

Spatial analysis of community-based tourism status Case study: rural areas of Guilan province

Seyedeh Fatemeh Emami¹, Alireza Darban Astaneh^{2*}, Mohammad Reza Rezvani³, Mojtaba Ghadiri Masoom⁴.

1- Researcher of Environmental Research Institute, Guilan University Jihad, Rasht, Iran

2- Associate Professor, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

3- Professor, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

4- Professor, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

Received: 24 December 2021

Accepted: 27 April 2022

Extended Abstract

Introduction

Rural tourism is one of the types of tourism that is related to many other patterns of tourism, but its special feature is the establishment in rural areas. The preservation of rural areas in order to exploit geographical spaces in the process of national development depends on diversification and the spread of new forms of activities along with agricultural activities and the adoption of effective strategies for rural development. Rural tourism has two important aspects, one as a global activity and the other in terms of changing it in regional development policies and local tourism as a powerful tool, an undeniable role in shaping and shaping the environment. It surrounds and can direct the flow of work and social, economic, cultural and economic activities, and in the meantime, with rational planning and management, bring huge profits to cities and governments. Community-based tourism is used as a tool to protect the natural, cultural and social resources of communities. A community style that contributes and encourages cultural and natural conservation while creating opportunities to improve the standard of living of the community. This type of tourism provides the potential to create entrepreneurial opportunities for people with diverse backgrounds, skills and experiences, including rural communities, especially women.

Methodology

Data collection tools in this study included library studies to collect information related to research literature and then field research through observation and questionnaires. According to the study, the reliability of the questionnaire was 0.921. The validity of the research was also examined qualitatively using the views of critics and experts. In this study, in order to investigate the factors affecting sociology in the study area, four dimensions of social, economic, environmental and management have been used. Also, in order to analyze and analyze the desired indicators and to zoning the community-based living conditions, the Kriging and Hotspot method of intermediation is used. In other words, the method of data analysis is based on spatial statistics.

*. Corresponding Author (Email: astaneali@ut.ac.ir)

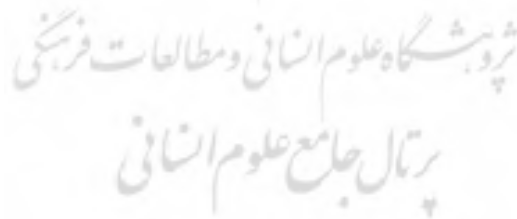
Results and discussion

Spatial analysis in the form of kriging and hotspot is used to examine the social status of community-based. Spatial distribution in the form of kriging, the state of community-based tourism indicates the distribution of results in a west-east direction. In the western part of Gilan province, which includes the cities of Talesh, Rezvanshahr, the situation is better. On the other hand, Anzali city in the center and also Langrood, Rudsar and Rudbar have relatively favorable conditions in terms of community-based tourism and this is itself. The main reason for the growth and income of rural people, the existence of tourism facilities and infrastructure in rural areas, is to benefit more from the village that has been created economically, comprehensive local satisfaction with the tourism situation, creation and local work by the community. Local, the existence of agricultural products, development in the village, increasing the investment of local people and institutions in treatment and tourism services, environmental management by local residents, the existence of participation and social cohesion among residents.

Conclusion

The result was that for the distribution and social status of the community-oriented west-east, the situation in the western cities of Gilan province is much better and better than other areas, as well as areas in the center of the city of Foumin and help. . Bandar Anzali and in the east, the cities of Rudsar and Langrud are paying more attention to the situation. Finally, using the hotspot method (hot spots), the unequal situation of community-based tourism in the region was investigated, which indicates the neutrality of most villages in the province, only a limited number of villages in the west of Gilan province (Talesh city) and in cities. Are located. Bandar Anzali, Rasht and Siahkal were favorable conditions and cold spots are prevalent in the villages of Astana Ashrafieh and Shaft.

Keywords: Community-Based Tourism, Spatial Analysis, Gilan Province.



تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی اجتماع محور مطالعه موردی: مناطق روستایی استان گیلان

سیده فاطمه امامی - پژوهشگر پژوهشکده محیط‌زیست، جهاد دانشگاهی گیلان، رشت، ایران
علیرضا دربان آستانه^۱ - دانشیار دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
محمد رضا رضوانی - استاد دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
مجتبی قدیری معصوم - استاد دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۳

چکیده

گردشگری اجتماع محور متضمن سطح بالای مشارکت جوامع تحت لوای پایداری در فرایند توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری است. در واقع این نوع گردشگری پایداری اجتماعی را برای جامعه بومی به همراه دارد چراکه فعالیت‌های گردشگری در بیشتر قسمت‌ها توسط اعضای جامعه محلی توسعه و کنترل می‌شود. هدف از این پژوهش تحلیل فضایی وضعیت گردشگری اجتماع محور در مناطق روستایی استان گیلان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد توصیفی-تحلیلی است که با نمونه‌ای با حجم ۷۷۰ نفر از میان افراد روستایی در استان گیلان انجام شده است. به منظور تجزیه و تحلیل شاخص‌های مورد نظر و برای پهنه‌بندی شرایط برقراری گردشگری اجتماع محور از روش میان‌یابی به تکنیک کریجینگ (Kriging) و هات‌اسپات و رگرسیون استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بر اساس مدل رگرسیون کلیه شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی و مدیریتی به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین در سطح مدل معنی‌دار هستند. پس‌از آن به بررسی توزیع فضایی در سطح شهرستان‌های استان گیلان صورت گرفت. توزیع فضایی به‌صورت کریجینگ، وضعیت گردشگری اجتماع محور نشانگر توزیع نتایج به‌صورت غربی-شرقی است. در واقع سمت غرب استان گیلان که شامل شهرستان‌های تالش، رضوانشهر، است وضعیت بهتری حکم‌فرماست از طرفی نیز شهرستان انزلی در مرکز و همین‌طور، لنگرود، رودسر و رودبار از لحاظ وضعیت گردشگری اجتماع محور در شرایط نسبتاً مطلوبی هستند. در واقع وضعیت توزیع جهت غربی-شرقی دارد. در متد هات‌اسپات نیز وضعیت در شهرستان تالش که در غرب واقع شده سپس بندر انزلی به نسبت سایر شهرستان‌ها بهتر است.

واژگان کلیدی: گردشگری اجتماع محور، تحلیل فضایی، توزیع فضایی، استان گیلان.

مقدمه

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که با بسیاری از الگوهای دیگر گردشگری پیوند دارد، ولی وجه مشخصه آن استقرار در نواحی روستایی است (رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۵). حفظ مناطق روستایی در راستای بهره‌برداری بهینه از فضاهای جغرافیایی در فرآیند توسعه ملی در گرو تنوع‌بخشی و رواج اشکال جدید فعالیت‌های اقتصادی در کنار فعالیت‌های کشاورزی و اتخاذ راهبردهای مؤثر توسعه روستایی است (نیازی و همکاران، ۱۴۰۰: ۵۸). گردشگری روستایی از دو جنبه اهمیت دارد، یکی به‌عنوان یک فعالیت گسترده جهانی و دیگری از نظر تأکید بر آن در سیاست‌های توسعه منطقه‌ای و محلی (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۴۸) گردشگری به‌عنوان ابزاری توانمند، امروزه نقش غیرقابل‌انکاری در تغییر و شکل‌دهی محیط پیرامون دارد و می‌تواند جریان کار و فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را هدایت و در این اثنا، با برنامه‌ریزی و مدیریت عقلایی، سود سرشاری را نصیب شهرها و دولت‌ها کند (خسروی، ۱۳۸۶: ۵۴، حبیبی کوشکوهی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۴۱). از طرفی، صنعت گردشگری، صنعتی درآمدزاست که موجب ایجاد کارآفرینی در گستره محلی و ملی می‌شود و در نهایت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در پی دارد و موجب ایجاد رشد در بخش ملی می‌شود (Katja et al, 2014: 378). این صنعت برای رونق‌بخشی به وضعیت معیشت، اشتغال و فرهنگ کشور به‌عنوان نوش دارویی مؤثر تلقی می‌شود (Kachniewska, 2015: 501). یک مورد بسیار مهم که در وضعیت گردشگری باید به آن توجه شود ساکنان و جوامع محلی است. در واقع ساکنان محلی باید در نقطه مرکزی فرایند تصمیم‌گیری باشند. واحدهای اجتماعی که با منابع طبیعی و قلمرو مشخص خود دارای وابستگی منسجم و تاریخی هستند، اقشار سنتی و جوامع محلی هستند (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۶). باور اساسی این است که جوامع محلی هسته مرکزی مقاصد گردشگری هستند و جوامع سالم و موفق، معیاری برای سنجش موفقیت صنعت گردشگری به شمار می‌روند (فاضل‌نیا و هدایتی، ۱۳۸۹: ۱۴۶). مشارکت مؤثر مردم محلی در فعالیت‌های گردشگری نقش بسیار مهمی دارد (رضوانی، ۱۳۸۹: ۱۲۰). ساکنان مقصدهای گردشگری نقش حیاتی در ارائه تجربه‌های کیفی برای گردشگران و حفظ توسعه گردشگری برای جامعه محلی دارند (Gursoy et al., 2010) امروزه گردشگری مبتنی بر اجتماع محلی به‌طور گسترده‌ای به دلیل بهبود توانایی اقتصاد محلی مورد توجه قرار گرفته است و حتی در بسیاری از کشورها به‌عنوان بهبوددهنده اقتصاد محلی توسعه جامعه محلی معرفی شده است (یکی از عوامل اصلی موفقیت در صنعت گردشگری در همه مناطق، از جمله مناطق روستایی، پشتیبانی و حمایت از جوامع محلی است (Bajrami et al, 2020)). در واقع توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری، در این سطح در صورتی که متناسب با رضایت و نظر جوامع محلی صورت گیرد می‌تواند فرصت‌های بیشتری جهت ایجاد مشاغل جدید، کاهش هزینه‌های زندگی و همچنین راه‌های جلوگیری از مهاجرت جوانان را به خارج از روستاها منجر شود (Nunkoo & Ramkissoon, 2010). شناسایی وضع موجود مناطق، اساسی‌ترین موضوع برنامه‌ریزی منطقه‌ای به شمار می‌رود که مستلزم تجزیه و تحلیل بخش‌های اقتصادی، اجتماعی فرهنگی است به طوری که یکی از ارکان توسعه، جامعیت و یکپارچگی آن در رفع عدم تعادل‌های اقتصادی اجتماعی درون منطقه است (Fani, 2015: 4). توزیع عادلانه امکانات و ثمرات توسعه در میان اکثریت جمعیت از ویژگی‌های اقتصادی پویا و سالم است. توسعه گردشگری، بدون برنامه‌ریزی امکان‌پذیر نخواهد بود. یک مورد که در برنامه‌ریزی برای شناخت وضع موجود از آن می‌توان استفاده کرد تحلیل فضایی در منطقه است. تحلیل فضایی یک فعالیت علمی و شیوه‌ای از مطالعات مکانی در جغرافیاست که از طریق به‌کارگیری روش‌ها و ابزار علمی و بهره‌گیری از علوم مختلف، شرایط محیط زندگی انسان را در ابعاد متفاوت آن شناسایی و زمینه‌های علمی و لازم شناخت محیط را برای برنامه‌ریزی‌های محیطی فراهم می‌آورد. گردشگری استان گیلان سهم تقریباً ۳۰ درصدی در تولید ناخالص داخلی گیلان را داراست این استان تقریباً در سال ۱۳۹۸ چیزی حدود ۱۰ میلیون نفر مسافر را دارا بود. بر اساس نظرات کارشناسان در سطح استان و بر

