



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال سوم، شماره‌ی ۹، تابستان ۱۳۹۳

صفحات ۱۵۰-۱۳۰

بررسی اثر گردشگری پایدار شهری بر ساکنان شهر

(مطالعه‌ی موردی: شهر جوانرود کرمانشاه)

صدیقه لطفی*

ادریس باباخانزاده**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۵/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۷/۱۶

چکیده

امروزه مراکز شهری گردشگری پذیر با پذیرش نقش‌های جدید از جمله نقش تجاری، موقعیت‌های جدید و بهتری را از نظر جذب گردشگر به دست آورده‌اند. تجارب جهانی نشان داده است که صرف داشتن جاذبه‌های طبیعی در درازمدت مناطق گردشگری را با مشکل مواجه می‌سازد. لذا، شهرهای مرزی با استفاده از مزیت نسبی خود، از جمله کانون‌های جدید جذب گردشگر و رونق اقتصاد محلی شده‌اند. شهر جوانرود در طی یک دهه‌ی اخیر با توجه به احداث بازارچه‌ی مرزی در آن مقصد بسیاری از گردشگران بوده است. این پژوهش با بررسی نقش بازارچه به بررسی آثار آن از ابعاد مختلف بر ساکنان شهر پرداخته است. روش پژوهش مبتنی بر رویکردهای توصیفی تحلیلی که با پیمایش میدانی جهت تکمیل پرسش‌نامه‌ها همراه شده است، داده‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS پردازش شده‌اند و همچنین از آزمون‌های آماری برای تحلیل بهره‌گیری شده است. نتایج نشان می‌دهد که بازارچه‌ی مرزی هرچند باعث رونق اقتصادی و فرصت‌های شغلی شده است؛ اما مشکلات محیطی هم همراه داشته است. مهم‌ترین تأثیرات مثبت آن را می‌توان به ارتقای استانداردهای زندگی ساکنان شهر در زمینه‌های مختلف و آشکارترین آثار منفی افزایش گردشگر در تشدید ترافیک و آلودگی‌های محیطی بوده است. **واژگان کلیدی:** گردشگری شهری، بازارچه‌های مرزی، آثار زیست‌محیطی، جوانرود

مقدمه

این روزها، صنعت گردشگری کلید توسعه‌ی اقتصادی بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه و جهان سوم است (عظمی و همکاران، ۲۰۰۱؛ کفاشی، ۲۰۰۹ و میرزایی، ۱۳۸۸). این صنعت یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان است که در سال‌های اخیر رشد

* نویسنده مسئول: استاد گروه جغرافیا، دانشگاه مازندران (s.lotfi@umz.ac.ir)

** کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

فزاینده‌ای یافته (سبحانی، ۱۳۸۹: ۱۱۴) و به عنوان روبه‌رشدترین صنعت اشتغال‌زا در دنیا و دومین صنعت پس از نفت (یزدانی زنگنه و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۱) شناخته شده و در توسعه‌ی کشورها، به‌ویژه در زمینه‌ی ایجاد اشتغال بسیار مهم بوده است. (دریاباری و ابراهیمی، ۲۰۱۰: ۱۹) و به‌عنوان سازوکاری برای افزایش درآمد و اشتغال در هر دو بخش رسمی و غیررسمی به شمار می‌آید (لانزا^۱ و همکاران، ۲۰۰۵: ۸۷) به گونه‌ای که از هر شش شغل مهم در دنیا، یکی در ارتباط با صنعت گردشگری بوده و به ازای هر بیست گردشگر در کشور یک شغل ایجاد می‌شود (آقاجانی و همکاران، ۱۳۸۴: ۴۴).

تقاضا و تمایل برای گردشگری با انگیزه‌های گوناگون به منظور تفریح، زیارت و تجارت در تمام جهان با سرعتی باورنکردنی در حال افزایش است (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۰). رشد و توسعه‌ی این صنعت به حدی بوده که بسیاری از صاحب نظران آن را صنعت مسلط سالهای آتی معرفی می‌کنند (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۹) و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بر مشکلات اقتصادی خویش از قبیل پایین بودن سطح درآمد، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فائق آیند (موسایی، ۱۳۸۳: ۲۲۶). توسعه‌ی گردشگری مهم است؛ زیرا آن امتیازهای فراوانی برای جوامع دارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها امتیازات اقتصادی است (عظیمی و همکاران، ۲۰۰۱: ۱۰۶). ایران دارای یکی از غنی‌ترین منابع گردشگری در زمینه‌های مختلف فرهنگی، طبیعی و تاریخی در جهان است (عظیمی و حاجی پور، ۲۰۰۸: ۵۷) که بر اساس معیارهای یونسکو، یکی از ده کشور بزرگ جهان از نظر داشتن جاذبه‌های گردشگری اعم از تاریخی، مذهبی، طبیعی و غیره محسوب می‌شود (قلی‌پور سلیمانی، ۱۳۸۶: ۷۵). موقعیت جغرافیایی ویژه و تنوع پدیده‌های طبیعی باعث شده تا ایران به‌عنوان پنجمین کشور دارای تنوع طبیعی جهان شناخته شود (رخشانی نسب و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۱). ایران تاکنون ۰/۰۷ تا ۰/۰۹ از بازار گردشگری را به خود اختصاص داده است که این رقم در برنامه‌ریزی که برای سال ۱۴۰۴ شده حدود ۲ درصد در نظر گرفته شده است (زند مقدم، ۱۳۸۸: ۴) و از درآمدهای گردشگری جهان فقط ۰/۶ درصد را به خود اختصاص داده است (شایان و پارسایی، ۱۳۸۶: ۱۵۶) که در مقایسه با کشورهای دیگر رقم بسیار پایینی است.

یکی از جاذبه‌های مهم برای گردشگران در ایران، طی چند سال اخیر مسافرت به مناطق مرزی غرب کشور در استان‌های آذربایجان غربی، کردستان و کرمانشاه جهت استفاده از جاذبه‌های بی‌شمار طبیعی، تاریخی، شهری و به‌ویژه تجاری در قالب بازارچه‌های مرزی داخل شهری است که برای نمونه می‌توان به بازارچه‌های شهر مهاباد در آذربایجان غربی، میوان و بانه در استان کردستان و بازارچه‌ی شهر جوانرود در استان کرمانشاه اشاره کرد که تمامی

^۱ Lanza

کالاهای وارد شده به این بازارچه‌ها به صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند و به‌علت اختلاف شدید قیمت این کالاها با کالاهای مشابه در داخل هر ساله هزاران نفر را از اقصی نقاط کشور به سوی خود می‌کشانند. عمده کالاهای وارد شده شامل لوازم آرایشی-بهداشتی، انواع لوازم صوتی-تصویر و لوازم خانگی است. بیشتر کالاهای وارد شده به این بازارچه‌ها از طریق قاچاق و از مرز عراق وارد می‌شوند. بازارچه‌ی مرزی شهر جوانرود که در اواخر دهه ۷۰ با تعداد اندکی غرفه ایجاد شده بود، اکنون با داشتن بیش از ۳۰۰ غرفه و مغازه به یکی از مهم‌ترین مکان‌های جذب گردشگر در استان کرمانشاه تبدیل شده است و توانسته نقش به‌سزایی را در زمینه‌ی اقتصادی-اجتماعی داشته باشد. هدف اساسی این پژوهش عبارت است از بررسی تأثیرات ورود گردشگران بر روی ساکنان شهر جوانرود در ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و کالبدی-زیست‌محیطی و ارایه راهکار و پیشنهاد به منظور بهبود توسعه‌ی گردشگری.

مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق

گردشگری پایدار

بر اساس مطالعات انجمن جهانی مسافرت و گردشگری، گردشگری یکی از صنایع بزرگ شغل‌آفرین است که در ازای هر یک میلیون دلار درآمد تولید شده در این صنعت بیست‌هزار شغل جدید ایجاد می‌شود (لاندبرگ و همکاران، ۱۳۸۳: ۳). گردشگران شهری از معمولی‌ترین انواع گردشگرانی هستند که به‌منظور گذراندن تعطیلات خود گردشگاه‌های اطراف شهر یا دهکده‌های گردشگری و یا شهرهای گردشگری را انتخاب می‌کنند. این گردشگران از دیدن مناظر، تفرجگاه‌ها و دیدنی‌های شهری لذت می‌برند. در حال حاضر، گردشگری شهری به یکی از پردرآمدترین و مهم‌ترین گردشگری‌ها تبدیل شده است و مدیران و مسئولان شهری همواره در تلاشند با ایجاد جاذبه‌های جدید و تقویت و ارتقاء جاذبه‌های موجود شهرشان و همچنین معرفی شهر به جهانیان، از یکدیگر سبقت گرفته و بر تعداد گردشگران ورودی بیفزایند (دیناری، ۱۳۸۴: ۲۵۵). گردشگری شهری یکی از عامل‌های اصلی در رشد اقتصادی شهرهای اروپایی بوده و تقاضاهای درونی و بیرونی برای آن هر روز افزایش پیدا می‌کند و دارای امتیازات مهمی چون ایجاد فرصت‌های جدید برای اشتغال، امکان سرمایه‌گذاری‌های جدید، افزایش درآمد و بهبود قطعی استانداردهای زندگی برای جوامع محلی و غیره است (پوپسیکو^۱ و همکاران، ۲۰۱۰: ۷۱). پیش‌بینی شده است که با ورود به هزاره‌ی سوم تقریباً نیمی از جمعیت جهان در نواحی شهری ساکن خواهند بود، یعنی جاهایی که بیشترین منابع را مصرف و بیشترین ضایعات و آلودگی‌ها را تولید می‌کنند (مثنوی، ۱۳۸۱: ۹۰). امروزه به‌دلیل تأثیرات چشمگیری که فعالیت‌های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگران بر جای می‌گذارد، توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت معطوف می‌گردد. پیچیدگی و تراکم موجود در زندگی

^۱ Popescu

شهری، عده زیادی از مردم را متوجه طبیعت می‌کند و در این میان، مناطقی که دارای توان‌های طبیعی با ارزش‌تری باشند، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد (علیزاده، ۱۳۸۲: ۵۵).

مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است (دیناری، ۱۳۸۴: ۳) و در کشورهای پیشرفته پردرآمدترین نوع گردشگری است (تقوایی، ۱۳۸۸: ۱۲۵). یکی از اولین عناصر شهری که از رشد گردشگری و یا هر تغییر اقتصادی دیگری در شهرها تأثیر می‌پذیرد، زمین خواهد بود- به‌ویژه در کشورهایی که نظارت دولتی بر زمین وجود ندارد و یا به‌عبارتی، هیچ نوع سیاست مشخصی در این زمینه مشاهده نمی‌شود، در نتیجه از حیث قیمت زمین و مسکن، نواحی متفاوت شهری پدید می‌آیند که بر نوع کاربری زمین تأثیر خواهند گذاشت (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۹۴).

محیط‌های شهری هم به‌عنوان مبداء و هم به‌عنوان مقصد حرکت‌های گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار هستند و مبداء و مقصد بودن آن‌ها بستگی به میزان جاذبه‌های موجود در آن‌ها دارد (تقوایی، ۱۳۸۸: ۳۵). جاذبه‌های گردشگری با توجه به میزان جذابیت خود می‌توانند گردشگران را به سوی خود جلب نمایند و در این زمینه ساختار جذاب این جاذبه‌ها در زمینه‌ی جذب گردشگر دارای اهمیت بسیاری است (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۸). مقوله‌ی توسعه‌ی شهری پایدار در سال‌های اخیر به عنوان یک موضوع مهم علمی در کلیه‌ی جوامع مطرح بوده و بخش وسیعی از ادبیات توسعه‌ی شهری را به خود اختصاص داده است (مفیدی شمیرانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۵). توسعه‌ی پایدار شهر زمانی اتفاق خواهد افتاد که به تمامی اجزای تشکیل‌دهنده‌ی شهر توجه شود (فخر احمد و همکاران، ۱۳۸۷: ۵۷). تحقق گردشگری پایدار شهری نیازمند شهری پایدار و انسان‌هایی با کنش‌ها و فرهنگ شهرنشینی است؛ آنچه در توسعه‌ی گردشگری پایدار شهری بر آن تأکید می‌شود علاوه بر رهاوردهای اقتصادی و اجتماعی این صنعت برای شهروندان و شهرها، اهمیت به تداوم برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری در زمان (توجه به نسل‌های آینده) و آثار توسعه در مکان جغرافیایی (آثار زیست‌محیطی) است (تقوایی، ۱۳۸۸: ۸۲).

مهم‌ترین آثار اقتصادی گردشگری در توسعه‌ی شهری شامل رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال مستقیم و غیر مستقیم، دائمی و فصلی در طیف متنوعی از مشاغل خدماتی و غیر خدماتی در شهر و پسرانه‌ی آن، افزایش درآمد سرانه و بالا رفتن سطح رفاه عمومی شهروندان، افزایش درآمد مراکز و واحدهای خدماتی- بازرگانی شهر و غیره است و اثرهای اجتماعی آن آشنایی گردشگر با فرهنگ و پدیده‌های معنوی، هنری و علمی، معرفی و مطرح شدن جامعه‌ی شهری میزبان و در نتیجه ایجاد فرصت‌های بیشتر برای توسعه و پیشرفت، تقویت باورها و اعتقادات مردم شهر نسبت به فرهنگ خود و ... است و از مهم‌ترین آثار کالبدی گردشگری در توسعه‌ی شهری می‌توان به توسعه‌ی ساختارهای زیربنایی شهر، ایجاد توسعه و به‌سازی اماکن و فضاهای

تفریحی، احیا و بازسازی اماکن و ابنیه‌ی تاریخی در شهر و ... اشاره کرد (غفاری و همکاران، ۱۳۹۰).

با بروز ضایعات زیست‌محیطی و کاهش عمومی سطح زندگی مردم به‌ویژه در جوامع شهری طی یکی دو دهه‌ی گذشته، رهیافت توسعه‌ی پایدار به‌عنوان موضوع روز دهه‌ی آخر قرن بیستم از سوی سازمان ملل مطرح شد و به‌عنوان دستور کار بیست و یکم در سطوح بین‌المللی، منطقه‌ای و محلی تعیین گردید (کاظمی محمدی، ۱۳۸۰: ۹۶). افراد با دیدگاه‌های گوناگون و نگرش‌های متفاوت به تعریف مفهوم توسعه‌ی پایدار پرداخته‌اند. گروهی آن را عرصه پیوند اندیشه حفاظت زیست‌محیطی و توسعه دانسته‌اند و گروهی، توسعه‌ای را پایدار دانسته‌اند که در آن رشد و توسعه‌ی اقتصادی، محیط و جامعه‌ی انسانی رابطه‌ی کامل و نه رقابت‌آمیز با یکدیگر داشته باشند. تقریباً وجه مشترک تمامی تعاریف، حفظ محیط زیست انسان به‌عنوان بستر توسعه است که این امر در قبال ارتباط متقابل میان چهار رکن اساسی توسعه‌ی پایدار یعنی توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی جامه عمل خواهد پوشید (علیزاده، ۱۳۸۲: ۵۶). مفهوم توسعه‌ی پایدار مفهومی بسیار اساسی و مهم است، زیرا دربرگیرنده ایدئال‌ها و اصولی است که درک، شناخت و تحقق آن‌ها آینده‌ای روشن را نوید می‌دهد و عدم توجه و جهل نسبت به آنان، اضمحلال و نابودی محیط و بشریت را به‌دنبال خواهد داشت. ایدئال‌های توسعه‌ی پایدار عبارتند از: یکپارچگی اقتصادی-محیطی تعهد بین نسل‌ها، عدالت اجتماعی، حفاظت محیطی، کیفیت زندگی و مشارکت است (زاهدی، ۱۳۸۲: ۵۱). مفاهیم اولیه گردشگری پایدار اولین بار توسط جانک کریپندورف و دیگران در دهه ۱۹۸۰ بیان شد و از آن پس در جاهای زیادی تمرین و آزمایش شده است (گلمحمدی، ۱۳۸۸: ۶۸). پایداری در گردشگری در سطوح مختلف اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی و فیزیکی تعریف شده است و به کیفیت تجربه گردشگران و سودآوری برای ساکنان وابسته است (گلدوز و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۳). باتلر در سال ۱۹۹۳ توریسم پایدار را توریسمی تعریف کرده است که بتواند در یک محیط در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه‌ی سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نیورد، لذا گردشگری پایدار آن نوع توریسم است که توسعه‌ی پایدار را تسهیل کند (زاهدی، ۱۳۸۲: ۹۱) و برای دستیابی به آن، رعایت نظرات مردم محلی در برنامه‌ریزی امری الزامی است (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۸: ۷۹). گردشگری پایدار بر ایجاد توازن در توسعه گردشگری از طریق رویکردها و سیاست‌های نوین بخش خصوصی و دولتی در آینده تأکید دارد (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۲۸). گردشگری پایدار، علاوه بر حفظ کیفیت، گوناگونی و تنوع فرهنگ‌ها و محیط‌های زیستی مختلف، در افزایش درآمد و ارتقای سطح زندگی ساکنان و ایجاد نوعی تعادل بین سه قطب پدیده گردشگری، ساکنان محلی و مکان گردشگری مؤثر است (اکبری و همکاران،

۱۳۸۷: ۱۳۳). گردشگری پایدار بدین مفهوم نیست که آثار ناشی از گردشگری رخ ندهد، بلکه بدین معنی است که آثاری که رخ می‌دهد نباید پایداری اکولوژیکی و غیره را تهدید نماید (تقوایی، ۱۳۸۸: ۶۳).

