



پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار

فصلنامه علمی پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار
سال چهارم، شماره ۳ (پیاپی: ۱۵)، پاییز ۱۴۰۰

تحلیل جایگاه صنعت گردشگری در توسعه استان ایلام و تدوین
استراتژی توسعه بر پایه بخش گردشگری
عبداله شایان زینی‌وند، ابوطالب کاظمی

تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی کرونا (مدیران
اقامتگاه‌های بومگردی استان خراسان جنوبی) یک مطالعه
پدیدار شناختی
هادی غلامرضایی، عبدالله شفیع آبادی

بررسی تأثیر توسعه صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا با
میانجیگری جذب گردشگر روستایی؛ مطالعه موردی:
گردشگران شهرستان طر قبه - شاندیز
حمیدرضا خطیبی فرد، علیرضا نوری

مروری بر شناسایی شاخص‌های مجموعه گردشگری بومگردی
منطقه شیروان با نگاهی به مفهوم شهر خلاق
سیدجواد اسدپور، پریسا ابراهیمی سه یک آب

بررسی تأثیر اقامتگاه‌های بوم گردی بر توسعه گردشگری
روستایی با میانجیگری تصویر ذهنی مقصد؛ مورد مطالعه:
روستای رادکان
ملیکا کوهستانی، علیرضا نوری، روح الله اسماعیلی نیا

- دکتر بهرام ایمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر سجاد باغبان ماهر، عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان
- دکتر بهار بیشمی، عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
- دکتر غلام حسن جعفری، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر لیلا حبیبی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر محمد حقیقی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر مصطفی عمادزاده، عضو هیئت علمی دانشگاه شیخ بهائی
- دکتر ابوالفضل قنبری، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز
- دکتر حسن کارنامه حقیقی، عضو هیئت علمی دانشگاه شیخ بهائی اصفهان
- دکتر حسین کریم زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز
- دکتر حسین نظم فر، عضو هیئت علمی دانشگاه اردبیل
- دکتر بنفشه ماستری فراهانی، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی مازیار
- دکتر علیرضا مقدسی، عضو هیئت علمی دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)
- دکتر علیرضا نوری، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی شان‌دیز

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی می‌پردازد. از این‌رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.TRSD.ir در برابرتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند. برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

محورها و موضوعات پذیرش مقاله:

- مبانی و پایه‌های نظری گردشگری و توسعه پایدار مدیریت گردشگری
- گردشگری، اکوتوریسم و محیط‌زیست
- مدیریت و بازاریابی گردشگری
- برنامه‌ریزی فضایی مجتمع‌های گردشگری
- برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای
- معماری، شهرسازی و توسعه گردشگری
- جغرافیا، آمایش سرزمینی و گردشگری
- گردشگری، توسعه فرهنگی-اجتماعی
- گردشگری، اقتصاد و مدیریت
- مطالعات میان رشته‌ای در گردشگری و دیگر موضوعات مرتبط

نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبحانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
۰۲۱ ۳۳۲۰۳۴۸۷ / ۰۲۱ ۳۳۲۰۳۴۸۳۱ / ۰۲۶ ۳۴۴۵۳۱۴۴
www.TRSD.ir
کدپستی: ۳۱۴۲۹۵۳۵۹۵
Shij.journals@gmail.com

چاپ

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۳۸۴۰۷۹۲
نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸، پلاک ۲۹۳

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	تحلیل جایگاه صنعت گردشگری در توسعه استان ایلام و تدوین استراتژی توسعه بر پایه بخش گردشگری عبداله شایان زینی وند، ابوطالب کاظمی
۱۱	تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی کرونا (مدیران اقامتگاههای بومگردی استان خراسان جنوبی) یک مطالعه پدیدار شناختی هادی غلامرضایی، عبدالله شفیع آبادی
۲۱	بررسی تأثیر توسعه صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا با میانجی گری جذب گردشگر روستایی (مطالعه موردی: گردشگران شهرستان طرقله - شاندیز) حمیدرضا خطیبی فرد، علیرضا نوری
۳۳	مروری بر شناسایی شاخص های مجموعه گردشگری بومگردی منطقه شیروان با نگاهی به مفهوم شهر خلاق سید جواد اسدیپور، پریسا ابراهیمی سه یک آب
۴۳	بررسی تأثیر اقامتگاه های بوم گردی بر توسعه گردشگری روستایی با میانجی گری تصویر ذهنی مقصد (مورد مطالعه: روستای رادکان) ملیکا کوهستانی، علیرضا نوری، روح الله اسماعیلی نیا

تحلیل جایگاه صنعت گردشگری در توسعه استان ایلام
و تدوین استراتژی توسعه بر پایه بخش گردشگری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۵

کد مقاله: ۱۸۱۶۳

عبداله شایان زینی وند^۱، ابوطالب کاظمی^۲

چکیده

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع جهان، نقش مهمی را در ایجاد ارزش افزوده و اشتغال را ایفا می‌کند. به علت اهمیتی که این صنعت از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارد روزبه‌روز بیشتر موردتوجه قرار گرفته و دولت‌ها به آن اهمیت می‌دهند و امروزه یکی از پایه‌های اصلی توسعه اقتصاد جهان محسوب می‌شود. از این رو این مطالعه باهدف بررسی تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه استان ایلام با بهره‌گیری از روش‌های تحلیل سلسله مراتبی و سوات طراحی شده است. نتایج این مطالعه از دیدگاه نخبگان حاکی از آن بوده است که صنعت گردشگری تاکنون نتوانسته تأثیر قابل‌توجهی در مؤلفه‌های اقتصادی توسعه داشته باشد، حال آنکه سهم این صنعت در مؤلفه‌های اجتماعی- فرهنگی پر رنگ بوده است. مطابق با تحلیل سوات نیز نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه بر پایه این بخش شناسایی و نهایتاً استراتژی رقابتی به‌عنوان راهبرد نهایی معرفی شده است.

واژگان کلیدی: توسعه، گردشگری، استراتژی، تحلیل سوات، تحلیل سلسله مراتبی

۱- عضو گروه اقتصاد دانشگاه ایلام

۲- دکتری اقتصاد، رئیس گروه سرمایه گذاری اداره کل امور اقتصادی و دارایی استان ایلام (نویسنده مسئول)

* این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی می باشد

۱- مقدمه

از دیرباز یکی از دغدغه‌های مهم انسان‌ها در زندگی این بوده است که بتواند هرچه بیشتر، محیط و منطقه زندگی خود را کیفیت بخشد. امروزه نیز توسعه یافتن و توسعه دادن مناطق در سطح کشورها، یکی از اهداف مهم دولت‌ها و مردم کشورها هست، به‌طوری‌که امروزه کمتر کسی است که سخن از توسعه‌یافتگی و یا عقب‌ماندگی مناطق را نشنیده باشد. در این بین تنها سخن گفتن از توسعه منطقه کافی نیست، بلکه باید وضعیت منطقه و ارتباط بین متغیرهای مؤثر بر توسعه را شناخت.

در بحث توسعه دودسته نظریه‌های توسعه منطقه‌ای را می‌توان در نظر گرفت، دسته اول نظریاتی که بر پایه تقسیم فعالیت‌های اجتماعی- اقتصادی، بر برنامه‌ریزی بخشی تأکید دارند. مانند نظریه‌های رشد بخش‌های اقتصادی و پایه اقتصادی به‌طوری‌که در این نظریات، انباشت سرمایه، منابع جدید، رشد نیروی کار و پیشرفت فن‌آوری از عوامل اصلی رشد اقتصادی منطقه به شمار می‌آید. و نیز دسته دوم نظریاتی که بر پایه‌ی تقدم قلمرو فضایی انسان‌ها و فعالیت‌ها و یکپارچگی آن‌ها در محیط، به برنامه‌ریزی فضایی متکی هستند مانند نظریه اگروپلتن و قطب رشد (صرافی، ۱۹۹۹). در همین راستا سه نظریه بازرگانی بین‌المللی^۱، نظریه بخش^۲ و نظریه کالای اساسی از سطح ملی به سطح منطقه‌ای تعمیم داده شده‌اند (زیاری، ۱۳۸۳). نظریه بازرگانی بین‌المللی بر مزیت نسبی منطقه توجه دارد و بر تخصیص شدن منطقه به جای متون شده آن تأکید می‌کند. تا از طریق صادرات، درآمد بیشتری که منشأ انباشت سرمایه و چرخه رشد می‌شود را به دست آورد (اجزا شکوهی و همکاران، ۱۳۸۹). وجود مزیت‌های نسبی در هر منطقه می‌تواند زمینه‌های توسعه را فراهم آورد. یکی از این مزیت‌های نسبی، بخش گردشگری هست. در صورت بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری هر منطقه می‌توان شاهد رشد و شکوفایی آن باشیم. حال چنانچه برخی کشورها و مناطق جهان توانسته‌اند از این مزیت نسبی به حد مطلوب استفاده کرده و منابع مالی هنگفتی از این طریق به دست آورده‌اند.

۲- بیان مسئله

می‌توان ویژگی‌های لازم جهت توسعه را هشت مرحله دانست که عبارت‌اند از: سیر صعودی گذار، تغییرات اساسی در ساختارهای کلی جامعه، بهبود وضعیت اقتصادی جامعه و معیشت عامه‌ی مردم، پیشرفت علم و تکنولوژی، استفاده از فن‌آوری مدرن روز در فعالیت‌های تولیدی و صنعتی، ایجاد نهادهای مناسب، برای جهت بخشیدن به فرایند توسعه به‌منظور نیازهای جامعه، همکاری همراه با آگاهی توده‌ی مردم در فرایند درازمدت توسعه و تغییر اوضاع اقتصادی و تولیدی جامعه از مرحله‌ی اقتصاد و معیشتی به اقتصاد تجاری و بین‌المللی (صیامی، ۱۳۸۱). در این بین صنعت گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک فاکتور مهم در توسعه تلقی شود. امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی نوپا دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2007). بسیاری از کشورها صنعت گردشگری را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار، زیر بنایی می‌دانند (شربتی، ۱۳۹۴). اگرچه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت است، ولی گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶). استان ایلام با تمدن کهن، طبیعت چهارفصل و در اختیار داشتن صدها مؤلفه گردشگری، یکی از مناطق بدیع در حوزه گردشگری می‌باشد. در بخش میراث فرهنگی می‌توان شهر تاریخی دوره‌ی ساسانی دره شهر، چغا آهنان، سنگ نوشته‌های تنگه ارغوان، قلعه سام در شیروان، پل تاریخی گاومیشان، تخت شیرین و فرهاد، قلعه والی و... در بخش اکوتوریسم مجموعه آثار طبیعی چشمه آب گرم و غار خفاش دهلران، جنگل‌های تفریحی ارغوان و تجریان، غار طبیعی سیوان کوه بدره، کبوترلان زرین آباد، دریاچه دوقلو آبدانان، آبشارهای چمچه زرد، آب‌طاف و چم آوا و... را مثال زد. از طرفی وجود جاذبه‌های مذهبی و زیارتگاه‌های متعدد در استان و مهم‌تر از همه راه ارتباطی به کربلای معلی، به‌عنوان دیگر ظرفیت‌های استان می‌باشند. همه این نمونه‌ها تنها بخشی از ظرفیت‌های عظیم استان برای توسعه صنعت گردشگری است (میرزایی، ۱۳۸۸). بنابراین وجود چنین ظرفیت عظیمی، لزوم توجه و مطالعه بخش گردشگری در راستای تحقق اهداف توسعه‌ای را اهمیت می‌دهد؛ که در مطالعه حاضر به این مسئله پرداخته است. لذا در مطالعه حاضر به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که بخش گردشگری چه جایگاهی در توسعه استان ایلام دارد؟ در ادامه به بیان مبانی نظری و پیشینه تحقیق خواهیم پرداخت. سپس روش مورد استفاده و در مرحله بعد به تجزیه و تحلیل نتایج پرداخته شده است. نهایتاً جمع بندی از موضوع صورت گرفته و پیشنهاداتی مطابق با نتایج ارائه شده است.

۳- مبانی نظری

۳-۱- تعریف گردشگری^۱

بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری (WTO) در سال ۱۹۹۵: «گردشگری عبارت است از مجموعه فعالیتهای فرد یا افرادی که به مکانی به غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی شود» (حیدری چیا، ۱۳۸۷، ۲۳-۲۲).

۳-۲- توسعه گردشگری^۲

فرآیند طرح های توسعه صنعت گردشگری بیانگر استراتژیها، رویکردها، سیاستها و خط مشی های کشورهای مختلف در مورد مقوله گردشگری است. این فرآیند باید مبتنی بر روشهای پایدار، پیوسته و قابل اجرا در سطوح ملی، ناحیه ای و محلی باشد و بتواند به عنوان بخشی از سیاست کلان اقتصادی و اجتماعی کشور و مکمل آن مؤثر واقع شود (حیدری چیا، ۱۳۸۷: ۵۱). فرآیند تهیه و برنامه ریزی طرحی گردشگری معمولاً هشت مرحله عمده دارد که عبارت است از: ۱) تعریف سیستم، ۲) فرمول بندی اهداف، ۳) جمع آوری اطلاعات، ۴) تحلیل و تفسیر، ۵) طرح اولیه، ۶) اصلاح طرح، ۷) طرح نهایی، ۸) اجرا. طرح های توسعه گردشگری معمولاً سه عنصر اصلی دارند: ۱) ساکنان محلی، ۲) گردشگران و بازدیدکنندگان، ۳) تأثیرات گردشگران و بازدیدکنندگان. بنابراین در تحلیل و بررسی این نوع طرح ها باید تمامی ابعاد این سه عنصر را مدنظر قرارداد (حیدری چیا، ۱۳۸۷: ۵۲-۵۱). به طور کلی گردشگری می تواند اثرات متفاوت و قابل توجهی در منطقه ی گردشگری پذیر بر جای بگذارد. این اثرات می توانند اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی باشند که در ذیل به آنها اشاره می کنیم.

۳-۲-۱- بعد اقتصادی

به طور کلی گردشگری در زمینه اقتصادی علاوه بر جنبه مختلف کسب ارز خارجی انتقال بخشی از قدرت خرید اتباع سایر کشورها به جذب کننده گردشگر است. گردشگری منجر به افزایش تحرک در تولید و توزیع، ایجاد مشاغل و خدمات گوناگون و کمک به سرعت گردش پول می شود. به گونه ای که سازمان جهانی گردشگری پیش بینی کرده است که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۵/۱ میلیارد نفر خواهد رسید (زیاری و خدادادی، ۱۳۸۸: ۲۲۲). بنابراین گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می تواند رهیافتی برای توسعه در قلمرو ملی باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۸۲). امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان حایز جایگاه ویژه ای است، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین المللی اند (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱).

در اقتصاد باز (آزاد) استراتژی توسعه و رشد با تشویق صادرات بسیار مهم است. این روند اقتصاد آزاد در قالب عرضه و تقاضای بازار عمل می کند. از آنجا که گردشگری نیز در یک فعالیت اقتصادی در چهارچوب بازار گردشگری تبلور می یابد. و یکی از اقلام صادراتی (یا به عبارتی صادرات نامرئی) هر اقتصاد ملی محسوب می شود نقش عرضه و تقاضا در آن اهمیت اساسی دارد. این رابطه عرضه و تقاضای گردشگری در فضاهای جغرافیایی اثر می گذارد و آثار مختلفی را در زمینه اقتصادی رقم می زند. در این میان بحث هم پوشی سرمایه و گردشگری اهمیت زیادی دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۶۹-۶۶).

۳-۲-۲- بعد سیاسی

گردشگری در سال های پس از جنگ جهانی دوم رشد زیادی حدود ۵ درصد در سال را نشان می دهد. دولت ها بالطبع برای گام نهادن در رویکرد به توسعه فضایی سرزمینی نقش پر رنگی را بر عهده دارند. دولت ها در زمینه گردشگری با توان رقابتی خارجی، جذب سرمایه و گردشگر، رفاه اجتماعی و گسترش بازارهای گردشگری بر اساس توزیع مجدد ثروت همراه با روند نوسازی مدیریتی - فناوری ایفای نقش می کنند. نتایج این فعل و انفعالات اقتصادی و جریان معکوس سرمایه و انسان (از مرکز به پیرامون) بر روابط سیاسی بسیار گسترده است. همچنین کشورهایی که در زمینه گردشگری سرمایه گذاری کرده اند، در روابط بین المللی خود بازنگری به عمل آورده اند. (تولایی، ۱۳۸۵: ۲۴-۲۵).

1 Tourism

2 Tourism development

۳-۲-۳- بعد زیست محیطی

عوامل محیطی مشتمل بر اقلیم، ژئو لوژی، آب شناسی، خاک، توپوگرافی، پوشش گیاهی و حیات وحش است. عوامل فرهنگی - زیست محیطی ویژگی‌های مردم شناسانه، یادمان‌های تاریخی، موزه‌ها، صنایع دستی، اعیاد و مراسم و عادات و رسوم کشورها را دربر می‌گیرد (تولایی، سیمین، ۱۳۸۶: ۲۴-۲۵). فعالیت‌های گردشگری و محیط زیست اعم از محیط طبیعی و یا مصنوع به غایت با یکدیگر در تعامل هستند. بین گردشگری و محیط زیست ارتباط آشکاری وجود دارد محیط طبیعی ارائه دهنده جاذبه‌های زیادی در ارتباط با گردشگری است که البته این خود انگیزه اقتصادی امر حفاظت محیط زیست را فراهم می‌آورد. چرا که بسیاری از برنامه‌های حفاظتی به تبع درآمد ناشی از گردشگری امکان پذیر می‌شود (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۰۸-۱۰۷).

۳-۲-۴- بعد فرهنگی - اجتماعی

فرهنگ در نمادهایی از جلوه‌های گوناگون، انعکاس (بازتابش) زندگی دیرینه در انسان‌های امروزی است. فرهنگ به عنوان یک نظام ارتباطی بین مردمی با جلوه‌های مختلفی از آداب و رسوم، میراث و دیگر تولیدات مادی و زیباشناختی شکل می‌گیرد و واقعیت وجودی جامعه را بیان می‌کند. فرهنگ را می‌توان در دو گروه کلی فرهنگ سنتی و فرهنگ مدرن بخش بندی کرد که از نظر فهم گردشگری امروزی اهمیت بسیاری دارد طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، ۳۷ درصد گردشگری بین المللی با انگیزه فرهنگی است و به طور چشمگیری این فرایند در حال افزایش است. رشد روزافزون این نوع از گردشگری، توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران را در جهان به خود معطوف کرده است و در فرایند برنامه‌های توسعه ایران نیز این تأثیر به خوبی مشاهده می‌شود. بنابراین گردشگری فرهنگی - اجتماعی می‌تواند چرخه‌ی مثبتی در تقاضای گردشگری به وجود بیاورد.

۴- پیشینه تحقیق

صابری فر (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی شهر بشرویه خراسان جنوبی با روش توصیفی - تحلیلی پرداخت. نتایج نشان داده است که در شرایط عادی به ازای ورود گردشگران داخلی در مجموع ۱۳۱ نفر بر تعداد شاغلین شهر افزوده شده است و تولید شهر نیز ۵۶۷ میلیارد ریال منفعت کسب کرده است. کیانی سلمی و بسحاق (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای به شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان با روش پرسشنامه‌ای پرداختند. نتایج حاصل از کاربرد مدل سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد، توسعه گردشگری اثر معناداری بر توسعه شهری در کاشان داشته است. این اثرگذاری دارای بار عاملی ۰/۲۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ بوده که با استناد به آن می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۹ درصد گردشگری بر توسعه شهری کاشان اثرگذار بوده است. در شاخص‌های تبیین کننده توسعه شهری رشد خدمات فرهنگی (کتابخانه، مساجد و ...) با بار عاملی ۰/۶۷ بیش از سایر ابعاد از توسعه گردشگری اثر پذیرفته است. بار عاملی ۰/۶۶ برای توسعه تسهیلات و خدمات زیربنایی و عمرانی (شبکه آب و فاضلاب، مخابرات و ...) این شاخص را در جایگاه دوم قرار داده است. همچنین معناداری اثر گردشگری بر بهبود معیشت ساکنان با بار عاملی ۰/۶۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ مورد تأیید قرار می‌گیرد. کسب بار عاملی ۰/۵۲ برای افزایش خدمات عمومی (خدمات بهداشتی، جمع‌آوری زباله و ...) متأثر از توسعه گردشگری این شاخص را در رتبه چهارم اثرپذیری از گردشگری در مجموعه متغیرهای تبیین کننده توسعه شهری قرار می‌دهد. شربتی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری در ایجاد و توسعه اشتغال، افزایش میزان سرمایه گذاری، ارتقای سطح درآمد و بهبود شاخص‌های کیفیت زندگی مردم استان گلستان تأثیر مثبت و مؤثر دارد. صنیعی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان ارزیابی عوامل اقلیمی بر گردشگری شهری در جهت توسعه پایدار (نمونه موردی: مطالعه شهر کرمانشاه)، به این نتیجه رسیده‌اند که از لحاظ قابلیت‌های اکوتوریستی، دارای نقاط قوت داخلی و قابلیت‌های بالقوه توریستی بسیار بالای است.

سپهوند و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان اثرات اقتصادی اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی توریسم بر توسعه استان لرستان، به این نتیجه رسیده‌اند که بطور کلی می‌توان گفت که تأثیر اقتصادی توریسم بر توسعه استان شامل کسب درآمد توزیع درآمد ایجاد اشتغال رونق دادن به صنایع دستی و حفظ میراث فرهنگی همچنین تأثیر اجتماعی و فرهنگی توریسم بر توسعه استان شامل گسترش مبادلات فرهنگی مردم استان با سایر نقاط کشور و جهان تحکیم وحدت ملی جهت دهی به گذراندن اوقات فراغت معرفی فرهنگ غنی استان هست.

بزرگوار و شهابی کاسب (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان اثرات درآمدی صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی، به این نتیجه رسیده‌اند که نتایج این مطالعه حاکی از اثر مثبت توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای منا می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد تا با

افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم و توجه به جاذبه‌های گردشگری در این کشورها، امکان بهره‌برداری هر چه بیشتر از پتانسیل‌های این صنعت به منظور افزایش رشد اقتصادی کشورها فراهم شود.

لی و چانگ (۲۰۰۸)^۱ در مطالعه‌ای به بررسی توسعه گردشگری و رشد اقتصادی با استفاده از روش پانل برای کشورهای OECD و کشورهای منتخبی (آسیا، آمریکای لاتین و زیر صحرای آفریقا) طی دوره ۱۹۹۰-۲۰۰۰ پرداختند. نتایج نشان داد که یک رابطه هم جمعی بین تولید ناخالص داخلی و رشد گردشگری وجود دارد. همچنین رشد گردشگری اثر بیشتری بر تولید ناخالص ملی در کشورهای منتخب در مقایسه با کشورهای عضو OECD دارد.

مینگ چی (۲۰۱۳)^۲ در مطالعه‌ای به بررسی این سؤال که "آیا توسعه صنعت گردشگری اثری بر رشد اقتصادی دارد؟" پرداخت. بدین منظور با استفاده از داده‌های تابلویی برای ۱۰ کشور طی دوره ۱۹۸۸-۲۰۱۱ به برآورد متغیر پرداخت. نتایج نشان داد که در بین ۱۰ کشور مد نظر در ۳ کشور (بلغارستان، رومانی و اسلونی) رابطه علیت بی طرفه؛ برای قبرس، لتونی و اسلواکی تأیید علیت؛ برای جمهوری چک و لهستان رابطه معکوس؛ و برای استونی و مجارستان فرضیه بازخورد تأیید می‌شود.

عبدل و همکاران (۲۰۱۳)^۳ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی در پاکستان طی دوره ۱۹۷۲-۲۰۱۱ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در بلندمدت گردشگری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد. همچنین گردشگری بین‌المللی به همراه متغیرهای چون سرمایه فیزیکی و تجارت بین‌الملل اثر مثبتی بر رشد اقتصادی پاکستان دارند. چار فون و صلاح (۲۰۱۴)^۴ در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر گردشگری، مصرف انرژی و توانایی نهادهای سیاسی بر رشد اقتصادی در کشورهای منا طی دوره ۲۰۰۹-۲۰۱۰ با استفاده از روش GMM پرداختند. نتایج نشان داد که گردشگری اثر قابل‌ملاحظه‌ای بر رشد اقتصادی این کشورها دارد.

کریشمان (۲۰۱۴)^۵ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و اقتصاد در کشور اردن طی دوره ۱۹۹۰-۲۰۱۱ پرداخت. نتایج این مطالعه نشان داد که صنعت گردشگری اثر قابل‌توجهی بر اقتصاد و رشد اقتصادی این کشور دارد. به‌طوری‌که این صنعت سهم ۱۱/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۰ درصد از اشتغال این کشور را دارا هست. همچنین ۳۸ درصد کل درآمد صادراتی این کشور نیز به بخش گردشگری تعلق دارد.

کومار و همکاران (۲۰۱۴)^۶ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی: مطالعه موردی مالزی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۷۵ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در کوتاه مدت گردشگری اثر منفی بی‌معنایی دارد ولی در بلندمدت اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی مالزی دارد. همچنین نشان دادند که فرضیه علیت دو طرفه نیز تأیید می‌شود.

۵-روش‌شناسی تحقیق

۵-۱-روش سوات

روش SWOT تفکری است سیستماتیک برای تشخیص جامع و کامل از عوامل مؤثر مربوط به یک محصول جدید، تکنولوژی، مدیریت و یا برنامه‌ریزی. تجزیه و تحلیل (SWOT) شناخت نظام یافته این عوامل و استراتژی‌ای است که بهترین ترکیب میان آن‌ها را منعکس می‌سازد. این تجزیه و تحلیل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوتها و فرصتها را حداکثر می‌کند، در عین حالی که ضعفها و تهدیدات آن را به حداقل می‌رساند. این فرض ساده اگر به درستی اجرا شود، تأثیرات عمده‌ای بر انتخاب و طراحی استراتژی اثربخش خواهد داشت. این روش که به میزان بسیار زیاد در برنامه‌ریزی استراتژیک استفاده می‌گردد، همه عوامل محیطی تأثیرگذار محیط عملیاتی را تشخیص داده و مورد بررسی قرار می‌دهد. نکته کلیدی این است که تجزیه و تحلیل سیستماتیک SWOT بر همه‌ی جنبه‌های موقعیت موسسه تسری دارد. در نتیجه چارچوبی پویا و کارآمد برای انتخاب استراتژی ارائه می‌کند. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب که قوتها و فرصتها را به حداکثر و ضعفها و تهدیدات را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف و تهدیدات در چهار حالت کلی (ST، WO، SO)، WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شوند.

1 Chien-Chiang Lee & Chun-Ping Chang

2 Ming Che Chou

3 Abdul Jalil & et al

4 Chor FoonTang, Salah Abosedra

5 Fuad Kreishan

6 Ronald Ravinesh Kumar & et al

۵-۲- روش تحلیل سلسله مراتبی

این فرآیند یک سنتز ریاضی و یک شیوه جبری تصمیم‌گیری با مقیاس نسبی است. این روش با استفاده از یک شبکه سیستمی، شاخص‌های مختلف و ضوابط و معیارها چندگانه با ساختارهای چند سطحی اولویت دار برای رتبه بندی یا تعیین اهمیت گزینه‌های مختلف یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش AHP یکی از معروفترین فنون تصمیم‌گیری چندمنظوره است که در سال ۱۹۷۰ ابداع گردید. این روش هنگامی که عمل تصمیم‌گیری با چند گزینه رقیب و معیار تصمیم‌گیری روبروست میتواند مورد استفاده قرار گیرد. فرآیند AHP ترکیب معیارهای کیفی همراه با معیارهای کمی را به طور همزمان امکانپذیر میسازد. اساس روش AHP بر مقایسه‌های زوجی یا دوجه دویی آلترناتیوها و معیارهای تصمیم‌گیری است. برای چنین مقایسه‌ای نیاز به جمع‌آوری اطلاعات از تصمیم‌گیرندگان است. این امر به تصمیم‌گیرنده این امکان را می‌دهد که فارغ از هرگونه نفوذ و مزاحمت خارجی تنها روی مقایسه دو معیار یا گزینه تمرکز کند. علاوه بر این مقایسه دوجه دویی، به دلیل این که پاسخ دهنده فقط دو عامل را نسبت به هم می‌سنجد و به عوامل دیگر توجه ندارد، اطلاعات ارزشمندی را برای مسئله مورد بررسی فراهم می‌آورد و فرآیند تصمیم‌گیری را منطقی می‌سازد.

۶- تجزیه تحلیل نتایج

برای بررسی اهمیت گردشگری بر پایه توسعه، ابتدا مطابق نظرات نخبگان مهمترین عناصر مرتبط با توسعه شناسایی شده و میزان اثر گذاری هر یک را در سه محور صنعت (بدون نفت)، کشاورزی و گردشگری مورد بررسی قرار گفته است (مطابق گزارشات ستاد سرمایه گذاری استان، عمده سرمایه گذاری های استان حول این سه محور بوده است). لازم به ذکر از در تمامی موارد نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۱ درصد بوده است (جداول مربوطه به پیوست می‌باشند).

مطابق جدول (۱ تا ۲۷ پیوستی) که توسعه را در ابعاد مختلف از چند منظر اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی و زیست محیطی در نظر گرفته شده، مهمترین عناصر از نظر نخبگان شناسایی و بر اساس آن اولویت بندی بر اساس سه بخش (بخش‌های مولد) در نظر گرفته شده است. مطابق نتایج در هر بخش سهم گردشگری در توسعه استان مشخص شده است. در اشتغال سهم گردشگری (۱۲/۱ درصد)، در تولید ارزش افزوده ۱۱/۱ درصد، در حمل و نقل جاده ای (۴۰ درصد)، درآمد سرانه (۲۴ درصد)، توزیع درآمد (۳۳/۴ درصد)، مهاجرت (۵۵/۷ درصد)، در خدمات بهداشتی، درمانی و آموزشی (۶۴/۵ درصد)، در توسعه روستایی (نقش پذیری و مشارکت روستاها در جامعه) حدود (۵۷ درصد) و در حفاظت از منابع طبیعت و محیط زیست (۵۷/۸ درصد) سهم داشته است.

در واقع صنعت گردشگری با ایجاد مشاغل جدیدی مانند بوم گردی، راهنمای تور، فروش صنایع دستی و... زمینه های ایجاد اشتغال با سرمایه اندک را فراهم کرده است. این مهم از یک طرف سبب بهبود وضعیت اشتغال شده و از طرف دیگر به ایجاد ارزش افزوده و بهبود توزیع درآمد کمک می‌کند. وجود فرصت‌های مانند مرزی بودن استان و امن ترین مرز به عتبات عالیات این زمینه را برای بهبود حمل و نقل جاده ای و انتقال مسافران نیز فراهم کرده است. همچنین وجود بیمارستان مجهز کوثر در استان این زمینه مهم را برای جذب و ارائه خدمات درمانی برای اتباع عراقی فراهم کرده است.

۷- تحلیل سوات

در تحلیل سوات نیز از نقطه نظرات نخبگان استفاده شده است. بدین منظور مراحل زیر برای تدوین این بخش استفاده شده است. با استفاده استفاده از فرایند مصاحبه و پرس و جو از مسئولین، کارشناسان و صاحبان سازمان یا منطقه ای که می‌خواهید برنامه راهبردی تعیین شده و نقط ضعف و قوت و فرصتها و تهدیدها را تعیین شده است. از طریق یک پرسشنامه از کارشناسان، به هر یک از عوامل درونی و بیرونی که تعیین کردید، ارزش و یا ضریب تعیین شده است.

