

بررسی تفاوت بین رضایتمندی، انتظارات و نگرش زنان و مردان جامعه روستایی در

خصوص گردشگری روستایی (مورد مطالعه شهرستان ایذه در استان خوزستان)

خدیدجه سلیمانی هارونی^۱، بهمن خسروی پور^۱، مسعود برادران^۲، منصور غنیان^۳

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

۲- استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

۳ و ۴- دانشیاران گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۰۴

چکیده

روستاها به دلیل جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی ویژه، پتانسیل قابل توجهی در جذب گردشگر و در نتیجه کسب منافع ناشی از این صنعت را که به صنعت پاک معروف است دارا می‌باشند و می‌توان از این صنعت به عنوان راهبردی برای نیل به توسعه پایدار بهره گرفت. متخصصان سراسر جهان اتفاق نظر دارند که برنامه‌های توسعه جز با مشارکت زنان به ویژه زنان روستایی نمی‌تواند پایدار و موفق باشد و صنعت گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و همسو بودن مهارت‌ها و توانمندی‌های ویژه زنان و نیازمندی‌های صنعت گردشگری همچون تهیه غذا، مهمانداری و صنایع دستی توجه به مشارکت این قشر از جامعه روستایی در فرایند برنامه‌ریزی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری را ضروری تر می‌سازد که متأسفانه شواهد موجود نشان از عدم مشارکت قشر زنان دارد. با وجود این که زنان عهده‌دار بخشی از فعالیت‌های این صنعت هستند اما از عایدات ناشی از آن چیزی نصیب‌شان نمی‌شود. ذکر این نکته ضروری است که بدون مشارکت مردم محلی بویژه زنان روستایی در برنامه‌ریزی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری و نیز عدم دانش و آگاهی از درک و نگرش این قشر از جامعه میزبان نسبت به پیامدهای این صنعت نمی‌توان امید موفقیت در کسب منافع ناشی از این صنعت و در نهایت نیل به توسعه پایدار امید چندانی داشت. لذا در این پژوهش که یک پژوهش پیمایشی - توصیفی است با استفاده از ابزار پرسشنامه به بررسی و تحلیل جنسیتی رضایتمندی، انتظارات و نگرش جامعه میزبان که ساکنان هشت روستا از شهرستان ایذه در استان خوزستان (۳۲۵ نفر حجم نمونه براساس جدول تاکمن و نمونه گیری به روش تصادفی) پرداخته شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم افزار SPSS صورت گرفته‌است. نتایج حاکی از نگرش مثبت زنان نسبت به پیامدهای گردشگری روستایی در این شهرستان می باشد. همچنین میزان رضایتمندی، نگرش و انتظارات زنان نسبت به مردان از گردشگری بیشتر بوده و بین زنان و مردان در این متغیرها تفاوت‌های آماری معنی‌داری وجود داشته است.

واژه‌های کلیدی: زنان روستایی، گردشگری روستایی، رضایتمندی، تحلیل جنسیتی

مقدمه

نیستند و وجود خانواده‌های پرجمعیت با درآمد کم و فقیر از مشکلات اساسی روستاهاست بیشتر مردم روستایی به کارهای کشاورزی مشغولند و بعضی از آنها جنگلدار و بعضی صنعتگرند. اما هیچ یک از مشاغل سنتی‌شان پردرآمد. زمانی که زمینه‌های کمی برای افزایش کسب درآمد در روستا وجود داشته باشد، روستاییان مهاجرت به شهرها می‌کنند تا فرصت بیشتری برای کسب درآمد حاصل شود، درحالی‌که مهاجرت روستاییان مشکلات خاص خود را دارد (Haldar, 2007).

این در حالی است که ساکنان روستاها از دو جهت با صنعت گردشگری در ارتباط هستند: یکی این‌که محیط‌های روستایی فضاها و اماکن بیلاقی مناسبی به‌شمار می‌آیند و دیگر این‌که تولیدات آنها اعم از مواد خوراکی و صنایع دستی به گردشگران عرضه شده و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنها کمک می‌کند (مرادنژادی و نظری، ۱۳۸۲). همچنین گردشگری بویژه گردشگری روستایی می‌تواند تعادل بین کشاورزی و گردشگری را بهبود بخشیده، منافع حاصل از کشاورزی را افزایش داده و منافع بیشتری را برای کشاورزان فراهم کند. بنابراین فرصتهای شغلی بیشتر و شرایط زندگی بهتر و ایده‌آلی فراهم نموده و یک نقش مثبت در بهبود توسعه اقتصاد روستایی و فرهنگ روستایی ایفا کند (Degang & Xiaoting, 2006).

ریشه مشکلات روستا در فقر است و فقر در دیگر مناطق مشکلات از جمله اختلاف در درآمد، مهاجرت از مناطق روستایی، عدم تعادل منطقه‌ای، تخریب زیست‌محیطی و دیگر مشکلات زیست‌محیطی را افزایش می‌دهد و بعضی مواقع این مشکلات موجب پیامدهای خطرناکی همچون آشفته‌گی اجتماعی، خشونت در جامعه و تروریسم را به دنبال خواهد داشت. بنابراین به علل زیر نیاز به سیاست‌هایی برای پیشرفت گردشگری در مناطق روستایی احساس می‌شود (Mishra & Dash, 2003).