پیشینه‌ی تحقیق

مطالعات داخلی و خارجی زیادی در باره‌ی گردشگری و اهمیت آن انجام شده است اما در باره‌ی آثار گردشگری تجاری بر شهر ادبیات کمتری وجود دارد که در زیر به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود. ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای به اهمیت نقش تجاری شهرهای مرزی در منطقه سیستان و بلوچستان اشاره نموده‌اند که به نظر آنان این بازارچه‌ها (بازارچه‌های رسمی)، خلاء اقتصادی موجود در محدوده مرزها را جبران کرده و از خالی شدن حاشیه مرزها جلوگیری می‌نمایند که این امر خود می‌تواند در بالا بردن ضریب امنیت مرزها و جلوگیری از قاچاق، بسیار مؤثر واقع شود. با راه‌اندازی بازارچه‌ها و گذرگاه‌های مرزی و استفاده بهینه از ظرفیت‌های اقتصادی مرزها، وضعیت معیشتی و اقتصادی مردم مرزنشین منطقه رونق می‌یابد. حاجی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۸) با بررسی تأثیرات گردشگری تجاری (بازارچه‌های غیررسمی) بر توسعه‌ی کالبدی فضایی مناطق شهری مطالعه‌ی موردی شهر بانه نشان داده‌اند که رابطه‌ی آماری معناداری میان رشد گردشگری تجاری در شهر بانه با تغییرات بافت کالبدی و فضایی شهر وجود دارد، به طوری که افزایش جمعیت شهری، افزایش کاربری اراضی، افزایش ساخت و ساز واحدهای مسکونی و مجتمع‌های تجاری به همراه رشد مراکز اقامتی و پذیرایی، از بارزترین نمونه‌های این روابط و تغییرات برشمرده شده‌اند. فعال شدن بازارهای مرزی رسمی نه تنها منجر به تشدید فعالیت‌های تجاری منطقه‌ای و داخلی خواهد شد بلکه زمینه را برای پویایی فعالیت و سفرهای فرامرزی فراهم می‌آورد. کالندران و ویلسون با طرح سه فرضیه مبتنی بر اینکه سفر تجاری منجر به تجارت بین‌المللی شده و این خود منجر به سفر بین‌المللی و در ادامه سفر بین‌المللی منجر به تجارت بیشتر می‌گردد. آن‌ها با مطالعه‌ی روابط تجاری کشور استرالیا به این جمع‌بندی رسیده‌اند که سفرهای تجاری فعالیت‌های تجاری را تشدید می‌کند (کولیندران و ویلسون^۱، ۲۰۰۰). مطالعه‌ی دیگری توسط آرادهایولا و ترونستند تحت عنوان «آیا توریسم تجارت فرامرزی را ارتقا می‌دهد؟» به جمع‌بندی جالبی از نقش گردشگری در ارتقای فعالیت‌های تجاری در منطقه‌ی نیومکزیکو می‌رسند که در واقع تاییدکننده‌ی تاثیر مثبت سفر تجاری بر تجارت است (آرهیلا و ترونستند^۲، ۲۰۰۳: ۵۷۸). توسان و همکاران، در مقاله‌ای با عنوان «همکاری‌های فرامرزی در استراتژی‌های بازاریابی در منطقه مرزی ترکیه و یونان» نشان داده‌اند که بازارهای مرزی ته تنها منجر به رشد فعالیت‌های تجاری برای هردو

¹ Kulendran & Wilson

² Aradhyula & Trostand

کشور می‌شود بلکه در صورت سیاست‌گذاری درست باعث ایجاد فضای تفاهم و هم‌افزایی‌های سیاسی می‌گردد (توسان^۱ و همکاران، ۲۰۰۵: ۲۱-۲۰).

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش ترکیبی از روش‌های مختلف اسنادی، توصیفی و میدانی بوده است و مراحل کار آن عبارتند از جمع‌آوری و طبقه‌بندی اطلاعات، بازنگری و تجزیه و تحلیل آن‌ها بوده (به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی نظیر میانگین، روش‌های تحلیل آماری نظیر T تک‌نمونه‌ای و کای اسکویر استفاده شده است) و در پایان، نیز ضمن نتیجه‌گیری به‌ارایه راهکار و پیشنهاد در جهت حل نقاط ضعف پرداخته شده است.

جامعه‌ی آماری و حجم نمونه

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل کلیه ساکنان شهر جوانرود است که بنابر آمار سال ۱۳۸۵ تعداد کل آن‌ها ۴۳۴۹۲ نفر بوده است و برای تعیین حجم نمونه از فرمول تعدیل شده کوکران^۲ استفاده شده (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۱۲) که تعداد ۱۵۰ نفر بوده و نحوه انتخاب آن‌ها نیز به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است. در این پژوهش، همچنین برای بررسی جامع‌تر موضوع از مشاهدات مکرر میدانی و مصاحبه با غرفه‌داران، فعالین بازار و گردشگران استفاده شده است.

$$n = \frac{\frac{t^2 p - q}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 p - q}{d^2} - 1 \right)} \quad (1)$$

n: حجم نمونه
N: جامعه‌ی آماری
P: درصد توزیع صفت در جامعه (درصد افرادی که دارای صفت مورد مطالعه هستند) P=0.95
q: درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه هستند. q=0.05
d: تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین محقق برای وجود آن صفت در جامعه که حداکثر نسبت آن ۰/۰۵ است
T: اندازه‌ی متغیر در توزیع طبیعی (توزیع نرمال مربوط به منحنی گاوس) است t=2.81

$$n = \frac{\frac{(2.81)^2 (0.95 \times 0.05)}{(0.0025)}}{1 + \frac{1}{43492} \left(\frac{(2.81)^2 (0.95 \times 0.05)}{(0.0025)} - 1 \right)} = 150 \quad (2)$$

¹ Tosan, et al.

² Cochran

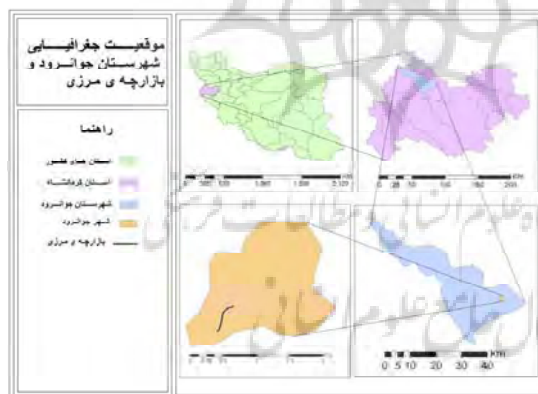
ابزار گردآوری داده‌ها (پرسش‌نامه، مصاحبه و...)

داده‌های مورد نیاز از طریق مشاهدات مکرر میدانی، مصاحبه و استفاده از آمارنامه‌ها، پایان‌نامه‌ها، مقالات موجود در زمینه‌ی گردشگری و اطلاعات سازمان‌های مختلف گردآوری شده‌اند. همچنین در این پژوهش از پرسش‌نامه و مصاحبه به‌عنوان ابزار جمع‌آوری اطلاعات بهره گرفته شده است. پرسش‌نامه خود شامل چندین سؤال به‌صورت باز و بسته در ارتباط با موضوع تحقیق بوده است. پرسش‌نامه محقق ساخته بنا به پیشنهادات اساتید راهنما و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی منطقه چندین بار مورد تعدیل قرار گرفته و شامل ۸ پرسش برای بررسی آثار اقتصادی، ۱۱ پرسش برای بررسی تاثیرات اجتماعی- فرهنگی و ۹ پرسش برای بررسی تاثیرات کالبدی- زیست‌محیطی بوده است. تمام پرسش‌ها به صورت چهار گزینه‌ای و بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده است.

منطقه‌ی مورد مطالعه

شهر جوانرود از توابع استان کرمانشاه است که در ۳۵ درجه و ۵۹ دقیقه عرض شمالی و ۴۵ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار دارد. ارتفاع این شهر از سطح دریا ۱۳۴۵ متر و جمعیت آن بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۸۵، ۴۳۴۹۲ نفر است که در رتبه‌بندی شهرهای استان بر حسب جمعیت در جایگاه ششم قرار دارد. این شهر در سال‌های اخیر به مهم‌ترین کانون تجاری استان تبدیل شده و بیشترین تعداد گردشگر منطقه را به‌علت وجود مراکز و بازارهای ارزان به خود اختصاص داده است (باباخانزاده، ۱۳۸۹: ۱۴۵) و عملاً نقش یک قطب بازرگانی را در منطقه بازی می‌کند. از جاذبه‌های مهم و نزدیک به شهر می‌توان به غار قوری قلعه، سراب روانسر و طبیعت بکر و زیبای مناطق اطراف شهر اشاره کرد (باباخانزاده و لطفی، ۱۳۹۱: ۸۶).

