

## بررسی نقش مدیریت شهری بر توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان صومعه سرا)

علیرضا قبادی<sup>۱</sup>، میلاد پوررجبی<sup>۲\*</sup>

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه خوارزمی تهران، تهران، ایران

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۱۵ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۷/۲۱)

### چکیده

گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. استان گیلان پوشیده از جنگل‌ها و دارای آب‌وهوای معتدل و مرطوب است. صومعه‌سرا که در منطقه غربی این استان واقع است؛ با وجود جاذبه‌های متعدد گردشگری، از جمله تالاب‌ها و دریاچه‌ها، مناطق کوهستانی و جنگلی، می‌تواند با مدیریت و برنامه‌ریزی صحیح به قطب مهم گردشگری در سطح منطقه تبدیل و به‌عنوان یکی از محورهای مهم گردشگری کشور مطرح شود. هدف از انجام این پژوهش، بررسی نقش مدیریت شهری صومعه‌سرا به عنوان یکی از مقصدهای گردشگری در مناطق شمالی کشور و ارائه راهکارهایی به‌منظور توسعه صنعت گردشگری است. روش پژوهش حاضر، براساس نوع هدف، کاربردی و براساس نوع روش، توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه گردشگران ورودی به شهرستان صومعه‌سرا بوده‌اند که با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نمونه به روش تصادفی خوشه‌ای انتخاب و مورد مصاحبه و پرسش قرار گرفتند. همچنین از آزمون‌های آماری، نظیر آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تی برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده این است که از میان شاخص‌های مورد بررسی، ضعف‌های مدیریت شهری (۶۹/۰۱٪)، نبود یکپارچگی مدیریت در بهره‌برداری پایدار از جاذبه‌ها (۸۲/۸۱٪)، کمبود امکانات (۷۵/۷۸٪)، نبود دسترسی و اطلاع‌رسانی (۶۹/۰۰٪)، بیشترین سهم را در نارضایتی گردشگران ایفا می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که این منطقه علی‌رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، ضعف عملکرد در حوزه مدیریت و کمبود تبلیغات از موانع اساسی در راه رسیدن به این مهم است.

**کلیدواژه‌ها:** توسعه پایدار، صنعت گردشگری، گردشگر، مدیریت شهری، مقاصد گردشگری.

## مقدمه

می‌باشد که می‌تواند از اثرات حاصل از گردشگری در کاهش مشکلات بیکاری و درآمد اقتصادی بهره‌مند شود اما با توجه به آمارهای موجود، ایران از این فرصت بهره‌ی کافی را نبرده است (نیک دل و همکاران، ۱۳۸۴؛ آقاجانی و ازکیا، ۲۰۱۶؛ حسام و کریمی، ۱۳۹۵؛ رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۴). این پژوهش قصد دارد تا تأثیر مدیریت شهری بر توسعه‌ی صنعت گردشگری در شهرستان صومعه‌سرا را مورد نقد و ارزیابی قرار دهد در قسمت نظری این پژوهش نیز از نظریه جهانگردی باتلر<sup>۱</sup> و شاخص رنجش داکسی<sup>۲</sup> که توسعه گردشگری را فرصتی جدید برای مدیریت شهری عنوان می‌کنند؛ استفاده شده است که با توجه با آمارهای استخراج شده از پژوهش حاضر تبیینی کامل از روند گردشگری شهرستان با توجه به نظریه‌های مطرح شده به کار گرفته شود.

## مبانی نظری و پیشینه تحقیق

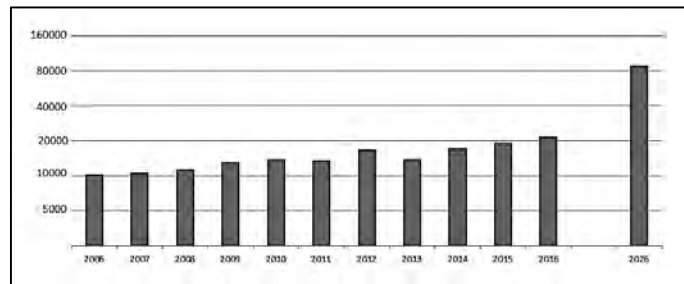
## بیان مسئله

ایران کشوری است با جاذبه‌های گوناگون در زمینه‌های تاریخی و فرهنگی و جغرافیایی. وجود اقوام گوناگون با آداب و سنن منحصر به فرد، چهره متفاوتی به این کشور پهناور، بخشیده است. چنان که مطالعات جهانی نشان داده است، بخش گردشگری روز به روز گسترده‌تر شده و حتی در شرایط بحران اقتصادی جهان از رونق برخوردار است. سفرهای بی‌شمار ایرانیان به کشورهای حوزه خلیج فارس، خاور دور و کشورهای محدوده‌ی قفقاز، آسیای میانه، ترکیه و ... همگی از نیاز روزافزون جامعه ایرانی به تفریحات و گذران اوقات فراغت در محیطی مطلوب حکایت دارد (اکبرپور و باقری، ۲۰۱۵؛ قادری و همکاران، ۱۳۹۰). ایران نیز در سال‌های اخیر، به کشورهایی که در راستای توسعه پایدار نواحی روستایی، توسعه گردشگری سیاست‌ها و برنامه‌های مختلفی (طرح جامع توسعه گردشگری کشور، تعیین مناطق ویژه گردشگری) تدوین می‌کنند، پیوسته است (رضوانی، ۱۳۸۴) سهم مستقیم سفر و گردشگری بر تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۴، ۲۳۷ هزار و

در جهان امروز، صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع خدماتی در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند. صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آنان را «صادرات نامرئی» نام نهادند (توسوندودا و ماندلینگ، ۲۰۰۹؛ اکبرپور و باقری، ۲۰۱۵؛ گالدینی، ۲۰۰۷؛ تقی‌زاده و همکاران، ۲۰۱۶؛ لوزانو و همکاران، ۲۰۱۲، کیم، ۲۰۱۶). مدیریت گردشگری، یکی از بنیادی‌ترین کارکردهای اجتماعی در جهت جلوگیری و یا کاهش آسیب‌هاست، مدیریت گردشگری، مدیریت سرمایه‌گذاری‌ها است، به طوری که در این حوزه به این می‌پردازد که سرمایه‌گذاران را به کدام مناطق و مقاصد و در چه زمینه‌ای جذب و حمایت می‌شوند. در واقع مسیری را برای سرمایه‌گذاران روشن می‌نماید. امروزه مدیریت شهری در جهان تحول اساسی یافته است شهرها مدیریت می‌شوند تا بتوانند رفاه و آسایش ساکنان خود را تأمین کنند مدیریت شهری دارای تشکیلات وسیعی است و نقش مهمی در موفقیت برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری و همچنین رفع نیاز جمعیت، جریان عبور و مرور در شهر، رفاه عمومی، مسکن، کاربری زمین، تفریح، فرهنگ، اقتصاد، تأسیسات زیربنایی و امثال آن‌ها بر عهده دارد (یانگ، ۲۰۱۰؛ شیعه، ۱۳۸۲؛ به نقل از قوایی و صفراآبادی، ۱۳۹۰؛ کیم، ۲۰۱۶). البته گستردگی و پیچیدگی مسائل شهری رشد و توسعه روزافزون شهرها، مدیریت امور شهری را به وظیفه دشوار تبدیل نموده است؛ بسیاری از مسئولان شهری به گردشگری به مثابه عاملی برای تسریع روند بهبود شهری می‌نگرند و چنین می‌اندیشند که توسعه گردشگری نیز دارای روند اداری است؛ بنابراین با بررسی مدل‌ها و نظریات در خصوص موضوع مورد پژوهش منتج به برنامه‌ریزی صحیح در روند توسعه محدوده مورد مطالعه خواهد شد (مولائی هاشجین و ابراهیمی، ۱۳۹۳). باید در نظر گرفت که کشور ایران از نظر منابع طبیعی جزء ۱۰ کشور برتر دنیا

(۲۰۱۶)، انجام داده است پیش‌بینی‌هایی در رابطه با میزان درآمد ناشی از گردشگری در ایران انجام گرفته که می‌توان نتایج آن را در نمودار زیر مشاهده نمود (شکل ۱).

