

## مطالعات جغرافیایی مناطق خشک

دوره دهم، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۹

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۱۶ تأیید نهایی: ۱۳۹۹/۰۹/۱۷

صص ۷۴-۵۳

### تحلیل فضایی تأثیر گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی (مطالعه‌ی موردی: محدوده‌ی تجاری دهشیخ-سیگار در شهرستان لامرد)

مهدی معصومی، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی مشهد

علی‌اکبر عنابستانی\*، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی مشهد

غریب فاضل‌نیا، دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه زابل

امیدعلی خوارزمی، استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری-دانشگاه فردوسی مشهد

#### چکیده

اقتصاددانان در دهه‌های اخیر از گردشگری به‌عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه‌ی اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی یاد می‌کنند؛ به‌طوری‌که طی سال‌های اخیر از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای حل چالش‌های اقتصادی-اجتماعی در نواحی روستایی حاشیه‌ای و یا روستاهایی که با کاهش فعالیت‌های کشاورزی سنتی روبه‌رو هستند، استفاده می‌کنند. در این راستا تحقیق حاضر، در پی ارزیابی فضایی شاخص‌های توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد واقع در استان فارس است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی است و جامعه‌ی آماری آن شامل تمامی ۱۹۶۸ خانوار روستایی با ۷۲۸۱ نفر جمعیت ساکن در ۱۳ روستای منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار در شهرستان لامرد است که با استفاده از فرمول کوکران با سطح خطای ۰/۰۶، تعداد ۲۳۵ خانوار به‌عنوان خانوارهای نمونه‌ی برآورد و به روش تصادفی مورد پرسشگری قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزارهای، آنتروپی شانون، ArcGIS، MABAC و آزمون T تک نمونه‌ای و رگرسیون خطی در نرم‌افزار SPSS استفاده گردیده است. یافته‌های پژوهش مؤید آن است که در تمامی متغیرهای تحقیق میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد بالاتر از میان‌ه‌ی نظری (۳) است. نتایج سطح‌بندی پایداری روستاهای مورد مطالعه متأثر از گردشگری تجاری با استفاده از مدل ماباک در روستاهای سیگار، دهشیخ و کره‌مچی بالاترین سطح را نشان می‌دهد. گردشگری تجاری با مقدار  $R(0/959)$  دارای بیش‌ترین میزان تأثیر بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه بوده است. در تحلیل فضایی اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار روستاهای مورد مطالعه، روستاهای دولت‌آباد، حسن کمالی، فیروزآباد، کاکلی با مقدار  $R2(0/992, 0/988, 0/986, 0/983)$  دارای بیش‌ترین تأثیر و در روستاهای دهشیخ و سیگار با ضریب  $R2(0/865)$  و  $(0/925)$  از عملکرد ضعیفی برخوردار است.

**واژگان کلیدی:** توسعه پایدار، گردشگری تجاری، سکونتگاه‌های روستایی، منطقه تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد.

## ۱- مقدمه

بررسی‌های متعدد نشان می‌دهد که بخشی از علل توسعه‌نیافتگی مناطق روستایی کشورهای جهان سوم و از جمله کشور ما، ناشی از ضعف برنامه‌های کاربردی برای توسعه این مناطق است. در واقع، به علت عدم برنامه‌ریزی جهت توسعه مناطق روستایی، مشکلات متعددی دامن‌گیر این مناطق شده است؛ از این رو، برخی صاحب‌نظران توسعه بر این اعتقادند که می‌توان با پرداختن به گردشگری و فعال کردن این صنعت در روستا، گامی در جهت توسعه آن‌ها برداشت؛ چراکه گردشگری می‌تواند در کنار اقتصاد کشاورزی سنتی روستاها قرار گیرد و یک فرصت استثنایی برای احیای روستاها و اقتصاد آن‌ها باشد (مشیری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱). در واقع، گردشگری به‌عنوان یک فعالیت چند کارکردی، شبکه‌ها و ارتباطات بین فعالیت‌های متعدد موجود در مناطق روستایی از قبیل کشاورزی، اوقات فراغت، صنایع دستی و محلی، نوآوری‌های فرهنگی و نظایر آن را تقویت می‌کند که این ارتباطات می‌تواند به متنوع‌سازی اقتصادی و در نهایت توسعه جوامع محلی کمک کند (Figueiredo and Raschi, 2013:1). گسترش گردشگری در مناطق روستایی باعث روی آوردن مردم به فعالیت‌های سازنده و رونق اقتصادی و کاهش فقر در این مناطق می‌شود که گسترش خدمات اجتماعی و رشد سرمایه‌گذاری را در مناطق روستایی در پی خواهد داشت (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۱).

گردشگری تجاری یکی از بخش‌های مهم صنعت گردشگری است که در نواحی مختلف به خصوص روستاهای با موقعیت مناسب تجاری رونق می‌گیرد. گردشگری تجاری و تأثیر آن بر شهرها و روستاها به اشکال مختلف بروز می‌یابد و باعث تغییرات اقتصادی مختلف در شهرها و نواحی دیگر گردشگرپذیر می‌شود. گردشگری تجاری یکی از قدیمی‌ترین اشکال گردشگری در جهان است. این نوع گردشگری با سفر مردم برای اهدافی که مربوط به کارشان است، در ارتباط است؛ چراکه انسان‌ها برای اهداف تجاری خود از زمان‌های خیلی دور اقدام به سفر می‌کردند (Davidson, 1999: 1). این‌گونه سفرها برای شرکت در نمایشگاه‌ها، بازارهای مکاره و خرید کالاها و اجناس از این قبیل بازارها یا مکان‌های فروش دیگر که در نواحی مختلف برپا می‌شود، صورت می‌گیرد (حاجی‌نژاد و احمدی، ۱۳۸۹: ۸).

در این راستا یکی از اشکال نوظهور گردشگری در کشور ایران گردشگری تجاری است که در برخی مناطق شهری و روستایی کشور تحت تأثیر شرایط جغرافیایی و موقعیت خاص یک منطقه در حال گسترش است. عمده‌ی این نوع گردشگری را در حال حاضر می‌توان در نواحی مرزی کشور که بر اثر رشد ورود رسمی و غیررسمی کالاهای وارداتی و از طریق مبادی غیررسمی و قاچاق به مناطق تجاری خاص تبدیل شده‌اند، مشاهده نمود. از دلایل رونق تجارت به صورت رسمی و غیررسمی باید نرخ بیکاری بالا و کمبود امکانات و زیرساخت‌های اساسی به منظور تولید و افزایش اشتغال، درآمد پایین مردم و نابرابری اجتماعی و فقر عمومی در مناطق مرزی، کیفیت نامطلوب کالاهای تولید داخلی در مقایسه با کالاهای قاچاق وارداتی و حاکمیت فرهنگ مصرف‌گرایی (آقازاده، ۱۳۸۴: ۲۷). در این راستا با توجه به موقعیت روستاهای مناطق جنوبی کشور نسبت به مرز بین‌المللی جنوب و دسترسی آن‌ها به بازارهای کشورهای عربی حوضه‌ی خلیج فارس از جمله دبی و نیز ممانعت از واردات قانونی کالا از این مرز، قاچاق کالا به صورت وسیعی در این بخش انجام می‌گیرد. روستاهای این منطقه، کشاورزی و دامداری سنتی ضعیفی دارند و فعالیت‌های صنعتی نیز جایگاهی در منطقه ندارد؛ بنابراین گرایش به قاچاق کالا به‌عنوان تنها راه کسب درآمد مطمئن در منطقه در حال افزایش است (عناستانی و نامدار، ۱۳۹۶: ۲۱۵). با توجه به نتایج مثبت اقتصادی قاچاق کالا بر روستاهای مناطق مرزی، به‌عنوان منبعی پردرآمد برای گذران زندگی و افزایش سطح رفاه خانواده و نیز سرمایه‌گذاری در سایر فعالیت‌های اقتصادی نظیر خدمات و مسکن می‌توان گفت که این پدیده، سهم عمده‌ای در افزایش اشتغال، کاهش بیکاری و اقتصاد خانوارهای روستایی داشته است و تأثیر مثبتی بر روند توسعه روستایی این مناطق می‌گذارد (کهنه‌پوشی و جلالیان، ۱۳۹۲: ۷۱). رواج این‌گونه مبادلات تجاری در نواحی جنوب کشور به خصوص شهرستان لامرد و روستاهای تابع آن از جمله روستاهای دهشیک و سیگار به دهه‌ی ۱۳۴۰، هم‌زمان با افزایش ارتباطات و بالا رفتن سرمایه‌گذاری و

درآمدهای نفتی به خصوص در کشورهای حوضه‌ی خلیج فارس از جمله امارات متحده یعربی، کویت، قطر و عمان بازمی‌گردد. این نوع از مراودات تجاری در ارتباط دائم با مراکز مبدأ بوده و بسیاری از درآمدهای و وجوه ارسالی این خانواده‌ها به محل‌های زندگی سابقشان بازگشته و در آنجا به اشکال گوناگون سرمایه‌گذاری می‌شود. یکی از این اشکال، خرید و وارد کردن کالاهای گوناگون و عرضه‌ی آن به صورت غیررسمی برای فرار از کانال‌های مالیاتی است، به گونه‌ای که این منطقه امروزه به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین باراندازهای کالاهای بدون مجوز در جنوب کشور مطرح است و دارای نام و شهرت بالایی در منطقه است (عناستانی و نامدار، ۱۳۹۵: ۱۱۴). بدیهی است که ورود هر نوع فعالیت اقتصادی جدید در مناطق روستایی، تأثیراتی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فضایی-کالبدی، نهادی-مدیریتی و زیست‌محیطی جامعه خواهد داشت و به اشکال مختلف در دگرگونی ساختار اقتصادی و اجتماعی و نهایتاً ساختار و کارکرد فضایی مکان‌ها مؤثر خواهد بود. لذا با توجه به نقش‌های متعددی که روستاها در فرآیند توسعه‌ی ملی بر عهده دارند و از طرفی دیگر رشد و توسعه‌ی مبادلات مرزی می‌تواند محرک خوبی برای افزایش مبادلات رسمی، تثبیت قیمت‌ها، افزایش اشتغال، درآمد و رفاه ساکنین این مناطق باشد؛ بنابراین لزوم توجه و تأکید بر رشد و توسعه‌ی این مناطق اهمیت و ضرورت زیادی دارد. در این راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی فضایی اثرگذاری شاخص‌های مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری بر پایداری سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری ده‌شبخ-سیگار، شهرستان لامرد در صدد پاسخ‌گویی به این سؤال‌هاست:

۱. توزیع فضایی شاخص‌های توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری ده‌شبخ-سیگار در وضع موجود چگونه است؟
۲. شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری به چه میزان توانسته است در توسعه پایدار مناطق روستایی برخوردار از این نوع گردشگری اثرگذار باشد؟

## ۲- مبانی نظری

توسعه؛ فرآیند و یک جریان نظام‌مند مبتنی بر اندیشه است که به دنبال جایگزینی وضع مطلوب به وضع موجود از طریق احیاء و تأثیرپذیری ظرفیت‌های بالقوه است (مصطفوی، ۱۳۹۰: ۱). در واقع، توسعه را می‌توان تکامل سطح زندگی و رسیدن به شرایط آرمانی در حوزه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دانست که تحقق مفاهیم آزادی، عدالت، پویایی اجتماعی، توسعه‌ی انسانی و رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را به همراه دارد. همچنین توسعه را کشف روش‌های دستیابی به حرکتی تکاملی به شمار می‌آورند که پدیده‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را متعادل و متوازن می‌سازد و شرایط نوین را برای پویایی اجتماعی، اقتصادی و تحقق عدالت اجتماعی فراهم می‌کند (زاهدی اصل، ۱۳۸۱: به نقل از پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۸).