در کشورهای در حال توسعه توریسم یکی از منابع مهم تغییرات اجتماعی - اقتصادی به شمار می‌آید (Aref, ۲۰۱۱). اگرچه گردشگری نوشدارویی برای رکود اقتصادی نیست اما این صنعت توان ایجاد پیامدهای مثبت و منفی را دارد و برای توسعه آن باید با برنامه‌ریزی و مدیریت مسوولیت‌پذیرانه اقدام کرد (Byrdd et al., 2008). لذا باید به دنبال شناسایی عوامل اساسی موفقیت در گردشگری بود تا بتوان با بسترسازی و ایجاد محیطی مناسب برای این عوامل احتمال نیل به هدف که رسیدن به توسعه پایدار روستایی است را ارتقاء بخشید. دیک به چهار مورد از این عوامل اشاره کرده است:

- ماهیت گردشگری به عنوان یک فعالیت: گردشگری یک فعالیت چندبخشی است که نیاز به ورودیهایی (نهادهایی) با ماهیت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی دارد. بنابراین بر هر یک از این بخشها نیز به‌صورت جمعی یا نیمه جمعی مؤثر خواهد بود. معمولاً تأمین نهادهای بخش گردشگری به عهده سازمان‌های مختلف بوده و سختی کار سیاست‌گذاران بخش گردشگری آن است که همه این نهادهای ضروری برای تدوین یک سیاست، در بیرون از سازمان گردشگری واقع شده‌اند.

– ساختار نهادی و سازمانی: دلیل ذکر شده در فوق ممکن است منجر به شکل دهی سیاستی غیرقابل قبول شود که اقدامات بخش گردشگری به تنهایی تحت کنترل یک سازمان باشد. زیرا ماهیت این صنعت به گونه‌ای است که وابسته به مشارکت و حمایت دیگر سازمانهاست که ممکن است آماده ارائه خدمات باشند یا نباشند. به عنوان مثال، آنچه در ساخت و حفظ جاده‌ها از نظر دسترسی برای گردشگران در اولویت است ممکن است برای سازمان مربوطه در اولویت نباشد.

– چارچوب قانونی: ماهیت ناهمگن و چندبخشی گردشگری به این معناست که گردشگری فعالیتی است با حیطه‌های مختلف قانونگذاری (برنامه‌ریزی شهری و کشوری، مقررات مهاجرت، امنیت و سلامت در کار و غیره که بسیاری از این قوانین قدیمی هستند و در بعضی موارد نادیده انگاشته شده‌اند (همچون حمایت از مصرف کننده). اجرای سیاست‌های گردشگری در عمل بدون یک چهارچوب مناسب و حمایت لازم بسیار سخت است.

– حیطه سیاسی گردشگری: یک توافق جمعی در خصوص این که سیاست گردشگری شامل چه چیزهایی باشد صرفاً در مجموع می‌توان گفت هدف کلی حداکثر کردن منافع گردشگری است به گونه‌ای که معایب آن به حداقل برسد" (Dieke, 2005).

بعد از چهل سال از رشد بی‌سابقه گردشگری، موفقیت آن به عنوان ابزاری برای توسعه مورد سؤال واقع شده است. برخی انتقادات وارد به آن عبارتند از: تغییرات در ارزشها و عقاید جامعه محلی، کاهش در دسترس بودن کالاها، تأثیرات منفی بر منابع طبیعی و توسعه ارتباطات استعماری بین کشورهای توسعه یافته و کمتر توسعه یافته است (Monterrubio, 2007).

زنان روستایی نقش رو به رشدی در عرصه کشاورزی دارند ولی در ردیف محروم‌ترین گروههای اجتماعی در بین سایر گروهها قرار گرفته‌اند. این در حالی است که اگر رشد بهره‌وری بر پایه کارائی، پایداری و برابری جنسیتی باشد، رشد درآمد خانوارها و جوامع و بهبود وضعیت معیشت آنها را در پی خواهد داشت. بدین ترتیب، نه تنها وضعیت کشاورزان ارتقاء پیدا می‌کند، بلکه کل جامعه از فقر خارج می‌شود.

چهارسوقی و همکاران (۱۳۸۷) به نقل از یونسکو اعلام می‌کنند که در مجموع، زنان بخش مکمل رشد کشاورزی در کشورهای در حال توسعه می‌باشند، از این‌رو ترغیب برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان برای دستیابی به کشاورزی پایدار مهم تلقی می‌شود.

امروزه توانمندسازی زنان بسیار اهمیت یافته و از زمانی که این امر به وسیله سازمان جهانی گردشگری مورد حمایت واقع گردیده، دارای اهمیت سیاسی شده‌است. نتیجه پیوند کارآفرینی زنان با گردشگری و توانمندسازی زنان موجب گسترش شناخت کارآفرینی به عنوان یک شغل در مفهوم سنتی برای تغییر و نوآوری اجتماعی گردیده است (Pesters and Ateljevic, 2009).

مطالعات در برزیل نشان می‌دهد همزمان آنان مسئولیت کار بیرون از خانه را دارند آنها کار روزانه خانه را نیز برعهده دارند، لذا زمان یا انرژی برای نفوذ در تصمیم‌گیری امور مالی خانواده یا بیرون از آن را ندارند. مشکلات ناشی از کار روزانه دو برابر را نباید نادیده گرفت، فلور و ابیان می‌کند که بهره‌وری کمتر، کاهش قابل توجه کیفیت

¹ - Floro

پرورش فرزندان و بدتر شدن وضعیت سلامتی زنان از مهم‌ترین پیامدهای افزایش کار صنعتی زنان است (Monterrubio, 2007).

