

## تأثیر گردشگری اجتماع - محور بر توسعه جوامع روستایی از دیدگاه جامعه محلی

### مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری شهرستان پاوه

بهروز بادکوبه<sup>۱</sup>، استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، موسسه آموزش عالی جهاددانشگاهی، کرمانشاه  
محمد قاسمی سیانی، استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی،

جهاددانشگاهی، تهران

سابق حسینی، دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری، موسسه آموزشی عالی جهاددانشگاهی کرمانشاه

پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۲۵

دریافت: ۱۳۹۹/۸/۱۱

### چکیده

گردشگری اجتماع-محور به دنبال ایجاد منافع اقتصادی - اجتماعی، حفاظت از منابع طبیعی، حفظ هویت و فرهنگ محلی و بهبود کیفیت زندگی جامعه به منظور رفع نیازهای نسل‌های حال و آینده است. توسعه این نوع از گردشگری چنانچه با تقویت ظرفیت‌ها و قابلیت‌های زیرساختی جوامع محلی و توانمندی جامعه روستایی در استفاده از آنها صورت گیرد، دارای بیشترین منافع خواهد بود. این مقاله با رویکرد تحلیلی به بررسی تأثیر گردشگری اجتماع-محور بر توسعه جوامع روستایی از دیدگاه جامعه محلی می‌پردازد. بدین منظور با روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از پرسشنامه و مطالعه میدانی در روستاهای هدف گردشگری (هجیج، شمشیر، نسمة و خانقاه) شهرستان پاوه، تعداد ۳۶۵ پرسشنامه توزیع گردید و به وسیله نرم‌افزار<sup>۲</sup> اسپاس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که گردشگری اجتماع-محور ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی را در پی داشته و این شاخص‌ها موجب توسعه روستایی شده است. تحلیل رگرسیون در بین متغیرهای مورد پژوهش نشان داد که در بین این شاخص‌ها، شاخص‌های بعد اقتصادی بالاترین نقش را در توسعه جامعه محلی ایفا کرده‌اند و در رتبه بعدی شاخص‌های اجتماعی قرار دارند و شاخص‌های فرهنگی و زیست‌محیطی در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. همچنین نتایج آزمون کندال تائوبی<sup>۳</sup> نیز رابطه توسعه جامعه محلی را با گردشگری اجتماع-محور مورد تأیید قرار داد.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری، گردشگری اجتماع-محور، توسعه جامعه محلی، روستا، شهرستان پاوه

## مقدمه

توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری به عنوان لازمه رسیدن به توسعه پایدار، هم به دلیل جمعیت زیاد ساکن در روستا و هم به دلیل نهفته بودن بسیاری از مسائل و مشکلات شهرها در بی توجهی به روستاها مطرح است. در واقع توسعه پایدار روستایی به عنوان فرایند توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی جوامع، درگرو توجه به سرمایه‌های انسانی است. شناخت رابطه توسعه گردشگری و توانمندی اجتماعی می‌تواند مؤلفه‌ی مهمی برای طرح راهکارها در جهت توسعه این فعالیت و ارتقای توانمندسازی در نواحی روستایی به شمار آید.

هلاند و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۸)، گردشگری روستایی را یک رهیافت جایگزین برای نیل به توسعه پایدار روستایی می‌دانند و معتقدند که با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی، ارائه این راهبرد نوین برای احیای نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل یا متحول نمودن این نواحی، با توجه به منابع زمینی و انسانی آنها ضرورت دارد. گردشگری روستایی به عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت‌های جدید در فضاها و روستایی و در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا نماید (شریف زاده و مرادزاد، ۱۳۸۱: ۵۲). گردشگری در قرن بیست و یکم با توجه به گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی به یک واقعیت اجتناب ناپذیر بدل گشته است. از این رو گردشگری روستایی به عنوان یک الگوی فضایی عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط روستا و پیرامون آن، که در بردارنده آثاری (مثبت/ منفی) برای زیست‌بوم روستا است (جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۱۲). از آنجا که گردشگری به صورت مستقیم با تأمین نیازهای انسان‌ها به عنوان گردشگر در ارتباط است، بهره‌گیری از روش‌های مشارکت اجتماعی می‌تواند به توسعه و بهبود سطح کمی و کیفی خدمات گردشگری منجر شود (فلاح تفتی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۴۸). به عبارت دیگر توسعه توانمندی گردشگری بخصوص در مناطق روستایی، توسعه گردشگری ملی و بین‌المللی را در بر دارد. از این رو گردشگری اجتماع-محور مورد توجه و عنایت قرار گرفت. گردشگری اجتماع-محور در جستجوی ایجاد

منافع اقتصادی برای جامعه محلی، حفاظت از منابع طبیعی، حفاظت از فرهنگ محلی، بهبود کیفیت زندگی و توانمندسازی جامعه محلی به منظور رفع نیازهای نسل‌های حال و آینده است. این نوع از گردشگری بعنوان یکی از گونه‌های گردشگری پساфорردی ناشی از ضرورت توجه به پایداری و توسعه اجتماع‌های محلی در فرایند گردش‌پذیری در مقاصد روستایی شکل گرفته است. در گردشگری انبوه، جوامع محلی در کارهای سطح پایین با درآمدناچیزی به کار گماشته می‌شدند، اما در گردشگری جامعه محور توسعه گردشگری محلی به صورت خلاقانه‌ای توسط افراد انجام می‌پذیرد.

از دیدگاه آکادمیک، گردشگری اجتماع-محور ابزاری جهت حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، توسعه‌ی جامعه از طریق توانمندسازی و در ارتباط نزدیک با اکوتوریسم بوده و بنابراین، اکوتوریسم اجتماع-محور نیز نام می‌گیرد (هریس و ووگل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۵). از آنجا که در گردشگری اجتماع-محور مشارکت جایگاه اصلی دارد، توسعه کوچک مقیاس است و جوامع محلی نقطه کانونی در توسعه گردشگری محسوب می‌شوند و به جامعه از دیدگاه جغرافیایی توجه می‌شود در تایید این امر گفته شده، مردمی که در یک حوزه جغرافیایی مشترک زندگی می‌کنند تقریباً همسانی بیشتری در پاسخ به مشارکت در فرایند توسعه گردشگری دارند (هال و ریچارد<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰: ۶۷). در واقع این نوع گردشگری نه تنها به ساکنین بومی نواحی فایده می‌رساند بلکه باعث پایداری زیست محیطی نیز می‌شود. مفهوم گردشگری اجتماع-محور در ارتباط نزدیک با گردشگری با تاکید بر منافع فقرا، بعنوان حداکثر کننده منافع، جهت کاهش فقر از طریق توسعه راهکارهای مناسب و با افزایش همکاری بین تمامی گروه‌های اصلی و جامعه محلی معرفی شده است.

در این پژوهش با در نظر گرفتن موارد فوق، بررسی تأثیر گردشگری اجتماع-محور بر توسعه جوامع محلی مد نظر قرار گرفته است و بر این باور است که با توسعه گردشگری اجتماع-محور، ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع روستایی تقویت شده و خود روستائیان گردشگری اجتماع-محور را توسعه و بهبود می‌بخشند. برای بررسی این موضوع، روستاهای هدف گردشگری در شهرستان پاوه (هجیج، شمشیر، نسمة، خانقاه) با توجه به جاذبه‌های گردشگری فراوان و برنامه‌های انجام شده درخصوص توسعه

گردشگری از جمله انتخاب آن‌ها به عنوان روستاهای هدف گردشگری، روستای سبز و سالم، برگزاری جشنواره‌ها سالانه، رویدادهای موضوعی، ایجاد خانه‌های بوم‌گردی مناسب، انتخاب شده‌اند و بررسی و تحلیل تاثیر ایجاد گردشگری اجتماع-محور بر توسعه جامعه محلی از دیدگاه روستاییان انجام شده است بدین منظور سؤال اصلی پژوهش این است که آیا توسعه گردشگری اجتماع-محور در روستاهای هدف گردشگری شهرستان پاوه توانسته است به توسعه جوامع محلی در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی بینجامد؟

