

ارزیابی و تحلیل عوامل موثر در توسعه و اقامت گردشگری روستای هدف گردشگری

مطالعه موردی؛ (روستای دشه)

گونا مهردادانش^{۱*}، کامران نوری^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد علوم جغرافیایی دانشگاه پیام نور پاوه

۲- استادیار علوم جغرافیایی دانشگاه پیام نور پاوه

gonamehrdanesh@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۳۰

تاریخ بازنگری: ۱۳۹۷/۰۶/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۲۱

چکیده

گردشگری یا همان توریسم، امروزه یکی از سریعترین صنایع در حال رشد دنیا و ابزاری برای افزایش درآمد ملی کشورهای جهان به حساب می آید. در این صنعت یکی از جذابترین و شاید جدیدترین آنها، گردشگری روستایی است که اخیراً مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته است. امروزه بسیاری از سیاستگذاران و برنامه ریزان، گردشگری را به مثابه ابزاری برای ثبات اقتصادی و توسعه برای جوامع روستایی می دانند و صنعت گردشگری روستایی را باید همانند لبه های تیز یک تیغ بدانیم که اگر صحیح و بر اساس اصول و نظم، توسعه و گسترش نیابد، نه تنها به عمران و اصلاح مناطق روستایی کمک نخواهد کرد بلکه اثرات مخرب و جبران ناپذیری را بر بخشهای اجتماعی، اقتصادی، طبیعی، زیست محیطی و... جوامع روستایی و نهایتاً کل جامعه برجا خواهد گذاشت، تا چه میزان به بخش گردشگری روستایی و اکوتوریسم توجه شده است؟ چگونه می توان از این صنعت به عنوان ابزار کارآمد مدیریتی در جهت توسعه روستا استفاده نمود؟ همچنین ارتباط دو سویه بین این دو بخش، به خوبی لزوم توجه و اهمیت به صنعت گردشگری را در ساختار مدیریت روستا می رساند چراکه با توسعه گردشگری روستا، مدیریت روستا می تواند منبع مالی قابل توجهی را برای اجرای برنامه های خود ایجاد نماید و از طرف دیگر با مدیریت صحیح در روستا می توان توسعه و گسترش گردشگری را به طور اصولی هدایت نماییم. هدف از تدوین و تهیه این مقاله، شناسایی منطقه ای روستایی می باشد. همچنین عوامل و عناصری که در توسعه و گسترش این صنعت در ساختار روستایی موثر هستند، شناسایی و مورد تحلیل قرار می گیرند. در تدوین این مقاله از روش کتابخانه ای، میدانی، بررسی منابع، اسناد و... استفاده شده است

کلید واژگان: اقامت روستا، برنامه ریزی روستا، گردشگر هدف گردشگری روستا، روستای دشه

۱-۱ مقدمه

پس از انقلاب صنعتی، با اختراع وسایل نقلیه سریع‌السیر، توسعه و بهبود وسایل ارتباطی بین کشورهای جهان، کوتاه شدن زمان سفر، ایجاد تسهیلاتی که از جهات مختلف برای مسافرت در اکناف جهان فراهم آمده بود و افزایش نسبی درآمدهای ناشی از رشد اقتصادی کشورها، تحولات شگرفی در زمینه سیاحت و جهانگردی صورت گرفت (دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۲). بنابراین امروزه گردشگری گستره‌ای جهانی یافته است و پدیده‌ای برآمده از توسعه همه جانبه نوآوری‌های فناوری در دوران نوین به شمار می‌رود. درحال حاضر صنعت گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی است و رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی شدیدی را به دنبال داشته است (سلیمانی، ۱۳۸۶). توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای که اقتصاد تک محصولی (نفت)، اهمیت فراوانی دارد و توجه به این صنعت به عنوان پدیده‌ای نو در زندگی ماشینی قرن بیست و یکم کاملاً محسوس است (Butler, 2000). اما جایگاه گردشگری در کشور ایران با توجه به در اختیار داشتن منابع طبیعی و انسانی فراوان در سطح جهان جزو پنج کشوری است که از بیشترین تنوع محیطی و جغرافیایی برخوردار بوده، و یکی از ذخیره‌گاه‌های مهم زیستی به شمار می‌رود بررسی در خصوص وضعیت صنعت گردشگری کشور ایران حاکی از آن است که به لحاظ سهم بخش گردشگری از تولید ناخالص داخلی، کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۸۶ و در میان کشورهای حاشیه خلیج فارس جایگاه سوم را پس از بحرین و قطر به خود اختصاص داده و نیز در زمینه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۱۷۲ و در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه آخر قرار گرفته است. همچنین به لحاظ ارزش صنعت گردشگری در سال (۲۰۰۵) کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۴۳ را کسب کرده است (غلامرضایی و همکاران، ۱۳۹۱). مطابق با سند چشم انداز بیست ساله، کشور ایران می‌بایست در کلیه زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح منطقه، رتبه اول را کسب نماید که دست‌یابی به ۱/۵ درصد کل گردشگر و ۲ درصد کل درآمد گردشگری جهان از اهداف سند چشم انداز بیست ساله تلقی می‌شود. بی تردید یکی از عوامل کلیدی دست‌یابی به این امر همانا ارتقای کارایی و بهره‌روی در صنعت گردشگری است (کاظمی، ۱۳۸۵).

۱-۲ بیان مسئله

بنابراین گردشگری را می‌توان صنعت سفید نام نهاد، زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی، زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت هاست و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد توجه به مقوله ی گردشگری زمانی مهم تر جلوه می‌کند که بر اساس آمارهای موجود، صنعت گردشگری امروزه دومین منبع درآمد کشورهای درحال توسعه به حساب می‌آید و راهبردی است برای افزایش درآمد و فقرزدایی این کشورها و بر اساس تا سال (WTO) پیش بینی سازمان جهانگردی جهانی ۲۰۲۰ بیش از ۵۳ درصد از اشتغال جهان مربوط به صنعت گردشگری خواهد بود (امان پور و همکاران، ۱۳۹۵). از آنجا که گردشگری صنعتی پاک و یکی از صنایع مهم در دنیا است، بسیاری از تحلیلگران اقتصادی بر این باورند که صنعت

گردشگری، پس از صنایع نفت و خودروسازی در ردیف صنایع مهم جهان قرار گرفته است (امیر حاجلو و همکاران، ۱۳۹۲). امروزه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی نوپا دارای ویژگی های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت های اقتصادی و تولید کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است و عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می آید (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷). یکی از ویژگی های مهم صنعت گردشگری مصرف درآمدهای حاصل از منافع گردشگری در همان مناطق است. بنابراین، گردشگری وسیله ای برای انتقال منابع عظیم درآمدی گردشگران به مناطق مقصد و گردش پذیر است (بیشویی، ۱۳۹۰). گردشگری همچنین موجب رشد تولیدات صنایع دستی و صنعتی می شود و این باعث حفظ آثار فرهنگی و محلی، مردمان بومی محلی منطقه مربوطه می شود (امیر حاجلو و همکاران، ۱۳۹۲). رشد جمعیت و افزایش جمعیت جوان کشور در چند دهه اخیر لزوم توجه به راهکارهای جدید برای ایجاد اشتغال را نمایان می سازد. بهره گیری از توان گوناگون گردشگری کشور در راستای ایجاد درآمد پایدار و اشتغال را می توان یکی از همین راهکارها دانست. با توجه به موقعیت منطقه اورامانات از لحاظ سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی در استان کرمانشاه، جمعیت این منطقه از رشدی نسبتا بالا برخوردار شده است، رشدی که تاثیر گذاری بر کل ساختار جمعیتی منطقه، جمعیتی جوان به بار تکفلی و تحصیلات عالی بالا را پدید آورده است. بنا بر این، به ویژه با توجه به همین جمعیت جوان، و فرهنگ غنی جاذبه های طبیعی از گردشگر به مثابه راهکار اشتغال زایی سود جست. بر همین اساس، در این مقاله، با در نظر گرفتن ساختار جمعیتی و افزایش ورود گردشگران به منطقه اورامانات روستای دشه، به بررسی گروه های عمده شغلی و میزان اشتغال ایجاد شده از گردشگری در این روستا پرداخت و در پایان نتیجه گیری لازم به عمل آمده است. روش اصلی پژوهش تجزیه تحلیل آمار اطلاعات موجود با هدف مورد مطالعه بوده است.

۲-۲ تعریف گردشگری

در زمینه صنعت گردشگری تعاریف متعددی ارائه شده است که در اینجا به مهم ترین آنها اشاره می کنیم: واژه توریسم (توریسم) معادل فارسی واژه ی *"Tourism"* در زبان های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به صورت جهانگردی ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح *"Tornus"* یونانی و لاتین گرفته شده، که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند *"ISM"* به صورت اسم مصدر توریسم و یا توریسم در آمده است (ارمغان، ۱۳۸۶). طبق گفته ماتسیون و وال در اوایل دهه ۱۹۸۰، گردشگری عبارت است از: تغییر مکان موقتی افراد به مقاصدی خارج از محل معمول کار یا اقامتشان، فعالیت هایی که در طول اقامت افراد در آن مقاصد انجام می گیرد و تسهیلاتی که به منظور برآوردن نیازهای آنان فراهم می شود (میسون، ۱۳۸۷).

