



## Analyzing Components of Community-Based Tourism Development in Rural Areas; Case of Marivan and Sarvabad Counties

Hojjat Varmazyari \* 

Assistant Professor, Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Iran

Marziyeh Fathi 

Master's degree in rural development, University of Tehran, Iran

Khalil Kalantari 

Professor, Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Iran

Mohammad Asef Shaiq 

Graduate student in rural development, Teaching assistant, Department of Agricultural Economics and Development, Faculty of Agriculture, Baghlan University, Baghlan 3601, Afghanistan.

### Abstract

Rural tourism as a global industry has been considered an effective solution for rural development. One of the most important issues in rural tourism is that it is community-based. Community-based tourism aims to create economic benefits and improve the quality of life for the local communities. The first and most important principle in community-based tourism is the participation of all stakeholders in the

---

- The present article is taken from the master's thesis of rural development field of Tehran University.

\* Corresponding Author: Varmazyari@ut.ac.ir

**How to Cite:** Varmazyari, H., Fathi, M., kalantari, K., & Shaiq, M. A. (2023). Analyzing components of community-based tourism development in rural areas; case of Marivan and Sarvabad counties, *Tourism Management Studies*, 18(62), 241 - 268. doi: 10.22054/tms.2023.73671.2838

planning and development process. However, in developing countries, its realization has been faced with problems. This research was conducted to analyze the components of community-based rural tourism development in Marivan and Sarvabad cities.

**Keywords:** Community-based tourism, Empowerment, Local community, Quality of life

### **Materials and Methods**

The statistical population was the villagers over 15 years old (women and men, marginal strata, and local elites) in the villages with high potential for tourism in Marivan and Sarvabad Counties of Kurdistan province. A survey method was used to collect information. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. In addition to dispersion and centrality statistics, inferential tests of mean comparison and exploratory factor analysis were used to analyze the data.

### **Discussion and Results**

From the point of view of different strata of rural society, the most important component of community-based rural tourism development is "inclusiveness and horizontal networking. " In this regard, facilitators and governmental and non-governmental agents of rural tourism should consider a suitable mechanism to strengthen the dialogue and exchange of opinions between the representatives of different sections of the villagers, the participation of the poor sections in the decision-making and planning process, and the division of social responsibilities among the villagers. "Empowerment and strengthening of infrastructures" are the second component that can be effective in developing community-based tourism, especially by creating a sense of collective identity among villagers and education and raising awareness. "Open and demand-oriented innovation" has been the third effective component in developing community-based


tourism. In this regard, it is emphasized to use the advice and help of external experts and produce local products based on market needs. The fourth component, "preserving local authenticity," is another important component in developing community-based rural tourism. Strengthening the sense of belonging and employing villagers will preserve and strengthen cultural authenticity and realize the community-based approach. The last extracted component emphasizes profit and fair participation as a condition for realizing the community-based approach in rural tourism development.


### **Conclusion**


This study can play a major role in providing correct insight to the authorities on promoting local communities' participation in the tourism industry and their benefits. Among the solutions that are suggested concerning the topic of the present study is the emphasis on the development of low-cost rural tourism projects, which by providing the gradual and successful entry of marginalized groups into the process of planning and development of rural tourism at the end, lead to the empowerment of the people experiencing poverty and the use of the high potential of rural women.




## تحلیل مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع محور در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: شهرستان‌های مریوان و سروآباد

حجت ورمزیای \*  استادیار گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، ایران

مرضیه فتحی  دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه تهران، ایران

خلیل کلانتری  استاد گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، ایران

محمد آصف شایق  دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، عضو گروه اقتصاد و توسعه زراعتی، دانشکده زراعت، دانشگاه بغلان، بغلان ۳۶۰۱، افغانستان

### چکیده

یکی از اهداف گردشگری اجتماع محور، ایجاد منافع برای جامعه محلی است و با این وجود، در کشورهای در حال توسعه، تحقق آن با مشکلاتی همراه بوده است. در این راستا، مطالعه حاضر با هدف تحلیل مؤلفه‌های توسعه گردشگری روستایی با رویکرد اجتماع محور انجام شد. جامعه آماری این تحقیق، روستاییان بالای ۱۵ سال در روستاهای هدف گردشگری شهرستان‌های مریوان و سروآباد استان کردستان بود. به منظور تحلیل داده‌ها از آماره‌های توصیفی و استنباطی از جمله مقایسه میانگین و تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. یافته‌های تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد، به ترتیب مؤلفه‌های «شمول‌گرایی و شبکه‌سازی افقی»، «توانمندسازی و تقویت زیرساخت‌ها»، «نوآوری باز و تقاضامحوری»، «حفظ اصالت محلی» و «انتفاع و مشارکت عادلانه» از مهمترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع محور در نواحی روستایی به‌شمار می‌رود. این مطالعه می‌تواند نقش عمده‌ای در ارائه بیش‌تر صحیح در زمینه چگونگی ارتقا مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری و انتفاع آن‌ها داشته باشد.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری اجتماع محور، توانمندسازی، جامعه محلی، کیفیت زندگی، نواحی روستایی.

– مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته توسعه روستایی دانشگاه تهران است.

\* نویسنده مسئول: Varmazyari@ut.ac.ir

## مقدمه

توسعه گردشگری می‌تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی مناسبی را در بر داشته باشد، مشروط بر اینکه برنامه‌ریزی صحیح انجام شود. امروزه یکی از بزرگترین و وسیع‌ترین صنایع رو به رشد کشورها، صنعت گردشگری می‌باشد (Yanes et al., 2019; Figini et al., 2022; Arintoko et al., 2020)، به طوری که بسیاری از کشورها با به کارگیری این صنعت توانسته‌اند وضعیت اقتصادی و اجتماعی خویش را تا حدودی بهبود بخشند. در واقع، این صنعت یکی از شناخته‌شده‌ترین و مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی است و پرشتاب‌ترین رشد را در میان صنایع جهان دارا بوده و عامل مهمی در توسعه اقتصاد ملی و محلی در سراسر جهان به حساب می‌آید (Ren et al., Scott & Lemieux, 2010; Manzoor et al., 2019; Khan & 2019).

در ابتدا تصور بر آن بود که منافع ناشی از توسعه گردشگری به صورت خودکار در اختیار جوامع محلی قرار می‌گیرد؛ هرچند عمدتاً غلبه رویکرد بالا به پایین در برنامه‌ریزی‌ها، در عمل سبب توزیع نامتوازن منافع بین ذی‌نفعان شد، از اواسط دهه ۱۹۹۰ الگوی جدیدی از گردشگری که در پی جلب حداکثری مشارکت جامعه محلی بود، با عنوان «گردشگری اجتماع‌محور» محبوبیت یافت. گردشگری اجتماع‌محور با معکوس‌سازی فرآیند توسعه، به شکل پایین به بالا تلاش می‌کند تا مشارکت واقعی و همه‌جانبه جامعه محلی را در همه سطوح توسعه فراهم سازد (Emami et al., 2021). گردشگری اجتماع‌محور، یک برنامه یا اقدام گروهی از جامعه است که تصمیم گرفته‌اند در یک صنعت گردشگری محلی در مقیاس کوچک تا متوسط شرکت کنند و آن را توسعه دهند. گردشگری اجتماع‌محور که توسط جوامع محلی آغاز و هدایت می‌شود، به احتمال زیاد نتایج مطلوب اجتماعی و اقتصادی را به حداکثر می‌رساند (Zielinski et al., 2020; Van Breugel, 2013).

