

مقاله پژوهشی - فصلنامه علمی رهیافت

سال هفدهم، شماره ۶۴، پاییز ۱۴۰۲

صفحه ۲۳۷ تا ۲۵۸

جامعه‌شناسی روستایی ایران و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری

غلام رضا قاسم نژاد / گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

ایرج ساعی ارسی / گروه جامعه‌شناسی، واحد ابهر، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. (نویسنده مسئول).

saciarasi@gmail.com

حسین آقاجانی مرساء / گروه جامعه‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

یکی از موضوعاتی که امروزه به شدت مورد توجه جامعه‌شناسان روستایی قرار گرفته است، گردشگری روستایی و تأثیر آن بر توسعه پایدار و همه‌جانبه روستا است. از منظر جامعه‌شناسی روستایی عوامل مختلفی در توسعه گردشگری روستایی و به تبع آن توسعه روستاها نقش دارند. از این رو، هدف از مقاله حاضر ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی از منظر جامعه‌شناسی و به دنبال آن شناسایی اولویت‌بندی و درجه اهمیت هر یک از عوامل مورد نظر در روستاهای استان ایلام است. از این رهگذر می‌توانیم به سیاستگذاران و تصمیم‌گیران حوزه گردشگری برای اتخاذ تصمیمات کاربردی‌تر کمک نماییم. بر این اساس، مسأله پژوهش حاضر آن است که اولاً مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رشد و توسعه گردشگری روستایی در استان ایلام کدامند؟ و به دنبال آن کدام یک از عوامل مذکور از درجه اهمیت بیشتری در توسعه گردشگری روستایی منطقه مورد مطالعه برخوردارند؟ این پژوهش از نظر ماهیت، از نوع پژوهش‌های تلفیقی کمی-کیفی و از لحاظ هدف؛ از نوع تحقیقات کاربردی به شمار می‌آید. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و پیمایشی (مصاحبه و پرسشنامه) مورد استفاده قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که از میان ۲۰ عامل فرعی مؤثر بر توسعه گردشگری در نقاط هدف، دو عامل زیرساختی (امکانات حمل و نقل مستقیم بین روستاهای استان ایلام و استان‌های همجوار، نظارت کافی و اهرم‌های مؤثر کنترلی در خصوص بهسازی، تعمیر و نگهداری) و یک عامل فرهنگی-اجتماعی (آموزش و تعمیم روش‌های ارتباطی در مناطق گردشگری) از اولویت بیشتری برخوردار بوده‌اند.

کلیدواژه: ایلام، جامعه‌شناسی روستایی، گردشگری روستایی،

زیرساخت‌های روستایی

تاریخ تایید: ۱۴۰۲/۸/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۱۶

مقدمه

دولت‌ها امروزه با توجه به گسترش پدیده گردشگری در جامعه و آثار آن بر زندگی افراد جامعه میزبان، توجه به این پدیده از دیدگاه جامعه‌شناختی ضروری می‌باشد. جامعه‌شناسی گردشگری تخصصی نوظهور است که به مطالعه علل و عوامل، نقش‌ها، مناسبات و نهادهای مؤثر در گردشگری و پیامدهایی که این پدیده بر جای می‌گذارد، می‌پردازد. نخستین بار در سال ۱۸۹۹ یک نشریه ایتالیایی با رویکرد جامعه‌شناسانه به پدیده گردشگری پرداخته است (آپوستولوپوس، ۱۳۸۸: ۷۳). در این میان، با توجه اهمیت روستا و مناطق روستایی در زمینه جذب گردشگران، جامعه‌شناسی روستایی نیز به این حوزه ورود کرده و عوامل مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و زیرساختی روستا که در جذب گردشگران مؤثر می‌باشند را مورد مطالعه و ارزیابی قرار داده‌اند.

در حال حاضر گردشگری در مقاصد هدف، از جمله روستاها، تأثیر مثبتی بر توسعه اقتصادی کشورها مخصوصاً ارزآوری، نرخ اشتغال، مالیات و... داشته است (Richards, 2011: 87). این صنعت در هزاره سوم به یکی از پررونق‌ترین صنایع در جهان تبدیل شده است (ابراهیمی‌دهکردی، ۱۳۹۳: ۲)؛ از این رو است که کشورهای مختلف در تلاش هستند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل گردشگری، فرصت رضایت‌مندی و بهره‌مندی در ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub & Joo, 2009:125). ناگفته پیداست که هزینه‌های حاصل از گردشگری و جذب توریست به توسعه و پیشرفت اماکن گردشگری و دیدنی کمک خواهد نمود. افزایش گردشگر موجب توسعه‌ی تجارت‌های کوچک و همچنین افزایش سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی در مناطق گردش‌پذیر می‌شود که این مهم به نوبه خود، نیروی کار بیشتری می‌طلبد و موجب کاهش بیکاری جوانان و چرخش اقتصاد در این مناطق می‌شود (Page et al., 2017:154). گردشگری زمانی می‌تواند موفق باشد که ساکنین بومی مناطق گردش‌پذیر بتوانند از مزایای اقتصادی و مالی حضور گردشگران منتفع شده و همزمان نیز آسیب و تخریب به طبیعت وارد نگردد و بافت سنتی و بکر مناطق گردش‌پذیر نیز حفظ گردد.

گردشگری روستایی در ایران به توجه به جاذبه‌های منحصر به فرد اقتصادی، اجتماعی و بوم‌شناختی آنها می‌توان به توسعه روستاهای ایران کمک شایان توجهی کند. داشتن فضاهای کالبدی، معماری‌های خاص، شرایط جغرافیایی، فرهنگ و آداب و سنن، فعالیت‌های اقتصادی، صنایع دستی، الگوی معیشت، سکونت و آرامش، مناظر بکر و متنوع و زیبا،

از ویژگی‌های ارزشمندی است که به توسعه گردشگری روستایی در ایران کمک شایان توجهی می‌کند (قدیری معصوم و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۱۳).

استان ایلام، دارای بهترین روستاهای گردشگری ایران در حوزه گردشگری است. با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری تاریخی، فرهنگی و اکوتوریستی در داخل و حومه روستاها این استان، قرارگیری در مسیر راه کربلا، دارا بودن نیروی کار جوان و همچنین خدماتی بودن ماهیت اقتصادی روستاهای استان زمینه مناسب برای ایجاد کسب و کار مرتبط با حوزه گردشگری روستایی را دارا می‌باشد. روستاهای استان ایلام علی‌رغم برخورداری از جاذبه‌های فراوان گردشگری بی نظیر؛ متأسفانه هنوز از دستاوردهای صنعت گردشگری آنچنان که باید بهره نبرده است. این پژوهش با توجه به اهمیت توسعه‌ی صنعت گردشگری روستایی، به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی این صنعت در استان ایلام خواهد پرداخت. از این رو سؤالات این پژوهش عبارتند از:

• عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام کدامند؟

• اولویت بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام چگونه است؟

بنابراین، پژوهش حاضر با هدف اولویت‌بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام با روش «ویکور فازی»^۱ انجام گرفته است. رویکرد این پژوهش آمیخته اکتشافی (کیفی - کمی) است. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه آماری در مرحله کیفی تعداد ۱۵ نفر از خبرگان به روش گلوله برفی انتخاب شده و در مرحله کمی تعداد ۳۸۴ نفر از سرپرست خانوارهای روستایی، با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به عنوان حجم نمونه تعیین شد. پرسشنامه پژوهش محقق ساخته و با پایایی آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۳ تأیید شده است.

یشینه پژوهش

تاکنون حجم عظیمی از ادبیات پیرامون گردشگری روستایی شکل گرفته است. از نظر این پژوهشگران، گردشگری روستایی به مثابه شکلی خاص از گردشگری به شمار آمده است، به نحوی که اگر با در نظر گرفتن نیازها، مختصات و مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع روستایی همراه با توجه به نیازهای گردشگران به درستی برنامه‌ریزی و

^۱. روش Fuzzy Vikor، یک روش تصمیم‌گیری چندمعیاره است که جهت رتبه‌بندی گزینه‌های مختلف به کار می‌رود و بیشتر برای حل مسائل گسسته کاربرد دارد. (برای مطالعه بیشتر مراجعه شود به: گلشنی و قائدی، ۱۳۹۲).