زنان اغلب فاقد آموزش‌های حرفه‌ای و تجارب مدیریتی هستند همچنین در استفاده از اعتبارات، به دلیل فقدان تجربه در کسب وام محدودتر بوده و یا اکراه آنان از مواجهه با خطرپذیری است که در درخواست وام وجود دارد و آنها بیشتر ترجیح می‌دهند که توسط خانواده و دوستان حمایت مالی شوند تا از منابع رسمی که اکثریت مردان مالک استفاده می‌کنند (Anthopoulou, 2010). علاوه بر این، آنان از لحاظ قانونی نیز دسترسی کمتری به منابع مالی دارند زیرا اغلب مالک نبوده و شخصیت حقوقی ندارند.

مبانی نظری پژوهش

در بخش از این پژوهش به بررسی نگرش ساکنان روستاهای دارای گردشگر روستایی نسبت به گردشگران براساس مدل باتلر نیز پرداخته شده است و نگرش زنان و مردان مقایسه شده‌اند، لذا در بخش مبانی نظری پژوهش سه نمونه از این مدلها تشریح شده‌اند.

- سیکل زندگی مقاصد گردشگری باتلر

مدل باتلر به نام سیکل زندگی مناطق گردشگری (TALC) معروف می‌باشد که اساس آن برپایه زمان و تعداد گردشگران استوار است. این مدل یکی دیگر از چارچوب‌های تئوری - عملی پیشنهاد شده برای ارتباطات اجتماعی بین گردشگران و ساکنان است. در این مدل تلاش شده که واکنش رفتاری و نگرش جامعه میزبان نسبت به فعالیت‌های گردشگری بیان شود (Monterrubio, 2007).

با توجه به اینکه مناطق گردشگری در طول زمان رشد و تغییر می‌کنند و براساس مفهوم چرخه محصول (جایی که در ابتدا فروش محصول به آهستگی طی می‌شود، سپس یک سرعت سریع از رشد را تجربه می‌کند و بعد از آن به ثبات می‌رسد و در نهایت کاهش می‌یابد) در مدل باتلر مناطق گردشگری نیز چنین سیر تکاملی مشابه را دنبال می‌کنند. در ابتدا به وسیله تعداد کمی از گردشگران بازدید می‌شوند که به علت کمبود امکانات و تسهیلات درمضیقه هستند. بعد از آن در مناطقی که تسهیلات و آگاهی نسبت به آنها رشد می‌کند، تعداد گردشگران افزایش می‌یابد که ناشی از تلاش بازاریابان با هم و بخش اطلاعات و تأمین تسهیلات بیشتر است. بعد از این مرحله تعداد گردشگران کاهش می‌یابد در سطحی که به ظرفیت تحمل می‌رسند و شامل شش مرحله است:

اکتشاف (شناسایی): تعداد کمی مکتشف از مکان گردشگری دیدن کرده‌اند.

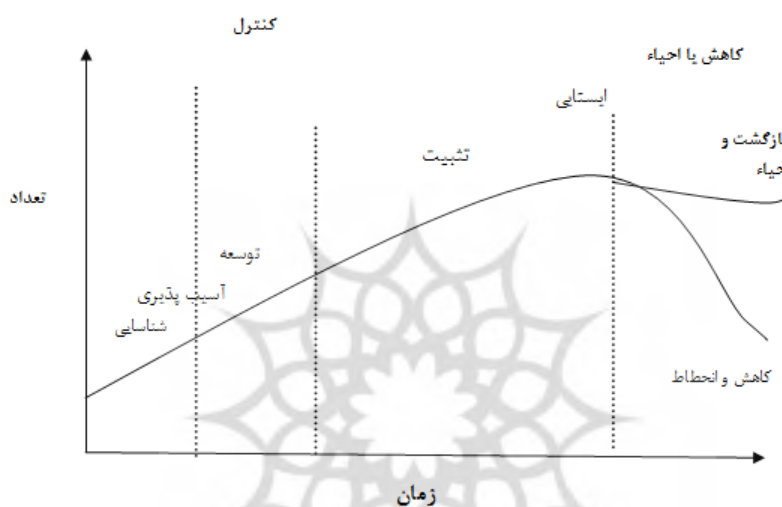
آسیب‌پذیری: جامعه تعداد محدودی از منابع را برای گردشگران فراهم و تأمین کرده‌است.

توسعه: رشد سریع گردشگران صورت پذیرفته و جامعه به عنوان یک منطقه گردشگری شناخته شده و کنترل محلی و دخالت محلی کاهش می‌یابد.

تثبیت تعداد گردشگران در حال افزایش است، اما با سرعت کمتر، بازاریابی توسعه یافته و برای گسترش گردشگران فصلی تلاش می‌کند.

ایستایی (رکود): تعداد گردشگران به حداکثر رسیده و به دلیل به حداکثر رسیدن تعداد آنان مشکلات شروع شده و به مناطق فشار وارد می‌کند.

کاهش (انحطاط) و بازگشت: پیامدها مشخص شده‌اند و توسعه گردشگری با واکنش رکود مواجه شده است (واندرورف، ۲۰۰۸).



