

تحلیلی بر توریسم و نقش آن در توسعه اقتصادی نواحی
روستایی؛
مطالعه مناطق روستایی بخش کن
**An Analysis of Tourism and Its Role in the Economic Development of
Rural area; Case Study: Rural Regions in Kan county**

زهرا کرمی بنماران^{۱*}، بهمن خسروی پور^۲، منصور غنیان^۳ و مسعود برادران^۴

۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، اهواز (ملاثنای)

۲، ۳ و ۴ استادیاران گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، اهواز (ملاثنای)

تحلیلی بر توریسم و نقش آن در توسعه اقتصادی نواحی روستایی؛

مطالعه مناطق روستایی بخش کن

زهرا کریمی بنماران^۱، بهمن خسروی پور^۲، منصور غنیان^۳، مسعود برداران^۴

۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، اهواز (ملاثنائی)

۲ و ۳ و ۴ استادیاران گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان، اهواز (ملاثنائی)

چکیده

فعالیت گردشگری امروزه به عنوان یکی از مهم‌ترین و پویاترین فعالیت‌ها در جهان مطرح است. به طوری که شمار گردشگران خارجی و داخلی و میزان درآمدزایی توریسم در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش می‌باشد. این امر می‌تواند منبع مهمی برای اشتغال باشد، چرا که اشتغال در این صنعت به مهارت و کارآموزی بالایی نیاز ندارد و مردم محلی با کمی مهارت می‌توانند در مشاغل خدماتی مشغول به کار شوند. جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، زیارتی مناطق روستایی موقعیت ممتازی محسوب می‌شود تا توریسم روستایی به عنوان یکی از بهترین راهکارهای توسعه پایدار روستایی در نظر گرفته شود. دهستان سولقان در بخش کن استان تهران با دارا بودن آب و هوایی مطبوع و پوشش گیاهی و جاذبه‌های طبیعی و زیارتی از جمله مناطقی است که قابلیت بالایی در راستای جذب گردشگر به ویژه از کلان شهری مانند تهران داشته که می‌تواند فرصت‌های شغلی برای مردم محلی و به طور اخص برای جوانان منطقه را در پی داشته باشد. از این رو در این مقاله سعی شده است تا با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و منابع کتابخانه‌ای و مشاهدات و مطالعات میدانی، ضمن ارائه تعریفی از توریسم روستایی و اکوتوریسم، به تحلیل قابلیت‌های منطقه کن در راستای ایجاد فرصت‌های کسب و کار گردشگری-در قالب بنگاه‌های اقتصادی کوچک گردشگری-پرداخته شود. نتایج نشان می‌دهد که به رغم ظرفیت‌های بالای منطقه و شمار زیاد گردشگر، فعالیت‌های گردشگری منبع درآمد با ثبات و ارزشمندی به شمار نیامده است. این مسئله حمایت‌ها و برنامه ریزی مسئولان ذی صلاح و سازمان گردشگری را جهت ارتقا و سازماندهی به فعالیت‌های گردشگری در منطقه را می‌طلبد.

واژگان کلیدی: توریسم روستایی، بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط، کن

مقدمه

برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و هم‌چنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها می‌باشیم. در این راستا توسعه صنعت جهانگردی که اقتصاددانان آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند، به‌عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود (علی محسنی، ۱۳۸۸). گردشگری مزیت‌های فراوانی دارد و می‌تواند منبع مهمی برای اشتغال باشد، چرا که اشتغال در این صنعت به مهارت و کارآموزی بالایی نیاز ندارد و مردم محلی با کمی مهارت می‌توانند در مشاغل خدماتی مشغول به کار شوند (براون^۱، ۲۰۰۳). فقر روستایی و توزیع نابرابر درآمدها یکی از معضلات جامعه‌های روستایی است که بیشتر از نظام توزیع نادرست عامل‌های تولید ناشی می‌شود. استقرار صنعت در روستا از راه ایجاد اشتغال پایدار و درآمد، می‌تواند موجب کاهش شکاف درآمدی شود (شایان و شاهی اردبیلی، ۱۳۸۶).

گردشگری روستایی به صنعت رو به رشدی مبدل شده که منجر به تغییرهای مؤثر در سبک زندگی و افزایش سطح درآمد خانوارهای روستایی شد. این شکل از گردشگری به اشکال مختلف در اغلب نواحی در حال گسترش است و تنها به چشم اندازه‌های بکر و زیبای طبیعی محدود نمی‌شود. هم‌اکنون قلمروهای بسیاری برای گذران اوقات فراغت در حومه‌ها به

چشم می‌خورد که به فراخور درجه توسعه یافتگی کشورها در ابعاد گوناگون و سطوح مختلف جغرافیایی، هدف‌های گردشگران و ویژگی‌های نواحی روستایی رو به گسترشند (کاستاس.ای^۱، ۲۰۱۰). بنابراین، توسعه گردشگری روستایی به عنوان یک صنعت نو ظهور، ضمن این که به عنوان یک فعالیت تفریحی در ایام فراغت و بیکاری و یا در فصل تعطیلات شناخته شده است (نیلسون^۲، ۲۰۰۲)؛ در مکان‌های مختلف زمینه‌های اشتغال دائم، فصلی و نیمه‌وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم می‌سازد و از نرخ بیکاری می‌کاهد. بیکاری از مهم‌ترین مسائل و مشکلات کنونی به شمار می‌رود. در چنین شرایطی، به ویژه با توجه به ویژگی‌های بخش گردشگری (مانند فصلی و یا موقتی بودن بسیاری از مشاغل آن)، می‌توان انبوهی از جمعیت بیکار را جذب کرد. در توسعه گردشگری، گذشته از ایجاد اشتغال مستقیم، زمینه سایر فعالیت‌های مرتبط مانند کارهای ساختمانی، ارائه خدمات و تعمیرات خودرو، کرایه خودرو و دست‌فروشی نیز برای افراد بومی فراهم می‌شود (میرزایی، ۱۳۸۸). از این رو می‌تواند سهم به‌سزایی در متنوع‌سازی اقتصادی و کاهش نرخ مهاجرت‌های بی‌رویه داشته باشد که این مسئله، خود می‌تواند موجب توسعه مناطق توسعه نیافته شود (دیوی^۳، ۲۰۰۹).

به طور کلی، فعالیت‌های گردشگری روستایی مبتنی بر کسب و کارهای کوچک هستند که نسبت به اشکال دیگری از فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی، جدیدتر هستند که فعالان آن دارای مهارت سطح پایین و تجربه کمی در ارتباط با گردشگری هستند. کارآفرینان روستایی اغلب به دلیل نبود منابع مالی محلی و دولتی، نهادها و مؤسسه‌های پرداخت وام و زیرساخت‌های مالی مناسب و کافی با مشکلات تأمین منابع مالی برای فعالیت خود روبرو اند (ایرورا^۴، ۲۰۰۸). می‌توان گفت که امروزه منافع اقتصادی گردشگری روستایی به واسطه ایجاد و رونق مشاغل جدید و نیز به دلیل توسعه بازار فروش محصولات کشاورزی ابعاد وسیعی یافته است. اغلب مشاغل بخش گردشگری روستایی در قالب کسب و کارهای کوچک، مالک محور، و منبع درآمد دوم افراد هستند، از این رو به‌طور کلی درآمدزایی بالایی برای روستائیان به همراه ندارد. به رغم این مسئله، همین درآمدهای اندک برای اقشار کم درآمد روستایی به برای افزایش منافع اقتصادی کسب و کارهای خارج از مزرعه، اهمیت ویژه‌ای دارد (اپرمن^۵، ۱۹۹۶) و (وارن و تیلور^۶، ۱۹۹۹). صاحب نظران اکثر کسب و کارهای ایجاد شده در صنعت گردشگری را کسب و کارهای کوچکی می‌دانند که می‌تواند به‌صورت خانگی، اینترنتی و خانوادگی باشد. این امر در زمینه گردشگری روستایی بسیار صدق می‌کند. امروزه انواع مختلفی از گردشگری را بر می‌شمارند که هر یک از آن جزئی از گردشگری روستایی به‌شمار می‌آید. به عنوان مثال گردشگری مزرعه یک نوع از گردشگری روستایی است. دولت‌ها گردشگری مزرعه را به عنوان یک شاهرگ اقتصادی برای جامعه‌های روستایی می‌بینند. بسیاری از کسب و کارهای گردشگری مزرعه به صورت کسب و کارهای خانوادگی هستند (دالن جی^۷، ۲۰۰۵).

¹Kostas. E

²Nilsson

³Dwye

⁴Eruera

⁵Opperman

⁶Warren and Taylor

⁷Dallen.J

اکوتوریسم نیز شکلی از توریسم است که برای دیدار از تاریخ طبیعی ناحیه انجام می‌گیرد. اکوتوریسم یعنی دیدار از ناحیه توسعه نیافته با هزینه کم ولی پر از احساس شادی و نشاط؛ مشاهده زندگی وحش، پوشش گیاهی، ناهمواری‌ها، دره‌ها و سایر منابع و گردش آزادانه در آن با پول کم، البته پرداخت هزینه‌های کم از طرف گردشگران می‌تواند در حفظ ناحیه و بر آوردن نیازهای محل مؤثر باشد (قره نژاد، ۱۳۸۵). از این رو در مناطق روستایی که منبع عظیمی از مناظر بکر و چشم نواز هستند، با استقرار امکانات و تسهیلات مناسب برای رفاه حال گردشگران می‌توان مشاغل گردشگری را در روستاها گسترش داد و به بهبود وضعیت معیشت و وضعیت اقتصادی روستائیان کمک نمود.

