

Investigating tourism development services and providing optimal strategies in rural areas (Case study: Dezpart County- Shayvand village)

Ali Shamsodini¹, Hojat ullah Sadeghi², Hossein Koravand³, Morteza Sharifi⁴

1- Associate Professor, Department of Urban Planning, Islamic Azad University, Shiraz Branch, Shiraz, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences And Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

3- Ph.D. Student of Sociology, Social-Rural development, Tehran University, Tehran, Iran.

4- Member of the Faculty of Civil Engineering Department, Technical and Vocational University, Tehran, Iran.

Article info

Article type:

Research Article

Received:

2023/07/03

Accepted:

2023/08/19

pp:

18- 32

Keywords:

Services,
Tourism
Development,
Tourism Target
Villages,
Shayvand village.

Abstract

The development of tourism in rural areas depends on various indicators including services. In fact, services are one of the most important needs to attract tourism and continue its sustainability in rural areas. Therefore, it is undeniable that villages have various services for the development of tourism. In this research, the aim is to investigate the state of tourism development services in the target rural areas and then formulate the optimal strategies in this field. In this study, Shayvand village in Dezpart county of Khuzestan province has been selected as a target village for tourism. The research method is descriptive-analytical and based on survey data. The statistical population of the research is made up of tourists, 160 of whom were randomly questioned. The validity of the questionnaire was confirmed through elites and the reliability was also confirmed with Cronbach's coefficient equal to 0.802. The result showed that the types of tourism services were quantitatively and qualitatively significant at the level of less than 0.05. Quantitatively, the average of the test was equal to 3.128, and as a result, the quantitative status of the service was evaluated as average. In this field, the services related to visiting attractions have the best status with an average of 4.437. In terms of service quality, the average equal to 2.245 confirms that the quality of tourism services is evaluated poorly. In order to improve the quality and quantity of tourism services, 4 strategies are presented, including expanding the quality of services (37.059), improving social capital (25.374), protecting and improving the quality of the environment (9.524) and emphasizing local capacity (7.959) has been.



Citation: Shamsodini, A., Sadeghi, H.O., Koravand, H., Sharifi, M. (2023). Investigating tourism development services and providing optimal strategies in rural areas (Case study: Dezpart County- Shayvand village). *Journal of Geography and Regional Future Studies*, 1(1),



© The Author(s).

Publisher: Urmia University.

DOI: <https://doi.org/10.30466/grfs.2023.121356>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2981118.1402.1.1.2.6>

Extended Abstract

Introduction:

Among the most important services in the rural tourism sector, we can refer to tourist accommodations, including hotels and ecotourism, agricultural and rural life experiences, education, handicrafts, health services, nature tourism services, hospitality services, etc. Each village can provide unique tourism services based on its characteristics and resources. These services can help the economic development of villages and preserve the culture and their nature; Therefore, services are an integral part and one of the important indicators of tourism development in rural areas, which can have positive effects in the long run. Shayvand village, which is located in Dezpart city of Khuzestan province, is one of the most important villages of the province and the country. Due to its geographical location and diverse tourism resources, including the old caravanserai, the presence of a mill, the cemetery, Imamzadeh Muhammad, the old dungeon, slavery inscriptions, embossed works around the village, Shivand waterfall, various handicrafts (jajim, rugs, carpets) and agricultural products (pomegranate, walnut), it welcomes many tourists from all over the country throughout the year. Due to this diversity of resources, tourism plays an important role in the economy of this village. One of the debatable and important topics in tourism target villages, including Shivand village, is relevant to the services provided to tourists. Because the quality and quantity of the services, play an important role in the sustainability of the tourist population in the villages and also have an undeniable effect in attracting more tourists. Shivand village is not an exception to this issue. What is noteworthy, is the situation of this village in terms of tourism development services and how all types of services can be effective in its tourism development. Therefore, the purpose of this research is to firstly know the status of various development services

in the target villages and then to provide optimal strategies in this field.

Methodology:

According to its nature, the research method is descriptive-analytical and practical in terms of purpose. Also, a survey is used for data collection. The statistical population of the research are the tourists of the village during the period from the first of Mehr 1401 (20 September 2022) to the end of Farvardin 1402 (20 April 2023), who were randomly questioned. Based on this, the sample consisted of 160 tourists. Among the reasons for choosing this village as a study example, the important role of tourism in the economy of this village, the existence of ecotourism attractions, the annual and continuous visit of tourists to this village on a personal and tour basis, and being in the list of the country's target villages for tourism are highlighted. The data collection tool was a questionnaire, the validity of which was confirmed through 10 experts, and the reliability was confirmed through Cronbach's alpha with a coefficient of 0.802. Random sampling was done at the village level. To carry out this research, the status of tourism services as well as appropriate strategies were identified and analyzed using a questionnaire. SPSS software was used for data analysis.

Results and discussion:

The results show that overall, the quality of tourism services is average. This type of situation can be clearly seen in the examination of all types of services, including ecotourism accommodation, catering services, health-therapeutic services, cultural-social services (participation, security, etc.). In addition, from the point of view of tourists, accommodation services, commercial-market services and services related to visiting attractions have been in a favorable condition. Another dimension of tourism services is their quality. The results, however, show that the quality of tourism services is poor. This weakness can be clearly seen in most

services, including accommodation services, travel services (offices), ecotourism accommodation, advertising and information services, catering services, and electronic services (technology, internet). All in all, it can be concluded that although in some cases there are good conditions for tourism services, their quality is not satisfactory and the poor quality of services is a very important factor in the lack of sustainable tourism development. The results of this part of the research are in line with those of Khosrobeigi et al. (2012), Yousefi (2017), Bahari et al. (2018), Hollebeek and Rather (2019), and Park and Jeong (2019), as the weakness of the existing tourism services as well as their influence on the development and promotion of tourism have been pointed out in all these studies. The result of the current study showed that there are four basic strategies in order to improve all types of tourism services. These strategies include expanding the quality of services, improving social capital, protecting and improving the quality of the environment, and emphasizing local capacity. Research in these strategies shows that the promotion of native and local capacities is the major element in these strategies. Promotion of participation, trust, use of local capacities, participation of women, education and raising awareness are examples of factors that can be emphasized in many of these strategies. Therefore, emphasis on improving social capital can be the first step in improving the quality of tourism services in rural areas. In addition, paying attention to the environment and changing some services in accordance with the developments of the day, especially the emphasis on the development of technology, can also help this issue. Liu and Wu (2019), Ghermandi et al. (2020) and Preko et al. (2023) have also emphasized the importance of local capacities, culture, technological growth in the service sector, improving the quality of the environment from various aspects. Therefore, the results of this part of the research based on the presented strategies are consistent with the mentioned studies.

Conclusion:

Tourism can be examined from different economic, social and environmental aspects. One of the important sectors of tourism development is the service sector; As the services are not only effective in attracting tourists, but can also promote tourism and increase the time tourists stay in tourist areas. Tourist services can promote the development and progress of tourist areas. With the arrival of tourists and the demand for services, conditions for investment, infrastructure development and improvement of facilities are created in tourism areas. This leads to the creation of jobs, the improvement of the lives of local people and the economic development of the region. Accordingly, tourism services are very important in the tourism industry and play a vital role in meeting the needs of tourists and providing them with premium experiences. All in all, it can be concluded that all types of tourism services in the target villages need to be upgraded and paid attention to. What is needed more than anything else is to increase the quantity of tourism services and improve the quality of services in rural areas. Cultivation, education, technology expansion and use of local capacities can be effective in this regard.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

بررسی خدمات توسعه گردشگری و ارائه راهبردهای مطلوب در مناطق روستایی (مورد مطالعه: شهرستان دزپارت-روستای شیوند)

علی شمس‌الدینی^۱، حجت‌الله صادقی^۲، حسین کوراوند^۳، مرتضی شریفی^۴

۱- دانشیار گروه شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز، شیراز، ایران

۲- استادیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش توسعه اجتماعی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۴- عضو هیئت علمی گروه مهندسی عمران، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	توسعه گردشگری در مناطق روستایی، منوط به شاخص‌های مختلف از جمله خدمات است. در واقع خدمات از مهم‌ترین نیازهای ضروری جهت جذب گردشگری و در ادامه ماندگاری آن در مناطق روستایی است؛ بنابراین برخورداری روستاها از خدمات مختلف برای توسعه گردشگری غیرقابل‌انکار است. در این پژوهش هدف بررسی وضعیت خدمات توسعه گردشگری در مناطق روستایی هدف و سپس تدوین راهبردهای مطلوب در این زمینه است. در این مطالعه، روستای شیوند در شهرستان دزپارت استان خوزستان به عنوان یک روستای هدف گردشگری انتخاب شده است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر داده‌های پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را گردشگران تشکیل داده‌اند که تعداد ۱۶۰ نفر به صورت تصادفی پرسشگری شدند. روایی پرسش‌نامه از طریق نخبگان تأیید و پایایی نیز با ضریب کرونباخ برابر با ۰/۸۰۲ تأیید شد. نتیجه نشان داد که انواع خدمات گردشگری از لحاظ کمی و کیفی در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. از لحاظ کمی، میانگین آزمون برابر با ۳/۱۲۸ بوده که در نتیجه، وضعیت کمی خدمات متوسط ارزیابی شده است. در این زمینه خدمات مربوط به بازدید از جاذبه‌ها با میانگین ۴/۴۳۷ از بهترین وضعیت برخوردار است. از لحاظ کیفیت خدمات نیز، میانگین برابر با ۲/۲۴۵ تأیید می‌نماید که کیفیت خدمات گردشگری، ضعیف ارزیابی شده است. در راستای بهبود کمی و کیفی خدمات گردشگری ۴ راهبرد شامل گسترش کیفی خدمات (۳۷/۰۵۹)، بهبود سرمایه اجتماعی (۲۵/۳۷۴)، حفاظت و بهبود کیفیت محیط (۹/۵۲۴) و تأکید بر ظرفیت بومی (۷/۹۵۹) ارائه شده است.
دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۲	
پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۸	
صص: ۱۸-۳۲	
واژگان کلیدی: خدمات، توسعه گردشگری، روستاهای هدف گردشگری، روستای شیوند.	

استناد: شمس‌الدینی، علی؛ صادقی، حجت‌الله؛ کوراوند، حسین، و شریفی، مرتضی. (۱۴۰۲). بررسی خدمات توسعه گردشگری و ارائه راهبردهای مطلوب در مناطق روستایی (مورد مطالعه: شهرستان دزپارت-روستای شیوند). فصلنامه جغرافیا و آینده‌پژوهی منطقه‌ای، (۱)، ۱۸-۳۲.

ناشر: دانشگاه ارومیه.

© نویسندگان



DOI: <https://doi.org/10.30466/grfs.2023.121356>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2981118.1402.1.1.2.6>



مقدمه

امروزه توسعه به بخش‌های مختلف اقتصادی وابسته است و در این راستا گردشگری نقش مهمی دارد. گردشگری یکی از رویکردهای مهم محسوب می‌شود که می‌تواند به توسعه اقتصادی و توزیع عادلانه درآمد کمک نماید (Richards, 2020: 4). بدون شک، گردشگری و توسعه آن می‌تواند به بروز اثرات مختلف منجر شود که همیشه منفی نیستند. توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تسهیلات و جاذبه‌ها، محیط طبیعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که حضور گردشگران و فعالیت‌های آن‌ها در مقصد، اثرات مثبت و مستمری را هم در محیط طبیعی و هم در محیط انسانی ایجاد می‌کند (Belotti, 2019: 84) لذا در نظر داشتن توسعه پایدار و مسئولانه در زمینه گردشگری و توسعه آن امری حیاتی است (Eichelberger et al, 2021: 38). این توسعه باید به گونه‌ای باشد که به پایداری محیط طبیعی و حفظ تنوع زیستی کمک کند. همچنین، باید این نکته را در نظر داشت که توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری باید با رعایت محدودیت‌های محیطی و اجتماعی انجام شود (Xu et al, 2021: 324)؛ بنابراین می‌توان گفت که توسعه گردشگری به شکلی پایدار و مسئولانه، می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی مردم مناطق مختلف جهان، حفظ محیط‌زیست و توسعه اقتصادی کمک کند (Chang et al, 2020: 6). این مسئله نیازمند همکاری بین حوزه‌های مختلف از جمله دولت، بخش خصوصی و جامعه محلی است تا با هم گردشگری را به یک عامل مؤثر در توسعه پایدار تبدیل کنند (Musavengane, 2019: 789) و شرایط مطلوبی را فراهم نمایند.

یکی از بخش‌های مهم گردشگری، بخش خدمات است. خدمات گردشگری شامل تمام فعالیت‌ها، امکانات و خدماتی است که به توریست‌ها و مسافران در هنگام سفر و اقامت در یک مقصد گردشگری ارائه می‌شود (Neal et al, 2007: 156). این خدمات می‌توانند در سطوح مختلف ارائه شوند، از خدمات پایه مانند اقامتگاه‌ها و رستوران‌ها تا خدمات تفریحی مانند تورها و فعالیت‌های تفریحی (Santos et al, 2016: 656). امروزه تولید خدمات با کیفیت نقش مهمی در اقتصاد دارد. گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی در صورت ارائه خدمات با کیفیت می‌تواند اثر قابل ملاحظه‌ای در اقتصاد یک منطقه داشته باشد؛ بنابراین ضروری است میزان رضایت گردشگران از خدمات ارزیابی شود. یکی از راه‌ها برای این مهم سنجش شکاف‌های موجود میان انتظارات و ادراکات گردشگران از خدمات است. برای افزایش رضایت گردشگران در مقصدهای گردشگری باید کیفیت خدمات گردشگری مطلوب باشد (Yousefi, 2018: 38). جایگاه خدمات در بخش گردشگری بر کسی پوشیده نیست. به گونه‌ای که سالانه میلیون‌ها انسان از سرتاسر جهان برای دریافت خدمات گردشگری به مکان‌های گوناگون سفر می‌کنند (Streimikiene et al, 2021: 261). مطابق با آمار جهانی سازمان گردشگری در حدود ۴۰۰ میلیون نفر در زیرساخت‌های گردشگری به بیش از یک و نیم میلیارد گردشگر در سراسر جهان خدمات‌رسانی می‌کنند (Park & Jeong, 2019: 5)؛ بنابراین جایگاه خدمات در بحث گردشگری بسیار مهم است و اگر خدمات را اصلی‌ترین خروجی گردشگری از لحاظ اقتصادی بشمار آوریم، بایستی از لحاظ کمی و کیفی همواره مورد تأکید باشد. مناطق روستایی از نمونه مکان‌های جغرافیایی محسوب می‌شوند که گردشگری خاص خود را با توجه به فرهنگ و محیط منحصر به فرد خود دارند (Zielinski et al, 2020: 3). گردشگری در مناطق روستایی شامل سفر و بازدید از مناطق روستایی و تجربه زندگی روستایی است. این نوع گردشگری به توریست‌ها فرصت می‌دهد تا با فرهنگ، زندگی و طبیعت روستاها آشنا شوند (Gao & Cheng, 2020: 6). از بخش‌های مهم برای توسعه این نوع گردشگری، بخش خدمات است. خدمات گردشگری روستایی شامل مجموعه‌ای از خدمات و فعالیت‌هایی است که به توریست‌ها در حین بازدید از مناطق روستایی ارائه می‌شود (Randelli & Martellozzo, 2019: 391). از مهم‌ترین خدمات در بخش گردشگری روستایی می‌توان به اقامتگاه‌های گردشگری اعم از هتل و بوم گردی، تجربیات زندگی کشاورزی و روستایی، آموزش، صنایع دستی، خدمات بهداشتی، خدمات طبیعت گردی، خدمات پذیرایی و... اشاره نمود. هر روستا می‌تواند بر اساس ویژگی‌ها و منابع خود، خدمات گردشگری منحصر به فردی را ارائه کند. این خدمات می‌توانند به توسعه اقتصادی روستاها و حفظ فرهنگ و طبیعت محیط آن‌ها کمک کنند (Barnet et al, 2021: 6)؛ بنابراین خدمات بخش جدایی‌ناپذیر و یکی از شاخص‌های مهم توسعه گردشگری در مناطق روستایی است که می‌تواند به در بلندمدت اثرات مطلوبی داشته باشد.

روستای شیوند که در شهرستان دزپارت استان خوزستان قرار گرفته است، از مهم‌ترین روستاهای هدف گردشگری استان و کشور است. این روستا به واسطه موقعیت جغرافیایی و منابع متنوع گردشگری از جمله کاروانسرای قدیمی، وجود آسیاب، گورستان، امامزاده محمد، سیاه چال قدیمی، کتیبه‌های بردگاری، آثار نقش برجسته در پیرامون روستا، آبشار شیوند، صنایع دستی متنوع (جاجیم، گلیم، فرش) و محصولات باغی (انار، گردو)، در طول سال پذیرای گردشگران زیادی از سرتاسر کشور است. با توجه به همین تنوع منابع گردشگری نقش مهمی در اقتصاد این روستا ایفا می‌نماید. یکی از موضوعات قابل بحث و مهم در روستاهای هدف گردشگری از جمله روستای شیوند، بحث خدمات ارائه شده به گردشگران و کیفیت آن‌ها است؛ چرا که خدمات هم از لحاظ کمی و هم کیفی نقش مهمی در ماندگاری جمعیت گردشگر در روستاها و هم تأثیر غیرقابل انکاری در جذب گردشگر بیشتر است. روستای شیوند نیز این موضوع مستثنا نیست. اینکه این روستا از لحاظ خدمات توسعه گردشگری در چه وضعیتی قرار دارد و چگونه انواع خدمات می‌تواند در توسعه گردشگری آن مؤثر باشند، جای بحث و بررسی دارد؛ بنابراین هدف این پژوهش در ابتدا شناخت وضعیت خدمات مختلف توسعه در روستاهای هدف و سپس ارائه راهبردهای مطلوب در این زمینه است. در راستای هدف مطرح شده، دو سؤال اصلی قابل طرح است:

- ۱- وضعیت خدمات توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری از جمله روستای شیوند چگونه است؟
- ۲- چه راهبردهایی می‌توان در راستای بهبود خدمات گردشگری در مناطق روستایی تدوین و اتخاذ نمود؟

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

بخش گردشگری روستایی به فعالیت‌ها و خدمات مربوط به جذب گردشگران در مناطق روستایی اختصاص دارد. این بخش در توسعه اقتصادی روستاها، حفظ فرهنگ و طبیعت محلی و ایجاد فرصت‌های شغلی برای جوانان و مردم محلی نقش مهمی ایفا می‌کند. حفظ فرهنگ و هویت محلی، توسعه اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌های و خدمات، حفظ محیط‌زیست، افزایش تعاملات جوامع محلی و غیر (Ameraldo et al, 2019). از این رو، در ارائه تعریف مناسبی از این مقوله، باید گفت این نوع گردشگری معرف زندگی، فرهنگ، هنر و میراث مناطق روستایی است و جامعه محلی را از لحاظ اجتماعی و اقتصادی بهره‌مند می‌سازد؛ ضمن اینکه، ارتباط بین گردشگران و جوامع محلی را برای غنی‌سازی تجربه گردشگران فراهم می‌کند (Dasic et al, 2020: 722).

گردشگری روستایی شکل دیگری از سفر بوم گردی است. به این دلیل که می‌تواند به تعامل بین گردشگران و افراد محلی به منظور کسب تجربه غنی‌تر کمک کند. ممکن است اصطلاحات گوناگونی برای توصیف فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی به کار می‌رود: گردشگری مزرعه، گردشگری نرم، سفر بوم گردی و چند مورد دیگر که ممکن است در هر کشور به نام مختلفی خوانده شود، با این حال اصول آن یکسان است (Liu et al, 2020). در برخی از مواقع هدف از این نوع سفر، ارتباط با محیط کشاورزی، شناخت محصولات کشاورزی و مواردی از این دست است. اقامت در نزدیک مزرعه در استراحتگاه‌های بوم گردی، آموزش، بازدید، فعالیت‌های تفریحی و خرید محصولات ارگانیک کشاورزی و یا صنایع دستی از مردم محلی از دیگر کارهایی است که گردشگران در این نوع سفر انجام می‌دهند (Roman et al, 2020: 4-5).

همان‌گونه که بیان شد خدمات گردشگری شامل تمام فعالیت‌ها، امکانات و خدماتی است که به توریست‌ها و مسافران در هنگام سفر و اقامت در یک مقصد گردشگری ارائه می‌شود (Neal et al, 2007: 156). این نوع خدمات نیز در مناطق روستایی دارای اهمیت هستند. خدمات در مناطق روستایی در بخش گردشگری شامل جنبه‌های مختلف مرتبط با جامعه میزبان و گردشگر است. از مهم‌ترین این خدمات می‌توان به خدمات پذیرایی، خدمات اقامتی، خدمات بهداشتی، آموزشی، مسافرتی، حمل‌ونقل، خدمات فناوری محور، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، دسترسی به رسانه‌ها، خدمات تجاری، خدمات مربوط به جاذبه‌های گردشگری و... اشاره نمود (Apostolopoulos et al, 2020).

خدمات گردشگری در مناطق روستایی اهمیت بسیاری دارند و می‌توانند در توسعه و پیشرفت این مناطق نقش کلیدی ایفا کنند. اهمیت خدمات گردشگری در مناطق روستایی از جنبه توسعه اقتصادی، حفظ فرهنگ و هویت محلی، حفظ طبیعت، توسعه زیرساخت‌ها، افزایش درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی، رضایت‌مندی گردشگران و... قابل تأمل است (Cunha et al, 2020: 217). خدمات گردشگری در مناطق روستایی می‌توانند به توازن منطقه‌ای کمک کنند. اکثر گردشگران به سمت شهرها و مراکز بزرگ جذب می‌شوند، اما با جذب گردشگران به روستاها، می‌توان توازن بین مناطق شهری و روستایی را ایجاد کرد. این موضوع موجب کاهش فشار و تراکم در شهرها، توزیع عادلانه منابع و تسهیلات و توسعه یکنواخت مناطق مختلف یک کشور می‌شود (Fang, 2020). با توجه به اهمیت‌های فوق، توسعه خدمات گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند به عنوان یک راهبرد مؤثر برای توسعه پایدار و ارتقای کیفیت زندگی در این مناطق عمل کند.

تحقیقات متنوعی در حوزه خدمات گردشگری در داخل و خارج از کشور انجام شده است به طوری که در تحقیقات خارج از کشور، پریکو و همکاران (۲۰۲۳) اشاره کرده‌اند که تجربیات خدمات بر بستر فناوری، توانسته تأثیرات مطلوبی از جمله جذب گردشگر و تبلیغات مناسب را به دنبال داشته باشد. آن‌ها تأکید می‌نمایند که تا قبل از این رویکرد (فناوری محور)، کیفیت خدمات پایین بوده و گردشگران نیز استقبال چندانی با وجود متنوع بودن جاذبه‌ها نشان نداده‌اند. قرمندی و همکاران (۲۰۲۰) نشان داده‌اند که در ارائه خدمات به گردشگران، تنوع و استفاده از ظرفیت‌های بومی-محلی بسیار تأثیرگذار است. هولیک و راسر^۳ (۲۰۱۹) نتیجه گرفته‌اند که خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌تواند به رونق بخش خدمات در گردشگری منجر شود. در این زمینه شاخص‌های مهم نیروی انسانی خلاق، منابع محیطی، سرمایه‌گذاری و فناوری می‌توانند کمک‌کننده باشند. پارک و جیونگ^۴ (۲۰۱۹) نتیجه گرفته‌اند که کیفیت خدمات در بخش گردشگری، بسیار مهم است؛ به گونه‌ای که خدمات به عنوان یک عامل کلیدی در ماندگاری گردشگران و افزایش آن نقش بازی می‌نماید. لیو و وو^۵ (۲۰۱۹) نتیجه گرفته‌اند که رشد اقتصاد گردشگری منوط به رشد بخش خدمات است. در این زمینه آن‌ها تأکید می‌نمایند که تولیدات گردشگری و همچنین نوع ارائه خدمات به گردشگران بسیار مهم است. در این زمینه استفاده از فناوری، فرهنگ‌سازی و توجه به ظرفیت‌های محیطی را مهم برمی‌شمارند.

همچنین در تحقیقات داخل کشور نیز پژوهش‌های متنوعی در این راستا انجام شده است به طوری که قاسملو و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود اشاره کرده‌اند که توسعه گردشگری در حدود ۶۹ درصد دارای اثرات مثبتی بر روی زیست‌پذیری این مناطق دارد. موحدی و همکاران (۱۴۰۰) اشاره کرده‌اند که استفاده از امکانات بالقوه سنتی روستاها، برنامه‌های آموزشی و مشارکت مردم محلی، مدیریت و برنامه‌ریزی، قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری، حمایت از صنایع دستی و نیز توجه به تبلیغات می‌تواند در راستای توسعه گردشگری روستایی شهرستان خرم‌آباد مؤثر واقع گردد. بهاری و همکاران (۱۳۹۸) نتیجه گرفته‌اند که کیفیت خدمات گردشگری بر تصویر برند و وفاداری گردشگران تأثیر مثبت و معناداری دارد. یوسفی (۱۳۹۷) نشان داد که مقصدهای مورد مطالعه از نظر امکانات و تسهیلات رفاهی با توجه به اهمیت بالای آن از نظر گردشگران وضعیت مناسب و رضایت بخشی ندارند. بیشترین رضایت در بین شاخص‌های خدمات گردشگری مربوط به عوامل فرهنگی و سپس حمل‌ونقل و شرایط جغرافیایی است. دشتبان فروجی و همکاران (۱۳۹۶) نشان داده‌اند که در بلندمدت ورود گردشگران و کیفیت اقامت‌گاه‌های گردشگری اثر مثبتی بر تولید ناخالص داخلی ایران دارد. پناهی و همکاران (۱۳۹۴) اشاره کرده‌اند که تسهیلات، دسترسی، جذابیت و تصویر ذهنی از مقصد همبستگی مثبت و معنی‌داری با رضایت گردشگر دارند. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای تسهیلات، دسترسی و تصویر ذهنی از مقصد، به ترتیب بیش‌ترین تأثیر را بر رضایت گردشگران داشته‌اند. خسرو بیگی و همکاران (۱۳۹۲) نتیجه گرفته‌اند که سطح کیفی خدمات در سکونتگاه‌های هدف گردشگری مطلوب است. علاوه بر این بین سطح کیفی خدمات و میزان جذب گردشگر رابطه معناداری و مستقیمی وجود دارد. در این زمینه نتیجه نشان داد خدماتی مانند روابط متقابل جامعه میزبان و میهمان، کیفیت مواد غذایی و آشامیدنی، ویژگی‌های طبیعی و کیفیت حمل‌ونقل بیشترین تأثیر را بر میزان جذب گردشگر در روستاهای هدف داشته است.

¹ Preko et al

² Ghermandi et al

³ Hollebeek & Rafter

⁴ Park & Jeong

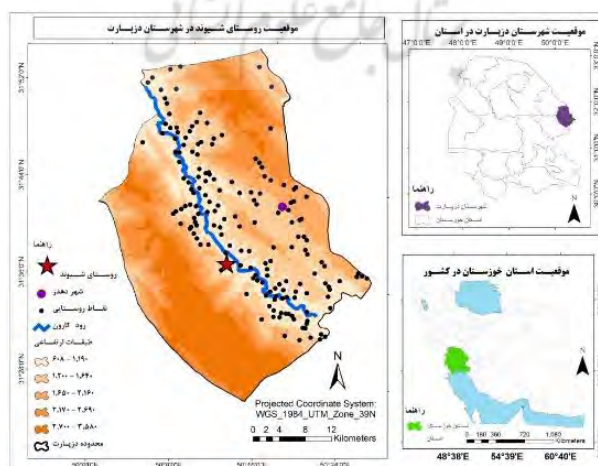
⁵ Liu & Wu

مواد و روش پژوهش

روش تحقیق با توجه به ماهیت آن توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. همچنین روش گردآوری داده‌ها، پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را گردشگران روستا در طی دوره زمانی اول مهر ۱۴۰۱ تا آخر فروردین ۱۴۰۲ تشکیل داده‌اند که به صورت تصادفی مورد پرسشگری قرار گرفتند. بر این اساس، تعداد ۱۶۰ گردشگر مورد مطالعه قرار گرفتند و به عنوان حجم نمونه شناخته شدند. از دلایل انتخاب این روستا به عنوان نمونه مطالعه، نقش مهم گردشگری در اقتصاد این روستا، وجود جاذبه‌های اکوتوریسمی، بازدید سالانه و مداوم گردشگران از این روستا به صورت شخصی و تور، قرار داشتن در لیست روستاهای هدف گردشگری کشور، ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه بوده که روایی آن از طریق ۱۰ نفر از جامعه نخبگان تأیید و پایایی نیز از طریق آلفای کرونباخ با ضریب ۰/۸۰۲ تأیید شد. نمونه‌گیری به صورت تصادفی (اتفاقی) در سطح روستا انجام شد. برای انجام این تحقیق، با استفاده از پرسش‌نامه، وضعیت خدمات گردشگری و همچنین راهبردهای مناسب شناخته و تحلیل شد. برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

محدوده مورد مطالعه

روستای شیوند در جنوب شهرستان دزپارت و در ۲۰ کیلومتری مرکز آن (شهر دهدز) در استان خوزستان واقع شده است. این روستا از یک سو با رشته کوه‌های زاگرس و از سوی دیگر با سد و رودخانه کارون محاصره شده است. روستای شیوند به دلیل هم‌جواری با دریاچه سد و رودخانه کارون از یک سو و رشته کوه‌های زاگرس با جنگل‌های بلوط، رودخانه‌ها، آبراهه‌ها، آبشارها، صخره‌ها و نیز برخورداری از طبیعت مطلوب از سوی دیگر از جذابیت‌های بی‌نظیری برای گردشگری برخوردار است. این منطقه در دامنه کوه‌های زاگرس با ارتفاع ۱۶۴۱ متری از سطح دریا قرار دارد. میزان باران سالانه منطقه به‌طور متوسط ۶۵۶ میلی‌متر است که در فصل زمستان گاهی در ارتفاعات به صورت برف نازل می‌شود. با توجه به آمار سازمان هواشناسی در سال ۱۴۰۰، متوسط درجه حرارت نیز ۲۴ درجه سانتی‌گراد است. جمعیت روستای شیوند بر اساس آمار مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، بالغ بر ۵۰۸ نفر بوده است. از جمله آثار گردشگری روستا می‌توان به کاروانسرای قدیمی از دوره صفوی، دو آسیاب، گورستان، قلعه‌ای مخروبه متعلق به هزاره‌های سوم و چهارم قبل از میلاد، کاروانسرای عباسی، امامزاده محمد، سیاه‌چال قدیمی که زمانی به عنوان زندان از آن استفاده می‌شده و ۲۵ متر عمق دارد، کتیبه‌های بردگاری و آثار نقش برجسته در پیرامون روستا اشاره کرد. از جمله جاذبه‌های دیگر این روستا آبشار شیوند (بلندترین آبشار خوزستان) می‌باشد ارتفاع این آبشار حدوداً ۹۰ متر است که از دل کوه‌های منگشت سرازیر می‌شود. دوخت و تولید جاجیم‌بافی، نمدمالی، شال‌گردن، خورجین، گلیم‌بافی و فرش‌های دستباف از رایج‌ترین صنایع دستی روستای شیوند به حساب می‌آیند. همچنین مهم‌ترین محصولات و تولیدات روستای شیوند شامل انار، گردو، بادام، گیلاس و فرآورده‌های لبنی است.



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه و روستای شیوند

(ترسیم: نگارنگان، ۱۴۰۲)

بحث و ارائه یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

در ابتدا به بررسی ویژگی‌های دموگرافیکی پرسشنامه‌های پر شده از محدوده مورد مطالعه پرداخته شده است که نتایج این ارزیابی در جدول شماره ۱ نشان داده شده است:

جدول ۱- وضعیت دموگرافیک پرسشنامه‌های پژوهش

جنس		سن						تحصیلات			
مرد	زن	بین ۲۵ تا ۳۵ سال	بین ۳۶ تا ۴۵ سال	بین ۴۶ تا ۵۵ سال	بین ۵۶ تا ۶۵ سال	بین ۶۶ تا ۶۹ سال	زیردیپلم	دیپلم	لیسانس	فوق لیسانس	دکتری
۶۱٪	۳۸٪	۱۶٪	۱۷٪	۴۴٪	۱۷٪	۴٪	۱۲٪	۴۱٪	۲۲٪	۱۶٪	۶٪

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

مطابق جدول شماره ۱، بر اساس متغیر جنس، ۶۱٪ مردان و ۳۸٪ زنان تشکیل داده‌اند. از لحاظ متغیر سن، حداقل سن برابر با ۲۵ و حداکثر سن برابر با ۶۹ سال بوده است که در این زمینه ۱۶٪ در صد بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۱۷٪ در صد بین ۳۶ تا ۴۵ سال، ۴۴٪ در صد بین ۴۶ تا ۵۵ سال و ۱۷٪ در صد بین ۵۶ تا ۶۵ سال و ۴٪ در صد نیز بین ۶۶ تا ۶۹ سال قرار داشته‌اند که بیشترین حجم نمونه نیز در رده سنی ۴۶ تا ۵۵ شناخته شده است. همچنین از لحاظ تحصیلات نیز ۲۲٪ در صد لیسانس، ۱۶٪ در صد به عنوان فوق لیسانس و ۶٪ در صد نیز دکتوری داشته‌اند. علاوه بر این ۱۲٪ در صد زیر دیپلم و ۴۱٪ در صد دیپلم داشته‌اند؛ بنابراین در مجموع وضعیت متغیرهای جنس، سن و تحصیلات، مطلوب ارزیابی شده و از توزیع فراوانی مناسبی برخوردار است.

یافته‌های تحلیلی

یکی از عوامل یا شاخص‌های مهم در راستای گردشگری، بحث خدمات است. متنوع بودن خدمات خود می‌تواند عامل بسیار مهم در ترغیب گردشگران جهت بازدید از جاذبه‌های گردشگری و ماندگاری آن‌ها باشد. در این بخش به بررسی کمی خدمات گردشگری در روستای هدف پرداخته شده است. در ابتدا به بررسی ارزیابی کمیت خدمات توسعه گردشگری در روستاهای هدف؛ مورد روستای شیوند پرداخته شد که نتیجه این ارزیابی در جدول شماره ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲- ارزیابی کمیت خدمات توسعه گردشگری در روستاهای هدف؛ مورد روستای شیوند (مبنای آزمون = ۳)

خدمات	t	سطح معنی داری	میانگین	وضعیت
خدمات اقامتی	۲۱/۹۳	۰/۰۰۰	۴/۰۷۵	خوب
خدمات مسافرتی (دفاتر)	-۶/۳۸۷	۰/۰۰۰	۲/۳۸۷	ضعیف
اقامتگاه بوم گردی	۱۴/۶۴	۰/۰۰۰	۳/۷۶۲	متوسط
خدمات تبلیغات و اطلاع‌رسانی	-۸/۰۶۶	۰/۰۰۰	۲/۱۱۲	ضعیف
خدمات پذیرایی	۳/۶۰۴	۰/۰۰۰	۳/۲۶۲	متوسط
خدمات حمل‌ونقل	-۴/۸۸۸	۰/۰۰۰	۲/۵۳۷	ضعیف
خدمات الکترونیکی (فناوری، اینترنت)	-۸/۳۵۷	۰/۰۰۰	۲/۱۳۷	ضعیف
خدمات آموزشی و مشاوره	-۹/۶۹۸	۰/۰۰۰	۱/۹۳۷	ضعیف
خدمات بهداشتی-درمانی	۱۲/۴۰	۰/۰۰۰	۳/۸۶۲	متوسط
خدمات تجاری-بازار (غذیه‌فروشی و...)	۲۸/۵۶	۰/۰۰۰	۴/۳۳۷	خوب
خدمات مربوط به عرضه صنایع‌دستی	-۸/۷۳۰	۰/۰۰۰	۲/۱۸۷	ضعیف
خدمات مربوط به بازدید از جاذبه‌ها	۲۹/۷۵	۰/۰۰۰	۴/۴۳۷	خوب
خدمات فرهنگی-اجتماعی (مشارکت، امنیت و...)	۵/۰۵۳	۰/۰۰۰	۳/۶۳۷	متوسط
مجموع خدمات (کمیت)	۲/۱۶۶	۰/۰۲۲	۳/۱۲۸	متوسط

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

نتیجه بررسی میزان برخورداری روستاهای هدف گردشگری از خدمات مختلف توسعه با آزمون تی تک نمونه‌ای نشانگر آن است که همه خدمات ذکر شده در جدول شماره ۲ در سطح کمتر از ۰/۰۵ و برابر با ۰/۰۰۰ معنادار بوده‌اند. بررسی جهت معناداری با استفاده از میانگین نشان می‌دهد که خدمات اقامتی با میانگین ۴/۰۷۵، خدمات تجاری-بازار با میانگین ۴/۳۳۷ و خدمات مربوط به بازدید از جاذبه‌ها با میانگین ۴/۴۳۷ از وضعیت خوبی برخوردار بوده‌اند. میانگین بیشتر از حد متوسط آزمون (۳)، این موضوع را تأیید می‌نماید. همچنین از دیدگاه گردشگران، اقامتگاه بوم گردی، خدمات پذیرایی، خدمات بهداشتی-درمانی، خدمات فرهنگی-اجتماعی (مشارکت، امنیت و...)، دارای میانگین نزدیک به حد متوسط آزمون (۳) بوده‌اند و لذا می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت این نوع خدمات، متوسط ارزیابی شده است. همچنین نتیجه آزمون نشان می‌دهد که خدمات مسافرتی (دفاتر) با میانگین ۲/۳۸۷، خدمات تبلیغات و اطلاع‌رسانی با میانگین ۲/۱۱۲، خدمات حمل‌ونقل با میانگین ۲/۵۳۷، خدمات آموزشی و مشاوره با میانگین ۱/۹۳۷ و خدمات مربوط به عرضه صنایع‌دستی با میانگین ۲/۱۸۷ در وضعیت ضعیفی شناخته شده‌اند. در مجموع بررسی کمیت خدمات نشان می‌دهد که کمیت خدمات در سطح کمتر از ۰/۰۵ و برابر با ۰/۰۳۲ معنادار بوده است. میانگین برابر با ۳/۱۲۸ نیز به خوبی نیز تأیید می‌نماید که از دیدگاه گردشگران، کمیت خدمات متوسط ارزیابی شده است. جدول زیر وضعیت خدمات توسعه گردشگری را از لحاظ کمیت نشان می‌دهد.

پس از ارزیابی کمیت خدمات توسعه گردشگری در روستاهای هدف به بررسی تحلیل کیفیت خدمات توسعه گردشگری پرداخته شده است که نتایج این ارزیابی در جدول شماره ۳ نشان داده شده است:

جدول ۳- ارزیابی کیفیت خدمات توسعه گردشگری در روستای گردشگری شیوند (مبنای آزمون=۳)

وضعیت	میانگین	سطح معنی‌داری	t	خدمات
ضعیف	۲/۱۳۶	۰/۰۰۰	-۸/۳۵۷	خدمات اقامتی
ضعیف	۲/۲۳۵	۰/۰۰۰	-۷/۲۵۵	خدمات مسافرتی (دفاتر)
ضعیف	۲/۴۱۲	۰/۰۰۰	-۶/۱۱۶	اقامتگاه بوم گردی
ضعیف	۱/۷۳۷	۰/۰۰۰	-۱۳/۲۵	خدمات تبلیغات و اطلاع‌رسانی
ضعیف	۲/۸۶۲	۰/۱۸۵	-۱/۳۳۲	خدمات پذیرایی
ضعیف	۲/۲۰۰	۰/۰۰۰	-۷/۵۷۷	خدمات حمل‌ونقل
ضعیف	۱/۶۳۷	۰/۰۰۰	-۲۳/۰۳	خدمات الکترونیکی (فناوری، اینترنت)
ضعیف	۱/۹۱۲	۰/۰۰۰	-۹/۸۷۱	خدمات آموزشی و مشاوره
ضعیف	۱/۹۱۰	۰/۰۰۰	-۱۱/۸۹	خدمات بهداشتی-درمانی
ضعیف	۲/۶۳۷	۰/۰۰۱	-۳/۵۲۵	خدمات تجاری-بازار (اغذیه‌فروشی و...)
ضعیف	۱/۹۳۷	۰/۰۰۰	-۱۱/۷۱	خدمات مربوط به عرضه صنایع‌دستی
متوسط	۳/۷۸۷	۰/۰۰۰	۸/۴۱۵	خدمات مربوط به بازدید از جاذبه‌ها
ضعیف	۱/۷۷۵	۰/۰۰۰	-۲۱/۰۸	خدمات فرهنگی-اجتماعی (مشارکت، امنیت و...)
ضعیف	۲/۲۴۵	۰/۰۰۰	-۱۲/۲۰	مجموع خدمات (کیفیت)

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

با توجه به جدول شماره ۳، تحلیل کیفیت انواع خدمات توسعه گردشگری نشان می‌دهد که به جز خدمات پذیرایی با مقدار ۰/۱۸۵، دیگر انواع خدمات در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند؛ بنابراین کیفیت خدمات توسعه گردشگری، وضعیت معناداری را نشان می‌دهد. جهت معناداری با استفاده از میانگین نشان می‌دهد که خدمات مربوط به بازدید از جاذبه‌ها با میانگین ۳/۷۸۷ در وضعیت متوسطی شناخته شده و دیگر انواع خدمات دارای میانگین پایین‌تر از حد متوسط آزمون (۳) بوده و لذا می‌توان این گونه بیان کرد که کیفیت خدمات گردشگری از دیدگاه گردشگران، رضایت‌بخش نبوده است. بررسی میانگین‌ها به خوبی این مطلب را تأیید می‌نماید. از جمله انواع خدمات که کیفیت مطلوبی ندارند می‌توان به خدمات اقامتی، خدمات مسافرتی (دفاتر)، اقامتگاه بوم گردی، خدمات تبلیغات و اطلاع‌رسانی، خدمات پذیرایی، خدمات الکترونیکی (فناوری، اینترنت) و... اشاره نمود. همچنین نتیجه آزمون در زمینه

مجموع کیفیت خدمات گردشگری نشان می‌دهد که کیفیت خدمات در سطح کمتر از ۰/۰۵ و برابر با ۰/۰۰۰ معنادار بوده است. بررسی جهت معناداری با استفاده از میانگین که برابر با ۲/۲۴۵ بوده است، تأیید می‌نماید وضعیت کیفیت خدمات گردشگری، ضعیف ارزیابی شده است. جدول زیر ارزیابی کیفیت خدمات توسعه گردشگری در روستای گردشگری شیوند را نشان می‌دهد. در این بخش به تدوین عوامل و راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی پرداخته شده است. برای بررسی همبستگی درونی و دسته‌بندی کردن عوامل توسعه خدمات گردشگری روستایی در قالب چند راهبرد محدود و تعیین مقدار واریانس تبیین شده توسط هر کدام از عوامل، از روش تحلیل عاملی استفاده شد که نتایج این ارزیابی در جدول شماره ۴ نشان داده شده است:

جدول ۴- مقدار KMO و بارتلت راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی

۰/۸۵۲	KMO
۴۸۵۶/۱۵۵	بارتلت (Bartlett Test)
۲۵۳	DF
۰/۰۰۰	Sig

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

با توجه به نتایج جدول شماره ۴، در مطالعه حاضر برای بررسی راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی مقدار KMO برابر با (۰/۸۵۲) به دست آمده که نشان‌دهنده وضعیت مناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی است. این مقدار باید بیشتر از ۰/۵۰ باشد. مقدار بارتلت نیز برابر با ۴۸۵۶/۱۵۵ به دست آمده و در سطح ۹۹ اطمینان معنادار (۰/۰۰۰) است. در ادامه به ارزیابی مقادیر ویژه راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی پرداخته شده است. مقدار ویژه بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرها است و هر چه مقدار آن بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده اهمیت و تأثیر بیشتر آن عامل است. نتایج این ارزیابی در جدول شماره ۵ نشان داده شده است:

جدول ۵- مقادیر ویژه راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی

راهبرد	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
اول	۸/۵۲۴	۳۷/۰۵۹	۳۷/۰۵۹
دوم	۵/۸۳۶	۲۵/۳۷۴	۶۲/۴۳۳
سوم	۲/۱۹۰	۹/۵۲۴	۷۱/۹۵۷
چهارم	۱/۸۳۰	۷/۹۵۹	۷۹/۹۱۵

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که راهبرد اول بیشترین سهم (۳۷/۰۵۹ درصد) را در تبیین واریانس راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی داشته است. همچنین راهبرد دوم ۲۵/۳۷۴، راهبرد سوم ۹/۵۲۴ و راهبرد چهارم ۷/۹۵۹ درصد از متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. در ادامه به اولویت‌بندی و دسته‌بندی راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی پرداخته شده است که نتایج این بررسی در جدول شماره ۶ نشان داده شده است:

جدول ۶- اولویت‌بندی و دسته‌بندی راهبردهای توسعه خدمات گردشگری روستایی

راهبرد	مقدار ویژه	عامل	بار عاملی
اول: گسترش کیفی خدمات	۳۷/۰۵۹	در دسترس بودن خدمات	۰/۹۱۴
		گسترش امکانات رفاهی	۰/۹۳۳
		بهبود خدمات اقامتی	۰/۷۶۰
		رشد و گسترش فناوری در ارائه خدمات	۰/۹۲۳
		جذب اعتبارات و سرمایه‌گذاری در بخش خدمات	۰/۶۲۷
		کاهش هزینه‌های مربوط به خدمات	۰/۶۷۷
		خدمات بازاریابی مطلوب	۰/۸۸۲
		ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی	۰/۹۲۶

بار عاملی	عامل	مقدار ویژه	راهبرد
۰/۸۰۵	آموزش و آگاهی بخشی به جامعه میزبان	۲۵/۳۷۴	دوم: بهبود سرمایه اجتماعی
۰/۶۵۴	ایجاد اعتماد و اطمینان در گردشگران		
۰/۸۶۸	مدیریت مشارکتی و گروهی		
۰/۷۷۹	مشارکت زنان در گردشگری		
۰/۷۵۳	بهبود همبستگی و تعامل میان ساکنان		
۰/۸۰۷	ایجاد انجمن محلی گردشگری		
۰/۸۵۷	زیباسازی فضاهای عمومی	۹/۵۲۴	سوم: حفاظت و بهبود کیفیت محیط
۰/۸۷۳	حفاظت از جاذبه‌ها و چشم‌اندازها		
۰/۷۷۶	بهبود وضعیت معابر و دسترسی‌ها		
۰/۸۱۹	ساماندهی جمع‌آوری زباله		
۰/۵۸۶	حفاظت از باغات و مزارع روستا		
۰/۶۵۱	حمایت از تولید صنایع دستی	۷/۹۵۹	چهارم: تأکید بر ظرفیت بومی
۰/۷۹۷	تقویت روحیه مهمان‌نوازی مردم		
۰/۶۲۵	تقویت آداب‌ورسوم در گردشگری		
۰/۶۱۳	استفاده از روش‌های بومی-محلی در ارائه خدمات		

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

با توجه به نتایج جدول شماره ۶، در راهبرد اول نتایج نشان می‌دهد که ۸ متغیر یا عامل توسعه خدمات گردشگری روستایی در راهبرد اول بارگذاری شده‌اند. این متغیرها ۳۷/۰۵۹ درصد از واریانس کل راهبرد اول را تبیین کرده‌اند. به‌طور کلی با توجه به عوامل بارگذاری شده در این دسته، راهبرد اول در زمینه توسعه خدمات گردشگری روستایی «گسترش کیفی خدمات» نام‌گذاری شد. در راهبرد دوم نتایج نشان می‌دهد که ۶ متغیر یا عامل توسعه خدمات گردشگری روستایی در راهبرد دوم بارگذاری شده‌اند. این متغیرها ۲۵/۳۷۴ درصد از واریانس کل راهبرد دوم را تبیین کرده‌اند. به‌طور کلی با توجه به عوامل بارگذاری شده در این دسته، راهبرد دوم در زمینه توسعه خدمات گردشگری روستایی «بهبود سرمایه اجتماعی» نام‌گذاری شد. در راهبرد سوم نتایج نشان می‌دهد که ۶ متغیر یا عامل توسعه خدمات گردشگری روستایی در راهبرد سوم بارگذاری شده‌اند. این متغیرها ۹/۵۲۴ درصد از واریانس کل راهبرد سوم را تبیین کرده‌اند. به‌طور کلی با توجه به عوامل بارگذاری شده در این دسته، راهبرد سوم در زمینه توسعه خدمات گردشگری روستایی «حفاظت و بهبود کیفیت محیط» نام‌گذاری شد. در راهبرد چهارم نتایج نشان می‌دهد که ۳ متغیر یا عامل توسعه خدمات گردشگری روستایی در راهبرد چهارم بارگذاری شده‌اند. این متغیرها ۷/۹۵۹ درصد از واریانس کل راهبرد چهارم را تبیین کرده‌اند. به‌طور کلی با توجه به عوامل بارگذاری شده در این دسته، راهبرد چهارم در زمینه توسعه خدمات گردشگری روستایی «تأکید بر ظرفیت بومی» نام‌گذاری شد. در سطح عوامل نیز بیشترین وزن یا بار عاملی مربوط به گسترش امکانات رفاهی با وزن ۰/۹۳۳ بوده است. همچنین دو عامل ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی با وزن ۰/۹۲۶ و رشد و گسترش فناوری در ارائه خدمات با ۰/۹۲۳ در رتبه‌های دوم و سوم شناخته شده‌اند. علاوه بر این کمترین بار عاملی نیز مربوط به دو عامل حفاظت از باغات و مزارع روستا با امتیاز ۰/۵۸۶ و جذب اعتبارات و سرمایه‌گذاری در بخش خدمات با امتیاز ۰/۶۲۷ بوده است.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

گردشگری از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی قابل‌بررسی است. یکی از بخش‌های مهم توسعه گردشگری، بخش خدمات است؛ چرا که خدمات علاوه بر اینکه خود می‌تواند در جذب گردشگر مؤثر باشد، در رونق گردشگری و همچنین ماندگاری گردشگر در مناطق گردشگر پذیر نیز تأثیرگذار است. خدمات گردشگری می‌توانند به توسعه و پیشرفت مناطق گردشگری کمک کنند. با ورود توریست‌ها و جذب تقاضا برای خدمات، شرایط سرمایه‌گذاری، توسعه زیرساخت‌ها و بهبود امکانات در مناطق

گردشگری ایجاد می‌شود. این منجر به ایجاد شغل‌ها، ارتقاء زندگی مردم محلی و توسعه اقتصادی منطقه می‌شود. بر همین اساس خدمات گردشگری اهمیت بسیار زیادی در صنعت گردشگری دارند و نقش حیاتی در تأمین نیازهای توریست‌ها و ارائه تجربه‌های ممتاز برای آن‌ها دارند. در این پژوهش سعی شده که انواع خدمات گردشگری اعم از اقامتگاه، خدمات بوم‌گردی، خدمات بهداشتی، خدمات پذیرایی و ... به گردشگران در محیط‌های روستایی مورد هدف گردشگری از لحاظ کمی و کیفی بررسی شود. در حقیقت نوعی ارزیابی بر اساس دیدگاه جامعه گردشگر صورت گرفته است. همچنین با توجه به وضعیت موجود، راهبردها و عوامل مؤثر در ارتقای خدمات گردشگری نیز تدوین شده است.

بررسی نتایج نشان می‌دهد که در مجموع وضعیت کمیت خدمات گردشگری، متوسط است. این نوع وضعیت را می‌توان در بررسی انواع خدمات اعم از اقامتگاه بوم‌گردی، خدمات پذیرایی، خدمات بهداشتی-درمانی، خدمات فرهنگی-اجتماعی (مشارکت، امنیت و...) به خوبی مشاهده نمود. علاوه بر این از دیدگاه گردشگران، خدمات اقامتی، خدمات تجاری-بازار و خدمات مربوط به بازدید از جاذبه‌ها از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده‌اند. بعد دیگر بررسی خدمات گردشگری، کیفیت آن‌ها است. بررسی نتایج نشان می‌دهد که کیفیت خدمات گردشگری ضعیف ارزیابی شده است. این ضعف در اکثر خدمات اعم از خدمات اقامتی، خدمات مسافرتی (دفاتر)، اقامتگاه بوم‌گردی، خدمات تبلیغات و اطلاع‌رسانی، خدمات پذیرایی، خدمات الکترونیکی (فناوری، اینترنت) به خوبی قابل مشاهده است. در مجموع می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که انواع خدمات گردشگری هر چند در برخی موارد از لحاظ کمی، شرایط خوبی وجود دارد، اما کیفیت آن‌ها رضایت‌بخش نبوده و ضعف کیفی خدمات، عامل بسیار مهمی در عدم توسعه گردشگری پایدار است. نتیجه این بخش از تحقیق با نتایج تحقیقات خسرو بیگی و همکاران (۱۳۹۲)، یوسفی (۱۳۹۷)، بهاری و همکاران (۱۳۹۸)، هولیک و راسر (۲۰۱۹)، پارک و جیونک (۲۰۱۹) همپوشانی دارد؛ چرا که در این تحقیقات نیز بر ضعف خدمات گردشگری موجود همچنین تأثیرگذاری آن‌ها در توسعه و پیشبرد گردشگری اشاره شده است. علاوه بر اهمیت کیفی خدمات در رشد و گسترش گردشگری نیز تأکید شده است.

نتیجه این پژوهش نشان داد که در راستای ارتقای انواع خدمات گردشگری چهار راهبرد اساسی وجود دارد. این راهبردها شامل گسترش کیفی خدمات، بهبود سرمایه اجتماعی، حفاظت و بهبود کیفیت محیط و تأکید بر ظرفیت بومی. کنکاش در این راهبردها مشخص می‌نماید که ارتقای ظرفیت‌های بومی و محلی به عنوان مرکز اصلی این راهبردها شناخته می‌شود. ارتقای مشارکت، اعتماد، استفاده از ظرفیت‌های بومی، مشارکت زنان، آموزش و آگاهی از نمونه عواملی هستند که در بسیاری از این راهبردها قابل تأکید هستند؛ بنابراین تأکید بر ارتقای سرمایه اجتماعی می‌تواند گام اول در راستای بهبود کیفی خدمات گردشگری در مناطق روستایی باشد. علاوه بر این توجه به محیط و تغییر در برخی خدمات متناسب با تحولات روز به‌ویژه تأکید بر گسترش فناوری نیز می‌تواند به این موضوع کمک نماید. لیو و وو (۲۰۱۹)، قرمندی و همکاران (۲۰۲۰) و همچنین پریکو و همکاران (۲۰۲۳) نیز بر اهمیت ظرفیت‌های بومی، فرهنگ، رشد فناوری در بخش خدمات، بهبود کیفیت محیط از جنبه‌های مختلف تأکید نموده‌اند؛ بنابراین نتایج این بخش از تحقیق مبنی بر راهبردهای ارائه شده با تحقیقات ذکر شده همخوانی دارد.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که انواع خدمات گردشگری، در روستاهای هدف نیاز به ارتقاء و توجه اساسی دارند و آنچه بیش از هر چیزی لازم است ابتدا بهبود کمی این نوع خدمات و در گام دوم، ارتقای کیفیت خدمات گردشگری در مناطق روستایی است. فرهنگ‌سازی، آموزش، گسترش فناوری و استفاده از ظرفیت‌های بومی می‌تواند در این راستا مؤثر واقع شود. با توجه به آنچه بیان شد، چند پیشنهاد ارائه می‌شود:

- جهت بهبود کیفی خدمات گردشگری، تأکید بر پتانسیل‌های بومی و محلی مورد تأکید باشد.
- پیشنهاد می‌شود که خدمات در بستر فناوری و روش‌های الکترونیکی بهبود و ارتقاء یابند.
- پیشنهاد می‌شود با جذب اعتبار و سرمایه‌گذاری دولت، بخش اقامتی و پذیرایی روستاهای هدف گردشگری ارتقاء یابند.
- پیشنهاد می‌شود که از بخش صنایع‌دستی در راستای ارتقای خدمات اقتصادی در روستاها استفاده شود.
- پیشنهاد می‌شود که خدمات آموزش و مشاوره‌ای که برای جامعه میزبان و چه گردشگر در مناطق روستایی مورد تأکید و برنامه‌ریزی باشد.

References:

- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Ikonomika*, 4(1), 109-136. <https://doi.org/10.24042/febi.v4i1.4211>
- Apostolopoulos, N., Liargovas, P., Stavroyiannis, S., Makris, I., Apostolopoulos, S., Petropoulos, D., & Anastasopoulou, E. (2020). Sustaining rural areas, rural tourism enterprises and EU development policies: A multi-layer conceptualisation of the obstacles in Greece. *Sustainability*, 12(18), 7687. <https://doi.org/10.3390/su12187687>
- Bahari, J., Karoubi, M., Jahanian, M., & Ghaderi, E. (2019). The Impact of Tourism Services Quality on Brand Image and Loyalty of Tourists (Case Study: North area of Alborz province). *Iranian journal of management sciences*, 14(55), 131-154. http://journal.iams.ir/article_318.html?lang=en [In Persian]
- Barnet, A. F., Ciurana, A. B., Pozo, J. X. O., Russo, A., Coscarelli, R., Antronico, L., ... & Aguilar, E. (2021). Climate services for tourism: An applied methodology for user engagement and co-creation in European destinations. *Climate Services*, 23(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cliser.2021.100249>
- Belotti, S. (2019). "Sharing" tourism as an opportunity for territorial regeneration: the case of Iseo Lake, Italy. *Hungarian Geographical Bulletin*, 68(1), 79-91. <https://doi.org/10.15201/hungeobull.68.1.6>
- Chang, S. H., Hernández-Díaz, R. J., & Lo, W. S. (2020). The impact of low-carbon service operations on responsible tourist behavior: The psychological processes of sustainable cultural tourism. *Sustainability*, 12(12), 1-21. <https://doi.org/10.3390/su12124943>
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. *Journal of hospitality and tourism management*, 44, 215-226. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- Dashtban Farooji, M., Khoshnudi, A., & Dashtban Farooji, S. (2018). The Relationship between the Quality of Tourism Services and Economic Growth: An Endogenous Growth Model. *Journal of Economics and Modeling*, 8(32), 125-150. <https://dori.net/dor/20.1001.1.24765775.1396.8.32.5.5> [In Persian]
- Dašić, D., Živković, D., & Vujić, T. (2020). Rural tourism in development function of rural areas in Serbia. *Ekonomika poljoprivrede*, 67(3), 719-733. <http://dx.doi.org/10.5937/ekoPolj2003719D>
- Eichelberger, S., Heigl, M., Peters, M., & Pikkemaat, B. (2021). Exploring the role of tourists: Responsible behavior triggered by the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 13(11), 31-49. <https://doi.org/10.3390/su13115774>
- Fang, W. T. (2020). *Tourism in Emerging Economies: The Way We Green, Sustainable, and Healthy*, Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2463-9>
- Gao, C., & Cheng, L. (2020). Tourism-driven rural spatial restructuring in the metropolitan fringe: An empirical observation. *Land Use Policy*, 95(2), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104609>
- Ghasemloo, H., Hossienzadeh, A., & Roumiani, A. (2022). Analysis of the Effects of Tourism Development on the Livability of Rural Areas Case Study: Tourism Villages of Tarom County. *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 12(44), 81-116. <https://doi.org/10.22111/gajj.2022.41778.3005> [In Persian]
- Ghermandi, A., Camacho-Valdez, V., & Trejo-Espinosa, H. (2020). Social media-based analysis of cultural ecosystem services and heritage tourism in a coastal region of Mexico. *Tourism Management*, 77(2), 1-16. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104002>
- Hollebeek, L., & Rather, R. A. (2019). Service innovativeness and tourism customer outcomes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(11), 4227-4246. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0256>
- Khosrobeigi, R., Taghiloo, A., Shayan, H., & Darvishi, H. (2013). Evaluating Service Quality of Tourism and Its Effects on Tourist Attraction in Rural Areas. *Geographical Planning of Space*, 3(7), 1-23. https://gps.gu.ac.ir/article_5381.html?lang=en [In Persian]
- Liu, A., & Wu, D. C. (2019). Tourism productivity and economic growth. *Annals of Tourism Research*, 76(1), 253-265. <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.005>
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79, 177-188. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.046>
- Movahedi, R., sepahvand, F., & rahimian, M. (2021). Identifying Development Strategies for Sustainable Rural Tourism Capabilities (Case Studied: rural of Khorramabad town). *Tourism Management Studies*, 16(55), 233-256. <https://doi.org/10.22054/tms.2021.28262.1809> [In Persian]
- Musavengane, R. (2019). Small hotels and responsible tourism practice: Hoteliers' perspectives. *Journal of cleaner production*, 220(1), 786-799. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.143>

- Neal, J. D., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2007). The effect of tourism services on travelers' quality of life. *Journal of travel research*, 46(2), 154-163. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287507303977>
- Panahi, D. H., Behboodi, D. D., Zolghadr, H., & olghadr, A. (2015). The Effect Quality of Tourism Product on Tourists' Satisfaction (Case Study Soltanieh Dome). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 5(15), 101-116. <https://doi.org/10.22111/gaj.2015.2074> [In Persian]
- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 1-18. <https://doi.org/10.3390/su11133665>
- Preko, A., Amoako, G. K., Dzogbenuku, R. K., & Kosiba, J. (2023). Digital tourism experience for tourist site revisit: an empirical view from Ghana. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 779-796. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2021-0294>
- Randelli, F., & Martellozzo, F. (2019). Is rural tourism-induced built-up growth a threat for the sustainability of rural areas? The case study of Tuscany. *Land Use Policy*, 86, 387-398. <http://dx.doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.05.018>
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*, 85(1), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Roman, M., Roman, M., Prus, P., & Szczepanek, M. (2020). Tourism competitiveness of rural areas: Evidence from a region in Poland. *Agriculture*, 10(11), 1-21. <https://doi.org/10.3390/agriculture10110569>
- Santos, M. C., Veiga, C., & Águas, P. (2016). Tourism services: facing the challenge of new tourist profiles. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8(6), 654-669. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2016-0048>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Xu, J., Yang, M., Hou, C., Lu, Z., & Liu, D. (2021). Distribution of rural tourism development in geographical space: a case study of 323 traditional villages in Shaanxi, China. *European Journal of Remote Sensing*, 54(sup2), 318-333. <https://doi.org/10.1080/22797254.2020.1788993>
- Yousefi, J. (2018). Importance-Performance Analysis of Religious Tourism Services (The Case of the City of Birjand). *Journal of Tourism Planning and Development*, 7(24), 38-58. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1823> [In Persian]
- Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S. I., & B. Milanés, C. (2020). Why community-based tourism and rural tourism in developing and developed nations are treated differently? A review. *Sustainability*, 12(15), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su12155938>