

جغرافیا و توسعه شماره ۵۱ تابستان ۱۳۹۷

وصول مقاله: ۹۵/۱۲/۰۷

تأیید نهایی: ۹۶/۰۸/۱۳

صفحات: ۱۷۵-۱۹۶

## ارزیابی ادراک طرف تقاضا و عرضه از توسعه گردشگری

### با استفاده از تحلیل اهمیت - عملکرد (IPA)

#### مورد مطالعه: روستای سولقان

دکتر محمدرضا فرزین<sup>۱</sup>، ناصر عبدی<sup>۲</sup>، فاطمه باقری<sup>۳</sup>\*

#### چکیده

گردشگری اساساً فعالیتی اجتماعی، کسب و کاری بزرگ و از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی دنیاست که انسان‌محور بودن آن در هر دو سمت عرضه و تقاضا، نشان از اهمیت بررسی و لحاظ ادراک افراد در برنامه‌ریزی آن دارد. علی‌رغم اهمیت این موضوع، در اغلب پژوهش‌های گردشگری تنها به بررسی دیدگاه و ادراک یک سمت پرداخته شده است. پژوهش حاضر با استفاده از روش IPA به بررسی همزمان ادراک جامعه محلی و گردشگران از توسعه گردشگری روستای سولقان، می‌پردازد؛ با این هدف که مسائل توسعه گردشگری از نظر هر دو سمت مورد بررسی قرار گیرد. یافته‌های تحلیل ۲۳۹ نفر از اهالی روستا و ۱۴۸ نفر از گردشگران، نشان می‌دهد که از نظر روستاییان، از میان ابعاد پنج‌گانه اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی، کالبدی و عمومی، بُعد اقتصادی دارای بیشترین میانگین اهمیت و عملکرد است. بُعد زیست‌محیطی و سپس بُعد عمومی، به ترتیب دارای بیشترین میزان تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد هستند. از نظر طرف تقاضا نیز بیشترین تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد مربوط به وجود امکانات تفرجگاهی، کیفیت حمل‌ونقل و دسترسی به روستا، اطلاعات راهنمای گردشگری، امکان بازدید از بافت روستایی و پاکیزگی محیط طبیعی است. نتایج حاصل از پژوهش، اطلاعات ارزشمندی درباره ادراک طرف‌های عرضه و تقاضا از وضعیت کنونی توسعه گردشگری روستای سولقان فراهم می‌کند. واژه‌های کلیدی: گردشگری، ساکنان محلی، گردشگران، روستای سولقان، تحلیل اهمیت عملکرد (IPA).

## مقدمه

صنعت گردشگری که یکی از صنایع توسعه یافته نیمه دوم قرن بیستم است و اغلب از آن به منزله کلید رشد اقتصادی کشورها یاد می‌شود (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴: ۴)، به مثابه سایر صنایع، دارای دو بُعد اصلی عرضه و تقاضاست؛ به عبارتی صنعت گردشگری، هم عرضه محور و هم تقاضا محور است (قادری و مطهری، ۱۳۹۰: ۱۱؛ Lui, 2003). از یک طرف، رونق و توسعه هر شکل از گردشگری، نه در انزوا بلکه در محیطی منحصر به فرد با مجموعه ویژگی‌هایی خاص اتفاق می‌افتد که نگرش و حمایت ساکنان محلی، از عوامل کلیدی آن است (Dyer et al, 2007: 13). در حقیقت، رفتار خصمانه ساکنان محلی نسبت به گردشگران، عامل بازدارنده توسعه گردشگری و در مقابل، رفتار صمیمانه آن‌ها، حامی توسعه گردشگری است (Almeida-García, 2016: 17)؛ بنابراین بررسی ادراک و احساسات جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری و لحاظ نتایج این بررسی‌ها در برنامه ریزی توسعه گردشگری مقصد، الزامی است (Dyer et al, 2007: 20)؛ از طرف دیگر هر مقصد گردشگری، آمیخته‌ای از محصولات گردشگری است که تجربه یکپارچه‌ای را برای گردشگران فراهم می‌کند (Middleton, 2009: 338)، توجه به همه ابعاد این تجربه اهمیت دارد و غفلت از نیازها و ادراک طرف تقاضا، تداوم توسعه گردشگری مقصد را با مشکل مواجه می‌سازد (Lui, 2003: 23)؛ چراکه ادراک گردشگران با تأثیرگذاری بر رضایت آن‌ها (و بالعکس)، موجب افزایش توان «رقابت پذیری» مقاصد گردشگری می‌شود (Chen, 2016: 33). گردشگران راضی، به احتمال زیاد، مکان‌هایی که به آنجا سفر کرده‌اند را به سایرین نیز توصیه خواهند کرد.

همگام با رشد فزاینده گردشگری در نواحی روستایی، به تدریج از آغاز دهه ۱۹۶۰، موضوع گردشگری در مطالعات روستایی به عنوان یک استراتژی توانمند برای توسعه روستایی به ویژه در بُعد اقتصادی، مطرح گردید (O'Connor, 2006: 14)؛ لیکن اغلب این مطالعات نیز مانند پژوهش در زمینه سایر انواع گردشگری، مقصد محورند و پژوهشگران، بیشتر به موضوعات و مسائل توسعه گردشگری درباره ویژگی‌های مقاصد گردشگری و ادراک ساکنان محلی پرداخته‌اند (بدری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳) و علی‌رغم اهمیت نگرش و ادراک هر دو طرف عرضه و تقاضا، پژوهش‌ها و مطالعات انگشت‌شماری به طور همزمان به بررسی این دو موضوع پرداخته‌اند و سنگینی ترازوی این پژوهش‌ها به سمت طرف عرضه است. با توجه به آنچه ذکر شد، هدف عمده این پژوهش ارزیابی همزمان ادراک گردشگران (طرف تقاضا) و ساکنان محلی (طرف عرضه) روستای سولقان از توسعه گردشگری در این روستا است. روستای سولقان یکی از مهم‌ترین حومه‌های روستایی مورد توجه گردشگران پیرامون کلان‌شهر تهران به شمار می‌آید و گردشگری در این منطقه به اشکال مختلف از قبیل طبیعت‌گردی، ساخت و سازهای ویلایی و ایجاد خانه‌های دوم، کوهنوردی و گردشگری مذهبی نمایان است. با توجه به این مهم، بررسی نظرات و ادراک جامعه میزبان و گردشگران از هر یک از جنبه‌های مختلف توسعه گردشگری این منطقه به عنوان یکی از مقصدهای اصلی گردشگران پایتخت‌نشین و سایر شهرهای اطراف به ویژه در نیمه نخست سال، مورد بررسی قرار گیرد.

با این توصیف، پژوهش حاضر با هدف ارزیابی ادراک طرف تقاضا و عرضه از توسعه گردشگری، به دنبال پاسخ‌گویی به دو سؤال اصلی است:

روستایی بخشی از بازار بزرگ و متنوع گردشگری هستند که می‌توانند اساس تاریخی-فرهنگی یا طبیعی داشته باشند. همان‌گونه که اشاره شد، جامعه محلی به‌عنوان عرضه‌کننده اصلی منابع گردشگری و گردشگران به‌عنوان متقاضیان بازدید از این منابع، دو رکن اساسی سیستم گردشگری محسوب می‌شوند و توجه به نگرش و ادراک آن‌ها نسبت به چگونگی توسعه گردشگری بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه با بررسی دیدگاه و ادراک آن‌ها درباره نحوه توسعه گردشگری، می‌توان نقاط قوت و ضعف جنبه‌های مختلف توسعه گردشگری را شناسایی کرد.

### اهمیت ادراک در گردشگری

فرایند دریافت، تعبیر و تفسیر محرک‌های محیطی را ادراک می‌گویند؛ درواقع می‌توان گفت که «افراد دنیا را با دیدگان متفاوتی می‌بیند؛ چراکه هر کسی در منظری ایستاده و واقعیت‌های پویا و سیال زندگی را از آن دیدگاه می‌نگرد» (رضائیان، ۱۳۹۱: ۳۵). در زمینه گردشگری نیز، ادراک افراد از مقصد گردشگری بر انگیزه سفر، انتخاب مقصد و رفتارهای سفر، تأثیرگذار است (Lui, 2003: 24; Andriotis & Vaghan, 2003: 24)؛ بنابراین توجه به ادراک جامعه محلی و گردشگران، به‌عنوان ذی‌نفعان مهم صنعت گردشگری، در موفقیت و رقابت‌پذیری مقاصد (Chen, 2016: 35) و همچنین پایداری گردشگری آن‌ها (Zhang & Chan, 2016: 4) بسیار حائز اهمیت است. از اواخر دهه ۱۹۷۰، محققان زیادی به بررسی نگرش و ادراک ساکنان محلی در مورد توسعه گردشگری در جامعه‌شان پرداخته‌اند (Gu & Wong, 2006, Zhu, 2010: 4)؛ دلیل اصلی این توجه، آگاهی از این موضوع است که ساکنان محلی، بخش جدایی‌ناپذیر پدیده فرهنگی گردشگری‌اند (Vareiro, 2013: 12) و توسعه گردشگری دارای اثرات منفی و مثبت زیادی در سطح محلی است (Ko & Stewart, 2002: 6).