شکل ۱: موقعیت جغرافیایی منطقه‌ی مورد مطالعه



منبع: جمینی و جمشیدی، ۱۳۹۱: ۱۸۷

سابقه و ویژگی‌های گردشگری در جوانرود

الگوهای رفتاری گردشگران به منابع گردشگری همچون جاذبه‌ها، مکان، تسهیلات و خدمات وابسته است که فضاهای گردشگری را شکل می‌دهند (زندمقدم و همکاران، ۲۰۱۰: ۸۰). ناحیه جوانرود به دلیل داشتن شرایط جغرافیایی- فرهنگی و ارتباطی از عملکردهای گردشگری مختلفی برخوردار است. این عملکردها را می‌توان در چهار گروه عملکردهای طبیعی، تاریخی- فرهنگی و در مقیاس محلی نیز دارای عملکرد تفریحی و بازرگانی است (مهندسی مشاور تدبیر شهر، ۱۳۸۴: ۴۲۵) که مهم‌ترین آن‌ها همان عملکرد تجاری در قالب بازارچه‌های مرزی است. شهر جوانرود به‌ویژه در طی یک دهه گذشته (بعد از احداث بازارچه‌ی مرزی) با اینکه فاقد جاذبه گردشگر پسندی در سطح فرا شهرستانی است، پذیرای گردشگران بی‌شماری از اقصی نقاط کشور است. تقریباً هدف و قصد اصلی تمامی گردشگرانی که به این شهر وارد می‌شوند خرید از بازارچه‌ی این شهر است. با توجه به درصد فوق العاده بالای بیکاری این شهر (بر اساس آمار رسمی سرشماری سال ۱۳۸۵ و محاسبه^۱ نگارندگان نرخ بیکاری شهر جوانرود ۴۱/۹ درصد بوده) و عدم وجود صنایع بزرگ در منطقه به علت مرزی بودن تعدادی از جمعیت فعال این شهر و حتی شهرستان به کار قاچاق مشغول می‌باشند و این در حالی است که در حال حاضر نرخ استاندارد بیکاری در یک جامعه تا حدود ۱/۵ درصد قابل قبول است (پوراحمد و تجلی، ۱۳۷۹: ۶۲). از دیگر جاذبه‌های این شهر می‌توان به جاذبه‌های مردم شناسی شامل آداب زندگی، لباس، فولکلور، معیشت، گویش، زبان، آداب، مذهب و آئین، اشعار و موسیقی و صنایع دستی اشاره کر (باباخانزاده، ۱۳۸۹: ۸۵). رونق گردشگری تجاری در این شهر از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ نرخ رشد بسیار زیادی داشته است، به طوری که از ۹۵۰۰۰۰ نفر در سال ۱۳۸۸ به ۱۳۰۰۰۰۰ نفر در سال ۱۳۹۰ رسیده است (جدول ۱)

جدول ۱: تعداد مسافران وارد شده به شهر جوانرود در ۲۰ روز اول سال

سال	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰
مسافران وارد شده به شهر در ۲۰ روز اول سال (نفر)	۹۵۰۰۰۰	۱۱۵۰۰۰۰	۱۳۵۰۰۰۰

منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان جوانرود

بازارچه‌ی مرزی شهر جوانرود

مناطق مرزی به دلیل کمبود امکانات و عدم سرمایه‌گذاری‌های مناسب همواره از نقاط محروم کشور محسوب می‌شوند. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد پدیده‌هایی چون قاچاق کالا، مواد مخدر، شرارت و کشیده شدن مرز نشینان به فعالیت‌های غیرقانونی ناشی از فقر و

^۱ برای محاسبه نرخ بیکاری جمعیت بیکار بر جمعیت فعال شهر تقسیم شده است.

بیکاری و کمبود امکاناتی است که بر اثر عدم توجه به مناطق مرزی کشور به وجود آمده است (توکلی و هدایتی، ۱۳۸۷: ۱). طبیعت منزوی و غیرحاصلخیز مناطق مرزنشین به خصوص در عرصه‌های کوهستانی و بیابانی ایران که همواره دلیل موجه برای توسعه فقر و بی ثباتی جمعیت در این مناطق بوده، دولت‌های وقت را بر آن داشته که تسهیلاتی برای این مناطق منظور نمایند (محمودی و حسن‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۴۳) که یکی از این تسهیلات ایجاد بازارچه‌های مرزی در این مناطق است. در کنار این بازارچه‌ها که به صورت قانونی احداث شده‌اند بازارچه‌های دیگری در داخل شهرهای مرزی احداث شده‌اند که کالاهایی را به صورت قاچاق از کشورهای همسایه وارد می‌کنند. وجود مناطق همجوار مانند بازار اکثر کشورهای همسایه (ترکیه، عراق، کشورهای جنوبی خلیج فارس، آذربایجان و ترکمنستان) که به انواع کالاهای لوکس با قیمت ارزان دسترسی داشته و علیرغم محدودیت ورود آن‌ها، بازار مصرف قابل توجهی در ایران دارند، عامل عمده‌ای در تشویق مبادلات مرزی و تضعیف درآمدهای گمرکی و گسترش این بازارچه‌ها است (محمودی و حسن‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۶۲). بی‌رغبت بودن مردم به خرید کالاهای ساخت داخل، کیفیت نازل کالاهای تولید شده در داخل کشور و قیمت سرسام آور آن از دلایل گسترش پدیده قاچاق در کشور (رجبی پور میبیدی، ۱۳۹۹: ۱۷۳) و از مهم‌ترین عوامل موثر در گسترش آن در ایران می‌توان به اقتصاد بیمار کشور، قوانین سخت گمرکی، عدم وجود قوانین کلان، استمرار وابستگی به سایر کشورها و غیره اشاره کرد (رجبی پور میبیدی، ۱۳۹۹: ۱۹۱).

بعد از اعلام خودمختاری و منطقه‌ی امن در شمال عراق و از آنجا که سیستم گمرک در آنجا بسیار ضعیف عمل می‌کند، کالاهای خارجی زیادی به آنجا سرازیر شد؛ به طوری که می‌توان گفت یکی از انبارهای کالاهای کشورهای صنعتی شد؛ ولی این امر هیچ‌گاه توسعه را در کردستان عراق موجب نشد. قیمت پایین این اجناس در عراق و ارزش نسبتاً بالای آن در ایران، موج معاملات قاچاق را بسیار شدت بخشیده است (فکوهی و آموسی، ۱۳۸۸: ۶۴) که یکی از این مناطق منطقه‌ی اورامانات در استان کرمانشاه است که با توجه به هم مرز بودن شهرستان‌های پاوه، جوانرود و ثلاث باباجانی با این منطقه هرروزه کالاهای زیادی به صورت قاچاق به کشور وارد و در بازارچه‌های شهری منطقه و به ویژه بازارچه‌ی شهر جوانرود که بزرگترین و مهم‌ترین آن‌ها است به فروش می‌رسند. در حال حاضر بنا بر مشاهدات مکرر میدانی تعداد ۲۸۰ غرفه در این بازارچه فعال بوده که علاوه بر این‌ها بایستی به تعداد ۱۰۰ مغازه‌ی بزرگ نیز اشاره کرد. در غرفه‌ها بیشتر انواع لوازم آرایشی به فروش می‌رسد، در حالی که در مغازه‌ها انواع کالاهای صوتی- تصویری و لوازم خانگی که تماماً کالاهای خارجی بوده و به صورت قاچاق وارد می‌شوند به فروش می‌رسند. تنوع کالاها، کیفیت بالا و قیمت پایین آن‌ها از مهم‌ترین عوامل جذب گردشگران بسوی این چنین بازارچه‌هایی است.

تجزیه و تحلیل

نتایج توصیفی

ترکیب جنسی: بررسی ترکیب جنسی پاسخگویان بیانگر آن است که ۷۸ درصد از پاسخگویان مرد و ۲۲ درصد نیز زن بوده است. نتایج بیانگر آن است که بیشتر پاسخگویان مرد بوده‌اند.

توزیع سنی: بر اساس نتایج حاصل از توزیع پرسش‌نامه بیشتر پاسخگویان با ۳۶/۷ درصد در رده سنی ۲۶ تا ۳۵ سال قرار داشته‌اند. در رده‌های دیگر، گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال با ۲۸/۷ درصد، ۱۵ تا ۲۵ سال با ۲۷/۳ درصد و نهایتاً گروه سنی بالاتر از ۴۵ سال با ۷/۳ درصد قرار داشته‌اند.