بنابراین شناخت رابطه بین توسعه گردشگری اجتماع-محور و توسعه جامعه محلی می‌تواند مؤلفه مهمی برای طرح راهکارها در جهت توسعه این فعالیت و ارتقای گردشگری اجتماع-محور در نواحی روستایی به شمار آید. این موضوع از آن جهت اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که برخی پژوهشگران، توسعه را معادل مشارکت می‌دانند و معتقدند شهروندانی می‌توانند در امور مختلف جامعه مشارکت داشته باشند که به لحاظ اجتماعی ظرفیت و قابلیت و توانمندی لازم را داشته باشند.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در حوزه گردشگری و گردشگری روستایی پژوهش‌های زیادی از جنبه‌های گوناگون به انجام رسیده است. برخی از مطالعات صرفاً به حوزه‌های خاصی از گردشگری همانند گردشگری سلامت (سخدری و همکاران، ۱۳۹۷) گردشگری مذهبی (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۵) پرداخته‌اند. همچنین پژوهش‌هایی به مسئولیت اجتماعی در مقاصد گردشگری پرداخته‌اند (نیزیک<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰؛ عبدالوند و چارستاد، ۲۰۱۳؛ اژدری و همکاران، ۱۳۹۴؛ توس و همکاران، ۲۰۱۲، عسگری و همکاران، ۱۳۹۴؛ اسماعیل پور و برجویی، ۲۰۱۶، غفاری و کنجکاو منفرد، ۱۳۹۷)، و برخی دیگر از پژوهش‌ها به بررسی مزایای گردشگری تاریخی و ظرفیت‌های این نوع از گردشگری را برای جامعه روستایی پرداخته‌اند (شفیعی ثابت و همکاران، ۱۳۹۷). در این بین مطالعاتی نیز به بررسی و نقش خانه‌های دوم در گردشگری روستایی پرداخته و توسعه گردشگری را با تعداد خانه‌های دوم در روستاها مرتبط دانسته‌اند (رضوانی، ۱۳۸۲، آمار، ۱۳۸۵). همچنین پژوهش‌های بسیار زیادی به بررسی اثرات مثبت و یا منفی گردشگری بر نقاط روستایی تمرکز کرده و

اثرات گردشگری را در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی برای روستاها برشمرده‌اند (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۸۵؛ طیبی و همکاران، ۱۳۸۶، بقایی، ۱۳۹۰؛ رومیانی، ۱۳۹۰؛ زاهدی، ۱۳۹۱، رضوانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ لطیفی و باصری، ۱۳۹۰؛ تولایی، ۱۳۸۵). پژوهشگران بسیار زیادی در مورد نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری تحقیق کرده‌اند (اسچرودر، ۱۹۹۶: ۷۹). از این رو، مباحثی در خصوص نگرش جامعه محلی در مورد توسعه گردشگری به طور روزافزونی توجه دانشجویان، سیاستگذاران و مدیران صنعت گردشگری را به خود جلب کرده است (زمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲۳۳). برخی از پژوهش‌ها تأکید ویژه‌ای بر گردشگری اجتماع-محور داشته و ظرفیت‌ها و قابلیت‌های این نوع گردشگری را در جوامع روستایی بیان کرده‌اند. در این بین پژوهش کاظمیان و همکاران (۱۳۹۹)، در خصوص مسئولیت اجتماعی و اقامتگاه بوم گردی در گردشگری نشان می‌دهد که فرهنگ اجتماع-محور، کسب کار اجتماع-محور، خیرخواهی و پاسخگویی مولفه‌هایی است که بر مدیریت بومگردی در گردشگری کمک شایانی می‌نماید. نمونه‌هایی از این پژوهش‌ها و نتایج آن‌ها در جدول زیر دسته‌بندی شده است.

جدول ۱. بررسی تحقیقات و پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش (پیشینه تحقیق)

محقق	عنوان تحقیق	نتایج
فاضل بخششی (۱۳۸۷)	گردشگری جامعه محور، راهکاری به منظور توسعه پایدار گردشگری در ایران	نگرش‌های بالا به پایین در فرایندهای تصمیم‌گیری از یک سو و حضور سرمایه‌گذاران غیربومی و انتقال منافع حاصل به بیرون از جامعه مد نظر از سوی دیگر، علت ظهور نگرش جامعه محلی در توسعه گردشگری است.
کریم خان (۱۳۸۹)	زمینه‌یابی مشارکت جامعه محلی در توسعه پایدار گردشگری	مفهوم مشارکت جوامع محلی دخالت دادن میزبانان غیررسمی در زمینه صنعت گردشگری از منظر رویکرد پایدار است که آن هم متضمن آمادگی جامعه میزبان و ایجاد تصور در آن‌هاست.
ضرغام بروجنی، حمید و دیگران (۱۳۹۰)	نقش مشارکت جامعه محلی برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در کشورهای در حال توسعه	گردشگری جامعه محور به عنوان کاتالیزوری به منظور دستیابی به توسعه پایدار گردشگری، به ویژه در کشورهای در حال توسعه نقش غیرقابل انکاری ایفا می‌کند.
قیادی و همکاران (۱۳۹۰)	مطالعه وضعیت گردشگری روستایی در روستای خانقاه از دیدگاه اهالی با استفاده از تنوری بنیانی	در این پژوهش به وضعیت گردشگری روستایی خانقاه پرداخته شده که نتایج نشان داده است که با توسعه گردشگری وضعیت اجتماعی - اقتصادی اهالی بهبود یافته است و میزان رضایت از گردشگری در بین اهالی بالا است

## ادامه جدول ۱

نتایج	عنوان تحقیق	محقق
تحقق پایداری گردشگری تنها با مشارکت جامعه محلی در فرایند توسعه امکان پذیر است و الگوی توسعه گردشگری اجتماع-محور بر مشارکت جامعه استوار است و عوامل فرهنگی نقش ضروری و منحصر به فردی در مشارکت در راستای توسعه گردشگری اجتماع-محور دارند	رابطه عوامل فرهنگی با سطح مشارکت در گردشگری اجتماع-محور (مطالعه موردی روستای زاغمرز)	منصوری (۱۳۹۴)
نتایج بیانگر آن است که در بین پنج ارزش ادراکی از سوی گردشگران، ارزش تجربی (فعالیت، فرهنگ و دانش) مهمترین بعد توسعه گردشگری اجتماع-محور روستای مصر بوده است و ارزش کارکردی و تجربی در مراتب بعدی قرار دارد	ارزش‌های ادراکی گردشگران روستای کویری مصر به عنوان گردشگری اجتماع-محور	بیات، سوده و مرتضی خزائی (۱۳۹۵)
طبق نتایج حاصل از ای آزمون، گردشگری جامعه محور در منطقه مورد مطالعه موفق نبوده است؛ به طوری که از میان ده عامل موفقیت بررسی شده، تنها سه عامل مالکیت جامعه محلی، حمایت داخلی و خارجی و محافظت از منابع، میانگینی بیشتر از (۳) داشته اند	میزان موفقیت توسعه گردشگری جامعه محور روستایی از دید جامعه محلی (روستای آسیاب سر بهشهر)	ضرغام بروجنی، حمید . شیما بذرافشان (۱۳۹۵)
نتایج نشان می‌دهد که عامل اقتصادی بالاترین ضریب (۱۹/۱۳) را در گردشگری اجتماع-محور دارد و حفاظت از منابع طبیعی (۱۶/۲۸) و مشارکت (۹/۷۸) در مراحل بعدی قرار گرفته است و روستائیان نگرش مثبتی به این نوع گردشگری بخصوص در ایجاد عوامل اقتصادی دارند	سنجش نگرش روستائیان نسبت به تحقق گردشگری روستایی جامعه محور (دهستان گوراب، شهرستان فومن)	حسام، مهدی و حمیدرضا باغیان (۱۳۹۷)
فرهنگ اجتماع-محور، قانون، توجه محیطی، کسب کار اجتماع-محور، خیرخواهی و پاسخگویی مولفه‌هایی است که بر مدیریت بومگردی در گردشگری کمک شایانی می‌نماید	کشف مولفه‌های مسئولیت پذیری اجتماعی مدیران اقامتگاه‌های بومگردی	کاظمیان، ملک‌زاده، فراچی، خوراکیان (۱۳۹۹)

منبع: کاظمیان و همکاران، ۱۳۹۹؛ بروجنی و همکاران، ۱۳۹۵؛ و دیگران

بورک<sup>۱</sup> (۲۰۰۸)، براس<sup>۲</sup> (۱۹۹۶)، وودس<sup>۳</sup> (۱۹۹۲) و بار<sup>۴</sup> (۱۹۹۵) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که راهبرد گردشگری روستایی بایستی با اهداف جامعه محلی هماهنگ باشد و مطابق منش، آداب و رسوم و فرهنگ منطقه انجام پذیرد و نسبت به پایبندی قوانین و مقررات بومی حساس باشد. بر این اساس چنانچه مدیریت گردشگری روستایی از دل جامعه روستایی انجام پذیرد اصول حاکم بر جامعه

1. Bourke  
2. Brass  
3. Woods  
4. Burr

روستایی در گردشگری ورود پیدا کرده و گردشگری جامعه محوری با توانمندی جامعه بومی شکل خواهد گرفت.

