

## سنجش و اولویت‌بندی ظرفیت انواع حوزه‌های گردشگری (شاهد تجربی: استان‌های مازندران، گیلان و گلستان)

حسنعلی آقاجانی\*؛ دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه مازندران  
کاظم روانستان؛ دانشجوی دوره دکتری مدیریت، دانشگاه مازندران  
فاطمه یحیی تبار؛ کارشناس ارشد مدیریت

دریافت مقاله: ۹۴/۱۰/۲

پذیرش نهایی: ۹۵/۴/۲۷

### چکیده:

گردشگری در جهان کنونی، صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پر رونق و رو به توسعه است که پس از صنایع نفت و خودرو سازی، گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده است. هدف تحقیق حاضر سنجش و اولویت بندی ظرفیت حوزه‌های مختلف گردشگری در سه استان شمالی ایران می‌باشد. نمونه خبرگی تحقیق شامل ۱۱ نفر از متخصصان علمی و تجربی در این حوزه بوده، و تکنیک ریاضی تصمیم‌گیری مورد استفاده، فرآیند سلسله‌مراتبی تحلیلی فازی (FAHP) بوده است. یافته‌ها نشان داده‌اند که ظرفیت گردشگر پذیری حوزه‌های مختلف مورد مطالعه به ترتیب اولویت از اول تا نهم شامل گردشگری تجاری، مکان‌های تاریخی، ماجراجویانه، فرهنگی، ورزشی، سیاه، درمانی، مکان‌های مذهبی و اکوتوریسم بوده است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند راهنمای خوب و عملی برای مدیران و برنامه‌ریزان در راستای توسعه صنعت گردشگری در کشور و به‌خصوص استان‌های شمالی باشد.

**واژه‌های کلیدی:** سنجش، اولویت‌بندی، گردشگری، مازندران، گیلان، گلستان.

## مقدمه

امروزه بخش و سیعی از ادبیات گردشگری به نتایج اقتصادی و نقش مثبت آن در ایجاد اشتغال و فرصت‌های جدید متمرکز می‌شود و سایر ابعاد مورد بی‌مهری و غفلت واقع شده است (نوری کرمانی و دیگران، ۱۳۸۸). یکی از این ابعاد بسیار مهم بحث تأثیر گردشگری بر روی کیفیت زندگی جامعه میزبان می‌باشد. مقوله کیفیت زندگی در سالیان اخیر تبدیل به موضوع مباحثات متعددی گشته است (آندریک و نیاپان، ۲۰۱۱). بر این اساس در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته برنامه‌ریزان در تلاش برای نمایش سطوح کیفیت زندگی در سطوح مختلف جغرافیایی هستند تا از این طریق بتوان راهکارهای بهینه‌ای را برای بهبود کیفیت زندگی نواحی عقب مانده از منظر شاخص‌های مورد بررسی بیابند (فرجی ملائی، ۱۳۸۹).

مطالعات متعددی در زمینه متأثر شدن ساکنان از تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی گردشگری صورت گرفته است اما در زمینه تأثیر گردشگری بر کیفیت زندگی ساکنان مطالعات اندکی انجام شده است. به همین خاطر درک محدودی از تأثیر گردشگری بر روی کیفیت زندگی ساکنان در ایران وجود دارد. تحقیقات نظری و تجربی جدید به دنبال ارتباط رفتار گردشگر با دیگر حوزه‌های زندگی و تجربه افراد هستند، تا نتایج گسترده‌تری از فعالیت گردشگری در زندگی دیگران را کشف کنند (سیرگی، ۲۰۱۰).

## مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در مقاله‌ی حاضر، ضمن مروری مختصر و مستند بر ادبیات موضوعی مربوط به گردشگری، اهداف و سؤالات تحقیق، روش و تکنیک آماری مربوط به آن مورد مطالعه قرار خواهد گرفت. در پایان پس از ارائه بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی، پیشنهاداتی به منظور ادامه‌ی تحقیقات و پیگیری موضوع توسط محققان دیگر بیان خواهد شد.

گردشگری، معادل فارسی واژه توریسم در زبانهای انگلیسی، فرانسه و آلمان است. ریشه این واژه "توریسم" است که از دو بخش تشکیل شده است. تور به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و ایسم، پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد. بنابراین، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۱). هزینه‌های مسافران درآمدی را برای هر دو بخش دولتی و خصوصی ایجاد می‌کند علاوه بر آن فرصت‌های شغلی و همچنین دستمزدهای را نیز ایجاد می‌کند (کومار و همکاران، ۲۰۱۴). جاذبه‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص است. جاذبه‌های گردشگری به

عنوان عامل کشش، با توجه به ویژگیهای خاص و جذابیتهایی که دارند، می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمینهای دور به سمت خود جذب کنند و هر قدر جاذبه‌های گردشگری متنوع تر و منحصر به فردتر و جذاب تر باشند از قدرت کشش بالاتری برخوردار خواهند بود و در نتیجه حوزه نفوذ بسیار وسیعتری خواهند داشت (هندرسون، ۲۰۱۱). گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی و فضای زیستی نواحی بشود. اثرات و تغییراتی که این صنعت بر جامعه می‌گذارد می‌تواند به صورت فیزیکی، اقتصادی و یا اجتماعی، فرهنگی باشد. اشتغال یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های دولتمردان کشورهاست. گردشگری با به کارگیری ظرفیتها و توان‌های موجود در کشورها به ویژه ظرفیت‌های طبیعت و بناهای تاریخی با سرمایه‌گذاری اندک، اشتغال زایی فراوانی ایجاد کرده است. صنعت گردشگری از طریق گسترش تولیدات صنعتی، صنایع دستی و کشاورزی برای پاسخ‌گویی به افزایش موج گردشگران، هم‌چنین با افزایش مبادلات داخلی و بین‌المللی و فعال‌سازی صنایع مرتبط مانند حمل و نقل، ارتباطات راه دور، بانکداری، آژانس‌های مسافرتی و غیره نقش مهمی ایفا می‌کند (لاو و همکاران، ۲۰۱۰). عایدات گردشگری، علاوه بر افزایش درآمد کشور، به طور گسترده‌ای در سراسر جامعه پخش گردیده و عامل مهمی در توزیع متوازن درآمد در جامعه شناخته شده است. هم‌چنین با گسترش صنعت گردشگری علاوه بر بهبود استانداردهای زندگی در مناطق گردشگری، استانداردهای فرهنگی آنان نیز بهبود قابل توجهی خواهد یافت. گردشگری برای کشورهای در حال توسعه به‌ویژه کشورهای تک‌محصولی به‌طور بالقوه می‌تواند در کمک به توسعه اقتصادی منطقه‌ای، تأمین ارز خارجی و حل مشکلات مربوط بهتر از پرداخت‌ها نقش پررنگی ایفا کند (کرونوسکی و مارینوسکی، ۲۰۱۲). گردشگری در هر جامعه‌ای، متأثر از عوامل پیچیده و درهم بافته‌ی سیاسی، فرهنگی و اقتصادی و هم‌چنین ویژگی‌های جغرافیایی است که دیگران را مجذوب خود می‌کند (جهانگیری، ۲۰۱۰). به هر حال از آنجا که معمولاً ره‌آورد‌های صنعت گردشگری بسیار پیچیده است و در مناطق گوناگون متفاوت می‌باشد، بنابراین اثراتی را که بر جای می‌گذارد، نیز بسیار متفاوت و در مناطق نواحی مورد بازدید مختلف می‌باشد. برخی از کشورهای جهان، همگام با برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی گردشگری و در نهایت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به بعد پایداری آن نیز توجه دارند و سیاست توسعه‌ی پایدار گردشگری را در پیش می‌گیرند. در گردشگری پایدار، توجه به نیازهای جامعه‌ی میزبان اهمیت فراوانی دارد و به هنگام برنامه‌ریزی و در فرایند مدیریت، به این نیازها توجه زیادی می‌شود، به ویژه در چنین صنعتی به این مسأله توجه می‌شود که مبادا این موضوع بر ساختار

