

شناسایی کارکردهای ترویج روستایی در توسعه اکوتوریسم (مطالعه موردی استان مازندران)

مریم فلاح کشکاهی^۱

گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، گرمسار، ایران

محمد صادق صبوری

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، باشگاه پژوهشگران و نخبگان جوان، گرمسار، ایران

مهرداد نیک نامی

گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، گرمسار، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۰۲/۲۵

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۱۲/۱۰

چکیده

امروزه بحث گردشگری به عنوان یک منبع اقتصادی با ارزش برای کشورها مطرح می‌باشد. این مطالعه با هدف شناسایی نقش ترویج در دستیابی به توسعه منابع انسانی، احترام به حقوق گردشگران و در نهایت توسعه پایدار اکوتوریسم انجام شد. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - استنباطی می‌باشد. متغیرهای مستقل شامل کارکردهای ترویج روستایی از دیدگاه کارشناسان ترویج و گردشگری در زمینه توسعه اکوتوریسم (کمک به مردم برای تفکر و پرورش یک روحیه جستجوگرانه، کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اجتماعی - فرهنگی در توسعه اکوتوریسم، ارائه اطلاعات مورد نیاز در زمینه اکوتوریسم به بخش‌های تحقیقاتی ارائه فناوری‌های مربوط به توسعه اکوتوریسم انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم، تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی در زمینه اکوتوریسم تبادل اطلاعات به منظور آگاهی دادن و آگاهی یافتن در زمینه اکوتوریسم روستا و...) و متغیر وابسته نیز توسعه اکوتوریسم (قابلیت‌های اجتماعی - فرهنگی و عوامل فردی) بود. حجم نمونه کارشناسان با استفاده از روش تمام شماری ۱۲۷ نفر بود. ابزار تحقیق نیز مصاحبه و پرسشنامه بود که پایایی آن دارای میزان آلفای کرونباخ $\alpha = 0.83$ بدست آمد. نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه مبین آن بود که در بخش کارکردهای ترویج از دیدگاه کارشناسان؛ تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی، انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم، میزان اطلاع رسانی در مورد قابلیت‌های جذب گردشگر در روستا، ایجاد ارتباط بین دست اندرکاران توسعه اکوتوریسم که در مجموع ۳۰٪ از واریانس متغیر توسعه اکوتوریسم را در استان مازندران تبیین نموده و در آن نقش داشته‌اند.

واژگان کلیدی: کارکردها، ترویج روستایی، توسعه اکوتوریسم، کارشناسان کشاورزی، استان مازندران.

مقدمه

گردشگری یکی از بزرگترین صنایع دنیا و وابسته به بخش عمده ای از اقتصاد جهانی است، تعریف چنین پدیده ای با واژه ساده دشوار است. زیرا این پدیده از منظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی با زندگی انسان‌ها و دولت‌ها آمیخته و این صنعت به لحاظ تأثیرگذاری در توسعه ملی بویژه روستایی همیشه مورد توجه بوده است (رنجبر، ۱۳۸۸).

امروزه صنعت گردشگری اهمیت فراوان برای کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه دارد منافع این صنعت که اهمیت و ارزش آنان انکار ناپذیر است از زوایای مختلفی قابل بررسی است ایجاد اشتغال با ضریب بالا، ایجاد درآمد و انتقال ثروت‌های متمرکز از نواحی پیشرفته به نواحی پیرامونی، ارتقاء سطح رفاه جامعه، تأمین استاندارد زندگی، تعامل فرهنگ‌های مختلف، تضمین حفظ و پاسداشت جاذبه‌های فرهنگی، ایجاد امنیت در داخل مرزهای یک کشور و درون نواحی آن و نیز در سطح بین الملل از جمله اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گردشگری به شمار می‌روند (شفیعی، ۱۳۸۳).

با توجه به این که ایران یکی از کشورهای برجسته دنیا از نظر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی است اما با داشتن این منابع ارزشمند زمینه مناسبی برای توسعه گردشگری و اکوتوریسم در مناطق مختلف کشور علی‌الخصوص روستاها فراهم نشده است، و از جمله ویژگی‌های اصلی این صنعت، بهبود زیر ساخت‌های اقتصادی، درآمدزایی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای ارزی، توسعه صنایع دستی و غیره می‌باشد. علاوه بر آن کارشناسان صنعت گردشگری در ایران معتقدند که سرمایه گذاری در این صنعت سودی معادل دو برابر ذخایر نفتی نصیب دولت می‌نماید که بخش اعظم آن ریشه در طبیعت داشته و به نوعی با صنعت اکوتوریسم ارتباط پیدا می‌کند (افشارزاده و پاپ زن، ۱۳۸۶). در میان رویکردهای نوین در صنعت گردشگری، اکوتوریسم به خاطر جنبه‌های حفاظت از محیط زیست، حفظ میراث فرهنگی و نیز بهبود رفاه مردم محلی اهمیت و برجستگی خاصی دارد. اکوتوریسم که نوعی سفر مسئولانه به مناطق طبیعی است و با اهداف خاصی نظیر شناخت، تحسین و لذت جویی از پدیده‌های طبیعی و میراث فرهنگی همراه می‌باشد، به خاطر جنبه‌های پایداری محیطی، اقتصادی و اجتماعی یکی از پر طرفدارترین استراتژی‌های توسعه به شمار می‌رود (طهماسبی پور و همکاران، ۱۳۹۰). کشور ایران بواسطه تنوع اقلیمی و جغرافیایی و متعاقباً تنوع گیاهی و جانوری، پتانسیل‌های فراوانی در زمینه توسعه اکوتوریسم دارد.

گردشگری روستایی به عنوان یکی از زیر بخش‌های گردشگری، علاوه بر حفظ ارزش‌ها و باورها، با ایجاد فرصت‌های شغلی و کسب درآمد محلی و توسعه ساختارهای زیر بنایی امکان توسعه پایدار روستایی را فراهم می‌سازد که می‌تواند نقش مهمی در کاهش فشارهای روحی و روانی شهرها و جلوگیری از مهاجرت‌های بی‌رویه روستائیان به شهرها ایفا کند. از اینرو برنامه ریزی در تعالی جامعه روستایی می‌تواند بر پایه ترویج روستایی در جهت توسعه اکوتوریسم موثر باشد (امیری و ظفری، ۱۳۹۰).