۱. ادراک ساکنان محلی و گردشگران از توسعه گردشگری در روستای سولقان به چه صورت است؟  
 ۲. میزان اهمیت-عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری از نگاه ساکنان محلی و گردشگران به چه میزان است؟

### مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

#### توسعه گردشگری در نواحی روستایی

براساس مطالعات انجمن جهانی مسافرت و گردشگری، گردشگری، گردشگری یکی از صنایع بزرگ شغل‌آفرین است و به «بازیابی اقتصادی» مقاصد گردشگری کمک می‌کند و نقش بسیار حائز اهمیتی در حرکت به سوی «اقتصاد سبز» دارد (Vespestad & Mehmetoglu, 2010: 55). با افزایش تغییر در تقاضای گردشگری، از مقاصد رایجی مانند استراحتگاه‌ها، سواحل و مراکز بزرگ تفریحی، به نواحی روستایی، پژوهشگران به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته‌تر، به رشد فزاینده اشکال متنوع گردشگری و گذران اوقات فراغت در نواحی روستایی، به‌عنوان یکی از فرصت‌های نوین غلبه بر مشکلات توسعه روستایی (به‌ویژه در بعد اقتصادی) توجه کرده‌اند (بدری و همکاران، ۱۳۹۴: ۵). از نگاه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، گردشگری روستایی باید در نواحی روستایی انجام شود؛ از نظر کارکردی روستایی باشد؛ بر مبنای ویژگی‌های نواحی روستایی شکل گیرد، مشاغل کوچک‌مقیاس ایجاد نماید، فضای باز و تماس با طبیعت، میراث فرهنگی، جوامع و الگوهای سنتی موردنظر قرار گیرد؛ از نظر ساختمان‌ها و سکونتگاه‌ها در مقیاس روستا باشد؛ ویژگی بومی داشته باشد، به آرامی و منسجم رشد کند و عمدتاً تحت کنترل جامعه محلی قرار گرفته باشد؛ پایدار باشد و درنهایت به شکل‌های مختلف، نشان‌دهنده الگوی پیچیده محیط، اقتصاد و تاریخ روستایی باشد (George et al, 2012: 27). به هر روی، مناطق

توسعه گردشگری پایدار، مدیریت تقاضا، حیاتی‌تر از مدیریت منابع (جاذبه‌های گردشگری) است؛ چراکه تقاضای گردشگران نسبت به منابع، بیشتر دچار نوسان و تغییر می‌شود (Lui, 2003: 7).

بدری و همکاران (۱۳۹۴) نیز معتقدند تاکنون اغلب مطالعات گردشگری روستایی مقصدمحور بوده و پژوهشگران بیشتر به مطالعه موضوعات و مسائل مرتبط با توسعه گردشگری در ارتباط با ویژگی‌های مقصدهای گردشگری و ادراک ساکنان محلی پرداخته‌اند؛ از این‌رو بررسی ادراک گردشگران روستایی به‌عنوان بازیگران اصلی پیدایش و گسترش گردشگری در نواحی روستایی کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است؛ بنابراین می‌توان گفت که توجه به ادراک هر دو طرف عرضه و تقاضا به‌عنوان ابعاد اصلی صنعت گردشگری، حیاتی است و به گفته قادری و مطهر (۱۳۹۱)، توجه و پاسخگویی به طرف تقاضای بازار، شاه‌کلید توسعه صحیح گردشگری است. بررسی ادراک ساکنان یا جامعه محلی درباره جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری، موضوع بسیاری از پژوهش‌های داخل و خارج از کشور بوده است (از جمله فنی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵؛ ملکی، ۱۳۹۰: ۱۲۱؛ هاشمیپور و همکاران، ۱۳۹۱: ۷؛ ضرابی و همکاران، ۱۳۹۰: ۵؛ شهابیان، ۱۳۹۰: ۶؛ Zamani-Farahani et al, 2008: 23؛ Tosun, 2002: 38؛ Rutherford, 2004: 222؛ Vargas et al, 2009: 45؛ Nunkoo, 2012: 45).

ظهوری‌نیا و نیکخواه (۱۳۹۵) در پژوهشی دریافتند که مهم‌ترین تأثیر توسعه گردشگری از نظر ساکنان محلی شهر بندرعباس، بعد اقتصادی و بیشترین اثرات منفی گردشگری، مربوط به بعد اجتماعی است.

علیقلی‌زاده فیروزجانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی نگرش ساکنین منطقه به توسعه گردشگری و سنجش میزان حمایت و مشارکت آنان و عوامل تأثیرگذار بر این نگرش بر مبنای نظریه مبادله

درآمدزایی و ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنان محلی (Andereck & Nyaupane, 2011: 10; Bujosa & Rosell, 2005: 4; Diedrich & Garcia, 2009: 8)، تقویت کسب‌وکارهای جامعه محلی و افزایش کیفیت زندگی افراد محلی (Andereck & Nyaupane, 2011: 23; Oviedo et al, 2008: 44) کمک به ارتقای کیفیت جاذبه‌ها (Job & Paesler, 2013: 3, Zhang & Chan, 2016: 7) و غرور فرهنگی (Zu, 2010: 9; Andereck & Nyaupane, 2011: 23; Yoon, 2001: 12) از جمله اثرات مثبت توسعه گردشگری در جوامع محلی است. در کنار اثرات مثبت مذکور، توسعه گردشگری همچنین پتانسیل ایجاد تبعات منفی اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی اجتماعی را نیز دارد؛ مانند ایجاد شلوغی و ترافیک در مقصد (فنی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶؛ Amuquandoh, 2010: 22; Zhu, 2020: 7) افزایش قیمت زمین و مواد خوراکی (فنی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶؛ Zhu, 2010: 4)؛ وارد شدن خسارت‌های جدی به محیط‌زیست و تولید زباله (Andereck & Nyaupane, 2011: 24, McGehee, 2004: 11) مثل جرم و جنایت، مواد مخدر و قتل (فنی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰؛ Diedrich & Garcia, 2009: 10) اشاره کرد.

هرچند روند کلی تقاضای گردشگری، فزاینده پیش‌بینی شده است؛ انواع و کیفیت محصولات که گردشگران در جستجوی آن هستند، دائماً در حال تغییر است. گردشگران باتجربه‌تر شده‌اند، خواهان کیفیت بالاتر، تجربه‌های جدیدتر و همچنین ارزش بیشتری برای پول پرداختی خود هستند (Buhalis, 2008: 4; Lui, 2003: 5).

درواقع، چون الگوهای تقاضا و ساختار اقتصادی جوامع متغیر است، هیچ صنعتی نباید و نمی‌تواند فرض کند که جریان تقاضا برای محصولاتش، همیشه ثابت و رو به افزایش است و طبق این پیش‌فرض فقط بر طرف عرضه منابع تمرکز کند. همچنین برای

و چشم‌اندازهای زیبا مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری است.

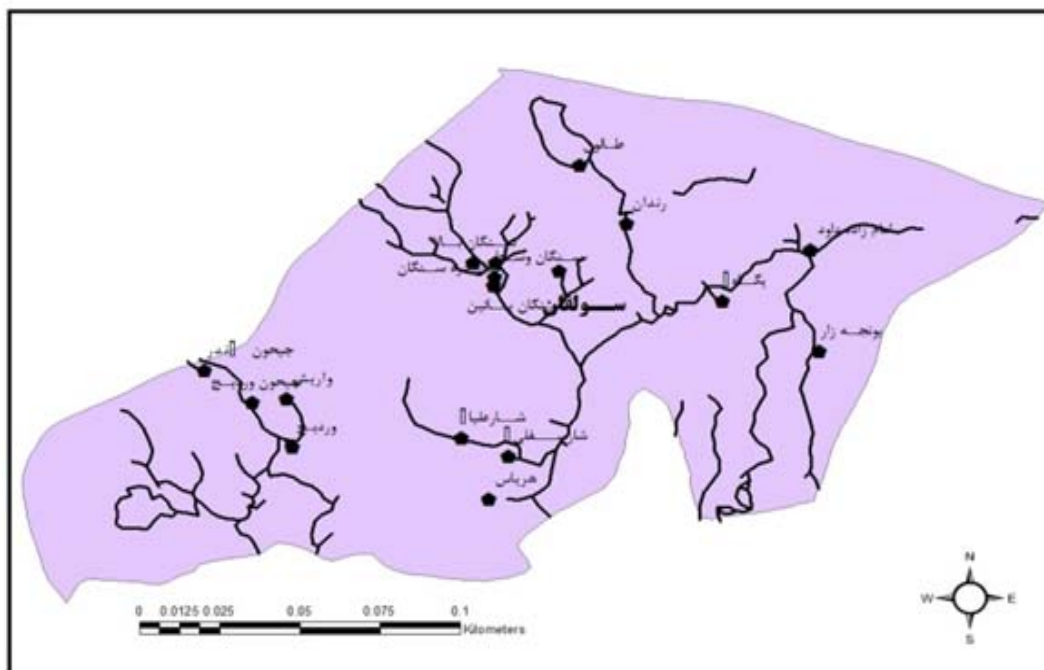
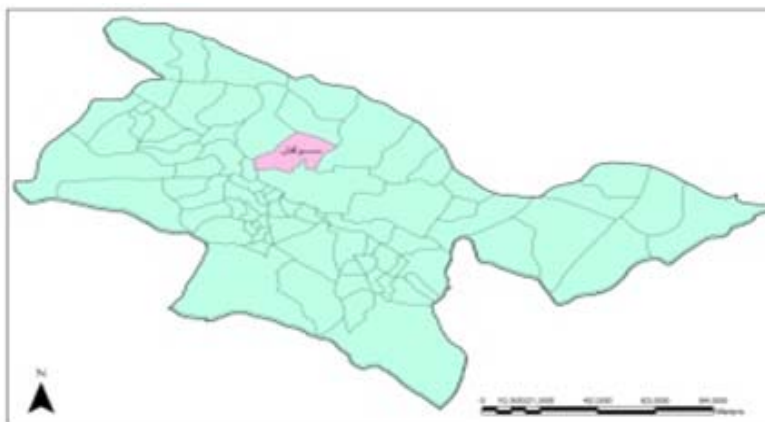
همان‌گونه که مشاهده می‌شود، (حداقل با توجه به نتایج جستجوی نگارندگان در پایگاه‌های علمی معتبر داخل و خارج کشور) تقریباً اغلب مطالعات مربوط، یک‌جانبه هستند؛ منظور اینکه یا به ادراک طرف تقاضا یا به طرف عرضه گردشگری توجه شده است و به‌جز پژوهش ژان و چون (۲۰۱۶) که به‌نوعی الهام‌بخش نگارندگان، برای نگارش این پژوهش نیز بود، تحقیق جامع دیگری دیده نشد؛ بنابراین در پژوهش حاضر قصد بر این است که به‌طور همزمان به بررسی ادراک گردشگران و طرف عرضه گردشگری در روستای سولقان پرداخته شود تا ضعف‌ها و کمبودهای احتمالی گردشگری روستا، از هر دو سمت مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

#### منطقه مورد مطالعه

روستای سولقان، مرکز دهستان سولقان از توابع بخش کن شهرستان تهران، در شمال غرب شهر تهران واقع است. دهستان سولقان در طول جغرافیایی بین ۵۱ درجه و ۹ دقیقه تا ۵۱ درجه ۱۹ دقیقه شرقی و عرض جغرافیایی بین ۳ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۴۹ دقیقه عرض شمالی قرار دارد. عمده جاذبه‌های گردشگری دهستان سولقان از قبیل باغ‌ها و مناظر طبیعی، آبشارهای زیبا، چشم‌اندازهای کوهستانی، سکونتگاه‌های روستایی، رستوران‌ها و اقامتگاه‌های تفریحی، امکانات جاده‌ای، زیارتگاه‌ها و اماکن مذهبی و... در امتداد این دره قرار دارند.