۱۲۱ میلیارد ریال (۲/۳ درصد از کل تولید ناخالص داخلی) بوده است و براساس پژوهش‌های انجام گرفته در سال ۲۰۱۵ تا ۶/۶ درصد افزایش یافته است (شورای جهانی گردشگری، ۲۰۱۶). براساس بررسی‌ها و پژوهش‌های آماری که شورای جهانی گردشگری<sup>۳</sup>



شکل ۱: سهم مستقیم صنعت گردشگری ایران در تولید ناخالص داخلی (GDP)

روزهای ابتدایی نوروز رسید و در سال ۹۵ با افزایش ۸/۵ درصدی میزان گردشگری نسبت به سال قبل، این مقدار به ۴۶ میلیون در ایام نوروز رسید که ۳۵ هزار نفر آن مختص به شهرستان صومعه‌سرا بوده است (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۹۵). این آمار بیانگر قدرت و پتانسیل گیلان و شهرستان‌های آن به‌ویژه صومعه‌سرا، در جذب گردشگر می‌باشد. جنگلی بودن این شهرستان، وجود رودخانه‌ها، کوه‌ها و تالاب‌های گوناگون در آن جذابیتی بکر را به نمایش می‌گذارد که سالیانه هزاران گردشگر را به سمت خود می‌کشاند. از جمله مسائل بسیار مهمی که در حوزه مطالعات و توسعه گردشگری توجه به آن ضروری است، موضوع مدیریت مقاصد گردشگری است. همان‌طور که اشاره شد، شهرستان صومعه‌سرا به سبب وجود مناظر طبیعی و شرایط خاص آب‌وهوایی، از مهم‌ترین و جذاب‌ترین عرصه‌های گردشگری استان گیلان به شمار می‌آیند که همواره مورد توجه و آمد و شد گسترده گردشگران برای گذران اوقات فراغت در فصول مختلف سال بودند و آثار و پیامدهای مختلف و متفاوتی را به دنبال داشته است. در این زمینه، بروز و تشدید آثار نامطلوب می‌تواند حیات انواع اکوسیستم‌های منطقه را به خطر بیندازد. از این‌رو، مبنا قرار دادن رویکرد ارزیابی اجتماعی در جهت پیشبرد آگاهی، شفافیت و پاسخگویی مدیران در مدیریت

یکی از قطب‌های گردشگری در ایران مناطق شمالی می‌باشند که به دلیل داشتن مناظر زیبا و آب‌وهوای مناسب هر ساله پذیرای گردشگران زیادی از سراسر کشورند. امروزه شهرهای شمالی ایران به دلیل نبود امکانات صنعتی و افول فعالیت‌های کشاورزی در سال‌های اخیر، با توجه به موقعیت جغرافیایی و آب‌وهوای مناسب بهترین مقصد برای گذران اوقات فراغت و گردشگری شناخته شده است. تردد بیش از اندازه در شهرهای شمالی همواره با پیامدهای نیز همراه است، از جمله پیامدهای در این زمینه را می‌توان به درآمد اضافی و توسعه و گسترش فرصت‌های شغلی (اشتغال توسط هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، خطوط هوایی و سایر خدمات حمل‌ونقل مسافربری، فعالیت‌های رستوران‌ها و محل‌های تفریحی) که نقش مهمی را در فقرزدایی و رونق منطقه عهده‌دار است، اشاره کرد. از طرف دیگر، این روند باعث کاهش مهاجرت به مناطق دیگر بوده و بازاری برای فروش محصولات بومی را فراهم آورده است (قدیری، ۱۳۸۵؛ به نقل از رمضان زاده لسبویی، ۱۳۹۴). طبق اظهارات مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گیلان در سال ۹۳ آمار ثبت شده از ماندگاری گردشگران تنها در مکان‌های اقامتی ثابت و موقت استان ۳۴ میلیون و ۷۹۹ هزار و ۳۷۸ نفر بوده است و در سال ۹۴ با افزایش ۸ درصد ماندگاری در گردشگری به ۶ میلیون گردشگر فقط در

شناخت کافی از وضعیت مدیریت گردشگری در نواحی شمالی می‌تواند منجر به تشدید آثار و پیامدهای نامطلوب اکولوژیکی اقتصادی و اجتماعی فرهنگی در این مناطق شود و بیش از پیش آینده گردشگری در استان گیلان را با چالش و مشکلات متعدد روبه‌رو سازد. همچنین لازم به ذکر است که موفقیت صنعت گردشگری بستگی به شناخت و درک و فهم کیفیت حمایت ساکنان محلی و میزبان دارد. با اینکه گردشگری یک فعالیت منابع پایه است و به خدمات ارائه شده و جاذبه‌های دیدنی بستگی دارد اما توسعه موفقیت‌آمیز آن تا حد زیادی مستلزم میهمان‌نوازی و استقبال از سوی جامعه محلی و میزبان دارد (سجادی و احمدی، ۱۳۹۲). بنابراین، آگاهی از وضعیت مدیریت مقاصد گردشگری و ابعاد آن در این مناطق الزامی و اجتناب‌ناپذیر می‌نماید و می‌تواند راهنمای مؤثری پیش روی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این حوزه باشد. اساساً امروزه سازمان‌های خدماتی، میزان رضایتمندی مشتری را به‌عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند (کاظمی، ۱۳۸۸).

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌های تجربی فراوانی در زمینه گردشگری استان گیلان صورت گرفته است که از جنبه‌های مختلف این پدیده را مورد بررسی قرار داده‌اند. برخی از آنان عوامل تأثیرگذار در توسعه این صنعت را مدنظر قرار داده و برخی دیگر بر اثرگذاری توسعه گردشگری بر جنبه‌ها و زمینه‌های مختلف جامعه دست‌نخورده‌اند، برای جمع‌بندی نتیجه‌گیری صحیح‌تر و عدم سوگیری در پژوهش حاضر فقط از پژوهش‌های که در قلمرو مکانی (منطقه گیلان) با موضوع مرتبط (گردشگری) است، استفاده شده است. در جدول ۱ به برخی از مهم‌ترین پژوهش‌ها اشاره شده است.

گردشگری در این مناطق اهمیت بسیار دارد.

### سوال‌های پژوهش

با توجه به اهمیت مدیریت شهری بر مناطق گردشگری علل خصوص مناطق ساحلی و شمالی کشور که وجود برنامه‌ریزی‌های شهری و سیاست‌گذاری برای گردشگران در این مناطق ضروری به نظر می‌رسد با توجه به این مهم سوالات اساسی این پژوهش از قرار ذیل مطرح می‌شود و در قسمت یافته‌ها به آنها پاسخ داده می‌شود.

- آیا وضعیت فعلی جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا برای جذب گردشگران مناسب است؟ برای پاسخ به این سوال با توجه به یافته‌های پژوهش باید عنوان کرد که جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا در جذب گردشگران مؤثر بوده و عامل مهمی در توسعه پایدار شهر است.

- آیا عملکرد مدیریت شهری در تأمین زیرساخت‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا مناسب است؟ با توجه به ارزیابی‌ها، استنباط شد که عملکرد مدیریت شهری در ارائه خدمات شهری برای توسعه پایدار گردشگری و جلب گردشگران به شهرستان صومعه‌سرا مناسب نیست.

### اهمیت و ضرورت پژوهش

بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا، «صنعت گردشگری» است (رسول زاده اقدم و همکاران، ۱۳۹۵)، که همواره پژوهشگران و متخصصان علاقه‌مند به بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع میزبان در سطوح مختلف سکونتگاه‌ها هستند، اهمیت گردشگری تا آنجایی است که از آن به‌عنوان یک پدیده اجتماعی یاد می‌شود (هالتمن و هال، ۲۰۱۱؛ به نقل از سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۳). گام برداشتن در مسیر مدیریت گردشگری مناسب نیازمند درک و شناخت جامعی از وضعیت گردشگری است. نداشتن