کارشناسان صنعت گردشگری در ایران معتقدند که سرمایه گذاری در صنعت گردشگری سودی معادل دو برابر ذخایر نفتی نصیب دولت می‌نماید که بخش اعظم آن ریشه در طبیعت داشته و به نوعی با صنعت اکوتوریسم ارتباط پیدا می‌کند (افشارزاده و پاپ زن، ۱۳۸۶).

اغلب کشورهای جهان که حداقل‌هایی را برای جذب گردشگر دارند، اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های فراوانی را در مورد رونق و توسعه‌ی صنعت گردشگری و اکوتوریسم انجام داده‌اند و این در حالی است که به نظر می‌رسد این امر در ایران (و به تبع آن استان مازندران) مورد بی‌مهری و کم‌توجهی قرار گرفته است (مولایی و ملک‌پور، ۱۳۸۲). استان مازندران می‌تواند در بخش اکوتوریسم نیز موقعیتی ممتاز جهت جذب درآمدهای گردشگری داشته باشد (اسدیان و بیگدلی، ۱۳۸۲).

در این راستا استان مازندران با داشتن ویژگی‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی نتوانست جایگاه خود را در صنعت گردشگری پیدا کند زیرا اکثر روستاییان و کارشناسان به حوزه تکالیف و اختیارات خود در بخش گردشگری واقف نبوده و روستا و محیط زیست خود را با این ناآگاهی تخریب کرده و از ارزش چه مادی و چه معنوی این مناطق می‌کاهند چه بسا با این ویژگی‌ها می‌توان فقر را از روستاها دور کرد و باعث درآمدزایی و اشتغالزایی شد. لذا لزوم شناسایی ترویج روستایی در این راستا حائز اهمیت می‌باشد بنابراین با شناخت کارکردهای ترویج روستایی و نقشی که این کارکردها در هر یک مؤلفه‌های توسعه اکوتوریسم استان مازندران دارد مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به اینکه در این استان، مطالعه‌ای در زمینه کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم صورت نگرفته و اینکه امکان هر یک از این کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم وجود دارد درحاله ازابهام است. بنابراین با توجه به خلاء موجود، پژوهش حاضر به بررسی کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم از منظر کارشناسان ترویج و گردشگری می‌پردازد.

استان مازندران در تاریخچه توسعه گردشگری منطقه‌ای ایران، به ویژه در سواحل دریای خزر، جایگاه ویژه‌ای داشته. این استان با دارا بودن ویژگی‌های طبیعی منحصر به فرد و داشتن مناظر زیبای طبیعی و اماکن زیارتی و... به عنوان یکی از نقاط توریستی مورد توجه در ایران و سطح دنیا به حساب می‌آید و به دلیل داشتن قابلیت‌های فراوان گردشگری و اکوتوریسمی می‌تواند یکی پرطرفدارترین و پربازدیدکننده‌ترین مناطق گردشگری کشور به حساب آید. علی‌رغم داشتن این جایگاه این استان با چالش‌های جدی در این زمینه روبرو است و نیاز به ایجاد و اجرای شرایط مطلوب و برنامه‌ریزی شده در این منطقه احساس می‌گردد (معصومی، ۱۳۸۵).

مولایی هشتجین و خوشنود (۱۳۸۶) نبود برنامه‌های مدیریتی دقیق را به عنوان یکی از مهمترین ابعاد تأثیر گذار در بحث گردشگری و اکوتوریسم دانستند و هر برنامه گردشگری که در راستای پایداری باشد را شامل چهار بخش زیر می‌دانند:

۱. وابسته به طبیعت باشد ۲. از نظر اکولوژیک پایدار باشد ۳. با توجه به فرهنگ و ارزش‌های جامعه میزبان باشد
۴. جوامع محلی و میزبان در مشارکت داشته باشند. استان مازندران با داشتن ویژگی‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی نتوانست جایگاه خود را در صنعت گردشگری پیدا کند زیرا اکثر روستاییان و کارشناسان به حوزه تکالیف و اختیارات خود در بخش گردشگری واقف نبوده و روستا و محیط زیست خود را با این ناآگاهی تخریب کرده و از ارزش چه مادی و چه معنوی این مناطق می‌کاهند چه بسا با این ویژگی‌ها می‌توان فقر را از روستاها دور کرد و باعث درآمدزایی و اشتغالزایی شد. لذا لزوم شناسایی ترویج روستایی در این راستا حائز اهمیت می‌باشد بنابراین با شناخت کارکردهای ترویج روستایی و نقشی که این کارکردها در هر یک مؤلفه‌های توسعه اکوتوریسم استان

مازندران دارد مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به اینکه در این استان، مطالعه ای در زمینه کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم صورت نگرفته و اینکه امکان هر یک از این کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم وجود دارد در هاله از ابهام است. بنابراین با توجه به خلاء موجود، پژوهش حاضر به بررسی کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم از منظر کارشناسان ترویج و گردشگری می‌پردازد.

Anderson (2009) معتقد است که مقوله آموزش و برنامه‌های آموزشی محیط زیستی یکی از عواملی بوده که بر توسعه اکوتوریسم مؤثر بوده است و عواملی نظیر؛ آموزش، برنامه‌های آموزشی، مدیریت مواد زائد، ترافیک، کنترل سر و صدا، احداث هتل‌هایی که به پایداری محیط زیست اهمیت می‌دهد، ارتقاء محیط‌های سبز، خدمت رسانی در راستای توسعه پایدار، مشارکت فعال افراد میزبان، کنترل کیفیت گردشگری، استفاده پایدار از منابع طبیعی، وضع قوانین ویژه برای مناطق طبیعی روستایی و توجه خاص بر منظره‌های طبیعی مناطق روستایی رابطه معنی داری با توسعه اکوتوریسم دارد.