شکل ۴-۲ سیکل زندگی مقاصد گردشگری باتلر (۱۹۸۰)

- مدل دوگن

دوگن نیز در سال ۱۹۸۹ مدلی را به وسیله شناسایی و بازنگری در نتایج اصلی واکنش رفتاری گردشگران با ساکنان بسط داد. دوگن بیان کرد توسعه گردشگری همگنی نسبی جوامع را به ناهمگنی نسبی دگرگون می‌کند. با ارزیابی وسعت و اندازه اثرات مثبت و منفی که درک می‌شود واکنش ساکنان به ترتیب به عنوان شکلی از پذیرش یا مخالفت پنداشته می‌شود. این مدل مخالفت، عقب‌نشینی، حفظ حدود، تجدید حیات و پذیرش را به عنوان مراحل که ساکنان جوامع برای هماهنگی با اثرات گردشگری توسعه می‌دهند، معرفی کرده‌است.

این مدل تشخیص داده که ناهمگنی جمعیت میزبان ناشی از دلایل متعددی است که بسیار به ارتباطات بین گردشگران و میزبان که در یک زمان در جامعه هستند، وابسته است. همچنین مدل دوگن بیان می‌کند که گردشگری در جوامع روستایی که نسبتاً همگن هستند شروع به توسعه می‌کند و سپس آن را به جامعه شهری یا ناهمگن تغییر می‌دهد (Monterrubio, 2007).

- مدل آپ و کرمتون

اپ و کرمتون بیان کرده‌اند که واکنش یک جامعه نسبت به اثرات گردشگری شامل چهار مرحله است که زنجیره استراتژی پذیرش - تنفر ¹پایده می‌شود. طبق چارچوب اپ و کرمتون واکنش ساکنان نسبت به گردشگری در یک زنجیره که شامل چهار مرحله (پذیرش، تحمل، سازگاری و تنفر) است، می‌تواند اتفاق افتد (*Monterrubio*, ۲۰۰۷).

تمام چارچوب‌هایی که در بالا بحث شد از این جهت که یک عنصر پویا و تصاعدی را بررسی کرده‌اند، مشابه هستند؛ این مدلها تشخیص داده‌اند که اثرات اجتماعی گردشگری در واکنش نسبت به تغییرات ساختاری در توسعه گردشگری و اندازه و طول مدت واکنش آشکار ساکنان نسبت به توسعه در طول زمان تغییر می‌کند. همچنین نتایج نشان داده که اثرات، درک ساکنان و واکنش احتمالی آنها نسبت به گردشگری ایستایی پایداری ندارد.

در سه دهه گذشته توجه به مطالعات پیرامون بررسی دیدگاه ساکنان نسبت توریسم مورد توجه ویژه قرار گرفته است (*Wang and Pfister, 2008*) درک ساکنان از اثرات توریسم و نگرش آنان ممکن است عامل مهمی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری پروژه‌های کنونی توریسم و نیز موفقیت توسعه توریسم در آینده باشد (*Amy and Esther, 2009*).

آنچه در این پژوهش اهمیت داشته بررسی وضعیت جامعه مورد نظر براساس مدل باتلر همچنین تحلیل جنسیتی رضایتمندی، انتظارات و نگرش این جامعه در خصوص گردشگری روستایی بوده‌است.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش یک پژوهش پیمایشی به روش توصیفی - همبستگی است که نتایج بر حسب تفکیک جنسیتی تجزیه و تحلیل شده‌اند. مصطفی نژادیان (۱۳۸۹) به نقل از علی بیگی و همکاران بیان می‌کند که تحلیل جنسیت روشی است که به مطالعه روابط بین مردان و زنان و نابرابری‌هایی که در روابط اجتماعی آنها وجود دارد پرداخته و به پرسش‌هایی مانند چه کسی چه کار می‌کند؟ هر کس مالک چه چیزی است؟ چه کسی تصمیم می‌گیرد؟ چه کسی از نتیجه تصمیم‌ها بهره‌مند می‌شود و چه کسی بازنده‌است پاسخ می‌گوید. در واقع تحلیل جنسیتی به شیوه تقسیم قدرت، مسئولیت و حق می‌پردازد که شامل تحلیل کلیه فعالیت‌ها و نقش‌های مردان و زنان در بخش‌های اقتصادی و اجتماعی و نیز تحلیل وضعیت زنان و مردان از نظر حق تصمیم‌گیری و دسترسی به منابع مرتبط با فعالیت‌های مورد نظرشان است. جامعه آماری پژوهش ساکنان هشت روستا از شهرستان ایذه واقع در استان خوزستان است که حجم نمونه با استفاده از جدول تاکمن ۳۲۵ نفر محاسبه گردیده است و ابراز جمع آوری اطلاعات پرسشنامه بوده که روایی آن با نظر هیات علمی دانشگاه و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفا کرونباخ (۰/۸۷) محاسبه گردید. داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS توصیف و تجزیه و تحلیل شد و از این نرم افزار برای آزمون t و نیز اولویت بندی گویه‌ها استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل و یافته‌های پژوهش

در ابتدا لازم است منطقه مورد مطالعه معرفی شود. شهرستان باستانی ایزه در استان خوزستان بر پایه پژوهش‌های باستان‌شناسی از ده هزار سال پیش شاهد حضور انسان و تمدن و زندگی بوده است. این شهرستان بواسطه قرار گرفتن در دامنه‌های کوه‌های زاگرس دارای آب و هوای کوهستانی بوده و خوش آب و هواترین شهر استان خوزستان می‌باشد (مقصودی و باقری‌مفرد، ۱۳۸۷). این شهرستان با دو بخش دهدز و مرکزی و ده دهستان دارای جمعیتی در حدود ۱۹۳۳۵۱۰ نفر می‌باشد که جمعیت هشت روستای مورد مطالعه ۲۴۴۹ است که حجم نمونه پژوهش طبق جدول تاکن ۳۳۵ نفر شد. روستاهای این روستا در سالهای اخیر مورد توجه گردشگران واقع شده‌اند و سالانه آمار آنان رو به افزایش است. بررسی این موضوع که این مناطق در چه مرحله‌ای از سیکل گردشگری هستند و تفاوت دیدگاه زنان و مردان ساکن در این مناطق چگونه است به برنامه‌ریزان کمک خواهد کرد اقدامات اساسی‌تری برای توسعه گردشگری در این منطقه انجام داده و موجبات رونق بیشتر منطقه فراهم گردد.