جدول ۱- نقاط قوت توسعه بر پایه گردشگری در استان ایلام

نقاط قوت				
ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
اشتغالزایی با سرمایه اندک	۸۸	۰/۱۶۹	۴	۰/۶۷۶
حفاظت از محیط زیست	۸۴	۰/۱۶۲	۳	۰/۴۸۶
حفظ، اشاعه و معرفی فرهنگ بومی	۶۴	۰/۱۲۳	۲	۰/۲۴۶
توسعه حمل و نقل جاده ای	۶۸	۰/۱۳۱	۴	۰/۵۲۴
	۷۳	۰/۱۴۱	۳	۰/۴۲۳

۰/۴۱۷	۳	۰/۱۳۹	۷۲	جلوگیری از مهاجرت
۰/۲۶۶	۲	۰/۱۳۳	۶۹	بهبود زیرساخت های روستایی
۳/۰۳۸		۱	۵۱۸	مجموع
فرصت‌ها				
ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	
۰/۷۶۸	۴	۰/۱۹۲	۸۴	مرز مشترک با عراق جهت ارائه خدمات توریسم درمانی
۰/۵۴۹	۳	۰/۱۸۳	۸۰	امن ترین مسیر عتبات عالیات
۰/۶۹۶	۴	۰/۱۷۴	۷۶	جاذبه‌های طبیعی (دشت ها، دره ها، آبشارها و...)
۰/۶۱۲	۴	۰/۱۵۳	۶۷	آثار تاریخی فراوان
۰/۴۳۸	۳	۰/۱۴۶	۶۴	تنوع صنایع دستی
۰/۴۵۳	۳	۰/۱۵۱	۶۶	تنوع آداب و رسوم اقوام محلی
۳/۵۱۶		۱	۴۳۷	مجموع
ضعف ها				
ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	
۰/۵۴۰	۳	۰/۱۸۰	۷۵	عدم اختصاص اعتبار کافی برای احیا و بهسازی امکان تاریخی- طبیعی
۰/۸۸۴	۴	۰/۲۲۱	۹۲	ضعف تبلیغات
۰/۸۴۴	۴	۰/۲۱۱	۸۸	ضعف امکانات و خدمات به گردشگران
۰/۷۵۶	۴	۰/۱۸۹	۷۹	عدم تلاش دستگاه های مرتبط در جذب سرمایه گذار
۰/۷۸۸	۴	۰/۱۹۷	۸۲	کمبود زیرساخت های گردشگری
۳/۸۱۲		۱	۴۱۶	مجموع
تهدید ها				
ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	
۱/۰۱۲	۴	۰/۲۵۳	۷۶	سرمایه گذاری سایر استان ها در بخش گردشگری
۰/۸۲۸	۳	۰/۳۷۶	۸۳	تکمیل بودن زیرساخت های استان های همجوار (هوایی- ریلی)
۰/۴۱۲	۲	۰/۲۰۶	۶۲	فراموشی سبک و الگوهای بومی- محلی
۰/۷۸۹	۳	۰/۲۶۳	۷۹	تغییر کاربری های غیر اصولی
۳/۰۴۱		۱	۳۰۰	مجموع

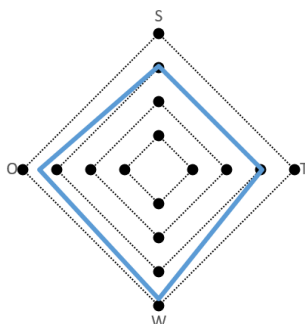
منبع: یافته های تحقیق

تحلیل سوات نشان می‌دهد که ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید به عنوان مهمترین مزیت و نقطه قوت برای سیاستگذاری توسعه بر مبنای گردشگری استان ایلام با وزن ۸۸ و با ضریب نهایی ۰/۶۷۶ بالاترین اهمیت را در بخش نقاط قوت به خود اختصاص داده است. با توجه به بررسی های صورت گرفته، در بین نقاط ضعف در تبلیغات و معرفی جاذبه‌های گردشگری، تاریخی و طبیعی استان ایلام با امتیاز ۹۲ و ضریب نهایی ۰/۸۸۴ بیشترین اهمیت را داشته است. در بین فرصت‌های ارائه شده، مرز مشترک با عراق جهت ارائه خدمات توریسم درمانی با وزن ۸۴ و ضریب نهایی ۰/۷۶۸ بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده است. در بین تهدید ها، سرمایه گذاری سایر استان ها در بخش گردشگری با وزن ۷۶ و ضریب نهایی ۱/۰۱۲ بیشترین اهمیت را داشته است. پس از مشخص کردن عوامل درونی و بیرونی و تعیین ارزش هر عامل، حال می توانیم راهبردها و استراتژی های مرتبط با هر بخش را تعیین کنیم. راهبردهای تعیین شده در چهار بخش جداگانه صورت گرفته و به صورت ترکیبی از عوامل درونی و بیرونی می‌باشد (راهبرد تهاجمی، راهبردی تدافعی، راهبرد رقابتی و راهبرد محافظه کارانه). در راستای ارائه استراتژی های کلان براساس قاعده‌ی معمول چنانچه میانگین امتیازات تهدیدها و ضعف ها کمتر از کل امتیازات فرصت‌ها و قوت ها باشد (SO > WT)، استراتژی کلان از نوع استراتژی تهاجمی خواهد بود و اگر برعکس باشد (SO < WT)، در این صورت استراتژی از نوع تدافعی خواهد بود. براین اساس نظر به اینکه میانگین کل امتیازات تهدیدها و ضعف ها براساس تحلیل SWOT در این مطالعه بیشتر میانگین کل امتیازات فرصت‌ها و قوت ها می‌باشد (۶/۸۵۶ < WT) (۳/۵۵۶ < SO)، و در مقابل میانگین امتیازات ST برای توسعه بر پایه گردشگری برابر با ۶/۰۷۹ بوده و میانگین امتیازات برای استراتژی WO برابر با ۷/۳۲۸ می‌باشد. با توجه به نتایج مدل سوات، استراتژی WO یا استراتژی رقابتی به عنوان الگوی مناسب برای توسعه استان ایلام بر مبنای گردشگری توصیه می گردد (نمودار ۱).

جدول ۲- ماتریس تدوین استراتژی

شرایط بیرونی	شرایط درونی	
	نقاط قوت	نقاط ضعف
تحلیل SWOT ← خارجی ↓ داخلی	ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید اشتغالزایی با سرمایه اندک حفاظت از محیط زیست حفظ، اشاعه و معرفی فرهنگ بومی توسعه حمل و نقل جاده ای جلوگیری از مهاجرت بهبود زیرساخت های روستایی	عدم اختصاص اعتبار کافی برای احیا و بهسازی اماکن تاریخی- طبیعی ضعف در تبلیغات و معرفی جاذبه‌های استان ضعف امکانات و خدمات به گردشگران عدم تلاش دستگاه های مرتبط در جذب سرمایه گذار کمبود زیرساخت های گردشگری
فرصت‌ها	راهبرد رقابتی /تهاجمی SO	راهبردهای تنوع St
-مرز مشترک با عراق جهت ارائه خدمات توریسم درمانی -امن ترین مسیر عبیات عالیات -جاذبه‌های طبیعی -آثار تاریخی و فرهنگی فراوان -تنوع صنایع دستی -تنوع آداب و رسوم اقوام محلی	-تبلیغات مناسب از طریق سفارتخانه های کشور به منظور معرفی امکانات درمانی در استان -ایجاد بازارچه مرزی فرهنگی در مهران جهت معرفی تمامی ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی استان -فراهم نمودن امکانات، تسهیلات و تمهیدات مطلوب جهت بهبود زیر ساخت ها به منظور جذب گردشگری داخلی و خارجی	-تقویت تعاملات فرهنگی_گردشگری با کشورهای منطقه پیرامون -آموزش مردم در نحوه برخورد با مسافران -توسعه شبکه اطلاع رسانی و آموزش گردشگری -تقویت گردشگری داخلی و بهره مندی از منافع اقتصادی آن در راستای رفاه و پایداری اقتصادی شهر و روستا
تهدیدها	راهبردهای بازنگری WO	راهبرد تدافعی WT
سرمایه گذاری سایر استان ها در بخش گردشگری تکمیل بودن زیرساخت های استان های مجاور (هوایی- ریلی- جاده ای) فراموشی سبک و الگوهای بومی و محلی تغییر کاربری های غیر اصولی	تغییر در برنامه ها و سیاست های توسعه منطقه ای به تأکید بر بخش گردشگری تقویت و ارتقاء سطح زیر ساخت های حمل و نقل و خدمات گردشگری در راستای رفاه و توسعه گردشگری استفاده از توان مشارکتی مردم در توسعه گردشگری تعامل و همفکری بین مسئولان و سازمان های مرتبط با گردشگری در راستای توسعه گردشگری	بهبود مدیریت گردشگری و پرهیز از موازی کاری سازمان ها برنامه ریزی جهت بهره گیری از فن آوری اطلاعات، تبلیغات تازه در جهت توسعه بازارهای هدف گردشگری استفاده از نیروهای متخصص به منظور ایجاد تشکل های تعاونی فرهنگی

منبع: یافته های تحقیق



نمودار ۱- تدوین استراتژی نهایی برای توسعه بر پایه گردشگری در استان ایلام

نتیجه گیری

اگرچه استان ایلام دارای ظرفیت‌های مختلف در بخش های اقتصادی است، ولی متأسفانه تاکنون نتوانسته است توسعه متوازی در بین بخش ها و مناطق خود را شاهد باشد. یکی از عمده ترین علل آن را می توان در عدم بکارگیری صحیح از منابع و ظرفیت‌های موجود استان یافت. بخش گردشگری استان ایلام به دلیل وجود مشکلات نهادی و زیرساختی نتوانسته در جذب گردشگران داخلی و خارجی موفق باشد. بنابراین تغییر نگاه برنامه ریزان به این بخش می تواند نخستین گام در جهت توسعه استان بر پایه ظرفیت‌های موجود و از جمله بخش گردشگری باشد. مطابق نتایج این مطالعه در یک بخش با تحلیل سلسله مراتبی جایگاه بخش گردشگری را در بین بخش های کشاورزی و صنعت (با توجه به گزارشات مراکز سرمایه گذاری استان، عمده سرمایه گذاری های استان در این سه بخش صورت می گیرد و ارزش افزوده و اشتغال استان را متأثر می سازد) مشخص شده و سهم بخش گردشگری در توسعه با توجه به مهمترین مؤلفه های که توسط نخبگان تعیین شده اند مشخص شده است. آنچه از نتایج تحلیل سلسله عاملی مشخص شده این است که بخش گردشگری در مؤلفه های اقتصادی نقش کم رنگ تری داشته است. اگرچه در ایجاد مشاغل جدید و کسب درآمد با حداقل سرمایه نقش داشته، ولی به دلیل نوظهور بودن این درآمدها، سهم آن‌ها نیز به نسبت کمتر بوده است. در حمل و نقل جاده ای اگرچه سهم ۴۰ درصدی داشته ولی به نظر می رسد باتوجه به فاکتورهای مانند اشتغال، درآمد سرانه و ارزش افزوده، بخش گردشگری به عنوان مقصد و هدف در استان مطرح نبوده است و بیشتر به عنوان گذار از استان یاد می شود. با توجه به نتایج بخش گردشگری در مؤلفه های اجتماعی و فرهنگی عملکرد بهتری در توسعه استان داشته است. بر اساس نتایج مدل سوات و تدوین استراتژی های مختلف، راهبردهای زیر جهت توسعه این بخش در استان ایلام توصیه می گردد:

- تغییر نگرش در برنامه ها و سیاست های توسعه منطقه ای به تأکید بر بخش گردشگری
- تقویت و ارتقاء زیر ساخت های حمل و نقل و خدمات گردشگری در راستای توسعه گردشگری
- استفاده از ظرفیت مشارکت مردم در توسعه گردشگری
- تعامل و همفکری بین مسئولان و دستگاه های مرتبط با گردشگری در جهت توسعه گردشگری

منابع

- اجزا شکوهی، محمد و صادقی، مجتبی و اسدی، روح ا... (۱۳۸۹). توسعه منطقه ای در استان سیستان و بلوچستان با استفاده از مدل بازار کار، چهارمین کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان
- بزرگوار، ملیحه و شهبازی کاسب، مهسا (۱۳۹۲). اثرات درآمدی صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی: مطالعه موردی کشورهای منادومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان
- پایلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی، (۱۳۹۰)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول.
- تولایی، سیمین (۱۳۸۵). مروری بر صنعت گردشگری، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت معلم
- تولایی، سیمین، (۱۳۸۶)، مروری بر صنعت گردشگری، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
- سپهوند، ابراهیم و دانش فر، رسول و دریکنوند، خدانظر (۱۳۹۳). اثرات اقتصادی اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی توریسم بر توسعه استان لرستان، دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان،
- حیدری چپانه، رحیم، (۱۳۸۳) ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران، پایان نامه دکتری، رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- شربتی، اکبر (۱۳۹۴). بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان، آمایش جغرافیایی فضا، سال پنجم، شماره ۱۵
- صابری فرد، رستم (۱۳۹۹). نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی شهر بشرویه خراسان جنوبی، برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۲۴، شماره ۴
- صیامی، زهرا (۱۳۸۱). چرا صنعتی نشدیم؟، تهران، امیرکبیر، چاپ اول، ص ۳۰ و ۳۱.
- طیبی، سیدکمال و بابکی، روح اله و جاری، امیر (۱۳۸۶). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۶
- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت.
- میرزایی، کرمرضا (۱۳۸۸). بررسی ظرفیت‌های گردشگری استان ایلام در بخش گردشگری تاریخی و اکوتوریسم، رشد آموزش جغرافیا، شماره ۸۷

- زیاری، یوسفعلی و خدادادی، راحله، (۱۳۸۸)، توسعه گردشگری و نقش آن در ایجاد اشتغال در استان سمنان، چاپ در مجموعه مقالات همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال زایی.
- کیانی سلمی، صدیقه و بسحاق، محمدرضا (۱۳۹۶). شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان، مطالعات شهری، دوره ۷، شماره ۲۵، ۴۴-۳۱
- صنیعی، ترانه و حفظی، محمدرضا و محمدی سرشت، طاهر و برزگر، صالح (۱۳۹۳). ارزیابی عوامل اقلیمی بر گردشگری شهری در جهت توسعه پایدار (نمونه موردی: مطالعه شهر کرمانشاه)، کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، مشهد، بزرگوار، ملیحه و شهابی کاسب، مهسا (۱۳۹۲). اثرات درآمدی صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی: مطالعه موردی کشورهای منادومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان
- Abdul Jalil, Tahir Mahmood, Muhammad Idrees. (2013). Tourism-growth nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds tests. *Economic Modelling* 35 (2013) 185–191
- Chien-Chiang Lee.Chun-Ping Chang (2008) “Tourism development and economic growth: A closer look at panels” *Tourism Management* 29 PP 180–192.
- Chor FoonTang AND Salah Abosedra. (2014). the impacts of tourism, energy consumption and political instability on economic growth in the MENA countries. *Energy Policy* 68(2014)458–464
- Fuad Kreishan. (2014). The Economics of Tourism in Jordan: A statistical Study during the Period 1990-2011. *ARAB ECONOMIC AND BUSINESS JOURNAL* 9 (2014) 37–45
- Ming Che Chou (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis, *Economic Modelling* 33 (2013) 226–232
- Ronald Ravinesh Kumar, Nantha kumar Loganathan, Arvind Patel, Radika Devi Kumar (2014). Nexus between tourism earnings and economic growth: a study of Malaysia. Springer Science + Business Media Dordrecht 2014, DOI 10.1007/s11135-014-0037-4
- UNWTO, 2007, Tourism Highlights 2007 Edition, Available.

Analysis of the role of tourism industry in the development of Ilam province and codification a development strategy based on the tourism sector

Abstract

The tourism industry, as one of the most diverse and largest industries in the world, is the most important source of income and job creation for many countries in the world. This industry, which is called as the engine of development, due to its economic importance, Social is receiving more and more attention and governments care about it, and today it is one of the main and solid foundations of the world economy, including one of the most important industries with rapid growth in world economic development, which creates the highest amount of added value to It can directly and indirectly affect other economic and cultural activities. Therefore, this study was designed to investigate the impact of tourism industry on the development of Ilam province using hierarchical analysis methods and SWOT. . The results of this study from the perspective of the elites indicate that the tourism industry has not been able to have a significant impact on the economic components of development, while the share of this industry in the socio-cultural components has been more important. According to SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities and threats of development have been identified based on this section and finally competitive strategy has been introduced as the final strategy from the point of view of the elites.

Keywords: Development, Tourism, Strategy, SWOT Analysis, AHP

تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی کرونا (مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان جنوبی) یک مطالعه پدیدار شناختی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۱

کد مقاله: ۲۵۱۳۶

هادی غلامرضایی^{۱*}، عبدالله شفیع‌آبادی^۲

چکیده

پژوهش حاضر در قالب یک پژوهش کیفی - پدیدارشناختی با هدف بررسی تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در پاندمی کرونا با محوریت مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان جنوبی انجام شد. بدین منظور برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق با ۱۲ نفر از مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرهای مختلف استان خراسان جنوبی، بهره گرفته شد. مصاحبه‌ها ضبط و کلمه به کلمه پیاده شد و با استفاده از روش کلایزی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج در دو درون‌مایه اصلی شامل چالش‌ها و مشکلات اقامتگاه‌های بوم‌گردی در دوران پاندمی کرونا و راهکارهای مدیران اقامتگاه‌ها برای کاستن از حجم مشکلات بیان شد. درون‌مایه‌های فرعی بخش نخست پژوهش در خصوص چالش‌ها شامل مواردی از قبیل؛ مشکلات روحی و روانی؛ استرس و فشار روانی بازپرداخت وام‌ها؛ حس تنهایی و رؤیای از دست رفته؛ مشکلات شغلی؛ تعدیل نیرو؛ فروش همراه ضرر اقامتگاه بوم‌گردی؛ اختلال در فعالیت بوم‌بازارها بود. همچنین درون‌مایه‌های فرعی بخش دوم برای راهکارها شامل مواردی از قبیل، واکسیناسیون عمومی؛ تخصص و آموزش مهم‌ترین امر برای مدیریت اقامتگاه؛ حمایت دولت در بخش‌های بیمه، مالیات، بازپرداخت وام و استفاده از بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بود.

واژگان کلیدی: کرونا، گردشگری، اقامتگاه بوم‌گردی

۱- دانشجوی دکترای مشاوره، دانشگاه آزاد تهران شمال، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

hadirezayi2014@gmail.com

۲- استاد گروه مشاوره، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۱- مقدمه

شیوع و ابتلا به انواع بیماری‌های عفونی در طول تاریخ، یکی از جدی‌ترین عوامل تهدیدکننده سلامت بشر بوده است که جدیدترین آن ویروس نوظهور کوید^۱ ۱۹ می‌باشد. ۳۱ ماه دسامبر سال ۲۰۱۹ میلادی، خوشه‌ای از موارد عفونت شدید تنفسی در شهر ووهان کشور چین گزارش شد که باعث نگرانی‌های زیادی شد (سازمان بهداشت جهانی، گزارش وضعیت ویروس جدید کرونا ویروس^۲، ۲۰۲۰): یک کرونا ویروس جدید که ۷۰٪ قربانیت ژنتیکی با سارس دارد (زو^۳ و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۹). این بیماری، یک بیماری قابل انتقال از حیوان به انسان و از انسان به انسان محسوب می‌شود که هنوز واکسن و درمان مناسب برای آن وجود ندارد. از این رو، بسیاری از کشورها برای کنترل این بیماری از روند قرنطینه‌سازی استفاده کرده‌اند (سا^۴، ۲۰۲۰: ۷۰).

با وجود مزایای قرنطینه در پیشگیری از گسترش هر چه بیشتر ویروس کرونا و کاهش موارد ابتلا و متعاقب آن کاهش هزینه‌های درمان و مرگ و میر در افراد (کیو^۵ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۵)، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که قرنطینه‌سازی کل جوامع و تعطیلی مراکز تفریحی، آموزشی و... با ایجاد تغییراتی در شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، شکل اصلی و شناخته شده فعالیت‌ها را دگرگون ساخته و دنیا را با مسائلی که هم دارای جنبه‌های مثبت و هم منفی است رو به رو کرده است. یکی از این صنایع درگیر، صنعت گردشگری است (کرمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۲۰).

گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. به طور کلی می‌توان هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحتگر اتفاق می‌افتد گردشگری تلقی کرد (شریفی‌فر و خلیوند، ۱۳۹۵: ۳۴) و بر اساس تعریف سازمان جهانی جهانگردی^۶ نیز گردشگر کسی است که به کشور یا کشورهایی که در آن اقامت دائم ندارد، سفر می‌کند و هدف اصلی سفرش انجام فعالیت‌های درآمدزا نیست و در داخل مرزهای کشوری که به آن سفر می‌کند، یک شب و کمتر از یک سال اقامت می‌کند (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷: ۱۸۳).

صنعت گردشگری امروزه بخش مهمی از اقتصاد جهان را در برمی‌گیرد که با شیوع ویروس کرونا به عنوان یک صنعت فعال و تأثیرگذار با شرایطی متفاوت مواجه شده است. چنان‌که با بررسی مطالعات صورت گرفته در حوزه صنعت گردشگری و کرونا، نتایج پژوهش عمادی و اصغری (محبوب ۱۳۹۹) حاکی از تأثیر منفی کرونا بر صنعت گردشگری بود. نیکفال مغالو و منصوری (۱۳۹۹) در پژوهشی نشان دادند که شیوع ویروس کرونا باعث ایجاد رکود و سیر قهقراپی صنعت در حال توسعه و بزرگ گردشگری در سطح جهان شده است. نیکولا^۷ و همکاران (۲۰۲۰) از پژوهش خود چنین نتیجه گرفتند که صنعت گردشگری از جمله مهم‌ترین صناعی است که شیوع ویروس کرونا بر آن تأثیر منفی گذاشته است. گوان^۸ و همکاران (۲۰۲۰) نیز در پژوهشی اثرات منفی ناشی از بیماری کوید ۱۹ را بر صنایع مهم اقتصادی همچون صنعت گردشگری مورد بررسی و تأیید قرار دادند.

حال بر اساس مطالب مطرح شده و شواهد پژوهشی موجود و با توجه به شرایط بحرانی همه‌گیری ویروس کرونا و شیوع سریع این بیماری و قرنطینه‌سازی کل جوامع و تعطیلی مراکز تفریحی، گردشگری و... که بسیاری از صنایع مختلف را تحت تأثیر قرار داده و آثار سوئی بر رونق کسب و کار این صنایع داشته، مسئله اساسی پژوهش حاضر بررسی و تحلیل جنبه‌ها و ابعاد مختلف تأثیرگذاری ویروس کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری و ارائه راهکارهای مقابله با آن است.

۲- روش پژوهش

مطالعه حاضر به روش کیفی و با رویکرد پدیدارشناسی انجام شد. هدف مطالعه پدیدارشناسی، تشریح و توضیح ساختار یا ماهیت تجارب زنده در مورد یک پدیده بوده که به دنبال ارائه یک معنا و مفهوم واحد در جهت نشان دادن نماد و ذات آن پدیده توصیفی دقیق از تجارب زنده روزمره آن است. به طور کلی در مطالعات پدیدارشناسی منبع اصلی داده‌ها، گفتگوهای عمیق محقق و شرکت‌کنندگان است و محقق بدون آنکه بحث را هدایت کند به شرکت‌کننده کمک می‌کند تا تجربیات زنده‌اش را توصیف کند (صانعی و نیکبخت نصرآبادی، ۱۳۸۴: ۴۳).

در بررسی‌های پدیدارشناسی تا زمان دستیابی به ضابطه اشباع در مورد مفهوم پدیده مورد بررسی، نمونه‌گیری باید ادامه یابد. تا جایی که با افزایش حجم نمونه، حجم داده‌های افزوده شده چشم‌گیر نباشد (ماسون^۹، ۲۰۱۰: ۱۰). از آنجایی که ملاک نمونه

1 Corona Virus Disease 2019: COVID-19

2 WHO. Novel coronavirus (2019-nCoV) situation report

3 Zhu

4 SA

5 Qiu

6 World Tourism Organization

7 Nicola

8 Guan

9 Mason

رسیدن به اشباع بود، بعد از مصاحبه با ۱۰ نفر از مدیران بوم گردی‌های شهرهای مختلف استان خراسان جنوبی اطلاعات به اشباع رسید اما جهت اطمینان با ۱۲ نفر مصاحبه شد که در جدول ۱ اطلاعات دموگرافیک آن‌ها ارائه شده است.

جدول ۱- ویژگی‌های دموگرافیک شرکت‌کنندگان

ردیف	سن: میانگین ۴۴ سال	تحصیلات	مدت فعالیت اقامتگاه بوم گردی
۱	۴۵	دیپلم	۶
۲	۳۰	لیسانس	۳
۳	۳۸	لیسانس	۵
۴	۵۶	فوق دیپلم	۱۰
۵	۴۹	فوق لیسانس	۹
۶	۲۹	فوق لیسانس	۷
۷	۵۸	دیپلم	۷
۸	۴۰	فوق دیپلم	۶
۹	۳۸	دیپلم	۲
۱۰	۴۲	لیسانس	۸
۱۱	۴۹	فوق لیسانس	۴
۱۲	۶۱	لیسانس	۱۰

۲-۱- شیوه گردآوری

در این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته استفاده شد. مصاحبه‌ها به صورت مجازی و زنده در بستر شبکه اجتماعی واتساپ انجام گرفت. پژوهشگر پس از معرفی خود و بیان اهداف پژوهش، به منظور رعایت ملاحظات اخلاقی، به شرکت‌کنندگان اطمینان داد که اطلاعات محرمانه خواهد ماند و آن‌ها می‌توانند هر زمان که بخواهند از شرکت در مصاحبه انصراف دهند. همچنین با ارسال فرمی برای مصاحبه‌کنندگان مبنی بر دریافت رضایت‌نامه کتبی و اجازه برای ضبط صدا گرفته شد. هر مصاحبه به طور میانگین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه طول کشید و به صورت صوتی ضبط شد. در پایان مصاحبه زمانی به شرکت‌کنندگان اختصاص داده شد تا در صورتی که پرسش یا نظری دارند مطرح نمایند، همچنین از آن‌ها اجازه گرفته شد در صورت نیاز، مجدداً با آن‌ها تماس گرفته شود.

۲-۲- روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل یافته‌ها از روش توصیفی کلایزی مطابق با روندی که مورو^۱ و همکاران (۲۰۱۵: ۸۳۰) به آن پرداخته‌اند، استفاده شد. در گام اول، تمام مصاحبه‌ها به دقت پیاده‌سازی و بارها و بارها خوانده شد تا یک معنای کلی درباره محتوای آن به دست آید. در گام دوم، جملات مهمی که با پدیده گردشگری و کرونا بود در برگه دیگری یادداشت و با شماره صفحه و خط کدگذاری شدند. در گام سوم، از هر عبارت یک مفهوم که بیانگر معنی و قسمت اساسی تفکر فرد بود، مفهوم‌سازی شد. در گام چهارم، این معنای فرموله شده، در مقولات، دسته‌ها و درون‌مایه‌ها طبقه‌بندی شدند. در گام پنجم، یافته‌ها در یک توصیف منسجم از پدیده مورد نظر ادغام شدند. در گام ششم، ساختار اساسی پدیده (تا حد امکان به صورت واضح و شفاف) توصیف شد. در مرحله پایانی، فرایند اعتباربخشی با ارجاع به برخی از شرکت‌کنندگان و پرسش درباره اینکه آیا یافته‌ها واقعاً تجربه آن‌ها را انعکاس می‌دهند؛ انجام شد. برای بررسی اعتبارپذیری^۲ یافته‌ها، درون‌مایه‌ها و توضیحات آن‌ها به تعدادی از شرکت‌کنندگان داده شد تا مشخص شود که تفسیر نتایج، مشابه نظر ایشان است. در مواردی که مغایرت وجود داشت، دوباره از فرد سؤالاتی پرسیده شد و نتایج نهایی به فرد ارائه گردید. همچنین، اختصاص زمان نسبتاً طولانی پژوهشگر برای درگیری با جزئیات مصاحبه‌ها و تحلیل موارد متناقض، از جمله اقدامات دیگر برای افزایش اعتبارپذیری بود. جهت بررسی قابلیت اطمینان^۳ نیز متن مصاحبه‌ها به صورت خام به یک ناظر بیرونی که متخصص روش تحقیق کیفی بود داده شد تا میزان مشابهت درون‌مایه‌ها بررسی شود. وی با توجه به برداشت خود کدگذاری‌هایی انجام داد. هماهنگی در کدگذاری بین پژوهشگر و ناظر ۸۰٪ بود در مواردی که اختلاف نظر وجود داشت تلاش شد از طریق بازنگری داده‌ها و تحلیل موارد مغایر، نظرات به هم نزدیک شوند.

1 Morrow
2 Credibility
3 Dependability

۳- یافته‌ها

هدف از این پژوهش بررسی تجربه زیسته مدیران اقامتگاه‌های بومگردی استان خراسان جنوبی در دوران پاندمی کرونا بود. یافته‌ها نشان می‌دهد که تجربه این افراد در دو قالب درون‌مایه اصلی الف) مشکلات و چالش‌ها و ب) راهکارها قرار می‌گیرد؛ که در ادامه این درون‌مایه‌ها و زیرمجموعه‌های آن‌ها به تفصیل بیان شده است:

۳-۱- مشکلات و چالش‌ها

مهم‌ترین مشکلات و چالش‌ها در زمینه تأثیرات کرونا بر صنعت گردشگری خود به درون‌مایه‌های فرعی (مشکلات روحی و روانی، استرس و فشار روانی بازپرداخت وام‌ها؛ حس تنهایی و رویای از دست رفته؛ مشکلات شغلی، تعدیل نیرو، واگذاری و فروش اقامتگاه حتی با ضرر، اختلال عملکرد بوم بازارها) تقسیم شده است که در ادامه ارائه گردیده است:

۳-۱-۱- مشکلات روحی و روانی

با شروع پاندمی کرونا اقتصاد جهانی با چالش جدیدی مواجه شد و به طبع صنعت گردشگری نیز بی‌نصيب از این مسئله نبود. گردشگری به زعم بسیاری از کارشناسان بیشترین آسیب را در این حوزه صنایع مختلف تجربه کرد. وقتی پاندمی کرونا در ایران نیز گریبان گیر مردم شد، صنعت گردشگری و بوم گردی‌ها با چالش عدیده‌ای روبرو شد. صنعتی نوپا در استان خراسان جنوبی که چند صباحی از شروع فعالیتش نگذشته بود (البته به جز بوم گردی‌های شهرستان طبس). اولین شوک به لحاظ روحی و روانی بر فعالین این حوزه وارد شد این بود که دنیایی که با کلی شور و شوق و امید به کسب درآمد و دریافت حس خوب، گام گذاشته بودند، به ناگهان به واسطه قرنطینه‌های عمومی و فراگیر و ممنوعیت تردد در بین شهرها و استان‌ها، به یأس و ناامیدی تبدیل می‌شد. البته جدای از این مسئله، درگیری ذهنی‌ای که به واسطه پرداخت وام‌های گرفته شده برای بوم‌گردی، اجاره‌بهای بوم گردی، پرداخت هزینه‌های کارکنان و بیمه تأمین اجتماعی، هزینه نگهداری وسایلی که برای بوم گردی خریداری شده بود و حتی تنهایی و ... همه و همه باعث می‌شد فشارهای روحی و روانی زیادی فعالین حوزه گردشگری روستایی تحمل نمایند. در ادامه به درون‌مایه‌های فرعی این حوزه پرداخته شده است:

۳-۱-۱-۱- استرس و فشار روانی بازپرداخت وام‌ها

بسیاری از فعالین حوزه گردشگری روستایی و صاحبان بوم‌گردی‌ها به واسطه تسهیلات ارزان‌قیمت و تشویقی که از سوی وزارت و اداره کل‌های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان ارائه شد، اقدام به تجهیز و بازسازی بوم‌گردی‌های محل فعالیتشان کرده بودند و امید داشتند به واسطه فعالیت و پذیرش مهمان و ارائه خدمات، اقساط خود را پرداخت نمایند، اما به واسطه پاندمی کرونا و ممنوعیت سفر و قرنطینه‌های طولانی مدت عملاً هیچ‌گونه پذیرش مهمانی نداشته و در سردر تمام بوم‌گردی‌ها با تأکید اداره‌های میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان‌ها بنر «فعلاً به دلیل شیوع کرونا از پذیرش مهمان معذوریم» نصب شده بود. شماره ۷ تجربه خود را این‌گونه توصیف می‌کند: «به واسطه نگارش و ارائه طرحی که به اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان ارائه دادم، مشمول دریافت وام یک میلیاردی شدم و تمام این وام را به همراه پس‌اندازی که داشتم برای احداث واحد اقامتی در دل کویر نمودم، خوب دوری از محیط شهری و حتی روستایی، هزینه‌های سنگینی برای احداث اقامتگاه برای من داشت، اما بعد احداث خدارو شکر خیلی خوب بود و استقبال خوبی از اقامتگاه شد و میهمان‌های زیادی داشتم که ضمن دریافت حس خوب و گسترده شدن دامنه دوستی‌هایم، با هزینه خود اقامتگاه، اقساط سنگین وام رو نیز پرداخت می‌کردم و اوضاع خوبی داشتم...اما به ناگاه همه چی عوض شد از همان روزهای اول کرونا در چین استرس این را داشتم که نکند به ایران هم این ویروس نفوذ پیدا کند و هر شب پیگیر اخبار بودم تا روزی که اخبار گفت نخستین نمونه‌های مثبت کرونا در استان خراسان جنوبی یافت شد و کم کم تمام ایران درگیر این پاندمی شد و عملاً هر شب من و همسرم نگران بازپرداخت اقساط وام بودیم...چند قسط را توانستیم با پس‌انداز قبلی اقامتگاه پرداخت کنیم...اما از قسط چهارم من و همسرمان بیکار و بدون هیچ‌گونه درآمدی و هر شب استرس و نگرانی زیادی را تحمل می‌کردیم...».

شرکت‌کننده شماره ۳ بیان می‌دارد «من جوان هستم و شغل و درآمد دیگه‌ای نداشتم و با دریافت وامی که گرفتم توانستم اقامتگاه بوم‌گردی‌ام را تأسیس کنم...حال وقتی دویست میلیون وام گرفته‌ام و ماهیانه باید سه میلیون و نهصد هزار تومان پرداختی داشته باشم که عملاً نمی‌تونم و واقعاً دچار مشکل شده‌ام و دوران سختی را پشت سرمی‌گذارم و همه نگرانی و دغدغه‌ام پرداخت اقساط هست».

۳-۱-۱-۲- حس تنهایی و رویای از دست رفته

برخی از مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان جنوبی بومی این منطقه نیستند و از شهرهای دیگر به واسطه علاقه به طبیعت و گردشگری و نیز سرمایه‌گذاری گام در مناطق روستایی گذاشته‌اند و با خانواده مهاجرت معکوس از شهر به روستا داشته‌اند، در همین راستا شرکت‌کننده شماره ۸ بیان داشت «من و همسر من به واسطه تحصیلات گردشگری که داشتیم و نیز علاقه‌ای که

به گردشگری و اکوتوریسم داشتیم از تهران به این روستا مهاجرت کردیم و خانه‌ای را از بومیان خریدیم و شروع به بازسازی آن کرده و با اندک پس‌اندازمان نیز ملک کشاورزی‌ای در این روستا خریدیم، اوضاع خوب پیش می‌رفت هر چند سختی‌های زیادی را تحمل کردیم و کم کم مردم روستا هم ما رو داشتند می‌پذیرفتند که ما تنها به فکر منافع شخصی خودمان نیستیم و با رونق گردشگری کسب و کار و فروش محصول کشاورزی‌شان بهتر انجام می‌شود؛ اما بعد از حدود ۱۴ ماه از فعالیت‌مان و در حالی که آماده می‌شدیم عید ۹۹ عیدی پرشکوه رو داشته باشیم و خیلی‌ها هم حتی رزرو کرده بودند اقامتگاه را... اما حیف که با وجود کرونا همه چی به هم ریخت... من و همسرم که دلگرم بودیم به حضور مهمانان، حال در روستا تنهای تنها شدیم و شرایط بسیار سختی را تحمل کردیم تا با ادامه‌دار شدن روند باز به صورت موقت به تهران برگشتیم تا ببینیم در ادامه چه خواهد شد.