مروری بر پژوهش‌های انجام شده

غنیان (۱۳۸۸) انگیزه مردم محلی اورامات برای مشارکت در بخش گردشگری را در درجه اول مسائل فرهنگی و در اولویت‌های پس‌ی مسایل اقتصادی و اجتماعی می‌داند. نوابخش و رفیعی راد (۱۳۸۹)، به این نتیجه رسیدند که به رغم محدودیت‌ها و تسهیلات کم گردشگری و نبود جاده‌های آسفالتی در روستای زیارت، گردشگری روستایی موجب بهبودی و رونق اقتصادی، افزایش فرصت‌های شغلی در منطقه، افزایش قیمت زمین و ملک در روستای زیارت شده است. از سویی تضاد فرهنگی و نگرشی اهالی روستا با گردشگران گاه منجر به تنش و درگیری بین اهالی و گردشگران شده است. از دیدگاه پیری و طهماسبی پور (۱۳۹۰)، گردشگری روستایی در دهستان ریجاب استان کرمانشاه ایجاد زمینه‌های اشتغال، افزایش سطح درآمد خانوارهای محلی، جلوگیری از مهاجرت جوانان و فعالین اقتصادی ناحیه موجب شده است. گتز و کارلسن^۱ (۲۰۰۰) از جمله انگیزه افراد از شرکت در فعالیت‌های گردشگری را ایجاد تنوع در زندگی، کسب فرصت‌های شغلی و رشد و بهبود زندگی اجتماعی می‌دانند. آکسا^۲ (۲۰۰۶) در پژوهش خود در ترکیه به این نتیجه رسید که رشد گردشگری روستایی به عنوان یک صنعت نو ظهور نسبت به کشورهای اروپایی پیشرفت کندی داشته و با وجود قابلیت‌های بالای گردشگری روستایی، بنگاه‌های گردشگری نتوانسته‌اند در راستای ایجاد منافع اقتصادی و اجتماعی موفق عمل نمایند. از این رو توجه به پتانسیل‌های محیطی، تاریخی و فرهنگی و همچنین کشاورزی ضروری می‌نماید. باروس و داوید^۳ (۲۰۰۷) مهم‌ترین مزایای فعالیت‌های گردشگری را افزایش فرصت‌های شغلی، توسعه امکانات رفاهی، توانمندسازی، توسعه زیر ساخت‌های حمل و نقل و گسترش صنایع عمومی با مشاغل جدید و ایجاد تقاضا برای کالاها در سطح مناطق قلمداد می‌کنند که همگی را می‌توان در پس زمینه یک فعالیت کارآفرینانه مشاهده نمود.

اهمیت موضوع و هدف‌های تحقیق

دهستان سولقان با دارا بودن ساختار جمعیتی جوان و امتیاز هم‌جواری با کلان‌شهری مانند تهران این قابلیت و شانس را داراست تا با بهره‌گیری از امکانات و جاذبه‌های گردشگری و مناظر بدیع خود موجبات رونق کسب و کارهای گردشگری در قالب بنگاه‌های کوچک و متوسط را فراهم آورد. این امر در دراز مدت ضمن ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در پی خواهد داشت که ضرورت بررسی در رابطه با جایگاه و وضعیت

^۱Getz and Carlsen

^۲Acksa

^۳Baros and David

گردشگری روستایی و نقش آن در منطقه را خاطر نشان می‌سازد. از این رو پژوهش حاضر بر آن است تا ضمن معرفی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در مناطق روستایی بخش کن در شهرستان تهران، به تبیین جایگاه اقتصادی فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی بخش کن پرداخته و وضعیت بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری در نواحی روستایی یاد شده را مورد مقایسه قرار دهد و در نهایت راهکارهای عملی برای ایجاد و رونق کسب و کارهای گردشگری در منطقه را ارائه دهد.

روش شناسی تحقیق

این بررسی پژوهشی کاربردی است. از نظر تحلیل داده‌ها، توصیفی و علی-مقایسه‌ای است. که به بررسی و تحلیل گردشگری و نقش آن در توسعه اقتصادی مناطق روستایی بخش کن واقع در استان تهران پرداخته است. ابزار جمع آوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه، مصاحبه با مردم محلی و مشاهده‌های محقق است. روایی پرسشنامه و گویه‌ها به تأیید استادان گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین رسید و پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد که میزان قابل قبولی است. جامعه آماری تحقیق ساکنان هفت روستای دهستان سولقان بخش کن، (سولقان، کشار علیا، امامزاده داود، زندان، کیگانه، وردیج و سنگان) با جمعیت ۲۲۱۶ نفر بود. نمونه مورد بررسی با استفاده از جدول مورگان و تاکن ۳۰۰ نفر تعیین و به روش تصادفی گزینش شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با کمک نرم افزار SPSS صورت گرفت.

جاذبه‌های گردشگری منطقه

دره کن در شمال غرب شهرستان تهران با برای شمال شرق به جنوب شرق، با مساحتی برابر با ۳۰۶ کیلومتر مربع، واقع است. شهرستان تهران در مناطق کوهستانی دارای آب و هوای معتدل و در دشت، نیمه بیابانی است. دره کن از لحاظ آب و هوایی دارای زمستانی سرد و تابستانی معتدل می‌باشد (بیات و رستگار، ۱۳۹۰). با توجه به ویژگی‌های اقلیمی و آب و هوایی که به اجمال مورد اشاره قرار گرفت، در سراسر فصل بهار و تابستان و حتی محدوده‌های دامنه‌های جنوبی البرز که مشرف به استان تهران است از ارزش‌های تفرجگاهی در سواحل رودخانه‌ای، دریاچه‌های پشت سدها و دریاچه‌های طبیعی برخوردار است از جمله این مناطق، دره کن را می‌توان نام برد که به علت شرایط اقلیمی بهار و تابستان و وجود رودخانه کن پذیرای گردشگران در این فصول می‌باشد. بارش برف در فصل زمستان در دره‌ها دامنه‌ها و شیب البرز جنوبی، شرایط مناسبی را برای تفریحات جذاب و مهیج زمستانی از جمله اسکی روی برف فراهم می‌آورد (قهرمانی، ۱۳۸۸).