ویژگی‌های فردی پاسخگویان به تفکیک جنسیت در جدول شماره یک قابل مشاهده است.

جدول ۱- ویژگیهای فردی پاسخگویان به تفکیک جنسیت

متغیرها	گروهها	مردان (n=۲۰۵)		زنان (n=۱۱۴)	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
جنسیت	۱۵-۳۰	۹۴	۴۵/۹	۷۰	۶۱/۴
	۳۱-۳۵	۶۷	۳۲/۷	۳۲	۲۸/۱
	۳۶-۶۰	۳۳	۱۶/۱	۱۰	۸/۸
	۶۱-۷۵	۵	۲/۴	۲	۱/۸
تحصیلات	بیسواد و کم سواد	۴۷	۲۲/۹	۳۱	۲۷/۲
	تا دیپلم	۷۸	۳۸	۳۲	۲۸/۱
	بالتر از دیپلم	۱۵	۷/۳	۲	۱/۸

۰/۹	۱	۰/۵	۱	- مرتبط با گردشگری	
۰	۰	۲۴	۵	- خدمات	
۳/۵	۴	۵۲/۲	۱۰۷	- آزاد	
۷/۹	۹	۱۲/۷	۲۶	- کارمند	
۰/۹	۱	۳/۹	۸	- دانشجو	سازش
۰	۰	۲/۴	۵	- بازنشسته	مخالفت
۰/۸۶	۹۸	۲۴/۴	۵۰	- خانه‌دار	
۰	۰	۰/۵	۱	- بیکار	
				- مرتبط با گردشگری	
۱/۸	۲	۵/۴	۱۱		
۴۹/۱	۵۶	۴۲/۵	۸۷	- غیر مرتبط با گردشگری	

در این پژوهش با استفاده از مدل باتلر احساس ساکنان نسبت به گردشگران سنجیده شد که به تفکیک جنسیت در جدول شماره دو مشاهده می‌شود. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود بیشتر زنان (۷۲/۸ درصد) و مردان (۶۰ درصد) در مرحله پذیرش هستند و کمترین آنان (زنان ۰ درصد و مردان ۴ درصد) در مرحله مخالفت هستند. بنابراین جای امیدواری است که جامعه میزبان این منطقه در مرحله پذیرش این صنعت هستند و زنان حداقل مخالفت را با این نوآوری دارند، لذا پیش‌بینی می‌شود که توسعه فعالیت‌های گردشگری با استقبال ساکنان بویژه زنان همراه باشد و سرمایه‌گذاری در این امر نتیجه بخش باشد.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس احساس آنان نسبت به گردشگران (براساس مدل باتلر) به تفکیک جنسیت

احساس	فراوانی		درصد		درصد معتبر	
	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
پذیرش	۱۲۳	۸۳	۶۰	۷۲/۸	۶۶	۷۳/۵
تحمل	۲۹	۸	۱۴	۷	۱۵/۵	۷
سازش	۲۶	۲۲	۱۳	۱۹	۱۴	۱۹/۵
مخالفت	۸	۰	۴	۰	۴	۰
بدون پاسخ	۹	۱				

جهت سنجش بعضی از متغیرهای پژوهش از طیف پنج گویه‌ای لیکرت (بسیار مخالف تا بسیار موافق) استفاده شد که عدد یک بیانگر بسیار مخالفم و عدد پنج بسیار موافقم می‌باشد. متغیر درک اثرات اقتصادی با ۶ گویه (حداکثر ۳۰)، رضایتمندی با ۶ گویه (حداکثر ۳۰)، نگرش با ۹ گویه (حداکثر ۴۰)، حمایت با ۹ گویه (حداکثر ۴۰) و انتظارات با ۶ گویه (حداکثر ۳۰) سنجیده شده‌اند.

جدول ۳- مقایسه دیدگاه پاسخگویان نسبت به برخی از متغیرهای پژوهش به تفکیک جنسیت و داشتن یا نداشتن ارتباط با