ویور<sup>۱</sup> (۲۰۱۰)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که گردشگری روستایی نه تنها می‌تواند فرصت‌های اشتغال را افزایش دهد، درآمد بالقوه را بالا ببرد و برای ساکنان محلی، استحکام پایه‌های اقتصادی بومی را به دنبال داشته باشد و منبع مالیات برای مدیریت نواحی روستایی باشد، بلکه می‌تواند فرصت‌های فرهنگی را برای ساکنان محلی افزایش دهد. جوروسکی<sup>۲</sup>، بیان می‌کند که گردشگری روستایی اگر خوب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند منابع محیطی محلی را حفظ و یا افزایش دهد (قنبری، ۱۳۸۷).

باختیشودویچ و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۵)، در پژوهش خود با هدف بررسی وضعیت و پیشرفت تحقیقات علمی و نوآوری در صنعت گردشگری با اشاره ویژه به مطالعات انجام شده در مورد اهداف گردشگری و رسانه‌های اجتماعی، به این نتیجه رسیدند که توسعه تعامل هدفمند و اثربخش میان گردشگران و جامعه میزبان علاوه بر افزایش سطح غنای تجربه سفر، توسعه مناطق گردشگری را تقویت می‌نماید همچنین یافته‌ها آن‌ها بیانگر آن است که تقویت سرمایه اجتماعی از طریق واگذاری امور گردشگری به جامعه محلی توسعه گردشگری را به همراه خواهد داشت.

گرچه جامعه محلی در بسیاری از انواع گردشگری با اسامی گوناگون مانند گردشگری کشاورزی، بومگردی، اقامت در منزل، بازدید کوتاه و گردشگری ماجراجویانه به نوعی مشارکت دارد، اما در اکثر مواقع این اسامی تنها به عنوان ابزار بازاریابی استفاده شده (سوانسری<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳: ۱۳) و تأکید چندانی بر نحوه مشارکت و توانمندسازی تمامی اقشار جامعه در توسعه گردشگری ندارند. به همین دلیل در کشورهای در حال توسعه مفهوم گردشگری اجتماع-محور در ارتباط نزدیک با گردشگری با تأکید بر منافع فقرا به عنوان حداثرکننده منافع، جهت کاهش فقر از طریق توسعه راهکارهای مناسب و با افزایش همکاری بین

---

1. Weaver

2. Jurowski

3. Bakhtishodovich et al

4. Suansri

تمامی گروه‌های اصلی و جامعه محلی معرفی شده است (هریس و ووگل<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۶). همانگونه که مشاهده شد پژوهش‌های زیادی در موضوع گردشگری به صورت عام و گردشگری به مفهوم خاص اجتماع-محوری را مورد توجه قرار داده‌اند اما مطالعات بسیار اندکی در رابطه با گردشگری جامعه محور و توسعه روستایی وجود دارد. بسیاری از این مطالعات نیز تنها بخشی از اجزای آن را مورد مطالعه قرار داده‌اند. هم چنین، اکثر مطالعات به ارزیابی این نوع از گردشگری از دیدگاه نخبگان پرداخته‌اند و کمتر دیدگاه جامعه محلی را در این خصوص در نظر گرفته‌اند. در این پژوهش تلاش شده است تمام زوایای این نوع از گردشگری از دید جامعه محلی مورد بررسی قرار گیرد. همچنین در ناحیه مورد مطالعه پژوهشی با توجه به موضوع پژوهش یافت نگردید بنابراین پژوهش حاضر از این جنبه به بررسی موضوع پرداخته است و آن را از دیدگاه خود روستاییان مورد تحلیل قرار می‌دهد.

گردشگری اجتماع-محور نوعی از گردشگری جایگزین است که منافع جامعه محلی را به حداکثر رسانده و بر ظرفیت‌سازی و توانمندسازی مردم محلی، به عنوان ابزارهایی برای رسیدن به توسعه جامعه تمرکز دارد (ضرغام بروجنی و بذرافشان، ۱۳۹۵: ۱۲۰). با توجه به این موضع توانمندسازی محور اصلی گردشگری اجتماع-محور محسوب می‌شود. امروزه گردشگری روستایی بدین جهت اهمیت دارد که از آن به منزله راهبردی جدید در توسعه یاد می‌شود و امید بر آن است که با بکارگیری موثر آن، توسعه پایدار حاصل شود (حیدری و ملکی، ۱۳۹۴: ۲۸۱).

گردشگری جامعه-محور اغلب زمینه‌ای برای توسعه بوم‌گردی است که در آن اجتماع محلی بر گردشگری کنترل قابل توجهی دارد و در توسعه و مدیریت گردشگری مشارکت می‌کند و از بخش عمده سود گردشگری بهره‌مند می‌شود و در عین حال باعث ترغیب توسعه پایدار می‌گردد.

گردشگری اجتماع-محور، توسعه گردشگری محلی در جوامع محلی است که با روش‌های نوآورانه و از طریق افراد و گروه‌ها، مالکان کسب و کارهای کوچک، کارآفرینان، انجمن‌های محلی و دولت‌ها انجام می‌پذیرد. همگام با ساختار شکنی گردشگری انبوه و اهمیت یافتن مقاصد روستایی به عنوان الگوهای فضایی (سقایی و جوانبخت قهفرخی، ۱۳۹۱) گردشگری اجتماع-محور نوعی گردشگری، که پایداری



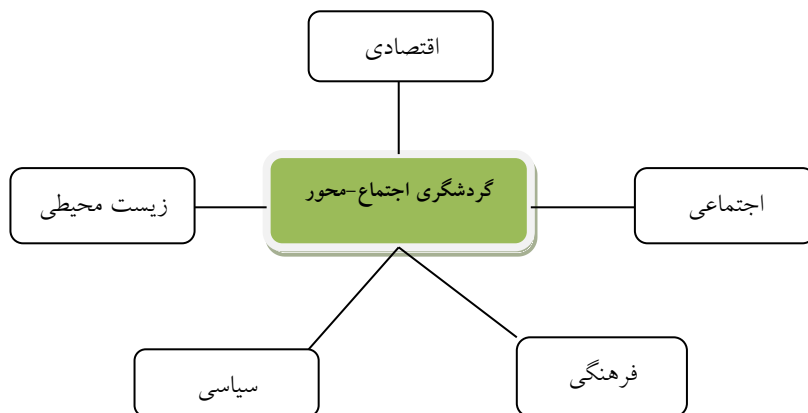
فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی را مدنظر داشته است و به وسیله جامعه محلی، مدیریت و مالکیت می‌شود و هدف از آن قادر ساختن بازدیدکنندگان به افزایش دانش و آگاهی‌شان درباره جامعه و روش‌های زندگی در آن است (سوانسری، ۲۰۰۳: ۱۴).

گردشگری اجتماع- محور اهداف بسیاری را برای جامعه بومی به همراه دارد چرا که فعالیت‌های گردشگری در بیشتر قسمت‌ها توسط اعضای جامعه محلی توسعه و کنترل می‌یابد. به علاوه درآمدهای بدست آمده بطور مستقیم عاید جوامع محلی می‌شود. هدف ثانویه از توسعه گردشگری اجتماع- محور این است که از این طریق برای فرهنگ، میراث و آداب و سنن جامعه محلی بتوان احترام و ارزش قائل شویم. همچنین گفته می‌شود که این نوع گردشگری می‌تواند فرهنگ، میراث و آداب و سنن جامعه محلی را حفظ و تقویت نماید. هدف دیگر اینکه از این رهگذر می‌توان به حفظ و حراست میراث طبیعی جامعه بومی پرداخت. یک نمونه موفق در زمینه گردشگری اجتماع- محور، روستایی است که در شهر یوگیاکارتای اندونزی قرار دارد این روستا مقصد گردشگری کشاورزی اجتماع- محور است در این روستا افراد بومی با کمک دولت محلی توانسته‌اند محصولات کشاورزی را با کیفیت بالا در یک مکان جذاب، دلبزیر و در فضای باز به گردشگران عرضه کنند (کرمی، ۱۳۹۱: ۳۴). معیار ارزیابی موفقیت گردشگری اجتماع- محور که توسط متخصصان پیشنهاد شده در شش عامل اصلی خلاصه شده است:

- این نوع گردشگری باید عملاً مشارکت میزان وسیعی از اجتماع را به همراه داشته باشد.
- منافع که از گردشگری اجتماع- محور بدست آمده‌اند باید عادلانه در اجتماع مقصد توزیع شود.
- مدیریت مناسب و دقیق گردشگری ضروری است.
- گردشگری اجتماع- محور باید همکاری‌ها و حمایت زیادی را از بیرون اجتماع داشته باشد.
- یگانگی مکان باید در پایداری و حفظ مقصد مورد ملاحظه قرار بگیرد.
- حفاظت محیطی نباید نادیده گرفته شود.