تحقیقات منصور (۱۳۸۸) نشان داد که بین موانع موجود، آسیب رسانی به طبیعت، راهکارهای توسعه، کانال‌های ترویجی، اطلاع رسانی و فرهنگ سازی از دیدگاه کارشناسان در خصوص توسعه اکوتوریسم رابطه معنی داری وجود دارد. بین جنسیت، وضعیت تأهل کارشناسان و توسعه اکوتوریسم رابطه معنی داری وجود ندارد. بین شغل، امکانات موجود، وسیله بازدید و نحوه اقامت گردشگران با متغیر وابسته رابطه معنی داری وجود دارد. فرهنگ سازی، عوامل ترویجی، موانع موجود، آسیب رسانی و راهکارهای توسعه اکوتوریسم از دیدگاه کارشناسان تأثیر گذار است همچنین منابع اطلاع رسانی و فرهنگ سازی از نظر گردشگران بر توسعه اکوتوریسم تأثیر دارد.

Deng و همکاران (2011): در مقاله ایی به عنوان "سیستم ارزشیابی توسعه برای مقاصد اکوتوریسم با توجه به مدل دلفی" اشاره دارد که اصل ارزشیابی در سازماندهی و برنامه‌های اکوتوریسم مهم تلقی می‌گردد در این مطالعه به عواملی نظیر مشارکت محلی و بحث اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی و حفاظت از منابع فرهنگی در نظر گرفته شد که در دو گروه دانشگاهیان و افراد محلی قرار دارند مورد بررسی قرار گرفت که بحث فرهنگی و حفاظت از منابع آن، افراد محلی رتبه ی بیشتری نسبت به دانشگاهیان کسب نمودند و به این نتایج رسیدند که بین مشارکت دانشگاهیان و توسعه اکوتوریسم رابطه معنی داری وجود دارد در حالی که این رابطه بین مشارکت افراد محلی و توسعه اکوتوریسم معنی دار نبوده است و بین عوامل اجتماعی و فرهنگی با توسعه اکوتوریسم از دیدگاه دانشگاهیان مؤثرتر از دیدگاه افراد محلی بوده است.

نجفی کانی و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان "امکان سنجی توسعه اکوتوریسم در مناطق روستایی نمونه موردی: شهرستان آمل" صورت گرفت، نتایج حاصل بیانگر آن بود که میزان علاقه کارشناسان به فرهنگ توسعه روستایی از طریق توسعه اکوتوریسم، وجود چشم اندازهای طبیعی، وجود شبکه‌های ارتباطی مناسب در منطقه، وجود زیرساخت‌های مناسب، بالا بودن روحیه مشارکت مردم جهت ایجاد و گسترش توسعه اکوتوریسم، ایجاد انگیزه قوی سرمایه گذاران بومی برای سرمایه گذاری در بخش اکوتوریسم، وجود جاذبه‌های ورزشی و تفریحی، داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا، انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری، استفاده از نیروهای متخصص و

مجرب در بخش اکوتوریسم، گسترش شبکه ارتباطی مناسب از جمله فرصت‌هایی در جهت توسعه اکوتوریسم شهرستان آمل به شمار می‌آیند که در این راستا تأثیر گذار می‌باشد.

هدف کلی این پژوهش شناخت نقش کارکرد ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم استان مازندران می‌باشد. برای رسیدن به هدف فوق اهداف اختصاصی زیر مورد بررسی قرار گرفت:

۱. بررسی کارکردهای ترویج روستایی بر ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی، زیست محیطی و اقتصادی توسعه اکوتوریسم

۲. تعریف کارکرد ترویج روستایی بر حسب توسعه اکوتوریسم و خصوصیات آنها

۳. شناخت راهکارهایی برای رسیدن به توسعه اکوتوریسم توسط ترویج روستایی

محدوده مکانی:

مازندران استانی در شمال ایران و در کرانه‌های جنوبی دریای مازندران می‌باشد. شهرستان بابل پرجمعیت‌ترین شهرستان مازندران و شهرستان ساری، مرکز مازندران می‌باشد. این استان هم مرز با استان‌های گلستان، سمنان، تهران، البرز، قزوین و گیلان می‌باشد. قله دماوند مرتفع‌ترین قله ایران در مازندران و در شهرستان آمل قرار دارد. این استان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگر رتبه یک را در ایران دارا است و از جنگل، دشت، کوه و دریا سود بسزایی می‌برد. مازندران بلندترین (دماوندکوه) و پست‌ترین (دریای مازندران) نقاط ایران را در خود جای داده است. این استان یکی از پرجمعیت‌ترین مناطق از لحاظ تراکم جمعیتی و یکی از غنی‌ترین آنها از لحاظ منابع گوناگون زیرزمینی می‌باشد. این استان دارای ۲۲ شهرستان است. مازندران قدیمی‌ترین مردم را در جهان از نظر یک جا نشینی دارد. روز ۱۴ آبان هم روز مازندران نام‌گذاری شده است.