گردشگران

متغیرها	گروهها	میانگین	آماره t	معنی داری	سطح
اقتصادی	مردان	۱۹/۷	۲/۳*	/۰۲۳	۰
	زنان	۲۰/۸			
درک اثرات	زنان دارای ارتباط با گردشگران	۲۱/۵۲	۳/۲۲**	/۰۰۱	۰
	زنان فاقد ارتباط با گردشگران	۱۸/۵۶			
رضایتمندی	مردان	۲۱/۸	۳/۹۵**	/۰۰۱	۰
	زنان	۲۳/۹			
	زنان دارای ارتباط با گردشگران	۲۴/۵	۳/۳۷**	/۰۰۱	۰
	زنان فاقد ارتباط با گردشگران	۲۱/۷			
نگرش	مردان	۳۳/۸	۳/۵۶**	/۰۰۱	۰
	زنان	۳۶/۰۵			
نگرش	زنان دارای ارتباط با گردشگران	۳۷/۱۲	۴/۸۸**	/۰۰۱	۰
	زنان فاقد ارتباط با گردشگران	۳۲/۵			
حمایت	مردان	۳۴/۴	۲/۴۶*	/۰۱۴	۰
	زنان	۳۵/۹			
حمایت	زنان دارای ارتباط با گردشگران	۳۷/۱۰	۷/۲۴**	/۰۰۱	۰
	زنان فاقد ارتباط با گردشگران	۳۱/۵۲			
انتظارات	مردان	۲۶/۱۹	۳/۱۳**	/۰۰۲	۰
	زنان	۲۴/۶			

۰/۳	۱/۰۴	۲۶/۵	زنان دارای ارتباط با گردشگران
		۲۵/۲	زنان فاقد ارتباط با گردشگران

- تعداد مردان پاسخگو ۲۰۵ نفر و تعداد زنان ۱۱۴ نفر بوده است که از این تعداد ۸۸ نفر با گردشگران رابطه داشته‌اند و ۲۵ نفر از آنان فاقد ارتباط با گردشگران بوده‌اند.

نتایج تحقیق سوفین و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد که رضایتمندی ساکنان از توسعه توریسم بوسیله درک اثرات مثبت اقتصادی - اجتماعی تحت تاثیر قرار می‌گیرد. وجود تفاوت معنی‌دار آماری بین نگرش، رضایتمندی و انتظارات زنان و مردان جامعه مورد نظر صرف نظر از تفاوت‌های جنسیتی بین دو گروه حاکی از وجود تفاوت دیدگاه این دو گروه نسبت به این صنعت و یا نوآوری و نیز پیامدهای متفاوت این نوآوری برای این دو گروه می‌باشد.

جدول ۴- مقایسه اولویت دهی پاسخگویان به گویه‌های متغیر نگرش به تفکیک جنسیت

مردان (n=۲۰۵)		زنان (n=۱۱۴)	
اولویت	میانگین رتبه‌ای	اولویت	میانگین رتبه‌ای
۲	۴/۳۲	۱	۴/۸۰
گردشگری موجب شده که ساکنان محلی احساس افتخار و تعلق به جامعه‌شان داشته‌باشند.			
۱	۴/۳۹	۲	۴/۵۳
گردشگران باید خود را با شرایط روستا منطبق کنند نه این‌که روستا را برای رضایت مندی آنان منطبق ساخت.			
۵	۳/۷۲	۳	۴/۳۴
ساکنان محلی از زندگی در مناطق گردشگری به دلیل حضور و پیامدهای منفی گردشگران رنج می‌برند.			
۳	۴/۰۱	۴	۴/۳۰
من از حضور گردشگران در روستایمان لذت می‌برم.			
۴	۳/۸۶	۵	۳/۹۳
سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری پربازده است.			
۶	۳/۶۳	۶	۳/۹۰
گردشگری موجب افزایش فرصت‌های تفریح، زیرساختها و امکانات رفاهی روستا شده است.			
۸	۳/۴۱	۷	۳/۵۴
باید از گردشگران حق ورودی گرفت و در ازای آن			

خدمات رایگان (بازدید از باغات، مزارع، آثار باستانی روستا و ...) ارائه داد.			
۸	۳/۵۳	هزینه‌های زیادی که صرف توسعه تسهیلات برای توسعه گردشگری می‌شود، می‌تواند صرف دیگر خدمات عمومی شود.	۳/۳۳
۹	۳/۳۸	تسهیلات و امکاناتی که در روستا تأمین شده تنها برای گردشگران مفید است و قابل استفاده برای ساکنان محلی نیست.	۳/۵۵

نتایج حاصل از مقایسه دیدگاه دو گروه زنان و مردان نسبت به اولویت‌دهی به پیامدهای گردشگری نشان می‌دهد که از دیدگاه زنان احساس افتخار بیشتر و تعلق به جامعه، ضرورت انطباق گردشگران با جامعه و احساس نامطلوب از پیامدهای منفی ناشی از حضور گردشگران بیشترین اولویت‌ها را به خود اختصاص داده و از دیدگاه مردان جامعه میزبان؛ ضرورت انطباق گردشگران با جامعه میزبان، احساس افتخار بیشتر و تعلق به جامعه و احساس لذت از حضور گردشگران در روستا در اولویت‌های اول تا سوم قرار دارند. وجود دو گویه مشترک بین این سه اولویت اول دو گروه حاکی از تشابه دیدگاه آنان نسبت به پیامدهای گردشگری است با این تفاوت که زنان از پیامدهای منفی حضور گردشگران احساس ناراضی بیشتری نسبت به مردان دارند.

براساس پاسخ‌های ارائه شده، نگرش آنها به پیامدهای گردشگری روستایی طبق فرمول (آخوندی و همکاران، ۱۳۸۷) به چهار سطح منفی، نسبتاً منفی، نسبتاً مثبت و مثبت گروه‌بندی شده است. تقسیم بندی گروه‌های مختلف بر مبنای میانگین و انحراف معیار صورت گرفته است (متغیر نگرش با ۹ گویه با استفاده از طیف لیکرت سنجیده شده است).