فرهنگی و اجتماعی جامعه‌ی میزبان، تأثیرات ویرانگر یا منفی بگذارند (حاجی نژاد و دیگران، ۱۳۸۸). توسعه تکنولوژی و تغییر ساختاری و نهادی است که با نیازهای حال و آینده سازگار باشد. پایداری در گردشگری، مستلزم توجه نظاممند به ابعاد فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی در حرکت به سوی استفاده: از جاذبه‌های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آینده است. هدفهای گردشگری پایدار نیز، بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، رعایت برابری یا مساوات بین دو نسل و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم زیست محیطی، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع و ایجاد تسهیلات و امکانات است، به گونه‌ای که دیدار کنندگان بتوانند تجربه‌های ارزشمندی کسب کنند می‌باشد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

حاجی نژاد و همکارش (۱۳۸۹) در مورد تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری، مطالعه موردی شهر بانه تحقیق نموده و شهرها در روند تحول-خود پیوسته -از کارکردهای خود تأثیر مستقیم- پذیرفته‌اند و به تبع این تأثیرپذیری تغییراتی نیز در آنها در زمینه‌های فضای، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی به وجود آمده است. از جمله کارکردهای مهم شهری گردشگری بوده که فضاهای شهری تأثیرات شگرفی می‌گذارد. هدف این مقاله بررسی و تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری تجاری بر شهرها بوده و این که گردشگری چه نقشی می‌تواند در اقتصاد شهرها برعهده داشته و چه نوع اثرات اقتصادی بر شهرها برجای گذارد؟ در این راستا شهر بانه و تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر آن مورد بررسی قرار گرفت. موقعیت- جغرافیایی - شهر بانه و همجواری-آن با کشور عراق سبب شده تا مبادلات تجاری در اشکال رسمی و غیر رسمی با این کشور در حجم- بالایی صورت گرفته -و صرفه اقتصادی- و منافع ناشی از خرید و فروش- کالاهای- وارده- از مبادی- مرزی- باعث- پیدایش- نوعی- از گردشگری- در این- منطقه (گردشگری- تجاری) شده است- که- حوزه- عمل- آن- تا دورترین شهرهای- داخل- کشور نیز تسری- یافته است. تایج حاصل حاکی از آن است که فعالیتها و اشتغال حاصل از این فعالیت در غیاب بخش‌های صنعت، خدمات و کشاورزی توانسته اثرات اقتصادی قابل توجهی را بر شهر بانه داشته باشد و افزایش درآمد و اشتغال و قیمت زمین در این شهر را در پی داشته است. آقاجانی و فرهادی (۱۳۹۴)، به تحقیقی با عنوان گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران)، پرداختند. تایج پژوهش نشان داده که گردشگری از نگاه اسلام اهمیت بسیاری دارد و می‌توان آینده گردشگری مذهبی در ایران را مثبت ارزیابی کرد. در نهایت با توجه به نتایج حاصل از برآورد اثر عوامل مؤثر بر میزان گردشگری مذهبی، راهکارها و تدابیر لازم از سوی ایران به منظور

بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری مذهبی جهت افزایش درآمدهای ناشی از صنعت جهانگردی مذهبی در ایران به عنوان یکی از بهترین راه‌های خارج شدن از اقتصاد تک‌محصولی نفت بیان خواهد شد. تیموری و همکارانش (۱۳۹۳)، تحقیقی با عنوان عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری (مطالعه موردی: بازار تاریخی کلانشهر تبریز) انجام داده‌اند، در این مقاله، ضمن معرفی بازار تاریخی کلانشهر تبریز، سعی شده است با استفاده از مدل سوات<sup>۱</sup>، عوامل مؤثر بر جذب گردشگران داخلی و خارجی بررسی شود. اصول کار مبتنی بر شناخت قوت‌ها و ضعف‌های داخلی بازار تاریخی تبریز در جذب گردشگر و نیز شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای خارج از محیط این مکان تاریخی است. در نهایت، با ارائه راهبردهایی برای تقویت نقاط قوت و فرصت‌های آن و کاهش یا حذف ضعف‌ها و تهدیدهای بازار تاریخی تبریز به منظور جذب گردشگر پیشنهادهایی سازنده ارائه شده است. بررسی‌ها بیانگر وضعیت متوسط بازار تاریخی تبریز به لحاظ گردشگری است؛ به طوری که با مرتفع کردن ضعف‌ها و از بین بردن تهدیدهای موجود می‌توان کارکرد گردشگری بازار تبریز را به سطح عالی ارتقا داد. شاریلی (۱۳۸۰)، در مورد اثرات اقتصادی گردشگری بیان می‌کند اولین تأثیر اقتصادی گردشگری افزایش درآمد فردی و یا عمومی ساکنان بومی است. دیگر تأثیر مثبت گردشگری ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و نیز افزایش اشتغال زنان و جوانان در فعالیتهای مرتبط با این صنعت است. رضوانی و صفایی (۱۳۸۴) در تحقیق با عنوان گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید (مورد: نواحی روستایی شمال تهران) عنوان می‌کنند به دلیل فقدان برنامه‌ریزی و ضعف مدیریت، از فرصت موجود این ناحیه در زمینه گردشگری برای تأمین نیازهای فراغتی شهروندان تهران از یک طرف و تجدید حیات اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی از طرف دیگر به درستی استفاده نشده است. روح الله زاده اندواری (۱۳۸۵) در بررسی گردشگری روستایی و آثار اقتصادی و اجتماعی آن بر توسعه منطقه‌ای در روستای آبگرم لاریجان نشان می‌دهد که رونق گردشگری در روستا آثار مثبتی مانند ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، مهاجرت معکوس، رونق ساخت و ساز و... را در پی داشته است و از سوی دیگر، ورود گردشگران آثار نامطلوب اجتماعی مانند افزایش انحرافات اجتماعی، اعتیاد، تغییرات نامطلوب فرهنگی و... را به دنبال داشته است. علیقلی زاده فیروزجایی (۱۳۸۶) در پژوهش خود پیرامون نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان نوشهر به این نتیجه رسیده است که از دیدگاه ساکنان، گردشگری اثرات اقتصادی مثبت و اثرات منفی اقتصادی و محیطی داشته و اثرات منفی آن با رشد گردشگری یا میزان کارکرد گردشگری