۳-۱-۲- مشکلات شغلی

با شروع همه‌گیری ویروس کرونا، تمام فعالین حوزه گردشگری، از هتل‌داران، سیستم هواپیمایی، ریلی، ناوگان حمل و نقل، آژانس‌های گردشگری و هواپیمایی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی همه و همه با مشکلات شغلی و چگونگی تأمین هزینه حقوق پرسنل، پرداخت حق بیمه پرسنل، اجاره‌بها و هزینه مالیات و سایر هزینه‌های جاری، مواجه شدند. در این بین واکنش بوم‌گردی‌های استان خراسان جنوبی نیز قابل تأمل بود. برخی از واحدهای اقامتی دست به تعدیل نیرو زدند، برخی از واحدهای اقامتی اجاره‌ای اقدام به فسخ یک طرفه قرارداد و پرداخت جریمه و یا حتی تعطیلی و فروش زیر قیمت اقامتگاه پرداختند. از طرفی بسیاری از فعالین و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی سعی زیادی در معرفی صنایع دستی و کشاورزی منطقه فعالیت خود دارند و حتی اقدام به تأسیس و راه‌اندازی بوم بازارهایی نموده‌اند که این حوزه نیز با شیوع ویروس کرونا دچار مشکلاتی شده است.

-تعدیل نیرو

مجموعه‌های اقامتی بوم‌گردی با اشتغال‌زایی که داشتند و دارند، زمینه و بستر مناسبی برای اشتغال مستقیم و غیرمستقیم مردم فراهم می‌نمایند و از آنجا که بخش زیادی از بازپرداخت حقوقی و مالی این افراد از درآمد مستقیم اقامتگاه هست، با وجود کرونا و عدم پذیرش میهمان عملاً مجموعه افراد شاغل در اقامتگاه بیکار شده و کارفرما و یا به اصلاح مدیر اقامتگاه نیز مجبور به پرداخت حقوق، حق بیمه، مالیات، قبوض برق و گاز و آب و ... می‌باشد و این شد که برخی از اقامتگاه‌ها اقدام به تعدیل نیرو زدند... شرکت‌کننده شماره ۱ بیان می‌داشت که «ما در مجموعه اقامتگاه بوم‌گردی که در مرکز استان داشتیم ۸ نفر کادر اجرایی به همراه ۳ آشپز و کمک آشپز نیروی رسمی داشتیم که با شروع کرونا مجبور شدیم برای ادامه بقا و نیز کم کردن هزینه‌ها ۵ نفر از پرسنل اجرایی و یک کمک آشپز رو بر خلاف میل باطنی‌مان تعدیل کنیم و هنوز هم بابت این اتفاق ذهنم ناراحت هست چرا که آن دوستان سه نفرشان نان‌آور خانواده‌شان بودند و بقیه نفرات هم در عین جوانی به دنبال کسب درآمد و پس‌انداز بودند نیز متضرر شدند و چشم انتظار پایان کرونا و واکسیناسیون عمومی هستم تا در صورتی که این عزیزانم هنوز شغلی را پیدا نکرده باشند، به اقامتگاه و پست قبلی‌شان آن‌ها را برگردانم».

-فروش همراه ضرر اقامتگاه بوم‌گردی

مشکل دیگری که به واسطه بهم‌ریختگی عمومی شرایط کرونایی به وجود آمد فروش و واگذاری برخی اقامتگاه‌های بوم‌گردی آن هم فروش به پایین‌ترین نرخ ممکن و حتی با ضرر. شرکت‌کننده شماره ۱۲ بیان می‌داشت که «من با وسوسه یکی از همکاران بازنشسته‌ام که در شهر یزد اقامتگاه بوم‌گردی داشت، اقدام به بازسازی خانه پدری‌ام کردم و وام اداره میراث رو هم گرفتم و کلی هم خرج کردم و قریب به یک میلیارد وسایل و تجهیزات از قبیل فرش، یخچال، تلویزیون، تخت و... خریداری کردم... با وجودی که تنها شش ماه از آغاز فعالیت می‌گذشت و در این مدت من و همسرم و دخترم و خواهرزاده‌ام با هم اقامتگاه را به اصطلاح می‌چرخانیدیم، اوضاع بسیار خوب و امیدوار کننده بود ولی حیف که با آغاز پاندمی کرونا با توجه به دور بودن ما از مرکز استان و سایر مناطق، دیگر گردشگر و مهمانی نداشتیم و هزینه بود که روی هزینه برای من تلمبار می‌شد و با همین وجود هم ۸ ماه صبر کردم ولی دیدم کرونا که قصد ندارد به این زودی از بین ما رخت بربندد، به ناچار و بر خلاف میل باطنی‌ام برای جلوگیری از ضرر و زیان بیشتر و نیز تسویه وام و تسهیلات اخذشده، مجبور شدم اقامتگاه بوم‌گردی‌ام را به یکی از بومیان روستا بفروشم آن هم به ۱۵ درصد زیر قیمت کارشناسی و آن هم به صورت اقساطی...».

-اختلال در فعالیت بوم بازارها

بخش دیگری که در زمینه اشتغال می‌توان جای داد، بحث بوم بازارها بود، بوم بازارها با کمک مدیران اقامتگاه‌ها و فعالین گردشگری و نیز مسئولین منطقه و روستایی شروع به فعالیت کردند و در آن مردم صنایع دستی خود را از قبیل قالی، قالیچه، حوله، گلیم، جاجیم و ... رو در کنار فروش محصولات کشاورزی ناب خراسان جنوبی از جمله زرشک، زعفران، گیاهان دارویی، عناب و... را به فروش می‌رساندند و هر روز رونق بیشتری به خود می‌دید، اما با شروع کرونا و عدم حضور گردشگر در روستا و از آن طرف

عدم خرید و تراکنش مالی برای صاحبان بوم‌بازارها، باعث شد در کنار دلسردی و غمی که برای مردم به وجود آمده بود، انگیزه آنان نیز در فروش محصولات نیز دچار مشکل شود.

شرکت‌کننده شماره ۹ بیان می‌دارد «بعد از حدود دو سال فعالیت از عید ۹۸ با کمک زنان روستا توانستم یک شرکت تعاونی خرد برای زنان تشکیل داده تا آنان بتوانند مجدداً هنر گذشتگان خود در زمینه قالی، قالیچه، حوله، جاجیم رو تهیه کنند و توسط غرفه‌ای که در بوم‌گردی برای فروش محصولات این شرکت تعاونی تعبیه شده بود به فروش برسانند... بسیار حس و حال خوبی ایجاد شده بود و گردشگران نیز استقبال خوبی از محصولات تولیدی زنان روستا داشتند و حال همه خوب بود و هر روز زنان بیشتری اقدام به عضویت در شرکت تعاونی و نیز تولید محصولات در منزل شخصی خود می‌پرداختند و ما برنامه داشتیم در عید امسال جشنواره بزرگی را در این زمینه برگزار کنیم ولیکن با کرونا و عدم ورود گردشگران به روستا و نیز سخت شدن رفت و آمدها، زنان تولیدکننده محصولات نیز برای فروش محصولات خود دچار مشکل شدند...».

۳-۲- راهکارهای کاهش و جبران مشکلات ناشی از کرونا بر صنعت گردشگری و بوم‌گردی

طبیعتاً با ارائه واکسن‌های مختلف از سوی شرکت‌های مختلف داروسازی و اقدام به واکسیناسیون عمومی در جهان امید است که گردشگری رونق دوباره خود را به دست بیاورد. در کشور ما نیز با شروع واکسیناسیون اقشار جمعیتی خاص، امید است که تا عید ۱۴۰۱ شاهد واکسیناسیون عمومی همه افراد جامعه باشیم تا بتوان سفر را دوباره آغاز کرد و شاهد عادی شدن روال زندگی باشیم. هر چند کرونا باعث شد ما قدر واقعیت‌ها، نعمت‌های پیرامونمون رو بیشتر بدانیم، به نظر می‌رسد مردم نیز قدر سفر و سفر کردن بی‌دغدغه و اقامت در اقامتگاه‌ها رو بیشتر بدانند و لحظه شماری کنند تا در صورت واکسینه عمومی به سفر بروند. علاوه بر این بعد از پیک اول و دوم کرونا و از تیرماه ۱۳۹۹ به بعد کم‌کم فعالیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی آغاز شد و به صورت کم و بیش فعالیت‌هایی داشتند در این خصوص پذیرش کم‌تر و برگزاری جشنواره‌های آنلاین و نیز ارتباط‌های تصویری از مناظر طبیعی و فضای اقامتگاه جهت حفظ ارتباط با میهمانان، همچنین برای آینده روند ارائه مجوز را به صورت تخصصی دادن از جمله راهکارهایی است که توسط مصاحبه‌کنندگان بیان شد. علاوه بر این ارائه تسهیلات و دادن زمان برای بازپرداخت وام‌ها می‌تونه کمک بخش اقامتگاه‌ها برای ادامه حیاتشان هست. در ادامه به طور مفصل‌تر راهکارها بیان شده است:

- واکسیناسیون عمومی

خوب با همه‌گیری کرونا، مردم دیگر نمی‌توانند از محدوده امن خودشان خارج شده و برای گشت و گذار و تفریح از سرزمین خود خارج شوند و این مسئله باعث آسیب جدی به اقامتگاه‌های بوم‌گردی و فعالین حوزه صنعت گردشگری هست و با این اوضاع شرکت‌های بزرگ هواپیمایی حتی دچار مشکل شده‌اند؛ ولیکن با توجه به تمرکز پژوهش حاضر بیشترین خواسته و راهکاری که توسط شرکت‌کنندگان بیان شد، واکسیناسیون عمومی مردم است تا بتوانند راحت و بی‌دغدغه سفر کنند، در این راستا شرکت‌کننده شماره یک بیان می‌دارد که «در بسیاری از کشورهای اروپایی فعالین حوزه گردشگری جز اولویت‌های اول دریافت واکسن هستند و امید است در کشور ما نیز هر چه سریع‌تر این اقدام صورت بگیرد تا شاهد رونق دوباره صنعت گردشگری روستایی و آغاز حیات مجدد اقامتگاه‌های بوم‌گردی باشیم و به نظرم چاره‌هایی از ورشکستگی و زیان کمتر بخش گردشگری، واکسیناسیون عمومی است و معتقدم دوی درد رکود اقتصاد گردشگری واکسن است».

- تخصص و آموزش، مهم‌ترین امر برای مدیریت اقامتگاه

طبیعی به نظر می‌رسد که رونق صنعت گردشگری روستایی برای مردم بومی منطقه نیز آورده‌های اقتصادی خوبی دارد و باعث توسعه پایدار محیط زیست بوم خواهد شد، به شرطی که مسئولین و فعالین و دست‌اندرکاران حوزه گردشگری به صورت حرفه‌ای وارد این حوزه شده و مسلط به حیطه فعالیت گردشگری باشند چرا که واگذاری امتیاز بوم‌گردی بدون ضابطه خاص و معین می‌تواند در درازمدت باعث آسیب شده و هم می‌تواند تأثیر منفی بر میهمان و گردشگر و هم تأثیر منفی بر محیط زیست بوم و اقامتگاه داشته باشد و به نظر می‌رسد بخش زیادی از فعالین اقامتگاه‌های بوم‌گردی که اقدام به فروش و یا حتی اعلام ورشکستگی مالی در این زمینه داشتند، ناشی از عدم تخصص و حرفه‌ای بودن متولیان بود و صرفاً بر اساس شنیده‌ها وارد این عرصه شده بودند و به دنبال صرفاً یک سود بودند و با توجه به شرایط به وجود آمده به شرایط کرونا قادر به ادامه فعالیت نبودند. در این راستا شرکت‌کننده شماره ۱۱ بیان داشت که «من خودم تحصیل کرده رشته گردشگری هستم و همسرم نیز همین‌طور و پدرم نیز محیط‌بان بود و علاقه زیادی به گردشگری داشت. حدود ۳ سال درگیر کسب تجربه و آموزش و گذراندن دوره‌های آموزشی بودم و در زمینه بوم‌گردی مطالعات زیادی داشتم، سفرهای زیادی رفتم و با اساتید مختلفی در این زمینه مشاوره داشتم و بعد اقدام به تأسیس اقامتگاه بوم‌گردی نمودم و حتی در این زمینه هم اعتقاد بر این بود که نباید تسهیلات دولتی زیادی بگیرم و با تسهیلات اندک و نیز هزینه‌ای که از خود اقامتگاه داشتیم خرج اقامتگاه و تجهیز و تکمیلش کردم... اما سراغ دارم نفری که حوزه کاری‌اش فروش آهن‌آلات بوده و در حیطه گردشگری هیچ تخصصی نداشته و صرفاً به خاطر دریافت تسهیلات و بعداً سود وارد

این حرفه شده بود و بعد از اینکه به کرونا خوردیم، عملاً توان بازپرداخت اقساط را نداشت و اقامتگاه را واگذار کرد آن هم به ضرر... از طرف دیگر بحث تخصص در نوع برخورد ما با مهمانان و نگاه ما به گردشگر بسیار تأثیر می‌پذیرد و گردشگری که کیلومترها راه را با سختی به استان ما آمده است طبیعتاً برخورد خوب و مهمان‌نوازی می‌تواند در جذب سایر گردشگران و تداوم وضعیت آینده صنعت گردشگری (البته در شرایط پسا کرونا) باشد».

– دولت از حق خودش در برابر فعالین گردشگری نگذرد اما کوتاه بیاد...

یکی از سیاست‌های دولت یازدهم، حمایت از توسعه بوم‌گردی‌ها بود و در این راستا وام‌های ۵۰ میلیونی تا یک میلیاردی به متقاضیان اختصاص داده می‌شد. در دوران کرونا نیز این امر دنبال شد و دولت وام‌هایی ویژه این دوره رکود اختصاص داد که البته این وام به گفته مصاحبه‌شوندگان اصلاً وام خوبی نبود و کارایی لازم را نداشته و به همین خاطر استقبال خوبی هم از این وام نشد. هر چند اقساط وام‌های قبلی نیز که برای اقامتگاه‌ها اخذ شده بود نیز کماکان باید پرداخت می‌شد. خوب راهکار پیشنهادی این بود که در جملات شرکت‌کننده شماره ۴ به خوبی به آن اشاره شده است و این سخنان در بین اکثر شرکت‌کنندگان مشترک بود: «وامی را که دولت اختصاص داد برای زبان دیدگان و اختصاصاً کسب و کارهایی که از کرونا آسیب دیده‌اند، اصلاً کارایی لازم را نداشت به عنوان مثال به من پیشنهاد وام ۱۵۰ میلیونی شد، با بازپرداخت دو ساله و نرخ سود سالیانه ۱۲ درصد و این یعنی اینکه من باید ماهیانه میانگین ۷ میلیون قسط پرداخت کنم خوب سؤال من این است که اگر من می‌توانستم در ماه ۷ میلیون پرداختی اقساط داشته باشم، من را چه نیاز به وام!!! ما از دولت نمی‌خواهیم از حق خودش بگذرد بلکه می‌خواهی کوتاه بیاید در صورت امکان... ما می‌گوییم دولت در این بازه زمانی در خصوص مالیات، در خصوص بیمه تأمین اجتماعی کارگر و کارفرما و دادن تنفس برای بازپرداخت وام‌های تأسیس بومگردی ما را همراهی کند تا این دوره را پشت سر بگذاریم... دولت حمایت کند تا صاحبان اقامتگاه به خصوص نفراتی که به صورت تخصصی وارد این حوزه شده‌اند، شغل خود را عوض نکنند، اقامتگاه را نفروشد و سرپا بمانند تا این پاندمی به پایان برسد».

– استفاده از بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی

دوران کرونا به یک باره ارتباط مردم را با همدیگر در سراسر دنیا دچار مشکل کرد، اقامتگاه‌های بوم گردی استان خراسان جنوبی نیز به واسطه نپایا بودن نیاز به دیده شدن و تبلیغ دهان به دهان داشتند و تنها از این طریق و داشتن صبر و حوصله و ارائه خدمات خوب، می‌توان امید داشت که این صنعت در استان خراسان جنوبی قوت گرفته و از ثبات لازم برخوردار شود. خوب این روند به خوبی داشت پیش می‌رفت که به واسطه کرونا به یک باره این زنجیره قطع شد و دیگر بعد تبلیغات برای دیدن روستاهای استان خراسان جنوبی، گردشگر و میهمانی وارد این استان نشد. در این راستا برخی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی دست به فعالیت گسترده در فضای مجازی زده و با تهیه کلیپ‌هایی و قرار دادن در صفحه شخصی اقامتگاه سعی در معرفی هر چه بیشتر اقامتگاه و روستایی که در آن اقامتگاه داشتند، نمودند و این باعث شناخت بیشتر روستا و دادن حس امید به اقامتگاه‌داران به واسطه شناخته شدن اقامتگاه و گرفتن وقت برای سفر کردن به روستا و اقامت در اقامتگاه بعد از دوران کرونا می‌شد. از طرف دیگر بسیاری از فعالیت‌های بوم‌بازارهایی که وارد این عرصه شدند، مجدداً احیا شد و زنان روستایی توانستند تولیدات خود را از طریق صفحه اقامتگاه به فروش برسانند و این چرخه تولید به تعطیلی کشانده نشود. شرکت‌کننده شماره شش در این زمینه بیان می‌داشت که «با شروع کرونا ما سعی کردیم به جای دست روی دست گذاشتن، عکس‌های مهمانان قبلی‌مان، بازخوردهایشان در دفتر یادداشت اقامتگاه، فضای اقامتگاه در حال و هوای مختلف و ... عکس در صفحه شخصی‌مان در اینستاگرام قرار دهیم و این موضوع باعث تعامل خوب ما با میهمانانمان و نیز باز معرفی اقامتگاه ما در صفحه شخصی میهمانانمان شد و همین‌طور هر روز نفراتی که تمایل به دنبال کردن و دیدن اقامتگاه و روستای ما داشتند زیاد و زیادت‌ر می‌شد و همه آرزو می‌کردند هر چه زودتر کرونا برطرف شود و برای سفر به روستا و برای اقامت به اقامتگاه ما بیایند».

شرکت‌کننده شماره پنج نیز بیان داشت که «در دو سال و نیم فعالیتیم در روستا، بخش ثابت و پرتعداد اقامتگاه ما بوم بازار و فروشگاه کوچکی بود که در گوشه‌ای از اقامتگاه محصولات تولیدی اعم از صنایع دستی، کشاورزی و حتی محصولات دامی روستائیان به فروش می‌رسید و این باعث به وجود آمدن یک شور و شوقی در بین جمعیت روستا به‌ویژه بانوان خانه‌دار شده بود؛ اما وقتی در فضای مجازی و نیز صفحه رسمی اقامتگاه اقدام به تبلیغ کالاهای تولیدی بانوان روستا اعم از گلیم، قالی، قالیچه، حوله و... کردیم بسیاری از میهمانان ما از سراسر کشور اقدام به سفارش محصولات و نیز معرفی محصولات به سایر دوستان و اقوام خود نمودند و از این طریق بعد وقفه‌ای شش ماهه، کم‌کم مجدد فروش محصولات شروع شد و در حال حاضر هر از چند روزی من به اداره پست رفته و برای مشتریان مختلف کالاهای مدنظرشان را ارسال می‌کنیم».

بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای کنونی که کشورها برای رشد و توسعه اقتصادی و به تبع آن، افزایش درآمد ناخالص ملی خود از طریق بسط و گسترش صنعت گردشگری برنامه‌ریزی کرده‌اند، معتقدند که این صنعت در اشتغال‌زایی مولد و سودمند است و قابلیت‌های بسیار بالایی را دارد؛ اما واقعیت این است که در این وضعیت پیش‌آمده (شیوع ویروس کرونا) چرخ این صنعت اشتغال‌زا عملاً متوقف شده و واحدها و فعالیت‌های فراوانی در زنجیره وابسته به آن (از جمله اقامت، حمل و نقل، غذا و خوراک، مجتمع‌های تفریحی و سرگرمی و سایر واسطه‌های بالادستی و پایین‌دستی) آسیب دیده و کارکنان آن‌ها ممکن است کار خود را از دست داده باشند که این امر می‌تواند باعث ایجاد رکود و سیر قهقروایی در این صنعت بزرگ در سطح جهان شود (نیکفال مغانلو و منصوری، ۱۳۹۹: ۱۲). از این رو در این پژوهش به بررسی و تحلیل جنبه‌ها و ابعاد مختلف تأثیرگذاری ویروس کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری (اقامتگاه-های بوم گردی) و ارائه راهکارهای مقابله با پرداخته شد. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن بود که تجربه زیسته فعالان صنعت گردشگری در اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان جنوبی در قالب دو درون‌مایه اصلی چالش‌ها (مشکلات روحی و روانی؛ استرس و فشار روانی بازپرداخت وام‌ها؛ حس تنهایی و رؤیای از دست رفته؛ مشکلات شغلی؛ تعدیل نیرو؛ فروش همراه ضرر اقامتگاه بوم گردی؛ اختلال در فعالیت بوم‌بازارها) و راهکارها (واکسیناسیون عمومی؛ تخصص و آموزش مهم‌ترین امر برای مدیریت اقامتگاه؛ دولت از حق خودش در برابر فعالین گردشگری نگذرد اما کوتاه بیاد... و استفاده از بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی) طبقه‌بندی شد. نتایج پژوهش‌های مختلف نیز بیانگر تأثیر منفی کرونا بر گردشگری هست و از آن به عنوان یک بحران و رکود نام برده‌اند. پژوهش عمادی و اصغری محبوب (۱۳۹۹)، نیکفال مغانلو و منصوری (۱۳۹۹)، منتهی (۱۳۹۹)، حاکی از تأثیر منفی کرونا بر صنعت گردشگری بود و شیوع ویروس کرونا باعث ایجاد رکود و سیر قهقروایی صنعت در حال توسعه و بزرگ گردشگری در سطح جهان شده است و سبب بروز آسیب‌هایی در بخش‌های مختلف این صنعت شده است. پژوهش قربانی ندرآبادی (۱۳۹۹) که با عنوان «آثار اقتصادی و اجتماعی شیوع ویروس کرونا بر صنعت گردشگری ایران؛ مبتنی بر رویکرد تحلیل مسیر ساختاری» انجام شد، نشان داد که در پی بروز شوک کرونا، کاهش درآمد ناشی از افت گردشگری ورودی منجر به کاهش تولید تمامی بخش‌های اقتصادی شده است، به طوری که این کاهش تولید به ترتیب در بخش‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی با سهم ۱۶/۶٪ (رتبه اول)، حمل‌ونقل با سهم ۱۱/۶٪، تأمین جا با سهم ۱۰/۵٪، فعالیت‌های خدماتی مربوط به غذا و آشامیدنی‌ها با سهم ۹/۳٪ و ساخت محصولات غذایی با سهم ۶/۱٪ (رتبه پنجم) رخ می‌دهد. همچنین نتایج حاصل از رویکرد تحلیل مسیر ساختاری نشان می‌دهد که بین عوامل تولید، درآمد مختلط مسیر اصلی و مهم می‌باشد و درآمد تمامی نهادها حاصل از کاهش مخارج گردشگری اعم از خانوارهای شهری و روستایی و نیز شرکت‌ها کاهش می‌یابد. در این میان بیشتر مسیرهای اثرگذاری خانوارها، مربوط به خانوارهای شهری می‌باشد و در بین دهک‌های خانواری نیز دهک‌های با درآمد بالا بیشترین سهم را از کاهش درآمد نهادی به خود اختصاص می‌دهند ضمناً مهم‌ترین مسیرهای تأثیرگذاری در بین دهک‌ها نیز همین دهک‌های با درآمد بالا (به‌ویژه دهک‌های با درآمد بالای خانوارهای شهری) می‌باشند. راناسینگه^۱ و همکاران (۲۰۲۱)؛ نیکولا و همکاران (۲۰۲۰)؛ گوان و همکاران (۲۰۲۰) از پژوهش خود با عنوان «پیامدهای اقتصادی - اجتماعی بیماری همه‌گیر ویروس کرونا COVID-19» چنین نتیجه گرفتند که صنعت گردشگری از جمله مهم‌ترین صنایعی است که شیوع ویروس کرونا بر آن تأثیر منفی گذاشته است. لاک^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «تغییر جهانی در درآمد سفر و گردشگری به دلیل COVID-19» نشان داد که شیوع ویروس کرونا بر صنعت گردشگری اثری منفی داشته و سبب کاهش ۱۸ درصدی درآمدهای صنعت مسافرت و گردشگری شده است. استرادا^۳ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «چگونه یک بیماری عفونی مسری عظیم می‌تواند گردشگری، تجارت بین‌الملل، حمل و نقل هوایی و مصرف برق را تحت تأثیر قرار دهد؟ مطالعه موردی ویروس کووید -۱۹» تأثیر ویروس کرونا را بر چهار بخش استراتژیک اقتصادی؛ گردشگری، تجارت بین‌الملل، حمل و نقل هوایی و مصرف برق مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنان حاکی از تأثیر منفی ۷۵ درصدی شیوع این ویروس بر بخش گردشگری بود. با توجه به شرایط به وجود آمده و نتیجه تحقیقات ذکر شده در داخل و خارج از کشو و نیز پژوهش انجام شده، می‌توان بیان داشت که شرایط کرونا شرایط بحرانی، حاد و غیرقابل پیش‌بینی بود و امید است که با فراگیری هر چه بیشتر واکسیناسیون، گام مهمی در جهت پایان دادن پاندمی کرونا برداشته شود و دوباره سفر و مسافرت از سرگرفته شود؛ و علاوه بر آن در زمینه واگذاری امتیاز واحدهای اقامتی و بوم‌گردی فیلترهای تخصصی‌تری طراحی شود و هدف توسعه کیفیت باشد تا کمیت که روند کنونی در پی دارد. همچنین در خصوص استفاده بیشتر از فضای مجازی می‌توان برای معرفی اقامتگاه، محصولات و صنایع کشاورزی و تولیدی، گام برداشت؛ و به مسئولین و متصدیان دولتی نیز توصیه می‌شود در خصوص تنفس بیشتر برای بازپرداخت وام‌ها، یا در خصوص معافیت‌های مالیاتی و در نظر گرفتن تخفیف برای پرداخت حق بیمه پرسنل و

نیز پرداخت بیمه بیکاری برای پرسنل مراکز اقامتگاه‌های بوم‌گردی به عنوان مهم‌ترین راهکارها برای کاستن از چالش‌های پیش- روی صنعت گردشگری در زمینه مسائل اقتصادی و شغلی در دوران پاندمی کرونا، نام برد.

منابع

- رحمانی حجت؛ عرب محمد؛ سعیدپور جلال؛ رجبی واسوکلانی قاسم و میرزایی، هیوا (۱۳۹۹)، «بازار گردشگری سلامت ایران در پاندمی کرونا و بعد از آن»، مجله راهبردهای مدیریت در نظام سلامت، دوره ۳، شماره ۵، صص ۱۶۸-۱۶۵.
- شریفی‌فر فریده و خلیلوند گلثوم (۱۳۹۵)، «اثرات صنعت گردشگری بر محیط زیست»، سومین همایش بین‌المللی و ششمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، تهران: دانشگاه تهران.
- عمادی امید و اصغری محبوب ندا (۱۳۹۹)، «تأثیر ویروس کرونا (COVID-19) بر صنعت گردشگری و راهکارهای مقابله با آن»، پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و مهندسی و دومین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی آسیا، تهران: دانشگاه تهران.
- قربانی ندرآبادی مسعود (۱۳۹۹)، «اثرات اقتصادی و اجتماعی شیوع ویروس کرونا بر صنعت گردشگری ایران؛ مبتنی بر رویکرد تحلیل مسیر ساختاری»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- کرمی زین‌العابدین؛ حسن‌آبادی، داوود و لطفی، شهرزاد (۱۳۹۹)، «تحلیل و بررسی نقش دولت در مدیریت و برنامه‌ریزی بحران‌های گردشگری؛ مطالعه موردی بحران کرونا»، فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۶۳۹-۶۱۷.
- لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۸۷)، «گردشگری به مثابه یک صنعت»، مجله راهبرد، شماره ۲، دوره ۱، صص ۲۰۶-۱۷۱.
- صانعی اشرف السادات و نیکبخت نصرآبادی، علیرضا (۱۳۸۴)، «روش‌شناسی تحقیقات کیفی در علوم پزشکی»، تهران: انتشارات برای فردا.
- منتی، حسین (۱۳۹۹)، «بررسی اثرات ویروس کرونا - کووید ۱۹ بر اقتصاد جهانی»، نشریه ارزیابی تأثیرات اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۸۱-۱۶۳.
- نیکفال مغانلو، ساسان و منصوری، محدثه (۱۳۹۹)، «تأثیر ویروس کرونا COVID-19 بر صنعت گردشگری»، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران، تهران: دانشگاه تهران.
- Estrada, M. Park, D. & Lee, M. (2020) How A Massive Contagious Infectious Diseases Can Affect Tourism, International Trade, Air Transportation, and Electricity Consumption? The Case of 2019 Novel Coronavirus (2019-nCoV) in China (February 19, 2020). See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/339335676>
- Guan, D. Wang, D. Hallegatte, S. Huo, J. Li, S. Bai, Y. Lei, T. Xue, Q. Davis, S. J. Co_man, D. Cheng, D. Chen, P. Liang, X. Xu, B. Lu, X. Wang, S. Hubacek, K. & Gong, P. (2020). Global economic footprint of the COVID-19 pandemic. DOI:10.21203/rs.3.rs-25857/v1
- Lock, S. (Apr 1, 2020); Global change in travel and tourism revenue due to COVID-19 2019- 2020; <http://www.Ststista.Com/forecasts/1103427/Covid-10-revenue-travel-tourism-industry-forecast>.
- Morrow, R; Rodriguez, A & King, N. (2015) Colaizzi's descriptive phenomenological method. The psychologist, 28 (8). pp. 643-644. ISSN 0952-8229
- Nicola, M. Alsafi, Z. Sohrabi, C. Kerwan, A. Al-Jabir, A. Iosifidis, Ch. Agha, M. and Agha, R. (2020), The socio-economic implications of the coronavirus pandemic COVID-19: A review. International Journal of Surgery 78, 185-193.
- Qiu, J. Shen, B. Zhao, M. Wang, Z. Xie, B. & Xu, Y (2020). A Nationwide Survey of Psychological Distress among Chinese People in the COVID-19 epidemic: Implications and policy recommendations. General Psychiatry, 33(2): e10-21. doi: 10.1136/gpsych-2020-100213.
- Mason, M. (2010), Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. Forum: Qualitative Social Research, 11(3). 1-15.

- Ranasinghe, J.P.R.C, Karunarathna, A.C.I.D and Herath, H.M.J.P. (2021). After Corona (COVID-19) impacts on global poverty and recovery oftourism based service economies: An appraisal. Int.J.Tour.Hosp. 1(1): 52-64
- SA, R.R.K. (2020). Brief review of Coronavirus for healthcare professionals.10 February. JPACC. 20(2):69-79.
- WHO. Novel coronavirus (2019-nCoV) situation report - 15. Feb 4, (2020). https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200204-sitrep-15-ncov.pdf?sfvrsn=88fe8ad6_2 (accessed Feb 4,2020).
- Zhu HP, Lin W, Fang CZ, Peng SC, Zhang LH, Chang GP. (2019). Clinical analysis of 10 neonates born to mothers with 2019-nCoV pneumonia. AME.2019. DOI:10.21037/tp.2020.02.06.

بررسی تأثیر توسعه صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا با میانجی‌گری جذب گردشگر روستایی (مطالعه موردی: گردشگران شهرستان طرقله - شانديز)

تاریخ دریافت: ۱۳/۰۷/۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۱۵/۰۸/۱۴۰۰

کد مقاله: ۴۱۳۳۸

حمیدرضا خطیبی فرد^۱، علیرضا نوری^۲

چکیده

با ورود گردشگران به روستاها، تقاضا برای خرید صنایع دستی به عنوان سوغات افزایش می‌یابد و در نتیجه موجب افزایش اشتغال و رشد اقتصادی جوامع روستایی می‌گردد. در این راستا تحقیق حاضر که از نوع کاربردی و از منظر ماهیت توصیفی پیمایشی است، صورت گرفته و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد برای متغیر رشد اقتصادی و پرسشنامه محقق ساخته برای متغیرهای توسعه صنایع دستی و جذب گردشگر روستایی می‌باشد. برای پیاپی پرسشنامه از آقای کرونباخ و برای روایی سازه پرسشنامه از تحلیل بارهای عاملی تأییدی استفاده گردیده است. جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگران روستایی شهرستان طرقله و شانديز در محدوده زمانی تحقیق هستند. حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر تعیین شد. روش نمونه‌گیری غیر احتمالی و هدفمند بوده و در بخش آمار توصیفی از جداول فراوانی و درصدها، میانگین‌ها و انحراف معیارها برای نمایش سیمای آزمودنی‌ها استفاده و در آمار استنباطی از آزمون کولوموگروف اسمیرنوف برای تعیین توزیع نرمالیت و آزمون تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی و آزمون معادله ساختاری برای پاسخ فرضیه‌های تحقیق استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد توسعه صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا تأثیر معنادار دارد و همچنین جذب گردشگر روستایی رابطه بین تأثیر صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا را میانجی‌گری می‌کند.