$Min < A < Mean - Std$: A منفی

$Mean - Std < B < Mean$: B نسبتاً منفی

$Mean < C < Mean + Std$: C نسبتاً مثبت

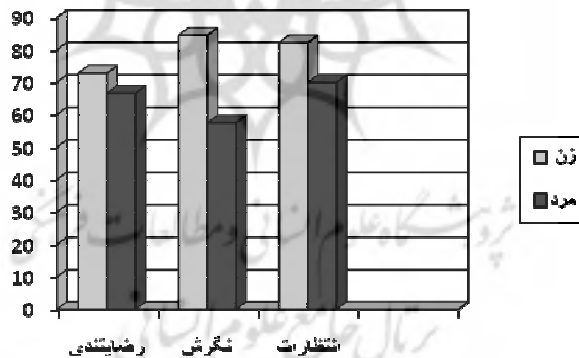
$Mean + Std < D < Max$ مثبت

افرادی که دارای نمره بین ۲۳ و ۳۱/۵ باشند دارای نگرش منفی، بین نمره ۳۱/۵ و ۳۶/۰۵ نگرش نسبتاً منفی، بین نمره ۳۶/۰۵ و ۴۰/۶۰ نگرش نسبتاً مثبت و بین ۴۰/۶۰ و ۴۲ دارای نگرش مثبت هستند.

جدول ۵- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نگرش نسبت به گردشگری به تفکیک جنسیت

نگرش نسبت به گردشگری	زنان		مردان	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
نگرش منفی	۲۱	۱۸/۴	۵۰	۲۴/۴
نگرش نسبتاً منفی	۳۰	۲۶/۳	۶۳	۳۰/۷
نگرش نسبتاً مثبت	۶۲	۵۴/۴	۸۰	۳۹
نگرش مثبت	۱	۰/۹	۱	۰/۵
جمع کل	۱۱۴		۱۹۴	

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود بیشترین حجم نمونه آماری مورد مطالعه دارای نگرش نسبتاً مثبتی نسبت به توسعه فعالیت‌های گردشگری و پیامدهای آن داشته‌اند و این میزان در زنان در حدود دو برابر مردان است و در نمودار زیر به راحتی می‌توان مشاهده نمود که میانگین هر سه متغیر رضایتمندی، نگرش و انتظارات در زنان بیش از مردان است.



نمودار شماره ۱- مقایسه زنان و مردان از نظر انتظارات، نگرش و رضایتمندی از گردشگران

همان‌طور که در جدول شماره سه مشاهده می‌شود در متغیرهای درک اثرات اقتصادی، رضایتمندی، حمایت، انتظارات و نگرش بین دو گروه زنان دارای ارتباط با گردشگران و زنان فاقد ارتباط تفاوت معنی‌داری مشاهده نمود و این بیانگر این است که ارتباط با گردشگران موجب آگاهی و نگرش مثبت در زنان گردیده است که می‌توان انتظار داشت با فراهم کردن امکان تعامل و ارتباط بیشتر گردشگران با زنان و ایجاد کانالهای ارتباطی مناسب جهت برقراری ارتباط بین این دو گروه ضمن بسترسازی جهت کسب درآمد ناشی از عرضه تولیدات محلی و صنایع

دستی، امکان کسب تجارب تازه و نو از گردشگران را برای آنان فراهم کرد و موجبات افزایش رضایتمندی و جلب مشارکت آنان در فرایند توسعه فعالیت‌های گردشگری را فراهم خواهد کرد.

درصد بالای زنان (حدود ۷۰ درصد) و مردان (حدود ۶۰ درصد) در مرحله پذیرش گردشگران حاکی از این است که جامعه میزبان این منطقه در مرحله پذیرش این صنعت هستند و زنان حداقل مخالفت را با این نوآوری دارند، لذا پیش‌بینی می‌شود که توسعه فعالیت‌های گردشگری با استقبال ساکنان بویژه زنان همراه باشد و سرمایه‌گذاری در این امر نتیجه بخش باشد.

با توجه به وجود تفاوت دیدگاه این دو گروه زنان و مردان نسبت به این صنعت و یا نوآوری و نیز پیامدهای متفاوت این نوآوری برای این دو گروه پیشنهاد می‌شود که در فرایند توسعه فعالیت‌های گردشگری به زنان به عنوان یک گروه مولد درآمد و کارا نگرسته شود و با ایجاد زمینه بیشتر برای فعالیت و بسترسازی برای کسب درآمد برای آنان از راههایی همچون صنایع دستی، تولید، فراوری و توزیع فرآورده‌های لبنی و خوراکی در بین گردشگران و تلاش در جهت توانمندسازی آنان از طریق افزایش مهارت‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی و اعطای تسهیلات و وام‌های با بهره کم اقدام کرد.

جمع بندی و پیشنهادات

نتایج حاصل از مقایسه دیدگاه دو گروه زنان و مردان نسبت به اولویت‌دهی به پیامدهای گردشگری نشان می‌دهد که زنان از پیامدهای منفی حضور گردشگران احساس نارضایتی بیشتری نسبت به مردان دارند. بنابراین برنامه ریزان صنعت گردشگری باید تلاش بیشتری جهت کاهش این پیامدها بویژه برای زنان باشند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که در فرایند توسعه فعالیت‌های گردشگری به زنان به عنوان یک گروه مولد درآمد و کارا نگرسته شود و با ایجاد زمینه بیشتر برای فعالیت و بسترسازی برای کسب درآمد برای آنان از راههایی همچون صنایع دستی، تولید، فراوری و توزیع فرآورده‌های لبنی و خوراکی در بین گردشگران و تلاش در جهت توانمندسازی آنان از طریق افزایش مهارت‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی و اعطای تسهیلات و وام‌های با بهره کم اقدام کرد.