---

۱. SOWT

رابطه ای مستقیم دارد. مهدوی و دیگران (۱۳۸۷) در مطالعه ای با عنوان نقش و تأثیر خانه‌های دوم بر ساختار اقتصادی و اجتماعی ناحیه کلاردشت بیان می‌کنند با تأکید بر این که ساخت و سازها در این قسمت غالباً به صورت سلیقه ای و فاقد طرح و برنامه بوده شکلگیری این پدیده در نواحی روستایی تأثیر چشمگیری بر دگرگونی های اقتصادی اجتماعی آن داشته است و در نتیجه منجر به بروز ناهماهنگی در چهره و ساختار محیطی آن شده است. قرخلو و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیق خود پیرامون اثرات زیست محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر به این نتیجه رسیده اند که گردشگری در مناطق ساحلی این منطقه اثرات منفی زیست محیطی فراوانی را بر جای گذاشته است که مهم‌ترین آنها تخریب پوشش گیاهی، آلودگی آبهای ساحلی و از بین رفتن چشم انداز ساحلی بوده است. غفاری و ترکی هرچگانی (۱۳۸۸) در تحقیق با عنوان نقش گردشگری در توسعه اجتماعی- اقتصادی مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری: مطالعه موردی بخش سامان نشان می‌دهد که میان افزایش شمار گردشگران، رونق گردشگری و بهبود شاخص‌های اجتماعی- اقتصادی رابطه معنی‌دار وجود دارد. شهابیان (۱۳۹۰) در تحقیق خود با عنوان بررسی نقش و اثرات گردشگری شهری در توسعه پایدار شهر؛ با تأکید بر ادراک ساکنان نشان می‌دهد که گردشگری شهری در عین حال که اثرات مثبت اقتصادی انکارناپذیری بر جامعه شهری دارد، در کنار خود آثار متنوع (مثبت و منفی) اقتصادی، اجتماعی و محیطی را نیز در شهر میزبان ایجاد می‌نماید. ضرابی و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیق خود پیرامون سنجش اثرات توسعه گردشگری در شهرستان مشکین شهر به این نتیجه رسیده اند که توسعه گردشگری در شهرستان مشکین شهر آثار نامطلوبی را در محیط زیست به وجود آورده است. رهنمایی و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران بیان می‌کنند تهران به عنوان پایتخت ایران، از یک سو نسبت به دیگر شهرهای تاریخی کشور، شهری نوین‌پسند است و از سوی دیگر، به دلیل قدمت اسکان و زیست و معیشت در آن، از دوره پیش از پایتختی، شهری تاریخی به شمار می‌آید. بخش عمده‌ای از نهادهای فرهنگی و تاریخی تهران، در منطقه ۱۲ قرار گرفته است. به همین دلیل میتوان منطقه ۱۲ تهران را به عنوان مرکز تاریخی و فرهنگی این شهر به شمار آورد. سلطانی و همکارانش (۱۳۹۱) به بررسی اولویت بندی جاذبه‌های گردشگری عمده شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی پرداخته‌اند. در این پژوهش، از روش آنتروپی برای اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری بهره گرفته شد و نتایج به دست آمده نشان داد که در مجموع، بارگاه امام رضا (ع) اولویت اول جاذبه گردشگری در میان گردشگران مورد مطالعه است و مجتمع های تجاری، کوهسنگی، طرهبه، شاندیز، پارک ملت، کوهستان پارک، بند گلستان، پارک

جنگلی وکیل آباد، آرامگاه فردوسی، آرامگاه و موزه نادری و دیگر مناطق تفریحی اطراف شهر مشهد به ترتیب، اولویت‌های اصلی گردشگران در میان جاذبه‌های گردشگری هستند. بنابراین گردشگران شهرستان مشهد با جاذبه‌های جدید ایجاد شده ارتباط مناسبی برقرار نکرده‌اند و این شهر در ایجاد مقصدهای جذاب جدید گردشگری تاکنون موفق نبوده است. کاظمی و همکاران (۱۳۹۱)، به بررسی تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان براساس تحلیل و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی پرداخته‌اند. در این تحقیق جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای پیش رو با تعدادی از گردشگران و صاحب نظران ادارات و سازمان‌های دولتی مرتبط با صنعت گردشگری و هتلداری و صاحبان آژانس‌های مسافرتی و تفریحی در سطح استان که سال‌ها در استان سابقه فعالیت در این زمینه را دارا بودند، مصاحبه به عمل آمد و با استفاده از مدل سوات از تلاقی این عوامل با هم استراتژی‌های مناسب استان در چهار دسته WT و WO، ST و SO تعیین گردید. نادری و همکارانش (۱۳۹۲)، به بررسی واکاوی اثرات گردشگری در روستای ایبانه با استفاده از تکنیک سوات، پرداخته‌اند. هدف این تحقیق بررسی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری روستایی در ایبانه است. این پژوهش، از نوع تحقیقات کاربردی - توصیفی است که برای گردآوری داده‌ها از روش پیمایشی استفاده شده است.

کیم<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در تحقیق تحت عنوان اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی ساکنان در اجتماع (منطقه ویرجینیا) بیان می‌کند بین اثرات گردشگری و رضایت از قلمروهای مختلف از زندگی که از گردشگری حاصل شده با توجه به مرحله توسعه گردشگری منطقه مختلف است. به طوریکه بین آثار اقتصادی گردشگری و رضایت از رفاه مادی و رابطه بین آثار اجتماعی گردشگری و رضایت از رفاه اجتماعی منطقه در بین ساکنان مناطقی که در مرحله بلوغ توسعه گردشگری هستند بیش‌ترین و قوی‌ترین ارتباط وجود دارد. کالانتونیو<sup>۳</sup> و پاتر<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) در تحقیقی با عنوان ادراک ساکنان از اثرات گردشگری در هاوانا، در ارتباط با ادراک ساکنان از اثرات محیطی گردشگری بیان می‌کنند ادراک ساکنان از اثرات گردشگری بر زیرساخت‌های شهری در زمینه آب رسانی، حمل و نقل و ترافیک، فاضلاب، برق و گاز نیز مورد توجه بوده است، که عموماً ادراک ساکنان، نشان دهنده کاهش کیفیت در زمینه زیرساخت‌ها نیست. همچنین بیش از نیمی از پاسخ دهندگان، اصلی‌ترین اثر منفی گردشگری را افزایش فحشا می‌دانند. پدیده دیگر منفی که از لحاظ اجتماعی مردم معتقدند توسط گردشگری در هاوانا به وجود