واژگان کلیدی: جذب گردشگران، گردشگری، رشد اقتصادی، صنایع دستی، طرقله و شانديز

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی

۲- استادیار، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی شانديز

۱- مقدمه

امروزه توسعه روستایی یکی از مباحث مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها، خصوصاً در کشورهای جهان سوم به شمار می‌رود. هدف نهایی همه فرآیندهای توسعه، رفاه انسان است و هدف راهبردهای توسعه روستایی نیز دستیابی به رفاه اقتصادی، اجتماعی روستایی است. در بسیاری از کشورها صرف زراعت و اشتغال کافی و بهره‌وری ایجاد نماید. بدین‌جهت باید به ایجاد اشتغال سودآور غیر زراعی نیز پرداخت تا تفاوت درآمد شهرنشینان و روستائینان افزایش نیابد و مهاجرت روستائیان به شهر کاهش پیدا کند. در این راستا در بسیاری از منابع تصریح گردیده که توسعه اقتصاد محلی نیازمند توسعه صنایع است. یکی از این صنایع منحصربه‌فرد، صنایع‌دستی می‌باشد (ایلو، ۲۰۱۰). با توجه به شرایط اقلیمی خاصی که در ایران حکم‌فرماست توسعه روستایی تنها در زمینه‌های کشاورزی و دامداری امکان‌پذیر نمی‌باشد و وجود کاتالیزورهایی در روند توسعه اقتصادی روستاها احساس می‌شود. از آنجاکه تولیدات صنایع‌دستی و صنعت گردشگری، از صنایع پردرآمد، کم‌هزینه و پاک و عاری از آلودگی در دنیا محسوب می‌شوند پس می‌توان از این صنایع در رفع مشکلات اقتصادی روستائیان کمک گرفت (احمدی و موسوی، ۱۳۹۳).

صنایع‌دستی روستایی آن نوع از صنایع ساده و بدون پیچیدگی تکنیکی است که روستا منبع درآمد و شغل تکمیلی محسوب می‌شود و روستائیان در مواقع بیکاری فصلی بدان می‌پردازند. خانوار روستایی از مواهب صنایع‌دستی استفاده می‌کند تا بدین‌وسيله بتواند هم از اتلاف وقت خود جلوگیری کند و هم کالایی را تولید کند و در نهایت به نیازهای مصرفی خانواده خود پاسخ دهد (بیل، ۲۰۱۲). روستاهای طبقه و شان‌دیز در یک منطقه کوهستانی در شهر مشهد مقدس در امتداد کوه بینالود قرار دارد. این منطقه یکی از کهن‌ترین و پر قدمت‌ترین مناطق در طول تاریخ این شهر به شمار می‌آید که نام آن در گذشته تروغذ نام داشت. این منطقه بسیار کهن در گذشته به‌عنوان گذرگاه و تفرج‌گاه از آن استفاده می‌شده، امروزه به‌عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری در شهر مشهد به شمار می‌آید.

۲- بیان مسئله

در سالهای اخیر، به صنایع‌دستی در کشورهای در حال توسعه و حتی پیشرفته توجه ویژه‌ای شده است. بر این اساس، فرآورده‌های دستی به علت ویژگی‌های خاص کاربر بودن، وابستگی نداشتن به تکنولوژی خارجی، ارزش افزوده بالا، زود بازده بودن، اشتغال زایی، رابطه مستقیم با صنعت توریسم و جهانگردی و فقدان جنبه‌های رقابتی از طرف کشورهای پیشرفته جایگاه ویژه‌ای را در اقتصاد ملی ایفا می‌نماید. تمامی ممالک جهان اعتقاد به تأثیر متقابل صنایع‌دستی و صنعت گردشگری دارند، چرا که در عمل و تجربه دریافته‌اند هنرهای دستی یکی از عوامل بسیار موثر در جلب و جذب گردشگر در تمامی گرایش‌های ملی، منطقه‌ای و داخلی است و متقابلاً به این نتیجه هم رسیده‌اند که صنعت گردشگری می‌تواند به رشد، توسعه و گسترش صنایع‌دستی و بهبود کیفیت آن کمک کند. (آزادخانی و همکاران، ۱۳۹۲).

رونق و توسعه فعالیت‌های صنعتی و گسترش صنایع‌دستی در سطح روستاها می‌تواند زمینه ساز کاهش فقر و کاهش مهاجرت روستائیان به مناطق شهری، جذب گردشگران روستایی و در نهایت رشد اقتصادی روستاها شود (کولوپیتنو، ۲۰۱۱). از آنجایی که صنایع‌دستی روستایی یک نوع صنعت حجیم شده است، این صنعت در مقیاس کوچک در مناطق روستایی به منظور توسعه گردشگری روستایی و متناسب با نوع فرهنگ و منابع موجود در سطح روستا ایجاد می‌شود در شرایطی می‌تواند به رونق اقتصادی روستاها کمک کند که حمایت و آینده‌نگری درآمدی برنامه ریزان و متولیان توسعه در کنار آن باشد (نهبانگوری، ۲۰۱۲). دستیابی به توسعه روستایی و بهبود کیفیت زندگی روستائیان از اهداف بسیار مهمی است که همواره ذهن متخصصان و دولتمردان را به خود مشغول کرده است؛ اما افزایش مهاجرت‌های روستایی به شهرها، فقر روستائیان، نا امنی غذایی و بسیاری عوامل دیگر نشان دهنده این موضوع است که راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی آنچنان موفقیت‌آمیز نبوده است. با این وجود، یکی از راهبردهایی که می‌تواند جوامع روستایی را در دستیابی به توسعه کمک کند، گردشگری روستایی است. امروزه نرخ پایین بهره‌وری تولیدات کشاورزی، نرخ بالای بیکاری، گسترش فناوری‌های سرمایه‌بر و مهاجرت به کلان‌شهرها از جمله عواملی است که مناطق روستایی با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. از آنجا که رشد اقتصادی گردشگری بالاست (موسوی، ۱۳۸۳) میتوان با ورود این صنعت در مناطق روستایی بسیاری از مشکلات مطرح شده را حل نمود؛ اما قبل از ورود این صنعت به مناطق روستایی، می‌بایست پتانسیل یابی مناسبی از مناطق مستعد روستایی صورت گیرد و زیرساخت‌های لازم فراهم گردد. برای پتانسیل یابی نیز باید عوامل جذب‌کننده گردشگران در مناطق روستایی را شناسایی نمود تا از این طریق به تقویت نقاط قوت و کاهش نقاط ضعف این عوامل پرداخته شود. در نتیجه هدف از انجام این تحقیق بررسی سازه‌های تعیین‌کننده جاذبه‌های گردشگری در مناطق روستایی از دیدگاه روستائیان بوده است.

تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان طی سده‌های اخیر به ویژه در زمینه‌ی افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی، افزایش اوقات فراغت و بهبود رفاه اجتماعی، منجر به توسعه‌ی گردشگری شده است. در این میان،

گردشگری روستایی جزئی از صنعت گردشگری است که می‌توان نقش عمده ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به اقتصاد از طریق رونق صنایع دستی و صنایع بومی- محلی با سایر بخش های اقتصادی ایفا نماید (دیوسالار، ۱۳۹۵). امروزه رشد جمعیت در مناطق روستایی بدون سرمایه گذاری نظام مند برای تقویت زیرساخت های اقتصادی و متنوع سازی آن، به گسترش بیش از حد فعالیتهای تولیدی و متکی بر منابع طبیعی انجامیده و این گسترش ناپایدار نیز به گونه ای محوس به تخریب فزاینده منابع طبیعی موجود منجر شده است. در جهان پرتلاطم کنونی، روستاها به کانون تردد انسان هایی بدل شده است که برای فرار از زندگی پرهیاهوی شهری و زندگی ماشینی به روستاها سفر می کنند. امروزه با توجه به دامنه تقاضا و نیازهای محیطهای روستایی، گردشگری روستایی رو به توسعه است و روز به روز بر اهمیت و جاذبه خاص آن افزوده می‌شود. در فرآیند برنامه ریزی منطقه ای، می‌توان گردشگری روستایی را ابزاری برای افزایش اشتغال محلی و بهبود کیفیت زندگی و در نتیجه، افزایش سطح رفاه اقتصادی و امکانات اجتماعی منطقه ای به حساب آورد (گل محمدی ۷۸: ۱۳۸۹).

گردشگری روستایی در بسیاری از کشورها، رو به توسعه گذاشته و روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود که ناشی از ر کود اقتصادی در سطح روستاها می باشد. روستاهای کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با رکود بخش کشاورزی در چند دهه اخیر، ضرورت توجه به منابع درآمدی همچون گردشگری بیش از پیش اهمیت یافته است. برخی از محققان به بررسی نقش صنایع دستی بر اقتصاد گردشگری روستایی پرداخته اند اما در تحقیق حاضر به بررسی این رابطه با نقش میانجی جذب گردشگر روستایی پرداخته شده است که متغیر جذب گردشگر نیز خود از جنبه های گسترش و بهبود جاذبه های گردشگری، توسعه ظرفیت های پایدار و همچنین بهبود سطح درآمد فعالان بخش گردشگری و جذب گردشگران بومی و غیربومی از جمله مولفه های رشد و توسعه اقتصادی روستا به حساب آمده است که در جامعه مورد مطالعه برای اولین بار است که به آن پرداخته شده است.

۳-مروری بر پیشینه تحقیق

در خصوص صنایع دستی و تأثیر آن بر اقتصاد گردشگری روستایی مقالات متعددی وجود دارد که تعداد کمی از آنها نقش متغیرهای میانجی مانند جذب گردشگر روستایی را بررسی نموده است. از جمله مطالعات داخلی در این زمینه میتوان به پژوهش بهرامی (۱۳۹۹) با عنوان اثرات اقتصادی- اجتماعی صنایع روستایی (صنایع دستی و مشاغل خانگی) بر توسعه روستایی در روستاهای شهرستان سمنان اشاره داشت. یافته ها نشان داد بین توسعه صنایع روستایی و توسعه اقتصادی و اشتغال زایی خانوارهای روستایی رابطه معنی داری وجود دارد. به طوری که توسعه صنایع روستایی موجب افزایش سطح درآمد، اشتغال زایی و کاهش سطح بیکاری در روستاهای مورد نظر شده است. راهبرد توسعه صنایع روستایی ضمن توسعه اقتصاد محلی از طریق اشتغال زایی و درآمد زایی، می‌تواند به عنوان یک راهبرد توسعه ای برای تحرک اقتصاد روستا تلقی گردد. رفیعی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تحلیل علی عوامل موثر بر توسعه گردشگری با بهره گیری از صنایع دستی (مورد مطالعه شهرستان آباده) بیان می‌دارد که با توجه به نتایج، در بین عوامل به ترتیب تسهیلات و خدمات اقامتی، مدیریت و تسهیلات مالی بیشترین درجه مرکزیت را داشته‌اند و ۳ سناریو بر اساس عوامل تسهیلات و خدمات اقامتی، مدیریت و تسهیلات مالی ساخته شده‌اند و سناریوسازی به صورت روبه جلو انجام پذیرفت. با توجه به سناریوها وجود تسهیلات و خدمات اقامتی لازم موجب می‌شود که امکان تبلیغات برای منطقه و صنایع دستی و جذب گردشگر فراهم باشد و با افزایش تبلیغات بر روی صنایع دستی، وجود گردشگر در منطقه و بودن تسهیلات و خدمات اقامتی مناسب، شرایط تاسیس دهکده گردشگری فراهم می‌شود که باعث معرفی بیشتر صنایع دستی منطقه و توسعه گردشگری می‌شوند.

سیدنجم الدین موسوی، غفوریان امیر شاگردی، علی سرشومی و رضاسپهوند (۱۳۹۷) به پژوهشی با عنوان " توسعه صنعت گردشگری از طریق برندسازی صنایع دستی (مورد مطالعه: صنایع دستی استان اصفهان)" پرداخته‌اند. نتایج مرحله اول شناسایی دو عامل کیفیت و قیمت به عنوان ویژگی های تعیین کننده خرید صنایع دستی و تعیین صنایع قلمزنی، فرش، ملیله دوزی و خاتم سازی، بعنوان صنایع دستی برجسته اصفهان در مقایسه با رقبای دیگر بود. در مرحله دوم نشان و لوگوی مناسب شناسایی گردید. در مراحل بعد مشخص شد معیارهای مشتری و فرآیندهای داخلی در سطح مطلوب و معیارهای رشد و مالی در سطح نامطلوب بوده و در نهایت راهبرهای ارتقا برند ارایه شد. حسن زاده (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تحلیل جایگاه هنرهای سنتی در توسعه صنعت گردشگری ایران (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی) بیان می‌دارد که مولفه جذب گردشگری و صنایع دستی، دارای وضعیت مطلوبی در جامعه می باشند و متغیر هنرهای سنتی دارای وضعیت نامطلوبی در جامعه است، بنابراین: با توجه به سوال اول پژوهش و نامناسب بودن وضعیت متغیر هنرهای سنتی می‌توان گفت که هنرهای سنتی نمی‌تواند بر روی جذب گردشگری در این جامعه اثرگذار باشد.

تقوی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان اولویت بندی و اثر بخشی صنایع دستی در توسعه اقتصادی مناطق روستایی با استفاده از مدل های تصمیم گیری غیر جبرانی (لکسیکوگراف) مطالعه موردی: (دهستان عشرستاق شهرستان بهشهر)، به بررسی اولویت بندی اثر بخشی صنایع دستی در توسعه اقتصادی مناطق روستایی با استفاده از مدل های تصمیم گیری غیر جبرانی

(لکسیکوگراف) پرداخته است. با توجه به نتایج بدست آمده از روش لکسیکوگراف (ترتیبی) روستاهای، بخش، جوربند و متکازین بیشترین تاثیر را از صنایع دستی و خرد برخوردار شده اند. دیوسالار (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان نقش صنایع دستی در اقتصاد گردشگری روستایی مورد: روستاهای کوهپایه‌ای شهرستان بهشهر؛ به بررسی و تحلیل نقش صنایع دستی در رشد اقتصاد گردشگری روستایی می پردازد. نتایج این تحقیق نشان داد که اقتصاد گردشگری در نواحی روستایی شهرستان بهشهر بر درآمدزایی، اشتغال زایی توسعه صنایع بومی- محلی اثرگذار بوده است. همچنین رشد و گسترش صنایع دستی نقش مؤثری در اقتصاد گردشگری روستایی برجای نهاده و در بین روستاها، کیاسر بیشترین تأثیرپذیری از رشد اقتصادی صنایع دستی در جذب گردشگر را به خود اختصاص داده است.

احمدی و موسوی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان توسعه صنایع دستی و گردشگری روستایی و تأثیر آن بر اقتصاد روستاها مطالعه موردی روستاهای بخش کجور شهرستان نوشهر، از دو روش توصیفی در موارد نظری و تحلیلی در یافته های پژوهش و مطالعات میدانی استفاده کردند، درنهایت با نتیجه گیری های بعمل آمده از داده ها و یافته های تحقیق چنین نظر می رسد که توسعه صنایع دستی و صنعت گردشگری در روستاهای بخش کجور می‌تواند تأثیرات مثبت اقتصادی را برای این روستاها به‌همراه داشته و باعث افزایش اشتغال روستائیان گردد.

در بررسی پیشینه های خارجی نیز میتوان به پیشینه هایی اشاره کرد که از آن جمله اولوویومسی (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان بنگاه های کوچک صنایع دستی به‌عنوان ابزاری برای رشد اقتصادی روستاها و ریشه کنی فقر بیان می دارد که یافته های حاصل از تجزیه و تحلیل نشان داد که دو عامل به طور قابل توجهی بر زنده ماندن شرکت های صنایع دستی تأثیر می گذارد. این دو عامل این اعتقاد بود که تجارت صنایع دستی می‌تواند متخصص صنایع دستی را حفظ کند و سطح حمایت از مشاغل صنایع دستی از سازمانهای غیردولتی در حال کاهش است. دیوانداری (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان تحلیل نقش تولید صنایع دستی در توسعه پایدار روستایی اینگونه بیان نمود که این مقاله به بررسی نقش تولید صنایع دستی در توسعه پایدار در روستای سر آقا سید می پردازد. تعدادی از صنایع دستی از جمله قالیبافی به‌عنوان عمده ترین صنایع دستی روستای سرآقا سید هنوز رونق دارد. تولید و توسعه صنایع دستی در این روستا نه تنها فرصتهای شغلی و درآمدزایی ایجاد می‌کند، بلکه می‌تواند نقش عمده ای در توسعه پایدار و استقلال روستا داشته باشد.

دلآتورا و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی با عنوان گردشگری روستایی به‌عنوان گزینه ای برای توسعه مناطق روستایی و اشتغال زایی، به بررسی روند توسعه گردشگری روستایی در اسپانیا و یافتن مدل پیش بینی تقاضای گردشگران روستایی در کوتاه مدت و میان مدت (با استفاده از مدل باکس جنکینز) میپردازند و براساس آن مدل اشتغال زایی گردشگری روستایی از این پژوهش استخراج میشود. هو و یو (۲۰۰۷) نیز در تحقیقی با عنوان بررسی ملاک های انتخاب صنایع دستی و سوغات توسط گردشگران و قوانین تصمیم گیری و انتخاب توسط آنان بیان کردند که نتایج نشان می دهد که ملاک های گردشگران برای انتخاب صنایع دستی نه بر اساس یک ویژگی که بر مبنای چندین ویژگی و به صورت چندگانه است. به این معنی که انتخاب گردشگران بر اساس طیف وسیعی از معیارها از قبیل مهارت و استادکاری در خلق صنایع دستی، درک احساسی، پیوند فرهنگی و سهولت حمل دست به انتخاب صنایع دستی می زنند. استادکاری و زیبایی از ملاکهای بسیار مهم گردشگران برای خرید محصولات تولیدی صنعتگران است.

۴- مبانی نظری

صنایع دستی نشانه‌ای از تاریخ و قدمت کشور است، سالیان دور بخش عمده‌ای از صنایع دستی در روستاها و به دست زنان تولید می‌شد و این تجارت اقتصاد روستا را رونق می‌بخشید. در حال حاضر رونق صنایع دستی عاملی برای احیای روستا، جلوگیری از مهاجرت مردم از روستا به شهر، توسعه اقتصاد بدون وابستگی به نفت و افزایش ارزآوری است. تولید صنایع دستی روستایی از صناعی است که نیاز به سرمایه گذاری زیادی نداشته و میتواند در پیشرفت اقتصادی روستائیان تأثیر به سزایی داشته و با مواد اولیه بوم آورد، تولیداتی بوجود آید که انتقال دهنده فرهنگ ناب روستایی نیز باشد. گردشگران به‌عنوان یکی از مشتریان بالقوه صنایع دستی روستایی می‌توانند به این رشد اقتصادی کمک شایانی نمایند. در این راستا برای آشنایی بیشتر با مفاهیم و متغیرهای تحقیق، توضیحات کوتاهی در این خصوص بیان می‌شود.

۴-۱- گردشگری روستایی

اصطلاح گردشگری روستایی به صورت مترادف با اصطلاحات دیگر نظیر، گردشگری بومی، گردشگری سبز، گردشگری طبیعت، گردشگری مناطق حومه ای مورد استفاده قرار می گیرد. حقیقت گردشگری روستایی از آن جهت که گردشگر فضا و مکان را با انگیزه های متفاوت مورد استفاده قرار می دهد، فعالیتی پیچیده و چند وجهی است؛ که شامل انواع متفاوتی از گردشگری

مبتنی بر مزرعه تا سفرهای آموزشی، گردشگری قومی و فعالیت های مبتنی بر گردشگری روستایی همچون کوهپیمایی تفریحی ورزشی می باشد که این فعالیت ها بنا به شرایط محیط های گوناگون با درجات متفاوتی در بسیاری از نواحی روستایی به صورت گردشگری انبوه و گردشگری انفرادی و یا خانوادگی با تعداد کم انجام می پذیرد؛ به عبارت دیگر باید گفت: گردشگری روستایی عبارت از فعالیت ها و گونه های مختلف گردشگری در محیط های مختلف روستایی و پیرامون آنها که دربردارنده آثار مثبت و منفی (برای محیط زیست روستا) انسانی طبیعی می باشد. بدیهی است این چنین برداشتی از گردشگری روستایی میتواند زمینه های مختلف فعالیت های گردشگری همچون: سکونت گاه ها، روستاها، جشنواره ها، ورزش ها و تفریح های گوناگون را در بر گیرد که در محیط روستا شکل می گیرند (رستمی و احسانی فر، ۱۳۹۷).

گردشگری روستایی را به طور خلاصه می توان این گونه تعریف کرد: "شکلی از گردشگری است که در نواحی روستایی رخ می دهد و منعکس کننده انگاره های مختلف و پیچیده مکان، تاریخ، اقتصاد و محیط روستایی می باشد (کریمی، ۱۳۹۴). گردشگری روستایی نوعی از گردشگری است که در بستر روستا انجام می گیرد و وابسته به ویژگی های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی روستا و روستائیان است و در نتیجه انواع مختلفی از گردشگری روستا را برای گردشگران فراهم می آورد. این امر می تواند دارای فوایدی از جمله جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهر، ایجاد درآمد و اشتغال، سرازیر شدن سرمایه های مختلف و... به روستا گردد؛ اما ورود گردشگران همواره به صلاح روستاها نبوده و ممکن است دارای مشکلاتی از جمله افزایش تنش های اجتماعی، تورم، مسائل زیست محیطی و... باشد (العلما و مهموم، ۱۳۹۳).

ژانگ اعتقاد دارد که توسعه گردشگری روستایی می تواند مزایایی را همچون افزایش اقتصاد جمعی روستایی، زیباسازی جنبه ظاهری روستا، افزایش درآمد جامعه محلی، تغییر سبک زندگی، کاهش شکاف جامعه شهری-روستایی و ایجاد یک جامعه هماهنگ ایجاد کند. توسعه گردشگری روستایی از یک طرف می تواند نقش مهمی در تنوع سازی اقتصاد روستاها در قالب صنعت گردشگری ایفا کند و از طرف دیگر وسیله ای برای تحرک رشد اقتصاد ملی از طریق غلبه بر انگاره های توسعه نیافتگی و بهبود استاندارد زندگی مردم محلی به شمار آید (کاویانی و همکاران، ۱۳۹۷).

۴-۲- صنایع دستی

صنایع دستی به مجموعه ای از هنر و صنعت اطلاق می شود که به طور عمده با استفاده از مواد اولیه بومی و انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید به کمک دست و ابزار دستی موجب تهیه و ساخت محصولاتی می شود که در هر واحد آن ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر سازنده به نحوی تجلی یافته و همین عامل وجه تمایز اصلی اینگونه مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه ای است. صنایع دستی از مواد خام بومی ساخته میشوند و می تواند به تعداد نامحدودی تولید شوند. این محصولات می تواند کاربردی، زیبایی شناسانه، تزئینی، سنتی، اجتماعی و یا نمادین باشند (پرتال رسمی یونسکو).

در تعریف سازمان جهانی جهانگردی، صنایع دستی بیان منحصربه فرد از فرهنگ یا جامعه ای خاص از طریق صنعتگری و مواد محلی است و بخش مهم مولد برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه محسوب میشود. ماهیت خاص صنایع دستی مشتق از ویژگی های متمایز آنها که می تواند به صورت کاربردی، زیبایی شناسانه، هنری، خلاقانه همچنین دارای ماهیت فرهنگی، تزئینی، سنتی، نمادهای مذهبی و اجتماعی و بسیار با اهمیت باشد، است. صنایع دستی از مواد خام ساخته میشود و میتواند به تعداد نامحدود تولید شود اما این محصولات باید دارای ارزش هنری باشند و میتوانند به صورت کاربردی و غیره باشند. در تمام تعاریف، صنایع دستی عبارتند از بیان منحصربه فردی که نشاندهنده فرهنگ و سنت و میراث یک کشور است (وب سایت رسمی سازمان جهانی جهانگردی). صنایع دستی را به طور مفهومی این گونه تعریف میکنند: شی که تولید شده است تا عملکردهای سودمندی و تشریفاتی داشته باشد درحالی که اشیا هنری برای تزئین و جنبه های زیبایی شناختی خلق می شوند (لیترل، ۱۹۹۰).

از ویژگی های صنایع دستی می توان گفت که انجام قسمتی از مراحل اساسی تولید توسط دست و ابزار و وسایل دستی- برای تولید هر یک از آثار هنرهای صناعی، مراحل متعددی طی می شود ولی انجام کلیه این مراحل به وسیله دست، ابزار و وسایل دستی الزامی نبوده و چنانچه تنها قسمتی از مراحل اساسی تولید به این طریق انجام شود، محصول تولید شده با توجه به مواردی که در تعریف ذکر شده، صنایع دستی محسوب می شود. (یاوری، ۱۳۸۹).

در طبقه بندی دیگری از صنایع دستی ایران که بر مبنای روش و تکنیک ساخت این محصولات صورت گرفته، این محصولات به شامل بافته های داری (قالی، گلیم، چننه، رویه پستی و بعضی از انواع زبلو، گبه)، دستبافی یا نساجی سنتی (جاجیم، ترمه، زری، شال و انواع پارچه های پنبه ای، پشمی و کرکی)، بافتنی (دستکش، جوراب، کلاه، شال گردن، روسری)، روکاری و رودوزی (سوزندوزی، قلابدوزی، مله دوزی، خامه دوزی، خوس دوزی، گلابتون دوزی، پته دوزی)، چاپ های سنتی (چاپ قلمکار و چاپ کلاچه ای یا باتیک)، سفالگری و سرامیک سازی (سفال و سرامیک)، شیشه گری (محصولاتی را که از طریق شکل دادن مواد معدنی ذوب شده در کوره نظیر: سیلیس، خرده شیشه ویا ترکیبی از این دو با استفاده از روش دمیدن توسط لوله مخصوص و کاربرد

ابزار دستی شامل انبر، قیچی و غیره حاصل می‌شود شیشه دست ساز می‌نامند که شامل مراحل تکمیلی و تزئینی دیگری نظیر نقاشی و تراش هم می‌شود، تولید فراورده های پوست و چرم یا سراجی سنتی (پوستین، کلاه پوستی، چاروق، محصولات تکمیلی چرمی نظیر تلفیق چرم با محصولات دستیاف)، ساخت محصولات فلزی و آلیاژ (انواع ظروف خانگی، چاقو و قند شکن، قلم تراش، قفل)، قلمزنی، مشبک کاری و حکاکی روی فلزات و آلیاژها، سنگتراشی و حکاکی روی سنگ (انواع ظروف، پایه چراغ، قاب عکس، انواع نگین)، خراطی چوب (انواع قلیان، گهواره، پایه ی آب‌آزور و ظروف مختلف)، ریزه کاری و نازک کاری چوب (انواع شکلات خوری، زیرسیگاری، قاب عکس و نظایر آن)، منبت کاری، کنده کاری و مشبک کاری چوب، حصیربافی یا بامبوبافی، مرواریدبافی، ترکه بافی، سبدبافی و چیغ بافی (حصیر زیرانداز، سفره حصیری، انواع سبد، انواع ظروف)، خاتم سازی، معرق کاری، کاشی گری، ملیله کاری، مینا کاری شامل نگارگری، نقاشی روی صدف، نقاشی روی چرم، لاکی روغنی، ساخت زیور آلات، ساخت سایر فراورده های دستی نظیر فیروزه نشانی (فیروزه کوبی)، طلاکوبی روی فولاد، انواع عروسک های محلی، تخت کشی گیوه تقسیم بندی می‌شوند. (یاوری، ۱۳۸۹)

صنایع دستی دارای اثرات قابل ملاحظه ای در برطرف کردن و یا تخفیف و تعدیل مسائل اجتماعی و توسعه اقتصادی دارد، ضمن آنکه نقش فرهنگی صنایع دستی نیز حائز اهمیت فراوان است. بدون تردید یکی از دلایل مهم در توجیه جنبه های مثبت صنایع دستی مربوط به اثرات آن در مبارزه با انواع بیکاری، به‌عنوان یکی از مسائل پیچیده و بغرنج کشورهای رو به رشد از جمله ایران است (اطلس ملی صنایع دستی، ۱۳۸۰). تولید صنایع دستی یک بخش جدا نشدنی از فعالیت بسیاری از خانوارهاست که با آن ایجاد شغل و کسب درآمد می‌کنند. همچنین در بسیاری از کشورها صنایع دستی مشخصا درون جوامع آنها گسترش یافته است. صنایع دستی نه تنها موجب اشتغال پاره وقت یا تمام وقت برای میلیونها نفر در سراسر جهان شده است بلکه به حفاظت از ویژگی های فرهنگی و قومیتی آنها نیز کمک کرده است. محققان بر این باورند که تولید صنایع دستی و هنرهای سنتی ویژگی های قومیتی را احیا کرده واز آنها حمایت می‌کند و به این ترتیب موجب تقویت فرهنگهای محلی در جوامع پیشرفته می‌شود. بعلاوه تولید صنایع دستی توسط قومیتها باعث تشویق استفاده از مهارتهای سنتی در حال انقراض شده و جوامع را در کنار یکدیگر نگاه می‌دارد (لی و همکاران، ۲۰۰۸).

صنایع دستی به علت داشتن مزایایی نظیر کارطلب بودن آن، سادگی فن و عدم احتیاج به آموزش فنی وسیع و تأثیر چشمگیری آن در افزایش سطح اشتغال و امثال آن بیش از هر فعالیت اقتصادی دیگر زمینه برای توسعه و پیشرفت دارد. به خصوص در مناطق روستایی و عشایری صنایع دستی می‌تواند به‌عنوان دومین منبع درآمد و در پاره ای از مناطق کشور به‌عنوان مهمترین عامل کار و درآمد به حساب آید (اطلس ملی صنایع دستی، ۱۳۸۰).

تولید صنایع دستی اساسا متکی بر منابع داخلی است، از این رو به طور معمول بیش از نود درصد ارزش داده ها در این رشته که به طور عمده شامل نیروی کار، مواد اولیه ی مصرفی و ابزار و وسایل کار است در داخل کشور قابل فراهم شدن است و طبعاً هرگونه افزایش در میزان تولید و فروش فراورده های دستی اثر مستقیمی در ازادید " تولید ناخالص ملی " دارد. بر اساس آخرین برآوردها سهم صنایع دستی در درآمد ملی ایران حدود پنج درصد است (یاوری، ۱۳۸۹).

ایران با داشتن بیش از ۳۶۰ رشته و زیر مجموعه این رشته ها در صنایع دستی به‌عنوان کشوری که دارای متنوع ترین محصولات صنایع دستی در جهان است، شناخته شده است. میزان صادرات صنایع دستی به غیر از زیورآلات و فرش در سال ۱۳۹۲ حدود ۱۱۲ میلیون دلار برآورد شده است (معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی، ۱۳۹۳). صنایع دستی از دیرباز مورد توجه زنان ایرانی بوده است و در اکثر مناطق ایران زنان مشغول به فعالیت در این زمینه هستند. تولید صنایع دستی در همه شهر ها، اکثر روستاها و تمامی مناطق عشایری ایران رواج دارد. تفاوت در میزان اشتغال در بافته های داری به‌عنوان نخستین گروه از نظر اشتغال با گروه دوم یعنی نساجی سنتی خود نشاندهنده گستردگی بافته های داری در کشور و سهم شایسته و اهمیت درخور توجه آن به لحاظ میزان تولید سالانه است. این صنعت ۳ درصد تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. همچنین بر اساس آخرین برآوردهایی که توسط صاحب نظران و کارشناسان صنایع دستی ایران به عمل آمده، حجم تولید سالانه صنایع دستی کشور حدود ده هزار میلیارد ریال است (یاوری، ۱۳۸۹).

۴-۳- اقتصاد روستا

مهمترین منابع درآمدی و اقتصادی خانوارهای روستایی کشاورزی و دامداری است. خانواده های روستایی که به فعالیت زراعی می‌پردازند در بسیاری از موارد دامداری را نیز در کنار زراعت انجام می‌دهند و حتی ممکن است برای تنوع بخشی به فعالیتهای اقتصادی و کمک به تامین اقتصاد خانواده به فعالیت صنایع دستی یا سنتی نظیر فرش بافی، حصیر بافی و ... می‌پردازند و این تنوع فعالیتها از یک ارتباط و انسجام برخوردارند و همین امر باعث می‌گردد تا متناسب با توان و طبیعت اعضای خانواد همه افراد، نوع خاصی از فعالیت اقتصادی را که از عهده آن می‌توانند بر آیند انجام دهند این گونه تنوع در فعالیتهای اقتصادی باعث می‌گردد تا امکان مشارکت برای زنان، کودکان و حتی پیران نیز در درون خانواده فراهم شود و در اقتصاد خانواده نقش داشته باشد

و این امر مانع از مهاجرت نیروی کار خانواده ها به شهرها شده و در توسعه روستاها نقش موثری داشته باشد. امروزه به تجربه ثابت شده است که ایجاد امکانات رفاهی نظیر: آب، برق، جاده و برخی از تسهیلات آموزشی و بهداشتی به تنهایی برای ماندن جمعیت در روستاها کافی نیست بلکه عامل مهم و اساسی، ایجاد اشتغال و درآمد برای ماه های بیکاری و فراغت روستایان است.

صنایع دستی با قابلیت و خصوصیات ویژه ی خود از جمله عدم نیاز به سرمایه گذاری زیاد و امکان ایجاد و توسعه ی آن در مناطق روستایی به ویژه در داخل محل سکونت روستاییان می تواند چنین نقش مهمی را به نحو مطلوب ایفا کند، چنانچه در حال حاضر نیز، در تعداد زیادی از روستاها، کشاورزان و خانواده شان با پرداختن به صنایع دستی و تولید محصولات نظیر قالی، گلیم، رودوزی، پارچه های دست بافت، سفال، حصیر و ... به درآمد جنبی قابل توجهی دست یافته اند و همین امر عامل مهمی در جلوگیری از مهاجرت آنان به شهرها بوده است.

