تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۱۳
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۱۰

بررسی نگرش شهروندان به توسعه گردشگری شهری ایلام

پاکزاد آزادخانی[۱]، محمد جوادی‌راد[۲*]

چکیده

گسترش و توسعه گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته موجب تنوع هر چه بیشتر مشاغل و منابع درآمدی و کاهش ناهماهنگی در سایر بخش‌ها شده است. این صنعت برای کشورهای درحال‌توسعه که با مشکلات بی‌حد و حصر اقتصادی و اجتماعی مواجه‌اند می‌تواند فرصتی درخور در اختیار برنامه‌ریزان قرار دهد تا با کاهش نابرابری‌ها، افزایش درآمدها و فرصت‌های جدید شغلی و توازن در سطوح اقتصادی مناطق مختلف کشور دست یابند. با اینکه گردشگری رشد خیره‌کننده‌ای در سال‌های اخیر داشته ولی اثرات در جامعه میزبان به‌درستی شناخته نشده‌اند، به‌منظور پایداری بلندمدت مقصد باید به این مبعث توجه ویژه‌ای مبذول گردد، هدف این پژوهش بررسی نگرش شهروندان به توسعه گردشگری شهری ایلام می‌باشد، جامعه آماری پژوهش را افراد بالای ۱۸ سال ساکن شهر ایلام تشکیل می‌دهد، که بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر از آنها به روش تصادفی خوشه‌ای انتخاب شد. پرسشنامه پژوهش محقق‌ساخته است که روایی آن به شیوه صوری و پایایی آلفای کرونباخ به میزان ... تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل انجام شد. نتایج داده‌ها نشان داد که تمامی ابعاد نگرشی شهروندان از جمله (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست‌محیطی، دل‌بستگی اجتماعی بر توسعه گردشگری ایلام) اثرگذار است.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، نگرش، توسعه پایدار، شهر ایلام.

[۱]. استادیار معماری، دانشگاه باختر ایلام، ایران.

[۲]. نویسنده مسئول، کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه باختر، ایلام، ایران. پست الکترونیک: javadirad717@yahoo.com

مقدمه

گردشگری یکی از ابتدایی‌ترین فعالیت‌های انسان‌ها بوده که در تمامی ادوار تاریخی با آن سروکار داشته است و در زمان‌های مختلف به صورت‌های متفاوتی نمایان شده است (حاجی‌نژاد و احمدی، ۱۳۸۹: ۶۳).

با توجه به رشد اقتصادی و توسعه همه‌جانبه مردم نیازهای جوامع در حال تغییر هستند، پدیده‌ای که در سال‌های اخیر رشد روزافزونی داشته و به سرعت در حال تغییر مفاهیم بوده گردشگری است که در زمره بزرگترین صنایع جهان قرار گرفته است. افزایش رشد بین‌المللی از یک‌سو افزایش علاقه به مقصدهای گردشگری از سوی دیگر سبب شده است که روزبه‌روز انواع بیشتری از گردشگری فرهنگی، گردشگری آموزشی، گردشگری مذهبی گردشگری شهری، گردشگری روستایی، گردشگری سلامت و گردشگری ورزشی ایجاد شود (مروتی شریف‌آبادی و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۳: ۷۱).

توسعه‌ی گردشگری و عوامل مرتبط با آن در شکل‌دهی الگوی توسعه‌ی نواحی میزبان گردشگران تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی بسیاری است؛ اما از طرفی، چنین رویکردی موجب پدید آمدن نگرانی‌ها و بیم‌هایی از تهدید و تخریب محیط‌زیست و میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی ساکنان محلی گشته است. این نگرانی‌ها برای میزبانان گردشگران سبب نگرشی منفی در آنها شده و این نگرش منفی تردیدی ایجاد کرده که آیا گردشگری باعث توسعه‌ی محیط میزبان می‌شود یا عوامل تخریب‌گر آن به مراتب بیشتر هستند (صالحی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۵).

حضور گردشگران در یک ناحیه از جنبه‌های مختلفی بر زندگی افراد آن ناحیه تأثیر می‌گذارد. گردشگری از طریق تأثیر بر درآمد ملی، اشتغال، تغییر قیمت‌ها و تراز بازرگانی ملی اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد (علی‌قلی‌زاده فیروزجایی، ۱۳۹۸: ۵۲). از جمله آثار مثبت اقتصادی گسترش گردشگری افزایش درآمد ارزی، ایجاد فرصت‌های شغلی و تحرک سرمایه مالی می‌باشد.

گردشگری از جریان‌های جهانی است که به‌خوبی بیانگر امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. توسعه گردشگری در مناطق مختلف جهان آثار مختلفی به همراه دارد که به‌طورکلی می‌توان آن‌ها را به اثرات و پیامدهای اقتصادی، محیطی، اجتماعی فرهنگی تقسیم‌بندی کرد. استاکتون[۱] (۲۰۱۱) معتقد است که، طول مدت اقامت، علاقه به یادگیری بیشتر در مورد گردشگری، سطح تحصیلات، درآمد خانوار، دانش گردشگری ذهنی، دانش گردشگری اقتصادی و دانش زیست‌محیطی گردشگری، متغیرهای مرتبط با نگرش ساکنان نسبت به گردشگری بودند. براساس یافته‌های پژوهشگران در حیطه گردشگری باید بیان داشت که نگرش مثبت به گردشگری به توسعه گردشگری در آن منطقه بستگی دارد. دانش گردشگری اقتصادی تأثیر قابل‌توجهی در نگرش ساکنان نسبت به گردشگری داشته و یکی از بزرگ‌ترین اثرات بر نگرش ساکنان نسبت به گردشگری خواهد بود. ارتباط معناداری بین دانش گردشگری اقتصادی و نگرش ساکنان وجود دارد. دانش گردشگری زیست‌محیطی نیز تأثیر بسیار مهمی بر نگرش ساکنان نسبت به گردشگری داشته است.

در کنار آثار مثبت گردشگری بر زندگی جامعه میزبان، گردشگری ممکن است اثرات منفی مانند اشتغالات فصلی و بیکاری، تورم، ایجاد فحشاء و فرهنگ محلی غلط، تخریب منابع طبیعی، آلودگی آب‌وهوا و صوتی را نیز داشته باشد (علیقلی‌زاده فیروزجایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۴). به‌منظور کم کردن تأثیرات منفی باوجود جذب مزایا و منفعت‌هایی بسیاری که گردشگری می‌تواند داشته باشد، گردشگری باید ازنظر استراتژیکی برنامه‌ریزی‌شده و توسعه‌یافته باشد. در پاسخ به تأثیرات منفی، گردشگری پایدار به‌عنوان یک فرم جایگزین گردشگری به وجود آمده است که هدف آن کم

---

[۱]. Stockton

کردن تأثیرات منفی گردشگری است درحالی‌که برای به دست آوردن مزایای صنعت گردشگری هم عرضه می‌شود. تأثیرات منفی گردشگری هرچند کوتاه مدت یا اثرگذاری کمی داشته باشند باعث تغییر نگرش میزبانان گردشگری می‌شود. زمانی که نگرش افراد یک جامعه نسبت به یک پدیده تغییر می‌کند نگرش منفی به وجود می‌آید که احتمال می‌رود رفتارهای غیرمنطقی نسبت به اصل پدیده در ذهن فرد ایجاد کند. نگرش منفی در مقابل توسعه‌ی گردشگری قرار دارد و هرچه سطح نگرش افراد جامعه نسبت به مزایای گردشگری منفی‌تر باشد توسعه گردشگری در آن منطقه با مشکلات فراوانی روبه رو می شود (Stockton, 2011: 91).

عادلی (۱۳۹۱) معتقد است که، تأثیرگذاری‌های مثبت گردشگری در مقایسه با پیامدهای نامطلوب آن از دیدگاه جامعه میزبان از شدت بیشتر برخوردار است. حوزه مسائل محیطی، عرصه‌ای است که بیشترین پیامدهای نامطلوب گردشگری را به خود دیده است. بیشترین نگرانی ساکنین از آینده بافت در رابطه با مقوله گردشگری در خصوص آسیب‌های ماهوی (کالایی شدن فرهنگ و آداب‌ورسوم محلی و نمایشی بودن بافت و زندگی ساکنین در نگاه بازدیدکنندگان) می‌باشد. قضاوت جامعه محلی نسبت به گردشگری و توسعه آن در منطقه براساس قضاوت و ارزیابی آنان از مجموعه تأثیرات مطلوب (مثبت) و نامطلوب (منفی) درک شده در ابعاد گوناگون محیطی، اقتصادی و فرهنگی – اجتماعی در منطقه شکل گرفته است، که چنین وضعیتی مطابق چارچوب‌های تبیین شده در تئوری مبادله اجتماعی است.