وقتی جامعه‌ای تحت تأثیر توسعه گردشگری قرار می‌گیرد، ساکنانی که به آن جامعه حس تعلق دارند، سعی می‌کنند تغییرات منفی احتمالی را به حداقل رسانده و تأثیرات مثبت توسعه گردشگری را به حداکثر برسانند. علاوه بر این، آن‌ها ترغیب می‌شوند تا مسیر توسعه گردشگری را همسو با خواسته‌های اعضای جامعه هدایت کنند (Kontogeorgopoulos

(Duangsaeng, 2014). گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که معمولاً به صورت کوچک‌مقیاس، در مناطق روستایی شکل می‌گیرد و بهبود سطح معیشت و کیفیت زندگی جامعه محلی یکی از اهداف آن به‌شمار می‌رود (Hajarian, 2022). گردشگری روستایی چنانچه با رویکرد اجتماع‌محور توسعه یابد، قادر به اثرگذاری بر کاهش فقر، تنوع‌بخشی به اقتصاد روستا (Croes, 2014) و رونق فروش محصولات محلی افراد جامعه روستایی (Lee, 2013) خواهد شد. این در حالی است که بنا بر شواهد، توسعه گردشگری در اغلب مناطق روستایی به صورت اجتماع‌محور شکل نمی‌گیرد و منافع و درآمدهای ناشی از توسعه گردشگری در اختیار بخش محدودی از جامعه محلی و گاهی در اختیار سرمایه‌گذاران بیرونی قرار می‌گیرد (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). با این وجود، ساکنان جامعه محلی استحقاق بالایی برای بهره‌مندی از درآمدهای متکی بر جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی خود دارند.

استان کردستان، یکی از استان‌های غربی ایران است که روستاهای آن به دلیل داشتن طبیعت بکر و زیبا و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی از استعداد بالایی برای جذب گردشگر برخوردار می‌باشد. طی سال‌های گذشته، این استان به‌طور میانگین سالیانه، میزبان بیش از ۱۰۲ هزار گردشگر داخلی و خارجی بوده است که نزدیک به ۹۷ هزار نفر از این گردشگران داخلی و ۵ هزار نفر نیز گردشگر خارجی هستند<sup>۱</sup> (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کردستان، ۱۴۰۰). بر اساس آمار رسمی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کردستان، مقصد نهایی بیش از نیمی از این گردشگران، غرب استان یعنی شهرستان‌های مریوان و سروآباد است. این منطقه از غرب کشور، به دلیل وجود آب‌وهوای معتدل و کوهستانی، سرشار از کوه‌ها و رودهای خروشان است. جاده‌های پر پیچ‌وخم، دره‌های سرسبز و چشمه‌های روان در این مناطق، جلوه‌های خاصی از طبیعت را خلق کرده‌اند. به‌عنوان نمونه می‌توان دریاچه زریوار در جوار شهر مریوان و منطقه سرسبز اورامان در حد فاصل شهرستان‌های سروآباد و مریوان را نام برد. در کنار این ویژگی‌های طبیعی، این مناطق دارای ویژگی‌های منحصر به فرد اجتماعی و فرهنگی هستند که ریشه در باورهای کهن مردم محلی دارد. مجموع این خصوصیات

---

1. <https://kurdistan.mcth.ir>

جغرافیایی و فرهنگی - اجتماعی، باعث شده غرب استان کردستان قابلیت‌های ویژه‌ای برای توسعه گردشگری داشته باشد.

با این وجود، بر اساس مصاحبه‌های اولیه و نیز مشاهدات عینی، می‌توان گفت منافع گردشگری در این مناطق به صورت نامتوازن توزیع شده و در اختیار آحاد جامعه محلی قرار نگرفته است. به طوری که اکثر ساکنان محلی در برنامه‌ریزی گردشگری، مشارکتی نداشته و از منابع و درآمدهای حاصل شده، نفع چندانی نمی‌برند. تنها تعداد اندکی از ساکنان توانسته‌اند با راه‌اندازی سایت‌ها یا اقامتگاه‌های بومگردی به صورت فردی یا خانوادگی کسب درآمد نمایند. این در حالی است که در گردشگری اجتماع محور، گروه قابل توجهی از مردم محلی بر توسعه گردشگری کنترل دارند و در مدیریت گردشگری شرکت می‌کنند و سهم بزرگی از مزایای کسب شده به اکثریت اجتماع محلی تعلق می‌گیرد (Häusler & Strasdas, 2003). این موضوع نشان می‌دهد، گردشگری در این مناطق به طور چشمگیری از رویکرد اجتماع محور تبعیت نمی‌کند.

با وجود این مسئله، تحقیقات تجربی انجام شده در زمینه گردشگری اجتماع محور در ایران، مؤلفه‌های اثرگذار بر مشارکت و انتفاع جوامع محلی در توسعه گردشگری را بررسی و تبیین نکرده‌اند. این کمبود از جمله در مورد غرب استان کردستان که نمونه برجسته‌ای از مناطق هدف گردشگری روستایی ایران است، موضوعیت دارد. مشخص نیست که سیاست‌گذاران و مجریان به خصوص در غرب استان کردستان باید به چه مؤلفه‌هایی توجه داشته باشند تا گردشگری، نقش بیشتری در بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی داشته باشد. لذا در این پژوهش سعی بر آن است تا مهمترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری روستایی اجتماع محور را در غرب استان کردستان شناسایی کند و از این طریق بتواند در گشودن ادبیات جدید و گسترش هر چه بیشتر این نوع گردشگری کمک نماید. با شناسایی مؤلفه‌های مذکور و تحقق آن‌ها می‌توان کنترل جوامع محلی بر طرح‌های گردشگری و انتفاع ایشان از طرح‌های مذکور را ارتقا بخشید.

### پیشینه پژوهش

مفهوم گردشگری اجتماع محور در ارتباط نزدیک با گردشگری فقرزدا، به عنوان حداکثرکننده منافع جهت کاهش فقر از طریق توسعه راهکارهای مناسب و با افزایش



همکاری بین تمامی گروه‌های اصلی و جامعه محلی تعریف شده است. کشورها با به‌کارگیری این رهیافت توانسته‌اند وضعیت جوامع محلی خویش را بهبود بخشند و به‌کارگیری این صنعت از امیدوارکننده‌ترین روش‌های حفاظت از منابع طبیعی، تولید درآمد محلی و کاهش فقر و تقویت فرهنگ به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، ظاهر شده است (Heydari & Maleki, 2015).

در حوزه گردشگری اجتماع محور در ایران، پژوهش‌های زیادی از جنبه‌های گوناگون انجام شده است. صفراآبادی و طبیعی (۱۳۹۵)، طی تحقیقی که جامعه آماری آن ۴۰ نفر از مدیران شهری و ۳۴۰ نفر از گردشگران بوده، با عنوان «توسعه گردشگری اجتماع محور با تأکید بر جنبه‌های قومی - محلی» به این نتیجه رسیده‌اند که فرهنگ‌سازی در خصوص توسعه گردشگری قومی می‌تواند پویایی و سرزندگی، تلاش برای کسب درآمد بیشتر، حفظ ارزش افزوده فعالیت‌ها در منطقه و برای افراد بومی، جلوگیری از مهاجرت و در نهایت، رضایت بیشتر شهروندان را به دنبال داشته باشد. سقایی، جوانبخت و عیدی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در نواحی روستایی» که جامعه آماری آن ۸۰ نفر کارشناس و متخصص گردشگری بوده، به این نتیجه دست یافته‌اند که از بین مؤلفه‌های گردشگری اجتماع محور، شاخص‌های اقتصادی در شکل‌گیری و توسعه گردشگری اجتماع محور استان گلستان در اولویت قرار گرفته‌اند. حاتمی‌نژاد و کرمی (۱۳۹۴)، طی تحقیقی با عنوان «تحلیلی بر ظرفیت‌سازی گردشگری اجتماع محور» دریافته‌اند که ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت می‌باشد.

