13.27	۲,۴	۱۵	۲۱	۱,۷	۱۵	۲۰	۸,۱	۱۵	۲۶	۱	۱۵	۱۹	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۴	B۱۲
20.07	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۱	۴,۳	۱۵	۲۳	۱,۱	۱۵	۱۹	۱۳	۱۵	۲۹	۰,۶۰۰	۱۵	۱۸	B۱۳
26.73	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۱	۱,۱	۱۵	۱۹	۱۳	۱۵	۲۹	۱۱	۱۵	۲۸	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۳	B۱۴
16.60	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۹	۴,۳	۱۵	۲۳	۹,۶	۱۵	۲۷	۱	۱۵	۱۹	۰,۶۰۰	۱۵	۱۲	B۱۵
17.67	۵,۴	۱۵	۲۴	۶,۷	۱۵	۲۵	۴,۳	۱۵	۲۳	۰	۱۵	۱۷	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۱	B۱۶
9.27	۱,۶۶۶۷	۱۵	۲۰	۱,۷	۱۵	۲۰	۴,۳	۱۵	۲۳	۱	۱۵	۱۸	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۹	B۱۷
12.07	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۷	۴,۳	۱۵	۲۳	۶,۷	۱۵	۲۵	۱	۱۵	۱۸	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۷	B۱۸
18.47	۰,۶	۱۵	۱۲	۰,۶	۱۵	۱۸	۱۱	۱۵	۲۸	۵	۱۵	۲۴	۰,۶۰۰	۱۵	۱۸	B۱۹
16.20	۰,۶	۱۵	۱۸	۲,۴	۱۵	۲۱	۱۱	۱۵	۲۸	۲	۱۵	۲۰	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۳	B۲۰
25.13	۳,۲۶۶۷	۱۵	۸	۱,۱	۱۵	۱۹	۱۳	۱۵	۲۹	۱	۱۵	۱۹	۶,۶۶۷	۱۵	۲۵	B۲۱
17.00	۵,۴	۱۵	۲۴	۶,۷	۱۵	۲۵	۰,۱	۱۵	۱۶	۴	۱۵	۲۳	۰,۶۰۰	۱۵	۱۲	B۲۲

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

بررسی معناداری به دست آمده از آزمون  $\chi^2$  برای کالبدی-زیرساختی مؤثر در توسعه گردشگری شهر لاهیجان در جدول ۱۰ نشان می‌دهد که زیر معیار C7 (وجود هتل‌ها با قیمت مناسب در سطح شهر) با مجموع نمره آزمون  $\chi^2$  معادل با ۴۶,۸۷ در طیف زیاد در اولویت اول به شمار می‌روند. علاوه بر این باید بیان داشت از آنجایی که مجموع نمره آزمون  $\chi^2$  تمام زیر معیارها بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین با ضریب ۹۵ درصد اطمینان می‌توان از زیرمعیارهای کالبدی - زیرساختی در توسعه گردشگری شهر لاهیجان استفاده نمود.

جدول شماره ۱۰: معناداری زیرمعیارهای کالبدی - زیرساختی در توسعه گردشگری شهر لاهیجان

