

بررسی اثر توسعه گردشگری بر اشتغال و درآمد ساکنان محلی اورامان

فاتح حبیبی^۱، کردستان سلیمی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۵/۰۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۶/۲۸

چکیده

امروزه رقابت فشرده‌ای بین کشورهای مختلف جهان برای جذب گردشگران به چشم می‌خورد و این صنعت به‌عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصربه‌فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. توسعه گردشگری مزایای مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی بسیاری برای جامعه میزبان به همراه داشته و از عوامل مؤثر در شکل‌دهی الگوی توسعه می‌باشد. صنعت گردشگری از طریق افزایش درآمدها نقش به‌سزایی در توسعه انسانی و اقتصادی دارد. هدف اصلی این مطالعه بررسی نقش توسعه گردشگری بر اشتغال و درآمد ساکنان محلی اورامان می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بوده که برای اطمینان از پایایی آن، از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۳) استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین جنسیت و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود نداشته ولی بین سن و سطح تحصیلات بر توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که با توسعه گردشگری تعداد مشاغل ایجاد شده افزایش یافته که به‌نوبه خود منجر به افزایش سطح درآمدها و کاهش فقر در منطقه می‌باشد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مؤلفه‌های جلوگیری از مهاجرت جوانان، افزایش درآمد از طریق اجاره منزل و سوئیت و کاهش انسجام و یکپارچگی اجتماعی از جمله مهم‌ترین کارکردهای ناشی از توسعه گردشگری بر منطقه است.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، اشتغال، درآمد، اورامان

پژوهش‌های انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

^۱ نویسنده مسئول، استادیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کردستان. Email: F.habibi@uok.ac.ir

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی دانشگاه کردستان. kour.salimi@yahoo.com

مقدمه

جهانگردی پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته است اما با ورود به عصر مدرن به صورت یک صنعت درآمدی است (کازمی، ۱۳۸۹، ۱). با گسترش مراکز شهری، رشد پدیده شهرنشینی هم‌زمان با افزایش اوقات فراغت تمایل به سفر نیز افزایش پیدا کرده است. از گردشگری تعاریف متعددی ارائه شده است از جمله گردشگری فرایندها، فعالیت‌ها و پیامدهای ناشی از ارتباطات و تعامل بین گردشگران، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری و دولت، جوامع میزبان و محیط‌های اطراف اشاره کرد (سلیمانی هارونی و همکاران، ۱۳۸۹، ۲۱۴).

تعریف سازمان ملل بر اساس پیشنهاد بین‌المللی حمل‌ونقل در سال ۱۹۶۴ گردشگر کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، مطالعه، تجارت، ورزش و یا زیارت به کشوری غیر از کشوری که در آن اقامت دارد سفر می‌کند مشروط بر اینکه حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از ۶ ماه بیشتر نباشد (دیبانی، ۱۳۷۱، ۷۸-۷۵). در دو دهه گذشته صنعت گردشگری رشد قابل‌ملاحظه‌ای داشته و امروزه نقش مهمی را در اقتصاد به‌طور فزاینده ایفا می‌کند. بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد که این صنعت بعد از صنعت کارخانه‌ای به‌عنوان دومین صنعت از جهت درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان ایفای نقش می‌نماید.

در قرن بیست و یکم پیشرفت فناوری موجب خواهد شد که وقت انسان بیش از پیش آزاد گردد و ثروتش افزون گردد و زمان بیشتری را صرف فراغت خود نماید. در واقع نیمه دوم قرن بیستم را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد. (جلیلود، ۱۳۸۸: ۵). امروزه رقابت فشرده‌ای بین کشورهای مختلف جهان برای جذب گردشگران به چشم می‌خورد و این صنعت به‌عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۸). جذب و ورود گردشگران بین‌المللی به یک کشور، سرمایه‌گذاری در بخش‌های غیر گردشگری را نیز تحریک کرده و منجر به توسعه ملی و منطقه‌ای می‌شود. امروزه رقابت فشرده‌ای در میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگران به چشم

می‌خورد و صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورها را به خود اختصاص داده است (نویخت و پیروز، ۱۳۸۴).

تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان طی سده‌های اخیر به‌ویژه در زمینه افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی و وسایل حمل‌ونقل، بهبود رفاه اجتماعی به همراه افزایش اوقات فراغت تمایل به سفر نیز افزایش یافته و این امر منجر به توسعه گردشگری در نواحی روستایی یا گردشگری روستایی^۱ شد. توسعه گردشگری روستایی به‌طور سازمان‌یافته از اواخر قرن نوزدهم و از اروپا آغاز شد. به نظر می‌رسد گردشگری روستایی از نواحی کوهستانی آلمان یا قلمروهای ساحلی فرانسه سرچشمه گرفته باشد (یوتاکا^۲، ۱۹۹۸). برخی از فعالیت‌های گردشگری روستایی همراه با اقامت و بیتوته در نواحی روستایی است، این حضور عمدتاً به صورت اقامت در چادر^۳، واگن‌های مسافرتی^۴، خانه‌های دوم^۵، منازل خصوصی کرایه‌ای، مهمانسرا و هتل‌ها در نواحی روستایی می‌باشد.

جذب و ورود گردشگران به یک منطقه، سرمایه‌گذاری در بخش‌های غیر گردشگری را نیز تحریک کرده و منجر به توسعه ملی و منطقه‌ای می‌شود. منافع و آثار مطلوب اقتصادی گردشگری محدود به فعالیت‌های هتل و رستوران‌داری، حمل‌ونقل داخلی و ارتباطات، صنایع دستی و محلی نبوده و به دلیل وجود روابط بین بخشی، کلیه بخش‌های اقتصادی را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. چنانکه ایجاد درآمد و اشتغال برای میزبانان از جمله اثرات بارز صنعت گردشگری می‌باشد و نیز دولت‌ها از این رهگذر بی‌نصیب نمانده و با دریافت مالیات‌های غیرمستقیم عواید سرشاری را نصیب خود می‌کنند (بزازان و تا جلی، ۱۳۸۵). برخلاف بسیاری از صنایع دیگر، صنعت گردشگری مجموع‌های از ارائه‌کنندگان خدمات را شامل می‌شود که در نظام حساب‌های ملی با سایر صنایع در یک گروه، طبقه‌بندی می‌شوند. ارائه‌کنندگان خدمات در این صنعت، شامل دفاتر خدمات مسافرتی، شرکت‌های حمل‌ونقل هوایی راه آهن، جاده‌ای و دریایی، هتل‌ها،

^۱ Rural Tourism

^۲ Yutaka

^۳ Camping

^۴ Caravaning

^۵ Second Homes



شهر شگفت‌انگیز اورامان تخت در ۶۵ کیلومتری جنوب غربی سروآباد قرار گرفته و مردم اورامان معتقدند که زمانی این روستا مرکز حکومت و پایتخت حکام محلی بوده است لذا کلمه تخت به معنی پایتخت است و این نشان از عظمت این منطقه در گذشته دارد نمای این شهر نه تنها به خاطر معماری پلکانی خانه‌های آن بسیار دیدنی است، بلکه به خاطر شکل هرم گونه روستا است که قلعه‌ای باستانی در رأس آن قرار دارد. مردم این روستا از صنایع دستی قابل توجهی برخوردار هستند به‌ویژه اینکه صنعت جولایی (نساجی سنتی)، کلاش دوزی، صنایع چوبی در این منطقه رونق بسیار دارد. برگزاری مراسم سالانه پیرشالیار در بهار و زمستان، پوشش گیاهی، لباس کامل کردی، موسیقی عرفانی، روحیه مضاعف مهمان‌نوازی، کوچ ییلاقی به مناطق مرتفع کوهستانی و .. از جمله جاذبه‌های گردشگری این شهر محسوب می‌شوند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کردستان، ۱۳۹۴).