گردشگری اجتماع- محور، نوعی از گردشگری است که اجتماع را مهمترین عامل در برنامه‌ریزی و اجرا می‌داند. اجتماع مهمترین گروهی است که از گردشگری منفعت می‌یابد. این نوع از گردشگری معمولاً کوچک مقیاس بوده و دارای هر دو دسته منافع فردی و جمعی است. ضرورت وجود یک چارچوب

جامع برای برنامه‌ریزی و مدیریت پروژه‌های گردشگری روستایی اجتماع-محور ضروری است و تمامی ابعاد جامعه روستایی را بایستی در بر بگیرد. گردشگری اجتماع محور دارای پنج محور اساسی به شرح نمودار زیر است.



شکل ۱. پنج اصل گردشگری اجتماع-محور

(منبع: شاه‌میرزاد، ۱۳۹۱)

از این منظر گردشگری اجتماع-محور سیاست و ابزاری برای توسعه روستایی در ابعاد مختلف در نظر گرفته شده است همچنین گردشگری روستایی بعنوان بازساخت نقاط روستایی و در نهایت گردشگری اجتماع-محور روستایی ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی بیان شده است (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۲۸-۳۰)

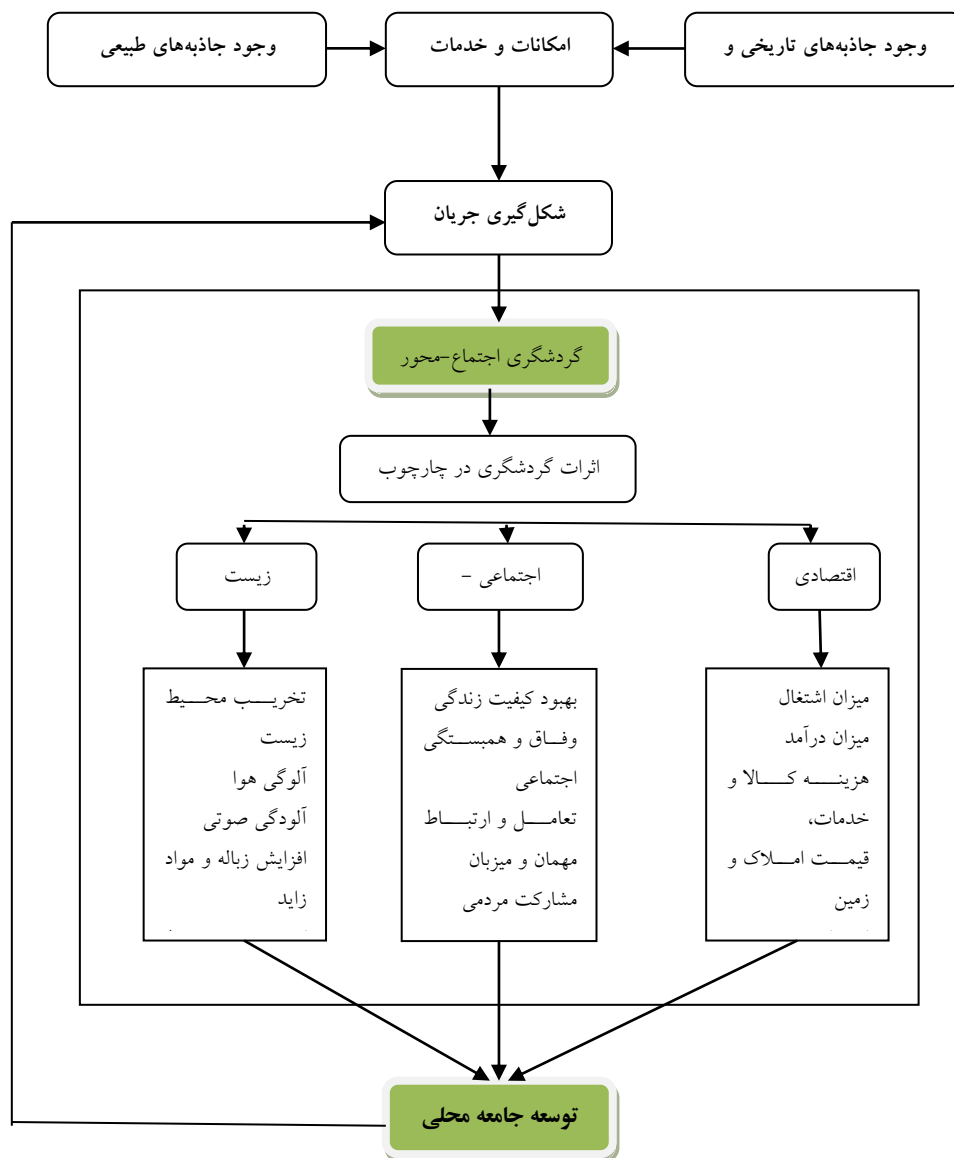
مفهوم گردشگری اجتماع-محور راه را برای تحقیق و توسعه گردشگری با سایر جایگزین‌ها مثل گردشگری حامی فقرا، نوآوری‌های گردشگری مبتنی بر سود برای جامعه، یا بنگاه‌های اقتصادی جامعه محور هموار کرده است بطور خلاصه می‌توان گفت تمام این نوآوری بر این موضوع توافق دارند که جامعه مقصد باید در برنامه‌ریزی گردشگری و فرآیند مدیریت تصمیم‌گیری دخالت داده شود و این به سه دلیل است:

۱- گردشگری، جامعه مقصد را بعنوان بخشی از محصول گردشگری در نظر می‌گیرد

۲- جوامع محلی به راحتی با تغییرات منطبق می‌شوند و

۳- گردشگری به باز شدن ذهن مردم محلی کمک می‌کند (گوزمان، کانیزارس و پوان، ۲۰۱۱).

بنابراین می‌توان توانمندسازی جوامع محلی و توسعه آن‌ها را محصول و فرایندی دانست که در اثر گردشگری اجتماع- محور در جوامع محلی حاصل می‌شود. فرآیندی که طی آن افراد، گروه‌ها و جوامع از وضعیت موجود زندگی و شرایط حاکم بر آن آگاهی یافته و برای تغییر شرایط موجود به سمت شرایط مطلوب با شناسایی نیازها و دارایی‌های خود برنامه‌ریزی مناسب، آگاهانه و سازمان یافته انجام می‌دهند و اگر توسعه جوامع محلی را هدف غایی گردشگری اجتماع- محور محسوب نماییم این توسعه بایستی تمامی جنبه‌های زندگی جامعه محلی را در برگیرد. در روستاهای هدف گردشگری شهرستان پاوه با عنایت به وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی غنی از دیرباز و هم‌چنین با عنایت به طبیعت زیبا و وجود اکوتوریسم طبیعی و مناظر زیبای جنگل و کوه و دریاچه، زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری شکل گرفته است و در سالیان اخیر تعداد گردشگران آن رو به افزایش نهاده است بر این اساس گردشگری روز به روز در جوامع روستایی در حال رشد است و جوامع روستایی به مزایای گردشگری پی برده و خود در راستای گسترش این نوع از گردشگری پیشقدم شده‌اند. حال بررسی اینکه، گردشگری اجتماع- محور به چه میزان توانسته است در توسعه جامعه محلی موثر واقع شود و دیدگاه اهالی روستاها به گردشگری چگونه است موضوع این پژوهش است. بر اساس مبانی نظری با توجه به وجود جاذبه‌ها و توسعه امکانات و خدمات گردشگری، جریان گردشگری شکل گرفته و توسعه می‌یابد، اثرات این توسعه در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی در جامعه محلی نمود عینی و واقعی به خود می‌گیرد و چنانچه رسوخ این اثرات مثبت و مداوم باشد توسعه جامعه محلی به خودی خود شکل خواهد گرفت و با توسعه زنجیره، مجدد گردشگری رونق بیشتری یافته است و این چرخه به صورت فرایندی در تکمیل و بازتکمیل خود می‌باشد. بر این اساس مدل مفهومی زیر برای این پژوهش ترسیم شده است و این فرضیه مطرح شده است که بین گردشگری اجتماع-محور و توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی جوامع محلی رابطه معناداری وجود دارد. در این چارچوب مدل مفهومی زیر ترسیم شده است.



شکل ۲. الگوی مفهومی پژوهش

(منبع: نویسندگان، ۱۳۹۸)

## روش شناسی

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی است و روش و ماهیت آن توصیفی- تحلیلی و نوع آن پیمایشی از نوع علی است. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات، تلفیقی از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ<sup>۱</sup> برابر با ۰/۹۵ محاسبه شده است که در حد مطلوبی تایید شد. برای سنجش میزان تاثیرگذاری گردشگری اجتماع-محور بر توسعه روستایی در چهار روستای نسمة، شمشیر، خانقاه و هجیج از روستاهای هدف گردشگری شهرستان پاوه استان کرمانشاه انتخاب شده و با استفاده از فرمول کوکران<sup>۲</sup> ۳۶۵ خانوار به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. سپس پرسشنامه‌های طراحی شده به صورت تصادفی در بین روستاها به نسبت خانوار توزیع و جمع‌آوری گردید. برای سنجش هر بعد، سوالاتی از ادبیات نظری و پیشینه تحقیق طراحی و پس از تأیید اعتبار محتوایی، با رجوع به متخصصان (اعتبار صوری) و اطمینان از پایایی آن‌ها در ضریب آلفای کرونباخ، در ابعاد اصلی تحقیق (جدول ۳) اجرا شد.

