



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۸، دوره ۲، شماره ۲، پیاپی ۶

بررسی وضعیت شاخص های اثرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان

مریم بیرانوندزاده^۱، سیامک شرفی^{۲*}، وحید پوربساط^۳

۱- دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری و پژوهشگر جهاد دانشگاهی واحد لرستان

۲- عضو هیئت علمی گروه جغرافیا دانشگاه لرستان

۳- کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد بروجرد

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۱۸

چکیده

امروزه گردشگری روستایی می تواند نقش بسیار موثری در اشتغال زایی، افزایش درآمد روستاییان، کاهش مهاجرت آنها به شهرها، زدودن فقر از جامعه روستایی و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی روستاها داشته باشد. پژوهش حاضر با هدف؛ بررسی وضعیت شاخص های اثرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان تدوین شده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۲ روستای هدف گردشگری مصوب در استان لرستان می باشند که با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته، داده های تحقیق گردآوری شده اند. نتایج تحقیق نشان داد برای توسعه گردشگری روستایی در لرستان نیاز به جذب سرمایه گذار در بخش خصوصی و دولتی است. از پیامدهای مثبت رونق گردشگری روستایی می توان به توسعه شبکه حمل و نقل، افزایش امکانات تفریحی، ایجاد اشتغال برای روستاییان اشاره نمود. در صورت عدم مدیریت صحیح گردشگری روستایی، شاهد افزایش آلودگی محیط زیست و تغییر شگرف در قیمت املاک در روستاهای مورد مطالعه خواهیم بود.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، روستاهای هدف گردشگری، لرستان.

مقدمه

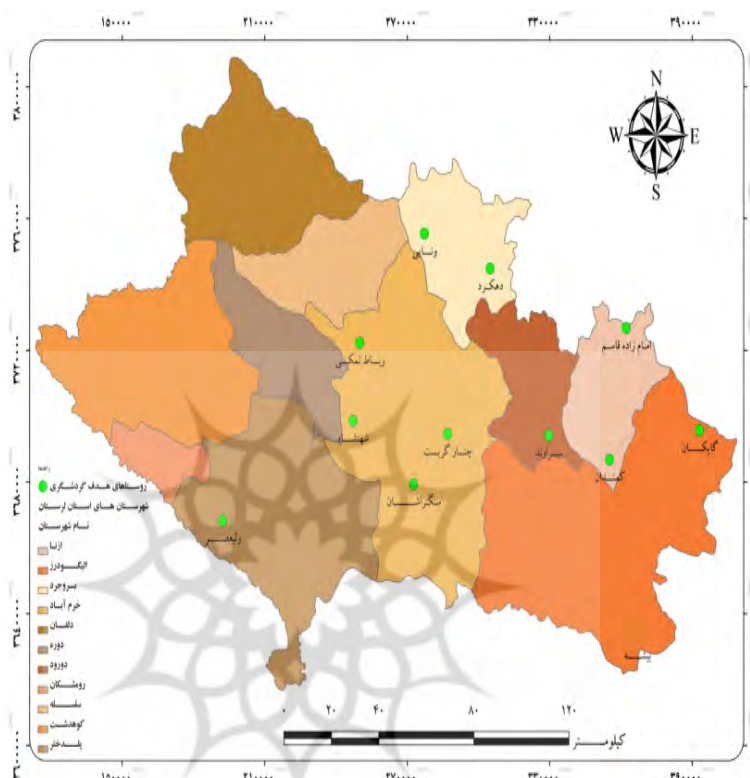
گردشگری از مهمترین فعالیت های انسان معاصر است که همراه با بوجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسان ها را دگرگون می سازد (کرمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۱). گردشگری روستایی یکی از شاخه های مورد توجه حوزه ی گردشگری در سال های اخیر است که با اتکا به قابلیت های طبیعی و انسانی بومی و محلی می تواند عامل توسعه ی روستاها گردد (جمشیدی صالح و طالبی، ۱۳۹۲). یکی از برنامه هایی که دولت در راستای حرکت از اقتصاد تک پایه به سوی اقتصاد متنوع در دستور کار خود قرار داده است، توسعه گردشگری در سکونتگاه های روستایی است (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۲). امروزه گردشگری روستایی می تواند نقش بسیار موثری در اشتغال زایی، افزایش درآمد روستاییان، کاهش مهاجرت آنها به شهرها، زدودن فقر از جامعه روستایی و در نهایت رشد و توسعه اقتصادی روستاها داشته باشد (زمانی، ۱۳۹۴).

