

جغرافیا (فصلنامه علمی - پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)

سال هفدهم، شماره ۶۰، بهار ۱۳۹۸

## بررسی رابطه اکوتوریسم با ایجاد فرصت‌های اشتغالزایی روستایی با تأکید بر نقش اقلیم ( مطالعه موردی: شهرستان ماسال )

سعید کامیانی<sup>۱</sup>، کبری اسکندری طاسکوه<sup>۲</sup>

تاریخ وصول: ۱۳۹۶/۱۰/۰۱، تاریخ تایید: ۱۳۹۷/۰۹/۱۲

### چکیده

اکوتوریسم یا گردشگری طبیعت، نوعی گردشگری پایدار است که با مشارکت گردانندگان بومی و بهره‌گیری از پتانسیل‌های طبیعی گردشگری میسر می‌شود. ماسال به لحاظ برخورداری از امکانات و تسهیلات در مقایسه با سایر شهرستان‌های استان گیلان، توسعه نیافته است در واقع نوعی روستا شهر محسوب می‌شود که با برنامه ریزی مناسب و درست، می‌توان زمینه توسعه همه جانبه آن را فراهم آورد، ولی پیش از آن شناخت و معرفی توان‌ها و قابلیت‌های این شهرستان ضروری است. از اینرو هدف از این پژوهش امکان‌سنجی توسعه اکوتوریسم شهرستان ماسال با تأکید بر نقش اقلیم با ایجاد فرصت‌های اشتغالزایی می‌باشد، در واقع محقق در این پژوهش در پی رسیدن به پاسخی مناسب و مطلوب برای این سؤال‌های تحقیق است: ۱- آیا می‌توان گفت اصلی‌ترین دلیل اشتغال‌زایی در شهرستان و روستاهای تابعه ماسال جاذبه‌های توریستی و آب و هوا و اقلیم منطقه است؟ ۲- آیا بین میزان جاذبه‌های طبیعی و اقلیم شناسی شهرستان ماسال و جذب توریست در این منطقه رابطه‌ای وجود دارد؟ پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی است. ضمن آنکه واحد تحلیل در این پژوهش فرد و جامعه آماری کلیه کارشناسان و خیرگان و شاغلین حوزه گردشگری شهر ماسال بوده (حدوداً ۱۵۰ نفر) و بدلیل محدود بودن جامعه آماری سرشماری صورت گرفته است. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه پس از کدگذاری و انتقال به نرم افزار رایانه‌ای SPSS 19، تجزیه و تحلیل گردید. برای آزمون فرضیات، از آزمون‌های خی دوی تک متغیره، تحلیل عاملی و آزمون فریدمن شده است. نتایج این تحقیق بیانگر این مطلب است که بین جاذبه‌های توریستی شهرستان ماسال و میزان اشتغال‌زایی افراد در این شهرستان، بین میزان تأثیرگذاری اقلیم و جذب توریسم در شهرستان ماسال و بین میزان تحصیلات شاغلین شهرستان ماسال و جذب توریسم رابطه معنادار است.

کلیدواژگان: اکوتوریسم، اقلیم، ماسال، اشتغال‌زایی.

۱- دانشیار گروه جغرافیا، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران، نویسنده مسئول: Saeidkamyabi@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور ساری، ایران.

## مقدمه

در جهان امروز، عواملی همچون گسترش فناوری اطلاعات، افزایش دامنه زندگی ماشینی، افزایش درآمدها و رفاه عمومی سبب شده انسان امروزی فرصت بیشتری برای اوقات فراغت داشته باشد و حتی آن را از نیازهای اساسی و اولویت های زندگی روزمره خود به شمار آورد. در این میان سیر و سیاحت و بهره مندی از جاذبه های طبیعی و فرهنگی مناطق مختلف گیتی یکی از مهم ترین گزینه های استفاده بهینه از اوقات فراغت محسوب می شود. این مقوله که در زمان های گذشته به سیاحت و افراد ماجراجو و پژوهشگر اختصاص داشت، امروزه ابعاد عمومی و متنوعی پیدا نموده است و تحت عنوان صنعت گردشگری تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. از جمله گردشگری را این چنین تعریف نموده اند؛ مجموعه تأثیرات و روابط متقابلی که نتیجه حضور کوتاه مدت برای گذران اوقات فراغت فردی و گروهی افراد غیر محلی از یک طرف و محیط و پیرامون از طرف دیگر، به وجود می آید (رضوانی، ۱۳۷۹: ۱۲). گیلوی کارشناس برجسته اقتصاد اروپا، عقیده دارد: «افرادی که کشور خود را به مدت کمتر از یک سال ترک و در کشور مورد بازدید اقامت نموده و هیچ درآمدی نداشته باشند گردشگر شناخته می شوند.» (همان: ۱۷). در عصر کنونی و دنیای پیش رو، گردشگری نه تنها فرصتی برای اوقات فراغت و استراحت و تفریح، بلکه یکی از راه های مهم توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی گردشگر پذیر تلقی می شود. در واقع گردشگری یکی از مهم ترین راهکارها و شیوه های تعامل، شناخت و تبادل اندیشه ها و فرهنگ ها در عرصه جهان و در میان ملل گوناگون است.

گردشگری امروزه صنعت، کسب و کار و راهبردی پردرآمد و اقتصادی در تجارت بین المللی به شمار می رود، به گونه ای که در نتیجه افزایش نرخ رشد سالانه در تولید ناخالص ملی، صادرات، تجارت جهانی و خدمات، سهم گردشگری بین المللی در فعالیت اقتصادی به طور مداوم بالا رفته است. یکی از پیامدهای مهم اقتصادی رشد سریع گردشگری، گسترش فرصت های شغلی برای اقشار گوناگون جامعه است. براساس داده های سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۳ میلادی، بیش از ۶۹۴ میلیون نفر گردشگر در سطح جهان، بیش از ۶۰۰ میلیارد دلار درآمد ایجاد نموده اند که این رقم در سال ۲۰۱۰ به دو برابر رسید. بدین لحاظ فعالیت های گردشگری بیش از ۱۰ درصد از درآمدها و فرصت های شغلی دنیا را تشکیل داده است. (یورکوس آپوستولوپولوس، ۱۳۹۱: ۲۶). در عین حال، دو نوع اصلی صنعت گردشگری، اکوتوریسم و گردشگری روستایی است. اکوتوریسم یا گردشگری طبیعت، نوعی گردشگری پایدار است که با مشارکت گردانندگان بومی و بهره گیری از پتانسیل های طبیعی گردشگری میسر می شود. برای بستر گشایی در این راه، برنامه ریزی های بهینه و تبلیغات و دیگر فعالیت های مرتبط با گردشگری لازم است که در این مقاله، در قالب یکی از شهرهای عمدتاً روستایی شمال کشور (ماسال) به آن پرداخته ایم.

استان گیلان با برخورداری از توانمندی هایی همچون کوهستان های پوشیده از جنگل های انبوه، ییلاقات خوش آب و هوا و تاریخی، آبشارها، رودها، تالاب ها، سواحل، جلگه ها و دیگر چشم اندازهای طبیعی زیبا از قطب های عمده گردشگری ایران به شمار می رود. شهرستان ماسال در غرب این استان با موقعیتی کوهستانی کوهپایه ای و جلگه ای دارای طبیعتی نسبتاً بکر است که زمینه ها و بستر های لازم جهت توسعه فعالیت های اکوتوریسم را دارا می باشد، از این رو، علی رغم عدم برنامه ریزی و تبلیغات لازم، گردشگران زیادی به ویژه در بهار و تابستان، از چشم انداز های طبیعی این شهرستان بازدید می کنند. از سویی ماسال به لحاظ برخورداری از امکانات و تسهیلات در مقایسه با سایر شهرستان های استان توسعه ای نیافته است که با برنامه ریزی مناسب و درست، می توان زمینه توسعه همه جانبه آن را فراهم آورد، ولی پیش از آن شناخت و معرفی توان ها و قابلیت های این شهرستان ضروری است.