در مطالعات تجربی جهانی نیز برخی مطالعات در حوزه گردشگری اجتماع محور در مناطق روستایی منتشر شده‌اند. جیامپیکولی و سایمن (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان «الگوی توسعه گردشگری اجتماع محور و مشارکت اجتماعی» به بررسی گردشگری اجتماع محور با محوریت عدالت اجتماعی، توانمندسازی، برابری منافع و توزیع مجدد امکانات پرداخته و دریافته‌اند که توسعه گردشگری در مقصد، مراحمی را طی می‌کند؛ ولی به تدریج توسط

افراد خارجی و نخبگان محلی به خطر می افتد و مشارکت اجتماعی به حاشیه رانده می شود. تاکوری و نیال (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان «الگوی توسعه گردشگری روستایی اجتماع محور»، با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق، مدل توسعه گردشگری روستایی اجتماع محور را مشتمل بر مراحل هفت گانه طراحی کرده اند.

جو ما و خادمی ویدرا (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «گردشگری اجتماع محور و توسعه پایدار مناطق روستایی در کنیا» به این نتیجه دست یافته اند که کشاورزی و سایر فعالیت های اقتصادی را می توان با گردشگری و مهمان پذیری برای تحقق توسعه پایدار در مناطق روستایی، با توجه به منابع گسترده و ویژگی های ایده آل برای گردشگری اجتماع محور ادغام کرد و نتایج کلی آنها نشان داد که ادراکات مطلوب نسبت به گردشگری اجتماع محور می تواند به عنوان ابزاری برای پایداری محیط های اجتماعی - اقتصادی و فیزیکی در منطقه روستایی کنیا کمک کند.

هم و ائوم (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «برنامه تجربه گردشگری اجتماع محور: یک رویکرد نظری» به این نتیجه دست یافته اند که نگرش و هنجار ذهنی گردشگران تأثیر معناداری بر انتخاب مقصد گردشگری دارد. دل بستگی به مقصد، تأثیر مثبتی بر انتخاب مقصد گردشگری داشته است. منافع و همکاران (۲۰۱۸) نیز در پژوهشی با عنوان «گردشگری روستایی اجتماع محور در همکاری بین سازمانی» به این نتیجه دست یافته اند که جامعه محلی، نقش عمده ای را در اجرای برنامه در میان نهادهای مختلف ذی نفعان دارد.

همان طور که بررسی شد، مطالعات پیشین منتشر شده به صورت تجربی میزان مشارکت اقشار حاشیه ای در توسعه گردشگری، وضعیت اقدامات ایشان و مؤلفه های مهم توسعه گردشگری اجتماع محور را با جزئیات از دیدگاه ساکنان روستایی به خصوص از دیدگاه اقشار حاشیه ای واکاوی نکرده اند. مشخص نیست که کدام یک از مؤلفه ها می تواند اثر بیشتری در تحقق توسعه گردشگری اجتماع محور داشته باشد و لذا تحقق رویکرد اجتماع محور را مختل کند. در حالی که مطالعه این اهداف، می تواند نقش مهمی در بهبود تصمیمات اتخاذ شده و سیاست گذاری های توسعه گردشگری داشته باشد.

## روش‌شناسی

تحقیق حاضر از لحاظ جهان‌بینی، از پارادایم پسااثبات‌گرایی پیروی نموده و از نظر رهیافت، کمی بوده و از راهبرد غیرآزمایشی (پیمایشی) استفاده کرده است. جامعه آماری این پژوهش، ساکنان بالای ۱۵ سال روستاهای هدف گردشگری شهرستان‌های مریوان و سروآباد در استان کردستان است. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار G\*Power استفاده شد. نوع آزمون، دو دامنه، توان آماری آن ۹۰ درصد و سطح خطای نوع اول، ۵ درصد تعیین شد. نرم‌افزار بر اساس اطلاعات ورودی، حجم نمونه مورد نیاز را ۱۹۴ نفر تعیین نمود و البته در نهایت، ۲۱۰ نفر مورد مطالعه قرار گرفتند.

برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای استفاده شد. در مرحله اول تمام روستاهای هدف گردشگری در هر دو شهرستان مریوان و سروآباد، انتخاب شد و در مرحله بعد روستاهای مذکور به سه طبقه شامل روستاهای زیر ۱۰۰۰ نفر جمعیت، روستاهای ۱۰۰۰ تا ۵۰۰۰ نفر جمعیت و روستاهای بالای ۵۰۰۰ نفر جمعیت تقسیم‌بندی شد. سپس برای طبقه اول ۴۰ درصد، طبقه دوم ۴۰ درصد و طبقه سوم ۳۰ درصد از حجم نمونه، اختصاص داده شد. در گام بعدی، ابتدا نمونه آماری بر اساس جنسیت به زنان و مردان تقسیم‌بندی شد و سپس، مردان خود به سه طبقه فقرا (با درآمد ماهیانه کمتر از ۳ میلیون تومان)، طبقه متوسط (با درآمد ماهیانه بین ۳ تا ۵ میلیون تومان) و نخبگان محلی دسته‌بندی شد (جدول ۱). منظور از نخبگان محلی، ثروتمندان (مردان با درآمد ماهیانه بالای ۵ میلیون تومان)، رؤسای انجمن‌های محلی و یا دارای مسئولیت رسمی در سطوح محلی می‌باشد. در نهایت سهم هر یک از چهار طبقه فقرا، زنان، مردان متوسط و نخبگان محلی از نمونه آماری، به ترتیب ۳۰ درصد، ۳۰ درصد، ۲۰ درصد و ۲۰ درصد تعیین شد (جدول ۱).

جدول ۱. اطلاعات نمونه آماری مورد مطالعه

حجم نمونه							
طبقه	روستا	کل جمعیت	تعداد از نمونه	فقرا	زنان روستایی	مردان طبقه متوسط	نخبگان محلی
۱	هورامان تخت	۸,۵۶۶	۶۴	۲۰	۲۰	۱۲	۱۲
۲	دزلی	2.733	۳۲	۱۰	۱۰	۶	۶
	نی	2.691	۳۲	۱۰	۱۰	۶	۶
۳	کانی سانان	640	۱۸	۵	۵	۴	۴
	دره نفی	928	۲۶	۸	۸	۵	۵
	ینگجه	347	۱۰	۳	۳	۲	۲
	تراق تپه	۱۵۰	۶	۲	۲	۱	۱
	بلبر	561	۱۴	۴	۴	۳	۳
	نی آباد	329	۸	۳	۳	۱	۱
جمع کل	****	۱۶,۹۴۵	۲۱۰	۶۵	۶۵	۴۰	۴۰

منبع: یافته‌های تحقیق

ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه‌ای بود که گویه‌های آن از مطالعات پیشین استخراج شد. طیف سنجش مورد استفاده برای داده‌ها، بسته به نوع داده شامل اسمی، ترتیبی (طیف لیکرت پنج سطحی) و فاصله‌ای بود. تعداد ۲۶ گویه به منظور استخراج مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع‌محور، در معرض امتیازدهی پاسخگویان قرار گرفت. پرسشنامه‌ها به صورت مصاحبه حضوری تکمیل شدند. پس از جمع‌آوری داده‌ها به منظور تجزیه و تحلیل آن‌ها از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ و از آماره‌های توصیفی (میانگین، فراوانی، نما و ضریب تغییرات) و آزمون استنباطی مقایسه میانگین و تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد.