اجتماعی را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. آن‌ها در این مطالعه پی بردند که تصویر ذهنی جامعه محلی روستاهای گردشگری پذیر از اثرات مثبت گردشگری مانند اشتغال‌زایی و درآمدزایی بیشتر از روستاهای کمتر گردشگری پذیر است و میزان حمایت آن‌ها تابعی است از سطح توسعه گردشگری، وابستگی شغلی و درآمدی، سطح تحصیلات و... نتایج پژوهش سلیمانی‌هارونی و همکاران (۱۳۸۹) نیز مؤید این موضوع است.

خانی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی، ضمن بررسی نقطه‌نظرات جامعه میزبان درباره گردشگری، به این نتیجه رسیدند که اثرات منفی گردشگری برای مردم محلی، بیشتر از اثرات مثبت است و روستائیان کمتر از ورود مسافران به ساحل روستا اظهار رضایت دارند و از پدیده گردشگری استقبال می‌کنند. افزایش بهای املاک، فصلی‌بودن جریان گردشگران، مهاجرت جوانان به شهر، آلودگی ساحل و دریا از جمله این اثرات منفی توسعه گردشگری در این روستاست. گارشیا (۲۰۱۶) در یک پژوهش متوجه تأثیرگذاری متغیرهای «اجتماعی-جمعیت‌شناختی» ساکنان محلی، از جمله سطح تحصیلات، محل تولد و مدت‌زمان زندگی در مقصد گردشگری مورد بررسی، بر ادراک آن‌ها از اثرات توسعه گردشگری شد. همچنین ژانگ و چان (۲۰۱۶) در پژوهش خود به بررسی ادراک گردشگران و ساکنان محلی مقاصد طبیعت‌گردی کشور هنگ‌کنگ پرداخته‌اند که از نظر ساکنان، نقش گردشگری در حفظ محیط‌زیست و حیات‌وحش، مدیریت و نگهداری از امکانات مقاصد و اشتغال‌زایی، مهم‌ترین اثرات گردشگری است. از نظر گردشگران نیز مهمان‌نوازی جوامع محلی، وجود علائم راهنما در جاده و مقاصد گردشگری، دسترسی راحت



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی روستای سولقان

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۵

اداری سیاسی و مدیریت مجزا، متشکل از دهیاری و شورای اسلامی روستایی است.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، توصیفی-تحلیلی است. همچنین از نظر روش گردآوری داده‌ها، پیمایشی (توزیع پرسشنامه) و در نهایت از نظر بُعد زمانی، جزو

یکی از مشکلات پژوهش حاضر کمبود یا نقص اطلاعات آماری در زمینه‌های مختلف، از جمله ویژگی‌های جمعیت‌شناسی روستای مورد مطالعه است. در سرشماری‌های جمعیتی مرکز آمار ایران جمعیت سولقان به‌طور مجزا سرشماری نشده و به‌عنوان بخشی از جمعیت شهر تهران محسوب شده است؛ این درحالی‌ست که سولقان دارای تقسیمات

شاخص‌های مورد استفاده، از منابع ضیایی و عزیزی (۱۳۹۳)، لطفی و باباخانزاده (۱۳۹۳)، شهاییان (۱۳۹۰)، فنی و همکاران (۱۳۹۱)، چویی و همکاران (۲۰۰۶) و ژانگ و چان (۲۰۱۶) استفاده شده است. روایی صوری (ظاهری) شاخص‌های استخراج‌شده از منابع مذکور، توسط ۷ تن از اساتید و محققان باتجربه بررسی و پس از اعمال نظرات آن‌ها، دو پرسشنامه نهایی شدند. هر یک از پرسشنامه‌ها شامل سؤالات جمعیت‌شناختی و شاخص‌ها (جدول‌های ۱ و ۲) هستند. همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، در پرسشنامه مربوط به ساکنان محلی، شاخص‌ها به ۵ بُعد اقتصادی (شامل ۱۱ شاخص)، اجتماعی-فرهنگی (شامل ۱۱ شاخص)، کالبدی (شامل ۷ شاخص)، زیست‌محیطی (شامل ۲ شاخص) و عمومی (شامل ۵ شاخص)، مجموعاً ۳۶ شاخص، دسته‌بندی شده‌اند. در جدول ۲ نیز ۱۹ شاخص توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران یا طرف تقاضا آورده شده است.

پژوهش‌های مقطعی است (تابستان ۱۳۹۵). فراخور موضوع و هدف پژوهش، جامعه آماری شامل دو گروه ساکنان محلی روستای سولقان و افرادی است که به این روستا سفر و از آن بازدید می‌کنند (گردشگران). از آنجا که تعداد هر دو جامعه آماری به‌طور دقیق مشخص نیست، در هر جامعه آماری، ۳۰ پرسشنامه توزیع و با استفاده از داده‌های گردآوری‌شده و رابطه ۱، حجم نمونه دو جامعه آماری تعیین شد. در این رابطه  $S$  انحراف استاندارد میانگین نمونه (۰/۹۱۰) برای جامعه آماری ساکنان محلی و ۰/۷۵۱ برای جامعه آماری گردشگران،  $Z$  خطای استاندارد (۱/۶۴) و  $d$  خطای مجاز (۰/۱) است.

$$n = \frac{S^2 \times Z^2}{d^2}$$

رابطه ۱:

مطابق رابطه ۱، نمونه ۲۵۰ تایی از جامعه آماری ساکنان و نمونه ۱۶۰ تایی از جامعه آماری گردشگران انتخاب و پرسشنامه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، توزیع شد. همان‌گونه که اشاره گردید، برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز، در این پژوهش از دو پرسشنامه استفاده شده است. هر دو پرسشنامه، «محقق‌ساخته»<sup>۱</sup> هستند و برای تدوین آن‌ها، تمام

جدول ۱: ابعاد و شاخص‌های توسعه گردشگری از نظر ساکنان محلی و آلفای کرونباخ هر بُعد

آلفای کرونباخ	شاخص	ردیف	بُعد
۰/۸۸۷	ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان	۱	اقتصادی
	افزایش سطح درآمد روستاییان	۲	
	ورود افراد سرمایه‌گذار و افزایش سرمایه‌گذاری	۳	
	افزایش ارزش املاک	۴	
	کاهش سوداگری و دلال‌بازی در معاملات املاک	۵	
	افزایش رقابت عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات	۶	
	رونق کسب‌وکار در روستا	۷	
	غلبه بر فصلی‌بودن سفر به روستا	۸	
	اعطای تسهیلات به روستائیان فعال در گردشگری	۹	
	تأثیر درآمدهای گردشگری بر سایر بخش‌های اقتصادی مثل کشاورزی	۱۰	
	افزایش درآمد مالیاتی روستا	۱۱	
	توانمندسازی زنان روستایی	۱۲	اجتماعی- فرهنگی
	افزایش انسجام اجتماعی و همبستگی بین مردم	۱۳	
۰/۷۵۴	افزایش کیفیت زندگی و رفاه اجتماعی مردم	۱۴	
	کاهش مهاجرت روستائیان به شهر به‌ویژه جوانان جویای شغل	۱۵	
	مشارکت مردم در تصمیمات مربوط به گردشگری روستا	۱۶	
	حفظ و احترام به آداب و رسوم و صنایع‌دستی روستا	۱۷	
	افزایش سطح آگاهی عمومی مردم	۱۸	
	بهبود وجهه عمومی روستا	۱۹	
	افزایش تماس گردشگران با روستاییان و تقویت ارتباطات بین فرهنگی	۲۰	
	ایجاد فرصت برای شکوفایی استعدادهاى افراد محلی	۲۱	
	فراهم‌شدن فرصت تفریحی برای مردم محلی	۲۲	
۰/۹۰۵	بهبود معابر و زیباسازی روستا	۲۳	کالبدی
	توسعه امکانات و زیرساخت‌های حمل‌ونقل	۲۴	
	کمک به برنامه‌ریزی اصولی کاربری زمین	۲۵	
	حفظ بافت باارزش روستایی	۲۶	
	افزایش امکانات زیربنایی (آب، برق، شبکه فاضلاب، اینترنت و...)	۲۷	
	رونق ساخت‌وساز	۲۸	
	افزایش استفاده از اراضی بلااستفاده	۲۹	
۰/۷۰۸	افزایش آگاهی مردم روستا درباره اهمیت حفاظت از محیط‌زیست	۳۰	زیست‌محیطی
	بهبود بهداشت محیط و پاکیزگی محیط زیست	۳۱	
۰/۸۲۳	افزایش اعتماد و تعامل میان مردم و مسئولان محلی	۳۲	عمومی
	افزایش قانون‌گرایی و رعایت مقررات توسط مردم	۳۳	
	افزایش نقش تسهیل‌گری دولت در توسعه گردشگری روستا	۳۴	
	حمایت دولت و نهادهای مسئول از توسعه گردشگری	۳۵	
	بهبود وضعیت مدیریت و جمع‌آوری زباله و مدیریت پسماندها	۳۶	

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵



جدول ۲: شاخص‌های توسعه گردشگری از نظر گردشگران (آلفای کرونباخ: ۰/۷۷۶)

شاخص	ردیف
وجود مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی و زیبا	۱
وجود جاذبه‌های مذهبی	۲
وجود باغات و چشم‌اندازهای کشاورزی	۳
دیدار اقوام و دوستان	۴
جذابیت سکونتگاه‌ها و امکان بازدید از بافت روستایی	۵
وجود فضاهای تفریحی خانوادگی	۶
وجود امکانات تفرجگاهی (مانند منقل کباب‌پز، سکوی نشستن و...)	۷
کیفیت حمل‌ونقل و دسترسی به روستا	۸
سکوت و آرامش محیط و نبود ترافیک و شلوغی	۹
کیفیت مناسب اقامتگاه‌ها	۱۰
بهداشت و پاکیزگی محیط طبیعی	۱۱
اطلاع‌رسانی مناسب و اطلاعات راهنمایی گردشگری	۱۲
بالابودن سطح امنیت	۱۳
وجود فروشگاه‌ها و مراکز خرید سوغاتی	۱۴
دسترسی مناسب به خدمات پلیس و اورژانس	۱۵
مهمان‌نوازی و برخورد مناسب مردم محلی	۱۶
وجود رستوران‌های محلی سالم و بهداشتی	۱۷
به‌صرفه‌بودن هزینه خدمات گردشگری تفریحی	۱۸
امکان کسب تجربه‌ها و خدمات متنوع در روستا	۱۹