۴-۴- صنایع دستی و گردشگری

برای تولیدات محلی مانند صنایع دستی جهت ارائه به گردشگران بازارهای جدیدی ایجاد می شود و علاوه بر آن این مساله در بهبود کیفیت صنایع دستی نیز موثر می باشد. گردشگری نقش بسیار موثری در توسعه هنر و صنایع دستی و قومی در جوامع گردشگر پذیر دارد، هر چند که می تواند اثرات منفی نیز بر این همراه داشته باشد (هریسون، ۲۰۰۱). خرید به عنوان یکی از مهم ترین فعالیت های گردشگران محسوب می شود که می تواند اثرات اقتصادی مهمی را در جامعه میزبان بر جای گذارد. گردشگران به منظور یادآوری خاطرات سفر و برقراری ارتباط با فرهنگ جامعه میزبان اقدام به خرید صنایع دستی می کنند. اکابر معتقد است که گردشگران از طریق خرید صنایع دستی محلی موجب ایجاد شغل و ارتقای آن در جهت توسعه پایدار اقتصادی، بهبود زندگی صنعتگران و ارتقاء موقعیت زنان و بخش های محروم جامعه و همچنین افرادی که امکان دستیابی به شغل دیگری را ندارند، شده است. اقتصاد صنایع دستی که اغلب زندگی صنعتگران به آن وابسته است، علاوه بر اینکه تولید محصولات طبیعی را تشویق می کند موجب همپوندی جوامع نیز می شود (اکابر، ۲۰۰۶).

توجه به تمایلات و علائق گردشگران در خرید صنایع دستی از مواردی است که می تواند فواید اقتصادی بیشتری را برای جامعه میزبان به همراه آورد. ایجاد تغییرات در این محصولات و توسعه محصولات موجب احیا بسیاری از این محصولات به واسطه رونق گردشگری شده است. استفاده از مواد بومی در تولید این محصولات همچنان که موجب جذب بیشتر گردشگران شده است، باعث شده تا کل زنجیره ارزش و تولیدکنندگان و فروشندگان صنایع دستی از تولید این محصولات سود ببرند (هیلی، ۲۰۰۹؛ هیرویوکی، ۲۰۱۱؛ مارک ویک، ۲۰۰۱). به عقیده اکابر خرید سوغات و صنایع دستی توسط گردشگران موجب ایجاد اشتغال در جهت توسعه پایدار اقتصادی می شود. او معتقد است، توسعه گردشگری می تواند در کشورهای در حال توسعه و مناطق دورافتاده و محروم موجب کاهش فقر شود (اکابر، ۲۰۰۶). در تحقیقات صورت گرفته مشخص شد که توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و اشتغالزایی از طریق فروش صنایع دستی می شود (توپس، ۱۹۹۳).

علی رغم تاکید زیاد بر رونق صنایع دستی، متأسفانه در بعضی مناطق جغرافیایی کشور، صنایع دستی جایگاه اولیه خود را در زندگی روستایی از دست داده است. مهمترین مشکلاتی که سبب ایجاد رکود در کارایی صنایع دستی می شوند عبارتند از: کمبود سرمایه، صنعت بازار و بازاریابی برای تولید صنایع دستی، ضعف مهارت و آموزش شاغلان در صنایع دستی و مشکلات مربوط به محیط کار از نظر فنی و بهداشتی می باشد. رفع این مشکلات می تواند در کارایی صنایع دستی در نواحی روستایی موثر باشد زیرا در حال حاضر صرفاً از طریق کشاورزی، تامین نیازهای مربوط به اشتغال و درآمد در نواحی روستایی امکان پذیر نیست. صنایع دستی را می توان به عنوان عاملی برای توسعه در اقتصاد روستاها دانست طوری که توسعه و تولید صنایع دستی مهمترین اصل ایجاد اشتغال علاوه بر کشاورزی و دامداری در روستاها می باشد. توسعه صنایع دستی گره گشای مشکلات اشتغال در مناطق روستایی می باشد. کمک به توسعه آموزش، فعال کردن کارگاه های تولیدی و حرکت به سمت صادرات بیشتر می تواند به رونق صنایع دستی کمک کند. (اطلس ملی صنایع دستی، ۱۳۸۰).

۵- روش شناسی تحقیق

در این تحقیق و در بخش مبانی نظری از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده گردیده است. مبانی نظری با مراجعه به کتابها، پایان نامه ها، نشریات و کتابخانه های دانشگاه و مراکز اطلاع رسانی و جستجو در پایگاه های اطلاع رسانی علمی جهت دستیابی به آخرین دستاوردهای مطالعات انجام شده، استفاده گردید و پس از تبیین مدل مفهومی تحقیق، براساس مطالعات میدانی از طریق پرسشنامه داده ها جمع آوری و سپس فرضیه های مورد نظر، بررسی شده است. لذا ابزار گردآوری در تحقیق حاضر، پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته می باشد و از طیف لیکرت برای پاسخ ها استفاده شده است.

پرسشنامه تحقیق حاضر شامل دویخش اطلاعات مربوط به جمعیت شناختی و متغیرهای تحقیق می‌باشد. برای سنجش متغیر رشد و توسعه اقتصادی روستا از پرسشنامه استاندارد برگرفته از مقاله کریس و همکاران (۲۰۰۶) و برای متغیرهای توسعه صنایع دستی و جذب گردشگری روستایی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است.

جدول ۱: سرفصل هر یک از سوالات پرسشنامه تحقیق

ردیف	سرفصل سوالات	شماره سوالات مرتبط
۱	رشد و توسعه اقتصادی	۱ الی ۸
۲	جذب گردشگری روستایی	۹ الی ۱۳
۳	توسعه صنایع دستی	۱۴ الی ۲۳

۵-۱-روایی و پایایی تحقیق

در این تحقیق پس از تدوین چهارچوب اولیه، جهت ارزیابی پرسشنامه تحقیق، با اساتید راهنما و مشاور و اساتید دانشگاه و صاحب نظران رشته‌های مدیریت جهانگردی مشورت به عمل آمده، نظرات انتقادی و پیشنهادهای اصلاحی آنان در پرسشنامه اعمال گردید. هم چنین، در تحقیق حاضر علاوه بر آلفای کرونباخ، مقدار ضریب پایایی ترکیبی با استفاده از نرم افزار PLS، برای پرسشنامه محاسبه گردید که در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۲- مقادیر پایایی متغیرهای پرسشنامه

ردیف	سرفصل سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
۱	رشد و توسعه اقتصادی	۰/۸۸۳۹
۲	جذب گردشگری روستایی	۰/۸۴۸۳
۳	توسعه صنایع دستی	۰/۸۹۵۴
-	کل پرسشنامه	۰/۹۳۷۱

همان طوری که در جدول مشخص می‌باشد، با توجه به این که تمامی مقادیر آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بیش از ۰/۷ است، بنابراین تمامی سوالات پرسشنامه برای سنجش متغیرها از پایایی کافی و مورد قبول برخوردار است.

۵-۲-تجزیه و تحلیل داده ها

در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش های آمار توصیفی و استنباطی بطور همزمان استفاده شده است. در بخش آمار توصیفی از جداول فراوانی و درصدها، میانگین‌ها و انحراف معیارها برای نمایش سیمای آزمودنی‌ها استفاده و در آمار استنباطی از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای تعیین توزیع نرمالیت و آزمون تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی و آزمون معادله ساختاری برای پاسخ فرضیه‌های تحقیق استفاده شد. ضمناً برای انجام محاسبات بسته نرم افزاری Spss/pc++ و لیزرل به کار گیری شده است.

۵-۳- آزمون فرض نرمال بودن متغیرها

در هر پژوهشی لازم است محقق قبل از انجام آزمونهای آماری از وضعیت توزیع متغیر(نرمال یا غیرنرمال بودن) تحت بررسی اطمینان پیدا کند. در صورتی که متغیرها نرمال باشند، استفاده از آزمون های پارامتری توصیه می شود و در غیر این صورت استفاده از آزمون های معادل غیرپارامتری مد نظر قرار خواهد گرفت.

جدول ۳: آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

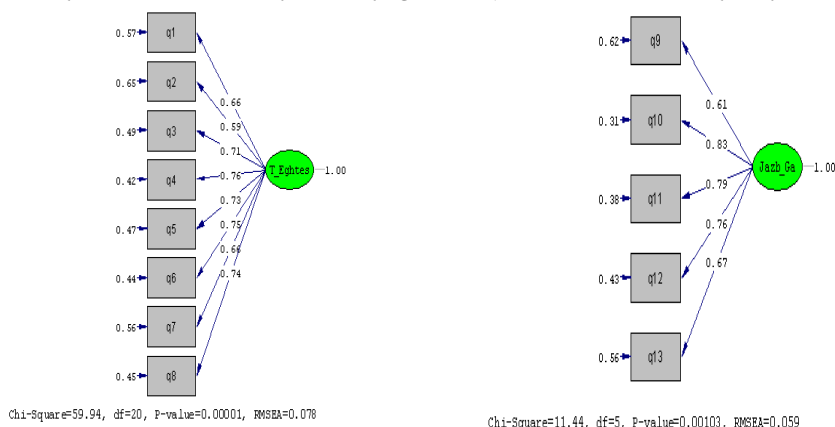
ردیف	متغیرهای تحقیق	آزمون کولموگروف-اسمیرنوف		نتیجه
		Z آماره	سطح معنی داری	
۱	رشد اقتصادی	۰/۹۰۶	۰/۳۸۴	نرمال
۲	جذب گردشگری روستایی	۰/۸۶۵	۰/۴۴۳	نرمال
۳	توسعه صنایع دستی	۰/۸۸	۰/۴۲۲	نرمال

برای تعیین نرمال بودن متغیرها بایستی سطح معنی داری بررسی شود. در صورتی که سطح معنی داری از عدد ۰/۰۵ کمتر باشد متغیر غیرنرمال و در صورت بیشتر از ۰/۰۵ نرمال است. نتیجه اینکه کیفیت متغیرها در جدول ثبت و همه نرمال هستند.

۵-۴- تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق

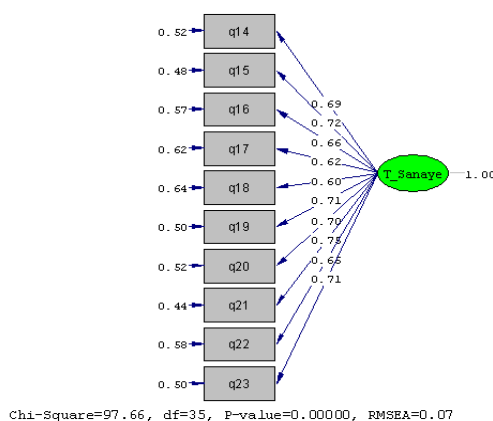
تحلیل عامل تأییدی به حکم مهر تأییدی برای مناسب بودن ابعاد پرسشنامه تحقیق است، در نرم افزار لیزرل برای هر یک از ابعاد که مشتمل بر تعدادی گوینه است بار عاملی است، بار عاملی مشخصی بدست می‌آید، میزان قابل قبول بار عاملی عدد ۰/۳،

است. هر چه این بار بیشتر از ۰,۷ باشد نشان دهنده مناسب بودن سوالات و گویه‌ها با ابعاد بدست آمده است، در صورتی که بار عاملی هر یک از گویه‌ها و ابعاد از عدد ۰/۳ کمتر شد بهتر است آن گویه یا بعد مورد تجدید نظر قرار گرفته و یا حذف شود.



نمودار ۲۱: خروجی های نرم افزار لیزرل تحلیل عامل تائیدی پرسشنامه رشد اقتصادی و پرسشنامه جذب گردشگری روستایی

همانگونه که از نمودارهای ۲۱ تحلیل عامل تائیدی پرسشنامه رشد اقتصادی و پرسشنامه جذب گردشگری روستایی قابل ملاحظه است، بار عاملی کلیه ابعاد در شکل بالاتر از ۰/۳ است. شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۲۹ و ۲/۹۹ شده است؛ همچنین مقدار آماره RMSEA معادل ۰/۰۷۸ و ۰/۰۵۹ است؛ و سطح معنی داری آزمون یا همان p-value که معادل ۰/۰۰۰۱ گردیده است که از برازش مناسبی برخوردار است و ۸ سوال مربوط به پرسشنامه ها بطور مجزا قابل تحلیل هستند. لذا تحلیل تائیدی پرسشنامه رشد اقتصادی و پرسشنامه جذب گردشگری روستایی مورد تائید قرار گرفت.



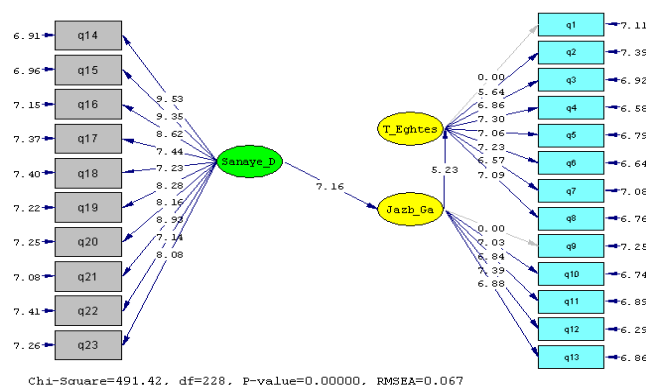
نمودار ۳: خروجی نرم افزار لیزرل تحلیل عامل تائیدی پرسشنامه توسعه صنایع دستی

همانگونه که از نمودار ۳ تحلیل عامل تائیدی پرسشنامه توسعه صنایع دستی قابل ملاحظه است، بار عاملی کلیه ابعاد در شکل بالاتر از ۰/۳ است. شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۷۹ شده است؛ همچنین مقدار آماره RMSEA معادل ۰/۰۷ است؛ و سطح معنی داری آزمون یا همان p-value که معادل ۰/۰۰۰۱ گردیده است که از برازش مناسبی برخوردار است و ۸ سوال مربوط به پرسشنامه بطور مجزا قابل تحلیل هستند. لذا تحلیل تائیدی پرسشنامه توسعه صنایع دستی مورد تائید قرار گرفت.

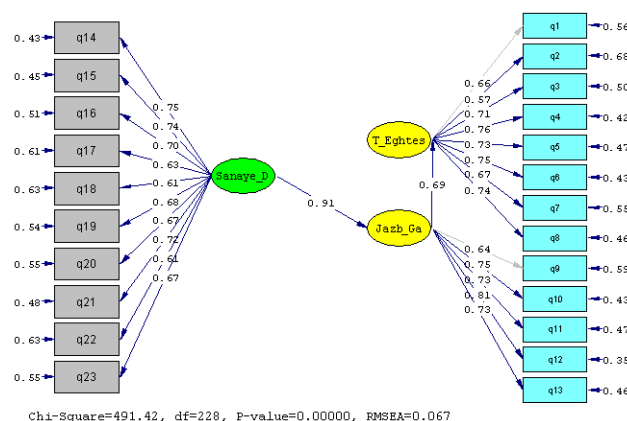
۵-۵- نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

۵-۵-۱- فرضیه اصلی اول: جذب گردشگر روستایی رابطه بین تأثیر صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا را میانجی گری می کند.

با توجه به نرمال بودن توزیع متغیرهای جذب گردشگر روستایی، توسعه صنایع دستی و رشد اقتصادی روستا در نمونه، برای تعیین همبستگی از آزمون معادلات ساختاری استفاده خواهد شد.



نمودار ۴: تحلیل مسیر بر اساس شاخص t، تأثیر نقش میانجی جذب گردشگر روستایی در رابطه توسعه صنایع دستی و رشد اقتصادی روستا



نمودار ۵: تحلیل مسیر بر اساس شاخص ضریب اثر، تأثیر نقش میانجی جذب گردشگر روستایی در رابطه توسعه صنایع دستی و رشد اقتصادی روستا

جدول ۴: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر نقش میانجی جذب گردشگر روستایی در رابطه توسعه صنایع دستی و رشد اقتصادی روستا

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۰۶۷	۰/۰۰۰۱	r1= 0.91 r2= 0.69	t1= 7.16 t2= 5.23	۲/۱۵

همانطور که در جدول ۴ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، RMSEA معادل ۰/۰۶۷ طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰.۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر توسعه صنایع دستی بر جذب گردشگر روستایی معادل ۷/۱۶ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است و تأثیر جذب گردشگر روستایی بر رشد اقتصادی روستا معادل ۵/۲۳ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است. ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، جذب گردشگر روستایی رابطه بین تأثیر صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا را میانجی‌گری می‌کند را می‌پذیریم.

۵-۲-۵- فرضیه اصلی دوم: توسعه صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا تأثیر معنادار دارد.

جدول ۵: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر توسعه صنایع دستی و رشد اقتصادی روستا

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹	۰/۹۱	۰/۰۷۱	۰/۰۰۰۱	۰/۶۲	۵/۴۹	۲/۰۱

همانطور که در جدول ۵ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، RMSEA معادل ۰/۰۷۱ طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰.۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر توسعه صنایع دستی و رشد اقتصادی روستا معادل ۵/۴۹ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، توسعه صنایع دستی بر رشد اقتصادی روستا تأثیر معنادار دارد را می‌پذیریم.

۵-۳- فرضیه فرضیه‌های فرعی اول: جذب گردشگر بر رشد اقتصادی روستا تأثیر معنادار دارد.

جدول ۶: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر جذب گردشگر و رشد اقتصادی روستا

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۰۷۵	۰/۰۰۰۱	۰/۷۱	۶/۱۳	۲/۷۹

همانطور که در جدول ۶ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، RMSEA معادل ۰/۰۷۵ طرفی P-valu (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر جذب گردشگر و رشد اقتصادی روستا معادل ۶/۱۳ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، جذب گردشگر بر رشد اقتصادی روستا تأثیر معنادار دارد را می‌پذیریم.

۵-۴- فرضیه فرضیه‌های فرعی ۲: توسعه صنایع‌دستی بر جذب گردشگر در روستا تأثیر معنادار دارد.

جدول ۷: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تأثیر توسعه صنایع‌دستی بر جذب گردشگر در روستا

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۰۷۶	۰/۰۰۰۱	۰/۸۲	۶/۵۸	۲/۷۲

همانطور که در جدول ۷ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، RMSEA معادل ۰/۰۷۶ طرفی P-valu (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تأثیر توسعه صنایع‌دستی بر جذب گردشگر در روستا معادل ۶/۵۸ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، توسعه صنایع‌دستی بر جذب گردشگر در روستا تأثیر معنادار دارد را می‌پذیریم.

نتیجه‌گیری

با توجه به تایید کلیه فرضیات این پژوهش میتوان عنوان کرد که صنایع‌دستی یکی از مهمترین روش های افزایش اشتغال و فقر زدایی در مراکز پایین دستی و بنگاههای کوچک اقتصادی با سرمایه گذاری کم است که میتواند تأثیر بسزایی نیز در تبادلات فرهنگی و رشد اقتصادی داشته باشد. از آنجایی که با ورود گردشگر خرید سوغات افزایش میابد و صنایع‌دستی به لحاظ ماهیت و ساختار جزو بهترین سوغات ها و منحصربه‌فرد ترین محصولات می‌باشد، انتظار میرود با افزایش جذب گردشگران، تقاضا برای خرید صنایع‌دستی افزایش یابد و درنتیجه موجب افزایش اشتغال و رشد اقتصادی جوامع کوچک بخصوص جوامع روستایی گرددو نقش میانجی جذب گردشگران و افزایش تورهای گردشگری در این بین کاملاً مشخص است. با توجه به ماهیت صنایع‌دستی که نیازمند کارگاههای ساختار یافته بزرگ با سرمایه گذاری کلان نیست و به راحتی میتواند توسط هنرمندان با سرمایه اندک پایه گذاری شده و به تولید محصول بپردازد، توسعه تولیدات صنایع‌دستی در یک منطقه کوچک و محروم مانند روستا نیز امکان‌پذیر است. از طرفی توانمندی اقشار مختلف مردم روستا مانند نوجوانان، زنان و افراد سالمند در تولید صنایع‌دستی موجب افزایش اشتغال و بالا بردن سطح درآمد ناشی از فروش این کالاها می‌گردد که نتیجه آن رشد اقتصادی منطقه و مردمی است که در آن مناطق زندگی می‌کنند.

از مزایای گردشگری افزایش سطح درآمدی برای جامعه بومی و محلی است. با ورود گردشگران به یک منطقه، اثرات اقتصادی متفاوتی مانند تورم، مشکلات اخلاقی و اقتصادی و اجتماعی و زیست محیطی و از طرفی افزایش اشتغال، افزایش درآمد، تبادلات فرهنگی و توسعه بازار بوجود می‌آید. لذا با جذب گردشگران به مناطق روستایی می‌توان انتظار داشت که اشتغال زایی رونق یافته و درنتیجه آن سطح درآمد در تمامی سطوح فروش خدمات و کالا افزایش می‌یابد که درنتیجه بر روی اقتصاد منطقه اثر مثبتی خواهد داشت یا به عبارتی با افزایش تعداد گردشگران در روستا، رشد شاخصه های کلان اقتصادی مشاهده شده و بر زندگی روزمره و سبک زندگی مردم بومی نیز اثر گذار خواهدبود.

گردشگران با ورود به یک منطقه علاقمند به خرید سوغات هستند و اکثراً مایل هستند از مظاهر فرهنگی منطقه ای که به آن سفر کرده اند، کالایی را به یادگار داشته باشند. از طرفی ویژگی های خاص صنایع‌دستی مانند منحصربه‌فرد بودن و ارزش کار دست بودن، باعث می‌شود اغلب گردشگران تمایل به تهیه و خرید آنها به‌عنوان صنایع‌دستی نمایند. لذا با ورود گردشگران و افزایش ایشان در یک منطقه، میزان خرید صنایع‌دستی افزایش می‌یابد که نتیجه آن افزایش اشتغال و درآمد مردم محلی خواهد

بود و این عامل خود موجب پذیرش بیشتر گردشگران توسط جامعه بومی خواهد شد. در این راستا پیشنهادهای زیر نیز مطرح می‌گردد.

- اجرای بازارچه های صنایع‌دستی در روستاها بصورت متمرکز و تبلیغات جهت آنها
- معرفی محصولات صنایع‌دستی روستایی از طریق رسانه های دولتی و خصوصی جهت شناساندن آنها و ویژگی های آنها به گردشگران
- راه اندازی وب سایت های فروش مستقیم محصولات صنایع‌دستی روستایی و تبلیغات محیط روستا و امکانات در آن
- اعطای هدایایی از صنایع‌دستی روستایی به گردشگران که هزینه آن در هزینه های تور محاسبه شده است
- حمایت های دولتی از طریق اعطای تسهیلات کم بهره به تولید کنندگان روستایی صنایع‌دستی
- تشکیل تعاونی های روستایی خاص تولیدکنندگان صنایع‌دستی روستایی به جهت استفاده از ظرفیت های قوانین حمایتی تعاونی ها
- استفاده از ظرفیت های مختلف صنایع‌دستی با توجه به تولیدات منطقه و استفاده از صنایع‌دستی با مواد بوم آورد
- بخشودگی های مالیاتی و عوارض برای تولیدکنندگان صنایع‌دستی روستایی
- تبلیغات و بازاریابی خلاقانه و از روشهای متنوع برای تبلیغ صنایع‌دستی روستایی
- گنجاندن برنامه بازدید از بازارچه ها و کارگاههای تولید صنایع‌دستی در بسته های سفر
- ارایه تخفیفات ویژه به گردشگران روستا در صنایع‌دستی روستایی
- نمایش صنایع‌دستی روستایی در بخش های مختلف خدمات رسانی به گردشگر مانند واحدهای بومگردی، مسیر تور و وسیله نقلیه

منابع

- احمدی، سمیرا و موسوی، سیدعلی اصغر (۱۳۹۳)، توسعه صنایع‌دستی و گردشگری روستایی و تأثیر آن بر اقتصاد روستاها مطالعه موردی روستاهای بخش کجور شهرستان نوشهر، کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری، تبریز. اطلس ملی صنایع‌دستی ایران، ۱۳۸۰
- بهرامی. (۲۰۲۰). تحلیل پایداری زیست محیطی در نظام های زراعی کشاورزی با تکیه بر مصرف و کارایی انرژی. مطالعات محیط زیست، منابع طبیعی و توسعه پایدار، ۱۵(۴)، ۱-۶.
- دیوسالار اسدالله. نقش صنایع‌دستی در اقتصاد گردشگری روستایی مورد: روستاهای کوپایه‌ای شهرستان بهشهر. اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۱۳۹۵؛ ۵ (۱۶): ۱۶۱-۱۷۴.
- رستمی قبادی، فرحناز، احسانفر، تهمینه، (۱۳۹۷)، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، دوره ۵، شماره ۲، صفحات ۷۱-۸۲.
- العلماء، سید وحید، مهموم، طیب، (۱۳۹۳)، گردشگری روستایی، ماهیت و مفهوم، همایش ملی گردشگری، سرمایه های ملی و چشم انداز آینده.
- کاویانی، ابوطالب، رحمانی، بیژن، رضویان، محمد تقی، علیرز، نخی، عباس، (۱۳۹۷)، ارزیابی نقش و تاثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، نگرش های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۲۵۱-۲۷۵.
- موسوی، م. (۱۳۸۳). نقش اکوتوریسم در توسعه روستایی. دوماهنامه جهاد، ۲۴(۲۶۵): ۶۳-۷۲.
- نقوی، محمدرضا، پورطاهری، مهدی، دیوسالار، اسدالله، احمدی، حسن. (۱۳۹۶). اولویت بندی و اثر بخشی صنایع‌دستی در توسعه اقتصادی مناطق روستایی با استفاده از مدل‌های تصمیم گیری غیر جبرانی (لکسیکوگراف) مطالعه موردی: (دهستان عشق‌ستاق شهرستان بهشهر). مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، ۱۲(۱)، ۱۳۹-۱۵۴.
- Delatora et al. (2012). rural tourism as an option for rural development and job creation.
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: young consumers. Marketing intelligence & planning.
- Littrell, M. A. (1990). Symbolic significance of textile crafts for tourists. Annals of Tourism Research, 17(2), 228-245.
- Ok, W., & Jeong, S. Y. Oh. 2007. "Trade, International Division of Labor, Skill-Demand Structure and Wage Inequalities: With a Focus on the Korea-China Trade." Journal of Korean Economic Analysis, 13(3), 73-135.
- Yüksel, A. (2007). Tourist shopping habitat: Effects on emotions, shopping value and behaviours. Tourism management, 28(1), 58-69

مروری بر شناسایی شاخص‌های مجموعه گردشگری بومگردی منطقه شیروان با نگاهی به مفهوم شهر خلاق

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۱۵

کد مقاله: ۶۴۹۹۲

سید جواد اسدپور^۱، پریسا ابراهیمی سه یک آب^۲

چکیده

گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی دنیا، نقش و جایگاه ویژه‌ای در توسعه منطقه و شهر دارد. گردشگری خلاق شکل جدیدی از گردشگری فرهنگی است و به بازدیدکننده‌ها و گردشگران امکان می‌دهد از طریق شرکت فعال در برنامه‌های آموزشی بومی، قابلیت‌های خلاقانه خود را به منصه ظهور برسانند. از این رو تمامی ابعاد و زمینه‌های گردشگری بومگردی شیروان را باید به خوبی شناخت و در جهت توسعه واقعی منطقه بکار گرفت، لذا جهت استفاده حداکثری از قابلیت‌های بومی در مجموعه‌ای که دارای پتانسیل‌های گردشگری متنوع و منحصر به فرد و خلاقمند باشد و نیز در محرومیت زدایی منطقه مؤثر واقع گردد، ضروری است. شهر شیروان در استان خراسان شمالی، دارای جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی است و می‌تواند از جمله کانون‌های پرجاذبه برای توسعه گردشگری ایفای نقش کند. مقاله حاضر با استفاده از تحقیق کاربردی از نظر ماهیت توصیفی و تحلیلی است، در این پژوهش ابتدا شاخص‌های نظری مؤثر در بومگردی گردشگری تبیین شده و سپس به بررسی معیارهای کالبدی رونق بخشی منطقه در قالب متغیرهای شهر خلاق و شاخص نظری شهر خلاق پرداخته شد. یافته‌های به دست آمده با توجه به آمارهای بررسی شده نشان می‌دهد که تمایلات و پتانسیل‌های جامعه میزبان (سرویس‌دهندگان) و جامعه گردشگران (سرویس‌گیرنده) در کنار خصوصیات منطقه‌ای شیروان و سازگاری منطقه با مفهوم شهر خلاق و عوامل بومگردی آن برای حصول رسیدن به هسته‌ای کوچک از شهر خلاق ارتباط مستقیم دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری خلاق، تنوع فرهنگی، شهر خلاق، بومگردی

۱- استادیار گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

sja.1075@gmail.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

۱- مقدمه

جامعه بین المللی اکوتوریسم TIES تعریف فراگیری برای اکوتوریسم (بومگردی) ارائه داده است: اکوتوریسم (بومگردی) سفری مسئولانه به مناطق طبیعی است که در آن محیط زیست، حفظ و بر رفاه مردم محلی تأکید شود. (ابراهیم عطازاده، مهناز محمودی زرنی، پاییز ۱۳۹۶) در واقع در بوم گردی استمرار منافع بلند مدت مطرح است که در این رابطه افزایش مشارکت افراد محلی (جامعه میزبان)، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی و احترام به فرهنگ بومی، سازگاری برنامه های گردشگری پایدار با دیگر برنامه ریزی های محلی، منطقه‌ای و ملی نیز ازجمله دیگر ویژگی ها و اهداف این نوع از گردشگری توصیه شده است. (امین دهقانی و مهدی میرزاده کوهشاهی، ۹۵) بومگردی، تحولات بسیاری را به یک جامعه ارائه میکند و لذا جوامع مخاطب باید در مورد تمایلات و توقعات خود از این پدیده عکس العمل نشان دهند. بومگردی نه تنها وسیله مناسبی در اختیار گردشگران، دولتها و دانشمندان میگذارد تا از مناطق حفاظت شده حمایت کنند بلکه میپذیرد که جوامع محلی نیز باید در فرآیند تدوین و اجرای موفق یا ناموفق سهیم باشند. (اعظم بهرامی، همایون فرهادیان، شهریور ۱۳۸۲).

طبق اعلام سازمان گردشگری جهانی، گردشگری پایدار فرآیندی است که باعث بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تامین تقاضای بازدید کنندگان با حفاظت منابع طبیعی و انسانی می شود. (ملکی و همکاران، ۱۳۹۹) یکی از اشکال گردشگری که در دهه های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ مطرح شده است، "گردشگری خلاق" است که به طور موثری جامعه را در جهت نیل به توسعه پیش می برد. (آمارنامه های گردشگری سازمان ملل، ۲۰۰۸) و نسل سوم گردشگری را بر آن نام نهاده اند. در گردشگری خلاق، یک گردشگر در بطن جامعه و فرهنگ و شهرسازی بومی قرار می گیرد از این رو گردشگری فرهنگی بستر ساز گردشگری خلاق است (محمد رحیمی، فاطمه پازند، زمستان ۱۳۹۵)

رسیدن به گردشگری خلاق ریشه در مفهوم شهر خلاق دارد، در سال ۲۰۰۴ با ایجاد شبکه جهانی شهرهای خلاق به ایده ای تبدیل شد که مرزهایی فراتر از اروپا و آمریکا را نیز درنوردید. (امیرحسین شبانی، محمد سعید ایزدی، ۱۳۹۳) که قادرند راه حل های جدیدی برای مشکلات روزمره شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهر خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز است، یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی با فعالیتهایی در ارتباط قرار می گیرند (خوراسگانی و همکاران، ۱۳۹۰) زایش این مفهوم در مطالعات بومگردی گردشگری و شهر خلاق (نظریه ها) حاصل تلاش برای دستیابی به تمامی زمینه‌های توسعه است، "گردشگری تاکید بر مفهوم شهر خلاق" مسافران را به سمت هنر و خلاقیت می کشاند و به آن ها کمک میکند لحظات منحصر بفردی را با جوامع محلی بگذرانند و از طرفی به کانونی برای آموزش گردشگران که حس خلاقیت را در آن بیدار می کنند، میتواند نقطه قوتی باشد. با توجه به ضرورت موضوع پژوهش درخصوص ایجاد مجموعه گردشگری بومگردی، در این پژوهش سعی شده تا معیارهایی که در جهت رونق بخشی فرهنگی- اجتماعی مؤثر است مورد بررسی قرار گرفته شود. در این پژوهش بررسی ارتباط بین مقرر کردن معیارهای گردشگری خلاق با خصوصیات منطقه‌ای در مجموعه در جهت حفظ هر چه بیشتر هویت فرهنگی و احیای ارزش های محلی مؤثر بر پایداری مجموعه گردشگری نیز مورد بررسی قرار گرفت.

۲- پیشینه پژوهش

تولایی (۱۳۸۴) در مقاله‌ای با عنوان «بوم گردی با تأکید بر جاذبه‌های گردشگری استان گلستان»، درصدد ارائه مدلی برای تحقق بوم گردی پایدار است، تفريق کنترل تالاب‌های گمیشان، آلاگل و آجی گل با توجه به میزان شکنندگی و آسیب پذیری آن ها به سازمان حفاظت از محیط زیست، مسیریابی دوباره جاده اصلی تهران - مشهد با توجه به خسران های زیست محیطی که گردشگران در این گنجینه ملی ایجاد کرده اند و مجهز کردن جاذبه‌های طبیعی استان به ویژه پارک جهان نما به امکانات و تأسیسات گردشگری، ازجمله پیشنهادهای این مقاله است. (تولایی، سیمین، ۱۳۸۴: ۱) فرجی راد و احسانی (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر اقامتگاه های (خوشه سار بوم گردی) بر ارتقاء سطح زندگی جامعه محلی (با تأکید بر روستای گرمه و شیب دراز)» انجام دادند. نتایج پژوهش گویای آن است که وجود اقامتگاه های بومی در مناطق روستایی مد نظر باعث ارتقاء و بهبود کیفیت زندگی جامعه بومی شده که این امر یکی از ویژگی های اصلی اکوتوریسم است. یافته‌های پژوهش نشان دهنده آن است که سیاست های توسعه اکوتوریسم در ایران، نیازمند دقت در بستر سازی هماهنگ با نیازهای واقعی اکوتوریسم براساس اصول توسعه پایدار است همچنین می باید برنامه ریزی هایی برای جلب مشارکت سرمایه گذاران بومی در مناطق اکوتوریستی انجام شود تا به جای سرمایه گذاری های کلان برای ساخت هتل های چند ستاره در دل مناطق طبیعی و ایجاد تعارضات فرهنگی و معضلات زیست محیطی، با جلب مشارکت سرمایه گذاران بومی و هدایت آن ها در مسیر درست، زیرساخت های مناسب توسعه اکوتوریسم فراهم شود. (احسانی، فرجی راد، ۱۳۹۰). نیک نژاد و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «آثار زیست محیطی گردشگری با تأکید بر اکوتوریسم»، آثار مثبت و منفی زیست محیطی گردشگری طبیعی یا بوم گردی را بررسی کردند (نیک نژاد و همکاران، ۱۳۹۲).