رشد گردشگری یک منطقه نیازمند حمایت ساکنین آن منطقه است. سطح دانش و نگرش مثبت ساکنان نسبت به صنعت گردشگری برای موفقیت یک مقصد گردشگری اهمیت دارد (Bihagen, et al, 2018: 66). دانش ترکیبی از تجربیات، ارزش‌ها، اطلاعات و نگرش‌هاست (خمسه و قضاتی، ۱۳۹۳: ۸۹). دانش گردشگری در درجه اول به‌وسیله آگاهی از اثرات اجتماعی– فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی اندازه‌گیری می‌شود. دانش گردشگری ساکنین جامعه را از دو جنبه می‌توان مورد ارزیابی قرار داد. دانش مستقیم که یک ارزیابی واقعی از دانش افراد نسبت به گردشگری است. نگرش یک فرد بیانگر شیوه تفکر، احساس و واکنش‌هایی است که نسبت به محیط اطراف خود دارد بر این اساس نگرش هر فرد نقشی اساسی در رفتار او ایفا می‌کند (صنایعی و شافعی، ۱۳۸۹: ۳۲). نگرش‌های افراد مهم هستند، رفتار افراد بر اساس اندیشه‌ها، باورها و نگرش‌های آنان شکل می‌گیرد و هرگونه تغییر در رفتارهای پایدار مستلزم تغییرات ابتدایی در نگرش‌هاست (صفاری‌نیا، ۱۳۸۹: ۵۵). برداشت ساکنان از اثرات گردشگری برای توجه به توسعه موفق و بهره‌برداری از گردشگری مهم هستند. مانترابی[۱] و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند که، اکثر جوامع آن‌قدر که با فواید و فرصت‌های ایجادشده از گردشگری آشنایی دارند با مضرات و آثار سوء آن آشنایی ندارند. اکثر مردم بر این باورند که رویداد ورزشی همانند جام جهانی، المپیک و... اثرات مثبتی مانند سرمایه‌گذاری، شغل‌های جدید، فرصت‌های تجاری، بهبود زیرساخت‌ها و پیشرفت گردشگری ورزشی برای آن منطقه را به دنبال خواهد داشت اما گردشگری در یک منطقه باعث تراکم ترافیک، ازدحام و افزایش زباله، سروصدا و افزایش قیمت کالا و اجناس هم می‌شود. درحالی‌که مردم از فواید رویدادهای گردشگری آگاه هستند، به عواقب نامطلوب آن در جامعه محلی ناآگاه هستند.

گسترش و توسعه گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته موجب تنوع هر چه بیشتر مشاغل و منابع درآمدی و کاهش ناهماهنگی در سایر بخش‌ها شده است. این صنعت برای کشورهای درحال‌توسعه که با مشکلات بی‌حد و حصر اقتصادی و اجتماعی مواجه‌اند می‌تواند فرصتی درخور در اختیار برنامه‌ریزان قرار دهد تا با کاهش نابرابری‌ها، افزایش درآمدها و فرصت‌های جدید شغلی و توازن در سطوح اقتصادی مناطق مختلف کشور دست یابند. با اینکه گردشگری رشد

---

[۱]. Monterrubio

خیره‌کننده‌ای در سال‌های اخیر داشته ولی اثرات مطلوب و نامطلوب در جامعه میزبان به‌درستی شناخته نشده‌اند، به‌منظور پایداری گردشگری مقصد باید به این مبحث توجه ویژه‌ای مبذول گردد. گستره اثرات گردشگری وسیع است و اغلب بر حوزه‌ای تأثیرگذار است که کمتر به گردشگری مربوط است، به‌عنوان مثال اثرات اجتماعی فرهنگی برای ما روشن می‌سازد که چگونه گردشگری به تغییرات در نظام ارزش‌ها، رفتارهای فردی، روابط خانوادگی، شیوه زندگی جمعی و بسیاری موارد دیگر کمک می‌کند. اثرات اجتماعی فرهنگی همان اثرات گردشگری بر جامعه میزبان است که به جهت ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم جامعه میزبان با گردشگری به وجود می‌آید(Choi & Turk, 2018: 5). موفقیت این صنعت اگرچه به جذابیت‌ها و کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران بستگی دارد، همچنین نیازمند میهمان‌نوازی ساکنین محلی نیز می‌باشد. مشاهده میزبان خشمگین، بی‌علاقه یا بی‌اعتماد، نهایتاً منجر به این خواهد شد که گردشگران احساس کنند مورد استقبال قرار نگرفته‌اند اگر گردشگران چنین احساس نامطلوبی داشته باشند، حتی در بهترین شرایط ازنظر فیزیکی، همه تلاش‌ها بی‌اثر می‌ماند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۴). یکی از واکنش‌های انسان به فشارهای زندگی ماشینی و ساعات کاری زیاد ایجاد این باور است که زندگی خوب و ارزشمند در جایی دیگر از جهان در دسترس است. تعطیلات فرصت مغتنمی است که افراد بتوانند حداقل برای مدت کوتاهی شرایط ایده آل را تجربه کنند. بنابراین، براساس این دیدگاه، گردشگران برای تجربه شیوه‌های زندگی و فرهنگ والای جوامع دیگر تن به سفر می‌دهند و در انتظار الگوهای رفتاری و فرهنگ‌های برترند.

با توجه به آنچه گفته شد، گردشگری ایلام یکی از صنایع رو به رشد است و ایلام نیز به لطف پتانسیل‌های زیادی که در این زمینه دارد، قابلیت توسعه گردشگری و در نتیجه کسب درآمد بیشتر از این راه نیز دارا می‌باشد (مکسول، ۱۳۸۲: ۲۷). ایلام در یک منطقه طبیعی، بکر و کوهستانی قرار دارد و دارای جاذبه‌های گردشگری خاص است، می‌توانند مورد توجه گردشگران مختلف واقع شود و به‌عنوان مقصدی برای گذراندن اوقات فراغت باانگیزه تفریح و استراحت انتخاب شود و تعداد کثیری از گردشگران را به خود جذب کنند.

شهرستان ایلام با برخورداری از چشم‌اندازهای زیبای طبیعی، هوای پاک، کوه‌های سر به فلک کشیده در کنار جنگل‌های زیبای بلوط، وجود بازارچه‌ی با کالاهای متنوع و ارزان‌قیمت یکی از قطب‌های مهم گردشگری استان ایلام می‌باشد که هرساله و به‌ویژه در شش‌ماهه اول سال پذیرای گردشگران و مسافران زیادی از اقصی نقاط کشور و در طی چند سال اخیر گردشگران خارجی بوده است. افزایش ورود گردشگران به منطقه (به‌ویژه گردشگران غیراستانی) تأثیرات مثبت و منفی را در زمینه‌های، اجتماعی فرهنگی بر منطقه و ساکنان آن داشته است. از این‌رو پژوهش حاضر بر آن است تا با استفاده از نظرات مردم بومی، شاغلین و مسئولان گردشگری منطقه به بررسی این اثرات بپردازد. گردشگر، هم می‌تواند بر مقصد تأثیر بگذارد هم می‌تواند از آن تأثیر بگیرد. ظواهر رفتارها، برخوردها و تقاضاهای گردشگران تأثیراتی بر جامعه میزبان می‌گذارد و نگرش میزبان نیز می‌تواند چنین تأثیری داشته باشد که با رهیافتی سیستمی در دو دسته اثرات مثبت و منفی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی قرار گرفته شود. اما در پژوهش حاضر نقش تأثیر عناصر اقتصاد گردشگری، عوامل اجتماعی- فرهنگی، عوامل زیست محیطی، نگرش ساکنان بر توسعه گردشگری مدنظر است.