### یافته‌ها

یافته‌های تحقیق نشان داد، ۱۴۵ نفر (۶۹ درصد) پاسخگویان مرد و ۶۵ نفر (۳۱ درصد) زن بودند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۴/۸ سال و بیشترین درصد پاسخگویان معادل ۶۶/۷ درصد به دامنه سنی ۳۹ - ۱۸ سال تعلق داشت. افراد مورد مطالعه از نظر میزان تحصیلات

تحلیل مولفه‌های توسعه گردشگری اجتماع محور در.... | اورمزیاری و همکاران | ۲۵۳

در سه گروه طبقه‌بندی شدند و ۵۲/۴ درصد آن‌ها تحصیلات بین راهنمایی تا پیش‌دانشگاهی داشتند. تنها ۱/۴ درصد افراد مورد مطالعه، شاغل در شهر و ۹۸/۶ درصد شاغل در روستا بودند (جدول ۲).

جدول ۲. اطلاعات فردی پاسخگویان

اطلاعات فردی	فراوانی	درصد
سن	۱۸-۳۹ سال	۶۶/۷
	۴۰-۵۴ سال	۲۴/۳
	بیشتر از ۵۵ سال	۱۰
	جمع	۱۰۰
کمینه = ۱۸ بیشینه = ۷۰ میانگین = ۳۴/۸ انحراف معیار = ۱۳/۰۴		
تحصیلات	بی‌سواد تا ابتدایی	۲۹
	راهنمایی تا پیش‌دانشگاهی	۵۲/۴
	کاردانی تا دکتری	۱۸/۶
	جمع	۱۰۰
وضعیت اشتغال	بله	۱/۴
	خیر	۹۸/۶
	جمع	۱۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس جدول ۳، همه فقرای روستایی در خصوص راهنمایی گردشگران اقدام نموده‌اند که البته پولی را از این بابت دریافت نکرده‌اند، ولی ایشان در زمینه آماده کردن غذا، تأمین محل اقامت و ارائه خدمات تفریحی هیچ‌گونه فعالیت درآمدزایی نداشته‌اند. همچنین، ۸۴/۷ درصد زنان روستایی در زمینه توسعه گردشگری در روستا هیچ‌گونه اقدامی انجام نداده‌اند (جدول ۳).

جدول ۳. توزیع فراوانی اقدامات در زمینه توسعه گردشگری در روستا

اقدامات	فقرا		زنان روستایی		مردان طبقه متوسط		نخبگان محلی		کل	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
راهنمایی گردشگران	۱۰۰	۰	۰	۰	۶۵	۲۶	۳۲/۵	۱۳	۱۰۴	۴۹/۵
آماده کردن غذا	۰	۸	۱۲/۳	۳	۷/۵	۳	۷/۵	۳	۱۴	۶/۷
تأمین محل اقامت	۰	۰	۰	۷	۱۷/۵	۷	۱۰	۱۰	۱۷	۸/۱
ارائه خدمات تفریحی	۰	۰	۰	۴	۱۰	۴	۹	۹	۱۳	۶/۲
هیچ اقدامی انجام نداده‌اند	۰	۵۷	۸۴/۷	۰	۰	۰	۵	۵	۶۲	۲۹/۵

منبع: یافته‌های تحقیق

در بخش بعدی مطالعه، از پاسخگویان خواسته شد تا در ابتدا اهمیت الزامات پیشنهادی را در تحقق گردشگری اجتماع محور، امتیازدهی کرده و سپس وضعیت موجود هر یک از الزامات مذکور را مشخص نمایند. جدول ۴، اهمیت و عملکرد الزامات گردشگری اجتماع محور را از دیدگاه اقشار مختلف روستایی نشان می‌دهد. نقطه تقاطع با میانگین گیری همه مقادیر، ۸/۷۵ برای اهمیت الزامات گردشگری اجتماع محور و ۳/۷ برای عملکرد آنها است. کمترین میانگین امتیاز اهمیت معادل ۳/۷ به گویه «تأمین حداقل بخشی از منابع مالی مورد نیاز توسط آحاد روستاییان» تعلق گرفته است. از سوی دیگر، بالاترین میانگین امتیاز اهمیت معادل ۹/۷۷ به گویه «تقسیم صحیح مسئولیت‌های اجتماعی در بین آحاد روستاییان» اختصاص یافته است.

همچنین، کمترین میانگین نمره عملکرد معادل ۱/۸ برای گویه «شبکه‌سازی بین آحاد روستاییان با سایر بازیگران مانند سازمان‌ها و آژانس‌های گردشگری» مشاهده شده است. در حالی که بالاترین میانگین نمره عملکرد معادل ۹/۲ به گویه «وجود بازارهای محلی عرضه مستقیم تولیدات که تحت مالکیت آحاد روستاییان باشد» اختصاص یافته است. همچنین، برای شناسایی شکاف احتمالی بین اهمیت و عملکرد هر یک از الزامات توسعه

گردشگری اجتماع محور، به عبارتی جهت مقایسه نظرات افراد در مورد اهمیت و وضع موجود مقوله‌های پیش‌برنده گردشگری اجتماع محور، از آزمون t زوج نمونه استفاده شد. نتایج حاکی از آن است که از دیدگاه روستاییان، اهمیت هر یک از گویه‌ها به صورت معنی‌داری بیشتر از عملکرد آن‌ها است؛ به عبارت دیگر، تاکنون اقدامات مناسبی برای تحقق الزامات گردشگری اجتماع محور متناسب با اهمیت آن‌ها به عمل نیامده است (جدول ۴).

جدول ۴. مقایسه اهمیت و وضع موجود الزامات توسعه گردشگری اجتماع محور

مقوله‌ها	اهمیت		وضع موجود		تفاوت	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	آزمون t	سطح معنی‌داری
آگاهی آحاد روستاییان نسبت به تأثیرات گردشگری و فرآیند توسعه گردشگری	۹/۲۶	۰/۸۳	۲/۶۵	۲/۱۸۳	۴۸/۲۹۷	۰/۰۰۰
مشارکت زنان روستایی در فرایندهای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی	۷/۹۶	۲/۴۴۹	۳/۰۶	۲/۰۷	۲۹/۶۸۹	۰/۰۰۰
مشارکت اقشار فقیر روستا در فرایندهای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی	۸/۶	۱/۷۳۷	۲/۱۱	۱/۷۴۹	۳۵/۳۶۱	۰/۰۰۰
شبکه‌سازی بین آحاد روستاییان با سایر بازیگران مانند سازمان‌ها و آژانس‌های گردشگری	۸/۳۶	۱/۷۱۲	۱/۸	۲/۲۱۳	۶۰/۹۶	۰/۰۰۰
شبکه‌سازی و تقویت همکاری بین آحاد روستاییان	۹/۵۸	۰/۶۶	۳/۴۳	۲/۶۴۱	۳۵/۷۶	۰/۰۰۰
جمع‌آوری دیدگاه‌های آحاد روستاییان توسط رهبران محلی روستا و انعکاس آن به مسئولان	۹/۷	۰/۵۰۱	۲/۶۶	۲/۲۲۳	۴۷/۸۳۷	۰/۰۰۰

ادامه جدول ۴.