## جدول ۱: مطالعات مرتبط با پژوهش

محققان/محققان	سال	عنوان پژوهش	مهم‌ترین نتایج
آقاجانی و ازکیا	۲۰۱۶	تحلیل جامعه‌شناسانه‌ی صنعت گردشگری در توسعه‌ی استان گیلان	ورود گردشگران به یک منطقه سبب ایجاد شغل‌های مختلف در سطح کلان و توسعه‌ی فرهنگی اقتصادی و اجتماعی می‌گردد. سیاست‌هایی که در زمینه‌ی گردشگری صورت می‌گیرد در راستای توسعه‌ی پایدار می‌باشد که اتخاذ یک چشم‌انداز شهری بلندمدت می‌تواند گیلان را به توسعه‌ی پایدار برساند. نتایج این پژوهش مبتنی بر اسناد و پژوهش‌های میدانی است.
حسام و کریمی	۱۳۹۵	ارزیابی و اولویت‌بندی مقصدهای گردشگری براساس ارزش ویژه برند از دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: شهرستان استان گیلان)	جامعه موردمطالعه، کلیه گردشگران شهرستان‌های استان گیلان می‌باشد که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۳۸۰ نفر در کل استان انتخاب شده و از طریق پرسشنامه داده‌های متغیرهایی مانند تصویر ذهنی، آگاهی، کیفیت ادراک شده و نهایتاً وفاداری به برند مقصد جمع‌آوری گردید. نتایج پژوهش آنها نشان دهنده ارزش بالاتر برند گردشگری شهرستان‌های بندرانزلی، فومن، رشت و آستارا و وضعیت نامناسب شهرستان‌های املاش و رضوانشهر و صومعه‌سرا می‌باشد.
رمضان نژاد، رکن‌الدین افتخاری و پور طاهری	۱۳۹۵	سنجش نگرشی اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه‌ی پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان	جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش، روستائیان روستاهای ساحلی استان گیلان می‌باشند که در حوزه آنها طرح سالم‌سازی دریا ایجاد شده است که تعداد ۱۰ روستا از بین این نوع روستاها در ۷ شهرستان انتخاب شده است. تعداد نمونه‌ها براساس روش نمونه‌گیری کوکران ۳۶۵ نفر تعیین گردید؛ نتایج بیانگر آن بود که سطح معناداری هر سه زیرگروه بیشتر از ۰/۰۵ است، یعنی میانگین روستاهای هر گروه با یکدیگر تفاوت معناداری ندارد.
عظیمی و همکاران	۲۰۱۳	نقش حمل‌ونقل جاده‌ای در توسعه صنعت گردشگری (استان گیلان)	زمان و هزینه در تصمیم‌گیری برای انتخاب منطقه‌ی گردشگری اهمیت دارند که این دو در ارتباط با دسترسی به امکانات حمل‌ونقل نیز می‌باشند. مهم‌ترین نتیجه این مطالعه عامل پایدار بین حمل‌ونقل و توسعه‌ی، صنعت گردشگری است. به بیانی بهتر شرط لازم برای توسعه‌ی گردشگری در اختیار داشتن سیستم حمل و نقل کارآمد است. سرمایه‌گذاری در این زمینه سودهای سرشاری به همراه خواهد داشت.
رکن‌الدین افتخاری، رمضان نژاد و پور طاهری	۱۳۹۴	سنجش رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری ساحلی مناطق روستایی استان گیلان	با استفاده از روش پیمایش و بهره‌گیری از نظریات رضایت گردشگر به این نتیجه رسیدند که بالاترین میزان رضایت از بعد سنجیده شده مربوط به خدمات امنیتی است و کمترین مربوط به اطلاع‌رسانی در مقاصد گردشگری ساحلی می‌باشد. میانگین کل رضایتمندی از مقاصد برابر با ۴۳/۱۱ بود.
نیکدل، مسلمی پور و رضا پور هندخاله	۱۳۹۴	حاشیه‌ی تالاب انزلی؛ نقش انزوای جغرافیایی مناطق برکندی جریان گردشگری؛ مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا	با روش پیمایش و استفاده از نظریات در زمینه مسافت گردشگری نتایج حاکی از این است که بین آشنا نبودن با مسیرهای منتهی به مناطق گردشگری و کندی جریان گردشگری، بین نزدیکی شهرستان صومعه‌سرا به محل زندگی گردشگر مدت اقامت و بین دور بودن مناطق گردشگری شهرستان صومعه‌سرا از مسیرهای اصلی و کندی جریان گردشگری رابطه معنادار وجود دارد.
سجادی و احمدی	۱۳۹۲	ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی	نتایج پژوهش آنان نشان داد که اثبات زیاده و آشغال در محیط‌زیست روستایی و افزایش درآمدهای دستگاه‌های دولتی از قبیل دهیاری‌ها، بخشداری‌ها، شهرداری‌ها و ... مهم‌ترین اثرات گردشگری روستایی در شهرستان فومن می‌باشند.
رمضان نیکدل	۱۳۸۹	شناخت عوامل مؤثر بر افزایش مدت ماندگاری گردشگران در شهرستان صومعه‌سرا	روش پژوهش این مقاله توصیفی، استنتاجی و تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش گردشگران وارد شده به شهرستان صومعه‌سرا بودند، حجم نمونه این پژوهش برابر با ۱۰۰ نفر است. در این پیمایش اثبات شد که رابطه معناداری بین تجهیزات و مدت ماندگاری وجود دارد، اما بین معرفی و شناخت جاذبه‌ها یا مدت ماندگاری رابطه معنادار وجود ندارد.
آسایش و کوچکی نژاد ارم سادانی	۱۳۸۴	سازماندهی فضایی روستاها از دیدگاه جغرافیایی کاربردی (مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا)	با روش توصیفی تحلیلی به ارزیابی و تبیین نظام سکونتگاهی ناحیه پرداخته شد و برای تجزیه تحلیل اطلاعات از چندین مدل کمی (رویکردی سیستمی رفتاری)، استفاده شد، با توجه به هدف پژوهش سعی شده الگوی رفتاری منبعث از ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی-سیاسی و اقتصادی روستائیان الگوی مناسبی برای ایجاد نظام سکونتگاهی مطلوب پیشنهاد شود، نتایج روند کنونی توزیع جمعیت، فعالیت و خدمات در سطح ناحیه موجب اشغال ناهنجار محیط طبیعی و تخلیه تدریجی روستاهای کوچک را به نفع شهرها و مراکز بزرگ‌تر شده است.
معمومی راد	۱۳۸۲	موانع توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان	با روش پیمایش از پایانه‌های مسافری در سطح استان گیلان و بهره‌گیری از نظریات جامعه‌شناسانه موانع و مشکلات توسعه گردشگری در استان گیلان را مشکلات حمل‌ونقل، کمبود امکانات اقامتی و بهداشتی، نبود تبلیغات مؤثر برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و استفاده نکردن از نیروهای متخصص و کارشناسان خبره و ... برمی‌شمرد.

رضایت گردشگران و میزان امنیت منطقه اشاره شده است. در پژوهش‌های پیشین آداب و رسوم، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و... به عنوان عوامل مؤثر در افزایش مدت ماندگاری گردشگران شناخته شده است؛ اما در رابطه با تأثیر زیرساخت‌ها و تأثیر مدیریت شهری و تأثیر شناخت گردشگران از محیط گردشگری توجه کافی نشده است؛ شهرستان صومعه‌سرا، با وجود تمامی پتانسیل‌ها و جاذبه‌های موجود برای جذب گردشگر، نیازمند توجه ویژه به برنامه‌ریزی مدیریت شهری است. وجه متمایز این پژوهش با پژوهش‌های انجام شده در

از مطالعه پژوهش‌های انجام گرفته می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که یکی از راه‌های افزایش کیفیت زندگی و درآمد پایدار در جامعه محلی، توسعه صنعت گردشگری و تلاش برای جذب هر چه بیشتر گردشگر در منطقه است، همچنین در این پژوهش‌ها، به عوامل زیر به عنوان علل ضعف گردشگری در منطقه گیلان اشاره شده است: کمبود تسهیلات اقامتی و گردشگری، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب، ضعف در سیستم حمل‌ونقل اعم از جاده‌ای، ریلی و هوایی، همچنین در برخی از پژوهش‌ها به وجود رابطه همبستگی بین میزان

این زمینه در بررسی کامل مدیریت شهری بر منطقه گردشگری با مدل چرخ حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی است که با توجه به طراحی مدل چرخه‌ای باتلر و شاخص داکسی در منطقه مورد نظر توانایی شناسایی نقصان‌های توسعه پایدار در قالب گردشگری را ارائه خواهد کرد.