شهر کوچک ماسال در استان گیلان در ۴۵ کیلومتری شهر رشت قرار دارد، این شهر طی سال‌های اخیر رشد جمعیتی و گسترش فیزیکی سریعی را تجربه کرده است. سرآغاز دگرگونی در ماسال و در حقیقت شهر شدن آن به سال ۱۳۴۰ در نتیجه تصمیمات سیاسی-اداری و تأسیس شهرداری در این شهر بر می‌گردد. آمارها و شواهد محلی نشان می‌دهد، این شهر تا چند سال پس از این که به طور رسمی به عنوان شهر تعیین گردید و با وجود تأسیس بخشداری در سال ۱۳۵۵ و ارتقاء به مرکز بخش و وقوع انقلاب اسلامی عملاً جمعیت، مساحت و کالبدی کوچک داشته است، سیمای غالب آن روستایی و ویژگی‌های شهری کمتری بر آن حاکم بوده است. اما پس از انقلاب، به ویژه، بعد از دهه ۶۰ رشد و گسترش این شهر، سرعت بسیار زیادی گرفت و جمعیتش از ۱۳۷۳۰ نفر در سال ۶۰ به ۲۰۸۹۱ نفر در سال ۱۳۸۵ رسید. مساحت آن نیز از ۱۷۳ هکتار به ۴۲۷ هکتار رسید. در واقع پس از انقلاب اسلامی، استقرار نهادهای اداری-سیاسی در این شهر کوچک پررنگ تر و به مکانی مرکزی با جاذبه‌های نسبتاً شهری برای حوزه نفوذ خود تبدیل شد. از آنجا که شهر ماسال در محیط مساعد طبیعی با آب، خاک، اقلیم مناسب در جلگه حاصلخیز گیلان واقع شده است، در اثر گسترش افقی شهر، بسیاری از زمین‌های حاصلخیز به زیر ساخت و ساز شهری رفته، به گونه‌ای که در سال ۱۳۸۵، سرانه کاربری مسکونی در این شهر حدود ۷۵/۵ مترمربع بوده است، به عبارتی از ۱۰۰ درصد کاربری، ۶۰/۴ درصد به کاربری مسکونی اختصاص یافته است. با نظر به موارد فوق، هدف از این مقاله؛ امکان‌سنجی توسعه اکوتوریسم شهرستان ماسال با تأکید بر نقش اقلیم با ایجاد فرصت‌های اشتغالزایی در این شهر است. در واقع، محقق در پی رسیدن به پاسخی مناسب و مطلوب برای این سؤال‌های تحقیق است:

- ۱- آیا می‌توان گفت اصلی‌ترین دلیل اشتغال‌زایی در شهرستان ماسال جاذبه‌های توریستی و آب و هوا و اقلیم منطقه است؟
- ۲- آیا بین میزان جاذبه‌های طبیعی و اقلیم‌شناسی شهرستان ماسال و جذب توریست در این منطقه رابطه‌ای وجود دارد؟

#### پیشینه تحقیق

در باره مسائل اکوتوریسمی در شهرستان ماسال تا کنون تحقیقی انجام نشده است. اما درباره شهرستان ماسال چند نمونه تحقیق انجام شده که ذیلاً به آن‌ها اشاره خواهیم کرد:

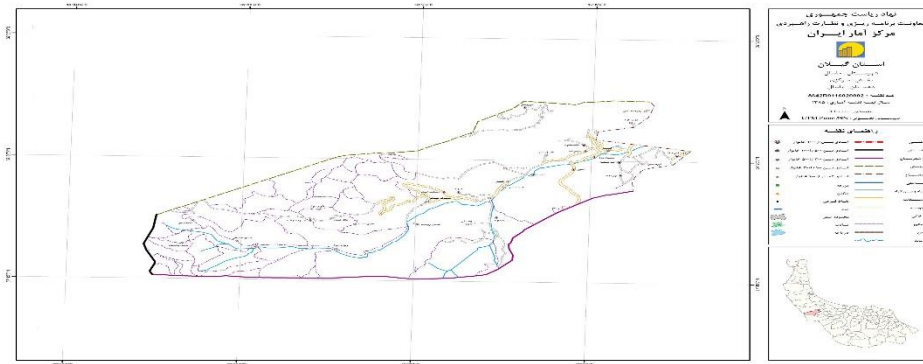
پایان نامه خانم سپیده سادات ابراهیمی با عنوان بررسی تأثیر دام و جنگل نشین بر مشخصات فیزیونومی و فلوربستیک گیاهان در جنگل‌های راش (مطالعه موردی: منطقه ماسال) که در سال ۱۳۹۲ در دانشکده منابع طبیعی صومعه سرا - دانشگاه گیلان انجام شده است. پژوهش دیگر، پایان نامه آقای حسن محمد عمویی ساده دل است که در سال ۱۳۸۷ در دانشگاه پیام نور استان تهران با موضوع بررسی خصوصیات اکولوژیکی جامعه گردوی جنگله‌ای ماسال، استان گیلان انجام شده است. همچنین پایان نامه دیگری نیز توسط آقای صمد عاشوری که در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی در سال ۱۳۹۲ با عنوان مقایسه‌ی دو گونه‌ی زبانی شهر پره سر (تالشی مرکزی) و شهر ماسال (تالشی جنوبی) در استان گیلان انجام شده است. مقاله آقای محمد تقی رهنمایی و همکاران که در سال ۱۳۸۹ با موضوع بررسی نقش دولت در رشد و گسترش فیزیکی شهر ماسال با تأکید بر تغییر کاربری اراضی کشاورزی پیرامون که در فصلنامه انجمن جغرافیایی ایران به چاپ رسیده است نیز یکی دیگر از تحقیقاتی است که در این زمینه انجام شده است. همچنین مقاله خانم نسرین فرجی در خانه که در سال ۱۳۸۹ با موضوع نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی و اقتصادی جوامع محلی در نشریه علوم اجتماعی به چاپ رسیده است. مقاله‌مهدی میردامادی و حمید برزویی که در سال ۱۳۹۲ با عنوان نقش توریسم در بهبود وضعیت

اقتصادی روستاهای شهرستان تالش انجام شده و در نشریه مجله پژوهش ترویج و آموزش کشاورزی به چاپ رسیده است. فرج زاده و احمد آبادی در سال ۱۳۸۸ با استفاده از شاخص TCI به ارزیابی و پهنه بندی اقلیم گردشگری ایران پرداخته اند. عزیز زاده و جوان در سال ۱۳۹۲ به پهنه بندی شمال غرب کشور با شاخص دمای مؤثر پرداختند. مولایی هاشجین و رجبی کلواتی در سال ۱۳۹۰ بر روی موضوع شناخت توان های محیطی گردشگری شهرستان شفت جهت توسعه اکوتوریسم کار کرده اند. شهرداری اردجانی در سال ۱۳۸۸ مقاله ای را با عنوان معرفی پتانسیل های حوضه شفا رود گیلان جهت توسعه اکوتوریسم انجام دادند که در آن از حوض های رودخانه ای غرب گیلان از جمله شفا رود سخن گفته اند. گودرزوند چگینی و هاشجین در مقاله دیگری با عنوان تحلیلی پیرامون راهکارهای توسعه صنعت گردشگری، که در سال ۱۳۸۸ انجام داده اند درباره نقش اساسی گردشگری در استان گیلان و ویژگی های رشد گردشگری در این استان مطالبی ذکر کرده اند. همچنین بابایی همتی و مولائی هاشجین در سال ۱۳۹۲ مقاله ای با عنوان راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در بخش کوهپایه ای گیلان نوشته اند که بحث توسعه پایدار و گردشگری و ارتباط این دو در آن قوت گرفته اند. صدیقه حسنی مهر و آمنه عبدالله زاده چمنی در سال ۱۳۹۰ مقاله ای با عنوان بازشناسی زمینه های اکوتوریسم در شهرستان صومعه سرا پدید آورده اند که در آن به بررسی جاذبه های اکوتوریستی این شهرستان پرداخته اند.

## مواد و روش ها

### موقعیت منطقه

ماسال شهری در استان گیلان ایران (نقشه شماره ۱) که در کنار کوه های تالش واقع شده است. معنی کلمه ماسال کوه وار یا کنار کوه یا دارای کوه است که از کلماتی مانند مسال، مازال و ... گرفته شده است فاصله ماسال از شهر تالش ۶۰ کیلومتر است و با رشت از راه صومعه سرا ۵۵ کیلومتر فاصله دارد. شهر ماسال در کنار رودخانه خالکایی واقع، که این رودخانه از قله مرتفع شاه معلم سرچشمه می گیرد پس از طی ۴۰ کیلومتر از درون شهر ماسال گذر می نماید.



شکل ۱: نقشه شهرستان ماسال

## روش شناسی

نوع پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع آوری اطلاعات توصیفی (پیمایشی) از نوع همبستگی بوده که به امکان سنجی توسعه اکوتوریسم شهرستان ماسال با تأکید بر نقش اقلیم با ایجاد فرصت های اشتغالزایی پرداخته است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق از دو بخش مجزا تشکیل شده است. بخش اول شامل کلیه جاذبه های گردشگری شهرستان ماسال است. در این بخش آمار مربوط به گردشگران، وضعیت آب و هوایی و جاذبه های توریستی شهرستان

مورد مطالعه قرار گرفته است. بخش دوم جامعه آماری، کلیه کارشناسان و خبرگان حوزه گردشگری شهر ماسال است که بر اساس آمارهای موجود برابر با ۱۵۰ نفر بوده و بدلیل حجم کم مورد سرشماری قرار گرفته است. ابزار سنجش در پژوهش حاضر برای جامعه آماری اول، اسناد، مدارک، آمار، نقشه و ... و برای بخش دوم پرسشنامه محقق ساخته است. بدین معنا که به دلیل نبود پرسشنامه استاندارد، طراحی پرسشنامه با توجه به متغیرهای تحقیق و با استفاده از دیدگاه‌های اساتید و پژوهشگران اجتماعی انجام شد. این پرسشنامه، در دو بخش ویژگی‌های فردی پاسخگویان و متغیرهای پژوهش طراحی شد. در عین حال، پرسشنامه به تعدادی از خبرگان، شامل اساتید و گروهی از محققان جامعه‌شناسی ارائه و براساس دیدگاه‌های آنان اصلاح شد؛ بنابراین، پرسشنامه روایی مورد نیاز را دارد. همچنین به منظور سنجش پایایی ابزار، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان آلفای این پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ است که پایایی مناسب ابزار پژوهش را نشان می‌دهد.