ضرورت تحقیق

صنعت گردشگری دارای آثار و پیامدهای اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی قابل‌ملاحظه‌ای است. ایجاد اشتغال و درآمد ارزی و همچنین شناخت متقابل فرهنگ‌ها از جمله آثار این صنعت می‌باشد. گردشگری فرصت‌هایی را برای ایجاد شغل و افزایش درآمد در سطح محلی، شهری، ملی و حتی بین‌المللی فراهم می‌نماید. ورود یک گردشگر به یک شهر یا کشور، مخارجی را در آن ناحیه بر جای می‌گذارد که دیگر بخش‌های اقتصادی نیز از آن بهره‌مند می‌شوند. بنابراین بررسی و تجزیه و تحلیل توسعه گردشگری در روستاها در فرآیند برنامه‌ریزی توسعه روستایی و توسعه گردشگری ضروری بوده و اهمیت زیادی دارد. از آنجاکه گردشگری با محیط طبیعی و فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی رابطه متقابل دارد، می‌تواند آثار و پیامدهای مثبت و یا منفی در این زمینه‌ها داشته باشد. به همین دلیل شناخت آثار و پیامدهای گردشگری در مرحله اول و مدیریت این اثرات در مرحله دوم می‌تواند پیامدهای مثبت گردشگری برای نواحی روستایی را به حداکثر ممکن و پیامدهای منفی آن را به حداقل ممکن کاهش دهد. بنابراین، شناخت آثار این الگوی گردشگری بر کیفیت زندگی ساکنان روستایی می‌تواند یافته‌های مناسبی را در راستای توسعه

مهمانسراها و مهمانپذیرها، متصدیان جاذبه‌های گردشگری، رستوران‌ها، فروشگاه‌های محصولات صنایع دستی، اقلام سوغاتی، پوشاک، کفش، اشیای چرمی و سایر اقلام موردعلاقه‌ی گردشگران است (تقوایی و رنجبر، ۱۳۸۹).

انگیزه‌های گردشگران ناشی از سلیقه شخصی افراد می‌باشد که خود تحت تأثیر متغیرهای اجتماعی مانند سن، جنسیت، طبقه اجتماعی و عوامل دیگر قرار دارد (جاروندی، ۱۳۸۷: ۱۲۴). به‌طور کلی، گردشگران می‌توانند برای سفر به یک شهر انگیزه‌های متفاوتی داشته باشند که از جمله آن‌ها می‌توان به انگیزه‌های زیر اشاره کرد: انگیزه آرامش و استراحت، انگیزه ارزان بودن سفر به این مقصد، انگیزه‌های خرید صنایع دستی، بازدید از اماکن تاریخی و باستانی آشنایی با فرهنگ‌ها و ملل مختلف شرکت در اجلاس‌ها و کنفرانس‌های علمی و انجام تجارت و امور بازرگانی و بسیاری دیگر (کرامپتون^۱، ۱۹۷۹: ۴۱۰).

بر اساس گزارش شورای جهانی مسافرت و گردشگری^۲ در سال ۲۰۱۳، صنعت گردشگری ۲/۹ درصد تولید ناخالص جهان به میزان ۷ تریلیون دلار را شامل می‌شود. همچنین به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بیش از ۲۶۵ میلیون فرصت شغلی تمام‌وقت، پاره‌وقت و فصلی به وجود آورده است که از هر ۱۱ شغل ۱ شغل در این صنعت ایجاد می‌شود (WTTC، ۲۰۱۳). ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری، تنوع گردشگری و تنوع صنایع دستی به ترتیب جزو ۱۰، ۵ و ۳ کشور اول جهان است (زنگی‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۱، ۵۳). این در حالی است که کشور ما به‌رغم غنای تاریخی، فرهنگی و طبیعی به سبب عوامل متعدد در زمینه جذب گردشگر توفیق نداشته است، آمارهای مربوط به سهم صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی ایران ۲/۲ درصد و سهم آن در اشتغال ۱/۹ درصد مؤید این مطلب می‌باشند (شورای جهانی مسافرت و گردشگری، ۲۰۱۳: ۵). استان کردستان با برخورداری از سابقه دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و زیارتگاه‌های متعدد، توانایی قرارگیری در جایگاه مناسب نقاط پرجاذبه گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی را داشته و می‌تواند به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم گردشگری در جهان تبدیل شود.

^۱. Crompton

^۲. World Tourism Travel & Consul, ۲۰۱۳

گردشگری و ارتقاء کیفیت زندگی ساکنان ناحیه فراهم نماید؛ بنابراین برای آگاهی و برنامه‌ریزی درست برای رشد و توسعه گردشگری نیاز به دانش و اطلاعات مفید در زمینه عوامل مؤثر بر انتخاب مقصد، دلایل سفر، تأثیرات گردشگری بر مقصد و ... نیاز به انجام کارهای پژوهشی همانند دیگر بخش‌های اقتصادی دارد. بنابراین در این مقاله سعی شده است که رابطه بین گردشگری و اثر آن بر توسعه شغلی و درآمدی ساکنان محلی اورامان مورد بررسی قرار گیرد. در بخش دوم به مبانی نظری تحقیق و پیشینه و فرضیه‌های تحقیق اشاره می‌شود. بخش سوم به روش‌شناسی پژوهش و نحوه جمع‌آوری داده‌ها می‌پردازد. بخش پنجم به بررسی و تجزیه و تحلیل نتایج اختصاص دارد و بخش پایانی به نتیجه‌گیری و ارائه نکات پیشنهادی اشاره دارد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری روستایی به‌طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت. در ابتدا یعنی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ گردشگری روستایی از جنبه اقتصادی برای جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت. بعد از آن توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان ابزاری برای توسعه جوامع روستایی مطرح گردید. مطالعات نشان می‌دهد که عوامل زیادی بر روند ورود گردشگر به یک کشور مؤثر بوده و همچنین توسعه گردشگری می‌تواند بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها تأثیرگذار باشد. اقتصاددانان افزایش درآمدهای ارزی، ایجاد اشتغال و افزایش درآمدهای مالیاتی را از جمله دلایل تأثیرگذار گردشگری بر توسعه اقتصادی قلمداد می‌کنند (هلزار^۱، چو^۲، ۲۰۱۳، دریتساکیس^۳، ۲۰۰۴). امروزه ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری روستایی مطرح و مورد توجه است. در زمینه ارتباط بین گردشگری و توسعه روستایی سه دیدگاه مطرح است. توسعه پایدار گردشگری توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزش‌ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه به همراه هم دیده‌شده و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعالی و متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی گردد. در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به‌گونه‌ای است که ضمن پاسخ

دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تأمین کرد (الوانی، ۱۳۷۲). گردشگری روستایی می‌تواند آثار اقتصادی مهمی داشته باشد و به‌نوعی می‌تواند به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی و کاهش مهاجرت جمعیت روستایی کمک کند. همچنین ورود گردشگران، علیرغم درآمدهای ارزی ناشی از آن، تراز تجاری و همچنین سرمایه‌گذاری‌های جدید را بهبود می‌دهد و به‌صورت غیرمستقیم و از طریق ضرب تکاثری بر درآمد ملی تأثیر می‌گذارد (پرتویی، ۱۳۸۷). به این ترتیب، افراد یک جامعه هم می‌توانند از منافع این سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی نظیر خدمات امنیتی، بهداشتی، آموزشی، ارتباطی و حمل‌ونقل بهره‌مند شوند. گسترش تبادلات فرهنگی، بهبود عدالت میان زنان و مردان از جهت دستیابی به فرصت‌های شغلی، شناخت مردم از فرهنگ و تمدن جوامع دیگر، احیاء هویت فرهنگی و احساس غرور ملی، ایجاد تحول و نوسازی و معرفی فرهنگ محلی از جمله دیگر پیامدهای حاصل از گردشگری می‌باشند (امین بیدختی و شریفی، ۱۳۹۱). گردشگری روستایی به دلایل زیر به‌عنوان موتور محرکه توسعه روستایی معرفی شده است:

الف) همانند هر فعالیت صادراتی که سازمان‌دهی شده و توسعه‌یافته، گردشگری نیز منبع شغل و درآمد به حساب می‌آید.