توسعه پایدار گردشگری ایلام به معنی استفاده مؤثر از مزایای گردشگری و به حداقل رساندن اثرات منفی است. امید است بتوان از این طریق با استفاده از فرصت‌های مناسبی که گردشگری ایجاد می‌کند، از طریق برنامه‌ریزی، اتخاذ استراتژی‌های مؤثر، آموزش، امکانات و مزایای بالقوه گردشگری را به بالفعل تبدیل کرده و با محدود کردن اثرات منفی،

توسعه و رشد پایدار آن را تضمین کنیم. لذا در این پژوهش به دنبال آنیم که تأثیر نگرش شهروندان در حمایت از توسعه گردشگری در ایلام را بررسی کنیم.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری یکی از بخش‌هایی است که به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی- فرهنگی امروزه موردتوجه کشورهای مختلف قرارگرفته است، صنعت گردشگری به لحاظ درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها در حال تبدیل‌شدن به صنعت اول در جهان است، به‌طوری‌که بسیاری از کشورها با ایجاد زمینه‌ها و زیرساخت‌های مناسب درصدد بهره‌برداری از مزایای این صنعت هستند. مفهوم گردشگری پایدار، موضوع اساسی این صنعت در دهه ۱۹۸۰ بوده و به‌ویژه در منطقه آلپ مطرح شد (آرایش و علی حسینی، ۱۴۰۰: ۳۹). با این‌حال مفهوم گردشگری پایدار در اواخر دهه‌ی۱۹۹۰ به کار گرفته شد (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۶). این پایداری به کیفیت تجربه گردشگران و منفعت ساکنان وابسته است (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۳). گردشگری پایدار علاوه بر حفظ کیفیت، گوناگونی و تنوع فرهنگ‌ها و محیط‌های زیستی مختلف درپی افزایش درآمد و ارتقای سطح زندگی روستاییان و ایجاد نوعی تعادل بین سه قطب گردشگری، ساکنان محلی و مکان گردشگری است (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۳۳)، رویکرد گردشگری پایدار به‌عنوان شکلی از گردشگری جایگزین، در پی بهبود زندگی ساکنان محلی، ارتقاء تجربیات گردشگران و حفظ محیط‌زیست مقصد می‌باشد. ازآنجا که توسعه گردشگری به‌صورت چشمگیری به حسن نیت جامعه میزبان بستگی دارد و حمایت آن در توسعه و عملکرد موفقیت‌آمیز گردشگری، ضروری محسوب می‌شود (علیقلی‌زاده فیروزجایی، ۱۳۸۹: ۳۵). امروزه جهت رسیدن به توسعه پایدار در صنعت جهانگردی نیاز وافری به برنامه‌ریزی‌های بنیادین برای توسعه و مدیریت صنعت گردشگری احساس می‌شود. یکی از اهداف مهم در سیاست‌گذاری برای توسعه پایدار نگرش به محیط‌زیست و تلاش برای حفظ آن است (هواسی و شوهانی، ۱۳۹۸: ۱۳۰). توسعه گردشگری به‌عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد. نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تائید قرارگرفته است. هنگامی‌که یک جامعه تبدیل به مقصد گردشگری می‌شود، کیفیت زندگی سیستم‌های ارزشی، روابط خانوادگی، نگرش‌ها، آداب‌ورسوم، الگوهای رفتاری، پایگاه اجتماعی- فرهنگی و بسیاری از مؤلفه‌های دیگر، به‌نوعی بر روی نگرش مردم در حمایت از توسعه گردشگری تأثیر دارند (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۰). تجربه نشان داده است که هرکجا گردشگری بدون چارچوب برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی متعددی ظهور پیداکرده و در درازمدت مشکلات گردشگری، بیشتر از فواید آن می‌شود (هواسی و شوهانی، ۱۳۹۸: ۱۴۶)، شکی نیست که صنعت گردشگری در دنیای امروز از جایگاه ویژه‌ای میان عوامل رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها برخوردار است، مطرح‌شدن اندیشه گردشگری پایدار در محیط و ارتباط تنگاتنگ آن با توسعه پایدار، به‌عنوان یک گرایش نظری منسجم‌کننده پایداری زیست‌محیطی، فرهنگی، اقتصادی دربرگیرنده تمامی وجوه قابل‌انتظار در توسعه و گسترش گردشگری است (استعلاجی و الهقلی‌نژاد، ۱۳۹۵: ۸۳)، گردشگری بر مقصد و جامعه میزبان اثر می‌گذارد و هم به‌نوعی بر نگرش جوامع میزبان در حمایت از توسعه گردشگری تأثیرگذار است، این اثرات طیف گسترده‌ای از اثرات اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و یا زیست‌محیطی را شامل می‌شود. با توجه به تنوع و پیچیدگی فعالیت‌های گردشگری، اثرات ناشی از این فعالیت‌ها نیز ابعاد گسترده و به‌هم‌پیوسته‌ای دارند که باید

در مطالعات اثرات گردشگری به آن‌ها توجه شود (مودودی ارخودی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۰۷). توجه به صنایع درآمدزا و ارزآور به‌منظور پایان دادن به تراژدی اقتصاد تک‌محصولی، اولین قدم به‌منظور رشد و توسعه پایدار کشور محسوب می‌شود. گردشگری از عوامل اصلی توسعه‌پایدار در سطوح اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی است (آرایش و علی حسینی، ۱۴۰۰: ۳۹).

توسعه پایدار گردشگری

توسعه پایدار گردشگری رویکردی مثبت در جهت کاهش تنش‌ها و برخوردهایی ناشی از تعاملات پیچیده میان صنعت گردشگری، گردشگران، محیط، جامعه میزبان و گردشگران است. سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۸ چنین تعریفی را ارائه کرده است: «آن نوع از توسعه که متناسب با نیاز امروز گردشگر و جامعه میزبان باشد در عین حال از فرصت‌ها برای آینده گردشگری حمایت کند و آنها را افزایش دهد (استعلاجی و الهقلی‌نژاد، ۱۳۹۵: ۱۰۲).

اهمیت توسعه گردشگری

طبق گزارش سالانه آثار اقتصادی جهان، کمیسیون سفر و گردشگری جهان در سال ۲۰۱۵ مخارج سفرهای تفریحی (داخلی و وارد شونده) به‌طور کلی ۷۶/۶ درصد سهم تولید ناخالص ملی و در سال ۲۰۱۴ گردشگری و سهم مخارج سفرهای تجاری تنها ۲۳/۴ درصد بوده است. در سال ۲۰۱۵، ۳/۳ درصد رشد داشته است و در سال ۲۰۲۵، ۴/۱ درصد افزایش می‌یابد. سفرهای تجاری در سال ۲۰۱۵، رشد ۴ درصدی داشته و در سال ۲۰۲۵، ۳/۲ درصد رشد خواهد کرد که می‌تواند نقش به سزایی در تولید ناخالص ملی داشته باشد (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۹).

اصول توسعه پایدار گردشگری

محافظت و استفاده پایدار از منابع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی ضروری است. بنابراین گردشگری باید با توجه به محدودیت‌های زیست محیطی و استفاده بهینه از منابع طبیعی و انسانی برنامه‌ریزی و مدیریت شود.

- برنامه‌ریزی، توسعه و عملیات گردشگری باید در جهت تکمیل راهبردهای ملی و محلی توسعه پایدار باشد.
- گردشگری باید ضمن در نظر داشتن هزینه‌ها و منافع زیست‌محیطی، دامنه‌ی وسیعی از فعالیت‌های اقتصاد محلی را پشتیبانی کند.
- جوامع محلی، باید با حمایت دولت و صنعت، به مشارکت در برنامه‌ریزی، توسعه و کنترل گردشگری، تشویق شوند.
- تمام سازمان‌ها و افراد موظف‌اند به فرهنگ، اقتصاد، سبک زندگی، محیط زیست و ساختار سیاسی مقصد احترام بگذارند (باباخان‌زاده، ۱۳۹۴: ۵۴).

شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه چو[۱] و تورک[۲]

۱. Choi

۲. Turk

از دیدگاه چو و تورک (۲۰۱۱) در کتابی با «عنوان کیفیت زندگی شاخص‌های اجتماعی مدیریت پارک‌ها، بازآفرینی و گردشگری» به بررسی شاخص‌های پایداری گردشگری پرداخته است. شش بعد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اکولوژی، سیاسی و تکنولوژی معرفی می‌کند. از جمله مؤلفه‌هایی که ذکر کرده بررسی نگرش مردم محلی نسبت به توسعه پایدار گردشگری است.

بعد اقتصادی: ارتقا گردشگری و اطمینان از رشد مدیریت شده گردشگری با در نظر گرفتن ظرفیت مقصد به‌طوری که باعث نارضایتی گردشگران نشود.

بعد اجتماعی: توانایی جامعه برای افزایش جذب گردشگران ورودی بدون آثار منفی و آسیب به فرهنگ بومی.

بعد محیطی: مربوط به ظرفیت طبیعی و ساخت محیط با کنترل آسیب‌های گردشگری.

بعد صنعتی: تعهد مقصد برای اعلام توسعه گردشگری پایدار به وسیله پیوسته کردن اصول برنامه‌ریزی پایدار و استفاده از شاخص‌هایی که پایداری را نشان دهد (مودودی ارخودی، ۱۳۹۴: ۳۶).

اهمیت بحث نگرش در پژوهش حاضر

جی. ای. ویل معتقد است سبک زندگی علاوه بر مصرف، نگرش‌ها، ارزش‌ها، موقعیت اقتصادی، شغل، طبقه‌بندی اجتماعی، مشارکت در فعالیت‌های اوقات فراغت را هم در برمی‌گیرد. پس می‌توان چنین استدلال کرد که نگرش افراد به پدیده‌های مختلف برخواسته از سبک زندگی آنان است و از طرف دیگر یکی از کاربردی‌ترین روش‌های سنجش توسعه پایدارگردشگری بررسی نگرش مردم محلی نسبت به توسعه پایدار گردشگری است (مودودی ارخودی، ۱۳۹۴: ۵۹).

تعریف نگرش

گذاره‌هایی ارزش گذار یا داوری‌هایی در رابطه با اشیاء، مردم و رویدادهاست. اجزاء آن شامل: جزءشناختی یک نگرش اعتقادی یا باور یک نگرش، جزء احساسی، جزء رفتاری. انسجام نگرش، مردم به دنبال هماهنگ کردن نگرش‌های ناهم‌خوان خود و هماهنگ کردن نگرش و رفتار هستند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۸).

تئوری‌های نگرش

تئوری ناهمسازی شناختی

در اواخر دهه۱۹۵۰، لئون فستینگر تئوری ناهمسازی شناختی را مطرح کرد. در این تئوری به بیان رابطه نگرش و رفتار می‌پردازد. ناهمسازی یعنی عدم انسجام و ناهمسازی شناختی به هرگونه ناسازگاری که فرد بین دو نگرش یا بیشتر یا بین رفتار و نگرش تصور می‌کند. فستینگر بر این عقیده است که در صورت رخ دادن یک ناهمسازی فرد سعی می‌کند به روش‌های مختلف این ناهمسازی را کاهش دهد (باباخان‌زاده، ۱۳۹۴: ۸۱).

تئوری ادراک خویشتن

برخی مطالعات به بررسی اثر رفتار بر نگرش می‌پردازد. در تئوری ادراک خویشتن به جای آنکه از نگرش‌ها به‌عنوان ابزاری که بر عمل مقدم است، استفاده شود، بعد از انجام عمل برای معنا دادن به اقدامی که الان روی داده است، استفاده

می‌شود و می‌گوید نگرش‌ها صرفاً گزاره‌های علی- شفاهی هستند. زمانی که از مردم در مورد نگرششان می‌پرسیم آنها جوابی منطقی خواهند داد نه آنچه واقعاً بر آن باور هستند و عمل می‌کنند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۳).

تئوری تبادل اجتماعی

براساس تئوری تبادل اجتماعی، روابط میان انسان‌ها براساس تعامل دو مفهوم «هزینه» و «سود» شکل می‌گیرد، یعنی افراد باید از ارزیابی منفعت و هزینه‌های یک مبادله تصمیم به مشارکت یا عدم مشارکت در آن می‌گیرند. پس براین اساس ساکنین محلی با ارزیابی مزایا و منافع حاصل از گردشگری، حاضر به حمایت یا عدم حمایت از توسعه گردشگری هستند (استعلاجی و الهقلی‌نژاد، ۱۳۹۵: ۷۷).

تأثیرات اقتصادی توسعه گردشگری

از معضلات اساسی شهرستان ایلام درصد بالای بیکاری آن است که مهم‌ترین علل این درصد بالای بیکاری می‌تواند مواردی چون؛ مرزی بودن منطقه، عدم توجه دولتمردان، عدم تمایل بخش خصوصی و حتی دولتی به سرمایه‌گذاری‌های کلان در این شهرستان و از بین رفتن بخش عظیمی از زیرساخت‌های شهرستان در زمان جنگ تحمیلی اشاره کرد. خوشبختانه در طی چند سال اخیر با توجه به تحولات مرزی و استفاده از مرز مهران به عنوان پل اصلی ارتباط بین مردم ایران و عراق گردشگری در این منطقه رونق تازه‌ای گرفته است. حجم بالای گردشگران مذهبی به شهرستان ایلام و شهرستان‌های اطراف آن باعث ایجاد شغل‌های جدید و فصلی در این منطقه شده است. به‌طوری که مشاهدات نگارنده نیز بیانگر این موضوع بوده است، برای نمونه در مسیر این زائران تعداد بسیار زیادی در قالب شغل‌های غیررسمی، دکه‌ها و دستفروشی‌ها امرار معاش می‌کنند. گردشگری همچنین باعث افزایش درآمد ساکنان منطقه نیز گردیده است. ورود گردشگران به استان ایلام در سال‌های اخیر باعث بهبود کیفیت زندگی ساکنان، بهبود امکانات و زیرساخت‌های منطقه شده است. ایجاد پارکینگ‌ها و جاده‌های جدید از جمله‌ی این پیشرفت‌ها می‌باشد (آرایش و علی‌حسینی، ۱۴۰۰: ۶).

تأثیرات اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری

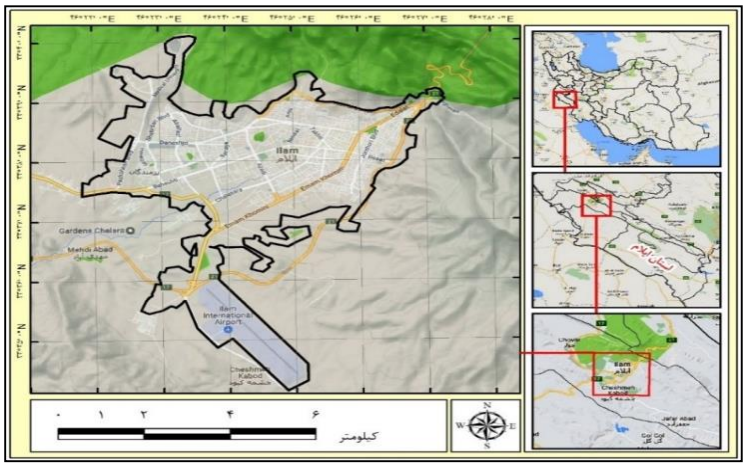
در دهه‌های گذشته مردم ایلام اکثراً از لباس‌ها و گویش‌های بومی استفاده می‌کردند. اما سال‌های اخیر این ویژگی فرهنگی از بین رفته و مردم ایلام از پوشش‌های غربی و لهجه‌ی فارسی بیشتر استفاده می‌کنند. هرچند این امر در مورد روستاها کمتر صدق می‌کند (هواسی و شوهانی، ۱۳۹۸: ۷). با این حال می‌توان ویژگی اصلی اجتماعی - فرهنگی منطقه ایلام یک دست بودن در زمینه‌ی مذهب است که حدود ۹۰ درصد آن شیعه می‌باشد و با توجه به مسیر گردشگری مذهبی که از این استان می‌گذرد باعث پیوند دوچندان گردشگران و ساکنین منطقه شده است. ایجاد غرفه‌های صلواتی و اقامتگاه‌های رایگان رابطه‌ی بین گردشگران و ساکنین را صمیمی‌تر کرده است. می‌توان گفت که توسعه گردشگری ایلام در افزایش سطح آگاهی ساکنان نقش بسزایی داشته، یکی از مهم‌ترین تأثیرات توسعه گردشگری در منطقه ایلام افزایش شهرت منطقه بوده است که بیشتر به خاطر هم‌مرزی با کشور عراق می‌باشد. مهم‌تر از همه روحیه‌ی مهمان‌نوازی ساکنان است که سبب شده گردشگران سریع‌تر ارتباط مطلوبی با آنها برقرار کنند (آرایش و علی‌حسینی، ۱۴۰۰: ۵).