مسرووری جنت و فلاحت (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «نقش بوم گردی در توسعه پایدار اکولوژیک (نمونه موردی: بوم گردی در پارک جنگلی لویزان)»، بوم گردی را شاخصی با جهت گیری به سوی پایداری اکولوژیک و توسعه شهر دانستند و آن را شناسایی و ارزیابی کردند. (مسرووری جنت؛ فلاحت، ۱۳۹۴)

عزت پناه و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «امکان سنجی توسعه بوم گردی در شهرستان علی آباد کتول با مدل GIS و SWOT، راهبرد مناسب توسعه کاربردی اکوتوریسم را در شهرستان علی آباد کتول واقع در استان گلستان بررسی کردند. (عزت پناه، ۱۳۹۴). لطفی و همکاران (۱۳۹۴) با «سنجش نگرش مردم به نقش آموزش در تمایل به کار آفرینی بوم گردی در منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک» به این نتیجه دست یافتند که بین توسعه کارآفرینی اکوتوریستی و میزان آموزش و آگاهی رابطه معنادار و همبستگی مثبتی (مستقیم) وجود دارد؛ بر این اساس با افزایش میزان آموزش و آگاهی، میزان کارآفرینی اکوتوریستی نیز در منطقه مد نظر توسعه و افزایش می یابد. (لطفی؛ رمضان زاده؛ ابراهیمیان، ۱۳۹۴) میرزاده کوهشاهی و دهقانی (۱۳۹۵) با «بررسی نقش پتانسیل‌های بوم گردی بندر عباس در جذب گردشگران» دریافتند این شهرستان از لحاظ منابع طبیعی، جذایت های پیرامون و دسترسی، از وضعیت مناسبی برخوردار است اما از نظر امکانات رفاهی گردشگران کمبودهایی دارد که لازم است دولت و بخش خصوصی برای رفع این کمبودها اقدام کنند. (دهقانی، مهدی؛ میرزاده کوهشاهی، ۱۳۹۵) سرایی و قاسمی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی وضعیت گردشگری و بوم گردشگری شهر ورزنه» با بهره گیری از مطالعات میدانی و فن SWOT دریافتند این منطقه می‌تواند با داشتن توانمندی ها و جاذبه‌های طبیعی و زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی همراه با مدیریت یکپارچه، تبدیل به یکی از قطب های مهم بوم گردی شود. (سرایی؛ قاسمی، ۱۳۹۳).

سوریا و گورن (۲۰۱۲) پژوهش خود را با عنوان «تولید سوغات در گردشگری اجتماع - محور و کاهش فقر در تایلند» به انجام رساندند، یافته ها نشان می‌دهند که فعالیتهای گردشگری ناشی از تولید سوغات می‌تواند درآمد را در بین فقرا پخش و پس از آن کاهش فقر در یک روستا را شامل شود که در عمل به آن گردشگری اجتماع محور می گویند؛ اما پیش شرط گردشگری اجتماع محور هسته گردشگری است چرا که بدون هسته گردشگری، گردشگران برای خرید سوغات در روستاها نخواهند آمد. در این بین برای پایداری اجتماع محور نیاز به توزیع چند عامل برای حفظ اجتماع محوری نیاز است. (Syria; Goren 2012)

کونتو جورجیلاس و همکاران (۲۰۱۴) پژوهشی را با عنوان «عوامل موفقیت در گردشگری اجتماع محور در تایلند: نقش شانس، حمایت خارجی و رهبری محلی» انجام دادند. نتیجه در مورد عواقب منفی مختلف اجتماعی و محیط زیستی از رشد سریع، اما در میان این گسترش انفجاری گردشگری معمولی، یک داستان کمتر شناخته شده می باشد که اخیراً پدید آمده است. در این مقاله به بررسی مطالعه موردی روستای مای کامپونگ که در سراسر کشور تایلند به‌عنوان ویرترین جامعه و به‌عنوان خوش شانس ترین از نظر شرایط جغرافیایی و جوی مشهور می باشد (Kontogeorgopoulos et al. 2014).

جعفر و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش خود با عنوان «جامعه محلی و توسعه گردشگری؛ مطالعه موردی: مقصد کوهستانی روستایی»، مسئله آثار توسعه گردشگری را بررسی و مطالعه کردند، نتایج مورد بررسی نشان می‌دهد که مشارکت محلی از پیامدهای طبیعی پروژه های مهم گردشگری است و در حقیقت گردشگری یک پاسخ مؤثر به بسیاری از مشکلات روستایی بوده است. علاوه بر این، از مزایای گردشگری، تشویق جوامع محلی برای شرکت در برنامه های توسعه گردشگری میباشد. (Jafar et al. 2015).

ربکا و همکاران (۲۰۱۵) در «بررسی نقش اقامتگاه های بوم گردی بر توسعه پایدار گردشگری کشور کنیا» به این نتیجه رسیده اند که اکولوژها با افزایش آگاهی جوامع محلی و تغییر نگرش آن ها و مسئولان دولتی به محیط طبیعی، در حفاظت از توانمندی های طبیعی و توسعه گردشگری مؤثرند و با توجه به هجوم گردشگران به مناطق طبیعی با ارائه خدمات اقامتگاهی از آسیب رساندن به آن ها جلوگیری می کنند (Rebecca et al. 2015).

۳- گردشگری خلاق

نخستین شخصی که بحث مناطق و شهرهای خلاق را مطرح کرد ریچارد فلوریدا است. او در سال 2002 اولین کتاب خود را تحت عنوان "گردشگری خلاق" منتشر کرد و پس از آن در سال 2005 کتاب دیگری را برای تقویت موضوعش منتشر کرد. در سال 2007 نیز آلن اسکات با استفاده از ادبیاتی که ریچارد فلوریدا مطرح کرده بود مباحثی را در ارتباط با شهرها و مناطق خلاق پیرامون چگونگی پیشبرد مزیت های رقابتی و ظرفیت های موجود در شهرها به سمت خلاقیت بیشتر و چگونگی تقویت مزیت های رقابتی و ظرفیت های خلاقیت را با استفاده از سیاست گذاری های منطقه‌ای مطرح ساخت. (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۲) گردشگری خلاق یک گرایش تازه نیست بلکه یکی از کهن ترین انگیزه های سفر است. نمایش میراث فرهنگی یک مکان که احساسات را بر می انگیزد و دانش ناشناخته ای را به افراد منتقل میسازد. در گردشگری خلاق گردشگران به طور فعال در دوره ها و تجربه های آموزشی ویژه در مقصد شرکت میکنند. به این ترتیب بودن با عمل کردن ترکیب می شود. این نوع سفر بسیار تعاملی

بوده و پاسخگوی نیاز امروزی افراد فراوانی است که به دنبال مشارکت، رشد شخصی و اصالت هستند. بی شک محیط زندگی به ما تجربه ها و انگیزه هایی می دهد اما در یک مقیاس محدود ساده ترین و لذت بخش ترین شیوه افزایش شناخت دنیا و هم زمان رشد شخصی، سفر است اما با منفعل بودن و نزدیک نشدن به فرهنگ و بافت یک مکان، این فرصت از دست می رود. برای آموختن، برانگیخته شدن و رشد کردن باید در فرهنگ محلی و بومی غوطه ور شد. یونسکو با الهام از عبارت گردشگری خلاق شبکه شهرهای خلاق را پدید آورد تا این شهرها دست به دست هم دهند و گوناگونی فرهنگی و توسعه پایدار شهری را تحقق بخشند که پیوستن به شبکه شهرهای خلاق و خود نیاز به داشتن صنایع خلاق است. (محمد رحیمی، فاطمه پازند، زمستان ۱۳۹۵)

۴- تنوع فرهنگی

سرشت گردشگری در مواجهه گردشگر با جامعه میزبان و فرهنگ آن شکل می گیرد. گردشگری مجموعه‌ای تأثیرات مثبت و منفی فرهنگی را دربردارد که بیشتر متوجه جوامع توسعه نیافته می باشد. (وحید سنایی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی تهران) تنوع فرهنگی از جهت های مختلفی قابل بررسی است که می توان یکی از مهمترین آنها را در بحث هویت فرهنگی جستجو کرد. بنابراین فرهنگ خود محیطی است که فد، خصلت ها و شخصیت خود را در آن شکل میبخشد. فرهنگ محیطی است که تمدن معینی را بازمی تاباند و انسان متمدن چارچوب آن محیط حرکت می کند. فرهنگ نقش هویت بخشیدن به محیط را دارد و به عنوان شاخص و معرف محیط عمل می کند و محیط (محیط طبیعی) از طریق فرهنگ موجود در ن، حیات، هویت و شخصیت می یابد. بنابراین تبلور و تجلی فرهنگ جامعه به هر محیط، هویت و شخصیت خاصی می بخشد و طبعاً درجه و اعتبار محیط (مکان) به چگونگی فرهنگ آن مکان بستگی دارد. به میزانی که فرهنگ غنی تر باشد، این غنا به مکان ارزش و اقتدار می بخشد و توانایی توسعه و گسترش و حتی سلطه می یابد (موسوی؛ مرادی زاده؛ رزمجویی، ۱۳۹۳) با رشد سریع گردشگری فرهنگی در دنیا، گردشگران علاقه فزاینده ای را به تاریخ میراث فرهنگی از خود بروز داده اند. اکنون میراث فرهنگی و گردشگری برای مردم به یک موضوع آشنا تبدیل شده و روز به روز نسبت به آن کنجکاوی بیشتری نشان می دهند بنابراین توجه و کاربرست ارزش ها در مدیریت فرهنگی و تعاملات بین فرهنگی بسیار مؤثر خواهد بود. در این شرایط است که گردشگری می تواند موجب حفاظت از میراث فرهنگی شده و محرک احیای ارزش های محلی و الگوهای فرهنگی ای باشد که در حال نابودی است. (عباس زاده و همکاران، ۱۳۹۴)

۵- شهر خلاق

شهر خلاق به عنوان مکانی که صنایع خلاق در آن متمرکز و مورد حمایت هستند ارائه شد. بر اساس این تعریف شهر خلاق می تواند به عنوان شهری با بالاترین حضور بالفعل (یا قابلیت های بالقوه برای جذب) طبقه خلاق تعریف گردد. فلوریدا پیشنهاد می کند که برای جذب این گروه، شهرها باید فرهنگ، تنوع فرهنگی و زیر ساخت های لازمشان را ارتقاء دهند و ما در این پژوهش تعریف ساساکی را مبنای تعریف شهر خلاق قرار می دهیم. بر طبق تعریف ساساکی در شهر خلاق که مقوله فرهنگ و صنعت از حیث خلاقیت غنی بوده، اساس کار بیان آزادانه فعالیت های خلاقانه مردم استوار است و در عین حال، این شهر مجهز به نظام اقتصادی مترقی و انعطاف پذیری است که از تولید انبوه فاصله می گیرد. (شبانای؛ ایزدی، ۱۳۹۳)، اگرچه مفهوم شهر خلاق شامل ابعاد مختلفی است؛ اما ایده اصلی که در پشت آن نهفته، این است که خلاقیت با موقعیت یک مکان خاص به نحوی در ارتباط است. این موضوع دارای پیامدهای مهمی برای خلاق و سیاست های حمایت از صنایع خلاق از یک سو و توسعه شهر و سیاست شهری از سوی دیگر است. (خان محمدی، قلعه نویی، ۱۳۹۵) ایده شهر خلاق بر بهتر شدن محیط زندگی و ارتقاء کیفیت زندگی به واسطه تفکرات نو شهروندان تاکید دارد. بکار گیری اصول شهر خلاق در طراحی می تواند زمینه هایی برای بازده اقتصادی، ارتقاء زیبایی های بصری، در محیط های شهری به وجود آورد. (محمد گلیمانی و شکبیا کریم خواه، ۹۵)

۶- بومگردی

اتحادیه جهانی حفاظت (Wcu) در کتاب «اکوتوریسم، اصول، تجربیات و سیاست ها» تألیف مگان اپلرود آورده است: سفری مسئولانه از نظر محیط زیستی است که به منظور لذت بردن از مناطق نسبتاً بکر طبیعی (و هرگونه ویژگی فرهنگی موجود در منطقه از گذشته و حال) ترتیب داده و باعث ترویج حفظ محیط زیست می شود. در طول این سفر، گردشگران کمترین تأثیرات منفی را بر منابع طبیعی می گذارند و مردم بومی در سود حاصل از فعالیت های اجتماعی - اقتصادی شریک می شوند. برگزینندگان این نوع سفرها ترجیح می دهند سفرهایی را در دل مناطق طبیعی داشته باشند که آنها را به طبیعت نزدیک می کند (عنابستانی؛ مظفری ۱۳۹۷). در بومگردی انگیزه اصلی مسافرت به طبیعت، مشاهده ی جذابیت های طبیعی یک منطقه؛ شامل ویژگی های فیزیکی و

فرهنگ بومی است و بوم گرد (اکوتوریست) پس از مشاهده ی جذابیت ها، بدون اینکه خللی در آن ها ایجاد کند و به تخریب آن ها بپردازد، محل را ترک می کند و به دیگر علاقه مندان اجازه می دهد که از آن جذابیت ها استفاده کنند. (دهقانی؛ میرزاده، ۱۳۹۵)

۷- ابزار و روش پژوهش

این تحقیق پژوهشی کاربردی از نوع کیفی است و روش مورد استفاده توصیفی، تحلیلی بوده و از ابزارهای مشاهده، راستی آزمایی و انطباق بخشی و تدقیق داده های مستند شده که مبتنی بر داده های ثانویه مستخرج از مطالعات متون و منابع کتابخانه ای می باشد، در بخش بررسی آراء و نظرات صاحب نظران و اندیشمندان مرتبط با موضوع بومگردی گردشگری و ارزش های توسعه آن، برای حصول شاخص های نظری و متغیرهایی که در جهت استخراج معیارهای رونق بخشی فرهنگی-اجتماعی مجموعه بومگردی مبتنی بر شهر خلاق تدوین گردید تا به نتیجه مطلوبی که میتواند نیازهای جامعه محلی و در مقابل انتظارات گردشگران از یک مکان خلاق اولیه است، استفاده کرد. سپس با مراجعه به تحلیل های کیفی انجام شده بر داده های اولیه گردآوری شده از مطالعات آماری، ارقام منطقه، مطالعات میدانی و مشاهده و شناخت محدوده مورد مطالعه برای حصول مصادیق عملکردی و کالبدی که جهت استخراج معیارهای گردشگری خلاق سازگار با خصوصیات منطقه در مجموعه تدوین گردید تا به ویژگی های مطلوبی که بتواند هویت فرهنگی و ارزش های محلی را احیاء کرده و تاثیرات مثبتی بر شهر و منطقه بگذارد، مورد استفاده قرار گیرد.

۸- شهر شیروان و رابطه آن با مفهوم شهر خلاق

شیروان در استان خراسان شمالی یک محدوده جغرافیایی کوهستانی با وسعتی برابر ۳۷۸۹ کیلومتر مربع است، از شمال به پایتخت کشور ترکمنستان شهر عشق آباد، از جنوب به شهرستان اسفراین، از شرق به شهرستان فاروج و از غرب به بجنورد محدود می شود. ایجاد مجموعه بوم گردی بر اساس ویژگی های معماری بومی می تواند این حس را به مخاطبان نشان انتقال دهند که حداقل برای مدت کوتاهی از استرس زندگی شهری فاصله گرفته و می توانند مانند نیاکانشان، خود به طور مستقیم برای تهیه مواد غذایی مورد نیازشان تلاش کنند (نان بپزند، شیر بدوشند، سبزی بچینند و...)، یا با کمک مردم محلی با روند شکل گیری صنایع دستی آن منطقه آشنا شوند، گردشگری و بوم گردی می تواند در رشد و توسعه منطقه تاثیر گذار باشد. پدیده ای که در مجموعه گردشگری رخ میدهد از آن به عنوان هسته ای از شهر خلاق یاد می شود، در حقیقت مجموعه ای را به تصویر می کشد که می تواند از همه آحاد مردم جامعه شیروان در حد سطح و با هر توانی استفاده کرده، که در فرهنگ شهر خلاق به این افراد، طبقه ی خلاق میگویند؛ و از تمام ظرفیتهای صنایع بومی در خلق آثار جدید بهره برده و استفاده از پتانسیل های فکری، هنری و نوآورانه ی مردم نهایت عرضه را ببرد، پویای تنوع فرهنگی شیروان خود را در عرصه جامعه میزبان، با آهنگی توسعه ای وارد عرصه بهره وری و رقابت پذیری می نماید، استفاده از هنر برای نمایش نوآوری و طراحی و توسعه آن می تواند انقلابی در کل منطقه بوجود آورد. با گسترش فضای خلاقیت و نوآوری در مشخصه های ارزشمند شهر شیروان همچون: موسیقی سنتی محلی - فطیر پزی - گلیم و جاجیم بافی - قالی بافی - صنایع غذایی - چارق دوزی - عروسک دوزی کوردی - خیاطی و دوخت لباس محلی و ... که تحقق ارتباط گردشگران و افراد محلی بوجود می آید و در نتیجه درگیری و ارتباط گردشگر با هنر و فرهنگ محلی و تجربه خلق آثار محلی که افزایش ظرفیت تولید ایده و خلاقیت در مجموعه را در پی داشته و تبدیل ایده به واقعیت چرخه مجموعه می گردد.

۹- بحث و تحلیل داده ها

پژوهش مورد نظر جهت طراحی مجموعه گردشگری بومگردی با مفهوم شهر خلاق مطابق با تحلیل داده های به دست آمده نظریات اندیشمندان و پژوهشگرانی که در این زمینه به تحقیق و پژوهش مشغول بودند جمع آوری و در قالب متغیرها و شاخص های نظری هر یک جمع بندی کلی صورت گرفته سپس به بررسی مقایسه ای شباهتها و تفاوتها پرداخته ایم و در پایان به نتیجه گیری با توجه به هدف اصلی و نیازها و تمایلات یک جامعه محلی خلاق محور و انتظارات و تمایلات گردشگران خلاق به تبیین معیارهای کالبدی شاخص های نظری و متغیرهای طراحی مجموعه بومگردی جهت رونق بخشی فرهنگی - اجتماعی جامعه محلی دست یافتیم.

جدول ۱- شاخص‌های نظری پژوهش

جمع بندی آراء و نظرات خارجی و داخلی					
متغیر	منبع	شاخص نظری	متغیر	منبع	شاخص نظری
ایجاد اشتغال مستقیم و غیر مستقیم، جذب منابع مالی، گسترش مشاغل خدماتی	۱۳۸۵ میرزا	بوم گردی پایدار حفاظت محیطی همزیستی	شهرت بیشتر روستا، هویت بخشی به روستا	۲۰۰۸ همکاران، پنجه‌پوش و	شکل گیری جریان تبادل اجتماعی گردشگری مشارکت بومی در گردشگری
زمینه سازی برای گردآوری اطلاعات در زمینه فرهنگ و هنرهای بومی و توسعه بازارهای محلی، انجام مراسم مختلف محلی تنوع بخشی به منابع درآمدی	۱۳۹۰ راد و احسانی،	بررسی تأثیر اقامتگاهها زیست محیطی، سرزندگی طبیعت گرایی	ایجاد فرصتهای شغلی جدید گسترش فرهنگ استفاده از غذاهای سالم محلی جلوگیری از مهاجرت	2011 Stone & Rogerson.	ارتباطات خلاقانه ارتباطات و تبادل اجتماعی گردشگری حفاظت محیطی
تأمین مالی برای مناطق حفاظت شده	۱۳۹۲، نیک‌مکاران، نژاد و	آثار گردشگری نوع ارتباط محیطی، همزیست‌پایا، هویت گرایی انسان محوری	حضور نخبگان در روستا توسعه راههای ارتباطی ایجاد دوگانگی فرهنگی	2012 Suriya & Gruen.	صنایع فرهنگی کارآفرینی، محوریت بازار ورود گردشگران علمی و خارجی داشتن ذهنیت اقتصادی به گردشگری
تنوع بخشی به تولیدات کشاورزی ایجاد درآمد برای ساکنان، گسترش ناهنجاری	۱۳۹۳، فاسمی، آبایی و	کارآفرینی مشارکت زیست پذیری	حفاظت از محیط زیست و طبیعت کاهش بهره برداری بی رویه کشاورزی	2013 Lee, Jan & Yang.	تعاملات اجتماعی هویت گرایی انسان محوری سازگاری محیطی
توسعه همکاری های محلی توجه به خانه های تاریخی و نگهداری آنها	۱۳۹۴، مسرووی فلاحت،	میراث تاریخی تغییر کارکردی فرهنگ محلی	بهبود الگوی معماری بومی	2014 Kontogeor gopoulos.	بهبود کارایی بهبود وضعیت منظر و سیمای مسکن روستایی و الگوی ساخت و ساز

جدول ۲- معیارهای کالبدی رونق بخشی

متغیرهای شهر خلاق	شاخص‌های نظری شهر خلاق
- ایجاد اشتغال مستقیم و غیر مستقیم - گسترش فرصتهای شغلی برای زنان - ایجاد فرصتهای شغلی جدید، گسترش کارگاه ها و صنعت - تنوع بخشی به تولیدات و منابع درآمدی - نوآوری در محصولات بومی - ایجاد درآمد برای ساکنان، گسترش مشاغل خدماتی - توسعه بازارهای محلی، افزایش امنیت - تبادل فرهنگی - گسترش فرهنگ استفاده از غذاهای محلی - تقویت باورها و احترام به دانش محلی ها - زمینه سازی برای گردآوری اطلاعات درباره فرهنگ آداب و رسوم و هنرهای بومی - هویت بخشی به شهر - انجام مراسم مختلف محلی - افزایش سطح آگاهی و اطلاعات مردم محلی - تقویت اعتماد به نفس و باور توانایی های بومی - تأمین مالی برای مناطق حفاظت شده - گسترش صنایع فرهنگی - ایجاد صنایع خلاق بومی محلی - اطلاعات مردم محلی	- بومگردی پایدار - حفاظت و نوع ارتباط محیطی - کارآفرینی و مشارکت، - آثار گردشگری - زیست محیطی - سرزندگی - طبیعت گرایی - تقویت و توسعه گردشگری - ارتقاء گردشگری - اکوتوریسم پایدار - مشارکت مردم محلی - امکانات و خدمات گردشگری - توسعه گردشگری فرهنگی و بومی - توسعه گردشگری روستایی - اقتصاد محلی، سرزندگی - افزایش نشاط گردشگران - کار آفرینی، محوریت بازار - ورود گردشگران علمی و هویت گرایی انسان محوری - بهبود کارایی، بهبود وضعیت منظر

بعد از جمع آوری داده های ثانویه، برای شناسایی دقیق پتانسیل های بومگردی منطقه ای به پردازش و تحلیل های توصیفی و محتوای داده های مختلف اعم از جغرافیایی و اقلیمی و مردم شناسی به ارزیابی مناطق شیروان که دارای جاذبه های طبیعی و فرهنگی هستند پرداخته، چرا که کاربران گردشگری خلاق به دنبال تجربیات اصیل، منحصربه فرد و شخصی هستند. می خواهند مناظر طبیعی، دست نخورده و تخریب نشده را ببینند شناخت ابعاد گردشگری و بررسی آن ها میتواند در رضایت ساکنان و گردشگران در یک ناحیه مؤثر باشد و سبب افزایش جذابیت گردشگری در این نواحی شود. (میرزا کوچک خوشنویس؛ قره آقاجی، ۹۸) منطقه شیروان با توجه به جایگاه ویژه فرهنگی، تاریخی از نظر جغرافیای طبیعی و بهره مندی از قابلیت های متنوع از جمله روستاهای با سبک ساخت و طبیعت بی نظیر، دارای پتانسیل های متعددی در حوزه گردشگری است که متأسفانه این منطقه چندان مورد توجه قرار نگرفته است، احساس نیاز در جهت حفظ منابع طبیعی و توسعه منطقه در مکانی با همان حال و هوای بومی با همان پوشش قشر محلی منطقه، ذوق گردشگر را بیدار کرده و انگیزه های هر دو حاضرین در عرصه را بیشتر می کند. تبیین معیارهای خصوصیات منطقه ای و بوم شناختی شهرستان شیروان بر اساس محتوا، عملکرد و کالبد به شرح ذیل می باشد.

- صخره نوردی
- ماهیگیری
- مزارع تفریحی
- آثار معماری - فرهنگی
- صنایع روستایی
- کوهنوردی
- گیاهان دارویی - زمین شناسی - فسیل شناسی
- آثار دیدنی و باستانی
- ورزشی - کشتی - اسب سواری - دوچرخه سواری

جدول ۳- خصوصیات منطقه ای شیروان سازگار با مفهوم شهر خلاق

محتوا	عملکرد	کالبد	منطقه
کیفیت محیطی، منطقه ای توریستی تنوع محیطی، ادغام گردشگری و مزارع تفریحی	صخره نوردی، ماهیگیری، مزارع تفریحی، آثار معماری فرهنگی صنایع روستایی، مزارع کشاورزی، بافت روستایی	سرزندگی، طبیعت گرایی، توسعه کشاورزی، تنوع کارکردی، فرهنگی محلی، سازگاری	استخری
منطقه ای مستقل، تنوع محیطی	منطقه ای مرزی، کوهنوردی، منطقه ای حفاظت شده، گیاهان خودرو طبیعی، صخره نوردی	انعطاف پذیری، سازگاری	گیل
ارزش علمی و زمین شناسی، گیاهان دارویی	منطقه ای علمی، آثار دیدنی، صنایع کوهی، صخره نوردی، جذب نخبگان و زمین شناسان	سرزندگی، علمی تعامل فرهنگی	قلعه زو
صنایع کشاورزی، مراسم سنتی، مزارع تفریحی، غذاهای محلی	تنوع فرهنگ محلی، توسعه کشاورزی	زوارم	
نمایانندن هویت و سبک زندگی گذشتگان	آثار باستانی رویدادهای روایتی - تاریخی- هویتی- دیگر شاخص های فرهنگی	تاریخی، هویتی - محلی، تعامل فرهنگی، کارکردی	دستکند هنامه
صنایع تاریخی، سبک شهرسازی تاریخی، ارزش علمی	آثار هویتی - باستانی، تاریخی تعامل فرهنگی	باستانی - هویتی، بعد علمی تاریخی، شهرسازی پیش از اسلام تنوع تاریخی	پنهان باستانی نادر
نمایانندن هویت و سبک معماری پس از اسلام	آثار باستانی، رویدادهای روایتی - تاریخی- هویتی، دیگر شاخص های فرهنگی	تاریخی، هویتی - محلی، تعامل فرهنگی، کارکردی، سبک معماری همساز با اقلیم	چهار طوقی نیموری
سبک معماری پس از اسلام	تاریخی- هویتی، ارزش فرهنگی	هویتی - محلی، تعامل فرهنگی کارکردی، سبک معماری همساز با اقلیم	پنر شهید حاتم
زیست محیطی، تندرستی - ورزشی تنوع محیطی، نمایانندن هنرهای محلی	جشنواره های سنتی، کوهنوردی کشتی با چوچه، بازی های بومی غذاهای محلی	سرزندگی، طبیعت گرایی انسان محوری، تنوع	پارک شیرکوه شهرستان

مهمترین عوامل بومگردی شهر خلاق صنایع بومی محلی منطقه است که از طریق ادغام خوب در یک فضای مجموعه ای که نیازهای اصلی و تمام محورهای احیاء ارزش های محلی را در بر دارد در جهت حفظ هویت و تنوع فرهنگی مؤثر است؛ اما در درجه

اول عوامل بومگردی شهر خلاق مردم محلی و گردشگران هستند که بدون وجود این دو قشر مجموعه‌ای وجود ندارد، و بر همین اساس به پردازش و تحلیل های توصیفی و محتوای ویژگی های کمی و کیفی جمعیتی بر حسب آمارهایی که توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان شمالی، اداره محیط زیست، اداره میراث فرهنگی و گردشگری و گزارش سالانه استانداری و ارقام منطقه و بررسی سرویس گیرندگان و سرویس دهنندگان در جهت استخراج توانایی های محلی و تمایلات گردشگران دست یافتیم:

بر اساس داده های جمعیتی شیروان زنان بیشتر از مردان می توانند در ایجاد محصولات فرهنگی و صنایع فرهنگی نقش قابل توجهی داشته و طبق مهارت و تحصیلات که ۶۸٪ جمعیت محلی را لیسانس و بالاتر تشکیل می دهند می توانند در مقابل سرویس گیرندگان که همان گردشگران هستند تمایلاتی جهت یادگیری و نقشی در خلق کردن با کمک مردم محلی داشته باشند؛ آمار وضعیت تحصیلی و سنی گردشگران، بیشترین توریست ها و بازدیدکنندگان بین ۳۰ تا ۴۰ سال سن و میزان تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر هستند، بر اساس نظریه های روان شناسانه افراد بین ۳۰ تا ۴۰ سال حس و انگیزه یادگیری داشته و هوش هیجانی آنان با دیدن هنر و حس یادگیری فعال میگردد.

ازاین رو برای پیشبرد خصوصیات جامعه بومی با منطقه، عواملی همچون مردم محلی و گردشگران که در مجموعه بوگردی و گردشگری اهمیت بسزایی دارد، قشر اول: که همان طبقه جدید نوجوانان محلی یا همان سرویس دهنده ها هستند که از اینان الگو برمی دارند و همین طور شهروندان.

قشر دوم : گردشگران و توریستهایی که به عنوان پذیرنده هنر محلی پا به عرصه مجموعه گذاشته و حکم سرویس گیرنده را در پی دارند.

حال عوامل بومگردی شهر خلاق مؤثر در رونق فرهنگی شیروان که به تحقق مجموعه گردشگری بومگردی خلاق ختم می گردد به شرح ذیل مطرح میگردد:

جدول ۴- عوامل بومگردی شهر خلاق

سرویس گیرنده	سرویس دهنده (محصولات محلی)	سرویس گیرنده
ساز و ترانه های محلی	قشمه، دوتار، دهل، سرنا، کمانچه، دایره، موزقان، نی	ترانه های کرمانجی و ترکی قشقایی
خلاقیت و طراحی ترانه های دلنشین، آموزش طرز نواختن آلات موسیقی محلی، فروش ابزار موسیقی		
ورزش و کشتی	کتابهای نگارش شده کشتی لباس پهلوانی (چوخه، کمر بند)	کشتی باچوخه (برگزاری در مراسم های محلی، رواج در بین کرمانجه ها)
رواج و گسترش تاریخ پهلوانان کشتی، آموزش سبک کشتی، تولید و پخش کتابهای مورد نظر و لباس پهلوانی		
فطیر و نان محلی	قطلمه، شیرمال، مسکه، سبب زمینی، اگینجه، قطاب	فطیر مسکه (تهیه شده با کره محلی)، فطیر اگینجه و قطاب (تهیه شده از سبزی های کوهی)
خلاقیت در نوع پخت، تولید و آموزش طرز پخت به سبک سنتی در تنور		
چارق و محصولات عشایری	چارق دوزی، محصولات لینی (پنیر خیکی، ماست خشک، روغن زرد، کشک و قره قورت)	چارق (کفتی با بندهای بلند مختص مردان)، پنیر خیکی (پنیری در ماست خشک نگهداری میشود)
تولید و گسترش چارقدوزی، آموزش دوخت و نوع جنس تولیدی، راه اندازی چادر عشایری جهت تجربه سبک زندگی سنتی، آموزش تهیه محصولات لینی		
گلیم بافی، جاجیم بافی، سفره بافی، پارچه بافی، قالی بافی، بافتنی ۲ میل، ۵میل، قلاب بافی	بافت انواع سفره کردی، پالاس، خورجین، زیر انداز، پستی و قالیچه کردی، انواع چادر شب، انواع کیف و کوله پشتی گلیمی، انواع پتو روتختی جاجیمی، فرش دستبافت، دمدری، حوله و دستمال، بافتنی، گلدوزی، انواع جوراب دستکش ۵میل، کلاه تفتی، قلاب بافی.	پالاس (بافته شده از نخ بز و پشم)، کلاه تفتی (بافته شده از پشم بز)، چادر شب (رختخواب بند)
خلاقیت و نوآوری استعدادها در صنایع محلی، بازارهایی جهت فروش، کارگاه های آموزشی جهت یادگیری گردشگران		
عروسک های محلی و لباس محلی	انواع عروسکهای ایل و عشایری تنوع لباس محلی	----
خلاقیت و فن در هنر صنایع محلی، ایجاد بازار و کارگاه آموزشی		

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با توجه به پتانسیل‌ها و مصادیق عملکردی و همچنین نقشی که مجموعه بومگردی می‌تواند در ارتقاء کیفی، بصری و عملکردی فضای شهری داشته باشد، تدوین شده است، از این رو هدف اصلی این پژوهش "رونق بخشی تنوع فرهنگی شهر شیروان از طریق مجموعه گردشگری بومگردی که بتواند تمام ظرفیتها و فرصتهای فرهنگی - اجتماعی اقوام محلی را فعال نماید" می‌باشد و شناسایی و ارزیابی هر یک از مولفه‌های نظری، معیارهای عملکردی مؤثر بر تامین و تقویت محیط مجموعه ضرورت داشته، تا بر شناسایی و تدوین الگوهای مناسب فضایی و تعیین معیارهای طراحی به منظور پاسخ گویی به نیازهای مجموعه بومگردی پیش از پیش خودنمایی کند. طرح پروژه مجموعه گردشگری بومگردی خلاق که پایه و اساس طرح ریزی این پروژه خلاقیت و نوآوری است، اما در سمت و سوی صنایع فرهنگی و محلی و دخالت ایده پردازی و خلاقیت در این صنایع می‌باشد، و در سمت دیگر گردشگران و توریستهایی هستند که هدفهایی از گردشگری و طبیعت گردی شیروان دارند؛ که شاید بتوانند از عوامل دیگر شیروان بهره ببرند، اما از صنایع محلی و تاریخ و تمدن این شهر آن طور که باید بهره ببرند بهره نمی‌برند، دلیل این عدم بهره‌مندی نبود مکانی برای دسترسی داشتن و نفوذ به دل فرهنگ و صنایع این شهر است.