شکل ۱. نقشه جغرافیایی استان مازندران

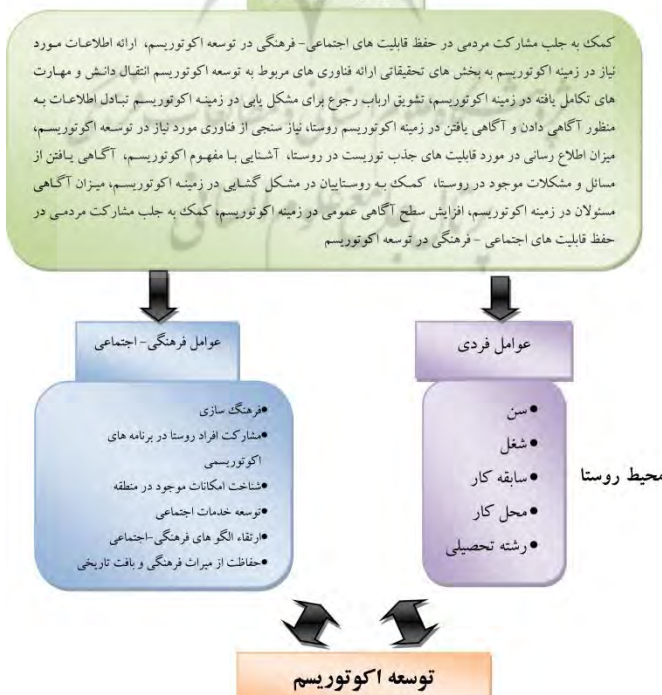
منبع: ویکی پدیا، ۱۳۹۲

مازندران با جمعیتی بیش از (۳) میلیون نفر و حدود ۳/۴ درصد جمعیت کشور از وسعتی معادل ۶/۱ درصد ایران برخوردار است. اما قرار گرفتن آن در ساحل جنوبی بزرگترین دریاچه جهان موسوم به دریای مازندران یا کاسپین یا خزر و همجواری با چهار کشور ساحلی این دریا یعنی ترکمنستان، قزاقستان، روسیه و آذربایجان از یک سو و قرار گرفتن در شمال کلان شهر تهران (پایتخت ایران) از موقعیت جغرافیایی استراتژیکی برخوردار است. امتیاز حمل و نقل دریایی با کشورهای همسایه از طریق منطقه ویژه و بندر قدیمی نوشهر، و منطقه ویژه و جدید امیرآباد بهشهر و اسکله نفتی نکا در شرق مازندران، اتصال آن به شبکه سراسری راه آهن کشور، وجود سه فرودگاه، برخورداری از سه جاده شوسه ارتباطی با استان تهران، و اقدام به سرمایه گذاری در طرح در دست ساخت بزرگراه تهران - شمال

(نوشهر) با امکان دسترسی سریع با فاصله کوتاه ۱۲۰ کیلومتر ارتباط تهران - مازندران، عبور خطوط بین‌المللی فیبر نوری، شبکه ارتباطی بسیار قوی و گسترده‌ای را در مسیر کریدور بین‌المللی شمال - جنوب از هلسینکی (فنلاند)، به بندر لاوان (روسیه) تا ساحل دریای خزر فراهم آورده‌است و همچنین جاده بین‌المللی هراز در این استان باعث تردهای بالایی شده‌است. دسترسی به زیرساخت‌های مناسب ارتباطی، به‌همراه تسهیلات ویژه زیربنایی آب، برق، فاضلاب و گاز همراه با شرایط آب و هوایی معتدل، اراضی بسیار حاصلخیز، طبیعت گوناگون و مفرح ساحلی، دشتی، جنگلی و کوهستانی مساعد برای توسعه صنعت گردشگری و دسترسی به بازارهای هدف داخلی و خارجی، امکان توسعه سریع را در قالب بخشهای محوری گردشگری، کشاورزی، صنعتی و تجاری، فناوری اطلاعات و ارتباطات را یکجا در خود گرد آورده‌است. همچنین برخورداری از میراث فرهنگی غنی و بیشترین نرخ دانش‌آموختگان با تحصیلات دانشگاهی مازندران در بین استانهای کشور، شرایط مناسبی برای گسترش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در سطح منطقه شمال و ایران و به‌ویژه در صنعت گردشگری و گردشگری فراهم آورده‌است (ویدیکی پدیا، ۱۳۹۲).

استان مازندران دارای قابلیت‌های اکوتوریسمی فراوانی می‌باشد و این استان با مساحت خشکی برابر ۲۳۸۴۲ کیلومتر مربع به مرکزیت ساری در موقعیت جغرافیایی بین ۳۵ درجه و ۴۶ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۸ دقیقه عرض شمالی و ۵۰ درجه و ۲۱ دقیقه و ۵۴ درجه و ۸ دقیقه طول شرقی در شمال با دریای خزر، در شرق با استان گلستان، در جنوب با سمنان، تهران و قزوین و در غرب با استان گیلان هم‌جوار می‌باشد. بر اساس سرشماری مسکن و نفوس ۱۳۸۵ جمعیت این استان معادل ۲۹۲۲۴۳۲ نفر بوده‌است. این استان دارای ۱۶ شهرستان، ۴۴ بخش، ۵۱ شهر، ۱۱۳ دهستان و ۳۶۹۷ آبادی می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۶ و گیتاشناسی، ۱۳۸۳).

کارکرد ترویجی



شکل ۱: مدل نظری تحقیق. منبع: یافته‌های تحقیق

مواد و روش‌ها

این تحقیق از جنبه جمع آوری اطلاعات از نوع تحقیقات پیمایشی بود، زیرا به دنبال شناخت و توصیف شرایط موجود در زمینه پتانسیل یابی توسعه اکوتوریسم توسط ترویج روستایی بود. همچنین با توجه به هدف مطالعه که نهایتاً در پی شناخت کارکردهای ترویج روستایی بر توسعه اکوتوریسم از نوع کاربردی بود. جامعه آماری این تحقیق شامل کارشناسان ترویج جهاد کشاورزی و کارشناسان گردشگری سازمان جهانگردی می‌باشد. بر اساس اطلاعات ارائه شده از سوی مسئولین جهاد کشاورزی استان مازندران تعداد کارشناسان ترویج ۹۵ نفر بوده و همچنین اطلاعات ارائه شده از سوی مسئولین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران تعداد کارشناسان گردشگری ۳۱ نفر می‌باشد. برای جمع آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز در راستای دستیابی به اهداف تحقیق، از روش‌های مختلفی چون مشاهده، مصاحبه با کارشناسان، صاحب نظران و متخصصان آموزش، مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای و جستجوی اینترنتی استفاده گردید. سپس پرسشنامه تهیه و در اختیار کارشناسان (ترویجی و گردشگری) قرار داده شد و در نهایت جمع آوری شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده در این تحقیق از دو روش آمار توصیفی و تحلیلی استفاده می‌گردد. با توجه به نوع تحقیق در مرحله توصیفی ابتدا از آمار توصیفی شامل فراوانی (مطلق و تراکمی)، شاخص‌های گرایش به مرکز (میانگین، نما، میانه) و پراکندگی (واریانس و انحراف معیار) در مورد هر یک از متغیرهای تحقیق استفاده می‌شود. در قسمت آمار تحلیلی برای تبیین ارتباط متغیرها و علل تغییرات و نقش متغیرهای مستقل بر متغیروابسته از ضرایب همبستگی مناسب استفاده گردید. داده‌های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS ۱۸ تجزیه و تحلیل می‌گردند.