تأثیرات زیست‌محیطی گردشگری

ایلام منطقه‌ای کوهستانی با بارش‌های متوسط که فضاهای سبز و جذاب فراوانی را تشکیل داده است. وجود جنگل‌های بلوط، آبشارهای متعدد، رودخانه‌های خروشان، چشمه‌های زیبا تأثیرپذیری این منطقه را دوچندان کرده است. وجود جنگل‌های متراکم، آبشارها و تنگه‌های پرآب و بکر یکی از اهداف اصلی گردشگران برای ورود به این منطقه می‌باشد. توسعه‌ی گردشگری در مناطق بکر استان ایلام و تبلیغ تورهای گردشگری که بیش از توان مناطق بوده باعث آلودگی‌هایی در این مناطق شده که نارضایتی ساکنان را موجب شده است. این نارضایتی رفته‌رفته به نگرش منفی در خصوص توسعه گردشگری در این مناطق تبدیل گردیده تا جایی که ساکنان محلی بعضی مناطق از ورود گردشگران ممانعت می‌کنند و جاده‌های منتهی به این مناطق را تخریب می‌کنند (شوهانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۷).

معرفی محدوده موردمطالعه

شهر ایلام مرکز و مهم‌ترین شهر در شمال استان واقع شده است. این شهر در بخش مرکزی شهرستان ایلام براساس طرح جامع شهری در سال ۱۳۹۵ با مساحتی حدود بر ۳۱۵۰ هکتار بین طول‌های جغرافیایی "۲۸ '۲۲ °۴۶ تا "۰۱ '۲۷ °۴۶ و عرض‌های جغرافیایی "۳۱ '۳۶ °۳۳ تا "۳۴ '۳۹ °۳۳ قرار گرفته است (شکل ۱). همچنین ارتفاع متوسط این شهر از سطح دریا ۱۴۴۰ متر می‌باشد. موقعیت جغرافیایی شهر ایلام در تقسیم‌بندی سیاسی کشور به شکل جز به جز در شکل زیر نشان داده شده است.



شکل (۱): موقعیت جغرافیایی شهر ایلام، منبع: استانداری ایلام، ۱۳۹۵.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی می‌باشد. یک جامعه آماری عبارت است از مجموعه‌ای از افراد با واحدها که دارای حداقل یک صفت مشترک باشند. جامعه آماری ما ساکنین بومی، دست‌اندرکاران و مسئولان و شاغلین گردشگری منطقه که به‌طورمستقیم و غیرمستقیم در بخش گردشگری فعالیت می‌کنند. نمونه عبارت است از مجموعه‌ای از نشانه‌ها که از یک قسمت، گروه یا جامعه‌ای بزرگ‌تر انتخاب می‌شود، به‌طوری‌که این مجموعه معرف کیفیات ویژگی‌های آن قسمت، گروه یا جامعه بزرگ‌تر باشد (خاکی، ۱۳۸۳: ۲۵۰). در این پژوهش به دلیل گستردگی جامعه آماری نمونه‌ای از آن انتخاب‌شده است. در تحقیق حاضر جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. نمونه آماری ما افراد بالای ۱۸ سال ساکن شهر ایلام، که بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر می‌باشند. مفهوم یاد شده به این موضوع تأکید دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه‌ای نتایج یکسانی

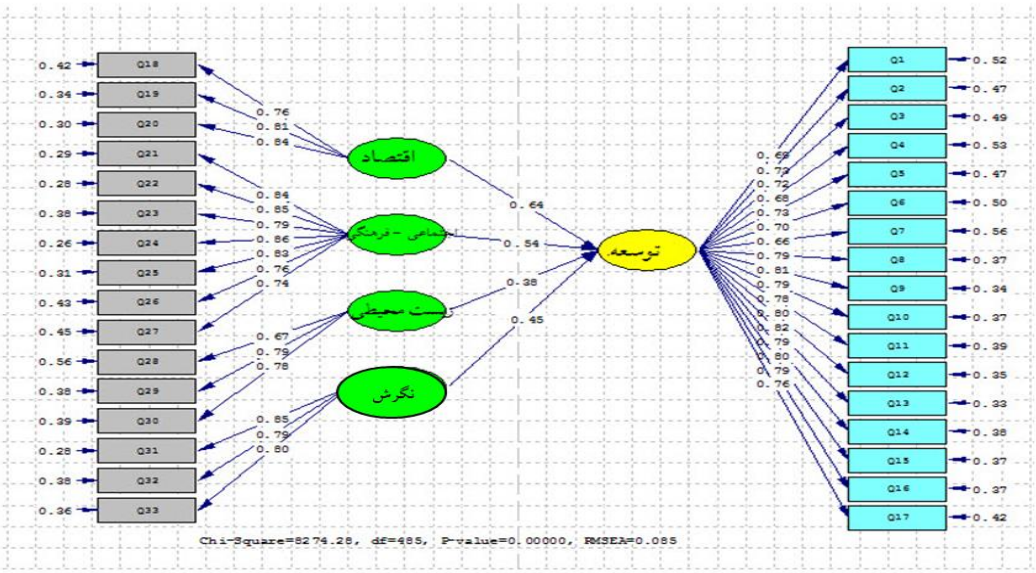
به دست می‌دهد. میزان پایایی یک ابزار اندازه‌گیری را می‌توان با روش‌های مختلفی برآورد کرده ولی روش آلفای کرونباخ مهم‌ترین و پرکاربردترین روش محاسبه میزان پایایی ابزار اندازه‌گیری در نرم‌افزار **SPSS** است. ضریب آلفای کرونباخ نوعی ضریب‌پایایی است که نشان می‌دهد که چگونه گویه‌ها در یک مجموعه به نحو مناسب به یکدیگر گره‌خورده‌اند و در قالب میانگین همبستگی‌های درونی میان گویه‌های اندازه‌گیری کننده مفهوم، محاسبه می‌شود (دانایی‌فر و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۶). ضریب آلفای کرونباخ بین (۰) و (۱) نوسان دارد که بر اساس آن، هرچه مقدار این ضریب به عدد (۱) نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده همسازی بیشتر گونه‌های یک مقیاس می‌باشد. در این تحقیق برای سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول۱-ضرایب آلفای کرونباخ

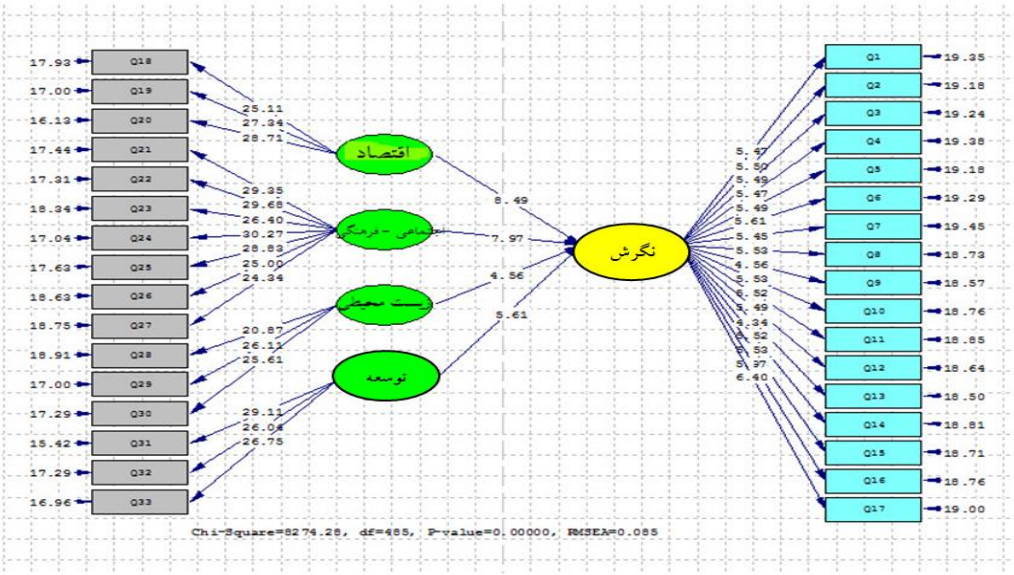
فرضیات	ضریب آلفای کرونباخ
اقتصاد گردشگری	۰/۹۵
اجتماعی – فرهنگی	۰/۸۳
زیست‌محیطی	۰/۷۵
نگرش	۰/۸۹
توسعه گردشگری	۰/۹۱

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

روش آماری که در این پژوهش استفاده‌شده است، مدل‌یابی معادلات ساختاری می‌باشد. لیزرل یا مدل‌یابی معادلات ساختاری یک تکنیک تحلیل چندمتغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری و به بیان دقیق‌تر بسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ی هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد.