آثار توسعه‌ی گردشگری در شهر بر ساکنان از لحاظ اقتصادی

برای بررسی آثار اقتصادی گردشگری بر روی ساکنان از لحاظ اقتصادی از ۸ گویه استفاده شده و نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسش‌نامه بیانگر آن است که گردشگری بر روی ساکنان در زمینه‌ی افزایش درآمد، ایجاد اشتغال در شهر به‌ویژه در زمینه‌ی اشتغال غیررسمی در قالب دست‌فروشی، افزایش ساخت مجتمع‌های تجاری و افزایش کیفیت و ارتقاء سطح استاندارد زندگی ساکنان بسیار مؤثر بوده و این مسایل از طریق مشاهدات مکرر میدانی و مصاحبه با مسئولین و بازاریان تأیید شده است. از دیگر تأثیرات مثبت گردشگری می‌توان به عدم افزایش قیمت کالاها و فصلی بودن درآمد در این شهر اشاره کرد. از مهم‌ترین دلایل آن می‌توان به وارد کردن انواع کالاها از طریق غیرقانونی اشاره کرد، هرچند این مسئله در سیستم اقتصادی کشور تأثیرات منفی دارد اما در عدم افزایش قیمت کالاها مؤثر است. از نکات قابل توجه دیگر می‌توان به این مسئله اشاره کرد که در حال حاضر، شهر جوانرود به مهم‌ترین مرکز خرید برای ساکنین روستاهای منطقه و حتی شهرهای اطراف خود شده است و در این زمینه رشد چشمگیری یافته است. اما گردشگری نیز مانند هر مسئله دیگری در کنار تأثیرات مثبت خود دارای تأثیرات منفی در شهر جوانرود بوده که مهم‌ترین آن‌ها افزایش شدید قیمت زمین و مسکن به‌ویژه در طی چند سال اخیر بوده است. از دیگر تأثیرات منفی آن در شهر جوانرود افزایش میزان اجاره‌بها به‌ویژه برای غرفه‌ها و مغازه‌های داخل و اطراف بازارچه بوده است به‌گونه‌ای که در نوروز سال ۱۳۹۰ به‌علت افزایش شدید اجاره‌بها و شلوغی بیش از حد داخل شهر در ورودی شهر بازارچه‌ای دیگر احداث که همین عامل در کاهش اجاره‌بها تأثیر مثبتی داشته است. گردشگری همچنین باعث سوداگری زمین در شهر شده است. یافته‌های حاصل از آزمون آماری T تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که گردشگری دارای آثار مثبت و منفی بر روی ساکنان بوده است. میانگین رتبه‌های پاسخگویان با توجه به اینکه گزینه‌ها بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده و عدد ۳ به‌عنوان میانه در نظر گرفته شده بسیار بالاتر از میانه به‌دست‌آمده است و این نشان‌دهنده آن است که بیشتر پاسخگویان گزینه‌های زیاد و بسیار زیاد را انتخاب کرده‌اند که

در همین راستا سطح معناداری به دست آمده ((Sig.(2- Tailed)) هم این مدعا را ثابت می‌کند. با توجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده برای افزایش قیمت کالاها و خدمات (۰/۵۷۷) و فصلی شدن درآمدهای خانوارهای شهری (۰/۰۷۵) بالاتر از سطح معناداری مورد نظر ۰/۰۱ است می‌توان نتیجه گرفت که رونق گردشگری تأثیری در این دو مورد نداشته است. در مورد این دو گویه مقدار T به دست آمده نیز منفی بوده و نشان از عدم تأثیر گردشگری بر آن دارد. یکی از نکات قابل توجه در این شهر اقتصاد غیر رسمی^۱ آن است که در قالب دست فروشی در این بازار فعال است که بیشتر آن‌ها از درآمد خود راضی هستند و به تعداد آن‌ها نیز هر روز افزوده می‌شود به گونه‌ای که در بیشتر روزهای شش ماهه اول سال (که پیک گردشگری شهر و منطقه است) بیشتر خیابان‌های منتهی به بازارچه و تمامی پیاده‌رو و اطراف آن را با اجناس و کالاهای خود پر نموده‌اند. بیشتر اجناس این گروه نیز به صورت قاچاق وارد کشور می‌شود.

جدول ۲: نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای متغیرهای اقتصادی حاصل از گردشگری

متغیرها	تعداد نمونه	مقدار T	درجه‌ی آزادی	Sig (2-tailed)	Mean	انحراف از معیار
گردشگری سبب افزایش قیمت زمین و مسکن گردیده است	۱۵۰	۱۳/۱۶۶	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۰۲۶	۰/۰۷۷۹
گردشگری سبب افزایش قیمت کالاها و خدمات شده است	۱۵۰	-۰/۵۵۵	۱۴۹	۰/۵۷۷	۲/۹۴۶	۰/۰۹۵۴
گردشگری در افزایش درآمد ساکنین شهر موثر بوده است	۱۵۰	۲۰/۳۵۱	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۲۴۶	۰/۰۶۱۲
گردشگری باعث ایجاد اشتغال برای ساکنین شهر شده است	۱۵۰	۳۲/۳۵۴	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۶۱۳	۰/۰۴۹۸
گردشگری سبب افزایش میزان اجاره‌بها شده است	۱۵۰	۲۳/۵۵۷	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۸۶۶	۰/۰۶۳۹
گردشگری در شهر سبب سوداگری زمین شده است	۱۵۰	۵/۰۴۰	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۸۶۶	۰/۰۷۶۷
گردشگری سبب فصلی شدن درآمد خانوارهای شهر شده	۱۵۰	-۱/۷۹۱	۱۴۹	۰/۰۷۵	۲/۷۸۶	۰/۱۱۹۱
گردشگری سبب افزایش ساخت مجتمع‌های تجاری شده	۱۵۰	۱۷/۸۹۵	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۱۹۳	۰/۶۶۶

منبع: اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه

^۱ اقتصاد غیررسمی (Informal economic) به آن نوع فعالیت اقتصادی اطلاق می‌شود که به شکل غیررسمی و اغلب غیرقانونی انجام می‌شود و سود مناسبی به دنبال دارد (فکوهی و آموسی، ۱۳۸۸: ۵۹).

جدول ۳: نتایج آزمون کای اسکور متغیرهای اقتصادی از دیدگاه ساکنین شهر*

افزایش ساخت مجتمع‌های تجاری	فصلی شدن درآمد	افزایش سودآوری زمین	افزایش میزان اجاره‌ها	ایجاد اشتغال	افزایش درآمد ساکنین	افزایش قیمت خدمات	افزایش قیمت کالاها و مسکن	افزایش قیمت زمین و مسکن
۱۲۰۰۱۳۳	۲۱۶۰۰	۱۰۰۰۲۶۷	۱۱۵۰۱۳۳	۸۸/۹۶۰	۷۱/۹۲۰	۴۱/۶۰۰	۸۸/۲۶۷	Ch-square(a)
تعداد ۱۵۰								

منبع: اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه، df برابر با ۴ و sig. برابر ۰/۰۰۰ است.*

آثار توسعه‌ی گردشگری در شهر بر ساکنان از لحاظ اجتماعی - فرهنگی

گردشگری شهری در جوانرود با توجه به تفاوت‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی مذهبی این شهر با دیگر نقاط کشور دارای آثار مختلفی بوده است. در زمینه‌ی آثار مثبت آن می‌توان به گزینه‌هایی چون عدم ایجاد دوگانگی در شهر بین ساکنان و گردشگران، عدم تغییر لباس و پوشش ساکنان شهر علیرغم تفاوت‌های شدید پوششی بین ساکنان با گردشگران، بالا رفتن سطح آگاهی ساکنان شهر، شهرت شهر به‌ویژه در زمینه‌ی خرید (علیرغم وجود بازارچه در دیگر شهرهای منطقه چون شهر پاوه و نوسود و اختلاف قیمت این بازارچه‌ها با بازارچه‌ی جوانرود تمایل گردشگران به خرید از این بازارچه بسیار بالا است)، عدم تأثیر گردشگری در کاهش انسجام خانواده‌ها اشاره کرد. در ارتباط با مسئله‌ی پوشش مشاهدات مکرر میدانی نشان می‌دهد که تأثیر منفی بسیار کمی در این زمینه مشاهده شده و اکثریت ساکنین پوشش محلی و خاص خود را دارند و این در حالی است که بیشتر گردشگران وارد شده به این شهر پوشش رسمی و موجود در کشور را دارند و همین پوشش محلی ساکنان یکی از موارد جذب گردشگر به این شهر و حتی منطقه بوده است. از مهم‌ترین تأثیرات منفی گردشگری در این شهر از حیث اجتماعی می‌توان به گسترش ناهنجاری‌ها در بین ساکنان و به‌ویژه جوانان در زمینه‌ی اعتیاد، مشروبات الکلی و غیره، عدم احیای سنت‌های محلی و شلوغی شهر به‌ویژه در روزهای تعطیل اشاره کرد که باعث مشکلاتی برای ساکنان و حتی خود گردشگران می‌شود، اشاره کرد. شلوغی بیش از حد این شهر در روزهای تعطیل و به‌ویژه ایام نوروز به حدی است که مسئله‌ی اسکان و پارکینگ به معضلی اساسی برای گردشگران و مسئولین تبدیل شده است. از اعداد و ارقام جدول شماره‌ی ۶ می‌توان تمامی نکات بالا را درک کرد. برای نمونه در زمینه‌ی اینکه آیا گردشگری باعث تغییر پوشش ساکنان شده یا خیر، از روی اعداد میانگین (۱/۸۰۶) مشخص می‌شود که بیشتر پاسخگویان گزینه‌های کم و خیلی کم را انتخاب کرده‌اند. از نکات قابل توجه

دیگر در زمینه تأثیرات گردشگری بر ساکنین در زمینه مهاجرت بوده است، به گونه‌ای که هر ساله تعداد زیادی از ساکنین روستاهای اطراف به این شهر مهاجر کرده در عین حال مهاجرت از خود شهر به مرکز استان و شهرهای دیگر کاهش یافته است.