اساس قابلیت‌های بسیار بالای در زمینه گردشگری چیزی حدود ۹۰ درصد زمینه اشتغال در استان گیلان می‌تواند در بخش گردشگری باشد. چراکه در این استان با توجه به تعداد بسیار زیاد نواحی روستایی دارای قابلیت در زمینه گردشگری و اکوتوریستی و به‌عنوان الگوی غالب فضایی، گردشگری روستایی می‌باشد؛ و همچنین گردشگری اجتماع محور با توجه به مقیاس کارکردی محلی، فعالیت در غالب بنگاه‌های کوچک اقتصادی، مشارکت جوامع محلی و همچنین بسترسازی گردشگری بومی، می‌تواند در استان گیلان و بخصوص در نواحی روستایی آن در زمینه توسعه گردشگری و سودمندی دوسویه میزبان و گردشگر بسیار مفید واقع شود. این استان با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی و قرارگیری در فاصله نزدیک از دریای خزر از نظر طبیعی و انسانی دارای جاذبه‌های متنوع و متعددی است که منجر به جذب گردشگران در سطوح منطقه‌ای و ملی شده است. بنابراین در این پژوهش سعی بر آن شده است که به بررسی و تبیین توزیع فضایی عوامل مؤثر بر گردشگری اجتماع محور در کل استان گیلان پرداخته شود.

در زمینه تحلیل فضایی در ارتباط با شاخص‌های گردشگری اجتماع محور تقریباً پژوهشی صورت نگرفته است. منتهی در زمینه توزیع فضایی موارد مرتبط با توسعه گردشگری در سطح داخلی و خارجی تحقیقاتی انجام شده است که در زیر به بعضی از آن موارد اشاره می‌شود:

عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های اولیه گردشگری با تأکید بر تحرک محور گردشگری_تاریخی در محدوده بافت تاریخی _ فرهنگی شهر ارومیه به سنجش و ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های اولیه با توجه به تحرک محور گردشگری تاریخی پرداخته‌اند. نتایج تحقیق بیانگر این موضوع است که اماکن تاریخی، مراکز تجاری_خدماتی و هتل‌ها، بیشترین تأثیر را در تحقق تحرک پذیری گردشگران در این محور داشته‌اند. طی این پژوهش، فرضیه پژوهش، مبنی بر توزیع مناسب و متوازن زیرساخت‌های گردشگری در بافت مرکزی شهر ارومیه، مورد اثبات و تأیید قرار می‌گیرد. حسام و آقایی‌زاده (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل توزیع فضایی مراکز اقامتی در مقصدهای گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر رشت به بررسی توزیع فضایی مراکز اقامتی شامل هتل‌ها، مهمان‌پذیرها و خانه‌های مسافر را در کنار جاذبه‌های گردشگری شهر رشت پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بر اساس میانگین نزدیک‌ترین الگوی پراکنش واحدهای اقامتی به‌صورت کلی و خانه مسافرها به‌صورت خوشه‌ای بوده و پراکنش هتل‌ها به‌صورت پراکنده است؛ همچنین بر اساس تحلیل خوشه‌ای فضایی چند فاصله‌ای پراکنش جاذبه‌های گردشگری به‌صورت خوشه‌ای، خانه مسافرها به‌صورت خوشه‌ای و هتل‌ها و مهمان‌پذیرها در شهر رشت به‌صورت پراکنده است همچنین در صورت یکسان در نظر گرفتن مراکز اقامتی، توزیع آن‌ها دارای جهت شمال شرقی - جنوب شرقی می‌باشد. در مجموع نیاز به توسعه هماهنگ مراکز اقامتی در شهر رشت کاملاً محسوس است. به نظر می‌رسد که متولیان امر مراکز اقامتی در شهر رشت، نیازمند تدوین برنامه‌ای هماهنگ و از پیش تعیین شده برای توسعه چنین مراکزی هستند و باید از هرگونه برخورد فوری و ضربتی خودداری شود. صحنه و معماری (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان اولویت‌بندی امکانات توسعه گردشگری و توزیع فضایی آن (نمونه موردی: شهرستان‌های استان گلستان)، به سطح‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس توزیع فضایی زیرساخت‌های گردشگری با بهره‌گیری از تکنیک‌های تصمیم‌گیری ویکور، ساو و تاپسیس پرداخته است. نتایج حاصل از تکنیک کپلند نشان می‌دهد که شهرستان‌های گرگان و گنبدکاووس با کسب رتبه اول از نظر برخورداری از شاخص‌های گردشگری از وضعیت مطلوبی برخوردارند و شهرستان‌های گمیشان و مراوه‌تپه در وضعیت محروم و ۱۰ شهرستان دیگر استان در وضعیت نیمه برخوردار قرار دارند. کلانتری و ملک (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه راه در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک) به بررسی تشکیل سلسله‌مراتبی از نواحی گردشگری که بتواند چارچوب مؤثری برای توزیع گردشگری و ارائه خدمات مناسب و کارکرد مطلوب داشته باشد،

پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی است که توزیع جاذبه‌های گردشگری با توجه به پهنای متعادل بیضی و استقرار نقطه مرکز متوسط در نزدیکی مرکز جغرافیایی شهرستان خور و بیابانک، تا حدی متعادل است. بررسی الگوی استقرار زیرساخت‌های ارتباطی و توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری نشان می‌دهد با کم شدن مساحت پهنه‌های رتبه‌بندی زیرساخت‌های ارتباطی از میزان جاذبه‌های گردشگری کاسته می‌شود. توزیع جاذبه‌های گردشگری در شهرستان خور و بیابانک با الگوی فضایی پراکنش زیرساخت‌های ارتباطی و شبکه راه تناسب ندارد و این موضوع نیازمند توجه ویژه است. رافتاپولوس^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان گردشگری مبتنی بر جامعه روستایی و تأثیر آن بر آگاهی اکولوژیکی، نظارت بر محیط‌زیست و ساختارهای اجتماعی از طریق یک رویکرد بوم‌شناسی سیاسی، پتانسیل گردشگری اجتماع‌محور را برای پرورش مدیریت طولانی‌مدت و تحولات در آگاهی اکولوژیکی در میان جوامع محافظت‌نشده مورد بررسی قرار می‌دهد. متیو و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان مشارکت، درک و چالش‌های جامعه در توسعه گردشگری روستایی: نمونه موردی دهکده ایستومبا در تکوانی گردشگری روستایی را وسیله مهمی برای توسعه مناطق روستایی در جهان دانسته‌اند و در آفریقای جنوبی، گردشگری را به‌عنوان یک ستون اقتصادی بالقوه برای توسعه مناطق روستایی در نظر گرفته‌اند. با توجه به این موارد شهرداری تکوانی یک راهروی سبز را راه‌اندازی کرد که یک سازمان غیردولتی با هدف کاهش بیکاری و فقر با استفاده از گردشگری در نظر گرفته شد اما با این وجود، برای استفاده از پتانسیل کامل گردشگری در این مناطق، دخالت کامل و ماهیت بی‌نظیر فرهنگ جامعه محلی مورد توجه قرار داده است. به این منظور تعداد ۳۴۹ پرسش‌نامه به صورت کمی از خانوارهای ساکن دهکده تکمیل نموده‌اند که نشان از عدم آگاهی آنان از پروژه DGC و اهداف آن بود که تصور منفی را در بین بیشتر اعضای جامعه ایجاد کرد. آدی‌کامپانا^۳ (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان مدلی بر مبنای گردشگری اجتماع‌محور برای توسعه محصولات گردشگری جامعه محلی را بسیار مهم پنداشته‌اند و بر این باورند که الگوی حاصل از گردشگری جوامع محلی باید توجه به محیط فیزیکی روستا و همچنین شرایط اجتماعی ساکنان محلی باشد که در نهایت منجر به مشارکت روستاییان می‌گردد. ماسیدا و ایتزو^۴ (۲۰۱۲)، به بررسی عوامل تعیین‌کننده جریان گردشگری در دو منطقه در ایتالیا پرداخته‌اند. آن‌ها با استفاده از رویکرد پویایی پانل دیتا و با استفاده از داده‌های دوره ۱۹۹۸-۲۰۰۷ اقدام به تخمین تابع تقاضای گردشگری کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد حمایت دولت‌های محلی از فعالیت‌های فرهنگی تأثیر مثبت بر گردشگران داشته است. ضرایب آماری عناصر عرضه گردشگری از جمله فرهنگ، امنیت عمومی و زیرساخت‌های حمل‌ونقل هرچند پایین بوده، ولی همه ضرایب معنی‌دار بودند و این امر ثابت می‌کند مؤلفه‌های زیرساخت در جذب گردشگر مؤثر بوده است. آل کیدو و همکارانش (۲۰۱۰) به اهمیت نقش سیستم اطلاعات جغرافیایی در انتخاب، تجزیه و تحلیل سایت‌های گردشگری و طراحی الگوی سفر در شهر پترا واقع در کشور اردن پرداخته است. از معیارهایی که در شناسایی الگوهای گردشگری به کار رفته‌اند می‌توان به اماکن تاریخی-گردشگری، خدمات مسافری، رستوران، فضای سبز و پارک‌ها، هتل، نمایشگاه‌های صنایع دستی، پابانه، موزه‌ها، بیمارستان‌ها، مراکز امنیتی (اداره پلیس)، شبکه حمل‌ونقل و جاده‌ای اشاره کرد.