<sup>۲</sup> . kim

<sup>۳</sup> . Klantunio

<sup>۴</sup> . Pater

آمده است، افزایش جرم و جنایت و فعالیت‌های غیر قانونی است. علاوه بر آن نتایج بررسی انجام شده نشان می‌دهد، در سطح کلی تر از هر ۱۰ شهروند، ۹ نفر گردشگری را به عنوان مولد یک اثر مثبت در منطقه ارزیابی کرده‌اند که زمینه احیای محیط اجتماعی- فرهنگی را فراهم آورده است. اوزکان<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی تأثیر بحران‌های اقتصادی اروپا بر روی شرکت‌های جهانگردی گردشگری در ترکیه پرداخته‌اند. این مطالعه تجربی برای ارزیابی اثر بحران‌های اقتصادی بر تغییرات مورد انتظار مدیریت، درآمد، هزینه‌ها، کارمندان و مسافران شرکت‌های گردشگری انجام شده است. پالمر<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۳)، به بررسی اثرات هویت اجتماعی ساکنان و ارتباط آن با حمایت از ورود گردشگران پرداخته‌اند. این مقاله اثرات هویت اجتماعی و مشارکت ساکنان بر حمایت از ورود گردشگران را بررسی می‌کند. استایلیدز<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود به بررسی بحران‌های اقتصادی و گردشگری در کاوالای یونان پرداخته‌اند. ایشان در مقاله خود مدلی را ارائه کرده‌اند که چگونه بحران‌های اقتصادی بر نگرش ساکنان مناطق نسبت به گردشگری تأثیر می‌گذارد. بیدولف (۲۰۱۵) در مقاله خود با عنوان محدودیت‌های اثرات گردشگری جمعی در حاشیه‌های روستایی، رویکرد معیشتی را برای بررسی تأثیر گردشگری کامبوج در حاشیه‌های روستایی اتخاذ کرده است. مرحله کمی این پژوهش نشان داد که سه روستا از طریق مهاجرت نیروی کار بهم مرتبط بودند. مرحله کیفی مطالعه نشان داد که روستاییان از طریق مهارت‌ها و شبکه‌های اجتماعی، اشتغال در مکان‌های مختلف را اتخاذ می‌کنند، خانواده‌های فقیر در حاشیه‌های روستایی به اقتصادهای گسترده تر گردشگری با ریسک کم و بی بازگشت استراتژی‌های امرار معاش، مرتبط هستند. خط مشی فقر و گردشگری باید توسط تصمیم‌گیری‌های مشروط استراتژیک که شکل دهنده آنهاست آگاهی داده شود. با توجه به مباحث فوق سؤال اصلی مقاله حاضر این است که: اولویت بندی ظرفیت گردشگران در حوزه‌های مختلف گردشگری چگونه است؟

### روش شناسی تحقیق

نمونه خیرگی تحقیق حاضر را تعداد ۱۱ نفر از مدیران و مسؤولینی که به شکلی با مباحث مربوط به موضوع تحقیق در سطح استان‌های شمالی (مازندران، گیلان و گلستان) از نزدیک در ارتباط بوده و سوابق تحقیقاتی و تجربی خوبی در این زمینه داشته‌اند تشکیل داده‌اند. نام مشخصات این افراد و سوابق تحقیقاتی و تجربی آنها نزد نویسندگان مقاله محفوظ است.

<sup>۵</sup> . ozkan

<sup>۶</sup> . palmer

<sup>۷</sup> . styledes at el

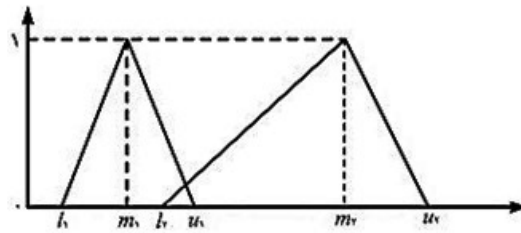


پژوهش حاضر به بررسی، رتبه‌بندی و سنجش ظرفیت گردشگری در حوزه‌های مختلف می‌پردازد. حوزه‌های مختلف مورد بررسی شامل موارد زیر می‌شود که در ادبیات تحقیق تشریح شده‌اند: ۱- گردشگری مکان‌های مذهبی ۲- گردشگری آئین‌های مذهبی ۳- گردشگری درمانی ۴- گردشگری مکان‌های تاریخی ۵- گردشگری ورزشی ۶- گردشگری تجاری ۷- اکوتوریسم ۸- گردشگری سیاه ۹- گردشگری ماجراجویانه ۱۰- گردشگری فرهنگی.

در این تحقیق، برای اندازه‌گیری داده‌ها از پرسشنامه مقایسات زوجی استفاده شده است. متغیرهای پرسشنامه توسط افراد خبره که در حوزه‌های مورد تحقیق تخصص کافی دارند بعلاوه ادبیات تحقیق استخراج شده است. در ضمن پرسشنامه نیز در جهت افزایش صحت اطلاعات جمع‌آوری شده، به صورت نه (۹) گزینه‌ای انتخاب شده است. جهت جمع‌آوری داده‌ها با توجه به ادبیات تحقیق پرسشنامه‌ای با ۴۵ پرسش طراحی شده است و در ادامه به منظور دست یافتن به اهداف تحقیق و پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق، پرسشنامه مذکور با طیف نه گانه بین خبرگان (جامعه آماری) توزیع شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات لازم بوسیله پرسشنامه، رتبه‌بندی حوزه‌های مختلف گردشگری به روش AHP فازی صورت گرفت.

در فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی اگر چه افراد خبره از شایستگی‌ها و توانایی‌های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می‌نمایند، اما توجه به این نکته ضروری است که فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی سنتی، امکان انعکاس سبک تفکر انسانی را به‌طور کامل ندارد. به عبارت بهتر، استفاده از مجموعه‌های فازی، سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و بعضاً مبهم انسانی دارد و بنابراین بهتر است که با استفاده از مجموعه‌های فازی (به‌کارگیری اعداد فازی) به پیش‌بینی بلندمدت و تصمیم‌گیری در دنیای واقعی پرداخت. در سال ۱۹۹۲ روشی با عنوان روش تحلیل توسعه‌ای توسط چانگ ارایه گردید. بعدها به سال ۱۹۹۶ این روش توسط خود وی بهبود بخشیده شد. روش گسترش یافته چانگ بیش از همه روش‌های دیگر برای محاسبات تحلیل سلسله‌مراتبی فازی مورد استفاده قرار گرفته است. اعداد مورد استفاده در این روش، اعداد مثلثی فازی هستند. چانگ جهت تعمیم تکنیک AHP به فضای فازی از مفهوم درجه امکان‌پذیری استفاده کرده است. منظور از درجه امکان‌پذیری آن است که مشخص شود چقدر احتمال دارد یک عدد فازی بزرگتر از یک عدد فازی دیگر باشد (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳). مفاهیم و تعاریف فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی براساس روش تحلیل توسعه‌ای به صورت زیر می‌باشد:

دو عدد فازی  $M_1$  و  $M_2$  که در نمودار ۱ رسم شده‌اند در نظر گرفته می‌شود.