### مبانی نظری

باتلر در نظریه چرخه حیات جهانگردی<sup>۴</sup> معتقد است، تفرجگاه‌ها یک چرخه تکاملی شش مرحله‌ای را طی می‌کنند: مرحله اول: مرحله اکتشاف<sup>۵</sup>، مرحله دوم: مشارکت<sup>۶</sup>، مرحله سوم: مرحله توسعه<sup>۷</sup>، مرحله چهارم: مرحله تثبیت<sup>۸</sup>، مرحله پنجم: مرحله رکود<sup>۹</sup>، مرحله ششم: مرحله تجدید حیات<sup>۱۰</sup> (مولائی هاشجین و ابراهیمی، ۱۳۹۳؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲)، باید توجه داشت که همیشه تفرجگاه‌ها این مراحل را پشت سر هم طی نمی‌کنند، به همین منظور مدل‌هایی نیز برای اینکه رفتارهای جامعه محلی در برخورد با گردشگران در مقاطع و مراحل مختلف حیات مقاصد را مورد مطالعه قرار دهند طراحی شده است از جمله این مدل‌ها، شاخص رنجش داکسی<sup>۱۱</sup> است. طبق نظر داکسی جوامع چهار مرحله را در طی مواجه با پدیده گردشگری طی می‌نمایند که به ترتیب عبارت‌اند از: خشنودی<sup>۱۲</sup>، بی‌علاقگی<sup>۱۳</sup>، رنجش<sup>۱۴</sup> و مخالفت<sup>۱۵</sup> در هر یک از مراحل مذکور، جوامع محلی براساس ویژگی‌ها و اثرات گردشگری عکس‌العمل‌های متفاوتی از خود بروز می‌دهند. باتلر در مرحله اول مدل خود معتقد است که علت کمبود امکانات منطقه بازدیدکنندگان به واسطه‌ی جاذبه‌های طبیعی و سایر به محل جذب می‌شوند (میسون، ۲۰۰۰)، در این مرحله، مرحله کشف یا مرحله قبل از پیدایش فعالیت گردشگری<sup>۱۶</sup> نامیده می‌شود (باتلر، ۱۹۸۰). در مرحله بعد (مشارکت)، شاهد افزایش فعالیت‌های گردشگری هستیم. مؤسسات تجاری شروع

به احداث خدمات و امکانات تخصصی گردشگری می‌کنند (میسون، ۲۰۰۰). به عبارتی مرحله اثرات افزایشی<sup>۱۷</sup> وجود می‌آید یعنی فراهم آوردن امکانات گردشگری امکانات بعدی را با خود به همراه می‌آورد و جذب یک توریست سبب جذب توریست‌های بعدی می‌شود (باتلر، ۱۹۸۰). در مرحله توسعه با رشد سریع گردشگر مقصد گردشگری وارد یک سیستم یکپارچه رسمی گردشگری می‌شود که سیستمی از شرکت‌ها و نگاه‌های غیر محلی و فراملی است و فعالیت گردشگری در قالب یک ساختار کاملاً سازمان‌یافته صورت می‌گیرد. هتل‌های کوچک تبدیل به هتل‌های بزرگ می‌شوند. در این مرحله دورنمای صنعت گردشگری در مقصد، حالتی فراملی<sup>۱۸</sup> می‌یابد (باتلر، ۱۹۸۰؛ آلتینای و همکاران، ۲۰۰۵؛ رسولیمنش و همکاران، ۲۰۱۵). در مرحله تحکیم بخشی نرخ رشد گردشگری و سایر فعالیت‌های مربوط به گردشگری کاهش می‌یابد گرچه تعداد واقعی گردشگران در حال افزایش است. بر طبق نظر باتلر، سطح توسعه گردشگری بیش از ظرفیت‌های کوش محیطی، اقتصادی و اجتماعی مقصد است و این امر سبب رو به زوال رفتن محصولات گردشگری می‌شود (باتلر، ۱۹۸۰؛ لوزانو و همکاران، ۲۰۱۲). در این وضعیت رکود حاصل می‌شود، این وضعیت در حال است که مقصد دارای امکانات بالای گردشگری است اما سبب افزایش گردشگرها نشود. ممکن است مرحله رکود برای مدتی وجود داشته باشد و پس از آن، به دو حالت افزایش و یا کاهش در تعداد گردشگرهای مراجعه‌کننده بیانجامد. در این مرحله مدیریت شهری با کنترل مقصد گردشگری و برنامه‌ریزی در جهت نوسازی و تجهیز دوباره امکانات می‌توانند از شدت رنجش و خصومت منطقه کاسته و در نتیجه باعث به وجود آمدن مرحله تجدید سازی شود. این مرحله زمانی اتفاق می‌افتد که محصولات جدید گردشگری عرضه شده و یا تصویری جدید و متفاوت از مقصد<sup>۱۹</sup> برای مردم به وجود آید.

جدول ۲: ویژگی‌ها و متغیرهای مقاصد طبق مدل چرخه‌ی حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی

مدل و تئوری تحلیل	مرحله اول	مرحله دوم	مرحله سوم	مرحله چهارم	مرحله پنجم	مرحله ششم
مدل چرخه‌ی حیات مقصد باتلر	اکتشاف	مشارکت	توسعه	تثبیت	رکود	تجدید حیات
شاخص رنجش داکسی	علاقه‌مندی		بی‌تفاوتی	رنجش	خصوصیت	
گردشگر (تعداد، انگیزه، سازمان‌دهی)	تعداد کم، انگیزه‌ی کسب تجارب جدید، گردشگران آگاه و فرهیخته، ماجراجو، علاقه‌مند به آمیزش با جامعه‌ی محلی و طبیعت، آگاه به مسائل توسعه‌ی پایدار	تعداد کم، انگیزه‌های زیبایی‌شناختی، حضور در فصول گردشگری، آغاز حرکت تورهای تخصصی و بدون انگیزه‌های تجاری	تعداد بالا، رشد تورهای تجاری، گردشگری انبوه، توجه کمتر به توسعه‌ی پایدار	تعداد در حداکثر ممکن، کاهش نرخ رشد، بازار تثبیت شده، گردشگری تجاری و سازماندهی شده، تصویر مقصد در حال افول، حضور بسالای گردشگران محافظه‌کار	تعداد رو به کاهش، افول تصویر مقصد، کاهش سهم بازار	رشد تدریجی گردشگری، حفظ سهم بازار، آغاز جذب بازارهای جدید
مدیریت شهری بر منطقه گردشگری	وجود ندارد.	هنوز کاملاً درگیر نشده است	مدیریت وارد مقاصد شده و به آن توجه می‌نماید	نقش بسیار پررنگی در مقصد ایفا می‌نماید	نقش بسیار پررنگ در مقصد و تکاپو برای بهبود شرایط موجود	شدیداً حاکم می‌شود
رویکرد جامعه‌ی محلی	مشارکت برنامه‌ریزی شده نیست، بیشتر اهداف معنوی و غیرتجاری دنبال می‌شود	سرمایه‌گذاری محلی، آغاز مشارکت، عمدتاً گروه‌های پیشرو درگیر می‌شوند، اهداف معنوی و غیرتجاری	مشارکت افزایش می‌یابد، تغییر کاربری در این مرحله آغاز می‌شود، ایجاد جاذبه‌های مصنوعی	مشارکت به حداکثر خود می‌رسد	سطح مشارکت جامعه به واسطه مسائل آن کاهش می‌یابد.	مشارکت محلی مجدداً آغاز می‌شود
رفتارهای جامعه‌ی محلی	روابط غیرتجاری، میهمان و میزبان، ابراز تمایل شدید برای ایجاد ارتباط	روابط در حال تجاری شدن، میهمان و میزبان، تمایل برای تحکیم ارتباط	روابط تجاری، روابط گردشگر و جامعه‌ی میزبان، علاقه به جلب ارتباط تجاری	روابط تجاری، روابط گردشگر و مقصد، کاهش علاقه به ارتباط در برخی گروه‌ها	روابط تجاری، روابط خارجی و بومی، عدم علاقه به ارتباط بیشتر در اغلب گروه‌ها	ایجاد اشتیاق مجدد

(منبع: یافته‌های نویسندگان مقاله، برگرفته از: لاگیوسفکی، ۲۰۰۶؛ داکسی، ۱۹۷۵؛ باتلر، ۱۹۸۰؛ میسون، ۲۰۰۰)

استنباط از تجارب به دست آمده این است که مرحله تجدید سازی کمتر به صورت خودبه‌خود صورت می‌گیرد بلکه به طی یک مرحله سنجیده و با به‌کارگیری استراتژی‌های مناسب ایجاد می‌شود (میسون، ۲۰۰۰). از طرف دیگر مطالعات مختلف نشان می‌دهند که اثرات گردشگری با حرکت به سوی مراحل بالاتر از مدل چرخه حیات باتلر و شاخص رنجش داکسی افزایش می‌یابد (لاوسون و همکاران، ۱۹۹۸؛ رایان و همکاران، ۱۹۹۸؛ برنت و همکاران، ۱۹۹۹). همچنین بر طبق یافته‌ها، رابطه‌ی مثبتی میان توسعه‌ی گردشگری و نگرش منفی جامعه محلی نسبت به گردشگران و گردشگری وجود دارد؛ نگرش منفی جامعه محلی در اثر افزایش اثرات منفی توسعه‌ی گردشگری،