مقوله‌ها	اهمیت		وضع موجود		تفاوت	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	آزمون t	سطح معنی داری
مالکیت آحاد روستاییان (از هر قشر و طبقه‌ای) بر اقامتگاه‌ها و تفریحگاه‌ها	۸/۴	۲/۰۱۳	۴/۳۴	۲/۱۶	۲۳/۴۷۴	۰/۰۰۰
وجود بازارهای محلی عرضه مستقیم تولیدات که تحت مالکیت آحاد روستاییان باشد	۹/۷۵	۰/۶۴	۹/۲	۱/۴۲۱	۶/۶۷۷	۰/۰۰۰
گفت‌وگو و تبادل نظر بین نمایندگان از آحاد روستاییان، در مورد توسعه گردشگری	۸/۶۹	۱/۵۶	۴/۵۶	۲/۵۳۹	۲۳/۳۳۸	۰/۰۰۰
احساس مسئولیت آحاد روستاییان و احساس تعلق خاطر به روستا در بین ایشان	۹/۶۸	۰/۵۵۲	۶/۵۵	۲/۵۳۲	۱۹/۴۲۳	۰/۰۰۰
تقسیم صحیح مسئولیت‌های اجتماعی در بین آحاد روستاییان	۹/۷۷	۰/۵۶	۴/۴۲	۲/۲۴۳	۳۲/۸۷۱	۰/۰۰۰
تقسیم عادلانه منابع بین آحاد روستاییان	۸/۹۵	۱/۹۲	۲/۳۵	۱/۵۹۲	۳۸/۶۴۱	۰/۰۰۰
حفظ اصالت فرهنگی و توسعه گردشگری منطبق با سبک زندگی ساکنان روستا	۹/۵۷	۰/۷۶۸	۵/۱۸	۲/۴۹۹	۲۵/۲۶	۰/۰۰۰
ایجاد حس هویت جمعی در بین آحاد روستاییان	۹/۶۶	۰/۸۳۴	۵/۳۹	۲/۸۹۲	۲۳/۶۴۵	۰/۰۰۰
به‌کارگیری آحاد روستاییان در مشاغل حاصل از رونق گردشگری در روستا	۹/۲۵	۱/۷۳۶	۲	۱/۷	۴۲/۳۴۲	۰/۰۰۰
تأمین حداقل بخشی از منابع مالی مورد نیاز توسط آحاد روستاییان	۳/۷	۲/۲۳۹	۲	۱/۷	۱۳/۴۶۳	۰/۰۰۰
در نظر گرفتن پتانسیل‌های فرهنگ محلی	۹/۷۱	۰/۵۴۱	۶/۶	۲/۶۹۲	۱۷/۶۴	۰/۰۰۰



ادامه جدول ۴.

مقوله‌ها	اهمیت		وضع موجود		تفاوت	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	آزمون t	سطح معنی داری
اولویت قرار دادن خواسته‌ها و اهداف آحاد روستاییان	۹/۵۴	۱/۰۰۳	۲/۸	۱/۸۳	۴۳/۳۰۴	۰/۰۰۰
مشارکت عادلانه هر دو گروه آحاد روستاییان و نخبگان محلی	۹/۲۵	۱/۱۱۹	۱/۹۷	۱/۵۵۶	۶۷/۵۱۶	۰/۰۰۰
ایجاد انسجام و همبستگی بین آحاد روستاییان در فرایند توسعه گردشگری	۹/۶	۰/۶۷۳	۴/۲	۲/۱۲۵	۳۷/۹۴	۰/۰۰۰
توانمندسازی محیط‌زیستی آحاد روستاییان	۹/۷۲	۰/۶۱۱	۳/۷۱	۲/۴۲۷	۳۷/۴۸۶	۰/۰۰۰
بهره‌گیری از مشاوره‌ها و کمک‌های کارشناسان بیرونی با پرداخت هزینه خدمات مشاوره توسط آحاد روستاییان	۳/۹۷	۱/۸۰۴	۲/۱۱	۱/۶۲۱	۱۷/۶۱۸	۰/۰۰۰
نظارت و ارزیابی فرایند توسعه گردشگری توسط آحاد روستاییان	۸/۱۲	۲/۲۷۸	۲/۳۳	۲/۱۸۸	۳۲/۶۴۹	۰/۰۰۰
نظارت بر فرایند گردشگری در بین آحاد روستاییان	۸/۴۲	۱/۹۸	۲/۹۴	۱/۹۶۹	۳۱/۲۷	۰/۰۰۰
وجود زیرساخت‌های مناسب در روستا	۹/۵۸	۰/۷۹۸	۴/۰۹	۲/۶۹۸	۲۸/۰۵۹	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

واکاوی ساختار عاملی الزامات توسعه گردشگری اجتماع محور به شرح زیر است: در ادامه به منظور شناخت و اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع محور، ۲۶ الزام، وارد تحلیل عاملی اکتشافی شد. به منظور تعیین مناسب بودن داده‌های جمع‌آوری شده، از ضریب «کفایت حجم نمونه»<sup>۱</sup> و آماره بارتلت استفاده گردید که مقدار کفایت حجم نمونه ۰/۸۸ بر مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی و معنی‌داری آماره بارتلت

با مقدار ۷۵۳۱/۹۴۶ در سطح ۹۹ درصد، بر همبستگی درونی گویه‌ها جهت استخراج عوامل، دلالت دارند (جدول ۵).

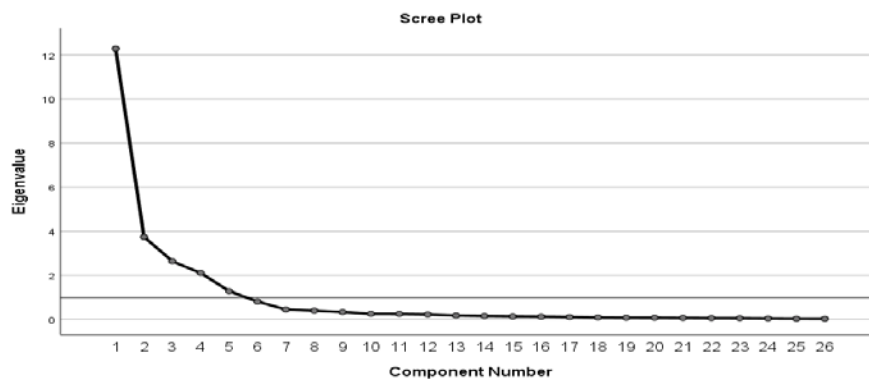
جدول ۵. آزمون کفایت نمونه و کرویت بارتلت

مقدار کفایت حجم نمونه	مقدار کرویت بارتلت	درجه آزادی	سطح معنی داری	مقدار
۰/۸۸	۷۵۳۱/۹۴۶	۳۲۵	۰/۰۰۰	

(منبع: یافته‌های تحقیق)

شکل ۱ نشان می‌دهد که پنج عامل، مقدار ویژه بالاتر از یک دارند و مقدار زیادی از واریانس را در مقایسه با بقیه مؤلفه‌ها تبیین می‌کنند؛ بنابراین تعداد پنج عامل در این پژوهش در نظر گرفته شد. این پنج عامل در مجموع ۸۴/۸۶ درصد کل واریانس مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع محور را تبیین نموده‌اند.

شکل ۱. آزمون اسکری پلات برای تعیین تعداد مؤلفه‌ها



بر حسب نتایج جدول ۶، عامل اول با گویه‌های گفت و گو و تبادل نظر بین نمایندگان از تمام اقشار روستاییان، مشارکت اقشار فقیر در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی، ایجاد انسجام و همبستگی بین آحاد روستاییان، تقسیم مسئولیت‌های اجتماعی در بین روستاییان، جمع‌آوری دیدگاه‌های روستاییان توسط رهبران محلی و انعکاس به مسئولان، شبکه‌سازی و تقویت همکاری بین روستاییان و اولویت قرار دادن خواسته‌ها و اهداف آحاد روستاییان

با مقدار ویژه ۱۲/۲۸۶ و تبیین واریانس ۴۷/۲۵۳ درصد به‌عنوان مهمترین عامل استخراج و با عنوان «شمول‌گرایی و شبکه‌سازی افقی» نام‌گذاری شد.

عامل دوم با گویه‌های ایجاد حس هویت جمعی در بین آحاد روستاییان، توانمندسازی، آموزش و افزایش آگاهی محیط‌زیستی، مشارکت زنان روستایی در فرایند تصمیم‌گیری، وجود زیرساخت‌های مناسب در روستا، وجود بازارهای محلی عرضه مستقیم تولیدات، نظارت و ارزیابی فرایند توسعه توسط روستاییان، شبکه‌سازی بین آحاد روستاییان با سازمان‌ها و آژانس‌های گردشگری با مقدار ویژه ۳/۷۴۵ و تبیین واریانس ۱۴/۴۰۵ درصد، استخراج و با توجه به گویه‌های قرار گرفته در آن، با عنوان «توانمندسازی و تقویت زیرساخت‌ها» نام‌گذاری شد.

عامل سوم با گویه‌های بهره‌گیری از مشاوره‌ها و کمک‌های کارشناسان بیرونی با پرداخت هزینه خدمات مشاوره توسط آحاد روستاییان، تولید محصولات کشاورزی و سوغاتی محلی مبتنی بر نیاز بازار، تأمین حداقل بخشی از منابع مالی مورد نیاز توسط آحاد روستاییان، آگاهی آحاد روستاییان (از هر قشر و طبقه‌ای) نسبت به تأثیرات گردشگری، نظارت و ارزیابی فرایند گردشگری در بین آحاد روستاییان با مقدار ویژه ۲/۶۴ و تبیین واریانس ۱۰/۱۵۳ درصد، با عنوان «نوآوری باز و تقاضامحوری» نام‌گذاری شد.

عامل چهارم با گویه‌های به‌کارگیری آحاد روستاییان در مشاغل حاصل از رونق گردشگری در روستا، حفظ اصالت فرهنگی و توسعه مطابق با سبک زندگی روستاییان، مالکیت آحاد روستاییان بر اقامتگاه‌ها و تفریحگاه‌ها، احساس مسئولیت روستاییان و احساس تعلق خاطر با مقدار ویژه ۲/۱۰۸ و تبیین واریانس ۸/۱۰۷ درصد، با عنوان «حفظ اصالت محلی» نام‌گذاری شد. در نهایت، عامل پنجم با گویه‌های تقسیم عادلانه منابع بین آحاد روستاییان، مشارکت عادلانه هر دو گروه روستاییان و نخبگان و در نظر گرفتن پتانسیل‌های فرهنگ محلی با مقدار ویژه ۱/۲۸۵، با عنوان «انتفاع و مشارکت عادلانه» نام‌گذاری شد که این عامل نیز ۴/۹۴۲ درصد از واریانس الزامات توسعه گردشگری اجتماع‌محور را تبیین کرد.

جدول ۶. عوامل استخراج شده همراه با مقادیر ویژه، بار عاملی و درصد تبیین واریانس

ردیف	نام عامل	گونه	بار عاملی	مقادیر ویژه	درصد تبیین واریانس
۱	شمول‌گرایی و شبکه‌سازی افقی	گفت‌وگو و تبادل نظر بین نمایندگان از تمام اقشار روستاییان	۰/۸۸۲	۱۲/۲۸۶	۴۷/۲۵۳
۲		مشارکت اقشار فقیر در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی	۰/۸۵۷		
۳		ایجاد انسجام و همبستگی بین آحاد روستاییان	۰/۷۸۶		
۴		تقسیم مسئولیت‌های اجتماعی در بین روستاییان	۰/۷۸۱		
۵		جمع‌آوری دیدگاه‌های روستاییان توسط رهبران محلی و انعکاس به مسئولان	۰/۷۷۸		
۶		شبکه‌سازی و تقویت همکاری بین روستاییان	۰/۶۴۱		
۷		اولویت قرار دادن خواسته‌ها و اهداف آحاد روستاییان	۰/۵۵		
۸	توانمندسازی و تقویت زیرساخت‌ها	ایجاد حس هویت جمعی در بین آحاد روستاییان	۰/۹۱	۳/۷۴۵	۱۴/۴۰۵
۹		توانمندسازی، آموزش و افزایش آگاهی محیط‌زیستی	۰/۸۴۷		
۱۰		مشارکت زنان روستایی در فرایندهای تصمیم‌گیری	۰/۷۱۹		
۱۱		وجود زیرساخت‌های مناسب در روستا	۰/۷۰۴		
۱۲		وجود بازارهای محلی عرضه مستقیم تولیدات	۰/۶۳۳		
۱۳		نظارت و ارزیابی فرایند توسعه توسط روستاییان	۰/۶۱۴		
۱۴		شبکه‌سازی بین آحاد روستاییان با سازمان‌ها و آژانس‌های گردشگری	۰/۶۰۷		

ادامه جدول ۶.

ردیف	نام عامل	گویه	بار عاملی	مقادیر ویژه	درصد تبیین واریانس
۱۵	تعاونی باز و تقاضامحوری	بهره‌گیری از مشاوره‌ها و کمک‌های کارشناسان بیرونی با پرداخت هزینه خدمات مشاوره توسط آحاد روستاییان	۰/۹۰۵	۲/۶۴	۱۰/۱۵۳
۱۶		تولید محصولات کشاورزی و سوغاتی محلی مبتنی بر نیاز بازار	۰/۸۰۵		
۱۷		تأمین حداقل بخشی از منابع مالی مورد نیاز توسط آحاد روستاییان	۰/۷۲۶		
۱۸		آگاهی آحاد روستاییان نسبت به تأثیرات گردشگری	۰/۷۱		
۱۹		نظارت و ارزیابی فرایند گردشگری در بین آحاد روستاییان	۰/۶۶۹		
۲۰	حفظ اصالت محلی	به‌کارگیری آحاد روستاییان در مشاغل حاصل از رونق گردشگری در روستا	۰/۸۱۳	۲/۱۰۸	۸/۱۰۷
۲۱		حفظ اصالت فرهنگی و توسعه مطابق با سبک زندگی روستاییان	۰/۸۰۶		
۲۲		مالکیت آحاد روستاییان بر اقامتگاه‌ها و تفریحگاه‌ها	۰/۶۸۸		
۲۳		احساس مسئولیت روستاییان و احساس تعلق خاطر	۰/۶۲۵		
۲۴	مشارکت افق و	تقسیم عادلانه منابع بین آحاد روستاییان	۰/۹۳۹	۱/۲۸۵	۴/۹۴۲
۲۵		مشارکت عادلانه هر دو گروه روستاییان و نخبگان	۰/۶۶۶		
۲۶		در نظر گرفتن پتانسیل‌های فرهنگ محلی	۰/۶۲۶		

منبع: یافته‌های تحقیق

### بحث و نتیجه‌گیری

مطالعات پیشین منتشر شده در حوزه گردشگری اجتماع محور و گردشگری روستایی، به صورت تجربی میزان مشارکت اقشار حاشیه‌ای در توسعه گردشگری، وضعیت اقدامات ایشان و مؤلفه‌های مهم توسعه گردشگری اجتماع محور را از دیدگاه ساکنان روستایی واکاوی نکرده‌اند. لذا مطالعه حاضر به منظور شناسایی عمده‌ترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع محور، به صورت اکتشافی در شهرستان‌های مریوان و سروآباد استان کردستان انجام شد.

در بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد نمونه، مشخص شد که ۶۹ درصد، مرد و ۳۱ درصد، زن بوده است. میانگین سنی آن‌ها ۳۵ سال بوده و تنها ۱۹/۵ درصد افراد نمونه، بی‌سواد و تحصیلات ابتدایی داشته‌اند. لذا با توجه به جوانی و تحصیلات نسبتاً مناسب، زمینه بهبود بهره‌وری و توانمندسازی با ارائه آموزش‌های فنی، ترویجی و مهارتی برای افراد به‌منظور توسعه گردشگری اجتماع‌محور فراهم می‌باشد.