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

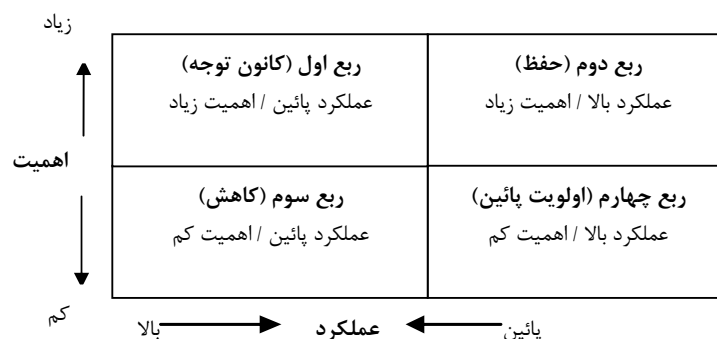
ویژگی‌های توصیفی نمونه‌ها، با استفاده از آمار توصیفی تهیه شد. همچنین باتوجه به هدف تحقیق، برای تعیین «تحلیل اهمیت-عملکرد» هر یک از شاخص‌های توسعه گردشگری از نظر ساکنان محلی و گردشگران، از نرم‌افزار IBM SPSS.22 استفاده شده است؛ بدین صورت که ابتدا، برای ترسیم ماتریس IPA، میانگین ادراک ساکنان محلی و گردشگران درباره شاخص‌های توسعه گردشگری جدول‌های ۱ و ۲ محاسبه شد. درنهایت نیز ماتریس اهمیت-عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری ترسیم شدند.

روش مورد استفاده در این پژوهش، رویکرد «تحلیل اهمیت-عملکرد»<sup>۱</sup> است. از نظر «اسلک»<sup>۲</sup> در مدل IPA برای سنجش شاخص‌ها می‌توان از مقیاس‌های ۵، ۷ یا ۱۰ تایی استفاده کرد (Kitcharoen, 2004)؛ از این‌رو، در این پژوهش، هر دو پرسشنامه براساس طیف ۵ تایی طراحی شده است. از ۲۵۰ پرسشنامه توزیع شده بین ساکنان محلی، تعداد ۲۳۹ مورد و از ۱۶۰ پرسشنامه بین گردشگران، تعداد ۱۴۸ مورد معتبر شناخته شده و مبنای تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، در گام نخست، جدول

### تجزیه و تحلیل اهمیت - عملکرد

فرصت‌های بهبود و تعیین استراتژی‌های مناسب به کار گرفته می‌شود (Deng, 2008: 6). ساختار مدل تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد ماتریسی است که به چهار ربع تقسیم شده و در شکل ۲ قابل مشاهده است.

تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد ابزاری مؤثر و ساده است که در دهه ۱۹۷۰ توسط «مارتیللا و جیمز»<sup>۱</sup> مطرح شد. این تکنیک به عنوان تکنیکی اثربخش برای ارزیابی موقعیت رقابتی سازمان‌ها در بازار، شناسایی



شکل ۲: ماتریس اهمیت - عملکرد

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۵

درصد نیز بیشتر از ۴ میلیون تومان درآمد دارند (۱۹ نفر نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند)؛ همچنین بیشترین تعداد پاسخ‌دهندگان (۲۸/۵ درصد) دارای رده سنی ۴۰ تا ۴۹ سال هستند و کمترین تعداد آن‌ها (۱۰/۵ درصد) بیش از ۶۰ سال سن دارند؛ از نظر مدت زمان سکونت پاسخ‌دهندگان در روستا، بیشترین تعداد آن‌ها (۲۲/۲ درصد) بین ۱۰ تا ۱۵ سال و کمترین تعداد آن‌ها (۱۷/۵ درصد) بیشتر از ۲۰ سال است که در روستای سولقان ساکن هستند.

ربع اول ناحیه‌ای کلیدی است؛ عوامل آن در اولویت بالایی قرار دارند. عواملی که در ربع دوم قرار دارند، از جمله عواملی اساسی هستند که باید به آن‌ها توجه شود. عواملی که در ربع سوم قرار دارند، اهمیت چندانی ندارند و نیازمند اصلاح فوری نیستند و در نهایت، عوامل موجود در ربع چهارم، بیانگر نقاط قوت کم‌اهمیت است.<sup>۱</sup>

### یافته‌های پژوهش

#### ویژگی‌های توصیفی پاسخ‌دهندگان

همان‌گونه که از جدول ۳ مشخص است، از ۲۳۹ پاسخ‌دهنده به پرسشنامه مربوط به ساکنان محلی، ۱۴۳ نفر (۵۹/۸ درصد) مرد و ۹۶ نفر (۴۰/۲ درصد) زن هستند. از نظر درآمد، ۲۲/۶ درصد، دارای درآمد کمتر از یک میلیون تومان، ۶۳/۶ درصد یک تا دو میلیون تومان، ۴/۹ درصد ۳ تا ۴ میلیون تومان و ۱/۷

جدول ۳: متغیرهای توصیفی ساکنان روستا (۲۳۹ نفر)

متغیر	نفر و درصد
جنسیت	مرد: ۱۴۳ (۵۹/۸)؛ زن: ۹۶ (۴۰/۲)
درآمد (میلیون تومان)	کمتر از یک: ۵۴ (۲۲/۶)؛ یک تا ۲: ۱۵۲ (۶۳/۶)؛ ۳ تا ۴: ۱۰ (۴/۹)؛ بیش از ۴: ۷ (۱/۱)؛ اظهار نشده: ۱۹ (۷/۹)
سن	۲۰-۲۹: ۵۶ (۲۱/۵)؛ ۳۰-۳۹: ۳۰ (۱۲/۱)؛ ۴۰-۴۹: ۶۸ (۲۸/۵)؛ ۵۰-۵۹: ۳۹ (۱۶/۳)؛ بیش از ۶۰: ۲۵ (۱۰/۵)
تحصیلات	زیر دیپلم: ۶۷ (۲۸/۰)؛ دیپلم: ۱۰۸ (۴۵/۱)؛ کاردانی و کارشناسی: ۵۳ (۲۲/۱)؛ کارشناسی ارشد: ۹ (۳/۷)؛ دکترا: ۲ (۰/۸)
مدت سکونت در روستا	کمتر از ۵: ۵۲ (۲۱/۷)؛ ۵-۱۰: ۴۷ (۱۹/۶)؛ ۱۰-۱۵: ۱۰ (۴/۲)؛ ۱۵-۲۰: ۴۵ (۱۸/۸)؛ بیش از ۲۰: ۲۰ (۷/۵)

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

۴۵/۵ درصد دوبار، ۲۸/۴ درصد سه بار و ۱۰/۱ درصد نیز بیشتر از سه بار به روستا سفر کرده‌اند. ۴۵/۹ درصد برای دیدن طبیعت و تفریح؛ ۱۷/۰ درصد برای زیارت امامزادگان؛ ۱۴/۹ درصد برای دیدن دوستان و اقوام؛ ۶/۷ درصد برای کوهنوردی و ۵/۴ درصد نیز برای اقامت کوتاه مدت در خانه‌های دوم خود، به روستا مسافرت کرده‌اند؛ در نهایت، اغلب مسافران روستا (۸۱/۷ درصد) این روستا، شهروندان تهرانی هستند.

پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه مربوط به گردشگران، ۸۸ نفر (۵۹/۴ درصد)، مرد و ۶۰ نفر (۴۰/۵ درصد) زن هستند. درآمد بیشتر پاسخ‌دهندگان (۳۹/۲ درصد) بین ۳ تا ۴ میلیون تومان و دارای رده سنی ۳۰-۳۹ سال هستند و کمترین تعداد آن‌ها (۱۲/۱ درصد) بیشتر از ۶۰ سال دارند. از نظر تحصیلات، بیشتر آن‌ها (۴۳/۱ درصد) دارای تحصیلات کاردانی و کارشناسی هستند. همچنین ۲۱/۹ درصد یک‌بار،

جدول ۴: متغیرهای توصیفی طرف تقاضا (۱۴۸ نفر)

متغیر	نفر و درصد
جنسیت	مرد: ۸۸ (۵۹/۴)؛ زن: ۶۰ (۴۰/۵)
درآمد (میلیون تومان)	کمتر از یک: ۱۲ (۸/۱)؛ یک تا ۲: ۲۲ (۱۴/۹)؛ ۳ تا ۴: ۵۶ (۳۹/۲)؛ بیش از ۴: ۳۹ (۲۷/۸)؛ اظهار نشده: ۱۹ (۱۲/۸)
سن	۲۰-۲۹: ۳۸ (۲۵/۷)؛ ۳۰-۳۹: ۴۳ (۲۹/۰)؛ ۴۰-۴۹: ۲۳ (۱۵/۵)؛ ۵۰-۵۹: ۲۴ (۱۶/۲)؛ بیش از ۶۰: ۱۸ (۱۲/۱)
تحصیلات	زیر دیپلم: ۲۵ (۱۰/۵)؛ دیپلم: ۲۷ (۲۷/۲)؛ کاردانی و کارشناسی: ۱۰۳ (۴۳/۱)؛ کارشناسی ارشد: ۴۲ (۱۷/۶)؛ دکترا: ۴ (۱/۷)
دفعات بازدید از روستا	یک بار: ۳۱ (۲۱/۹)؛ دوبار: ۶۰ (۴۵/۵)؛ سه بار: ۴۲ (۲۸/۴)؛ بیش از سه بار: ۱۵ (۱۰/۱)
دلیل سفر به روستا	دیدار اقوام: ۲۲ (۱۴/۹)؛ زیارت امامزادگان: ۴۰ (۲۷/۰)؛ تفریح و دیدن طبیعت: ۶۸ (۴۵/۹)؛ خانه دوم: ۸ (۵/۴)؛ کوهنوردی: ۱۰ (۶/۷)
مبدأ سفر	تهران: ۱۲۱ (۸۱/۷)؛ کرج: ۱۱ (۷/۴)؛ شهرری: ۵ (۳/۴)؛ شهریار: ۸ (۶/۰)

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

### تجزیه و تحلیل عملکرد-اهمیت

همان گونه که پیش‌تر اشاره شد، به منظور ترسیم ماتریس IPA، ابتدا میانگین نظرات گردشگران و ساکنان محلی در ارتباط با اهمیت و عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری محاسبه می‌شود.