شکل ۲-مدل ضرایب استاندارد فرضیات تحقیق



شکل ۳-مدل ضرایب معناداری فرضیات تحقیق

جدول ۲-نتایج فرضیات

فرضیات	ضریب استاندارد	ضریب معناداری (t-val ue)	تائید یا رد فرضیه
بین نگرش ساکنان در خصوص اقتصاد گردشگری بر توسعه گردشگری ایلام تأثیر مثبت و معنادار وجود دارد.	۰/۶۴	۸/۴۹	تائید فرضیه
بین نگرش ساکنان در خصوص عوامل اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر توسعه گردشگری ایلام تأثیر مثبت و معنادار وجود دارد.	۰/۵۴	۷/۹۷	تائید فرضیه
بین نگرش ساکنان در خصوص عوامل زیست‌محیطی گردشگری بر توسعه گردشگری ایلام تأثیر منفی و معنادار وجود دارد.	۰/۳۸	-۴/۵۶	تائید فرضیه

ارزیابی تناسب مدل

بعد از مدل‌سازی و تخمین پارامترهای آن، اولین سؤال اساسی که مطرح می‌شود این است که آیا مدل اندازه‌گیری، مدل اندازه‌گیری مناسبی می‌باشد یا خیر. پاسخ به این سؤال تنها از طریق بررسی برازش امکان‌پذیر است. منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد (کلانتری، ۱۳۸۸: ۱۲۷). وقتی یک مدل دقیقاً مشخص می‌شود و دارای ویژگی‌های همانندی باشد، برآورد و آزمون آن امکان‌پذیر گردد، در این‌صورت برای ارزشیابی برازندگی آن شاخص‌های زیادی وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها در جدول پایین آورده می‌شود:

جدول ۳-شاخص‌های نیکویی برازش مدل

شاخص برازش	معیار مقبولیت	آماره مدل فرضیات
RMSEA[1]	RMSEA<۰.۰۸	۰.۰۷۳

[1]. Root Mean Squarerror of Approximation

NFI [۱]	NFI >۰.۹۰	۰.۹۴
NNFI	NNFI >۰.۹۰	۰.۹۰
I FI	I FI >۰.۹۰	۰.۹۲
CFI [۲]	CFI >۰.۹۵	۰.۹۸
GFI [۳]	GFI >۰.۹۰	۰.۹۳
AGFI [۴]	AGFI >۰.۸۵	۰.۸۸
RMR	RMR<۰۷۵	۰.۰۵۸

متداول‌ترین شاخص‌هایی که در اکثر تحقیقات گزارش می‌شوند در جدول بالا آمده است. اگر یکی از این شاخص‌ها قابل‌قبول نباشد دلیلی بر رد مدل نیست بلکه نشان‌دهنده ضعف نسبی مدل می‌باشد که این ضعف ممکن است ناشی از نمونه‌گیری، جمعیت نمونه یا عوامل دیگر باشد. شاخص‌های ارائه‌شده و مقایسه آن با مقدار مطلوب برای یک مدل برازش یافته، نشان از برازش مناسب مدل تحقیق دارد. نکته قابل‌توجه در برازش مدل این است که، درحالی‌که برازش مدل ساختاری آن مدل را تائید می‌کند، هرگز ثابت نمی‌کند که آن مدل، یگانه مدل معتبر است.

نتیجه‌گیری

نتایج آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد که نگرش ساکنان در خصوص اقتصاد گردشگری در توسعه گردشگری ایلام با مقدار ضریب معناداری (۸/۴۹) تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین می‌توان بیان نمود که نگرش ساکنان در خصوص اقتصاد گردشگری ۶۴درصد توسعه گردشگری ایلام را تبیین می‌نماید. نتایج این فرضیه با یافته‌های مطالعه حاجی نژاد و احمدی (۱۳۸۹) از لحاظ بررسی تأثیر مثبت نگرش اقتصادی بر توسعه گردشگری، اهمیت اقتصاد گردشگری و تأثیرات نگرش مثبت بر توسعه گردشگری هم‌سو می‌باشد. همچنین، با پژوهش مروتی شریف‌آبادی و اسدیان اردکانی (۱۳۹۳) از لحاظ بررسی توسعه گردشگری بر توسعه مناطق مورد هدف هم‌سو می‌باشد. نتایج پژوهش آرایش و علی حسینی (۱۴۰۰) از لحاظ بررسی اهمیت توسعه گردشگری و تأثیر آن بر پیشرفت اقتصادی مناطق مورد هدف گردشگری، شوهانی و همکاران (۱۳۹۷) از لحاظ بررسی اهمیت نگرش مثبت به توسعه گردشگری، آثار مثبت اقتصادی گردشگری، هواسی و شوهانی (۱۳۹۸) از لحاظ بررسی تأثیرات نگرش مثبت و رضایتمندی نسبت به توسعه گردشگری و بر توسعه اقتصادی، چوی و تراک (۲۰۱۸) به لحاظ بررسی تأثیرات دانش گردشگری بر توسعه اقتصادی و عقیلی‌زاده فیروزجایی و همکاران (۱۳۸۹)به لحاظ بررسی رابطه بین نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی منطقه هم‌سو می‌باشد.

رشد گردشگری یک منطقه نیازمند حمایت ساکنین آن منطقه است. سطح دانش و نگرش مثبت ساکنان نسبت به صنعت گردشگری برای موفقیت یک مقصد گردشگری اهمیت دارد. دانش گردشگری ساکنین جامعه را از دو جنبه می‌توان مورد ارزیابی قرارداد: دانش مستقیم و دانش غیرمستقیم. یادگیری و دانش، نگرش، شخصیت و ادراک افراد بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد. بنابراین افزایش دانش و نگرش مثبت ساکنین نسبت به صنعت گردشگری برای موفقیت آن

۱. Normed Fit Index

۲. Comparative Fit Index

۳. Goodness of Fit Index

۴. Adjusted Goodness of Fit Index

مقصد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زمانی که افراد نگرش و دانش کمی نسبت به گردشگری و اثرات آن داشته باشند، حمایت آن‌ها کم خواهد شد و درنهایت گردشگری لطمه می‌بیند.

نتایج آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد که نگرش ساکنان در خصوص عوامل اجتماعی- فرهنگی گردشگری در توسعه گردشگری ایلام با ضریب معناداری (۷/۹۷) تأثیر مثبت و معنادار دارد. به عبارتی نگرش ساکنان در خصوص عوامل اجتماعی – فرهنگی ۵۴درصد توسعه گردشگری ایلام را تبیین می‌نماید. این فرضیه با نتایج پژوهش‌های استعلاجی و الهقلی‌نژاد (۱۳۹۵) به لحاظ بررسی اهمیت برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری بر تغییر نگرش به توسعه گردشگری محلی، تولایی و همکاران(۱۳۹۶) به لحاظ بررسی اهمیت نقش مشارکت جوامع محلی در توسعه صنعت گردشگری پایدار، مودودی ارخودی و همکاران (۱۳۹۴) به لحاظ بررسی نقش گردشگری در تحولات اقتصادی و اجتماعی روستاهای هدف، مونتربیو همکاران (۲۰۱۱) به لحاظ بررسی رابطه بین نگرش ساکنان در خصوص عوامل اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر توسعه گردشگری، استاکتون(۲۰۱۱) به لحاظ بررسی ارزیابی نگرش و دانش گردشگران بر توسعه پایدار گردشگری و بیهایگن و همکاران (۲۰۱۸) رابطه بین فرهنگ‌سازی دانش گردشگری و نگرش مثبت به گردشگری هم‌سو می‌باشد.