جدول ۴: نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای متغیرهای اجتماعی حاصل از گردشگری

متغیرها	تعداد نمونه	مقدار T	درجهی آزادی	Sig (2-tailed)	Mean	انحراف از معیار
گردشگری سبب ایجاد دوگانگی بین ساکنین و گردشگران شده	۱۴۷	-۸/۳۷۳	۱۴۶	۰/۰۰۰	۲/۱۷۶	۰/۰۹۸۳۰
گردشگری سبب تغییر نوع لباس و پوشش در بین ساکنین شده	۱۵۰	-۱۳/۵۴۸	۱۴۹	۰/۰۰۰	۱/۸۰۶	۰/۰۸۸۰۸
گردشگری سبب بالا رفتن سطح آگاهی‌های فرهنگی ساکنین شده	۱۵۰	۱۶/۷۱۱	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۹۶۰	۰/۰۵۷۴۵
گردشگری سبب شهرت بیشتر شهر شده است	۱۵۰	۱۳/۳۹۷	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۹۱۳	۰/۰۶۸۱۷
گردشگری سبب گسترش امکانات بهداشتی - درمانی شده	۱۴۹	۱/۸۴۵	۱۴۸	۰/۰۶۷	۳/۱۸۷	۰/۱۰۱۸۵
گردشگری سبب افزایش استاندارد زندگی در شهر شده.	۱۵۰	۱۳/۸۲۷	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۰۳۳	۰/۰۷۴۷۴
گردشگری سبب کاهش مهاجرت از شهر به نقاط دیگر شده	۱۴۹	۳/۳۸۲	۱۴۸	۰/۰۰۱	۳/۳۰۸	۰/۰۹۱۳۰
گردشگری منجر به گسترش ناهنجاریها در بین ساکنان شده	۱۵۰	۳/۳۸۲	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۲۶۶	۰/۰۷۷۸۲
گردشگری سبب کاهش انسجام و همبستگی خانوادها شده.	۱۵۰	-۱۳/۹۲۷	۱۴۹	۰/۰۰۰	۱/۸۳۳	۰/۰۸۳۷۷
گردشگری سبب افزایش ازدحام و شلوغی در شهر شده	۱۵۰	۱۳/۲۸۳	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۹۹۳	۰/۰۷۴۷۸
گردشگری سبب احیای سنتهای محلی در بین ساکنان شهر شده	۱۴۹	-۲/۰۷۱	۱۴۸	۰/۰۴۰	۲/۷۸۵	۱۰/۳۷۰

منبع: اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه

جدول ۵: نتایج آزمون کای اسکور متغیرهای اجتماعی - فرهنگی از دیدگاه ساکنین*

احیای سنتها	ازدحام	انسجام خانواده	ناهنجاریها	مهاجرت	استاندارد زندگی	بهداشتی امکانات شهرت	آگاهی	تغییر لباس	دوگانگی	Ch-square(a)
۴۱/۰۳۴	۹۹/۰۶۷	۱۳۸/۴۶۷	۱۴۴/۱۳	۴۰/۳۶۲	۸۹/۰۰	۴۰/۹۶۶	۱۸۵/۶۰	۱۳۹/۶۰	۹۹/۳۶	۱۵۰

منبع: اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه، df برابر با ۴ و sig برابر با ۰/۰۰۰ است.*

آثار توسعه‌ی گردشگری در شهر جوانرود بر ساکنان از لحاظ زیست‌محیطی - کالبدی

برقراری رابطه عادلانه بین گروه‌های گردشگری و پدیده‌های زیست‌محیطی بایستی در تمامی مکان‌ها و زمان‌ها به‌طور جامع و اصولی مورد توجه قرار گیرد، هیچ جامعه‌ای مجاز نیست محیط زیست و منابع طبیعی را برای برآوردن نیازهای مادی خود به‌گونه‌ای مورد استفاده قرار دهد که ضمن غفلت از آسیب‌رسانی به نسل خود به‌گونه‌ای مورد استفاده قرار دهد که ضمن آسیب‌رسانی به نسل خود، نسل‌های بعدی را نیز با امکانات طبیعی ناسالم و ناکافی مواجه سازد. در این پژوهش، برای بررسی آثار زیست‌محیطی و کالبدی گردشگری بر ساکنان از گویه‌های مختلفی استفاده شده و نتایج تحلیل آن‌ها بیانگر آن است که گردشگری دارای آثار منفی همچون آلودگی زیست‌محیطی، ایجاد ترافیک به‌ویژه در روزهای تعطیل، آلودگی صوتی، تغییر الگوی مسکن و کاربری اراضی شهری به‌ویژه در نزدیکی بازارچه، گسترش شهر، عدم بهبود خیابان‌ها علیرغم افزایش هرساله گردشگران وارد شده به این شهر شده است. تنها اثر مثبت گردشگری در این زمینه تأثیر آن بر افزایش ساخت و ساز، مقاوم شدن خانه‌ها و استفاده از مصالح استاندارد و بهبود بافت و الگوی معماری مسکن بوده است. برای بررسی این گویه با مراجعه به شهرداری جوانرود مشخص گردید که در طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ تعداد پروانه‌های ساختمانی صادر شده در بیشتر سال‌ها افزایش معناداری داشته است و این افزایش به‌ویژه از سال ۱۳۸۷ بسیار چشمگیر بوده است.

جدول ۶: تعداد پروانه‌های ساختمانی صادر شده از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹

سال	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹
تعداد	۱۶۲	۲۱۶	۲۶۲	۲۱۱	۱۱۶	۱۲۲	۲۹۰	۱۷۱	۲۳۳	۲۹۶
فراوانی	۱۶۲	۳۷۸	۶۴۰	۸۵۱	۹۶۷	۱۰۸۹	۱۳۷۹	۱۵۵۰	۱۷۸۳	۲۰۷۹

منبع: شهرداری جوانرود

در پژوهش انجام شده در سال ۱۳۸۹ توسط نگارندگان در زمینه‌ی گردشگری منطقه‌ی اورامانات که شهر جوانرود نیز جزئی از آن است مشخص گردید که بازارچه‌ی این شهر مهم‌ترین جاذبه برای گردشگران بوده و مهم‌ترین مشکلاتی که این شهر برای گردشگران داشته عدم مراکز اقامتی استاندارد، ناکافی بودن پارکینگ، وضعیت بد راه‌های ارتباطی و منتهی به این شهر (در حدود ۱۵ کیلومتر) و این در حالی است که بیشتر گردشگران از نحوه برخورد مردم این شهر با آن‌ها رضایت داشته‌اند (۹۱ درصد) همچنین با توجه به مرزی بودن این شهر و

تفاوت‌های اجتماعی- فرهنگی این شهر با بیشتر نقاط کشور ۸۶ درصد از گردشگران از امنیت منطقه رضایت داشته‌اند و ۸۸/۹ درصد از گردشگران بازارچه‌ی مرزی این شهر را به‌عنوان یکی از مکان‌های پرجاذبه منطقه‌ی اورامانات انتخاب کرده‌اند.

جدول ۷: نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای متغیرهای زیست‌محیطی - کالبدی

متغیرها	تعداد نمونه	مقدار T	درجه‌ی آزادی	Sig (2-tailed)	Mean	انحراف از معیار
گردشگری در شهر سبب آلودگی زیست‌محیطی شده	۱۵۰	۹/۶۳۸	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۸۰۰	۰/۰۸۳۰
گردشگری سبب ایجاد ترافیک در خیابان‌های شهر شده	۱۵۰	۹/۷۹۸	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۷۶۶	۰/۰۷۸۲
گردشگری در شهر سبب ایجاد آلودگی صوتی شده	۱۵۰	۵/۸۹۵	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۵۱۳	۰/۰۸۷۰
گردشگری در شهر سبب تغییر الگوی مسکن در شهر شده	۱۵۰	۵/۷۴۶	۱۴۹	۰/۰۰۰	۳/۴۴۶	۰/۰۷۷۷
گردشگری سبب تغییر کاربری اراضی شهر و زمینهای اطراف شده	۱۴۹	۹/۳۷۵	۱۴۸	۰/۰۰۰	۳/۶۴۴	۰/۰۶۸۷
گردشگری باعث افزایش ساخت و ساز، مقاوم شدن خانه‌ها شده	۱۵۰	۳/۸۷ ۱۷	۱۴۹	۰/۰۰۰	۴/۱۹۳	۰/۰۶۸۶
گردشگری سبب بهبود وضعیت خیابان‌ها، معابر و فضای سبز شده	۱۵۰	-۱/۱۵۸	۱۴۹	۰/۲۴۹	۲/۸۰۰	۰/۱۰۳۵
گردشگری سبب بهبود بافت و الگوی معماری شده	۱۴۹	۱/۸۵۶ ۱۰	۱۴۸	۰/۰۰۰	۳/۸۰۵	۰/۰۷۴۱۸
گردشگری سبب گسترش شهر شده	۱۴۹	۱/۷۹۸ ۱۳	۱۴۸	۰/۰۰۰	۳/۸۹۲	۰/۰۶۴۶
گردشگری باعث فشار بر امکانات خدماتی و زیرساخت‌های شهر شده	۱۴۷	۶/۵۵۱	۱۴۶	۰/۰۰۰	۳/۶۵۳	۰/۰۹۹۶