جدول‌های ۵ و ۶ به ترتیب اهمیت و عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری را از دید عرضه و اهمیت و عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری از دید طرف تقاضا نشان می‌دهند.

جدول ۵: میانگین اهمیت و عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری از دید عرضه (ساکنان محلی)

ردیف	شاخص	میانگین اهمیت ± انحراف معیار	میانگین عملکرد ± انحراف معیار	بعد
۱	ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستائیان	۰/۴۵ ± ۴/۷۷	۱/۱۶ ± ۲/۹۷	اقتصادی
۲	افزایش سطح درآمد روستائیان	۰/۴۲ ± ۴/۸۰	۱/۲۰ ± ۳/۰۹	
۳	ورود افراد سرمایه‌گذار و افزایش سرمایه‌گذاری	۰/۷۶ ± ۴/۴۸	۱/۱۶ ± ۲/۹۹	
۴	افزایش ارزش املاک	۱/۱۶ ± ۳/۵۸	۰/۸۴ ± ۴/۳۷	
۵	کاهش سوداگری و دلال‌بازی در معاملات املاک	۰/۷۰ ± ۴/۵۹	۰/۸۰ ± ۲/۱۲	
۶	افزایش رقابت عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات	۱/۲۵ ± ۳/۲۸	۱/۰۰ ± ۳/۹۲	
۷	رونق کسب‌وکار در روستا	۰/۵۹ ± ۴/۶۴	۱/۰۹ ± ۳/۹۵	
۸	غلبه بر فصلی‌بودن سفر به روستا	۰/۷۴ ± ۴/۵۴	۱/۱۶ ± ۲/۸۷	
۹	اعطای تسهیلات (مانند وام کم‌بهره) به روستائیان فعال در گردشگری	۰/۴۹ ± ۴/۷۳	۰/۸۰ ± ۱/۷۵	
۱۰	تأثیر درآمدهای گردشگری بر سایر بخش‌های اقتصادی مثل کشاورزی	۰/۸۳ ± ۴/۳۱	۱/۰۴ ± ۳/۹۷	
۱۱	افزایش درآمد مالیاتی روستا	۱/۰۴ ± ۳/۹۱	۱/۱۸ ± ۳/۷۹	
میانگین بعد اقتصادی				
۱۲	توانمندسازی زنان روستایی	۱/۴۳ ± ۳/۱۸	۰/۹۲ ± ۱/۹۹	اجتماعی- فرهنگی
۱۳	افزایش انسجام اجتماعی و همبستگی بین مردم	۱/۱۲ ± ۳/۹۵	۰/۸۹ ± ۱/۸۸	
۱۴	افزایش کیفیت زندگی و رفاه اجتماعی مردم	۰/۳۶ ± ۴/۸۵	۰/۹۹ ± ۴/۰۶	
۱۵	کاهش مهاجرت روستائیان به شهر به‌ویژه جوانان جویای شغل	۰/۹۱ ± ۴/۴۸	۰/۹۹ ± ۴/۰۶	
۱۶	مشارکت مردم در تصمیمات مربوط به گردشگری روستا	۰/۹۳ ± ۴/۴۱	۰/۸۰ ± ۱/۶۷	
۱۷	حفظ و احترام به آداب و رسوم و صنایع‌دستی روستا	۰/۹۰ ± ۴/۴۹	۰/۸۰ ± ۱/۷۷	
۱۸	افزایش سطح آگاهی عمومی مردم	۰/۷۰ ± ۴/۶۱	۱/۳۲ ± ۳/۳۲	
۱۹	بهبود وجهه عمومی روستا	۰/۸۵ ± ۴/۵۴	۰/۹۴ ± ۴/۱۸	
۲۰	افزایش تماس گردشگران با روستائیان و تقویت ارتباطات بین فرهنگی	۰/۹۳ ± ۲/۲۲	۱/۳۳ ± ۳/۰۸	
۲۱	ایجاد فرصت برای شکوفایی استعدادهای افراد محلی	۰/۷۳ ± ۴/۶۷	۱/۳۳ ± ۲/۹۴	
۲۳	فراهم‌شدن فرصت تفریحی برای مردم محلی	۰/۵۶ ± ۴/۷۱	۱/۳۴ ± ۲/۸۹	
میانگین بعد اجتماعی- فرهنگی				
۲۴	بهبود معیار و زیباسازی روستا	۰/۶۰ ± ۴/۵۴	۱/۰۲ ± ۳/۸۷	کالبدی
۲۵	توسعه امکانات و زیرساخت‌های حمل‌ونقل	۰/۶۳ ± ۴/۶۴	۰/۹۵ ± ۴/۰۵	
۲۶	کمک به برنامه‌ریزی اصولی کاربری زمین	۰/۹۱ ± ۴/۳۴	۰/۸۳ ± ۱/۸۰	
۲۷	حفظ بافت باارزش روستایی	۱/۱۳ ± ۳/۸۹	۰/۷۷ ± ۱/۶۵	
۲۸	افزایش امکانات زیربنایی (آب، برق، شبکه فاضلاب، اینترنت و...)	۰/۴۸ ± ۴/۷۴	۱/۱۰ ± ۳/۶۶	
۲۹	رونق ساخت و ساز	۰/۹۹ ± ۴/۰۳	۱/۳۱ ± ۲/۸۴	
۳۰	افزایش استفاده از اراضی بلااستفاده	۱/۰۱ ± ۴/۲۷	۱/۲۸ ± ۳/۵۱	
میانگین بعد کالبدی				
۳۱	افزایش آگاهی مردم روستا درباره اهمیت حفاظت از محیط‌زیست	۰/۸۸ ± ۴/۱۰	۰/۷۵ ± ۱/۵۹	زیست محیطی
۳۲	بهبود بهداشت محیط و پاکیزگی محیط‌زیست	۰/۸۰ ± ۴/۳۹	۰/۷۴ ± ۱/۷۶	
میانگین بعد زیست محیطی				
۳۳	افزایش اعتماد و تعامل میان مردم و مسئولان محلی	۰/۹۴ ± ۰/۷۴	۰/۷۷ ± ۱/۶۳	عمومی
۳۴	افزایش قانون‌گرایی و رعایت مقررات توسط مردم	۰/۹۷ ± ۴/۰۹	۱/۱۴ ± ۲/۱۱	
۳۵	افزایش نقش تسهیل‌گری دولت در توسعه گردشگری روستا	۰/۸۸ ± ۴/۲۰	۱/۱۱ ± ۲/۰۱	
۳۶	حمایت دولت و نهادهای مسئول از توسعه گردشگری	۰/۷۴ ± ۴/۳۱	۰/۷۸ ± ۱/۶۶	
۳۷	بهبود وضعیت مدیریت و جمع‌آوری زباله و مدیریت پسماندها	۰/۸۱ ± ۴/۲۳	۱/۳۶ ± ۳/۲۱	
میانگین بعد عمومی				
۰/۷۸ ± ۲/۱۲	۰/۷۴ ± ۴/۱۸			

همان‌طور که مشاهده می‌شود، همه ابعاد توسعه گردشگری برای ساکنان محلی از اهمیت بالایی برخوردارند و تفاوت اهمیت آن‌ها ناچیز است؛ با این حال، از دیدگاه آن‌ها بعد اقتصادی با میانگین ۴/۳۴ مهم‌ترین بعد توسعه گردشگری محسوب می‌شود. بعد زیست‌محیطی با میانگین ۴/۲۵ و بعد اجتماعی - فرهنگی با میانگین ۴/۲۰ نیز در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند. همچنین ابعاد عمومی و کالبدی با میانگین ۴/۱۸ اهمیت یکسانی دارند. از نظر عملکرد، تنها

میانگین ابعاد اقتصادی و کالبدی، بالاتر از حد وسط (مقدار ۳) و مقادیر میانگین عملکرد ابعاد زیست‌محیطی، عمومی و اجتماعی-فرهنگی از حد وسط پایین‌تر است. از جدول ۶ نیز می‌توان دریافت که بیشترین تفاوت اهمیت و عملکرد این ابعاد، با مقادیر ۲/۵۸ و ۲/۰۶ به ترتیب مربوط به بعد زیست‌محیطی و عمومی هستند. کمترین تفاوت این میانگین‌ها نیز مربوط به بعد کالبدی است (مقدار ۰/۹۶).

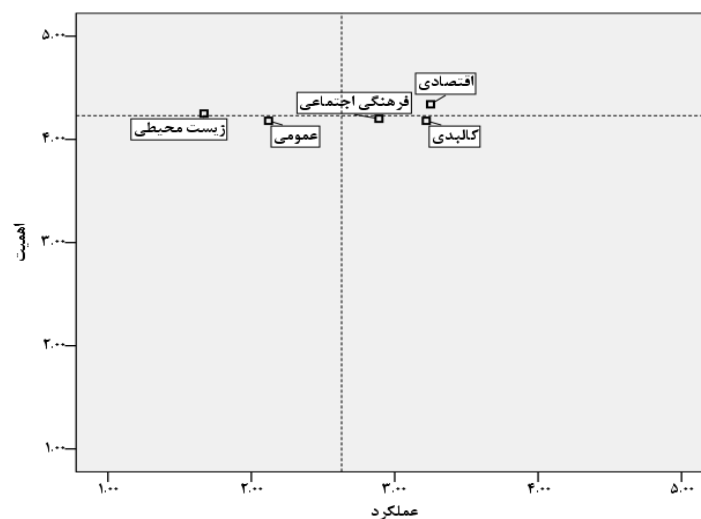
جدول ۶: تفاوت میانگین‌های اهمیت و عملکرد ابعاد توسعه گردشگری از دید طرف عرضه (ساکنان محلی)

بعد	اقتصادی	اجتماعی- فرهنگی	زیست‌محیطی	کالبدی	عمومی
تفاوت میانگین‌های اهمیت و عملکرد	۱/۰۹	۱/۳۱	۲/۵۸	۰/۹۶	۲/۰۶

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

برای درک بهتر تفاوت بین میانگین اهمیت-عملکرد ابعاد پنج‌گانه مذکور، نمای گرافیکی این یافته‌ها در شکل ۳ نمایش داده شده است. ملاحظه می‌شود که بعد اقتصادی در ماتریس IPA، دارای بالاترین اهمیت و عملکرد و در خانه شماره یک؛ یعنی وضعیت اهمیت زیاد- عملکرد بالا یا «حفظ» واقع شده است. بعد

زیست‌محیطی و تا حدی، بعد عمومی در خانه شماره ۳ واقع شده‌اند که باید «کانون توجه» قرار گیرند؛ چراکه با وجود اهمیت زیاد؛ عملکرد مناسبی ندارند. بعد اجتماعی- فرهنگی و کالبدی نیز در مرز خانه شماره ۱ و ۳ واقع شده‌اند.