در مطالعه میزان مشارکت اقبال مختلف روستایی در فعالیت‌های گردشگری روستایی، روشن شد که فقرای روستایی در زمینه آماده کردن غذا، تأمین محل اقامت و ارائه خدمات تفریحی هیچ‌گونه فعالیتی نداشته‌اند. همچنین، ۸۴/۷ درصد زنان روستایی در زمینه توسعه گردشگری در روستا هیچ‌گونه اقدامی انجام نداده‌اند. برعکس، نخبگان محلی بیشترین فعالیت‌ها را نسبت به سایر طبقات درخصوص توسعه گردشگری در روستا انجام داده‌اند. لذا توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه از رویکرد اجتماع‌محور پیروی نکرده است.

یافته‌های تحقیق نشان داد از دیدگاه روستاییان، الزاماتی مانند تأمین بخشی از منابع مالی مورد نیاز توسعه گردشگری و به‌ویژه پرداخت هزینه خدمات مشاوره بیرونی توسط آحاد روستاییان، اهمیت بسیار پایینی در توسعه اجتماع‌محور گردشگری روستایی دارد. میانگین اهمیت این دو الزام با میانگین اهمیت سایر الزامات، تفاوت فاحشی دارد؛ این موضوع نشان‌دهنده عدم آمادگی جوامع روستایی برای مشارکت مالی در طرح‌های توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. با توجه به اهمیت مشارکت مالی جوامع محلی در توسعه گردشگری اجتماع‌محور، ضرورت دارد از روش‌های مناسب بسیج منابع مالی استفاده شود و یا آن دسته از طرح‌های گردشگری روستایی در اولویت قرار گیرند که نیاز به سرمایه بالایی نداشته باشند.

علاوه بر این، روستاییان در ارزیابی وضعیت موجود الزامات توسعه گردشگری روستایی اجتماع‌محور، «شبه‌سازی بین آحاد روستاییان با سایر بازیگران» را دارای کمترین عملکرد دانسته‌اند. از آنجایی که این الزام نسبتاً مهم ارزیابی شده است، لذا باید اقدامات جدی در پیوند جامعه محلی و بازیگران بیرونی مانند سازمان‌ها و آژانس‌های گردشگری شکل بگیرد. به‌طور کلی، نتایج آزمون مقایسه میانگین زوج نمونه نشان داد که اهمیت هر

یک از الزامات به صورت معنی داری بیشتر از عملکرد آن‌ها است. به بیان دیگر، مجموعه دست‌اندرکاران دولتی و غیردولتی گردشگری روستایی نتوانسته‌اند عملکرد مناسبی را در تحقق الزامات رویکرد اجتماع محور به ثبت رسانند.

همچنین، عوامل حاصل از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی بیانگر پنج عامل اصلی «شمول‌گرایی و شبکه‌سازی افقی»، «توانمندسازی و تقویت زیرساخت‌ها»، «نوآوری باز و تقاضامحوری»، «حفظ اصالت محلی» و «انتفاع و مشارکت عادلانه» بود که با یافته‌های امینی و زیدی (۲۰۱۵)، خارتیشویلی (۲۰۲۰)، منظری و فیروزآبادی (۲۰۲۱)، سقایی و همکاران (۱۳۹۶)، امامی و همکاران (۱۴۰۰)، تاکوری و نیال (۲۰۱۸)، صفرآبادی و طبیعی (۱۳۹۵) و جوانخت و عیدی (۱۳۹۵) تا حدودی همخوانی داشته است.

مهمترین مؤلفه توسعه گردشگری روستایی اجتماع محور از دیدگاه اقشار مختلف جامعه روستایی، «شمول‌گرایی و شبکه‌سازی افقی» است. در این راستا، تسهیلگران و کارگزاران دولتی و غیردولتی گردشگری روستایی باید سازوکار مناسبی را برای تقویت گفت‌وگو و تبادل نظر بین نمایندگان اقشار مختلف روستاییان، مشارکت اقشار فقیر در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی و تقسیم مسئولیت‌های اجتماعی در بین روستاییان در نظر بگیرند. «توانمندسازی و تقویت زیرساخت‌ها» دومین مؤلفه است که به‌ویژه از طریق ایجاد حس هویت جمعی در بین آحاد روستاییان و آموزش و افزایش آگاهی‌ها می‌تواند در توسعه گردشگری اجتماع محور مؤثر باشد.

«نوآوری باز و تقاضامحوری» سومین مؤلفه اثرگذار در توسعه گردشگری اجتماع محور است. در این راستا، بهره‌گیری از مشاوره‌ها و کمک‌های کارشناسان بیرونی و تولید محصولات محلی مبتنی بر نیاز بازار، مورد تأکید می‌باشد. مؤلفه چهارم که با عنوان «حفظ اصالت محلی» نام‌گذاری شده، یکی دیگر از مؤلفه‌های مهم در توسعه گردشگری روستایی اجتماع محور است. تقویت احساس تعلق خاطر و به‌کارگیری آحاد روستاییان سبب حفظ و تقویت اصالت فرهنگی و تحقق رویکرد اجتماع محور می‌شود. آخرین مؤلفه استخراج شده با مقدار ویژه  $1/28$  و تبیین واریانس  $4/94$  بر «انتفاع و مشارکت عادلانه»، به‌عنوان شرط تحقق رویکرد اجتماع محور در توسعه گردشگری روستایی تأکید دارد. در پایان، با در نظر داشتن یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- توسعه روش‌های مناسب بسیج منابع مالی روستاییان از جمله تأمین مالی خرد برای تضمین سهامی از واحدهای گردشگری برای روستاییان به خصوص اقشار حاشیه‌ای
- تأکید بر طرح‌های گردشگری روستایی کم‌هزینه به منظور فراهم ساختن ورود تدریجی و موفق اقشار حاشیه‌ای به فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری روستایی
- پیوند جامعه محلی و بازیگران بیرونی مانند آژانس‌های گردشگری، سازمان‌های گردشگری و دانشگاه
- توسعه سازوکار مناسب برای تقویت گفت‌وگو و تبادل نظر بین نمایندگان اقشار مختلف روستاییان، قبل از شروع و اجرای طرح‌های گردشگری روستایی
- مشارکت اقشار فقیر در فرآیند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی و تقسیم مسئولیت‌های اجتماعی در بین روستاییان
- ایجاد حس هویت جمعی در بین آحاد روستاییان نسبت به روستای خود
- توانمندسازی فقرا به خصوص از طریق آموزش حرفه‌ای و استفاده از قابلیت بالای زنان روستایی.

### تعارض منافع

مؤلفان تأکید می‌کنند که تعارض منافی در خصوص این مقاله وجود نداشته است.

### ORCID

Hojjat Varmazyari		<a href="http://orcid.org/0000-0002-5562-2523">http://orcid.org/0000-0002-5562-2523</a>
Marziyeh Fathi		<a href="http://orcid.org/0009-0000-3526-8419">http://orcid.org/0009-0000-3526-8419</a>
Khalil Kalantari		<a href="http://orcid.org/0000-0001-6870-0941">http://orcid.org/0000-0001-6870-0941</a>
Mohammad Asef Shaiq		<a href="http://orcid.org/0000-0001-5472-9452">http://orcid.org/0000-0001-5472-9452</a>

### منابع

۱. امامی، سیده فاطمه، دربان آستانه، علیرضا، رضوانی، محمدرضا، قدیری، مجتبی (۱۴۰۰). تبیین نقش مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری اجتماع‌محور (مطالعه موردی: روستاهای استان گیلان). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۶)، ۱-۲۷.



۲. امینی، عباس، زیدی، زهرا (۱۳۹۴). نگرش ساکنان به تأثیرات فرهنگی توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستای ابیانه). *تحقیقات جغرافیایی*، ۳۰ (۲)، ۱۳-۳۱.
۳. حاتمی‌نژاد، حسین، پرهیز، فریاد، کرمی، مهرداد (۱۳۹۱). تحلیلی بر ظرفیت‌سازی گردشگری اجتماع‌محور. *اطلاعات جغرافیایی (سپهر)*، ۲۱ (۸۲)، ۷-۱۳.
۴. حجاریان، احمد (۱۴۰۱). تحلیل مضامین مؤثر بر گردشگری پایدار روستایی مناطق روستایی استان اصفهان. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷ (۵۹)، ۱۱۵-۱۵۱.
۵. حیدری‌ساربان، وکیل، ملکی، ابوذر (۱۳۹۳). ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی، مطالعه موردی روستاهای ده زیارت، شهرستان بوانات استان فارس. *توسعه روستایی*، ۶ (۲)، ۲۷۹-۲۹۸.
۶. سقایی، مهدی، جوانبخت، زهره، عیدی، محدثه (۱۳۹۵). ارزیابی شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در نواحی روستایی استان گلستان. *جغرافیا*، ۴۹ (۱۴)، ۹۵-۱۱۴.
۷. صفراآبادی، اعظم، طبعی، منصور (۱۳۹۶). ارزیابی توسعه گردشگری اجتماع‌محور با تأکید بر جنبه‌های قومی محلی (مطالعه موردی شهر کرمانشاه). *جغرافیا*، ۵۲، ۱۶۹.
۸. فلاحی، آزاده، مدرسی، میثم، زارعی، عظیم (۱۴۰۱). شناسایی و اولویت‌بندی مهمترین موانع فرهنگی گردشگری اجتماع‌محور در ایران. *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، ۳۳ (۲)، ۹۸-۸۱.
۹. منظری، سعید، فیروزآبادی، سیداحمد (۱۳۹۹). توسعه مبتنی بر جامعه، ویژگی‌ها و الزامات (مطالعه موردی: مجتمع شیلات پالنگان، کردستان). *توسعه محلی روستایی - شهری (توسعه روستایی)*، ۱۲ (۲)، ۵۲۹-۵۵۵.
10. Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398-413.
11. Croes, R. (2014). The role of tourism in poverty reduction: An empirical assessment. *Tourism Economics*, 20(2), 207-226.
12. Eom, T., & Han, H. (2019). Community-based tourism (TourDure) experience program: A theoretical approach. *Journal of Travel. Tourism Marketing*, 36(8), 956-968.
13. Figini, P., & Patuelli, R. (2022). Estimating the economic impact of tourism in the European Union: Review and computation. *Travel Research*, 61(6), 1409-1423.
14. Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-27.

15. Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.
16. Häusler, N., & Strasdas, W. (2003). Training manual for community-based tourism. Germany: InWEnt - Capacity Building International.
17. Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019). Community-based tourism and sustainable development of rural regions in Kenya; Perceptions of the citizenry. *Sustainability*, 11(17), 4733.
18. Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective. *Sustainability*, 12(4), 1618.
19. Khartishvili, L., Mitrofanenko, T., Muhar, A., & Penker, M. (2020). Issues with applying the concept of community-based tourism in the Caucasus. *Mountain Research and Development*, 40(1), R11.
20. Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2014). Success factors in community-based tourism in Thailand: The role of luck, external support, and local leadership. *Tourism Planning & Development*, 11(1), 106-124.
21. Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46.
22. Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., & Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? *Lessons learned from Nglanggeran Tourism Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta, Indonesia*. *Sustainability*, 10(7), 2142.
23. Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., Haq, M. Z. U., & Rehman, H. U. (2019). The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. *International journal of environmental research and public health*, 16(19), 3785.
24. Ren, T., Can, M., Paramati, S. R., Fang, J., & Wu, W. (2019). The impact of tourism quality on economic development and environment: Evidence from Mediterranean countries. *Sustainability*, 11(8), 2296.
25. Scott, D., & Lemieux, C. (2010). Weather and climate information for tourism. *Procedia Environmental Sciences*, 1, 146-183.
26. Tamir, M. (2015). Challenges and opportunities of community based tourism development in awi zone: A case study in Guagusa and Banja Woredas, Ethiopia. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 11, 50-78.
27. Thakuri, I. B. M., & Nepal, G. (2018). Community oriented-rural tourism development model. *American Economic & Social Review*, 2(1), 1-5.

28. Van Breugel, L. (2013). Community-based tourism: Local participation and perceived impacts. A comparative study between two communities in Thailand. *Radboud Universiteit Nijmegen*, 93.
29. Yanes, A., Zielinski, S., Diaz Cano, M., & Kim, S. I. (2019). Community-based tourism in developing countries: A framework for policy evaluation. *Sustainability*, 11(9), 2506
30. Zielinski, S., Kim, S. I., Botero, C., & Yanes, A. (2020). Factors that facilitate and inhibit community-based tourism initiatives in developing countries. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 723-739

### References In Persian

1. Amini, Abbas., & Zaidi, Zahra. (2014). Residents' attitude to the cultural effects of tourism development in rural areas (case study: Abyaneh village). *Geographical research*, 30 (2), 31-13
2. Emami, Sayeda Fatemeh., Durban Astana, Alireza., Rezvani, Mohammadreza., & Qadiri, Mojtabi. (2021). Explaining the role of effective components on the development of community-oriented tourism (case study: villages of Gilan province). *Tourism Planning and Development*, 10(36), 1-27
3. Falahi, Azadeh., Madrasi, Maysam., & Zarei, Azim. (2022). Identifying and prioritizing the most important cultural barriers of community-oriented tourism in Iran. *Geography and environmental planning*, 33(2), 81-98
4. Hajarian, A. (2022). Analysis of Themes Affecting Sustainable Rural Tourism in Rural Areas of Isfahan Province. *Tourism Management*, 17(59), 115-151
5. Hataminejad, Hossein., Parhish, Farid., & Karami, Mehrdad. (2011). An analysis of community-oriented tourism capacity building. *Geographic information (Sephr)*, 21(82), 7-13
6. Heydari Sarban, Vakil., & Maliki, Abuzar. (2013). Evaluating the role of rural tourism in rural social empowerment, a case study of Deh Ziarat villages, Boanat city, Fars province. *Rural development*, 6 (2), 279-298
7. Manzari, Saeed., & Firozabadi, Seyyed Ahmed. (2019). Community-based development, characteristics and requirements (case study: Palangan Fisheries Complex, Kurdistan). *Rural-urban local development (rural development)*, 12(2), 529-555
8. Safarabadi, Azam., & Tabiee, Mansour. (2016). Evaluation of community-oriented tourism development with emphasis on local ethnic aspects (Kermanshah city case study). *Geography*, 52, 169

9. Saqqaei, Mahdi., Javanbakht , Zahra., & Eidi, Muhaddith. (2015). Evaluation of the formation of community-oriented tourism in the rural areas of Golestan province. *Geography*, 49(14), 114-957

---

**استناد به این مقاله:** ورمزیاری، حجت، فتحی، مرضیه، کلانتری، خلیل، شایق، محمد آصف. (۱۴۰۲)، تحلیل مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع‌محور در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: شهرستان های مریوان و سروآباد. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸(۶۲)، ۲۴۱-۲۶۸. Doi: 10.22054/tms.2023.73671.2838



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License