گردشگری در این منطقه به اشکال مختلف مانند طبیعت گردی، ساخت سازه‌های ویلایی و ایجاد خانه‌های دوم، کوهنوردی و گردشگری مذهبی نمایان است. جاذبه‌های طبیعی مانند ناهمواری‌ها، آب، پوشش گیاهی، اقلیم و ... می‌باشد. دره کن از جمله مناطقی است که چنین جذابیت‌هایی را داشته و با دارا بودن آب و هوایی خنک و محیطی آرام در دل کوهستان‌هایی مانند قله زندان، طالون، چال تاجی، دیواره‌های سنگی مجاور امامزاده عقیل، دیواره‌های دره زندان، قله سیاه سنگ، قله سنگون (کرکو)، در فصول گرم سال پذیرای گردشگران بی‌شماری به‌ویژه از شهر تهران، می‌باشد. رودخانه کن

و دیگر آب‌راه‌های دره کن مانند زندان، طالون، کیگاه، سنگان و کشار و نیز با وجود آبشارها و چشمه‌سارها گردشگران را به سوی خود جذب می‌کند (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران، ۱۳۸۷). از لحاظ جاذبه‌های مذهبی، دره کن دارای زیارت‌گاه‌های پرشماری می‌باشد و گردشگران با انگیزه گردشگری مذهبی را به سوی خود جلب کرده است. از جمله این زیارتگاه‌ها امامزاده داود، امامزاده عقیل، امامزاده جبار، امامزاده قاسم و امامزاده علاءالدین می‌باشد. زیارتگاه امامزاده داود مهم‌ترین و معروف‌ترین زیارتگاه این منطقه است که بیش از نیمی از گردشگران دره کن را به خود اختصاص داده است. ویژگی‌های اجتماعی یک جامعه مانند فرهنگ و آداب و رسوم، زبان و گویش‌های محلی، مراسم عروسی، عزاداری‌ها، ویژگی‌های معماری خانه‌ها و ... می‌تواند هر کدام جاذبه‌هایی برای جلب گردشگر و تحقیقات گسترده باشد. سیر و سیاحت در روستاهای بخش کن از حیث جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی آن خالی از لطف نمی‌تواند باشد. برای نمونه روستای کیگاه از نظر معماری با توجه به شرایط آب و هوایی منطقه، خانه‌هایی با سقف‌های شیروانی و ایوان‌های مسقف و مشرف به فضای سبز و باغات را دارا می‌باشد که خود به عنوان یک جاذبه در محیط تلقی می‌شود. از این رو ویژگی‌هایی مانند زبان، فرهنگ، آداب و رسوم اگر در منطقه توسط کارشناسان بررسی و ریشه آن‌ها مشخص شود، می‌تواند در جذب گردشگران بیشتری به منطقه تأثیر داشته باشد.

مشاهدات محقق و اظهارات مردم محلی نشان از آن داشت که با وجود جاذبه‌های اکوتوریستی منطقه، امکانات لازم برای گردشگران در منطقه فراهم نمی‌باشد. نبود جاده‌های ارتباطی آسفالته و مناسب برای دسترسی به روستاهای منطقه، کمبود سرویس‌های بهداشتی و استراحتگاه‌های مناسب برای اقامت چند ساعته و موقت در مسیرهای گردشگری منطقه از جمله مواردی بود که مردم محلی به آن اشاره داشتند. این مشکلات در روستاهای کیگاه، زندان، کشار، وردیج و سنگان به شکل جدی‌تری مطرح است. از این رو برنامه‌ریزی برای بهسازی و وضعیت راه‌ها نه تنها برای حضور ایمن و آسان گردشگران، که برای رفاه و آسایش ساکنین منطقه در طول سال ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج و بحث

بررسی نتایج نشان می‌دهد که از شمار ۳۰۰ نفر نمونه آماری، ۶۹ درصد (۲۰۷ نفر) پاسخگویان را مردان و ۳۱ درصد (۹۳ نفر) را زنان تشکیل داده اند. کم‌ترین سن افراد مورد بررسی، ۱۶ سال، بیشترین سن ۶۵ سال و میانگین سنی افراد مشارکت کننده نزدیک به ۳۶ سال بوده است. فعالیت کشاورزی غالب در منطقه، باغداری بوده است.

۸۲ نفر از پاسخگویان ابراز داشتند که طی سال‌های اخیر به نوعی در بخش‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری همانند حمل و نقل، اسکان، خدمات تهیه غذا، صنایع دستی و مواردی از این دست مشارکت داشته اند و یا هم چنان در این زمینه مشغول به کارند. جدول ۱ میزان درآمد به دست آمده از فعالیت گردشگری نسبت به درآمد کل این افراد را نشان می‌دهد.

جدول ۱. نسبت درآمد به دست آمده از فعالیت‌های مرتبط با گردشگری از درآمد کل

| میزان درآمد فعالیت گردشگری | فراوانی | درصد | درصد تجمعی |
|----------------------------|---------|------|------------|
| کم | ۴۰ | ۱۳/۳ | ۴۸/۳۸ |
| متوسط | ۲۵ | ۸/۳ | ۷۹/۳ |
| زیاد | ۱۷ | ۵/۷ | ۱۰۰ |
| مجموع | ۸۲ | ۲۷/۳ | |

با وجود پتانسیل بالای گردشگری مناطق روستایی مورد بررسی مشاهده می‌شود که درآمد به دست آمده از فعالیت‌های گردشگری در کل منطقه در حد پایینی قرار دارد که نشان از جایگاه نازل پس اقتصادی صنعت گردشگری در نواحی روستایی بخش کن دارد. این مسئله در دراز مدت می‌تواند به صورت یک عامل بازدارنده، ایجاد و گسترش بنگاه‌های گردشگری را در نتیجه نبود گرایش و مشارکت مردم محلی در فعالیت‌های گردشگری با مشکل روبرو سازد. این یافته با نتایج آکسا (۲۰۰۶) هم‌خوانی و با یافته‌های نوابخش و رفیعی راد (۱۳۸۹) و پیری و طهماسبی پور (۱۳۹۰) تضاد دارد.