از آنجایی‌که توسعه گردشگری به‌صورت چشم‌گیری به حسن نیت جامعه میزبان بستگی دارد و حمایت ساکنین محلی از گردشگری در توسعه و عملکرد موفقیت‌آمیز گردشگری، امری ضروری محسوب می‌شود، در این رویکرد، موفقیت هر پروژه گردشگری مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه میزبان می‌باشد. میزان حمایت ساکنین محلی تابعی از سطح توسعه گردشگری، مشارکت ساکنین منطقه، وابستگی، وابستگی‌درآمدی، سطح‌تحصیلات و طول اقامت افراد به آن منطقه و ارتباط بین ساکنین و گردشگران می‌باشد. دل‌بستگی جامعه با حس تعلق ساکنان جامعه نسبت به منطقه محلی، یک جزء مهم از کیفیت زندگی ساکنان است و به‌عنوان یک متغیر مهم در پیش‌بینی نگرش ساکنان به سمت گردشگری شناسایی شد و در مطالعات بررسی نگرش ساکنان نسبت به گردشگری در درجه اول به‌وسیله طول مدت اقامت ساکنین محلی اندازه‌گیری می‌شود.

نتایج آزمون فرضیه سوم نشان می‌دهد که نگرش ساکنان در خصوص عوامل زیست‌محیطی گردشگری در توسعه گردشگری ایلام با ضریب تأثیر (۴/۵۶-) تأثیر منفی و معنادار دارد. به عبارتی نگرش ساکنان در خصوص عوامل زیست‌محیطی ۳۶درصد توسعه گردشگری ایلام را تبیین می‌نماید. این نتیجه با پژوهش‌های عادلی (۱۳۹۱) به لحاظ بررسی نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن، صالحی و همکاران (۱۳۹۳) به لحاظ بررسی آثار مخرب و زیست‌محیطی گردشگری مناطق مورد هدف گردشگری، قربانی و همکاران (۱۳۹۳) به لحاظ بررسی ارزیابی اثرات منفی توسعه‌ی گردشگری بر محیط‌زیست روستاهای جاذب گردشگر هم‌سو می‌باشد.

ساکنانی که مدتی طولانی مقیم منطقه مورد هدف گردشگری هستند کمتر موافق توسعه صنعت گردشگری نگرش‌های افراد مهم هستند، رفتار افراد بر اساس اندیشه‌ها، باورها و نگرش‌های آنان شکل می‌گیرد و هرگونه تغییر در رفتارهای پایدار مستلزم تغییرات ابتدایی در نگرش‌هاست. نگرش‌ها بر رفتار تأثیر می‌گذارند، البته این رابطه بسیار پیچیده است، همیشه رابطه به‌طور مستقیم برقرار نیست، اما اساس موضوع به این نکته اشاره دارد که نگرش فرد در مورد یک موضوع بر رفتار وی نسبت به آن تأثیرگذار است.

از آنجا که، دانش و نگرش افراد بر رفتار آن‌ها تأثیر می‌گذارد و رفتار افراد احتمالاً می‌تواند تضمینی برای پیشرفت باشد، یکی از نخستین گام‌ها در مسیر توسعه گردشگری، ارزیابی میزان دانش و چگونگی نگرش افراد جامعه نسبت به

این پدیده است. شناخت این دانش و نگرش می‌تواند راهنمایی برای مدیران در برنامه‌ریزی‌های آنی جهت توسعه گردشگری باشد. چنانچه این نگرش مثبت است چگونه می‌توان از آن بهره‌برداری بهینه نمود و این نگرش مثبت را تقویت کرد و اگر نگرش منفی است در جستجوی علت‌ها برآمد و راهکارهایی برای تغییر و بهبود این نگرش یافت. با توجه به بحث درآمدزایی صنعت گردشگری در سطح کشور، این پژوهش با شناخت تأثیرات مثبت و منفی نگرش افراد محلی منطقه بر توسعه‌ی گردشگری قصد دارد راهکارهایی ارائه نماید و از این طریق حمایت افراد و مسئولین، گردشگری ایلام به‌ویژه مناطق طبیعی و بکر مطلوب برای توسعه پایدار و همه‌جانبه در بخش اقتصادی و درآمدزایی زیست‌محیطی و اجتماعی- فرهنگی در این شهر کسب نماید. تخریب‌های زیست‌محیطی توسط گردشگران سبب شده تا نگرش‌های زیست‌محیطی مطلوبی در ذهن افراد ساکن در مناطق موردنظر شکل نگیرد، زیرا اکثر مطالعات براین باورند منطقه‌ی کردنشین ایلام بسیار به محیط‌زیست توجه دارند و پایبند به اصول پایداری محیط‌زیست هستند. اما با توجه به نرخ بالای بیکاری که توسط سالنامه‌های سرشماری چاپ‌شده شهر ایلام ازلحاظ صنایع بزرگ و سرمایه‌گذاران خصوصی شرایط نامطلوبی را دارا می‌باشد و مردم از اقتصاد پویا و پایداری برخوردار نیستند اغلب افراد دارای شغل‌های فصلی، کاذب و دست‌فروشی هستند. لذا ساکنان دیدگاه مثبت اقتصادی نسبت به گردشگری دارند و بر این باورند که صنعت گردشگری می‌تواند کاستی‌های اقتصادی منطقه را کاهش دهد و با ایجاد شغل‌های متنوع جدید اقتصاد نامطلوب منطقه را رونق بخشند.

پیشنهادهای پژوهش

- ازآنجایی که گردشگری‌پایدار نیاز به پشتیبانی و حمایت تمامی گروه‌های ذینفع دارد، بنابراین پیشنهاد می‌شود، که شهر ایلام با ایجاد یک کارگاه آموزشی برای افزایش دانش ساکنان و تغییر نگرش افراد محلی در خصوص صنعت گردشگری با کمک مقامات شهرستان، کمیته تبلیغات جامعه و صاحبان محلی کسب‌وکار برگزار شود.
- یافته های تحقیق این نکته را به درستی نشان داد که مهم ترین عامل ایجاد نگرش منفی در ساکنان نگرش نامطلوب به آسیب های زیست محیطی بوده و با آموزش گردشگران و تغییر فرهنگ گردشگری آنها می توان این آسیب های زیست محیطی را کاهش داد و سطح نگرانی مردم منطقه را به حداقل رساند.
- بر اساس یافته‌های تحقیق بیشتر افراد شرکت‌کننده در تحقیق نگرش کلی مثبتی در مورد گردشگری داشتند بنابراین پیشنهاد می‌شود، مسئولین و مقامات شهرستان توجه بیشتری به این مقوله داشته باشند و امکانات و تسهیلات کافی در اختیار این افراد گذاشته شود تا سریع‌تر به جایگاه اصلی و توسعه خود دست پیدا کنند.
- براساس نتایج این تحقیق ساکنین شهر ایلام خواهان توسعه صنعت گردشگری می‌باشند و در کل اثرات گردشگری را مثبت ارزیابی می‌کنند و این نشان‌دهنده بستری مناسب برای پیشرفت گردشگری در این منطقه است. از مهم‌ترین مسائلی که باعث نگرانی بخش عمده‌ای از ساکنین شهر ایلام می‌باشد ترس از بدتر شدن خدمات محلی و افزایش جرم، فحشا و ناآرامی منطقه می‌باشد. لذا تلاش دست‌اندرکاران را می‌طلبد که برای جبران کاستی‌های بخش خدمات ناشی از ورود گردشگران به منطقه، توجه کافی را مبذول کنند و با مشارکت دادن ساکنین محلی در پوشش دادن ضعف‌های احتمالی در خدمات، رضایت ساکنین و درنتیجه رضایت گردشگران را فراهم سازند. به‌علاوه ازآنجایی که اکثراً گردشگران به این منطقه از داخل کشور می‌باشند با آموزش و اطلاع‌رسانی مناسب به گردشگران آنان را بافرهنگ مردم ایلام آشنا سازند تا گردشگران ناخواسته باعث ایجاد نارضایتی در ساکنین محلی نگردند.