### یافته های تحقیق

#### آمار توصیفی (ویژگی‌های شخصی پاسخگویان)

یافته های بیانگر این مطلب است که مردان با ۷۳/۶ درصد سهم بیشتری را نسبت به زنان (۲۶/۴ درصد) داشته‌اند. همچنین اکثریت نسبی پاسخگویان (۳۷/۵ درصد) در گروه سنی ۳۶-۴۵ سال واقع شدند. ضمن آنکه ۲۶/۴ درصد دیگر بین ۲۶ تا ۳۵ سال سن داشته‌اند. در همین حال ۱۹/۴ درصد از پاسخگویان ۵۰ سال و بالاتر سن داشته‌اند. ۱۶/۷ درصد از پاسخگویان سن خود را بین ۲۰ تا ۲۵ سال اظهار داشتند.

اکثریت نسبی پاسخگویان، شغل خویش را دولتی (کارشناس در حوزه گردشگری) (۴۳/۱ درصد) عنوان داشته‌اند. پس از این گروه شغلی، افراد با مشاغل فرهنگی با ۲۹/۲ درصد قرار داشته‌اند. همچنین افراد دانشجو با ۹/۷ درصد در رتبه سوم قرار گرفته‌اند.

غالب پاسخگویان، میزان تحصیلات خویش را در حد فوق دیپلم و لیسانس عنوان داشته‌اند (۷۰/۱ درصد). در عین حال ۲۲/۲ درصد نیز دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر، و ۷/۶ درصد دیگر نیز دارای تحصیلات دیپلم و کمتر هستند. اکثریت پاسخگویان، بیش از ۲۰ سال است که ساکن شهر ماسال هستند (۶۹/۴ درصد). این در حالی است که ۱۶/۷ درصد از پاسخگویان بین ۱۱ تا ۲۰ سال و ۱۳/۹ درصد دیگر نیز تا ۱۰ سال سابقه اقامت در شهر ماسال داشته‌اند. غالب شرکت‌کنندگان این پژوهش (۸۰/۶ درصد) متأهل هستند.

#### آمار استنباطی

#### آزمون فرضیه‌ها

#### فرضیه یکم

بین جاذبه های توریستی شهرستان ماسال و میزان اشتغال زایی افراد در شهرستان رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۱: بررسی رابطه بین جاذبه های توریستی شهر ماسال و میزان اشتغال زایی

شرح	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
خیلی کم	۰	۰
کم	۲	۳۶

متوسط	۴۸	۳۶
زیاد	۷۲	۳۶
خیلی زیاد	۲۲	۳۶
جمع	۱۴۴	۱۴۴
$\chi^2 = 77/556$ $d.f = 3$ $sig = 0/001$ میانگین = ۳/۷۹۷      انحراف معیار = ۰/۷۰۸۳۴		

جهت بررسی رابطه بین جاذبه های توریستی شهرستان ماسال و میزان اشتغال زایی برای افراد این شهر از آزمون کای دوی تک متغیره استفاده گردیده است. مقدار کای دو محاسبه شده برابر با ۷۷/۵۵۶ و سطح معناداری آزمون نیز کمتر از ۰/۰۵ (۰/۰۰۱) است، به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرض  $H_0$  رد و فرض  $H_1$  تایید می شود و لذا این رابطه معنی دار می باشد. همچنین میانگین محاسبه شده برای این رابطه برابر با ۳/۷۹۷ و بیشترین فراوانی مشاهده شده در آزمون در گویه زیاد (۷۲) است. لذا با توجه به تفاوت فراوانی مشاهده شده در سطوح مختلف، اینگونه می توان تحلیل کرد که جاذبه های توریستی شهرستان ماسال در زیاد بالا، بر میزان اشتغال زایی افراد این شهر تاثیرگذار است.

### فرضیه دوم

بین میزان تأثیرگذاری اقلیم و جذب توریسم در شهرستان ماسال رابطه مستقیم و معنادار دارد.

جدول ۲: بررسی رابطه بین تأثیرگذاری اقلیم و جذب توریسم در شهرستان ماسال

شرح	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
خیلی کم	۰	۰
کم	۱۲	۳۶
متوسط	۶۶	۳۶
زیاد	۵۰	۳۶
خیلی زیاد	۱۶	۳۶
جمع	۱۴۴	۱۴۴
$\chi^2 = 57/556$ $d.f = 3$ $sig = 0/001$ میانگین = ۳/۴۸۶      انحراف معیار = ۰/۸۰۱۹۷		

جهت بررسی رابطه بین تأثیرگذاری اقلیم و جذب توریسم در شهرستان ماسال از آزمون کای دوی تک متغیره استفاده گردیده است. مقدار کای دو محاسبه شده برابر با ۵۷/۵۵۶ و سطح معناداری آزمون نیز کمتر از ۰/۰۵ (۰/۰۰۱) است، به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرض  $H_0$  رد و فرض  $H_1$  تایید می شود و لذا این رابطه معنی دار و مستقیم می باشد. همچنین میانگین محاسبه شده برای این رابطه برابر با ۳/۴۸۶ و بیشترین فراوانی مشاهده شده در آزمون در گویه متوسط (۶۶) است. لذا با توجه به تفاوت فراوانی مشاهده شده در سطوح مختلف، اینگونه می توان تحلیل کرد که اقلیم شهرستان ماسال در حد متوسط، بر جذب توریسم این شهرستان اثرگذار است.

### فرضیه سوم

بین میزان تحصیلات شاغلین شهرستان ماسال و جذب توریسم رابطه معنادار وجود معنادار دارد.

جدول ۳: بررسی رابطه بین تحصیلات شاغلین شهرستان ماسال و جذب توریسم

شرح	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
خیلی کم	۲	۲۸/۸
کم	۲۶	۲۸/۸
متوسط	۴۶	۲۸/۸
زیاد	۴۸	۲۸/۸
خیلی زیاد	۲۲	۲۸/۸
جمع	۱۴۴	۱۴۴

$\chi^2 = 49/889$        $d.f = 4$        $sig = 0/001$   
 میانگین = ۳/۴۳۱      انحراف معیار = ۱/۰۰۱۰۷

جهت بررسی رابطه بین تحصیلات شاغلین و جذب توریسم در شهرستان ماسال از آزمون کای‌دوی تک متغیره استفاده گردیده است. مقدار کای‌دو محاسبه شده برابر با ۴۹/۸۸۹ و سطح معناداری آزمون نیز کمتر از ۰/۰۵ (۰/۰۰۱) است، به همین دلیل با اطمینان ۹۵ درصد فرض  $H_0$  رد و فرض  $H_1$  تایید می‌شود و لذا این رابطه معنی دار می‌باشد. همچنین میانگین محاسبه شده برای این رابطه برابر با ۳/۴۳۱ و بیشترین فراوانی مشاهده شده در آزمون در گویه زیاد (۴۸) است. لذا با توجه به تفاوت فراوانی مشاهده شده در سطوح مختلف، اینگونه می‌توان تحلیل کرد میزان تحصیلات افراد شاغل در بخش گردشگری شهرستان ماسال در حد متوسط بر جذب توریسم در این شهرستان تاثیرگذار است.

## تحلیل عاملی

در این بخش از تحقیق، محقق به شناسایی عامل‌های متأثر از حضور گردشگر در شهر ماسال پرداخته است. در واقع محقق با استفاده از تحلیل عاملی، به تعیین و شناسایی مولفه‌های اقدام نموده که تحت تأثیر حضور گردشگر در شهر ماسال هستند. در این راستا ذیلاً نتایج تحلیل ذکر می‌شود.

جدول ۴: نتیجه آزمون بارتلت

مقدار	گویه
۰/۷۶۰	مقدار آزمون
۴۴۰۶/۲۸۸	مقدار خی
۷۸۰	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معنی‌داری

نتایج جدول شماره ۴ بیانگر نتیجه آزمون بارتلت که تقریبی از آماره کای دو، نشان داده است. مقدار sig (ضریب همبستگی) آزمون بارتلت، کوچک‌تر از ۵ درصد است (۰/۰۰۱) و مبین این نکته است که تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی، مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. همچنین شاخص KMO با مقدار ۰/۷۶۰ در ابتدای این جدول آمده است و بدلیل آنکه مقادارش نزدیک به یک (حد فاصل ۰/۷۹-۰/۷) است از لحاظ تناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی در حد خوب بوده و لذا تعداد نمونه (تعداد پاسخ‌دهندگان) برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین خروجی جدول شماره ۵، میزان اشتراک متغیرها یا واریانس کل با میزان اشتراک عاملی متغیرها را نشان می‌دهد. اشتراک

یک متغیر برابر با توان دوم همبستگی چندگانه (R2) برای متغیرهای مربوطه با استفاده از عامل های آن، به عنوان پیش بینی کننده است. ستون اول، اشتراک ها را قبل از استخراج عامل ها بیان کرده و به همین دلیل تمامی اشتراک های اولیه برابر با ۱ است. در ستون دوم، هرچه مقادیر استخراجی بزرگتری باشد، عامل های استخراج شده، متغیرها را بهتر نمایش می دهند. اگر هریک از مقادیر اشتراک استخراجی بسیار کوچک باشند (کوچک تر از ۰/۵)، باید حذف شوند و ممکن است استخراج عامل دیگری الزامی شود. در جدول فوق، هیچکدام از متغیرها، مقادیر اشتراک استخراجی شان کمتر از ۰/۵ نیست.