تجزیه و تحلیل

میانگین سن کارشناسان ۳۸.۴۳ سال می‌باشد، که جوان‌ترین آنها ۲۳ سال و مسن‌ترین آنها ۵۶ سال داشته‌اند. بیشترین فراوانی با ۳۸.۶٪ مربوط به گروه سنی ۴۰-۳۱ سال و کمترین فراوانی با ۱۱٪ مربوط به گروه سنی بیشتر از ۵۰ سال می‌باشد. همچنین ۸۹٪ از کارشناسان دارای سن کمتر از ۵۰ سال می‌باشند. انحراف معیار بدست آمده برای سن کارشناسان برابر با ۸.۱۵ گزارش شده است. پارامترهای مرکزی و پراکندگی سن روستاییان و کارشناسان به تفکیک به شرح زیر می‌باشد. با توجه به جدول (۱) نتایج بیانگر آن است که ۱۵ نفر (۱۱.۸٪) از کارشناسان دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۶۹ نفر (۵۴.۳٪) دارای تحصیلات کارشناسی و ۴۳ نفر (۳۳.۹٪) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد می‌باشند. بیشترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات کارشناسی و کمترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات فوق دیپلم می‌باشد. همچنین ۶۶.۱٪ از کارشناسان دارای تحصیلات کارشناسی و کمتر از آن هستند (جدول ۱).

جدول ۱- آمار توصیفی پاسخگویان تحقیق

جدول توزیع فراوانی کارشناسان	گروه سنی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی	توضیحات
	۲۰-۳۰	۲۵	۱۹.۷	۱۹.۷	میانگین: ۳۸.۴۳
	۳۱-۴۰	۴۹	۳۸.۶	۵۸.۳	میانه: ۳۷
	۴۱-۵۰	۳۹	۳۰.۷	۸۹	مد: ۳۵
	بیشتر از ۵۰ سال	۱۴	۱۱	۱۰۰	انحراف معیار: ۸.۱۵
	جمع	۱۲۷	۱۰۰		واریانس: ۶۶.۴۸
جنسیت	فراوانی	درصد	درصد واقعی		
زن	۵۱	۴۰.۲	۴۰.۲	نما (مد): مرد	
مرد	۷۶	۵۹.۸	۵۹.۸		
جمع	۱۲۷	۱۰۰	۱۰۰		
میزان تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد واقعی		
فوق دیپلم	۱۵	۱۱.۸	۱۱.۸	نما (مد): کارشناسی	
کارشناسی	۶۹	۵۴.۳	۵۴.۳		
کارشناسی ارشد	۴۳	۳۳.۹	۳۳.۹		
دکتری	۰	۰	۰		
جمع	۱۲۷	۱۰۰	۱۰۰		

منبع: یافته‌های تحقیق

بین متغیرهای آگاهی یافتن از مسایل و مشکلات موجود نوظهور در روستا، کمک به روستاییان در مشکل گشایی در زمینه اکوتوریسم و توسعه اکوتوریسم در سطح ۹۵ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. بین متغیرهای انتقال دانش و مهارت تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم، تبادل اطلاعات به منظور آگاهی دادن و آگاهی یافتن در زمینه اکوتوریسم روستا، آشنایی با مفهوم اکوتوریسم، میزان اطلاع رسانی در مورد قابلیت‌های جذب گردشگر در روستا، افزایش سطح آگاهی عمومی در زمینه اکوتوریسم، افزایش سطح آگاهی عمومی در زمینه اکوتوریسم، میزان آگاهی مستولان در زمینه اکوتوریسم، ارائه فن آوری‌های مربوط به توسعه اکوتوریسم، نیازسنجی از فن آوری مورد نیاز در زمینه اکوتوریسم، ارائه بازخورد از اثرات بکارگیری فن آوری به قست‌های زیربسط (متخصصان)، ارائه اطاعات مورد نیاز در زمینه اکوتوریسم به بخش‌های تحقیقاتی، کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های زیست محیطی، کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اقتصادی، کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اجتماعی- فرهنگی، ایجاد ارتباط بین دست اندرکاران توسعه اکوتوریسم (گردشگران، روستاییان و مجریان) و توسعه اکوتوریسم در سطح ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

جدول ۲- ضرایب همبستگی اسپیرمن برحسب کارکردهای ترویجی در شاخص‌های توسعه اکوتوریسم از دیدگاه کارشناسان

گویه	توسعه اجتماعی- فرهنگی		توسعه اکوتوریسم	
	سطح معنی داری (Sig)	ضریب همبستگی	سطح معنی داری (Sig)	ضریب همبستگی
آگاهی یافتن از مسایل و مشکلات موجود و نوظهور	۰.۹۵۶	-۰.۰۰۵	۰.۰۱۴	۰.۲۱۸*
تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی در زمینه اکوتوریسم	۰.۱۰۸	-۰.۱۴۳	۰.۰۴۷	۰.۱۳۰*
کمک به روستاییان در مشکل گشایی	۰.۴۹۰	-۰.۰۶۲	۰.۰۳۸	۰.۱۸۵*
انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم	۰.۳۴۰	۰.۰۸۵	۰.۰۰۰	۰.۴۰۵**
تبادل اطلاعات به منظور آگاهی دادن و آگاهی یافتن در زمینه اکوتوریسم	۰.۴۵۰	۰.۰۶۸	۰.۰۰۰	۰.۳۸۵**
آشنایی با مفهوم اکوتوریسم (طبیعت گردی)	۰.۴۱۷	۰.۰۷۳	۰.۰۰۰	۰.۳۳۳**
میزان اطلاع رسانی در مورد قابلیت‌های جذب گردشگر در روستا	۰.۱۱۶	۰.۱۴۰	۰.۰۰۰	۰.۴۰۳**
افزایش سطح آگاهی عمومی در زمینه اکوتوریسم	۰.۱۵۸	۰.۱۲۶	۰.۰۰۰	۰.۳۷۰**
کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اجتماعی- فرهنگی در زمینه اکوتوریسم	۰.۸۳۵	۰.۰۱۹	۰.۰۰۲	۰.۲۷۱**
ایجاد ارتباط بین دست اندرکاران توسعه اکوتوریسم (گردشگران، روستاییان و مجریان)	۰.۸۰۶	۰.۰۲۲	۰.۰۰۰	۰.۳۱۷**