ساماندهی شود، می‌تواند بخش بزرگی از مشکلات اقتصادی (مانند بیکاری، فقر و محرومیت و ...) نواحی روستایی کشور را مرتفع سازد (ایمنی‌قشلاق و هاشمی، ۱۳۹۰). بنابراین، بخش عمده پژوهش‌های گذشته به توضیح موانع و عوامل محرک گردشگری روستایی و تأثیرات آن بر توسعه روستایی پرداخته‌اند. فقدان امکانات زیربنایی، فقدان شبکه‌های اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع، عدم توجه و حمایت کافی دولت، از جمله موانع اصلی توسعه گردشگری روستایی شناسایی شده‌اند (کریمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۵؛ پاپ‌زن و همکاران، ۱۳۹۰؛ سرایی و شمشیری، ۱۳۹۲). یافته‌های پژوهشی ایبانه (۱۳۹۱)، نشان می‌دهد که شاخص‌های مدیریتی به عنوان مهم‌ترین آسیب گردشگری روستایی به شمار می‌آید. آمار (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به این نتیجه رسیده است که سرعت تغییرات در چشم‌انداز جغرافیایی ناحیه (دیلمان) به نحوی است که مدیران نیز عملاً در دام منافع مالی ناشی از این امر قرار گرفته‌اند. طیب‌نیا و همکاران (۱۳۹۵) با هدف تحلیل تأثیرات گردشگری بر کیفیت زندگی روستاییان، به این نتیجه رسیده‌است که توسعه گردشگری موجب بهبود سطح کیفی زندگی روستاییان این بخش شده است. امیدوی و همکاران (۱۳۹۶)، به این نتایج دست یافته‌اند که برخی عوامل داخلی و خارجی می‌تواند به توسعه گردشگری در استان ایلام کمک کند. وانگ (۲۰۰۶) در پژوهشی دریافت تقویت اعتماد به نفس، تقویت زیرساخت‌های آموزشی و بهداشتی، افزایش رفاه و کاهش فقر و امنیت از اثرات مثبت توسعه گردشگری در نواحی روستایی است. راسور (۲۰۱۲) در پژوهشی دریافت که نبود آموزش‌های مرتبط برای افراد محلی، مشکلات مربوط به زبان افراد محلی و ناتوانی برقراری ارتباط با گردشگران، نارسایی قوانین و مقررات در حوزه گردشگری و ... از مهم‌ترین مسائل و مشکلات فراروی گردشگری روستایی در کشورهای آسیایی است. ریدر و براون^۱ (۲۰۰۵) نیز در پژوهشی به این نتیجه رسید که گردشگری روستایی باعث بهبود زندگی روستائیان در زمینه توسعه محلی، دستمزدها، کاهش فقر، بهبود آموزش روستائیان گردیده است. لینگ و هوی^۲ (۲۰۱۶) دریافتند که توسعه گردشگری بر کیفیت زندگی دارای نقش مؤثری است و بر عوامل اقتصادی از جمله اشتغال، درآمد و کیفیت مسکن بیشترین تأثیر را داشته است.

1. Reeder & Brown

2. Ling & Hui

مرور پیشینه تحقیق بیانگر آن است که درباره علل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در مناطق مختلف پژوهش‌هایی صورت گرفته است. لذا پژوهش حاضر بر مبنای یافته‌های دیگر محققان به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در روستاهای استان ایلام و اولویت‌بندی عوامل می‌پردازد که تاکنون پژوهشی در این زمینه به عمل نیامده است.

۱- چارچوب تحلیلی: جامعه‌شناسی روستایی و توسعه گردشگری روستایی

جامعه‌شناسی روستایی،^۱ نظام‌های اجتماعی و مناسبات در جامعه روستایی را مورد مطالعه خود قرار می‌دهد. از این جهت، هدف جامعه‌شناسی روستایی کاوش و تبیین کنش‌های روستاییان در اجتماع روستایی است (عنبری، ۱۳۸۷: ۲). به بیان دیگر، این شاخه از علم جامعه‌شناسی مسائل اقتصادی، فنی، زیستی، طبیعی و عوامل دیگر روستایی را که در پذیرش تغییرات و نوآوری نقش دارند، از طریق تحقیق تبیین می‌کند. در یک تعریف گفته می‌شود که جامعه‌شناسی روستایی عبارت است از مطالعه و بررسی حیات اجتماعی افرادی که در محیط روستایی زندگی می‌کنند و غالباً به تولید محصولات غذایی مشغول هستند. در این تعریف بر انطباق موقعیت جغرافیایی (محل سکونت) با موقعیت شغلی (محل اشتغال) تأکید می‌شود (هافستی، ۱۳۵۱: ۲۸). تمرکز این علم بر افراد ساکن روستا، محیط روستایی و پیامدهای آن است (چیتامبار، ۱۳۷۳: ۹). بنابراین، هرگاه جامعه‌شناسی توجه خود را روی حیات اجتماعی مناطق روستایی متمرکز و موقعیت محل سکونت انسان روستایی و آثار مرتبط به آن را مطالعه می‌کند، به زمینه تخصصی جامعه‌شناسی روستایی وارد می‌شود. سرانجام می‌توان گفت جامعه‌شناسی روستایی دانشی است که به مطالعه علمی نهادها، پدیده‌های اجتماعی، همبستگی میان پدیده‌های اجتماعی روستاها با شرایط اقتصادی و شیوه زندگی، اندیشه‌ها و باورهای روستائیان می‌پردازد.

جامعه‌شناسی روستایی، به عنوان شاخه‌ای مهم از رشته جامعه‌شناسی دربرگیرنده موضوعاتی چون روستانشینی، شرایط خاص زندگی روستائیان و ارتباط ویژه آنها با شهرها و به طور کلی، تحولات موجود در این مکان‌ها می‌باشد. علاوه بر این، فرایند عمومی و جهانی گذار از زندگی در جوامع سنتی به جوامع مدرن و تأثیر آن بر روستاها، به

^۱ Rural sociology

عنوان مهم‌ترین مناطق و منابع تأمین معیشت، تغذیه و رشد شهرها و به طور خاص، مناطقی جذاب برای گردشگری پایدار، روستا را در کانون توجهات قرار داده است. ظرفیت و توان بالقوه روستاها در زمینه جذب گردشگران داخلی و خارجی (به دلیل برخورداری از چشم‌اندازهای طبیعی، فرهنگی و اجتماعی) مورد توجه جامعه‌شناسان روستایی قرار گرفته است. از این رو، لوئیس ترنر، گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که روستا با آن روبروست و بر این باور است که گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر منابع درآمدزا بویژه برای روستاییان دربر دارد (Rayan, 1995: 256).

با وجود مطالعات و اقدامات فراوانی که در قرن بیستم با هدف توسعه روستاها در زمینه‌هایی از قبیل فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و محیط‌زیست صورت گرفت، همچنان در روستاها خصوصاً در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌نیافته با مشکلات بسیاری مواجه هستیم. به این دلیل، در سال‌های اخیر مجدداً توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفت و پژوهشگران، نظریه پردازان و مجریان حکومتی به دنبال آن هستند که با ارائه راهکارها و راهبردهای گوناگون، از مشکلاتی که گریبان‌گیر روستاهاست، بکاهند. بدون تردید، جوامع روستایی، بویژه در کشورهای در حال توسعه‌ای چون ایران، با مسائل و مشکلات حادثتری از قبیل مهاجرت‌های روستایی، پایین بودن سطح اشتغال، پایین بودن سطح بهره‌وری در بخش کشاورزی، فقدان یا کمبود زیربنای رفاهی و خدماتی و ... مواجه هستند. این درحالی است که تعداد قابل توجهی از این روستاها به لحاظ موقعیت مکانی و داشتن عناصر مهم جذب گردشگر، مانند مناظر طبیعی، آثار باستانی، تنوع اقلیمی، آداب و سنن اجتماعی زمینه‌های مناسبی برای توسعه فعالیت‌های گردشگری دارند. از این جهت، توجه به گسترش روزافزون گردشگری روستایی در برنامه‌ریزی‌های توسعه بسیار مورد توجه قرار گرفته است.