جدول ۵: نتیجه ترتیب اشتراک اولیه (Initial) و اشتراک استخراجی (Extraction)

اشتراک اولیه	اشتراک استخراجی	
۱	۰/۸۶۳	ایجاد و افزایش فرصت های اشتغال
۱	۰/۸۵۴	ایجاد و گسترش خدمات زیربنایی نظیر جاده، پارکینگ
۱	۰/۸۳۴	افزایش قیمت زمین و مسکن در شهر
۱	۰/۶۹۶	تفاوت قیمت زمین در سطح شهر و مراکز تجاری شهر
۱	۰/۸۴۲	افزایش تعداد مکان های اقامتی در سطح شهر
۱	۰/۶۹۸	افزایش تعداد مجتمع های تجاری در سطح شهر
۱	۰/۸۰۷	افزایش ویلاهای شخصی اجاره ای
۱	۰/۸۵۲	افزایش ویلاسازی در مناطق کوهستانی، جنگلی و جلگه ای
۱	۰/۸۱۱	افزایش سرمایه گذاری بخش خصوصی در حوزه جاذبه های گردشگری
۱	۰/۸۰۰	افزایش سطح آگاهی های اجتماعی شهروندان
۱	۰/۷۳۱	ازدحام و شلوغی شهر
۱	۰/۷۸۰	تغییر در پوشش مردم محلی
۱	۰/۶۵۹	تغییر در گویش و لهجه مردم محلی
۱	۰/۸۰۸	افزایش فرهنگ مهمان نوازی و خونگرم بودن جامعه
۱	۰/۸۰۰	کیفیت اطلاعات رسانی به گردشگران
۱	۰/۷۰۰	صداقت و انصاف جامعه
۱	۰/۴۹۵	رفتار مودبانه و احترام مردم با گردشگران
۱	۰/۶۹۰	میزان همکاری و راهنمایی جامعه با گردشگران
۱	۰/۷۱۳	دسترسی به فضای سبز و پارک
۱	۰/۸۲۱	تمیزی خیابانها و امکان تفریحی و گردشگری
۱	۰/۸۵۰	زیبایی و کیفیت معماری شهری
۱	۰/۶۸۱	آرامش محیطی و فرصت استراحت
۱	۰/۷۴۹	کیفیت جاذبه های توریستی
۱	۰/۷۳۳	کیفیت سرگرمی و تفریحات
۱	۰/۸۴۵	کیفیت اسکان
۱	۰/۶۲۶	کیفیت غذا
۱	۰/۷۰۸	هزینه حمل و نقل
۱	۰/۷۷۶	هزینه اسکان
۱	۰/۷۵۰	هزینه غذا
۱	۰/۷۳۸	هزینه ورود و بلیط اماکن فرهنگی و تاریخی



۰/۶۷۴	۱	هزینه خرید سوغات (صنایع دستی محلی)
۰/۸۱۵	۱	بهره مندی از نیروی انسانی متخصص در بخش گردشگری
۰/۷۸۴	۱	بهره گیری مطلوب از منابع و امکانات موجود
۰/۸۱۶	۱	اطلاعات رسانی و تبلیغات بمنظور معرفی جاذبه‌های گردشگری
۰/۷۹۳	۱	آموزش شهروندان در خصوص نحوه برخورد با گردشگران
۰/۸۷۵	۱	برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با گردشگری برای مدیران شهری
۰/۸۶۵	۱	هماهنگی بین ارگانهای تصمیم گیرنده در امر گردشگری
۰/۸۹۹	۱	میزان تلاش مدیران شهری در جهت حفظ و نگهداری جاذبه های گردشگری
۰/۸۷۴	۱	نظارت بر مدیریت شهری بر خدمات گردشگری
۰/۸۹۱	۱	ارایه مشوق ها و تضمین های لازم جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی

جدول ۶: درصد واریانس و مقادیر ویژه عامل های مختلف

جزء	مقادیر ویژه			عامل های استخراجی بدون چرخش			عامل های استخراجی با چرخش		
	جمع	واریانس	واریانس جمعی	جمع	واریانس	واریانس جمعی	جمع	واریانس	واریانس جمعی
۱	۱۰/۰۰۹	۲۵/۰۲۴	۲۵/۰۲۴	۱۰/۰۰۹	۲۵/۰۲۴	۲۵/۰۲۴	۶/۵۴۰	۱۶/۳۴۹	۱۶/۳۴۹
۲	۴/۵۰۵	۱۱/۲۶۴	۳۶/۲۸۷	۴/۵۰۵	۱۱/۲۶۴	۳۶/۲۸۷	۳/۷۱۹	۹/۲۹۹	۲۵/۴۶۸
۳	۳/۴۶۳	۸/۶۵۷	۴/۹۴۴	۳/۴۶۳	۸/۶۵۷	۴/۹۴۴	۳/۵۴۲	۸/۸۵۵	۳۴/۵۰۳
۴	۲/۷۰۸	۶/۷۶۹	۵۱/۷۱۴	۲/۷۰۸	۶/۷۶۹	۵۱/۷۱۴	۳/۱۴۰	۷/۸۵۰	۴۲/۳۵۳
۵	۲/۵۷۰	۶/۴۲۵	۵۸/۱۳۹	۲/۵۷۰	۶/۴۲۵	۵۸/۱۳۹	۲/۹۰۳	۷/۲۵۷	۴۹/۶۰۹
۶	۱/۹۱۲	۴/۷۷۹	۶۲/۹۱۹	۱/۹۱۲	۴/۷۷۹	۶۲/۹۱۹	۲/۸۴۹	۷/۱۲۳	۵۶/۷۳۲
۷	۱/۶۵۱	۴/۱۲۷	۶۷/۰۴۵	۱/۶۵۱	۴/۱۲۷	۶۷/۰۴۵	۲/۲۲۵	۵/۵۶۲	۶۲/۲۹۴
۸	۱/۵۹۲	۳/۹۷۹	۷۱/۰۲۵	۱/۵۹۲	۳/۹۷۹	۷۱/۰۲۵	۲/۲۲۴	۵/۵۶۰	۶۷/۸۵۴
۹	۱/۳۳۱	۳/۳۲۸	۷۴/۳۵۳	۱/۳۳۱	۳/۳۲۸	۷۴/۳۵۳	۲/۰۴۴	۵/۱۰۹	۷۲/۹۶۳
۱۰	۱/۰۰۰	۲/۸۸۶	۷۷/۲۳۹						
۱۱	۰/۹۸۹	۲/۴۹۹	۷۹/۷۳۷						
۱۲	۰/۹۷۹	۲/۴۴۸	۸۲/۱۸۵						
۱۳	۰/۸۵۷	۲/۱۴۳	۸۴/۳۲۸						
۱۴	۰/۷۵۰	۱/۸۷۵	۸۶/۲۰۴						
۱۵	۰/۶۱۸	۱/۵۴۵	۸۷/۷۴۹						
۱۶	۰/۵۳۶	۱/۳۴۰	۸۹/۰۸۹						
۱۷	۰/۵۰۱	۱/۲۵۳	۹۰/۳۴۳						
۱۸	۰/۴۳۳	۱/۰۸۳	۹۱/۴۲۵						
۱۹	۰/۴۱۹	۱/۰۴۹	۹۲/۴۷۴						
۲۰	۰/۳۸۴	۰/۹۶۰	۹۳/۴۳۴						
۲۱	۰/۳۵۷	۰/۸۹۲	۹۴/۳۲۶						
۲۲	۰/۲۹۰	۰/۷۲۴	۹۵/۰۵۱						
۲۳	۰/۲۶۲	۰/۶۵۵	۹۵/۷۰۶						
۲۴	۰/۲۳۲	۰/۵۸۱	۹۶/۲۸۶						

						۹۶/۸۳۹	۰/۵۵۳	۰/۲۲۱	۲۵
						۹۷/۳۵۵	۰/۵۱۶	۰/۲۰۷	۲۶
						۹۷/۸۱۵	۰/۴۶۰	۰/۱۸۴	۲۷
						۹۸/۱۸۳	۰/۳۶۹	۰/۱۴۷	۲۸
						۹۸/۵۴۲	۰/۳۵۸	۰/۱۴۳	۲۹
						۹۸/۸۳۶	۰/۲۹۴	۰/۱۱۸	۳۰
						۹۹/۰۸۰	۰/۲۴۴	۰/۰۹۷	۳۱
						۹۹/۳۰۰	۰/۲۲۰	۰/۰۸۸	۳۲
						۹۹/۴۷۵	۰/۱۷۵	۰/۰۷۰	۳۳
						۹۹/۶۱۳	۰/۱۳۸	۰/۰۵۵	۳۴
						۹۹/۷۲۷	۰/۱۱۴	۰/۰۴۶	۳۵
						۹۹/۸۰۷	۰/۰۷۹	۰/۰۳۲	۳۶
						۹۹/۸۸۰	۰/۰۷۴	۰/۰۲۹	۳۷
						۹۹/۹۳۱	۰/۰۵۱	۰/۰۲۰	۳۸
						۹۹/۹۷۰	۰/۰۳۹	۰/۰۱۵	۳۹
						۱۰۰	۰/۰۳۰	۰/۰۱۲	۴۰

یافته‌های جدول شماره ۶، مقدار ویژه و واریانس متناظر با عامل‌ها را نشان می‌دهد. در ستون «مقادیر ویژه»، مقادیر ویژه اولیه برای هر یک از عامل‌ها در قالب مجموع واریانس تبیین شده برآورد می‌شود. واریانس تبیین شده برحسب درصدی از کل واریانس و درصد تجمعی است.