منبع: اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه

جدول ۸: نتایج آزمون کای اسکویئر متغیرهای اجتماعی - فرهنگی از دیدگاه ساکنین *

فشار بر امکانات	۳۹/۹۰۵
گسترش شهر	۵۴/۴۶۳
معماری	۹۱/۱۶۸
بهبود بافت و الگوی معماری	۳۷/۳۳۳
بهبود معابر و خیابان‌ها	۱۲۸/۸۶۷
مقاوم شدن مسکن	۱۰۳/۷۱۸
تغییر کاربری اراضی	۸۸/۸۰۰
تغییر الگوی مسکن	۵۵/۴۶۷
ایجاد آلودگی صوتی	۷۴/۰۰۰
ایجاد ترافیک	۶۵/۰۰۰
افزایش آلودگی زیست‌محیطی	Ch-square(a)
تعداد ۱۵۰	

منبع: اطلاعات مستخرج از پرسش‌نامه، df برابر با ۴ و sig برابر با ۰/۰۰۰ است.*

نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث مطرح شده در بالا، مشاهدات مکرر میدانی و گفتگو با بازاریان و ساکنان شهر جوانرود می‌توان نتیجه گرفت که بازارچه‌ی مرزی این شهر مهم‌ترین جاذبه گردشگری، مرکز اشتغال و درآمد در این شهر است و به اهمیت آن نیز هر روز افزوده می‌شود و این مهم با استناد به آمار گردشگران وارد شده به این شهر مورد تأیید است. بر اساس نتایج حاصله بیشتر پاسخگویان مرد و در سن بین ۲۶ تا ۳۵ سال بوده‌اند. نتایج در زمینه‌ی آثار گردشگری بر ساکنان بیانگر آن است که در زمینه‌ی ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای ساکنین دارای آثار مثبتی بوده ضمن اینکه همین مسئله باعث افزایش میزان اجار بها و قیمت زمین و مسکن گردیده است. از تأثیرات مثبت اجتماعی آن نیز می‌توان به افزایش کیفیت زندگی ساکنان شهر، شهرت بالای شهر در میان مردم و گردشگران منطقه، بهبود الگوی معماری و غیره اشاره کرد. از تأثیرات منفی آن نیز می‌توان به موارد چون گسترش ناهنجاری‌ها، ازدحام و شلوغی شهر اشاره کرد. در زمینه‌ی تأثیرات زیست‌محیطی و کالبدی دارای تأثیرات مثبت آن چنانی نبوده و تأثیرات منفی آن بسیار بیشتر است. بطور کلی می‌توان گفت که:

- بیشتر گردشگران برای خرید به این شهر می‌آیند و تنها جاذبه مهم این شهر همین بازارچه است. کالاهای این بازارچه شامل انواع گوناگونی از وسایل صوتی-تصویری، لوازم بهداشتی- آرایشی و غیره است که تماماً به صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند و در حال حاضر مهم‌ترین بازارچه‌ی مرزی از این نوع در استان کرمانشاه است

- افزایش اشتغال به‌ویژه در بخش غیررسمی در این شهر بسیار قابل توجه است و هر روز نیز به تعداد آن‌ها افزوده می‌شود.
- با توجه به اینکه ساکنان این شهر از نظر فرهنگی- اجتماعی دارای تفاوت‌های بارزی با سایر نقاط کشور می‌باشند بیشتر گردشگران از برخورد مردم با آن‌ها رضایت داشته‌اند. متقابلاً گردشگری باعث تغییر نوع لباس و پوشش، عدم تعارض ساکنان با گردشگران نشده است.
- مهم‌ترین تأثیرات زیست‌محیطی آن شامل ایجاد ترافیک و شلوغی در شهر، آلودگی صوتی است.

پیشنهادات

- ✓ مشارکت دادن مردم در امور مربوط به برنامه‌های گردشگری به‌ویژه غرفه‌داران بازارچه.
- ✓ سرمایه‌گذاری مناسب در جهت آموزش بازاریان در جهت برقراری ارتباط مناسب و شایسته با گردشگران،
- ✓ بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل به‌ویژه محور روانسر- جوانرود که در روزهای تعطیل بار ترافیکی سنگینی دارد،
- ✓ تهیه و توزیع بروشورهای تبلیغاتی در مبادی ورودی استان برای آشنایی هرچه بیشتر گردشگران با این شهر،
- ✓ توسعه و بهبود امکانات رفاهی به‌ویژه در زمینه‌ی امکانات اقامتی شامل هتل، مهمانخانه و غیره،
- ✓ ایجاد و توسعه‌ی پارکینگ‌های شهر برای راحتی مسافران،
- ✓ نظارت مستمر بر بازار جهت جلوگیری از گران‌فروشی به‌ویژه در روزهای شلوغ،
- ✓ تشویق سرمایه‌گذاران غیربومی به سرمایه‌گذاری در شهر به‌ویژه در زمینه‌ی امکانات اقامتی،
- ✓ ساماندهی بازار غیررسمی بازارچه و جلوگیری از ورود آن‌ها به داخل خیابان،
- ✓ بهسازی مبلمان شهری به‌ویژه در مبادی ورودی شهرها و تقویت و توسعه‌ی کمپ گردشگری شهر،
- ✓ جلوگیری از ساخت و سازهای غیر مجاز و دست اندازی به زمین‌های کشاورزی.

منابع

۱. آقاجانی، حسنعلی و علی‌زاده، رمضان (۱۳۸۴). آرایه‌ی مدلی به منظور ایجاد همکاری‌های بین‌سازمانی میان سازمان‌های متولی و مرتبط با صنعت توریسم در استان مازندران، **مجموعه‌مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه‌ی مازندران**، نشر رنسانش، چاپ اول، تهران.
۲. ابراهیم‌زاده، عیسی و آقاسی‌زاده، عبدالله (۱۳۸۸). تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری در ناحیه‌ی ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، **مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، سال اول، شماره‌ی ۱: ۱۲۸-۱۰۷.
۳. باباخانزاده، ادریس (۱۳۸۹). **بررسی جاذبه‌های گردشگری منطقه‌ی اورامانات و نقش آن در تحولات منطقه**، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
۴. باباخانزاده، ادریس و لطفی صدیقه (۱۳۹۱). ارزیابی آثار گردشگری بر روستای قوری‌قلعه، **فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت گردشگری**، سال هفتم، شماره‌ی ۲۰: ۸۱-۱۱۶.
۵. باباخانزاده، ادریس، ضرابی، اصغر (۱۳۹۲). تعیین راهبردهای توسعه‌ی گردشگری در منطقه‌ی اورامانات با استفاده از مدل SWOT، **فصلنامه‌ی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی**، سال پنجم، شماره‌ی ۲، ۹۲-۷۳.
۶. بیاتی خطیبی، مریم؛ هیمن شهبانی و قادری‌زاده، هانا (۱۳۸۹). ژئوتوریسم، رویکردی نو در بهره‌گیری از جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی (مطالعه‌ی موردی غار کرفتو در استان کردستان)، **مجله‌ی علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی**، سال دهم، شماره‌ی ۲۹: ۵۰-۲۷.
۷. پوراحمد، احمد و تجلی، محمدحسین (۱۳۷۹). نقش جهانگردی در اشتغال شهرستان کرمان، **مجله‌ی دانشکده‌ی ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران**، شماره‌ی ۱۵۶: ۷۲-۵۷.
۸. توکلی، مرتضی و هدایتی، صلاح (۱۳۸۷). چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی (مطالعه‌ی موردی سیستان)، **مجله‌ی علمی پژوهشی فضای جغرافیایی**، سال هشتم، شماره‌ی ۲۲: ۲۰-۱.
۹. تقوایی، مسعود و اکبری، محمود (۱۳۸۸). **مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری**، اصفهان: انتشارات پیام علوی.
۱۰. سبحانی، بهروز (۱۳۸۹). شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه‌ی آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT، **مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، سال اول، شماره‌ی ۴: ۱۲۸-۱۱۳.
۱۱. شایان، سیاوش و پارسایی، اسماعیل (۱۳۸۶). امکان‌سنجی نواحی مستعد توسعه‌ی اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد، **فصلنامه‌ی مدرس علوم انسانی**، ۱۸۳-۱۵۳.
۱۲. علی‌زاده، کتابون (۱۳۸۲). آثار حضور گردشگران بر منابع زیست‌محیطی مورد: بخش طرقله در شهرستان مشهد، **مجله‌ی پژوهش‌های جغرافیایی**، شماره‌ی ۴۴: ۷۰-۵۵.
۱۳. غفاری، سیدرامین، مرادی، محمد و نیک‌بخت داود (۱۳۹۰). سطح‌بندی و برنامه‌ریزی و برنامه‌ریزی فضاهای گردشگری روستایی بخش مرکزی شهرستان بویراحمد، **مجله‌ی مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، سال سوم، شماره‌ی ۱۵: ۱۱۸-۹۷.
۱۴. فخراحمد، سیدمهدی؛ پورجعفر، محمدرضا و تقوایی، علی اکبر (۱۳۸۷). برنامه‌ریزی توسعه‌ی درون شهری، فروش‌ها و ضرورت‌ها، **نشریه‌ی هویت شهر**، سال دوم، شماره‌ی ۲: ۶۸-۵۷.