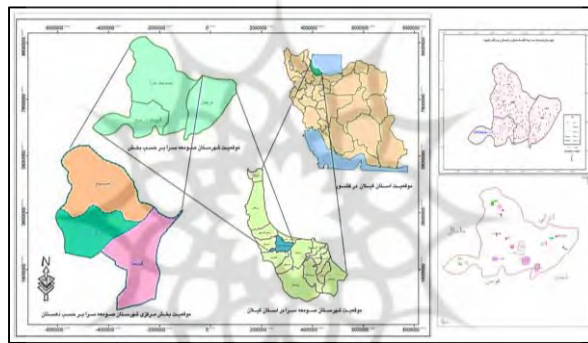
با حرکت به سمت مراحل بالای مدل افزایش می‌یابد (اسمیت، ۱۹۹۸؛ الله‌دادی، ۲۰۱۱؛ لاگیوسکی، ۲۰۰۶؛ آقاجانی و ازکیا، ۲۰۱۶). در نتیجه می‌توان گفت که مدل‌های مذکور در نمایش تغییرات موجود و آتی جوامع در مقابل شرایط و ویژگی‌های محیط داخلی و خارجی منطقه بسیار مؤثر هستند، در جدول شماره ۲ به تفصیل مباحث به صورت تلفیقی مطرح شده است. نکته قابل توجه این است که جاذبه‌ها و مکان‌ها در طول زمان مدام در حال تغییر هستند این در حال است که روند مشترکی از توسعه برای مقاصد گردشگری وجود دارد که با عوامل کنترل‌کننده‌ی مانند وضعیت مدیریت شهری می‌توان تغییر در وضعیت مراحل مقاصد گردشگری به وجود بیاورند بنابراین مدیریت را می‌توان

شهرستان فومن از شمال غرب به رضوانشهر و ماسال و از شرق به شهرستان رشت محدود می‌شود (دفتر آمار و اطلاعات معاونت استانداری گیلان، ۱۳۹۶). جمعیت این شهرستان ۴۰۹۷۸ نفر است (به نقل از مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) و مرکز آن شهر صومعه‌سرا است. شهرستان صومعه‌سرا با داشتن منابع گردشگری فراوان (تالاب، جنگل و...) در انزوای جغرافیایی و به دور از مسیرهای اصلی گردشگری واقع شده است (رمضانی و نیکدل، ۱۳۸۹)، می‌تواند با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح و تبلیغات مناسب و مشارکت مردم بومی به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری مطرح باشد و سبب ماندگاری و اقامت بیشتر گردشگران در این شهرستان شود (شکل ۱).

یکی از این عوامل کلیدی توسعه گردشگری دانست که در صورت قوی عمل کردن کل شهرستان در زمینه گردشگری می‌تواند از مرحله‌ی رکود دوری کند، بدین دلیل پژوهشگران از نظریه مدل چرخه‌ی حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی در این مطالعه بهره‌مند شدند.

### محدوده مورد مطالعه

استان گیلان شامل ۱۶ شهرستان است؛ شهرستان صومعه‌سرا در ناحیه غربی استان گیلان واقع شده است که یکی از زیباترین، تاریخی‌ترین و با اهمیت‌ترین شهرستان‌های آن به شمار می‌آید. این شهرستان از سمت شمال به تالاب انزلی، از جنوب به جنوب به



شکل ۱: موقعیت سیاسی شهرستان صومعه‌سرا

ضریب همبستگی پیرسون و جهت تعیین پایایی پرسشنامه، نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب پایایی محاسبه شده برای سؤالات پرسشنامه ۹۳ درصد به دست آمده است که این مقدار آلفای کرونباخ بیانگر پایایی ابزار تحقیق بوده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از توزیع فراوانی، درصد‌های فراوانی و نمودارها و در بخش آمار استنباطی برای داده‌هایی که از توزیع نرمال پیروی کردند، از آزمون t تک نمونه‌ای و برای متغیرهایی که دارای توزیع نرمال نبودند از آزمون دو جمله‌ای استفاده شد و برای تعیین روایی محتوایی، پرسشنامه مذکور، از نظرات صاحب‌نظران و متخصصان بهره برده شده و پیشنهادات و اصلاحات لازم انجام شد.

### مواد و روش تحقیق

این پژوهش بنا به ماهیت موضوع و اهدافی که برای آن پیش‌بینی شده، از نوع توصیفی تحلیلی و در زمره تحقیقات کاربردی است. در این پژوهش از روش بررسی اطلاعات اسنادی (کتابخانه‌ای) و همچنین مطالعات میدانی با ابزار پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه گردشگرانی هستند که در بهار و تابستان سال ۱۳۹۶ این شهرستان را به‌عنوان مقصد گردشگری خود انتخاب کرده‌اند (۴۰۹۷۸)، بنابراین با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب و به روش تصادفی خوشه‌ای مورد پرسشگری مستقیم قرار گرفته‌اند. به منظور تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و به منظور تبیین فرضیات تحقیق از آزمون‌های t، کای اسکور و



## یافته‌های تحقیق

با توجه به پژوهش صورت گرفته در بخش اول اطلاعاتی به دست آمده از متغیرهای جمعیتی

شناسایی شده را در جدول ۳ گزارش داده شد و در بخش بعدی با تحلیل یافته‌های پژوهش به وضعیت شهرستان صومعه‌سرا با توجه به اهداف این پژوهش پاسخ می‌دهد.

جدول ۳: یافته‌های توصیفی

درصد	فراوانی	متغیرها
۶۵/۸٪	۲۵۴	مردان
۳۲/۹٪	۱۲۷	زن
۲۳/۶٪	۸۳	مجرد
۷۵/۹٪	۲۹۸	متاهل
۶/۲٪	۱۱	۱۵ تا ۲۰ سال
۲۲٪	۱۰۲	۲۱ تا ۳۰ سال
۳۸/۹٪	۱۵۹	۳۱ تا ۴۱ سال
۱۹/۷٪	۹۷	۴۱ تا ۵۱ سال
۲٪	۶	۵۱ تا ۶۱ سال
۱٪	۳	بالای ۶۱ سال
۱۷/۹٪	۷۵	زیر دیپلم
۴۳٪	۱۸۵	دیپلم
۳۰/۱٪	۱۱۲	کارشناسی
۷٪	۹	کارشناسی ارشد و بالاتر

(منبع: پژوهشگران، ۱۳۹۶)

## یافته‌های تحلیلی

ارزیابی گردشگری شهرستان صومعه‌سرا: با توجه به نتایج حاصل از میان ۳۸۴ نمونه ۹/۳ درصد وضعیت گردشگری صومعه‌سرا را کاملاً نامطلوب، ۱۰/۱ درصد

وضعیت را نامطلوب، ۱۶/۳ درصد وضعیت را نسبتاً مطلوب، ۷/۸ درصد وضعیت را مطلوب و ۵۶ درصد وضعیت را کاملاً مطلوب دانسته‌اند. بنابراین طبق جدول ۱ وضعیت گردشگری شهرستان صومعه‌سرا مطلوب ارزیابی می‌شود.

جدول ۴: وضعیت فعلی گردشگری شهرستان صومعه‌سرا

وضعیت فعلی گردشگری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
کاملاً نامطلوب	۳۶	۹/۳	۹/۳
نامطلوب	۳۹	۱۰/۱	۱۹/۴
نسبتاً مطلوب	۶۳	۱۶/۳	۳۵/۷
مطلوب	۳۰	۷/۸	۴۳/۵
کاملاً مطلوب	۲۱۶	۵۶/۵	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری: اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد: درباره کیفیت عملکرد مدیریت در توسعه گردشگری در شهرستان صومعه‌سرا، ۶۳ درصد مدیریت شهری را در شهرستان صومعه‌سرا خیلی کم،

۶ درصد در حد کم، ۱۳/۵ درصد متوسط، ۱۰/۶ درصد در حد زیاد و همچنین ۶/۲ درصد گزینه خیلی زیاد اعلام کرده‌اند.

جدول ۵: وضعیت ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری

وضعیت ارزیابی گردشگران از مدیریت شهری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
خیلی کم	۲۴۳	۶۳	۶۳
کم	۲۳	۶	۶۹
متوسط	۵۲	۱۳/۵	۸۲/۵
زیاد	۴۱	۱۰/۵	۹۳/۰
خیلی زیاد	۲۴	۷	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

ارزیابی میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا: براساس داده‌ها ۸۳/۶ درصد اعلام کرده‌اند که میزان آشنایی گردشگران ورودی به شهرستان صومعه سرا در حد کم و خیلی کم است.