نمودار ۱: اعداد مثلثی  $M_1$  و  $M_2$

عملگرهای ریاضی آن به صورت روابط (۱)، (۲) و (۳) تعریف می‌شود:

رابطه ۱-

$$M_1 + M_2 = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2)$$

رابطه ۲-

$$M_1 * M_2 = (l_1 * l_2, m_1 * m_2, u_1 * u_2)$$

رابطه ۳-

$$M_1^{-1} = \left( \frac{1}{u_1}, \frac{1}{m_1}, \frac{1}{l_1} \right) \quad M_2^{-1} = \left( \frac{1}{u_2}, \frac{1}{m_2}, \frac{1}{l_2} \right)$$

باید توجه داشت که حاصل ضرب دو عدد فازی مثلثی، یا معکوس یک عدد فازی مثلثی، دیگر یک عدد فازی مثلثی نیست. این روابط، فقط تقریبی از حاصل ضرب واقعی دو عدد فازی مثلثی و معکوس یک عدد فازی مثلثی را بیان می‌کنند. در روش تحلیل توسعه‌ای، برای هر یک از سطرها ماتریس مقایسات زوجی، مقدار، که خود یک عدد مثلثی است، به صورت رابطه (۴) محاسبه می‌شود:

رابطه ۴-

$$S_k = \sum_{j=1}^n M_{ij} * \left[ \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n M_{ij} \right]^{-1}$$

در روش تحلیل توسعه‌ای، پس از محاسبه‌ها، باید درجه بزرگی آن‌ها را نسبت به هم به دست آورد. به طور کلی اگر  $M_1$  و  $M_2$  دو عدد فازی مثلثی باشند، درجه بزرگی  $M_1$  بر  $M_2$ ، به صورت رابطه (۵) تعریف می‌شود:

$$V(M_1 \geq M_2) = 1, \quad \text{if } m_1 \geq m_2$$

رابطه ۵-

$$V(M_1 \geq M_2) = \frac{u_1 - l_2}{(u_1 - l_2) + (m_2 - m_1)}, \quad 0 < W$$

میزان بزرگی یک عدد فازی مثلثی از عدد فازی مثلثی دیگر از رابطه (۶) به دست می‌آید:

$$M_K = V(M_1 \geq M_2), \dots, V(M_1 \geq M_K)$$

رابطه ۶-

به منظور دسترسی به روایی ابزار اندازه‌گیری داده‌ها، طی پنج مرحله کلیه واژه‌ها، کلمات، و متغیرهای تحقیق با استفاده از ادبیات و نیز مطالعات میدانی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند که عبارتند از: استخراج متغیرها از ادبیات، پالایش بوسیله محققان این تحقیق، پالایش توسط ۱۱ خبره، پالایش توسط نمونه مقدماتی خبرگان، و تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان نهایی.

قابلیت اعتماد یا پایایی یکی از ویژگیهای فنی ابزار اندازه‌گیری است و اشاره دارد به اینکه اگر تحقیقی با شرایط قبلی و بار دیگر اجرا گردد آیا نتایج با نتایج قبلی یکسان می‌باشد یا خیر؟ از آنجائیکه پرسشنامه‌ی مربوط به تحقیق حاضر از نوع ماتریس‌های مقایسات زوجی است پایایی تحقیق معادل با استفاده از نرخ سازگاری پاسخها سنجیده می‌شود. با توجه به مقدار نرخ ناسازگاری ( $CR=0.0342$ ) و کم‌تر از ۱۰٪ است می‌توان ادعا کرد که تحقیق حاضر دارای پایایی مناسبی می‌باشد.

### یافته‌ها

در این تحقیق ظرفیت گردشگران در حوزه‌های ۱- گردشگری مکان‌های مذهبی ۲- گردشگری آئین‌های مذهبی ۳- گردشگری درمانی ۴- گردشگری مکان‌های تاریخی ۵- گردشگری ورزشی ۶- گردشگری تجاری ۷- اکوتوریسم ۸- گردشگری سیاه ۹- گردشگری ماجراجویانه ۱۰- گردشگری فرهنگی و در هتل رستوران میزبان مورد بررسی قرار گرفته است.

در فاز اول خبرگان به پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند. در مرحله بعد پاسخ خبرگان به پرسشنامه به صورت ماتریس مقایسات زوجی معیارها نسبت به همدیگر و در قالب اعداد فازی مثلثی (جدول شماره ۱) ارائه شده است:

جدول شماره ۱: ماتریس مقایسات زوجی معیارها نسبت به همدیگر

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱	(1,1,1)	(1,1,3)	(1/9,1/7,1/5)	(1/7,1/5,1/3)	(1/5,1/3,1)	(1/11,1/9,1/7)	(5,7,9)	(1/9,1/7,1/5)	(1/9,1/7,1/5)	(1/7,1/5,1/3)
۲	(1/3,1,1)	(1,1,1)	(1/9,1/7,1/5)	(1/5,1/3,1)	(1/5,1/3,1)	(1/9,1/7,1/5)	(5,7,9)	(1/7,1/5,1/3)	(1/7,1/5,1/3)	(1/7,1/5,1/3)

۳	(5,7,9)	(5,7,9)	(1,1,1)	(5,7,9)	(5,7,9)	(1/9,1/7,1/5)	(7,9,11)	(3,5,7)	(5,7,9)	(3,5,7)
۴	(3,5,7)	(1,3,5)	(1/9,1/7,1/5)	(1,1,1)	(1/9,1/7,1/5)	(1/9,1/7,1/5)	(1/5,1/3,1)	(1/7,1/5,1/3)	(1/9,1/7,1/5)	(1/9,1/7,1/5)
۵	(1,3,5)	(1,3,5)	(1/9,1/7,1/5)	(5,7,9)	(1,1,1)	(1/11,1/9,1/7)	(3,5,7)	(5,7,9)	(1,1,3)	(1/9,1/7,1/5)
۶	(7,9,11)	(5,7,9)	(5,7,9)	(5,7,9)	(7,9,11)	(1,1,1)	(5,7,9)	(5,7,9)	(5,7,9)	(7,9,11)
۷	(1/9,1/7,1/5)	(1/9,1/7,1/5)	(1/11,1/9,1/7)	(1,3,5)	(1/7,1/5,1/3)	(1/9,1/7,1/5)	(1,1,1)	(1/7,1/5,1/3)	(1/7,1/5,1/3)	(1/9,1/7,1/5)
۸	(5,7,9)	(3,5,7)	(1/7,1/5,1/3)	(3,5,7)	(1/9,1/7,1/5)	(1/9,1/7,1/5)	(3,5,7)	(1,1,1)	(1/9,1/7,1/5)	(1/9,1/7,1/5)
۹	(5,7,9)	(3,5,7)	(1/9,1/7,1/5)	(5,7,9)	(1/3,1,1)	(1/9,1/7,1/5)	(3,5,7)	(5,7,9)	(1,1,1)	(5,7,9)
۱۰	(3,5,7)	(3,5,7)	(1/7,1/5,1/3)	(5,7,9)	(5,7,9)	(1/11,1/9,1/7)	(5,7,9)	(5,7,9)	(1/9,1/7,1/5)	(1,1,1)