تعیین رابطه میان میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری و برخی ویژگی‌های شخصی

به منظور سنجش رابطه بین متغیرهای میزان درآمد به دست آمده از بنگاه‌های گردشگری و فردی بر حسب نوع متغیرها از آزمون همبستگی مناسب استفاده شد.

جدول ۲. نتیجه آزمون همبستگی کندال تاو b بین میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری و سطح تحصیلات

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | ضریب همبستگی کندال | معنی داری |
|-------------------------------|-------------|--------------------|-----------|
| میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری | سطح تحصیلات | ۰/۱ | ۰/۰۹ |

جدول ۳. نتیجه آزمون همبستگی اسپیرمن بین میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری و میزان پیشنهاد کار

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | ضریب همبستگی اسپیرمن | معنی داری |
|-------------------------------|-------------|----------------------|-----------|
| میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری | پیشنهاد کار | ۰/۳** | ۰/۰۰ |

** معنی داری در سطح ۰/۰۱

جدول ۴. نتایج آزمون همبستگی تتا V کرامر بین میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری با محل سکونت و جنسیت

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | ضریب تتا V کرامر | معنی داری |
|-------------------------------|-------------|------------------|-----------|
| میزان درآمد بنگاه‌های گردشگری | محل سکونت | ۰/۳۶* | ۰/۰۴ |
| | جنسیت | ۰/۳۷** | ۰/۰۰ |

** معنی داری در سطح ۰/۰۱ و * معنی داری در سطح ۰/۰۵

برای تعیین رابطه بین متغیرهای طبقه بندی شده سطح تحصیلات و میزان درآمد که دارای سطوح برابر هستند از ضریب همبستگی کندال تاو b استفاده شد. نتیجه این آزمون نبود معنی داری رابطه بین دو متغیر سطح تحصیلات و میزان درآمد را نشان می‌دهد (جدول ۲). همان طور که در بخش های پیش اشاره شد اشتغال در فعالیت‌های گردشگری به مهارت بالایی نیاز ندارد. از این رو مردم محلی با سطوح مختلف تحصیلات و مهارت علمی در این عرصه فعالیت داشته و سطح تحصیلات آنان نقش موثری در درآمدزایی فعالیت‌های گردشگری نداشته است.

آزمون همبستگی اسپیرمن نیز نشان داد که بین متغیر فاصله‌ای میزان پیشینه کار و متغیر تربیتی درآمد با ضریب همبستگی ۰/۳۹ در سطح ۰/۰۱ درصد رابطه آماری مستقیم و معنی داری وجود دارد. که بدان معناست که با افزایش پیشینه و تجربه درآمد به دست آمده از فعالیت گردشگری نیز با افزایش همراه بوده است (جدول ۳).

هم چنین بررسی رابطه دو متغیر اسمی جنسیت و محل سکونت با متغیر سطح درآمد با کمک آزمون ضریب همبستگی تتا V کرامر نشان داد که دو متغیر جنسیت و محل سکونت به ترتیب با ضریب تتا V کرامر ۰/۳۶ و ۰/۳۷ در سطوح ۰/۰۵ و ۰/۰۱ با متغیر درآمد رابطه مثبت معنی داری دارند (جدول ۴). این امر شاید به این خاطر باشد که در برخی روستاها به دلایل پرشماری مانند قابلیت‌های بالای گردشگری منطقه و یا توانمندی و علاقه مردم محلی برای مشارکت در بخش گردشگری (که مردان گروه غالب آنان را تشکیل می‌دهند)، درآمد بنگاه‌های گردشگری در سطح بالایی باشد.

انگیزه ایجاد و گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط با محوریت گردشگری

با توجه به وضعیت صنعت گردشگری منطقه، درآمد زایی آن و امکانات و جاذبه‌های گردشگری منطقه، این سوال مطرح است که انگیزه ساکنین منطقه برای راه اندازی و گسترش کسب و کارهای مرتبط با گردشگری را دارند؟ برای پاسخ به این سوال، ۲۰ گویه در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و از آنان خواسته شد تا به هر یک از گویه‌ها بین صفر تا ۱۰ امتیاز دهند. اولویت بندی مردم محلی در رابطه با انگیزه ایجاد و گسترش بنگاه های کوچک و متوسط گردشگری در جدول ۵ آورده شده است.

همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد، مهم‌ترین انگیزه مردم محلی برای ایجاد بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، کمک به ایجاد تصور مثبت در مورد منطقه بین گردشگران، کمک به توسعه اقتصادی-اجتماعی منطقه، بهبود وضعیت اقتصادی خانواده و معرفی فرهنگ مردم محلی به گردشگران می‌باشد. این مسئله نشان می‌دهد که روستائیان، در درجه اول، به اثرگذاری‌های اجتماعی و فرهنگی گردشگری در منطقه آگاهند و آن را فرصت مناسبی برای ارتقاء فرهنگ و بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی منطقه می‌دانند و در درجه پس‌ی، رونق چنین بنگاه‌هایی را برای بهبود وضعیت اقتصادی خود و کسب منافع شخصی، مؤثر می‌دانند. به واقع نیز چنین است که در جامعه‌های کم‌تر توسعه یافته پس فرهنگی فعالیت‌های گردشگری بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد؛ حال آن‌که در جامعه‌های پیشرفته، جنبه اقتصادی مسئله حائز اهمیت است. این نتایج با یافته‌های غنیان (۱۳۸۸)، گنز و کارلسن (۲۰۰۰) دارد.