منبع: یافته‌های تحقیق

به منظور تعیین نقش متغیرهای مستقل در توسعه اکوتوریسم متغیرهای وارد شده به رگرسیون گام به گام مشخص گردید که ۱۸ متغیر وارد معادله گردید. (جدول ۳ و ۴). در اولین گام متغیر X_{61} (میزان اطلاع رسانی در مورد قابلیت‌های جذب گردشگر در روستا) وارد معادله گردید ضریب همبستگی این متغیر با متغیر وابسته (R) برابر $0/452$ ، ضریب تعیین (R^2) برابر $0/204$ و ضریب تعیین تعدیل شده (R^2_{Ad}) نیز برابر $0/198$ محاسبه شده است. بنابراین این می‌توان اظهار نمود که ۲۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیر مورد اشاره تبیین می‌گردد. در گام دوم متغیر X_{58} (انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم) وارد مطالعه گردید نتایج حاکی از آن است که ضریب همبستگی این متغیر با متغیر مزبور (R) برابر $0/494$ ، ضریب تعیین (R^2) برابر $0/244$ و ضریب تعیین تعدیل شده (R^2_{Ad}) نیز برابر $0/232$ محاسبه شده است. بنابراین این می‌توان اظهار نمود این متغیر به همراه متغیر قبلی ۲۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را موجب می‌گردد. در گام سوم متغیر X_{55} (تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی در زمینه اکوتوریسم) وارد معادله گردید. ضریب همبستگی این متغیر با متغیر مزبور (R) برابر $0/518$ ، ضریب تعیین (R^2) برابر $0/268$ و ضریب تعیین تعدیل شده (R^2_{Ad}) نیز برابر $0/250$ محاسبه شده است. بنابراین این می‌توان اظهار نمود این متغیر به همراه متغیرهای قبلی ۲۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را موجب می‌گردد. در گام چهارم X_{71} (ایجاد ارتباط بین دست اندر کاران توسعه اکوتوریسم، گردشگران، روستاییان و مجریان) وارد مطالعه گردید نتایج حاکی از آن است که ضریب همبستگی این متغیر با متغیر مزبور (R) برابر $0/549$ ، ضریب تعیین (R^2) برابر $0/301$ و ضریب تعیین تعدیل شده (R^2_{Ad}) نیز برابر $0/278$ محاسبه شده است. بنابراین این می‌توان اظهار نمود این متغیر به همراه سه متغیر قبلی ۳۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته را موجب می‌گردد. پس از گام چهارم هیچکدام از متغیرهای دیگر توانایی ورود به معادله رگرسیون چند متغیره را نداشتند. این مطلب با توجه به آزمون تک تک متغیرها کاملاً گویا است.

جدول (۳). خلاصه محاسبات رگرسیون چند متغیره کارکرد ترویجی در توسعه اکوتوریسم از دیدگاه کارشناسان:

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	T	Sig	F
عدد ثابت	۲۰۱۱	۰.۱۷۲	-	۱۱.۷۱۶	۰.۰۰۰	-
میزان اطلاع رسانی مورد قابلیت جذب گردشگر در روستا	۰.۲۴۶	۰.۰۴۳	۰.۴۵۲	۵.۶۶۲	۰.۰۰۰	۳۲.۰۵۵
انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم	۰.۱۳۳	۰.۰۵۲	۰.۲۶۹	۲.۵۵۳	۰.۰۱۲	۱۹.۹۹۴
تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی در زمینه اکوتوریسم	-۰.۱۰۸	۰.۰۵۴	-۰.۲۱۰	-۲.۰۱۲	۰.۰۴۶	۱۵.۰۰۶
ایجاد ارتباط بین دست اندر کاران توسعه اکوتوریسم (گردشگران، روستاییان و مجریان)	۰.۱۰۵	۰.۰۴۴	۰.۲۳۶	۲.۴۰۵	۰.۰۱۸	۱۳.۱۳۹

جدول (۴) نتایج کلی و ضرایب تعیین الگوی رگرسیونی گام به گام کارکرد ترویجی از دیدگاه کارشناسان

متغیر	ردیف	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل	خطای معیار
X_{61}	۱	۰.۴۵۲	۰.۲۰۴	۰.۱۹۸	۰.۴۳۸
X_{58}	۲	۰.۴۹۴	۰.۲۴۴	۰.۲۳۲	۰.۴۲۹
X_{55}	۳	۰.۵۱۸	۰.۲۶۸	۰.۲۵۰	۰.۴۲۴
X_{71}	۴	۰.۵۴۹	۰.۳۰۱	۰.۲۷۸	۰.۴۱۶

اکنون بر اساس جدول رگرسیون (۴) فوق می‌توان معادله خط رگرسیون را پیرامون نقش کارکردهای ترویجی در توسعه اکوتوریسم از دیدگاه کارشناسان به صورت زیر نوشت:

$$Y = 2/011 + 0/246X_{61} + 0/133X_{58} + 0/108X_{55} + 0/105X_{71}$$

البته معادله رگرسیونی فوق بر اساس ضرایب استاندارد شده:

$$Y = 0/452X_{61} + 0/494X_{58} + 0/518X_{55} + 0/549X_{71}$$

بحث و نتیجه گیری

منصوری (۱۳۸۸) و Geevan (2004) بیان داشتند که برنامه‌های توسعه اکوتوریسم باید در نواحی اجرا گردند که از نظر موقعیت‌های اکوتوریسمی پتانسیل بالقوه پیشرفت را داشته باشند و به عبارتی بتوان در آن مناطق برنامه‌ها را جنبه عملی داد به بیان دیگر بحث اطلاع رسانی در راستای قابلیت جذب گردشگر در نواحی مستعد در توسعه اکوتوریسم ناحیه نقش دارد.