فرآیند توسعه در زمینه‌های مختلفی رخ می‌دهد؛ از جمله‌ی این زمینه‌ها، گردشگری است (مصطفوی، ۱۳۹۰: ۱). بر اساس چهار دهه تحقیقات بانک جهانی، گردشگری به‌عنوان اهرمی قدرتمند در پارادایم توسعه مورد تأیید قرار گرفته؛ به طوری که مروری بر مبانی نظری صنعت گردشگری، نقش این صنعت را به‌عنوان عاملی تأثیرگذار بر توسعه نشان می‌دهد (Donald & Hawkins, 2006: 350). از جمله بخش‌های مهم این صنعت، گردشگری تجاری است که در نواحی مختلف به خصوص شهرها و روستاهای با موقعیت مناسب تجاری رونق می‌گیرد. گردشگری تجاری در مناطق مرزی کشورها، نوع منحصربه‌فردی از گردشگری است که در دهه‌های گذشته توجه زیادی را به خود جلب نموده است. تفاوت‌های اقتصادی، اجتماعی و حقوقی در یک طرف مرز باعث ایجاد انگیزه برای بسیاری از گردشگران است. این نوع گردشگری به دلایلی نظیر قیمت‌های رقابتی، در دسترس بودن محصول، مالیات کم‌تر، نرخ ارز مطلوب، تفاوت در ساعات خرید و هیجان گشت‌وگذار و فراغت صورت می‌گیرد (Timothy & Tosun, 2005: 13). گردشگری تجاری می‌تواند نقش اساسی در ترقی و توسعه‌ی اقتصاد نواحی مرزی، بهبود استانداردهای زندگی مردم، کاهش فقر، توزیع مناسب درآمد، ایجاد روابط دوستی و آشنایی بیشتر و تسریع همکاری‌های بیشتر بین نواحی مرزی، داشته

باشد (Chandoevrit, 2004: 145). در واقع، گردشگری تجاری در سال‌های اخیر رشدی پیوسته و سریع را به‌رغم بحران‌های اقتصادی متوالی که با آن روبه‌رو بوده، تجربه کرده است. سرعت توسعه گردشگری تجاری موجب شده است نسبت به سایر بخش‌های تولید کالا و خدمات عملکرد بهتری داشته باشد. در نتیجه، بازار گردشگری تجاری به‌عنوان یک عامل اقتصادی، فرصت‌ها و شغل‌های جدید و نیز به‌عنوان یک عامل اجتماعی صلح و سازش را در بین جوامع محلی، ملی و بین‌المللی و حتی وابستگی سیاسی، مذهبی، قومی و فرهنگی ایجاد کرده است (Ouariti and Hamri, 2014: 8).

کشور ایران با ۸۰۰۰ کیلومتر خط مرزی آبی، کوهستانی و بیابانی از کشورهای با مرزهای طولانی در جهان است و از نظر تنوع مسائل سیاسی و اجتماعی کشورهای همسایه، در جهان منحصر به فرد است که این امر تنش‌های بسیاری به مناطق مرزی ایران وارد کرده است، به‌علاوه، تنوع جغرافیایی، اقلیمی، اجتماعی و قومی، این مشکلات را مضاعف نموده است (صفرآبادی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۷)؛ بنابراین، برای ایجاد تعادل بیش‌تر بین مناطق مرزی و سایر مناطق کشور و نیز کاهش معضلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق مرزی، ایجاد و گسترش بازارچه‌های مرزی از راهکارهای مورد نظر است. در واقع، بازارچه‌های مرزی به‌عنوان راهکاری اساسی در تحول و پویایی مناطق مرزی و گسترش و پایداری تجارت به شمار می‌روند (یگانه، ۱۳۹۰: ۴). با توجه به اینکه بازارچه‌های مرزی می‌توانند تحولی بنیادین در تولید، اشتغال و تثبیت جمعیت، افزایش درآمد (کهنه‌پوشی و جلالیان، ۱۳۹۲: ۶۸) و توسعه امنیت، تأمین هزینه‌های ایجاد زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی و آسایش ساکنین محلی ایجاد نمایند، به‌عنوان یکی از پتانسیل‌های عمده‌ی رفع تبعیض و توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق محروم مرزی مطرح هستند (ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۶). در واقع، تأسیس بازارچه‌های مرزی زمینه‌ساز توسعه‌ای از پایین، افقی و درون‌زا خواهد بود که در نتیجه‌ی این امر، علاوه بر مشارکت مردم در امر توسعه، نگاه‌داشت جمعیت و منابع و جلوگیری از انحطاط آن‌ها در روستا، زمینه‌ی پایدار ملی نیز مهیا می‌گردد. اقتصاددان‌ها بر این باورند که باز شدن مرزهای کشورهای همسایه به روی یکدیگر و گسترش فعالیت‌های اقتصادی از طریق تجارت در بازارچه‌های مرزی، با توجه به افزایش تفاهم و دوستی، منابع اقتصادی ملت‌ها را به سوی فعالیت‌هایی که بهره‌وری بالاتری دارند، هدایت نموده، روند رشد و توسعه آن‌ها را سرعت بخشیده و فقر و بیکاری را به‌عنوان موانع اصلی تحقق توسعه روستایی کم‌رنگ می‌نماید (Chandoevrit, 2004: 145). بازارچه‌های مرزی کانون‌هایی هستند برای به‌تحرك واداشتن نواحی روستایی به منظور حضور جدی‌تر در توسعه منطقه‌ای و ملی و راهبردی برای خروج این مناطق به واسطه‌ی افزایش همکاری‌های ملی و بین‌المللی از انزوای اقتصادی و جغرافیایی (Szalontai, 2011: 59). در واقع، تأسیس بازارچه‌های مرزی به‌عنوان راهبردی که موجب پویایی و تنوع بخشی اقتصاد روستایی می‌گردد، توانایی حل بسیاری از معضلات کنونی روستاهای مرزی و حرکت آن‌ها در مسیر توسعه را دارد (طیبنیا و منوچهری، ۱۳۹۵: ۱۵۳).

پیرامون گردشگری تجاری در مناطق شهری تحقیقات بیش‌تری انجام شده است، اما در رابطه با گردشگری تجاری در مناطق روستایی مطالعات کم‌تری به سرانجام رسیده است. در این بخش به تعدادی از این تحقیقات در داخل و خارج از کشور اشاره می‌شود که عبارت‌اند از:

دشتی‌زاده (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی نقش گردشگری تجاری در توسعه منطقه‌ای نمونه: شهر گناوه» به ارزیابی رابطه گردشگری تجاری با تک‌تک مؤلفه‌های (اقتصادی، اجتماعی) مربوط به توسعه منطقه‌ای پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد بین گردشگری تجاری و توسعه منطقه‌ای، رابطه‌ی معناداری وجود ندارد و همچنین میزان همبستگی بین این دو متغیر ضعیف است. محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به «ارزیابی اثرات اقتصادی بازارچه‌ی مرزی مهران بر توسعه نواحی روستایی مطالعه‌ی موردی؛ دهستان محسن‌آباد» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ایجاد بازارچه و اثرات اقتصادی آن از جمله افزایش اشتغال، کاهش فقر، افزایش درآمد و کاهش تمایل مهاجرت ساکنان مناطق مرزی به جاهای دیگر رابطه‌ی معناداری وجود دارد. پاک‌باز و همکاران

(۱۳۹۱) در پژوهشی به «بررسی نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه‌ی گردشگری تجاری و ایجاد امنیت مرزی (مورد مطالعه: بازارچه‌های مرزی استان بوشهر)» پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد بازارچه‌های مرزی استان بوشهر در رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه‌ی اشتغال، جلوگیری از مهاجرت مرزنشینان، توسعه‌ی گردشگری، افزایش رفاه عمومی، ایجاد امنیت و روابط تجاری- بازرگانی با کشورهای همسایه همچون امارات، قطر و بحرین در منطقه نقش مهمی را ایفا می‌کند. غلامی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان «تبیین پیامدهای گسترش گردشگری تجاری در مناطق روستایی (مورد: دهستان سیگار- شهرستان لامرد)» به تبیین اثرات اقتصادی گردشگری بر جامعه‌ی میزبان پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد ساکنان روستاهای مورد مطالعه، یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه‌ی سکونتگاه‌های روستایی این منطقه را ورود انبوه گردشگران تجاری داخل و خارج استانی دانسته و این مسئله را مورد تأیید قرار داده‌اند که با حمایت‌های بیش‌تر مسئولان محلی می‌توانند ضمن میزبانی بهتر و کارآمدتر از گردشگران تجاری، توانمندی‌های ناشی از موقعیت جغرافیایی خود را در جهت افزایش سطح مشارکت و نیز توسعه‌ی محلی بهبود بخشند. عنابستانی و نامدار (۱۳۹۵) در پژوهشی به «بررسی پیامدهای فعالیت غیررسمی (کالاهای وارداتی) روستائیان بر توسعه‌ی سکونتگاه‌های روستایی (مورد: منطقه‌ی دهشیخ و سیگار، شهرستان لامرد)» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد فعالیت غیررسمی کالاهای وارداتی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و کالبدی روستاهای منطقه‌ی دهشیخ- سیگار، شهرستان لامرد اثر معناداری داشته است. قنبری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به «بررسی نقش بازارچه‌ی مرزی در ارتقاء شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی روستاهای مرزی استان سیستان و بلوچستان (مطالعه‌ی موردی: بازارچه میلک)» پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد رابطه‌ی معناداری تا سطح ۹۹ درصد در رابطه با اثرات بازارچه‌ی مرزی در تحقق پایداری اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی بوده است. شهریار (۱۳۹۶) در پژوهشی به «شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری در مناطق مرزی (مطالعه‌ی موردی: بازارچه‌های مرزی سیستان)» پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد عوامل خرید، برنامه‌ریزی- مدیریتی، اجتماعی فرهنگی و اقلیم بیش‌ترین تأثیر را بر توسعه‌ی گردشگری خرید در مناطق مرزی داشته‌اند. لطفی‌نیا و آمار (۱۳۹۷) در پژوهشی به «تحلیل نقش گردشگری در تحولات اقتصادی روستاهای هدف گردشگری شرق استان گیلان در دهه‌ی اخیر» پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد گردشگری اثرات و پیامدهای مثبتی همچون افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش سطح درآمد ساکنان روستا و سرمایه- گذاری در این روستاها داشته است.

نتایج پژوهش نیونز<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) نشان داد که پرتغالی‌ها مناطق بیابانی (مرزی) و مناطق تفریحی را به‌طور متفاوت ارزیابی می‌کنند؛ به‌طوری‌که آن‌ها تمایل بیش‌تری به پرداخت هزینه برای توسعه‌ی گردشگری تجاری در مناطق بیابانی (مرزی) دارند. ادگل و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان گردشگری به‌عنوان یک فعالیت تجاری و اقتصادی به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری پرداختند. علاوه بر این، گردشگری یک استراتژی اقتصادی مهم نه‌تنها در سطح محلی، بلکه یک ابزار قابل‌اعتماد در توسعه‌ی اقتصاد ملی است. همچنین گردشگری می‌تواند بدون خطرات و منافع خارجی منفی به‌عنوان یک کاتالیزور برای احیای اقتصادی، اقتصادهای بزرگ و کوچک در سراسر جهان خدمت کند. ایلبری و ساکسانا<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) معتقدند درحالی‌که بسیاری از منافع توسعه‌ی یکپارچه‌ی گردشگری برای جامعه‌ی محلی است، اما اشتیاق برای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری هنوز به صورت کامل وجود ندارد. مارکوس و سانتوس<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان توسعه‌ی گردشگری تجاری: یک چشم‌انداز برای پرتغال، به بررسی تحول گردشگری تجاری، اهمیت و زمینه‌ی آن در پرتغال پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که گردشگری تجاری نقش مهمی در اقتصاد محلی و منطقه‌ای دارد و از پتانسیل قابل‌توجهی برای توسعه برخوردار است. در این راستا سازمان‌های مدیریت مقصد و

1- Nunes

2- Edgell &amp; et al.