۱= گردشگری مکتب‌های مذهبی ۲= گردشگری آیین‌های مذهبی ۳= گردشگری درمانی ۴= گردشگری مکان‌های تاریخی  
 ۵= گردشگری ورزشی ۶= گردشگری تجاری ۷= اکوتوریسم ۸= گردشگری سیاه ۹= گردشگری ماجراجویانه ۱۰= گردشگری فرهنگی  
 ۱= گردشگری مکان‌های مذهبی ۲= گردشگری آیین‌های مذهبی ۳= گردشگری درمانی ۴= گردشگری مکان‌های تاریخی  
 ۵= گردشگری ورزشی ۶= گردشگری تجاری ۷= اکوتوریسم ۸= گردشگری سیاه ۹= گردشگری ماجراجویانه ۱۰= گردشگری فرهنگی  
 در فاز دوم ضرایب هر یک از معیارهای ماتریس مقایسات زوجی (Sk) مطابق با رابطه ۴ محاسبه شده است (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲: ضرایب ماتریس مقایسات زوجی

حوزه گردشگری (K)	Sk		
گردشگری مکان‌های مذهبی	0.076	0.035	0.020
گردشگری آئین‌های مذهبی	0.071	0.036	0.019
گردشگری مکان‌های تاریخی	0.351	0.189	0.101
گردشگری درمانی	0.076	0.035	0.015
گردشگری ورزشی	0.195	0.094	0.045
گردشگری تجاری	0.433	0.239	0.134
اکوتوریسم	0.039	0.018	0.008
گردشگری سیاه	0.158	0.081	0.040
گردشگری ماجراجویانه	0.258	0.138	0.071
گردشگری فرهنگی	0.254	0.135	0.070

پس از محاسبه درجه بزرگی هر یک از عناصر فوق بر عناصر دیگر مطابق با روابط ۵ و ۶، رتبه‌بندی حوزه‌های مختلف گردشگری به شرح زیر می‌باشد:

جدول شماره ۳: رتبه معیارهای سنجش

حوزه گردشگری (K)	رتبه هر معیار
گردشگری آئین‌های مذهبی	۸
گردشگری مکان‌های تاریخی	۲
گردشگری درمانی	۷
گردشگری ورزشی	۵
گردشگری تجاری	۱
اکوتوریسم	۹
گردشگری سیاه	۶
گردشگری ماجراجویانه	۳
گردشگری فرهنگی	۴

### بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری با تکیه بر پتانسیل‌های تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، طبیعی و تجاری مناطق مختلف رشد و گسترش یافته و بسیاری از نواحی جهان به این صنعت از نظر اقتصادی وابسته هستند. تأثیراتی که گردشگری بر مناطق گردشگرپذیر بر جای می‌گذارد گویای قدرت اثرگذاری این صنعت است. لوئیس ترنر گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبرو است و معتقد است گردشگری بیش‌ترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد. در زمینه گردشگری تحقیقات بسیاری صورت گرفته است. و هرکدام از تحقیقات به نحوی تأثیر مسایل مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... را بر صنعت گردشگری بررسی نموده‌اند. در این مقاله سعی شده است تا با مطالعه تحقیقات گذشته انواع گردشگری شناسایی و براساس نظرات خبرگان اولویت بندی گردد. از بین تحقیقات پیشینی که مطالعه شده مقالات حاجی نژاد و همکارش (۱۳۸۹)، قرخلو و همکاران (۱۳۸۸)، آقاجانی و فرهادی فر (۱۳۹۴) و تیموری و همکاران (۱۳۹۳) ارتباط نزدیکتری با مقاله حاضر داشته است.

نتایج این تحقیق نشان داده است که گردشگری تجاری رتبه اول، گردشگری مکان‌های تاریخی رتبه دوم، گردشگری ماجراجویانه رتبه سوم، گردشگری فرهنگی رتبه چهارم، گردشگری ورزشی رتبه پنجم، گردشگری سیاه رتبه ششم، گردشگری درمانی رتبه هفتم، گردشگری مکان‌های مذهبی رتبه هشتم و اکوتوریسم رتبه نهم را به خود اختصاص داده اند.

امروزه بسیاری از دولت‌ها در سرتاسر جهان بر نقش اهمیت گردشگری تجاری به عنوان منبعی برای ایجاد درآمد و اشتغال پی برده‌اند. گردشگری تجاری تأثیرات چشمگیری بر اقتصاد و مسایل اقتصادی شهرها، نواحی و کشورها از قبیل اشتغال، درآمد سرانه، موازنه پرداختها و... دارد. یکی از راهکارهای کشورها برای جذب گردشگر از بازارهای هدف، ایجاد نام تجاری یا برند برای مقاصد گردشگریشان می‌باشد. بازار یابان گردشگری، هر کشور را به مانند یک برند می‌بینند. در بسیاری از کشورهای جهان که به توسعه گردشگری تجاری پرداخته‌اند، تأثیرات در خور توجهی بر اقتصاد مشاهده می‌شود. به عبارتی، توسعه خدمات جهانگردی علاوه بر این‌که اصالت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌سازد، از حاصل آن در حفظ و سازماندهی این اصالت‌ها و نیز به وجود آوردن توازن بهینه منبع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ و نگهداری و رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی نیز بهره می‌جوید، و همزمان با آن از مزایای اقتصادی مربوط به آن هم برخوردار می‌شود. گردشگری تجاری اکنون به فعالیتی مهم بدل گشته است که جریان کارها، اقدام‌های اجتماعی و فرهنگی، و تغییرات فضایی فراوانی را شکل می‌دهد.

بنابراین پیشنهاد می‌گردد تا از امکانات و پتایسل های لازم موجود استفاده اساسی در جهت توسعه اقتصادی گردد.

با توجه به نتایج، گردشگری مکانهای تاریخی رتبه دوم را کسب نموده است، این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می‌شود و به بازدید از موزه‌ها، مکان‌ها و ابنیه تاریخی می‌پردازد، امروزه بخش عمده‌ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران ابنیه با ارزش تاریخی (یک میلیون و دویست) در این زمینه می‌تواند بسیار موفق باشد. گردشگری تاریخی از انواع بسیار مهم گردشگری در جهان امروز به شمار میرود که شامل دیدار از مناطق فرهنگی، تاریخی و باستانی، و جاذبه‌های قدیمی مانند جاذبه‌های هفتگانه جهان است. بافتهای تاریخی و فرهنگی، که نشانه فرهنگ و دانش معماری بومی اند و به منزله جزئی از هویت اجتماعی هر قوم و کشوری تلقی میشوند، جهت جذب گردشگر در بیش‌تر کشورهای دنیا مورد توجه ویژه قرار گرفته‌اند. این بافتهای در کشور ما نیز، که از سابقه شهرنشینی کهن و دیرینه‌ای برخوردار است، دربردارنده ظرافت و زیبایی و نیز روح خالق مردمی است که طی سالیان دراز آنها را طبق سنن، فرهنگ، و نوع معیشت خود به وجود آورده‌اند. به عبارتی دیگر، بافت قدیمی به منزله هسته اولیه شهر و قسمتی است که نشاندهنده نحوه اندیشیدن و نگرش نیاکان ما به جنبه‌های مختلف زندگی است و باید مورد توجه ویژه قرار گیرند. بافتهای تاریخی و فرهنگی به منزله هسته قدیمی و تاریخی، قابلیت‌های بالفعل و بالقوه فراوانی برای استقبال از

گردشگران دارند. بنابراین با ایجاد معماری سنتی و کم کردن فاصله بین بافت جدید از بافتهای قدیمی می‌توان در جذب گردشگر کمک بیش‌تری نمود.