جدول ۶: بررسی وضعیت میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا

وضعیت میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
خیلی کم	۹۲	۲۴	۲۴
کم	۲۲۹	۵۹/۴	۸۳/۶
متوسط	۴۹	۱۲/۸	۹۶/۴
زیاد	۷	۱/۸	۹۸/۲
خیلی زیاد	۷	۱/۸	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در ارائه اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی به گردشگران: با توجه به داده‌ها، حداقل ۵۰ درصد از گردشگران ورودی به شهرستان صومعه سرا رضایتمندی خود از اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی صومعه سرا را در حد کمی دانسته‌اند. تنها ۰/۸ درصد از گردشگران از این اقامتگاه‌ها رضایت داشته‌اند.

جدول ۷: ارزیابی پاسخگویان از عملکرد مدیریت شهری در ارائه اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی به گردشگران

وضعیت میزان آشنایی گردشگران با شهرستان صومعه سرا	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
خیلی کم	۶۶	۲۴	۲۴
کم	۱۹۲	۵۹/۴	۸۳/۶
متوسط	۱۲۳	۱۲/۸	۹۶/۴
زیاد	۰	۱/۸	۹۸/۲
خیلی زیاد	۷	۱/۸	۱۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰	

برای هر کدام از متغیرها بیشتر از ۰/۵ باشد، نتیجه می‌گیریم که داده‌ها از توزیع نرمالی برخوردارند. آزمون شاپیرو ویلک برای داده‌هایی با حجم کم، به‌عنوان مثال

آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها میزان معناداری متناظر با آنها بررسی می‌شود. چنانچه میزان معناداری

۵۰ و یا کمتر مناسب است و آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای داده‌هایی با حجم نمونه بالا مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش از آنجایی که تعداد حجم

جدول ۸: نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

متغیره	وضعیت فعلی جاذبه‌ها	عملکرد مدیریت در اطلاع‌رسانی	زیرساخت‌ها	آشنایی گردشگران	اقامتگاه‌ها
تعداد	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴
میانگین	۱/۹۸	۳/۹۱	*	*	*
انحراف معیار	۱/۴۰	۱/۳۲	*	*	*
Z	۳/۷۶	۳/۶۱	۳/۰۶	۲/۸۰	۱/۵۱
معناداری*	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

\*در صورتی که مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۵ شود، نمی‌توان توزیع داده‌ها نرمال فرض کرد.

رسمی و غیررسمی از میزان Z جدول بیشتر است. بنابراین تفاوت توزیع داده‌ها با توزیع نرمال معنادار بوده و نمی‌توان توزیع داده‌های این متغیرها را نرمال فرض کرد.

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد: مقدار Z در آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای متغیرهای آشنایی با قابلیت وضعیت فعلی گردشگری، عملکرد مدیریت شهری و عملکرد مدیریت شهری در ارائه اقامتگاه‌های

جدول ۹: نتایج آزمون دوجمله‌ای ارزیابی وضعیت مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهرستان صومعه‌سرا

گروه‌ها	تعداد	درصد‌ها	درصد انتظار	سطح معنی‌داری
برابر و یا کمتر از متوسط	۲۶۵	۶۹/۰۱	۰/۵۰	۰/۷۹۳
بیشتر از انتظار	۱۱۹	۳۰/۹	*	*
جمع	۳۸۴	۱۰۰	*	*

که گردشگران شهرستان صومعه‌سرا مدیریت این شهرستان را به‌طور معناداری پایین از حد متوسط می‌دانند.

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که فراوانی گزینه‌های مربوط به پاسخ‌ها کمتر از متوسط و متوسط (گزینه‌های خیلی کم، کم و متوسط) ۶۹/۰۱ درصد و فراوانی گزینه‌های بیشتر از متوسط (زیاد و خیلی زیاد) ۳۰/۹ درصد است. تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار معنادار نشده است. بنابراین می‌توان گفت

#### آزمون فرضیه‌ها

جدول ۱۰: آزمون دوجمله‌ای ارزیابی تأثیر عملکرد مدیریت شهری در ارائه خدمات شهری صومعه‌سرا

گروه‌ها	تعداد	درصد‌ها	درصد انتظار	سطح معنی‌داری
برابر و یا کمتر از متوسط	۱۳۸	۳۵/۹۳	۰/۵۰	۰/۰۰۰
بیشتر از انتظار	۲۴۶	۶۴/۰۶	*	*
جمع	۳۸۴	۱۰۰	*	*

برای گردشگری در حال حاضر دارد. براساس جدول ۱۰ فراوانی گزینه‌های مربوط به پاسخ‌های کمتر از متوسط و متوسط (گزینه‌های خیلی کم، کم و متوسط) ۳۵/۹۳ درصد و فراوانی گزینه‌های بیشتر از متوسط (زیاد و خیلی زیاد) ۶۴/۰۶ درصد است. تفاوت بین فراوانی دو

نتایج این جدول نشان می‌دهد که فراوانی گزینه‌های بیشتر از ۳ (گزینه‌های مطلوب و نسبتاً مطلوب) ۶۴/۰۶ و تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار در سطح ۹۵ درصد معنادار شده است. بنابراین براساس نتایج، شهرستان صومعه‌سرا جاذبه‌های بسیاری

حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار در سطح ۹۵ درصد معنادار شده است. بنابراین میزان عملکرد مدیریت در جذب گردشگران و توسعه گردشگری به طور معناداری پایین تر از حد انتظار است.

جدول ۱۱: نتایج آزمون دوجمله‌ای ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهرستان صومعه سرا

گروه‌ها	تعداد	درصدها	درصد انتظار	سطح معنی داری
برابر و یا کمتر از متوسط	۳۱۸	۸۲/۸۱		
بیشتر از انتظار	۶۶	۱۷/۱۸	۰/۵۰	۰/۰۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰		

نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهد که بین عملکرد نامناسب مدیریت شهری و تأمین زیرساخت‌های گردشگری رابطه معناداری وجود دارد، به عبارت دیگر فرض  $H_0$  رد شد و فرض مخالف پذیرفته می‌شود.

جدول ۱۲: آزمون دوجمله‌ای ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در تأمین زیرساخت‌های گردشگری شهرستان صومعه سرا

گروه‌ها	تعداد	درصدها	درصد انتظار	سطح معنی داری
برابر و یا کمتر از متوسط	۲۹۱	۷۵/۷۸		
بیشتر از انتظار	۹۳	۲۴/۲۱	۰/۵۰	۰/۰۰۰
جمع	۳۸۴	۱۰۰		

نتایج جدول ۱۲ نشان می‌دهد که بین عملکرد مدیریت شهری و عدم رضایت گردشگران از اطلاع‌رسانی اماکن گردشگری رابطه معناداری وجود دارد، چرا که مقدار فراوانی به دست آمده از این آزمون برابر ۰/۰۰۱ است. این مقدار فراوانی کوچک‌تر از سطح معناداری ۰/۰۵ است، بنابراین فرض  $H_0$  رد شده و فرض مخالف پذیرفته می‌شود. نتایج جدول ۱۳ نشان می‌دهد که فراوانی گزینه‌های مربوط به پاسخ‌های کمتر از متوسط و متوسط (گزینه‌های خیلی کم، کم و متوسط) ۶۹/۰ درصد و فراوانی گزینه‌های بیشتر از متوسط (زیاد و خیلی زیاد) ۳۰/۹۸ درصد است. تفاوت بین فراوانی دو حد کمتر و بیشتر از مقدار انتظار معنادار نشده است. می‌توان نتیجه گرفت که گردشگران شهرستان صومعه سرا عملکرد مدیریت شهرستان را در ارائه اقامتگاه‌ها رسمی و غیررسمی در سطح متوسط می‌دانند. همان‌طور که جدول ۱۴ نشان می‌دهد، عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری شهرستان صومعه سرا به ترتیب عبارت‌اند از: رسانه‌های مجازی، شرکت‌های گردشگری، هتل و غیره که به ترتیب نمره میانگین مشخص شده‌اند.