جدول ۲. مشخصات جمعیتی و تعداد نمونه‌های توزیعی در روستاها

نام روستا	تعداد خانوار	تعداد جمعیت	تعداد نمونه
شمشیر	۵۶۰	۲۴۵۰	۱۳۹
خانقاه	۴۲۰	۱۵۰۰	۱۰۶
نسمة	۲۳۰	۷۵۰	۸۰
هجیج	۱۱۵	۳۶۵	۴۰
جمع	۱۳۲۵	۵۰۶۵	۳۶۵

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵؛ محاسبات تحقیق، ۱۳۹۸

جدول ۳. میزان پایایی ابعاد تحقیق

بعد	الفای کرونباخ
اجتماعی	۰/۷۵۷
فرهنگی	۰/۷۶۴
اقتصادی	۰/۷۲۹
زیست محیطی	۰/۸۱۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

مهمترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های مورد بررسی در ابعاد پژوهش در جدول ۴ نشان داده شده است. بر اساس این مؤلفه‌ها پرسش‌ها تدوین و به صورت طیفی (طیف لیکرت) پرسشنامه طراحی گردید.

جدول ۴. متغیرهای مورد بررسی در پژوهش

معیار	بعد
تقویت نقش گروه‌های مردمی، عدالت اجتماعی، فقر، تعامل اجتماعی، مشارکت، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی، همدلی، همبستگی اجتماعی، میزان اعتیاد، امنیت عمومی، انسجام بافت سنتی روستا، ارتقاء سطح استانداردهای زندگی، تقویت کیفیت زندگی	اجتماعی
سطح سواد، توسعه امکانات فرهنگی، فضاهای تفریحی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، مراکز اقامتی، پایگاه مساجد، کانون‌های فرهنگی، تبدلات فرهنگی، سازمان‌های مردم‌نهاد، افزایش آگاهی، کتابخانه‌ها، تقویت فرهنگ بومی و آداب و رسوم محلی	فرهنگی
افزایش درآمد، کاهش بیکاری، افزایش اشتغال، کیفیت شغلی، امنیت شغلی، کیفیت درآمد و ثروت، مسکن، فرصت‌های شغلی، ایجاد نهادهای مالی، میزان فعالان اقتصادی، میزان مهاجرت، حمل و نقل	اقتصادی
دفع بهداشتی فاضلاب، سیستم جمع‌آوری زباله، ایجاد سرویس‌های بهداشتی، بهداشت محیط، آلودگی‌های صوتی، هوا و محیط، گسترش فضای سبز، درختکاری	زیست محیطی

منبع: محمدی و همکاران، ۱۳۹۸؛ قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۴؛ عاقل و همکاران، ۱۳۹۸؛ عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۶،

موسوی، ۱۳۹۲

در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری (توصیفی - استنباطی) از نرم‌افزار اسپس اس بهره گرفته شده است. داده‌های جمع‌آوری شده به صورت جداول آمار توصیفی (فراوانی، درصد، حداقل و حداکثر نمره، میانگین، انحراف معیار و واریانس) مورد بررسی قرار گرفت و با استفاده از آزمون اسپیرمن، ضریب همبستگی پیرسون، آزمون کندل و رگرسیون نتایج تحلیل و فرضیه تحقیق مورد آزمون قرار گرفت.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی جامعه آماری پژوهش نشان می‌دهد که ۴۹/۷ درصد افراد پاسخگو را زن و ۵۰/۳ درصد را مردان تشکیل داده‌اند که از این تعداد ۳۳/۱ درصد مجرد و ۶۴ درصد نیز متأهل بوده، بررسی سطح تحصیلات پاسخگویان نشان می‌دهد که ۲۸/۱ درصد دارای مدرک سیکل، ۲۳/۳ درصد دارای مدرک دیپلم، ۱۴/۶ درصد دارای مدرک فوق دیپلم، ۲۳/۳ درصد دارای مدرک لیسانس و ۱۰/۷ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بوده‌اند. بررسی مدت اقامت آن‌ها بیانگر آن است که ۶،۲۲۶ درصد به مدت

۱-۱۰ سال، ۱۵/۴ درصد به مدت ۱۱-۲۰ سال، ۲۳ درصد به مدت ۲۱-۳۰ سال ۲۴/۷ درصد به مدت ۳۱-۴۰ سال، ۲۳/۶ درصد به مدت ۴۱-۵۰ سال، ۷ درصد به مدت ۵۱-۶۰ سال در روستای محل زندگی خود اقامت داشته‌اند و بررسی گروه سنی پاسخگویان نشان داد که بالغ بر ۳۰ درصد آن‌ها در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشته و گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال نیز با ۲۷ درصد رده بعدی را شکل داده است.

در این قسمت به منظور تحلیل نقش گردشگری اجتماع-محور در توسعه جوامع روستایی، ابتدا به تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع-محور و هر یک از ابعاد توسعه روستایی در جوامع هدف پرداخته شد در ادامه به آزمون فرض اصلی پژوهش پرداخته می‌شود.

### الف: تعیین رابطه گردشگری اجتماع- محور با توسعه بعد فرهنگی

یکی از ابعاد و مؤلفه‌های مورد بررسی در تحقیق توسعه شاخص‌های فرهنگی در اثر ایجاد گردشگری اجتماع-محور بود. جهت بررسی شاخص‌های به دست آمده در بعد فرهنگی اعم از افزایش سطح سواد، توسعه امکانات فرهنگی، فضاهای تفریحی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، مراکز اقامتی، پایگاه مساجد، کانون‌های فرهنگی، تبادلات فرهنگی، سازمان‌های مردم نهاد، افزایش آگاهی، کتابخانه‌ها و تقویت فرهنگ بومی و آداب و رسوم محلی مورد بررسی قرار گرفت، این مؤلفه حاصل متغیر ترکیبی ۱۳ نماگر است نتایج حاصل از آزمون اسپیرمن با سطح معنی‌داری ( $\text{sig} = 0.001/0$ ) نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین توسعه شاخص‌های این مؤلفه با گردشگری اجتماع-محور وجود دارد. همچنین، بر اساس محاسبات میان هریک از ۱۳ شاخص فرهنگی با سطح توسعه روستایی، بین همه شاخص‌های این مؤلفه با توسعه جامعه محلی و توانمندسازی آن‌ها رابطه معنی‌دار و مثبتی با سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. در جدول زیر محاسبات آزمون اسپیرمن<sup>۱</sup> نشان داده شده است.

جدول ۵. تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع-محور و توسعه بعد فرهنگی

		گردشگری اجتماع-محور	بعد فرهنگی
Spearman's rho	گردشگری اجتماع-محور	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	152
	بعد فرهنگی	Correlation Coefficient	.496**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	150

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

## ب: تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع-محور با توسعه بعد اجتماعی

مؤلفه دیگری که بر اساس ادبیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفت بعد اجتماعی و نقش گردشگری اجتماع-محور در توسعه این بعد بود. برای بررسی متغیر اجتماعی شاخص‌هایی همچون: تقویت نقش گروه‌های مردمی، عدالت اجتماعی، فقر، تعامل اجتماعی، مشارکت، انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی، همدلی، همبستگی اجتماعی، میزان اعتیاد، امنیت عمومی، انسجام بافت سنتی روستا، ارتقاء سطح استانداردهای زندگی، تقویت کیفیت زندگی، مورد بررسی قرار گرفت، این مؤلفه نیز حاصل متغیر ترکیبی ۱۴ نماگر است. براساس آزمون اسپیرمن و ضریب همبستگی  $0/7690$  رابطه معنادار و مستقیم بین تمامی نماگرهای این مؤلفه و توسعه جامعه محلی با اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد ( $\text{sig} = 000/0$ ). به عبارت دیگر، گسترش گردشگری اجتماع-محور موجب افزایش کمی و کیفی ابعاد اجتماعی در جوامع روستایی شده است و این امر توسعه جوامع محلی را در بر داشته است جدول زیر محاسبات آزمون اسپیرمن را در بعد اجتماعی تحقیق نشان می‌دهد.