گردشگری ماجراجویانه از بین متغیرها رتبه سوم را به خود اختصاص داده است، در هر جامعه کسانی هستند که به انجام دادن کارهای متهورانه و مخاطره‌آمیز علاقه وافر دارند. برخی از این افراد با اقدام به مسافرت‌های ماجراجویانه به این نیاز درونی خود پاسخ می‌دهند. چنین گردشگرانی می‌خواهند از راه‌های جدید یا غیر عادی، مهارت‌ها و توانایی‌های جسمی خود را در مواجهه با سختی‌ها و دشواری‌ها بیازمایند. لذا نوعی از گردشگری برای آنان لذت بخش و جذاب است که توأم با هیجان بیش‌تر باشد. در واقع این گونه سفرها حس کنجکاوی خطرپذیری و قوای جسمانی انسان‌ها را مورد آزمایش می‌نماید. ایران به دلیل برخورداری از تقریباً همه انواع شرایط اقلیمی و طبیعی (کوهستان‌های سر به فلک کشیده، رودخانه‌های خروشان، جنگل‌های انبوه در شمال کشور، غارها و آبشارها) از توانایی‌های مناسبی در این زمینه برخوردار است. ایجاد فضاهایی در هتل‌ها نیز می‌تواند این افراد را به

خود جذب کرده تا در مواقع استراحت نیز از این‌گونه فضاها بهره ببرند. ضمن این‌که هتل‌ها می‌بایست بروشور، کلیپ و یا نقشه‌هایی از این‌گونه مکانها در استان تهیه و در اختیار گردشگر قرار دهند. گردشگری فرهنگی رتبه چهارم را از دید پاسخ‌گویان به خود اختصاص داده، گردشگری فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری ۳۷ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی انجام می‌شود و این تقاضا در حال افزایش است. گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث به عنوان عناصر گردشگری نوین، توجه سیاست‌گذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است. در این نوع گردشگری به جذابیت‌های فرهنگی توجه می‌شود. از قبیل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری در ایران علاوه بر موارد فوق، آئین‌های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن‌های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری‌ها مانند محرم و ... نیز از جذابیت‌های فرهنگی می‌تواند تعریف شود. هتل رستوران‌ها می‌توانند با برنامه‌ریزی‌های مختلف در این زمینه مانند برنامه‌های شب‌یلدا و اعیاد در تاریخ‌های از پیش تعیین شده، گردشگران زیادی را به سمت خود جذب نمایند. همچنین ایجاد مکانهایی در هتل جهت نشان دادن صنایع دستی منطقه می‌تواند مؤثر باشد.

گردشگری ورزشی رتبه پنجم را کسب کرده است. شمار زیادی از میهمانان کشورهای مختلف اشخاصی‌اند که با قصد ورزش و تمرین یا شرکت در مسابقات ورزشی، تماشای مسابقه تیم‌ها یا بازیکنان مورد علاقه‌شان، یا گذراندن اردوهای ورزشی به سفر رفته‌اند. ورزش برای عده‌ای از مسافران جنبه تفریحی و تفننی دارد. مثل کسانی که به دلیل علاقه به موج‌سواری، قایقرانی، کوهنوردی و اسکی بازی و یا تماشای مسابقات ورزشی به کشوری سفر می‌کنند و برای عده‌ای جنبه حرفه‌ای دارد. مثل تیم‌ها یا بازیکنانی که برای برگزاری یک مسابقه ورزشی یا گذراندن اردوی تمرینی عازم کشورهای دیگر می‌شوند. هتل می‌تواند با ایجاد امکانات مناسب برای این افراد در جذب آنها اقدامات مناسبی انجام دهد.

گردشگری سیاه رتبه ششم را به خود اختصاص داده است. این نوع از گردشگری، گردشگری تلخ یا غم‌بار نیز نامیده می‌شود. در این نوع سفر، گردشگران به دیدن آثار وقایع تلخی مانند شهرهای زلزله زده، مناطق سیل زده، بازماندگان جنگ‌ها و حملات شیمیایی می‌روند. هدف از این سفر نیز تجسم بحران‌های طبیعی و انسانی در مناطقی است که دچار آسیب و بلا شده و افرادی را به کام مرگ فرو برده‌اند. برخی کارشناسان معتقدند که برگزاری تورهای جهانگردی در کشورهای توسعه نیافته و مناطق محروم، نه تنها ابتکار نوینی در صنعت گردشگری است، بلکه باعث کمک به مردم فقیر این



مناطق نیز می‌شود، چون گردشگران به هر نقطه‌ای که سفر کنند، ناگزیر به پرداخت هزینه‌های سفر خود هستند. گردشگری تنها راه توسعه نیست، اما می‌تواند روند توسعه اقتصادی را بر پایه‌ی قابلیت‌هایش تسهیل نماید. از این رو افزایش کارایی گردشگری سیاه در روند توسعه در وهله‌ی اول نیازمند انتخاب نوعی راهبرد اقتصادی است که می‌تواند زمینه‌ساز تحقیقات آتی در این زمینه باشد.

گردشگری درمانی رتبه هفتم را کسب نموده است. توریسم درمانی شامل افراد و گروههایی است که برای استفاده از تغییرات آب و هوا، با اهداف پزشکی و درمانی هم‌چون استفاده از آب‌های معدنی، گذراندن دوران نقاهت، معالجه و نظایر آن اقدام به مسافرت می‌کنند. یکی از جاذبه‌ها و امتیازات ایران برای توریسم درمانی در حوزه آب درمانی است، که می‌توان از این موهبت الهی استفاده نموده و در جذب گردشگر تبلیغات مناسبی نماید.

گردشگری مکان‌های مذهبی رتبه هشتم را کسب نموده است. این نوع گردشگری افرادی را شامل می‌شود که به منظور دیدار از اماکن مقدس یا انجام دادن امور مذهبی مسافرت می‌کنند. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در جهان امروز و نقش مکان‌های مذهبی در جذب گردشگران و تأثیر آن بر توسعه مناطق مختلف و جاهایی که دارای امامزاده‌های بسیاری در اطراف آن می‌باشد که با نگاه مدیریتی به این منطقه و برنامه‌ریزی صحیح برای این خطه از کشورمان، شاهد احیای مکان این امامزاده‌ها و محیط پیرامون آن باشیم به صورتی که گردشگران انگیزه سفر به این منطقه و دیدن این‌گونه مکانها را پیدا کنند. هم‌چنین برگزاری آیین‌ها و مراسم سنتی جذاب، توجه بیش‌تر به اوقات شرعی و نماز، قرار دادن قرآن در اتاقهای هتل می‌تواند در جذب افراد گرد شگر کمک نماید. هم‌چنین استفاده از فرصت ماه مبارک رمضان و تهیه جزوات به زبانهای مختلف.