جدول ۱۳: عملکرد مدیریت شهرستان صومعه سرا در ارائه آگاهی‌رسانی در مورد اماکن گردشگری

گروه‌ها	تعداد	درصدها	درصد انتظار	سطح معنی داری
برابر و یا کمتر از متوسط	۳۰۳	۸۰٪		
بیشتر از انتظار	۷۸	۲۰٪	۰/۵۰	۰/۰۰۱
جمع	۳۸۴	۱۰۰		

جدول ۱۴: آزمون دوجمله‌ای ارزیابی عملکرد مدیریت شهری در اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی در شهرستان صومعه سرا

گروه‌ها	تعداد	درصدها	درصد انتظار	سطح معنی داری
برابر و یا کمتر از متوسط	۲۶۵	۶۹/۰		
بیشتر از انتظار	۱۱۹	۳۰/۹۸	۰/۵۰	۰۰/۲
جمع	۳۸۴	۱۰۰		

## بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با توجه به اهداف و سؤالات اساسی پژوهش و با استفاده از ابزار پرسشنامه، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات کرد. در مطالعات میدانی این پژوهش از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تأمین زیرساخت‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا، آگاهی‌رسانی به گردشگران برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا، تأمین امنیت گردشگران و اجرای برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی برای جلب نظر گردشگران به منظور اقامت طولانی‌تر در شهرستان صومعه‌سرا بوده است. برای تبیین نظری آن هم از نظریه باتلر و هم از شاخص رنجش داکسی استفاده شده است، همان‌طور که مطرح شد وضعیت فعلی شهرستان صومعه‌سرا از لحاظ جذب گردشگر مراحل اکتشاف و مشارکت را طی کرده و اکنون در مرحله توسعه و تثبیت در مدل باتلر و بی تفاوتی و رنجش در شاخص داکسی قرار دارد، امروز با توجه به آمارهای پژوهش حاضر این منطقه به مرحله رکود (مدل باتلر) و مرحله خصومت (شاخص داکسی) نزدیک شده است، این مسئله زمانی پررنگ‌تر و با اهمیت خواهد شد که با توجه به نظریه داکسی خصومت در منطقه علیه گردشگران بالا گرفته و از طرف دیگر با افول تصویر گردشگری در منطقه مراحل مثل رکود (در نظریه باتلر) طی شود و گردشگری کل منطقه به حالت کاهشی نزول پیدا کند؛ ارزیابی پژوهشگران از منطقه صومعه‌سرا با توجه به آمارهای به دست آمده حاکی از عدم طی فرایند چرخه‌ی است که باتلر و داکسی به آن اشاره کرده است، در این منطقه با ضعف مدیریتی و عدم وجود اقامتگاه‌های رسمی و غیررسمی فرضیه موجود در این پژوهش را که با توجه به چهارچوب نظری مدل چرخه‌ی حیات مقصد باتلر و شاخص رنجش داکسی سنجدیده بود مبنی بر چرخش فزاینده محیط برای ارتقای سطح گردشگری رد می‌شود و همان‌طور که آمارها در شهرستان صومعه‌سرا نشان داده شده است با وضعیت عدم استحکام (تثبیت) و به نوعی بی تفاوتی در شهرستان و مناطق شهری صومعه‌سرا روبه‌رو هستیم؛ علاوه بر آنچه که با توجه به نظریه باتلر و داکسی عنوان شد اطلاعات به دست آمده با سوابق پژوهشی نیز به

شرح ذیل مرتبط است؛ نتایج پژوهش‌های عظیمی و همکاران (۲۰۱۳)، معصومی راد (۱۳۸۱) و نیک‌دل و همکاران (۱۳۹۴) در زمینه حمل و نقل مناطق گردشگری مطابقت دارد همچنین در زمینه بهداشت محیط با پژوهش‌های آسایش (۱۳۸۴) و سجادی و احمدی (۱۳۹۴) منطبق است در زمینه مدت ماندگاری در محیط نیز با عوامل یاد شده با پژوهش‌های رضانی نیک دل (۱۳۸۹) و رکن الدین افتخاری (۱۳۹۴) مطابقت دارد و همچنین در زمینه شناخت محیط با پژوهش حسام و کریمی (۱۳۹۵) منطبق است. کوتاه سخن آنکه، عملکرد مدیریت شهری در توسعه‌ی صنعت گردشگری شهرستان صومعه‌سرا مناسب نبوده است. با توجه به یافته‌های پژوهش موارد زیر برای توسعه و رونق گردشگری شهرستان صومعه‌سرا پیشنهاد می‌شود: به تجدیدنظر در مدیریت شهری و برنامه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا بپردازند و مرحله بی تفاوتی را همان‌طور که داکسی به آن اشاره کرده است کنار گذاشته و در جهت تثبیت توسعه با توجه به نظریه باتلر گام بردارند. با توجه به مدل باتلر و شاخص داکسی با وجود رشد گردشگران (در مرحله توسعه) لازم است از فراهم آوردن زیرساخت‌های گردشگری (هتل، متل، اقامتگاه و...) جهت جذب گردشگران کمک بگیرند، با توجه به آمارهای به دست آمده و نظریات تبیین‌کننده مقاله حاضر در مرحله بی تفاوتی (داکسی) و مرحله تثبیت (باتلر) تصویر مقصد گردشگری رو به افول می‌گذارد، بدین جهت لازم است که تهیه و تدوین برنامه‌های تبلیغاتی مناسب برای معرفی و شناساندن جاذبه‌های گردشگری شهرستان صومعه‌سرا به گردشگران را جدی تلقی کنند، رفتار جامعه محلی در مرحله توسعه (باتلر) و جلب ارتباط با جامعه میزبان را می‌طلبد این در حالی است که مرحله رنجش (داکسی) کاهش علاقه به ایجاد ارتباط با گروه‌های مختلف را منجر می‌شود توصیه پژوهشگران مقاله حاضر این است که امکانات اقامتی منطقه از قبیل هتل‌ها تبدیل به آپارتمان‌های خودکفا یا آپارتمان‌های دائمی تبدیل شوند، برای این که مرحله خصومت (داکسی) و مرحله رکود (باتلر) ایجاد نشود، تهیه برنامه راهبردی

گردشگری با مشارکت جامعه محلی که اشراف بر منطقه دارند را توصیه می‌نماییم.

### پانویس

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1-Butler                                    | 11-Doxey's Irridex Model |
| 2-Doxey's Irridex Model                     | 12-Euphoria              |
| 3-The World Travel & Tourism Council (wttc) | 13-Apathy                |
| 4-Product Area life cycle (PALC)            | 14-Irritation            |
| 5-Exploration Stage                         | 15-Antagonism            |
| 6-Involvement stage                         | 16-Pre-tourism           |
| 7-Development                               | 17-Multiplier effects    |
| 8-Consolidation                             | 18-International         |
| 9-Stagnation                                | 19-Radial reimaging      |
| 10-Rejuvenation                             | 20-Spontaneous           |

### منابع و مأخذ

- حسام، م. و کریمی، س.ه.، ۱۳۹۵. «ارزیابی و اولویت‌بندی مقصدهای گردشگری براساس ارزش ویژه برند از دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان گیلان)»، فصلنامه علمی - پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، سال چهاردهم، شماره ۴۹، صص ۳۳۷-۳۵۵.
- رسول زاده اقدم، ص.، میر محمدتبار، س.ا.، عدلی پور، ص. و زینی‌وند، ی.، ۱۳۹۵. «فرصت‌ها و محدودیت‌های صنعت گردشگری در ایران»، مجله مطالعات جامعه‌شناسی (دانشگاه آزاد)، سال ۸، شماره ۳۰، صص ۶۳-۸۰.
- رضوانی، ع.ا.، ۱۳۸۴. جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ چهارم، تهران، ۳۵۰ ص.
- رکن الدین افتخاری، ع.ر.، رمضان نژاد، ی. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۴. «سنجش رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری ساحلی مناطق روستایی استان گیلان»، فصلنامه جغرافیای انسانی، سال ۴۹، شماره ۳، صص ۵۷۱-۵۸۵.
- رکن الدین افتخاری، ع.ر.، رمضان نژاد، ی. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۵. «سنجش نگرشی اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان»، مجله آمایش جغرافیایی فضاء، سال ۶، شماره ۲۰، صص ۱۴۵-۱۶۰.
- ابراهیمی منیق، ج. و ایروانی، م.ر.، ۱۳۸۵. «بررسی آثار و پیامدهای فرهنگی و اقتصادی - اجتماعی صنعت توریسم در توسعه اقتصادی»، فصلنامه مطالعات علوم اجتماعی ایران (دانشگاه آزاد واحد خلخال)، سال ۲، شماره ۷، صص ۱۰۷-۱۲۹.
- اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۹۵. «رشد اقتصادی حاصل از گردشگری صومعه سرا؛ منبعی موثر برای توسعه همه جانبه این شهرستان»، چاپ اول، رشت، ۲۵۰ ص.
- آسایش، ح. و کوچکی نژاد ارم ساداتی، ف.، ۱۳۸۴. «سازماندهی فضایی روستاها از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا)»، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال دوم، شماره ۶، صص ۱۲-۱.
- بهنام مرشدی، ح.، حسنعلی فرجی، س.، رضوانی، م.ر. و محمدیان، ز.، ۱۳۹۵. «برنامه‌ریزی فضایی خدمات گردشگری (مطالعه‌ی موردی: استان فارس)»، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال ۴۸، شماره ۲، صص ۲۲۷-۲۹۵.
- پاپلی یزدی، م.ح. و سقایی، م.، ۱۳۸۶. گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سازمان سمت، چاپ اول، تهران، ۳۲۰ ص.