استفاده از تسهیلات بانکی دریافتی برای تأسیس بنگاه‌های گردشگری در دیگر فعالیت‌ها، علاقه شخصی به کار در بخش گردشگری، ایجاد بازار مناسب برای فروش محصولات کشاورزی و دامی و ایجاد یک منبع درآمد اضافی، کم‌ترین میزان انگیزه افراد برای ایجاد و راه اندازی کسب و کار گردشگری را تشکیل داده‌اند. این امر از یک سو نشان می‌دهد که در مناطق مورد بررسی نقش گردشگری به‌عنوان یک عامل مؤثر در رونق اقتصادی جامعه روستایی نا شناخته مانده است و از سوی دیگر افراد دید اقتصادی نسبت به فعالیت‌های گردشگری نداشتند. این یافته با نتایج بررسی غنیان (۱۳۸۸) سازگار می‌باشد.

جدول ۵. اولویت بندی انگیزه ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری بین مردم محلی منطقه مورد بررسی (n=۳۰۰)

| ردیف | ضریب تغییرات | انحراف معیار | رتبه اولویت | انگیزه ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری |
|------|--------------|--------------|-------------|--|
| ۱ | ۰/۳۲ | ۱/۷۶ | ۵/۳۶ | کمک به ایجاد تصور مثبت در مورد منطقه بین گردشگران |
| ۲ | ۰/۳۳ | ۲/۰۷ | ۶/۱۶ | کمک به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه |
| ۳ | ۰/۳۴ | ۲/۱۵ | ۶/۱۵ | بهبود وضعیت اقتصادی خانواده |
| ۴ | ۰/۴۶ | ۲/۴۱ | ۵/۲۰ | معرفی فرهنگ مردم محلی به گردشگران |
| ۵ | ۰/۴۷ | ۲/۵۵ | ۵/۳۵ | علاقه به کار به همراه اعضای خانواده |
| ۶ | ۰/۴۸ | ۲/۴۳ | ۵/۰۵ | یافتن شغل برای اعضای خانواده |
| ۷ | ۰/۴۸ | ۲/۳۶ | ۴/۹۰ | علاقه به کار کردن به صورت گروهی |
| ۸ | ۰/۴۸ | ۲/۳۱ | ۴/۸۱ | ایجاد منبع اولیه و اصلی درآمد برای خانواده |
| ۹ | ۰/۵۰ | ۲/۴۱ | ۴/۷۴ | کمک به رونق صنعت گردشگری در روستا |
| ۱۰ | ۰/۵۲ | ۲/۹۱ | ۵/۵۶ | خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی |
| ۱۱ | ۰/۵۲ | ۲/۳۱ | ۴/۳۷ | یادگیری از گردشگران |
| ۱۲ | ۰/۵۳ | ۲/۵۵ | ۴/۷۵ | گذراندن اوقات بیکاری و فراغت |
| ۱۳ | ۰/۵۳ | ۲/۴۰ | ۴/۵۲ | پیدا کردن شغل برای خود |
| ۱۴ | ۰/۵۳ | ۲/۳۳ | ۴/۳۹ | کسب شأن و منزلت اجتماعی در بین روستائیان |
| ۱۵ | ۰/۵۴ | ۲/۶۵ | ۴/۸۷ | علاقه‌مندی به ارتباط با گردشگران |
| ۱۶ | ۰/۵۵ | ۲/۶۵ | ۴/۸۰ | آشنایی با گردشگران |
| ۱۷ | ۰/۶۳ | ۲/۵۹ | ۴/۰۷ | ایجاد یک منبع درآمد اضافی |
| ۱۸ | ۰/۶۹ | ۲/۳۷ | ۳/۴۱ | ایجاد بازار مناسب برای فروش محصولات کشاورزی و دامی |
| ۱۹ | ۰/۷۱ | ۳/۸۴ | ۵/۳۶ | علاقه شخصی به کار در بخش گردشگری |
| ۲۰ | ۰/۸۷ | ۲/۲۸ | ۲/۶۰ | استفاده از تسهیلات بانکی بنگاه‌های گردشگری در کارهای |

دیگر

| سطح انگیزه | امتیاز | فراوانی | درصد |
|------------|--------|-----------|------|
| پایین | ۰-۳ | ۱۳ | ۴/۳ |
| متوسط | ۳-۶ | ۲۴۴ | ۸۱/۳ |
| بالا | ۶-۱۰ | ۴۳ | ۱۴/۴ |
| جمع | | ۳۰۰ (نفر) | ۱۰۰ |

* عدد صفر نشان‌دهنده کم‌ترین میزان انگیزه و عدد ۱۰ بیانگر بالاترین میزان انگیزه بوده است.

جدول ۶. توزیع فراوانی انگیزه ایجاد و گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط با محوریت گردشگری

طیف انگیزه: ۰-۱۰ میانگین: ۴/۸۹۰ انحراف معیار: ۱/۰۵

برای آگاهی از انگیزه مردم محلی برای ایجاد بنگاه‌های گردشگری، پیوستاری بر مبنای یک انحراف معیار اختلاف از میانگین، حدیثتر و حداقل امتیاز انگیزه، ترسیم و به سه طبقه انگیزه پایین، متوسط و بالا تقسیم شد. نتایج آزمون توصیفی نشان داد که میانگین انگیزه ایجاد بنگاه‌های گردشگری افراد ۴/۸۹ و انحراف معیار آن ۱/۰۵ می‌باشد. به علاوه مشخص شد که ۸۱ درصد مردم منطقه حد متوسطی از انگیزه مشارکت در فعالیت‌های گردشگری برخوردارند (جدول ۶).