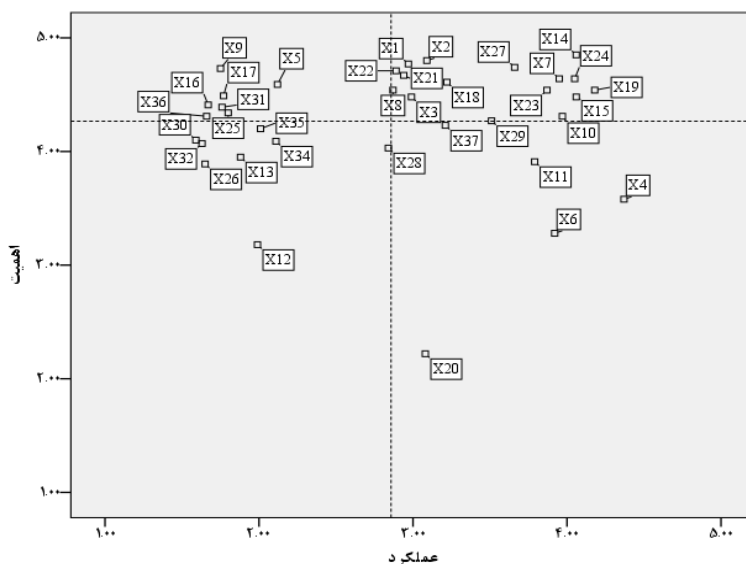


شکل ۳: ماتریس اهمیت- عملکرد ابعاد توسعه گردشگری از نظر طرف عرضه

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۵

شاخص‌های شماره ۴، ۶ و ۱۱ اهمیت و عملکرد بالاتر از متوسط دارند. میانگین اهمیت شاخص شماره ۲۰، کمتر از عملکرد آن است. شاخص‌های شماره ۱۲، ۱۳، ۲۶، ۳۲، ۳۴ و ۳۵ در خانه شماره ۴ واقع شده‌اند؛ اما باید توجه داشت که اهمیت آن‌ها از حد وسط بالاتر است و به دلیل عملکرد پایین در این خانه واقع شده‌اند.

با نگاهی جزئی‌تر به جدول ۵ و همچنین شکل ۴، مشاهده می‌شود که شاخص‌های شماره ۱، ۲، ۳، ۱۰، ۱۴، ۱۵، ۱۸، ۲۰، ۲۱، ۲۳، ۲۴ و ۲۹ دارای اهمیت زیاد و عملکرد بالایی هستند. شاخص‌های شماره ۵، ۹، ۱۶، ۱۷، ۲۵، ۳۰، ۳۱ و ۳۶ ضمن داشتن اهمیت زیاد، عملکرد مناسبی ندارند. اهمیت شاخص شماره ۱۲ از دید جامعه محلی، اندکی از حد متوسط بیشتر است ولی عملکرد آن مناسب نیست. میزان اهمیت



شکل ۴: ماتریس اهمیت- عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری از نظر طرف عرضه

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۵

هر سه با میانگین ۴/۸۱ و به صرفه بودن هزینه خدمات گردشگری تفریحی با میانگین ۴/۸۰ به ترتیب دارای بیشترین اهمیت هستند. کمترین میزان عملکرد نیز مربوط به امکانات تفرجگاهی با میانگین ۱/۹۵، جذابیت سکونتگاه‌ها و امکان بازدید از بافت روستایی با میانگین ۲/۴۳، کیفیت حمل و نقل و دسترسی به روستا با میانگین ۲/۴۵ و اطلاع‌رسانی مناسب و اطلاعات راهنمایی گردشگری با میانگین ۲/۵۲ است.

میانگین اهمیت و عملکرد هر یک از شاخص‌های ۱۹ گانه توسعه گردشگری از دید طرف تقاضا در جدول ۷ نشان داده شده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، به‌طور کلی میانگین اهمیت تمام شاخص‌ها برای گردشگران بالاتر از مقدار ۴ است؛ به‌طور خاص امنیت با میانگین ۴/۹۰، مناظر و جاذبه‌های طبیعی و مهمان‌نوازی با میانگین ۴/۸۳، کیفیت حمل و نقل، وجود رستوران‌های محلی سالم و بهداشتی با میانگین ۴/۸۲، امکانات تفرجگاهی و بهداشت و تمیزی محیط

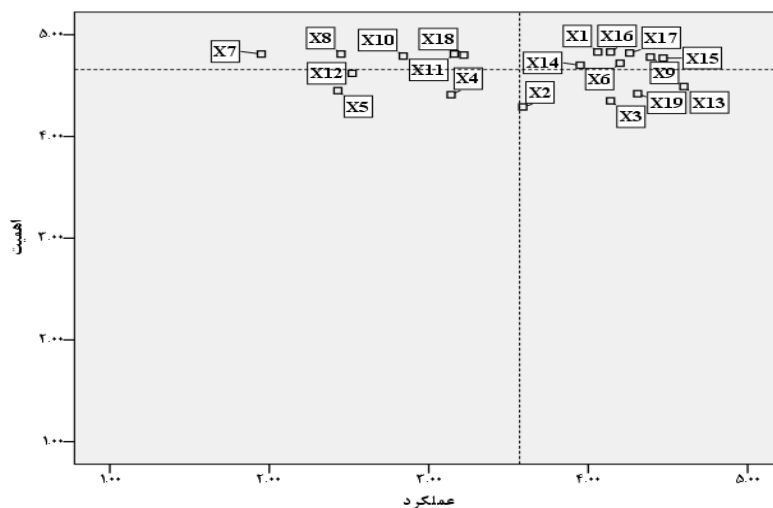
جدول ۷: میانگین اهمیت و عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری از منظر تقاضا

ردیف	شاخص	میانگین اهمیت $\pm$ انحراف معیار	میانگین عملکرد $\pm$ انحراف معیار
۱	وجود مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی و زیبا	$0.38 \pm 0.83$	$0.89 \pm 0.06$
۲	وجود جاذبه‌های مذهبی	$0.99 \pm 0.29$	$0.81 \pm 0.59$
۳	وجود باغات و چشم‌اندازهای کشاورزی	$0.94 \pm 0.35$	$0.84 \pm 0.14$
۴	دیدار اقوام و دوستان	$0.92 \pm 0.41$	$1.06 \pm 0.14$
۵	جذابیت سکونتگاه‌ها و امکان بازدید از بافت روستایی	$0.95 \pm 0.45$	$1.05 \pm 0.43$
۶	وجود فضاهای تفریحی خانوادگی	$0.49 \pm 0.72$	$0.99 \pm 0.20$
۷	وجود امکانات تفرجگاهی	$0.40 \pm 0.81$	$0.84 \pm 0.195$
۸	کیفیت حمل‌ونقل و دسترسی به روستا	$0.40 \pm 0.81$	$1.04 \pm 0.45$
۹	سکوت و آرامش محیط و نبود ترافیک و شلوغی	$0.44 \pm 0.78$	$0.78 \pm 0.39$
۱۰	کیفیت مناسب اقامتگاه‌ها	$0.44 \pm 0.79$	$1.09 \pm 0.84$
۱۱	بهداشت و پاکیزگی محیط طبیعی	$0.41 \pm 0.81$	$0.96 \pm 0.16$
۱۲	اطلاع‌رسانی مناسب و اطلاعات راهنمایی گردشگری	$0.63 \pm 0.62$	$1.02 \pm 0.52$
۱۳	بالا بودن سطح امنیت	$0.33 \pm 0.90$	$0.72 \pm 0.60$
۱۴	وجود فروشگاه‌ها و مراکز خرید سوغاتی	$0.62 \pm 0.70$	$1.09 \pm 0.95$
۱۵	دسترسی مناسب به خدمات پلیس و اورژانس	$0.45 \pm 0.77$	$0.82 \pm 0.47$
۱۶	مهمان‌نوازی و برخورد مناسب مردم محلی	$0.39 \pm 0.83$	$0.82 \pm 0.14$
۱۷	وجود رستوران‌های محلی سالم و بهداشتی	$0.39 \pm 0.82$	$0.94 \pm 0.26$
۱۸	به‌صرفه بودن هزینه خدمات گردشگری تفریحی	$0.43 \pm 0.80$	$1.06 \pm 0.22$
۱۹	امکان کسب تجربه‌ها و خدمات متنوع در روستا	$0.92 \pm 0.42$	$0.96 \pm 0.31$

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

گرفته‌اند. شاخص‌های شماره ۷، ۸، ۱۰، ۱۱ و ۱۲ دارای اهمیت زیادی هستند؛ اما میانگین عملکرد آن‌ها کمتر است. همچنین شاخص‌های شماره ۲، ۳، ۱۹ و ۱۳ دارای میزان اهمیت و عملکرد تقریباً برابری هستند و در نهایت اهمیت شاخص‌های شماره ۴ و ۵ بیشتر از میانگین عملکرد آن‌هاست.