- رمضان زاده لسبوئی، م.، اکبریان رونیزی، س.ر.، رضانی فر، ح. و حیدری، ز.، ۱۳۹۴. «توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی و امنیت اجتماعی (مطالعه‌ی موردی: شهر تنکابن)»، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای برنامه ریزی شهری، سال ۳، شماره ۳، صص ۳۰۹-۳۲۴.
- رمضان نژاد، ی.، رکن الدین افتخاری، ع.ر. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۵. «سنجش نگرشی اثرات گردشگری ساحلی بر توسعه‌ی پایدار روستاهای ساحلی استان گیلان»، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ششم، شماره بیستم، صص ۱۴۵-۱۶۰.
- رضانی، ب. و نیکدل، ن.، ۱۳۸۹. «شناخت عوامل موثر بر افزایش مدت ماندگاری گردشگران در شهرستان صومعه‌سرا»، فصلنامه چشم انداز جغرافیایی، سال پنجم، شماره ۱۳، صص ۴۸-۵۹.
- رهنمایی، م.ت.، ملک نیا، م. و جهانیان، م.، ۱۳۹۰. «نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۲۵ در توسعه گردشگری شهر تهران»، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۳، شماره ۱۲، صص ۷۳-۸۶.
- سجادی، ا. و احمدی، ف.، ۱۳۹۲. «ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲، صص ۱۵۵-۱۷۵.
- سجاسی قیداری، ح.ا.، رومیانی، ا. و جعفری، ن.، ۱۳۹۳. «سنجش و ارزیابی پایداری مقصدهای گردشگری روستایی از دیدگاه اجتماعات محلی مطالعه موردی: دهستان درب گنبد - شهرستان کوه‌دشت»، مجله علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، سال چهارم، شماره ۱۲، صص ۱۰۳-۱۲۶.
- ضیایی، م. و حسن پور، م.، ۱۳۹۲. تدوین حوزه‌های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از تطبیق تئوریک و کاربردی مدل‌های چرخه حیات مقصد و شاخص رنجش داکسی مورد شناسی: مصر، فرحزاد، محمد آباد کوره گز؛ ابوزیدآباد، بند ریگ و عشین، ریگ جن، جندق، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، سال سوم، شماره نهم، صص ۱۵-۲۸.
- ظهیری نیا، م. و نیکخواه، ه.، ۱۳۹۵. «بررسی نگرش ساکنان شهر بندرعباس نسبت به تأثیرات گردشگری»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳، صص ۴۳-۶۵.
- قادری، ا.، فرجی راد، ع.ر. و بروجی، س.، ۱۳۹۰. «جایگاه گردشگری در سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه مناطق آزاد (مطالعه موردی: قشم)»، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال اول، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۱۴.
- قوایی، م. و صفراآبادی، ا.، ۱۳۹۰. «نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)»، مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره اول، شماره ۴، صص ۳۵-۵۲.
- کاظمی، م.، ۱۳۸۸. مدیریت گردشگری، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، تهران، ۳۰۰ ص.
- مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵. «برآورد و پیش‌بینی جمعیت استان گیلان».
- معصومی راد، ر.، ۱۳۸۱. بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان، انتشارات اداره کل ارشاد و فرهنگ اسلامی گیلان چاپ اول، رشت، ۲۰۰ ص.
- مولائی هاشجین، ن.ا. و ابراهیمی، ح.، ۱۳۹۳. «شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر جذب گردشگر در شهرستان املش»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال چهارم، شماره ۱۶، صص ۹۵-۱۰۸.
- مهدی زاده، ج.، ۱۳۸۳. «مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری شهری در ایران»، مجله مجلس و پژوهش، سال ۳۲، شماره ۴۴، صص ۱۲۱-۱۵۲.
- نیک دل، ن.، مسلمی پور لالمی، پ. و رضاپور هندخاله، آ.، ۱۳۹۴. «حاشیه‌ی تالاب انزلی؛ نقش انزوای جغرافیایی مناطق برکندی جریان گردشگری؛ مطالعه موردی: شهرستان صومعه‌سرا»، فصلنامه رشد آموزش جغرافیا، سال ۱۰، شماره ۱۱۰، صص ۳۲-۴۱.

- Akbarpour, H. and bagheri, S., 2015. "Tourism Economy in Iran", Iranian journal of business and economics., v. 2, p. 96-121.
- Allahdadi, F., 2011. "Factors contribute to underdevelopment of tourism industry in Iran", Journal of American Science, v. 23, p. 870-873.
- Altinay, M. and Hussain, K., 2005. "Sustainable tourism development: a case study of north Cyprus", International journal of contemporary hospitality management, v. 17, p. 272 – 280.
- Bakr M. Aly Ahmed. "Social and culture impacts of tourism growth incostal environments and the potential for sustainability: case study of Egypt and use", International journal of arts and humanities, v. 1, p. 32-47.
- Annual report on the economic impact of travel and tourism in the world, 2016. World Travel and Tourism Council (WTTC).
- Aqajani, H. and azkia, M., 2016. "The Sociological Analysis Of Tourism industry in development Of gilán Province", Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences, v. 6, p. 184-189.
- Brunt, P. and Courtney, P., 1999. "Host Perceptions of Sociocultural Impacts", Annals of Tourism Research, v. 26 , p. 493-515.
- Butler, R.W., 1980. "The concept of a Tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", Canadian Geographer., v. 24, p. 5-12.
- Butler, R.W., 1998. "Sustainable tourism—looking backwards in order to progress?", sustainable tourism: Geographical perspectives, v. 21, p. 25-34.
- Doxey, G.V., 1975. "A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences", In Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings, v. 3, p. 195-198.
- Galdini, R., 2007. "Tourism and The City: Opportunity for Regeneration", Tourisimos, v. 2, p. 95- 11.
- Gilmore, J.H., 2002. "Differencing Hospitality cooperation's via Experiences", Cornell Hotel and Restaurant: Quarterly, v. 43, p. 87- 92.
- Kim, M., Lee, Ch. and Bonn, M., 2016. "The effect of social capital and altruism on seniors' revisit intention to social network sites for tourism related purposes", Tourism Management, v. 53, p. 96-107.
- Lagiewski, R.M., 2006. "The application of the TALC model: A literature survey", the Tourism Area Life Cycle., v. 1. p. 27–50.
- Lawson, R.W.J. Lawson, RW. Williams, J. Young, T. Cossens, j. and Cossens, J., 1998. "A Comparison of Residents' Attitudes towards Tourism in 10 New Zealand Destinations", Tourism Management., v. 19, p. 247- 256.
- Lozano-Oyola, M., Blancas, F.J., Gonzalez, M. and Caballero, R., 2012. "Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools Cultural Destinations", Ecological Indicators, v. 18, p. 612- 675.
- Mason, P. and Leberman, S., 2000. "Local Planning for recreation and tourism: Mountain biking in the Manawatu region of New Zealand", journal of sustainable Tourism., v. 8, p. 84-97.
- Rasoolimanesh, S.M., Jaafar, M., Kock, N. and Ramayah, T., 2015. "A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions", Tourism Management Perspectives, v. 16, p. 335–345.
- Ryan, C., Scotland, A. and Montgomery, D., 1998. Residents Attitudes to Tourism Development: A Comparative Study between the Rangitikei, New Zealand, 200 p.
- Smith, M.D. and Krannich, R.S., 1998. "Tourism Dependency and Resident Attitudes", Annals of Tourism Research., v. 25, p. 783-802.
- Taghizadeh Yazdi, M.R. and Barazande, H., 2016. "Identifying and Ranking Health Tourism Development Barriers in Iran Using Fuzzy VIKOR Method", Asian Social Science, v. 12, p. 210-241.
- Tosun, C., 2001. "Regional Planning Approaches to Tourism Development", Tourism Management, v. 17, p. 519-531.
- Tsundoda, T. and Mendlinger, S., 2009. Economic and Social Impact of Tourism on a Small Town" Service Science & Management., v. 4, p. 61-70.
- Yang, L., 2010. "Ethnic tourism and cultural representation", Annals of tourism research, v. 38, p. 561-585.
- Mason, P. and Leberman, S., 2000. "Local Planning for recreation and tourism: Mountain biking in the Manawatu region of New Zealand". journal of sustainable Tourism, v. 8, p. 84-97.
- Butler, R.W., 1993. "Tourism: an evolutionary perspective", Tourism & sustainable development: monitoring, planning, & managing, v. 37, p. 27-43.