3- Ilbery &amp; Saxenaa

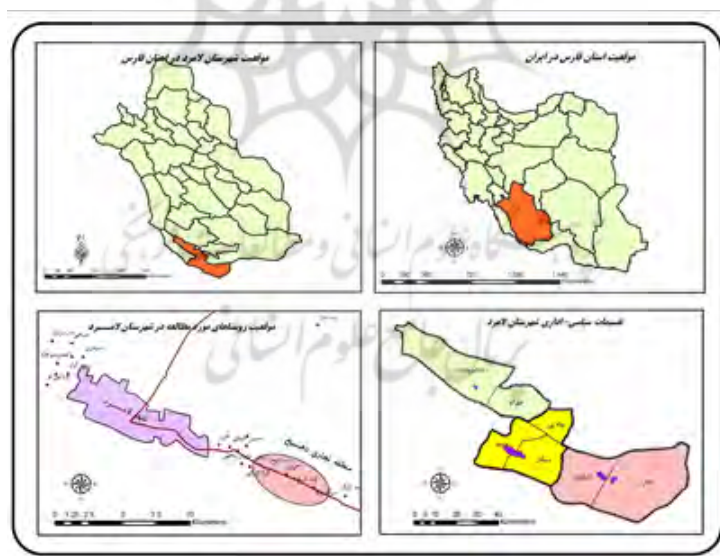
4- Marques &amp; Santos

دفتر کنوانسیون و بازدیدکنندگان نقش اساسی در مدیریت و برنامه‌ریزی برای توسعه مقصد دارند. پینهو و مارکوس<sup>۵</sup> (۲۰۱۹)، در پژوهشی به «بررسی تجربی پتانسیل‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری تجاری در پورتو» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که پتانسیل‌های شهر برای تبدیل شدن به یک مقصد مهم در بخش گردشگری تجاری بسیار بیش‌تر از محدودیت‌های آن است. در این راستا برای بهبود عملکرد بخش گردشگری تجاری استراتژی بازاریابی با توجه به افزایش تبلیغات خارجی برای تبدیل شدن به یک مقصد عالی گردشگری را معرفی می‌کنند.

در جمع‌بندی مطالب ذکر شده درباره‌ی ادبیات سابق موضوع پژوهش این‌گونه استنباط می‌شود که بیش‌تر پژوهش‌هایی که در این رابطه انجام شده‌اند، به تحلیل نقش گردشگری در توسعه مناطق روستایی پرداخته‌اند. نتایج بیش‌تر پژوهش‌های صورت‌گرفته بیان کرده‌اند که گردشگری موجب رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه اشتغال، جلوگیری از مهاجرت مرزنیسان، توسعه گردشگری، افزایش رفاه عمومی، ایجاد امنیت و روابط تجاری- بازرگانی در این مناطق شده است. پژوهش حاضر نیز علاوه بر بررسی آثار و پیامدهای گردشگری تجاری در توسعه پایدار مناطق روستایی در منطقه‌ی تجاری دهشخ- سیگار شهرستان لامرد، به تحلیل فضایی اثرات این نوع گردشگری در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه می‌پردازد.

### ۳- روش‌شناسی تحقیق

شهرستان لامرد در جنوبی‌ترین نقطه‌ی استان فارس و هم‌جوار با دو استان هرمزگان و بوشهر واقع شده است. این شهرستان از شمال با شهرستان‌های لارستان و خنج از جنوب و شرق با استان هرمزگان، از جنوب غرب با شهرستان مهر و استان بوشهر همسایه است. شهرستان لامرد با مساحت ۳۹۳۲ کیلومتر مربع در فاصله ۴۴۶ کیلومتری از مرکز استان (شیراز) قرار گرفته است. طبق سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۵ جمعیت این شهرستان ۹۱۷۸۲ نفر است. همچنین این شهرستان از ۴ بخش به نام‌های مرکزی، چاه ورز، اشکنان و علامرودشت تشکیل شده است.



شکل ۱: موقعیت منطقه‌ی مورد مطالعه

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع تحقیقات تجربی است و بنا بر روش بررسی، توصیفی-تحلیلی است. این پژوهش همانند سایر تحقیقات، دارای دو بخش عمده جهت انجام بوده است؛ بخشی از داده‌های آن مانند چارچوب نظری تحقیق از روش اسنادی، کتابخانه‌ای و بخشی دیگر از داده‌های مورد نیاز از مطالعات میدانی و با ابزار پرسشنامه به

دست آمده است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل تمامی روستاهایی (۱۳ روستا) دهستان سیگار (منطقه‌ی تجاری دهشیک-سیگار) در شهرستان لامرد است که فعالیت گردشگری تجاری در آن‌ها رواج دارد. در این راستا با توجه به آمار سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵، این ۱۳ روستا دارای ۷۲۸۱ نفر جمعیت و ۱۹۶۸ خانوار می‌باشند که با استفاده از فرمول کوکران و سطح خطای ۰/۶ درصد (به دلیل گسترده بودن موضوع پژوهش سطح خطای ۰/۶ در نظر گرفته شده) تعداد ۲۳۵ خانوار به‌عنوان جامعه‌ی نمونه انتخاب گردید (جدول ۱). بر این اساس ابتدا تعداد خانوارهای هر روستا را مشخص و سپس تعداد نمونه‌ها را بین هر یک از روستاهای نمونه با احتساب ۱۰ نمونه به‌عنوان پایه برای هر روستا (به منظور انجام تحلیل فضایی در سطح روستاها) و مابقی با توجه به تعداد خانوار هر روستا انتخاب شد. تعداد نمونه‌های محاسبه شده برای هر روستا در جدول (شماره‌ی ۱) ارائه شده است.

جدول ۱: مشخصات روستاهای نمونه

ردیف	نام روستا	شهرستان	بخش	دهستان	تعداد واحد تجاری	تعداد خانوار	جمعیت	حجم نمونه
۱	چاه شیخ	لامرد	مرکزی	سیگار	۲۴	۱۱۱	۴۴۶	۱۶
۲	سیگار	لامرد	مرکزی	سیگار	۳۶	۴۰۴	۱۴۶۷	۳۲
۳	جری	لامرد	مرکزی	سیگار	۱۷	۹۹	۳۹۱	۱۵
۴	چاه نوده شیخ	لامرد	مرکزی	سیگار	۱۸	۲۷۴	۹۵۶	۲۵
۵	ده شیخ	لامرد	مرکزی	سیگار	۹۱	۲۹۵	۱۱۴۴	۲۶
۶	دولت‌آباد	لامرد	مرکزی	سیگار	۳	۴۲	۱۳۳	۱۲
۷	کاکلی	لامرد	مرکزی	سیگار	۷	۴۳	۱۴۴	۱۲
۸	کره مچی	لامرد	مرکزی	سیگار	۱۴	۲۲۷	۸۳۸	۲۲
۹	فیروزآباد	لامرد	مرکزی	سیگار	۳	۳۴	۱۱۲	۱۲
۱۰	حسن کمالی	لامرد	مرکزی	سیگار	۶	۷۹	۳۰۷	۱۴
۱۱	خالو محمدعلی	لامرد	مرکزی	سیگار	۴	۱۱۶	۳۸۰	۱۶
۱۲	خره	لامرد	مرکزی	سیگار	۷	۱۷۴	۷۱۶	۱۹
۱۳	رئیس یحیی	لامرد	مرکزی	سیگار	۵	۷۰	۲۴۷	۱۴
	جمع				۲۳۵	۱۹۶۸	۷۲۸۱	۲۳۵

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵

سپس با توجه به هدف پژوهش که بررسی فضایی اثرگذاری شاخص‌های مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری بر پایداری سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه‌ی موردی: دهشیک-سیگار شهرستان لامرد) است، طیف گسترده‌ای از شاخص‌ها در ابعاد شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری و توسعه پایدار روستایی در قالب پرسشنامه‌ی سرپرستان خانوارها و مشاهدات میدانی موردبررسی قرار گرفته است. پس از جمع‌آوری داده‌ها، جهت تجزیه و تحلیل آن‌ها، از نرم‌افزارهای، آنتروپی شانون، SPSS، MABAC و GIS استفاده شده است (جداول ۳ و ۲). همچنین برای بررسی میزان پایایی گویه‌های تحقیق از آماره‌ی آلفای کرونباخ با دامنه‌ی صفر تا یک استفاده شده، در تحقیق حاضر پایایی متغیر توسعه‌ی گردشگری تجاری برابر ۰/۹۲۱ و توسعه پایدار روستایی برابر ۰/۹۱۲ برآورد شده است (جداول ۲ و ۳).

جدول ۲: شاخص‌های شکل‌گیری و توسعه گردشگری تجاری

مؤلفه	شاخص	آلفای کرونباخ
محیطی	شرایط آب و هوایی مناسب، پوشش گیاهی مناسب، نزدیکی و مجاورت با مرزهای دریایی، نزدیکی به بازارهای تجاری در کشورهای جنوب خلیج فارس، وجود جاذبه‌های گردشگری طبیعی در منطقه	۰/۹۳۲
برنامه‌ریزی-مدیریتی	سیاست‌های کلان دولت، مدیریت تخصصی، نیروی انسانی ماهر، سیاست‌های تشویقی، وجود امنیت، مشارکت شهروندان، تورهای تفریحی و سیاحتی، حمایت دولت، هماهنگ‌سازی سازمان‌ها، سازمان‌های خصوصی، کاهش محدودیت‌های ترانزیتی، بهبود روابط سیاسی، تقویت و افزایش روابط تجاری در سطوح مختلف	۰/۹۳۹
زیرساختی-رفاهی	حمل‌ونقل جاده‌ای و دریایی، تأسیسات زیر بنایی (آب، برق، تلفن، گاز و غیره)، امکانات بهداشتی و درمانی، خدمات رفاهی، مراکز خرید، پارکینگ، تخفیف (احتمال مذاکره برای تخفیف در فروشگاه‌ها)، خدمات به مشتریان، وجود امکانات و تسهیلات اضافی خرید	۰/۹۳۵
تبلیغات، بازاریابی و ارتباطات	دسترسی به شبکه‌های ارتباطی مجازی و پهنای باند اینترنت مناسب، روش‌های نوین بازاریابی، تنوع‌بخشی در فعالیت‌ها، وجود تورهای گردشگری، وجود دفاتر گردشگری، برخورداری از بانک اطلاعات گردشگری، رسانه‌ها	۰/۹۵۳
اجتماعی-فرهنگی	فرهنگ پذیرش گردشگر (پذیرش فرهنگی گردشگری از سوی جامعه میزبان)، آداب‌ورسوم جامعه میزبان، برخورداری از حس اعتماد گردشگر، پیدایش خاطره‌ی جمعی بین گردشگران، پذیرایی با غذاهای محلی، معماری محل، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها	۰/۹۳۳
اقتصادی	وجود مراکز خرید مناسب، متناسب بودن هزینه‌های گردشگری تجاری، وجود بخش خصوصی قدرتمند، وجوه ارسالی مهاجران بین‌المللی، شرایط رقابت‌پذیری، نرخ ارز مطلوب، مالیات کمتر، مزیت قیمتی، تنوع بالای کالا، تعداد و تنوع برندهای محلی و بین‌المللی برجسته	۰/۹۲۹
	کل (گردشگری تجاری)	۰/۹۲۱

منبع: (بورقانی فراهانی، ۱۳۹۲؛ سادات سعیده زرابادی و عبدالله، ۱۳۹۳؛ نجارزاده و نعمت الهی، ۱۳۹۵؛ تقوایی و حسینی خواه، ۱۳۹۶؛ شهریاری، ۱۳۹۶).

جدول ۳: شاخص‌های توسعه پایدار در مناطق روستایی

بعد	مؤلفه	شاخص	تعداد گویه‌ها
اقتصادی (۰/۹۳۸)	اشتغال و درآمد	رضایت شغلی، رضایت از وضعیت درآمدی، اشتغال در مشاغل غیررسمی و...	۸
	میزان سرمایه‌گذاری	امکان پس‌انداز بخشی از درآمد، ایجاد و تقویت نهادها و مؤسسات مالی و اعتباری خرد، افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه خدمات رفاهی-تفریحی و...	۶
	درآمد و رشد اقتصادی	افزایش قیمت زمین و مسکن در روستا، استفاده از وسایل مکانیزه و جدید کشاورزی، ساخت‌وسازهای جدید در روستا و...	۱۱
اجتماعی (۰/۹۲۱)	امنیت اجتماعی و روانی	تمایل به ادامه‌ی زندگی در روستا، کاهش مهاجرت‌های روستایی، روابط بیرونی روستا با نواحی هم‌جوار و...	۱۰
	میزان آگاهی و احساس تعلق جامعه	افزایش سطح آگاهی و دانش جامعه‌ی محلی نسبت به حقوق اجتماعی خود، احساس تعلق مکانی به محیط زندگی و اجتماع مادری، افزایش سطح سواد و تحصیلات و...	۱۱
	انسجام اجتماعی	استفاده از پوشش و لباس محلی، برگزاری مراسم‌ها به شیوه سنتی و محلی، تعامل روستاییان با گردشگران و افراد غیربومی و...	۷



۸	میزان رضایتمندی از شغل و درآمد، میزان رضایتمندی از نحوه تخصیص سرمایه ارسالی مهاجران، میزان رضایتمندی از مسکن و فضای کالبدی و...	میزان رضایتمندی	
۱۱	دسترسی به راه‌های ارتباطی مناسب درون و برون منطقه‌ی ای، دسترسی به وسایل حمل‌ونقل مناسب، دسترسی مناسب به فضاهای بهداشتی- درمانی و...	قابلیت‌ها و دسترسی‌ها	
۱۰	گسترش بافت روستا منطبق با شیب زمین، هماهنگی بین مسکن نوساز با بافت قدیمی روستا، نزدیکی روستا به زمین‌های کشاورزی و طبیعت سبز زیبا و...	سبک معماری و ساخت‌وسازهای روستایی	کالبدی (۰/۹۳۰)
۱۰	کیفیت راه‌های ارتباطی، سطح بهسازی داخلی روستا، استقرار امکانات خدماتی و خدمات زیربنایی و رفاهی	توسعه‌ی امکانات و خدمات	
۷	نگاه مدیران محلی مبنی بر فرصت دانستن سرمایه‌های سرمایه‌گذاری در جهت توسعه‌ی منطقه، آگاهی مدیران محلی از نحوه تخصیص منابع و...	آگاهی مدیریتی	نهادی- مدیریتی (۰/۹۳۱)
۳	ایجاد زیرساخت‌ها و تدابیر لازم جهت تخصیص صحیح و مناسب سرمایه‌ها، توسعه‌ی کارآفرینی و روش‌های ترویجی مناسب در سطح روستاها و...	رویکردهای نهادی- مدیریتی	
۶	مدیریت صحیح پسماند و دفع زباله، تقویت آگاهی‌های زیست‌محیطی مردم، شیوه صحیح کشاورزی و عدم تخریب محیط زیست و ...	بهداشت محیط	
۸	حفظ باغات و درختزارها، یکپارچگی در بافت روستاهای منطقه، حفظ بافت بارز روستا و...	تغییرات محیطی	زیست‌محیطی (۰/۹۴۷)
۷	استفاده‌ی بهینه از زمین، استفاده از کودهای طبیعی، استفاده بهینه از منابع آبی و...	آگاهی زیست‌محیطی	
۱۲۳	کل (پایداری سکونتگاه‌های روستایی)		

منبع: (گودرزی سروش، ۱۳۹۰؛ محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۱؛ گل زاده و همکاران، ۱۳۹۲؛ فلاح وسطی کلا، ۱۳۹۳؛ بهرامی، ۱۳۹۵؛ امینی، ۱۳۹۵، Singh, 2009; Bebbington & et al, 2007)

روش ماباک (MABAC) از جدیدترین تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است که جهت رتبه‌بندی گزینه‌ها در مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره استفاده می‌شود. این روش اولین بار توسط Pacumar & Cirovic (2015) ارائه شد. روش ماباک شامل ۶ گام به شرح زیر است:

• **گام اول: تشکیل ماتریس اولیه‌ی تصمیم (X)**

در این گام فرض می‌شود تعداد  $m$  گزینه و  $n$  معیار موجود است. هر یک از گزینه‌ها به شکل برداری و به صورت  $A_i = (x_{i1}, x_{i2}, \dots, x_{in})$  نمایش داده می‌شوند که  $x_{ij}$  وضعیت گزینه  $i$  ام در معیار  $j$  ام را مشخص می‌نماید. بر این اساس، ماتریس تصمیم اولیه به صورت زیر و با حرف  $X$  مشخص می‌شود.

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix}$$

• **گام دوم: نرمال کردن درایه‌های ماتریس تصمیم اولیه (N)**

به دلیل آنکه ممکن است جنس هر یک از معیارها متفاوت باشند، در گام دوم، ماتریس تصمیم نرمال شده تا اثر مقیاس متفاوت معیارها خنثی شود. به منظور انجام این کار و با توجه به جنس هر معیار، از رابطه‌ی (۱) برای نرمال-

سازی معیارهای مثبت و از رابطه‌ی (۲) برای نرمال‌سازی معیارهای منفی استفاده می‌شود. ماتریس تصمیم نرمال با  $N$  نشان داده می‌شود.

$$N = \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & \dots & n_{1n} \\ n_{21} & n_{22} & \dots & n_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ n_{m1} & n_{m2} & \dots & n_{mn} \end{bmatrix}$$

درایه‌های ماتریس نرمال شده  $N$  با استفاده از روابط زیر محاسبه می‌شود.

$$n_{ij} = \frac{x_{ij} - x_i^-}{x_i^+ - x_i^-} \quad \text{معیارهای مثبت} \quad \text{رابطه‌ی ۱}$$

$$n_{ij} = \frac{x_{ij} - x_i^+}{x_i^- - x_i^+} \quad \text{معیارهای منفی} \quad \text{رابطه‌ی ۲}$$

در روابط (۱) و (۲)،  $x_{ij}$  درایه‌های ماتریس اولیه تصمیم ( $X$ ) بوده و  $x_i^-$  و  $x_i^+$  به شکل زیر تعریف می‌شوند.

نشان‌دهنده‌ی بیش‌ترین مقداری است که در یک معیار مشخص، در میان گزینه‌ها مشاهده شده است.  $x_i^+ = \max(x_1, x_2, \dots, x_m)$

نشان‌دهنده‌ی کم‌ترین مقداری است که در یک معیار مشخص، در میان گزینه‌ها مشاهده شده است.  $x_i^- = \min(x_1, x_2, \dots, x_m)$

• گام سوم: تشکیل ماتریس تصمیم نرمال موزون (V)

از آنجاکه معیارها دارای وزن متفاوتی در فرآیند ارزیابی هستند؛ در این گام می‌بایست درایه‌های ماتریس نرمال موزون بر اساس رابطه‌ی (۳) محاسبه شوند.

$$v_{ij} = w_i \cdot (n_{ij} + 1) \quad \text{رابطه‌ی ۳}$$

در این رابطه  $n_{ij}$  درایه‌های ماتریس نرمال ( $N$ ) و  $w_i$  وزن معیار  $i$  ام است. همچنین  $v_{ij}$  درایه‌های ماتریس موزون  $V$  را تشکیل می‌دهد. این ماتریس به شکل زیر تعریف می‌شود.

$$V = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & \dots & v_{1n} \\ v_{21} & v_{22} & \dots & v_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ v_{m1} & v_{m2} & \dots & v_{mn} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} w_1 \cdot (n_{11} + 1) & w_2 \cdot (n_{12} + 1) & \dots & w_n \cdot (n_{1n} + 1) \\ w_1 \cdot (n_{21} + 1) & w_2 \cdot (n_{22} + 1) & \dots & w_n \cdot (n_{2n} + 1) \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ w_1 \cdot (n_{m1} + 1) & w_2 \cdot (n_{m2} + 1) & \dots & w_n \cdot (n_{mn} + 1) \end{bmatrix}$$

• گام چهارم: مشخص کردن ماتریس مرز تخمین ناحیه (G)

مرز تخمین ناحیه برای هر معیار به شکل رابطه‌ی (۴) محاسبه می‌شود. بعد از محاسبه‌ی  $g_i$  برای هر معیار، ماتریس مرز تخمین ناحیه که با  $G$  نشان داده می‌شود، تشکیل می‌گردد.

$$G = [g_1 g_2 \dots g_n]$$

$$g_i = \left( \prod_{j=1}^m v_{ij} \right)^{\frac{1}{m}} \quad \text{رابطه‌ی ۴}$$

• گام پنجم: محاسبه‌ی فاصله گزینه‌ها از مرز تخمین ناحیه (Q)

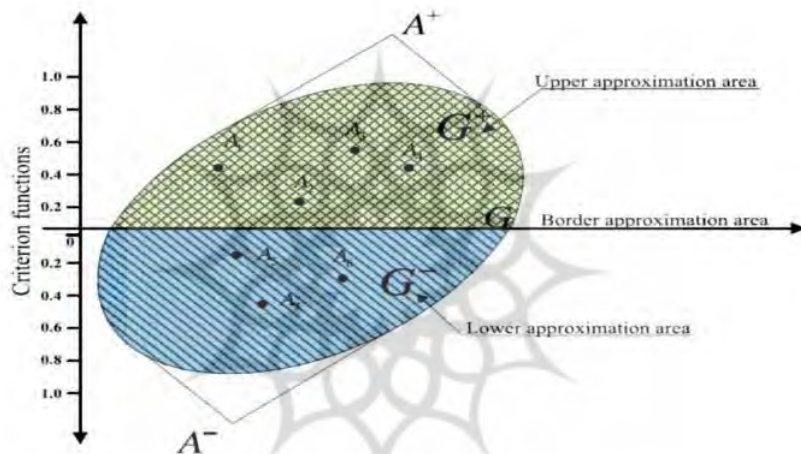
فاصله گزینه‌ها از مرز تخمین ناحیه مطابق رابطه‌ی (۵) برابر اختلاف میان درایه‌های ماتریس وزن دار ( $V$ ) و مقدار مرز تخمین ناحیه ( $G$ ) تعیین می‌شود.

$$Q = V - G = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & \dots & v_{1n} \\ v_{21} & v_{22} & \dots & v_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ v_{m1} & v_{m2} & \dots & v_{mn} \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} g_1 & g_2 & \dots & g_n \\ g_1 & g_2 & \dots & g_n \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ g_1 & g_2 & \dots & g_n \end{bmatrix} \quad \text{رابطه‌ی ۵}$$

پس از مشخص شدن مقدار ماتریس  $Q$ ، می‌توان با تعریف بردار تخمین مساحت ( $G$ )، حد بالایی مساحت ( $G^+$ ) و حد پایینی مساحت ( $G^-$ ) وضعیت هر گزینه را مشخص نمود. بر این اساس، گزینه  $A_i$  متعلق به اجتماع مجموعه‌ی مذکور است. نواحی مذکور در شکل ۱ نشان داده شده‌اند. در این تعریف، حد بالایی تخمین مساحت ( $G^+$ )، منطقه‌ای است که گزینه‌ی ایده‌آل ( $A^+$ ) در آن منطقه‌ی حضور داشته و حد پایینی تخمین مساحت ( $G^-$ ) منطقه‌ای است که گزینه‌ی ضد ایده‌آل ( $A^-$ ) در آنجا وجود دارد. میزان تعلق گزینه  $A_i$  به اجتماع مذکور، بر اساس رابطه‌ی (۶) به دست می‌آید.

$$A_i \in \begin{cases} G^+ & q_{ij} > 0 \\ G & q_{ij} = 0 \\ G^- & q_{ij} < 0 \end{cases} \quad \text{رابطه‌ی ۶}$$

بر مبنای منطق روش ماباک برای اینکه گزینه‌ی  $A_i$  بهترین گزینه در مجموعه گزینه‌ها باشد، لازم است تا نسبت به دیگر گزینه‌ها به حد بالای تخمین منطقه‌ای ( $G^+$ ) نزدیک‌تر باشد. به عبارت دیگر، اگر مقدار  $q_{ij} > 0$  باشد، بنابراین گزینه‌ی  $A_i$  نزدیک یا برابر گزینه‌ی ایده‌آل خواهد بود. همین مسئله به صورت معکوس و برای شرایط  $q_{ij} < 0$  نیز وجود دارد؛ به گونه‌ای که اگر  $q_{ij} < 0$  باشد، بنابراین گزینه  $A_i$  نزدیک یا برابر گزینه‌ی ضد ایده‌آل است.



شکل ۲: نواحی تقسیمی در روش ماباک

#### • گام ششم: رتبه‌بندی گزینه‌ها

در آخرین گام از روش ماباک، مقدار توابع معیارها بر اساس مجموع فواصل گزینه‌ها از بردار تخمین مساحت ( $q_i$ ) برای هر کدام، طبق رابطه‌ی (۷) محاسبه می‌شود. با محاسبه مجموع درایه‌های ماتریس  $Q$  به صورت سطری، مقدار نهایی توابع معیار برای هر گزینه مشخص شده و مبنای رتبه‌بندی گزینه‌ها قرار می‌گیرد (Cirovic & Pamucar, 2015: 3020).

$$S_i = \sum_{j=1}^n q_{ij}, j = 1, 2, \dots, n \quad i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه‌ی ۷}$$

#### ۴- یافته‌های تحقیق

##### ۴-۱- ویژگی‌های عمومی پاسخ‌گویان روستایی

در این پژوهش ترکیب سنی پاسخ‌گویان در ۶ گروه سنی طبقه‌بندی شده است. همان‌طور که در جدول (۳) نشان داده شده است، ۲۸/۶ درصد بین ۳۶-۴۵ سال و ۲/۱ درصد در رده‌ی سنی بیش از ۶۵ سال قرار دارند. از بین ۲۳۵ نفری که مورد پرسشگری قرار گرفته‌اند ۱۷۹ نفر معادل ۷۶/۲ درصد را مردان و ۵۶ نفر معادل ۲۳/۸ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. همچنین افراد به لحاظ وضعیت تأهل به ۲ گروه تقسیم شده‌اند. بر اساس جدول (۴)، ۵۷/۳ درصد افراد

اظهار نموده‌اند که متأهل و ۲۴/۷ درصد افراد پاسخ‌گو مجرد هستند. همچنین پاسخ‌گویان بر حسب سواد (تحصیلات) در پنج گروه طبقه‌بندی شده‌اند.

جدول ۴: برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های عمومی پاسخ‌گویان

متغیر	محدوده	فراوانی	درصد	متغیر	محدوده	فراوانی	درصد
جنس	زن	۵۶	۲۳/۸	تحصیلات	دیپلم و فوق‌دیپلم	۸۶	۳۶/۶
	مرد	۱۷۹	۷۶/۲		لیسانس	۸	۳/۴
متأهل	۱۷۷	۷۵/۳	فوق‌لیسانس و بالاتر		۱	۰/۴	
وضعیت تأهل	مجرد	۵۸	۲۴/۷	وضعیت اشتغال	کشاورز	۲۳	۹/۸
	۱۵-۲۵	۵۳	۲۳/۷		دامدار	۱۰	۴/۳
۲۶-۳۵	۶۶	۲۸/۳	محصل		۳۲	۱۳/۶	
سن	۳۶-۴۵	۶۷	۲۸/۶		کارمند و بازنشسته	۳۰	۱۲/۸
	۴۶-۵۵	۳۲	۱۳/۸		خریدوفروش کالا	۳۹	۱۶/۸
	۵۶-۶۵	۱۲	۵/۱		خانه‌دار	۲۵	۱۰/۶
بیش‌تر از ۶۵ سال	۵	۲/۱	بیکار		۱۳	۵/۵	
خواندن و نوشتن	زیر دیپلم	۱۱۷	۴۹/۸		کارگری	۱۵	۶/۴
	۲۳	۹/۸	راننده		۱۲	۵/۱	
	۲۳	۹/۸	(آزاد) سایر گروه‌های شغلی		۳۶	۱۵/۱	

نتایج حاصل از بررسی سطح تحصیلات پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که بیش‌ترین فراوانی در گروه زیر دیپلم ۴۹/۸ درصد و کم‌ترین فراوانی در گروه فوق‌لیسانس و بالاتر ۰/۴ درصد است. در این پژوهش افراد به لحاظ شغلی در ۱۰ گروه تقسیم‌بندی شده‌اند. در این راستا از مجموع ۲۳۵ پاسخ‌گو، بیش‌ترین فراوانی با ۱۶/۸ درصد مربوط به خریدوفروش کالا و کم‌ترین فراوانی با ۴/۳ درصد مربوط به دامداری است.

برای بررسی فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فوق در جدول (۵) نشان می‌دهد که متغیرهای شاخص‌های توسعه پایدار روستایی و گردشگری تجاری به ترتیب با مقدار Sig ۰/۲۹۲ و ۰/۱۰۱ از سطح معناداری لازم برخوردار می‌باشند و معناداری آن‌ها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است، بنابراین توزیع داده‌های پژوهش نرمال بوده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده نمود.

جدول ۵: آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیر	مقدار کولموگروف-اسمیرنوف	سطح معناداری Sig
توسعه پایدار	۰/۹۸۰	۰/۲۹۲
گردشگری تجاری	۱/۲۲۳	۰/۱۰۱

#### ۴-۲- ارزیابی میزان عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه گردشگری تجاری در منطقه‌ی مورد مطالعه

برای به دست آوردن میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه گردشگری تجاری در هر یک از ابعاد موردنظر، از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شد. عدد ۳، به‌عنوان میانه‌ی نظری ارزیابی اثرگذاری عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه گردشگری تجاری روی ابعاد انتخاب شد. نتایج آزمون حاکی از این است که در تمامی متغیرهای تحقیق (اقتصادی، ۳/۴۶، محیطی، ۲/۳۶، برنامه‌ریزی-مدیریتی، ۳/۳۳، اجتماعی-فرهنگی، ۳/۲۵، زیرساختی-رفاهی، ۳/۱۹ و تبلیغات، بازاریابی و اطلاع‌رسانی، ۳/۱۱) میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه گردشگری

تجاری در منطقه‌ی تجاری ده‌شیک-سیگار، شهرستان لامرد بالاتر از میانه‌ی نظری است (جدول ۶). همچنین نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای نشان داد که به ترتیب عوامل اقتصادی با مقدار T (۱۱/۱۳) و سطح معناداری (۰/۰۰۰)، عوامل محیطی با مقدار T (۸/۰۶) و سطح معناداری (۰/۰۰۰)، عوامل برنامه‌ریزی مدیریتی با مقدار T (۷/۶۵) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) و عوامل اجتماعی فرهنگی با مقدار T (۵/۸۰) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) دارای بیش‌ترین تأثیرگذاری در شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری در منطقه‌ی تجاری ده‌شیک-سیگار در شهرستان لامرد می‌باشند. سایر نتایج در جدول شماره‌ی (۶) ارائه شده است.

جدول ۶: ضریب اهمیت عوامل مؤثر در شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری در روستاهای مورد مطالعه

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳							شرح
فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت از حد مطلوب	سطح معناداری	درجه‌ی آزادی	مقدار T	میانگین	
بالا	پایین						
۰/۴۵۷	۰/۲۷۷	۰/۳۶۷	۰/۰۰۰	۲۳۴	۸/۰۶	۳/۳۶	محیطی
۰/۴۱۹	۰/۲۴۷	۰/۳۳۳	۰/۰۰۰	۲۳۴	۷/۶۵	۳/۳۳	برنامه‌ریزی-مدیریتی
۰/۲۶۸	۰/۱۱۱	۰/۱۹۰	۰/۰۰۰	۲۳۴	۴/۷۹	۳/۱۹	زیرساختی-رفاهی
۰/۱۹۷	۰/۰۲۲	۰/۱۱۰	۰/۰۱۴	۲۳۴	۲/۴۷	۳/۱۱	تبلیغات، بازاریابی و اطلاع-رسانی
۰/۳۴۱	۰/۱۶۸	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	۲۳۴	۵/۸۰	۳/۲۵	اجتماعی-فرهنگی
۰/۵۴۷	۰/۳۸۲	۰/۴۶۵	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۱/۱۳	۳/۴۶	اقتصادی
۰/۳۵۸	۰/۲۱۴	۰/۲۸۶	۰/۰۰۰	۲۳۴	۷/۸۴	۳/۲۸	کل

#### ۴-۳- بررسی وضعیت توسعه پایدار مناطق روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه

برای به دست آوردن میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی مورد مطالعه در هر یک از ابعاد و مؤلفه‌های مورد نظر، از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شد. عدد ۳، به عنوان میانه‌ی نظری ارزیابی اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی روی مؤلفه‌ها و ابعاد انتخاب شد. نتایج آزمون حاکی از این است که به جز مؤلفه بهداشت محیط با میانگین ۲/۶۸، در بعد زیست‌محیطی در تمامی مؤلفه‌های بعد اقتصادی (اشتغال و درآمد، ۳/۴۱، سرمایه‌گذاری، ۳/۶۱ و درآمد و رشد اقتصادی، ۳/۶۴)، اجتماعی (امنیت اجتماعی-روانی، ۳/۷۰، آگاهی و احساس تعلق، ۳/۴۱، انسجام اجتماعی، ۳/۵۳ و میزان رضایت‌مندی، ۳/۳۵)، کالبدی (قابلیت و دسترسی، ۳/۵۲، سبک معماری و ساخت‌وساز، ۳/۰۴، توسعه‌ی امکانات و خدمات زیربنایی، رفاهی، ۳/۴۵) بعد نهادی-مدیریتی (آگاهی مدیریتی، ۳/۱۵ و رویکرد نهادی-مدیریتی ۳/۱۴) و زیست‌محیطی (تغییرات محیطی، ۳/۴۶ و آگاهی زیست‌محیطی ۳/۲۶) میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی در منطقه‌ی تجاری ده‌شیک-سیگار، شهرستان لامرد بالاتر از میانه‌ی نظری (۳) است. همچنین نتایج آزمون حاکی از این است که در تمامی متغیرهای تحقیق (اقتصادی، ۳/۵۷، اجتماعی، ۳/۵۰، کالبدی، ۳/۳۴، نهادی-مدیریتی، ۳/۱۴ و زیست‌محیطی، ۳/۱۳) میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری ده‌شیک-سیگار، شهرستان لامرد بالاتر از میانه‌ی نظری است (جدول). همچنین نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای نشان داد که به ترتیب توسعه‌ی اقتصادی با مقدار T (۲۲/۶۹) و سطح معناداری (۰/۰۰۰)، توسعه‌ی اجتماعی با مقدار T (۱۶/۶۵) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) و توسعه‌ی کالبدی با مقدار T (۱۲/۸۳) و سطح معناداری (۰/۰۰۰) دارای بیش‌ترین اثرپذیری از گردشگری تجاری بر توسعه پایدار در منطقه‌ی تجاری ده‌شیک-سیگار در شهرستان لامرد می‌باشند. سایر نتایج در جدول شماره‌ی (۷) ارائه شده است. همچنین نتایج نشان داد که میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی با مقدار T (۱۲/۹۱) و سطح معناداری ۰/۰۰۰ دارای تأثیر مثبت در توسعه‌ی سکونتگاه‌های روستایی است (جدول ۶).

جدول ۷: ضریب اهمیت عوامل مؤثر در توسعه پایدار مناطق روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳							شرح
فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت از حد مطلوب	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار T	میانگین	
بالا	پایین						
۰/۵۳۱	۰/۳۹۷	۰/۴۶۴	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۳/۶۷	۳/۴۱	اشتغال و درآمد
۰/۶۷۲	۰/۵۵۷	۰/۶۱۴	۰/۰۰۰	۲۳۴	۲۱/۰۳	۳/۶۱	سرمایه‌گذاری
۰/۶۹۸	۰/۵۹۵	۰/۶۴۶	۰/۰۰۰	۲۳۴	۲۴/۸۱	۳/۶۴	درآمد و رشد اقتصادی
۰/۶۲۵	۰/۵۲۵	۰/۵۷۵	۰/۰۰۰	۲۳۴	۲۲/۶۹	۳/۵۷	بعد اقتصادی
۰/۷۶۹	۰/۶۴۵	۰/۷۰۷	۰/۰۰۰	۲۳۴	۲۲/۵۱	۳/۷۰	امنیت اجتماعی - روانی
۰/۴۷۶	۰/۳۴۷	۰/۴۱۱	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۲/۵۷	۳/۴۱	آگاهی و احساس تعلق
۰/۵۹۵	۰/۴۶۵	۰/۵۳۰	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۶/۰۷	۳/۵۳	انسجام اجتماعی
۰/۴۳۰	۰/۲۷۲	۰/۳۵۱	۰/۰۰۰	۲۳۴	۸/۷۸	۳/۳۵	میزان رضایت‌مندی
۰/۵۵۹	۰/۴۴۱	۰/۵۰۰	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۶/۶۵	۳/۵۰	بعد اجتماعی - فرهنگی
۰/۵۸۴	۰/۴۶۶	۰/۵۲۵	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۷/۵۵	۳/۵۲	قابلیت‌ها و دسترس‌ها
۰/۱۰۷	-۰/۰۱۱	۰/۰۴۷	۰/۱۱۶	۲۳۴	۱/۵۷	۳/۰۴	سبک معماری و ساخت‌وساز
۰/۵۱۶	۰/۳۸۳	۰/۴۵۰	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۳/۳۸	۳/۴۵	توسعه‌ی امکانات و خدمات زیربنایی، رفاهی
۰/۳۹۳	۰/۲۸۸	۰/۳۴۱	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۲/۸۳	۳/۳۴	بعد کالبدی
۰/۲۲۹	۰/۰۶۳	۰/۱۴۶	۰/۰۰۱	۲۳۴	۳/۴۷	۳/۱۵	آگاهی مدیریتی
۰/۲۳۶	۰/۰۴۷	۰/۱۴۱	۰/۰۰۳	۲۳۴	۲/۹۶	۳/۱۴	رویکرد نهادی - مدیریتی
۰/۲۲۵	۰/۰۶۳	۰/۱۴۴	۰/۰۰۱	۲۳۴	۳/۵۰	۳/۱۴	بعد نهادی - مدیریتی
-۰/۲۶۱	-۰/۳۷۴	-۰/۳۱۷	۰/۰۰۰	۲۳۴	-۱۱/۰۹	۲/۶۸	بهداشت محیط
۰/۵۲۹	۰/۴۰۵	۰/۴۶۷	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۴/۸۷	۳/۴۶	تغییرات محیطی
۰/۳۳۵	۰/۱۸۵	۰/۲۶۰	۰/۰۰۰	۲۳۴	۶/۸۳	۳/۲۶	آگاهی زیست‌محیطی
۰/۱۹۰	۰/۰۸۳	۰/۱۳۶	۰/۰۰۰	۲۳۴	۵/۰۳	۳/۱۳	بعد زیست‌محیطی
۰/۳۹۱	۰/۲۸۷	۰/۳۳۹	۰/۰۰۰	۲۳۴	۱۲/۹۱	۳/۳۴	پایداری (کل)

#### ۴-۴- تحلیل فضایی توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی تحت تأثیر گردشگری تجاری در منطقه

مطالعه‌ی تأثیرپذیری ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، نهادی، مدیریتی و زیست‌محیطی توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه از گردشگری تجاری در منطقه‌ی تجاری ده‌شیر- سیگار، شهرستان لامرد، گویای این واقعیت است که در ابعاد توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، نهادی، مدیریتی و زیست‌محیطی توسعه پایدار به ترتیب روستاهای سیگار، ده‌شیر و کره‌مچی با میانگین‌های (۳/۹۱، ۳/۸۰ و ۳/۷۳ در بعد اقتصادی)، (۳/۷۱، ۳/۸۶ و ۳/۷۴ در بعد اجتماعی)، (۳/۶۸، ۳/۶۱ و ۳/۴۸ در بعد کالبدی)، (۳/۷۷، ۳/۶۰ و ۳/۶۲ در بعد نهادی- مدیریتی) و (۳/۳۳، ۳/۳۴ و ۳/۲۴) دارای بیش‌ترین تأثیرپذیری از گردشگری تجاری می‌باشند. همچنین مطالعه‌ی تأثیرپذیری کلی توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی از گردشگری تجاری در منطقه‌ی مورد مطالعه گویای این است که در بعد کلی توسعه پایدار نیز به ترتیب روستاهای سیگار، ده‌شیر و کره‌مچی با میانگین‌های (۳/۷۱، ۳/۶۱ و ۳/۵۶) دارای بیش‌ترین تأثیرپذیری از گردشگری تجاری و روستاهای خالومحمدعلی، رئیس یحیی و خره با میانگین‌های (۲/۸۶، ۲/۹۸ و ۲/۹۹) دارای کمترین سطح توسعه پایدار با توجه به اثرگذاری گردشگری تجاری در منطقه‌ی مورد مطالعه می‌باشند. جدول

شماره ۸)، شیوه اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، نهادی- مدیریتی و زیست‌محیطی روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه‌ی تجاری ده‌شیخ- سیگار، شهرستان لامرد را نشان می‌دهد.

جدول ۸: میانگین اثرگذاری گردشگری تجاری بر ابعاد توسعه پایدار در سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه

نام روستا	بعد اقتصادی	اجتماعی	کالبدی	نهادی- مدیریتی	زیست‌محیطی	توسعه پایدار
جری	۳/۵۹	۳/۴۷	۳/۲۸	۳/۲۴	۳/۱۷	۳/۳۵
چاه شیخ	۳/۵۸	۳/۵۱	۳/۴۱	۳/۳۶	۳/۱۱	۳/۳۹
چاه نوده شیخ	۳/۵۷	۳/۵۱	۳/۳۶	۳/۳۳	۳/۱۳	۳/۳۸
حسن کمالی	۳/۳۶	۳/۳۶	۳/۱۵	۲/۹۴	۳/۱۶	۳/۱۹
خالومحمدعلی	۳/۲۵	۳/۰۹	۲/۹۷	۲/۳۷	۲/۶۲	۲/۸۶
خره	۳/۲۶	۳/۱۲	۳/۰۵	۲/۵۶	۲/۹۷	۲/۹۹
دولت‌آباد	۳/۴۱	۳/۴۱	۳/۱۳	۲/۸۷	۳/۱۸	۳/۲۰
ده‌شیخ	۳/۸۰	۳/۷۱	۳/۶۱	۳/۶۰	۳/۳۴	۳/۶۱
رئیس یحیی	۳/۳۳	۳/۰۹	۳/۱۳	۲/۵۲	۲/۸۴	۲/۹۸
سیگار	۳/۹۱	۳/۸۶	۳/۶۸	۳/۷۷	۳/۳۳	۳/۷۱
فیروزآباد	۳/۶۱	۳/۵۲	۳/۱۸	۳/۰۹	۳/۲۵	۳/۳۳
کاکلی	۳/۴۶	۳/۴۸	۳/۲۶	۲/۸۷	۳/۰۵	۳/۲۲
کره‌مچی	۳/۷۳	۳/۷۴	۳/۴۸	۳/۶۲	۳/۲۴	۳/۵۶
کل	۳/۵۷	۳/۵۰	۳/۳۴	۳/۱۴	۳/۱۳	۳/۳۴

نتایج حاصل از مقایسه‌ی زوجی ابعاد مورد بررسی در رابطه با توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری (جدول ۹) با استفاده از مدل آنتروپی شانون نشان می‌دهد که؛ بعد نهادی- مدیریتی با وزن ۰/۴۶۱ دارای بیش‌ترین تأثیر و ابعاد اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی با وزن ۰/۱۰۴ دارای کم‌ترین تأثیر در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری در منطقه‌ی تجاری ده‌شیخ- سیگار شهرستان لامرد می‌باشند.

جدول: وزن نهایی مقایسه ابعاد توسعه پایدار در روستاهای مورد مطالعه با استفاده از آنتروپی شانون

اقتصادی	اجتماعی- فرهنگی	کالبدی	نهادی- مدیریتی	زیست‌محیطی
۰/۱۰۴	۰/۱۰۴	۰/۱۸۲	۰/۴۶۱	۰/۱۴۸

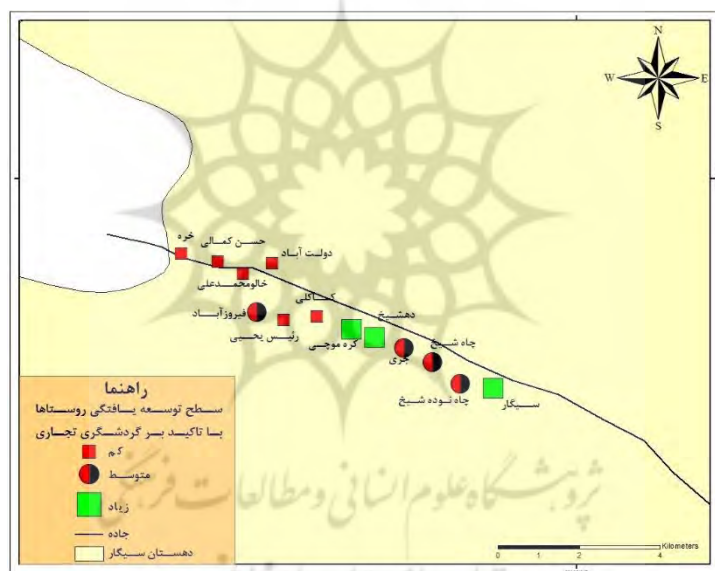
#### ۴-۵- رتبه‌بندی سطح پایداری روستاها با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ماباک

در این قسمت به منظور وزن‌دهی به معیارها و نیز رتبه‌بندی روستاهای مورد مطالعه، از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره ماباک استفاده شده است؛ بر این اساس، پس از محاسبه‌ی وزن معیارها، به منظور ارزیابی گزینه‌ها، مقدار توابع معیار برای هر یک از گزینه‌ها محاسبه و سپس فاصله‌ی تابع معیار از مرز تخمین ناحیه تعریف می‌شود که این فاصله مبنای رتبه‌بندی گزینه‌ها قرار می‌گیرد. نتایج نهایی حاصل از رتبه‌بندی گزینه‌ها با استفاده از روش ماباک در (جدول ۱۰) ارائه شده است. نتایج حاصل از روش ماباک نشان داد که توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری در روستاهای سیگار، ده‌شیخ و کره‌مچی به ترتیب با وزن‌های نهایی ۳۶/۷۹-، ۳۶/۹۳- و ۳۷/۰۱- بالاتر از حد ایده‌آل مثبت و در روستاهای خالومحمدعلی، رئیس یحیی و خره به ترتیب با وزن‌های ۳۷/۷۲-، ۳۷/۶۶- و ۳۷/۶۶- پایین‌تر از حد ایده‌آل است.

جدول ۱۰: رتبه‌بندی سطح پایداری روستاهای تحت تأثیر گردشگری تجاری

رتبه	وزن	نام روستا	رتبه	وزن	نام روستا
۲	-۳۶/۹۳	دهشیخ	۶	-۳۷/۳۳	جری
۸	-۳۷/۶۶	رئیس یحیی	۴	-۳۷/۱۱	چاه شیخ
۱	-۳۶/۷۹	سیگار	۵	-۳۷/۲۶	چاه نوده شیخ
۶	-۳۷/۳۳	فیروزآباد	۷	-۳۷/۴۸	حسن کمالی
۷	-۳۷/۴۸	کاکلی	۹	-۳۷/۷۲	خالومحمدعلی
۳	-۳۷/۰۱	کره مچی	۸	-۳۷/۶۶	خره
			۷	-۳۷/۴۸	دولت‌آباد

تحلیل فضایی رتبه‌ی نهایی روستاها بر اساس سطح توسعه‌ی یافتگی با تأکید بر گردشگری تجاری در شکل (۲) به ترسیم درآمده است. مشخص است که سطح توسعه‌یافتگی روستاهای مورد مطالعه با تأکید بر گردشگری تجاری در روستاهای سیگار، دهشیخ و کره‌مچی دارای بیش‌ترین تأثیر و در روستای چاه شیخ، چاه نوده شیخ، فیروزآباد و جری دارای عملکرد متوسط و در سایر روستاها از عملکرد ضعیفی برخوردار است.



شکل ۳: سطح پایداری روستاهای تحت تأثیر گردشگری تجاری در منطقه

#### ۴-۶- تحلیل فضایی اثرگذاری عوامل مؤثر بر شکل‌گیری گردشگری تجاری در توسعه پایدار مناطق روستایی

در این بخش از تحقیق، برای بررسی دامن‌های تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه پایدار روستاهای نمونه در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار از دیدگاه پاسخ‌گویان سعی شد عمده‌ترین تأثیرات گردشگری تجاری در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، نهادی-مدیریتی و زیست‌محیطی از داده‌های گردآوری‌شده از طریق پرسشنامه استخراج شود. در این راستا داده‌های استخراج‌شده از پرسشنامه‌ی توسعه پایدار به‌عنوان متغیر وابسته و داده‌های مستخرج شده از پرسشنامه عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری به‌عنوان متغیر مستقل در تحلیل رگرسیون چندگانه مورد استفاده قرار گرفت. بررسی مدل برازش رگرسیونی



نشان‌دهنده تأثیر مثبت متغیرهای گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی به میزان ۰/۹۵ است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱: تحلیل واریانس عوامل تأثیرگذار گردشگری تجاری در توسعه پایدار روستایی

اشتباه معیار	ضریب تعیین تصحیح‌شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی چندگانه
۰/۱۱۵۶	۰/۹۱۸	۰/۹۲۰	۰/۹۵۹

با استفاده از مدل رگرسیونی چندگانه توأم نقش عوامل و شاخص‌های تأثیرگذار در میزان اثرات گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در روستاهای مورد مطالعه مشخص گردید (جدول ۱۲)؛ به طوری که نتایج حاصله حکایت از آن دارد که شاخص گردشگری تجاری کاملاً معنادار است.

جدول ۱۲: تحلیل واریانس مبتنی بر وجود رابطه‌ی خطی بین توسعه پایدار روستایی و اثرات گردشگری تجاری

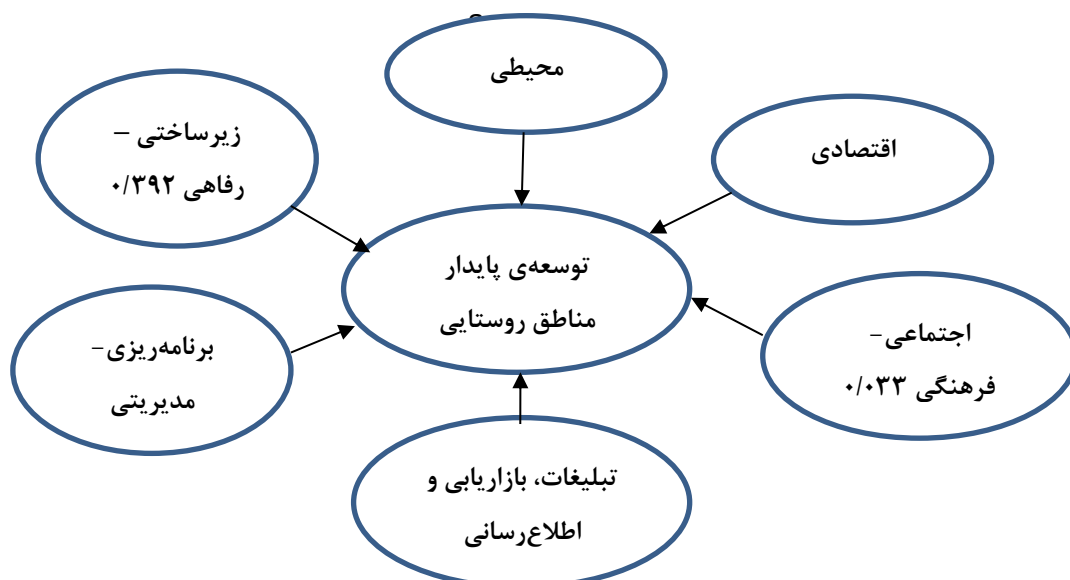
مؤلفه‌ها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره‌ی آزمون F	سطح معناداری
اثر رگرسیونی	۳۴/۹۸۹	۶	۵/۸۳۱	۴۳۶/۰۰۵	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۳/۰۴۹	۲۲۸	۰/۰۱۳		
کل	۳۸/۰۳۸	۲۳۴			

در جدول زیر مقدار B بیانگر این واقعیت است که شاخص‌های گردشگری تجاری به ترتیب در مؤلفه‌های برنامه‌ریزی-مدیریتی، زیرساختی-رفاهی و اقتصادی با مقدار (۰/۵۴۲، ۰/۳۹۲ و ۰/۱۷۷) دارای بیش‌ترین میزان تأثیر در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی و مؤلفه‌های محیطی، تبلیغات، بازاریابی و ارتباطات با مقدار (۰/۱۲۲- و ۰/۰۱۵-) دارای کمترین تأثیر بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه در منطقه‌ی تجاری ده‌شیرخ-سیگار، شهرستان لامرد می‌باشند (جدول ۱۳ و شکل ۴).

جدول ۱۳: ضریب شدت روابط میان اثر متغیرهای گردشگری تجاری بر توسعه پایدار روستایی

نام متغیر	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد شده	T	سطح معناداری
	B	خطای B	بتا B		
مجموع	۱/۲۳۵	۰/۰۴۷		۲۶/۱۶۰	۰/۰۰۰
محیطی	-۰/۰۷۱	۰/۳۲	-۰/۱۲۲	-۲/۱۸۶	۰/۰۳۰
برنامه‌ریزی-مدیریتی	۰/۳۲۷	۰/۰۲۴	۰/۵۴۲	۱۳/۵۳۴	۰/۰۰۰
زیرساختی-رفاهی	۰/۲۶۰	۰/۰۲۸	۰/۳۹۲	۹/۲۴۰	۰/۰۰۰
تبلیغات، بازاریابی و ارتباطات	-۰/۰۰۹	۰/۰۱۴	-۰/۰۱۵	-۰/۶۵۹	۰/۵۱۰
اجتماعی-فرهنگی	۰/۰۲۰	۰/۰۲۶	۰/۰۳۳	۰/۷۷۵	۰/۴۳۹
اقتصادی	۰/۱۱۲	۰/۰۴۳	۰/۱۷۷	۲/۵۸۷	۰/۰۱۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.



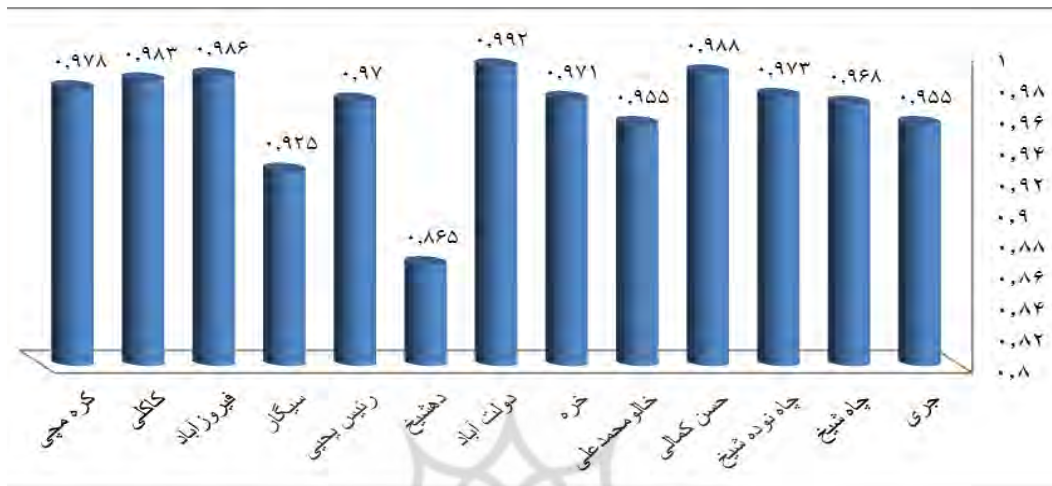
شکل ۴: ضریب شدت اثرگذاری مؤلفه‌های گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی

در این راستا برای ارزیابی تأثیر متغیرهای گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است، نتایج حاصل از تحلیل ضریب R2 در معادله رگرسیون خطی نشان داد که تأثیر عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری دهشوخ-سیگار به ترتیب در روستاهای دولت‌آباد، حسن کمالی، فیروزآباد، کاکلی، کره‌مچی، چاه‌نوده شیخ، خره، رئیس یحیی و چاه شیخ بالاتر از حد تعیین‌شده ضریب R2 (۰/۹۵۹) و در روستاهای دهشوخ، سیگار، جری و خالومحمدعلی پایین‌تر از حد تعیین‌شده ضریب R2 است (جدول ۱۴).

جدول ۱۴: ضریب تأثیر متغیرهای گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه

رتبه	مقدار F	مقدار R2	تعداد نمونه‌ی	جمعیت	خانوار	نام روستا
۱۰	۱۳/۹۴۰	۰/۹۵۵	۱۵	۳۹۱	۹۹	جری
۹	۲۲/۲۹۰	۰/۹۶۸	۱۶	۴۴۶	۱۱۱	چاه شیخ
۶	۵۳/۴۲۶	۰/۹۷۳	۲۵	۹۵۶	۲۷۴	چاه‌نوده شیخ
۲	۴۹/۴۳۲	۰/۹۸۸	۱۴	۳۰۷	۷۹	حسن کمالی
۱۰	۱۵/۴۰۵	۰/۹۵۵	۱۶	۳۸۰	۱۱۶	خالومحمدعلی
۷	۳۲/۷۰۲	۰/۹۷۱	۱۹	۷۱۶	۱۷۴	خره
۱	۵۳/۶۲۵	۰/۹۹۲	۱۲	۱۳۳	۴۲	دولت‌آباد
۱۲	۹/۳۷۰	۰/۸۶۵	۲۶	۱۱۴۴	۲۹۵	دهشوخ
۸	۱۸/۸۰۷	۰/۹۷۰	۱۴	۲۴۷	۷۰	رئیس یحیی
۱۱	۲۴/۶۷۳	۰/۹۲۵	۳۲	۱۴۶۷	۴۰۴	سیگار
۳	۲۹/۷۹۲	۰/۹۸۶	۱۲	۱۱۲	۳۴	فیروزآباد
۴	۲۳/۹۷۰	۰/۹۸۳	۱۲	۱۴۴	۴۳	کاکلی
۵	۵۵/۷۸۱	۰/۹۷۸	۲۲	۸۳۸	۲۲۷	کره‌مچی

نتایج حاصل از تحلیل فضایی رتبه نهایی روستاها با استفاده از ضریب رگرسیون خطی بر اساس سطح توسعه‌یافتگی با تأکید بر گردشگری تجاری در شکل ۵ درآمده است. مشخص است که سطح توسعه‌یافتگی روستاهای مورد مطالعه با تأکید بر گردشگری تجاری در روستاهای دولت‌آباد، حسن کمالی، فیروزآباد، کاکلی، کره‌مچی، چاه نوده شیخ، خره، رئیس یحیی و چاه شیخ دارای ضریب تأثیرگذاری زیاد، در روستاهای سیگار، خالو محمدعلی و جری دارای ضریب تأثیرگذاری متوسط و در روستای دهشیخ دارای ضریب تأثیرگذاری کم است.



شکل ۵: ضریب تأثیر گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی

## ۵- نتیجه‌گیری

هدف ما در تحقیق حاضر، بررسی فضایی اثرگذاری شاخص‌های مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری بر پایداری سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه‌ی موردی: منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد) است، برای تحقق این هدف، اطلاعات حاصل از مشاهدات میدانی و نظرات روستائیان در خصوص سطح توسعه‌یافتگی سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری در ابعاد مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای مؤلفه‌های مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری حاکی از این است که در تمامی متغیرهای تحقیق (اقتصادی، ۳/۴۶، محیطی، ۳/۳۶، برنامه‌ریزی-مدیریتی، ۳/۳۳، اجتماعی-فرهنگی، ۳/۲۵، زیرساختی-رفاهی، ۳/۱۹ و تبلیغات، بازاریابی و اطلاع‌رسانی، ۳/۱۱) میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد بالاتر از میانه‌ی نظری است.

نتایج آزمون T تک نمونه‌ای میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار مناطق روستایی مورد مطالعه حاکی از این است که در تمامی متغیرهای تحقیق (اقتصادی، ۳/۵۷، اجتماعی، ۳/۵۰، کالبدی، ۳/۳۴، نهادی-مدیریتی، ۳/۱۴ و زیست‌محیطی، ۳/۱۳) میزان اثرگذاری گردشگری تجاری بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد بالاتر از میانه‌ی نظری (۳) است. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های عنابستانی و نامدار (۱۳۹۵)، قنبری و همکاران (۱۳۹۵) در زمینه‌ی توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی همسو است. همچنین نتایج حاصل از مطالعه‌ی تأثیرپذیری ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، نهادی-مدیریتی و زیست‌محیطی توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه از شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد، گویای این واقعیت است که شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری در ابعاد (اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، نهادی-مدیریتی و زیست‌محیطی) توسعه پایدار به ترتیب در روستاهای

سیگار، دهشیخ و کره‌مچی دارای بیش‌ترین تأثیر و در روستاهای خالومحمدعلی، رئیس یحیی و خره دارای کم‌ترین تأثیر است.

نتایج حاصل از مقایسه‌ی زوجی ابعاد موردبررسی در رابطه با توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری، با استفاده از مدل آنتروپی شانون نشان داد که؛ بعد نهادی مدیریتی با وزن ۰/۴۶۱ دارای بیش‌ترین تأثیر و ابعاد اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی با وزن ۰/۱۰۴ دارای کمترین تأثیر در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار شهرستان لامرد می‌باشند. همچنین نتایج حاصل از نتایج حاصل از روش ماباک نشان داد که توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی با تأکید بر گردشگری تجاری در روستاهای سیگار، دهشیخ و کره‌مچی به ترتیب با وزن‌های نهایی ۳۶/۷۹-، ۳۶/۹۳- و ۳۷/۰۱- دارای بیش‌ترین تأثیر و عملکرد و در روستاهای خالومحمدعلی، رئیس یحیی و خره به ترتیب با وزن‌های ۳۷/۷۲-، ۳۷/۶۶- و ۳۷/۶۶- دارای کم‌ترین تأثیر و عملکرد است.

نتایج حاصل از مدل رگرسیون چندگانه نشان داد که شاخص گردشگری تجاری با مقدار R (۰/۹۵۹) دارای بیش‌ترین میزان تأثیر در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد است. همچنین نتایج نشان داد که مؤلفه‌های برنامه‌ریزی-مدیریتی، زیرساختی-رفاهی و اقتصادی شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری تجاری دارای بیش‌ترین میزان تأثیر در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی و مؤلفه‌های محیطی، تبلیغات، بازاریابی و اطلاع‌رسانی دارای کم‌ترین تأثیر بر توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه در منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار، شهرستان لامرد می‌باشند. نتایج پژوهش با نتایج پژوهش شهریاری (۱۳۹۶) در زمینه‌ی عوامل اقتصادی، برنامه‌ریزی-مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی توسعه‌ی گردشگری همسو است.

در این راستا با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- ✓ برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌هایی در منطقه جهت توسعه‌ی گردشگری تجاری در استان فارس و شهرستان لامرد.
- ✓ معرفی جاذبه‌های گردشگری تجاری منطقه در کشور از طریق تبلیغات و سخنرانی‌ها در رادیو، تلویزیون و رسانه‌های جمعی.
- ✓ راه‌اندازی سایت‌های اطلاعاتی در اینترنت در مورد فعالیت‌های گردشگری تجاری، نحوه‌ی اقامت، امکانات و تسهیلات و جاذبه‌های منطقه.
- ✓ با توجه به نزدیکی منطقه به خلیج فارس و بازارهای تجاری در کشورهای عربی حوضه‌ی خلیج فارس، حمایت جدی دولت از واردات هدفمند کالاها به منطقه‌ی تجاری دهشیخ-سیگار نه به شکل قاچاق آن‌ها توصیه می‌شود.

## ۶- منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی (۱۳۹۱). نقش بازارچه مرزی در توسعه‌ی امنیت (نمونه‌ی موردی: بازارچه مهران)، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت؛ چالش‌ها و رهیافت‌ها، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۲. آقازاده، علیرضا (۱۳۸۴). بررسی تحلیلی و کاربردی سیاست جنایی ایران در قبال قاچاق کالا: مطابق با آخرین اصلاحات قانونی ۱۳۸۳، به انضمام: قوانین و مقررات مربوط به قاچاق کالا و ارز، انتشارات آریان، تهران.
۳. پاک‌باز، هاجر، نوری، سهیلا، غفاری، بهمن (۱۳۹۱). نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه‌ی گردشگری تجاری و ایجاد امنیت مرزی (مورد مطالعه: بازارچه‌های مرزی استان بوشهر)، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت؛ چالش‌ها و رهیافت‌ها، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

۴. پورجعفر، محمدرضا، محمودی‌نژاد، هادی، ایلکا، شاهین، عاقبت خیر، حامد (۱۳۹۱). فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه‌ی گردشگری روستایی با تأکید بر تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)، مجله‌ی علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره‌ی چهاردهم، شماره‌ی ۲، صص ۷۹-۶۱.
۵. حاجی‌نژاد، علی، احمدی، علی (۱۳۸۹). تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر بانه)، فصلنامه‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۱، شماره‌ی ۲، صص ۲۵-۵.
۶. دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش، بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی، مطالعه‌ی موردی روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو، فصلنامه‌ی پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره‌ی ۷۸، تهران، صص ۱۹۵-۱۶۹.
۷. دشتی زاده، حمیده (۱۳۹۰). بررسی نقش گردشگری تجاری در توسعه‌ی منطقه‌ای (نمونه‌ی: شهر گناوه)، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی توسعه‌ی منطقه‌ای، استاد راهنما دکتر علی خاکساری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۸. زاهدی اصل، محمد (۱۳۸۱). مبانی رفاه اجتماعی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۹. شهریار، مهدی (۱۳۹۶). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری در مناطق مرزی (مطالعه‌ی موردی: بازارچه‌های مرزی سیستان)، پایان‌نامه‌ی دوره‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۱۰. طیب‌نیا، سیدهدادی، منوچهری، سوران (۱۳۹۵). نقش بازارچه‌های مرزی در توسعه‌ی اجتماعی و اقتصادی نواحی روستایی مورد: روستاهای بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان، فصلنامه‌ی اقتصاد فضا و توسعه‌ی روستایی، سال پنجم، شماره‌ی ۱، صص ۱۷۲-۱۴۷.
۱۱. عنابستانی، علی‌اکبر، نامدار، محبوبه (۱۳۹۶). مقایسه‌ی تطبیقی اثرات قاچاق کالا بر توسعه‌ی نواحی روستایی (موردپژوهی: مناطق تجاری دهشیخ (فارس) و گچین (هرمزگان)، فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۲، صص ۲۲۷-۲۰۸.
۱۲. عنابستانی، علی‌اکبر، نامدار، محبوبه (۱۳۹۵). بررسی پیامدهای فعالیت غیررسمی (کالاهای وارداتی) روستائیان بر توسعه‌ی سکونتگاه‌های روستایی (مورد: منطقه‌ی دهشیخ و سیگار- شهرستان لامرد)، فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره‌ی ۲۳، صص ۱۲۸-۱۱۳.
۱۳. غلامی، محمد، نظری، ولی‌الله، مختاری ملک‌آبادی، رضا، زمانی، صادق (۱۳۹۵). تبیین پیامدهای گسترش گردشگری تجاری در مناطق روستایی (مورد: دهستان سیگار- شهرستان لامرد)، فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره‌ی ۲۲، صص ۲۱۶-۲۰۳.
۱۴. قنبری، سیروس، سارانی، سمانه، شهرکی ده سوخته، سمیه (۱۳۹۵). نقش بازارچه مرزی در ارتقاء شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی روستاهای مرزی استان سیستان و بلوچستان (مطالعه‌ی موردی: بازارچه میلک)، فصلنامه‌ی علوم و فنون مرزی، سال ۷، شماره‌ی ۲، صص ۴۳-۲۳.
۱۵. کهنه‌پوشی، سیدهدادی، جلالیان، سیدحمید (۱۳۹۲). تأثیر قاچاق کالا بر اقتصاد روستاهای مرزی مورد: بخش خاو و میرآباد شهرستان مریوان، فصلنامه‌ی جغرافیا و توسعه‌ی، دوره‌ی ۱۱، شماره‌ی ۳۲، صص ۷۴-۶۱.
۱۶. لطفی‌نیا، محمدتقی، آمار، تیمور (۱۳۹۷). تحلیل نقش گردشگری در تحولات اقتصادی روستاهای هدف گردشگری شرق استان گیلان در دهه‌ی اخیر، فصلنامه‌ی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، سال ۸، شماره‌ی ۳، صص ۹۰-۷۹.
۱۷. محمدی یگانه، بهروز، مهدی زاده، عصمت، مهدی زاده، عفت، چراغی، مهدی (۱۳۹۰). ارزیابی اثرات اقتصادی بازارچه مرزی مهران بر توسعه‌ی نواحی روستایی (مطالعه‌ی موردی: دهستان محسن‌آباد)، نشریه‌ی تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال ۱۲، شماره‌ی ۲۵، صص ۹۶-۷۹.
۱۸. مشیری، سیدرحیم، مهدوی، مسعود، جلالی کله‌سر، زهرا (۱۳۹۰). ارزیابی کیفی ظرفیت‌های گردشگری در توسعه‌ی روستایی (مطالعه‌ی موردی: آهار- شهرستان شمیران). فصلنامه‌ی جغرافیای سرزمین. سال هشتم. شماره‌ی ۳۲، صص ۲۴-۱.

۱۹. مصطفوی، مهدی (۱۳۹۰). جایگاه تأسیسات زیرساختی به خصوص حمل و نقل و دسترسی در نظام گردشگری و ارتباط ارگانیک آن با دیگر عناصر در راستای مدیریت توسعه گردشگری، همایش مدیریت و توسعه گردشگری؛ چالش‌ها و راهکارها، تهران، صص ۱۱-۱.
۲۰. یگانه، بهروز (۱۳۹۰). ارزیابی اثرات اقتصادی بازارچه‌ی مرزی مهران بر توسعه‌ی نواحی روستایی (مطالعه‌ی موردی: دهستان محسن‌آباد)، نشریه‌ی تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال دوازدهم، شماره‌ی ۲۵، صص ۹۶-۷۹.
21. Chandoevmit, worawan (2004), Thailand's cross border economy, a case study of sa kaeoand chiangrai; Thailand development resources institute.
22. Davidson, R. (1994) *Business Travel*. first edition. London: Pitman Publishing.
23. Donald E. Hawkins, Shaun Mann (2007), The World Bank's Role in Tourism Development, Annals of Tourism Research, Vol. 34, No. 2, pp. 348-363.
24. Edgell, D.L, Allen, M.D, Smith, G & Swanson, J.R (2008), Tourism as a commercial and economic activity, Journal of Tourism Policy and Planning, yesterday, today and tomorrow, 97- 139.
25. Figueiredo, E. and Raschi, A. (2013): Trekking out of the crisis: is there a role for rural tourism?, Working group number: 17, XXV ESRS Congress, Florence, Italy, 29 July- 1 August, 2013. <http://www.florenceesrs2013.com>
26. Ilbery, B. and Saxenaa, G (2011), Integrated Rural Tourism in the English-Welsh Cross-border Region: An Analysis of Strategic, Administrative and Personal Challenges, Regional Studies, 45(8):1139-1155.
27. Marques, J & Santos, N (2017), Business Tourism Development: a Portuguese Perspective, Journal of Cuadernos de Turismo, 40, 423- 437.
28. Nunes, P. A (2002), Measuring the economic benefits of protecting the Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina from commercial tourism development: results from a contingent valuation survey. Portuguese Economic Journal, 1(1), 71-87.
29. Ouariti, O. Z. & Hamri, H. M., 2014, Business tourism towards improving the tourism offer in Morocco: Case of seaside town of Agadir, IJBTS International Journal of Business Tourism and Applied Sciences, Vol. 2, No. 2, PP. 8-16.
30. Pamucar, D & Cirovic, G (2015), The selection of transport and handling resources in logistics centers using Multi-Attributive Border Approximation area Comparison (MABAC), Expert Systems with Applications 42, 3016-3028.
31. Pinho, M & Marques, J (2019), Business tourism in Porto: an empirical investigation of its potentialities and development challenges, International Journal of Tourism Cities. 1 – 11.
32. Szalontai, Lajos, (2011), Introduction of the eknowbridge project and its results, The Department of Social Geography and Regional Development Planning Humanitarian Policy Group Overseas Development Institute 111 Westminster Bridge Road London of the University of Debrecen & Institute for Euroregional Studies.
33. Timothy, D.J. and Tosun, C. (2005). Tourist's perception of the Canada-USA border as a barrier to tourism at the International Peace Garden. Journal of Tourism Management, 24: 411-421.