از مهم ترین اهداف گردشگری روستایی افزایش درآمد روستائیان و اشتغال خانوارهای روستایی است که جهت نیل به این اهداف، برنامه ریزی لازم و ضروری است (سید علی پور و همکاران: ۱۳۸۹). به طوری که ماسرو معتقد است گردشگری روستایی به علت تطبیق پذیری بالا نقش موتور محرکه توسعه اقتصادی پایدار را در مناطق روستایی بازی می کند (Musaro, 2016). ایران به دلیل وجود تنوع اقوام و شرایط محیطی متفاوت، دارای تنوع جاذبه های گردشگری روستایی در سراسر کشور می باشد (تقدیسی و دانشور، ۱۳۸۶). استان لرستان با دارا بودن بیش از ۲۸۰۰ نقطه روستایی و جاذبه های تاریخی و طبیعی متعدد در این نقاط، از جمله استان هایی است که قابلیت های فراوانی در زمینه توسعه گردشگری به ویژه گردشگری طبیعی و روستایی دارد (اسمعیلی و همکاران، ۱۳۹۶)، اما به نظر می رسد گردشگری روستایی توسعه و رونق چندانی نداشته است. بنابراین ضروری است شاخص هایی که می توانند در توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان موثر باشند، شناسایی و تحلیل شوند. در همین راستا، مقاله حاضر با هدف بررسی وضعیت برخی شاخص های اثرگذار در توسعه گردشگری روستایی استان لرستان و در جهت پاسخ به دو فرضیه "ایجاد ساز و کار مناسب برای سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیتهای مولد و اشتغال زا می تواند به عنوان مهمترین اولویت برنامه های توسعه ای گردشگری روستایی مورد توجه قرار گیرد" و "استراتژی تهاجمی به عنوان استراتژی مطلوب جهت نیل و دستیابی به توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان می باشد"، تدوین شده است.

محدوده مورد مطالعه

در راستای توسعه گردشگری روستایی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان ۱۲ نقطه روستایی استان را به عنوان روستاهای هدف گردشگری مصوب و معرفی نموده است (شکل ۱). این روستاها عمدتاً در نیمه شرقی

استان و شامل روستاهای ونایی و دهکرد در بروجرد، امامزاده قاسم و کمندان در ازنا، گایکان در الیگودرز، سراوند در درورد، چنارگریت، گوشه شهنشاه، سنگتراشان، بیشه و رباط نمکی در خرم آباد و ولیعصر در پلدختر هستند که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته اند.



شکل ۱. موقعیت روستاهای هدف گردشگری در استان لرستان

روش تحقیق

نوع تحقیق کاربردی، روش به کار گرفته شده توصیفی-تحلیلی مبتنی بر منابع اسنادی و پیمایشی است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته است که در قالب طیف ۵ گزینه ای لیکرت طراحی شده است. روایی پرسشنامه توسط متخصصان سنجیده شده و میزان پایایی نیز با ضریب آلفای کرونباخ برابر ۰,۷۶۷ می باشد که به لحاظ پایایی قابل تایید است. حجم نمونه شامل ۳۸۴ نفر از ساکنین ۱۲ روستای مورد مطالعه هستند که با مراجعه حضوری در روستاها تکمیل و

سپس تحلیل شده اند. جهت سنجش میزان همبستگی فرضیات تحقیق از آزمون اسپیرمن استفاده شده است. تحلیل نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدات پیش روی صنعت گردشگری روستایی استان لرستان در قالب مدل *SWOT* صورت گرفته است.

بحث و نتیجه گیری

پس از جمع آوری پرسشنامه ها و تحلیل آنها با استفاده از روش های ذکر شده، به تحلیل نتایج در قالب جدول های جداگانه پرداخته شده که در زیر به تشریح آنها پرداخته شده است. در جدول ۱، توزیع فراوانی مکان زندگی پاسخگویان آورده شده است.

جدول ۱- توزیع فراوانی مکان زندگی پاسخگویان

نام روستا	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
ونایی	۳۲	۵.۰	۸.۳	۸.۳
ولیعصر	۳۲	۵.۰	۸.۳	۱۶.۷
گوشه شهنشاه	۳۲	۵.۰	۸.۳	۲۵.۰
چنارگریت	۳۲	۵.۰	۸.۳	۳۳.۳
سنگتراشان	۳۲	۵.۰	۸.۳	۴۱.۷
امامزادهقاسم	۳۲	۵.۰	۸.۳	۵۰.۰
گایگان	۳۲	۵.۰	۸.۳	۵۸.۳
بیشه	۳۱	۴.۸	۸.۱	۶۶.۴
رباط نمکی	۳۳	۵.۱	۸.۶	۷۵.۰
کمندان	۳۲	۵.۰	۸.۳	۸۳.۳
دهکرد	۳۲	۵.۰	۸.۳	۹۱.۷
سراوند	۳۲	۵.۰	۸.۳	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۴	۵۹.۹	۱۰۰.۰	

از ۱۲ روستای مورد مطالعه به طور یکسان از هر روستا ۸/۳ درصد افراد به عنوان پاسخگو انتخاب شده اند. در جدول ۲، نقش گردشگری در اشتغال زایی روستاهای مورد مطالعه آورده شده است.

جدول ۲- توزیع فراوانی نقش گردشگری در اشتغال زایی روستاهای هدف گردشگری مورد مطالعه

طبقه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱۲	۱.۹	۳.۱	۳.۱
کم	۱۴	۲.۲	۳.۷	۶.۸
متوسط	۳۰	۴.۷	۷.۹	۱۴.۷
زیاد	۱۲۰	۱۸.۷	۳۱.۴	۴۶.۱
خیلی زیاد	۲۰۶	۳۲.۱	۵۳.۹	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۲	۵۹.۶	۱۰۰.۰	

براساس جدول ۲، ۵۳/۹ درصد پاسخگویان معتقد به تاثیر خیلی زیاد نقش گردشگری در اشتغال زایی در روستاهای مورد مطالعه می باشند. در جدول ۳، نقش گردشگری در افزایش درآمد خانوارهای روستایی بیان شده است.

جدول ۳- توزیع فراوانی نقش رونق گردشگری در افزایش درآمد خانوار

طبقه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۳	.۵	.۸	.۸
کم	۴	.۶	۱.۰	۱.۸
متوسط	۳۲	۵.۰	۸.۴	۱۰.۲
زیاد	۱۰۶	۱۶.۵	۲۷.۷	۳۷.۹
خیلی زیاد	۲۳۸	۳۷.۱	۶۲.۱	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۳	۵۹.۸	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

براساس نتایج جدول ۳، ۶۲/۱ درصد پاسخگویان معتقد به تاثیر خیلی زیاد، ۲۷/۷ درصد تاثیر زیاد، ۸/۴ درصد تاثیر متوسط و مابقی معتقد به تاثیر کم و خیلی کم نقش رونق گردشگری در افزایش درآمد خانوار در روستاهای مورد مطالعه می باشند. در جدول ۴، توزیع فراوانی نقش فروش مواد غذایی و مایحتاج روزمره مورد نیاز گردشگران در سوپر مارکتها و فروشگاههای عرضه در افزایش درآمد خانوارها آورده شده است.

جدول ۴- توزیع فراوانی نقش فروش مواد غذایی و مایحتاج روزمره مورد نیاز گردشگران در سوپر

مارکتها و فروشگاههای عرضه در افزایش درآمد خانوارها

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	طبقه
۱.۳	۱.۳	۸	۵	خیلی کم
۴.۵	۳.۲	۱.۹	۱۲	کم
۲۴.۹	۲۰.۴	۱۲.۰	۷۷	متوسط
۵۹.۹	۳۵.۰	۲۰.۶	۱۳۲	زیاد
۹۹.۷	۳۹.۸	۲۳.۴	۱۵۰	خیلی زیاد

مأخذ: یافته های پژوهش

براساس جدول ۴، ۲۰/۴ درصد پاسخگویان معتقد به تاثیر متوسط، ۳۵ درصد معتقد به تاثیر زیاد، ۴۰ درصد تاثیر خیلی زیاد و حدود ۴/۵ درصد معتقد به تاثیر کم و خیلی کم نقش فروش مواد غذایی و مایحتاج روزمره مورد نیاز گردشگران در سوپرمارکت ها و فروشگاه های عرضه در افزایش درآمد خانوارها هستند. در جدول ۵، به بررسی افزایش ساخت و سازها به عنوان یک بخش فعال گردشگری در افزایش درآمد ارگان های دولتی پرداخته شده است.

جدول ۵- توزیع فراوانی افزایش ساخت و سازها به عنوان یک بخش فعال گردشگری در افزایش درآمد

ارگان های دولتی

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	طبقه
۳.۷	۳.۷	۲.۲	۱۴	خیلی کم
۱۵.۶	۱۱.۹	۷.۰	۴۵	کم
۴۳.۹	۲۸.۳	۱۶.۷	۱۰۷	متوسط
۷۳.۵	۲۹.۶	۱۷.۵	۱۱۲	زیاد
۱۰۰.۰	۲۶.۵	۱۵.۶	۱۰۰	خیلی زیاد
	۱۰۰.۰	۵۹.۰	۳۷۸	جمع

مأخذ: یافته های پژوهش

براساس جدول ۵، حدود ۳۰ درصد پاسخگویان معتقد به تاثیر زیاد، ۲۸/۳ درصد تاثیر متوسط، ۲۶/۵ درصد تاثیر خیلی زیاد و حدود ۱۵ درصد معتقد به تاثیر کم و خیلی کم، نقش افزایش ساخت و سازها به عنوان یک بخش فعال گردشگری در افزایش درآمد ارگان های دولتی می باشند.

براساس جدول ۶، در خصوص نقش رونق گردشگری در افزایش قیمت زمین و املاک در روستاهای مورد مطالعه ۳۱/۵ درصد پاسخگویان معتقد به تاثیر خیلی زیاد، ۳۰/۷ درصد تاثیر زیاد، ۲۵/۵ درصد تاثیر متوسط و مابقی معتقد به تاثیر کم این مولفه می باشند.

جدول ۶- توزیع فراوانی نقش رونق گردشگری در افزایش قیمت زمین و املاک در روستاهای مورد

مطالعه

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱۶	۲.۵	۴.۲	۴.۲
کم	۳۱	۴.۸	۸.۱	۱۲.۳
متوسط	۹۷	۱۵.۱	۲۵.۵	۳۷.۸
زیاد	۱۱۷	۱۸.۳	۳۰.۷	۶۸.۵
خیلی زیاد	۱۲۰	۱۸.۷	۳۱.۵	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۱	۵۹.۴	۱۰۰.۰	

براساس جدول ۷، ۴۶/۷ درصد پاسخگویان معتقدند رونق گردشگری در گسترش راه ها و شبکه حمل و نقل جاده ای تاثیر خیلی زیادی دارد. ۱۵ درصد پاسخگویان نیز معتقد به تاثیر متوسط هستند.

جدول ۷- توزیع فراوانی نقش رونق گردشگری در گسترش راهها و شبکه حمل و نقل جاده ای

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۸	۱.۲	۲.۱	۲.۱
کم	۱۱	۱.۷	۲.۹	۵.۰
متوسط	۵۷	۸.۹	۱۴.۹	۱۹.۸
زیاد	۱۲۸	۲۰.۰	۳۳.۴	۵۳.۳
خیلی زیاد	۱۷۹	۲۷.۹	۴۶.۷	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۳	۵۹.۸	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

در خصوص تاثیر رشد گردشگری و حضور بیشتر گردشگران در منطقه در افزایش امکانات تفریحی در روستاهای مورد مطالعه، ۱۵ درصد پاسخگویان معتقد به تاثیر متوسط، ۲۷/۴ درصد تاثیر زیاد، ۵۳/۲ درصد تاثیر خیلی زیاد و مابقی معتقد به تاثیر کم و خیلی کم بوده اند.

جدول ۸- توزیع فراوانی تاثیر رشد گردشگری و حضور بیشتر گردشگران در منطقه در افزایش امکانات تفریحی

در روستاهای مورد مطالعه

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۶	.۹	۱.۶	۱.۶
کم	۱۱	۱.۷	۲.۹	۴.۵
متوسط	۵۷	۸.۹	۱۵.۰	۱۹.۵
زیاد	۱۰۴	۱۶.۲	۲۷.۴	۴۶.۸
خیلی زیاد	۲۰۲	۳۱.۵	۵۳.۲	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۰	۵۹.۳	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

از نظر اکثر پاسخگویان با رونق گردشگری تبادل فرهنگی بین مردم بومی و گردشگران صورت می گیرد و این امر منجر به افزایش اطلاعات دانش عمومی و تجارب مردم می گردد (جدول ۹).

جدول ۹- توزیع فراوانی نقش تبادل فرهنگی و تعاملات بین مردم و گردشگران و افزایش اطلاعات دانش عمومی و

تجارب مردم

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱۷	۲.۷	۴.۵	۴.۵
کم	۲۶	۴.۱	۶.۹	۱۱.۴
متوسط	۱۰۸	۱۶.۸	۲۸.۶	۳۹.۹
زیاد	۱۰۵	۱۶.۴	۲۷.۸	۶۷.۷
خیلی زیاد	۱۲۲	۱۹.۰	۳۲.۳	۱۰۰.۰
جمع	۳۷۸	۵۹.۰	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش



در خصوص حضور گردشگران و تاثیر آن بر فرهنگ استفاده از اوقات فراغت و فضاهای تفریحی در بین خانوارهای روستایی، ۲۷/۷ درصد معتقد به تاثیر خیلی زیاد، ۳۲/۴ تاثیر زیاد، ۲۴/۵ درصد تاثیر متوسط، ۹/۷ درصد تاثیر کم و ۵/۷ درصد معتقد به تاثیر خیلی کم بوده اند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- توزیع فراوانی حضور گردشگران و تاثیر آن بر فرهنگ استفاده از اوقات فراغت و فضاهای تفریحی در

بین خانوارهای روستایی

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۲۲	۳.۴	۵.۷	۵.۷
کم	۳۷	۵.۸	۹.۷	۱۵.۴
متوسط	۹۴	۱۴.۷	۲۴.۵	۳۹.۹
زیاد	۱۲۴	۱۹.۳	۳۲.۴	۷۲.۳
خیلی زیاد	۱۰۶	۱۶.۵	۲۷.۷	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۳	۵۹.۸	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

براساس جدول ۱۱، از نظر پاسخگویان بی شک رونق گردشگری در روستاهای مورد مطالعه بر افزایش ناهنجاری های اجتماعی و تغییر فرهنگ بومیان اثر گذار خواهد بود (چنانکه بالای ۸۰ درصد افراد این عقیده را داشته اند).

جدول ۱۱- توزیع فراوانی تاثیر رونق گردشگری و افزایش رفت و آمدهای ناشناس و غریبه در منطقه بر افزایش

ناهنجاریهای اجتماعی

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۳۲	۵.۰	۸.۴	۸.۴
کم	۳۷	۵.۸	۹.۷	۱۸.۱
متوسط	۱۳۶	۲۱.۲	۳۵.۶	۵۳.۷
زیاد	۱۰۱	۱۵.۸	۲۶.۴	۸۰.۱
خیلی زیاد	۷۶	۱۱.۹	۱۹.۹	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۲	۵۹.۶	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

از دیدگاه ۲۸/۹ درصد پاسخگویان تاثیر نقش گردشگری در ارتقاء سطح استانداردهای زندگی در روستاهای مورد مطالعه متوسط، ۲۹/۷ درصد تاثیر زیاد، ۲۲/۶ درصد تاثیر خیلی زیاد و ۱۳/۷ تاثیر کم و ۵ درصد تاثیر خیلی کم می باشد (جدول ۱۲).

جدول ۱۲ - توزیع فراوانی نقش گردشگری در ارتقاء سطح استانداردهای زندگی در روستاهای مورد مطالعه

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱۹	۳.۰	۵.۰	۵.۰
کم	۵۲	۸.۱	۱۳.۷	۱۸.۷
متوسط	۱۱۰	۱۷.۲	۲۸.۹	۴۷.۶
زیاد	۱۱۳	۱۷.۶	۲۹.۷	۷۷.۴
خیلی زیاد	۸۶	۱۳.۴	۲۲.۶	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۰	۵۹.۳	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

در صورت عدم مدیریت صحیح قیمت املاک و زمین در روستاهای مورد مطالعه بر اثر توسعه گردشگری، بدون شک برای خانوارهای کم درآمد در خصوص تامین مسکن مشکلاتی ایجاد خواهد شد (جدول ۱۳).

جدول ۱۳ - توزیع فراوانی نقش رونق گردشگری در افزایش قیمت زمین و املاک و ایجاد مشکل برای خانوارهای کم

درآمد

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱۸	۲.۸	۴.۷	۴.۷
کم	۳۵	۵.۵	۹.۲	۱۴.۰
متوسط	۱۱۲	۱۷.۵	۲۹.۶	۴۳.۵
زیاد	۱۱۲	۱۷.۵	۲۹.۶	۷۳.۱
خیلی زیاد	۱۰۲	۱۵.۹	۲۶.۹	۱۰۰.۰
جمع	۳۷۹	۵۹.۱	۱۰۰.۰	

از نظر ۱۳ درصد پاسخگویان، تاثیر نقش رونق گردشگری در افزایش طرفداری از محیط زیست کم می باشد. دیگر پاسخگویان معتقدند رونق گردشگری تاثیر خوبی بر افزایش طرفداران از محیط زیست در روستاهای مورد مطالعه خواهد داشت (جدول ۱۴).

جدول ۱۴- توزیع فراوانی نقش گردشگری در افزایش طرفداران از محیط زیست در روستاهای مورد مطالعه

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱۳	۲.۰	۳.۴	۳.۴
کم	۳۶	۵.۶	۹.۴	۱۲.۸
متوسط	۱۱۲	۱۷.۵	۲۹.۲	۴۲.۰
زیاد	۱۴۴	۲۲.۵	۳۷.۶	۷۹.۶
خیلی زیاد	۷۸	۱۲.۲	۲۰.۴	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۳	۵۹.۸	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

براساس جدول ۱۵، بیش از ۵۰ درصد پاسخگویان اذعان داشته اند که رونق گردشگری در افزایش آلودگی هوا و آلودگی صوتی در روستاهای مورد مطالعه اثر گذار خواهد بود.

جدول ۱۵- توزیع فراوانی نقش گردشگری در افزایش آلودگی هوا و آلودگی صوتی در روستاهای مورد مطالعه

طبقه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۳۰	۴.۷	۷.۹	۸.۴
کم	۴۴	۶.۹	۱۱.۵	۱۹.۹
متوسط	۱۰۹	۱۷.۰	۲۸.۵	۴۸.۴
زیاد	۱۱۷	۱۸.۳	۳۰.۶	۷۹.۱
خیلی زیاد	۸۰	۱۲.۵	۲۰.۹	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۲	۵۹.۶	۱۰۰.۰	

به اعتقاد پاسخگویان، سرمایه گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه تاثیر شگرفی خواهد داشت.



جدول ۱۶- توزیع فراوانی نقش سرمایه گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری در روستاهای مورد

مطالعه

	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	۱	.۲	.۳	.۵
کم	۷	۱.۱	۱.۸	۲.۳
متوسط	۵۱	۸.۰	۱۳.۳	۱۵.۷
زیاد	۲۴۴	۳۸.۱	۶۳.۷	۷۹.۴
خیلی زیاد	۷۹	۱۲.۳	۲۰.۶	۱۰۰.۰
جمع	۳۸۳	۵۹.۸	۱۰۰.۰	

مأخذ: یافته های پژوهش

پس از تحلیل نتایج حاصل از پرسشنامه ها در ارتباط با شاخص های موثر بر توسعه سکونتگاههای روستایی استان لرستان و با توجه به فرضیات تحقیق و استفاده از آزمون همبستگی اسپیرمن، به نظر می رسد ایجاد ساز و کار مناسب برای سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیتهای مولد و اشتغال زا می تواند به عنوان مهمترین اولویت برنامه های توسعه ای گردشگری روستایی مورد توجه قرار گیرد (جدول ۱۷).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱۷- آزمون همبستگی فرضیه ایجاد ساز و کار مناسب برای سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیتهای مولد و اشتغال زا و اولویت برنامه های توسعه ای گردشگری روستایی

		ایجاد ساز و کار مناسب برای سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیتهای مولد و اشتغال زا		برنامه های توسعه ای گردشگری روستایی
اسپیرمن	ساز و کار مناسب برای سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیتهای مولد و اشتغال زا	<i>Correlation Coefficient</i>	۱	.۵۰۲**
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.
		<i>N</i>	۳۸۴	۳۶۳
	برنامه های توسعه ای گردشگری روستایی	<i>Correlation Coefficient</i>	.۵۰۲**	۱
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.
		<i>N</i>	۳۶۳	۳۶۳
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

نتایج به دست آمده از تحلیل همبستگی اسپیرمن با توجه به میزان ضریب همبستگی ۰,۵ نشان می دهد که بین ساز و کار مناسب برای سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیتهای مولد و اشتغال زا و برنامه های توسعه ای گردشگری روستایی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه گیری

توسعه گردشگری روستایی در لرستان مستلزم تغییر در سیاست های موجود در حوزه گردشگری است، با توجه به قابلیت های گردشگری در لرستان، جذب سرمایه گذار بخش خصوصی و توجیه بخش دولتی در راستای سرمایه گذاری در

فضاهای باارزش گردشگری، تامین و تجهیز زیرساخت های مورد نیاز گردشگری، آموزش ساکنین روستایی در نحوه تعاملات با گردشگران، توجیه و آموزش جوامع محلی جاذب گردشگر در راستای راه اندازی مشاغل مرتبط با حوزه گردشگری روستایی، اعطای تسهیلات کم بهره به روستاییان می تواند به توسعه گردشگری روستایی در استان کمک کند.

منابع

- افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل، (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب های نظریه ای)، فصل نامه مدرس، دوره ۶، شماره ۲.
- سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان لرستان، ۱۳۹۶
- سیدعلی پور، سید خلیل، اقبالی، ناصر، عباس بخشنده، نصرت، (۱۳۸۹)، مدیریت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی (مطالعه موردی: روستاهای استان سمنان)، نشریه پژوهشگر، دوره ۷، شماره ۱۹.
- مرکز آمار ایران، نتایج عمومی سرشماری نفوس و مسکن، ۱۳۹۵
- کرمی دهکردی، مهدی، میرک زاده، علی اصغر، غیاثوند غیائی، فرشته، (۱۳۹۱)، تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال و بختیاری، جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، (۱) ۲۳، ۹۹-۱۲.
- جمشیدی صالح، زهرا، طالبی، مانی، (۱۳۹۲)، ارزیابی عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی (مطالعه ی موردی: دهستان اوشیان شهرستان رودسر)، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.
- زمانی، فاطمه، (۱۳۹۴)، عوامل موثر بر توسعه ی گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای سهر و فیروزان)، [اولین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.](#)

Musar, P. (2016). Responsible tourism as an agent of sustainable and socially conscious development: Reflections from the Italian case. Journal of Tourism Management, 1(5), 93-107.