بر این اساس مجموعه گردشگری خلاق میتواند به این نیاز پاسخ مثبت بدهد، در ژرفای این پاسخ مثبت هدیه ای بنام خلق کردن و خلاقیت نهفته دارد؛ که شور و ذوق و سرزندگی و تنوع برای گردشگران و برای میزبانان شادی، اشتغال و ثروت و ذوق هنری دربردارد، حال به اجراء درآمدن همچنین مجموعه‌ای نه تنها برای گردشگر و میزبانان می‌تواند بهره ای داشته باشد؛ بلکه باعث شهرت بیشتر و هویت بخشی به شهر می‌گردد، لذا خلق همچنین مجموعه‌ای می‌باید با وسواس و ظرافت تمام باشد، چرا که اجراء این طرح باید با جمع بندی مصادیق عملکردی و کالبدی و بارگذاری تمام اینان در مکان صورت گیرد.

منابع

- ابراهیم عطاءزاده، مهناز محمودی زرنندی (پاییز ۱۳۹۶)، مقاله بررسی چگونگی تأثیر طراحی محیطی بومی بر گردشگری روستایی، فصلنامه پژوهش در علوم، مهندسی و فناوری، دوره سوم، شماره ۳.
- میرزاده کوششاهی، مهدی؛ دهقانی، امین (۱۳۹۵)، "مقاله بررسی نقش پتانسیل‌های بومگردی بندرعباس در جذب گردشگران"، پژوهش‌نامه فرهنگی هرمزگان، شماره ۱۱، بهار و تابستان، ۱۳۹۵.
- بهرامی، اعظم؛ فرهادیان، همایون (۱۳۸۲) "نقش بومگردی در معیشت پایدار جوامع محلی و حفظ منابع طبیعی"، فصلنامه روستایی و کشاورزی، تابستان، ۱۳۸۲، ۳۲.
- ملکی، سعید؛ عزیززاده، هادی؛ کاملی، محمد جواد (۱۳۹۹)، "تحلیلی بر الگوهای پایدار گردشگری شهری در شهر اهواز"، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۵، شماره ۴۹، بهار، ۱۳۹۹، ۱۸۱-۲۰۱.
- رحیمی، محمد؛ یازند، فاطمه (۱۳۹۵)، "الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی" نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی"، دوره ششم، شماره ۳، زمستان، ۱۳۹۵، ۹۷-۱۲۴.
- امیرحسین شبانی، محمدسعید ایزدی (مهر ۱۳۹۳)، مقاله رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق، فصلنامه نقش جهان، سال چهارم، شماره دو.
- ربانی خوراسگانی، علی؛ ربانی خوراسگانی، رسول؛ ادیبی، مهدی؛ مودنی، احمد (۱۳۹۰)، "بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد شهرهای خلاق و نوآور (مطالعه موردی: شهر اصفهان)"، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۹، شماره ۲۱، بهار، ۱۳۹۰، ۱۵۹-۱۸۰.
- تولایی، سیمین؛ (۱۳۸۴)، "مقاله بومگردی تاکید بر جاذبه‌های استان گلستان"، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۱، ۵۸.
- فرجی راد، عبدالرضا؛ احسانی، افسانه؛ (۱۳۹۰)، "مقاله بررسی تأثیر اقامتگاه‌های محلی (خوشه سار بومگردی) بر ارتقاء سطح زندگی جامعه محلی (با تأکید بر روستای گرمه و شیب دراز)"، نشریه جغرافیای سرزمین، دوره ۸، شماره ۳۰، تابستان، ۱۳۹۰، ۶۳-۷۷.
- نیک نژاد، مریم؛ مهدوی، علی؛ کرمی، امید (۱۳۹۲)، مقاله "آثار زیست محیطی گردشگری با تأکید بر اکوتوریسم"، کنفرانس ملی مخاطرات محیط زیست زاگرس، ۱۳۹۲.

- مسروری جنت، ندا؛ فلاحت، محمد صادق (۱۳۹۴) مقاله "نقش بوم گردی در توسعه پایدار اکولوژیک (نمونه موردی: بوم گردی در پارک جنگلی لویزان)"، فصلنامه اولین کنفرانس تخصصی معماری و شهرسازی ایران، شیراز، موسسه عالی علوم و فناوری حکیم عرفی شیراز، ۱۳۹۴.
- عزت پناه و همکاران (۱۳۹۴) "مقاله‌ای با عنوان «امکان سنجی توسعه بوم گردی در شهرستان علی آباد کتول با مدل GIS و SWOT»، راهبرد مناسب توسعه کاربردی اکوتوریسم را در شهرستان علی آباد کتول واقع در استان گلستان"، ۱۳۹۴.
- لطفی، صدیقه؛ رمضان زاده، مهدی؛ ابراهیمیان، مهناز (۱۳۹۴)، "مقاله سنجش نگرش مردم به نقش آموزش در تمایل به کار آفرینی بوم گردی در منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک"، ۱۳۹۴.
- سرایی، محمدحسین؛ قاسمی، نرگس (۱۳۹۳)، "مقاله بررسی وضعیت گردشگری و بومگردی شهر ورزنه"، فصلنامه اولین همایش بین المللی علمی- راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، کد مقاله ثبت شده در همایش، ۱۳۹۳، ۲۸۳.
- رحیمی، محمد؛ مردعلی، محسن؛ داهای، الهام؛ فلاح زاده، عبدالرسول (۱۳۹۲)، "شهر خلاق (مبانی نظری و شاخص ها)"، مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران، نشریه دانش شهر، شماره ۱۹۶، ۱.
- وحید سنایی از دانشکده حقوق و علوم سیاسی، مقاله توسعه پایدار و گردشگری، مجله سیاسی اقتصادی.
- مرادی زاده، بنان؛ رزمجویی، زهرا؛ موسوی، سید یعقوب (۱۳۹۳)، "مقاله رابطه بین فرهنگ و معماری"، نخستین کنفرانس ملی جامعه معماری و شهر، پاییز، ۱۳۹۳.
- عباس زاده و همکاران، "نقش ارزش های میراث معماری و شهری در توسعه گردشگری فرهنگی، مطالعه موردی : بافت تاریخی ارومیه"، فصلنامه مطالعات شهری، دوره ۴، شماره ۱۴، بهار، ۷۷-۹۰.
- ضرابی، اصغر؛ موسوی، سید نجف؛ باقری کشکولی، علی (۱۳۹۳)؛ بررسی میزان تحقق پذیری شهر خلاق، مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری، سال اول، شماره ۱، پاییز و زمستان، ۱۳۹۳.
- خان محمدی، مرجان؛ قلعه نویی، محمود (۱۳۹۵)، "مقاله بازآفرینی مبتنی بر فرهنگ از طریق توسعه صنایع خلاق و تبیین محله های فرهنگی در بافتهای تاریخی شهر"، دو فصلنامه علمی - پژوهشی مرمت و معماری ایران، سال ششم، شماره دوازدهم، پاییز و زمستان، ۱۳۹۵.
- گلمکانی، محمد؛ کریم خواه، شکبیا (۱۳۹۵)، "مقاله تدوین اصول طراحی شهر خلاق با تأکید بر شاخص‌های شهر خلاق"، کنفرانس ملی الگوهای نوین در مدیریت کسب و کار، ۱۳۹۵.
- عنابستانی، علی اکبر؛ مظفری، زهرا (۱۳۹۷)، "تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی، مطالعه موردی : روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور"، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال هفتم، شماره ۲۴، بهار، ۱۳۹۷، ۱۴۵-۱۲۳.
- میرزاکوچک خوشنویس، احمد؛ دودانگه قره آقاجی، تارا (۱۳۹۸)، "مقاله بومگردی عامل مؤثر در جذابیت گردشگری روستایی: بررسی موردی روستاهای استان سمنان و گیلان"، فصلنامه علمی تخصصی مطالعات طراحی شهری و پژوهش های شهری، سال دوم، شماره ۲، تابستان، ۱۳۹۸.
- Syria and Goren (2012) Souvenir Production in Community-Based Tourism and Poverty Reduction in Thailand, 2012.
- Kontogeorgopoulos et al. (2014), Success Factors in Community-Based Tourism in Thailand: The Role of Chance, External Support and Local Leadership, 2014.
- Jafar et al. (2015) article "Local community and tourism development; Case Study: Rural Mountain Destination », 2015.

بررسی تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی با میانجی‌گری تصویر ذهنی مقصد (مورد مطالعه: روستای رادکان)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۵

کد مقاله: ۹۴۱۴۸

ملیکا کوهستانی^۱، علیرضا نوری^۲، روح الله اسماعیلی نیا^۳

چکیده

اقامتگاه‌های بومگردی از جمله واحدهای گردشگری هستند که به گردشگران طبیعت‌گردی، روستایی، مزرعه و کشاورزی ارائه خدمات می‌نمایند. توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی از مؤثرترین ابزارهایی است که ضمن حفظ و رعایت اصول اساسی بوم‌گردی، نقش چشم‌گیری در توسعه جوامع محلی و مشارکت آنان در امور گردشگری دارد. در این راستا تحقیق حاضر که از نوع کاربردی و از منظر ماهیت توصیفی پیمایشی است، صورت گرفته است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد برای متغیر تصویر ذهنی و پرسشنامه محقق ساخته برای سایر متغیرها می‌باشد. برای پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ و برای روایی سازه پرسشنامه از تحلیل بارهای عاملی تأییدی استفاده گردیده است. جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگرانی است که در اقامتگاه‌های بومگردی اردکان اقامت داشته‌اند. حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر تعیین شد. روش نمونه‌گیری با توجه به محدودیت‌های کرونایی غیر احتمالی در دسترس بوده و برای بررسی فرضیه‌ها از مدل‌های معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی جهت آزمون فرضیات و برازندگی مدل استفاده شده است. ضمناً برای انجام محاسبات بسته نرم افزاری SPSS و لیزرل به کارگیری شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر معناداری دارد و تصویر ذهنی مقصد، رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی را میانجی‌گری می‌کند.

واژگان کلیدی: اقامتگاه بومگردی، گردشگری روستایی، تصویرذهنی، توسعه، گردشگری

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی

۲- استادیار و عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی شان‌دیز

۳- کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری

۱- مقدمه

امروزه، گردشگری به یک صنعت پویا و منحصربه‌فرد تبدیل شده که قسمت قابل توجهی از ارزش اقتصادی هم کشورهای در حال توسعه و هم کشورهای توسعه‌یافته را تشکیل می‌دهد. این صنعت پیامدهای قابل توجهی با خود به همراه دارد، که من جمله می‌توان به قابلیت اشتغال‌زایی بالای این صنعت و نقش آن در توسعه جنبه‌های مختلف اقتصادی- اجتماعی جامعه میزبان اشاره کرد (آلتزویچ و دورن، ۲۰۰۳). گردشگری انواع مختلفی دارد و اکوتوریسم یا بوم‌گردی ارزشمندترین شاخه طبیعت‌گردی یا همان گردشگری طبیعی است که قصد دارد به شیوه خردمندانه‌ای با کمترین اثر منفی بر طبیعت و فرهنگ منطقه، بیشترین فایده را برای آن داشته باشد. بوم‌گردی به صورت متفاوتی نسبت به سایر بخش‌های گردشگری مدیریت می‌شود. این شاخه از گردشگری براساس نتایج توسعه پایدار آن شناخته می‌شود که شامل حفاظت از محیط زیست، آموزش بازدیدکنندگان در زمینه پایداری و فایده رساندن به جامعه محلی و ارتقای معیشت آنهاست (وود، ۲۰۰۲). یکی از ویژگی‌های اساسی بوم‌گردی، توجه ویژه به جوامع محلی در کنار حفظ و حراست از محیط طبیعی و آداب و رسوم و فرهنگ آنهاست. در این راستا، توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی از مؤثرترین ابزارهایی است که ضمن حفظ و رعایت اصول اساسی بوم‌گردی، نقش چشم‌گیری در توسعه جوامع محلی و مشارکت آنان در امور گردشگری دارد (زیل، ۱۹۹۸). لذا با توجه به اهمیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوم‌گردی برای گردشگری کشورهای در حال توسعه همچون ایران، در این تحقیق قصد داریم نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی را در راستای توسعه گردشگری روستایی با میانجیگری تصویر ذهنی مقصد مطالعه کنیم.

۲- بیان مسئله

گردشگری شامل همه فعالیت‌هایی است که در طول مدتی که یک گردشگر به دلایل شخصی یا حرفه‌ای در جایی دور از محل زندگی خود به سر می‌برد انجام می‌دهد. یکی از انواع گردشگری، طبیعت‌گردی است و مخاطبان این نوع سفرها افرادی هستند که ترجیح می‌دهند سفرهایی در دل مناطق طبیعی انتخاب کنند که آنها را به طبیعت نزدیک می‌کند. بوم‌گردی ارزشمندترین شاخه طبیعت‌گردی است که مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. از نظر تخصصی، بوم‌گردی یا گردشگری زیست‌محیطی با طبیعت‌گردی متفاوت است (فرجی و احسانی، ۱۳۹۰). برخلاف طبیعت‌گردی که در آن طراحان و برنامه‌ریزان گردشگری طبیعت را برای استفاده و لذت گردشگران آماده می‌کنند، در بوم‌گردی انسان باید خود را برای حضور صحیح در طبیعت آماده سازد و به نفع طبیعت برای خود محدودیت‌ها و ضوابطی قائل شود. بوم‌گردی قادر است در استفاده از توان‌های محیطی سبب افزایش همکاری، تأثیرات اقتصادی و همچنین حفاظت از محیط زیست و توسعه پایدار شود و تحرک و پویایی را در اقتصاد محلی و منطقه‌ای به وجود آورد. بوم‌گردی قصد دارد به شیوه‌ای خردمندانه با کمترین اثر منفی بر طبیعت و فرهنگ منطقه، بیشترین فایده را برای آن داشته باشد (فنل، ۲۰۰۸).

توسعه گردشگری در مناطق روستایی عنصری اساسی است و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌رود. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند به واسطه ایده غلبه بر عدم رشد و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی، به عنوان یک ابزار فعال کردن رشد اقتصادی ملی در نظر گرفته شود (شریف‌زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱). در این راستا، استراتژی‌های مختلفی در راستای کاهش پیامدهای منفی از طریق توسعه گونه‌ها و شیوه‌های طرفدار محیط یا گردشگری سبز در رابطه با عناصر اصلی گردشگری در جهان رواج یافته است. مقوله اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تنوع بسیار، از جمله مهم‌ترین این موارد است. چنانچه در برخی مقصدها بعضاً اقامتگاه‌های بوم‌گردی به دلیل ویژگی‌های خاصی که دارند و به کارگیری طیف گسترده‌ای از خلاقیت‌ها، به بخش مهمی از جاذبه‌های گردشگری مقصدها تبدیل شده‌اند (قدیری و همکاران، ۱۳۹۹).

دلایل اهمیت راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌تواند درگیر کردن جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری، گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، قابل استفاده بودن در تمام فصول راه‌اندازی و افزایش طول مدت اقامت گردشگران، و مواردی این چنین باشد. این دلایل اهمیت راه‌اندازی و توسعه اقامتگاه‌ها بوم‌گردی را دوچندان می‌کند. بوم‌گردی با بهره‌گیری خردمندانه از منابع طبیعی و محیط زیست نقش مهمی در توانمندسازی جوامع محلی دارد. از جمله نقش‌های اثربخش این نوع گردشگری تأثیر بر وضعیت اقتصادی- اجتماعی جوامع محلی است. توسعه این اقامتگاه‌ها منجر به توسعه گردشگری منطقه می‌شود که در قالب اثرات اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی نمود پیدا می‌کند (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۸). بیشترین تأکید بر ترکیب اقامتگاه‌های بوم‌گردی با محیط طبیعی آن و مدیریت پایدار طبیعت است. این نوع از اقامتگاه‌ها جزء مهمی از اکوتوریسم هستند. موفقیت چنین مکان‌هایی به ارتقای اکوتوریسم کمک خواهد کرد و همچنین گردشگران را به منطقه می‌برد (دورسی و همکاران، ۲۰۰۴). از آنجا که توسعه روستایی براساس گردشگری روستایی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی در خط سیر بهره‌گیری از دانش بومی و با تکیه بر سنن مردم محلی صورت می‌پذیرد، اقامتگاه‌های بوم‌گردی ضمن احترام به دانش بومی روستاییان (که نتیجه تجارب ارزنده آنان طی قرون متمادی

است)، خدمات گردشگری را که تقریباً یک‌سویه در شهرها ایجاد می‌شد به دل روستاها می‌برد و به توسعه روستاها کمک می‌کند (مسروری و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین، در جهت رفع ناپایداری‌ها و پیشرفت به سوی توسعه پایدار گردشگری، انتظار می‌رود که توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی (که به‌عنوان کسب‌وکارها کوچک گردشگری و با مالکیت بومی شناخته می‌شوند)، علایق و نیازمندی‌های گروه‌های ذینفع را از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، و زیست‌محیطی در نظر گرفته و از طریق ایجاد تعادل بین سه عنصر اصلی توسعه پایدار گردشگری یعنی تأمین علایق و نیازهای ساکنین محلی، رضایت گردشگران و حفظ ارزش‌های محیط طبیعی و فرهنگی، به توسعه پایدار گردشگری کمک کند. اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای توسعه پایدار جوامع کمتر برخوردار اهمیت بسیار زیادی دارند، هرچند عملکرد مالی و تأثیر اجتماعی و زیست‌محیطی این اقامتگاه‌ها به اندازه تفاوت در میان خودشان، متفاوت هستند (قدیری و همکاران، ۱۳۹۹). از آنجایی که تصویر مقصد، اطلاعات، باورها، برداشت، نگرش‌ها و افکار عاطفی فرد را نسبت به یک مکان خاص یا مقصد گردشگری شامل می‌شود (گارتنر، ۱۹۹۳) میتوان گفت وجود اقامتگاه‌های بومگردی میتواند موجب شکل‌گیری یا تغییر نگرش و تصویر ذهنی گردشگر از مقصد گردشگری روستایی و در نتیجه موجب توسعه گردشگری روستایی گردد.

۳- مروری بر پیشینه تحقیق

در خصوص اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تأثیر آن بر توسعه گردشگری روستایی مقالات متعددی وجود دارد که تعداد کمی از آنها نقش متغیرهای میانجی مانند تصویر ذهنی را بررسی نموده است. از جمله مطالعات داخلی در این زمینه میتوان به پژوهش قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۹)، با عنوان "نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک" اشاره کرد. نتایج نشان داد که کیفیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مناطق روستایی مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار دارد و منطبق بر شاخص‌های پایداری اقامتگاه‌های بوم‌گردی و استاندارد‌ها است. همچنین نتایج حاصله از آزمون دانکن نشان داد که بین کیفیت اقامتگاه‌ها به تفکیک روستاها تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج تحقیق بیانگر آن است که الگوی اقامتگاه بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه و دیگر مناطق روستایی و بکر طبیعی به عنوان یک کسب و کار کوچک گردشگری با مالکیت بومی و مدیریت خانوادگی، هماهنگی بیشتری با توسعه پایدار گردشگری دارد.

سعیدی، (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان "نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری قومی در زمان بحران" در گیلان انجام دادند. مدیران اقامتگاه‌های بومگردی مورد پژوهش در کنار دغدغه معاش، با اولویت قرار دادن شناساندن و ترویج شاخصه‌های فرهنگ و هنر بومی به بازنمایی فولکلور گیلان کمک شایانی مینمایند و فرایند یادگیری فرهنگی را در دوران تعطیلی ناشی از پاندمی کرونا به صورتی فربه‌تر در عرصه مجازی ادامه داده‌اند. به نظر می‌رسد مراکز بومگردی که بر مبنای مسئولیت اجتماعی سازمان عمل نمودند به صورت مستمر در سه بعد تصویرسازی ذهنی، درگیری عمیق ذهنی و تقویت وفاداری مشتریان به تولید محتوا در رسانه‌های مجازی اهتمام ورزیدند. شجاعی فرد و شکور (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان "تحلیل و بررسی تأثیر ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران در توسعه نواحی روستایی در راستای توسعه پایدار منطقه ای" انجام دادند. نتایج نشان دادعامل اشتغال‌زایی ۲۲/۱۹ درصد اثرگذاری اقامتگاه‌های بوم‌گردی را تبیین می‌کند که شامل ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، گسترش فرصت‌های شغلی برای زنان و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید می‌باشد؛ عامل افزایش تولید و درآمد با واریانس ۱۷/۳۲ و عامل تقویت هویت محلی با واریانس ۱۳/۹۶، بیشترین درصد و عوامل کالبدی-معماری با واریانس ۳/۹ و اجتماعی-فرهنگی با واریانس ۱/۳۸ کمترین درصد اثرگذاری اقامتگاه‌های بوم‌گردی را بر توسعه نواحی روستایی مناطق مورد مطالعه را تبیین می‌کنند،

یوسفی و چنگیز (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان "نقش اقامتگاه‌های بومگردی در توسعه اقتصاد گردشگری روستا (مطالعه موردی: روستای ایور شهرستان کاشمر)" انجام دادند. نتایج حاصل نشان داد روستای بررسی شده ایور پتانسیل زیادی برای ایجاد اقامتگاه بوم‌گردی دارد. اکثر جامعه محلی به احداث اقامتگاه بوم‌گردی در روستای خود راغب هستند و در همه زمینه‌های گردشگری در روستا در اغلب کارهای اقامتگاه بوم‌گردی برای توسعه اقتصاد گردشگری روستا همکاری می‌کنند، با توجه به اینکه به طور تخصصی در زمینه سازوکار اقامتگاه‌های بوم‌گردی به طور ویژه اطلاعات زیادی ندارند.

عنابستانی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان "بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (نمونه: روستای رادکان شهرستان چناران)" انجام دادند. نتایج پژوهششان داد که عامل اشتغال‌زایی که ۲۱/۶۵ درصد اثرگذاری اقامتگاه بوم‌گردی را تبیین می‌کند، شامل متغیرهای ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، گسترش فرصت‌های شغلی برای زنان و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید است؛ عامل افزایش تولید و درآمد با واریانس ۱۸/۶۹ و عامل تقویت هویت محلی با واریانس ۱۴/۲۳، بیشترین درصد و عوامل کالبدی - معماری با واریانس ۴/۷۵ و اجتماعی - فرهنگی با واریانس ۳/۱۲، کمترین درصد اثرگذاری اقامتگاه‌های بوم‌گردی را بر توسعه روستای رادکان تبیین می‌کنند. دهکردی و عباسی (۱۳۹۶)، پژوهشی با عنوان "

چگونگی نقش اقامتگاه‌های بوم گردی در توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اکوتوریسم بیابانی (نمونه موردی روستای سه) انجام دادند. حاصل این تحقیق نشان دهنده جذب بیشتر گردشگران و معرفی جاذبه‌های گردشگری بواسطه ایجاد زیر ساخت‌های مناسب می‌باشد.

قاسمی (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان تأثیر بوم گردی بر گردشگری پایدار و کسب و کارهای روستایی انجام داده است. در این تحقیق به این موضوع پرداخته شده که بوم گردی تا چه میزان می‌تواند به عنوان راهبردی برای پایداری مقاصد گردشگری روستایی و ایجاد کسب‌وکار روستایی موثر عمل کنند. نتایج این تحقیق نشان داد که در منطقه مورد مطالعه بین بوم گردی، گردشگری پایدار و کسب و کارهای روستایی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته‌ها حاکی از آن بود که با حمایت از بوم گردی می‌توان گردشگری پایدار روستایی و کسب و کارهای روستایی را رونق بخشید.

در بین پیشینه‌های خارجی نیز تحقیقاتی مرتبط وجود داشت بعنوان مثال شیائولی (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان "ارزیابی منابع بوم گردی روستایی بر اساس روش AHP در شانگهای" انجام دادند. به منظور توسعه هرچه بهتر بوم گردی روستایی، ایجاد یک سیستم شاخص ارزیابی مناسب از منابع گردشگری بسیار مهم است. این مطالعه یک سیستم شاخص ارزیابی منابع اکوتوریسم روستایی در شانگهای از سه جنبه ایجاد می‌کند که شامل ارزش منابع، محیط زیست محیطی و شرایط توسعه می‌باشد. نتایج نشان میداد که منابع بوم گردی روستایی در شانگهای کاملاً خوب است. با توسعه ساخت و ساز کشور زیبا، ارزش منابع بوم گردی روستایی در شانگهای به طور مداوم مورد بررسی قرار گرفته و کیفیت محیط زیست محیطی بالاتر ارزیابی شده است، که تضمین مهمی برای توسعه بوم گردی روستایی در شانگهای است. علاوه بر این، ارزشهای فرهنگی و ارزشهای بهداشتی باید به طور عمیق مورد بهره‌برداری قرار گیرند و باید تلاش شود تا تبلیغات و ارتباطات بین ساکنان محلی در مقاصد گردشگری روستایی افزایش یابد. در حالی که ساخت امکانات گردشگری را بهینه می‌کنیم، باید مرتباً سطح مدیریت خدمات را ارتقا دهیم تا کیفیت خدمات بوم گردی روستایی ارتقا یابد.

لی و لاوسا (۲۰۲۰)، پژوهشی با عنوان "توسعه بوم گردی و ناهمگنی گردشگران" انجام دادند. تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که سیاست سودآور اقتصادی یا سیاستی است که سرمایه‌گذاری زیادی در ظرفیت خوابگاه برای هدف گردشگران عمومی انجام دهد یا سیاستی با سرمایه‌گذاری کلان برای کیفیت محیط زیست که گردشگران وفادار را هدف قرار می‌دهد، اما ترکیبی متوسط از این افراط نمی‌تواند بهینه باشد. گیاث، عبدالوهاب و قورا (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان کیفیت خدمات و رضایت میهمانان در اقامتگاه بوم گردی مصر انجام داده‌اند. نتایج حاکی از آن است که ابعاد هتل‌های سنتی و اقامتگاه‌های بوم گردی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر درک کیفیت و رضایت از کیفیت خدمات مهمان دارد.

میک (۲۰۱۷)، در پایان نامه خود تحت عنوان "کشف فرصت‌های برندسازی برای بازار اقامتگاه بومگردی" به بررسی توسعه استراتژی برند برای کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی با مقیاس متوسط پرداخته است. نتایج حاصل این بود که برند اقامتگاه‌های بومگردی در کاستاریکا نمایانگر برنامه گردشگری پایدار کشور بود و ایده برند اقامتگاه‌های بومگردی برای مشارکت کنندگان و طرفداران مطلوب بود و ضمناً عدم مطلوبیت شرایط برند جدید شامل فقدان انعطاف‌پذیری و بازاریابی پرتکاپو بود و در نهایت شرایط برند جدید مطلوب شامل یک برنامه مثبت سودمند، مداخله کم دولت، برنامه آموزش بازاریابی جدید و یک محیط اجرایی با ثبات است. بولاتوویچ (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان "بوم گردی و اقامتگاه بوم گردی" انجام داد. از نظر وی طراحی و ساخت امکانات بوم گردی باید از نظر استراتژیک برنامه‌ریزی شود و این واقعیت که فقط داشتن مکان جذاب کافی نیست بلکه محتوای خاصی که ارائه می‌دهد کافی نیست و باید مورد احترام قرار گیرد. تأسیسات باید متناسب با معماری سنتی و مصالح پیرامونی آن طراحی و ساخته شود تا حداقل ممکن بر محیط تأثیر بگذارد و از منابع انرژی جایگزین استفاده شود. به عبارت دیگر، ایجاد پایداری این امکانات ضروری است.

۴- مبانی نظری

گردشگری از فعالیت‌هایی است که اگرچه از رشد بسیاری در دهه‌های اخیر در سراسر جهان برخوردار بوده است اما در عین حال یکی از تهدیدهای اصلی برای محیط‌زیست به شمار می‌رود. این نگرانی سبب مطرح شدن بحث جدیدی تحت عنوان توسعه گردشگری پایدار در حوزه گردشگری شد، که مفاهیم توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط را باهم به کار می‌گیرد (وئوکی و شمسی، ۱۳۹۵). توسعه گردشگری در مناطق روستایی عنصری اساسی است و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌رود. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند به واسطه ایده غلبه بر عدم رشد و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی، به عنوان یک ابزار برای فعال کردن رشد اقتصادی ملی در نظر گرفته شود (شریف‌زاده و مرادزاد، ۱۳۸۱). در این راستا احداث اقامتگاه‌های بوم گردی علاوه بر ایجاد اشتغال در جوامع محلی روستایی، موجب رونق

اقتصادی و تبادلات و صدور فرهنگ جامعه مقصد می شود که تصویر ذهنی خاصی را در ذهن گردشگر ایجاد میکند. در این راستا برای آشنایی بیشتر با مفاهیم و متغیرهای تحقیق، توضیحات کوتاهی در این خصوص بیان می شود.

۴-۱- گردشگری روستایی

اصطلاح گردشگری روستایی به صورت مترادف با اصطلاحات دیگر نظیر، گردشگری بومی، گردشگری سبز، گردشگری طبیعت، گردشگری مناطق حومه ای مورد استفاده قرار می گیرد. حقیقت گردشگری روستایی از آن جهت که گردشگر فضا و مکان را با انگیزه های متفاوت مورد استفاده قرار می دهد، فعالیت پیچیده و چند وجهی است. که شامل انواع متفاوتی از گردشگری مبتنی بر مزرعه تا سفرهای آموزشی، گردشگری قومی و فعالیت های مبتنی بر گردشگری روستایی همچون کوهپیمایی تفریحی ورزشی می باشد که این فعالیت ها بنا به شرایط محیط های گوناگون با درجات متفاوتی در بسیاری از نواحی روستایی به صورت گردشگری انبوه و گردشگری انفرادی و یا خانوادگی با تعداد کم انجام می پذیرد. به عبارت دیگر باید گفت: گردشگری روستایی عبارت از فعالیت ها و گونه های مختلف گردشگری در محیط های مختلف روستایی و پیرامون آنها که دربردارنده آثار مثبت منفی (برای محیط زیست روستا) انسانی طبیعی (می باشد. بدیهی است این چنین برداشتی از گردشگری روستایی میتواند زمینه های مختلف فعالیت های گردشگری همچون: سکونت گاه ها، روستاها، جشنواره ها، ورزش ها و تفریح های گوناگون را در بر گیرد که در محیط روستا شکل می گیرند (رستمی و احسانی فر، ۱۳۹۷: ۷۴).

گردشگری روستایی را به طور خلاصه می توان این گونه تعریف کرد: "شکلی از گردشگری است که در نواحی روستایی رخ می دهد و منعکس کننده انگاره های مختلف و پیچیده مکان، تاریخ، اقتصاد و محیط روستایی می باشد. (کریمی، ۱۳۹۴: ۵). گردشگری روستایی نوعی از گردشگری است که در بستر روستا انجام می گیرد و وابسته به ویژگی های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی روستا و روستائینان است و در نتیجه انواع مختلفی از گردشگری روستا را برای گردشگران فراهم می آورد. این امر می تواند دارای فوایدی از جمله جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهر، ایجاد درآمد و اشتغال، سرازیر شدن سرمایه های مختلف و... به روستا گردد. اما ورود گردشگران همواره به صلاح روستاها نبوده و ممکن است دارای مشکلاتی از جمله افزایش تنش های اجتماعی، تورم، مسائل زیست محیطی و ... باشد (العلما و مهموم، ۱۳۹۳: ۱).