یکی از بخش‌هایی که در صنعت گردشگری مورد توجه گردشگران و جهانگردان قرار گرفته است صنعت اکوتوریسم است. مسئولین هتل در این زمینه می‌توانند به موارد زیر توجه نمایند: زمینه‌سازی به منظور افزایش آگاهی و درک طبیعت و ویژگیهای فرهنگی، که موجب میشود بازدیدکنندگان، در برابر حفظ عناصر طبیعی و خصوصیات فرهنگی، بیش‌تر احساس مسؤولیت کنند. التزام به انجام فعالیتهایی مانند استفاده مناسب از دریا و جنگل که کمترین پیامد منفی زیست محیطی را داشته باشند.

## منابع و مآخذ

- ابراهیم زاده، عیسی و آقاسیزاده، عبدالله (۱۳۸۸). تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، **مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای**، شماره ۱: ۱۰۷-۱۲۸.
- آقاجانی، معصومه و فراهانیفرد، سعید (۱۳۹۴). گردشگری مذهبی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی ایران)، **فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان**، دوره سوم، شماره نهم: ۴۳-۶۶.
- تیموری، راضیه؛ کرمی، فریبا؛ تیموری، زینب و صفدری، امین (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری (مطالعه موردی: بازار تاریخی کلان شهر تبریز)، **نشریه گردشگری شهری**، دوره یک، شماره ۱: ۶۳-۷۸.
- حاجی نژاد، علی؛ پورطاهری، مهدی و احمدی، علی (۱۳۸۸). تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی فضایی مناطق شهری، **مطالعه موردی: شهر بانه، پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، شماره ۷۰: ۷۰-۹۱.
- حبیبی، آرش؛ ایزدیار، صدیقه و سرافرازی، اعظم (۱۳۹۳). **تصمیم‌گیری چند معیاره فازی**، انتشارات کتیبه گیل.
- رضوانی، محمدرضا و صفائی، جواد (۱۳۸۴). گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی؛ فرصت یا تهدید، **پژوهش‌های جغرافیایی**، شماره ۵۴: ۱۲۱-۱۰۹.
- رهنمایی، محمدتقی (۱۳۷۷). **بخش خصوصی دلهره بازگشت سرمایه، ماهنامه گردشگری**، سال اول، شماره دوم.
- روح اله زاده اندواری، قاسم (۱۳۸۵). **نقش جاذبه‌های گردشگری بر توسعه پایدار آبگرم لاریجان**، دانشگاه تهران.
- علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر؛ بدری، سیدعلی و فرجی سبکبار، حسنعلی (۱۳۸۶). **نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان نوشهر، روستا و توسعه**، دوره دهم، شماره اول: ۱-۲۲.
- سلطانی، سحر، و شاهنوشی، ناصر (۱۳۹۱). **اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری عمده شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی**، **مطالعات گردشگری**، سال اول، شماره اول.
- شاپلی، ریچارد و جولیا (۱۳۸۰). **گردشگری روستایی**، ترجمه رحمتا... منشی‌زاده و فاطمه نصیری، تهران: نشریه منش چاپاول.
- شهبان، پویان (۱۳۹۰). **بررسی نقش و اثرات گردشگری شهری در توسعه پایدار شهر؛ با تأکید برادر اکساکان، نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر**، دوره ۴- شماره ۷: ۱۲۱-۱۳۲.

- ضرابی و همکاران (۱۳۹۰). تحلیلی بر جاذبه‌ها و مناطق گردشگری منطقه اورامانات، **مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی**، سال ۲۲، شماره ۳: ۳۵.
- غفاری، سیدامین و ترکی هرچگانی، معصومه (۱۳۸۸). نقش گردشگری در توسعه اجتماعی-اقتصادی مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری: مطالعه موردی بخش‌سامان، **نشریه رو ستاو توسعه**، دوره ۱۲- شماره ۲: ۱۱۳-۱۲۶.
- فرجی ملائی، امین؛ عظیمی، آزاده و زیاری، کرامت‌الله (۱۳۸۹). تحلیل ابعاد کیفیت زندگی در نواحی شهری ایران، **پژوهش و برنامه‌ریزی شهری**، شماره ۲: ۱۶-۱.
- قرخلو، مهدی؛ رمضانزاده، مهدی و گلین شریف‌دینی، جواد (۱۳۸۸). اثرات زیست محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر، **فصلنامه پژوهشی جغرافیای انسانی**، سال اول- شماره سوم: ۱-۱۲.
- کاظمی، مهدی؛ اسماعیلی، محمودرضا و یاری‌گی فیروزی، الله‌یار (۱۳۹۱). تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان براساس تحلیل و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی، **فصلنامه جغرافیا و توسعه**، سال یازدهم، شماره ۴۷: ۳۲-۶۰.
- مهدوی، مسعود؛ قدیری معصوم، مجتبی و قهرمانی، نسرین (۱۳۸۷). اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره‌کنو سولقان، **فصلنامه روستاو توسعه**، سال ۱۱، شماره ۲: ۳۹-۶۰.
- نادری، کریم؛ اذانی، مهدی؛ مهری، یعقوبی فرانی، احمد و روستایی، مریم (۱۳۹۲). واکاوی اثرات گردشگری در روستای ایبانه با استفاده از تکنیک SWOT، **فصلنامه تحقیقات جغرافیایی**، سال ۲۸، شماره ۴: ۳۱-۴۴.
- نوری کرمانی، علی؛ ذوقی، ایوب؛ یاری حصار، ارسطو و علایی، مسعود (۱۳۸۸). گردشگری شهری و پیوند عملکردی آن با اکوتوریسم، مطالعه موردی: استان کردستان، **فضای جغرافیایی**، شماره ۲۶: ۱۳۷-۱۵۶.
- Andereck, K., Nyaupane. G. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents, **Journal of Travel Research**, 50(3): 248-260.
- Biddulph, R. (2015). Limits to mass tourism's effects in rural peripheries, **Annals of Tourism Research**, 50: 98-112.
- Henderson, J. (2011). Tourism development and politics in the Philippines, **Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism**, 6(2): 159-173.
- Jahangiri, M. (2010). **Health and tourism industry in Iran**, Tehran: c2001 [updated Apr 2010]. Available from: <http://www.iranhealthtourism.ir/fa/viewnew> [Persian]

- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How Does Tourism in a Community Impact the Quality of Life of Community Residents?, **Tourism Management**, 36(0):527-540.
- Korunovski, S., Marinoski, N. (2012). Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism development, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 44(2012):104–113.
- Kumar, J., & Hussain, K. (2014). Evaluating Tourism's Economic Effects: Comparison of Different Approaches, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 144: 360-365.
- Law, R., Qi, S., & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research, **Tourism Management**, 31(2010):297–313.
- Özcan, S., Erbyik, H., & Karaboğa, K. (2012). The effects of European economic crisis on the tourism travel companies in Turkey, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 58:987-994.
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Medi Jones, L. E. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on the iradvocacy of incoming tourism, **Tourism Management**, 38:142-151.
- Sirgy, M. (2010). Toward a quality-of-life theory of leisure travel satisfaction, **Journal of Travel Research**, 49:246–260.
- Styliadis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts, **Tourism Management**, 45:260-274.