

بررسی تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی با میانجی‌گری تصویر ذهنی مقصد (مورد مطالعه: روستای رادکان)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۵

کد مقاله: ۹۴۱۴۸

ملیکا کوهستانی^۱، علیرضا نوری^۲، روح‌الله اسماعیلی نیا^۳

چکیده

اقامتگاه‌های بومگردی از جمله واحدهای گردشگری هستند که به گردشگران طبیعت‌گردی، روستایی، مزرعه و کشاورزی ارائه خدمات می‌نمایند. توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی از مؤثرترین ابزارهایی است که ضمن حفظ و رعایت اصول اساسی بوم‌گردی، نقش چشم‌گیری در توسعه جوامع محلی و مشارکت آنان در امور گردشگری دارد. در این راستا تحقیق حاضر که از نوع کاربردی و از منظر ماهیت توصیفی پیمایشی است، صورت گرفته است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد برای متغیر تصویر ذهنی و پرسشنامه محقق ساخته برای سایر متغیرها می‌باشد. برای پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ و برای روایی سازه پرسشنامه از تحلیل بارهای عاملی تأییدی استفاده گردیده است. جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگرانی است که در اقامتگاه‌های بومگردی اردکان اقامت داشته‌اند. حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر تعیین شد. روش نمونه‌گیری با توجه به محدودیت‌های کرونایی غیر احتمالی در دسترس بوده و برای بررسی فرضیه‌ها از مدل‌های معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی جهت آزمون فرضیات و برازندگی مدل استفاده شده است. ضمناً برای انجام محاسبات بسته نرم‌افزاری SPSS و لیزرل به کارگیری شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی تأثیر معناداری دارد و تصویر ذهنی مقصد، رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی را میانجی‌گری می‌کند.

واژگان کلیدی: اقامتگاه بومگردی، گردشگری روستایی، تصویرذهنی، توسعه، گردشگری

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی

۲- استادیار و عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی شان‌دیز

۳- کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری

۱- مقدمه

امروزه، گردشگری به یک صنعت پویا و منحصربه‌فرد تبدیل شده که قسمت قابل توجهی از ارزش اقتصادی هم کشورهای در حال توسعه و هم کشورهای توسعه‌یافته را تشکیل می‌دهد. این صنعت پیامدهای قابل توجهی با خود به همراه دارد، که من جمله می‌توان به قابلیت اشتغال‌زایی بالای این صنعت و نقش آن در توسعه جنبه‌های مختلف اقتصادی- اجتماعی جامعه میزبان اشاره کرد (آلتزویچ و دورن، ۲۰۰۳). گردشگری انواع مختلفی دارد و اکوتوریسم یا بوم‌گردی ارزشمندترین شاخه طبیعت‌گردی یا همان گردشگری طبیعی است که قصد دارد به شیوه خردمندانه‌ای با کمترین اثر منفی بر طبیعت و فرهنگ منطقه، بیشترین فایده را برای آن داشته باشد. بوم‌گردی به صورت متفاوتی نسبت به سایر بخش‌های گردشگری مدیریت می‌شود. این شاخه از گردشگری براساس نتایج توسعه پایدار آن شناخته می‌شود که شامل حفاظت از محیط زیست، آموزش بازدیدکنندگان در زمینه پایداری و فایده رساندن به جامعه محلی و ارتقای معیشت آنهاست (وود، ۲۰۰۲). یکی از ویژگی‌های اساسی بوم‌گردی، توجه ویژه به جوامع محلی در کنار حفظ و حراست از محیط طبیعی و آداب و رسوم و فرهنگ آنهاست. در این راستا، توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی از مؤثرترین ابزارهایی است که ضمن حفظ و رعایت اصول اساسی بوم‌گردی، نقش چشم‌گیری در توسعه جوامع محلی و مشارکت آنان در امور گردشگری دارد (زییل، ۱۹۹۸). لذا با توجه به اهمیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بوم‌گردی برای گردشگری کشورهای در حال توسعه همچون ایران، در این تحقیق قصد داریم نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی را در راستای توسعه گردشگری روستایی با میانجیگری تصویر ذهنی مقصد مطالعه کنیم.

۲- بیان مسئله

گردشگری شامل همه فعالیت‌هایی است که در طول مدتی که یک گردشگر به دلایل شخصی یا حرفه‌ای در جایی دور از محل زندگی خود به سر می‌برد انجام می‌دهد. یکی از انواع گردشگری، طبیعت‌گردی است و مخاطبان این نوع سفرها افرادی هستند که ترجیح می‌دهند سفرهایی در دل مناطق طبیعی انتخاب کنند که آنها را به طبیعت نزدیک می‌کند. بوم‌گردی ارزشمندترین شاخه طبیعت‌گردی است که مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. از نظر تخصصی، بوم‌گردی یا گردشگری زیست‌محیطی با طبیعت‌گردی متفاوت است (فرجی و احسانی، ۱۳۹۰). برخلاف طبیعت‌گردی که در آن طراحان و برنامه‌ریزان گردشگری طبیعت را برای استفاده و لذت گردشگران آماده می‌کنند، در بوم‌گردی انسان باید خود را برای حضور صحیح در طبیعت آماده سازد و به نفع طبیعت برای خود محدودیت‌ها و ضوابطی قائل شود. بوم‌گردی قادر است در استفاده از توان‌های محیطی سبب افزایش همکاری، تأثیرات اقتصادی و همچنین حفاظت از محیط‌زیست و توسعه پایدار شود و تحرک و پویایی را در اقتصاد محلی و منطقه‌ای به وجود آورد. بوم‌گردی قصد دارد به شیوه‌ای خردمندانه با کمترین اثر منفی بر طبیعت و فرهنگ منطقه، بیشترین فایده را برای آن داشته باشد (فنل، ۲۰۰۸).

توسعه گردشگری در مناطق روستایی عنصری اساسی است و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌رود. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند به واسطه ایده غلبه بر عدم رشد و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی، به عنوان یک ابزار فعال کردن رشد اقتصادی ملی در نظر گرفته شود (شریف‌زاده و مرادزاده، ۱۳۸۱). در این راستا، استراتژی‌های مختلفی در راستای کاهش پیامدهای منفی از طریق توسعه گونه‌ها و شیوه‌های طرفدار محیط یا گردشگری سبز در رابطه با عناصر اصلی گردشگری در جهان رواج یافته است. مقوله اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تنوع بسیار، از جمله مهم‌ترین این موارد است. چنانچه در برخی مقصدها بعضاً اقامتگاه‌های بوم‌گردی به دلیل ویژگی‌های خاصی که دارند و به کارگیری طیف گسترده‌ای از خلاقیت‌ها، به بخش مهمی از جاذبه‌های گردشگری مقصدها تبدیل شده‌اند (قدیری و همکاران، ۱۳۹۹).

دلایل اهمیت راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌تواند درگیر کردن جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری، گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، قابل استفاده بودن در تمام فصول راه‌اندازی و افزایش طول مدت اقامت گردشگران، و مواردی این چنین باشد. این دلایل اهمیت راه‌اندازی و توسعه اقامتگاه‌ها بوم‌گردی را دوچندان می‌کند. بوم‌گردی با بهره‌گیری خردمندانه از منابع طبیعی و محیط‌زیست نقش مهمی در توانمندسازی جوامع محلی دارد. از جمله نقش‌های اثربخش این نوع گردشگری تأثیر بر وضعیت اقتصادی- اجتماعی جوامع محلی است. توسعه این اقامتگاه‌ها منجر به توسعه گردشگری منطقه می‌شود که در قالب اثرات اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی نمود پیدا می‌کند (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۸). بیشترین تأکید بر ترکیب اقامتگاه‌های بوم‌گردی با محیط طبیعی آن و مدیریت پایدار طبیعت است. این نوع از اقامتگاه‌ها جزء مهمی از اکوتوریسم هستند. موفقیت چنین مکان‌هایی به ارتقای اکوتوریسم کمک خواهد کرد و همچنین گردشگران را به منطقه می‌برد (دورسی و همکاران، ۲۰۰۴). از آنجا که توسعه روستایی براساس گردشگری روستایی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی در خط سیر بهره‌گیری از دانش بومی و با تکیه بر سنن مردم محلی صورت می‌پذیرد، اقامتگاه‌های بوم‌گردی ضمن احترام به دانش بومی روستاییان (که نتیجه تجارب ارزنده آنان طی قرون متمادی

است)، خدمات گردشگری را که تقریباً یک سوپه در شهرها ایجاد می‌شد به دل روستاها می‌برد و به توسعه روستاها کمک می‌کند (مسرووری و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین، در جهت رفع ناپایداری‌ها و پیشرفت به سوی توسعه پایدار گردشگری، انتظار می‌رود که توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی (که به‌عنوان کسب‌وکارها کوچک گردشگری و با مالکیت بومی شناخته می‌شوند)، علایق و نیازمندی‌های گروه‌های ذینفع را از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، و زیست‌محیطی در نظر گرفته و از طریق ایجاد تعادل بین سه عنصر اصلی توسعه پایدار گردشگری یعنی تأمین علایق و نیازهای ساکنین محلی، رضایت گردشگران و حفظ ارزش‌های محیط طبیعی و فرهنگی، به توسعه پایدار گردشگری کمک کند. اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای توسعه پایدار جوامع کمتر برخوردار اهمیت بسیار زیادی دارند، هرچند عملکرد مالی و تأثیر اجتماعی و زیست‌محیطی این اقامتگاه‌ها به اندازه تفاوت در میان خودشان، متفاوت هستند (قدیری و همکاران، ۱۳۹۹). از آنجایی که تصویر مقصد، اطلاعات، باورها، برداشت، نگرش‌ها و افکار عاطفی فرد را نسبت به یک مکان خاص یا مقصد گردشگری شامل می‌شود (گارتنر، ۱۹۹۳) میتوان گفت وجود اقامتگاه‌های بوم‌گردی میتواند موجب شکل‌گیری یا تغییر نگرش و تصویر ذهنی گردشگر از مقصد گردشگری روستایی و در نتیجه موجب توسعه گردشگری روستایی گردد.

۳- مروری بر پیشینه تحقیق

در خصوص اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تأثیر آن بر توسعه گردشگری روستایی مقالات متعددی وجود دارد که تعداد کمی از آنها نقش متغیرهای میانجی مانند تصویر ذهنی را بررسی نموده است. از جمله مطالعات داخلی در این زمینه میتوان به پژوهش قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۹)، با عنوان "نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک" اشاره کرد. نتایج نشان داد که کیفیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مناطق روستایی مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار دارد و منطبق بر شاخص‌های پایداری اقامتگاه‌های بوم‌گردی و استاندارد‌ها است. همچنین نتایج حاصله از آزمون دانکن نشان داد که بین کیفیت اقامتگاه‌ها به تفکیک روستاها تفاوت معناداری وجود دارد. نتایج تحقیق بیانگر آن است که الگوی اقامتگاه بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه و دیگر مناطق روستایی و بکر طبیعی به عنوان یک کسب و کار کوچک گردشگری با مالکیت بومی و مدیریت خانوادگی، هماهنگی بیشتری با توسعه پایدار گردشگری دارد.

سعیدی، (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان "نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری قومی در زمان بحران" در گیلان انجام دادند. مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد پژوهش در کنار دغدغه معاش، با اولویت قرار دادن شناساندن و ترویج شاخصه‌های فرهنگ و هنر بومی به بازنمایی فولکلور گیلان کمک شایانی مینمایند و فرایند یادگیری فرهنگی را در دوران تعطیلی ناشی از پاندمی کرونا به صورتی فربه‌تر در عرصه مجازی ادامه داده‌اند. به نظر می‌رسد مراکز بوم‌گردی که بر مبنای مسئولیت اجتماعی سازمان عمل نمودند به صورت مستمر در سه بعد تصویرسازی ذهنی، درگیری عمیق ذهنی و تقویت وفاداری مشتریان به تولید محتوا در رسانه‌های مجازی اهتمام ورزیدند. شجاعی فرد و شکور (۱۳۹۹)، پژوهشی با عنوان "تحلیل و بررسی تأثیر ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران در توسعه نواحی روستایی در راستای توسعه پایدار منطقه ای" انجام دادند. نتایج نشان دادعامل اشتغال‌زایی ۲۲/۱۹ درصد اثرگذاری اقامتگاه‌های بوم‌گردی را تبیین می‌کند که شامل ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، گسترش فرصت‌های شغلی برای زنان و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید می‌باشد؛ عامل افزایش تولید و درآمد با واریانس ۱۷/۳۲ و عامل تقویت هویت محلی با واریانس ۱۳/۹۶، بیشترین درصد و عوامل کالبدی-معماری با واریانس ۳/۹ و اجتماعی-فرهنگی با واریانس ۱/۳۸ کمترین درصد اثرگذاری اقامتگاه‌های بوم‌گردی را بر توسعه نواحی روستایی مناطق مورد مطالعه را تبیین می‌کنند.

یوسفی و چنگیزی (۱۳۹۸)، پژوهشی با عنوان "نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه اقتصاد گردشگری روستا (مطالعه موردی: روستای ایور شهرستان کاشمر)" انجام دادند. نتایج حاصل نشان داد روستای بررسی شده ایور پتانسیل زیادی برای ایجاد اقامتگاه بوم‌گردی دارد. اکثر جامعه محلی به احداث اقامتگاه بوم‌گردی در روستای خود راغب هستند و در همه زمینه‌های گردشگری در روستا در اغلب کارهای اقامتگاه بوم‌گردی برای توسعه اقتصاد گردشگری روستا همکاری می‌کنند، با توجه به اینکه به طور تخصصی در زمینه سازوکار اقامتگاه‌های بوم‌گردی به طور ویژه اطلاعات زیادی ندارند.

عنابستانی و همکاران (۱۳۹۷)، پژوهشی با عنوان "بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (نمونه: روستای رادکان شهرستان چناران)" انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که عامل اشتغال‌زایی که ۲۱/۶۵ درصد اثرگذاری اقامتگاه بوم‌گردی را تبیین می‌کند، شامل متغیرهای ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، گسترش فرصت‌های شغلی برای زنان و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید است؛ عامل افزایش تولید و درآمد با واریانس ۱۸/۶۹ و عامل تقویت هویت محلی با واریانس ۱۴/۲۳، بیشترین درصد و عوامل کالبدی - معماری با واریانس ۴/۷۵ و اجتماعی - فرهنگی با واریانس ۳/۱۲، کمترین درصد اثرگذاری اقامتگاه‌های بوم‌گردی را بر توسعه روستای رادکان تبیین می‌کنند. دهکردی و عباسی (۱۳۹۶)، پژوهشی با عنوان "

چگونگی نقش اقامتگاه‌های بوم گردی در توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اکوتوریسم بیابانی (نمونه موردی روستای سه) انجام دادند. حاصل این تحقیق نشان دهنده جذب بیشتر گردشگران و معرفی جاذبه‌های گردشگری بواسطه ایجاد زیر ساخت‌های مناسب می‌باشد.

قاسمی (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان تأثیر بوم گردی بر گردشگری پایدار و کسب و کارهای روستایی انجام داده است. در این تحقیق به این موضوع پرداخته شده که بوم گردی تا چه میزان می‌تواند به عنوان راهبردی برای پایداری مقاصد گردشگری روستایی و ایجاد کسب‌وکار روستایی موثر عمل کند. نتایج این تحقیق نشان داد که در منطقه مورد مطالعه بین بوم گردی، گردشگری پایدار و کسب و کارهای روستایی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این یافته‌ها حاکی از آن بود که با حمایت از بوم گردی می‌توان گردشگری پایدار روستایی و کسب و کارهای روستایی را رونق بخشید.

در بین پیشینه‌های خارجی نیز تحقیقاتی مرتبط وجود داشت بعنوان مثال شیائولی (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان "ارزیابی منابع بوم گردی روستایی بر اساس روش AHP در شانگهای" انجام دادند. به منظور توسعه هرچه بهتر بوم گردی روستایی، ایجاد یک سیستم شاخص ارزیابی مناسب از منابع گردشگری بسیار مهم است. این مطالعه یک سیستم شاخص ارزیابی منابع اکوتوریسم روستایی در شانگهای از سه جنبه ایجاد می‌کند که شامل ارزش منابع، محیط زیست محیطی و شرایط توسعه می‌باشد. نتایج نشان میداد که منابع بوم گردی روستایی در شانگهای کاملاً خوب است. با توسعه ساخت و ساز کشور زیبا، ارزش منابع بوم گردی روستایی در شانگهای به طور مداوم مورد بررسی قرار گرفته و کیفیت محیط زیست محیطی بالاتر ارزیابی شده است، که تضمین مهمی برای توسعه بوم گردی روستایی در شانگهای است. علاوه بر این، ارزشهای فرهنگی و ارزشهای بهداشتی باید به طور عمیق مورد بهره‌برداری قرار گیرند و باید تلاش شود تا تبلیغات و ارتباطات بین ساکنان محلی در مقاصد گردشگری روستایی افزایش یابد. در حالی که ساخت امکانات گردشگری را بهینه می‌کنیم، باید مرتباً سطح مدیریت خدمات را ارتقا دهیم تا کیفیت خدمات بوم گردی روستایی ارتقا یابد.

لی و لاوسا (۲۰۲۰)، پژوهشی با عنوان "توسعه بوم گردی و ناهمگنی گردشگران" انجام دادند. تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که سیاست سودآور اقتصادی یا سیاستی است که سرمایه‌گذاری زیادی در ظرفیت خوابگاه برای هدف گردشگران عمومی انجام دهد یا سیاستی با سرمایه‌گذاری کلان برای کیفیت محیط زیست که گردشگران وفادار را هدف قرار می‌دهد، اما ترکیبی متوسط از این افراط نمی‌تواند بهینه باشد. گیاث، عبدالوهاب و قورا (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان کیفیت خدمات و رضایت میهمانان در اقامتگاه بوم گردی مصر انجام داده‌اند. نتایج حاکی از آن است که ابعاد هتل‌های سنتی و اقامتگاه‌های بوم گردی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر درک کیفیت و رضایت از کیفیت خدمات مهمان دارد.

میک (۲۰۱۷)، در پایان نامه خود تحت عنوان "کشف فرصت‌های برندسازی برای بازار اقامتگاه بومگردی" به بررسی توسعه استراتژی برند برای کسب و کار اقامتگاه‌های بومگردی با مقیاس متوسط پرداخته است. نتایج حاصل این بود که برند اقامتگاه‌های بومگردی در کاستاریکا نمایانگر برنامه گردشگری پایدار کشور بود و ایده برند اقامتگاه‌های بومگردی برای مشارکت کنندگان و طرفداران مطلوب بود و ضمناً عدم مطلوبیت شرایط برند جدید شامل فقدان انعطاف‌پذیری و بازاریابی پرتکاپو بود و در نهایت شرایط برند جدید مطلوب شامل یک برنامه مثبت سودمند، مداخله کم دولت، برنامه آموزش بازاریابی جدید و یک محیط اجرایی با ثبات است. بولاتوویچ (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان "بوم گردی و اقامتگاه بوم گردی" انجام داد. از نظر وی طراحی و ساخت امکانات بوم گردی باید از نظر استراتژیک برنامه ریزی شود و این واقعیت که فقط داشتن مکان جذاب کافی نیست بلکه محتوای خاصی که ارائه می‌دهد کافی نیست و باید مورد احترام قرار گیرد. تأسیسات باید متناسب با معماری سنتی و مصالح پیرامونی آن طراحی و ساخته شود تا حداقل ممکن بر محیط تأثیر بگذارد و از منابع انرژی جایگزین استفاده شود. به عبارت دیگر، ایجاد پایداری این امکانات ضروری است.

۴- مبانی نظری

گردشگری از فعالیت‌هایی است که اگرچه از رشد بسیاری در دهه‌های اخیر در سراسر جهان برخوردار بوده است اما در عین حال یکی از تهدیدهای اصلی برای محیط‌زیست به شمار می‌رود. این نگرانی سبب مطرح شدن بحث جدیدی تحت عنوان توسعه گردشگری پایدار در حوزه گردشگری شد، که مفاهیم توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط را باهم به کار می‌گیرد (وئوقی و شمسی، ۱۳۹۵). توسعه گردشگری در مناطق روستایی عنصری اساسی است و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌رود. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند به واسطه ایده غلبه بر عدم رشد و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی، به عنوان یک ابزار برای فعال کردن رشد اقتصادی ملی در نظر گرفته شود (شریف‌زاده و مرادزاد، ۱۳۸۱). در این راستا احداث اقامتگاه‌های بوم گردی علاوه بر ایجاد اشتغال در جوامع محلی روستایی، موجب رونق

اقتصادی و تبدلات و صدور فرهنگ جامعه مقصد می شود که تصویر ذهنی خاصی را در ذهن گردشگر ایجاد میکند. در این راستا برای آشنایی بیشتر با مفاهیم و متغیرهای تحقیق، توضیحات کوتاهی در این خصوص بیان می شود.

۴-۱- گردشگری روستایی

اصطلاح گردشگری روستایی به صورت مترادف با اصطلاحات دیگر نظیر، گردشگری بومی، گردشگری سبز، گردشگری طبیعت، گردشگری مناطق حومه ای مورد استفاده قرار می گیرد. حقیقت گردشگری روستایی از آن جهت که گردشگر فضا و مکان را با انگیزه های متفاوت مورد استفاده قرار می دهد، فعالیتی پیچیده و چند وجهی است. که شامل انواع متفاوتی از گردشگری مبتنی بر مزرعه تا سفرهای آموزشی، گردشگری قومی و فعالیت های مبتنی بر گردشگری روستایی همچون کوهپیمایی تفریحی ورزشی می باشد که این فعالیت ها بنا به شرایط محیط های گوناگون با درجات متفاوتی در بسیاری از نواحی روستایی به صورت گردشگری انبوه و گردشگری انفرادی و یا خانوادگی با تعداد کم انجام می پذیرد. به عبارت دیگر باید گفت: گردشگری روستایی عبارت از فعالیت ها و گونه های مختلف گردشگری در محیط های مختلف روستایی و پیرامون آنها که دربردارنده آثار مثبت منفی (برای محیط زیست روستا) انسانی طبیعی (می باشد. بدیهی است این چنین برداشتی از گردشگری روستایی میتواند زمینه های مختلف فعالیت های گردشگری همچون: سکونت گاه ها، روستاها، جشنواره ها، ورزش ها و تفریح های گوناگون را در بر گیرد که در محیط روستا شکل می گیرند (رستمی و احسانی فر، ۱۳۹۷: ۷۴).

گردشگری روستایی را به طور خلاصه می توان این گونه تعریف کرد: "شکلی از گردشگری است که در نواحی روستایی رخ می دهد و منعکس کننده انگاره های مختلف و پیچیده مکان، تاریخ، اقتصاد و محیط روستایی می باشد. (کریمی، ۱۳۹۴: ۵). گردشگری روستایی نوعی از گردشگری است که در بستر روستا انجام می گیرد و وابسته به ویژگی های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی روستا و روستائینان است و در نتیجه انواع مختلفی از گردشگری روستا را برای گردشگران فراهم می آورد. این امر می تواند دارای فوایدی از جمله جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهر، ایجاد درآمد و اشتغال، سرازیر شدن سرمایه های مختلف و... به روستا گردد. اما ورود گردشگران همواره به صلاح روستاها نبوده و ممکن است دارای مشکلاتی از جمله افزایش تنش های اجتماعی، تورم، مسائل زیست محیطی و... باشد (العلما و مهموم، ۱۳۹۳: ۱).

ژانگ اعتقاد دارد که توسعه گردشگری روستایی می تواند مزایایی را همچون افزایش اقتصاد جمعی روستایی، زیباسازی جنبه ظاهری روستا، افزایش درآمد جامعه محلی، تغییر سبک زندگی، کاهش شکاف جامعه شهری-روستایی و ایجاد یک جامعه هماهنگ ایجاد کند. توسعه گردشگری روستایی از یک طرف می تواند نقش مهمی در تنوع سازی اقتصاد روستاها در قالب صنعت گردشگری ایفا کند و از طرف دیگر وسیله ای برای تحرک رشد اقتصاد ملی از طریق غلبه بر انگاره های توسعه نیافتگی و بهبود استاندارد زندگی مردم محلی (به شمار آید) (کاویانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۵۸). اکوتوریسم، ارزشمندترین شاخه طبیعت گردی است که قصد دارد به شیوه خردمندانه ای با کمترین اثر منفی بر طبیعت و فرهنگ منطقه، بیشترین فایده را برای آن داشته باشد. این نوع گردشگری علاوه بر تعامل با جاذبه های طبیعی (رودخانه، کوهستان و...)، با زندگی و هنجار مردم محلی نیز در ارتباط است که خود نیز در تعامل با جاذبه های طبیعی است؛ از سوی دیگر طبیعت گردی، نوعی گردشگری است که در بسیاری از نقاط دنیا، فرصت های بی نظیری را برای توسعه روستایی فراهم کرده است. یکی از ویژگی های اساسی اکوتوریسم، توجه ویژه به جوامع محلی در کنار حفظ و حراست از محیط طبیعی و آداب و رسوم و فرهنگ آنهاست. در این راستا، توسعه اقامتگاه های بوم گردی از مؤثرترین ابزارهایی است که ضمن حفظ و رعایت اصول اساسی اکوتوریسم، نقش چشمگیری در توسعه جوامع محلی و مشارکت آنان در امور گردشگری دارد (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

۴-۲- بوم گردی و اکوتوریسم

اقامتگاه های بوم گردی یا اکولوژی، اقامتگاه هایی هستند که در محیط های طبیعی و روستایی با رعایت سطح ممکن ضوابط زیست محیطی و به شکلی سازگار با معماری بومی و سیمای طبیعی منطقه برای اسکان و پذیرایی از گردشگران احداث شدند یا خانه های تاریخی و قدیمی موجود در روستاها هستند که پس از مرمت به اقامتگاه تغییر کاربری دادند و ضمن بیشترین تعامل با جامعه محلی، زمینه حضور و اقامت طبیعت گردان را با کیفیتی پسندیده و تعریف شده در محیط های طبیعی و روستایی فراهم کردند (هاوکینز، ۲۰۰۶: ۲۶-۲۱۹ به نقل از (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

۴-۳- اقامتگاه بوم گردی و توسعه روستایی

بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه های بوم گردی بر توسعه سکونتگاه های روستایی وهدف اصلی از ایجاد و توسعه اقامتگاه های بوم گردی دارای هویت و ساختار بومی، رسیدن به توسعه پایدار روستایی با ساماندهی و ارائه خدمات به گردشگران و طبیعت

گردان است. اقامتگاه‌های بوم‌گردی فقط جنبه اقامتی ندارند؛ در آنها فعالیت‌های مختلفی همچون ارائه غذا و نوشیدنی بومی، ساخت، آموزش و فروش صنایع دستی محلی، اجرای نمایش و موسیقی سنتی، برگزاری رویدادهای بومی و تورها و فعالیت‌های بوم‌گردی انجام می‌شود مگن فیزیکی اقامتگاه به دلیل سبک معماری، مصالح ارگانیک به کار رفته، طراحی داخلی و مبلمان بومی آن نیز به منزله اکو موزه بومی، بخشی از یک جاذبه گردشگری است. مهم‌ترین اصلی که در اقامتگاه بوم‌گردی رعایت می‌شود، مشارکت جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری است. برای نمونه طرح‌های گردشگری روستایی در یوروبودور و حومه اش در کشور اندونزی، نتیجه همکاری بین روستاییان، سازمان‌های غیر دولتی محلی و راهنمایان گردشگری است که منجر به ارتقاء خدمات گردشگری به گردشگران و در نهایت توسعه روستایی شده است. از آنجا که توسعه روستایی براساس گردشگری روستایی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی در خط سیر بهره‌گیری از دانش بومی و با تکیه بر ستن مردم محلی صورت می‌پذیرد، اقامتگاه‌های بوم‌گردی ضمن احترام به دانش بومی روستاییان (که نتیجه تجارب ارزنده آنان طی قرون متمادی است)، خدمات گردشگری را که تقریباً یک سويه در شهرها ایجاد می‌شد، به دل روستاها می‌برد و به توسعه راستین آنها کمک می‌کند (هاوکینز، ۲۰۰۶: ۲۶۴-۲۱۹ به نقل از (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲). از سویی نیز، ملزومات برنامه ریزی، توسعه و مدیریت بوم‌گردی عبارت‌اند از: مدیریت منابع پایدار و حفاظت از مناطق طبیعی. توسعه پایدار در امر بوم‌گردی مستلزم آن است که منابع طبیعی، فرهنگی و دیگر منابع حفظ شوند تا بدون قربانی کردن نیازهای آتی، منافع جامعه محلی را تأمین کنند. بوم‌گردی به درستی بر مبنای مفهوم پایداری توسعه می‌یابد؛ زیرا فعالیت‌های بوم‌گردی با محیط زیست طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی این مناطق در ارتباط است (تیموتی و تیه ۲۰۰۹: ۳۵ به نقل از عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۷)

۴-۴- تصویر ذهنی مقصد

تصویر ذهنی برند همان ادراک مشتری از برند است که از تداعی‌های ذهنی انباشته شده در حافظه او انعکاس می‌یابد. آگوست و تورس (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که تصویر ذهنی برند موجب ایجاد ارزش ویژه برای آن می‌شود و از این رو تقویت تصویر ذهنی برند می‌تواند موجب بهبود ارزش ویژه آن شود. از سوی دیگر، باید توجه داشت که ایجاد وجهه مناسب برای یک برند ابزاری راهبردی برای ایجاد وفاداری در مشتریان تلقی می‌شود. تصویر ذهنی برند مقصد گردشگری نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است.

لین و همکاران (۲۰۰۷) بیان می‌کنند که تصویر ذهنی برند نقش اساسی در تصمیم‌گیری‌های مشتری و ترجیح برند موردنظر توسط وی دارد. از نظر آنها تصویر ذهنی شناختی و حسی برند ایجادکننده تصویر ذهنی کلی برند است و در نهایت موجب ترجیح برند می‌شود (غفاری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۱).

۴-۴-۱- مؤلفه‌های شکل دهنده تصویر مقصد

ارزیابی کلی گردشگران از یک مقصد در واقع ترکیبی از محصولات، خدمات و تجارب را در بر دارد. از نظر گردشگران مقصد باید نیازها و خواسته‌های گردشگران را برآورده سازد و سطوح خدمات ارائه شده با انتظارات آنان منطبق باشد. بررسی مطالعات مختلف انجام شده نشان از وجود مجموعه عواملی است که بر شک‌گیری تصویر مؤثرند. در رابطه با ماهیت تصویر، یافته‌ها نشان می‌دهند که به تصویر مقصد باید به عنوان یک پدیده چند بعدی نگریسته شود، بدین معنی که باورها و دانش افراد نسبت به یک مکان بخش ادراکی تصویر را تشکیل می‌دهد و احساسات بخش عاطفی تصویر محسوب می‌شود. اجزای ادراکی یک تصویر مقصد ویژگی‌های عینی و ملموس و ویژگی‌های روا شناختی و غیر قابل لمس را شامل می‌شود. (خضرنژاد و حیدری چیا، ۱۳۹۵: ۸).

۵- روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق و در بخش مبانی نظری از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردیده است. مبانی نظری با مراجعه به کتابها، پایان‌نامه‌ها، نشریات و کتابخانه‌های دانشگاه و مراکز اطلاع‌رسانی و جستجو در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی علمی جهت دستیابی به‌آخرین دستاوردهای مطالعات انجام شده، استفاده گردید و پس از تبیین مدل مفهومی تحقیق، براساس مطالعات میدانی از طریق پرسشنامه داده‌ها جمع‌آوری و سپس فرضیه‌های مورد نظر، بررسی شده است. لذا ابزار گردآوری در تحقیق حاضر، پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته می‌باشد و از طیف لیکرت برای پاسخ‌ها استفاده شده است. پرسشنامه تحقیق حاضر شامل دویخش اطلاعات مربوط به جمعیت شناختی و متغیرهای تحقیق می‌باشد. برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استاندارد برگرفته از مقاله آجیلیان (۱۳۹۸) برای متغیر اقامتگاه بوم‌گردی در ۲۱ گویه و پرسشنامه

استاندارد بو وهمکاران (۲۰۰۹) برای متغیر تصویر ذهنی در ۴ گویه و برای متغیر توسعه گردشگری روستایی از پرسشنامه محقق ساخته با ۵ گویه استفاده شده است.

جدول ۱: سرفصل هر یک از سوالات پرسشنامه تحقیق

ردیف	سرفصل سوالات	شماره سوالات مرتبط
۱	تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی (آجیلیان ۱۳۹۸)	۱ الی ۲۱
۱-۱	اقامتگاه (زیرساخت)	۱ الی ۶
۱-۲	اقامتگاه (موقعیت)	۷ الی ۱۱
۱-۳	اقامتگاه (آداب‌وسوم)	۱۲ الی ۱۶
۱-۴	اقامتگاه (خدمات)	۱۷ الی ۲۱
۲	تصویر ذهنی مقصد (بو وهمکاران ۲۰۰۹)	۲۲ الی ۲۵
۳	توسعه گردشگری روستایی	۲۶ الی ۳۲

۵-۱- روایی و پایایی تحقیق

در این تحقیق پس از تدوین چهارچوب اولیه، جهت ارزیابی پرسشنامه تحقیق، با اساتید راهنما و مشاور و اساتید دانشگاه و صاحب نظران رشته‌های مدیریت جهانگردی مشورت به عمل آمده، نظرات انتقادی و پیشنهادهای اصلاحی آنان در پرسشنامه اعمال گردید. هم چنین، در تحقیق حاضر علاوه بر آلفای کرونباخ، مقدار ضریب پایایی ترکیبی با استفاده از نرم‌افزار PLS، برای پرسشنامه محاسبه گردید که در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۲- مقادیر پایایی متغیرهای پرسشنامه

متغیر	آلفای کرونباخ
تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۰/۹۵۳۲
اقامتگاه (زیرساخت)	۰/۸۵۹۳
اقامتگاه (موقعیت)	۰/۸۵۵۰
اقامتگاه (آداب‌وسوم)	۰/۸۳۴۲
اقامتگاه (خدمات)	۰/۸۳۱۲
تصویر ذهنی مقصد	۰/۷۰۴۲
توسعه گردشگری روستایی	۰/۷۸۵۱

۵-۲- تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و کدگذاری گویه‌ها، به منظور ادامه تحلیل، پاسخ‌ها مطابق جدول لیگرت، به عدد تبدیل می‌شود. سپس آمار توصیفی به کمک نرم‌افزار SPSS استخراج می‌گردد. برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، ابتدا لازم است نرم‌افزار مناسب انتخاب گردد. بدین منظور لازم است ابتدا نرمال بودن داده‌ها آزمون شود. نرمال بودن داده‌ها توسط آزمون کولوموف - اسمیرنوف بررسی گردید. با توجه به تعداد نمونه نهایی و نرمال نبودن داده‌های حاصل از آنها نرم‌افزار Smart PLS جهت آزمون فرضیه‌ها انتخاب گردید. آزمون‌ها به روش مدلیابی معادلات ساختاری انجام گرفته است.

۵-۳- آزمون فرض نرمال بودن متغیرها

در هر پژوهشی لازم است محقق قبل از انجام آزمونهای آماری از وضعیت توزیع متغیر (نرمال یا غیرنرمال بودن) تحت بررسی اطمینان پیدا کند، در صورتیکه توزیع متغیر تحت بررسی نرمال باشد استفاده از آزمونهای کمی و پارامتری توصیه می‌شود و در صورتی که توزیع غیرنرمال باشد استفاده از آزمونهای غیرپارامتری توصیه می‌شود. در جدول زیر نتایج به تفصیل آمده است.

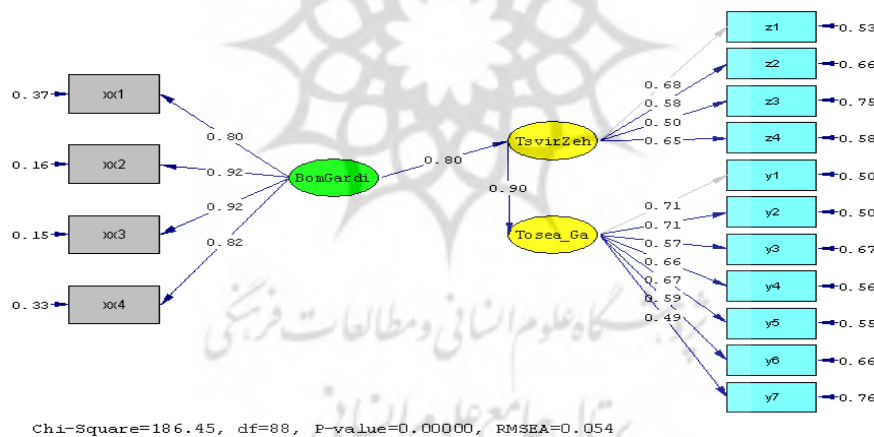
جدول ۳: آزمون کولوموگروف-اسمیرنف متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیرهای تحقیق	آزمون کولوموگروف-اسمیرنف	
		آماره Z	سطح معنی داری
۱	تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۱/۲۷۲	۰/۰۷۸
۱-۱	اقامتگاه (زیرساخت)	۰/۹۵۳	۰/۳۲۳
۱-۲	اقامتگاه (موقعیت)	۱/۳۳۲	۰/۰۵۸
۱-۳	اقامتگاه (آداب و رسوم)	۱/۲۳۵	۰/۰۹۵
۱-۴	اقامتگاه (خدمات)	۱/۳۳۲	۰/۰۵۸
۲	تصویر ذهنی مقصد	۱/۲	۰/۱۱۲
۳	توسعه گردشگری روستایی	۱/۱۰۶	۰/۱۷۳

برای تعیین نوع متغیرهای تحت بررسی سطح معنی داری آزمون کولوموگروف-اسمیرنف مراجعه می‌شود، در صورتی که سطح معنی داری از عدد ۰/۰۵ بالاتر باشد، ادعا می‌شود متغیر دارای توزیع نرمال است و اگر سطح معنی داری از عدد ۰/۰۵ کمتر باشد، توزیع متغیر غیرنرمال خواهد بود. بر اساس همین منطق کیفیت متغیرها در جدول ثبت شده است و همه متغیرها از نوع نرمال هستند.

۵-۴- تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق

در نرم افزار لیزرل برای هر یک از ابعاد که مشتمل بر تعدادی گویه بار عاملی است، بار عاملی مشخصی بدست می‌آید، میزان قابل قبول بار عاملی عدد ۰,۳ است. هر چه این بار بیشتر از ۰,۷ باشد نشان دهنده مناسب بودن سوالات و گویه‌ها با ابعاد بدست آمده است، در صورتی که بار عاملی هر یک از گویه‌ها و ابعاد از عدد ۰/۳ کمتر شد بهتر است آن گویه یا بعد مورد تجدید نظر قرار گرفته و یا حذف شود.



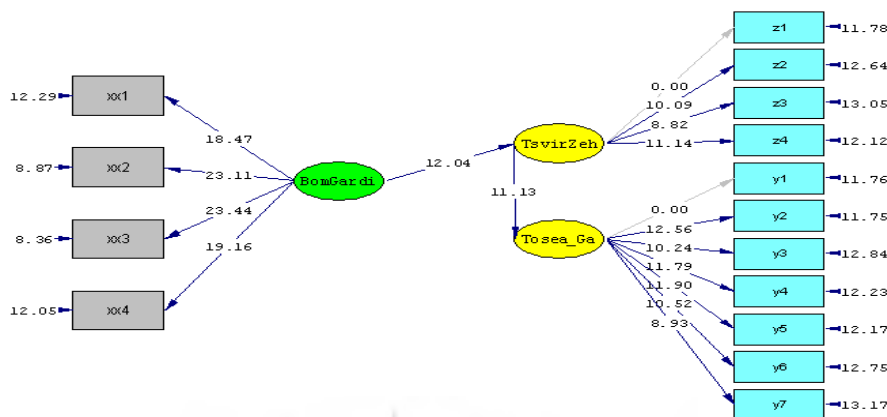
نمودار ۱: خروجی نرم افزار لیزرل تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق

همانگونه که از نمودار ۱ تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق قابل ملاحظه است، شاخصه‌ها به شرح زیر است، بار عاملی کلیه ابعاد در شکل بالاتر از ۰/۳ است. شاخص برازش معادل ۲/۱۲ شده است، (میزان مطلوب این شاخص عددی است کمتر از ۰,۳) همچنین مقدار آماره RMSEA معادل ۰/۰۵۴ است (این شاخص به جذر واریانس خطای تقریبی است و میزان مطلوب آن برای برازش مدل ساختاری عددی است بین ۰/۰۳ تا ۰/۰۸). ضمناً سطح معنی داری آزمون یا همان p-value که معادل ۰/۰۰۰۱ گردیده است، تا این مرحله می‌توان این نتیجه را گرفت که، مدل از برازش مناسبی برخوردار است و ۵ مولفه مربوط به پرسشنامه بطور مجزا قابل تحلیل هستند. بنا بر این با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان به روایی تأییدی اذعان داشت. با توجه به قبول تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی روایی سازه پرسشنامه تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.

۵-۵- نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

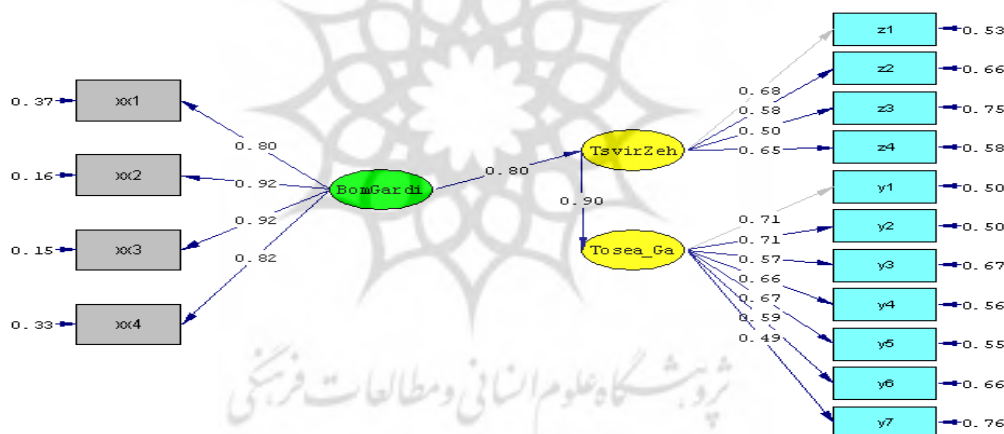
۵-۵-۱- فرضیه اصلی: تصویر ذهنی مقصد رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی را میانجی‌گری می‌کند.

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش آماری مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. که نتایج مربوط به آن را می‌توان در شکل های زیر مشاهده کرد. شاخص های اصلی برازش شامل chi-، Df، P_value، square، RMSEA، GFI، AGFI در زیر شکل نشان داده شده است.



Chi-Square=186.45, df=88, P-value=0.00000, RMSEA=0.054

نمودار ۲: تحلیل مسیر بر اساس شاخص t، نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی



Chi-Square=186.45, df=88, P-value=0.00000, RMSEA=0.054

نمودار ۳: تحلیل مسیر بر اساس شاخص ضریب اثر، نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی

جدول ۴: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی

تفسیر نتیجه	مقدار محاسبه شده	ملاک	اختصار	نام انگلیسی	نام فارسی
تایید برازش	۲/۱۲	کمتر از ۳	CMIN	χ^2/df	نسبت کی دو به درجه آزادی
تایید برازش	t1= 12.04 t2= 11.30	کمتر از ۱/۹۶- یا بیشتر از ۱/۹۶	t	آماره t	آماره t
تایید برازش	r1= 0.8 r2= 0.9	بالای ۰/۳	r	ضریب تاثیر	ضریب تاثیر
تایید برازش	۰/۰۰۰۱	کمتر از ۰/۰۵	p	p-value	سطح معنی داری
تایید	۰/۰۵۴	۰/۰۸ < RMSEA < ۰/۰۳	RMSEA	Root Mean Squared Residual	ریشه میانگین مربعات

نام فارسی	نام انگلیسی	اختصار	ملاک	مقدار محاسبه شده	تفسیر نتیجه
باقیمانده					برازش
شاخص نیکویی برازش	Goodness-of-Fit Index	GFI	بالتر از ۰/۹	۰/۹۲	تایید برازش
شاخص نیکویی برازش اصلاحی	Adjusted Goodness-of-Fit Index	AGFI	بالتر از ۰/۹	۰/۹۱	تایید برازش
شاخص برازش هنجار نشده	Non-Normed Fit Index	NNFI	بالتر از ۰/۹	۰/۹۳	تایید برازش

همانطور که در جدول ۴ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۱۲ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۵۴ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، رابطه اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تصویر ذهنی مقصد معادل ۱۲/۰۴ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است، همچنین مقدار آماره t، رابطه تصویر ذهنی مقصد و توسعه گردشگری روستایی معادل ۱۱/۳ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است. ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تصویر ذهنی مقصد در رابطه اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی نقش دارد را می‌پذیریم. می‌توان گفت اثر غیرمستقیم بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد با استفاده از آزمون سوبل به شرح زیر است.

جدول ۵: ضریب معناداری آزمون سوبل نقش نقش میانجی تصویر ذهنی مقصد در رابطه بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی

مسیر مستقیم	ضریب مسیر غیرمستقیم	t آماره	نتیجه
اقامتگاه‌های بوم‌گردی ← تصویر ذهنی مقصد ← توسعه گردشگری روستایی	۰/۷۲	۷/۵۱	تایید

نتیجه اینکه، فرض یک را مبنی بر اینکه، تصویر ذهنی مقصد به عنوان متغیر میانجی بین تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توسعه گردشگری روستایی رابطه برقرار می‌کند را می‌پذیریم. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش آماری مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. که نتایج مربوط به آن را می‌توان در شکل های زیر مشاهده کرد. شاخص های اصلی برازش شامل P_value, Df, chi-square, RMSEA, GFI, AGFI در زیر شکل نشان داده شده است.

جدول ۶: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی

AGFI	GFI	RMSEA	P	مقدار رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۰۶۳	۰/۰۰۰۱	۰/۷۱	۱۱/۸۷	۲/۳۱

همانطور که در جدول ۶ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل ۲/۳۱ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶۳ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی معادل ۱۱/۸۷ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه گردشگری روستایی تاثیر دارد را می‌پذیریم.

جدول ۷: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر تصویر ذهنی مقصد

AGFI	GFI	RMSEA	P	رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹	۰/۹۱	۰/۰۷۵	۰/۰۰۰۱	۰/۸۳	۱۳/۴۷	۲/۱۶

همانطور که در جدول ۷ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل ۱۳/۴۷ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۷۵ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است.

همچنین مقدار آماره t ، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر تصویر ذهنی مقصد معادل $13/47$ و از عدد $1/96$ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تاثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر تصویر ذهنی مقصد تاثیر دارد را می‌پذیریم.

جدول ۸: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر تصویر ذهنی مقصد بر توسعه گردشگری روستایی

AGFI	GFI	RMSEA	P	رابطه	t آماره	χ^2/df
۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۰۵۴	۰/۰۰۰۱	۰/۸۴	۱۲/۹۹	۲/۰۴

همانطور که در جدول ۸ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش χ^2/df معادل $2/04$ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل $0/054$ و از طرفی P-val (سطح معنی داری) $0/0001$ می‌باشد که کمتر از $0/05$ است. همچنین مقدار آماره t ، تاثیر تصویر ذهنی مقصد بر توسعه گردشگری روستایی معادل $12/99$ و از عدد $1/96$ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تاثیر تصویر ذهنی مقصد بر توسعه گردشگری روستایی تاثیر دارد را می‌پذیریم.

نتیجه‌گیری

با توجه به تایید کلیه فرضیات این پژوهش میتوان عنوان کرد اقامتگاه‌های بومگردی می‌توانند علاوه بر ایجاد درآمد برای روستاییان و جلوگیری از مهاجرت آنان به احیاء سنن قدیمی و همچنین حفظ و نگهداری آثار باستانی و حفاظت از طبیعت کمک شایانی داشته باشد. ایجاد و توسعه اقامتگاه‌های بوم گردی دارای هویت و ساختار بومی، رسیدن به توسعه پایدار روستایی با ساماندهی و ارائه خدمات به گردشگران و طبیعت گردان است. اقامتگاه‌های بوم گردی فقط جنبه اقامتی ندارند بلکه فعالیت‌های مختلفی همچون ارائه غذا و نوشیدنی بومی، ساخت، آموزش و فروش صنایع‌دستی محلی، اجرای نمایش و موسیقی سنتی، برگزاری رویدادهای بومی و تورها و فعالیت‌های بوم گردی نیز انجام می‌شود. مکان فیزیکی اقامتگاه به دلیل سبک معماری، مصالح ارگانیک به‌کاررفته، طراحی داخلی و مبلمان بومی آن نیز به‌منزله آکو موزه بومی، بخشی از یک جاذبه گردشگری است. مهم‌ترین اصلی که در اقامتگاه بوم گردی رعایت می‌شود. توسعه اقامتگاه‌های بومگردی منجر به توسعه گردشگری منطقه می‌شود که در قالب اثرات اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی نمود پیدا می‌کند. الگوی اقامتگاه بوم گردی در مناطق روستایی و بکر طبیعی به‌عنوان یک کسب‌وکار کوچک گردشگری با مالکیت بومی و مدیریت خانوادگی، هماهنگی بیشتری با توسعه پایدار گردشگری دارد. فعالیت‌های بوم گردی با محیط‌زیست طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی این مناطق در ارتباط است و می‌تواند با کیفیت خدمات، تصویر مقصد گردشگری و قصد گردشگران برای بازدید مجدد از مقصد گردشگری همراه شود. در اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه رادکان تأسیسات متناسب با معماری سنتی و مصالح پیرامونی آن طراحی و ساخته شده تا حداقل آسیب ممکن بر محیط تأثیر گذاشته شود ضمناً از منابع انرژی جایگزین و پاک استفاده گردیده است.

تصویر مقصد از اجزایی می‌باشد که تأثیر زیادی بر تصمیم‌گیری گردشگر و پیامدهای رفتاری سفر او می‌گذارد. اقامتگاه‌های بوم گردی می‌توانند تصویر روستاهایی مانند رادکان را به عنوان مقصد گردشگری در ذهن گردشگران طبیعی و بوم‌گردان بهبود بدهند. در این راستا پیشنهادها زیر نیز مطرح میگردد.

- ۱- ایجاد کارگروه‌های توسعه گردشگری روستایی و تبلیغ آن از طرق مختلف با تاکید بر وجود اماکن بوم گردی امن و بهداشتی و راحت.
- ۲- ایجاد سامانه‌های لازم برای معرفی منطقه رادکان توسط شورای روستایی و جذب گردشگر بیشتر.
- ۳- تخفیفات مالیاتی برای دایرکنندگان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به مدت طولانی
- ۴- ترغیب و تسهیل سرمایه گذاری در احداث بوم گردی ها
- ۵- ایجاد شرکتهای تعاونی و مشارکت مردم محلی در توسعه بوم گردی هاو تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی جهت افزایش درآمد
- ۶- تشویق سازمان های غیردولتی به حمایت از فعالیت های بوم‌گردی در روستاها از طریق برقراری تورهای گردشگری
- ۷- تبلیغ بوم گردی ها در سایت ها و تبلیغات مجازی تورها و مقصد گردشگری برای ایجادتصویر ذهنی کامل تر از مقصد
- ۸- کمک به جذب گردشگر برای روستا و اقامتگاه‌های بومگردی از طریق برگزاری جشن‌ها و مسابقات محلی در ایام مختلف توسط شورای روستا

منابع

- آجیلیان، ج. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر افزایش مدت اقامت بدون قصد قبلی گردشگران داخلی (مورد مطالعه: اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان خواف). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی شان‌دیز.
- خسرنژاد، پخشان، حیدری چپانه، رحیم، (۱۳۹۵). تحلیلی بر عوامل مؤثر بر شک لگیری تصویر مقصد در گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر ارومیه، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری، شماره ۲۱، صفحات ۷-۱۵.
- رستمی قبادی، فرحناز، احسانفر، ته‌مین، (۱۳۹۷). پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، پیش‌ران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، دوره ۵، شماره ۲، صفحات ۷۱-۸۲.
- رئیس‌ی دهکردی، افشین، عباسی، نوشین، (۱۳۹۶). چگونگی نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اکوتوریسم بیابانی (نمونه موردی روستای سه)، دومین کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی در عصر تکنولوژی.
- سعیدی، سعیده، (۱۳۹۹). نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری قومی در زمان بحران: مطالعه موردی استان گیلان، جامعه فرهنگ رسانه، دوره ۹، شماره ۳۴، صفحات ۱۱-۴۱.
- شجاعی فرد، علی، شکور، علی، (۱۳۹۹). تحلیل و بررسی تأثیر ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران در توسعه نواحی روستایی در راستای توسعه پایدار منطقه ای، مجله مهندسی جغرافیای سرزمین، دوره ۴، شماره ۸، صفحات ۴۶۰-۴۷۹.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادی‌نژاد، همایون. (۱۳۸۱). توسعه پایدار و گردشگری روستایی. جهاد، ۲۵۰، ۵۳.
- شیرخدايي، م.، علیزاده ثانی، م.، و آملی دیوای، ف. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر تصویر مقصد بر رضایت و مقاصد رفتاری در گردشگری سلامت (مورد مطالعه: آبگرم معدنی لایوچ). نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، (۱۷)۵، ۱۴۵-۱۲۸.
- عزیزی، کاروان، رستگار، شفق، حیدری، قدرت‌اله، و جعفریان، ز. (۱۳۹۸). اثرات اقتصادی-اجتماعی بوم‌گردی بر توانمندی جوامع محلی مورد: ناحیه بلده در استان مازندران. مجله اقتصاد فضا و توسعه روستای، ۱(۲۷)، ۹۶-۷۹.
- العلماء، سید وحید، مهموم، طیب، (۱۳۹۳). گردشگری روستایی، ماهیت و مفهوم، همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم انداز آینده.
- عنابستانی، علی اکبر، گیاهی، حسن، جوانشیری، مهدی، (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (نمونه: روستای رادکان شهرستان چناران). فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال ۸، شماره ۲، صفحات ۱-۲۴.
- غفاری، محمد، عباسی، احمد، کنجکاومنفرد، امیررضا، (۱۳۹۷). نقش تجربه گردشگری در بهبود تصویر ذهنی مقصد گردشگری اصفهان، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۷، شماره ۲، صفحات ۹۷-۱۱۲.
- فرجی راد، ع. احسانی، ا. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر اقامتگاه‌های محلی (خوشه سار بوم‌گردی) بر ارتقاء سطح زندگی جامعه محلی (با تأکید بر روستای "گره" و "شیب دراز"). مجله جغرافیای سرزمین، سال ۸، شماره ۳۰، صص ۶۳-۷۷.
- قاسمی، مهدی. (۱۳۹۶). تأثیر بوم‌گردی بر گردشگری پایدار و کسب و کارهای روستایی (مطالعه موردی منطقه توران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان.
- قدیری معصوم، مجتبی، مینایی، مه‌رسا، و دربان آستان، علیرضا. (۱۳۹۹). نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک. مجله اقتصاد فضا و توسعه روستایی، (۲)۹، ۴۲-۲۳.
- کاویانی، ابوطالب، رحمانی، بیژن، رضویان، محمد تقی، علیرنجی، عباس، (۱۳۹۷). ارزیابی نقش و تأثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، دوره ۱۰، شماره ۲، صفحات ۲۵۱-۲۷۵.
- مسرووی جنت، ندا و فلاح، محمدصادق، (۱۳۹۴). نقش بوم‌گردی در توسعه پایدار اکولوژیک (نمونه موردی: بوم‌گردی در پارک جنگلی لویزان)، اولین کنفرانس تخصصی معماری و شهرسازی ایران، مؤسسه عالی علوم و فناوری حکیم عرفی شیراز، چاپ اول، شیراز، ۳۴-۱۹.
- وثوقی، لیلا، و شمسی‌مارینی، نرگس. (۱۳۹۵). ارزیابی عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه‌های سبز. ۲-۵.
- یوسفی، رضا، چنگیز، سحر، (۱۳۹۸). نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه اقتصاد گردشگری روستا (مطالعه موردی: روستای ایور شهرستان کاشمر)، همایش ملی زن و توسعه گردشگری روستایی.
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2003). Culture, economy and tourism commodities: Social relations of production and consumption. *Tourist Studies*, 3(2), 123-141.
- Boo, S., Busser, H. and Baloglu, S. (2009). A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations, *Tourism Management*, 30: 219-231.

- Bulatović, Dragan , (2017), Ecotourism and Ecolodge Accommodation, <https://www.researchgate.net>
- Dorsey, E. R., Steeves, H. L., & Porras, L. E. (2004). Advertising ecotourism on the internet: commodifying environment and culture. *New Media & Society*, 6(6), 753-779.
- Fennell, D., (2008). Ecotourism and the myth of indigenous stewardship. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 129-149.
- Gartner, W. C. (1993). Image formation process . *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3), 191-215
- Hawkins, D. E., (2006). A protected areas ecotourism competitive cluster approach to catalyse biodiversity conservation and economic growth in Bulgaria, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol 12, No 3, Pp 219-244.
- Lee , Joung Hun, Iwasa, Yoh ,(2020), Ecotourism development and the heterogeneity of tourists, <https://link.springer.com/article/10.1007/s12080-020-00458-7>
- Wood, M. (2002). Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability. UNEP
- Yang, I. C. M., French, J. A., Lee, C., & Watabe, M. (2020). The symbolism of international tourism in national identity. *Annals of Tourism Research*, 83, 102966.
- Zeppel, H. (1998). Tourism and Aboriginal Australia. *Tourism Management*, 19(5), 485-488.