ژانگ اعتقاد دارد که توسعه گردشگری روستایی می تواند مزایایی را همچون افزایش اقتصاد جمعی روستایی، زیباسازی جنبه ظاهری روستا، افزایش درآمد جامعه محلی، تغییر سبک زندگی، کاهش شکاف جامعه شهری-روستایی و ایجاد یک جامعه هماهنگ ایجاد کند. توسعه گردشگری روستایی از یک طرف می تواند نقش مهمی در تنوع سازی اقتصاد روستاها در قالب صنعت گردشگری ایفا کند و از طرف دیگر وسیله ای برای تحرک رشد اقتصاد ملی از طریق غلبه بر انگاره های توسعه نیافتگی و بهبود استاندارد زندگی مردم محلی (به شمار آید) (کاویانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۵۸). اکوتوریسم، ارزشمندترین شاخه طبیعت گردی است که قصد دارد به شیوه خردمندانه ای با کمترین اثر منفی بر طبیعت و فرهنگ منطقه، بیشترین فایده را برای آن داشته باشد. این نوع گردشگری علاوه بر تعامل با جاذبه های طبیعی (رودخانه، کوهستان و...)، با زندگی و هنجار مردم محلی نیز در ارتباط است که خود نیز در تعامل با جاذبه های طبیعی است؛ از سوی دیگر طبیعت گردی، نوعی گردشگری است که در بسیاری از نقاط دنیا، فرصت های بی نظیری را برای توسعه روستایی فراهم کرده است. یکی از ویژگی های اساسی اکوتوریسم، توجه ویژه به جوامع محلی در کنار حفظ و حراست از محیط طبیعی و آداب و رسوم و فرهنگ آنهاست. در این راستا، توسعه اقامتگاه های بوم گردی از مؤثرترین ابزارهایی است که ضمن حفظ و رعایت اصول اساسی اکوتوریسم، نقش چشمگیری در توسعه جوامع محلی و مشارکت آنان در امور گردشگری دارد (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

۴-۲- بوم گردی و اکوتوریسم

اقامتگاه های بوم گردی یا اکولوژ، اقامتگاه هایی هستند که در محیط های طبیعی و روستایی با رعایت سطح ممکن ضوابط زیست محیطی و به شکلی سازگار با معماری بومی و سیمای طبیعی منطقه برای اسکان و پذیرایی از گردشگران احداث شدند یا خانه های تاریخی و قدیمی موجود در روستاها هستند که پس از مرمت به اقامتگاه تغییر کاربری دادند و ضمن بیشترین تعامل با جامعه محلی، زمینه حضور و اقامت طبیعت گردان را با کیفیتی پسندیده و تعریف شده در محیط های طبیعی و روستایی فراهم کردند (هاوکینز، ۲۰۰۶: ۲۶-۲۱۹ به نقل از (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

۴-۳- اقامتگاه بوم گردی و توسعه روستایی

بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه های بوم گردی بر توسعه سکونتگاه های روستایی وهدف اصلی از ایجاد و توسعه اقامتگاه های بوم گردی دارای هویت و ساختار بومی، رسیدن به توسعه پایدار روستایی با ساماندهی و ارائه خدمات به گردشگران و طبیعت

گردان است. اقامتگاه‌های بوم گردی فقط جنبه اقامتی ندارند؛ در آنها فعالیت‌های مختلفی همچون ارائه غذا و نوشیدنی بومی، ساخت، آموزش و فروش صنایع دستی محلی، اجرای نمایش و موسیقی سنتی، برگزاری رویدادهای بومی و تورها و فعالیت‌های بوم گردی انجام می‌شود مگان فیزیکی اقامتگاه به دلیل سبک معماری، مصالح ارگانیک به کار رفته، طراحی داخلی و مبلمان بومی آن نیز به منزله اکو موزه بومی، بخشی از یک جاذبه گردشگری است. مهم‌ترین اصلی که در اقامتگاه بوم گردی رعایت می‌شود، مشارکت جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری است. برای نمونه طرح‌های گردشگری روستایی در یوروبودور و حومه اش در کشور اندونزی، نتیجه همکاری بین روستاییان، سازمان‌های غیر دولتی محلی و راهنمایان گردشگری است که منجر به ارتقاء خدمات گردشگری به گردشگران و در نهایت توسعه روستایی شده است. از آنجا که توسعه روستایی براساس گردشگری روستایی و اقامتگاه‌های بوم گردی در خط سیر بهره‌گیری از دانش بومی و با تکیه بر ستن مردم محلی صورت می‌پذیرد، اقامتگاه‌های بوم گردی ضمن احترام به دانش بومی روستاییان (که نتیجه تجارب ارزنده آنان طی قرون متمادی است)، خدمات گردشگری را که تقریباً یک سويه در شهرها ایجاد می‌شد، به دل روستاها می‌برد و به توسعه راستین آنها کمک می‌کند (هاوکینز، ۲۰۰۶: ۲۶۴-۲۱۹ به نقل از (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲). از سویی نیز، ملزومات برنامه ریزی، توسعه و مدیریت بوم گردی عبارت اند از: مدیریت منابع پایدار و حفاظت از مناطق طبیعی. توسعه پایدار در امر بوم گردی مستلزم آن است که منابع طبیعی، فرهنگی و دیگر منابع حفظ شوند تا بدون قربانی کردن نیازهای آتی، منافع جامعه محلی را تأمین کنند. بوم گردی به درستی بر مبنای مفهوم پایداری توسعه می‌یابد؛ زیرا فعالیت‌های بوم گردی با محیط زیست طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی این مناطق در ارتباط است (تیموتی و تیه ۲۰۰۹: ۳۵ به نقل از عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷)

۴-۴- تصویر ذهنی مقصد

تصویر ذهنی برند همان ادراک مشتری از برند است که از تداعی‌های ذهنی انباشته شده در حافظه او انعکاس می‌یابد. آگوست و تورس (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که تصویر ذهنی برند موجب ایجاد ارزش ویژه برای آن می‌شود و از این رو تقویت تصویر ذهنی برند می‌تواند موجب بهبود ارزش ویژه آن شود. از سوی دیگر، باید توجه داشت که ایجاد وجهه مناسب برای یک برند ابزاری راهبردی برای ایجاد وفاداری در مشتریان تلقی می‌شود. تصویر ذهنی برند مقصد گردشگری نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است.

لین و همکاران (۲۰۰۷) بیان می‌کنند که تصویر ذهنی برند نقش اساسی در تصمیم‌گیری‌های مشتری و ترجیح برند موردنظر توسط وی دارد. از نظر آنها تصویر ذهنی شناختی و حسی برند ایجادکننده تصویر ذهنی کلی برند است و در نهایت موجب ترجیح برند می‌شود (غفاری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۱).

۴-۴-۱- مؤلفه‌های شکل دهنده تصویر مقصد

ارزیابی کلی گردشگران از یک مقصد در واقع ترکیبی از محصولات، خدمات و تجارب را در بر دارد. از نظر گردشگران مقصد باید نیازها و خواسته‌های گردشگران را برآورده سازد و سطوح خدمات ارائه شده با انتظارات آنان منطبق باشد. بررسی مطالعات مختلف انجام شده نشان از وجود مجموعه عواملی است که بر شک‌گیری تصویر مؤثرند. در رابطه با ماهیت تصویر، یافته‌ها نشان می‌دهند که به تصویر مقصد باید به عنوان یک پدیده چند بعدی نگریسته شود، بدین معنی که باورها و دانش افراد نسبت به یک مکان بخش ادراکی تصویر را تشکیل می‌دهد و احساسات بخش عاطفی تصویر محسوب می‌شود. اجزای ادراکی یک تصویر مقصد ویژگی‌های عینی و ملموس و ویژگی‌های روا شناختی و غیر قابل لمس را شامل می‌شود. (خضرنژاد و حیدری چیا، ۱۳۹۵: ۸).

۵- روش‌شناسی تحقیق

دراین تحقیق و در بخش مبانی نظری از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردیده است. مبانی نظری با مراجعه به کتابها، پایان‌نامه‌ها، نشریات و کتابخانه‌های دانشگاه و مراکز اطلاع‌رسانی و جستجو در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی علمی جهت دستیابی به‌آخرین دستاوردهای مطالعات انجام شده، استفاده گردید و پس از تبیین مدل مفهومی تحقیق، براساس مطالعات میدانی از طریق پرسشنامه داده‌ها جمع‌آوری و سپس فرضیه‌های مورد نظر، بررسی شده است. لذا ابزار گردآوری در تحقیق حاضر، پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته می‌باشد و از طیف لیکرت برای پاسخ‌ها استفاده شده است.

پرسشنامه تحقیق حاضر شامل دویخش اطلاعات مربوط به جمعیت شناختی و متغیرهای تحقیق می‌باشد. برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استاندارد برگرفته از مقاله آجیلیان (۱۳۹۸) برای متغیر اقامتگاه بوم گردی در ۲۱ گویه و پرسشنامه

استاندارد بو وهمکاران (۲۰۰۹) برای متغیر تصویر ذهنی در ۴ گویه و برای متغیر توسعه گردشگری روستایی از پرسشنامه محقق ساخته با ۵ گویه استفاده شده است.

جدول ۱: سرفصل هر یک از سوالات پرسشنامه تحقیق

ردیف	سرفصل سوالات	شماره سوالات مرتبط
۱	تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی (آجیلیان ۱۳۹۸)	۱ الی ۲۱
۱-۱	اقامتگاه (زیرساخت)	۱ الی ۶
۱-۲	اقامتگاه (موقعیت)	۷ الی ۱۱
۱-۳	اقامتگاه (آداب‌وسوم)	۱۲ الی ۱۶
۱-۴	اقامتگاه (خدمات)	۱۷ الی ۲۱
۲	تصویر ذهنی مقصد (بو وهمکاران ۲۰۰۹)	۲۲ الی ۲۵
۳	توسعه گردشگری روستایی	۲۶ الی ۳۲

۵-۱- روایی و پایایی تحقیق

در این تحقیق پس از تدوین چهارچوب اولیه، جهت ارزیابی پرسشنامه تحقیق، با اساتید راهنما و مشاور و اساتید دانشگاه و صاحب نظران رشته‌های مدیریت جهانگردی مشورت به عمل آمده، نظرات انتقادی و پیشنهادهای اصلاحی آنان در پرسشنامه اعمال گردید. هم چنین، در تحقیق حاضر علاوه بر آلفای کرونباخ، مقدار ضریب پایایی ترکیبی با استفاده از نرم‌افزار PLS، برای پرسشنامه محاسبه گردید که در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۲- مقادیر پایایی متغیرهای پرسشنامه

متغیر	آلفای کرونباخ
تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۰/۹۵۳۲
اقامتگاه (زیرساخت)	۰/۸۵۹۳
اقامتگاه (موقعیت)	۰/۸۵۵۰
اقامتگاه (آداب‌وسوم)	۰/۸۳۴۲
اقامتگاه (خدمات)	۰/۸۳۱۲
تصویر ذهنی مقصد	۰/۷۰۴۲
توسعه گردشگری روستایی	۰/۷۸۵۱

۵-۲- تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و کدگذاری گویه‌ها، به منظور ادامه تحلیل، پاسخ‌ها مطابق جدول لیکرت، به عدد تبدیل می‌شود. سپس آمار توصیفی به کمک نرم‌افزار SPSS استخراج می‌گردد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، ابتدا لازم است نرم افزار مناسب انتخاب گردد. بدین منظور لازم است ابتدا نرمال بودن داده‌ها آزمون شود. نرمال بودن داده‌ها توسط آزمون کلوموف - اسمیرنوف بررسی گردید. با توجه به تعداد نمونه نهایی و نرمال نبودن داده‌های حاصل از آنها نرم‌افزار Smart PLS جهت آزمون فرضیه‌ها انتخاب گردید. آزمون‌ها به روش مدلیابی معادلات ساختاری انجام گرفته است.

۵-۳- آزمون فرض نرمال بودن متغیرها

در هر پژوهشی لازم است محقق قبل از انجام آزمونهای آماری از وضعیت توزیع متغیر (نرمال یا غیرنرمال بودن) تحت بررسی اطمینان پیدا کند، در صورتیکه توزیع متغیر تحت بررسی نرمال باشد استفاده از آزمونهای کمی و پارامتری توصیه می‌شود و در صورتی که توزیع غیرنرمال باشد استفاده از آزمونهای غیرپارامتری توصیه می‌شود. در جدول زیر نتایج به تفصیل آمده است.

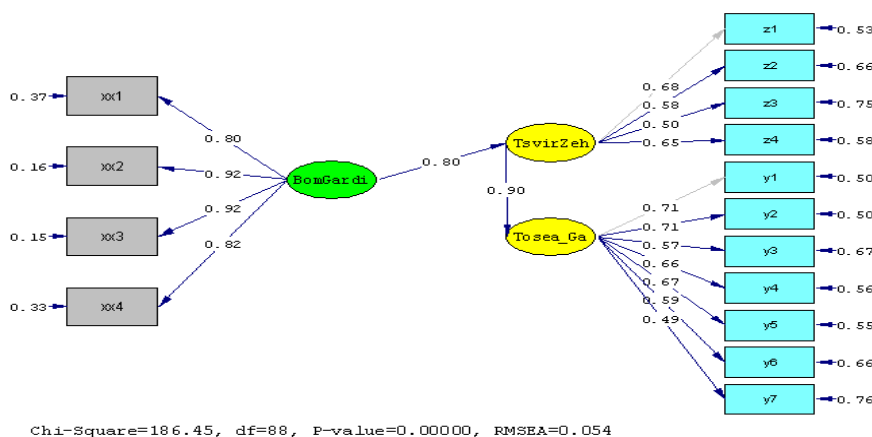
جدول ۳: آزمون کولوموگروف-اسمیرنف متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیرهای تحقیق	آزمون کولوموگروف-اسمیرنف	
		آماره Z	سطح معنی‌داری
۱	تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۱/۲۷۲	۰/۰۷۸
۱-۱	اقامتگاه (زیرساخت)	۰/۹۵۳	۰/۳۲۳
۱-۲	اقامتگاه (موقعیت)	۱/۳۳۲	۰/۰۵۸
۱-۳	اقامتگاه (آداب و رسوم)	۱/۲۳۵	۰/۰۹۵
۱-۴	اقامتگاه (خدمات)	۱/۳۳۲	۰/۰۵۸
۲	تصویر ذهنی مقصد	۱/۲	۰/۱۱۲
۳	توسعه گردشگری روستایی	۱/۱۰۶	۰/۱۷۳

برای تعیین نوع متغیرهای تحت بررسی سطح معنی‌داری آزمون کولوموگروف-اسمیرنف مراجعه می‌شود، در صورتی که سطح معنی‌داری از عدد ۰/۰۵ بالاتر باشد، ادعا می‌شود متغیر دارای توزیع نرمال است و اگر سطح معنی‌داری از عدد ۰/۰۵ کمتر باشد، توزیع متغیر غیرنرمال خواهد بود. بر اساس همین منطق کیفیت متغیرها در جدول ثبت شده است و همه متغیرها از نوع نرمال هستند.

۵-۴- تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق

در نرم افزار لیزرل برای هر یک از ابعاد که مشتمل بر تعدادی گویه بار عاملی است، بار عاملی مشخصی بدست می‌آید، میزان قابل قبول بار عاملی عدد ۰/۳ است. هر چه این بار بیشتر از ۰/۷ باشد نشان دهنده مناسب بودن سوالات و گویه‌ها با ابعاد بدست آمده است، در صورتی که بار عاملی هر یک از گویه‌ها و ابعاد از عدد ۰/۳ کمتر شد بهتر است آن گویه یا بعد مورد تجدید نظر قرار گرفته و یا حذف شود.



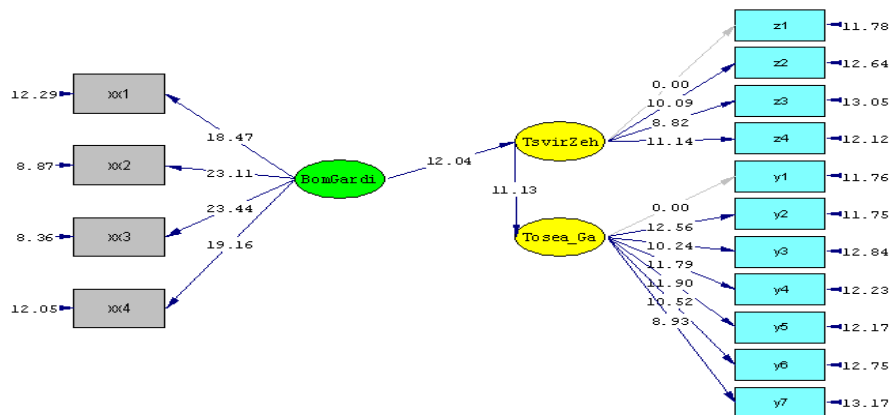
نمودار ۱: خروجی نرم افزار لیزرل تحلیل عامل تأییدی پرسشنامه تحقیق

همانگونه که از نمودار ۱ تحلیل عامل تأییدی پرسشنامه تحقیق قابل ملاحظه است، شاخصه‌ها به شرح زیر است، بار عاملی کلیه ابعاد در شکل بالاتر از ۰/۳ است. شاخص برازش معادل ۲/۱۲ شده است، (میزان مطلوب این شاخص عددی است کمتر از ۰/۳) همچنین مقدار آماره RMSEA معادل ۰/۰۵۴ است (این شاخص به جذر واریانس خطای تقریبی است و میزان مطلوب آن برای برازش مدل ساختاری عددی است بین ۰/۰۳ تا ۰/۰۸). ضمناً سطح معنی‌داری آزمون یا همان p-value که معادل ۰/۰۰۰۱ گردیده است، تا این مرحله می‌توان این نتیجه را گرفت که، مدل از برازش مناسبی برخوردار است و ۵ مولفه مربوط به پرسشنامه بطور مجزا قابل تحلیل هستند. بنا بر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان به روایی تأییدی اذعان داشت. با توجه به قبول تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی روایی سازه پرسشنامه تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.

۵-۵- نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

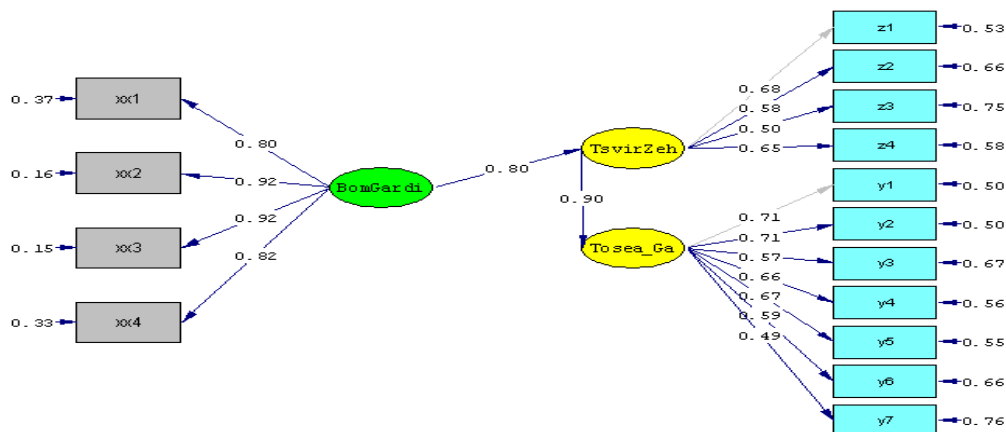
۵-۵-۱- فرضیه اصلی: تصویر ذهنی مقصد رابطه بین اقامتگاه های بوم گردی با توسعه گردشگری روستایی را میانجیگری می کند.

برای آزمون فرضیه های پژوهش از روش آماری مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. که نتایج مربوط به آن را می توان در شکل های زیر مشاهده کرد. شاخص های اصلی برازش شامل χ^2 ، Df، P-value، square، RMSEA، GFI، AGFI در زیر شکل نشان داده شده است.



Chi-Square=186.45, df=88, P-value=0.00000, RMSEA=0.054

نمودار ۲: تحلیل مسیر بر اساس شاخص t ، نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه های بوم گردی با توسعه گردشگری روستایی



Chi-Square=186.45, df=88, P-value=0.00000, RMSEA=0.054

نمودار ۳: تحلیل مسیر بر اساس شاخص ضریب اثر، نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه های بوم گردی با توسعه گردشگری روستایی

جدول ۴: تحلیل مسیر شاخص های برازندگی نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه های بوم گردی با توسعه گردشگری روستایی

نام فارسی	نام انگلیسی	اختصار	ملاک	مقدار محاسبه شده	تفسیر نتیجه
نسبت کی دو به درجه آزادی	χ^2/df	CMIN	کمتر از ۳	۲/۱۲	تایید برازش
آماره t	آماره t	t	کمتر از $1/96$ یا بیشتر از $1/96$	$t1 = 12.04$ $t2 = 11.30$	تایید برازش
ضریب تاثیر	ضریب تاثیر	r	بالای $0/3$	$r1 = 0.8$ $r2 = 0.9$	تایید برازش
سطح معنی داری	p-value	p	کمتر از $0/05$	$0/0001$	تایید برازش
ریشه میانگین مربعات	Root Mean Squared Residual	RMSEA	$0/08 < RMSEA < 0/03$	$0/054$	تایید

نام فارسی	نام انگلیسی	اختصار	ملاک	مقدار محاسبه شده	تفسیر نتیجه
باقیمانده					برازش
شاخص نیکویی برازش	Goodness-of-Fit Index	GFI	بالتر از ۰/۹	۰/۹۲	تایید برازش
شاخص نیکویی برازش اصلاحی	Adjusted Goodness-of-Fit Index	AGFI	بالتر از ۰/۹	۰/۹۱	تایید برازش
شاخص برازش هنجار نشده	Non-Normed Fit Index	NNFI	بالتر از ۰/۹	۰/۹۳	تایید برازش

همانطور که در جدول ۴ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۱۲ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۵۴ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، رابطه اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تصویر ذهنی مقصد معادل ۱۲/۰۴ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است، همچنین مقدار آماره t، رابطه تصویر ذهنی مقصد و توسعه گردشگری روستایی معادل ۱۱/۳ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است. ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تصویر ذهنی مقصد در رابطه اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی نقش دارد را می‌پذیریم. می‌توان گفت اثر غیرمستقیم بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد با استفاده از آزمون سوبل به شرح زیر است.

جدول ۵: ضریب معناداری آزمون سوبل نقش نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی

مسیر مستقیم	ضریب مسیر غیرمستقیم	t آماره	نتیجه
اقامتگاه‌های بوم‌گردی $\rightarrow$ تصویر ذهنی مقصد $\leftarrow$ توسعه گردشگری روستایی	۰/۷۲	۷/۵۱	تایید

نتیجه اینکه، فرض یک را مبنی بر اینکه، تصویر ذهنی مقصد به عنوان متغیر میانجی بین تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی رابطه برقرار می‌کند را می‌پذیریم. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش آماری مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. که نتایج مربوط به آن را می‌توان در شکل های زیر مشاهده کرد. شاخص های اصلی برازش شامل chi-square, RMSEA, GFI, AGFI در زیر شکل نشان داده شده است.

جدول ۶: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی

χ^2/df	t آماره	مقدار رابطه	P	RMSEA	GFI	AGFI
۲/۳۱	۱۱/۸۷	۰/۷۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۶۳	۰/۹۲	۰/۹۳

همانطور که در جدول ۶ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۳۱ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۳ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی معادل ۱۱/۸۷ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی تاثیر دارد را می‌پذیریم.

جدول ۷: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر تصویر ذهنی مقصد

χ^2/df	t آماره	رابطه	P	RMSEA	GFI	AGFI
۲/۱۶	۱۳/۴۷	۰/۸۳	۰/۰۰۰۱	۰/۰۷۵	۰/۹۱	۰/۹

همانطور که در جدول ۷ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل ۱۳/۴۷ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۷۵ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است.

همچنین مقدار آماره t ، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر تصویر ذهنی مقصد معادل $13/47$ و از عدد $1/96$ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر تصویر ذهنی مقصد تاثیر دارد را می‌پذیریم.

جدول ۸: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر تصویر ذهنی مقصد بر توسعه گردشگری روستایی

AGFI	GFI	RMSEA	P	رابطه	آماره t	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۰۵۴	۰/۰۰۰۱	۰/۸۴	۱۲/۹۹	۲/۰۴

همانطور که در جدول ۸ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل $2/04$ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایداری لازم را داشته است. RMSEA معادل $0/054$ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) $0/0001$ می‌باشد که کمتر از $0/05$ است. همچنین مقدار آماره t ، تاثیر تصویر ذهنی مقصد بر توسعه گردشگری روستایی معادل $12/99$ و از عدد $1/96$ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تاثیر تصویر ذهنی مقصد بر توسعه گردشگری روستایی تاثیر دارد را می‌پذیریم.

نتیجه‌گیری

با توجه به تایید کلیه فرضیات این پژوهش میتوان عنوان کرد اقامتگاه‌های بومگردی می‌توانند علاوه بر ایجاد درآمد برای روستاییان و جلوگیری از مهاجرت آنان به احیاء سنن قدیمی و همچنین حفظ و نگهداری آثار باستانی و حفاظت از طبیعت کمک شایانی داشته باشد. ایجاد و توسعه اقامتگاه‌های بوم گردی دارای هویت و ساختار بومی، رسیدن به توسعه پایدار روستایی با ساماندهی و ارائه خدمات به گردشگران و طبیعت گردان است. اقامتگاه‌های بوم گردی فقط جنبه اقامتی ندارند بلکه فعالیتهای مختلفی همچون ارائه غذا و نوشیدنی بومی، ساخت، آموزش و فروش صنایع‌دستی محلی، اجرای نمایش و موسیقی سنتی، برگزاری رویدادهای بومی و تورها و فعالیتهای بوم گردی نیز انجام می‌شود. مکان فیزیکی اقامتگاه به دلیل سبک معماری، مصالح ارگانیک به‌کاررفته، طراحی داخلی و مبلمان بومی آن نیز به‌منزله اکو موزه بومی، بخشی از یک جاذبه گردشگری است. مهم‌ترین اصلی که در اقامتگاه بوم گردی رعایت می‌شود. توسعه اقامتگاه‌های بومگردی منجر به توسعه گردشگری منطقه می‌شود که در قالب اثرات اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی نمود پیدا می‌کند. الگوی اقامتگاه بوم گردی در مناطق روستایی و بکر طبیعی به‌عنوان یک کسب‌وکار کوچک گردشگری با مالکیت بومی و مدیریت خانوادگی، هماهنگی بیشتری با توسعه پایدار گردشگری دارد. فعالیتهای بوم گردی با محیط‌زیست طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی این مناطق در ارتباط است و می‌تواند باکیفیت خدمات، تصویر مقصد گردشگری و قصد گردشگران برای بازدید مجدد از مقصد گردشگری همراه شود. در اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه رادکان تأسیسات متناسب با معماری سنتی و مصالح پیرامونی آن طراحی و ساخته‌شده تا حداقل آسیب ممکن بر محیط تأثیر گذاشته شود ضمناً از منابع انرژی جایگزین و پاک استفاده گردیده است.

تصویر مقصد از اجزایی می‌باشد که تأثیر زیادی بر تصمیم‌گیری گردشگر و پیامدهای رفتاری سفر او می‌گذارد. اقامتگاه‌های بوم گردی می‌توانند تصویر روستاهایی مانند رادکان را به عنوان مقصد گردشگری در ذهن گردشگران طبیعی و بوم‌گردان بهبود بدهند. در این راستا پیشنهادهای زیر نیز مطرح میگردد.

۱- ایجاد کارگروههای توسعه گردشگری روستایی و تبلیغ آن از طرق مختلف با تاکید بر وجود اماکن بوم گردی امن و بهداشتی و راحت.

۲- ایجاد سامانه‌های لازم برای معرفی منطقه رادکان توسط شورای روستایی و جذب گردشگر بیشتر.

۳- تخفیفات مالیاتی برای دایرکنندگان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به مدت طولانی

۴- ترغیب و تسهیل سرمایه گذاری در احداث بوم گردی ها

۵- ایجاد شرکتهای تعاونی و مشارکت مردم محلی در توسعه بوم گردی هاو تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی جهت افزایش درآمد

۶- تشویق سازمان های غیردولتی به حمایت از فعالیت های بوم‌گردی در روستاها از طریق برقراری تورهای گردشگری

۷- تبلیغ بوم گردی ها در سایت ها و تبلیغات مجازی تورها و مقصد گردشگری برای ایجادتصویر ذهنی کامل تر از مقصد

۸- کمک به جذب گردشگر برای روستا و اقامتگاه‌های بومگردی از طریق برگزاری جشن‌ها و مسابقات محلی در ایام مختلف

توسط شورای روستا

منابع

- آجیلیان، ج. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر افزایش مدت اقامت بدون قصد قبلی گردشگران داخلی (مورد مطالعه: اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان خواف). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی شان‌دیز.
- خصرنژاد، پخشان، حیدری چپانه، رحیم، (۱۳۹۵)، تحلیلی بر عوامل مؤثر بر شک لگیری تصویر مقصد در گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر ارومیه، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، شماره ۲۱، صفحات ۷-۱۵).
- رستمی قبادی، فرحناز، احسانفر، تهمینه، (۱۳۹۷)، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، دوره ۵، شماره ۲، صفحات ۷۱-۸۲.
- رئیس‌ی دهکردی، افشین، عباسی، نوشین، (۱۳۹۶)، چگونگی نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اکوتوریسم بیابانی (نمونه موردی روستای سه)، دومین کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی در عصر تکنولوژی.
- سعیدی، سعیده، (۱۳۹۹)، نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری قومی در زمان بحران: مطالعه موردی استان گیلان، جامعه فرهنگ رسانه، دوره ۹، شماره ۳۴، صفحات ۱۱-۴۱.
- شجاعی فرد، علی، شکور، علی، (۱۳۹۹)، تحلیل و بررسی تأثیر ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران در توسعه نواحی روستایی در راستای توسعه پایدار منطقه ای، مجله مهندسی جغرافیای سرزمین، دوره ۴، شماره ۸، صفحات ۴۶۰-۴۷۹.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادی‌نژاد، همایون. (۱۳۸۱). توسعه پایدار و گردشگری روستایی. جهاد، ۲۵۰، ۵۳.
- شیرخدايي، م.، علیزاده ثانی، م.، و آملی دیوا، ف. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر تصویر مقصد بر رضایت و مقاصد رفتاری در گردشگری سلامت (مورد مطالعه: آبگرم معدنی لایچ). نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، (۱۷)، ۱۴۵-۱۲۸.
- عزیزی، کاروان، رستگار، شفق، حیدری، قدرت‌الله، و جعفریان، ز. (۱۳۹۸). اثرات اقتصادی-اجتماعی بوم‌گردی بر توانمندی جوامع محلی مورد: ناحیه بلده در استان مازندران. مجله اقتصاد فضا و توسعه روستای، ۱(۲۷)، ۹۶-۷۹.
- العلما، سید وحید، مهموم، طیبیه، (۱۳۹۳)، گردشگری روستایی، ماهیت و مفهوم، همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم انداز آینده.
- عنایستانی، علی اکبر، گیاهی، حسن، جوانشیری، مهدی، (۱۳۹۷)، بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (نمونه: روستای رادکان شهرستان چناران)، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال ۸، شماره ۲، صفحات ۱-۲۴.
- غفاری، محمد، عباسی، احمد، کنجکاومنفرد، امیررضا، (۱۳۹۷)، نقش تجربه گردشگری در بهبود تصویر ذهنی مقصد گردشگری اصفهان، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۷، شماره ۲، صفحات ۹۷-۱۱۲.
- فرجی راد، ع.، احسانی، ا. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر اقامتگاه‌های محلی (خوشه سار بوم‌گردی) بر ارتقاء سطح زندگی جامعه محلی (با تأکید بر روستای "گرمه" و "شیب دراز"). مجله جغرافیای سرزمین، سال ۸، شماره ۳۰، صص ۶۳-۷۷.
- قاسمی، مهدی. (۱۳۹۶). تأثیر بوم‌گردی بر گردشگری پایدار و کسب و کارهای روستایی (مطالعه موردی منطقه توران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان.
- قدیری معصوم، مجتبی، مینایی، مهرسا، و دربان آستان، علیرضا. (۱۳۹۹). نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک. مجله اقتصاد فضا و توسعه روستایی، (۲)، ۴۲-۲۳.
- کاویانی، ابوطالب، رحمانی، بیژن، رضویان، محمد تقی، علیرز، عباس، (۱۳۹۷)، ارزیابی نقش و تأثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۲۵۱-۲۷۵.
- مسروری جنت، ندا و فلاح، محمدصادق، (۱۳۹۴)، نقش بوم‌گردی در توسعه پایدار اکولوژیک (نمونه موردی: بوم‌گردی در پارک جنگلی لویشان)، اولین کنفرانس تخصصی معماری و شهرسازی ایران، مؤسسه عالی علوم و فناوری حکیم عرفی شیراز، چاپ اول، شیراز، ۳۴-۱۹.
- وثوقی، لیلا، و شمسی‌مارینی، نرگس. (۱۳۹۵). ارزیابی عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌های سبز. ۲-۵.
- یوسفی، رضا، چنگیز، سحر، (۱۳۹۸)، نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه اقتصاد گردشگری روستا (مطالعه موردی: روستای ایور شهرستان کاشمر)، همایش ملی زن و توسعه گردشگری روستایی.
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2003). Culture, economy and tourism commodities: Social relations of production and consumption. Tourist Studies, 3(2), 123-141.
- Boo, S., Busser, H. and Baloglu, S. (2009). A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations, Tourism Management, 30: 219-231.

- Bulatović, Dragan , (2017), Ecotourism and Ecolodge Accommodation, <https://www.researchgate.net>
- Dorsey, E. R., Steeves, H. L., & Porras, L. E. (2004). Advertising ecotourism on the internet: commodifying environment and culture. *New Media & Society*, 6(6), 753-779.
- Fennell, D., (2008). Ecotourism and the myth of indigenous stewardship. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 129–149.
- Gartner, W. C. (1993). Image formation process . *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3), 191-215
- Hawkins, D. E., (2006). A protected areas ecotourism competitive cluster approach to catalyse biodiversity conservation and economic growth in Bulgaria, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol 12, No 3, Pp 219-244.
- Lee , Joung Hun, Iwasa, Yoh ,(2020), Ecotourism development and the heterogeneity of tourists, <https://link.springer.com/article/10.1007/s12080-020-00458-7>
- Wood, M. (2002). Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability. UNEP
- Yang, I. C. M., French, J. A., Lee, C., & Watabe, M. (2020). The symbolism of international tourism in national identity. *Annals of Tourism Research*, 83, 102966.
- Zeppel, H. (1998). Tourism and Aboriginal Australia. *Tourism Management*, 19(5), 485-488.

فصلنامه علمی پژوهش‌های
گردشگری و توسعه پایدار
www.TRSD.ir
ISSN: 2645-4866

پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری،
خیابان شهید سبحانی، پلاک ۴۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵

۰۲۱۳۳۲۰۲۴۸۷
۰۲۶۳۴۴۵۳۱۳۱
www.TRSD.ir