۲-۳ عناصر مربوط به مقصد گردشگری

در زمینه‌ی عرضه‌ی گردشگری و عناصر آن محققان بسیاری اظهار نظر نموده‌اند. پیرس (۲۰۰۱) با دیدگاهی عرضه‌محورانه، گردشگری را شامل: جاذبه‌ها، حمل و نقل، اقامتگاه‌ها، تسهیلات پشتیبانی‌کننده (مانند دفاتر خدمات سفر، خدمات بانکی، خدمات تفریحی، خرید، بیمه) و زیرساخت‌ها در نظر می‌گیرد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۱). اینسکیپ (۱۹۹۱ و ۱۹۹۴) شش عامل: جاذبه‌ها و فعالیت‌ها، تأسیسات اقامتی، سایر تسهیلات و خدمات جهانگردی، حمل و نقل، سایر زیرساخت‌ها و عناصر نهادی را به عنوان عوامل عرضه برشمرده است. این عوامل هر یک دارای اجزا یا عناصری است که به شرح زیر بیان شده‌اند: -جاذبه‌ها و فعالیت‌ها: طبیعی، فرهنگی، انواع ویژه، - تأسیسات اقامتی: خانه بوم گردی روستایی، هتل، مهمان پذیر، هتل آپارتمان - سایر تسهیلات و خدمات جهانگردی: عملیات سفر و گردش، تأسیسات پذیرایی - مراکز خرید، بانک‌ها و صرافی‌ها، تسهیلات و خدمات درمانی و پستی - حمل و نقل: هوایی، جاده‌ای، ریلی، آبی، - سایر زیرساخت‌ها: آب، برق، دفع زباله، ارتباطات راه دور، - عناصر نهادی: ساختار سازمانی (بخش دولتی و بخش خصوصی)، قوانین و مقررات مربوط به جهانگردی، برنامه‌ها و سازمان‌های تعلیم و تربیت، سرمایه‌ی مالی برای توسعه‌ی جاذبه‌ها، استراتژی بازاریابی و تبلیغات و هماهنگی تشکیلاتی و تسهیلات سفر (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۱) فعالیت‌های گردشگری یک گزینه‌ی اقتصادی در نظر گرفته می‌شوند تا حمایت مالی و تسهیلات استخدام برای اهالی دهکده را فراهم کنند. گردشگران می‌توانند یک هزینه‌ی اقامت بپردازند یا به جای هزینه اقامت در کارهای دهکده مشارکت کنند. پس می‌توان نتیجه گرفت که گردشگری برای احیای اقتصادی و تحرک نیروی انسانی و کار در مناطق رو به افول روستایی فرصت‌های مناسبی را فراهم می‌کند، زیرا تنها فعالیتی است که می‌تواند در کنار فعالیت‌های کشاورزی سنتی و صنایع روستایی که به سرعت در حال از بین رفتن هستند قرار بگیرد و عاملی شود تا روستاییان علاوه بر فعالیت‌های روزمره‌ی خود، از منبع درآمد دیگری نیز بهره‌مند شوند. از این رو امروزه گردشگری در مناطق روستایی و دورافتاده، اهمیت ویژه‌ای یافته و وسیله‌ای برای رفاه جوامع محلی تلقی می‌شود (قادری؛ ۱۳۸۳: ۱۶). در حال حاضر منطقه اورامانات در استان کرمانشاه نیز با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی منحصر به فرد، پذیرایی هزاران مسافری است که سراسر کشور و برخی کشورهای خارجی برای گذراندن اوقات فراغت خود در فصل بهار و تابستان بدین منطقه سفر می‌کنند (ولدبیگی، ۱۳۸۰: ۲). از آنجا بر خلاف امار رسمی مبنی بر ۵/۱۹ درصد نرخ بیکاری در منطقه اورامانات (کلهر، ۱۳۸۳) این منطقه با میانگین ۴۲ درصد (محمدی، ۱۳۸۶) بیشترین نرخ بیکاری در استان را به خود اختصاص داده است، مطالعه توان و ظرفیت‌های بالقوه توسعه روستای شرایط بهره‌گیری از آن در بهبود شاخص رفاه اجتماعی از جمله اشتغال و کاهش بیکاری ضروری به نظر می‌رسد. علی‌رغم پتانسیل‌های روستایی در جذب گردشگر تا کنون از جاذبه‌های این روستا گسترش گردشگری چندان بهره‌بردار نشده است، در حالی که طبق نظریات تجربیات موجود در رابطه گردشگری و کاهش بیکاری و در نتیجه، کاهش فقر و اشتغال کنار خانواده، می‌توان با استفاده از امکانات گردشگری روستایی، زمینه بهبود این شاخص‌ها را در روستا فراهم ساخت. همچنین بررسی رابطه گردشگری

روستای و اشتغال در تبیین و توجیه سرمایه‌گذاری در این صنعت دارای چنان اهمیتی است که برای حل مشکل بیکاری قرن بیست و یکم، سازمان بین‌المللی کار توسعه صنعت گردشگری را به تمام کشورها توصیه کرده است و سازمان یونسکو از کشورهای خواسته است در بحث اوقات فراغت به مقوله گسترش گردشگری توجه کند. بنابراین، با توجه به جاذبه‌های فراوان گردشگری در ایران اعم از میراث فرهنگی، چشم انداز طبیعی و زیست محیطی گردشگران زیسراسر جهان علاقه زیادی به سفر کردن به کشورمان دارند و از این لحاظ ایران جزو ده کشور برتر دنیا است (برادران، ۱۳۸۵، ۴). چرایی توسعه گردشگری در روستایی دسه دو بعد متفاوت قابل بررسی است. یکی اینکه این روستا وضعیت بیکاری چنان شدید است که جوانان بیشتر به سمت شغل‌های سخت روی می‌آورند که سلامتی آنها در خطر است. بخش کشاورزی در این روستا بیشتر باغبانی و شغل آزاد و باعث ورشکستگی بیشتر جوانان شده است. در این روستا توان پتانسیلهای بالا از نظر فرهنگی و طبیعی و تاریخی نیز به چشم می‌خورد. از این رو با توجه به در صد بیکاری در این روستا و مهاجرت به سمت شهرها با استفاده از امکانات و زیرساختهای در راستای محرومیت و ایجاد اشتغال و درآمد و کاهش فقر در این روستا صورت گیرد. بنابر این هدف از این مقاله حاضر آن است که با بررسی نقش کارکرد گردشگری روستایی و آگاهی فرهنگی به مردمان روستا تکیه بر اشتغال گردشگری مشخص شود: «چه رابطه‌ای میان گسترش صنعت گردشگری و ایجاد اشتغال در این روستا وجود دارد؟» و آیا توسعه گردشگری در این روستا جذب شاغلان دیگر بخش‌های اقتصادی (کشاورزی و صنایع دستی) را موجب شده است؟»

۳-۳ پیشینه پژوهش

هرچند پژوهشات اندک در رابطه توسعه گردشگری روستایی و اشتغال در دنیا به ویژه در ایران صورت گرفته، اما کارهای زیادی در مورد گردشگری انجام شده است بنابراین در پژوهش به اختصار به برخی از این پژوهش‌ها می‌پردازیم. مرادنژاد و نظری (۱۳۸۲)، در پژوهش خود با عنوان «توریسم و توسعه روستایی در ایران»، به بررسی تاثیر توسعه گردشگری بر توسعه روستایی پرداخته و گردشگری را یک عامل اقتصادی عمده و بسیار موثر دانسته اند که در سالهای اخیر، مورد توجه قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند اثرات گوناگونی بر توسعه داشته باشد، از جمله: ایجاد مشاغل گوناگون و نیز گستردگی زمینه اشتغال در گردشگری، به گونه‌ای همه کارگران ساده بدون مهارت و همچنین، همه صاحب مهارت‌های گوناگون می‌توانند در این رشته شاغل شوند. مهدوی (۱۳۸۱)، در مطالعه موردی که با استفاده از روش پیمایشی در دهستان لواسان صورت گرفته، به بررسی این مسئله پرداخته که آیا گسترش گردشگری در نواحی روستایی به لحاظ اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی به ایجاد توسعه در محیط روستایی انجام شده است یا خیر. نتایج این پژوهش نماینگر رابطه گسترش گردشگری با افزایش اشتغال زنان و جوانان، جذب نیروی آزاد بخش کشاورزی و افزایش فرصت شغلی در بخش ساختمان سازی است. شریف زاده و مرادنژادی (۱۳۸۱)، مقاله‌ای با عنوان «توسعه پایدار و توریسم روستایی» آورده اند که با گسترش گردشگری روستایی، امکان انجام فعالیت