در بخش کارکردهای ترویجی موثر بر توسعه اکوتوریسم استان مازندران؛ نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که از بین ۱۸ عامل مطرح شده به ترتیب اولویت بر اساس ضریب تغییرات (CV) از دیدگاه کارشناسان "میزان اطلاع رسانی در مورد قابلیت‌های جذب گردشگر در روستا" در اولویت اول با میانگین ۳.۵۴ قرار دارد و در رده‌های بعدی به ترتیب "افزایش سطح آگاهی عمومی در زمینه اکوتوریسم"، "کمک به مردم برای تفکر و پرورش یک روحیه جستجوگرانه"، "آگاهی یافتن از مسائل و مشکلات موجود در روستا"، "آشنایی با مفهوم اکوتوریسم"، "انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته در زمینه اکوتوریسم"، "کمک به روستاییان در مشکل گشایی در زمینه اکوتوریسم"، "تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی در زمینه اکوتوریسم"، "ارائه اطلاعات مورد نیاز در زمینه اکوتوریسم به بخش‌های تحقیقاتی"، "میزان آگاهی مسئولان در زمینه اکوتوریسم"، "کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اقتصادی در توسعه اکوتوریسم"، "ایجاد ارتباط بین دست اندرکاران توسعه اکوتوریسم (گردشگران، روستاییان و مجریان)", "تبادل اطلاعات به منظور آگاهی دادن و آگاهی یافتن در زمینه اکوتوریسم روستا"، "ارائه بازخورد از اثرات بکارگیری فناوری به قسمتهای زیربسط (متخصصان)", "کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اجتماع - فرهنگی در توسعه اکوتوریسم"، "کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های اجتماعی - فرهنگی در توسعه اکوتوریسم"، "ارائه فناوری‌های مربوط به توسعه اکوتوریسم"، "نیازسنجی از فناوری مورد نیاز در توسعه اکوتوریسم"، و در انتهای جدول، "کمک به جلب مشارکت مردمی در حفظ قابلیت‌های زیست محیطی در توسعه اکوتوریسم" با میانگین ۳.۸۴ قرار دارد در نتیجه می‌توان گفت: که اکثر کارشناسان (۷۵.۶٪) متغیر میزان اطلاع رسانی در مورد قابلیت‌های جذب گردشگر روستا را در توسعه اکوتوریسم منطقه مؤثر می‌دانند. کارشناسان با شناخت منطقه خود و با توجه به قابلیت‌های گردشگری که مناطق مازندران دارا است تأکید بر اطلاع رسانی دارند.

- بر اساس نتایج تحقیق در بخش قابلیت‌های اجتماعی-فرهنگی با توجه به ۱۱ شاخص مطرح شده اولویت اول توسعه اکوتوریسم در بعد اجتماعی- فرهنگی را "توسعه خدمات اجتماعی" با میانگین ۲.۹۹ تشکیل داده است و همچنین "مشارکت روستاییان در اداره نهادهای محلی در روستا" در اولویت دوم با میانگین ۲.۱۳ و در آخرین اولویت "حفاظت از میراث فرهنگی و بافت تاریخی روستا" با میانگین ۲.۳۰ قرار گرفت در نهایت نتیجه گرفته شد که در استان مازندران عوامل اجتماعی - فرهنگی توسعه اکوتوریسم در حد متوسط تا زیاد می‌تواند تأثیر گذار باشد.

- نتایج تحقیق نشان داد که در بخش قابلیت‌های اقتصادی با توجه به ۱۰ شاخص مطرح شده در زمینه توسعه آندر اولویت اول توسعه اقتصادی "وجود راه‌های ارتباطی روستاها به شهرها" با میانگین ۳.۴۳ در اولویت دوم شاخص "شناخت بازارهای محلی توسط روستاییان" با میانگین ۲.۸۵ و در آخرین اولویت "وجود هتل‌ها و اقامتگاه‌ها در نواحی روستایی" با میانگین ۱.۷۶ قرار گرفت در نهایت با بررسی فراوانی قابلیت‌های اقتصادی در زمینه توسعه اکوتوریسم از دیدگاه روستاییان به این نتیجه رسید که در استان مازندران در زمینه قابلیت‌های اقتصادی در حد زیاد و خیلی زیاد می‌تواند تأثیر گذار باشد.

- بر اساس نتایج تحقیق در بخش قابلیت‌های زیست محیطی با توجه به ۱۱ شاخص مطرح شده در زمینه توسعه آن در اولویت اول قابلیت‌های زیست محیطی "رعایت الگوی مصرف منابع آبی" با میانگین ۳.۷۹ تشکیل داده است و همچنین "پرورش حیوانات و آبزیان در محیط‌های طبیعی جهت تأمین خوراک" در اولویت دوم با میانگین ۳.۸۱ و در آخرین اولویت "بهبود ایجاد محیط‌های حفاظتی با عنوان باغ وحش‌های طبیعی" با میانگین ۳.۵۸ قرار گرفت در نهایت با بررسی فراوانی قابلیت‌های زیست محیطی در زمینه توسعه اکوتوریسم استان مازندران به این نتیجه رسیده که در استان مازندران قابلیت‌های زیست محیطی در راستای توسعه در حد زیاد تا خیلی زیاد می‌تواند مؤثر واقع گردد.