جمع کل $\chi^2$	خیلی زیاد			کم			متوسط			زیاد			خیلی زیاد			زیرمعیارها
	مقدار $\chi^2$ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار $\chi^2$ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	
39.27	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۴	۰,۱	۱۵	۱۴	۸,۱	۱۵	۲۶	۲۹	۱۵	۳۶	۱,۶۶۷	۱۵	۱۰	C1
33.93	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۱	۱,۱	۱۵	۱۹	۶,۷	۱۵	۲۵	۲۴	۱۵	۳۴	۱,۰۶۷	۱۵	۱۱	C2
26.07	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۶	۱,۱	۱۵	۱۹	۲۴	۱۵	۳۴	۱	۱۵	۱۸	۰,۲۶۷	۱۵	۱۳	C3
27.27	۲,۴	۱۵	۹	۰,۳	۱۵	۱۷	۱۹	۱۵	۳۲	۴	۱۵	۲۳	۱,۰۶۷	۱۵	۱۹	C4
17.80	۰,۶	۱۵	۱۲	۴,۳	۱۵	۲۳	۱۱	۱۵	۲۸	۱	۱۵	۱۹	۰,۶۰۰	۱۵	۱۸	C5
33.27	۶,۶۶۶۷	۱۵	۵	۰,۶	۱۵	۱۸	۱۳	۱۵	۲۹	۱۱	۱۵	۲۸	۱,۶۶۷	۱۵	۲۰	C6
46.87	۲,۴	۱۵	۹	۰,۱	۱۵	۱۴	۱۹	۱۵	۳۲	۲۴	۱۵	۳۴	۱,۰۶۷	۱۵	۱۱	C7
34.87	۲,۴	۱۵	۹	۰,۱	۱۵	۱۶	۲۹	۱۵	۳۶	۲	۱۵	۲۱	۰,۶۰۰	۱۵	۱۸	C8
26.07	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۷	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۹	۱۵	۳۲	۰	۱۵	۱۶	۱,۰۶۷	۱۵	۱۱	C9
16.73	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۶	۱۱	۱۵	۲۸	۴,۳	۱۵	۲۳	۱	۱۵	۱۹	۰,۰۶۷	۱۵	۱۴	C10
37.33	۱,۰۶۶۷	۱۵	۱۹	۱۱	۱۵	۲۸	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۹	۱۵	۱۷	۰,۶۰۰	۱۵	۱۲	C11
27.40	۰,۲۶۶۷	۱۵	۱۳	۲۴	۱۵	۳۴	۲,۴	۱۵	۲۱	۱	۱۵	۱۸	۰,۰۶۷	۱۵	۱۴	C12
28.47	۱۱,۲۶۷	۱۵	۲۸	۱۱	۱۵	۲۸	۳,۳	۱۵	۲۲	۰	۱۵	۱۳	۲,۴۰۰	۱۵	۹	C13
27.40	۹,۶	۱۵	۲۷	۱۱	۱۵	۲۸	۴,۳	۱۵	۲۳	۱	۱۵	۱۲	۱,۶۶۷	۱۵	۱۰	C14
28.07	۱۱,۲۶۷	۱۵	۲۸	۸,۱	۱۵	۲۶	۵,۴	۱۵	۲۴	۰	۱۵	۱۴	۳,۲۶۷	۱۵	۸	C15
17.27	۰,۶	۱۵	۱۸	۵,۴	۱۵	۲۴	۱,۱	۱۵	۱۹	۱۰	۱۵	۲۷	۰,۶۰۰	۱۵	۱۲	C16

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

بررسی زیرمعیارهای اقتصادی - مدیریتی نشان می‌دهد که زیرمعیار D13 (گردشگری در این شهر با کم‌ترین هزینه انجام می‌پذیرد) با نمره آزمون  $\chi^2$  برابر با ۳۶,۳۳ بیشترین اهمیت نسب به سایر زیرمعیارها در توسعه گردشگری برای گردشگران به خود اختصاص داده است.



جدول شماره ۱۱: معناداری زیرمعیارهای اقتصادی - مدیریتی در توسعه گردشگری شهر لاهیجان

جمع کل خی ۲	خیلی کم			کم			متوسط			زیاد			خیلی زیاد			زیرمعیارها
	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	مقدار خی ۲ (X)	فراوانی مورد انتظار	فراوانی مورد مشاهده	
24.07	۴,۲۶۶۷	۱۵	۲۳	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۳	۱۵	۲۹	۰	۱۵	۱۳	۱,۰۶۷	۱۵	۱۱	D۱
29.93	۴,۲۶۶۷	۱۵	۲۳	۹,۶	۱۵	۲۷	۱۳	۱۵	۲۹	۱	۱۵	۱۲	۲,۴۰۰	۱۵	۹	D۲
33.13	۶,۶۶۶۷	۱۵	۵	۱,۱	۱۵	۱۹	۱۱	۱۵	۲۸	۱۳	۱۵	۲۹	۱,۰۶۷	۱۵	۱۹	D۳
19.67	۸,۰۶۶۷	۱۵	۲۶	۶,۷	۱۵	۲۵	۴,۳	۱۵	۲۳	۱	۱۵	۱۲	۰,۰۶۷	۱۵	۱۴	D۴
25.27	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۱	۱۵	۲۸	۶,۷	۱۵	۲۵	۰	۱۵	۱۳	۱,۶۶۷	۱۵	۱۰	D۵
35.93	۴,۲۶۶۷	۱۵	۲۳	۸,۱	۱۵	۲۶	۱۹	۱۵	۳۲	۱	۱۵	۱۱	۳,۲۶۷	۱۵	۸	D۶
13.80	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۴	۱,۱	۱۵	۱۹	۶,۷	۱۵	۲۵	۵	۱۵	۲۴	۰,۶۰۰	۱۵	۱۸	D۷
23.40	۵,۴	۱۵	۲۴	۱۱	۱۵	۲۸	۵,۴	۱۵	۲۴	۰	۱۵	۱۳	۱,۰۶۷	۱۵	۱۱	D۸
17.80	۱,۶۶۶۷	۱۵	۲۰	۶,۷	۱۵	۲۵	۵,۴	۱۵	۲۴	۲	۱۵	۲۱	۱,۶۶۷	۱۵	۱۰	D۹
11.67	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۶	۳,۳	۱۵	۲۲	۰,۶	۱۵	۱۸	۷	۱۵	۲۵	۱,۰۶۷	۱۵	۱۹	D۱۰
18.07	۰,۰۶۶۷	۱۵	۱۴	۴,۳	۱۵	۲۳	۱۱	۱۵	۲۸	۲	۱۵	۲۱	۰,۰۶۷	۱۵	۱۴	D۱۱
36.33	۰,۶	۱۵	۱۸	۴,۳	۱۵	۲۳	۵,۴	۱۵	۲۴	۲۵	۱۵	۲۴	۱,۰۶۷	۱۵	۱۱	D۱۲
17.93	۶,۶۶۶۷	۱۵	۲۵	۴,۳	۱۵	۲۳	۴,۳	۱۵	۲۳	۱	۱۵	۱۹	۱,۶۶۷	۱۵	۱۰	D۱۳

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

### رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر لاهیجان

برای اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در شهر لاهیجان از نظر گردشگران از آزمون فریدمن استفاده شده است. این آزمون برای مقایسه میانگین رتبه‌ها در  $k$  متغیر (گروه) می‌باشد. در آزمون فریدمن فرض  $H_0$  مبتنی بر یکسان بودن میانگین رتبه‌ها در بین گروه‌هاست. رد شدن فرض صفر به این معنی است که در بین گروه‌ها حداقل دو گروه با هم اختلاف معنی داری دارند. نتایج این آزمون به صورت جدول ۱۲ ارائه شده است.

جدول شماره ۵-۱۶: اولویت بندی ابعاد رضایت شهروند از خدمات شهری در مناطق ۲ و ۱۰ تهران

رتبه کل	معنی داری	درجه آزادی	کای دو	رتبه	میانگین	معیار	بعد
6	0.017	2	359.76	2	۳,۱۷	آب و هوا (اقلیم)	زیست محیطی
1				4.03	جاذبه طبیعی		
8				3.10	آلودگی محیط زیست		
2	0	3	337.625	1	3.63	جاذبه تاریخی - مذهبی	اجتماعی - فرهنگی
5				3.2	آداب و رسوم		
12				2.28	تبلیغات و اطلاع رسانی		
3				3.36	امنیت		
7	0	2	312.14	2	3.16	مراکز خدماتی	کالبدی - زیرساختی
4	0.01			1	3.3	مراکز استراحتگاهی	
11	0			3	2.75	ترافیک و حمل و نقل	
13	0	2	286.24		2.2	مدیریت شهری	اقتصادی - مدیریتی
10	0.032				2.87	اشتغال پایدار	
9	0.014				3.05	هزینه‌های گردشگری	

مأخذ: یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۸

نتایج حاصله از آزمون فریدمن در جدول شماره ۱۲ نشان می‌دهد که برای گردشگران مهم‌ترین عامل برای سفر به شهر لاهیجان را جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، وجود امنیت کافی در این شهر را دانسته‌اند. درجه آزادی شاخص‌های تحقیق برابر با ۲ و سطح معنی داری آنها کمتر از ۰,۰۵ است که با اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتایج این آزمون مورد تأیید قرار داد.

### نتیجه‌گیری

عوامل مختلفی می‌تواند در جذب و توسعه گردشگری در یک مکان جغرافیایی مؤثر باشد. این عوامل می‌توانند کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و مدیریتی باشند. برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه نیز از این صنعت به عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار یاد می‌کنند. شهر لاهیجان با داشتن ظرفیت‌های زیست محیطی (اقلیم و آب و هوا)، کالبدی (جاذبه‌های تاریخی - مذهبی) و جاذبه‌های تفریحی فراوان می‌توان نقش مؤثری در جذب گردشگر و به تبع آن توسعه پایدار این شهر دارد. بررسی عوامل مؤثر بر جذب گردشگر در این شهر از نظر گردشگران نشان می‌دهد که جاذبه‌های طبیعی،

جاذبه‌های تاریخی، وجود امنیت به ترتیب مهمترین عوامل جذب و توسعه گردشگری در این شهر بوده است. اما عواملی مانند مدیریت شهری، عدم تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب، معضلات ترافیک و حمل و نقل در راه توسعه پایدار گردشگری در این شهر موانع و مشکلاتی به وجود آورده است. به طوری که از نظر گردشگران این عوامل از مهمترین موانع جذب گردشگر در این شهر بوده است. به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که هر چند شهر لاهیجان دارای ظرفیت‌های زیادی برای توسعه گردشگری است، اما از آنجایی که گردشگر از یک فضای جغرافیایی استفاده می‌کند که این فضا، دارای یک ساختار فیزیکی و طبیعی است که برخی از عوامل اعم از زیست محیطی - طبیعی و عوامل انسانی می‌تواند به عنوان دافعه گردشگری باشد، لذا پیشنهاد می‌گردد که در راستای توسعه این صنعت در شهر لاهیجان فقط توجه به ظرفیت‌های گردشگری این شهر کافی نیست بلکه می‌باید موانع مهمی مانند مدیریت شهری، تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب، رفع مشکلات ترافیکی و اشتغال پایدار نیز در نظر گرفته شود.