ب) گردشگری روستایی برخلاف سایر کالاها، خدمات و فرآورده‌های کشاورزی مانند، غذا، تولیدات فعالیت ماهیگیری، پوشاک و نساجی، ساختمان‌سازی و کارهای عمومی، حمل‌ونقل و بیمه و غیره همانند مولدی برای تعداد زیادی از فعالیت‌های اقتصادی عمل می‌کند. هرگز نباید فراموش کرد که گردشگری روستایی زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی را به وجود می‌آورد و صرفاً مرحله‌ای ساده از فعالیت‌های اقتصادی نیست.

ج) گردشگری روستایی، نواحی روستایی یا پدیده‌های طبیعی را که هیچ‌گونه ارزش اسنادی ندارند را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهد و با استخراج منابع یا صنایعی مانند نفت و معدن برابری می‌کند.

د) گردشگری روستایی تقاضا برای صنایع دستی، هنرهای سنتی و فعالیت‌هایی را که نیاز به نیروی کار بیشتری

^۱ Holzar

^۲ Chuo

^۳ Dritsakis



امروزه با توجه به رونق این صنعت پویا در تمامی مناطق، ممالک و نواحی شهری و روستایی در دنیا، موضوع گردشگری پایدار مطرح گردیده است. گردشگری پایدار، فرایند توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزش‌ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعالی و متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی گردد. در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه‌ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تأمین کرد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۱۰).

بنابراین گردشگری روستایی می‌تواند راهبردی برای توسعه همه‌جانبه دولت‌ها از نظر اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. از نظر اقتصادی گردشگری می‌تواند اثرات اقتصادی مهمی را برای نواحی روستایی در برداشتن باشد. گردشگران روستایی برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات، پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها در فعالیت‌های محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک مناطق روستایی در برآورده کردن هرچه بهتر و بیشتر نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود و اثرات مهم اقتصادی آن به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی منتهی می‌شود (جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۱۳). در بعد اجتماعی نیز اعتقاد بر این است که ورود گردشگران به مناطق روستایی باعث ارتباطات مردم بومی با این افراد و تأثیراتی قابل‌ملاحظه در رشد و ارتقای فرهنگی و اجتماعی، بالا رفتن سطح سواد و افزایش سطح مشارکت می‌شود. همچنین گردشگری روستایی به‌عنوان یک ابزار برای تولید اشتغال و توسعه اقتصادی در سطح منطقه، می‌تواند موجب کاهش فقر و افزایش درآمد گردد.

دلیل اصلی توسعه گردشگری در روستاها غلبه بر پایین بودن سطوح درآمد، ارائه فرصت‌های جدید شغلی و ایجاد تحولات اجتماعی در جامعه روستایی است. با توجه به اینکه فعالیت‌هایی مانند کشاورزی، جنگلداری و معدن داری به‌طور سنتی در سکونتگاه‌های روستایی استقرار یافته‌اند و یا کاهش این فعالیت‌های و با توجه به پیشرفت‌های فنی که باعث کاهش تقاضا برای نیروی کار

دارند بالا می‌برد. این فعالیت‌ها همان فعالیت‌هایی است که در محیط روستا موردنظر است. به همان اندازه‌ای که گردشگری روستایی، گردشگرانی را خارج از فضای اقتصاد روستا جذب می‌کند، جریان‌های برونزا، هزینه را به منطقه تزریق کرده و آثار ضریب تکاثری را نیز ترغیب می‌کند. صنعت توریسم سه نوع اشتغال را در اقتصادهای ملی و محلی ایجاد می‌کند:

اشتغال مستقیم: شرکت‌هایی که به‌صورت مستقیم اشتغال‌زایی می‌کنند، آن‌هایی هستند که کارکنانشان به‌طور مستقیم با این صنعت در تماس هستند. هتل‌ها، کارکنان خدمات غذایی، شرکت‌های هواپیمایی، شرکت‌های کشتیرانی، آژانس‌های مسافری، کارکنان مراکز تفریحی، رستوران‌ها، صنعت حمل‌ونقل شهری و فروشگاه‌های مواد غذایی از جمله واحدهایی هستند که به‌صورت مستقیم، اشتغال‌زایی می‌کنند.

اشتغال غیرمستقیم: شرکت‌هایی که به‌صورت غیرمستقیم اشتغال‌زایی می‌کنند، آن‌هایی هستند که با شرکت‌هایی که در این صنعت به‌صورت مستقیم اشتغال‌زایی می‌کنند، در تماس هستند. شرکت‌هایی که مواد و ملزومات موردنیاز رستوران‌ها را تأمین می‌کنند، شرکت‌های ساختمانی که هتل‌ها را می‌سازند و تولیدکنندگان هواپیما به شرکت‌هایی وابسته‌اند که از نظر درآمد، به‌صورت مستقیم برای نهادهای مسافرت و جهانگردی اشتغال‌زایی می‌کنند.

اشتغالی که به‌واسطه‌ی اثر فزاینده درآمد ایجاد شده، در صنعت توریسم به وجود می‌آید. به‌عبارت‌دیگر، درآمد افرادی که در صنعت توریسم فعالیت دارند، افزایش می‌یابد و این باعث ایجاد افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در سایر بخش‌ها نیز می‌شود. البته اندازه‌گیری تأثیر اشتغال به‌طور دقیق غیرممکن است؛ زیرا از یک طرف، افراد شاغل در فعالیت‌های گردشگری به‌سختی از افراد دیگری که در همین نوع شغل‌ها فعالیت دارند اما ربطی به گردشگری ندارند، قابل‌تشخیص است. از طرف دیگر، صنعت گردشگری در ماه‌ها و روزهای خاصی از سال رونق بیشتری می‌یابد؛ بنابراین، افراد شاغل در این صنعت از ماهی به ماه دیگر متفاوت خواهند بود (شورای جهانی مسافرت و گردشگری^۱، ۲۰۱۳).

^۱. World Tourism Travel & Consul, ۲۰۱۳

انسانی می‌شود، بعضی از مسئولان سکونتگاه‌های روستایی سعی می‌کنند که جامعه خود را به سمت ارائه خدماتی مانند گردشگری سوق دهند. سیاست‌های اعمال‌شده شرکت‌های صنعتی آمریکایی، مانند تمرکززدایی صنعتی و انتقال صنایع به نواحی حاشیه‌ای و کشورهای دیگر، مانند مکزیک و جزایر اقیانوسیه، باعث شده که اداره‌کنندگان روستاها بنا بر ضرورت در پی باز ساخت اقتصاد خود باشند. در آمریکا گردشگری روستایی به‌عنوان راهبردی برای باز ساخت اقتصاد روستایی و توسعه اقتصادی انتخاب‌شده است (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۳۲). در جدول ۱ به دید گاه‌های مختلف در زمینه ارتباط گردشگری و توسعه روستایی اشاره شده است.