جدول ۶. تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع-محور و توسعه بعد اجتماعی

		گردشگری اجتماع-محور	بعد اجتماعی
Spearman's rho	گردشگری اجتماع-محور	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	347
	بعد اجتماعی	Correlation Coefficient	.690**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	345

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸



## ج: تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع- محور با توسعه بعد اقتصادی

یکی دیگر از شاخص‌ها و ابعاد که در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت بعد اقتصادی توسعه روستایی در اثر گردشگری اجتماع- محور بود شاخص‌های اقتصادی مورد بررسی عبارتند از: افزایش درآمد، کاهش بیکاری، افزایش اشتغال، کیفیت شغلی، امنیت شغلی، کیفیت درآمد و ثروت، مسکن، فرصت‌های شغلی، ایجاد نهادهای مالی، میزان فعالان اقتصادی، میزان مهاجرت و بهبود حمل و نقل کالا و خدمات در روستا بود. این بعد نیز حاصل متغیر ترکیبی ۱۲ نماگر است که در توسعه روستایی مؤثر است. به طوری که رابطه آماری معنی داری با ضریب همبستگی  $0/751$  بین این شاخص‌ها و سطح توسعه در سطح آلفا  $0/05$  و با اطمینان ۹۵ درصد حاصل شد ( $\text{sig} = 000/0$ ). شایان‌ذکر است بر اساس محاسبه رابطه میان هریک از ۱۲ شاخص محیطی با توسعه روستایی رابطه معنادار و مثبت با اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد.

جدول ۷. تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع- محور و توسعه بعد اقتصادی

		گردشگری اجتماع-محور	بعد اقتصادی
Spearman's rho	گردشگری اجتماع-محور	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	348
	بعد اقتصادی	Correlation Coefficient	.751**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	346

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

## د: تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع- محور با توسعه بعد محیطی

یکی دیگر از شاخص‌ها و ابعاد که در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت بعد زیست محیطی توسعه روستایی در اثر گردشگری اجتماع- محور بود شاخص‌های محیطی مورد بررسی عبارتند از: دفع بهداشتی فاضلاب، سیستم جمع‌آوری زباله، ایجاد سرویس‌های بهداشتی، بهداشت محیط، آلودگی‌های صوتی، هوا و محیط، گسترش فضای سبز، درختکاری بود. این بعد نیز حاصل متغیر ترکیبی ۹ نماگر است که در توسعه روستایی مؤثر است. به طوری که رابطه آماری معنی داری با ضریب همبستگی  $0/481$  بین این شاخص‌ها و سطح توسعه در سطح آلفا  $0/05$  و با اطمینان ۹۵ درصد حاصل شد ( $\text{sig} = 000/0$ ). شایان ذکر است، بر اساس

محاسبه رابطه میان هریک از ۱۲ شاخص محیطی با توسعه روستایی رابطه معنادار و مثبت با اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد.

جدول ۸. تعیین رابطه بین گردشگری اجتماع- محور و توسعه بعد زیست محیطی

		گردشگری اجتماع-محور	بعد زیست محیطی
Spearman's rho	گردشگری اجتماع-محور	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	34۴
	بعد زیست محیطی	Correlation Coefficient	.۴۸۱**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	34۱

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

برای تبیین موضوع و در راستای تأیید و یا رد فرضیه تحقیق و بعد از بررسی روابط بین متغیرها، آزمون کندال تائوبی برای تعیین رابطه بین متغیر وابسته و مستقل انجام گرفت و سپس بررسی فرضیه پژوهش با انجام همبستگی مورد تبیین قرار می‌گیرد. برای بررسی بیشتر شاخص‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی و بررسی نقش آن‌ها در توسعه جوامع محلی آزمون کندال تائوبی در سطح همه شاخص‌ها گرفته شد نتایج آزمون آماری کندال تائوبی در جداول زیر آمده است این آزمون روابط بین متغیرها را تایید نموده بطوری‌که در آزمون کندال تائوبی با سطح معنی‌داری ( $p = 0.000/0$ ) نشان می‌دهد رابطه معنادار و مثبت در سطح آلفا ۰/۰۵ درصد و با سطح اطمینان ۹۵ درصد، بین هر یک از ابعاد با توسعه جوامع محلی وجود دارد. براساس آزمون کندال تائوبی ضریب همبستگی ۰/۵۷۸ رابطه معنادار و مستقیم بین تمامی نماگرها و سطح توسعه جوامع محلی بر پایه گردشگری اجتماع- محور وجود دارد.

جدول ۹. رابطه بین شاخص‌های گردشگری اجتماع- محور و توسعه جوامع محلی (آزمون کندال)

		گردشگری اجتماع-محور	توسعه جوامع محلی
Kendall's tau_b	گردشگری اجتماع-محور	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	340
	توسعه جوامع محلی	Correlation Coefficient	.578**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	338

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

بررسی رابطه بین دو متغیر وابسته و مستقل در بین ابعاد پژوهش و توسعه نشان می‌دهد که اختلاف بین پاسخ پاسخ‌گویان در تاکید بر ابعاد اجتماعی و اقتصادی معنادار ( $p = 0.00/0$ ) است و وضعیت شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی بر توسعه جوامع محلی بر پایه گردشگری اجتماع- محور بیشتر تأثیرگذار است.

جدول ۱۰: رابطه بین گردشگری اجتماع-محور و توسعه جوامع محلی

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	269.318	1	269.318	514.715	.000 <sup>b</sup>
	Residual	175.808	336	.523		
	Total	445.125	337			

a. Dependent Variable: گردشگری اجتماع-محور

b. Predictors: (Constant): توسعه جامعه محلی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

فرضیه‌ای که در این پژوهش طرح گردید این بود که بین گردشگری اجتماع-محور و رشد ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی جوامع محلی رابطه معناداری وجود دارد که در نهایت این ابعاد منجر به توسعه روستایی می‌شود. جهت بررسی فرضیه از آزمون ضریب همبستگی استفاده گردید. جدول نتایج آزمون ضریب همبستگی در مورد رابطه بین توسعه جوامع محلی با گردشگری اجتماع- محور نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. بررسی ضریب همبستگی بین توسعه جوامع محلی با گردشگری اجتماع- محور

متغیر	تعداد	ضریب همبستگی	درجه آزادی	سطح معنی داری
ظرفیت توسعه محلی در گردشگری اجتماع- محور	۳۵۶	۰/۷۷۸	۳۵۵	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

نتایج جدول نشان می‌دهد که بین گردشگری اجتماع- محور و توسعه جوامع محلی رابطه مستقیم وجود دارد زیرا سطح معنی داری آزمون برابر با ۰/۰۰۰ است که چون از مقدار خطای ۰/۰۵ کوچکتر است در نتیجه فرض صفر رد می‌شود عبارت دیگر بین دو متغیر مذکور رابطه معناداری وجود دارد بطوریکه با افزایش گردشگری اجتماع- محور، توسعه جوامع محلی نیز بهبود می‌یابد. بنابراین گردشگری اجتماع- محور به مثابه یکی از مهم ترین مؤلفه اثرگذار در نظام فضایی توسعه جوامع محلی محسوب می‌شود که علاوه بر تحول و توسعه، عملکرد و ساختار توسعه را در سطح مناطق و نواحی بهبود می‌بخشد.

برای تعیین اثرات متغیرهای مؤثر بر توسعه جوامع محلی و پیشبینی میزان تغییرات هر متغیر اقدام به تحلیل و تخمین معادله رگرسیون چند متغیره گردید. در این پژوهش متغیر توسعه جامعه محلی به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی به عنوان متغیرهای مستقل وارد معادله رگرسیون شدند همانطور که جدول نشان می‌دهد ضریب بتا، اهمیت نسبی متغیرها را بیان می‌کند و بزرگ بودن بتا اهمیت آن را مشخص می‌کند. در تحلیل نهایی، تعداد متغیرهای چهار بعد اصلی پژوهش عبارتند از: بعد اقتصادی با بتای ۰/۷۴۲؛ بعد اجتماعی با بتای ۰/۵۰۴؛ بعد فرهنگی با بتای ۰/۴۲۱ و بعد زیست محیطی با بتای ۰/۲۹۷ مشخص شدند، بنابراین مهمترین شاخص‌های تأثیرگذار در توسعه روستایی، شاخص‌های بعد اقتصادی است و شاخص‌های بعد اجتماعی و فرهنگی در رتبه‌های بعدی تأثیرگذار در توسعه جوامع محلی دارند و بعد زیست محیطی کمتر از دیگر شاخص‌ها در توسعه جامعه محلی تأثیرگذار بوده است، نتایج تحلیل رگرسیون شاخص‌های ابعاد مورد پژوهش در مدل مفهومی تحقیق در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۱۲. ضریب رگرسیونی متغیرهای مستقل بر توسعه جامعه محلی