مقدار ویژه هر عامل، نسبتی از واریانس کل متغیرهاست که توسط آن عامل تبیین می‌شود. مقدار ویژه از طریق مجموع مجذورات بارهای عاملی مربوط به تمام متغیرها در آن عامل قابل محاسبه است، از این رو مقادیر ویژه، اهمیت اکتشافی عامل‌ها را در ارتباط با متغیرها نشان می‌دهد. پایین بودن این مقدار برای یک عامل به این معنی است که آن عامل نقش اندکی در تبیین واریانس متغیرها داشته است. در ستون «عامل‌های استخراجی بدون چرخش»، واریانس تبیین شده عامل‌هایی ارائه شده است که مقادیر ویژه آنها بزرگتر از عدد یک باشد. ستون «عامل‌های استخراجی با چرخش»، مجموعه مقادیر عامل‌های استخراج شده بعد از چرخش را نشان می‌دهد. در جدول فوق عامل‌های ۱ الی ۹، دارای مقادیر ویژه بزرگتر از ۱ هستند و در تحلیل باقی می‌مانند. همچنانکه مشاهده می‌شود این نه عامل، قابلیت تبیین واریانس‌ها را دارند. اگر عامل‌های به دست آمده را با روش «واریمکس (واریماکس)» چرخش دهیم، عامل‌های اول، لغایت نهم به ترتیب ۱۶/۳، ۹/۳، ۸/۹، ۷/۵، ۷/۳، ۷/۱، ۵/۶، ۵/۶، ۵/۱ و در مجموع ۷۳ درصد از واریانس را در بردارند. شایان توجه است که در چرخش عامل باقی مانده، نسبتی از کل تغییرات که توسط این نه عامل، توضیح داده می‌شود، ثابت است. ولی بر خلاف روش بدون چرخش، که در آن عامل اول درصد بیشتری از تغییرات (۲۵/۱ درصد) را تعیین می‌کند، در روش چرخش عامل‌ها، هر یک از آنها نسبت تقریباً یکسانی از تغییرات را توضیح می‌دهند. این ویژگی چرخش واریماکس است که تغییرات را میان عامل‌ها به صورت یکنواخت توزیع می‌کند.

جدول ۷: جدول پرخیده شده (دوران یافته) ماتریکس

عامل نهم	عامل هشتم	عامل هفتم	عامل ششم	عامل پنجم	عامل چهارم	عامل سوم	عامل دوم	عامل اول	
۰/۱۰۹	۰/۸۹۶	۰/۰۴۵	۰/۱۱۱	-۰/۰۱۶	۰/۰۹۳	۰/۰۸۱	-۰/۰۲۰	۰/۰۳۹	ایجاد و افزایش فرصت- های اشتغال
-۰/۰۱۷	۰/۶۹۸	۰/۰۸۲	۰/۳۰۵۰	۰/۱۴۲	-۰/۰۵۴۰	۰/۱۲۰	-۰/۰۷۸	۰/۳۳۷	ایجاد و گسترش خدمات زیربنایی نظیر جاده، پارکینگ
۰/۰۸۰	۰/۸۳۲	۰/۱۷۷	۰/۰۶۹	-۰/۰۳۹	-۰/۰۰۳	۰/۲۳۱	۰/۱۴۷	-۰/۰۵۸	افزایش قیمت زمین و مسکن در شهر
-۰/۳۳۵	۰/۳۹۰	۰/۲۰۴	۰/۲۴۹	۰/۲۶۲	-۰/۰۱۹	۰/۱۵۸	۰/۱۳۷	-۰/۲۷۰	تفاوت قیمت زمین در سطح شهر و مراکز تجاری شهر
۰/۰۷۲	۰/۰۴۷	۰/۱۶۳	-۰/۲۰۴	-۰/۰۲۰	-۰/۰۶۵	۰/۲۴۱	۰/۸۲۳	۰/۱۶۳	افزایش تعداد مکان‌های اقامتی در سطح شهر
-۰/۲۰۱	-۰/۱۶۱	-۰/۰۶۷	-۰/۰۲۵	۰/۳۸۶	۰/۰۹۰	۰/۰۵۶	۰/۶۳۳	۰/۱۵۲	افزایش تعداد مجتمع های تجاری در سطح شهر
۰/۰۶۲	-۰/۰۴۳	-۰/۱۶۵	۰/۰۲۷	۰/۱۱۹	۰/۰۷۷	۰/۰۳۴	۰/۸۵۶	۰/۰۲۹	افزایش ویلاهای شخصی اجاره ای
۰/۱۸۷	۰/۰۱۶	۰/۰۴۳	۰/۲۶۶	۰/۰۱۳	۰/۱۲۵	-۰/۰۲۱	۰/۸۶۴	-۰/۰۵۴	افزایش ویلاسازی در مناطق کوهستانی، جنگلی و جلگه‌ای
۰/۱۰۷	۰/۰۲۸	-۰/۰۸۳	۰/۸۰۹	-۰/۰۱۲	۰/۲۲۰	۰/۱۷۷	۰/۱۹۶	۰/۱۰۰	افزایش سرمایه گذاری بخش خصوصی در حوزه جاذبه های گردشگری
۰/۰۹۳	۰/۰۴۱	۰/۲۹۲	۰/۶۲۴	-۰/۰۵۰	۰/۴۲۹	۰/۲۳۰	-۰/۱۵۲	۰/۲۲۲	افزایش سطح آگاهی های اجتماعی شهروندان
-۰/۰۱۲	۰/۱۴۸	۰/۷۲۶	۰/۰۵۶	-۰/۰۹۴	-۰/۲۶۲	۰/۰۱۰	۰/۲۰۷	۰/۱۵۰	ازدحام و شلوغی شهر
۰/۰۰۸	۰/۰۱۲	۰/۷۰۷	-۰/۱۲۲	۰/۳۲۰	-۰/۰۱۰	-۰/۰۴۰	-۰/۳۲۹	۰/۲۲۷	تغییر در پوشش مردم محلی
-۰/۱۳۴	-۰/۰۲۹	۰/۴۴۹	-۰/۰۹۷	۰/۳۲۹	۰/۰۹۷	۰/۰۰۶	-۰/۳۶۴	۰/۴۲۲	تغییر در گویش و لهجه مردم محلی
۰/۰۱۴	-۰/۱۷۷	-۰/۱۳۶	-۰/۱۴۵	۰/۰۸۰	۰/۸۱۱	۰/۲۰۵	۰/۱۱۹	۰/۰۷۹	افزایش فرهنگ مهمان نوازی و خونگرم بودن جامعه
۰/۰۰۵	-۰/۰۶۴	-۰/۱۷۰	۰/۱۶۸	۰/۱۳۴	۰/۸۱۴	-۰/۰۰۳	۰/۰۸۳	۰/۲۰۴	کیفیت اطلاعات رسانی به گردشگران
۰/۰۸۷	-۰/۰۵۵	-۰/۰۰۴	۰/۰۱۸	۰/۳۱۴	۰/۷۳۷	۰/۰۹۳	-۰/۰۰۳	۰/۱۹۴	صداقت و انصاف جامعه
۰/۶۴۲	-۰/۰۶۸	-۰/۰۲۹	۰/۰۷۸	۰/۰۱۲	-۰/۰۴۶	۰/۱۱۱	۰/۰۹۲	-۰/۱۹۱	رفتار مودبانه و احترام مردم با گردشگران