های اقتصادی و ایجاد مشاغل گوناگون در مناطق روستایی فراهم می شود؛ این فرصت شغلی بیشتر جنبه خدماتی دارند و ممکن است به طور مستقیم یا غیر مستقیم به وجود آیند، که از آن جمله اند: حمل و نقل، هتل داری، خدمات مشاوره ای و راهنمایی، سازمان دهی و بازار یابی، تولیدات صنایع دستی و روستایی. همچنین، این پژوهشگران نتیجه می گیرند که یکی از مهم ترین کار کردهای گردشگری روستایی همانا ایجاد فرصت های شغلی جدید در مناطق روستایی است که در نتیجه آن، با حل معضل بیکاری، از نرخ مهاجرت جمعیت روستایی به کلان شهرها و گسترش حاشیه نشینی کاسته می شود؛ همچنین انتقال آرام نیروی بیکار (پنهان یا آشکار) بخش کشاورزی - که باعث کاهش بهره وری در این بخش شده - به سمت بخش های خدماتی صورت می گیرد و ایجاد فرصت شغلی جدید ایجاد می کند. تقوی (۱۳۸۵) نیز در یک مطالعه موردی، «به بررسی جایگاه صنعت گردشگری در منطقه بلاد شاپور دهشت پرداخته و در پژوهش خود، از روش پیمایشی استفاده کرده است. پژوهشگر به دنبال پاسخ بدین پرسش بوده که گسترش گردشگری چه تاثیری در بهبود وضع امکانات و خدمات زیر بنایی و رفاهی و در مجمع، در توسعه منطقه داشته است. یافته های این پژوهش نشان می دهد که با وجود توان های فراوان اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و کالبدی - محیطی در منطقه مورد مطالعه، نقش گردشگری در آن منطقه چشمگیر نبوده است. همچنین، در تحقیقات خارجی، لیپر (Leiper, ۱۹۹۹) بر این باور است که در بسیاری از کشورها، مردم گردشگری را صنعتی بسیار بزرگ با فرصت های شغلی فراوان می دانند. چوی (choy, ۱۹۹۹) نیز در مقاله با عنوان «کیفیت اشتغال گردشگری»، معتقد است که خاستگاه اصلی حرفه های خدماتی گردشگری مواد غذایی و مشروباتی است که بیشتر مؤسسه ها، به مشتریان ارائه می شود. البته این مسئله تنها به گردشگری مربوط نمی شود. اساسا با وجود دستمزدهای مختلف، سطح رضایت شغلی در مشاغل مربوط به گردشگری خیلی بالا است؛ و کیفیت اشتغال گردشگری نیز بهتر از سایر است. کوکیپر و همکارانش (cukier-snow et al, ۲۰۰۲)، در یک مطالعه موردی با عنوان «اشتغال غیر رسمی گردشگری: فروشندگان در بالی اندونزی» با استفاده از روش کیفی (مصاحبه)، بررسی اهمیت اشتغال غیر رسمی گردشگری در دو منطقه بالی اندونزی پرداخته اند. یافته های پژوهش حاکی از آن است که بیشتر فروشندگان را نوجوانان ۱۳ تا ۱۹ ساله و جوانان مجرد تشکیل می دهند. البته بحث اصلی این پژوهش چه داخلی و چه خارجی، به رابطه گردشگری و اشتغال باز نمی گردد؛ در جریان این پژوهش، تنها به اهمیت اشتغال در این صنعت و صنعت صنایع دستی و زنده شدن آثار اشاره ای شده است. اما مقالاتی که به بحث اشتغال در صنعت گردشگری پرداخته اند، در حقیقت، مطالعاتی عمیق نیستند که در آنها، نقش گردشگری از تمام زوایا بررسی شده باشد، بلکه با تجارب کشورهای گردشگر پذیر، بیشتر به باید و نبایدها و نقاط قوت و ضعف اشتغال گردشگری پرداخته اند. بنابراین، تفاوت این پژوهش با پژوهشهای پیش گفته و در حقیقت، مزیت پژوهش حاضر این است که در مطالعه ای گسترده، با مراجعه به آمار و ارقام موجود در منابع مختلف و معتبر (هست ها و نیست ها)، از تمام زوایا به بررسی تاثیر توسعه گردشگری روستای در اشتغال روستا مورد مطالعه پرداخته است. بسیاری از صاحب نظران درباره نقش

گردشگری نظریه های را مطرح کرده اند در اینجا به برخی از آنها اشاره می شود. شارپلی^۱ در مورد رابطه گردشگری روستایی و اشتغال بر این باور است چون گردشگری روستایی منبعی مهم جدید برای ایجاد درآمد در جوامع روستایی است، بنابراین:

* در کارهای مرتبط گردشگری، مانند آماده سازی اتاق برای گردشگران، تهیه غذا، خورده فروشی، حمل نقل و تدارک سرگرمی ها، مشاغل جدید به وجود می آید؛

* از فعالیت های خدماتی موجود مانند سامانه حمل نقل، مراقبت های پزشکی، و صنایع و حرفه های سنتی روستایی، حمایت می شود؛

* فرصت هایی برای فعالیت های چند گانه پدید می آید و بدین ترتیب، از رکود اقتصادی موقت جلوگیری و از درآمد حمایت می شود؛

* مشاغل جدید و متنوع در مناطق مختلف ایجاد می شوند و با کاهش هزینه های کشاورزی، اقتصاد محلی تقویت می شود (شارپلی، ۱۳۸۰: ۴۱)

لی^۲ در مورد تاثیرات اقتصادی گردشگری می گوید که گردشگری باعث افزایش درآمد ملی تولید خالص ملی می شود. همچنین، او گردشگری را منبع درآمدی برای دولت می داند و اعتقاد دارد که این صنعت به بهبود خدمات اجتماعی منجر می شود (لی، ۱۳۷۸: ۵۵، ۵۴). لاندبرگ^۳ بر این باور است که مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری وابسته به سازمان ملل، گردشگری بزرگترین صنعت فعال در جهان است. تولید ناخالص گردشگری مسافرت در ۱۹۹۳ تقریباً معادل ۲/۳ تریلیون دلار یا در حدود شش درصد تولید ناخالص ملی در جهان برآورد شده که نماینگر رشدی نزدیک به دو برابر آن است. در سراسر جهان ۱۲۷ میلیون نفر به فعالیت های مرتبط با گردشگری اشتغال دارند و از این رو، گردشگری از صنایع بزرگ اشتغال زا به شمار می رود و در ازای هر یک میلیون دلار درآمد تولید شده در این صنعت ۲۰ هزار شغل جدید ایجاد می شود. به عقیده بسیاری از صاحب نظران، گردشگری صنعتی کاربر و اشتغال زا است که برای افرادی دارای مهارت های گوناگون، شغل ایجاد می کند و یکی از راه های مؤثر برای غلبه بر مشکل بیکاری است (گی، ۱۳۸۲) (لی، ۱۳۷۸). اما نقش این صنعت در اشتغال زایی بستگی به نحوه محاسبه اشتغال و ماهیت بازارهای کار محلی دارد؛ و اگر گردشگری داخلی در مناطق متعدد پراکنده شده باشد، موجب باز توزیع درآمد و اشتغال خواهد شد (بول، ۱۳۷۹). که در این مورد سه نوع اشتغال مستقیم، غیر مستقیم و القایی شناسایی شده است (لی ۱۳۷۸)، (گی، ۱۳۸۲؛ سازمان جهانگردی، ۱۳۸۰). یکی از بزرگترین منافع صنعت گردشگری در نواحی روستایی ایجاد درآمد و دستمزد برای افراد شاغل در این صنعت است، اغلب آنها افراد محلی و بومی تشکیل می دهند.

¹. Sharply

². Lea

³. Lundberg

بنابراین اولین تاثیر اقتصادی گردشگری افزایش درآمد فردی و یا عمومی ساکنان بومی است. دیگر تاثیر مثبت گردشگری ایجاد فرصت شغلی جدید و نیز افزایش اشتغال زنان جوان در فعالیت های مرتبط با این صنعت است. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری باعث افزایش نقش زنان و جوانان در جوامع سنتی و دور افتاده می شود (شارپلی، ۱۳۸۰). همچنین توسعه گردشگری باعث افزایش فرصت شغلی و ارتقای پایگاه اجتماعی زنان و جوانان می شود (باتلر، ۱۳۸۱) (در منابع نیست). بر اساس امار نیز باید اعتراف کرد که دو طبقه «زنان» و «جوانان» از گردشگری سود می برند (لانکوار، ۱۳۸۱). همچنین ممکن است گردشگری شاغلان دیگر بخش اقتصادی را جذب کند (لی، ۱۳۷۸)؛ و نوع فعالیت های گردشگری بر اشتغال تاثیر می گذارد، زیرا برخی از انواع آن کاربرتر به شمار می روند. (لی، ۱۳۷۸) (بول، ۱۳۷۹) همچنین، گردشگری موجب اشتغال پاره وقت و فصلی می شود.

۴-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش

در صنعت گردشگری امروزه توجه به نیاز بازار، تقاضای مشتری و تطبیق آن با قابلیت ها و توانمندی های هر منطقه بسیار مد نظر قرار گرفته است. این فرآیند مرحله نخست در تطبیق تقاضا و عرضه گردشگری می باشد تا در گام بعدی با استفاده از اطلاعات حاصل از این بررسی ها به ارائه راهکارهای مناسب جهت ارتقای وضعیت گردشگری به ویژه در مناطق با اهمیت زیستی و با رویکرد مشتری محور به تدوین استانداردها و قوانین توسعه پایدار گردشگری اقدام گردد (آخوندی و همکاران، ۱۳۹۴). یکی از مناطق خوش آب و هوا شهرستان پاوه، روستای دشه است. این روستا در غرب شهر پاوه واقع شده است و به خاطر دارا بودن جاذبه های طبیعی، تاریخی و فرهنگی از شاخص ترین روستاهای شهرستان و به عنوان روستای هدف گردشگری انتخاب شده است. وجود بخشی از قلعه دوران مادها به نام قلعه پاسگاه و تپه تله ثبت ملی آن در سال ۱۳۸۴ محدوده عرفی این روستا اهمیت آن را چند برابر کرده است و همچنین آثار تاریخی با ارزش چون قلعه مراد و چشمه سر تاویران و هانی کوان زیبا و آبشار وه زه نه بن، و گور دخمه های روستای دشه به اسم تپه ول، همچنین ارتفاعات، کوهها آتشگاه، هیلاوو، سه یاسه، رقله قندی (قله به روز) کوه های مرتفع، بیلاق های سر سبز و نیز چشمه های پر آب و درختان جنگلی مناطقی چون چشمه جنگلی بیلاق، چشمه گلزار و چشمه های هانی کوان و آبشار وه زه نه بن از مهم ترین مناطق دیدنی این روستا به شمار می آیند

۱-۴ جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل گردشگران روستای دشه و گردشگرانی که در شهر پاوه در فاصله ۷ کیلومتری از روستا اقامت داشته و این منطقه را برای اقامت انتخاب کرده اند می باشد. جامعه آماری پژوهش با توجه به جدول مورگان جامعه نامحدود می باشد که تعداد پرسشنامه توزیع گردید که از آن تعداد ۳۲۲ عدد جمع آوری شده است.

۴-۲ قلمرو پژوهش

قلمرو زمانی پژوهش

پژوهشگر به منظور انتخاب مکان مورد مطالعه و آشنایی اولیه با منطقه ساکن این روستا بوده در سال ۱۳۹۷ به روستای دشه داشته و با موقعیت روستا آشنایی نسبی پیدا کرده و پس از تحقیقات کتابخانه‌ای و مرور پژوهش‌های انجام شده و تهیه‌ی پرسشنامه در ۲۰ روز به روستا در خرداد ماه ۱۳۹۷ اقدام به تکمیل مطالعات میدانی و پرسشنامه و بازدید از جاذبه‌های منطقه، تعامل با بخشی از اهالی روستا و مصاحبه با رئیس شورای روستای دشه جناب آقای حسن احمدی به عمل آمد و در بازه‌ی زمانی شهریور ۱۳۹۷ تا شهریور مطالعات مربوطه به طول انجامیده است.