سطح معنی داری	t	ضرایب معیار نشده		متغیر مستقل
		ضرایب معیار شده بتا	خطای معیار B	
۰/۰۰۰	۱۴/۰۴۳	۰/۵۰۴	۰/۰۳۸	بعد اجتماعی
۰/۰۰۰	۵۲۱/۱۱	۰/۷۴۲	۰/۰۴۴	بعد اقتصادی
۰/۰۰۰	۷/۰۳۷	۰/۴۲۱	۰/۰۳۳	بعد فرهنگی
۰/۰۲	۷۷۸/۳	۰/۲۹۷	۰/۰۴۶	بعد زیست محیطی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

### نتیجه گیری

امروزه صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد و تجارت جهان است. هم-چنین گردشگری می‌تواند به عنوان محصول بالقوه، در ارتقای یک کشور و مشارکت جوامع محلی در توسعه گردد. گردشگری روستایی یک نوع محلی گردشگری است که توسط ساکنان محلی و بر پایه چشم‌انداز محلی و فرهنگ ایجاد و مدیریت می‌شود و توسعه می‌یابد. رویکرد اجتماع-محوری به گردشگری یا توسعه جامعه محور یکی از راهبردهایی است که می‌تواند پیوند دهنده علاقه‌مندی‌ها نسبت به توسعه باشد که بر الگوی اقتصاد محور همراه با توسعه پایدار اجتماعی و اکولوژیکی تاثیر می‌گذارد. گردشگری اجتماع-محور به عنوان راهکاری بالقوه برای کاهش اثرات منفی گردشگری انبوه در کشورهای در حال توسعه است و می‌تواند باعث بهبود معیشت جوامع محلی گردد. گردشگری جامعه محور به عنوان مدل مناسب توسعه پایدار شناخته می‌شود که به دنبال حداکثرسازی منافع اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی و به حداقل رساندن اثرات منفی زیست-محیطی است. در راستای این نوع گردشگری، توانمندسازی و توسعه جوامع محلی اصلی مهم و کلیدی محسوب می‌شود. گردشگری اجتماع-محور از طریق نفع اقتصادی مقصد از گردشگری در کنار حفظ محیط طبیعی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، منجر به ماندگاری و پایداری بلندمدت گردشگری می‌شود، همچنین گردشگری جامعه محور روشی برای جریان سود در بین همه کسانی است که تحت تاثیر گردشگری هستند در واقع این نوع گردشگری، گردشگر به

عنوان بخشی از جامعه با اجتماع ارتباط متقابل دارد و منجر به رشد دانش و توسعه در جامعه محلی می‌شود.

نتایج به دست آمده در این پژوهش نشان داد که این نتایج با اهداف گردشگری اجتماع-محور شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و حفاظتی نیز همخوانی دارد. از بعد اقتصادی منافع اقتصادی حاصل از این نوع گردشگری و فرصت‌های شغلی ایجاد شده، باید به طور عادلانه میان جامعه توزیع شود. از بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری اجتماع-محور باید منجر به حفظ ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی شده و انسجام و همکاری را در جامعه تقویت کرده و منجر به افزایش اعتماد به نفس و غرور جامعه شود. همانطور که استرونزا و گردیلو<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) نیز ذکر کرده اند، گردشگری سبب افزایش همبستگی اجتماعی و اعتماد در بین جوامع محلی می‌شود. حفاظت از منابع طبیعی نیز از دیگر اهداف اساسی توسعه گردشگری اجتماع-محور می‌باشد. در این عامل گویه‌های تمایل جامعه محلی به حفظ منابع، ارتباط ساکنین و گردشگران، توسعه اقتصادی منطقه، امکان مدیریت گردشگران توسط جامعه محلی، صحبت با دیگران در ارتباط با گردشگری، آسیب محیط طبیعی و آسیب گردشگران به محیط بارگذاری شده است. در حقیقت توسعه گردشگری سبب افزایش آگاهی جامعه محلی درباره منابع گردیده است در بحث اقتصادی، متغیرهایی مانند ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، سرمایه‌گذاری افراد محلی و غیره بالاترین اولویت را داشته‌اند. این یافته‌ها به خوبی نشان می‌دهد که مشارکت به عنوان رکن اصلی گردشگری جامعه محور منطقه مورد مطالعه کمتر مورد توجه بوده است که این امر با مطالعات ضرغام بروجنی و بذرافشان (۱۳۹۵) نیز همخوانی دارد. در حقیقت با توجه به مشکلات اقتصادی موجود در منطقه، همواره یکی از انتظارات اصلی مردم محلی از گردشگری، بهبود اوضاع اقتصادی است که به نظر می‌رسد تنها راه حل آن توجه به گردشگری اجتماع-محور باشد. این مسئله با توجه به مشارکت و علاقه مردم محلی روستاهای هدف گردشگری پناه در توسعه گردشگری، از یک سو و وجود جاذبه‌های طبیعی روستاها، افزایش روزافزون تعداد گردشگران ورودی به منطقه، بالا بودن سطح سواد و غیره از سوی دیگر می‌تواند قابلیت اجرای بالایی در بین جامعه محلی مورد مطالعه داشته باشد. البته باید توجه داشت که وجود نقاط قوت ذکر شده

باید در کنار ظرفیت‌سازی برای مشارکت جامعه در نظر گرفته شود. در این زمینه آموزش و ترویج در بین جامعه محلی بسیار حائز اهمیت است. با توجه به اهمیت نقش گردشگری اجتماع- محور در توسعه محلی، اصول مرتبط با آموزش، مدیریت و سازمان‌دهی جامعه با توجه به مطالعات انجام شده در راستای بررسی تمایل به توسعه، نحوه مشارکت مردم بومی و عوامل فرهنگی و عوامل اجتماعی موثر بر آن، مناسب است که راهکارهای زیر جهت زمینه‌سازی این نوع از توسعه گردشگری در جامعه محلی مورد توجه قرار گیرد:

- تعیین عوامل مؤثر بر ارتقاء گردشگری اجتماع-محور برای توسعه جامعه محلی  
 - تعیین گونه شناسی توانمندی در جامعه محلی هدف، جهت شناسایی نحوه مشارکت مطلوب جامعه در گردشگری و فرایند تصمیم‌گیری مرتبط با آن  
 - برنامه‌ریزی آموزشی جهت ارتقاء سطح دانش و معلومات مرتبط با گردشگری و توانمندسازی در جامعه هدف

- شناسایی و بررسی وضعیت ذینفعان جهت توسعه گردشگری در جامعه هدف  
 - بومی‌سازی الگوهای آموزش اجتماع- محوری و الگوهای اجرایی گردشگری جامعه محور بر اساس خصوصیات جامعه هدف  
 در نهایت نتایج بیانگر آن است که توسعه ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی در سطح جوامع محلی به توسعه روستایی منجر می‌شود نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات احمدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صفرآبادی و طبیعی، ۱۳۹۶؛ صالح‌پور و همکاران، ۱۳۹۵، شفیعی و همکاران، ۱۳۹۶، فضل، ۱۳۹۴ و ... در یک راستا بوده و مؤید توانمندی گردشگری اجتماع-محور بر توسعه جوامع محلی است.

## منابع

- احمدیان، محمدعلی؛ علیزاده، کتابیون و رشید بوکانی. (۱۳۹۵). «نقش گردشگری در توسعه روستایی شهرستان مریوان». فصلنامه جغرافیا، دوره جدید، سال چهاردهم، شماره ۵۱، صص ۳۲۵-۳۵۰
- آمار، تیمور. (۱۳۸۵). «بررسی و تحلیل گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی، مطالعه موردی: بخش خورگام رودبار». فصلنامه چشم‌نما/جغرافیایی، سال اول، شماره ۱، صص ۶۵-۸۷

فلاح تفتی، حامد؛ زحمتکش سردوراهی، مهدیه و گورنگی، بهاره. (۱۳۹۹). «عوامل کلیدی موفقیت جمع‌سپاری در توسعه توانمندی‌های گردشگری (مورد مطالعه: شهر یزد)». دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هشتم، شماره ۱۵، صص ۱۷۰-۱۴۵.

قدیری معصوم، مجتبی، حسین باغیانی و محمد نیک سیرت. (۱۳۹۴). «اثرات اکوتوریسم بر توسعه پایدار روستاهای نواحی بیابانی، (مطالعه موردی: مجموعه روستایی ده بالا شیرکوه استان یزد)». مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، شماره ۲۶، صص ۱۳۱-۱۴۸.

جوان، جعفر و سقایی، مهدی. (۱۳۸۲). «گردشگری روستایی و توسعه». مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در ایران، اردیبهشت ماه، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران  
حیدری ساربان، وکیل. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی کشاورزان در مناطق روستایی شهرستان اهر». فصلنامه فضای جغرافیایی، شماره ۴۱، صص ۱۵۷-۱۷۹.

حیدری ساربان، وکیل و ملکی، ابوذر. (۱۳۹۳). «ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی، مورد مطالعه: روستای ده زیارت، شهرستان بوانات استان فارس». فصلنامه توسعه روستایی، شماره ششم، شماره ۲، صص ۲۷۹-۲۹۸.