مقایسه میانگین انگیزه ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری بین نواحی روستایی

به منظور تعیین میزان انگیزه ایجاد بنگاه‌هایی کوچک و متوسط گردشگری در روستاهای مورد بررسی از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. نتایج آزمون F در جدول ۷ نشان می‌دهد که بین روستاهای مورد بررسی بخش کن به لحاظ میزان انگیزه ایجاد بنگاه‌هایی کوچک و متوسط گردشگری، در سطح ۰/۰۵ تفاوت آماری معنی داری وجود دارد (جدول ۷).

جدول ۷. مقایسه میانگین انگیزه ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط گردشگری بین نواحی روستایی

| نام روستا | انگیزه ایجاد بنگاه‌های گردشگری | آماره F | معنی داری |
|---------------|--------------------------------|---------|-----------|
| امامزاده داود | ۴/۴۵ ^a | | |
| سولقان | ۴/۶۸ ^{ab} | | |
| کیگاه | ۴/۷۰ ^{ab} | | |
| رندان | ۴/۸۹ ^{ab} | ۲/۲۹* | ۰/۰۳ |
| وردیج | ۴/۹۰ ^{ab} | | |
| سنگان | ۵/۰۹ ^b | | |
| کشار اولیا | ۵/۱۸ ^b | | |

*معنی داری در سطح ۰/۰۵

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که روستاهای امامزاده داود و سولقان پایین‌ترین و روستاهای کشار اولیا و سنگان بالاترین میزان انگیزه را برای ایجاد بنگاه‌های گردشگری را دارند. توجه این نتایج به لحاظ اقتصادی می‌تواند به دلایلی مانند، حضور شمار زیادی از انواع بنگاه‌های گردشگری با پیشینه فعالیت گردشگری بالا در روستای امامزاده داود و سولقان، پایین بودن درآمد بنگاه‌های گردشگری و طبق گفته‌های اهالی، فصلی بودن گردشگری باشد. از طرف دیگر در دو روستای کشار اولیا و سنگان جاذبه‌های اکوتوریستی زیبا و شمار بسیار اندک بنگاه‌های گردشگری، می‌تواند تأثیر مثبتی در بالا بردن انگیزه افراد برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری داشته باشد.

نتیجه گیری

گردشگری روستایی صنعت نو ظهوری است که در غالب جامعه‌های پیشرفته نتایج مطلوبی، به ویژه در پس اقتصادی آن داشته است. مروری بر قابلیت‌های اکوتوریسمی روستاهای بخش کن نشان می‌دهد که این منطقه قابلیت‌های فراوانی برای توسعه گردشگری دارد. اما یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که درآمدزایی فعالیت‌های گردشگری در منطقه در جایگاه نازلی قرار دارد. این مسئله در دو روستاهای سولقان و امامزاده داود که از جاذبه‌های سیاحتی و زیارتی ویژه‌ای برخوردارند نمود بیشتری دارد. به رغم درآمدزایی کم فعالیت‌های گردشگری، انگیزه به نسبت خوبی (در حد متوسط) بین اهالی دیده می‌شود. چنانچه ذکر شد ساکنین روستاهای سنگان، وردیج، کشار، رندان و کیگانه که از امکانات و تسهیلات گردشگری بسیار کمی برخوردارند به نسبت ساکنین روستاهای سولقان و امامزاده داود، انگیزه بالاتری برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری دارند. که می‌تواند نطقه امیدی باشد تا با استقرار امکانات رفاهی و گردشگری مناسب از سوی مسئولان ذی‌ربط در این نواحی موجبات مشارکت پرشور مردم محلی در بخش گردشگری را فراهم آورد تا رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چه در سطح فردی و چه در سطح وسیع‌تر جامعه روستایی را شاهد باشیم.

بر اساس نتایج به دست آمده برای بهبود و توسعه وضعیت گردشگری منطقه راه کارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- برگزاری کلاس‌های آموزشی-ترویجی برای بالا بردن روحیه تعاون و همکاری بین مردم محلی، پرورش خلاقیت و ایده‌های کارآفرینی و بالا بردن دانش و آگاهی آنان در راستای حفظ ارزش‌های فرهنگی و سنتی جامعه روستایی و جاذبه‌های طبیعی منطقه به عنوان دارایی‌های مهم و با ارزش خویش.
- سرمایه گذاری در زمینه توریسم از طریق ایجاد تسهیلات لازم برای بخش زمینیهی، پشتیبانی و تشویق این بخش برای سرمایه گذاری در امر صنعت توریسم برای بالا بردن انگیزه مشارکت در فعالیت‌های گردشگری.
- بهبود وضعیت جاده‌ها و راه‌های ارتباطی و استقرار امکانات و تسهیلات رفاهی در نواحی روستایی برای ایجاد محیطی مناسب و آرام برای اسکان گردشگران.
- معرفی جاذبه‌های طبیعی دهستان در سطح استان برای تشویق مسافرت درون استانی کوتاه مدت و کم هزینه برای ساکنین استان به ویژه در نیمه اول سال.