از آنجا که گردشگری روستایی، مقوله‌ای اجتماعی است، توجه جامعه‌شناسان روستایی را نیز به خود جلب کرده است. جامعه‌شناسان روستایی، مسائلی چون رفتار گردشگران، گروه‌ها و تأثیر گردشگری بر جامعه را مورد مطالعه قرار می‌دهند. علاوه بر آن، عوامل مؤثر و انگیزه‌های گردشگران برای ورود به روستاهای هدف را نیز مورد بحث و بررسی قرار می‌دهند (حیدری، ۱۳۸۹: ۳۸). بنابراین، رشد روزافزون و پرشتاب گردشگری

¹ Louis Turner

روستایی بسیاری از صاحب نظران و اندیشمندان علوم اجتماعی را بر آن داشته است که قرن جدید را قرن گردشگری روستایی بنامند. گردشگری روستایی، از منظر جامعه‌شناسان روستا یکی از کارآمدترین روش‌ها برای توسعه روستایی و ممانعت از مهاجرت گسترده روستاییان به شهرها می‌شود.

۱-۲- گردشگری روستایی به مثابه راهبردی برای توسعه روستاها

از نظر جامعه‌شناسان روستایی و نظریه‌پردازان توسعه، گردشگری^۱ می‌تواند زمینه مناسبی را برای سرمایه‌گذاری در نواحی روستایی فراهم سازد و فرصتی را در اختیار کشورهای کمتر توسعه یافته برای تحریک رشد و توسعه اقتصادی پایدار خود در راستای افزایش تولید و ایجاد فرصت‌های برابر شغلی قرار دهد. از این منظر، گردشگری روستایی^۲ بخشی از بازار گردشگری و منبعی جهت اشتغال و درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و بوم‌گردی^۳ (سه رکن اصلی توسعه پایدار) جوامع روستایی قلمداد کرد. در بسیاری از کشورها این امر با خط‌مشی‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً به عنوان راهبردی برای حفظ محیط‌زیست و فرهنگ سنتی روستایی ارتقا داده می‌شود (Lanea, 1994: 85). برپایه آراء «کمسیون جامعه اروپا» در سال ۱۹۸۶، گردشگری روستایی نه تنها کشاورزی، بلکه همه فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی را شامل می‌شود. می‌توان ادعا کرد که گردشگری روستایی، رویکردی نوین در ادبیات مربوط به توسعه روستایی است که در حوزه مطالعاتی جامعه‌شناسی روستا قرار می‌گیرد و همانند بحث توسعه ابعاد و آثار گوناگونی دارد (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۶۸).

توسعه گردشگری، آثار فراوانی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در کشور بر جا می‌گذارد، ایجاد اشتغال، به جریان انداختن سرمایه‌های اقتصادی، افزایش درآمدهای خارجی در پی افزایش تقاضای سفرهای خارجی و به دنبال آن افزایش امنیت در کشور از جمله آثار مثبت گردشگری محسوب می‌شود. دریافتی‌های ارزی حاصل از گردشگری خیلی بیشتر از صادرات محصولات نفتی یا خودرو و تجهیزات ارتباطی و همچنین خام فروشی مواد معدنی و سایر اقلام می‌باشد. همچنین می‌توان گفت گردشگری نقش مهم و قابل توجهی در ترغیب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد برای دولت و

^۱ Tourism

^۲ Rural Tourism

^۳ Ecotourism

همچنین بخش خصوصی و اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم دارد (غفوریان و صداقتی، ۱۳۹۰: ۲۲). گردشگری می‌تواند منجر به ایجاد اشتغال، افزایش درآمدها و بهبودهای ساختارهای اقتصادی در جامعه مقصد گردشگری گردد که به عنوان نمونه (محمودی‌نیا و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۸۷).

سازمان جهانی توریسم، گردشگری را فعالیتی چندمنظوره می‌داند که در مکانی خارج از محیط عادی گردشگری انجام می‌گیرد (ریاحی و مهرعلی‌تبار، ۱۳۹۳: ۱۴۹). از نظر دات، گردشگری روستایی، فعالیتی چندبعدی است که در محیط خارج از شهر انجام می‌شود و به گردشگران، ماهیت زندگی روستایی را نشان می‌دهد. به باور آپرمان، منظور از گردشگری روستایی فعالیت‌های زراعتی و غیرزراعتی است که در مناطق روستایی انجام می‌شود (شارپلی، ۱۳۸۰: ۱۶۸). با چنین رویکردی، اکثر صاحب‌نظران تلاش نموده‌اند تا با الگوها و روش‌های مختلف نقش گردشگری را در تجدید حیات اقتصادی و اجتماعی روستاها افزایش دهند (عناستانی و وصال، ۱۳۹۵: ۱۳۱). از این رو، توسعه گردشگری در مناطق روستایی عنصری اساسی در غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی به شمار می‌آید؛ و یکی از راهبردهای نوینی است که در کشورهای جهان در جهت توسعه گردشگری مورد توجه قرار گرفته است (رکن‌الدین افتخاری و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۲۵). فیشر و فلسناشتاین بر این باورند که گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند منجر به توسعه کشاورزی در مناطق روستایی شود (Flisher & Felsenstein, 2000: 1012). در ادبیات گردشگری، موضوعات اصلی پایداری اقتصادی شامل مناطق اقتصادی، متنوع‌سازی اقتصادی محلی، رشد اقتصادی کنترل‌شده، بهبود روابط محلی و منطقه‌ای و توزیع عادلانه منابع اقتصادی در اقتصاد محلی می‌باشد.

بنابراین، لازمه رسیدن به موفقیت در گردشگری تهیه یک برنامه‌ریزی جامع بین‌بخشی دولتی و بخش خصوصی می‌باشد. در این میان ساخت صحیح قابلیت‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی مناطق مختلف و ذینفعان به منظور برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی امری ضروری است (نجفی‌کانی و نجفی، ۱۳۹۹: ۲۵۷-۲۵۶). بر اساس بیانیه برلین (۱۹۹۷)، گردشگری باید به طریقی توسعه یابد که به جامعه محلی سود برساند، اقتصاد محلی آن را تقویت کند، نیروی کار محلی را به استخدام درآورد و چارچوب پایداری

¹ Dot

². Oppermann

زیست محیطی، مواد محلی، تولیدات کشاورزی محلی و مهارت‌های سنتی را مورد استفاده قرار دهد. برای تضمین جریان منافع به جامعه محلی، سازوکارها شامل سیاست‌ها و قوانین باید طرح و اجرا شوند (جباری و عبدلی، ۱۳۹۸: ۷۳).

از نظر جامعه‌شناسان روستایی، در بُعد اقتصادی افزایش فرصت‌های شغلی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد روستاییان، افزایش زمینه‌های سرمایه‌گذاری، بالا رفتن استانداردهای زندگی و معرفی توانمندی‌های بالقوه منطقه برای سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجاری از پیامدهای مطلوب توسعه گردشگری روستایی است (Ap & Crampton, 1998: 120). به باور این اندیشمندان، گردشگری روستایی به کاهش بیکاری و کسب درآمد کافی منتهی می‌گردد (Doswell, 1997: 423). هرچند ممکن است به تورم در جوامع روستایی، افزایش بورس‌بازی زمین‌ها، از میان رفتن فرصت‌های بهتر برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های دیگر اقتصادی منتهی شود که از پیامدهای گردشگری روستایی به شمار می‌آید (Tosun, 2002: 249).