به‌منتهای بررسی ادراک طرف عرضه درباره ابعاد و شاخص‌های توسعه گردشگری با استفاده از ماتریس IPA در شکل‌های ۳ و ۴، در شکل ۵ نیز نمایش گرافیکی ادراک طرف تقاضا درباره شاخص‌های توسعه گردشگری ملاحظه می‌شود. مشاهده می‌شود که اهمیت و عملکرد شاخص‌های شماره ۱، ۶، ۹، ۱۴، ۱۵، ۱۶ و ۱۷ بالاست و در وضعیت «حفظ» قرار



شکل ۵: ماتریس اهمیت-عملکرد شاخص‌های توسعه گردشگری از نظر طرف تقاضا

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۵

کمترین تفاوت میانگین عملکرد و اهمیت نیز مربوط به شاخص‌های شماره ۱، ۲ و ۱۳ است.

از جدول ۸ نیز مشخص است که بیشترین تفاوت میانگین‌های اهمیت و عملکرد به ترتیب مربوط به شاخص‌های شماره ۵، ۷، ۸ و ۱۲ است؛ همچنین

جدول ۸: تفاوت میانگین‌های اهمیت و عملکرد از نظر طرف تقاضا

شماره شاخص و تفاوت میانگین‌های اهمیت و عملکرد							
۰/۶۹	۱۶	۶۵/۱	۱۱	۰/۵۲	۶	۰/۰۸	۱
۰/۵۶	۱۷	۲/۱	۱۲	۲/۸۶	۷	۰/۰۷	۲
۱/۵۸	۱۸	۰/۳	۱۳	۲/۳۶	۸	۰/۲۱	۳
۰/۱۱	۱۹	۰/۷۵	۱۴	۰/۳۹	۹	۱/۲۷	۴
		۰/۳	۱۵	۱/۵۸	۱۰	۲/۰۲	۵

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

### نتیجه

تقاضا در گردشگری روستایی در تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی حیاتی است. نتایج حاصل از رویکرد تجزیه و تحلیل اهمیت-عملکرد نشان داد که بیشترین میانگین اهمیت متعلق به بعد اقتصادی است؛ این موضوع که با نتایج بسیاری از پژوهش‌ها، از جمله ژانگ و چان (۲۰۱۶)، لی و همکاران (۲۰۱۶)، علیقلی‌زاده فیروزجانی و همکاران (۱۳۹۳) و ظهیری‌نیا و نیکخواه (۱۳۹۵) همخوانی

در اغلب مطالعات و پژوهش‌های انجام‌شده درباره گردشگری؛ به‌ویژه گردشگری روستایی، ادراک جامعه میزبان به‌عنوان بخشی از عرضه چندپاره گردشگری، بررسی شده است؛ با این حال، باید توجه داشت که در توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان بخش مهمی از این صنعت، توجه به طرف تقاضا بسیار مهم است؛ بنابراین تجزیه و تحلیل ادراک هر دو طرف عرضه و



هنگ کنگ و چین)، حفظ محیط زیست و حیات وحش در نتیجه توسعه گردشگری است. در اغلب مقصدهای گردشگری به ویژه در کشورهای در حال توسعه که عمده اهداف توسعه، کسب درآمد می باشد، بی توجهی به حراست و حفاظت از منابع زیست محیطی قابل مشاهده است؛ این در حالی است که اگر برنامه های حفاظت و حراست از محیط زیست مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران واقع شود، خود می تواند منبع مهمی برای کسب درآمد ساکنان محلی در مدت زمان بیشتری باشد؛ علاوه بر بعد زیست محیطی، میزان تفاوت اهمیت و عملکرد بعد عمومی که به طور کلی منظور مشارکت و حمایت مسئولان حکومتی در توسعه گردشگری روستا است، نیز قابل توجه است. این در حالی است که دخالت و نقش تسهیل گری دولت به ویژه در کشورها و مناطق در حال توسعه که به ساختارهای زیربنایی نیاز دارند، از اهمیت زیادی برخوردار است.

#### بحث

دیده شد که بیشترین تفاوت میزان میانگین های اهمیت و عملکرد شاخص های بعد اجتماعی-فرهنگی، مربوط به شاخص «مشارکت روستائیان» در توسعه گردشگری است که این موضوع مشابه نتیجه پژوهش لی و همکاران (۲۰۱۶) است. ایشان اظهار دارند که در جوامع در حال توسعه، دولت ها اغلب فرصت مشارکت در فرایند تصمیم گیری ها را به جامعه میزبان نمی دهند. شاخص بهبود وجهه روستا نیز از جمله شاخص هایی است که از نظر مردم محلی سولقان، اهمیت و عملکرد بالایی دارد؛ همچنین اگرچه میزان عملکرد شاخص توانمندسازی زنان روستایی پایین است، میزان اهمیت آن نیز از نظر افراد محلی در حد متوسط است و شاید بتوان گفت، جو اجتماعی روستا

دارد، مؤید این نکته است که به ویژه در کشورهای در حال توسعه، اولین و مهم ترین دلیل توسعه گردشگری، بهره مندی از آثار مثبت اقتصادی آن است. شاخص های اقتصادی درآمدزایی، اشتغال زایی و اعطای تسهیلات (مانند وام کم بهره) به روستائیان فعال در بخش گردشگری، به ترتیب مهم ترین شاخص های اقتصادی توسعه گردشگری برای افراد محلی روستای سولقان است. از نتایج قابل بحث درباره بعد اقتصادی، نارضایتی مردم محلی از افزایش ارزش بهای املاک است. منظور اینکه افزایش ارزش املاک برای مردم چندان از اولویت بالایی برخوردار نیست، ولی عملکرد این شاخص نسبت به اهمیت آن بیشتر است؛ به طور واضح تر اینکه مردم از افزایش چشم گیر بهای املاک ناراضی هستند تقریباً در اغلب موارد، زمانی که یک مکان (شهر یا روستا) مورد توجه گردشگران و سرمایه گذاران بخش گردشگری قرار گیرد، افزایش بهای زمین، از جمله اثرات اقتصادی توسعه گردشگری در آنجاست که برای برخی خوشایند و برای برخی دیگر ناخوشایند است.

به طور کلی توسعه گردشگری و تعامل گردشگر با فرهنگ، اقتصاد، محیط زیست و جامعه محلی، دارای تبعات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست محیطی است (لی و همکاران، ۲۰۱۶). از آنجایی که شکل غالب گردشگری روستای سولقان، طبیعت گردی است، متأسفانه میزان عملکرد زیست محیطی گردشگری، از میان سایر ابعاد توسعه گردشگری مذکور، پایین ترین است. نتایج پژوهش های ملکی (۱۳۹۱)، خانی و همکاران (۱۳۸۸) که به ترتیب بر روی شهر نمک آبرود و روستای چمخاله لنگرود انجام شده نیز اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست را یادآور شده اند. در حالی که از جمله نتایج مطالعه ژانگ و چان (۲۰۱۶) و لی و همکاران (۲۰۱۶) (به ترتیب در کشورهای

رودخانه و مناظر طبیعی هیچ‌گونه امکانات تفرجگاهی مانند دستگاه‌های پخت غذا، سرویس بهداشتی، سکوی نشستن، پارکینگ و... تعبیه نشده است و هزینه بسیاری از رستوران‌ها و فروشگاه‌های عرضه سوغات روستا به‌صرفه نیست. این درحالی‌ست که «اسکوراس<sup>۱</sup>» و همکاران (۲۰۰۶) بر این معتقدند که چون ویژگی اغلب مناطق روستایی و حومه‌ای گردشگری مشابه یکدیگر است، کیفیت بازدید افراد در شرایط رقابت‌پذیری و آینده آن‌ها تأثیر بسزایی دارد. سرانجام بر مبنای نتایج پژوهش، در راستای توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری روستایی در دهستان سولقان، پیشنهادهای عملیاتی زیر قابل طرح است:

- رسیدگی به وضعیت حمل‌ونقل و دسترسی به روستا و نصب تابلوهای علائم رانندگی و راهنمایی به دلیل خطرناک بودن آن؛ مشارکت هر چه بیشتر ساکنان محلی در فرایند تصمیم‌گیری توسعه گردشگری روستا و در نتیجه بهبود تعاملات مردم و مسئولان؛
- نظارت بر ساخت‌وسازهای غیرقانونی در روستا و باغات کشاورزی و همچنین شیوه معماری آن‌ها؛
- رسیدگی به وضعیت بهداشت و تمیزی محیط‌زیست روستا؛
- حفظ و بازسازی بافت ارزشمند و سنتی روستا؛
- اعطای تسهیلاتی مانند وام‌های کم‌بهره به کارآفرینان گردشگری در روستا؛
- تجهیز مکان‌های ویژه استراحت؛
- اقامت گردشگران در روستا به امکانات ضروری مانند سکوی نشستن.

بدون شک بر هر پژوهش علمی، به دلیل تفاوت دیدگاه محققان، نقد و نقیصی وارد است. این پژوهش نیز از

و نگرش روستائیان نسبت به کارکردن زنان موجب عدم اهمیت بالای این شاخص شده است. در بررسی ادراک طرف تقاضا روستای سولقان، شاخص‌های امنیت، وجود مناظر طبیعی، کیفیت حمل‌ونقل، امکانات تفرجگاهی، رستوران‌های بهداشتی و محلی، مهمان‌نوازی و نحوه برخورد روستائیان و به‌صرفه بودن سفر به روستا دارای بالاترین میانگین اهمیت هستند. کمترین تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد، مربوط به امنیت، وجود جاذبه‌های طبیعی و مذهبی است؛ بنابراین می‌توان گفت که گردشگران، در سفر خود به این روستا، احساس امنیت کامل دارند و از جاذبه‌های طبیعی و مذهبی آن لذت می‌برند؛ با این وجود، بیشترین تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد شاخص‌ها، متعلق به وجود امکانات تفرجگاهی، کیفیت حمل‌ونقل و دسترسی به روستا، اطلاع‌رسانی مناسب و اطلاعات راهنمای گردشگری، جذابیت سکونتگاه‌ها و امکان بازدید از بافت روستایی، بهداشت و پاکیزگی طبیعت، به‌صرفه بودن هزینه خدمات گردشگری تفریحی و کیفیت مناسب اقامتگاه‌هاست؛ در واقع این شاخص‌ها در عین برخورداری از اهمیت زیاد، عملکرد پایینی دارند. گردشگران اظهار داشتند که جاده منتهی به روستای سولقان از شهر تهران، با وجود پیچ و خم زیاد به دلیل کوهستانی بودن، علائم راهنمایی-رانندگی، عرض شانه استاندارد و وضعیت آسفالت مناسبی ندارد، در کنار جاده و سطل‌های زباله، شاهد انبوهی از انواع زباله‌اند، تابلوهای راهنمای گردشگری در طول جاده و در کنار جاذبه‌های طبیعی و مذهبی انگشت‌شمار است، در اندک کوچه‌های روستا شاهد بافت سنتی و خانه‌های روستایی‌اند و برج‌های چندطبقه و سکونتگاه‌های ویلایی مدرن در باغات و مناظر طبیعی با ماهیت روستا سنخیتی ندارد، در کنار

- رضاییان، علی (۱۳۹۱). رفتار سازمانی (چاپ سیزدهم)، تهران. سمت.
- سلیمانی هارونی، خدیجه؛ بهمن خسروی پور؛ مسعود برادران؛ منصور غنیان (۱۳۸۹). نگرش ساکنان گردشگری روستایی نسبت به پیامدهای گردشگری روستایی، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. شماره ۲. صفحات ۲۱۸-۲۱۳.
- ضیایی، محمود؛ عذرا عزیز (۱۳۹۳). راهنمای تدوین و کاربرد شاخص‌های ارزیابی توسعه پایدار گردشگری، تهران. نشر علوم اجتماعی.
- شهبان، پویان (۱۳۹۰). بررسی و اثرات گردشگری شهری در توسعه پایدار شهر؛ با تأکید بر ادراک ساکنان، آرمان شهر. شماره ۷. صفحات ۱۳۳-۱۲۱.
- ضرابی، اصغر؛ صدیقه اسلامی پریخانی (۱۳۹۰). سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری، پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۷۵. صفحات ۵۲-۳۷.
- ظهیری‌نیا، مصطفی؛ هدایت‌الله نیکخواه (۱۳۹۵). بررسی نگرش ساکنان شهر بندرعباس نسبت به تأثیرات گردشگری، مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۳۲. صفحات ۶۵-۴۳.
- فنی، زهره؛ محمد علیزاده طولی؛ زینب زحمتکش (۱۳۹۱). تأثیرات گردشگری بر توسعه پایدار شهری از نظر ساکنان، مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۲۸. صفحات ۴۳-۲۳.
- قادری، اسماعیل؛ معسا مطهر (۱۳۹۰). بررسی عامل کششی انگیزاننده گردشگران در انتخاب مقصد، اقتصاد و مدیریت شهری. شماره ۲. صفحات ۲۹-۱۵.
- قنبری، سیروس؛ محمدحسین دهقان؛ حسین میرکی‌اناری (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی، مطالعات مدیریت گردشگری. شماره ۳۲. صفحات ۲۰-۱.

این قاعده مستثنی نیست. به نظر می‌رسد بخش روش‌شناسی هر پژوهش، می‌تواند یکی از محدودیت‌های مذکور باشد. اگر سایر محققان در پژوهش‌های آتی از سایر روش‌های نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه و همچنین روش متفاوت تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده استفاده نمایند، احتمال دستیابی به نتایج متفاوت نسبت به نتایج این پژوهش، وجود دارد؛ این تفاوت احتمالاً در میزان اهمیت عملکرد هر یک از شاخص‌های ابعاد مختلف خواهد بود. همچنین در این پژوهش، توزیع پرسشنامه میان کل گردشگران (بدون در نظر گرفتن انگیزه آن‌ها از سفر به روستا) بود؛ احتمال می‌رود در نظر گرفتن «انگیزه گردشگران» به عنوان معیاری مهم در توزیع پرسشنامه، به تعمق مطالعه کمک کند و نتایج را تا حدی متفاوت‌تر نشان دهد.

### منابع

- باقری، فاطمه؛ ناصر عبدی (۱۳۹۳). بررسی جایگاه اثرات اقتصادی صنعت گردشگری در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی، اولین همایش ملی گردشگری معاصر. شیراز.
- بدری، سیدعلی؛ ناصر بیات؛ احدالله فتاحی؛ ناصر عبدی؛ فاطمه باقری (۱۳۹۴). بخش‌بندی گردشگران روستایی براساس انگیزه‌های گردشگری، پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۴۷. صفحات ۷۸۷-۷۷۳.
- جورج، ال واند، مایر، هدر و جی. رید، دانلد (۱۳۹۱). توسعه گردشگری روستایی، ترجمه محمدرضا رضوانی و مهدی رمضان‌زاده لسوبویی، تهران. مهکامه.
- خانی، فضیله؛ ابوطالب قاسمی و سمه‌جانی؛ علی قنبری‌نسب (۱۳۸۸). بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی، جغرافیای انسانی. شماره ۴. صفحات ۶۶-۵۱.

- Chen, C.M., Chen, S. H., Lee, H.T. & Tsa. T. H (2016). «Exploring destination resources & competitiveness: A comparative analysis of tourists' perceptions and satisfaction toward an island of Taiwan», *Ocean & Coastal Management*, Vol. 119: 58-67.
- Deng, W. J. (2008). «Fuzzy importance-performance analysis for determining critical service attributes», *International Journal of Service Industry Management*, Vol.19:252-270.
- Diedrich, A., & García, E (2009). «Local perceptions of tourism as indicators of destination decline», *Tourism Management*, Vol. 30:512-521.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J (2007). «Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development», *Tourism Management*, Vol. 28:409-422.
- Gu, M. & Wong, P (2006). «Residents' Perception of Tourism Impacts», *Tourism Geographies*, Vol. 3:253-273.
- Gursoy, D. & Rutherford, D. G (2016). «Host attitudes toward tourism: An improved structural model», *Annals of Tourism Research*, Vol. 31:495-516.
- Job, H., Paesler, F (2013). «Links between nature-based tourism, protected areas, poverty alleviation and crises», *Journal of Outdoor Recreation & Tourism*, Vol.1:2-18.
- Kim, M. K (2005). «Determinants of rural tourism and modeling rural tourism demand in Korea», dissertation of Ph.D, Michigan State University, USA.
- Kitcharoen, K (2004). «The Importance - Performance Analysis of Service Quality», *ABAC Journal*, Vol. 24: 20-46.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P (2002). «A structural equation model of residents' attitudes for tourism development», *Tourism Management*, Vol. 23:521-530.
- Li, P., Ryan, C & Cave, J (2016). «Chinese rural tourism development», *Tourism Management*, Vol. 55:240-260.
- علیقلی زاده فیروزجانی، ناصر؛ مهدی رمضان زادلسبویی؛ مجید اسمعیلی (۱۳۹۳). سنجش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و کویری، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک. شماره ۱۸. صفحات ۵۳-۳۷.
- گی، چاک. وی (۱۳۸۷). جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- لطفی، صدیقه؛ ادريس باباخانزاده (۱۳۹۳). بررسی اثر گردشگری پایدار شهری بر ساکنان شهر، برنامه ریزی و توسعه گردشگری. شماره ۹. صفحات ۱۵۰-۱۳۰.
- ملکی، راحله (۱۳۹۰). ارزیابی ادراکات جامعه میزبان از اثرات اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی.
- هاشم پور، فهیمه؛ رضا لحمیان؛ معصومه براری (۱۳۹۱). بررسی اثرات اقتصادی و زیست محیطی گردشگری از دیدگاه شهروندان، اکوسیستم های طبیعی ایران. شماره ۱. صفحات ۶۳-۴۹.
- Almeida- García, F. Andez, M, Balbuena-Vazquez, A., Cortes-Macias. R (2016). «Residents' perceptions of tourism development in Benalmadena», *Tourism Management*, Vol. 54: 259-274
- Amuquandoh, F. E (2010), «Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin», *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 18: 223-238
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). «Urban residents' attitude toward tourism development», *Travel Research*, Vol. 42:172-185.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). «Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents», *Journal of Travel Research*, Vol. 50:248-260.
- Buhalis D (2008). «Twenty years on and 10 years after the Internet: The state of eTourism research», *Tourism Management*, Vol.3:345-356.
- Bujosa, A & Rossello, J (2005). «Modelling environmental attitudes toward tourism», *Tourism Management*, Vol. 28: 688-695.

- Vareiro, L.M., Remoaldo, P. C. & Ribeiro, J.S (2013). «Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães», *Current Issues in Tourism*, Vol. 16: 535-551.
- Vespestad, M. K., Mehmetoglu, M (2010). «The relationship between tourist nationality, cultural orientation and nature-based tourism experiences», *European Journal of Tourism Research*, Vol. 3:87-104.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S (2001). «An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics», *An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, Vol. 10:29-44.
- Zamani-Farahani, H., Ghazali M (2008). «Residents' attitudes and perception towards tourism development», *Tourism Management*, Vol. 2: 91233-1236.
- Zhang, S. & Chan, S.C (2016). «Nature-based tourism development in Hong Kong: Importance Performance perceptions of local residents and tourists», *Tourism Management Perspectives*, Vol. 20:38-46.
- Zhou, Y (2010). «Resident Perceptions the Impacts of the Macao Grand Prix», *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 11:138-153.
- Liu, Z (2003). «Sustainable tourism development: a critique», *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 11:459-475.
- McGehee, N., & Andereck, K (2004). «Factors predicting rural residents' support of tourism», *Journal of Travel Research*, Vol. 43:131-140.
- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M (2009). «Marketing in travel and tourism», Forth edition, Elsevier, UK.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D (2012). «Residents' support for tourism an identity perspective», *Annals of Tourism Research*, Vol. 39:243-268.
- Oviedo, M. A., Castellanos, M., & Martin, D (2008). «Gaining residents' support for tourism and planning», *International Journal of Tourism Research*, Vol. 10:95-109.
- O'Connor, D. (2006). *Driving Rural Development: Policy and Practice in Seven EU Countries*, Uitgeverij Van Gorcum.
- Skuras, D., Petroua, A. & Clark, G (2006). «Demand for rural tourism: The effects of quality and information », *Agricultural Economics*, Vol. 35:183-192.
- Tosun, C (2002). «Host perceptions of impacts: A comparative tourism study», *Annals of Tourism Research*, Vol. 29:231-253.
- Vargas, A., Plaza, M. A., & Porras, N. (2009). «Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community», *Journal of Travel Research*, Vol. 47: 373-395.