۱۵. فکوهی، ناصر و آموسی، مجنون (۱۳۸۸). هویت ملی و هویت قومی در کردستان عراق (مطالعه‌ی موردی معیشت اقتصادی و تعلق‌های هویتی نزد جوانان شاغل در اقتصاد غیررسمی پیرانشهر)، **پژوهش جوان، فرهنگ و جامعه**، شماره ۲: ۷۵-۴۵.
۱۶. قلی‌پور سلیمانی، علی (۱۳۸۶). مطالعه‌ی تطبیقی صنعت گردشگری در ایران و ترکیه، **دو ماهنامه‌ی بررسی‌های بازرگانی**، سال چهارم، شماره ۲۳.
۱۷. حاجی‌نژاد، مهدی و پورطاهری احمدی، علی (۱۳۸۸). تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه‌ی کالبدی-فضایی مناطق شهری مطالعه‌ی موردی شهر بانه، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، شماره ۷۰: ۱۰۹-۹۱.
۱۸. جمینی، داود و جمشیدی، علیرضا (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر سطح رضایت گردشگران (مطالعه‌ی موردی: بازارچه‌ی مرزی شهرستان جوانرود)، **دوفصلنامه‌ی مطالعات گردشگری**، سال اول، شماره ۲: ۲۰۰-۱۸۱.
۱۹. دیناری، احمد (۱۳۸۴). **گردشگری شهری در ایران و جهان**، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.
۲۰. رخشانی‌نسب، حمیدرضا ضرابی، اصغر (۱۳۸۸). چالش‌ها و فرصت‌های توسعه‌ی اکوتوریسم در ایران، **مجله‌ی علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی**، سال نهم، شماره ۲۸: ۵۵-۴۱.
۲۱. رجبی پور میبیدی، علیرضا (۱۳۸۸). رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر گسترش قاچاق در ایران با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی، **دانش ارزیابی**، سال اول، شماره ۲: ۱۹۳-۱۷۱.
۲۲. زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۲). چالش‌های توسعه‌ی پایدار از منظر اکوتوریسم، **مجله‌ی مدرس**، دوره ۷، شماره ۳: ۱۰۳-۸۹.
۲۳. زندمقدم، محمدرضا (۱۳۸۸). بررسی توانمندی‌های دشت کویر به عنوان ژئوپارک بزرگ ایران مرکزی و نقش آن در توسعه‌ی پایدار استان سمنان، **فصلنامه‌ی جغرافیایی آمایش**، شماره ۶: ۲۰-۱.
۲۴. کبری، سعید و بمانیان، محمدرضا (۱۳۸۷). اکوتوریسم روستایی و نقش آن در توسعه‌ی پایدار روستای کندوان، **فصلنامه‌ی روستا و توسعه**، سال ۱۱، شماره ۱: ۱۵۰-۱۳۱.
۲۵. کاظمی، مهدی (۱۳۸۶). **مدیریت گردشگری**، تهران: انتشارات سمت.
۲۶. کاظمی محمدی، سید مهدی (۱۳۸۰). توسعه‌ی پایدار شهری: مفاهیم و دیدگاه‌ها، **فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی**، شماره ۶۲: ۱۱۳-۹۴.
۲۷. گلمحمدی، فرهود (۱۳۸۸). ضرورت ایجاد و گسترش صنایع دستی و تکنولوژی‌های متوسط در توسعه‌ی گردشگری و اشتغال پایدار در روستاهای ایران، **مجله‌ی کارآفرین ناب**، شماره ۶۸: ۷۰-۶۰.
۲۸. لاندبرگ، داند؛ کریشنا مورتی؛ ام و استاونکا (۱۳۸۳). **اقتصاد گردشگری**، مترجم محمد رضا فرزین، تهران: انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۲۹. مثنوی، محمدرضا (۱۳۸۱). توسعه‌ی پایدار و پارادایم‌های جدید توسعه‌ی شهری: شهر فشرده و شهر گسترده، **مجله‌ی محیط‌شناسی**، شماره ۳۱: ۱۰۴-۸۹.
۳۰. مفیدی شمیرانی، سیدمجید و افتخاری مقدم، علی (۱۳۸۸). توسعه‌ی پایدار شهری، دیدگاه‌ها و اصول اجرایی آن در کشورهای در حال توسعه، **فصلنامه‌ی بین‌المللی ساخت شهر**، سال ششم، شماره ۱۲: ۲۵-۱۵.
۳۱. محمودی، علی، حسن زاده، محمد (۱۳۸۳). برآورد اثر مبادلات از طریق بازارچه‌های مرزی بر درآمدهای گمرکی دولت، **فصلنامه‌ی پژوهشنامه‌ی بازرگانی**، شماره ۳۲: ۱۸۲-۱۴۱.
۳۲. مهدوی، مسعود؛ قدیری معصوم؛ مجتبی و قهرمانی، نسرین (۱۳۸۷). آثار گردشگری بر توسعه‌ی روستایی با نظر سنجی از روستاییان دره‌ی کن و سولقان، **فصلنامه‌ی روستا و توسعه**، سال ۱۱، شماره ۲: ۶۰-۳۹.

۳۳. مهندسین مشاور تدبیر شهر (۱۳۸۴). طرح جامع توسعه‌ی گردشگری استان کرمانشاه. مرحله‌ی اول (وضع موجود) جلد سوم، کرمانشاه.
۳۴. موسایی، میثم (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران، فصلنامه‌ی پژوهشنامه‌ی بازرگانی، شماره‌ی ۳۲: ۲۴۴-۲۲۵.
۳۵. میرزایی، رحمت (۱۳۸۸). تأثیر توسعه‌ی گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه‌ی اورامانات کرمانشاه، فصلنامه‌ی روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره‌ی ۴: ۷۶-۴۹.
۳۶. ولدبیگی، برهان الدین (۱۳۸۸). نگاهی به جاذبه‌های گردشگری اورامان، تهران: نشر احسان.
۳۷. یزدانی زنگنه، مریم؛ خسروی پور، بهمن و غنپان، منصور (۱۳۸۸). راهبردهای توسعه‌ی پایدار اشتغال در بخش گردشگری روستایی، ماهنامه‌ی کار و جامعه، شماره‌ی ۱۰۹: ۱۰۸-۱۰۱.
38. Aradhyula, S. and Tronstand, R. (2003). Does Tourism promote cross-border trade? **Amer. J. Agr. Econ**, 85(3): 569-579.
39. Azmi, A., Imani, B. and Mohammad Jani, M. (2001). Habitants Attitude of Vakil Abad Village about Tourism Profit for Local People, **Geography and Environmental Planning**, 40(4): 105- 116.
40. Azimi, N. and Hajipour, A. H. (2008). Planning the Cultural Tourism and Ecotourism Industry for Economic Development: A Case Study of Iran, **Environmental Sciences**, 6(1) : 53-64.
41. Kaffashi, M. (2009). The Role of Education in Tourism Industry Boom and Tourist Satisfaction in Iran, **the Journal of Modern Thoughts in Education**, 4(4): 141- 164.
42. Kulendran, N. and Wilson, K. (2000). Is There a Relationship Between International Trade and International Travel?, **Applied Economics**, 32(2000):1001-09.
43. Lanza, A., Markandya, A. and Pigliaru, F. (2005). **The economics of Tourism & Sustainable Development**, Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
44. Popescu, R., Razvan, I., and Corbos , A. (2010). The role of urban tourism in the strategically development of Brasov area, **Theoretical and empirical researches in urban management**, 7(16):69- 85
45. Sanaye golduz, S. and Makhdum, M. (2009). Appraising Psychosocial Carrying Capacity of Ecotourism in Sacred and Energetic Site(Case Study: Takht-e Soleiman, Throne of Solomon, Iran), **Journal of Environmental Studies**, 35(51): 13- 15.
46. Daryabari, J. and Ebrahimi, H. (2010). Review of the Development of Tourism in kashan: Challenges & Solution, **Iranian Journal of Tourism & Hospitality**, 1(1):19- 26.
47. Zand Moghadam, M. R. and Ranjbari, M. (2010). Impact of Tourism on the Use of Urban Land, **Iranian Journal of Tourism & Hospitality**, 1(1): 77- 89.
48. Tosun, C. J., Timothy Dallen, A. and Macdonald, D. (2005). Cross-Border Cooperation in Tourism Marketing Growth Strategies. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 18(1):5-22.