جدول ۱: دیدگاه‌های مختلف در زمینه ارتباط گردشگری و توسعه روستایی

نوع نگرش به توسعه گردشگری روستایی	هدف‌ها	آثار و پیامدها
گردشگری روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه روستایی	- حل توسعه‌نیافتگی روستایی - کاهش مهاجرت - راه‌حل نهایی توسعه روستایی - کاهش آثار منفی و بهره‌برداری از آثار مثبت - کمک به توسعه سایر بخش‌های اقتصاد روستایی	- ثبات جمعیت - حل معضل بیکاری - افزایش ضریب تکاثری درآمد - بهره‌برداری از منابع فاقد ارزش اسنادی
گردشگری روستایی به‌عنوان سیاستی برای باز ساخت سکونتگاه‌های روستایی	- ایجاد اقتصاد جایگزین برای کشاورزی در روستاهای فاقد زمین کشاورزی - متنوع سازی فعالیت‌های اقتصادی روستا - تشویق به سرمایه‌گذاری در بخش غیر کشاورزی - افزایش تقاضا برای محصولات محلی - توزیع عادلانه درآمدها - ایجاد اشتغال جایگزین برای سکونتگاه‌ها	- ایجاد اشتغال غیر کشاورزی - کاهش مهاجرت - متنوع سازی اقتصاد روستایی - اهمیت به تولیدات بومی - افزایش کیفیت زندگی - تحول در نگرش‌های اجتماعی جامعه روستایی - ایجاد اشتغال جایگزین
گردشگری روستایی ابزاری برای توسعه پایدار	- به حداقل رساندن آسیب‌های فرهنگی و محیطی - فراهم آوردن مقدمات توسعه اقتصادی روستا در درازمدت - جلب رضایت بازدیدکنندگان - ایجاد فرصت‌های درآمدزا برای ساکنان بومی - افزایش کیفیت زندگی - افزایش میزان مشارکت مردم	- افزایش مشارکت مردمی در گردشگری و توسعه روستایی - حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی - تبدیل چرخه توسعه از محلی به بین‌المللی

مطالعه خود با عنوان توریسم و توسعه اقتصاد شهری : تأثیر صنعت گردشگری بر درآمد و اشتغال افراد در شهرها با استفاده از مدل داده‌های شمارشی اشاره می‌کند که مکان‌های زیارتی و آرامگاه‌ها و همچنین موزه‌ها در شهر اثر مثبت و معنی‌دار بر اشتغال دارد؛ بنابراین، تأسیس، احیاء و بازسازی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و زیارتی در حوزه‌ی شهر باید مورد تأکید مسئولین قرار بگیرد. کنترل ترافیک، بهبود وضعیت حمل‌ونقل در سطح شهر، توسعه‌ی عمران شهری، فراهم‌سازی بستری مناسب و اجتناب از تنش‌های داخلی و بین‌المللی و همچنین رفع مشکلات ویژه برای گردشگران خارجی از الزامات توسعه‌ی صنعت گردشگری شهری می‌باشد که باید مورد توجه مسئولین کشور قرار بگیرد. با توجه به اثر مثبت مکان‌های گردشگری و استادیوم‌ها در شهرها بر اشتغال و افزایش درآمد، ایجاد مناطق گردشگری و تفریحی در شهرها (فضاهای سبز، پارک‌ها، بوستان‌ها، شهربازی‌ها و دیگر اماکن توریستی) و تأمین مالی آن توسط بخش خصوصی و دولت، می‌تواند در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد و توسعه شهر کمک شایانی نماید. اثر مثبت وجود موزه‌ها، اماکن زیارتی و آرامگاه‌ها و همچنین استادیوم‌ها بر اشتغال و در نتیجه افزایش درآمد، نشان می‌دهد که این ابزار می‌تواند به‌عنوان طرح‌های اشتغال‌زا مورد حمایت دولت و مسئولین قرار گیرد. در نتیجه این سیاست می‌تواند دولت را در رسیدن به اهداف کلان در زمینه ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری یاری نماید. ایجاد نمایشگاه‌ها و غرفه‌های فروش لباس و کفش و غذاهای محلی، اقلام فرهنگی و هنری، صنایع‌دستی، سوغاتی‌های مخصوص و اسباب‌بازی‌های کودکانه در مجاورت اماکن گردشگری می‌تواند باعث ایجاد اشتغال و افزایش درآمد و در نتیجه، توسعه اقتصادی شهر شود.

توکلی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر مناطق نمونه گردشگری در محرومیت‌زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه موردی: منطقه اورامان تخت کردستان) نتیجه می‌گیرند که منطقه اورامان از مناطق مستعد و مناسب جهت بهره‌برداری در زمینه گردشگری می‌باشد. با توجه به وجود جاذبه‌های منحصربه‌فرد، همچون جاذبه‌های چشم‌اندازهای طبیعی، معماری ویژه، صنایع‌دستی و سایر جاذبه‌های موجود در منطقه مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد؛ اما در

نتایج مطالعه بزازان و تاج علی (۱۳۸۵) نشان می‌دهد، فعالیت‌های صنایع غذایی، صنایع منسوجات، پوشاک و چرم، هتل و رستوران، بیشترین سهم از تولید، درآمد و اشتغال ایجادشده در اثر مخارج گردشگران را به خود اختصاص داده است. محمد زاده و عزیز (۱۳۹۰) در



به شدت فصلی و منحصر به فصل‌های بهار و تابستان است. بر اساس همین مطالعات، به علت نیاز به نیروی کار زیاد در این دو فصل، فعالیت‌های وابسته به بخش گردشگری، شاغلان دیگر بخش‌های اقتصادی به‌ویژه روستاییان و کشاورزان را به سوی خود جذب می‌کند؛ بنابراین با توجه به مبانی نظری و پیشینه تحقیق فرضیه‌های تحقیق عبارت‌اند از:

بین مؤلفه‌های جمعیت شناختی (سن، جنس، تحصیلات) و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

بین توسعه گردشگری و توسعه شغلی رابطه معناداری وجود دارد.

بین توسعه گردشگری و توسعه درآمدی رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

با توجه به هدف تحقیق، از روش تحلیلی - توصیفی استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. پرسشنامه حاوی ۲۳ گویه برای سنجش توسعه گردشگری (شغلی و درآمدی) و ۱۴ گویه برای سنجش سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام و مشارکت) در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت بوده که به تعداد ۱۵۰ پرسشنامه در بین ساکنان روستای اورامان تخت توزیع و ۱۲۶ پرسشنامه جمع‌آوری شد. برای اطمینان از پایایی ابزار تحقیق، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و این ضریب ۰/۸۳ به دست آمد که نشان از پایایی خوب پرسشنامه است. برای اثبات یا رد فرضیات تحقیق از آزمون پیرسون و برای تحلیل و رتبه‌بندی مؤلفه‌های مورد بررسی از آزمون فریدمن استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته از مجموع ۱۲۶ پرسشنامه در نمونه آماری، ۶۵/۸ درصد مرد و ۳۴/۲ درصد زن بوده‌اند. ۵۲ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۱۵ تا ۲۵ سال (بالاترین نسبت)، ۳۲ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۲۶ تا ۳۵ سال ۱۱/۲ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۳۶ تا ۴۵ سال، ۳/۲ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۴۶ تا ۵۵ سال و ۱/۶ درصد پاسخ‌دهندگان ۵۶ سال به بالا (کمترین نسبت) سن داشتند. از لحاظ وضعیت تحصیلات ۴ درصد بی‌سواد، ۱۳/۶ درصد ابتدایی، ۱۶/۸ راهنمایی، ۲۵/۶ متوسطه و ۴۰ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی بودند. همچنین وضعیت

راستای توسعه پایدار و واقعی منطقه اورامان و محرومیت‌زدایی توجه به موارد مهم در برنامه‌ریزی و مدیریت آینده گردشگری اورامان قابل تأمل است. همچنین نتیجه می‌گیرند که ظرفیت‌های گردشگری منطقه، واجد ارزش‌گذاری اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی ویژه در راستای محرومیت‌زدایی است. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که زنجیره‌های پسین و پیشین بخش گردشگری بر اساس پایداری در حیطه تغییرات کارکردی، قوی‌تر از حیطه فعالیت‌هاست و درعین حال، در حیطه مشارکت ضعیف‌تر از تغییرات اجتماعی است، که این موضوع به پایداری منجر خواهد شد.

میرزایی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای با عنوان تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه نشان می‌دهد که با توسعه گردشگری روستایی در مکان‌های مختلف، می‌توان زمینه‌های ایجاد اشتغال دائم، فصلی و نیمه‌وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم آورد و از این رهگذر، نرخ بیکاری را کاهش داد. با توجه به خصوصیات بخش گردشگری (مانند فصلی و موقتی بودن بسیاری از مشاغل آن)، می‌توان انبوهی از جمعیت بیکار را جذب کرد؛ همچنین، روستاییان می‌توانند با دیدن دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت در هنگام بیکاری و کم شدن حجم کار کشاورزی، در بخش خدمات گردشگری مشغول به کار شوند و بدین ترتیب، با دستیابی به نوعی درآمد جنبی، سطح زندگی خود را ارتقا دهند. رشد جمعیتی بالای منطقه از یک طرف و از سوی دیگر، کوچک شدن زمینه‌های کشاورزی و نبود کارهای صنعتی در منطقه اورامانات، میزان بیکاری افزایش یافته که با توسعه گردشگری بخشی از این بیکاری را می‌توان کاهش داد. وجود توانمندی‌های گردشگری متنوع طبیعی و تاریخی و زیرساخت‌های گردشگری روستایی در منطقه اورامانات سبب جذب و ورود گردشگران است. با افزایش شمار گردشگران به‌طور مستمر، می‌توان این صنعت را منبعی برای ایجاد درآمد و اشتغال در منطقه اورامانات در نظر گرفت. همچنین، نتایج حاصل از بررسی‌های آماری نشان می‌دهد که تعداد شاغلان بخش گردشگری در ۱۳۸۶ نسبت به ۱۳۸۱ افزایش یافته که بیانگر رابطه مثبت بین توسعه صنعت گردشگری روستایی و میزان اشتغال است. طبق اسناد و مطالعات انجام‌شده، گردشگری در منطقه اورامانات



گردشگر به هر منطقه‌ای دارای اثرات مثبت و منفی اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی را به همراه داشته ولی باید با برنامه‌ریزی اصولی و ایجاد ارتباط بین سازمان‌های مربوطه و مردم و همچنین گردشگران اثرات منفی را به حداقل کاهش داد. افراد جوان که اکثر آن‌ها دارای تحصیلات دانشگاهی نیز می‌باشند با آگاهی از اثرات مثبت گردشگری و نگاهی واقع‌بینانه به این امر بهتر می‌توانند در مواجهه با پیامدهای منفی واکنش نشان داده و پیامدهای این اثرات منفی را به حداقل کاهش دهند. تشکیل انجمن‌های محیط زیستی و واکنش آن‌ها در رابطه با پیامدهای زیست‌محیطی یکی از انواع فعالیت‌های نسل جوان در مواجهه با پیامدهای منفی ناشی از توسعه گردشگری می‌باشد.

➤ بین سطوح تحصیلات افراد و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که بین تحصیلات پاسخگویان و گرایش به ورود گردشگر رابطه مستقیمی ۰/۱۶۷ در سطح ۵ درصد وجود دارد. مقدار مثبت همبستگی نشان می‌دهد که هراندازه تحصیلات افراد افزایش یابد، میزان گرایش به ورود گردشگران افزایش می‌یابد. این وضعیت نشان‌دهنده نگرش افراد تحصیل کرده و آگاهی این قشر از جامعه نسبت به تأثیرات مثبت گردشگری بر اقتصاد منطقه دارد. در دنیای امروز فناوری اطلاعات در سال‌های اخیر تأثیرات شگرفی بر صنعت گردشگری داشته است. فناوری اطلاعات از طریق توسعه سایت‌های گردشگری، بازاریابی در جذب گردشگر، استفاده از سیستم ارتباط با مشتری در موارد خرید بلیت، رزرو کردن اقامت و نظرخواهی از گردشگران، همچنین نظارت و مدیریت بر توربسم از طریق سیستم اطلاعات جغرافیایی سیستم موقعیت جهانی و ارائه خدمات مالی الکترونیکی مثل بانکداری الکترونیکی، آموزش الکترونیکی به گردشگران، می‌توان کارایی این بخش را به‌طور قابل توجهی افزایش داد. استفاده هر چه بیشتر از منافع گردشگری به‌خصوص در رابطه با گردشگران خارجی و افزایش سهم بازار از گردشگران خارجی بدون داشتن حداقلی از تحصیلات دانشگاهی امکان‌پذیر نخواهد بود. لذا با افزایش سطح تحصیلات مردم میزان (مقصد) توسعه گردشگری نیز به‌مراتب آسان‌تر و زودتر اتفاق خواهد افتاد.

شغلی پاسخگویان بیانگر آن است که ۳۰/۲ درصد کشاورز و دامدار، ۹/۷ درصد کارگر، ۱۱/۳ کارمند و ۲۷/۶ درصد سایر را عنوان نموده‌اند. خلاصه نتایج آمار توصیفی در جدول شماره ۲ آورده شده است.

جدول ۲: نتایج آمار توصیفی

ویژگی	تعداد	درصد	
جنسیت	مرد	۸۳	۶۵/۸
	زن	۴۳	۳۴/۲
سن	۲۵-۱۵	۶۶	۵۲
	۳۵-۲۶	۴۰	۳۲
	۴۵-۳۶	۱۴	۱۱/۲
	۵۵-۴۶	۴	۳/۲
	۵۶ به بالا	۲	۱/۶
تحصیلات	بی‌سواد	۵	۴
	ابتدایی	۱۷	۱۳/۶
	راهنمایی	۲۲	۱۶/۸
	متوسطه	۳۲	۲۵/۶
	دانشگاهی	۵۰	۴۰
شغل	کشاورز، دامدار	۳۸	۳۰/۲
	کارگر	۱۲	۹/۷
	کارمند	۱۴	۱۱/۳
	بیکار	۲۷	۲۱/۲
	سایر	۳۵	۲۷/۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

یافته‌های استنباطی

نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها نشان می‌دهد که متغیرها دارای توزیع نرمال بوده و بنابراین برای تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق از آزمون پی‌رسون استفاده می‌شود.

➤ بین سن افراد و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که بین سن پاسخگویان و توسعه گردشگری رابطه معکوسی (۰/۰۴۵-) وجود داشته و در سطح ۱ درصد از لحاظ آماری معناداری می‌باشد. این وضعیت نشانگر جایگاه متفاوت بینش و نگرش افراد جوان و افراد مسن نسبت به اهمیت گردشگری در منطقه است. مقدار منفی همبستگی نشان می‌دهد که جوانان نسبت به افراد مسن دیدگاه مساعدتری نسبت به توسعه گردشگری و اثرات آن دارند. با توجه به دیدگاه سنتی افراد مسن و اینکه ورود گردشگر ممکن است دارای اثرات نامطلوب فرهنگی و اقتصادی داشته باشد لذا دیدگاه این افراد در رابطه با گردشگری چندان مساعد نیست. هرچند ورود



کمک کرده و به نوعی به توسعه متوازن منطقه ایی نیز کمک می کند.

➤ بین توسعه گردشگری و توسعه شغلی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون پیرسون برای فرضیات تحقیق

متغیر مستقل	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
سن	-۰/۰۴۵	۰/۰۰۶
تحصیلات	۰/۱۶۷	۰/۰۱۷
جنسیت	۰/۱۰۵	۰/۴۶۷
توسعه شغلی	۰/۱۳۸	۰/۰۰۴
توسعه درآمدی	۰/۹۳۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته های تحقیق

رتبه بندی گویه ها

در این تحقیق به منظور رتبه بندی گویه ها از آزمون فریدمن استفاده شده است. جدول شماره ۴ رتبه بندی گویه های توسعه شغلی را نشان می دهد. نتایج این جدول نشان می دهد که مؤلفه های جلوگیری از مهاجرت جوانان با میانگین ۴/۶۸ در رتبه اول و تمایل به فعالیت در گردشگری با میانگین ۳/۶۲ و نگرانی از گردشگری فصلی با میانگین ۳/۴۳ در رتبه های بعدی قرار دارند. رونق مشاغل مربوط به صنایع دستی در رتبه آخر قرار دارد. با توجه به پتانسیل منطقه که برخوردار از جوانان مستعد و تحصیل کرده و علاقه مند به فعالیت در مشاغل مربوط به گردشگری نیز می باشند، برنامه ریزی برای رشد و توسعه گردشگری می تواند منجر به افزایش اشتغال زایی و توسعه منطقه ای گردد. همچنین با توجه به وجود صنایع دستی متعدد و بکر که متأسفانه می رود که به دست فراموشی سپرده شوند. لازم است سازمان های مربوطه با ارائه آموزش های لازم و برگزاری کلاس در منطقه و ارائه تسهیلات در زمینه ایجاد کارگاه های تولید صنایع دستی اقدام مؤثری را انجام دهد. به نظر می رسد با توجه به عدم اطلاع کافی از این جاذبه های گردشگری لزوم تدوین برنامه ای جامع برای بازاریابی ملی و منطقه ایی برای این محصولات ضروری به نظر می رسد.

نتایج جدول شماره ۳ نشان می دهد که بین توسعه گردشگری و توسعه شغلی رابطه مستقیمی ۰/۱۳۸ در سطح ۱ درصد از لحاظ آماری وجود دارد. مقدار مثبت همبستگی نشان می دهد که هراندازه گردشگری توسعه پیدا کند منجر به ایجاد اشتغال به صورت مستقیم و غیرمستقیم شده و نرخ بیکاری کاهش پیدا می کند. در منطقه مورد مطالعه همزمان با فصل بهار ما شاهد حضور بیشترین گردشگر در منطقه می باشیم. ورود گردشگران زیاد به منطقه مشاغل مستقیم و غیرمستقیمی از قبیل مراکز پذیرایی، حمل و نقل، فروش صنایع دستی، فروش مواد غذایی محلی و لبنی، اجاره اتاق و خانه های استیجاری را ایجاد می کند. هرچند مشاغل ایجاد شده به صورت فصلی بوده ولی در دیگر فصول سال با ایجاد کارگاه های تولید صنایع دستی، مواد غذایی، صنایع بسته بندی کوچک می توان تا حدودی این مشکل را برطرف نمود. همچنین دولت با حمایت های خود از افراد شاغل در صنعت گردشگری می تواند به این امر کمک شایانی نماید.

➤ بین توسعه گردشگری و توسعه درآمدی رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نتایج جدول شماره ۳ می توان نتیجه گرفت که بین توسعه گردشگری و توسعه درآمدی رابطه مثبتی ۰/۹۳۰ وجود دارد به عبارت بهتر با افزایش ورود گردشگر و توسعه گردشگری سطح درآمد ساکنان محلی نیز افزایش می یابد. گردشگران برای اقامت، خرید کالاها و خدمات پول پرداخت می کنند. این پول ها در فعالیت های محلی جریان یافته و از طریق ضریب تکاثری منجر به افزایش سطح درآمد ساکنان محلی و کاهش فقر خواهد شد. تولید و ارائه کالاها و فراورده های کشاورزی، پوشاک و نساجی، صنایع دستی و غیره همانند مولدی برای تعداد زیادی از فعالیت های اقتصادی عمل کرده و گردشگری روستایی زنجیره ایی از فعالیت های اقتصادی و خدماتی را به وجود می آورد و محرک دیگر بخش های اقتصادی نیز می باشد؛ بنابراین ورود گردشگر از طریق ایجاد درآمد به پر کردن شکاف درآمدی بین مناطق شهری و روستایی

صعب‌العبور بودن منطقه که خود بر جذابیت طبیعی منطقه افزوده است در زمینه بهبود راه‌های ارتباطی اقدام مؤثری صورت نگرفته و یکی از مطالبات به حق مردم و گردشگران بوده، توصیه می‌شود با سرمایه‌گذاری برای بهبود جاده ارتباطی منطقه با سایر نقاط با همکاری سازمان‌های مربوطه اقدام مؤثری صورت پذیرد. همچنین ارائه تسهیلات و مشوق‌هایی به بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی زودبازده می‌تواند گام مؤثری در کنار سرمایه‌گذاری‌های دولتی برای توسعه گردشگری منطقه تلقی شود.

جدول ۶: رتبه‌بندی گویه‌های رشد گردشگری

رتبه	عوامل	میانگین
۱	منجر به افزایش امکانات رفاهی	۳/۲۰
۲	لزوم برنامه‌ریزی و این ده نگر	۳/۰۸
۳	ارتقاء سطح استانداردهای زندگی	۲/۸۸
۴	سرمایه‌گذاری خصوصی	۲/۶۲
۵	منجر به بهبود راه‌های حمل‌ونقل شده	۲/۲۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۷ رتبه‌بندی سایر گویه‌های را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که مؤلفه کاهش انسجام و یکپارچگی اجتماعی با میانگین ۴/۸۸ در رتبه اول، مصرف‌گرایی و الگوبرداری از گردشگران با میانگین ۴/۴۳ و افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی با میانگین ۴/۴۱ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. ورود گردشگر به هر شهر یا منطقه دارای پیامدهای مثبت اقتصادی (افزایش درآمد و ایجاد اشتغال) و منفی اقتصادی (افزایش هزینه زندگی، فصلی بودن گردشگری)، پیامد مثبت اجتماعی (گسترش تبادلات فرهنگی، بهبود عدالت بین زنان و مردان) و پیامد منفی اجتماعی (مصرف تقلیدی از گردشگران، به خطر افتادن غنا و اصالت فرهنگی منطقه) و همچنین دارای پیامد مثبت زیست‌محیطی (توسعه زیرساخت‌ها و حفاظت و مرمت آثار باستانی) و پیامد منفی زیست‌محیطی (آلودگی و تولید زباله، تخریب جنگل‌ها و محیط‌زیست) می‌باشد؛ بنابراین بایستی با ارائه آموزش‌های لازم به ساکنان محلی و آگاه نمودن آن‌ها از پیامدهای مثبت و منفی ورود گردشگران سعی در به حداقل رساندن آثار و تبعات منفی آن کرد. به نظر می‌رسد با توجه به پاسخ‌های داده‌شده پیامد منفی زیست‌محیطی ناشی از ورود گردشگران به منطقه در مقایسه با دیگر تبعات اجتماعی آن کمتر است. با توجه به بافت دینی و اصالت فرهنگی

جدول ۴: رتبه‌بندی گویه‌های توسعه شغلی

رتبه	عوامل	میانگین
۱	جلوگیری از مهاجرت جوانان	۴/۶۸
۲	تمایل به فعالیت در گردشگری	۳/۶۲
۳	نگرانی از گردشگری فصلی	۲/۴۳
۴	اشتغال‌زایی	۲/۴۰
۵	علاقه جوانان به فعالیت در گردشگری	۲/۳۵
۶	رونق مشاغل مربوط به صنایع‌دستی	۲/۲۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۵ رتبه‌بندی گویه‌های توسعه درآمدی را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که مؤلفه افزایش درآمد از طریق اجاره منزل و سوئیت با میانگین ۳/۲۳ در رتبه اول و افزایش درآمد ساکنان محلی با میانگین ۳/۱۴ و فروش مواد غذایی و لبنی محلی با میانگین ۳/۱۲ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. با توجه به نگاه ساکنان محلی به کسب درآمد از طریق اجاره منزل و سوئیت و همچنین علاقه و تمایل گردشگران برای استفاده هر چه بیشتر از فضاها و جاذبه‌های بکر منطقه لزوم توجه هر چه بیشتر در این زمینه بیشتر نمایان می‌شود. متصدیان این بخش با ارائه تسهیلات در قالب مرمت و بهسازی فضاهای معماری در توسعه هر چه بیشتر خانه‌های اجاره‌ای کمک نمایند. همچنین با آموزش‌های مداوم و مستمر به صاحبان این خانه‌ها در ارائه خدمات هر چه بهتر به گردشگران در روند توسعه گردشگری کمک شایانی می‌نماید.

جدول ۵: رتبه‌بندی گویه‌های توسعه درآمدی

رتبه	عوامل	میانگین
۱	افزایش درآمد از طریق اجاره منزل و سوئیت	۳/۲۳
۲	افزایش درآمد ساکنان محلی	۳/۱۴
۳	فروش مواد غذایی و لبنی محلی	۳/۱۲
۴	فروش مواد غذایی	۲/۹۵
۵	فروش صنایع‌دستی	۲/۵۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۶ رتبه‌بندی گویه‌های رشد گردشگری را نشان می‌دهد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که مؤلفه افزایش امکانات رفاهی با میانگین ۳/۲۰ در رتبه اول، لزوم برنامه‌ریزی و آینده‌نگری با میانگین ۳/۰۸ و ارتقاء سطح استانداردهای زندگی با میانگین ۲/۸۸ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بهبود راه‌های حمل‌ونقل در رتبه‌های بعدی قرار دارند. با توجه به



اثرات مثبت گردشگری و نگاهی واقع بینانه به این امر، دیدگاه بهتری نسبت به توسعه گردشگری دارند. همچنین نتایج نشان داد که هراندازه تحصیلات افراد افزایش یابد، میزان گرایش به ورود گردشگران افزایش می‌یابد. این وضعیت نشان‌دهنده نگرش افراد تحصیل کرده و آگاهی این قشر از جامعه نسبت به تأثیرات مثبت گردشگری بر اقتصاد منطقه دارد. با توجه به تأثیرات فناوری اطلاعات بر رشد صنعت گردشگری، امروزه ارائه خدماتی از قبیل بازاریابی در جذب گردشگر، استفاده از سیستم ارتباط با مشتری در موارد خرید بلیت، رزرو کردن اقامت بدون داشتن حداقلی از تحصیلات دانشگاهی امکان‌پذیر نخواهد بود. لذا افزایش سطح تحصیلات مردم میزبان (مقصد) بر توسعه گردشگری تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای خواهد گذاشت. یکی دیگر از نتایجی که در این تحقیق حاصل شد ایجاد اشتغال به صورت مستقیم و غیرمستقیم و کاهش نرخ بیکاری به واسطه توسعه گردشگری در منطقه می‌باشد.

ورود گردشگران زیاد به منطقه مشاغل مستقیم و غیرمستقیمی از قبیل مراکز پذیرایی، حمل‌ونقل، فروش صنایع دستی، فروش مواد غذایی محلی و لبنی، اجاره اتاق و خانه‌های استیجاری را ایجاد کرده است. تولید و ارائه کالاها و فراورده‌های کشاورزی، پوشاک و نساجی، صنایع دستی و غیره همانند مولدی برای تعداد زیادی از فعالیتهای اقتصادی عمل کرده و گردشگری روستایی زنجیره‌ای از فعالیتهای اقتصادی و خدماتی را به وجود می‌آورد و محرک دیگر بخش‌های اقتصادی نیز می‌باشد؛ بنابراین ورود گردشگر از طریق ایجاد درآمد به پر کردن شکاف درآمدی بین مناطق شهری و روستایی کمک کرده و به نوعی به توسعه متوازن منطقه‌ای نیز کمک می‌کند. با توجه به رتبه‌بندی هرکدام از مؤلفه‌ها پیشنهادت کاربردی متناسب با آن به صورت زیر ارائه می‌گردد:

با توجه به رتبه‌بندی گویه‌های توسعه شغلی:

- با توجه به تمایل به فعالیت در گردشگری و برای جلوگیری از مهاجرت جوانان، ارائه تسهیلات به جوانان برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای وابسته به گردشگری
- با توجه به نگرانی از گردشگری فصلی، ایجاد کارگاه‌های کوچک تولیدی برای به‌کارگیری نیروی کار فارغ از فعالیتهای گردشگری

خاصی که در منطقه وجود دارد، بروز برخی نابسامانی‌های اجتماعی بر شدت این مسئله افزوده است که با کار آموزشی مداوم این پیامدهای منفی را می‌توان به حداقل کاهش داد.

جدول ۷: رتبه‌بندی سایر گویه‌ها

رتبه	عوامل	میانگین
۱	کاهش انسجام و یکپارچگی اجتماعی	۴/۸۸
۲	مصرف‌گرایی و الگوبرداری از گردشگران	۴/۴۳
۳	افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی	۴/۴۱
۴	افزایش طرفداران محیط‌زیست	۳/۸۹
۵	افزایش اطلاعات و دانش عمومی منطقه	۳/۶۷
۶	آسیب رساندن به مناظر زیبای منطقه	۳/۴۸
۷	آسیب‌پذیری محیط‌زیست از طریق زباله	۳/۲۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

توسعه صنعت گردشگری و جلب و جذب هر چه بیشتر گردشگران، مستلزم تدوین و بکارگیری برنامه جامع گردشگری است تا با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیتهای جامعه و همچنین نیازهای گردشگران بتوان از قابلیت‌های این صنعت در جهت پیشرفت و توسعه منطقه استفاده کرد؛ بنابراین آگاهی و اطلاع کامل از اثرات گردشگری بر منطقه به شناخت بهتر از این صنعت منجر شده و به برنامه‌های توسعه‌ای کمک شایانی می‌نماید؛ بنابراین در این مقاله سعی بر شناسایی اثرات گردشگری بر منطقه به‌خصوص در دو حوزه توسعه شغلی و درآمدی بر منطقه، به ارائه راهکارهای مناسب دست‌یافت. با توجه به نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف، متغیرها دارای توزیع نرمال بوده و بنابراین برای تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق از آزمون پی‌رسون استفاده شده است. نتایج آزمون فرضیات نشان می‌دهند که بین سن و سطح تحصیلات افراد پاسخگو و توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود دارد؛ و بین جنسیت افراد پاسخگو با توسعه گردشگری رابطه معناداری وجود ندارد.

دیدگاه سنتی افراد مسن و نوع نگرش آن‌ها به ورود گردشگر که ممکن است اثرات نامطلوب فرهنگی و اقتصادی داشته باشد لذا دیدگاه این افراد در رابطه با گردشگری چندان مساعد نیست؛ اما افراد جوان که اکثر آن‌ها دارای تحصیلات دانشگاهی نیز می‌باشند با آگاهی از



- برای رونق و فروش صنایع دستی پیشنهاد می‌گردد که صنایع دستی اورامان به صورت برند اختصاصی مختص این منطقه تبدیل شده و به شیوه‌های مختلف بازاریابی در شناساندن هر چه بیشتر این محصولات در سطح ملی و بین‌المللی اقدام گردد.
 - برگزاری جشنواره‌های صنایع دستی در این منطقه
 - برگزاری کلاس‌های آموزش صنایع دستی در منطقه و ارائه تسهیلات در زمینه ایجاد کارگاه‌های تولید صنایع دستی
 - ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوطه در نزدیک‌ترین مراکز آموزش عالی منطقه
 - ارائه تسهیلات در قالب مرمت و بهسازی فضاهای معماری در توسعه هرچه بیشتر خانه‌های اجاره‌ای
 - ارائه تسهیلات برای بازسازی و مرمت خانه‌های روستایی جهت اجاره به گردشگران
 - طراحی منظر و محیط در کوهستان‌های این منطقه با توجه به جاذبه‌های گردشگری موجود
 - برگزاری دوره‌های آموزشی برای خانواده‌ها جهت برخورد و ایجاد روابط مناسب و شایسته با گردشگران
 - افزایش آگاهی‌های زنان خانه‌دار برای ارائه غذاهای محلی متناسب با سلیقه و ذائقه گردشگران
 - افزایش سطح نظارت‌های بهداشتی در تولید و فروش مواد غذایی و لبنی محلی
 - آموزش روش‌های تولیدی بهینه به تولیدکنندگان محلی مواد غذایی و لبنی جهت تولیدی اقتصادی و افزایش درآمد آن‌ها
- با توجه به رتبه‌بندی گویه‌های توسعه درآمدی:**
- ارتقای سطح دانش و بینش عمومی متصدیان و کارکنان دستگاه‌های اجرایی در خصوص فرهنگ گردشگری و گردشگر پذیری
 - واگذاری کلیه امور تصدی‌گری و اجرایی گردشگری به بخش خصوصی
 - تهیه و اجرای طرح راهبردی و توسعه‌ای برای توسعه پایدار گردشگری در این منطقه، با هماهنگی دستگاه‌ها و نهادهای مربوط و به‌ویژه مشارکت مردم
 - احداث امکانات رفاهی و بهداشتی مناسب در نقاط بین‌راهی منطقه
- با توجه به رتبه‌بندی سایر گویه‌ها:**
- مشارکت جوامع محلی در برنامه‌ریزی، توسعه و حفاظت از منابع طبیعی و گردشگری در منطقه اورامان
 - فراهم نمودن بسترهای لازم برای حفظ امنیت و سلامت گردشگران، نظیر توسعه بیمه‌های مرتبط و روش‌های مختلف حفاظتی و امنیتی
 - تأکید بر ارزیابی‌های اقتصادی و زیست‌محیطی پروژه‌های توسعه‌ای در منطقه
 - توسعه آموزش نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری به منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش
 - ارتقاء سطح آگاهی‌های مردم از پیامدهای مثبت و منفی ناشی از توسعه گردشگری در به حداقل رساندن ناهنجاری‌های اجتماعی
 - ارائه آگاهی‌های لازم به گردشگران جهت حفظ و مواجهه با عقاید و آداب و رسوم مورداحترام مردم محلی
 - ایجاد نهادهای مردمی برای حفاظت از مناطق بکر و طبیعی منطقه و آموزش‌های لازم به گردشگران در قالی بروشور و پوستر

منابع:

- ابراهیم‌زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبدالله، (۱۳۸۸)، «تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و سرمایه‌گذاری برای بهبود زیرساخت‌ها از جمله جاده ارتباطی منطقه
- الزام همه دستگاه‌های اجرایی در انجام اقدامات لازم بر اساس نیازهای گردشگری منطقه اورامان

توکلی، مرتضی، کیانی، اکبر و هدایتی، صلاح، (۱۳۸۹)، «تأثیر مناطق نمونه گردشگری در محرومیت‌زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه موردی: منطقه اورامان تخت کردستان)»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره ششم، صص ۷۳-۹۴.

جاروندی، رضا و نازفر، فرقانی، (۱۳۸۷)، «مقایسه‌ی انگیزه‌های سفر در میان دو نسل جوان و بزرگسال مطالعه موردی مسافران شهر شیراز»، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ش دوم، جلیوند، محمدرضا، (۱۳۸۸)، بررسی تأثیر تبلیغات دهان‌به‌دهان بر جذب گردشگران خارجی شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

حبیب پور، کرم، صفری شالی، رضا، (۱۳۸۸)، کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده‌های کمی)، انتشارات غزال، چاپ اول، تهران. دهدشتی، شاهرخ و مرتضی، فیاضی، (۱۳۹۰)، مدیریت بازاریابی در صنعت گردشگری، انتشارات مهکامه، تهران. دیبانی، پرویز، (۱۳۷۰)، شناخت جهانگردی، نشر دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد، (۱۳۸۹)، بازاریابی گردشگری، چاپ هشتم، انتشارات چهارباغ، اصفهان.

زنگی آبادی، علی، محمدی، جمال و زیرکباش، دیبا، (۱۳۸۷)، «تحلیل گردشگری داخلی شهر اصفهان»، جغرافیا و توسعه، شماره ۸، ۱۳۱. سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان کردستان، ۱۳۹۴.

سلیمانی هارونی، خدیجه، بهمن خسروی پور، مسعود برادران و منصور غنیان، (۱۳۸۹)، «نگرش ساکنان مناطق گردشگری روستایی نسبت به پیامدهای گردشگری روستایی»، مجله تحقیقات و توسعه کشاورزی ایران، شماره ۲، ۲۱۳-۲۱۸.

کاظمی، علی، صنایعی، علی، رنجبریان، علی و آذربایجانی، کریم، (۱۳۸۹)، «شناسایی

منطقه‌ای، سال اول، شماره اول، صص ۱۲۸-۱۰۷.

الوانی، سید مهدی، (۱۳۷۲)، «سازوکارهای لازم برای توسعه پایدار جهانگردی، خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس جهانگردی (فرهنگ و توسعه)»، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. الوانی، سید مهدی و پیروز بخت، معصومه، (۱۳۸۵)، فرآیند مدیریت جهانگردی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

افتخاری، عبدالرضا رکن الدین، قلدری، اسناعیل، (۱۳۸۱)، «نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوبهای نظریه‌ای)»، مدرس، دوره ۶، شماره ۲، صص ۲۳-۴۱. امین بیدختی، علی‌اکبر و شریفی، نوید، (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هفتم، ش ۱۷.

بازان، فاطمه تا جعلی، مریم، (۱۳۸۵)، بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء (س).

بهرامی، رحمت‌الله (۱۳۸۹)، «بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی استان کردستان»، چهارمین کنفرانس بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان، ایران، ۲۵-۲۷ فروردین-۱۳۸۹.

پرتویی، ملوک (۱۳۸۷)، «تأثیر عملکرد بخش گردشگری بر شاخص‌های کلان اقتصادی طی برنامه سوم توسعه (با نظری اجمالی به سیاست‌های این بخش در برنامه چهارم توسعه)»، پرسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، شماره‌های ۷۷ و ۷۸: ۱۴-۵.

تقوایی، مسعود رنجبردستانی، محمد، (۱۳۸۹)، «تحلیلی بر پراکنش امکانات و خدمات مسیر گردشگری شمال شرق استان چهارمحال و بختیاری»، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره اول.



- travel?, Applied Economics, ۳۲, pp ۱۰۰-۱۰۹.
- Lee CC, Chang C. ۲۰۰۸. Tourism development and economic growth: a closer look at panels. Tourism Management, ۲۹, pp ۱۸۰-۱۹۲.
- World Tourism Organization (WTO) (۲۰۱۳): www.world tourism.org.
- Yutaka, Arahi, (۱۹۹۸), "Rural Tourism in Japan, The regeneration of rural communities", Tokyo, Japan.
- مزیت‌های رقابتی در صنعت گردشگری به‌منظور جذب گردشگران خارجی مورد مطالعه استان اصفهان»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، س ۲، ش ۵، صص ۱۱۰-۹۳.
- میرزایی، رحمت، (۱۳۸۸)، «تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه»، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۴۹-۷۶.
- مومنی، منصور و علی فعال قیومی، (۱۳۸۶)، تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS، تهران: انتشارات نشر نو.
- نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام، (۱۳۸۴)، توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.
- هزارجریبی، جعفر و نجفی، ملک محمد، (۱۳۸۹)، «اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۷: ۷۰-۵۳.
- Chou, C.M. (۲۰۱۳), "Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis", Economic Modeling, ۳۳: ۲۲۶-۲۳۲.
- Crompton, J. (۱۹۷۹), "Motivations for pleasure vacations". Annals of tourism research, vol. ۶, No. ۴, pp. ۴۰۸-۴۲۴.
- Dritsakis N. (۲۰۰۴), "Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using a causality analysis", Tourism Economics, ۱۰(۳), ۳۰۵-۳۱۶.
- Holzar, M. (۲۰۱۰), "Tourism and development: the beach disease", Tourism Management, ۳۲, pp ۹۲۲-۹۳۳.
- Kulendran N, Wilson K. (۲۰۰۰), "Is there a relationship between international trade and international