طبق بررسی‌ها و مطالعات آنچه منجر به تمایز این پژوهش از سایر مطالعات می‌گردد این است که در این پژوهش با توجه به بررسی دقیق از عوامل مؤثر بر گردشگری اجتماع‌محور و با مشخص نمودن شاخص‌های اصلی در پژوهش به یک توزیع فضایی و بررسی وضعیت موجود در منطقه مورد مطالعه پرداخته شده است.

1. Raftopoulos
2. Mthethwa
3. Adikampana
4. Massidda
5. Al qeed

مبانی نظری

رویکرد اصلی پژوهش در واقع رویکرد اجتماع محور می باشد. در واقع یک مورد بسیار مهم در گردشگری بررسی جوامع محلی است. هرگاه فعالیت های گردشگری ارتباط نزدیکی با جوامع محلی داشته باشند، گردشگری می تواند موجب تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی جامعه میزبان گردد (Byrd, 2009:693). علاوه بر این، بسیاری از پژوهشگران گردشگری را به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی به ویژه در جوامع محلی در نظر می گیرند و اذعان می کنند که گردشگری یکی از مطرح ترین استراتژی برای توسعه است و از این رو توسعه گردشگری می تواند توسعه ملی و محلی را افزایش دهد (عارف و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۵۵). بر این اساس بسیاری از جوامع دریافته اند که باید نگرشی واکنشی و فعال تر به گردشگری داشته باشند و بر توسعه واقعی و ترویج اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه گردشگری، توجه نمایند (صالحی و حسن پور، ۱۳۹۱: ۱۳). لازم به ذکر است که دستیابی به توسعه گردشگری، مشروط به همکاری جوامع محلی است زیرا جوامع نقش کلیدی در توسعه گردشگری دارند و عنصر اساسی توسعه گردشگری هستند (عارف و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۵۵). طبق اصول توسعه پایدار باید بر توانمندسازی و توزیع قدرت در جامعه تأکید کرد زیرا فراهم کردن شرایط لازم برای توسعه پایدار گردشگری در گرو همکاری تمام اقشار جامعه است (فاضل بخششی، ۱۳۸۷: ۱۳).

اگر گردشگری بخواهد از طریق توسعه جامعه موفق شود، توانمندسازی نباید فقط در سطح شعار باقی بماند (ریچاردز و هال، ۲۰۰۰: ۳۰۳). در عوض جوامع محلی باید بتوانند تصمیم گیری کنند و این که چگونه منافع به طور عادلانه و گسترده توزیع شود را تعیین کنند (Timoty, 2002: 164). به عبارت دیگر، این بدین معنی است که ظرفیت جامعه باید تقویت و ظرفیت سازی انجام شود تا آن ها بتوانند طرح و برنامه های توسعه شان را حفظ کنند (Beeton, 2006: 88). و تعهد قوی تری را نسبت به دیگر گروه های ذینفع که نماینده دولت، توسعه دهندگان و NGO ها هستند را گسترش دهند (Timoty, 2002: 164). پژوهشگران مختلف سعی در شناسایی و سنجش ظرفیت جامعه تحت عناوین مختلف از جمله ابعاد ظرفیت جامعه داشته اند به عنوان نمونه می توان از گودمن و همکاران، ۱۹۸۸، باپ و همکاران، ۲۰۰۰، شاسکین، ۲۰۰۱، مکلیلان، ۲۰۰۷ و عارف و همکاران، ۲۰۱۰ نام برد.

از اواخر دهه ۱۹۷۰ توجه نسبت به پیامدهای منفی اجتماعی (و زیست محیطی) گردشگری افزایش یافت. افزایش این توجهات هم به دلیل درک اهمیت موضوع از منظر اخلاقی بود به این معنا که جامعه محلی بایستی درگیر فرایند تصمیم گیری در رابطه با موضوعی شود که با زندگی اش ارتباط مستقیم دارد و هم به دلیل درک ارزش و کارایی مشارکت جامعه محلی مشارکتی که بدون آن رشد و توسعه گردشگری دشوار بوده و قطعاً مشکلاتی به همراه خواهد داشت. به عبارتی باور بر این است از جامعه ای که در امر گردشگری مشارکت نداشته باشد نه تنها نمی توان انتظار حمایت و پشتیبانی داشت، بلکه چنین جامعه ای حتی امکان دارد که در برابر توسعه گردشگری مقاومت کند.

رس (۱۹۹۱) مشاهدات خود را در این رابطه چنین بیان می کند:

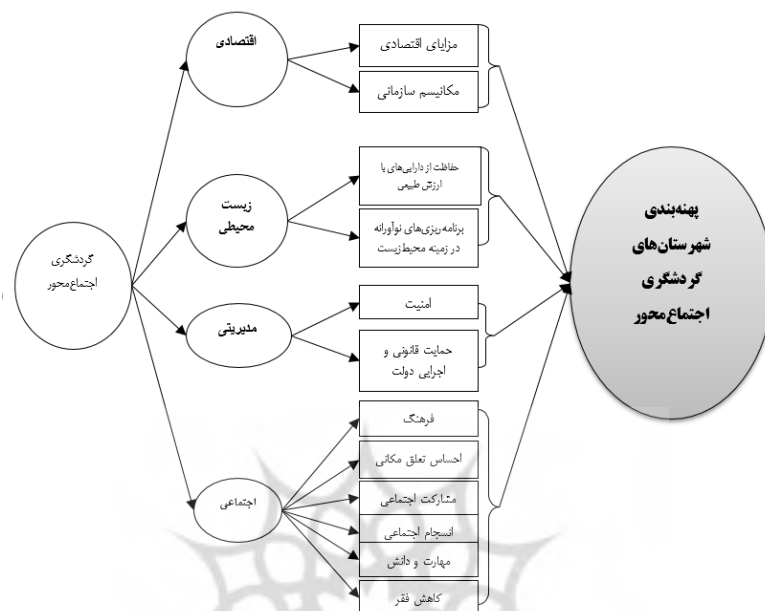
گویا تجربه خوشایند و راضی کننده ای که همراه با مشارکت جامعه محلی باشد، در تصویر مقصد و در تصمیم گیری گردشگران تأثیر دارد؛ بنابراین توجه به رفاه جامعه محلی در متون توسعه گردشگری بسیار اهمیت یافت. اگر ساکنین مقصدهای گردشگر پذیر به این باور برسند که گردشگری در حال نابود کردن محیط زیست آن ها هستند و گردشگران را نماد این تخریب بدانند، درجه نارضایتی بالا رفته و این خود منجر به صدمه زدن به رابطه گردشگر-جامعه محلی می شود. بر اساس نظر طرفداران این رویکرد، تمام برنامه ریزی های توسعه گردشگری، بایستی همراه با در نظر گرفتن اولویتهایی برای جامعه محلی باشد. بر همین اساس در هر برنامه توسعه گردشگری موارد زیر بایستی مورد توجه قرار گیرند:

- چارچوبی برای بالا بردن استاندارد زندگی مردم محلی از طریق منافع اقتصادی گردشگری ارائه کند.

- توأم با توسعه زیرساخت ها باشد و تسهیلات و امکانات تفریحی را هم برای جامعه محلی و هم گردشگران فراهم کند.

- توسعه مراکز گردشگری، متناسب با اهداف توسعه این مناطق باشد.
 - برنامه توسعه‌ای که در پیش می‌گیرد، با شرایط اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی مردم و دولت محلی همسو سازگار باشد.

- و درنهایت رضایت گردشگران را نیز افزایش دهد (Hall, 2008: 60-61).



شکل شماره ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش شامل مطالعات کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات تحقیق و سپس پژوهش‌های میدانی از طریق مشاهده و پرسش‌نامه بهره گرفته شد. جهت تعیین تعداد نمونه‌ها با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۴ نفر معین شد که به منظور افزایش سطح اطمینان و کاهش خطا در داده‌ها، تعداد نمونه‌ها افزایش یافته است. پرسشنامه‌ها در دو سطح تکمیل گردید که از این میان تعداد ۵۵۰ پرسشنامه را روستاییان، ۲۲۰ پرسشنامه را صاحبان کسب‌وکار در روستاهای هدف تکمیل نمودند. طبق برآورد صورت گرفته مقدار پایایی پرسشنامه ۰/۹۲۱ به‌دست‌آمده است؛ همچنین به مقدار پایایی محاسبه‌شده برای تک‌تک شاخص‌ها از قرار جدول شماره ۱ است. بر اساس آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده است. روایی پژوهش نیز به‌صورت کیفی و با استفاده از نظر کارشناسان و خبرگان موردبررسی قرار گرفت. در این پژوهش به منظور سنجش عوامل مؤثر بر گردشگری اجتماع‌محور در منطقه مورد مطالعه از چهار بُعد اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و مدیریتی استفاده شده است؛ همچنین به منظور تجزیه و تحلیل شاخص‌های موردنظر و برای پهنه‌بندی شرایط برقراری گردشگری اجتماع‌محور از روش میانبایی به روش کریجینگ (Kriging) و هات‌اسپات استفاده شده است. به عبارتی روش تجزیه و تحلیل داده‌ها مبتنی بر آمار فضایی است.

جدول شماره ۱. مقادیر پایایی شاخص‌های تحقیق

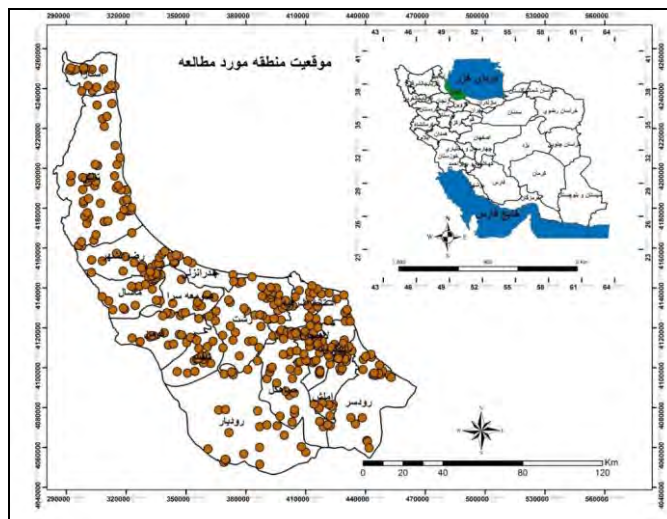
شاخص	مقدار پایایی	شاخص	مقدار پایایی
مزایای اقتصادی	۰/۸۸۰	فرهنگ گردشگر پذیری	۰/۸۸۰
مکانیسم سازمانی	۰/۹۰۱	تعلق مکانی	۰/۹۱۱
حفاظت از دارایی‌های بالارزش	۰/۸۳۰	مشارکت اجتماعی	۰/۹۵۰
برنامه‌ریزی‌های نوآورانه	۰/۹۰	انسجام اجتماعی	۰/۹۰۸
امنیت	۰/۸۴۵	مهاجرت و دانش اجتماعی	۰/۸۶۴
حمایت قانونی	۰/۸۷۱	کاهش فقر	۰/۹۰۳

جدول شماره ۲. شاخص‌های تحقیق

ابعاد	شاخص	نویسندگان
اجتماعی- فرهنگی	مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، مهارت و دانش اجتماعی، احساس تعلق به مکان، کاهش فقر	فراهانی و همکاران (۱۳۹۲)، دهدشتی شاهرخ و فیاضی، (۱۳۹۰)؛ فلیچر (۲۰۰۷)؛ بوش و همکاران (۲۰۱۲)، دانیل (۲۰۱۳)؛ نیلسین و اسپنسی (۲۰۱۵)، کرومتن (۲۰۰۷)، کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۱)، والفرد (۲۰۰۱)؛ بردینهان (۲۰۱۲)، آرچر (۲۰۰۵)، بالگو و برنبرگ (۲۰۱۳)؛ گودوین (۲۰۱۲)؛
اقتصادی	مزایای اقتصادی، سودآوری، افزایش تنوع محصولات محلی، افزایش سرمایه‌گذاری، بالا بردن انگیزه کسب‌وکار، کیفیت مشاغل روستاییان (مدیریت، سرپرستی، کارگری)، سرمایه‌گذاری محلی	تقدیسی و همکاران (۱۳۹۳)؛ هال (۲۰۰۶)؛ بردینهان (۲۰۱۲)؛ گودوین (۲۰۱۲)؛ هاریسون و چیپانی (۲۰۱۱)؛ چادری و گوپتا (۲۰۱۵)؛ بلیچ و همکاران (۲۰۱۶)؛ تقدیسی و همکاران (۱۳۹۳)؛ دانیل (۲۰۱۳)؛ کروپر (۲۰۰۹)؛ دیوودی (۲۰۱۶)؛ نیلسین و اسپنسی (۲۰۱۵)؛ گریگور و تامسون (۲۰۱۱)، کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۱)؛ دیگ (۲۰۱۰)؛ نیلسین و اسپنسی (۲۰۱۵)؛ گودوین (۲۰۱۲)؛ بلیچ و همکاران (۲۰۱۶)؛ تقوی و پورسلیمانی، (۱۳۸۸)؛ حیدری چپانه، (۱۳۸۹)؛ پیرس (۲۰۱۰)؛ فراهانی و همکاران (۱۳۹۲)؛ اپلر و جونز (۲۰۱۳)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۲)، اپلر و جونز (۲۰۱۳)؛ هاریسون و چیپانی (۲۰۱۱)؛ ویکنس (۲۰۰۸)، والفرد (۲۰۰۱)؛ پیرس (۲۰۱۰)؛ بوش و همکاران (۲۰۱۲)؛
مدیریتی	امنیت، حمایت دولت، سیاست‌های کلان دولت، تورهای تفریحی-سیاحتی، اعطای یارانه به سرمایه‌گذاران، تقویت زیرساخت‌ها	کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۱)، بردینهان (۲۰۱۲)؛ ایلبری و همکاران (۲۰۱۴)، بندیک (۲۰۱۴)؛ دیوودی (۲۰۱۶)؛ بوش و همکاران (۲۰۱۲)، ویکنس (۲۰۰۸)؛ بلیچ و همکاران (۲۰۱۶)
زیست‌محیطی	کاهش انتشار ضایعات، برنامه‌ریزی‌های نوآورانه و سازنده در زمینه محیط‌زیست، ارزیابی و نظرات	فراهانی و همکاران (۱۳۹۲)، تولون و بسرا (۲۰۱۶)، دیگ (۲۰۱۰)، چادری و گوپتا (۲۰۱۵)؛ بلیچ و همکاران (۲۰۱۶)

منطقه مورد مطالعه

استان گیلان، یکی از استان‌های شمالی کشور است که در حدود ۱۴ هزار کیلومتر مربع مساحت دارد. این استان از طرف غرب به استان‌های اردبیل و آذربایجان از طریق جاده کوهستانی ارتباط دارد. با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی و قرارگیری در فاصله نزدیک از دریای خزر از نظر طبیعی و انسانی دارای جاذبه‌های متنوع و متعددی است که منجر به جذب گردشگران در سطوح منطقه‌ای و ملی شده است. با توجه به رونق و توسعه گردشگری در روستاهای این استان به‌خصوص در سال‌های اخیر که افزایش قابل‌توجهی در تعداد گردشگران ورودی اتفاق افتاده، لازم است تا اثرات گردشگری بر جامعه محلی موردسنجش قرار گرفته تا مشخص شود که تا چه حد توسعه گردشگری به افزایش مشارکت جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری در سطوح محلی و منطقه‌ای شده است.



شکل شماره ۲. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

بحث و یافته‌ها

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد، ۵۸ درصد پاسخگویان مرد و ۴۲ درصد زن بوده‌اند؛ همچنین به لحاظ ویژگی‌های سنی، ۳۰ درصد در گروه سنی ۲۰-۳۵ سال، ۳۹ درصد در گروه سنی ۳۶-۵۰ سال و ۳۰ درصد نیز در گروه سنی بالای ۴۶ سال بوده‌اند؛ همچنین حدود ۱۶ درصد پاسخ‌دهندگان مجرد و ۸۴ درصد متأهل بودند. وضعیت سواد و تحصیلات پاسخگویان بیانگر آن است که افراد دارای تحصیلات سیکل با ۴۳ درصد، بیشترین تعداد و افراد بی‌سواد یا سواد ابتدایی با ۹ درصد، کمترین تعداد پاسخگویان را به خود اختصاص داده‌اند.

ابتدا برای بررسی تک‌تک متغیرهای پژوهش از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده گردید. نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که شاخص اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و زیست‌محیطی در شرایط غنی قرار دارند. با توجه به شاخص t در خصوص بُعد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در منطقه این‌گونه می‌توان اذعان داشت که وضعیت این متغیرها بهتر از حد متوسط است زیرا سطوح معناداری برای این شاخص‌ها کوچک‌تر از خطای ۵ درصد بوده و متوسط بودن سطح ارزیابی این شاخص را رد می‌کند که با توجه به ماهیت مثبت کران‌های بالا و پایین و بزرگ‌تر بودن میانگین این شاخص از حد متوسط، غنی بودن این ابعاد منتج می‌شود.

جدول شماره ۳. تحلیل T تک‌نمونه‌ای برای مقایسه ابعاد گردشگری اجتماع محور نمونه‌های مورد مطالعه با نمره معیار

متغیرها	t	درجه آزادی	عدد مفروض = ۳,۱		
			سطح معنی‌داری	میانگین	اختلاف
اجتماع-فرهنگی	۰/۶۱۴	۷۷۰	۰/۰۰۰	۳/۱۱	اختلاف ۹۵ درصد حد پایین -۰/۰۲۸۴ حد بالا ۰/۰۵۴۱
اقتصادی	۱/۷۸۲	۷۷۰	۰/۰۰۰	۳/۱۵	اختلاف میانگین -۰/۰۵۰۱۷ حد پایین -۰/۰۰۵۲ حد بالا ۰/۱۰۵۶
مدیریتی	-۶/۶۱۹	۷۷۰	۰/۰۰۰	۲/۸۷	اختلاف میانگین -۰/۲۲۷۰۶ حد پایین ۰/۲۹۴۶ حد بالا ۰/۱۵۹۶
زیست‌محیطی	۱۰/۹۳۷	۷۷۰	۰/۰۰۰	۳/۳۶	اختلاف میانگین -۰/۲۶۷۶۶ حد پایین ۰/۲۱۹۵ حد بالا ۰/۳۱۵۸

بر اساس نتایج تحقیق ضریب همبستگی ۰/۸۸۹ و ضریب تعدیل ۰/۸۸۱ به‌دست آمده است. به‌عبارت‌دیگر متغیرهای مستقل بیش از ۸۸ درصد وضعیت گردشگری را در سطح استان گیلان تبیین می‌کند (جدول ۴).

جدول شماره ۴. میزان همبستگی وضعیت گردشگری اجتماع محور

میزان همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	میزان خطای تخمین زده شده
۰/۸۸۲	۰/۸۸۲	۰/۸۸۱	۰/۳۰۵

معادله خطی متغیرهای پیش‌بین و ملاک به صورت زیر (رابطه ۱) است:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

در این معادله Y متغیر ملاک است که مقدار آن بر اساس مقادیر X پیش‌بینی می‌شود، اما X متغیرهای پیش‌بین نامیده می‌شوند که متغیرهای اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، محیط‌زیستی و مدیریتی هستند. k مقدار ضرایب مربوط به هر کدام از متغیرهای پیش‌بین هستند. k ضریب ثابت معادله است.

طبق جدول شماره ۵ و بر اساس فرمول بالا معادله رگرسیون غیراستاندارد شده به این صورت است.

$$Y = ۰/۰۴۰X_1 + ۰/۰۳۲X_2 + ۰/۰۲۲X_3 + ۰/۰۰۲X_4$$

رابطه ۲: معادله رگرسیون غیراستاندارد شده.

این معادله در واقع قدرت پیش‌بینی دارد و نشان می‌دهد به ازای هر ۱ واحد افزایش در متغیر X_1 که همان بُعد اقتصادی است به اندازه ۰/۰۴۰ واحد در متغیر ملاک ما که گردشگری اجتماع محور است افزایش پیدا می‌کند. همچنین برای متغیر X_2 نشان‌دهنده این است که به ازای هر ۱ واحد افزایش در متغیر محیط‌زیستی مقدار ۰/۰۳۲ از متغیر ملاک افزایش پیدا می‌کند. برای متغیر X_3 نیز نشان‌دهنده این است که به ازای هر ۱ واحد افزایش در متغیر ابعاد اجتماعی مقدار ۰/۰۲۲ از متغیر ملاک افزایش پیدا می‌کند. با توجه به این موضوع که مقادیر ستون B تنها قدرت پیش‌بینی را دارند نمی‌توان تحلیل درستی از پژوهش داشت بنابراین باید معادله را بر اساس ستون استاندارد شده (بدون توجه به علامت آن) نوشت. معادله رگرسیون استاندارد شده در این جدول به صورت زیر نوشته می‌شود.

$$Y = ۰/۲۵۳X_1 + ۰/۳۱۲X_2 + ۰/۲۶۱X_3 + ۰/۲۷۷X_4$$

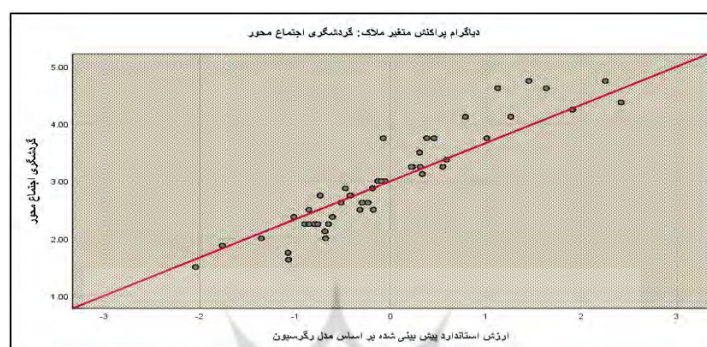
رابطه ۲: معادله رگرسیون استاندارد شده

طبق معادله بالا نمایانگر این موضوع است که به ازای ۱ واحد افزایش در ابعاد اقتصادی مقدار ۰/۲۵۳ واحد انحراف معیار در متغیر ملاک بعد گردشگری اجتماع محور افزایش پیدا می‌کند؛ همچنین به ازای ۱ واحد افزایش در متغیر محیط‌زیستی به میزان ۰/۳۱۲ به واحد انحراف معیار در متغیر وضعیت گردشگری اجتماع محور افزایش داریم. در ابعاد اجتماعی نیز به ازای ۱ واحد افزایش در بُعد زیست‌محیطی مقدار ۰/۲۶۱ واحد انحراف معیار در متغیر ملاک افزایش به وجود می‌آید؛ همچنین در بُعد مدیریتی نیز به ازای ۱ واحد افزایش به میزان ۰/۲۷۷ واحد انحراف معیار در متغیر ملاک افزایش پیدا می‌کند. در واقع تحلیل بر اساس مقادیر ستون B ما نشان می‌دهد که قدرت تبیین کدام بیشتر است. طبق جدول شماره ۵ به روشنی نمایانگر این موضوع است که بدون توجه به علامت قدرت تبیین بیشتر به کمتر به ترتیب عبارت‌اند از: ابعاد زیست‌محیطی با ۰/۳۱۲، مدیریتی با ۰/۲۷۷، اجتماعی با ۰/۲۶۱ و در نهایت هم اقتصادی با ۰/۲۵۳ در جایگاه چهارم قرار گرفته است.

بر اساس این معادلات می‌توان به این موضوع پی برد که با افزایش هر چه بیشتر در کلیه شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی و زیست‌محیطی در بهبود اوضاع گردشگری اجتماع محور تلاش کرد. در دیگرام پراکنش زیر از آنجایی که بیشترین نقاط در اطراف خط رگرسیون تجمع کرده‌اند بنابراین نشان‌دهنده رابطه پیش‌بینی مناسب در این معادله است.

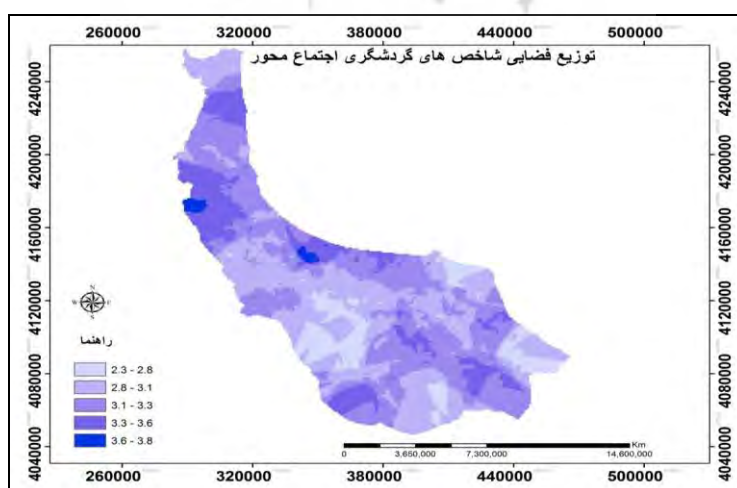
جدول شماره ۵. شاخص‌های ضریب رگرسیونی

نتیجه	سطح معناداری	شاخص t	ضریب رگرسیونی استاندارد ضریب بتا	خطای استاندارد	ضرایب رگرسیونی غیراستاندارد B ضریب	مدل
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	-	۰/۱۲۶	-۱/۱۹۷	عرض از مبدأ
در مدل معنی‌دار است	۰/۰۰۰	۸/۲۰۳	۰/۲۵۳	۰/۰۴۰	۰/۲۵۰	اقتصادی
در مدل معنی‌دار نیست	۰/۰۰۰	۸/۲۲۲	۰/۳۱۲	۰/۰۳۲	۰/۲۷۸	محیط‌زیستی
در مدل معنی‌دار است	۰/۰۰۰	۵/۱۰۹	۰/۲۶۱	۰/۰۲۲	۰/۲۵۰	اجتماعی
در مدل معنی‌دار است	۰/۰۰۰	۰/۱۱۶	۰/۲۷۷	۰/۰۰۲	۰/۲۳۸	مدیریتی



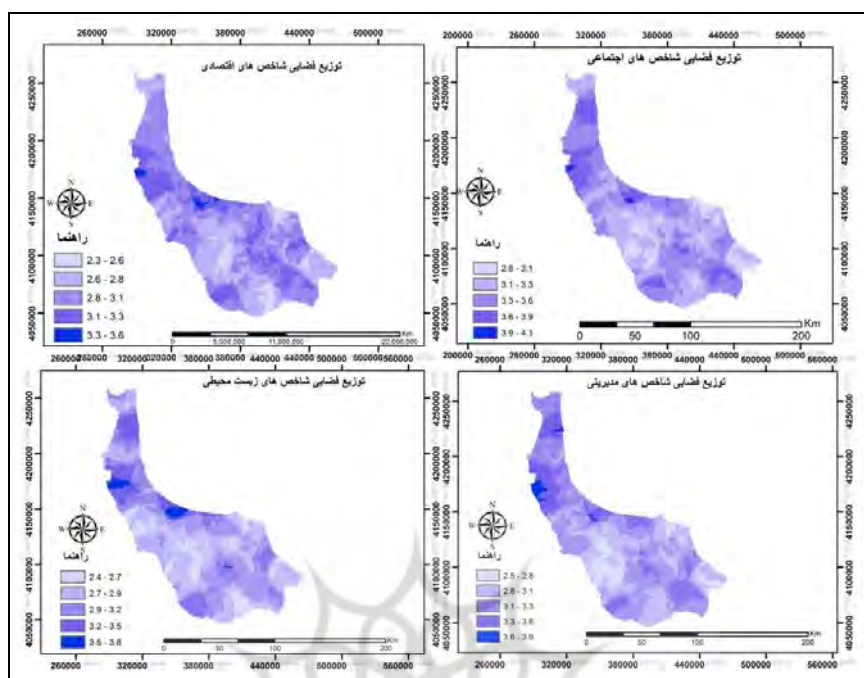
شکل شماره ۳. دیاگرام پراکنش متغیر ملاک گردشگری اجتماع محور

در ادامه بحث به منظور بررسی پراکنش وضعیت گردشگری اجتماع محور از تحلیل فضایی به صورت کریجینگ و هات اسپات استفاده شده است. توزیع فضایی به صورت کریجینگ، وضعیت گردشگری اجتماع محور نشانگر توزیع نتایج به صورت غربی- شرقی است. در واقع سمت غرب استان گیلان که شامل شهرستان‌های تالش، رضوانشهر، است وضعیت بهتری حکم فرماست از طرفی نیز شهرستان انزلی در مرکز و همین‌طور، لنگرود، رودسر و رودبار از لحاظ وضعیت گردشگری اجتماع محور شرایط نسبتاً مطلوبی دارند و این خود می‌تواند دلیل عمده‌ای چون رشد و درآمد مردم روستایی، وجود امکانات و زیرساخت‌های گردشگری در مناطق روستایی، بهره‌مندی هرچه بیشتر جامعه روستایی از منافع اقتصادی ایجادشده، رضایتمندی جامعه محلی از وضعیت گردشگری، ایجاد کسب‌وکار محلی توسط جامعه محلی، وجود محصولات کشاورزی متنوع در روستا، افزایش سرمایه‌گذاری مردم و نهادهای محلی در تأسیسات و خدمات گردشگری، مدیریت زیست محیطی توسط ساکنان محلی، وجود مشارکت و انسجام اجتماعی در بین ساکنان باشد.



شکل شماره ۴. توزیع فضایی وضعیت گردشگری اجتماع محور در استان گیلان

شکل ۵ وضعیت توزیع فضایی شاخص‌های گردشگری اجتماع محور را به صورت جداگانه (اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و زیست محیطی) نشان می‌دهد.



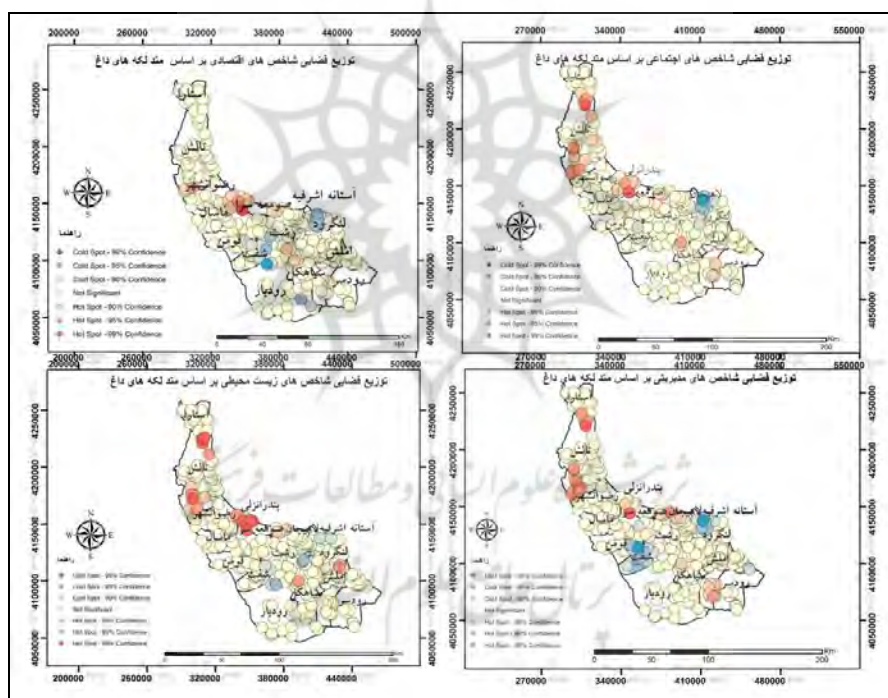
شکل شماره ۵. توزیع فضایی شاخص‌های گردشگری اجتماع محور در شهرستان‌های استان گیلان

طبق بررسی‌های صورت گرفته در زمینه توزیع فضایی شاخص‌های اجتماعی توزیع به صورت غربی-شرقی است. وضعیت توزیع شاخص‌های اجتماعی در شهرستان‌های غربی همانند تالش، رضوانشهر، سپس در قسمت مرکزی بندر انزلی و در قسمت شرقی در بین شهرستان‌های رودسر، لنگرود و لاهیجان از وضعیت نسبتاً مطلوبی برخوردار است. مؤلفه‌های اجتماعی گردشگری اجتماع شامل مواردی چون مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، احساس تعلق مکانی و کاهش فقر است که در کل بیانگر شرایط مطلوب این مؤلفه‌ها در بعضی از شهرستان‌های استان گیلان است و این خود می‌تواند از همدلی و همیاری زیاد مردم در این مناطق باشد که منجر به نوعی همکاری و مشارکت در امور روستا جهت بهبود اوضاع می‌گردد. این مشارکت می‌تواند در امور روستایی، در پروژه‌های عمرانی، ارتباط مردم محلی با شورا و دهیاران، مشارکت زنان جامعه محلی، عدم وجود درگیری و نزاع بین اهالی روستا و گردشگران، برگزاری گردهمایی و جلسات در روستا، روابط صمیمی همسایگان، انجام صحیح وظایف اجتماعی، شناخت و آگاهی از مسائل گردشگری منطقه خود باشد که به نوعی منجر به افزایش اشتغال و بهره‌مندی از مزایای اقتصادی و به تبع آن کاهش فقر شود.

مورد دیگر توزیع فضایی شاخص‌های اقتصادی گردشگری اجتماع محور است که این شاخص خود مؤلفه‌هایی چون مزایای اقتصادی، بهبود عملکرد کسب‌وکار روستایی، افزایش تنوع محصولات محلی، افزایش سرمایه‌گذاری، بالا بردن انگیزه کسب‌وکار، ایجاد سرمایه‌گذاری در جامعه هدف، جلوگیری از بهره‌برداری بی‌رویه از مکان و... است که با توجه به این موارد به طور کل شرایط در نواحی غربی استان گیلان از شرایط مطلوب‌تری به نسبت سایر قسمت‌های استان گیلان برخوردار است. در واقع توزیع فضایی در زمینه شاخص‌های اقتصادی به صورت غربی-شرقی است.

توزیع فضایی در زمینه شاخص‌های مدیریتی نیز به صورت غربی-شرقی می‌باشد با این تفاوت که شهرستان‌های بیشتری به نسبت سایر شاخص‌ها از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند. این شهرستان‌ها شامل تالش، رضوانشهر، فومن، ماسال،

بندر انزلی، رودبار، رودسر، لنگرود و لاهیجان می‌باشد. توزیع فضایی درزمینه شاخص‌های زیست‌محیطی نیز بیانگر توزیع غربی-شرقی در سطح استان گیلان است. در واقع وضعیت شاخص‌های زیست‌محیطی گردشگری اجتماع محور در شهرستان‌های تالش، رضوانشهر، بندرانزلی، آستانه اشرفیه، رودسر، املش، سیاهکل و رودبار شرایط به نسبت مطلوب‌تری دارند. برای بررسی نابرابری فضایی درزمینه پراکندگی وضعیت گردشگری اجتماع محور از شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و زیست‌محیطی استفاده شده و در نرم‌افزار Arc/GIS با استفاده از قابلیت‌های آن، تحلیل لکه‌های داغ برای همه شاخص‌های گردشگری اجتماع محور به صورت جداگانه انجام شده است. این تحلیل آماره گیتس-اردجی را برای همه شاخص‌ها موجود محاسبه می‌کند؛ همچنین با توجه به امتیاز Z محاسبه شده می‌توان نشان داد که در کدام روستاها داده‌ها با مقادیر زیاد یا کم خوشه‌بندی شده‌اند. همان‌طور که در روش پژوهش توضیح داده شد، هر چه امتیاز Z بزرگ‌تر باشد مقادیر بالا به میزان زیادی خوشه‌بندی شده و لکه‌های داغ را تشکیل می‌دهند. در مورد Z منفی و معنادار از نظر آماری نیز باید گفت هر چه امتیاز Z کوچک‌تر باشد به معنی خوشه‌بندی شدیدتر مقادیر پایین بوده و نشانگر لکه‌های سرد هستند

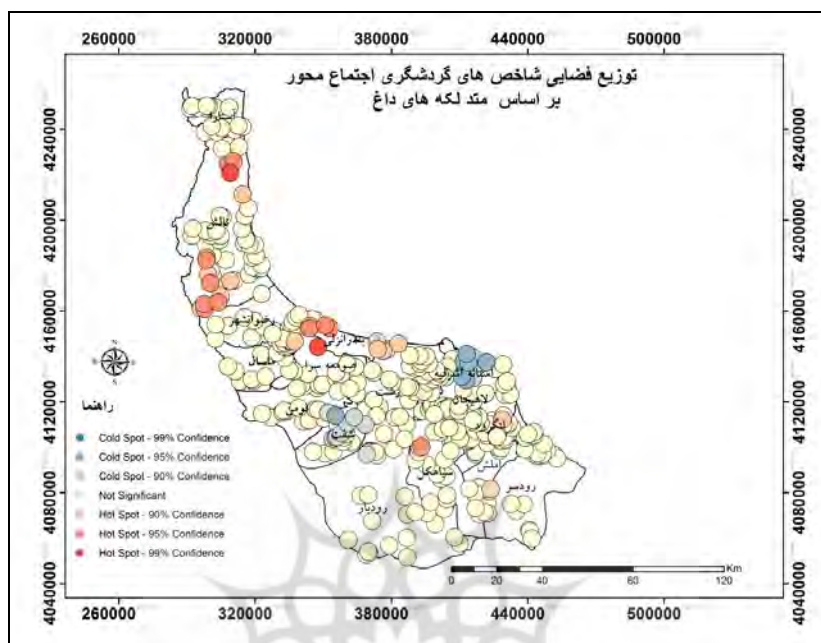


شکل شماره ۶. الگوی فضایی شاخص‌های گردشگری اجتماع محور در استان گیلان بر اساس روش لکه‌های داغ

در نقشه ۶ لکه‌های قرمزرنگی که مشاهده می‌شود نشانگر مقادیر بزرگ‌تر Z هستند که به‌عنوان لکه‌های داغ شناخته می‌شوند و این محدوده دارای وضعیت بهتری در حوزه گردشگری اجتماع محور در شاخص موردنظر است. هرچه از میزان Z کاسته می‌شود و Z مقدار منفی و کوچک‌تر را به خود می‌گیرد به طرف لکه‌های سرد نزدیک می‌شویم که در نقشه‌ها با رنگ آبی نشان داده شده‌اند و این محدوده‌ها در وضعیت نامطلوبی قرار دارند.

پس از انجام تحلیل لکه‌های داغ برای هر شاخص و استخراج نقشه‌های هر شاخص، نقشه‌ها را تلفیق می‌کنیم تا نقشه واحدی استخراج شود که در واقع تحلیل لکه‌های داغ بر روی همه شاخص‌های گردشگری اجتماع محور است. محدوده‌های قرمزرنگ وضعیت بهتری دارند و هرچه به سمت محدوده‌های آبی‌رنگ برویم وضعیت نامطلوبی در حوزه

گردشگری اجتماع محور برقرار است. به طور کل در این وضعیت اکثر روستاهای استان گیلان در شرایط خنثی قرار دارند تنها تعداد محدودی از روستاها در غرب استان گیلان (شهرستان تالش) و تعدادی در شهرستان بندر انزلی، رشت و سیاهکل، شرایط مطلوبی دارند و لکه‌های سرد نیز در روستاهای شهرستان آستانه اشرفیه و شفت حکم فرماست.



شکل شماره ۷. الگوی فضایی گردشگری اجتماع محور در استان گیلان بر اساس روش لکه‌های داغ

نتیجه گیری

گردشگری اجتماع محور به عنوان ابزاری برای حفاظت از منابع طبیعی، فرهنگی و توسعه جوامع به کار می‌رود. یک شیوه جامعه محور که مشارکت‌ها و مشوق‌هایی را برای حفاظت فرهنگی و طبیعی توأم با ایجاد فرصت‌هایی برای ارتقا سطح زندگی جامعه فراهم می‌کند. این نوع از گردشگری پتانسیل ایجاد اشتغال و فرصت‌های کارآفرینی برای مردمانی با پیشینه، مهارت‌ها و تجربیات گوناگون از جمله جوامع روستایی و به خصوص زنان را فراهم می‌آورد. این گونه از گردشگری در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با حمایت از مدیریت حیات وحش، حفاظت‌های زیست محیطی و توسعه برای جامعه محلی عملیاتی شده است. البته اهداف گردشگری جامعه محور همیشه متمرکز بر حفاظت از منابع طبیعی در ارتباط با توسعه اقتصادی نیست و در بسیاری از موارد، حفاظت از فرهنگ، توانمندسازی جامعه یا نسل‌ها، کاهش فقر و افزایش و بهبود مشارکت از سوی ذینفعان نیز جزء اهداف اولیه محسوب می‌شود. در این پژوهش ابتدا به بررسی آزمون رگرسیون چندگانه پرداخته شده است در این آزمون با ضریب تعیین ۸۸ درصد متغیرهای پیش‌بین (شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و مدیریتی) پاسخگوی متغیر ملاک (توسعه گردشگری اجتماع محور) هستند. پس از آن از طریق روش کریجینگ به توزیع فضایی تک‌تک این ۴ شاخص در سطح استان گیلان انجام گرفت که نتیجه حاکی از آن بود که جهت توزیع و وضعیت گردشگری اجتماع محور به صورت غربی-شرقی است بدین گونه که وضعیت در شهرستان‌های غربی استان گیلان به مراتب بهتر و مساعدتر از سایر مناطق و همین‌طور در قسمت مرکز شهرستان‌های فومین و بندرانزلی و در شرق نیز شهرستان‌های رودسر و لنگرود از اوضاع مساعدتری برخوردارند. در نهایت با استفاده از متدهات اسپات (لکه‌های داغ) نیز وضعیت نابرابر گردشگری اجتماع محور در منطقه بررسی شد که بیانگر خنثی بودن اکثر روستاهای استان گیلان تنها تعداد محدودی از روستاها در غرب استان گیلان (شهرستان تالش) و تعدادی در شهرستان

بندر انزلی، رشت و سیاهکل از شرایط مطلوب برخوردار بودند و لکه‌های سرد نیز در روستاهای شهرستان آستانه‌اشرفیه و شفت حکم‌فرماست. پژوهشگران زیادی در زمینه توزیع فضایی گردشگری تحقیقاتی را انجام دادند. عباس‌زاده و همکاران در سال ۱۳۹۸ در پژوهش‌شان به توزیع فضایی زیرساخت‌های اولیه گردشگری پرداختند در این پژوهش نیز به توزیع فضایی عوامل مؤثر گردشگری اجتماع‌محور در سطح استان گیلان پرداخته‌شده است. در پژوهش دیگر که حسام و آقای‌زاده در سال ۱۳۹۸ انجام دادند به توزیع فضایی مراکز اقامتی در مقصدهای گردشگری را مدنظر قرار دادند در این پژوهش به بررسی توزیع فضایی مراکز اقامتی شامل هتل‌ها، مهمان‌پذیرها و خانه‌های مسافر در کنار جاذبه‌های گردشگری شهر رشت پرداخته‌اند. در پژوهش دیگر که توسط صحنه و معماری ۱۳۹۶ پرداخته شد به اولویت‌بندی امکانات توسعه گردشگری و توزیع فضایی آن شهرستان‌های استان گلستان پرداخته‌شده است و پس‌از آن، به سطح‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس توزیع فضایی زیرساخت‌های گردشگری با بهره‌گیری از تکنیک‌های تصمیم‌گیری ویکور، ساو و تاپسیس پرداخته است در این پژوهش نیز به بررسی توزیع فضایی عوامل مؤثر گردشگری اجتماع‌محور در سطح شهرستان‌های استان گیلان پرداخته‌شده است. همچنین نتایج این پژوهش را می‌توان با نتایج تحقیقات ماسیدا و ایتزو (۲۰۱۲)، آل کیدو همکارانش (۲۰۱۰) مقایسه کرد.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) اکبری، علی و قرخلو، مهدی. (۱۳۹۱). اکوتوریسم مفهومی نو در جغرافیای گردشگری. چاپ اول، تهران: انتشارات انتخاب.
- ۲) تقدیسی، احمد؛ وارثی، حمیدرضا؛ احمدیان، مهدی و عسگری، حمید. (۱۳۹۳). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان جیرفت). فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۴، شماره ۱، صص. ۱۴-۱.
- ۳) حبیبی کوشکوهی، حسن؛ منشی‌زاده، رحمت‌اله و رضویان، محمدتقی. (۱۳۹۸). بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی. مطالعه موردی: روستاهای شهرستان‌های املش و رودسر. مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ۱۱، شماره ۳۹، صص. ۲۶۰-۲۳۹.
- ۴) حسام، آقای‌زاده و مهدی، اسماعیل. (۱۳۹۸). تحلیل توزیع فضایی مراکز اقامتی در مقصدهای گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر رشت. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۴، صص. ۱۶-۱.
- ۵) خسروی، حسین. (۱۳۸۶). مشکلات و تنگناهای توسعه گردشگری در استان قم، مجله رشد و آموزش جغرافیا، دوره ۲۲، شماره ۱، صص. ۵۵-۴۷.
- ۶) دهدشتی شاهرخ، زهره و فیاضی، مرتضی. (۱۳۹۰). مدیریت بازاریابی در صنعت گردشگری. تهران: انتشارات مهکامه.
- ۷) رضوانی، محمدرضا. (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۸) صالحی، صادق و حسن‌پور، محمود. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری: نگرشی کاربردی به برنامه‌ریزی و بازاریابی گردشگری. بابلسر: انتشارات دانشگاه مازندران.
- ۹) صحنه، بهمن و معماری، ابراهیم. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی امکانات توسعه گردشگری و توزیع فضایی آن (نمونه موردی: شهرستان‌های استان گلستان). فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۷، شماره ۲۶، صص. ۲۴-۱۵.
- ۱۰) عباس‌زاده، مظفر؛ شمس‌الدینی، نسیم و پوراسد، علی. (۱۳۹۸). ارزیابی توزیع فضایی زیرساخت‌های اولیه گردشگری با تأکید بر تحرک محور گردشگری-تاریخی در محدوده بافت تاریخی-فرهنگی شهر ارومیه. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۴: ۱۱۱-۱۲۸.
- ۱۱) فاضل‌بخشی، فرشته. (۱۳۸۷). رابطه عوامل فرهنگی و نوع مشارکت انتظاری در گردشگری جامعه‌محور، مطالعه موردی:

روستای زاغمر. پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، راهنما: دکتر ضیایی، دانشکده مدیریت و حسابداری علامه طباطبائی.

۱۲) فاضل‌نیا، غریب و هدایتی، صلاح. (۱۳۸۹). راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زیروار. فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۸، شماره ۱۹، صص. ۱-۱۲.

۱۳) فراهانی، سهیلا؛ فرهنگی، علی‌اکبر و مشهدی، سحر. (۱۳۹۲). تحلیل شاخص‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری روستایی (پیمایشی پیرامون روستای گرمه). فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۱، صص. ۴۴-۴۱.

۱۴) کریمی دهکردی، مهدی؛ میرک‌زاده، علی‌اصغر و غیائوند غیائی. فرشته. (۱۳۹۱). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال و بختیاری. فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۳، شماره ۱، صص. ۹۹-۱۱۲.

۱۵) کلانتری، محسن و ملک، مرضیه. (۱۳۹۳). تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه راه در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۵، شماره ۱۷، صص. ۵۳-۷۰.

۱۶) میرزایی، حسن، فلاح‌تبار، نصرالله و استعلاجی، علیرضا. (۱۳۹۷). ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری ایران مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان گیلان. فصلنامه جغرافیا، سال ۹، شماره ۱، صص. ۳۹۲-۳۴۷.

۱۷) نیازی، هادی؛ خدادادی، علی؛ صفایی، محمدجواد و منتظر، فرامرز. (۱۴۰۰). بررسی اثرات گردشگری بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی، مجله آمایش جغرافیایی فضا، دوره ۱۱، صص. ۷۳-۵۷.