۰/۵۹۸	۰/۱۷۸	-۰/۲۸۹	۰/۰۵۰	۰/۱۶۶	۰/۱۳۸	۰/۳۴۷	۰/۱۰۶	۰/۱۵۸	میزان همکاری و راهنمایی جامعه با گردشگران
۰/۱۲۶	۰/۱۱۴	-۰/۱۵۵	-۰/۱۰۵	۰/۰۱۸	۰/۱۵۸	۰/۷۱۵	۰/۳۱۷	۰/۰۷۳	دسترسی به فضای سبز و پارک
۰/۰۸۱	۰/۱۱۲	۰/۰۴۴	۰/۱۷۱	۰/۲۴۵	۰/۰۸۸	۰/۷۹۸	-۰/۱۵۴	۰/۲۰۶	تمیزی خیابانها و امکان تفریحی و گردشگری
۰/۱۲۰	-۰/۰۷۱	-۰/۰۷۵	۰/۰۹۸	۰/۱۱۷	۰/۰۶۶	۰/۸۱۵	۰/۰۶۶	۰/۲۷۱	زیبایی و کیفیت معماری شهری
۰/۰۵۳	۰/۰۹۸	۰/۱۴۷۰	۰/۱۷۵	۰/۰۱۶	۰/۴۵۴	۰/۵۸۳	۰/۱۲۴	۰/۰۸۱	آرامش محیطی و فرصت استراحت
۰/۱۱۷	۰/۲۹۴	۰/۱۵۷	۰/۶۶۷	۰/۰۱۲	-۰/۳۶۳	-۰/۱۸۷	-۰/۰۱۶	۰/۱۱۲	کیفیت جاذبه های توریستی
-۰/۱۵۱	۰/۲۹۳	-۰/۱۲۰	۰/۵۹۳	-۰/۰۲۱	-۰/۱۲۷	۰/۲۱۸	-۰/۱۹۵	۰/۳۷۹	کیفیت سرگرمی و تفریحات
۰/۱۷۸	۰/۱۶۱	۰/۲۷۰	۰/۴۳۸	-۰/۱۸۹	-۰/۱۲۱	۰/۵۶۱	۰/۲۶۵	۰/۲۶۴	کیفیت اسکان
۰/۲۷۰	۰/۰۹۹	-۰/۳۹۴	۰/۲۹۰	۰/۰۵۶	۰/۱۸۶	۰/۳۱۸	۰/۱۰۸	۰/۲۷۳	کیفیت غذا
-۰/۰۹۹	-۰/۰۳۱	-۰/۰۲۶	۰/۰۴۸	۰/۷۸۲	۰/۲۳۴	۰/۱۱۱	۰/۱۰۳	۰/۰۴۰	هزینه حمل و نقل
۰/۱۳۳	۰/۰۳۴	-۰/۱۰۳	-۰/۰۳۲	۰/۶۱۳	۰/۲۳۸	۰/۰۷۵	۰/۴۳۴	-۰/۰۰۴	هزینه اسکان
۰/۳۳۳	۰/۰۹۹	۰/۲۰۴	۰/۰۰۹	۰/۵۷۴	۰/۰۱۷	۰/۲۱۱	۰/۴۵۸	-۰/۰۲۶	هزینه غذا
۰/۲۹۸	۰/۱۳۸	۰/۱۱۹	-۰/۰۷۹	۰/۶۸۵	۰/۰۸۸	۰/۰۵۳	۰/۰۰۷	۰/۲۹۳	هزینه ورود و بلیط اماکن فرهنگی و تاریخی
۰/۵۴۱	۰/۲۳۷	۰/۳۶۹	-۰/۰۲۲	۰/۱۸۷	۰/۰۹۷	-۰/۰۰۱	۰/۱۱۳	۰/۲۷۸	هزینه خرید سوغات (صنایع دستی محلی)
۰/۴۸۷	۰/۲۳۴	۰/۱۹۶	۰/۲۶۸	-۰/۰۵۶	۰/۰۹۸	۰/۲۵۷	۰/۱۰۷	۰/۵۴۱	بهره مندی از نیروی انسانی متخصص در بخش گردشگری
۰/۲۱۲	۰/۲۵۲	۰/۱۴۵	۰/۰۰۶	-۰/۲۶۹	۰/۳۲۶	۰/۲۰۱	۰/۰۷۲	۰/۶۴۳	بهره گیری مطلوب از منابع و امکانات موجود
-۰/۰۰۳	۰/۰۸۷	۰/۰۳۰	۰/۰۶۴	-۰/۲۴۳	۰/۳۴۱	۰/۲۸۳	۰/۰۵۰	۰/۶۸۹	اطلاعات رسانی و تبلیغات بمنظور معرفی جاذبه های گردشگری
-۰/۰۹۰	۰/۱۶۰	۰/۰۵۹	۰/۱۸۰	-۰/۰۱۳	۰/۱۲۶	۰/۲۳۶	۰/۱۲۴	۰/۷۱۶	آموزش شهروندان در خصوص نحوه برخورد با گردشگران
-۰/۱۱۳	۰/۲۱۴	-۰/۰۹۱	۰/۰۴۸	۰/۱۲۰	۰/۰۵۷	۰/۳۶۶	۰/۱۲۵	۰/۷۴۳	برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با گردشگری برای مدیران شهری
-۰/۰۰۳	۰/۰۷۸	-۰/۰۴۹	۰/۰۴۳	۰/۱۸۳	-۰/۰۷۰	۰/۱۰۸	-۰/۰۱۸	۰/۸۹۷	همانگی بین ارگانهای تصمیم گیرنده در امر گردشگری

۰/۰۷۶	۰/۰۶۱	-۰/۰۳۸	۰/۰۲۷	۰/۱۰۳	۰/۰۴۳	۰/۰۸۴	-۰/۰۶۲	۰/۹۱۰	میزان تلاش مدیران شهری در جهت حفظ و نگهداری جاذبه های گردشگری
-۰/۰۱۵	-۰/۰۸۴	۰/۱۹۴	۰/۱۰۵	۰/۲۲۰	۰/۱۲۲	-۰/۰۲۵	۰/۰۱۹	۰/۸۵۵	نظارت بر مدیریت شهری بر خدمات گردشگری
-۰/۰۶۷	-۰/۱۳۲	۰/۲۹۲	۰/۲۳۷	۰/۰۶۷	۰/۲۳۸	-۰/۰۰۱	۰/۱۴۰	۰/۷۹۶	ارایه مشوق ها و تضمین های لازم جهت سرمایه- گذاری بخش خصوصی

نتایج داده‌های جدول شماره ۷، مبین ماتریس چرخیده شده اجزاء است. در واقع مندرجات این جدول، سهم متغیرها را در عامل‌ها بعد از چرخش نشان داده و هر متغیر در عاملی قرار می‌گیرد که با آن عامل همبستگی بالای معنی داری داشته باشد. این ماتریس را راحت‌تر از ماتریس چرخیده نشده قبلی می‌توان تفسیر نمود. هرچقدر مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد، عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر مورد نظر دارد. تحلیل عاملی (مندرجات جدول شماره ۷) اینگونه نشان می‌دهد که:

متغیرهای بهره‌مندی از نیروی انسانی متخصص در بخش گردشگری، بهره‌گیری مطلوب از منابع و امکانات موجود، اطلاع‌رسانی و تبلیغات بمنظور معرفی جاذبه‌های گردشگری، آموزش شهروندان در خصوص نحوه برخورد با گردشگران، برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با گردشگری برای مدیران شهری، هماهنگی بین ارگانهای تصمیم‌گیرنده در امر گردشگری، میزان تلاش مدیران شهری در جهت حفظ و نگهداری جاذبه‌های گردشگری، نظارت بر مدیریت شهری بر خدمات گردشگری و ارایه مشوق‌ها و تضمین‌های لازم جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی روی عامل اول یعنی شاخص مدیریت شهری، دارای بار عاملی بیشتری هستند.

این در حالی است که متغیرهای افزایش تعداد مکان‌های اقامتی در سطح شهر، افزایش تعداد مجتمع‌های تجاری در سطح شهر، افزایش ویلاهای شخصی اجاره‌ای، افزایش ویلاسازی در مناطق کوهستانی، جنگلی و جلگه‌ای و افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه جاذبه‌های گردشگری بر روی عامل ۲ یعنی شاخص اشتغال زایی در حوزه گردشگری، دارای بار عاملی زیادتری هستند.

همچنین بار عاملی متغیرهای دسترسی به فضای سبز و پارک، تمیزی خیابانها و اماکن تفریحی و گردشگری، زیبایی و کیفیت معماری شهری، آرامش محیطی و فرصت استراحت و کیفیت اسکان بر روی عامل سوم یعنی شاخص کیفیت محیطی، بیشتر است.

نیز متغیرهای افزایش فرهنگ مهمان‌نوازی و خونگرم بودن جامعه، کیفیت اطلاعات رسانی به گردشگران و صداقت و انصاف جامعه روی عامل چهارم یعنی شاخص کیفیت رفتار جامعه میزبان، دارای بار عاملی بیشتری هستند.

این در حالی است که متغیرهای هزینه حمل و نقل، هزینه اسکان، هزینه غذا و هزینه ورود و بلیط اماکن فرهنگی و تاریخی بر روی عامل پنجم یعنی شاخص هزینه خدمات، دارای بار عاملی زیادتری هستند. همچنین بار عاملی متغیرهای افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه جاذبه‌های گردشگری، افزایش سطح آگاهی‌های اجتماعی شهروندان، کیفیت جاذبه‌های توریستی و کیفیت سرگرمی و تفریحات بر روی عامل ششم یعنی شاخص کیفیت منابع و زیرساخت (انسانی - طبیعی)، بیشتر است.

نیز متغیرهای ازدحام و شلوغی شهر، تغییر در پوشش مردم محلی، تغییر در گویش و لهجه مردم محلی و کیفیت غذا روی عامل هفتم یعنی شاخص وضعیت فرهنگی و اجتماعی، دارای بار عاملی بیشتری هستند.

این در حالی است که متغیرهای ایجاد و افزایش فرصت های اشتغال، ایجاد و گسترش خدمات زیربنایی نظیر جاده، پارکینگ، افزایش قیمت زمین و مسکن در شهر، تفاوت قیمت زمین در سطح شهر و مراکز تجاری شهر بر روی عامل هشتم یعنی شاخص زیرساخت های اقتصاد و توسعه شهری، بیشتر است.