برنارد لن^۱ از شکل پایداری از مدیریت گردشگری حمایت می‌کند که چهار تأثیر مهم و سودمند را در مناطق روستایی داشته باشد. اول، نظام‌های مدیریت پایدار، که بتوانند گسترش گردشگری توده‌ای را با توجه به تعیین ظرفیت‌های حمل و نقل و تنظیم راه‌های دسترسی به محل محدود کنند. دوم، داشتن رویکرد پایدار به منظور کاهش تضاد بین توسعه روستایی و حفاظت از منابع طبیعی. سوم، فرصتی را برای حمایت از اقتصادهای روستایی با مطرح کردن یک سرمایه‌گذاری جدید، اشغال و سرمایه‌گذاری در روستا مهیا کند. چهارم، از محیط زندگی روستاییان به عنوان یک ناحیه مبادله و فروش حکایت کند (Sonnino, 2004: 268). به طور خلاصه، گردشگری روستایی باید به نقاط مثبت و منفی در سه بُعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی (که همان سه رکن توسعه پایدار از منظر نهادهای بین‌المللی است) توجه داشته باشد (Page & Hall, 2001: 121). برخی پژوهشگران، دو عامل سیاسی و قانونی در ایجاد فرصت‌های بخش گردشگری نواحی روستایی را مؤثر می‌دانند (کریم‌زاده و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۷). این در حالی است که پژوهشگرانی در مطالعه خود تأکید بیشتری بر عامل اقتصادی دارند (رکن‌الدین افتخاری و دیگران، ۱۳۹۳: ۹۰-۹۲). برخی نظریه‌پردازان، بر این نکته تأکید دارند که شاخص دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، فضای اجتماع و میزان اعتماد به نفس، مطلوبیت بالایی

¹ Bernard Lan

در جذب گردشگران روستایی دارند (حسام و دیگران، ۱۳۹۵: ۶۱۳). علاوه بر این، عواملی چون علاقه‌مندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب و کار و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی، جایگاه و اهمیت بالاتری دارند (غنیان و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۱۲-۱۱۰).

بیشتر صاحب‌نظران از این ایده حمایت می‌کنند که گردشگری روستایی پایدار، موجب تعامل متقابلی بین اقتصاد، محیط زیست و اجتماعات روستایی می‌شود. از این رو، گردشگری روستایی پایدار، فرصت بی‌نظیری برای اجتماعات روستایی به منظور حفظ یا افزایش کیفیت زندگی‌شان فراهم می‌کند. در مسیر توسعه و بسط گردشگری روستایی باید توجه داشت که از نظر اجتماعی سازگار، از نظر زیست‌محیطی پاسخگو، از لحاظ سیاسی عادلانه، از منظر فن‌آوری مورد حمایت، از نظر فرهنگی درخور و از نظر اقتصادی کارآمد برای جامعه میزبان باشد.

گردشگری روستایی در اسناد بالادستی نظام جمهوری اسلامی ایران

گردشگری روستایی، یکی از حوزه‌های نسبتاً جدید در جامعه‌شناسی روستایی و در جهت توسعه روستا می‌باشد که فرصت‌ها و امکانات را بویژه برای اشتغال و درآمد روستاییان فراهم می‌کند و در احیاء و نوسازی نواحی روستایی مؤثر می‌باشد. از آنجا که روستاهای ایران از منظر طبیعی، اجتماعی، فرهنگی و نوع معماری خاص آنها، شرایط جذب گردشگران داخلی و خارجی فراوان را دارا می‌باشند، لازم است برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشور نیز در تصمیم‌گیری‌ها و قوانین مصوب به این امر اهتمام جدی داشته باشند. در حالی که، در مروری بر برنامه‌های توسعه (بویژه سه برنامه نخست) چندان به این موضوع توجهی نشده است (نوربخش و میرترابی، ۱۳۹۹).

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، به عنوان مهم‌ترین سند بالادستی و زیربنایی کشور که بخش عمده‌ای از اصول آن مکانیسم‌ها و چگونگی اداره امور کشور را مشخص می‌نماید، هیچ اشاره‌ای به گردشگری و مفاهیم مرتبط با آن (گردشگری روستایی، ایرانگردی، جهانگردی، میراث فرهنگی و ...) و ساختار نهادی آن نکرده است. با توجه به ظرفیت فوق‌العاده و بی‌نظیر گردشگری ایران و بویژه گردشگری روستایی و سهم آن در توسعه پایدار کشور، این توجهی جای شگفتی دارد. شاید بتوان خاستگاه غربی صنعت گردشگری را یکی از عواملی دانست که در قانون اساسی جمهور اسلامی ایران به آن توجهی نشده است (ویسی، ۱۳۹۶: ۹۹).

پس از پایان جنگ، اولین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور عمدتاً با نگرش بازسازی جنگ در سال ۱۳۶۸ تدوین شد. لیکن در برنامه‌های اول تا سوم با توجه به شرایط خاص کشور و بازسازی کشور، به مسائل فرهنگی از جمله گردشگری، اهمیت چندانی داده نشد. برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۸-۱۳۸۴) اولین برنامه اجرایی توسعه کشور است که در چارچوب سند چشم‌انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران تدوین شده است (نامدار و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۵۷). اما با تصویب قانون برنامه پنجم (۱۳۹۴-۱۳۸۹) سیاست‌های کلان دولت در زمینه توسعه گردشگری روستایی ترسیم شد. موارد متعددی از این قانون به طور مستقیم یا غیرمستقیم مرتبط با توسعه گردشگری و خصوصاً گردشگری روستایی می‌باشد. به طور مثال، در ماده ۱۱ این قانون آمده است:

سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مجاز است:

الف. اقدامات قانونی در جهت امکان ایجاد مراکز فرهنگی و گردشگری و نحوه تأسیس مراکز تخصصی غیردولتی را در زمینه میراث فرهنگی از قبیل موزه‌ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی و همچنین مراکز جهت نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری با استاندارد لازم و شرایط سهل و آسان را فراهم نماید. ب. از راه‌اندازی موزه‌های تخصصی به ویژه موزه‌های دفاع مقدس و شهدا توسط مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی، تعاونی و بخش خصوصی حمایت مالی نماید. ج. از ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ سنتی عشایری و روستایی توسط بخش خصوصی و نهادهای عمومی غیردولتی و تعاونی با رعایت موازین اسلامی به منظور توسعه گردشگری آن مناطق حمایت مالی نماید. د. از مالکیت و حقوق قانونی مالکین بناها و آثار و اشیاء تاریخی منقول در جهت حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آنها و اقدامات لازم جهت بیمه آثار فرهنگی، هنری و تاریخی حمایت مالی و معنوی نماید. ه. آثار فرهنگی تاریخی و میراث معنوی حوزه فرهنگی ایران، موجود در کشورهای همسایه و منطقه و سایر کشورها به عنوان میراث فرهنگی را شناسایی و از آنها حمایت نماید (روزنامه رسمی ج.ا. ایران، ۱۳۸۹: ۱۵۱۷).

به این ترتیب، با توجه به اهمیت گردشگری روستایی و با در نظر گرفتن ظرفیت بی‌نظیر روستاهای ایران به لحاظ شرایط اقلیمی مطلوب و داشتن قابلیت‌های انسانی و طبیعی ویژه آنها، به تدریج سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کشور به اهمیت این صنعت مهم و نقش آن در توسعه پایدار کشور پی برده و در اسناد بالادستی و دیگر قوانین و مقررات مصوب به موضوع گردشگری روستایی پرداخته‌اند. بنابراین، آگاهی از عوامل مؤثر در توسعه

گردشگری روستایی می‌تواند به تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در این زمینه کمک شایان توجهی کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است که با روش کیفی و راهبرد پیمایشی بوده و با هدف شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی در استان ایلام انجام پذیرفته است. جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز از دو شیوه مطالعات کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. از جهت ماهیت پژوهش نیز تحقیقی کاربردی خواهد بود؛ زیرا، تلاش می‌کند تا سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف دخیل در امر گردشگری به‌ویژه گردشگری روستایی از نتایج این پژوهش بهره‌مند گردند. جامعه آماری خبرگان (خبرگان گردشگری روستایی متشکل از اساتید مجرب دانشگاهی و فعالان و مدیران بخش گردشگری که دارای دانش و تجربه کافی راجع به موضوع گردشگری روستایی) می‌باشد. جامعه آماری در مرحله کیفی تعداد ۱۵ نفر از خبرگان به روش گلوله برفی انتخاب شده و در مرحله کمی تعداد ۳۸۴ نفر از سرپرست خانوارهای روستایی، با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به عنوان حجم نمونه تعیین شد. پرسشنامه پژوهش محقق‌ساخته و با پایایی آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۳ تأیید شده است.