- بر اساس نتایج تحقیق در بخش مربوط به تأثیر گذاری توسعه اکوتوریسم بر هر یک از شاخص‌های توسعه از دیدگاه روستاییان؛ "افزایش درآمد روستاییان" با میانگین ۴.۲۴ در رده اول بوده و پس از آن "ایجاد راه‌های ارتباطی بین روستایی" با میانگین ۴.۰۶ در رده دوم جدول و در نهایت از بین ۱۴ شاخص مطرح شده کمترین تأثیر روی "افزایش پایداری زیست محیطی در روستا" با میانگین ۳.۹۴ می‌باشد بنابر این می‌توان نتیجه گرفت که توسعه اکوتوریسم بیشتر تمرکز بر افزایش پایداری محیط زیست دارد اما با نادرست انجام دادن ابعاد اکوتوریستی در منطقه پایداری محیط زیست از بین می‌رود و چون با نا آگاهی فقط به جنبه درآمد زایی از این صنعت توجه می‌شود، بر قسمت پایداری محیط زیست اجحاف می‌شود.

پیشنهادات

۱. نتایج مبین آن بود که میزان آگاهی یافتن از مسائل و مشکلات موجود و نوظهور در توسعه اکوتوریسم از دیدگاه کارشناسان نقشی در توسعه اکوتوریسم ندارد در حالی که ۲۰ درصد از تغییرات وابسته از طریق ایت متغیر تبیین شده لذا در راستای نتایج بدست آمده پیشنهاد می‌گردد که کارشناسان در زمینه آگاهی یافتن از مسائل و مشکلات موجود در توسعه اکوتوریسم توجه بیشتری داشته باشند زیرا برخی از مسائل و مشکلات در روستا وجود دارد که از دید کارشناسان خارج است و روستاییان آگاهی بیشتری به این مسائل نسبت به کارشناسان دارند و کارشناسان می‌توانند در این راستا از روستاییان کمک شایانی دریافت کنند.

۲. نتایج تحقیق بیانگر آن است که از دیدگاه کارشناسان تشویق ارباب رجوع برای مشکل یابی در توسعه اکوتوریسم نقش دارد می‌توان پیشنهاد نمود که سازمان‌های مربوطه، روستاییان را در راستای مشکل یابی اکوتوریسم منطقه خود تشویق (مادی یا معنوی) کنند تا مشکلاتی که در این زمینه هست را به ساطمان‌های مربوطه اطلاع دهند یا با آموزش‌های دوره ایی در راستای مهار مشکلات آنها را با مشارکت سازمان‌های مربوطه حل و فصل نمایند.

۳. نتایج تحقیق مبین آن بود که از دیدگاه کارشناسان، میزان انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته توسط ترویج در توسعه اکوتوریسم نقش دارد لذا در این راستا پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزشی و مهارتی با توجه به پتانسیل منطقه ایی در راستای توسعه اکوتوریسم برگزار شود و به روستاییان پیشرو آموزش داده شود که این دانش و مهارت‌های آموخته شده را به درستی انتقال دهد.

۴. نتایج تحقیق حاکی از آن بود که ایجاد ارتباط مؤثر بین دست اندرکاران اکوتوریسم از دیدگاه کارشناسان مورد تأیید قرار گرفت، لذا پیشنهاد می‌شود، برای تحقیق این امر در سازمان‌ها فرهنگ سازی شود و از این ظرفیت موجود یعنی آمادگی کارشناسان در راستای توسعه اکوتوریسم بهره مند شوند.

۵. در راستای پیشنهاد قبلی، با آگاهی دادن و آموزش‌های مناسب در راستای توسعه اکوتوریسم به گردشگران، روستاییان و مجریان، همگام کردن آنان در این زمینه مبادرت ورزند و از خلاقیت و نوآوری‌های آنان در این زمینه استفاده کنند.

۶. با توجه به قابلیت‌های اجتماعی - فرهنگی استان مازندران در زمینه اکوتوریسم منطقه، توسعه خدمات اجتماعی در اولویت اول و مشارکت روستاییان در نهادهای محلی در اولویت دوم قرار داشت، پیشنهاد می‌شود در پروژه‌هایی که مربوط به منطقه روستاییان است، کارشناسان از مشارکت بومیان علی‌الخصوص جوانان محلی در این پروژه‌ها بهره مند شوند تا جوانان نیز با پروژه‌ها و نیازهای منطقه خود آشنا شوند و در ارتقاء منطقه خود تلاش کنند.

منابع

- اسدیان، ف و بیگدلی، آ (۱۳۸۲)، بررسی و صنعت جغرافیایی و زیست محیطی گیلان در رابطه با اکوتوریسم در راستای توسعه پایدار، مجموعه مقالات همایش‌های علمی و پژوهشی گروه‌های علوم انسانی، جلد اول، چالوس: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نوشهر و چالوس.
- افشارزاده، ن و پاپ زن، ع (۱۳۸۶)، مجموعه مقاله‌های دومین همایش ملی توسعه روستایی ایران، زیست بوم ایل کلهر، قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری، تهران: موسسه توسعه روستایی ایران. دانشگاه تهران.
- عجایب هفتگانه جزیره قشم، ۱۳۸۴، ماهنامه سفر، شماره ۵
- معصومی، خ (۱۳۸۵). پایان نامه مقطع کاردانی، اکوتوریسم و پارک جنگلی نور، صص ۲۲-۲۳.
- رمضانی دارابی، ع. (۱۳۸۲). پایان نامه دوره ی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی " بررسی تطبیقی بازتابهای فضایی سیاست‌های جذب گردشگری در قبل و بعد از انقلاب اسلامی (مورد بابلسر)، ص ۱۲۵.
- منصوری، م (۱۳۸۸)، بررسی نقش ترویج منابع طبیعی در توسعه اکوتوریسم (مطالعه موردی: پارک ملی لار استان تهران). پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم تحقیقات تهران.
- مولایی هشتجین، ن و خوشنود، الف (۱۳۸۶)، « اکوتوریسم و توسعه در کنار عملکرد مسلط جزایر خارک و خارکو »، مجموعه مقالات همایش منطقه جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، اسلامشهر، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر