

واکاوی موانع توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی

محمد اکبر پور^۱، محمدا ربابی^۲

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۸/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۱۱/۲۱)

چکیده

هدف کلی این تحقیق تحلیل موانع توسعه گردشگری روستایی و ارائه الگوی راهبردی مناسب در روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی می باشد. بنابراین به منظور رسیدن به این مهم از دو روش مطالعات اسنادی و میدانی کمک گرفته شد و پس از تهیه کلیات و چارچوب نظری تحقیق، به مطالعه و بررسی وضع موجود پرداخته شد. سه نوع پرسشنامه (ساکنان بومی، گردشگران و مسئولان) جهت انجام این تحقیق طراحی شد که از طریق آزمون روایی (تایید خبرگان) و پایایی (آزمون آلفای کرونباخ) اعتبارسنجی گردید و پس از تکمیل به وسیله نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. آزمون فرضیه تحقیق بیانگر این مطلب است که بین موانع آموزشی و فرهنگی و مشکلات مربوط به توسعه گردشگری همبستگی مثبت و معنادار نسبتاً قوی وجود دارد، که مطابق با آن افزایش موانع آموزشی و فرهنگی افزایش مشکلات توسعه گردشگری را به دنبال دارد. موانع و مشکلات زیست محیطی در جایگاه دوم و موانع زیربنایی به لحاظ اهمیت در جایگاه بعدی قرار می گیرد. موانع بازاریابی و مدیریتی رابطه معنی داری با متغیر وابسته ندارند اما در تحلیل رگرسیون تاثیر افزایشی بر نارسایی های توسعه گردشگری دارند. بنابراین با انجام اقدامات لازم و فراهم کردن امکانات و خدمات برای رفع مشکلات از طریق برنامه ریزی و راهبردهای مناسب از جمله تدوین برنامه های آموزشی، احیاء و توسعه زیرساخت های گردشگری روستاها و معرفی و شناساندن جاذبه ها و محصولات گردشگری روستاهای هدف می توان در راستای توسعه روستاهای مورد نظر از منظر گردشگری گام برداشت.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری روستایی، الگوی راهبردی، روستای هدف گردشگری

مقدمه

۱ - استادیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی - گروه جغرافیا دانشگاه رازی m.akbarpour@razi.ac.ir

۲ - کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد

امروزه صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در جهان به شمار می‌آید که علاوه بر منافع اقتصادی فرصت بسیار مناسبی را در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد تا نسبت به اهمیت حفظ فرهنگ و چگونگی محافظت از فرهنگ محلی و چشم‌اندازهای طبیعی آگاه شوند. این شرایط برای جوامع محلی و روستا درآمد خوبی ایجاد می‌کند (قاسمی، ۱۳۸۸: ۲۰). گردشگری روستایی در جهان پیشرفته امروز به منزله بخشی از بازار و یکی از مردمی‌ترین انواع گردشگری مورد توجه بسیاری از گردشگران قرار گرفته است. این بخش از گردشگری یک مقصد می‌باشد و دارای ویژگیهای خاص خود است و مشتریان و بازدیدکنندگان بیشتری را به سوی خود می‌کشاند. علت چنین رویکردی را باید در توسعه سریع گردشگری به ویژه از دهه ۱۹۵۰ به این سو جستجو کرد (شارپلی، ۱۳۸۰: ۳). این نوع گردشگری شامل کلیه فعالیت‌های گردشگری در محیط روستایی با توجه به فرهنگ و بافت سنتی روستایی، هنر و صنایع روستایی، آداب و رسوم سنتی و در برگیرنده گردشگری کشاورزی، گردشگری سبز، گردشگری مزرعه‌ای، گردشگری غذایی و شکار است (قادری، ۱۳۸۳: ۲۲)، همچنین گردشگری روستایی را می‌توان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و خدماتی نظیر اسکان، پذیرایی، امکانات سرگرمی و تفریح، برپایی جشن‌ها و مراسم محلی، تولید و فروش صنایع دستی و محصولات کشاورزی تعریف نمود که از طرف ساکنان محلی در قبال کسب درآمد به گردشگران ارائه می‌شود (Zhong L., Dengb J. and Xiangc B. 2008. 841-856). برای دستیابی به منافع گردشگری باید کلیه موانع و مشکلات موجود در سر راه این فعالیت از قبیل فقدان مهارت‌های مدیریتی، بازاریابی نامناسب، فقدان یا کمبود خدمات مورد نیاز گردشگران، محدودیت‌های فصلی، فقدان قوانین و مقررات و غیره مرتفع شود. از این رو برنامه‌ریزان تلاش دارند تا با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌ها موجبات توفیق گردشگری روستایی را در پاسخگویی به نیازهای گردشگران فراهم آورده و موجبات اصلاح مناطق روستایی را موجب شوند (Royo-Vela, M. 2008. 1-10). اگر چه گردشگری روستایی با خلق فرصت‌های جدید باعث احیاء و بهبود شرایط زندگی ساکنان روستا می‌گردد، ولیکن باید توجه داشت که توسعه گردشگری بدون مشارکت محلی و برنامه‌ریزی مناسب در محیط روستا، موجب آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی جبران‌ناپذیری خواهد شد (Lepp A. 2007. 876-885). برای این منظور باید به اقداماتی از جمله ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها، تبلیغات و بازاریابی پایدار، برگزاری مسؤولانه تورهای گردشگری، زمینه‌سازی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و غیردولتی در زمینه گردشگری روستایی، اولویت‌بخشی به خواست‌ها و اهداف مردم محلی در راستای برآوردن نیازهای آن‌ها و تدوین قوانین و مقررات متناسب دست زد.

مبانی نظری

در مقیاس جهانی گردشگری روستایی یکی از اشکال رو به رشد بخش گردشگری به شمار می‌آید که ارایه تعریفی جهان شمول و یکسان از آن امکان‌پذیر نیست؛ این مساله تا حدود زیادی به دلیل ویژگی‌های گوناگون نواحی روستایی در کشورهای مختلف است، غلبه الگوهای خاصی از گردشگری در نواحی مختلف و تعاریف گوناگون از روستا و روستانشینی است (Gartner, 2006: 168). گردشگری روستایی از دهه ۱۹۵۰م. به بعد گسترش یافت و در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰م. بیشتر در زمینه اقتصاد گردشگری روستایی برای کشاورزان و جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت (قادری، ۱۳۸۲: ۱۲۶). گردشگری روستایی منبعی با ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد است و می‌تواند وسیله‌ی مهمی برای توسعه‌ی اجتماعی اقتصادی جوامع روستایی باشد و در بسیاری از کشورها با سیاست‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً وسیله‌ای در جهت حمایت از محیط زیست و فرهنگ روستایی می‌باشد. بنابراین می‌تواند نقش اساسی در توسعه و حفظ روستا داشته باشد (شارپلی، ۱۳۸۰: ۸). گردشگری روستایی را با انگیزه‌های متفاوتی از قبیل بی‌نظیر بودن اکولوژی، دستیابی به فرصت‌های ماجراجویی، به ویژه دیدن جذابیت‌های فرهنگی یا کیفیت فضا و محیط نواحی روستایی بازدید می‌کنند (Briedenhann, 2004, 1). فضای روستایی می‌تواند یک مقصد گردشگری باشد که افراد با علایق متفاوتی را جذب می‌کند (Molera, L. and Albaladejo, 2007: 764). از آنجا که گردشگری روستایی کلیه فعالیت‌ها و خدماتی که به وسیله کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران و نیز فعالیت‌های گردشگران در نواحی روستایی را در بر می‌-

گیرد، می‌تواند گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی را نیز شامل شود (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۵). بر این اساس می‌توان گفت که در جهان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به گردشگری به چشم صنعتی که ثبات اقتصادی و جمعیتی را برای جوامع روستایی به دنبال دارد، می‌نگرند. بنابراین گردشگری می‌تواند به عنوان عنصری لازم برای حرکت به سوی اصلاح نواحی روستایی مطرح باشد (شارپلی، ۱۳۸۰: ۱۰۹). که آثار توسعه‌های را در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و اکولوژیکی به دنبال دارد. امروزه ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری روستایی مطرح و مورد توجه است (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۲۰). هر چند که گردشگری روستایی در مجموع، موضوع جدیدی نیست، اما اهمیت آن و نقشی که در توسعه پایدار جوامع محلی ایفا می‌نماید، به تازگی مورد تأیید قرار گرفته است (ظهرایی، ۱۳۸۵: ۱۰). در واقع گردشگری روستایی فعالیتی است برای شناسایی روستا به عنوان یک قطب اقتصادی و اجتماعی با در نظر داشتن تمامی هویت و تاریخچه مناطق روستایی (Sehofield, 1996: 334). این صنعت به سبب عواملی همچون شهرنشینی، علاقمندی به میراث طبیعی، فرهنگی و تاریخی، نگرانی‌های محیط زیست، شیوه سالم زندگی شهری و امتناع از فرهنگ معاصر در سال‌های اخیر شکل گرفته و توسعه یافته است (سقای، ۱۳۸۲: ۲). سرمایه‌گذاری در گردشگری فقط به عنوان ابزاری برای تفریح و اوقات فراغت گردشگران در روستاها مطرح نمی‌باشد، بلکه روشی برای توسعه روستاها نیز محسوب می‌شود (Lewis, 1994: 4). به طور کلی گردشگری روستایی از دو جنبه اهمیت دارد، یکی به عنوان یک فعالیت گسترده جهانی و دیگری از نظر تأکید بر آن در سیاست‌های توسعه‌ای منطقه‌ای و محلی. از همین رو، منطقی است که بپذیریم تعریف قابل قبول و عام از گردشگری روستایی وجود ندارد (رحیمی، ۱۳۸۱: ۲۲۶). علاوه بر این باید پذیرفت که ویژگی‌های متمایزی از قبیل فعالیت‌ها و موقعیت‌های ویژه، گردشگری روستایی را از سایر بخش‌ها یا انواع گردشگری جدا کند (بدری و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۶). اما این نکته جالب است که تعریف ویژگی‌هایی از گردشگری روستایی که مورد قبول همگان باشد، وجود ندارد. در حالی که در نگاه اول، تعریف گردشگری روستایی به نظر کار آسانی می‌آید. همانطور که لن (۱۹۹۴) می‌گوید: گردشگری روستایی نوعی گردشگری است که در نواحی روستایی انجام می‌شود. اما در این تعریف ساده نیز ابهامات زیادی وجود دارد. برای مثال، تعریف گردشگری خود می‌تواند نوعی از گردشگری باشد به ویژه در چارچوب نواحی روستایی، تفاوت میان فعالیت‌هایی که می‌تواند نوعی از گردشگری، گذران اوقات فراغت یا ورزش و تفریح باشد، مبهم است. در عین حال، تعریف نواحی روستایی به همان اندازه کار مشکلی است (Sharpley, 2002: 11).

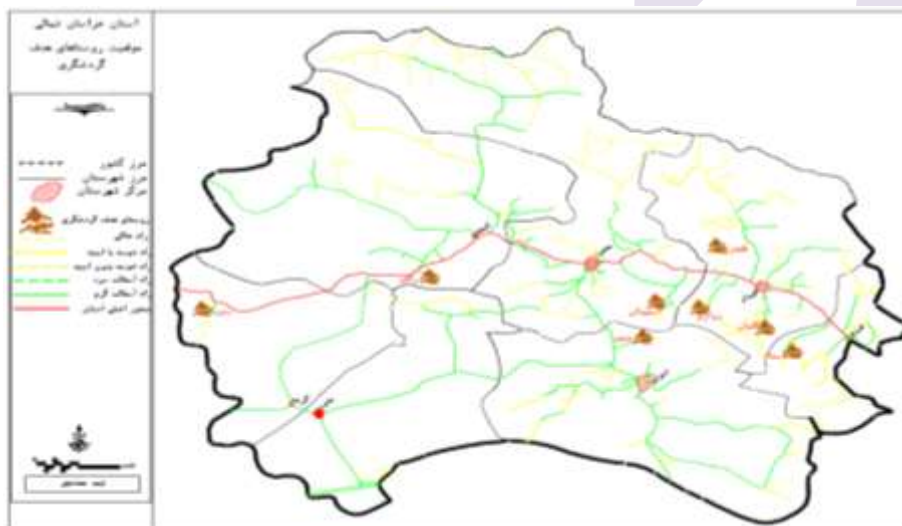
منطقه مورد مطالعه

استان خراسان شمالی در شمال شرق ایران از شمال به کشور ترکمنستان با ۲۷۰ کیلومتر مربع مرز مشترک و از شرق و جنوب به استان خراسان رضوی و از غرب به استان گلستان و از جنوب غرب به استان سمنان محدود شده است. بر اساس آخرین تقسیمات کشوری، استان خراسان شمالی شامل شهرستان‌های بجنورد، شیروان، مانه و سملقان، جاجرم، اسفراین، گرمه و شهرستان فاروج می‌باشد. در سال ۱۳۹۰ حدود ۸۶۷۷۲۷ نفر جمعیت داشته است و بیشتر از نیمی از جمعیت استان (۵۱/۶ درصد) در نقاط روستایی ساکن هستند. به این ترتیب الگوی غالب زیست در استان روستانشینی بوده است. از نظر ساختار فرهنگی- قومی مردم استان از اقوام مختلف مانند کرد، ترک، ترکمن، فارس و ... بوده و اکثریت نسبی جمعیت استان را کردها دارند و حدود ۳۲/۱ درصد جمعیت استان را شامل می‌شوند. پس از این گروه، ترک‌زبان با ۲۸/۹ درصد قرار دارند و فارسی- زبان‌ها با ۲۷/۶ درصد، ترکمن‌ها با ۸/۶ درصد و دیگر گروه‌ها با ۲/۸ درصد سایر گروه‌های قومی زبانی بوده‌اند. بنابراین یکی از جاذبه‌های استان، تنوع زبانی- فرهنگی می‌باشد. روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی مصوب سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شامل ۸ روستای هدف گردشگری به شرح جدول شماره ۱ می‌باشد.

جدول شماره ۱: مشخصات روستاهای هدف گردشگری خراسان شمالی

ردیف	روستا	نام شهرستان	میزان جمعیت به نفر (۱۳۹۰)	تعداد گردشگران ورودی	نوع جاذبه
۱	روئین	اسفراین	۲۶۰۷	۲۰۰۰	طبیعی - تاریخی - فرهنگی
۲	اسفیدان	بجنورد	۱۹۴۹	۲۰۰۰	طبیعی - تاریخی - مذهبی
۳	درکش	مانه و سملقان	۸۷۲	۱۰۰۰	طبیعی
۴	استاد	فاروج	۴۳۵	۳۰۰	طبیعی - تاریخی
۵	زوارم	شیروان	۱۵۸۵	۳۰۰۰	طبیعی - تاریخی
۶	قلعه زو	شیروان	۷۴	۴۰	طبیعی - تاریخی
۷	دشت	گرمه	۱۱۳۲	۲۰۰۰	طبیعی
۸	گلیان	شیروان	۶۲۳	۲۰۰۰	طبیعی - تاریخی - فرهنگی

منبع: (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان شمالی، ۱۳۹۰)



شکل شماره ۱: نقشه موقعیت روستاهای هدف گردشگری در سطح استان منبع: نگارنده

روش تحقیق

روش تحقیق در این مقاله توصیفی و تحلیلی و بر اساس مطالعات اسنادی - کتابخانه‌ای و بررسی‌های میدانی می‌باشد. بدین ترتیب که ابتدا جهت روشن شدن مباحث موضوع مقاله، تدوین مبانی نظری و سوابق پژوهش از مطالعات بهره گرفته شده که با رجوع به کتابخانه‌ها و استفاده از کتب، پایانامه و مقالات نگاشته شده است. در ادامه به منظور پاسخ به فرضیه تحقیق و دستیابی به اهداف مورد نظر اقدام به تدوین پرسشنامه برای ۳ جامعه میزبان (خانوار روستایی)، میهمان (گردشگران) و مسؤولان مرتبط با گردشگری (کارشناسان گردشگری، محیط زیست، جهاد کشاورزی، دهیاری و ...) در راستای موضوع مورد بحث گردیده و پس از تکمیل آنها به تجزیه و تحلیل آن اقدام شد و همچنین با تعیین قابلیت‌ها و موانع موجود به ارائه استراتژی و راهبرد مناسب در جهت توسعه گردشگری در روستاهای هدف استان خراسان شمالی پرداخته شد. جامعه آماری در تحقیق حاضر خانوارهای ساکن در روستاهای هدف گردشگری خراسان شمالی، گردشگران

بازدیدکننده از روستاهای مذکور و مسؤولان مرتبط با گردشگری و روستا می‌باشند. برای گردآوری اطلاعات لازم از کل ساکنین روستاهای مورد نظر (حدود ۲۶۱۶ خانوار) براساس فرمول کوکران^۱ تعداد نمونه‌های محاسبه شده ۹۳ خانوار و گردشگران (البته حجم جامعه مشخص نبوده و آمارهای مستندی در این زمینه وجود ندارد) تعداد حجم نمونه برابر ۹۶ نفر بوده است که با توجه به حجم آنها و محدودیت زمانی و محتوای پژوهش، قابل توجیه به نظر می‌رسد. اما در خصوص مسؤولان با توجه به حجم پایین سعی شد از همگی آنها (تعداد ۳۰ نفر) پرسش به عمل آید.

یافته‌های تحقیق

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۲ میانگین کل موانع زیربنایی در بین ساکنان روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۲۱ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۲: بررسی موانع زیربنایی گردشگری از نگاه روستائیان

سطح معنی‌داری	میانگین رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳/۵	۱/۵	۱۹/۵	۱۳/۵	۱۳/۴	۸/۵	۱۸/۳	نامناسب بودن تسهیلات اقامتی و پذیرایی گردشگران
۰/۰۰۰	۳	۱/۳	۱۸/۱	۲۸/۹	۱۴/۵	۲۰/۵	۱۸/۱	عدم وجود هیچ‌گونه طرح سرمایه‌گذاری انجام شده و یا در دست اقدام
۰/۰۰۰	۳/۱۹	۱/۱۹	۱۹/۳	۱۵/۷	۳۶/۶	۱۸/۱	۸/۴	عدم پاسخگویی امکانات بهداشتی و درمانی روستا به نیاز اهالی و گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۲	۱/۳۳	۲۲	۱۸/۳	۳۱/۷	۱۴/۶	۱۲/۲	فصلی بودن حضور گردشگران و تراکم آنها در فصل کار در روستا
۰/۰۰۰	۳/۱۳	۱/۴۴	۲۰/۲	۲۷/۴	۲۰/۲	۹/۵	۲۲/۶	کمبود وسایل نقلیه عمومی جهت جابجایی گردشگران در روستا
۰/۰۰۰	۳/۲	۱/۲۶	۱۸/۱	۲۲/۹	۳۴/۹	۹/۶	۱۴/۵	نزدیکی و یا عدم نزدیکی به مراکز بزرگ جهت استفاده از خدمات و امکانات
۰/۰۰۰	۳/۲۱	۰/۷۹	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۳ مربوط به موانع فرهنگی و آموزشی گردشگری از نگاه ساکنان روستاها، میانگین کل موانع فرهنگی و آموزشی در بین ساکنان روستاها در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۲/۹۶ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۳: بررسی موانع فرهنگی و آموزشی گردشگری از نگاه روستائیان

درصد افراد پاسخگو				
۴	۳	۲	۱	۰

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2} \quad (\text{تعداد نمونه ساکنان} : n = \frac{N z^2 pq}{N d^2 + z^2 pq})$$

سوال	ح _۱	ح _۲	متوسط	زیاد	زیاد خیلی			
عدم آشنایی با مزایای مختلف گردشگری	۲۰	۱۶/۵	۳۵/۳	۱۶/۵	۱۱/۸	۱/۲۶	۲/۸۴	۰/۰۱۶
کمبود افراد آموزش دیده به ویژه راهنما و بلد محلی جهت معرفی جاذبه‌ها	۱۵/۹	۱۹/۴	۲۵/۶	۱۴/۶	۲۴/۴	۱/۴	۳/۱۲	۰/۰۰۰
عدم تمایل مردم بومی جهت سرمایه- گذاری در بخش گردشگری	۲۰	۱۰/۶	۲۴/۷	۲۳/۵	۲۱/۲	۱/۴۱	۳/۱۵	۰/۰۰۰
تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا	۲۱/۲	۲۲/۴	۲۳/۵	۲۳/۵	۹/۴	۱/۲۸	۲/۷۸	۰/۰۰۵
عدم آشنایی و عدم آموزش روستائیان در ارتباط با نحوه برخورد با گردشگر	۲۲/۹	۱۹/۳	۲۴/۱	۱۵/۷	۱۸/۱	۱/۴۱	۲/۸۷	۰/۰۲۰
ترس از از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی و تغییر نوع آداب و رسوم	۲۲/۴	۲۸/۲	۲۰	۱۵/۳	۱۴/۱	۱/۳۵	۲/۷۱	۰/۱۶۴
کل	-	-	-	-	-	۰/۷۲	۲/۹۶	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۴ مربوط به موانع زیست محیطی گردشگری از نگاه ساکنان روستاها، میانگین کل موانع زیست محیطی در بین ساکنان روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۰۷ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۴: بررسی موانع زیست محیطی گردشگری از نگاه روستائیان

سوال	ح _۱	ح _۲	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	درصد افراد پاسخگو		انحراف معیار	ای	میانگین رتبه- داری	سطح معنی- داری
						زیاد	خیلی زیاد				
گردشگری تا چه حد موجب از بین رفتن باغات و مزارع می‌شود؟	۱۴/۱	۲۲/۴	۱۲/۹	۲۵/۹	۲۴/۷	۱/۴۱	۳/۲۵	۳/۲۵	۰/۰۰۰		
افزایش عبور و مرور و راهبندان‌ها بر اثر ازدحام گردشگران	۱۴/۳	۲۲/۶	۲۵	۱۵/۵	۲۲/۶	۱/۳۶	۳/۱۰	۳/۱۰	۰/۰۰۰		
ایجاد آلودگی صوتی و بصری بر اثر حضور گردشگران	۲۳/۲	۳۰/۵	۱۹/۵	۱۷/۱	۹/۸	۱/۲۸	۲/۶۰	۲/۶۰	۰/۴۹		
افزایش زباله و پسماند توسط گردشگران	۱۰/۸	۲۵/۳	۱۴/۵	۲۱/۷	۲۷/۷	۱/۳۹	۳/۳۰	۳/۳۰	۰/۰۰۰		
کل	-	-	-	-	-	۱/۰۲	۳/۰۷	۳/۰۷	۰/۰۰۰		

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

بر اساس یافته‌های جدول شماره ۵ مربوط به موانع و مشکلات بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه ساکنان روستاها، میانگین کل موانع بازاریابی و تبلیغات در بین ساکنان روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۹۷ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۵: بررسی موانع بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه روستائیان

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳/۸۷	۱/۴۵	۵۴/۱	۱۰/۶	۱۶/۵	۵/۹	۱۲/۹	کمبود تبلیغات و اطلاع‌رسانی از طریق صدا و سیما استانی و سازمان‌های مرتبط در خصوص تهیه کاتالوگ و بروشور
۰/۰۰۰	۴/۰۸	۱/۳۱	۵۸/۸	۱۲/۹	۱۴/۱	۵/۹	۸/۲	نبودن هیچ‌گونه آمار در زمینه تعداد گردشگران و طبقه‌بندی آنها بر مبنای بخش‌بندی بازار
۰/۰۰۰	۴/۰۶	۱/۲۳	۵۶/۵	۱۰/۶	۲۰	۸/۲	۴/۷	کمبود یا عدم دسترسی به وسایل ارتباطی نظیر پست و اینترنت و غیره
۰/۰۰۰	۳/۹۱	۱/۳۴	۵۱/۸	۱۲/۹	۱۶/۵	۱۱/۸	۷/۱	عدم وجود بازار جهت عرضه صنایع دستی و سوغات به گردشگران وارد شده
۰/۰۰۰	۳/۹۷	۰/۶۳	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همچنان که داده‌های جدول شماره ۶ مربوط به نارسایی‌های گردشگری از نگاه ساکنان روستاها نشان می‌دهد میانگین کل نارسایی‌های توسعه گردشگری در بین ساکنان روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۲/۹۷ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۶: بررسی نارسایی‌های توسعه گردشگری از نگاه روستائیان

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۵۱	۲/۷۸	۱/۲۸	۹/۴	۲۳/۵	۲۳/۵	۲۲/۴	۲۱/۲	تأثیر کم درافزایش درآمد
۰/۰۰۰	۳/۱۷	۱/۳۰	۱۷/۶	۲۷/۱	۲۴/۷	۱۷/۷	۱۲/۹	تأثیر کم در ایجاد اشتغال
۰/۰۰۰	۲/۹۷	۱/۱۲	۱۳/۱	۲۳/۵	۳۴/۱	۱۶/۵	۱۱/۸	پایین بودن سطح امکانات و خدمات

۰/۰۰۰	۲/۹۷	۱/۱	۱۴/۱	۲۲/۴	۳۴/۱	۱۷/۱	۱۱/۲	ناچیز بودن میزان توسعه گردشگری در روستاها
۰/۰۰۰	۳/۰۱	۱/۱۳	۱۵/۱	۲۳/۵	۲۲/۱	۱۶/۳	۱۲	عدم آشنایی ساکنان با توسعه گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۱۷	۱/۳۰	۱۷/۶	۲۷/۱	۲۴/۷	۱۷/۷	۱۲/۹	عدم رضایت گردشگر
۰/۰۰۰	۲/۹۷	۱/۱۲	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۷ مربوط به قابلیت‌ها و پتانسیل روستاها برای توسعه گردشگری از نگاه ساکنان روستاها، میانگین کل قابلیت‌ها و پتانسیل روستاها برای توسعه گردشگری در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۷۵ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد. یعنی اکثراً روستاهای خود را برای توسعه گردشگری مناسب و قابل دانستند.

جدول شماره ۷: بررسی قابلیت‌ها و پتانسیل روستاها برای توسعه گردشگری از نگاه ساکنان روستاها

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۴/۲۷	۱/۰۸	۵۶/۶	۲۶/۵	۸/۴	۳/۶	۴/۸	چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد طبیعی و باغات در این نواحی
۰/۰۰۰	۳/۷۹	۱/۲۵	۳۶/۶	۳۱/۷	۱۳/۴	۱۱	۷/۳	دسترسی آسان و مناسب به روستا برای گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۱۲	۱/۱۵	۱۱/۵	۲۷	۳۵	۱۵	۱۱/۵	نزدیکی به مرکز استان
۰/۰۰۰	۳/۵۸	۱/۲۴	۲۹/۶	۲۴/۷	۲۸/۴	۸/۶	۸/۶	وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی
۰/۰۰۰	۳/۹۳	۱/۳۱	۵۰	۱۵/۹	۱۹/۵	۶/۱	۸/۵	وجود محصولات کشاورزی جهت عرضه به گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۷۱	۱/۲۹	۳۶/۱	۲۶/۵	۱۸/۱	۱۰/۸	۸/۴	وجود جاذبه‌های تاریخی خاص
۰/۰۰۰	۳/۶۱	۱/۲۴	۳۱/۳	۲۶/۵	۲۰/۵	۱۵/۷	۶	وجود جاذبه‌های خاص
۰/۰۰۰	۳/۷۵	۰/۹۰	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق جدول شماره ۸، ۷۲/۲ درصد (۶۵ نفر) از گردشگران نحوه آشنایی خود با نواحی روستایی مورد مطالعه را از طریق دوستان و اقوام ذکر کرده‌اند و ۱۴/۴ درصد (۱۳ نفر) از طریق رسانه و مطبوعات، ۶/۷ درصد (۶ نفر) از طریق کاتالوگ و بروشور و ۶/۷ درصد (۶ نفر) از طریق سایر روش‌ها با این نواحی آشنا شده‌اند. این بدان مفهوم است که تبلیغات رسانه‌ای برای توسعه گردشگری دارای ضعف اساسی است.