با توجه به این‌که، خبرگان و صاحب‌نظران که در زمینه گردشگری روستایی تسلط علمی داشته باشند، به وضوح قابل شناسایی نیستند؛ بنابراین، از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد. تعداد نمونه در مرحله کیفی با توجه به سطح اشباع نظری بوده است. با این فرآیند تعداد ۱۵ خبره برای مصاحبه کافی تشخیص داده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه می‌باشد. در تحقیق حاضر جهت شناسایی عوامل موثر در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده گردید. بخش تجزیه و تحلیل تحقیق حاضر با استفاده از تحلیل تم انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

پس از انجام و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، برای به دست آوردن عوامل اصلی مورد مطالعه، متن مصاحبه‌ها به طور منظم مورد کندوکاو دقیق قرار گرفت. در مرحله نخست، از متن مصاحبه‌ها گزینه‌ها استخراج شدند. در گام بعدی، داده‌ها در سطح عبارت مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت و مقولات خرد از آن به دست آمد. به عبارت دیگر، پس از استخراج

¹ Thematic Analysis

گزاره‌ها ضمن طبقه‌بندی‌هایی که به عمل آمد، عوامل مؤثر گردآوری شدند. پس از آن نیز، با تکرار تحلیل داده‌های موجود، از طریق تلفیق و تقلیل مضمون‌های فراوانی که به دست آمده بود، در نهایت مضامین و مفاهیم اصلی و فرعی مورد نظر درباره عوامل مؤثر بر توسعه گردشگر در استان ایلام را استخراج نمودیم.

همان‌طور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود تعداد ۵ تم یا مضمون اصلی، شامل یک. عوامل فردی؛ دو. عوامل اقتصادی؛ سه. عوامل سیاسی؛ چهار. عوامل فرهنگی- اجتماعی؛ و پنج. عوامل زیرساختی شناسایی شده و به دنبال آن ۲۰ مضمون فرعی به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی استان ایلام استخراج شده‌اند.

کد انتخابی	کد محوری	کد گذاری باز
عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستاهای استان ایلام	عوامل فردی	هوشیاری کارآفرینانه خصوصیات شخصیتی دانش و تجربه پیشین قابلیت‌های شناختی
	عوامل اقتصادی	توزیع عادلانه درآمد و ریشه‌کن کردن فقر در مناطق گردشگری رونق کسب و کار با توسعه گردشگری تجاری افزایش قدرت خرید افراد بومی - محلی افزایش تولید ناخالص داخلی از طریق صنعت توریسم
	عوامل سیاسی	بهبودی روابط سیاسی کشور تسهیلات دولتی در مناطق گردشگری سیاست‌های توزیعی دولت در مناطق گردشگری سیاست‌های مالیاتی دولت در مناطق گردشگری
	عوامل فرهنگی - اجتماعی	اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری حفظ بنیان‌های جامعه در مناطق گردشگری آموزش و تعمیم روش‌های ارتباطی در مناطق گردشگری ایدئولوژی حاکم بر جامعه (باورها، اعتقادات) در شکل‌گیری انواع گردشگری
	عوامل زیرساختی	سیستم رفاهی، خدماتی و اقامتی در بخش گردشگری و امکانات اولیه امکانات حمل و نقل، مستقیم بین روستاهای استان ایلام و استان‌های همجوار ارتباط کشور با سیستم بانکی بین‌المللی نظارت کافی و اهرم‌های مؤثر کنترلی در خصوص بهسازی، تعمیر و نگهداری

جدول شماره ۱: عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در استان ایلام

۱-۵. درجه اهمیت و اولویت عوامل شناسایی شده در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام با رویکرد ریکور فازی

در ادامه با توجه به هدف پژوهش که علاوه بر شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی منطقه ایلام، به دنبال رتبه‌بندی این عوامل و شناسایی درجه اهمیت هر یک از آنها می‌باشد، با بهره‌گیری از روش ویکور فازی، ضمن مشخص نمودن درجه اهمیت معیارها و زیرمعیارهای مرتبط، به رتبه‌بندی آنها اقدام نموده‌ایم. در این روش گزینه‌ها براساس معیارها ارزیابی می‌شود و گزینه بهینه (مهم‌ترین گزینه) انتخاب می‌شود. همچنین این روش برای تعیین وزن معیارها کاربرد ندارد و باید وزن معیارها از پیش تعیین شده باشد. پس از آنکه معیارها و گزینه‌ها تعیین شدند براساس هر معیار به هر گزینه امتیازی تخصیص می‌یابد. ملاک ارزیابی گزینه‌ها نیز تعیین مقدار سودمندی و تاسف آنها براساس مقادیر ماتریس تصمیم است. برای این منظور گام‌های مختلف در روش ویکور را دنبال کرده و به نتایج زیر رسیده‌ایم.

در گام نخست، به ارزیابی گزینه‌ها توسط خبرگان پرداخته شده است. در این مرحله بر اساس جدول شماره (۱)، با استفاده از اعداد فازی، اهمیت گزینه‌ها با در نظر گرفتن شاخص‌های مطرح شده، مورد ارزیابی قرار گرفت. همان‌گونه که اشاره شده در این پژوهش از ۱۵ خبره جهت ارزیابی گزینه‌ها بهره گرفته شده است. همچنین معیارهای شناسایی شده ۲۰ معیار می‌باشد. آنگاه در گام دوم، به تشکیل ماتریس تصمیم اقدام نمودیم. در این مرحله، ماتریس تصمیم‌گیری را برای ارزیابی گزینه‌ها براساس معیارهای مشخص شده تشکیل دادیم. یعنی ماتریسی که در آن هر گزینه بر اساس معیارهای بیست-گانه تعیین شده، امتیازدهی شده‌اند. در نهایت، میانگین حاصل ارزیابی ۱۵ خبره، در یک ماتریس تجمیع گردید.

در گام سوم به نرمال‌سازی یا بی‌مقیاس نمودن ماتریس تصمیم‌گیری اقدام کرده‌ایم. در این گام ماتریس تصمیم‌گیری فازی را به یک ماتریس نرمال یا بی‌مقیاس شده فازی تبدیل نموده‌ایم. برای به دست آوردن ماتریس بی‌مقیاس شده مورد نظر، دو مرحله را پشت سر گذاشته‌ایم:

۱. برای هر معیار، بهترین و بدترین هریک را در میان همه گزینه‌ها تعیین کرده و به ترتیب f_{ij}^* و f_{ij} نامیده‌ایم؛

۲. آنگاه، مقادیر نرمالیزه شده یا بی‌مقیاس شده را به دست آوردیم (بهترین و بدترین معیار).

پس از آن در گام چهارم مقادیر \bar{R}_i و \bar{S}_i را محاسبه کردیم. منظور از (S) همان مطلوبیت یا سودمندی و (R) نیز میزان تأسف برای هر شاخص است. مقدار سودمندی (S) بیانگر فاصله نسبی مطلوبیت گزینه ام از نقطه ایده آل و مقدار تأسف (R) بیانگر حداکثر ناراحتی گزینه ام از نقطه ایده آل می باشد. در گام پنجم، شاخص ویکور (Q) برای هر

$$\bar{Q}_i = v \frac{(R_i - R^+)}{R^+ - R^-} \oplus (1 - v) \frac{(S_i - S^-)}{S^+ - S^-}$$

یکی از مراحل محاسبه شاخص ویکور (Q) تعیین پارامتر (V) می باشد. این پارامتر برای بیشینه مطلوبیت گروهی است که با توجه به میزان توافق گروه تصمیم گیرنده تعیین شده است. مقدار آن می تواند بین ۰ و ۱ باشد که در این پژوهش ۰,۵ در نظر گرفته شده است (وافق خیلی زیاد باشد آنگاه $v > 0.5$ ؛ توافق با اکثریت آرا باشد آنگاه $v = 0.5$ ؛ توافق اندک باشد آنگاه $v < 0.5$). پس از تعیین شاخص ویکور، در گام ششم به فازدایی از مقادیر R، S و Q اقدام نموده ایم. جدول شماره (۲) مقادیر فازی و قطعی S، R و Q برای معیارهای بیست گانه مشخص شده را نشان می دهد.

معیارها	R	S	Q
۱	۰/۰۰۴۹	۰/۰۱۶۷	۰/۸۰۵۶
۲	۰/۰۰۸۰	۰/۰۲۱۱	۱/۹۵۰۸
۳	۰/۰۰۸۶	۰/۰۳۰۰	۲/۱۷۸۱
۴	۰/۰۰۷۳	۰/۰۲۹۴	۱/۶۹۶۷
۵	۰/۰۰۸۲	۰/۰۲۴۵	۲/۰۲۳۵
۶	۰/۰۱۱۸	۰/۰۷۴۵	۳/۳۱۴۰
۷	۰/۰۱۱۷	۰/۰۷۱۲	۳/۳۶۹۵
۸	۰/۰۱۴۴	۰/۰۷۴۵	۴/۲۴۶۹
۹	۰/۰۱۴۰	۰/۰۷۴۵	۴/۱۱۶۷
۱۰	۰/۰۰۳۰	۰/۰۰۹۹	۰/۱۴۹۴
۱۱	۰/۰۰۲۸	۰/۰۰۶۹	۰/۰۶۶۱
۱۲	۰/۰۰۳۵	۰/۰۰۹۸	۰/۳۲۷۷
۱۳	۰/۰۰۴۳	۰/۰۱۱۷	۰/۶۲۷۴
۱۴	۰/۰۰۲۵	۰/۰۰۹۳	-۰/۰۵۱۴
۱۵	۰/۰۰۲۹	۰/۰۲۰۳	۰/۱۱۸۵
۱۶	۰/۰۱۴۴	۰/۰۷۴۵	۴/۲۴۶۹
۱۷	۰/۰۱۴۰	۰/۰۷۴۵	۴/۱۱۶۷
۱۸	۰/۰۰۳۰	۰/۰۰۹۹	۰/۱۴۹۴
۱۹	۰/۰۰۲۸	۰/۰۰۶۹	۰/۰۶۶۱
۲۰	۰/۰۰۳۵	۰/۰۰۹۸	۰/۳۲۷۷

جدول شماره ۲: مقادیر قطعی S، R، Q

پس از اینکه انجام مراحل فوق، در گام هفتم به مرتب کردن گزینه‌ها (رتبه‌بندی نزولی) بر اساس مقادیر S، R و Q اقدام کردیم. جدول شماره (۳) رتبه‌بندی گزینه‌ها را نشان می‌دهد.

در نهایت، در گام هشتم با توجه به مقادیر S، R و Q مربوط به گزینه‌ها که به صورت نزولی مرتب شده‌اند تصمیم می‌گیریم. بهترین گزینه آن است که در هر سه مقدار رتبه برتر باشد در غیر این صورت گزینه برتر گزینه‌ای است که کوچکترین Q را داشته باشد به شرط آنکه دو شرط زیر برقرار باشد (که براساس این دو شرط سه حالت به وجود می‌آید):

• **شرط اول:** مزیت قابل قبول. بدین معنا که اگر $A^{(1)}$ و $A^{(2)}$ در میان (n) گزینه رتبه

اول و دوم را بر اساس مقدار (Q) داشته باشند، باید رابطه زیر برقرار باشد:

$$Q(A^{(1)}) \geq 1/n-1 [Q(A^{(2)})]$$

نتیجه محاسبات فوق نشان داد که $1/n-1 = 0.0526$ است، بنابراین، شرط اول (مزیت

قابل قبول) برقرار است.

• **شرط دوم:** ثبات قابل قبول در تصمیم‌گیری. به این معنی که گزینه $A^{(1)}$ باید

حداقل در یکی از گروه‌های R و S به عنوان رتبه برتر شناخته شود. که داده فوق

حاکمی از آن است که شرط دوم نیز برقرار می‌باشد

گزینه	شرکت	R	S	Q
۱	هوشیاری کارآفرینانه	۷	۶	۷
۲	خصوصیات شخصیتی	۹	۸	۹
۳	دانش و تجربه پیشین	۱۱	۱۱	۱۱
۴	قابلیت‌های شناختی	۸	۱۰	۸
۵	توزیع عادلانه درآمد و ریشه کن کردن فقر در مناطق گردشگری	۱۰	۹	۱۰
۶	رونق کسب و کار با توسعه گردشگری تجاری	۱۳	۱۳	۱۳
۷	افزایش قدرت خرید افراد بومی - محلی	۱۲	۱۲	۱۲
۸	افزایش تولید ناخالص داخلی از طریق صنعت توریسم	۱۵	۱۳	۱۵
۹	بهبودی روابط سیاسی کشور	۱۴	۱۳	۱۴
۱۰	تسهیلات دولتی در مناطق گردشگری	۴	۴	۴

۱۱	سیاست‌های توزیعی دولت در مناطق گردشگری	۲۰	۱۳	۲۰
۱۲	سیاست‌های مالیاتی دولت در مناطق گردشگری	۵	۳	۵
۱۳	اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری	۶	۵	۶
۱۴	حفظ بنیان‌های جامعه در مناطق گردشگری	۱۹	۱۰	۱۹
۱۵	آموزش و تعمیم روش‌های ارتباطی در مناطق گردشگری	۳	۷	۳
۱۶	ایدئولوژی حاکم برج‌جامعه (باورها، اعتقادات) در شکل‌گیری انواع گردشگری	۱۷	۱۱	۱۷
۱۷	سیستم رفاهی، خدماتی و اقامتی در بخش گردشگری و امکانات اولیه	۱۸	۱۱	۱۸
۱۸	امکانات حمل و نقل مستقیم بین روستاهای استان ایلام و استان‌های همجوار	۱	۲	۱
۱۹	ارتباط کشور با سیستم بانکی بین‌المللی	۱۶	۱۲	۱۶
۲۰	نظارت کافی و اهرم‌های مؤثر کنترلی در خصوص بهسازی، تعمیر و نگهداری	۲	۱	۲

جدول شماره ۳: مقادیر قطعی Q, S, R

با توجه به برقرار بودن هر دو شرط، حالت سوم شکل می‌گیرد. این حالت نشان می‌دهد که: اگر هر دو شرط برقرار بود، رتبه‌بندی براساس Q خواهد بود (به صورت کاهش): هر چه Q کمتر باشد آن گزینه بهتر است.

با توجه به اینکه شرط اول و دوم برقرار است گزینه شماره ۱۸ (امکانات حمل و نقل مستقیم بین روستاهای استان ایلام و استان‌های همجوار) به عنوان گزینه برتر انتخاب می‌شود. با در نظر گرفتن هدف پژوهش حاضر که شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستاهای ایلام می‌باشد، بنابراین، سایر گزینه‌ها (عوامل تأثیرگذار) بر اساس مقادیر Q در جدول شماره (۳) رتبه‌بندی می‌شوند. بر همین اساس، «نظارت کافی و

^۱ حالت‌هایی که پیش می‌آید:

حالت اول: زمانی که شرط اول برقرار نباشد، مجموعه‌ای از گزینه‌ها به صورت رابطه زیر به عنوان گزینه‌های برتر انتخاب می‌شوند:

$$A^{(1)}, A^{(2)}, \dots, A^{(M)}$$

بیشترین مقدار M با توجه به رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$Q(A^{(M)}) - Q(A^{(1)}) < 1/n - 1$$

حالت دوم: زمانی که تنها شرط دوم برقرار نباشد دو گزینه $A^{(1)}$ و $A^{(2)}$ به عنوان گزینه‌های برتر انتخاب می‌شوند.

حالت سوم: اگر هر دو شرط برقرار بود رتبه‌بندی براساس Q خواهد بود. (به صورت کاهش): هر چه Q کمتر باشد آن گزینه بهتر است.

اهرم‌های مؤثر کنترلی در خصوص بهسازی، تعمیر و نگهداری» دومین عامل مؤثر بر رشد و توسعه گردشگری روستایی در استان ایلام می‌باشد. معنای قضیه آن است که با توجه به محرومیت این استان و عدم توجه کافی به آن، عوامل زیرساختی و فرهنگی - اجتماعی در زمره نخستین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در این استان به شمار می‌آید. فقدان زیرساخت‌های لازم برای گردشگری (راه‌ها و جاده‌های مواصلاتی نامناسب، فقدان نظارت کافی بر بهسازی و تعمیر و نگهداری اماکن گردشگری) از یک سو و کوشش در جهت «آموزش و تعمیم روش‌های ارتباطی در مناطق گردشگری» به عنوان یک عامل فرهنگی - اجتماعی از سوی دیگر، در زمره مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در این منطقه از کشور به شمار می‌آیند.

نتایج و پیشنهادات

امروزه گردشگری روستایی در بسیاری از کشورهای روزبه‌روز در حال گسترش است. فعالیت گردشگری روستایی باعث اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای روستاییان شده و مانع مهاجرت آنها به شهرها و پیامدهای مخرب آن می‌شود و با توجه به محدودیت منابع آب و خاک روستاها می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین راهکارهای توسعه اقتصادی - اجتماعی جوامع روستایی مطرح شود. از آنجا که روستاهای ایران دارای منابع گردشگری فراوانی هستند، توسعه گردشگری روستایی در ایران امری اجتناب‌ناپذیر است. استان ایلام به جهت دارا بودن روستاهای زیبا و جذاب امکان جذب گردشگران داخلی و خارجی زیادی را دارد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که از میان پنج تم یا مضمون اصلی انتخاب شده به عنوان «عوامل اصلی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در استان ایلام»، یعنی عوامل فردی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و زیرساختی، عوامل زیرساختی و فرهنگی در اولویت قرار دارند. این بدان معنا است که، برای توسعه گردشگری روستایی در استان ایلام به عنوان یک استان محروم و غیربرخوردار، نیازمند بذل توجه بیشتر به امکانات زیرساختی مانند ایجاد راه‌ها و جاده‌های مناسب، امکانات رفاهی و لزوم نظارت بر اماکن گردشگری و بهسازی و تعمیر و نگهداری آنها و البته آموزش و تعمیم روش‌های ارتباطی در مناطق روستایی که ظرفیت جذب گردشگران را دارند، هستیم. این یافته‌ها با مطالعات رضایی (۱۳۸۲) همخوانی دارد. در این مطالعات نیز نشان داده شده است که نبود امکانات و تأسیسات رفاهی یکی از مشکلات گردشگری نواحی روستایی چهارمحال و بختیاری

است. علاوه بر این، نتایج پژوهش سینگلر و استبلر^۱ به نقل از صادقی (۱۳۸۴) نیز حاکی از آن است که عوامل زیربنایی گردشگری که شامل حمل و نقل؛ اسکان و اقامتگاه، تسهیلات و خدمات است، در گسترش گردشگری روستایی نقش مهمی دارند. جنگچی کاشانی (۱۳۷۹) نیز در پژوهش خود بر این نکته تأکید می‌کند که هر منطقه‌ای هرچند از لحاظ جاذبه‌های گردشگری غنی باشد، اما اگر از نظر امکانات زیرساختی به آن توجهی نشود در پذیرش گردشگر با شکست مواجه خواهد شد. لطفی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به ترتیب، عوامل زیرساختی، فرهنگی، برنامه‌ریزی و مدیریتی و همچنین تبلیغاتی را توسعه گردشگری روستایی مؤثر می‌دانند.

هرچند نباید از دیگر عوامل، بویژه عوامل سیاسی همچون سیاست‌های توزیعی دولت در مناطق گردشگری و یا عوامل اقتصادی چون سیاست‌های مالیاتی دولت در مناطق گردشگری (در خصوص معافیت‌های مالیاتی سرمایه‌گذاران در این بخش) و یا توجه به اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری نیز چشم‌پوشی کرد که در زمره عوامل مؤثر بر توسعه گردشگر روستایی در استان ایلام به شمار می‌آیند. در مجموع، عوامل اصلی پنج‌گانه مورد بحث در این نوشتار و همچنین عوامل فرعی مورد اشاره، از جمله عوامل مهم و مؤثر در رشد و توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه به شمار می‌آیند که باید مورد توجه خاص تصمیم‌گیران و سیاستگذاران حوزه گردشگری روستایی قرار گیرد.

با عنایت به اینکه عوامل زیرساختی، بیشترین تأثیر و اهمیت را در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام دارند، پیشنهاد می‌شود که در روستاهایی که از قابلیت توسعه گردشگری برخوردار هستند اقداماتی در جهت بهبود زیرساخت‌های موجود و یا ایجاد زیرساخت‌های جدید همچون راه‌های مواصلاتی امن و مناسب، ایجاد مراکز اقامتی، تفریحی متناسب با روح واقعی روستا و البته نظارت‌های دقیق در زمینه بهسازی، مرمت و نگهداری اماکن تفریحی و گردشگری به عمل آید. بنابراین، توصیه می‌شود که با تشویق سرمایه‌داران روستایی در این زمینه همکاری و مشارکت لازم به عمل آید و با حمایت‌های مالی و فنی بخش دولتی، اجرا و نظارت پروژه‌ها به خود روستاییان واگذار شود. احداث محل اسکان مناسب نیز امری کاملاً ضروری است که باید به آن توجه کافی مبذول داشت. همچنین از آنجا که یکی از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی استان ایلام، «آموزش و تعمیم روش‌های ارتباطی در مناطق گردشگری» (به عنوان یک عامل فرهنگی -

¹ Sinclair & Stabler

اجتماعی) بوده که در اولویت سوم به لحاظ رتبه‌بندی عوامل فرعی قرار می‌گیرد، لذا پیشنهاد می‌شود که در روستاهایی که ظرفیت پذیرش گردشگران را دارا می‌باشند، برنامه‌ها آموزشی و فرهنگی لازم جهت ارتقای سطح ارتباطی مردم محلی و بومی با گردشگران تهیه و به مرحله اجرا درآیند. همزمان با این اقدامات، توجه دولت به روستاها و مسائل آن و تخصیص تسهیلات دولتی در مناطق گردشگری نیز می‌تواند در زمره عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان ایلام به شمار آید. همچنین پیشنهاد می‌شود که دولت در سیاست‌های مالیاتی خود نسبت به سرمایه‌گذاران در مناطق روستایی مستعد جذب گردشگران در استان ایلام تجدید نظر نموده و با اتخاذ سیاست‌های معافیت مالیاتی، به سرمایه‌گذاری در این بخش کمک کند. غالب روستاهای استان ایلام به دلیل برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی به طور بالقوه از ظرفیت بسیار بالایی در جذب گردشگر برخوردار است و با توجه به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در توسعه این صنعت پرسود، در صورت تغییر رویکرد بخش دولتی نسبت و بذل توجه بیشتر نسبت به آن می‌توان منشأ توسعه پایدار این استان گردد.

منابع و مآخذ:

- ابراهیمی دهکری، ایمان. (۱۳۹۳)، اسفند) «نقش عوامل فرهنگی، مذهبی و اکوتوریستی در توسعه گردشگری ابر کوه»، **فصلنامه فضایی جغرافیای گردشگرد**. ۳، ۹: ۱۶-۱.
- ایبانه، ویدا. (۱۳۹۲) «آسیب شناسی گردشگری روستای ایبانه».
- پایان نامه کارشناسی ارشد**. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز. دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- امیدی، نبی و دیگران. (۱۳۹۶)، پاییز و زمستان) «تدوین راهبردهای توسعه صنعت گردشگری در استان ایلام»، **فصلنامه ترویجی فرهنگ ایلام**. ۱۸، ۵۶ و ۵۷: ۱۰۳-۸۸.
- آپوستولوپولوس، یورکوس. (۱۳۸۸) **جامعه‌شناسی گردشگری**. برگردان بیژن شفیعی. رشت: نشر وارسته.
- آزادخانی، پاکزاد و دیگران. (۱۳۹۷)، بهار و تابستان) «بررسی اثرات اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام»، **دو فصلنامه علمی- پژوهشی جغرافیای اجتماعی شهری دانشگاه شهید باهنر کرمان**. ۵، ۱ (۱۲): ۱-۱۵.
- آمار، تیمور. (۱۳۹۲)، بهار) «آسیب‌شناسی توسعه گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی استان گیلان مورد: دهستان دیلمان، شهرستان سیاهکل»، **فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی**. ۱ (۳): ۱۹۲-۱۷۱.
- پاپ‌زن، عبدالحمید و دیگران. (۱۳۸۹)، اسفند) «مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه)»، **فصلنامه پژوهش‌های روستایی**. ۱، ۳: ۵۲-۲۵.
- جباری، ابرج و شکوفه عبدلی. (۱۳۹۸)، تابستان) «بهره‌برداری‌های اقتصادی و گردشگری از رودخانه‌های استان کرمانشاه و تأثیر آن در ویژگی‌های زیبایی‌شناختی»، **فصلنامه آمایش جغرافیایی فضا**. ۹، ۳۳: ۸۸-۷۱.
- جنگچی کاشانی، سعید. (۱۳۸۳) «نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی منطقه رجباب کرمانشاه»، **پایان نامه کارشناسی ارشد**، مرکز علوم و تحقیقات تهران.
- چیتامبار، جان‌بندیک سیوپراکاش. (۱۳۷۳) **مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی، با تأکید بر جامعه‌شناسی روستایی**. برگردان احمد حجاران و مصطفی ازکیا. تهران: نشر نی.
- حسام، مهدی و دیگران. (۱۳۹۵)، زمستان) «سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل)»، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**. ۴۸، ۴: ۶۱۶-۶۰۳.
- حیدری، رحیم. (۱۳۸۹) **مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری**. تهران: سمت.
- داورخانی، فضیله و دیگران. (۱۳۹۰)، زمستان) «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)»، **فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی**. ۴۳، ۴ (۷۸): ۱۹۶-۱۶۹.
- رضایی، پژمان. (۱۳۸۲) «بررسی و مطالعه زمینه‌های گردشگری در نواحی روستایی استان چهارمحال بختیاری به منظور توسعه روستایی»، **پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی**. دانشگاه تهران.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و دیگران. (۱۳۹۲) «ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی، مطالعه موردی دهستان لواسان کوچک»، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**. ۵، ۱: ۱۴۶-۱۲۳.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و دیگران. (۱۳۹۳)، خرداد) «تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی»، **فصلنامه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری**. ۳، ۸: ۱۰۷-۸۷.
- طالبی، حدیث و دیگران. (۱۳۹۶) «اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه گردشگری در ایران با رویکرد تصمیم‌گیری چندمعیاره ترکیبی فازی. مطالعه موردی: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران»، **فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**. ۶، ۲۰: ۱۱۴-۹۴.
- طیب‌نیا، سیدهدای و دیگران. (۱۳۹۵) «تحلیل تأثیرات گردشگری بر کیفیت زندگی روستاییان، مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد»، **فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی**. ۵، ۱: ۱۷۹-۱۶۳.
- عنابتانی، علی‌اکبر و زینب وصال. (۱۳۹۵) «تحلیل عوامل مؤثر بر ایجاد برند گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی، مطالعه موردی: شهرستان بینالود»، **برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**. ۵، ۱۶: ۱۸۸-۱۲۷.
- عنبری، موسی. (۱۳۸۷)، بهار) «تحلیل مسائل و کاستی‌های پژوهش‌های نوین در جامعه‌شناسی توسعه روستایی ایران»، **فصلنامه روستا و توسعه**. ۱۱، ۱: ۳۳-۱.
- غنیان، منصور و دیگران. (۱۳۹۰)، بهمن) «ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)»، **فصلنامه پژوهش‌های روستایی**. ۲، ۷: ۱۲۳-۹۹.
- قدیری معصوم، مجتبی و دیگران. (۱۳۸۹) **گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)**. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- کریمی دهکردی، مهدی و دیگران. (۱۳۹۵)، زمستان) «واکاوی کیفی گردشگری روستایی در استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از نظریه مبنایی با تأکید بر روستای دیمه شهرستان کوهرنگ»، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**. ۵، ۱۹: ۱۹۸-۱۷۵.
- نوربخش، بهمن و سعید میرترابی. (۱۳۹۹)، تابستان) «ضعف اجماع نخبگان و پیامدهای آن بر چرخه سیاست‌گذاری توسعه در ایران (برنامه‌های اول، دوم، و سوم توسعه ج.ا. ایران)»، **فصلنامه علمی رهیافت انقلاب اسلامی**. ۱۴، ۵۱: ۱۳۴-۱۱۳.
- ویسی، هادی. (۱۳۹۶)، زمستان) «بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی**. ۷، ۲۵: ۱۱۲-۹۳.
- هانستی، کنکسانزو. (۱۳۵۱) **جامعه‌شناسی روستایی**. برگردان فریدون بدره‌ای. تهران: انتشارات امیرکبیر.

منابع انگلیسی

- United States Department of Agriculture, Economic Research Report Number 7.
- Richards, Greg. (2013) "Creativity and tourism in the city", *current Issues in Tourism*, 17, 2: 1-26.
- Richardson, J. Alan. (2017) "the Relationship between Management and Financial Accounting as Professions and Technologies of Practice" *University of Windsor Scholarship at Uwindsor*, 30, 3, 644-659.
- Sonnino, Roberta. (2004, July) "For a 'Piece of Bread'? Interpreting Sustainable Development through Agritourism in Southern Tuscany". *Sociologia Ruralis*, 44, 3: 258-300. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00276.x>
- Stratan, Alexandru & et al. (2015) "Identifying Cultural Tourism Potentials in Republic of Moldova through Cultural Consumption among Tourists", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188: 116-121.
- Tosun, Cevat. (2002) "Host Perception of Impact: A Comparative Tourism Study", *Annals of Tourism Research*, 29, 1: 231-253.
- Wang, Yang. (2006) *Rural Community Participation in Tourism Development: Cases from Hainan Province, China*, Unpublished Ph. D Dissertation, Waterloo, Ontario: University of Waterloo.
- Akrivos, Christos & et al. (2014) "Tourism Entrepreneurship and the Adoption of Sustainable Resources. The Case of Evritania Prefecture", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148: 378 – 382.
- AP, John & John L. Crompton. (1998, November) "Development and Testing a Tourism Impact scale," *Journal of Travel Research*, 37, 2: 118-142.
- Doswell, Roger. (1997) *Tourism: How Effective Management Makes the Difference*, Oxford: Butterworth Heinemann.
- Flisher, Aliza. & Daniel Felsenstein. (2000) "Support for Rural Tourism: Does it Make a Difference?" *Annals of Tourism research*, 21, 4: 1024-1007.
- Lanea, Bernard. (1994) "What Is Rural Tourism?" In B. Bramwell and B. Lane (Eds.), *Rural Tourism and Sustainable Rural Development*, Clevedon: Channel View Publication.
- Liang, Zeng-Xian & Tak-Kee Hui. (2016) "Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in China", *Tourism Management*, 57: 56-67.
- Page, Stephen J. & C. Michael Hall. (2014) *the Geography of Tourism and Recreation Environment, Place and Space*, New York: Routledge.
- Page, Stephen J. & et al. (2017) "Case study: Wellness, tourism and small business development in a UK coastal resort: Public engagement in practice", *Tourism Management*, 60: 437-466.
- Rathore, Nisha. (2012) "Rural tourism impact, challenges and opportunities", *Journal of Business Economics & Management Research*, 2, 2: 260-252.
- Rayan, Chris. (1995) *Recreational tourism, a social science perspective*, New York: Routledge.
- Reder, Richard J. & Dennis M. Brown. (2005) *Recreation, Tourism, and Rural Well-Being*,