- دیگر نکاتی که باید به آن اشاره کرد تأثیر منفعت شخصی در ایجاد نگرش مثبت در ساکنین است، اگر مردم محلی در بخش گردشگری فعالیت کنند یا سودی از گردشگری به آن‌ها برسد مسلماً از توسعه هر چه بیشتر گردشگری حمایت خواهند کرد. اما این نکته را هم باید متذکر شد که بخش عمده‌ای از مردم با بخش گردشگری ارتباطی ندارند و منفعتی هم از آن نمی‌برند اما بازهم به توسعه گردشگری نگرشی مثبت دارند. این امر حاکی از روحیه مهمان‌نوازی و علاقه مردم به شناساندن فرهنگ و سنت‌های خود به گردشگران است و نمی‌توان صرف انگیزه اقتصادی را برای آن متصور شد. با توجه به این پتانسیل می‌توان گفت که متولیان امر کاری ساده در پیش دارند.

منابع

- استعلاجی، علیرضا؛ الهقلی‌نژاد، مهناز. (۱۳۹۵). «برنامه‌ریزی توسعه پایدار با تأکید برگردشگری مطالعه موردی سرعین و روستاهای اطراف». *جغرافیا*، ۹ (۳۰): ۱۲۹-۱۴۴.
- آرایش، محمدباقر و علی حسینی، یاسین. (۱۴۰۰). «مدیریت توسعه گردشگری روستایی در روستای حیدرآباد ایلام با تأکید بر گردشگری کشاورزی»، *پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مهندسی کشاورزی، محیط‌زیست و منابع طبیعی، تهران.*
- باباخان‌زاده، ادریس. (۱۳۹۴). «بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری بر منطقه اورامانات». *برنامه‌ریزی فضایی*، ۳ (۳ (۱۰)): ۱۴۵-۱۶۴.
- تولایی، سیمین؛ سلیمانی، محمد؛ جهانی‌دولت آباد، رحمان؛ و جهانی دولت‌آباد، اسماعیل. (۱۳۹۶). «نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سرعین)». *پژوهش‌های جغرافیای انسانی (پژوهش‌های جغرافیایی)*. ۴۹ (۱): ۹۵-۱۱۳.
- حاجی‌نژاد، علی و احمدی، علی. (۱۳۸۹). «تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری، مطالعه موردی شهر بانه»، *پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری*، ۲ (۱): ۵-۲۶.
- خاکی، غلامرضا؛ (۱۳۸۳). «*روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی*»، تهران: بازتاب.
- خمسه، عباس و قضاتی، حمید. (۱۳۹۳). «اولین عملکرد مدیریت دانش در صنعت تولید تجهیزات سنگین و ارائه راهکارهای بهبود. مشهد»، *اولین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی.*
- دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی؛ آذر، عادل. (۱۳۹۸). «*روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*»، تهران: اشراقی، صفار.
- شوهانی، نادر؛ نیک‌سرشت، مهدی؛ تردست، زهرا؛ و مقیمی، مهدی. (۱۳۹۷). «ارزیابی میزان رضایت گردشگران از محصول گردشگری با استفاده از مدل HOLSAT مطالعه موردی: استان ایلام»، *فصلنامه گردشگری شهری*، ۵ (۴): ۸۷-۱۰۴.
- صالحی، صادق؛ قدمی، مصطفی و همتی گویمی، زهرا. (۱۳۹۱). «بررسی رفتارهای محیط‌زیستی در بین گردشگران ساحلی (مطالعه موردی: گردشگران ساحلی شهر بوشهر در ایام نوروز)». *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱ (۱): ۳۵-۵۸.
- صفاری‌نیا، مجید. (۱۳۸۶). «*روانشناسی تغییر نگرش و رفتار مصرف‌کنندگان انرژی*». تهران: وزارت نیرو، سازمان بهره‌وری انرژی ایران.
- صنایعی، علی و شافعی، رضا. (۱۳۸۹). «ارائه مدلی برای تحلیل و پیش‌بینی رفتار خرید مشتری‌ها بر اساس تئوری کارکردی نگرش: مطالعه موردی صنعت خودروی ایران». *پژوهشنامه بازرگانی*، ۱۶ (۶۲): ۱۵۳-۱۹۲.
- عادلی، سمیرا. (۱۳۹۱). «بررسی نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت تاریخی زنده»، *نشریه هنرهای زیبا معماری و شهرسازی*. ۱۷ (۴): ۱-۱۵.
- علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر؛ قدمی، مصطفی و رمضان‌زاده لسبویی، مهدی. (۱۳۸۹). «نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی نمونه مورد مطالعه: دهستان کلیجان، شهرستان تنکابن». *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۲ (۷۱): ۳۵-۴۸.
- قربانی، رسول؛ زادولی، فاطمه و زادولی خواجه، شاهرخ. (۱۳۹۳). «ارزیابی اثرات منفی توسعه‌ی گردشگری بر روستاهای جاذب گردشگر (نمونه موردی: روستای کندوان شهرستان اسکو)». *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*. ۴ (۱۵): ۱۰۳-۱۱۸.
- کلانتری، خلیل. (۱۳۸۸). «*مدل‌سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی – اقتصادی (با برنامه LISREL و SIMPLIS)*». تهران: فرهنگ صبا.
- مروتی شریف‌آبادی، علی، اسدیان اردکانی، فائزه.(۱۳۹۳). «ارائه مدل توسعه گردشگری سلامت با رویکرد تلفیقی تاپسیس فازی و مدل سازی ساختاری تفسیری در استان یزد». *مدیریت سلامت*. ۱۷ (۵۵): ۷۳-۸۸

- مکسول، جان. سی. (۱۳۸۶). «*اصول نگرش آنچه هر رهبری باید بداند*»، مترجم: سمین موحد. تهران: نشر پیکان.
- مودودی ارخودی، مهدی؛ بوزرجمهری، خدیجه؛ شایان، حمید و ضیایی، محمود. (۱۳۹۴). «نقش گردشگری در تحولات اقتصادی و اجتماعی روستاهای هدف استان گلستان». *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۱۳ (۲ (۲۵)): ۱–۲۸.
- هواسی، سمیه و شوهانی، نادر.(۱۳۹۸). «سنجش میزان رضایت گردشگران از جاذبه‌های گردشگری استان ایلام با استفاده از مدل سروکوال در نوروز ۹۸»، *نخستین کنفرانس ملی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی، تهران.*
- Bihagen, E., & Katz-Gerro, T. (2018). "Culture cosumption in Sweden: The stability of gender differences". *Poetic*s. 27: 327-349.
- Choi, H. C., & Turk, E. S. (2018). "Sustanability Indicators for Managing Community Tourism". In: Budruk, M., & Phillips, R. (eds), Quality of life community indicators for parks, recreation and tourism management. *Social Indicators Research Series*. Vol. 43. Springer, Dordrecht, the Netherlands, pp. 115-140.
- Monterrubio, J. C., Ramírez, O., & Ortiz, J. C. (2011). "Host community attitudes towards sport tourism events: social impacts of the 2011 Pan American Games". *Tourism Research*, 9(2), 33-46.
- Stockton, T. M. D. (2011). "*An assessment of Morro Bay residents' attitudes toward and knowledge about tourism: setting the foundation for sustainable tourism development*". PhD thesis, Faculty of California Polytechnic State University, San Luis Obispo.
- Choi,H.C & Turk,E.S. (2018). Sustanability Indicators for Managing Community Tourism.M.Budruk & R.Phillips(eds),Quality of life community indicators for parks,recreation and tourism managment ,social indicators research series
- Carneiro.Maria Joao & Eusebio.Celeste. (2018). Segmentation of the tourism market using the impact of tourism on quality of life.Tourism & Management studies.N7.International English Edition,ISSN:1646-2408.PP.91-100.
- Bihagen,Erik &Katz-Gerro,Tally.(2018)" Culture cosumption in Sweden:The stability of gender differences".Poetics, Vol.27.pp327-349.