جدول شماره ۸: نحوه آشنایی گردشگران با روستا

متغیر آماره	دوستان و اقوام	رسانه و مطبوعات	کاتالوگ و بروشور	سایر	بی‌جواب	کل
فراوانی	۶۵	۱۳	۶	۶	۱	۹۱
درصد واقعی	۷۲.۲	۱۴.۴	۶.۷	۶.۷	-	۱۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق جدول شماره ۹، ۱۰۰ درصد از پاسخگویان گردشگر، به جاذبه‌های طبیعی روستاهای زوارم، روئین، اسفیدان، درکش و قلعه زو اولویت اول اختصاص داده اند. همچنین ۸۸/۹ درصد از گردشگران روستاهای دشت و گلیان و ۵۰ درصد از گردشگران روستاهای استاد، جاذبه‌های طبیعی را به عنوان اولویت اول انتخاب کرده‌اند. همچنین ۱۱ درصد از گردشگران روستاهای دشت و گلیان به عنوان اولویت دوم و ۵۰ درصد از گردشگران روستای استاد اولویت چهارم در نظر گرفتند. بیش از ۵۰ درصد گردشگران روستاهای دشت، گلیان، روئین، اسفیدان و قلعه زو جاذبه‌های تاریخی را به عنوان اولویت دوم انتخاب کرده اند. ۵۰ درصد گردشگران روستای استاد جاذبه تاریخی را به عنوان اولویت اول و ۵۰ درصد به عنوان اولویت چهارم انتخاب کرده‌اند. گردشگران روستاهای استاد، دشت، گلیان، اسفیدان، درکش و قلعه زو جاذبه‌های مذهبی را به عنوان اولویت سوم جهت بازدید خود از این روستاها عنوان کرده‌اند.

جدول شماره ۹: عوامل جاذبه گردشگران به روستا

نوع جاذبه	نام روستا		استاد	دشت	گلیان	زوارم	روئین	اسفیدان	درکش	قلعه زو
	آماره	اولویت								
جاذبه‌های طبیعی	اولویت اول	فراوانی	۳	۸	۸	۱۰	۱۱	۵	۱۰	۱۳
	اولویت دوم	درصد واقعی	۵۰	۸۸/۹	۸۸/۹	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
	اولویت اول	فراوانی	-	۱	۱	-	-	-	-	-
	اولویت دوم	درصد واقعی	-	۱۱/۱	۱۱/۱	-	-	-	-	-
	اولویت چهارم	فراوانی	۳	-	-	-	-	-	-	-
	اولیت اول	درصد واقعی	۵۰	-	-	-	-	-	-	-
جاذبه‌های تاریخی	اولویت اول	فراوانی	۲	-	-	-	-	-	-	-
	اولویت دوم	درصد واقعی	۵۰	-	-	-	-	-	-	-
	اولویت سوم	فراوانی	-	۲	۶	-	۲	۱	۳	۱۱
	اولویت سوم	درصد واقعی	-	۶۶/۷	۶۶/۷	-	۶۶/۷	۵۰	۱۷	۹۱/۷
	اولویت سوم	فراوانی	-	-	۳	-	۱	-	-	۱
	اولویت چهارم	درصد واقعی	۲	-	۳۳/۳	-	۳۳/۳	-	-	۸/۳
جاذبه‌های مذهبی	اولویت اول	فراوانی	۱	-	۲	-	-	-	-	-
	اولویت دوم	درصد واقعی	۵۰	-	۲۸/۶	-	-	-	-	-
	اولویت سوم	فراوانی	۱	۱	۱	-	۱	-	-	-
	اولویت سوم	درصد واقعی	۵۰	۵۰	۲۸/۶	-	۵	-	-	-
	اولویت سوم	فراوانی	۱	۱	۳	-	-	-	۳	۲
	اولویت چهارم	درصد واقعی	۵۰	۵۰	۴۲/۹	-	-	-	۱۷	۲۵
سایر	اولویت اول	فراوانی	-	۱	-	-	-	-	-	-
	اولویت دوم	درصد واقعی	-	۵۰	-	-	-	-	-	-
	اولویت سوم	فراوانی	-	۱	۴	-	۴	-	۵	۱
	اولویت سوم	درصد واقعی	-	۵۰	۱۸/۲	-	۲۰	-	-	۱۴/۳
	اولویت سوم	فراوانی	-	-	-	-	-	-	-	-
	اولویت سوم	درصد واقعی	-	-	-	-	-	-	-	-

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۰ روستاها، میانگین کل موانع زیربنایی در بین گردشگران روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۴۲ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری گردشگران روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۱۰: بررسی موانع زیر بنایی گردشگری از نگاه گردشگران

سطح معنی داری	میانگین رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳/۵۸	۱/۴۹	۴۰	۲۰	۱۳/۳	۱۱/۱	۱۵/۶	نامناسب بودن تسهیلات اقامتی و پذیرایی گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۵۲	۱/۳۴	۲۹/۹	۲۶/۴	۲۱/۸	۹/۲	۱۲/۶	عدم وجود هیچ گونه طرح سرمایه گذاری انجام شده و یا در دست اقدام
۰/۰۰۰	۳/۴۷	۱/۳۱	۳۱/۱	۱۸/۹	۲۳/۳	۱۸/۹	۷/۸	عدم پاسخگویی امکانات بهداشتی و درمانی روستا به نیاز اهالی و گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۴۶	۱/۲۴	۲۵/۶	۲۵/۶	۲۵/۶	۱۵/۶	۷/۸	فصلی بودن حضور گردشگران و تراکم آنها در فصل کار در روستا
۰/۰۰۰	۳/۰۱	۱/۲۷	۱۷/۶	۲۵/۳	۲۳/۱	۲۳/۱	۱۱	کمبود وسایل نقلیه عمومی جهت جابه جایی گردشگران در روستا
۰/۰۰۰	۳/۰۳	۱/۰۷	۷/۸	۲۵/۶	۳۸/۹	۱۷/۸	۱۰	نزدیکی و یا عدم نزدیکی به مراکز بزرگ جهت استفاده از خدمات و امکانات
۰/۰۰۰	۳/۴۲	۰/۹۴	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۱ میانگین کل موانع فرهنگی و آموزشی در بین گردشگران روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۱۵ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری گردشگران روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۱۱: بررسی موانع فرهنگی و آموزشی گردشگری از نگاه گردشگران

سطح معنی داری	میانگین رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳	۱/۱۵	۱۱	۲۰/۹	۳۷/۴	۱۸/۷	۱۲/۱	عدم آشنایی با مزایای مختلف گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۴۷	۱/۲۹	۲۸/۶	۲۳/۱	۲۴	۱۵/۴	۸/۸	کمبود افراد آموزش دیده به ویژه راهنما و بلد محلی جهت معرفی جاذبه‌ها
۰/۰۰۰	۲/۹۷	۱/۲۰	۱۱	۲۲	۳۵/۲	۱۶/۵	۱۵/۴	عدم تمایل مردم بومی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰/۰۰۷	۲/۸۷	۱/۲۶	۱۴/۳	۱۳/۲	۳۵/۲	۱۹/۸	۱۷/۶	تعارض و تفاوت میان فرهنگ

								گردشگران و مردم روستا
۰/۱۰۰۰	۳/۷۶	۱/۲۰	۳۶/۳	۲۵/۳	۲۰/۹	۱۳/۲	۴/۴	عدم آشنایی و عدم آموزش روستائیان در ارتباط با نحوه برخورد با گردشگر
۰/۱۰۰۰	۲/۸۶	۱/۲	۱۴/۳	۱۳/۲	۳۵/۲	۲۰/۴	۱۷	ترس از از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی و تغییر نوع آداب و رسوم
۰/۱۰۰۰	۳/۱۵	۰/۸۵	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های شماره ۱۲ میانگین کل موانع موانع و مشکلات زیست - محیطی در بین گردشگران روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۲/۵۴ است. که عدم تأیید آزمون t نشان دهنده این مطلب است که گردشگران موضوع آلودگی محیط زیست را در اثر حضور گردشگر رد می‌کنند.

جدول شماره ۱۲: بررسی موانع و مشکلات زیست - محیطی گردشگری از نگاه گردشگران

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۱۰۰۰	۲/۹۸	۱/۳۵	۲۳/۴	۲۳/۱	۲۶/۴	۱۴/۳	۲۰/۹	گردشگری تا چه حد موجب از بین رفتن باغات و مزارع می‌شود؟
۰/۸۱	۲/۴۷	۱/۱۰	۳/۳	۱۵/۴	۲۹/۷	۲۸/۶	۲۳/۱	افزایش عبور و مرور و راهبندان‌ها بر اثر ازدحام گردشگران
۰/۶۱	۲/۵۶	۱/۱۳	۴/۴	۱۶/۵	۳۱/۹	۲۵/۳	۲۲	ایجاد آلودگی صوتی و بصری بر اثر حضور گردشگران
۰/۳۴	۲/۱۵	۱/۱۹	۵/۵	۱۱	۱۳/۲	۳۴/۱	۳۶/۳	افزایش زباله و پسماند توسط گردشگران
۰/۶۶	۲/۵۴	۰/۹۰	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۳، میانگین کل موانع مشکلات بازاریابی و تبلیغات گردشگری در بین گردشگران روستا در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۴/۱۵ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری گردشگران روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۱۳: بررسی مشکلات بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه گردشگران

سطح معنی داری	میانگین رتبه	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۱۰۰۰	۲/۹۸	۱/۱۷	۴۴	۲۷/۵	۱۶/۵	۶/۶	۵/۵	کمبود تبلیغات و اطلاع رسانی از طریق صدا و سیما استانی در خصوص تهیه کاتالوگ و بروشور
۰/۱۰۰۰	۴/۲۹	۱/۲۳	۶۹/۲	۸/۸	۸/۸	۷/۷	۵/۵	نبودن آمار دقیق در زمینه تعداد گردشگران و طبقه بندی آنها بر

فصلنامه میراث و گردشگری (سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۹۵)

								مبنای بخش بندی بازار
۰/۰۰۰	۴/۱۸	۱/۱۱	۵۴/۹	۱۹/۸	۱۷/۶	۳/۳	۴/۴	کمبود یا عدم دسترسی به وسایل ارتباطی نظیر پست و اینترنت و غیره
۰/۰۰۰	۴/۲	۱/۱۰	۵۹/۳	۲۱/۱	۱۹/۸	۶/۶	۲/۲	عدم وجود بازار جهت عرضه صنایع دستی و سوغات به گردشگران وارد شده
۰/۰۰۰	۴/۱۵	۰/۵۹	-	-	-	-	-	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

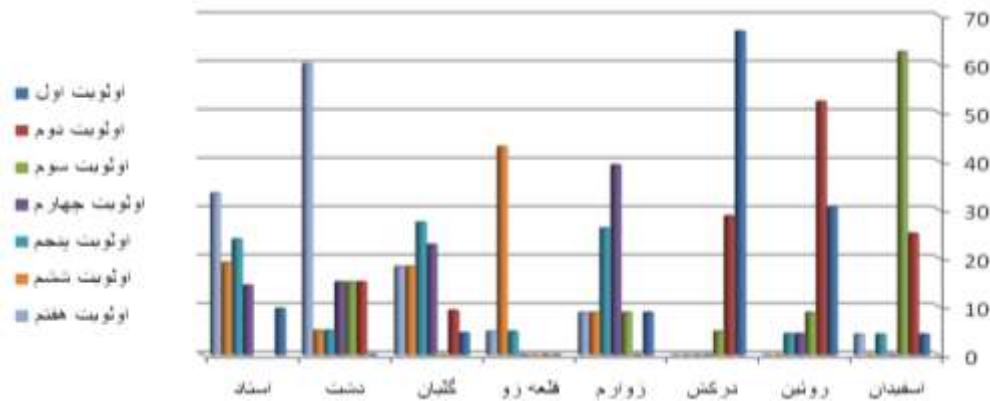
مطابق با گویه‌های شماره ۱۴، میانگین کل نارسایی‌های توسعه گردشگری در بین گردشگران در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۰۲ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری گردشگران روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۱۴: بررسی نارسایی‌های توسعه گردشگری از گردشگران

معنی داری سطح	میانگین رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			زیاد	زیاد	متوسط	کم	کم	
۰/۰۰۷	۲/۸۷	۱/۲۶	۱۴/۳	۱۳/۲	۳۵/۲	۱۹/۸	۱۷/۶	تأثیر کم درافزایش درآمد
۰/۰۰۰	۳/۱۸	۱/۱۷	۱۴/۳	۲۶/۴	۳۰/۸	۱۹/۸	۸/۸	تأثیر کم در ایجاد اشتغال
۰/۰۰۰	۳/۰۲	۱/۰۵	۲۴/۴	۵/۵	۱۷/۶	۱/۱	۸/۸	پایین بودن سطح امکانات و خدمات
۰/۰۰۰	۳/۰۱	۱/۰۵	۲۶/۴	۶/۱	۱۷	۲/۶	۷/۲	ناچیز بودن میزان توسعه گردشگری در روستاها
۰/۰۰۰	۲/۹۹	۱/۱۲	۱۲/۱	۲۸/۶	۳۱/۹	۳/۲	۶/۷	عدم آشنایی ساکنان با توسعه گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۱۷	۱/۱۶	۱۴/۳	۲۶/۴	۳۰/۸	۱۹/۸	۸/۸	عدم رضایت گردشگر
۰/۰۰۰	۳/۰۲	۱/۰۵	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق نمودار شماره ۱، روستاهای مورد مطالعه بر حسب بیشترین درصد واقعی فراوانی در هر اولویت به ترتیب هفت اولویت عبارتند از: درکش (۶۶/۷ درصد) اولویت اول، روئین (۵۲/۲ درصد) اولویت دوم، اسفیدان (۶۲/۵ درصد) اولویت سوم، زوارم (۲۶/۱ درصد) اولویت چهارم، گلپان (۲۷/۳ درصد) اولویت پنجم، قلعه‌زو (۴۲/۹ درصد) اولویت ششم، استاد (۳۳/۳ درصد) اولویت هفتم.



نمودار شماره ۱: رتبه‌بندی روستاهای مورد مطالعه از نگاه مسؤولان

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۵، میانگین کل موانع زیربنایی در بحث گردشگری در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۸۰ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسؤولان گردشگری مورد مطالعه می‌باشد. به عبارتی مسؤولان موانع زیربنایی را از عوامل عدم رونق گردشگری ذکر کرده‌اند.

جدول شماره ۱۵: بررسی موانع زیر بنایی گردشگری از نگاه مسؤولان

سطح معنی‌داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۴	۱/۲۱	۴۶/۴	۲۸/۶	۷/۱	۱۴/۳	۳/۶	نامناسب بودن تسهیلات اقامتی و پذیرایی گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۹۶	۰/۹۴	۳۳/۳	۳۷	۲۲/۲	۷/۴	-	عدم وجود هیچ گونه طرح سرمایه گذاری انجام شده و یا در دست اقدام
۰/۰۰۰	۳/۷۹	۰/۸۷	۲۱/۴	۴۲/۹	۲۸/۶	۷/۱	-	عدم پاسخگویی امکانات بهداشتی و درمانی روستا به نیاز اهالی و گردشگران
۰/۰۰۰	۴/۳۵	۰/۸۴	۵۰	۲۵	۲۵	-	-	فصلی بودن حضور گردشگران و تراکم آنها در فصل کار در روستا
۰/۰۰۰	۳/۶۱	۰/۹۵	۱۷/۹	۳۹/۳	۲۸/۶	۱۴/۳	-	کمبود وسایل نقلیه عمومی جهت جابه جایی گردشگران در روستا
۰/۰۰۰	۳/۱۵	۱/۰۶	۳/۷	۴۴/۴	۲۲/۲	۲۲/۲	۷/۴	نزدیکی و یا عدم نزدیکی به مراکز

								بزرگ جهت استفاده از خدمات و امکانات
۰/۰۰۰	۳/۸۰	۰/۴۶	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۶، میانگین کل موانع فرهنگی و آموزشی در بحث گردشگری در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۵۳ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسئولان گردشگری مورد مطالعه می‌باشد. به عبارتی مسئولان موانع فرهنگی و آموزشی را از عوامل عدم رونق گردشگری ذکر کرده‌اند.

جدول شماره ۱۶: بررسی موانع فرهنگی و آموزشی گردشگری از نگاه مسئولان

سطح معنی‌داری	میانگین رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳/۰۴	۱/۰۱	۷/۴	۲۲/۲	۴۴/۴	۱۸/۵	۷/۴	عدم آشنایی روستائیان با مزایای مختلف گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۷۵	۰/۹۶	۲۵	۳۵/۷	۲۸/۶	۱۰/۷	-	کمبود افراد آموزش‌دیده به ویژه راهنما و بلد محلی جهت معرفی جاذبه‌ها
۰/۰۰۰	۳/۸۰	۰/۸۹	۱۴/۹	۳	۶۴/۳	۳/۶	۱۴/۳	عدم تمایل مردم بومی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۴۶	۱/۲۰	۲۱/۴	۳۲/۱	۲۵	۱۴/۳	۷/۱	تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا
۰/۰۰۰	۳/۹۶	۰/۹۸	۳۷	۲۹/۶	۲۵/۹	۴	۳/۴	عدم آشنایی و عدم آموزش روستائیان در ارتباط با نحوه برخورد با گردشگر
۰/۰۰۰	۳/۱۴	۱/۱۴	۱۴/۳	۲۱/۴	۳۵/۷	۲۱/۴	۷/۱	ترس از از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی و تغییر نوع آداب و رسوم
۰/۰۰۰	۳/۵۳	۰/۶۰	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۷ مربوط به موانع زیست - محیطی گردشگری از نگاه مسؤلان، میانگین کل موانع زیست محیطی در بحث گردشگری در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۰ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسؤلان گردشگری مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۱۷: بررسی موانع زیست - محیطی گردشگری از نگاه مسؤلان

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳/۳	۱/۲۲	۱۷/۹	۳۵/۷	۲۵	۱۰/۷	۱۰/۷	گردشگری تا چه حد موجب از بین رفتن باغات و مزارع می‌شود؟
۰/۰۰۰	۲/۸	۱/۲۰	۱۰/۷	۱۴/۳	۴۲/۹	۱۴/۳	۱۷/۹	افزایش عبور و مرور و راه‌پیمایی بر اثر ازدحام گردشگران
۰/۸۷	۲/۴۶	۱/۱۷	۳/۶	۱۷/۹	۲۵	۲۸/۶	۲۵	ایجاد آلودگی صوتی و بصری بر اثر حضور گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۵	۱/۲	۲۱/۴	۳۹/۳	۱۷/۹	۱۴/۳	۷/۱	افزایش زباله و پسماند توسط گردشگران
۰/۰۰۰	۳	۰/۹۱	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۸ مربوط به موانع بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه مسؤلان، میانگین کل موانع بازاریابی و تبلیغات در بحث گردشگری در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۴/۱۲ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسؤلان گردشگری مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۱۸: بررسی مشکلات بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه گردشگران

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۴/۲۶	۰/۸۵	۴۸/۱	۳۳/۳	۱۴/۸	۳/۷	-	کمبود تبلیغات و اطلاع رسانی از طریق صدا و سیما استانی و سازمان‌های مرتبط در خصوص تهیه کاتالوگ و بروشور
۰/۰۰۰	۳/۴۳	۱/۴۲	۳۵/۷	۱۰/۷	۲۵	۱۷/۹	۱۰/۷	نبودن هیچ گونه آمار در زمینه تعداد گردشگران و طبقه بندی آنها بر مبنای بخش بندی بازار
۰/۰۰۰	۴/۴۳	۰/۷۴	۵۷/۱	۲۸/۶	۱۴/۳	-	-	کمبود یا عدم دسترسی به وسایل ارتباطی نظیر پست و اینترنت و غیره
۰/۰۰۰	۴/۳۶	۰/۹۵	۶۰/۷	۲۱/۴	۱۰/۷	۷/۱	-	عدم وجود بازار جهت عرضه صنایع دستی و سوغات به گردشگران وارد-

شده								
کل	۰/۰۰۰	۴/۱۲	۰/۴۷	-	-	-	-	-

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۹ مربوط به موانع بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه مسؤلان، میانگین کل موانع بازاریابی و تبلیغات در بحث گردشگری در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۸۲ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد بالاتر از حدمتوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسؤلان گردشگری مورد مطالعه می باشد.

جدول شماره ۱۹: بررسی مشکلات مدیریتی و تصمیم‌گیری گردشگری از نگاه مسؤلان

سطح معنی‌داری	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۴/۲۹	۰/۸۹	۵۰	۳۵/۷	-	۷/۱	۷/۱	عدم وجود طرح و برنامه مدون در خصوص توسعه گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۸۹	۱/۰۳	۳۵/۷	۲۸/۶	۲۵	۱۰/۷	-	تداخل وظایف بین سازمان‌های مختلف مرتبط با روستا
۰/۰۰۰	۳/۴۶	۰/۹۲	۱۷/۹	۲۱/۴	۵۰	۱۰/۷	-	میزان اختیارات سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی
۰/۰۰۰	۳/۸۲	۰/۸۶	۱۷/۹	۵۷/۱	۱۴/۳	۷/۶	۳/۱	استفاده ناصحیح و عدم مدیریت جاذبه‌ها
۰/۰۰۰	۳/۷۹	۱/۱۹	۶۷/۹	۳۲/۷	۱۷/۹	۷/۱	۷/۱	فقدان قوانین حمایتی و تشویقی جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۰/۰۰۰	۴/۰۴	۱/۱۰	۴۲/۹	۳۲/۱	۱۴/۳	۷/۱	۳/۶	فقدان مهارت‌های مدیریتی در میان کشاورزان و روستائیان
۰/۰۰۰	۳/۶۱	۰/۹۱	۱۷/۹	۳۵/۷	۳۵/۷	۱۰/۷	-	عدم برخورداری از نهادهای

								اجتماعی (N.G.O) و ...
								مرتبط با گردشگران
۰/۰۰۰	۳/۸۲	۰/۴۵	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همچنین براساس گویه‌های جدول شماره ۲۰ مربوط به نارسایی‌های توسعه گردشگری از نگاه مسئولان، میانگین کل نارسایی‌های توسعه گردشگری در بین مسئولان در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۲۶ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسئولان مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۲۰: بررسی نارسایی‌های توسعه گردشگری از مسئولان

سطح معنی داری	میانگین رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۳/۰۱	۱/۴۲	۲۱/۴	۳۲/۱	۲۶	۱۳/۴	۷/۰	تأثیر کم درافزایش درآمد
۰/۰۰۰	۳/۴۱	۱/۵۳	۲۰	۳۲/۵	۲۴/۱	۱۲/۳	۸/۱	تأثیر کم در ایجاد اشتغال
۰/۰۰۰	۴/۰۱	۱/۳۴	۳۲/۱	۲۰/۴	۲۶/۱	۱۱/۳	۸/۱	پایین بودن سطح امکانات و خدمات
۰/۰۰۰	۳/۵۳	۱/۰۲	۳۲/۱	۲۸/۲	۱۸/۳	۱۴/۲	۵/۲	ناچیز بودن میزان توسعه گردشگری در روستاها
۰/۰۰۰	۳/۴۶	۱/۲۰	۲۱/۴	۳۲/۱	۲۵	۱۴/۳	۷/۱	عدم آشنایی ساکنان با توسعه گردشگری
۰/۰۰۰	۳/۶۴	۱/۱۰	۲۱	۳۲/۵	۲۵	۱۳	۸/۴	عدم رضایت گردشگر
۰/۰۰۰	۳/۲۶		-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

در جدول شماره ۲۱، همبستگی میان متغیرهای مستقل با وابسته نشان می‌دهد که بین موانع زیربنایی، آموزشی و فرهنگی و موانع زیست- محیطی با مشکلات توسعه گردشگری، همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد به طوری که می‌توان گفت هر چه این موانع و مشکلات افزایش یابد توسعه گردشگری با شدت بیشتری با مشکل مواجه می‌شود. ضمن اینکه موانع بازاریابی و مدیریتی رابطه معنی داری با متغیر وابسته نداشتند.

جدول شماره ۲۱: تحلیل رگرسیون چندمتغیره موانع و مشکلات موثر بر نارسایی توسعه گردشگری

متغیر وابسته (نارسایی های توسعه گردشگری)		متغیرهای مستقل
مقدار	سطح معناداری	
۰/۱۶	۰/۰۲۳	موانع زیربنایی
۰/۵۸	۰/۰۰۰	موانع آموزشی و فرهنگی
۰/۳۶	۰/۰۰۰	موانع زیست محیطی
۰/۱۲	۰/۰۷۷	موانع بازاریابی
۰/۰۹	۰/۹۲	موانع مدیریتی

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره ۲۲ همبستگی میان متغیرهای مستقل یعنی موانع زیربنایی، موانع آموزشی و فرهنگی، موانع زیست محیطی، موانع بازاریابی و متغیر وابسته را نشان می دهد. طبق این جدول موانع آموزشی و فرهنگی و موانع زیست محیطی در روستای «استاد» همبستگی مثبت و معنی داری را با متغیر وابسته نشان می دهد. در روستای «دشت» بین موانع آموزشی و فرهنگی، موانع زیست محیطی و بازاریابی همبستگی مثبت و معنی داری با متغیر وابسته نشان می دهد. در روستای «گلپان» موانع آموزشی و فرهنگی و موانع زیست محیطی همبستگی مثبت و معنی داری به متغیر وابسته نشان می دهد. در روستای موانع آموزشی و فرهنگی همبستگی بالایی با متغیر وابسته نشان می دهد. در روستای «روئین» موانع زیربنایی، آموزشی و فرهنگی، زیست محیطی همبستگی مثبت و معنی داری را با متغیر وابسته نشان می دهد. در روستای «اسفیدان» موانع آموزشی و فرهنگی همبستگی بالایی را با متغیر وابسته نشان می دهد. در روستای «درکش» موانع زیربنایی و آموزشی و فرهنگی و در روستای قلعه زو موانع آموزشی و فرهنگی و زیست محیطی همبستگی مثبت و معنی داری را با متغیر وابسته نشان داد.

جدول شماره ۲۲: همبستگی میان متغیرهای مستقل با متغیر وابسته به تفکیک روستا

نام روستا	وابسته	مستقل	عدم رونق توسعه گردشگری	
			ضریب همبستگی	سطح معنی داری
استاد	موانع زیربنایی	۰/۱۶	۰/۴	
	موانع آموزشی و فرهنگی	۰/۴۰	۰/۰۴	
	موانع زیست محیطی	۰/۳۷	۰/۰۵	
	موانع بازاریابی	۰/۱۸	۰/۵	
دشت	موانع زیربنایی	۰/۰۳	۰/۸	
	موانع آموزشی و فرهنگی	۰/۷۷	۰/۰۰۰	
	موانع زیست محیطی	۰/۴۹	۰/۰۲۳	
گلپان	موانع بازاریابی	۰/۵۰	۰/۰۲۱	
	موانع زیربنایی	-۰/۰۹	۰/۷	
	موانع آموزشی و فرهنگی	۰/۴۷	۰/۰۳۲	
	موانع زیست محیطی	۰/۴۲	۰/۰۵۵	
زوارم	موانع بازاریابی	-۰/۲۴	۰/۲۶	
	موانع زیربنایی	۰/۱۴	۰/۵۱	
	موانع آموزشی و فرهنگی	۰/۵۵	۰/۰۰۵	

۰/۱۰	۰/۳۵	موانع زیست محیطی	روئین
۰/۳۵	۰/۱۹	موانع بازاریابی	
۰/۰۰۳	۰/۶۲	موانع زیربنایی	
۰/۰۱۴	۰/۵۳	موانع آموزشی و فرهنگی	
۰/۰۳۸	۰/۴۶	موانع زیست - محیطی	
۰/۴۶	-۰/۱۷	موانع بازاریابی	
۰/۱۸	۰/۲۷	موانع زیربنایی	اسفیدان
۰/۰۰۷	۰/۵۳	موانع آموزشی و فرهنگی	
۰/۱۵	۰/۲۹	موانع زیست- محیطی	
۰/۳۸	۰/۱۸	موانع بازاریابی	
۰/۰۵۲	۰/۴۳	موانع زیربنایی	درکش
۰/۰۰۰	۰/۸۶	موانع آموزشی و فرهنگی	قلعه زو
۰/۷۹	۰/۰۶	موانع زیست محیطی	
۰/۳۷	۰/۲۳	موانع بازاریابی	
۰/۳۴	-۰/۲۲	موانع زیربنایی	
۰/۰۰۴	۰/۶۱	موانع آموزشی و فرهنگی	
۰/۰۰۰	۰/۷۴	موانع زیست محیطی	
۰/۳۶	۰/۲۰	موانع بازاریابی	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره ۲۳ نتایج مقایسه زوجی (آزمون LSD) سه گروه ساکنان روستایی، گردشگران روستایی و مسئولان را نشان می دهد. که در آن بین دیدگاه های مسئولان و ساکنان (با تفاوت میانگین ۰/۵۷۶) تفاوت معنی داری وجود دارد به طوری که مسئولان نسبت به ساکنان ارزش بیشتری برای موانع فرهنگی و آموزشی قائل هستند. همچنین بین دیدگاه های مسئولان و گردشگران (با تفاوت میانگین ۰/۳۸۳) تفاوت معنی داری وجود دارد که باز هم مسئولان نسبت به گردشگران ارزش بیشتری برای موانع فرهنگی و آموزشی قائل هستند. ضمن اینکه بین ساکنان و گردشگران تفاوت معنی داری وجود نداشت.

جدول شماره ۲۳: تفاوت دیدگاه های سه گروه در زمینه موانع فرهنگی و آموزشی

گروه	گروهها	تفاوت میانگین	سطح معنی داری	نتیجه
مسئولان	ساکنان	۰/۵۷۶	۰/۰۰۱	رد فرضیه صفر
	گردشگران	۰/۳۸۳	۰/۰۲۷	رد فرضیه صفر
ساکنان	گردشگران	-۰/۱۹۳	۰/۱۰۶	پذیرش فرضیه صفر

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره ۲۴ نتایج مقایسه زوجی (آزمون LSD) سه گروه ساکنان روستایی، گردشگران روستایی و مسئولان را نشان می دهد. که در آن بین دیدگاه های مسئولان و گردشگران (با تفاوت میانگین ۰/۵۲۱) تفاوت معنی داری وجود دارد به

طوری که مسؤولان نسبت به گردشگران ارزش بیشتری برای موانع زیست- محیطی قائل هستند. بین دیدگاه‌های ساکنان و گردشگران (با تفاوت میانگین ۰/۵۳۴) تفاوت معنی داری وجود دارد که ساکنان نسبت به گردشگران ارزش بیشتری برای موانع زیست محیطی قائل هستند. ضمن اینکه بین مسؤولان و ساکنان تفاوت معنی داری وجود نداشت. یا به عبارتی ساکنان و مسؤولان در مورد موانع زیست محیطی تقریباً اتفاق نظر دارند.

جدول شماره ۲۴: تفاوت دیدگاه‌های سه گروه در زمینه موانع زیست- محیطی

گروه	گروهها	تفاوت میانگین	سطح معنی داری	نتیجه
مسئولان	ساکنان	۰/۰۱۳	۰/۹۴	رد فرضیه صفر
	گردشگران	۰/۵۲۱	۰/۰۱۲	پذیرش فرضیه صفر
ساکنان	گردشگران	۰/۵۳۴	۰/۰۰۰	رد فرضیه صفر

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره ۲۵ میانگین رتبه ای روستاهای نمونه را بر اساس شاخص‌های مربوط به موانع توسعه گردشگری را نشان می‌دهد. براساس این جدول بالاترین میانگین رتبه‌ای در ارتباط با موانع زیربنایی مربوط به روستای قلعه زو به میزان ۱۱۴/۴۸ و پایین‌ترین میانگین رتبه ای در روستای گلیان با ۳۷/۱۲ دیده می‌شود. یعنی موانع زیربنایی در روستای قلعه زو نسبت به روستای گلیان از شدت بیشتری برخوردار بوده است.

جدول شماره ۲۵: رتبه‌بندی روستاهای مورد مطالعه براساس شاخص‌های مربوط به موانع توسعه گردشگری

روستاهای نمونه	موانع زیربنایی		موانع آموزشی و فرهنگی		موانع زیست محیطی		موانع بازاریابی	
	تعداد	میانگین رتبه- ای **	تعداد	میانگین رتبه- ای **	تعداد	میانگین رتبه- ای **	تعداد	میانگین رتبه- ای **
استاد	۲۴	۱۰۹/۴۸	۲۵	۱۱۴/۲۴	۲۴	۶۲/۵۲	۲۶	۱۲۶/۱۰
دشت	۲۰	۸۸/۴۰	۲۰	۱۰۱/۳۰	۲۱	۱۰۲/۷۶	۲۱	۶۷/۰۲
گلیان	۱۷	۳۷/۱۲	۲۱	۴۷/۶۰	۲۰	۶۲/۶۲	۲۲	۷۲/۳۰
زوارم	۲۳	۹۰/۶۵	۲۴	۸۲/۲۳	۲۳	۸۷/۰۴	۲۴	۸۰/۴۰
روئین	۲۰	۴۸/۱۸	۲۰	۷۶/۶۵	۲۰	۹۱/۵۵	۲۰	۷۱/۴۰
اسفیدان	۲۴	۷۱/۷۹	۲۴	۷۸	۲۵	۱۱۱/۳۴	۲۵	۷۲/۲۶
درکش	۱۶	۹۰/۱۶	۱۶	۱۰۱/۷۸	۱۷	۹۴	۱۷	۱۰۵/۶۲
قلعه زو	۲۰	۱۱۴/۴۸	۲۰	۸۳/۵۸	۲۰	۶۶/۸۸	۲۱	۱۱۱/۴۳
تعداد	۱۶۴	-	۱۷۰	-	۱۷۰	-	۱۷۶	-

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۰

** معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جهت بررسی میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته از تحلیل رگرسیون چندمتغیره با روش Enter استفاده شده است. جدول شماره ۲۶ نتایج برازش مدل رگرسیون را نشان می‌دهد که به ترتیب از چپ به راست مقادیر ضریب همبستگی چندگانه، ضریب تعیین چندگانه، ضریب تعیین چندگانه تعدیل شده محاسبه شده است که با توجه به مقدار ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۶۷۹ مشخص می‌شود که متغیرهای مستقل حدود ۶۷ درصد از تغییرات وابسته را تبیین می‌کند. مقدار P-Value برابر با ۰/۰۰۰ که از ۰/۰۵ کوچکتر است. بنابراین مدل برای تحلیل رگرسیون با اطمینان ۹۹ درصد از لحاظ آماری معنی دار است.

جدول شماره ۲۶: نتایج برازش مدل رگرسیون چندگانه

نتیجه	سطح معنی داری p-value	آماره F	ضریب تعیین تعدیل شده Adjusted R ²	ضریب تعیین R ²	ضریب همبستگی R
مدل معنی دار است	۰/۰۰۰	۹/۸۹	۰/۶۷۹	۰/۷۵۶	۰/۸۶۹

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به جدول شماره ۲۷ مقدار ثابت موانع توسعه گردشگری در سطح معنی داری ۰/۰۳ برابر با ۳/۶۷۹- است. میزان تأثیر موانع بازاریابی بر متغیر وابسته در سطح معنی داری ۰/۰۲۳ برابر با ۰/۳۲۱ می باشد. یعنی یک واحد انحراف استاندارد در تغییرات موانع بازاریابی، باعث ۰/۳۲۱ تغییر در عدم توسعه گردشگری می شود. موانع آموزشی و فرهنگی نیز اثر افزایشی بر مشکلات توسعه گردشگری دارد، و میزان این اثر در سطح معنی داری ۰/۰۰۱ برابر با ۰/۶۱۲ می باشد. یعنی یک واحد انحراف استاندارد در موانع آموزشی و فرهنگی، باعث ۰/۶۱۲ تغییر در موانع توسعه گردشگری می شود. لذا موانع آموزشی و فرهنگی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر عدم رونق گردشگری بوده است. میزان تأثیر موانع مدیریتی و تصمیم گیری بر متغیر وابسته در سطح معنی داری ۰/۰۳۶ برابر با ۰/۳۲۳ می باشد. یعنی یک واحد انحراف استاندارد در تغییرات موانع مدیریتی و تصمیم گیری، باعث ۰/۳۲۳ تغییر در عدم توسعه گردشگری می شود. بنابراین موانع مدیریتی و تصمیم گیری بر عدم توسعه گردشگری تأثیر دارد.

جدول شماره ۲۷: تحلیل رگرسیون چندگانه

نتیجه	سطح معنی داری	آماره t	ضریب استاندارد(بتا)	ضریب متغیر	متغیرهای مستقل
در مدل معنی دار است	۰/۰۳	-۲/۳۶۳	-	-۳/۶۷۹	مقدار ثابت
در مدل معنی دار است	۰/۰۲۳	۲/۵۰	۰/۳۲۱	۰/۶۶۳	موانع بازاریابی
در مدل معنی دار نیست	۰/۱۱	۰/۶۶۳	۰/۲۴۳	۰/۵۴۹	موانع زیربنایی
در مدل معنی دار است	۰/۰۰۱	۴/۱۹۶	۰/۶۱۲	۱/۱۶۳	موانع آموزشی و فرهنگی
در مدل معنی دار نیست	۰/۱۰۳	۱/۷۲۷	۰/۲۳۹	۰/۲۵۹	موانع زیست- محیطی
در مدل معنی دار است	۰/۰۳۶	۲/۲۸۴	۰/۳۲۳	۰/۷۱۹	موانع مدیریتی

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

موانع زیربنایی بر نارسایی های توسعه گردشگری تأثیر افزایشی داشته، به طوری که می توان گفت هرچه موانع زیربنایی افزایش می یابد، نارسایی های توسعه گردشگری نیز افزایش پیدا می کند.

جدول شماره ۲۸: نتایج متغیرهای تحقیق

نتیجه آزمون	مقدار احتمال آزمون	میزان همبستگی	نوع ضریب همبستگی	سطح سنجش متغیر
رد فرضیه صفر	۰/۰۲۳	۰/۱۶	پیرسون	فاصله ای

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به سطح سنجش دو متغیر (فاصله ای) از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون (جدول ۲۸) مشاهده می شود که مقدار احتمال آزمون برابر با ۰/۰۲۳ می باشد که از ۰/۰۵ کمتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیر نارسایی های توسعه گردشگری و موانع زیر بنایی رد می شود. یعنی موانع زیربنایی باعث افزایش نارسایی های توسعه گردشگری می گردد. موانع آموزشی و

فرهنگی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری تأثیر افزایشی داشته، به طوری که می‌توان گفت هرچه موانع آموزشی و فرهنگی شدت می‌یابد، نارسایی‌های توسعه گردشگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

ادامه جدول شماره ۲۸: نتایج متغیرهای تحقیق

سطح سنجش متغیر	نوع ضریب همبستگی	میزان همبستگی	مقدار احتمال آزمون	نتیجه آزمون
فاصله‌ای	پیرسون	۰/۵۸	۰/۰۰۰	رد فرضیه صفر

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون مشاهده می‌شود که مقدار احتمال آزمون از ۰/۰۵ کمتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیر نارسایی‌های توسعه گردشگری و موانع آموزشی و فرهنگی رد می‌شود. یعنی موانع آموزشی و فرهنگی، افزایش نارسایی‌های توسعه گردشگری را به دنبال دارد. موانع زیست‌محیطی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری تأثیر افزایشی داشته، به طوری که می‌توان گفت هرچه موانع زیست-محیطی افزایش می‌یابد، نارسایی‌های توسعه گردشگری نیز شدت پیدا می‌کند.

ادامه جدول شماره ۲۸: نتایج متغیرهای تحقیق

سطح سنجش متغیر	نوع ضریب همبستگی	میزان همبستگی	مقدار احتمال آزمون	نتیجه آزمون
فاصله‌ای	پیرسون	۰/۳۶	۰/۰۰۰	رد فرضیه صفر

با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون مشاهده می‌شود که مقدار احتمال آزمون برابر با ۰/۰۰۰ می‌باشد که از ۰/۰۵ کمتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیر نارسایی‌های توسعه گردشگری و موانع زیست-محیطی رد می‌شود. یعنی موانع زیست-محیطی باعث افزایش نارسایی‌های توسعه گردشگری می‌گردد. موانع بازاریابی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری تأثیر افزایشی داشته، به طوری که می‌توان گفت هرچه موانع بازاریابی افزایش می‌یابد، نارسایی‌های توسعه گردشگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

ادامه جدول شماره ۲۸: نتایج متغیرهای تحقیق

سطح سنجش متغیر	نوع ضریب همبستگی	میزان همبستگی	مقدار احتمال آزمون	نتیجه آزمون
فاصله‌ای	پیرسون	۰/۱۲	۰/۰۷۷	پذیرش فرضیه صفر
Sig=۰/۰۲۳ $\beta=۰/۳۲۱$				

ضمن اینکه تحلیل رگرسیون را نیز مد نظر قرار دادیم. با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون مشاهده می‌شود که مقدار احتمال آزمون برابر با ۰/۰۷۷ می‌باشد که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی دار بین متغیر نارسایی‌های توسعه گردشگری و موانع بازاریابی پذیرفته می‌شود. یعنی موانع زیست‌محیطی باعث افزایش نارسایی‌های توسعه گردشگری نمی‌گردد. اما در تحلیل رگرسیون تأثیر افزایشی ($\beta=۰/۳۲۱$) در سطح معناداری ($Sig=۰/۰۲۳$) مورد پذیرش واقع شده است.

موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری بر نارسایی‌های توسعه گردشگری تأثیر افزایشی داشته، به طوری که می‌توان گفت هرچه موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری افزایش می‌یابد، نارسایی‌های توسعه گردشگری نیز افزایش پیدا می‌کند.

ادامه جدول شماره ۲۸: نتایج متغیرهای تحقیق

سطح سنجش متغیر	نوع ضریب همبستگی	میزان همبستگی	مقدار احتمال آزمون	نتیجه آزمون
فاصله‌ای	پیرسون	۰/۰۹	۰/۹۲	پذیرش فرضیه صفر
$\beta=۰/۳۲۳$ $Sig=۰/۰۳۶$				

ضمن اینکه در این فرضیه نیز تحلیل رگرسیون را نیز مدنظر قرار دادیم. با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون مشاهده می‌شود که مقدار احتمال آزمون برابر با ۰/۹۲ می‌باشد که از ۰/۰۵ بزرگتر است. بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی‌دار بین متغیر نارسایی‌های توسعه گردشگری و موانع بازاریابی پذیرفته می‌شود. یعنی موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری رابطه چندانی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری ندارد. اما در تحلیل رگرسیون تأثیر افزایشی ($\beta=۰/۳۲۳$) در سطح معناداری ($Sig=۰/۰۳۶$) مورد پذیرش واقع شده است. یعنی موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری، تأثیر افزایشی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بین موانع آموزشی و فرهنگی و مشکلات مربوط به توسعه گردشگری همبستگی مثبت و معنادار نسبتاً قوی ($r=۰/۵۸$) وجود دارد که مطابق با آن افزایش موانع آموزشی و فرهنگی افزایش مشکلات توسعه گردشگری را با شدت بیشتری به دنبال دارد. و بین موانع و مشکلات زیست‌محیطی نیز همبستگی مثبت و معنی‌داری ($r=۰/۳۶$) وجود دارد که بعد از موانع آموزشی و فرهنگی در جایگاه دوم و همچنین بین موانع زیربنایی و مشکلات توسعه گردشگری همبستگی مثبت و معنی‌داری ($r=۰/۱۶$) وجود دارد به لحاظ اهمیت در جایگاه بعدی قرار می‌گیرد. ضمن اینکه موانع بازاریابی ($r=۰/۱۲$) و مدیریتی ($r=۰/۰۹$) رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته نداشتند اگرچه در تحلیل رگرسیون تأثیر افزایشی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری دارند. بنابراین انجام اقدامات لازم و فراهم کردن امکانات و خدمات برای رفع مشکلات آموزشی و فرهنگی به عنوان تأثیرگذارترین عامل بر ضعف توسعه گردشگری در روستاهای هدف از طریق فراهم نمودن زمینه‌های ترویج و تقویت فرهنگ گردشگری در بین ساکنان بومی، تدوین برنامه‌های آموزشی، اجتماعی و فرهنگی در سطوح گوناگون، زمینه‌سازی و تشویق مردم روستاها برای مشارکت در توسعه زیر ساختارها، تجهیزات و تسهیلات گردشگری، آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در زمینه نحوه برخورد با گردشگران در روستاها و برقراری نوعی تعادل و توازن بین نیازهای گردشگران، حمایت از محیط زیست و جامعه محلی و تأکید بر سه نکته مهم: کیفیت، حفظ و دوام و تعادل (گردشگری پایدار) می‌تواند از مشکلات و اثرات سوء زیست‌محیطی در روستاهای هدف کاست. در خصوص موانع زیربنایی نیز با احیاء و توسعه زیر ساخت‌های گردشگری روستاها و نیز توسعه و بهبود مسیرهای دسترسی و سودآوری خدمات و فعالیت‌های گردشگری برای جمعیت میزبان از طریق متنوع سازی جاذبه‌ها می‌توان در جهت تعدیل و رفع مشکلاتی از این دست در روستاهای هدف تلاش نموده و در زمینه موانع مدیریتی نیز جلوگیری از تداخل وظایف سازمان‌های مرتبط و سیاستگذاری مشترک توسط آنها، تأکید بر حضور مردم محلی در فرآیند توسعه گردشگری و... و معرفی و شناساندن جاذبه‌ها و محصولات گردشگری روستاهای هدف به سایر مناطق از طریق چاپ بروشور، بیلبرد و حتی تبلیغات تلویزیونی در شبکه استانی و یا سراسری و سایر اقدامات مرتبط در راستای رفع مشکلات و موانع مربوط به بازاریابی روستاهای هدف در زمینه توسعه گردشگری گام برداشت

منابع

- افتخاری، عبدالرضا رکن الدین و مهدوی، داوود، ۱۳۸۵، راهکارهای توسعه‌ی گردشگری روستایی با استفاده دهستان لواسان کوچک از مدل سوات، فصل نامه مدرس علوم انسانی، دوره ی ۱۰، شماره ی ۲: صص ۳۰-۱.
- بدری، سیدعلی، حسام، مهدی، چراغی، مهدی، ۱۳۹۲، تحلیل عوامل تأثیرگذار بر وضعیت بازاریابی گردشگری روستایی در یک حوزه‌ی کلانشهری از دیدگاه کارشناسان؛ مورد: روستاهای شمال تهران، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری سال دوم، شماره‌ی ۷، صص ۹۴-۸۱.
- رحیمی، حمید، ۱۳۸۱، جهانگردی روستایی و قلمرو آن، ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره‌ی ۱۸۵، صص ۲۳۰-۲۱۸.
- رضوانی، محمدرضا؛ صفایی، جواد ۱۳۸۴، گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید (مورد: نواحی روستایی شمال تهران)، پژوهش‌های جغرافیا، ش ۵۴، صص ۱۲۱-۱۰۹.
- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، توسعه‌ی گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران.
- سقایی، مهدی، ۱۳۸۲، گردشگری روستایی و توسعه، مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ی جهانگردی در ایران، دانشگاه علامه طباطبایی، صص ۱۸-۱.
- قادری، اسماعیل، ۱۳۸۲، نقش گردشگری روستایی در توسعه‌ی روستایی پایدار، رساله‌ی دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس.
- قادری، زاهد، ۱۳۸۳، اصول برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی، سازمان همیاری شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
- قاسمی، ایرج؛ ۱۳۸۸، برنامه‌ریزی کالبدی حوزه‌های روستایی، ناشر: بنیادمسکن انقلاب اسلامی.
- Briedenhann, j. and Wickens, E. (2004). Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of rural areas: Vibrant Hope or Impossible Dream, *Tourism Management*, 25(1): 71-79.
- Lepp A. 2007. A case study of Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, Vol. 28, No. 1, pp. 876-885
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman, M., 2005, The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development, *Journal of Cleaner Production* No.13.
- Lewis, A. (1996). Rationalising a Tourism Curriculum for Sustainable Tourism Development in Small Island States: A Stakeholder Perspective, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 4(2): 4-15.
- Rosa Mari'a Yagu'e, Perales: *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 4, pp. 1101-1110, 2002-
- Royo-Vela, M. 2008. "Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement". *Tourism Management*, pp.1-10, journal homepage
- Sehofield, P. (1996). Cinematographic images of a city: Alternative heritage tourism in Manchester, *Tourism Management*, 17(5): 333-340.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus, *Tourism Management*, 23(3): 233-244.

استاد