**منابع و مأخذ:**

- ۱- بهزاد فر، مصطفی و زمانیان، روزبه (۱۳۸۶)، کاربرد تصمیم سازی چند معیاره فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه ریزی گردشگری، مورد: شهرستان نیشابور، نشریه بین المللی علوم مهندسی، جلد ۱۸، شماره ۵- ویژه نامه معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، صص ۱۱-۱.
- ۲- بهشتی، محمدباقر؛ محمدزاده، پرویز و قاسملو، خلیل (۱۳۹۶)، نقش صنعت گردشگری در ایجاد نابرابری درآمدی در بین استان های کشور، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، پاییز ۹۶، صص ۲۹-۸.
- ۳- جعفری صمیمی، احمد و خبره، شیما (۱۳۹۲)، اثر گردشگری بر توسعه انسانی، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، زمستان ۱۳۹۲، صص ۲۴-۱۱.
- ۴- حاتمی نژاد، حسین و شریفی، امیر (۱۳۹۴)، بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صص ۶۱-۷۴.
- ۵- رحمانی، کمال الدین (۱۳۸۹)، توانمندی ها و مزیت های سرمایه گذاری آذربایجان شرقی، مرکز خدمات سرمایه گذاری آذربایجان شرقی: تبریز.
- ۶- زنگی آبادی، علی و محمدی، جمال و زیرک باش، دیبا (۱۳۸۵)، تحلیل گردشگری داخلی شهر اصفهان، مجله جغرافیا و توسعه، سال چهارم، شماره پیاپی ۸، صص ۱۵۶-۱۳۱.
- ۷- زهره، یوسفی (۱۳۹۴)، بررسی نقش دیپلماسی شهری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر تاریخی قزوین)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات قزوین، دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی.
- ۸- شربتیان، محمدحسن (۱۳۹۰)، تأملی بر گردشگری شهری در ایران و ارائه راهکارهایی در جهت توسعه پایدار این صنعت شهری، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مرودشت.
- ۹- شمس الدینی، علی؛ امیری فهلیانی، محمدرضا و محمدی، عباس (۱۳۹۰) مقاله نقش صنعت گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر نورآباد ممسنی)، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، صص ۲۸-۱۴؛
- ۱۰- داس ویل، راجر (۱۳۷۸)، مدیریت گردشگری، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران.
- ۱۱- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۱۲- والا، فرانسوا و همکاران (۱۳۸۴)، گردشگری بین المللی، ترجمه گوهریان و دیگران، تهران، امیرکبیر، چاپ اول.
- ۱۳- حیدری نیا، سعید، موحد، علی و الله وردی ئی، پریسا (۱۳۹۸)، عنوان اولویت بندی شاخص های کیفیت محیطی از دید گردشگران با استفاده از مدل های SAW, VIKOR, ELECTRE و کپلند

- (مطالعه موردی: شهرستان کوهدشت)، فصلنامه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، سال دوم، شماره ۱ (پیاپی ۴) بهار ۹۸، صص ۴۷-۵۶.
- ۱۴- رستگار، موسی؛ غلامی، محمد؛ زمانی، مینا؛ مقدم، معصومه (۱۳۹۰)، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل SWot (نمونه موردی: زنجان)، مجموعه مقالات همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، مردشت، صص. ۳۹ - ۲۸.
- ۱۵- قربانی گلزاری، سپیده، حسین زاده دلیر، کریم و بیک بابایی، بشیر (۱۳۹۸)، بررسی و تحلیلی بر چالش‌های توسعه توریسم شهری (نمونه موردی: شهر تبریز)، مجله فضای گردشگری، سال هشتم، شماره ۳۰، صص ۳۳-۴۵.
- ۱۶- ضیاء، عفت؛ استعلاجی، علیرضا؛ فلاح تبار، نصراله و ولی شریعت پناهی (۱۳۹۸) تحلیل عوامل کلیدی تأثیرگذار بر توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان صومعه سرا)، مجله فضای گردشگری، سال هشتم، شماره ۳۲، صص ۸۰-۹۴.
- 17-Badita, Wan. (2013) Sustainability of Tourism Development in Macao, China, *International Journal of Tourism Research*, Vol 15, pp. 52- 65.
- 18-Law Christopher, M. (1996) *Urban Tourism Attraction Visitors to Large Cities*, mansell. Publishing, LONDON, Vol 29, No 18, pp. 168.
- 19-Timuz, E. & Getz. M. (2009) Tourists' Satisfaction with Cultural Tourism Festival: a Case Study of Calabar Carnival Festival, Nigeria, *International Journal of Business and Management*, Vol 4, No 3, pp. 116-125.
- 20-Suraj, P. (2010). The Impact of Tourism on Income Inequality: An Econometric Assessment, *The UCLA Undergraduate Journal of Economics*, 47-99.
- 21-Jabulani, Nyawo, Mubangizi, Betty C. (2015) Art and Craft in local economic development: Tourism possibilities in Mtubatuba Local Municipality. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4 (2): 1-15.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی