

## ذی‌نفعان و نوع نگاه آن‌ها به اثرات گردشگری (مطالعه موردی: اورامان تخت)

محمد همتی<sup>۱</sup>

استادیار جغرافیای طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره)، تهران، ایران

محمد آمانج رسولی

کارشناس ارشد برنامه‌ریزی توریسم، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۰۶

### چکیده

روش تحقیق پیمایشی و ابزارهای گردآوری اطلاعات پرسشنامه و مصاحبه عمیق است. تعیین جامعه نمونه براساس دسته‌بندی ذینفعان است. برای گردشگران و جامعه محلی از روش کوکران استفاده شده و مصاحبه به صورت نامنظم با بنگاه‌های کسب و کار و ادارات محلی در مقصد اورامان تخت انجام گرفته است. پایایی و روایی پرسشنامه محقق ساخته براساس نظر اساتید و آلفای کرونباخ سنجیده شده و در تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. سؤالات مصاحبه نیز براساس نظرات اساتید و در قالب مصاحبه آزاد انجام پذیرفته است. داده‌های جمع آوری شده ابتدا براساس تئوری ذینفعان و دسته‌بندی گروه‌های چهارگانه مورد تحلیل و ضمن شناسایی ذینفعان، ویژگی‌های هر کدام مشخص و مبتنی بر یافته‌های حاصل از تئوری ذینفعان، فرضیه‌های تحقیق براساس اینکه کدام گروه دارای چه ویژگی‌هایی هستند، مورد سنجش قرار گرفتند. در اورامان تخت تعادل نسبی میان ویژگی‌های قدرت، مشروعیت و ضرورت وجود دارد. نتایج بخش کمی با استفاده از آزمون فرضیه‌ها نشان داد که رابطه بین متغیرهای قدرت، مشروعیت و ضرورت و ادراک ذینفعان از اثرات گردشگری (متغیر وابسته) برای مردم محلی و گردشگران اورامان تخت تأیید شد، اما رابطه بین متغیر قدرت و ادراک ذینفعان از اثرات گردشگری در جامعه نمونه گردشگران اورامان تخت تأیید نشد. در بخش تحلیل مصاحبه‌ها نیز تمام رابطه‌ها برای دو جامعه نمونه بنگاه‌های کسب و کار و ادارات دولتی در اورامان تخت در رابطه با اثرات گردشگری تأیید گردید.

**واژگان کلیدی:** تئوری ذینفعان، ذینفعان گردشگری، اثرات گردشگری، اورامان تخت

## مقدمه

در راستای توسعه مناطق و سایت‌های گردشگری و با توجه به حساسیت‌های خاصی که این مناطق به لحاظ اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارند لازم است در فرایند توسعه پایدار، ضمن امکان‌سنجی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های گردشگری، به مفاهیم اساسی و پایه‌ای در کنار سایر جنبه‌های مطالعاتی توجه شود. ذینفعان یکی از مهمترین پارامترهای تأثیرگذار در روند توسعه و دستیابی به اهداف هستند. بنابراین شناخت و ادراک آنها از گردشگری، نحوه تعامل و برقراری ارتباط و چگونگی فراهم نمودن زمینه مشارکت و همکاری در راستای توسعه گردشگری از جمله مواردی است که باید در تحلیل‌های امکان‌سنجی مناطق مورد توجه قرار گیرد. عنصر کلیدی در توسعه پایدار گردشگری مردم محلی هستند. بدون حمایت مردم در جامعه، توسعه گردشگری پایدار ممکن نیست. جامعه محلی به عنوان ذینفعانی که در ارتباط مستقیم با طرح‌های توسعه قرار دارند، در صورت عدم توجه از سوی مدیریت و عوامل توسعه‌دهنده، می‌تواند مانعی اساسی در راستای اهداف طرح توسعه باشند. لذا زمینه سازی برای مشارکت جامعه محلی، کسب نظرها، اعمال نظرها و ایجاد روحیه هماهنگی و همکاری برای پیشبرد اهداف طرح، هم سو با اهداف مردم محلی، موفقیت فعالیت‌های حاصل از طرح‌های توسعه را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

با توجه به اینکه در سال‌های اخیر با تصویب مناطق نمونه گردشگری، روستاهای هدف، طرح‌های جامع و تفصیلی نگاه متفاوتی به صنعت گردشگری شده است، اما مسأله اساسی در سایت‌ها و مناطق گردشگری ذینفعان و نحوه برقراری ارتباط آنها با فرایند توسعه گردشگری است، که در این طرح‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. نظریه ذینفعان می‌تواند ضمن شناسایی ذینفعان و ویژگی‌های آنها، برنامه ریزان را در جهت تدوین استراتژی‌های مبتنی بر درک واقعی جامعه، کمک نمایند. آشنایی با روند انجام مطالعات مناطق نمونه گردشگری و سایر فعالیت‌های مرتبط و شناخت جامعه اورامان تخت سبب شد که با توجه به پیمایش و مشاهدات میدانی براساس نظریه ذینفعان ضمن شناسایی ذینفعان، ادراک آنها از اثرات گردشگری مورد بررسی قرار بگیرد. بنابراین سؤالات اصلی تحقیق حاضر عبارتند از اینکه ذینفعان گردشگری چه کسانی هستند؟ دارای چه ویژگی‌هایی می‌باشند و ادراک آنها از اثرات گردشگری با توجه به ویژگی‌های قدرت، مشروعیت، ضرورت یا ترکیبی از ویژگی‌ها چیست.

## چارچوب نظری

چارچوب نظری تحقیق مبتنی بر شناخت مفاهیم پایه و اساسی مرتبط با توسعه پایدار روستا با نگاه گردشگری است، مفاهیمی همچون توسعه پایدار، توسعه پایدار گردشگری روستایی، گردشگری پایدار، گردشگری روستایی، برنامه‌ریزی استراتژیک و مباحث مربوط به مشارکت جامعه محلی در طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری است. توسعه پایدار به معنای مدیریت و حفاظت منابع طبیعی پایه و جهت دادن به تحولات تکنولوژی و نهادی است، به ترتیبی که نیازهای انسان و نسلهای کنونی و آینده بشریت به صورت مستمر و پایدار تأمین شود. توسعه پایدار تمام ابعاد و جوانب فنی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی را یک جا مورد توجه قرار می‌دهد (آسایش، ۱۳۸۳، ۱۹). توسعه پایدار روستایی همانند توسعه پایدار از بعد نگرشی، صرفاً تحول وضعیت و شرایط روستاها از نظر اقتصادی نیست، بلکه توسعه متعادل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مناطق روستایی و نواحی مشخص همراه با توجه به

حداکثر بهره برداری از منابع محلی و توزیع عادلانه‌تر و گسترده‌تر منافع ناشی از توسعه است (عربیون، ۱۳۸۵، ۸۶). گردشگری پایدار با الهام گرفتن از تعریف توسعه پایدار عبارت است از توریسمی که نیازهای نسل حاضر را پاسخ دهد، بدون اینکه از ظرفیت‌های مربوط به نسل‌های آینده برای پاسخگویی به نیازهای خود مایه بگذارد. توریسم پایدار به نحوی برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود که بر محیط زیست، اقتصاد و فرهنگ جامعه میزبان اثر منفی نگذارد (زاهدی، ۱۳۸۵، ۱۱۱). گردشگری در بافت جامعه روستایی پدیده پیچیده‌ای است که تأثیرات و ابعاد آن همچنان در آثار تحقیقاتی موجود نامعلوم و توضیح داده نشده باقی مانده است (جمعه پور، احمدی ۱۳۹۰، ۵۹). توسعه گردشگری روستایی اغلب بر اساس استعدادش برای مشارکت در باسازی اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی می‌تواند مورد قضاوت قرار گیرد، منبع مهم و جدیدی که اشتغال ایجاد نموده و درآمد زایی دارد (اردستانی، ۱۳۸۷: ۲۵۳). توسعه پایدار گردشگری روستایی فرایندی است که بر تأمین نیازهای توسعه اجتماع محلی، بهبود زنجیره عرضه تولیدات محلی، تشویق صنایع و حرفه‌های محلی، توسعه متناسب با ظرفیت زیست محیطی و اجتماع محلی و افزایش ثبات درآمد گردشگری تأکید دارد (افتخاری، مهدوی و پورطاهری، ۱۳۸۹، ۹).

مشارکت را می‌توان میزان دخالت اعضای نظام اجتماعی در فرایند تصمیم‌گیری برانگیختن حساسیت مردم در افزایش درک و توان آنان در پاسخگویی به طرح‌های توسعه و تشویق ابتکارات محلی یا فرایندی دانست که موجبات رشد و توانایی اساسی بشر، از جمله شأن و منزلت انسانی، باروری نیروی تصمیم‌گیری و عمل‌سنجیده و اندیشیده او را فراهم می‌سازد (میسرا و چیمبا، ۱۳۶۵، ۳۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار با رویکرد مشارکتی مردم و مسئولان باید تدوین گردد تا ضمن افزایش احساس تعلق و مالکیت در همه گروه‌های ذینفع، اکوتوریسم پایدار، ظرفیت‌سازی سازمانی و فعالیتی و فضایی و مکانی گسترش یابد و تقویت شود (بدری، ۱۳۹۰، ۵۲). برنامه‌ریزی استراتژیک از این نظر در صنعت گردشگری دارای اهمیت است که ذینفعان متعدد با سلاقی متنوع را به صورت یکپارچه، هماهنگ و منسجم درآورده و دارای انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری نسبت به تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی می‌باشد (Russell R. Currie 2008).

جنبه بسیار مهم در مطالعات امکان‌سنجی شناسایی ذینفعان است، برنامه‌ریزان گردشگری باید همه گروه‌های اثرگذار و ذینفع را شناسایی و با ایجاد ارتباط، زمینه تعاملات و همکاری را پیش از شروع توسعه، فراهم نمایند (Russell R. Currie, 2008). باید برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری نگاه عمیق‌تری به این موضوع داشته و از گزارش‌های شتاب‌زده راجع به ذینفعان پرهیز کنند (Sautter & Leisen, 1999).

یکی از حوزه‌های اصلی مورد علاقه برای جغرافیدان‌ها و همچنین دیگر محققان گردشگری، اثرات گردشگری و تفریحات بر جامعه مقصد است (Hall and page, 2002: 225). پیامدهای گردشگری اغلب در یک چارچوب نظریه‌ای شامل اثرات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی و فرهنگی بررسی می‌شود، این اثرات جدا از یکدیگر نیستند. اثرات اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی در یک حوزه تعاملی با «اثرات اجتماعی» عمل می‌کند.

هر چند شکی نیست که گردشگری نقش مهمی را در احیا و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع روستایی ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند، باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی و اقتصادی و فضای زیستی نواحی روستایی بشود

(مهدوی، ۱۳۸۲: ۶۳). آثار و تغییراتی که این صنعت بر جامعه می‌گذارد می‌تواند به صورت فیزیکی، اقتصادی و یا اجتماعی - فرهنگی باشد (اعرابی و پارسائیان، ۱۳۷۷: ۳۲۷).

آنچه در راستای تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه پایدار گردشگری در روستاها و سایت‌های گردشگری باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد شناسایی ذینفعان و تحلیل استراتژیک آنها براساس تئوری‌های مرتبط با ذینفعان می‌باشد. ذینفعان همواره مورد توجه بوده‌اند اینکه آنها چه کسانی هستند (ویژگی‌ها و صفات)، آن‌ها چه می‌خواهند (منافع) و چگونه آنها چیزی را که می‌خواهند به دست می‌آورند (تأثیرات) (Timur & Getz, 2002).

چهار گروه از ذینفعان در جامعه گردشگری قابل شناسایی می‌باشند: بازدیدکنندگان یا مشتریان، صنایع، ساکنان محلی و دولت (Murphy and Murphy, 2004).

در حوزه توسعه گردشگری پایدار ذینفعان را به چهار گروه تقسیم می‌نمایند: جامعه میزبان، جامعه میهمان (گردشگران)، سازمان‌های گردشگری (اپراتورها و تنظیم‌کنندگان) و محیط زیست طبیعی (Hardy & Beeton 2001, p.173).

مفهوم کلی ذینفعان همچنین در برگرنده رسانه‌ها، سیاست‌مداران، گروه‌های حامی محیط زیست، اجتماع عمومی، سطوح دولت، سرمایه‌گذاران، عرضه‌کنندگان، گروه‌های فشار، رقبای، واحدهای تجاری، انجمن‌های حرفه‌ای و حتی سطوح آکادمیک است (Charter, 1992).

سه ویژگی یا خصوصیت ذینفعان قدرت، مشروعیت و ضرورت می‌باشد. این ویژگی‌ها تأثیر ذینفعان بر سازمان، فعالیت‌ها و استراتژی‌ها را تشریح می‌نماید. یک ذینفع می‌تواند خواسته‌هایش را تحمیل کند و در این مورد او دارای قدرت است، ذینفعی که فعالیت‌هایش مطلوب و سودآور دیده می‌شود، دارای مشروعیت است و ضرورت زمانی است که یک ذینفع دارای موضوع حساس به لحاظ زمانی می‌باشد که نیازمند توجه فوری است (Clement, 2005).

این تحقیق در پی استفاده از تئوری ذینفعان است، زیرا در بردارنده چندین مورد تقسیم‌بندی است، تأثیرات ویژه سایت را در برگرفته و تیپولوژی بهتری را پیشنهاد می‌دهد. هدف تئوری میشل اینست که بتواند توضیح دهد به چه کسانی و از نگاه چه مدیرانی باید به موضوع توجه داشت (Mitchell 1997,854)، در راستای این هدف تیپولوژی صحیح‌تری از ذینفعان را به واسطه تعریف سه ویژگی برآمده از گروه‌های عمومی پیشنهاد می‌دهد. تئوری میشل سطح نفوذ ذینفعان را در ارتباط با شماری از ویژگی‌های قدرت<sup>۱</sup>، مشروعیت<sup>۲</sup> و ضرورت<sup>۳</sup> دسته‌بندی نموده است (Mitchell, 1997,873). تئوری ذینفعان در یک دیاگرام سه مرحله‌ای مشخص می‌نماید که هر مرحله در برگرنده یکی از سه ویژگی است. نفوذ و قدرت حدود اختیاراتی است که یک گروه دارد یا می‌تواند با ابزارهای سرکوب‌گرایانه، سودجویانه یا هنجارگونه به دست آورد (Mitchell 1997:869). مشروعیت، به عنوان مفهوم کلی یا پنداشتی که کنش‌های دورنی مطلوب، شایسته یا مناسب را در سیستم ساختارمند اجتماعی شامل هنجارها، ارزش‌ها، باورها و تعاریف بیان می‌کند، تعریف شده است (Mitchell et al 1997:574).

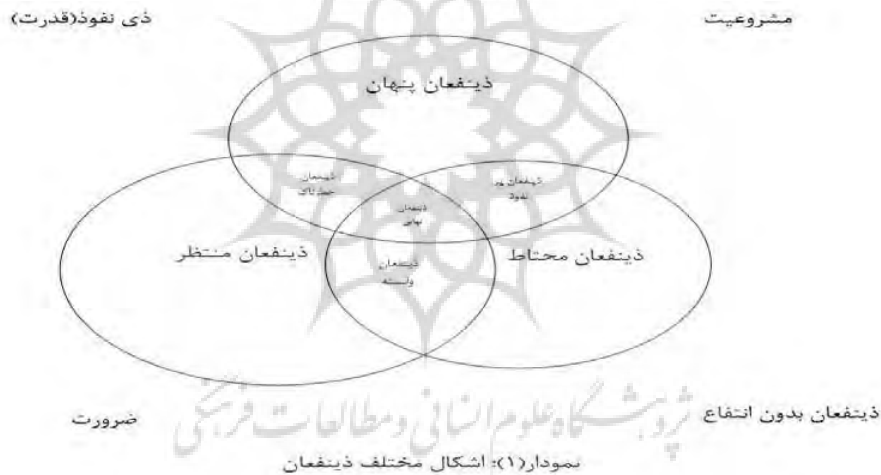
1- power  
2-legitimacy  
3urgency

ضرورت، سطحی از خواسته‌های ذینفعان می‌باشد که نیازمند توجه جدی و ضروری است (Mitchell et al 1997:870).

جدول شماره (۱): ویژگی‌ها، طبقه‌بندی و تعریف تیپولوژی ذینفعان

ویژگی‌ها <sup>۱</sup>	طبقه‌بندی ذینفعان <sup>۲</sup>	تعریف تیپولوژی <sup>۳</sup>
قدرت	ذینفعان پنهان <sup>۴</sup>	ذینفعان پنهان <sup>۴</sup> : با وجود اینکه دارای نفوذ و قدرت هستند اما ویژگی‌های مشروعیت و ضرورت اندک و اغلب بهره‌گیری از قدرت و نفوذ بدون استفاده است.
مشروعیت		ذینفعان محتاط <sup>۵</sup> : فاقد قدرت و ضرورت برای تأثیرگذاری بر سازمان
ضرورت	ذینفعان منتظر <sup>۶</sup>	ذینفعان طالب <sup>۷</sup> : دارای خواسته‌های ضروری بدون داشتن قدرت و مشروعیت در راستای تأثیرگذاری بر سازمان
قدرت و مشروعیت		ذینفعان پرنفوذ <sup>۸</sup> : براساس خواسته‌های مشروع و قانونی، توانایی اعمال قدرت برای دست یازیدن به خواسته‌های خود را دارا می‌باشند.
قدرت و ضرورت	ذینفعان متضرر <sup>۹</sup>	ذینفعان خطرناک <sup>۱۰</sup> : دارای مشروعیت کمتر و قدرت و ضرورت بسیار در جهت تأثیر گذاشتن روی سازمان
مشروعیت و ضرورت		ذینفعان وابسته <sup>۱۱</sup> : با توجه به عدم قدرت و نفوذ، خواسته‌های مشروع و ضروری‌شان تحلیل رفته و بنابراین متکی به قدرت دیگران در اثر گذاشتن بر سازمان می‌شوند.
قدرت، مشروعیت و ضرورت	ذینفعان نهایی <sup>۱۲</sup>	ذینفعان نهایی <sup>۱۲</sup> : همه سه ویژگی ذینفعان را دارا بوده و توانایی اثر گذاشتن روی سازمان را در آینده نزدیک دارد.

منبع: Russell R. Currie 2008



منبع: Russell R. Currie 2008

متغیرهای تحقیق براساس تئوری ذینفعان شامل ویژگی‌های قدرت، مشروعیت و ضرورت در ارتباط با ذینفعان که به چهار دسته جامعه محلی، بنگاه‌های کسب و کار، ادارات دولتی و گردشگران تقسیم‌بندی شده‌اند، نسبت به ادراک آنها

- 1 - Attributes
- 2 - Classification of Stakeholder
- 3 - Identification Typology
- 4 - Latent Stakeholder
- 5 - Dormant Stakeholder
- 6 - Discretionary Stakeholder
- 7 - Demanding Stakeholder
- 8 - Expectant Stakeholder
- 9 - Dominant Stakeholder
- 10 - Dangerous Stakeholder
- 11 - Dependent Stakeholder
- 12 - Definitive Stakeholder

از اثرات اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی در جامعه مقصد گردشگری (اورامان تخت) مورد بررسی قرار گرفته است.

با توجه به ماهیت مقاله حاضر، از روش پیمایشی که دارای انواع مختلفی است برای تبیین پدیده‌ها و موضوعات مربوط به مقصدهای گردشگری پذیر استفاده می‌شود. روش گردآوری داده‌ها عبارت است از اسنادی که شامل استفاده از کتاب، مجلات معتبر و مرتبط لاتین، ماهنامه‌ها و سایر اسناد و مدارک مرتبط اعم از فارسی و انگلیسی می‌باشد، جمع آوری داده‌ها از جامعه آماری نیز با روش پیمایش شامل، مشاهده، پرسشنامه، بحث گروهی و مصاحبه عمیق (سازمان نیافته) صورت گرفت. پرسشنامه مقاله حاوی سؤالاتی در مورد ویژگی‌های جمعیت شناختی و اثرات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی از نگاه ذینفعان (گردشگران و جامعه محلی اورامان تخت) جامعه مقصد گردشگری پذیر است. با توجه به اینکه سؤالات پرسشنامه از نوع بسته و امکان دستیابی به چرایی جواب‌های حاصله وجود نداشت، لذا این سؤالات از طریق بحث گروهی و مصاحبه عمیق نیز مورد سنجش قرار گرفتند. دو گروه دیگر از ذینفعان (بنگاه‌های کسب و کار و ادارات دولتی) از طریق مصاحبه سازمان نیافته مورد سنجش واقع شدند. پس از تنظیم پرسشنامه و طراحی گویه‌های لازم برای شاخص‌های تحقیق، پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان این زمینه از پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش روایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۳۴) استفاده شده است.

جامعه آماری مورد مطالعه در این مقاله ذینفعان گردشگری روستای اورامان تخت است، روستای اورامان تخت به سبب توانمندی‌های گردشگری مقصدی نوظهور و مورد توجه بازارهای گردش فرست است، بنابراین با شناسایی ذینفعان، ادراک آنها از اثرات گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. در این مقاله برای تعیین حجم نمونه روش کوکران مورد استفاده قرار گرفته است. برای تعیین حجم نمونه با استفاده از این فرمول قبل از همه نیازمند داشتن تعداد جمعیت و آمار گردشگران در جامعه مورد مطالعه هستیم. از این فرمول برای تعیین حجم جامعه نمونه در اورامان تخت جهت روش کمی (پرسشنامه) برای گردشگران و جامعه محلی استفاده شده است. بنگاه‌های کسب و کار و ادارات دولتی در دو جامعه نیز بررسی شده‌اند. لذا حجم نمونه جامعه محلی، گردشگران، بنگاه‌های کسب و کار و ادارات محلی براساس جمعیت، گردشگران ورودی، مدیران و صاحبان بنگاه‌ها و مسئولان ادارات در مقصد اورامان تخت مبتنی به استنباط محقق و طبقه‌بندی جامعه بدست آمده است. جمعیت روستای اورامان تخت براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، ۶۴۴ خانوار با جمعیتی بالغ بر ۲۷۷۶ نفر است. در رابطه با آمار گردشگران نیز با توجه به بررسی‌های انجام گرفته و مصاحبه با مسئولان امر در روستا، میانگین تعداد گردشگران در طول دو ماه تعداد ۱۲۰۰ نفر بوده است. بنگاه‌های کسب و کار در روستای اورامان تخت برابر با ۸۷ واحد تجاری است که بیشتر خدمات رسانی و تأمین مایحتاج روستایی را عهده دار هستند. بنگاه‌های فعال در زمینه عرضه خدمات گردشگری در روستای اورامان تخت از لحاظ اقامتی عبارت است از هتل ۳ ستاره اورامان، خانه معلم و اقامتگاه‌ها یا خانه‌های استیجاری و مراکز پذیرایی شامل رستوران، قهوه‌خانه و ۵ فروشگاه عرضه صنایع دستی است. ادارات محلی روستای اورامان تخت که در زمینه گردشگری می‌توانند صاحب رأی باشند شامل شورای روستا، دهیاری و امام جمعه است.

با استفاده از فرمول کوکران و داده‌های حاصل از آمارهای مرتبط با جمعیت و گردشگران برای ۶۶۴ خانوار اورامان ۲۰۸ نمونه تعیین شد. تعداد نمونه برای گردشگران اورامان ۷۷ برآورد شد. اما با توجه به اینکه حجم نمونه خانوار اورامان بسیار بیشتر بود، براین اساس بنابر محدودیت‌های تحقیق، اشباع نظرات پاسخ داده شده و دسترسی محدود به پاسخ دهندگان در جامعه آماری مذکور، تصمیم محقق بر تعدیل و کاهش حجم نمونه در جامعه فوق به سطح ۹۴ نمونه برای خانوارهای اورامان شد.

جدول شماره (۲): توزیع نمونه در جامعه آماری

جامعه آماری	تعداد جامعه		تعداد نمونه براساس فرمول (محقق)
	خانوار	گردشگر	
گردشگران اورامان	-	۶۰۰	۷۷
جامعه محلی اورامان	۶۶۴	-	۹۴

منبع: یافته‌های پژوهش

تکنیک‌های تحلیل داده با توجه به سطح تحلیل متغیرها تعیین می‌شود. با توجه به سطوح تحلیل متغیرهای تحقیق می‌توان روش‌های آماری مورد استفاده را به دو دسته تقسیم کرد.

۱- روش‌های تحلیل آمار توصیفی شامل کاربرد جداول، درصد‌های نسبی و جمععی، فراوانی‌ها، میانگین و شاخص‌های گرایش به مرکزی و پراکندگی.

۲- روش‌های تحلیل آماری استنباطی در این بخش با توجه به موضوع مورد مطالعه و با توجه به نوع متغیرهای وابسته و مستقل تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون برای سنجش معنی داری رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده شده است.

متغیرهای مقاله (قدرت، مشروعیت، ضرورت) متغیرهایی هستند که به واسطه آنها ادراک ذینفعان نسبت به اثرات اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی می‌تواند متفاوت و متأثر باشد. در این مقاله با شناسایی ذینفعان، تعیین ویژگی‌ها و خصوصیات، اثر آنها بر ادراک جامعه محلی، گردشگران، بنگاه‌های کسب و کار و ادارات محلی نسبت به اثرات گردشگری اندازه‌گیری شده است. متغیرهای مستقل مقاله برخاسته از تئوری ذینفعان می‌باشند که در جدول ۱ به آنها اشاره شد و عبارتند از قدرت، مشروعیت، ضرورت، قدرت و مشروعیت، قدرت و ضرورت، مشروعیت و ضرورت به عنوان متغیر مستقل و ادراک ذینفعان از اثرات گردشگری (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیط) متغیر وابسته است.

برای هر کدام از متغیرهای مستقل و وابسته گویه‌های مرتبط در راستای عملیاتی نمودن متغیرها در قالب پرسشنامه و سؤالات مصاحبه تهیه شد.

### آشنایی با روستای مورد مطالعه

روستای اورامان تخت که به سبب توانمندی‌های گردشگری مقصدی نوظهور و مورد توجه بازارهای گردشگری فرست است، به عنوان مطالعه موردی انتخاب و با شناسایی ذینفعان، ادراک آنها نسبت به اثرات توسعه گردشگری بررسی شد. اورامان تخت روستایی از توابع شهرستان سروآباد در استان کردستان است که در ۶۵ کیلومتری جنوب شرقی شهرستان مریوان و ۱۷۰ کیلومتری مرکز استان (سنندج) واقع شده است. منابع و جاذبه‌های گردشگری این

منطقه طبیعی و فرهنگی است. از مهمترین قابلیت‌های فرهنگی روستا می‌توان به معماری، صنایع دستی، لباس محلی، مراسم پیرشالیار، مراسم کومسای، مسجد، خانه پیرشالیار و قلعه اورامان نام برد.

#### یافته‌ها

#### - شناسایی ذینفعان براساس مدل تئوری ذینفعان در اورامان تخت

در این مطالعه، براساس تئوری ذینفعان، سعی بر آن است به بررسی، دسته‌بندی و تعریف ویژگی‌های هر یک از گروه‌های ذینفع و ذی نفوذ در توسعه گردشگری اورامان تخت پرداخت.

#### جامعه محلی

جامعه محلی در اورامان تخت به فعالیت‌هایی غیر از فعالیت‌های مرتبط با صنعت گردشگری اشتغال دارند و با توجه به اینکه دو مراسم عروسی «پیرشالیار» و «کومسا»، در دو زمان متفاوت، توسط اهالی روستا برگزار می‌شوند، لذا در برپایی این مراسم‌ها، مردم محلی نقش اساسی و فعالی را ایفا می‌کنند و پیک گردشگری منطقه در واقع، زمان برگزاری این دو مراسم است. دو دیدگاه در این زمینه بسیار تأثیرگذار است، بسیاری از گردشگرانی که در سطح ملی و فرمانطقه‌ای در این مراسم‌ها حضور می‌یابند، انتظار آیینی برخاسته از فرهنگ مردم این دیار در پیش از اسلام را دارند، اما مردم محلی و به ویژه علمای منطقه اصرار بر اسلامی بودن مراسم‌ها و انتساب پیر شالیار به دوره اسلامی دارند. بنابراین می‌توان گفت جامعه محلی ذینفعان نهان با ویژگی تیپولوژی محتاط می‌باشند که دارای مشروعیت به سبب اینکه ارزش‌ها، باورها و سنت‌های جامعه را از گذشته‌های دور تا به امروز حفظ نموده و در برگزاری مراسم عروسی و کومسای پیرشالیار با هماهنگی و همکاری بسیار خوب سعی در برپایی این آیین داشته‌اند، بنابراین نسبت به دیدگاه‌هایی که این مراسم‌ها را با رأی خود تفسیر می‌نمایند، بسیار حساس و محتاط می‌باشند.

#### بنگاه‌های کسب و کار

بنگاه‌های کسب و کار فعال در زمینه گردشگری اورامان تخت با توجه به اینکه مقصدی نوظهور و در مرحله شناخت قرار دارد، محدود به هتل سه ستاره اورامان، خانه معلم (به گردشگران اجاره داده می‌شود)، خانه‌های اجاره‌ای و مراکز پذیرایی رستوران اورامان و قهوه خانه‌های محلی، چندین مغازه عرضه صنایع دستی، مواد خوراکی محلی و ... است. بنگاه‌های کسب و کار در اورامان تخت ذینفعانی وابسته با ویژگی مشروعیت و ضرورت هستند. مشروعیت به سبب اینکه خدمات اقامتی، پذیرایی و امکان خرید محدود را برای گردشگران ورودی فراهم نموده‌اند.

#### ادارات محلی

ادارات محلی در روستای اورامان تخت محدود به دهرداری، شورای اسلامی روستا، خانه بهداشت، دفتر امام جمعه روستا است. ادارات محلی ذینفعانی پرنفوذ با ویژگی قدرت و مشروعیت می‌باشند و در برگزاری مراسم‌های پیرشالیار و کومسای دهیار، امام جمعه و اعضای شورا نقش فعالی دارند و تصمیمات روستا در زمینه‌های مختلف منوط به نظر امام جمعه، دهیار و اعضای شورای اسلامی روستاست.



## گردشگران

گردشگرانی که به مقصد اورامان تخت، در استان کردستان، در سطوح مختلف جغرافیایی می‌آیند، در واقع به دنبال مناطق جذاب و دیدنی به لحاظ فرهنگی و طبیعی می‌باشند که پیش از این تجربه سفر به این مناطق را نداشته‌اند. گردشگران با علائق خاص اورامان تخت را به سبب ویژگی‌ها و جذابیت‌های گردشگری همواره مورد توجه قرار داده و در قالب گروه‌های مختلف به این منطقه می‌آیند. گردشگران ذینفعان نهایی با ویژگی قدرت، مشروعیت و ضرورت می‌باشند.

جدول شماره (۳): تعیین ذینفعان و ویژگی‌های آنها براساس تئوری طبقه‌بندی ذینفعان در روستای اورامان تخت

ذینفعان	خصوصیات و ویژگی‌ها	نوع دسته‌بندی
۱- جامعه محلی	- ذینفعان نهان با ویژگی مشروعیت	- ذینفعان محتاط
۲- بنگاه‌های کسب و کار	- ذینفعان منتظر با ویژگی مشروعیت و ضرورت	- ذینفعان وابسته
۳- ادارات محلی	- ذینفعان منتظر با ویژگی قدرت و مشروعیت	- ذینفعان پرنفوذ
۴- گردشگران	- ذینفعان نهایی، با ویژگی‌های قدرت، مشروعیت و ضرورت	- ذینفعان نهایی

منبع: یافته‌های پژوهش

## - یافته‌های توصیفی تحقیق

در بخش یافته‌های توصیفی به بررسی ویژگی‌های فردی پاسخگویان مانند جنس، سن، سطح تحصیلات و سطوح جغرافیایی گردشگران ورودی در جامعه نمونه می‌پردازیم.

### جنسیت پاسخگویان (براساس جامعه‌های نمونه)

آمارهای جنسیتی جامعه نمونه تحقیق براساس گردشگران و جامعه محلی اورامان نشان می‌دهد که ۵۱ درصد از گردشگران اورامان تخت مرد و ۴۹ درصد زن هستند و ۹۵ درصد از پاسخگویان جامعه محلی اورامان تخت مرد و ۵ درصد زن هستند.

جدول شماره (۴): توزیع مطلق و نسبی جنسیت پاسخگویان برحسب جامعه نمونه

جامعه نمونه	جنس	فراوانی	درصد معیار
گردشگران اورامان	مرد	۳۹	۵۰.۶
	زن	۳۸	۴۹.۴
مردم اورامان	مرد	۹۰	۹۵.۷
	زن	۴	۴.۳
جمع		۷۷	۱۰۰.۰
جمع		۹۴	۱۰۰.۰

منبع: یافته‌های پژوهش

## وضعیت سنی پاسخگویان

وضعیت سنی پاسخگویان براساس جامعه نمونه نشان می‌دهد که گردشگران اورامان با میانگین سنی ۲۸ سال و بیشترین فراوانی ۲۹ سال دارای انحراف معیار ۷.۴۲ می‌باشند. جامعه محلی اورامان با میانگین سنی ۲۷ سال و بیشترین فراوانی ۲۰ سال دارای انحراف میانگینی برابر ۶.۴۶ است.

جدول شماره (۵): آمارهای توصیفی وضعیت سنی پاسخگویان برحسب جامعه نمونه

جامعه آماری	فراوانی	عدم پاسخگویی	میانگین	میانه	بیشترین فراوانی	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
گردشگران اورامان	۷۷	-	۲۸.۰۷	۲۸	۲۹	۷.۴۲	۱۷	۶۶
مردم اورامان	۹۴	-	۲۶.۸۰	۲۶	۲۰	۶.۴۶	۱۸	۴۱

منبع: یافته‌های پژوهش

### سطح تحصیلات پاسخگویان

مقطع کارشناسی در جامعه آماری گردشگران اورامان با ۵۱ درصد بیشترین فراوانی را نشان می‌دهد و جامعه محلی اورامان نیز با ۴۱ درصد در مقطع متوسطه و دیپلم دارای بیشترین فراوانی است.

### - پراکندگی جغرافیایی گردشگران پاسخگو

سطوح جغرافیایی گردشگران ورودی به اورامان که مقصدی نوظهور و مورد توجه اکوتوریست‌هاست، شامل منطقه‌ای و ملی است. بیشترین فراوانی با ۷۴ درصد مربوط به سطح ملی از مبادی گردشگرفرست تهران، کرج و اصفهان است و سطح منطقه‌ای استان کردستان شامل شهرستان‌های سنندج، سقز، مریوان، سروآباد و ... است.

جدول شماره (۶): سطوح جغرافیایی گردشگران ورودی در جامعه نمونه

جامعه آماری	سطوح جغرافیایی گردشگران ورودی	فراوانی	درصد
گردشگران اورامان	منطقه‌ای	۲۰	۲۶
	ملی	۵۷	۷۴
جمع		۷۷	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

### - یافته‌های تحلیلی تحقیق

بررسی ادراک ذینفعان از اثرات گردشگری به عنوان متغیر وابسته نسبت به ویژگی‌های ذینفعان (قدرت، مشروعیت و ضرورت) به عنوان متغیر مستقل براساس یافته‌های حاصل از تئوری ذینفعان در جامعه نمونه نسبت به دو گروه از ذینفعان (جامعه محلی و گردشگران) در جداول ارائه شده است:

جدول شماره (۷): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه متغیر مستقل

متغیر مستقل قدرت	جامعه نمونه	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۶۱۲	۰.۰۵۹	عدم تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به اینکه متغیر قدرت برای جامعه نمونه اورامان مبتنی بر تئوری ذینفعان مورد سنجش قرار گرفته است، لذا فرضیه برای گردشگران اورامان تحت و ادراک آنها از اثرات گردشگری رابطه معناداری را نشان نمی‌دهد، یعنی بین متغیر قدرت و ادراک از اثرات توسعه گردشگری در اورامان تحت همبستگی لازم وجود ندارد. با توجه به اینکه اورامان تحت مقصدی نوظهور است و گردشگران هدفمند برای شرکت در مراسم‌های پیرشالیار و گردشگری برای علائق خاص به این منطقه می‌آیند، لذا اثرات گردشگری به صورت ملموس مورد توجه نمی‌باشد.

جدول شماره (۸): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه متغیر مستقل

متغیر مستقل مشروعیت	جامعه آماری	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید فرضیه
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۰۰۰	۰.۳۹۵	تأیید
	مردم اورامان	۰.۷۶۱	۰.۰۳۲	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

متغیر مشروعیت براساس تئوری ذینفعان به عنوان پارامتری که چهار جامعه آماری را در بر می‌گیرد، با ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری برای گردشگران اورامان تحت و جامعه محلی سطح معناداری را نشان می‌دهد؛ یعنی هر چه مشروعیت بیشتر باشد، گردشگران و جامعه محلی اثرات توسعه گردشگری را بیشتر مورد توجه قرار می‌دهند و نسبت به اثرات منفی گردشگری بسیار حساس‌تر عمل می‌کنند.

جدول شماره (۹): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه‌های متغیر مستقل

متغیر مستقل ضرورت	جامعه نمونه	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید فرضیه
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۰۰۴	۰.۳۲۸	تأیید
	مردم اورامان	۰.۰۰۰	۰.۴۴۳	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل‌های تئوری ذینفعان در خصوص جامعه نمونه اورامان تخت می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه فوق برای متغیر ضرورت نسبت به ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری سطح معناداری را نشان می‌دهد، که بیان‌کننده نگاه و توجه فوری به اثرات مثبت گردشگری و تقلیل اثرات منفی است.

جدول شماره (۱۰): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه‌های متغیر مستقل

متغیر مستقل قدرت و مشروعیت	جامعه آماری	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید فرضیه
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۰۰۷	۰.۳۰۳	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل ذینفعان از جامعه اورامان تخت، بین متغیر قدرت و مشروعیت و ادراک از اثرات توسعه گردشگری در گردشگران اورامان تخت سطح معناداری را نشان می‌دهد؛ یعنی هر چه قدرت و مشروعیت بیشتر باشد، میزان ادراک آن‌ها از اثرات توسعه گردشگری نیز بیشتر است.

جدول شماره (۱۱): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه‌های متغیر مستقل

متغیر مستقل قدرت و ضرورت	جامعه آماری	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید فرضیه
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۰۰۴	۰.۳۲۸	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل ذینفعان از جامعه نمونه، بین متغیر قدرت و ضرورت و ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری در جامعه اورامان تخت رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که توجه جدی به فراهم نمودن امکانات و خدمات گردشگری برای گردشگرانی که دارای توانایی انتخاب مقصدهای رقیب را دارند، می‌تواند ادراک ذینفعان از اثرات گردشگری را ارتقا دهد.

جدول شماره (۱۲): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه‌های متغیر مستقل

متغیر مستقل ضرورت و مشروعیت	جامعه آماری	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید فرضیه
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۰۰۰	۰.۴۹۰	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل ذینفعان از اورامان تخت و برخورداری گردشگران اورامان تخت از ویژگی مشروعیت و ضرورت، بین متغیرهای مشروعیت و ضرورت با ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری سطح معناداری را نشان می‌دهد. زیرا فراهم نمودن امکانات و خدمات گردشگری متناسب با سطح درآمد و انتظار گردشگران می‌تواند اثرات توسعه گردشگری را از بُعد مثبت ارتقاء دهد.

جدول شماره (۱۳): آزمون‌های معنی‌داری رابطه بین متغیر وابسته و مؤلفه‌های متغیر مستقل

متغیر مستقل قدرت، مشروعیت و ضرورت	جامعه نمونه	سطح معنی‌داری	همبستگی پیرسون	تأیید یا عدم تأیید فرضیه
ادراک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری	گردشگران اورامان	۰.۰۰۰	۰.۴۲۸	تأیید

منبع: یافته‌های پژوهش

ذینفعان نهایی با ویژگی قدرت، مشروعیت و ضرورت در جامعه گردشگران اورامان تخت نسبت به ادارک ذینفعان از اثرات توسعه گردشگری رابطه معناداری را نشان می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت هر چه قدرت، مشروعیت و ضرورت افزایش پیدا کند، نوع نگاه گردشگران به اثرات گردشگری نیز ارتقا پیدا می‌کند.

## - یافته‌های تحلیل مصاحبه‌ها

### قدرت

ادارات محلی روستای اورامان تخت به سبب برخورداری از قدرت اعمال نظر در راهبردهایی که منجر به توسعه گردشگری می‌شود دارای قدرت بوده و توانایی لازم برای همکاری در راستای اثرات حاصل از توسعه گردشگری را دارند. در مصاحبه با امام جمعه «گردشگری و افراد گردشگر باید در اورامان تخت نسبت به ارزش‌ها، باورها و اعتقادات مردم توجه داشته باشند، زیرا این منطقه به لحاظ اعتقادی بسیار حساس است، در صورت عدم رعایت موازین شرعی از سوی گردشگران، توسعه گردشگری اتفاق نیفتد بهتر است».

### مشروعیت

ادارات محلی اورامان تخت با توجه به اینکه مسوولین از افراد معتمد و صاحب نفوذ روستا می‌باشند، لذا دارای مشروعیت لازم در راستای ارائه نظر در مورد اثرات گردشگری به ویژه از بُعد فرهنگی می‌باشند. مصاحبه با عضو شورای اسلامی روستا «حفظ آیین‌ها و رسوم محلی براساس باورها و اعتقادات در اورامان تخت بسیار باید مورد توجه قرار بگیرد، مخصوصاً مراسم عروسی و کومسای پیرشالیار که بسیاری درصدد هستند آن را به پیش از اسلام نسبت دهند». بنگاه‌های کسب و کار با ظرفیت محدود در روستای اورامان تخت برای خدمات‌دهی به گردشگران احداث شده‌اند و از این نظر که پیشگام در ارائه خدمات گردشگری هستند، دارای مشروعیت می‌باشند و می‌توانند زمینه فعالیت‌های گردشگری را در جهت کسب درآمد و ایجاد اشتغال و احیاء صنایع دستی فراهم نمایند. مصاحبه با مدیر هتل «قبلاً گردشگران وقتی به اورامان می‌آمدند، جایی برای استراحت و اقامت آنها نبود و مجبور بودند به مریوان یا سنندج برگردند، اما از زمانی که هتل اورامان افتتاح شده است، همین جا اقامت می‌کنند و از زیباییهای اورامان استفاده می‌کنند».

### ضرورت

بنگاه‌های کسب و کار محدود شکل گرفته در اورامان تخت از این نظر دارای ضرورت می‌باشند، که نیاز مقصد اورامان را درک کرده و در این راستا در جهت ایجاد درآمد، اشتغالزایی و توجه به میراث فرهنگی و طبیعی گام برداشته‌اند. مصاحبه با فروشنده صنایع دستی «گردشگران استقبال خوبی از صنایع دستی و مواد خوراکی عرضه شده در این فروشگاه دارند و دوست دارند سوغاتی از اورامان را به همراه خود ببرند».

### بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با مطالعه موردی جامعه گردشگرپذیر اورامان تخت، سعی دارد از نگاه ذینفعان و با شناخت دقیق، حاصل از بکارگیری تئوری ذینفعان، اثرات گردشگری را در این مقصد گردشگری بررسی نماید. فرضیه‌ها، متغیرها و گویه‌های سنجش جامعه برآمده از مفاهیم تئوری ذینفعان و ادراک آنها از اثرات گردشگری (اقتصادی، اجتماعی،

فرهنگی و زیست محیطی) است. اینکه ذینفعان گردشگری در جوامع مقصد گردشگری (اورامان تخت) چه کسانی هستند و با توجه به ویژگی‌های هرکدام نسبت به اثرات توسعه گردشگری چه نگرش و دیدگاهی دارند. اورامان تخت مقصدی نوظهور و مورد توجه بازارهای گردشگر فرست به سبب منابع و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی است، روستایی با قابلیت‌های فرهنگی و متفاوت به لحاظ زبان، پوشش، آداب و رسوم و مذهب که دغدغه‌های فرهنگی و حفظ فرهنگ از مهمترین مواردی است که در راستای توسعه گردشگری به آن توجه داشته و سعی بر آن دارند که گردشگری و روند توسعه آن را با اهداف فرهنگی خود همسو نمایند. بنابراین نتایج برآمده از یافته‌های مقاله نشان می‌دهد که:

### نتایج حاصل از نظریه ذینفعان

با توجه به اینکه گروه‌های ذینفع در جامعه مورد مطالعه به چهار دسته جامعه محلی، بنگاه‌های کسب و کار، ادارات دولتی و گردشگران تقسیم‌بندی و براساس نظریه ذینفعان تحلیل شده‌اند، لذا جامعه محلی اورامان تخت دارای ویژگی مشروعیت با تیپولوژی محتاط می‌باشند که نشان‌دهنده توجه به فرهنگ و آداب و رسوم این منطقه دارد و با توجه به اینکه گردشگری در منطقه اتفاق افتاده است، لذا دغدغه اصلی حفظ فرهنگ است.

**بنگاه‌های کسب و کار** در واقع ذینفعانی وابسته هستند که هنوز نسبت به جذب گردشگران و کسب درآمد از محل گردشگری با احتیاط می‌نگرند، در نتیجه روند توجه به ارائه خدمات گردشگری با توجه به کاهش ورود گردشگران و مقطعی بودن پیک گردشگری از سوی سایر افراد جامعه کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد، بنابراین باید نسبت به توسعه فعالیت‌های گردشگری در قالب شرکت‌های تعاونی و با همکاری مسئولین ذیربط زمینه مشارکت در راستای گردشگری را فراهم نمود.

**ادارات محلی** و افراد مسئول در روستا با توجه به دارا بودن ویژگی قدرت و مشروعیت در واقع توان تأثیرگذاری روی برنامه‌ها و طرح‌های مرتبط با گردشگری را دارند، بنابراین باید توسعه گردشگری متناسب با خواسته‌های فرهنگی مسئولین محلی باشد.

**گردشگرانی** که از سطح ملی به این منطقه می‌آیند هدفمند و با برنامه‌ریزی دقیق این مقصد را انتخاب می‌نمایند. مقصدهای هدفمندی مانند اورامان تخت که گردشگران خاص و علاقمند به خود را دارد، قدرت انتخاب را برای گردشگران محدود می‌سازد. بنابراین ارائه خدمات متناسب با ویژگی‌های فرهنگی و طبیعی منطقه می‌تواند گردشگران هدفمند بسیاری را جذب نماید. با توجه به ویژگی‌های ذینفعان در روستای اورامان تخت می‌توان نتیجه گرفت که هنوز تعادل میان ویژگی‌های قدرت، مشروعیت و ضرورت در روستا وجود دارد و می‌توان با حفظ این تعادل در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری گام‌های مؤثری را برداشت.

### نتایج حاصل از یافته‌های توصیفی

جنسیت گردشگران در مقصد اورامان تخت دارای نسبتی برابر به لحاظ پاسخگویی زنان و مردان به پرسشنامه است، اما پاسخ گویی جامعه محلی براساس جنسیت در اورامان نشان می‌دهد که زنان حضور چشمگیری ندارند، زیرا اورامان تخت مقصدی نوظهور در عرصه گردشگری است و هنوز فرصت ایجاد شغل‌های مرتبط با فعالیت‌های

گردشگری و زنان به خوبی فراهم نشده است. بنابراین می‌توان به این مهم پی برد که رونق گردشگری می‌تواند زمینه حضور مشارکتی زنان در فعالیت گردشگری را به وجود آورد. سطح تحصیلات گردشگران اورامان تخت در مقطع کارشناسی و بالاتر نشان می‌دهد که گردشگران اورامان تخت با تحصیلات بالا (۷۰ درصد)، در واقع گردشگران هدفمندی هستند که به دنبال مقصدهای جدید با تجربه متفاوت گردشگری می‌باشند. سطح تحصیلات جامعه محلی در مقصد اورامان در مقطع دیپلم و متوسطه به پایین بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است. پراکندگی جغرافیایی گردشگران در مقصد اورامان تخت نشان می‌دهد که بیشترین درصد گردشگران با توجه به پراکندگی جغرافیایی مربوط به سطح ملی به ویژه تهران است.

### نتایج آمار استنباطی

#### - نتایج حاصل از بخش کمی (پرسشنامه‌ها برای جامعه محلی و گردشگران)

در فرضیه‌های تحقیق سطح معنا داری و همبستگی آنها برای اثبات یا رد فرضیه مورد سنجش قرار گرفت. در فرضیه‌های مبتنی بر پارامتر قدرت که تنها برای گردشگران قابل سنجش بود. بجز فرضیه اول که برای گردشگران اورامان تخت تأیید نشد، در تمام فرضیه‌های دیگر برای گردشگران که قدرت با ویژگی‌های دیگر (مشروعیت و ضرورت) ترکیب شده تأیید و این نمایانگر این است که ویژگی‌های قدرت، مشروعیت و ضرورت می‌توانند نگاه ذینفعان به اثرات گردشگری را بیشتر مورد توجه قرار داده و در این راستا باید براساس اصول توسعه پایدار زمینه نگاه دقیق به اثرات مثبت گردشگری را در جهت تقلیل اثرات منفی در ذینفعان تقویت نمود. گردشگران دارای ویژگی قدرت، به سبب تصمیم‌گیری در انتخاب مقصد چون هدفمند به اورامان تخت می‌آیند در نتیجه نسبت به انتخاب مقصدهای دیگر دچار محدودیت بوده و عدم تأیید فرضیه قدرت نشان‌دهنده این مهم است. سایر فرضیه‌ها برای جامعه محلی و با ویژگی‌های مشروعیت و ضرورت نیز تأیید شدند، براین اساس می‌توان نتیجه گرفت که توجه به مشروعیت و ضرورت می‌تواند تأثیر مستقیم و قالب توجهی روی اثرات گردشگری در جامعه‌های نمونه داشته باشد. مردم محلی با دارا بودن ویژگی‌های فرهنگی خاص (برگزاری مراسم عروسی پیرشالیار و کومسای) و معتقد به باورهای محلی و مذهبی نسبت به اثرات گردشگری بر فرهنگ بسیار حساس بوده و نسبت به آثار اقتصادی حاصل از گردشگری نگاه مثبت دارند. مشروعیت اجتماعی ناشی از ارزش‌های جامعه و ضرورت حفظ آنها باید از سوی مسئولان به عنوان متولیان امر توسعه گردشگری و گردشگران بیشتر مورد توجه قرار بگیرد تا بتوان در امر اثرات مثبت گردشگری به هماهنگی لازم میان جامعه محلی و گردشگران دست یازید.

#### - نتایج حاصل از بخش کیفی (مصاحبه‌های انجام شده با بنگاه‌ها و مسئولان محلی)

انجام مصاحبه با دو گروه دیگر از ذینفعان شامل بنگاه‌های کسب و کار و مسئولان محلی که ویژگی‌های آنها نیز براساس تحلیل ذینفعان مشخص شد، در رابطه با ادراک از اثرات گردشگری در اورامان تخت نشان‌دهنده نگاه مشابه به اثرات گردشگری است، در اورامان تخت با توجه به اینکه گردشگری مراحل اولیه از روند ورود گردشگران را دنبال می‌نماید، لذا قدرت مسئولین محلی در راستای سایر ویژگی‌های مشروعیت و ضرورت بیشترین توجه را به بعد فرهنگی و لزوم حفظ ارزش‌ها، باورها و سنت‌ها مبذول ساخته است، بنابراین در راستای تقویت اثرات مثبت

گردشگری از بعد فرهنگی و اجتماعی می‌توان زمینه سایر اثرات مثبت گردشگری را بر مبنای اصول توسعه پایدار فراهم ساخت. اما آنچه در نگاه ذینفعان اورامان تخت (بنگاه‌ها و ادارات) بیشتر می‌تواند جلوه گر باشد، نگاه غالب فرهنگی است و دغدغه اصلی مطرح شده لزوم حفظ باورها، ارزش‌ها و سنت‌های جامعه است. بنابراین در راستای توسعه پایدار گردشگری می‌توان این نگاه را تقویت و سایر اثرات مثبت گردشگری اعم از اقتصادی و زیست محیطی را در این راستا و هماهنگ با مباحث فرهنگی منطقه تقویت نمود.

### منابع

- آسایش، حسین (۱۳۸۳). اصول و روشهای برنامه‌ریزی روستایی، تهران، دانشگاه پیام نور؛
- اردستانی، محسن (۱۳۸۷). مبانی گردشگری روستایی، سازمان چاپ و انتشارات؛ تهران.
- افتخاری، عبدالرضاکن الدین، داود مهدی و مهدی پورطاهری (۱۳۸۹). فرایند بومی سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، مجله پژوهش‌های روستایی، شماره ۴، صص ۱ - ۴۱.
- بدری، سیدعلی، خلیل رحمانی، مجید سجاسی قیداری و امید حسن پور (۱۳۹۰). راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان مریوان، مجله پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره دوم، صص ۳۱ - ۵۴.
- جمعه پور، محمد و شکوفه احمدی (۱۳۹۰). تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای یرغان، شهرستان ساوجبلاغ)، مجله پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره یکم، صص ۳۳ - ۶۳.
- چاک، وای، گئی و دیگران (۱۳۷۷). جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمود اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۲). سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهادسازندگی، نشر مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی وزارت جهاد سازندگی، تهران.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۲). "چالش‌های توسعه پایدار از منظر اکوتوریسم"، مجله مدرس علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس دوره ۷، شماره ۳، صص. ۱۵ - ۱.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۰). "اکوتوریسم و توسعه پایدار"، مجموعه مقالات همایش ملی مدیریت جنگلهای شمال و توسعه پایدار، نشر سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران.
- عربون، ابوالقاسم (۱۳۸۵). دانش بومی: ضرورتی در فرایند توسعه و ترویج، فصلنامه علمی پژوهشی سال ۹، شماره یک، صص ۸۶. مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی وزارت جهاد کشاورزی؛
- مهدوی، داوود (۱۳۸۲). نقش توریسم در توسعه نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه مدل استراتژیک، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- میسرا، آر. پی (۱۳۶۵). توسعه روستایی و مسائل و مشکلات آن، ترجمه علی اکبر فیاض، مجله روستا و توسعه، شماره ۱ صص. ۳۲.
- Amaya Loustaunau, Rodolfo (2007). An Analysis of Stakeholder Engagement in Tourism Development in Mexico's Chiapas Region, A dissertation presented to the Nottingham University Business School in part consideration for the degree of MSc in International Business
- Bramwell, B., & Lane, B. (2000). Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practice and Sustainability. Clevedon: Channel View Publications.
- Clement, R. W. (2005). The Lessons from Stakeholder Theory for U.S. Business Leaders. Business Horizons, 48(3), 255.
- Erick T. Byrd a,\* , Holly E. Bosley b, Meghan G. Dronberger (2008). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. Tourism Management 30 (2009) 693-703
- Hardy, A. L., & Beeton, R. J. S. (2001). Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More Than Average Outcomes. Journal of Sustainable Tourism, 9(3), 168-192.
- Murphy, P. E., & Murphy, A. E. (2004). Strategic Management for Tourism Communities: Bridging

- the Gaps. Clevedon: Channel View Publications.
- Clement, R. W. (2005). The Lessons from Stakeholder Theory for U.S. Business Leaders. *Business Horizons*, 48(3), 255.
- Charter, M. (Ed.). (1992). *Greener Marketing: A Responsible Approach to Business*. Sheffield: Greenleaf Publishing.
- Russell R. Currie, Sheilagh Seaton, Franz Wesley (2008). DETERMINING STAKEHOLDERS FOR FEASIBILITY ANALYSIS. *Annals of Tourism Research*, Vol. 36, No. 1, pp.
- Timur, S., & Getz, D. (2002). Applying Stakeholder Theory to The Implementation of Sustainable Urban Tourism. Paper presented at the City Tourism 2002, Vienna, Austria.
- Zhang, Wenya (2010). Analysis of the regional tourism cooperation based on stakeholder theory. <http://world-tourism.org/aboutwto/eng/menu.html>
- Theory, School of Law and Literature Wuhan University of Science and Technology Zhongnan Branch Wuhan, 430223, P.R.C, 2010 International Conference on E-Health Networking, Digital Ecosystems and Technologies