با توجه به اهمیت سنجش نگرش ساکنان و نقش آن در حمایت یا عدم حمایت از توسعه فعالیت‌های گردشگری که موجب موفقیت یا عدم موفقیت برنامه می‌گردد در جدول زیر تفاوت بین اولویت دهی ساکنان به گویه‌های نگرش را می‌توان مشاهده کرد.

بشترین حجم نمونه آماری مورد مطالعه دارای نگرش نسبتاً مثبتی نسبت به توسعه فعالیت‌های گردشگری و پیامدهای آن داشته‌اند و این میزان در زنان بیش از مردان است در حدود دو برابر مردان است بنابراین جای امیدواری است که توسعه فعالیت‌های گردشگری در این منطقه با موفقیت همراه باشد.

منابع

- ۱- آخوندی، ا.، چیدری، م و نوروزی، ا. ۱۳۸۷. فاکتورهای موثر بر نگرش کشاورزان یزد نسبت به کشاورزی پایدار. اولین همایش ملی مدیریت و توسعه کشاورزی پایدار در ایران. اهواز. صص: ۲۲۰-۲۱۴.
- ۲- چهارسوقی، ح.، میردامادی، م و بابایی، ف. ۱۳۸۷. بررسی ارتباط بین دانش اکولوژیکی زنان کشاورز انزلی نسبت به استانداردهای کشاورزی پایدار. اولین همایش ملی مدیریت و توسعه کشاورزی پایدار در ایران. اهواز. صص: ۲۶۷-۲۷۳.
- ۳- مرادی نژاد، ه و شیرزاد، ن. ۱۳۸۲. گردشگری و توسعه روستایی در ایران. جهاد. سال ۲۳. شماره ۲۵۶. صص: ۶۶-۶۱.
- ۴- مصطفی نژادیان، م. ۱۳۸۹. تبیین و بررسی جنبه های توسعه گردشگری روستایی براساس جنسیت: مطالعه موردی بخش کن. پایان نامه کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان
- ۵- مقصودی، ا و باقری منصورفر، س. ۱۳۸۷. توسعه فرهنگی شهرستان ایذه. قابل دسترس در سایت: www.eizeh.com
- 6-Amy D. and Esther G.B. (2009). *Local perceptions of tourism as indicators of destination decline*, *Tourism Management*, 2009(30): 512-521.
- 7-Anthopoulou, Th.2010. Rural women in local agrofood production: *Between entrepreneurial initiatives and family strategies. A case study in Greece*. *Journal of Rural Studies* 26 (2010) 394e403. available at: www.elsevier.com/locate/jrurstud
- 8-Aref , F. 2011. The Effects of Tourism on Quality of Life: A Case Study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*, Volume 8, Issue 2, 2011. <http://www.lifesciencesite.com>
- 9-Byrd,E.T., Bosley,H.E and Dronberger,M.G.2008.*Comparisons Of Stakeholder Perceptions Of Tourism Impacts In Rural Eastern North Carolina*.*Tourism Management*, xxx.,pp:1-11
- 10-Degang,W & Xiaoting,H.2006.Coincidence And Upgrade: A Typical Case Study Of Rural Ecotourism Development. *Chiness Journal of Population,Resource and Environment*.Vol.4.No.1.PP: 45- 53

11-Dieke,P.2005. Critical Success Factors for Tourism Development in Less Development Countries (LDCs). Presented at the 'Debate on Tourism in the Toolbox of Development Projects' .University of Leuven. Belgium.11 October 2005.

12-Haldar,p. 2007. Rural Tourism- Challenges and Opportunities. International Marketing Conference on Marketing & Society.pp:111-129.

13-Haldar,p. 2007. Rural Tourism- Challenges and Opportunities. International Marketing Conference on Marketing & Society.pp:111-129.

14-Min, Zh., Xiaola, P and Bihu,W. 2006.Residents' perceptions on Tourism Impacts and Attitudes—A Case Study of Pingyao Ancient City .

15-Mishra,M.J.,Dash,N.I.2003.Revitalisation Of Rural Areas Thruh Tourism. Proceedings of the Third International Conference On Environment and Health.Chennai;India,15-17 december.pp:113-116.

16-Monterrubio,J.C.2007.Tourism Impact Assessment: A Critical Review of Tourism Perception Studie..International Tourism Biennial.pp179-189.

17-Pesters, L.W.J. and Ateljevic, I. (2009).Women Empowerment - Entrepreneurship Nexus in Tourism: Processes of Social Innovation. In: Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives / Ateljevic, J. and Page, S. (eds) Oxford: Elsevier Ltd.

18-Souphin, V., Noth, H and Park, Ch.2015.A COMPARISON OF RESIDENTS' ATTITUDES TOWARD SUPPORTING TOURISM DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF VANGVIENG DISTRICT, VIENTIANE PROVINCE, LAO PDR. International Journal of Development Research, Vol. 05, Issue, 10, pp. 5830-5837,October, 2015

19-Wang, Y and Pfister. R.2008.Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community.Journal of Travel Research,Vol.47.pp:84-93

- Diekeⁱ

- Embracement-Withdrawal^l