همچنین بار عاملی متغیرهای رفتار مودبانه و احترام مردم با گردشگران، میزان همکاری و راهنمایی جامعه با گردشگران و هزینه خرید سوغات (صنایع دستی محلی) بر روی عامل نهم یعنی شاخص مشارکت عمومی در حوزه گردشگری، بیشتر است. با نظر به نتایج تحلیل عاملی و تعیین عاملهای متأثر از حضور گردشگری در شهر ماسال، چنین می توان نتیجه گیری نمود: نه عامل مدیریت شهری، اشتغال زایی در حوزه گردشگری، کیفیت محیطی، کیفیت رفتار جامعه میزبان، هزینه خدمات، کیفیت منابع و زیرساخت (انسانی - طبیعی)، وضعیت فرهنگی و اجتماعی، زیرساخت های اقتصاد و توسعه شهری و مشارکت عمومی در حوزه گردشگری تحت تأثیر حضور گردشگر در شهر ماسال هستند. بدین معنی که حضور گردشگر در شهر ماسال، بر این عامل های اثر گذار بوده و نهایتاً منجر بر توسعه شهر در حوزه های مرتبط با گردشگری می گردد.

ضمن آن که نه (۹) عامل شناسایی شده، ۷۳ درصد از موضوع را (اثرات جذب گردشگر شهر ماسال) تبیین می کنند. در عین حال از میان عوامل مورد بررسی، عامل مدیریت شهری بیشترین سهم به خود اختصاص داده است. آزمون فریدمن (رتبه بندی عامل ها) همچنین در ادامه نتایج تحقیق و در راستای یافته های استنباطی، پس از شناسایی عوامل متأثر از حضور گردشگر در شهر ماسال و میزان اثرگذاری آنها در توسعه گردشگری این شهر، در این بخش، محقق با استفاده از آزمون فریدمن، عوامل مورد شناسایی قرار گرفته را الویت بندی می نماید.

جدول ۸: جدول آزمون فریدمن اولویت بندی عوامل نه گانه

متغیر	متوسط رتبه (Mean Rank)
مدیریت شهری	۳/۲۲
اشتغال زایی در حوزه گردشگری	۶/۱۰
کیفیت محیطی	۵/۰۳
کیفیت رفتار جامعه میزبان	۴/۴۸
هزینه خدمات	۴/۶۳
کیفیت منابع و زیر ساخت (انسانی - طبیعی)	۵/۳۴
وضعیت فرهنگی و اجتماعی	۵/۱۱
زیر ساخت های اقتصادی و توسعه شهری	۵/۶۵
مشارکت مردمی در عرصه گردشگری	۵/۴۴
$chi - square = 131/929$ $d.f = 8$ $sig = 0/001$ $N = 144$	

همانگونه که در جدول شماره ۸ مشاهده می شود، نتایج آزمون فریدمن در خصوص عوامل نه گانه، بیانگر این نکته است که در صدر عوامل مورد بررسی، عامل دوم یعنی اشتغال زایی در حوزه گردشگری قرار گرفته است. ضمن آنکه پس از این عامل، عامل هشتم یعنی زیرساخت های اقتصادی و توسعه شهری، بیشترین تأثیرگذاری را دارا هستند. در عین حال، عوامل چهارم (کیفیت رفتار جامعه میزبان) و پنجم (هزینه خدمات) کمترین اثرگذاری را در بین عوامل نه گانه داشته اند.

## نتیجه‌گیری و بحث

نتایج این تحقیق نشان داده است که شهر ماسال با وجود جاذبه‌های طبیعی و چشم‌اندازهای زیبا و دارا بودن آب و هوای مناسب و با قابلیت جلب بالای گردشگر، از پیامدها و آسیبهای جدی گردشگری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و به ویژه زیست محیطی مصون نبوده است. از پیامدهای منفی افزایش گردشگران بر شهر می‌توان به افزایش بی‌قاعده قیمت زمین و املاک شهری و کاهش امنیت شهر اشاره نمود که به دلیل عدم تناسب زیرساختهای موجود شهر با این افزایش، آسیبهای جدی بر شهر وارد گردیده است. در این زمینه توجه اصولی به زیرساختها، امکانات و مراکز خدمات لازم برای گسترش گردشگری با مشارکت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و شهروندان و با فروش اوراق مشارکت، ضروری مینماید. علیرغم اینکه گردشگری در شهر ماسال به میزان زیادی موجب افزایش سطح آگاهی‌ها و پیشرفت اجتماعی شهروندان و بهبود کیفیت زندگی آنان گردید، اما میزان مشارکت مردم شهر ماسال در امر گردشگری پائین بوده و در راستای اندیشه توسعه پایدار نمی‌باشد.

یافته‌ها نشان داده است که به دلیل ازدحام و شلوغی بیش از حد جمعیت به لحاظ فرهنگی دخل و تصرف زیادی در شهر صورت گرفته است، به گونه‌ای که برخی آداب و رسوم و فرهنگ محلی به دلیل حضور گردشگران در سالهای اخیر تحت تأثیر قرار گرفته است که این وضعیت را به ویژه در سبک زندگی و طرز پوشش مردم محلی میتوان مشاهده نمود. ارائه آگاهیهای لازم درباره ارزشهای مذهبی، باورها و اعتقادات جامعه میزبان در قالب کدهای اخلاق گردشگری به گردشگران و مجریان توره‌های مسافرتی در هنگام ورود به شهر، میتواند در این زمینه مؤثر واقع افتد.

اما آنچه بیش از همه نگران‌کننده می‌نماید اثرات و پیامدهای منفی زیست محیطی رشد گردشگری بر شهر ماسال می‌باشد؛ به طوری که علیرغم افزایش نسبی سرانه فضاهای سبز شهری، موجب تشدید تغییر کاربری اراضی شهری گردیده و به دلیل فشار جمعیتی و عدم تسهیلات لازم در منطقه، موجب آلودگی مکانهای گردشگری از جمله ساحل و فضاهای سبز ماسال بوده که بر آلودگیهای بصری در شهر نیز افزوده است. افزایش تولید زباله و مشکلات جمع‌آوری و دفع آن نیز از جمله اثرات منفی رشد گردشگری در شهر ماسال است. برنامه‌ریزی و تعیین میزان حداکثر ظرفیت تحمل گردشگری شهر ماسال به منظور کاهش صدمات به محیط زیست از جمله اقدامات پیشنهادی در این زمینه است.

با توجه به سایر نتایج بدست آمده، هرچند مدیریت شهری توانسته است تا حدی از انتظارات توسعه پایدار را محقق سازد، اما در بسیاری از موارد ناموفق عمل کرده است. مدیریت شهری در خصوص توسعه گردشگری پایدار نیازمند در نظر گرفتن تمامی اثرات مثبت و منفی گردشگری در ماسال است. در واقع، شرط دستیابی به موفقیت و توسعه گردشگری، نیازمند برنامه‌ریزی در تمامی سطوح است. چه بسا اینکه رشد گردشگری در شهر ماسال بدون برنامه‌ریزی و سازمان نیافته بوده و به دلیل ضعف زیرساختها و توجه صرف به افزایش درآمد و ایجاد اشتغال برای شهروندان، مشکلات زیادی در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به ویژه زیست محیطی در بر داشته است.

بنابراین، توسعه گردشگری در راستای توسعه پایدار نیازمند کارآمدی هر چه بیشتر نظام مدیریتی، تقویت زیرساختها و بهبود ظرفیت‌های گردشگری است. یکی از اقدامات مهم در این زمینه، استفاده بیشتر از مدیران متخصص در امر گردشگری در سیستم مدیریتی شهر ماسال و یکپارچگی مدیریت گردشگری شهر ماسال به منظور هماهنگی بیشتر سازمانهای مرتبط و جلوگیری از انجام فعالیتهای موازی در امر گردشگری با ایجاد سازمان واحد مدیریت گردشگری و کنترل این سازمان بر فعالیتهای بخشهای دولتی و خصوصی است.

پیشنهادها

۱. فرهنگ سازی، آموزش و اطلاع رسانی در راستای ارتقاء رفتار جامعه میزبان با گردشگران در جهت جذب حداکثری گردشگران.
۲. تقویت و توسعه ی مراکز تبلیغ، بازاریابی، اطلاع رسانی و راهنمایی گردشگران.
۳. ارتقای کمی و کیفی زیرساختهای اصلی گردشگری از جمله امکانات اقامت، حمل و نقل و ... .
۴. ایجاد مشوقهای لازم توسط مدیریت شهری برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت گردشگری.
۵. توسعه ی پایدار گردشگری و جلوگیری از توسعه ی فیزیکی ناموزون شهر و از بین رفتن جاذبه های اکوتوریستی شهر و تهدیدات زیست محیطی.
۶. نظارت بر کمیت، کیفیت و هزینه ی خدمات ارائه شده توسط اصناف مرتبط با گردشگری شامل هتلها، رستورانها، مسافرخانه ها و مراکز گردشگری.
۷. تدوین مدیریت یکپارچه ی گردشگری و از موازی کاری و هدر رفتن وقت، سرمایه و انرژی سازمانهای مرتبط با گردشگری.