۴-۳ قلمرو مکانی پژوهش

قلمرو مکانی تحقیق روستای دشه از توابع شهرستان پاوه بخش مرکزی استان کرمانشاه می‌باشد. منطقه گردشگری دشه با وسعت حدود ۲۴۳۵۸ هکتار از جهت شرق و به جاده‌ی اصلی شهر پاوه و مرز شهرستان، از جهت غربی و به مرز نوسود و سد داریان و هیروه نزدیک می‌باشد، از جهت جنوب شرقی و شرق به روستای گلال جاده قدیم روستا به شهر پاوه عرفی روستای دشه و چشمه‌سرتاویران با فاصله مرکز روستا واقع شده است. روستای دشه در منطقه اورامانات در استان کرمانشاه و کردستان می‌باشد از شمال به مریوان، از جنوب به شهرستان جوانرود از غرب به کشور عراق و از شرق به ارتفاعات شاهر مر تبط است نزدیک به شهرستان پاوه می‌باشد و نزدیک به روستای گلال و نوریاب از طرف شرق و از طرف غرب به روستای هیروه و کومره و از طرف جنوب غربی روستای متروکه بلیزان و از طرف جنوب به روستای زردویی نزدیک می‌باشد با این حال این روستا قسمت بسیار زیبای از استان قرار گرفته. دشه حدوداً ۲ کیلومتری از پاوه تقریباً ۱۰۰ کیلومتر کرمانشاه فاصله دارد این روستا دارای آب هوای سرد کوهستانی که در بهار و پاییز هوا معتدل و در تابستان هوا کمی گرم و در زمستان هوا نسبتاً سرد جمعیت بیش از دو هزار ۲۰۰۰ نفر و جز روستاهای پاوه می‌باشد و جود وسعت زیاد و شرایط اقلیمی و نزدیک به شهرستان پاوه و طبیعت بکر چشم هر بیننده را به طرف خود می‌کشد و طبیعت خدادادی زیبا می‌توان روستای اورامی زبان نام برد مردمان مهمان نواز روستا که صفا و صمیمیت در این مکان وجود دارد اکثر کارها با همکاری مردم انجام شده است از جمله ساختن مسجد و خرید یک آمبولانس به کمک خیرین روستا خرده شده و از آن استفاده می‌شود در مراسمات روستا از جمله عروسی و اعزا شرکت میکنند و دین مردم اسلام و مردمانی با فرهنگ و مردمان روستا با اخلاق که موجب میشود به این روستا سفر کنند و چند روز در خانه آشنای خود پذیرای شوند و سطح سواد از نظر امار نهضت سواد آموزی همه باسوادند و تحصیلات عالی در دانشگاهها مشغول به تحصیل هستند در این روستا تپه های ماهور وجود دارد که موجب جذابیت و توریسم میشود معروفترین آن تپه به نام تپه هول می‌باشد که روبه شمال روستا قرار دارد وجود این تپه ها و سنگهای از جنس آهک در دامنه زاگرس و درهای عمیق که دره پاسکه وده پان و جود باغات توت که جزئی باغات قدیم

روستا در کنار این دره که از شمشیر و نوسمه دوريسان و پياوه خانگه و گلال آب این روستاها از این روستا عبور می کند که در فصل بهار نزدیکی این طبیعت زیبا با عث جذب گردشگر به روستا می شوند که و دره دیگر به نام دره بامه و دره جمه که آب این دره از چشمه های که در قسمت جنوب روستا می باشد به این دره می ریزد و آب شدن برف ها در دامنه کوه هاو جنگل که وارد چشمه وسط روستا یعنی سر تا ویران و از آبشار وزنه بن جاری می شود در یک نقطه به نام شمله نزدیک جاده هانه کوان با آب که از روستاهای اطراف می ریزد و وارد چشمه هانه کوان می شود یکی می شود و وارد دره هیورد و از انجا وارد سیروان می شود روستا جز روستا های خطی به صورت پلکانی می باشد از سه قسمت کلو دگه و نساله و پچه گاه که جدید ترین محله روستا پچه گاه می باشد و قدیم ترین محله روستا نساله

۱-۵ قلمرو موضوعی پژوهش

این پژوهش به بررسی امکان معرفی گردشگری (بازار جدید گردشگری روستایی) بر اساس تقاضای گردشگران پرداخته شده است تا میزان تقاضای آنها برای ایجاد توسعه گردشگری سنجیده شود که برای متغیر تقاضا دو عوامل فردی که شامل شاخص های جنسیت، سن، وضعیت تأهل و میزان تحصیلات می باشد در نظر گرفته شده و عوامل اقتصادی که شامل شاخص های میزان درآمد و شغل می شود در نظر گرفته شده است. برای متغیر توسعه گردشگری سه بعد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و اکولوژیکی در نظر گرفته شده است و برای متغیر گردشگری روستایی فعالیت ها و جاذبه های مرتبط با مناطق روستایی در نظر گرفته شده است تا میزان تمایلات، ترجیحات و نگرش گردشگران نسبت به فعالیت های مرتبط با مناطق روستایی سنجیده شود.

۱-۶-۱ تعاریف مفهومی و عملیاتی

۱-۶-۱-۱ امکان سنجی

در پژوهش های که به مطالعه امکانسنجی گردشگری پرداخته اند، پژوهشگران ضمن بررسی پتانسیل های توسعه گردشگری و شناسایی مهم ترین توانمندی های توریستی مناطق، به ارزیابی نقش اکوتوریسم در توسعه مناطق روستایی و نیز به برنامه ریزی برای بهره برداری بهینه از قابلیت های بالقوه و بالفعل مناطق پرداخته اند و در نهایت به منظور بهره برداری بهینه از منابع، به ارائه راهبردها و راهکارهایی برای توسعه گردشگری ارائه نموده و کمتر با رویکرد سیستمی موضوع را تحلیل نموده اند (رضوانی، محمدرضا و مرادی، مهنوش؛ ۱۳۹۱). گردشگری مانند یک محصول اقتصادی به نظام عرضه و تقاضا وابسته است که امکانسنجی محصول گردشگری را به مثابه راهبرد بنیادی در رابطه با ارزیابی قابلیت های گردشگری در فضای سرزمینی یعنی عرضه محصول گردشگری برای پاسخگویی به بازار گردشگری در مقیاس منطقه های ملی و بین المللی را ضروری می سازد (سقایی، جوانبخت قهفرخی؛ ۱۳۹۱). اغلب افراد مطالعات بازار و امکانسنجی را یکی می دانند اما آنها دو مفهوم متفاوت هستند و به طور کلی تجزیه و تحلیل بازار ابعاد تقاضا و عرضه را جستجو می کند که منجر به ایجاد بازار برای یک محصول می شود اما مطالعات امکانسنجی به دنبال تجزیه و تحلیل این هستند که آیا یک محصول در یک بازار توجه

مشتریان را جلب خواهد کرد و آیا تقاضا برای آن محصول وجود دارد و میزان موفقیت بازار بر اساس تقاضای مشتریان چقدر است.

۲-۶-۱- خدمات گردشگری

تاثیر عمده اقتصاد گردشگری، از طریق خدمات تسهیلات برای مسافران ایجاد می شود. رستوران ها و خدمات غذایی، تسهیلات اسکان و پذیرایی، خدمات حمل نقل، ورودگاه ها، خدمات اطلاع رسانی، تسهیلات تفریحی - ورزشی و فروشگاه ها، بیشترین میزان اشتغال، درآمد و منبع اخذ مالیات هستند. مجموعه این خدمات معمولا «صنعت خدمات مهمان یاری^۱» نامیده شده است. اقتصاد دادانان بر این باورند که گردشگری نه تنها آثار مستقیم اقتصادی، بلکه آثار تکاثر دارد؛ برای مثال هتل ها، رستوران ها و فروشگاه های خرده فروشی، محصولات خدمات خاص عرضه می کنند، اما درآمد حاصله در اقتصاد جامعه آثار زیادی دارد؛ از جمله باعث سرمایه گذاری در خدمات غذایی، خدمات بهداشتی و درمانی، حمل نقل و همچنین اشتغال زایی بیشتر می شود (Gunn, 2002: 45). بنابراین، برای حداکثر کردن درآمدهای حاصل از گردشگری، بایبید ملاقات کنندگان را تشویق کرد تا آنجا که ممکن است از امکان تماشایی دیدن کنند و از تسهیلات رفاهی استفاده هر چه بیشتر خرید کنند (Doswell, 1997: 64). البته تحقق این امر مسلزم توزیع بهینه خدمات، با قیمت مناسب است.

۷-۱- اطلاعات گردشگری

اطلاعات عنصری است که اهمیت روز افزون و نقش چشمگیری در صنعت گردشگری یافته است (Gunn, 2002: 45). بدون شک مهمترین عامل شتاب دهنده این صنعت، کار برد فناوری اطلاعات در سیستم توزیع گردشگری بوده است؛ زیرا امکان دست یابی به اطلاعات به موقع در خصوص تسهیلات و اسکان در اماکن گردشگری تمام مراحل توزیع در هر مقطع زمانی را فراهم ساخته است؛ به ویژه زمانی که محصول مورد نظر فاسد شدنی و قابل استهلاک باشد. فناوری اطلاعات کمک موثری در اطلاع رسانی و توزیع محصول می کند. همچنین این فناوری هزاران عرضه کننده در سراسر جهان قادر ساخته است تا با نظامهای ثبت یارانه ای مرتبط شوند (lumsdon, 1997: 193). با اینکه معمولا گردشگر فقط مدت کوتاهی در یک محل اقامت می کند، لازم است به سرعت در مورد آنچه قرار است ببینید، انجام دهد یا بخرد، اطلاعات لازم را بدست آورد، باید اور را در مورد مقصد و خدماتی که در آنجا عرضه می شود، آگاه کرد (Doswell, 1997: 177). اگر مکانی جاذبه های ارزشمند دیدنی زیادی هم داشته باشد، در صورتی که اطلاع رسانی از طریق مناسب به واقع صورت نگیرد، امکان سفر گردشگران به آن مقصد کمتر می شود، یکی دیگر از کارکرد های جدید فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری؛ جلوگیری از تخریب برخی از مکان های مورد بازدید گردشگران است. کاهش تعارض محیطی و اجتماعی، یکی از دیگر نقش های اطلاع رسانی در صنعت گردشگری است. مطالعه نشان می دهد که

^۱ . Hospitality Service Industry

فقدان آگاهی از بازدیدکنندگان از شرایط اجتماعی، و فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در جامعه میزبان از عوامل مهم است هنگامی که هنگام مواجهه میزبان و میهمان مشکلات تعارض‌هایی را به وجود می‌آورد. گردشگران قبل از ورود به یک مکان یا در حین بازدید از آنجا، نیاز به اطلاعاتی دارند که به آنها کمک می‌کند تا واقعیت‌های موجود بهتر درک کنند. اگر چه ممکن است برخی اطلاعات را به صورت پراکنده از طریق ناگفته دیگران یا برخی رسانه‌ها بدست آورده‌اند، اما اطلاع‌رسانی سازمان یافته مستند برای آن بسیار ارزشمند و قابل اعتماد است. تاسیس دفاتر اطلاع‌رسانی گردشگری از روش آگاه‌سازی علاقمندان است (Gunn, 2002: 55-56).

۸-۱- رویکرد بازاریابی

۸-۱-۱ تقاضا

تقاضا یعنی "گردشگر" یا در مفهوم اقتصادی آن "بازار" که در سیستم گردشگری مربوط به منطقه مبدأ یا گردشگر فرست می‌باشد (وثوقی، خانی؛ ۱۳۹۵؛ ۵۱). مطالعه‌ی تقاضا نه تنها به چگونگی و چرایی تصمیم افراد به سفر می‌پردازد بلکه شیوه‌ی رفتار گردشگران، دلیل انتخاب انواع خاص گردشگری، معنا و مفهوم گردشگری برای آنان و دلیل تغییر سلیقه‌ی آن‌ها در گردشگری را مد نظر قرار می‌دهد (وثوقی، خانی؛ ۱۳۹۵؛ ۵۲).

۸-۱-۲ گردشگری روستایی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و فرهنگی

گردشگری روستایی شامل تمامی فعالیت‌هایی که گردشگران در مناطق روستایی انجام می‌دهند می‌شود. گردشگری روستایی می‌تواند مفهوم گردشگری کشاورزی یا مزرعه را نیز شامل شود اما هر دوی آن‌ها از اجزای بزرگی از گردشگری در مناطق روستایی به حساب آیند (رکن‌الدین افتخاری، مهدوی، ۱۳۸۵؛ ۵). این روستا جاذبه‌های گردشگری زیادی دارد. که گردشگری و توسعه روستا در گردشگری حتی می‌باشد قدمت قبل از میلاد مسیح دارد که به دوران مادها بر می‌گردد، اشخاص بزرگ در این روستا هستند و گور دخمه‌های که بر می‌گردد به دوران مادها و قلعه و تپه باستانی روستا دشه مشهور به تپه تله دشه در این روستا چند باغ خوب وجود دارند از جمله باغاتی که در جنوب روستا هستند مردمان زیادی در آنجا دیدن می‌کنند و باغات که در شمال روستا هستند بهترین باغ انار می‌باشند و بیلاق هیلاو که نزدیک به روستای گلال می‌باشد چند سالی است برای دیدن این مکان می‌توان به وسیله ماشین از آن دیدن کرد. طبیعت زیبا استفاده می‌کنند و بعضی از مردم در بهار دامهایشان تا فرارسیدن پاییز از آنجا کوچ مستقر می‌شوند. ده ره تفه و هیلاو از د و بخش بزرگ و کوچک می‌و چشمه سر تاویران چشمه زیبا که در وسط روستا می‌باشد دارای قسمت جدا زنانه و مردانه که در گذشته آب نبوده آب به وسیله مشک به خانه می‌آوردند و در آن چشمه حمام قدیمی وجود داشته و حوض شیخ فتاح درختان چنار تنومند حتی قدمت چندین ساله دارند و قلعه پاسگاه در خاورشرق قرار دارد که در بالای آن فرو رفتگی شبیه حوض وجود دارد که از این آثار از بین رفته تنها قسمت حوض سنگی مانده و این حوض پر از آب می‌کردند به وسیله نای خشک که در این طبیعت وجود دارد. آب را از طرف چشمه هیلاو به وصل کردن این نای‌های خشک که چندین کیلومتر دور است از طرف جنوب این روستا وارد

این حوضچه سنگی می‌گرداند این مردمان در گذشته باهوش بوده‌اند با چه راهکاری به وسیله شیب و نای خشک طبیعت از آن استفاده می‌کردند هیلاو برانشاخ نزدیک زردوئی و طبعت زیبای آن می‌توان در فصل بهار استفاده کرد و قله قندی یا قله پروژ نزدیک سه یاسه ر و کرند بلبران می‌باشد. طبیعت زیبای سیاولان و مام تروه وقلی بلجان که در انجا فضای سبز ودرختان بلوط و نوزالک و گلابی که در قسمت شرق روستا نزدیک به روستای گلال که گردشگران زیادی به این مکان بکر و دیدنی سر میزنند و وجود آب از طرف چشمه هیلاو و این آب به وسیله لوله وارد روستا و قسمتی از آب در دره سیاولان می‌ریزد به مکان گردشگری تبدیل شده این روستا مکانی دیگری مانند دره تغه که جنگل انبوه وجود دارد در قسمت غرب درختان ون یا پسته وحشی که باعث شده مردم با تلاش و کار چهل روزه در درون این درختان شیره به نام سقز از آن درخت می‌گیرند و در این مکان مردم قدیم کوچ می‌کردند اما عدم وجود جاده مردم کمتر به آن جادی دیدنی می‌روند و هیورد در قسمت شمال روستا که چند تا جوان با کار و همت مشغول پرورش ماهی هستند آن مکان هم جالب و وجود دره عمیق و آب فراوان و در فصل تابستان که هوا گرم است جای است برای تفریح مردمان این روستا و روستا پله کانی و چشمه سر تاویران و درختان تنومند چنار که مردان روستا در تابستان در کنار حوض شیخ فتاح جمع می‌شوند که استراحت کنند. استفاده و بهره برداری از بیشتر پتانسیلهای موجود روستا طبیعی: جنگل، کوه، چشمه رودخانه، گونه جانوری ورزشی: صخره نوری، گذر طناب بر روی آبشار و زنه، ورزش های محلی فرهنگی و:مراسمات دینی، مکان های مقبره بزرگان روستا، اقتصادی اجتماعی پارکهای تفریحی یا باغات ارائه خدمات سرویس مناسب با سلیقه گردشگری و احترام به سلیقه آنها گروه سنی بچه ها، جوانان، زوجین، سالمندان دادن اطلاعات گردشگر از طریق زمینه های متقاضی گردشگر گاتالوگ، بروشورها و پانلها، آژنسهای مسافر و، اینترنت کنب گیدو راهنمای سفر، رسانه ها، عکس اسلاید، نمایشگاه، توریسم روستایی یا روستا گردی ۲ گردشگری محیطهای طبیعی ۳- گردشگری محیطهای طبیعی ۴- گردشگری در محیطهای اقتصادی به طور کلی انواع گردشگری:

۱) گردشگری کشاورزی *Agri/Agro-tourism*

۲) گردشگری سبز *green tourism*

۳) گردشگری غذایی: *Gastronomic tourism*

۴) طبیعت گردی: *Eco tourism*

۵) گردشگری ماجراجویانه: *Advanture tourism*

۶) گردشگری به منظور دیدار از دوستان و آشنایان: *Visiting friends and relatives (VFR)*

۷) گردشگری با انگیزه خاص: *Special-Interest tourism*

۸) سایر فعالیتها و فرهنگ سنتی روستای، (قادری ۲۴: ۱۳۸۳-۲۹)

۹) گردشگری روستاهای اکولوژی روستا سالم

جدول شماره (۱) مربوط به جاذبه های گردشگری روستای دشه

اسامی جاذبه های روستای دشه	اسامی جاذبه های روستای دشه	اسامی جاذبه های روستای دشه
طبیعی: جنگل، کوه، چشمه، و رودخانه، گونه جانوری،	ورزشی: صخره نوری، گذر طناب بر روی آبشار وه زه نه، ورزش های محلی	آبشاروه زه نه بن
حوض شیخ فتاح چشمه سرتاویران قسمت زنانه و مردانه	عالمان و شاعران بزرگ روستا	خانه تاریخی خانم شمعه نادری
- تپه ثبت شده ملی تپه تله دشه ۱۳۸۴	قران خطی و تاریخی ماموستا محمود دشه ای	آبشار هیورد
نیایشگاه سلطان اسحاق	چشمه سرتاویران قسمت مردانه روستای دشه	تل زیر زمینی هیورد
- گوردخمه های تپه ول	تنگه پاسگاه	منطقه زیبا وراور چنار
بافت روستا معماری		زندان قدیمی روستای دشه دسه وهوشه
جنگل سیاولان		
هانه کوره	کاریز قدیمی	قلعه مراد
غارهای جن و ماه مندی	جای پای اصحاب و هیورد	جنگل های دره سیاولان
چشمه سر تاویران وسط روستا و چنار تنومند	مکان ییلاقی هیلاوو چشمه زیبا هیلاوو	مکان زیبا قلعه فندی وهوالیس، سه یاسر، ده رتفه
مقبره سید شهاب الدین تالشی	مقبره اشخاص از جمله ماموستا محمود مفتی زاده	شیخ حبیب الله نقشبندی

۹-۱۱ اهمیت و ضرورت پژوهش: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی آنچه در حال حاضر در بخش مدیریت روستایی کشور کمتر به آن پرداخته شده است و حتی در سالهای گذشته جایگاه چندان مشخص و مطلوبی را نداشته است، نگاه همه جانبه و همه سو نگر به روستا به عنوان مکانی متنوع و با قابلیت برای توسعه و عمران بوده است. متأسفانه طی چندین ده سال گذشته، نقاط روستایی تنها به عنوان مکانهایی قابل ترحم، فقیر و احتیاج به کمک های دولتی مورد نظر قرار گرفته اند که باید به هر صورت به این مناطق امکانات و خدمات داده شود تا از پروسه توسعه ملی عقب نمانند. چنین نگرشی طی سالهای زیاد مدیریت روستایی (بعد از اصلاحات ارضی) باعث نوعی نگرش منفی و اینکه اصولاً روستا به غیر از کشاورزی توان دیگری برای توسعه خود ندارد، انزواطلبی و خارج شدن محیط روستا (با همه توانهای طبیعی، انسانی، فرهنگی و...) از چرخه توسعه ملی گردید. لذا با شناخت همه جانبه و ریزبینانه به این مناطق می توان به خوبی منابع رشد و توسعه را در خود این مناطق جستجو کرد، به شرط آنکه در تدوین ساختار مدیریت روستا بتوان

این نگرش و تفکر را به خوبی مورد استفاده قرار داد. گردشگری روستایی می تواند منبع مهمی برای بحث اشتغال در مناطق روستایی باشد، به خصوص این امر در میان گروههای کوچک که از نظر اقتصادی نیز در سطح بالایی قرار ندارند، قابل توجه می باشد، چراکه اشتغال در این صنعت برای روستاها، اغلب احتیاج به مهارت زیادی ندارد و ساکنین محلی به آسانی و با مهارتهای معمولی و ساده مانند پخت غذاهای محلی، خدمتکاری، خرده فروشی، کارگری در رستورانها و... می توانند در این زمینه فعالیت کنند. اهمیت گردشگری روستایی را همچنین می توان در زمینه اشتغال در بخش خدمات رسانی و حمل و نقل و جابه جایی گردشگران به خوبی مد نظر قرار داد. (Dennis - 2003 - p98) بالا بردن کیفیت زندگی روستائیان از دیگر نتایج توجه به گردشگری روستایی است که می تواند از طریق تامین درآمدهای مالیاتی در ساختار مدیریت روستایی بکار رود. چراکه در حال حاضر نبود درآمد کافی و مناسب برای بخش مدیریت روستایی از بزرگترین مشکلات پیش روی روستاها می باشد. وابسته بودن به درآمدهای دولتی و نگاه کردن به این درآمدها برای پیشبرد اهداف مدیریت و توسعه روستایی تجربه تلخ چندین سال گذشته روستاهای کشور بوده است. در واقع این وابستگی باعث شده است که مدیران روستایی تنها آنچه را که عنوان طرحهای ملی و از ساختار مدیریت کلان سرچشمه می گیرد، قابل اجرا در روستا بدانند و از اجرای طرحهای محلی و بومی که فاقد اعتبار لازم است، چشم پوشی کنند. گردشگری روستایی می تواند به عنوان حافظ منابع طبیعی و منابع محلی در مناطق روستایی باشد. آنچه که امروزه با معضل بزرگ ملی در تمامی مناطق کشور دست به گریبان هستیم، تخریب رو به افزایش منابع طبیعی و انسانی است که اکثرا در حوزه های روستایی قرار دارند. حفظ فرهنگ بومی و محلی و رسوم اجتماعی از طریق توجه به گردشگری روستایی می تواند توسعه فرهنگی را برای جامعه به ارمغان آورد. آنچه که امروزه فرهنگ بومی و ملی ما را در مقابل هجوم فرهنگ غربی ناتوان کرده است، عدم آشنایی با فرهنگ بومی و فراموشی آن حتی در مناطق روستایی توسط مردمان همان مناطق است. واقعیت این است که امروزه مدیریت روستایی در کشور نتوانسته است از همه پتانسیلها و توانهای بالقوه روستاها برای توسعه و پیشرفت مناطق روستایی استفاده مناسب را ببرد. مدیریت روستایی کشور بعد از اصلاحات ارضی، دستخوش تغییرات عمده و فراوانی شده است و آنچه تاکنون تحت عنوان مدیریت روستایی در برنامه ها عنوان می گردد دارای کاستیها و کمبودهای فراوانی می باشد. از جمله این کاستیها، عدم توجه به توان و پتانسیل روستا در بحث گردشگری روستایی است راهکار قابلیتها و محدودیتها گردشگری روستای دسه کمبود زیرساختها اغلب روستاها دارای راه های نامناسب و نبود شبکه های حمل و نقل منظم و عمومی و یا شبکه های راه می باشند که این یک مشکل بزرگ بر سر راه توسعه گردشگری در این مناطق می باشد و نبود همکاری لازم بین زیرساخت خانه بوم گردی در منطقه اورامانات از جمله روستای دسه می باشد محدودیتهای فصلی برای گردشگری روستاییبازده طولانی مدت سرمایه گذاری پایین بودن اطلاعات روستائیان در باره علایق گردشگران کمبود آموزشهای لازم نسبت به معرفی و شناخت بیشتر این فعالیت در مناطق روستاییمشکلات موجود در ساختار مدیریت روستایی در زمینه گردشگری نبود

مدیریت تخصصی و جامع یک مشکل مشخص و قابل توجه در کشور، کمبود مدیریت تخصصی و درست در میان روستاییان و کشاورزان در اجرای طرحهای گردشگری روستایی است. کمبود این مدیریت همچنین در میان مسئولین و دست اندرکاران برنامه ریزی گردشگری نیز قابل مشاهده است. اغلب این افراد اطلاعات و دانش و همچنین تجربیات اندکی نسبت به گردشگری روستایی دارند. لذا این مسئله برای انتخاب مناسب برنامه ها و پروژها در مناطق روستایی ایجاد مشکل می کند.

۱-۱۰ تحلیل اطلاعات و آمارهای استخراج شده از مکان روستایی

بعد از جمع آوری اطلاعات کامل از منطقه و با توجه به اهداف برنامه ها، این اطلاعات مورد ارزیابی و تحلیل قرار می گیرند تا بتوانند برای روند و چگونگی توسعه گردشگری مورد استفاده قرار گیرند. در این مرحله است که باید ظرفیتهای مورد نیاز و متناسب برای گردشگری محاسبه شوند. الگوهای مورد نظر برای نوع متناسب با منطقه تعیین شوند. امکانات، خدمات، زمینه های تفریحی و نیازهای درآمدی و اشتغال زایی روستا مشخص شوند. در واقع در این مرحله، مدیریت بایستی با توجه به اهدافی که برای این صنعت در روستا مشخص کرده است و بر اساس وضعیت موجود تهیه شده در مرحله قبل، به چگونگی ارائه و نحوه اجرا کردن این فعالیت در روستا پردازد

یافته توصیفی: از بین ۳۲۲ نفر که به صورت کامل پرسشنامه رو جواب داده بودند، که اطلاعات توصیفی مربوط به آن ها در جدول ۲ آمده است

جدول شماره (۲) آلفای کرونباخ شاخص های پژوهش

تعداد سوالات	درصد	الفای شاخص
۵	۳۵۰	تاریخی
۵	۸۵۱	فرهنگی مذهبی
۴	۸۵۴	طبیعی
۴	۷۳۳	خرید
۲	۸۹۸	موقعیت دسترسی آموزشی
۳	۸۵۸	اسکان
۴	۸۰۶	اجتماعی فرهنگی
۴	۸۶۲	غذا
۴	۳۸۲	رسانی تبلیغات اطلاع
۲	۵۰۹	دسترسی ارتباطات
۵	۹۴۰	تسهیلات

با توجه به جدول شماره ۲ آلفای شاخص تسهیلات با ۹۴۰ درصد موقعیت دسترسی آموزش ۸۹۸ درصد و اسکان با ۸۵۸ درصد و طبیعی با ۸۵۴ درصد و فرهنگی با ۸۵۱ درصد و غذا با ۸۶۲ درصد و خرید ۷۳۳ درصد اجتماعی و فرهنگی

۸۰۶ درصد با بیشترین درصد بوده است و کمترین درصد شاخص تاریخی با ۳۵۰ درصد اطلاع رسانی و تبلیغات

۳۸۲ درصد دسترسی ارتباطات ۵۰۹ درصد بوده است

جدول شماره (۳). وضعیت توصیفی افراد نمونه آزمون کلموگروف اسمیرنوف

۱۳	کولموگروف اسمیرنوف	منفی	Positive	مطلق	پارامتر متوسط معنی. a, b	تعداد پرسشنامه	متغیرها
۰.۰۰۰	۹,۴۹۰	-۵۳۱	۰.۲۲۰	۰.۵۳۱	۱,۳۱۹۹	۳۲۲	جنسیت
۰.۰۰۰	۱۰,۲۲۴	-۳۱۲	۰.۱۹۹	۰.۳۱۲	۳,۰۹۳۲	۳۲۲	سن
۰.۰۰۰	۸,۹۹۸	-۶۰۶	۰.۲۳۰	۰.۶۰۶	۱,۰۷۴۵	۳۲۲	گردشگری
۰.۰۰۰	۸,۶۷۶		۰.۲۵۰	۰.۳۳۹	۲,۸۱۲۰	۳۲۲	شغل
۰.۰۰۰	۸,۳۰۵	-۵۴۶	۰.۲۰۶	۰.۵۴۶	۱,۲۶۷۱	۳۲۲	وضعیت تاهل
۰.۰۰۰	۷,۴۶۳	-۵۳۰	۰.۲۱۹	۰.۵۳۰	۳,۲۹۱۹	۳۲۲	تحصیلات
۰.۰۰۰	۸,۹۱۰	-۵۵۶	۰.۲۶۷	۰.۵۵۶	۲,۲۷۳۳	۳۲۲	اقامت کردن
۰.۰۰۰	۷,۷۷۸	-۴۵۸	۰.۲۹۳	۰.۴۵۸	۱,۶۳۰۴	۳۲۲	مقصد
۰.۰۰۰	۶,۵۳۰	-۳۷۵	۰.۱۷۵	۰.۳۷۵	۲,۱۲۷۳	۳۲۲	هدف شما از سفر
۰.۰۰۰	۹,۵۳۳	-۳۳۲	۰.۱۳۳	۰.۳۳۲	۲,۴۸۱۴	۳۲۲	انگیزه شما از سفر
۰.۰۰۰	۵,۵۹۱	-۵۲۹	۰.۲۸۰	۰.۵۲۹	۱۷,۲۷۳۳	۳۲۲	تاریخی
۰.۰۰۰	۱۰,۸۶۹	-۵۷۱	۰.۳۰۵	۰.۵۷۱	۱۴,۱۸۳۲	۳۲۲	جاذبه های فرهنگی مذهبی
۰.۰۰۰	۶,۰۹۱	-۵۰۱	۰.۲۸۲	۰.۵۰۱	۱۵,۸۰۴۳	۳۲۲	جاذبه های طبیعی
۰.۰۰۰	۹,۷۹۴	-۴۸۳	۰.۲۹۹	۰.۴۸۳	۱۵,۷۵۱۶	۳۲۲	خرید
۰.۰۰۰	۹,۵۰۵	-۴۶۳	۰.۳۰۲	۰.۴۶۳	۸,۳۵۰۹	۳۲۲	موقعیت دسترسی
۰.۰۰۰	۶,۳۸۶	-۴۱۶	۰.۲۶۱	۰.۴۱۶	۱۱,۱۵۸۴	۳۲۲	اسکان
۰.۰۰۰	۸,۲۲۷	-۴۹۷	۰.۲۹۸	۰.۴۹۷	۱۶,۴۵۳۴	۳۲۲	اجتماعی فرهنگی
۰.۰۰۰	۶,۷۳۰	-۴۳۳	۰.۲۶۷	۰.۴۳۳	۱۵,۱۵۲۲	۳۲۲	غذا
۰.۰۰۰	۵,۹۵۲	-۳۶۴	۰.۲۲۱	۰.۳۶۴	۱۵,۲۸۸	۳۲۲	اطلاع رسانی تبلیغات
۰.۰۰۰	۸,۴۲۷	-۴۷۰	۰.۲۸۱	۰.۴۷۰	۶,۳۰۷۵	۳۲۲	دست رسی ارتباطات
۰.۰۰۰	۶,۷۸۷	-۳۷۸	۰.۲۴۸	۰.۳۷۸	۱۷,۹۰۶۸	۳۲۲	تسهیلات خدمات

با توجه به جدول شماره ۳ آزمون ازمون کولموگروف اسمیرنوف تک نمونه ای توزیع داده ها مورد بررسی قرار گرفت که نتیجه آن بدست آمده است. که الفای همه سوالات بیشتر از نیم می باشد و همه سوالات پذیرفته می شود و بیشترین درصد سوال ۷ با درصد ۹/۹۴۹ بوده است.

جدول شماره (۴) امار یک نمونه خطای متوسط و انحراف معیار، میانه، شاخص های پژوهش
آمار یک نمونه

خطای متوسط	انحراف	میانه	تعداد
۱۳۰۹۳.	۴۹۴۸۲.۲	۲۷۳۳.۱۷	۳۲۲ تاریخی
۰۸۸۵۳.	۵۸۸۷۰.۱	۱۸۳۲.۱۴	۳۲۲ جاذبه های فرهنگی مذهبی
۱۴۵۰۵.	۶۰۲۸۲.۲	۱۵۸۰۴۳	۳۲۲ جاذبه های طبیعی
۱۶۸۷۷.	۰۲۸۴۹.۳	۷۵۱۶.۱۵	۳۲۲ خرید
۰۸۶۳۹.	۵۵۰۱۴.۱	۳۵۰۹.۸	۳۲۲ موقعیت دسترس
۱۵۱۶۴.	۲۷۲۱۱۷	۱۵۸۴.۱۱	۳۲۲ مسکن
۱۴۸۱۲.	۶۵۷۹۷.۲	۴۵۳۴.۱۶	۳۲۲ اجتماعی فرهنگی
۱۹۷۵۹.	۵۴۵۶۷.۳	۱۵۲۲.۱۵	۳۲۲ غذا
۳۱۰۲۷.	۵۶۷۵۷.۵	۲۸۸۸.۱۵	۳۲۲ اطلاع رسانی تبلیغات
۰۷۶۴۸.	۳۷۲۳۶.۱	۳۰۷۵.۶	۳۲۲ دست رسی ارتباطات
۲۹۶۱۸.	۳۱۴۷۷.۵	۹۰۶۸.۱۷	۳۲۲ تسهیلات و خدمات

با توجه به جدول شماره (۴) با افزایش حجم نمونه مقدار خطای معیار میانگین کوچکتر می شود. این دال بر این است که میانگین، یک نمونه بزرگتر نسبت به میانگین یک نمونه کوچکتر به احتمال زیاد به میانگین واقعی جامعه مورد مطالعه نزدیکتر است. با یک نمونه بسیار بزرگ، مقدار میانگین با دقت بیشتر بدست خواهیم آورد حتی اگر انحراف معیار داده ها زیاد باشد

جدول شماره (۵) آزمون فریدمن شاخص های پژوهش.

رتبه	رتبه متوسط
تاریخی	58.8
فرهنگی مذهبی تاریخی	78.5
جاذبه های طبیعی	08.7
خرید	55.7
دسترسی به موقعیت	03.2
مسکن	37.3
فرهنگی اجتماعی	29.8
غذا	79.6
اطلاع رسانی تبلیغات	36.6
ارتباط دسترسی	22.1
خدمات تسهیلات	94.8

توجه به جدول شماره (۵) آزمون فریدمن در ارتباط با نمره بر اساس رتبه بندی ارتباط دسترسی ۱,۲ و دسترسی به موقعیت ۱,۰۳ و فرهنگی مذهبی تاریخی ۵,۷۸ و اطلاع رسانی تبلیغات ۶,۳۶ و غذا ۶,۷۹ و جاذبه های طبیعی ۷,۰۸ و خرید ۷,۵۵ و فرهنگی اجتماعی ۸,۲۹ و تاریخی ۸,۵۸ و خدمات تسهیلات ۸,۹۴ می باشد

آمار تست

تعداد	322
می دان	604.2107
درجه آزادی	10
سینگ	000.

a. آزمون فریدمن

با توجه به جدول شماره ۶ سطح معناداری آزمون فریدمن را بین شاخص های پژوهش نشان می دهد.

آزمون یک نمونه

جدول شماره (۷) آزمون تی شاخص های پژوهش

	t	df	Sig. (2-tailed)	میانگین تفاوت	فاصله اطمینان ۹۵٪ از تفاوت	
					پایین تر	بالتر
تاریخی	۲۴۱.۱۲۴	۳۲۱	۰۰۰.	۲۷۳۲۹.۱۷	۹۹۹۸.۱۶	۵۴۶۸.۱۷
جاذبه های فرهنگی مذهبی	۲۰۰.۱۶۰	۳۲۱	۰۰۰.	۱۸۳۲۳.۱۴	۰۰۹۰.۱۴	۳۵۷۴.۱۴
جاذبه های طبیعی	۹۵۸.۱۰۸	۳۲۱	۰۰۰.	۸۰۴۳۵.۱۵	۵۱۹۰.۱۵	۰۸۹۷.۱۶
خرید	۳۳۱.۹۳	۳۲۱	۰۰۰.	۷۵۱۵۵.۱۵	۱۵۴۱۹۵	۱۶۰۸۳۶
موقعیت دسترس	۶۷۰.۹۶	۳۲۱	۰۰۰.	۳۵۰۹۳.۸	۱۸۱۰.۸	۵۲۰۹.۸
سکان	۵۸۲.۷۳	۳۲۱	۰۰۰.	۱۵۸۳۹.۱۱	۸۶۰۰.۱۰	۴۵۶۸.۱۱
اجتماعی فرهنگی	۰۸۰.۱۱۱	۳۲۱	۰۰۰.	۴۵۳۴۲.۱۶	۱۶۲۰.۱۶	۷۴۴۸.۱۶
غذا	۶۸۴.۷۶	۳۲۱	۰۰۰.	۱۵۲۱۷.۱۵	۱۴۷۶۳۴	۵۴۰۹.۱۵
اطلاع رسانی تبلیغات	۲۷۶.۴۹	۳۲۱	۰۰۰.	۲۸۸۸۲.۱۵	۶۷۸۴.۱۴	۸۹۹۲.۱۵
دست رسی ارتباطات	۴۷۳.۸۲	۳۲۱	۰۰۰.	۳۰۷۴۵.۶	۶۱۵۷۰	۴۵۷۹.۶
تسهیلات و خدمات	۴۵۹.۶۰	۳۲۱	۰۰۰.	۹۰۶۸۳.۱۷	۳۲۴۱.۱۷	۴۸۹۵.۱۸

یافته استنباطی:

در این قسمت به تجزیه و تحلیل فرضیه پژوهش پرداخته شده است.

فرضیه:

۱- بنظر می رسد امکان ایجاد توسعه گردشگری مبتنی بر توسعه اقامت در روستای دشه وجود دارد.

۲- بنظر می رسد خدمات و تسهیلات مورد نیاز گردشگران مهمترین عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستای دشه هستند.

قبل از تجزیه و تحلیل داده ها ابتدا نرمال بودن توزیع متغیر مورد بررسی قرار گرفت تا مشخص گردد که از آزمون های پارامتریک استفاده شود یا از آزمون ناپارامتریک. بر همین مبنا با استفاده از آزمون کولموگروف

اسمیرنف تک نمونه ای توزیع داده ها مورد بررسی قرار گرفت که نتیجه آن در زیر آمده است. و با توجه به فرضیه فرضیه اول تایید شده و فرضیه دوم بازم تایید می باشد

نتیجه گیری

این یک امر غیر قابل انکار است که گردشگری نقش مهم و قابل توجهی را در احیا و توسعه مناطق روستایی از جمله روستای دشه ایفا می کند. همچنین گردشگری می تواند در زمینه حفظ و یا تجدید منابع طبیعی و محیط زیست روستا اثرات مثبت داشته باشد. از طرف دیگر اگر این فعالیت بدون برنامه و مدیریت صحیح و اصولی در این مناطق پی گیری نشود، میتواند به عنوان عامل آسیب رسان به مناطق روستایی و منابع آن باشد. با توجه به نیاز صنعت گردشگری برای ایجاد تنوع اقتصادی و اشتغال در مناطق روستایی، لازم است تا در تدوین ساختار مدیریت روستایی، توجه کافی و ویژه با فعالیت داشته باشیم. از مهمترین عوامل تاثیر گذار که باید برای این صنعت در ساختار مدیریت روستایی به آن توجه شود عبارتند از:

- اهمیت و نقش مدیریت تخصصی و همه سونگر.
- نحوه دسترسی به امکانات، خدمات و... برای گردشگران.
- توجه به زیرساختها و امکانات پایه در مناطق روستایی.
- توجه به محدودیتهای فصلی و اقلیمی.

تدوین نظام آموزشی مناسب برای این نوع فعالیت، هم برای روستاییان و هم برای اندرکاران. بر این اساس مدیریت روستایی باید به گونه ای باشد که بتواند فواید حاصل از توسعه گردشگری را افزایش داده و زیانها و تاثیرات منفی آن را در مناطق روستایی تقلیل دهد. این مهم نیازمند وجود ساختار مدیریت مناسب و صحیحی است تا اطمینان دهد که گردشگری راهکاری برای دست یابی به توازن و توسعه پایدار مناطق روستایی می باشد. همچنین مدیریت روستایی باید نحوه مشارکت مردم، دستگاههای دولتی و خصوصی را سرلوحه کار خود قرار دهد. می توان گفت روستا: واحد - اقتصادی و اجتماعی، جغرافیای و مرکز تجمع یک جانشین است که قسمت اعظم آنها از کشاورزی تامین می شود و شرایط بلقوه خودکفایی را نیز برخوردار دارد. در حال حاضر این خودکفایی از قوه به فعل در نمی آید، چون تحول اقتصاد شهری و از هم پاشیدگی نظام زمین داری سنتی کهن موجب گسترش شبکه ارتباطی روستا و شهر در بسیاری از نقاط دنیا شده است و همچنین در ارتباط با اقتصاد روستای میتوان به گردشگری روستایی توجه خاصی داشت با توجه به این که گردشگری روستایی می تواند در بردارندها اثار مثبت - منفی برای محیط زیست روستا انسانی - طبیعی می باشد روستا با برخوردار از جاذبه های مختلف گردشگری به عنوان مقصد گردشگری برای بسیاری از گردشگران دارای اهمیت قابل توجه در برنامه ریزی توریسم روستایی است.

منابع

- مراد نژاد، همایون (۱۳۸۲) «توریسم و توسعه روستایی در ایران» و ماهنامه جهاد. سال ۲۳، شماره ۲۵۶.

- مدل استراتژیک (مطالعه موردی دهستان لواسان کوچک). پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا تهران :دانشگاه تربیت مدرس .
- برادران، مراد (۱۳۸۵)، نقش صنعت گردشگری در اشتغال استان اردبیل با تاکید بر شهر سرعین. پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه ریزی رفاه اجتماعی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران .
- بول، آدریان (۱۳۷۹)، اقتصاد نیرو جهانگردی. ترجمه علی اعظم محمد بیگی. تهران مؤسسه فرهنگی آینده پویان .
- شارپلی، ریچارد (۱۳۸۰) گردشگری روستایی. ترجمه رحمت الله منشی زاده و همکاران. تهران منشی .
- کوپر، چارلز (۱۳۸۰) اصول مبانی جهانگردی - ترجمه اکبر غمخوار. تهران فراماد .
- گی، چاک وای (۱۳۸۲) جهانگردی و چشم انداز ی جامع. ترجمه علی پارساییان و محمد اعرابی. تهران :دفتر پژوهش های فرهنگی .
- لاندبرگ، دونالد ای. (۱۳۸۳)، اقتصاد گردشگری. ترجمه محمد رضا فروتن. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی .
- رضوانی محمد رضا، مرادی مهنوش (۱۳۹۱) امکانسنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه میقان اراک، فصلنامه فضا و اقتصاد روستایی سال یکم شماره ۲ زمستان ۱۳۹۱ پیاپی ۲ صفحات ۴۰-۱
- لانکوار، روبر (۱۳۸۱) جامعه شناسی جهانگردی و مسافرت. ترجمه صلاح الدین محلاتی. تهران دانشگاه شهید بهشتی .
- لی، جان (۱۳۷۸) گردشگری توسعه در جهان سوم. ترجمه عبد الرضا رکن الدین افتخاری و همکاران. تهران چاپ و نشر بازرگانی
- ابراهیم زاده، عیسی؛ محمود ضیایی؛ علی دلشاد (۱۳۹۱). اصول و فرآیند برنامه ریزی راهبردی توسعه توریسم، چاپ اول. مشهد. انتشارات صحرا.
- ارمغان، سیمین (۱۳۸۶) توریسم و نقش آن در جغرافیا، چاپ اول، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر.
- امان پور، سعید؛ نوذری، عبدالرحمان؛ بدری، رضا (۱۳۹۵). سنجش میزان رضایت مندی گردشگران نروزی از تسهیلات و خدمات رفاهی، تفریحی و توریستی شهرستان شوشتر. فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال ۶، شماره ۱۹.
- امیرحاجلو، الهام؛ تولایی، سیمین؛ زنگانه، احمد؛ زنگانه، ابوالفضل (۱۳۹۲). ارزیابی و اولویت بندی اثرات گردشگری در سطح ملی با استفاده از روش تاپسیس، فصل نامه برنامه ریزی منطقه ای، سال سوم، شماره ۱۰، مرودشت.

- بیشویی، دیپاک (۱۳۹۰). توریسم و توسعه اقتصادی. ترجمه حیدر لطفی و همکاران. جلد اول، تهران، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- حیدری چیا، رحیم (۱۳۸۳). آموزش برنامه ریزی گردشگری در ایران. پایان نامه دکترا. استاد راهنما کریم حسین زاده دلیر. تبریز. دانشگاه تبریز.
- خسروی نژاد، محمد (۱۳۸۷). نقش گردشگری روستایی در توسعه خانه های روستایی. فصلنامه دانشگاه اصفهان، نشریه اطلس، شماره ۹.
- دخیلی کهنموئی، جواد (۱۳۸۲). بررسی راهکارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- رنجریان، بهرام و بهرام زاهدی. (۱۳۸۶). بررسی اثرات تکرار سفر به اصفهان بر میزان رضایت گردشگران خارجی. مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره نهم.
- سلیمانی، علی (۱۳۸۶). مطالعه تطبیقی صنعت گردشگری در ایران و ترکیه، مجله بررسیهای اقتصادی، شماره ۲۳، صص ۵۰-۶۷.
- طیبی، سیدکمیل، جباری، امیر؛ بابکی، روح اله (۱۳۸۷). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)، نشریه دانش و توسعه، ۱۵ (۲۴). صص ۸۴-۶۳.
- غضنفرپور، حسین و کمانداری، محسن (۱۳۹۳). جغرافیا گردشگری با تاکید برگردشگری شهری، انتشارات نورعلم. چاپ اول.
- غلامرضایی، سعید، زینعلی، مریم، ناصری، علی رضا، نوائی، سهیلا (۱۳۹۱). توریسم عشایری، فرصتی کارآفرینانه در صنعت توریسم کشور، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه ریزی منطقه ای، سندج، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سندج، ۱۳۹۱.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵) مدیریت گردشگری، انتشارات سمت تهران.
- میسون، پیتر (۱۳۸۷) توریسم (اثرات، برنامه ریزی و مدیریت)، ترجمه روزبه میرزایی و پونه ترابیان، چاپ اول، انتشارات ترمه.
- Botti, L., Peyepoch, N., & Solonandrasana, B. (2008). Time and tourism attraction. *Tourism Management*, 29(3), 594-596.
- Butler, R. W. (2000). Ecotourism-has it achieved maturity or has the bubble burst. *Keynote address. Pacific Rim Tourism*.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. Van Nostrand Reinhold*.
- Inskip, E. (1994). *National and regional tourism planning: methodologies and case studies. Routledge*.

- Pearce, D. G. (2001). *An integrative framework for urban tourism research*. *Annals of tourism research*, 28(4), 926-946
- Leiper, Neil (1999), "A conceptual analysis of tourism-supported employment which reduces the incidence of exaggerated, misleading statistics about jobs". *Tourism Management*. Vol. 20, No. 5.
- Choy, Dexter J. L. (1995), "The quality of tourism employment". *Tourism Management*, Vol. 16, No.2.
- Cukier-Snow, Judith et al. (1993), "Tourism employment perspectives from Bali". *Tourism Management*, Vol. 14, No.3
- Butler, R. W. (1980), "The concept of a tourist area cycle of evolution. implications for management of resources". *Canadian Geographer*,
- Gunn, C. A., (2002), *Tourism Planning: Concepts, Basics and Cases*, New York and London
- Doswell, R., (1997), *Tourism: How Effective Management Makes Different*, Butterworth and Heinemann
- Lumsdon, L., (1997), *Tourism marketing*, Thomson Business press. - Mill, R. C. and A. M. Morrison, (1992), *The Tourism system: an Introductory Text*, 2nded., Prentice Hall, New jersey