- جلب مشارکت نیروهای محلی باتجربه در زمینه گردشگری برای ترویج و آموزش جوانان علاقه‌مند به فعالیت در بخش گردشگری.

- معرفی منطقه به دفترهای تور گردان و آژانس‌های توریستی توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در جایگاه یکی از مهم‌ترین نهادهای حامی توسعه فعالیت‌های گردشگری.

منابع مورد استفاده:

۱. بیات، ن و رستگار، ا. (۱۳۹۰). بررسی اثرات زیست محیطی گردشگری روستایی از دیدگاه توسعه پایدار: مطالعه موردی روستای سولقان شهرستان تهران. مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، تیر ماه. همدان، دانشگاه بوعلی سینا.
۲. پیری، س و طهماسبی پور، ر. (۱۳۹۰). تحلیل عملکرد و نقش گردشگری در توسعه پایدار نواحی روستایی مطالعه موردی: دهستان ریجاب (شهرستان دالاهو). مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، تیر ماه. همدان، دانشگاه بوعلی سینا.
۳. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان تهران، ۱۳۸۷.
۴. شایان، ح و شاهی اردبیلی، ح. (۱۳۸۶). نقش صنایع روستایی در توزیع بهینه درآمد: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان مشهد. فصلنامه روستا و توسعه. ۲۱۲-۱۹۶: (۱۰)۲.
۵. علی محسنی، ر. (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها. مجله علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اهر. سال نهم، شماره ۲۸. صص ۱۷۱-۱۴۹.
۶. غنیان، م. (۱۳۸۸). تبیین راهبردهای توسعه گردشگری کارآفرین روستایی؛ مطالعه منطقه اورامات. پایان نامه دکتری تخصصی رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی. دانشگاه تهران. دانشکده
۷. قره نژاد، ح. (۱۳۸۵). مقدمه بر توسعه گردشگری و مهمانپذیری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، چاپ اول، اصفهان.
۸. قهرمانی، ن. (۱۳۸۸). بررسی اثرات گردشگری روستایی در نواحی روستایی دهستان سولقان. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده جغرافیا. دانشگاه تهران.
۹. میرزایی، ر. (۱۳۸۸). تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه. فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴۶ صص ۷۶-۴۹.
۱۰. نوابخش، م و رفیعی فر، م. (۱۳۸۹). بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی اجتماعی مردم روستای زیارت. فصلنامه جغرافیای آمایش محیط. ۱۳۵-۱۱۵: (۹)۳.

11. Akca, H. 2006. Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis Journal of Applied Sciences 6(13):pp37-39.
12. Baros, Z. and L.D. David, 2007. Environmental ism and Sustainable development from the point of Tourism. Tourisms: 2(2):141-152.
13. Brown, D. (2003), Rural Tourism : An Annotated Bibliography ,Regional Economist , Washington.
14. Dallen J., T. 2005, Rural Tourism Business: A North American overview, Aspects of Tourism, Rural Tourism and sustainable business, Channel View Publication, England, pp, 3-14.
15. Dwyer, L. 2009. Destination and enterprise management for a tourism future. Tourism Management. 30: 63-74.
16. Eruera, A. 2008. Rural Tourism Development in the Eastern Hokianga Area. A. thesis submitted to the Auckland University of Technology.
17. Getz, D. And J. Carlsen. 2000. family Business in Tourism. State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 32 (1): 237-258
18. Kostas E. S. 2010. Rural Tourism Development for the Prefecture of Lassithi in Crete International Business Review. 9: 363-382.
19. Nilsson, P. A. 2002. Staying on farm: An ideological background. *Annals of Tourism Research*. 29(1):7-24.
20. Opperman, M. 1998. Rural Tourism in Southern Germany, *Annals of Tourism Research*. 23(1): 225-251.
21. Warren, J. and N. Taylor. 1999. Developing Rural Tourism in New eland. *Commarts*, Wellington. 21:123-142.

An Analysis of Tourism and Its Role in the Economic Development of Rural area; Case Study: Rural Regions in Kan county

Z. Karami benmaran¹, B. Khosravi pour², M. Ghanian³ and M. Baradaran⁴

1.MSc Graduate of Agricultural Extension and Education

2,3,4. Assistant Professors, Department. of Agricultural Extension and Education, Ramin University of Agriculture and Natural Resources (Khouzestan)

Abstract

Today tourism activity was introduced as one of the most important and dynamic activities in the world. So that constantly is increasing the number of foreign and domestic tourists and the tourism income in the worldwide. Because of employment in this industry does not require high skill and training then local people can be employed with low skills in service occupations, this could be an important source of employment. Natural attractions, cultural, pilgrimage is a privileged location in rural areas to be accounted rural tourism as one of the best strategies for sustainable rural development. Souleghan village in Tehran, has a pleasant climate and vegetation and natural attractions and places of pilgrimage so the high potential in order to attract tourists, especially from Tehran as a metropolis that can be opportunities for employment particularly for young people in the local area. Hence in this paper has tried to use descriptive - analytical and library resources, observations and field studies, while providing a definition of rural tourism and ecotourism, to analyze the capabilities of Kan County in order to create business opportunities of tourism - in the scope of small and medium size enterprises. Despite the high capacity and large number of tourists results show tourism activities was not considered as the stable and valuable source of income. These have to be supported by competent tourism organizations to promote and organize tourism activities in this region.

Key word: Rural tourism, Small and medium size enterprises, Kan.