## منابع

۱. اصغری، سمیرا و جعفری، حمید (۱۳۹۷). بررسی اثرات گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان تالش، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۶ دوره ۵۷، صص ۱۵۸-۱۷).
۲. آکینز، شیرین، (۱۳۶۷)، اقوام مسلمان اتحاد شوروی، ترجمه محمد حسین، انتشارات علمی و فرهنگی.
۳. امیر احمدیان. بهرام، (۱۳۸۱)، جغرافیای کامل قفقاز، انتشارات سازمان جغرافیایی وزارت دفاع.
۴. ابن اثیر امام عز الدین الجزری، (۱۳۶۵)، الکامل (اخبار ایران)، ترجمه محمد ابراهیم باستانی‌پاریزی، تهران.
۵. باصری، بیژن، جهانگرد، اسفندیار (۱۳۸۶). بررسی و تحلیل ظرفیت اشتغال زایی بخش کشاورزی ایران، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال ۱۵، شماره ۵۹.
۶. باکیخانوف، عباسقلی آقا، (۱۹۷۰)، گلستان ارم، به کوشش عبدالکریم آقازاده و دیگران، باکو.
۷. بورادیکاهی، سعید علی، (۱۳۷۸) جواهر نامه لنکران، در کتاب چهار رساله در زمینه تاریخ و جغرافیای تالش، به کوشش علی عبدلی.
۸. بازن، مارسل، (۱۳۶۷)، تالش منطقه ای قومی در شمال ایران، ترجمه مظهر امین فرشچیان، انتشارات آستان قدس رضوی.
۹. پیران، پرویز، (۱۳۶۹)، دیدگاههای نظری در جامعه شناسی شهر و شهرنشینی، اطلاعات سیاسی و اقتصادی شماره های مسلسل ۵۰-۴۰.
۱۰. پیران، پرویز (۱۳۶۶)، شهرنشینی شتابان و ناهمگون، اطلاعات سیاسی - اقتصادی سال ۲، شماره ۱۴.
۱۱. تودارو، مایکل (۱۳۶۶)، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، سازمان برنامه و بودجه.
۱۲. توسلی، غلامعباس، (۱۳۷۴)، جامعه شناسی شهری، تهران دانشگاه پیام نور.
۱۳. بازن، مارسل، تالش، (۱۳۶۷)، منطقه قومی در شمال ایران، ترجمه مظفر، امین فرشچیان، مشهد، آستان قدس رضوی.
۱۴. بلاذری، احمدبن عیسی، (۱۳۶۴)، فتوح البلدان، ترجمه دکتر آذرتاش آذرنوش، تهران: نشر دانشگاه تهران.
۱۵. بلالی، بهزاد، (۱۳۸۴)، بررسی قابلیت های گردشگری روستایی در استان گیلان، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریست، دانشگاه آزاد اسلامی رشت.
۱۶. ترکمان اسکندریبیگ، (۱۳۶۴)، تاریخ عالم آرای عباسی، تهران: انتشارات شاهرودی.
۱۷. تهرانی، ابوبکر، (۱۳۶۵)، دیار بکر، چاپ نجاتی لوغال و فاروق سومر، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۸. جوان، جعفر، (۱۳۶۶)، جمعیت ایران و بستر جغرافیائی آن مشهد، دانشگاه مشهد.
۱۹. حبیبی، محسن، (۱۳۷۵)، از شار تا شهر تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۲۰. حافظ ابرو عبدالله بن لطف الله، (۱۳۱۷)، ذیل جامع التواریخ رشیدی، چاپ خانابابایی، تهران: انتشارات زیده.
۲۱. دیاکونوف، ایگور میخائیلوویچ، (۱۳۵۱)، تاریخ ماد، ترجمه کریم کشاورز، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۲. دیکنز، پیتر (۱۳۷۵)، جامعه شناسی شهری، ترجمه حسین بهروان مشهد، شرکت به نشر آستان قدس رضوی.
۲۳. دواس. دی، ائی (۱۳۷۶)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نائی، تهران نشر نی.
۲۴. سرایی، محمدحسین و اسکندری‌ثانی، محمد (۱۳۸۶)، تبدیل روستاهای بزرگ به شهرهای کوچک و نقش آن در تعادل بخشی ناحیه‌ای موردشناسی: ریوش شهرستان کاشمر، جغرافیا و توسعه، شماره ۱۰، صص ۱۸۲-۱۶۵.
۲۵. سعیدی، عباس. (۱۳۸۹)، محیط، فضا و توسعه بحثی در ضرورت توسعه یکپارچه روستایی - شهری، فصلنامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۱، صص ۱۲-۳.
۲۶. رضوانی، محمدرضا؛ گلی، علی و اکبریان رونیزی، سعیدرضا. (پاییز ۱۳۸۶)، نقش و عملکرد شهرهای کوچک در توسعه روستایی با استفاده از روش تحلیل شبکه، مورد: دهستان رونیز (شهرستان استهبان)، پژوهش های جغرافیایی، شماره ۶۱، صص ۵۸-۴۵.
۲۷. رهنمایی، محمد تقی؛ گیلانگردی، (۱۳۷۴)، کتاب گیلان، جلد دوم، تهران: انتشارات گروه پژوهشگران ایران.
۲۸. شکرگزار، اصغر (۱۳۸۵)، توسعه مسکن شهری در ایران، رشت: نشر حق شناس.
۲۹. ستوده، منوچهر، (۱۳۴۹) از آستارا تا استراباد، جلد ۱، تهران: سلسله انتشارات انجمن آثار ملی.
۳۰. صدیق، رحمت اله (۱۳۸۰)، جزوه جامعه شناسی شهری دانشگاه تهران نیمسال اول ۱۳۸۰-۱۳۷۹.
۳۱. صادق زاده عوض، (۲۰۰۲)، دستور زبان تالشی، سن پترزبورک.

۳۲. صرافی، مظفر، (۱۳۷۹)، مبانی برنامه ریزی توسعه منطقه‌ای، تهران: انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
۳۳. ضیاءتوانا، محمدحسن و شهرام امیرانتخابی (پاییز و زمستان ۱۳۸۶): «روند تبدیل روستا به شهر و پیامدهای آن در شهرستان تالش»، مجله جغرافیا و توسعه، سال پنجم، شماره ۱۰، زاهدان، صص ۱۲۹-۱۰۷.
۳۴. طالقانی و دیگران، (۱۳۶۹)، مطالعات جامعه شناسی شهر تهران (جمعیت).
۳۵. طاهری، علی؛ (۱۳۷۷)، راهنمای گیلان، رشت: انتشارات عالی، جلد دوم.
۳۶. علوی، علیرضا (۱۳۸۰)، الگوی مشارکت شهروندان در اداره امور شهرها، جلد دوم، ناشر وزارت کشور.
۳۷. فرجی درخانه، نسرين؛ (۱۳۸۹)، نقش گردشگری روستایی در توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع محلی (مورد شهرستان ماسال)، نشریه علوم اجتماعی، پژوهشنامه، شماره ۶۵.
۳۸. کامیابی، سعید، ذوالفقارخانیان، مهدیه، (۱۳۹۱)، ارزیابی تاثیر عوامل محیطی بر ساماندهی نواحی شهری با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP): مطالعه موردی نواحی شهر سمنان، کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی، صص: ۲۰۳-۲۱۸
۳۹. گیلبرت و گاگلر، (۱۳۷۵)، شهر ها، فقر و توسعه ترجمه پرویز کریمی و ناصری، شهرداری تهران.
۴۰. مارسل، بازن، (۱۳۶۷)، تالش منطقه ای قومی در شمال ایران، ترجمه محمد امین فرشچیان، مشهد: نشر قدس.
۴۱. مستوفی حمدالله، (۱۳۶۲)، نزهت القلوب، تصحیح گای لسترنج، تهران: انتشارات کمند.
۴۲. میرزائی، محمد و دیگران، (۱۳۷۸)، جمعیت، توسعه و بهداشت باروری، تهران نشر بشری.
۴۳. مرکز آمار ایران (۱۳۳۵) تا (۱۳۹۰)، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن.
۴۴. یار شاطر، احسان، (۱۳۵۶)، دانشنامه ایران و اسلام، جلد ۱، تهران: سلسله انتشارات انجمن آثار ملی.
۴۵. یورکوس، آپوستولوپولوس، (۱۳۸۳)، جامعه شناسی گردشگری، ترجمه شفیعی بیژن، رشت: انتشارات وارسته.
46. Butler.Edgar,w ( ۱۹۷۹) urban sociology , New York, Harper & Row
47. Bhagat.R.B( ۲۰۰۱)urbanization in India,Brezil,general population conference
48. Deas v. Knapp (1982)129 Cal. App. 3d 443 [181 Cal. Rptr. 76]
49. Mellor.J.R( ۱۹۸۷)urban sociology in urbanized society .Routldge
50. Mark Deakina, Alasdair Reid(۲۰۱۴) .Sustainable urban development: Use of the environmental assessment methods. Sustainable Cities and Society ,Volume 10, February 2014, Pages 39-48
51. Lorea Mendiola, Pilar González, Àngel Cebollada(۲۰۱۵) The relationship between urban development and the environmental impact mobility: A local case study, Land Use Policy, Volume 43, February . Pages 119-128.