- 18) Salehi, S., Hasan Pour, M. (2012). *Tourism Planning and Development: A Practical Approach to Tourism Planning and Marketing*. Babolsar: Mazandaran University Press. [In Persian].
- 19) Abbaszadeh, M., Shams al-Dini, N., & Pourasad, A. (2019). Assessing the spatial distribution of primary tourism infrastructure with emphasis on the mobility of tourism-historical axis within the historical-cultural context of Urmia. *Journal of Urban Tourism*, Vol.6, No.4, pp.111-128. [In Persian].
- 20) Akbari, A., & Qarkhloo, M. (2012). *Ecotourism is a new concept in tourism geography*. first edition, Tehran: Select Publications. [In Persian].
- 21) Archer, B. (2005). Economics impact: misleading multiplier. *Annals of Tourism Research* Vol.11, No.2, pp. 517-518.
- 22) Aref, F., Ma'rof, R., S. Gill, S., & Aref, A. (2010a). Assessing the Level of Community Capacity Building in Tourism Development in Local Communities. *Journal of sustainable development*, Vol.3, No.1, pp.81-90.
- 23) Aref, F., Redzuan, M., & Gill, S. (2010b). Dimensions of Community Capacity Building: A review of its Implications in Tourism Development. *Journal of American Science*, Vol.6, No. 1, pp.170-180.
- 24) Bajrami, Dunja D., Adriana Radosavac, M. C., Tatiana N. T., & Yulia, A. S. (2020). Determinants of Residents' Support for Sustainable Tourism Development: Implications for Rural Communities. *Sustainability*, Vol.12, No.22, pp. 1-16.
- 25) Baloglu, S., & Bringberg, D. (2013). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, Vol.35, No.4, pp. 11-15.
- 26) Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. In: Landlink Press, Australia.
- 27) Belij, M., Veljković, J., & Pavlović, S. (2016). Role of local community in tourism development: Case study village Zabrega. *Glasnik Srpskog Geografskog Drustva*, Vol.9, No.4, pp. 1-14.
- 28) Briedenhann, J., & Wickens, E. (2012). Tourism route as tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream?. *Tourism Management*, Vol.25, No.6, pp. 71-76.
- 29) Bush, G., Hanley, N., & Colombo, S. (2012). Measuring the demand for nature-based tourism in Africa: a choice experiment using the "cut-off" approach. *Stirling Economics*

- Discussion Paper, Vol.1, No.8, pp. 1-20.
- 30) Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, Vol.30, No.5, pp.693-703.
 - 31) Chaudhry, P., & Gupta, R. K. (2015). urban greenery and its sustainable extension strategies in hot arid region of India. *International Journal of Sustainable Society*, Vol.2, No.2, pp.146-155.
 - 32) Crompton, J. (2007). Economic Impact analysis: myths and misapplication. *Trends*. Vol.30, No.5, pp.9-13
 - 33) Daniel, J. (2013). *Economics Impacts of Tourism*, the flasher Press, London, Washington.
 - 34) Dehdashti Shahrokh, Z., & Fayazi, M. (2011). *Marketing Management in Tourism Industry*. Mahkameh Publications. [In Persian].
 - 35) dikampana, I., Made, I., Nyoman, S., & Ni Luh, Kerti P. (2019). A Model of Community-Based Rural Tourism Products Development. *Jurnal IPTA*, Vol.7, No.1, pp.79-83.
 - 36) Embacher, H. (2005). Strategy formulation in rural tourism an integrated approach In D.Hall, L. Roberts and M. Mitchell (eds) *New Direction in Rural tourism* (p.p.137-151), Aldershot, UK and Burlington, VT: Ashgate.
 - 37) Epler, M., & Jones, H., (2013). *Community-based tourism enterprise in Latin America*. Burlington. EplerWood International. [on line] [Accessed 1 December 2011]. Available.
 - 38) Farahani, S., Farhangi, A. A., & Mashhadi, S. (2013). Analysis of effective indicators on the development of rural tourism industry (survey around Garmeh village). *Public Management Quarterly*, Vol.5, No.1, pp.41-66. [In Persian].
 - 39) fazelbakhshi, F. (2008). *The Relationship between Cultural Factors and the Type of Expected Participation in Community-Based Tourism, Case Study: Zaghmar Village*. Master Thesis in Tourism Management, Supervisor: Dr. Ziaei, Faculty of Management and Accounting Allameh Tabatabai. [In Persian].
 - 40) Fazelnia, G., & Hedayati, S. (2010). Appropriate strategies for tourism development of Zarivar Lake. *Geography and Development Quarterly*, Vol.8, No.19, pp.1-12. [In Persian].
 - 41) Fleischer, A. (2007). *the rural vacationers: follow-up study*. Israel. Jerusalem: ministry of tourism, Vol.5, No.32, pp.20-30.
 - 42) Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community Based Tourism: A Success?* Retrieved <http://www.andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin.pdf>.
 - 43) Gursoy, D., Chi, C., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of sunshine coast, Australia. *Journal of Travel Research*, Vol.49, No.3, pp.381-394.
 - 44) Habibi Kushkoohi, H., Manshizadeh, R.A., Razavian, M. T. (2019). A study of the situation of rural tourism and its role in rural development. Case study: Villages of Amlash and Rudsar counties, *Journal of Spatial Planning*, Vol.11, No.39, pp.239-260. [In Persian].
 - 45) Hesam, M., & Aghaeizadeh, I. (2019). Analysis of spatial distribution of accommodation centers in urban tourism destinations Case study: Rasht. *Journal of Urban Tourism*, Vol.6, No. 6, pp.1-16. [In Persian].
 - 46) Jianhong, (Cecilia) Xia., Panlop, Z., & David, P. (2010). Spatial and temporal modelling of tourist movements using Semi-Markov processes. *Tourism Management*, Vol.32, No.4, pp.844-851.
 - 47) Kachniewska, M. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 7, No. 5, pp. 500-515.
 - 48) Kalantari, M., & Malek, M. (2014). Spatial analysis and leveling of tourist attractions and communication infrastructure and road network in desert areas of Iran (Case study: Khor and Biabank). *Geographical Studies of Arid Areas*, Vol.50, No. 17, pp.50-73. [In Persian].
 - 49) Karami Dehkordi, M., Mirkozadeh, A. A., & Ghiasvand Ghiasi, F. (2012). Analysis of effective factors on rural tourism development from the perspective of villagers in Chaharmahal and Bakhtiari province. *Journal of Geography and Environmental Planning*, Vol. 23, No.1, pp.99-111. [In Persian].
 - 50) Katja, C., Miroslav, R., Barbara, B. H., & Doris, O. G. (2014). Building a Model of Researching the Sustainable Entrepreneurship in the Tourism Sector, Vol. 43, pp. 377 -393.

- 51) Khosravi, H. (2007). Problems and bottlenecks of tourism development in Qom province, *Journal of Growth and Education of Geography*, Vol.22, No.1, pp. 47-55. [In Persian].
- 52) Kim, K. (2002). The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Residents in the Community (Doctoral dissertation, ph.D. Disseration). Blacksburg, Virginia: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
- 53) Marzouq, A. A. q., Ibrahim, B., & Abdelbaset, H. (2010). Using Geographic Information System to Visualize Travel Patterns and Market Potentials of Petra City in Jordan. *International Journal of Marketing Studies*, Vol.2, No.2, pp.144-159.
- 54) Massidda, C., & Etzo, I. (2012). the determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, Vol.33, No.3, pp. 603-610.
- 55) McMillan, D. W., & George, D. M. Ch. (2007). Sense of Community: a definition and theory. *Journal of Community Psychology*, Vol. 14, pp. 6-23.
- 56) Mirzaei, H., Falahatbar, N., & Istalaji, A. (2018). Presenting Optimal Models of Tourism Development in Tourism Target Villages of Iran Case Study: Tourism Target Villages of Guilan Province. *Journal of Geography*, Vol.9, No.1, pp.347-392. [In Persian].
- 57) Niazi, H., Khodadadi, A., Safaei, M. J., & Montazer, F. (2021). Investigating the Effects of Tourism on the Development of Rural Settlements: A Case Study: Tourism Target Villages of North Khorasan Province, *Journal of Spatial Planning*, Vol.11, pp.57-73. [In Persian].
- 58) Nunkoo, R., & Haywantee R. (2010). Small Island Urban Tourism: A Residents' Perspective. *Current Issues in Tourism*, Vol.13, No.1, pp.37-60.
- 59) Pearce, D. G. (2010). Tourism and peripherality: perspectives from Asia and the south pacific. *Tourism and Hospitality Research*, Vol.3, No.4, pp.295-309.
- 60) Raftopoulos, M. (2020). "Rural Community-Based Tourism and Its Impact on Ecological Consciousness, Environmental Stewardship and Social Structures". *Bulletin of Latin American Research*, Vol. 39, No.3, pp.142-56.
- 61) Rezvani, M. R. (2008). Rural tourism development with sustainable tourism approach. First Edition, Tehran: University of Tehran Press. [In Persian].
- 62) Richards, G., & Hall, D. (Eds.). (2000). *Tourism and sustainable community development*. USA: Routledge.
- 63) Sahneh, B., Moammari, I. (2017). Prioritization of tourism development facilities and its spatial distribution (Case study: cities of Golestan province). *Regional Planning Quarterly*, Vol.7, No. 26, pp.15-24. [In Persian].
- 64) Sharpley, R. (2005). *Rural Tourism and Sustainability-A Critique*, New Direction in Rural Tourism, Ashgate, England.
- 65) Taqdisi, A., Varesi, H. R., Ahmadian, M., & Asgari, H. (2014). Identification and analysis of factors affecting tourism development in rural areas (Case study: rural areas of Jiroft). *Journal of Rural Research and Planning*, Vol.4, No.1, pp.1- 14. [In Persian].
- 66) thethwa, Nonduduzo B., Simon, T., & Orthodox, T. (2020). The Involvement, Perceptions and Challenges of the Community in Rural Tourism Development: A Case of the Isithumba Village in EThekwin. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol.9, No.2, pp.1-18.
- 67) Timothy, D. J. (2002). *Tourism and Community Development Issues*. In *Tourism and Development: Concepts and Issues*. eds. Richard Sharpley and David J Telfer. Clevedon: Channel View Publications.
- 68) Tolon-Becerra, A., Lastra-Bravo, X., & Galdeano-Gomez, E. (2016). Endogenous model formsustainable development in Spanish rural areas. *International Journal of Sustainable Society*, Vol.2, No.2, pp. 156-176.
- 69) Walford, N. (2001). patterns of development in tourism accommodation enterprise on farms in England and Wales. *Applied Geography*, Vol.9, No.21, pp. 331-340.
- 70) Wickens, E. (2008). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – Vibrant hope or impossible dream?. *Tourism Management*, Vol.2, No.5, pp. 71-79.