رضوانی، محمد رضا. (۱۳۹۰). «تحلیل روند ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی، مطالعه موردی: نواحی روستایی شمال استان تهران». پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۵، صص ۵۹-۷۳.

رومیانی، احمد. (۱۳۹۲). «ارزیابی نقش جریان سرمایه شهری - روستایی در توسعه پایدار گردشگری، مطالعه موردی: دهستان حصار والی‌عصر بویین زهرا». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان، دانشکده علوم انسانی، گروه جغرافیا.  
سخدری، کمال؛ سید امیری، نادر؛ رجائیان، علیرضا و سخدری، جواد. (۱۳۹۷). «شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در ایران، مورد مطالعه: استان تهران». دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هفتم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان، صص ۸۱-۱۰۰.

کاظمیان، صادق؛ ملک‌زاده، غلامرضا؛ فراچی، محمد مهدی و خوراکیان، علیرضا. (۱۳۹۹). «کشف مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران اقامتگاه‌های بوم گردی ایران». دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هشتم، شماره شانزدهم، صص ۱۶۸-۱۴۵.

سقایی، مهدی؛ جوانبخت، زهره و عیدی، محدثه. (۱۳۹۵). «ارزیابی شکل‌گیری گردشگری اجتماع-محور در نواحی روستایی استان گلستان». فصلنامه علمی - پژوهشی انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال چهاردهم، شماره ۴۹، صص ۹۵-۱۱۳  
سقایی، مهدی و جوانبخت قهفرخی، زهره. (۱۳۹۱). «امکان‌سنجی گردشگری روستایی در خراسان شمالی، مطالعه موردی: منطقه اسفیدان». دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری. دوره اول، سال اول، شماره اول، صص ۵۱-۶۲.



- شفیعی ثابت، ناصر؛ قربانی، جواد و بهمنی، رحیمه. (۱۳۹۷). «ظرفیت‌های گردشگری تاریخی و تأثیر آن در توسعه پایدار روستایی، مطالعه موردی: ناحیه سلطانیه استان زنجان». *پژوهش‌های دانش زمین*، سال دهم، شماره ۳۷، بهار، صص ۹۴-۱۰۸.
- صفرآبادی، اعظم و طیبی، منصور. (۱۳۹۶). «توسعه گردشگری اجتماع-محور با تأکید بر جنبه‌های قومی محلی، مطالعه موردی: شهر کرمانشاه». *فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا*، دوره جدید، سال پانزدهم، شماره ۵۲، صص ۱۶۹-۱۸۲.
- ضرغام بروجنی، حمید و بارزانی، هلیا. (۱۳۹۲). «آسیب‌شناسی برند گردشگری». *تحقیقات بازاریابی نوین*، سال سوم، شماره اول، صص ۶۳-۸۰.
- ضرغام بروجنی، حمید و بذرافشان، شیما. (۱۳۹۵). «میزان موفقیت توسعه گردشگری جامعه محور روستایی از دید جامعه محلی، مطالعه موردی: روستای آسیابسر، شهرستان بهشهر». *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، دوره ۵، شماره ۴، صص ۱۱۹-۱۳۶.
- عاقل، راضیه، موسائی، میثم و منصور وثوقی. (۱۳۹۸). «بررسی نقش عوامل اجتماعی موثر بر توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر همدان)». *فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی*، شماره ۲۱، صص ۲۵۹-۲۸۲.
- عسگری خوشئی، رضا و رضایی دولت آبادی، حسین. (۱۳۹۴). *تحلیل تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر نیت رفتاری مصرف کنندگان (دیدگاه مصرف کنندگان شرکت گیتی پسند اصفهان)*. «مدیریت بازرگانی»، دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۵۹-۸۷.
- عنابستانی، علی اکبر؛ سعیدی، عباس و حسن درویشی. (۱۳۹۶). «بررسی آثار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست محیطی توسعه گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی از دیدگاه گردشگران و روستاییان (مطالعه موردی: دشت ارژن-فارس)». *فصلنامه برنامه ریزی فضایی*، دوره ۲، شماره ۲، صص ۱-۲۰.
- غفاری، محمد و کنجکاو منفرد، امیررضا. (۱۳۹۷). «اثر مسئولیت اجتماعی بر توسعه ارزش ویژه برند مقصدهای گردشگری، مورد مطالعه: شهر اصفهان». *دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، سال ششم، شماره یازدهم، صص ۱۳۹-۱۶۲.
- قنبری، یوسف. (۱۳۸۷). «گردشگری روستایی، رویکردی جدید در مدیریت روستایی کشور». *مجله پیک نور*، سال هفتم، شماره سوم (ویژه علوم اجتماعی)، صص ۱۴۲-۱۵۱.
- محمدی، محمد. (۱۳۸۵). «توانمندسازی نیروی انسانی». *فصلنامه مطالعات مدیریت*، دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۱۱-۲۳۲.
- محمدی، کریم، محمدزاده نصیرآبادی، مهناز و طاهره شرقی. (۱۳۹۸). «شناسایی و بررسی عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری روستایی، (مطالعه موردی: روستاهای زرآباد الموت شرقی قزوین)». *فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی*، جلد ۶، شماره ۴، صص ۴۲۷-۴۴۳.
- موسوی، میرنجف و علی باقری کشکولی. (۱۳۹۲). «گردشگری فرهنگی (ماهیت و مفاهیم)». تهران، انتشارات آراد کتاب

Amundsen, S., and Martinsen, L. (2015). "Linking empowering leadership to job satisfaction", Work Effort, and Creativity: The Role of Self-Leadership and Psychological Empowerment, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 22(3): 304-323.

- Bakhtishodovich, B. S., Khamidov, O., Mamayunusovich, P. O., Ramos-Ramos, S. E. R. G. I.O., Bobirshoyvich, M. S., & Mukhamadaminovich, B. N. (2015). The role of social media, user generated platforms and crowd sourcing in the development of tourism destinations. *Journal of Hospitality Management and Tourism*, 6(4), 30-38
- Boruk, Albert. (2008). Tourism and poverty relief. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 107–126
- Brass, Jane L. (ed.) (۱۹۹۶), "Community Tourism Assessment Handbook. Corvallis, Oregon: *Western Rural Development Center*", Oregon State University. Web Site: <http://extension.usu.edu/wrdc/ctah>;
- Budneau, A. (۲۰۰۹). "Environment supply chain management in tourism: The case of large Tour operators", *Journal of Cleaner Production*, ۱۷(۱۶):.۱۳۹۲-۱۳۸۵
- Burr, Steven W. (1995), "The Rural Action Class's Perceptions of Tourism and its Potential for Economic Development: Case Studies from Four Rural Pennsylvania Counties", *Journal of General Technical Report*, Report No. INT- 323: 82-89;
- Carbone, G. (2004)." Tour operator responsibility and best practice example, tour operator initiative program officer", *UNEP*, Paris: 1-63.
- Chiang, L., (۲۰۰۸), "Tourism development and economic growth: A closer look at panels", *Journal of Tourism Management*, .۱۹۱-۲۹:۱۷۸
- Haland, Tadayuki, and Sandra Naipaul. (2008) "Agritourism as a Catalyst forImproving the Quality of the Life in Rural Regions: A Study from a DevelopedCountry." *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*9, no. 1 :1-33.
- Harris R. & Vogel, D. (2002). "E-commerce for community based tourism in developing countries", city university of HongKong, Department of information
- Jurowski, Claudia (۱۹۹۶), "Tourism Means More than Money to the Host Community", *Parks and Recreation*, Vol. ۳۱, No. ۹: ;۱۱۸-۱۱۰
- Richard,G. and Hall,D (2000). *Tourism and Sustainable Community Development* , Routledge Publication
- Suansri, P. (2003). "Community based tourism handbook". Responsible Ecological Social Tour-REST
- Telfer, D. and Sharpley, R. (۲۰۰۸). *Journal of "Tourism and development in the developing world"*, Rout ledge, Oxon, UK: .۲۸۰-۱
- Torres, A., Bijmolt, T., Tribó, J., & Verhoef, P., (2012), "Generating global brand equity through corporate social responsibility to key stakeholders," *International Journal of Research in Marketing*, 29, 13–24.
- Weaver, Glenn (1986), "Tourism Development: A Potential for Economic Growth", in *New Dimensions in Rural Policy: Building Upon our Heritage*, Subcommittee on Agriculture and Transportation of the Joint Economic Committee, U.S. Congress: 440- 444;
- Woods, Mike D. (1992), "The Tourism/Rural Economic Development Link", *Blueprints for Economic Development*, Cooperative Extension Service, Oklahoma State University, Vol. 2, No. 2: 2.