

واکاوی موانع توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی

محمد اکبر پور^۱، محمد اربابی^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 می‌باشد. 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 مسؤولان) 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 زیست‌محیطی در جایگاه دوم و موانع زیربنایی به لحاظ اهمیت در جایگاه بعدی قرار می‌گیرد. موانع بازاریابی و مدیریتی رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته ندارند اما در تحلیل رگرسیون تاثیر افزایشی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری دارند. بنابراین با انجام اقدامات لازم و فراهم کردن امکانات و خدمات برای رفع مشکلات از طریق برنامه‌ریزی و راهبردهای مناسب از جمله تدوین برنامه‌های آموزشی، احیاء و توسعه زیرساخت‌های گردشگری روستاها و معرفی و شناساندن جاذبه‌ها و محصولات گردشگری روستاهای هدف می‌توان در راستای توسعه روستاهای مورد نظر از منظر گردشگری گام برداشت.

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

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

۲ - کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

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 (قادی، 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 می‌گیرد، 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 توسعه‌ای 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 توسعه‌ی پایدار جوامع محلی ایفا می‌نماید، به تازگی مورد تأیید قرار گرفته است (ظهربابی، 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 توسعه‌ی 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).

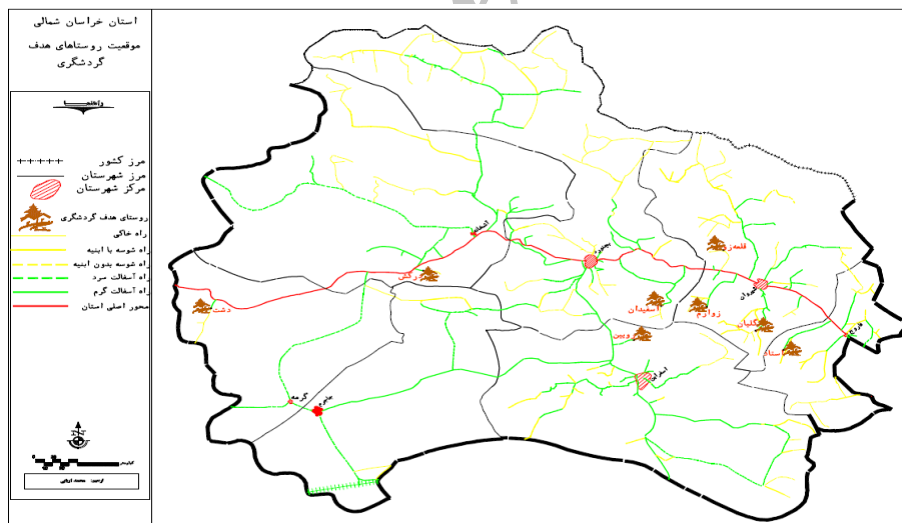
منطقه مورد مطالعه

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 فارسی‌زبان‌ها 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 ارایه 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.

۱- (تعداد نمونه ساکنان: $n = \frac{N \sum z^2 pq}{N d^2 + \sum z^2 pq}$) (تعداد نمونه گردشگران: $n = \frac{\sum z^2 pq}{d^2}$)

جدول شماره ۲: بررسی موانع زیربنایی گردشگری از نگاه روستائیان

سطح معنی داری	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 هیچ گونه طرح سرمایه گذاری 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

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

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۴ مربوط به موانع زیست‌محیطی گردشگری از نگاه ساکنان روستاها، میانگین کل موانع زیست‌محیطی 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 زیست‌محیطی گردشگری از نگاه روستائیان

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

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 معنی‌داری	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	۲۲/۵	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 معنی‌داری	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 روستای 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 جاذبه‌گردشگران به روستا

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

نوع جاذبه	نام روستا		استاد	دشت	گلپان	زوارم	روئین	اسفیدان	درکش	قلعه زو
	آماره	درصد واقعی								
مذهبی	سوم	درصد واقعی	۵۰	۵۰	۴۲/۹	-	-	۱۰۰	۱۷	۲۵
	اولویت	فراوانی	-	-	-	۱	-	-	-	۶
سایر	چهارم	درصد واقعی	-	-	-	۵	-	-	-	۷۵
	اولویت	فراوانی	-	۱	-	-	-	-	-	-
اول	اول	درصد واقعی	-	۵۰	-	-	-	-	-	-
	اولویت	فراوانی	۱	۱	۴	-	۴	-	۵	۱
دوم	درصد واقعی	۵۰	-	۱۸/۲	-	۲۰	-	-	۲۹/۴	۱۴/۳

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

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

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
			کمتر از ۱	زیاد	متوسط	۳	۴	
۰۰	۳	۱/۱۵	۱۱	۲۰/۹	۳۷/۴	۱۸/۷	۱۲/۱	عدم آشنایی با مزایای مختلف گردشگری
۰۰	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
۰۰	۲/۹۷	۱/۲۰	۱۱	۲۲	۳۵/۲	۱۶/۵	۱۵/۴	عدم تمایل مردم بومی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰۰۷	۲/۸۷	۱/۲۶	۱۴/۳	۱۳/۲	۳۵/۲	۱۹/۸	۱۷/۶	تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا
۰۰	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
۰۰	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
۰۰	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 رتبه‌بندی	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			کمتر از ۱	زیاد	متوسط	۲	بیشتر از ۲	
۰.۰۰	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؟
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
۶۱	۲/۵۶	۱/۱۳	۴/۴	۱۶/۵	۳۱/۹	۲۵/۳	۲۲	ایجاد آلودگی صوتی و بصری بر اثر حضور گردشگران
۳۴	۲/۱۵	۱/۱۹	۵/۵	۱۱	۱۳/۲	۳۴/۱	۳۶/۳	افزایش زباله و پسماند توسط گردشگران
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	رتبه میانگین	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۰۰۰	۲/۹۸	۱/۱۷	۴۴	۲۷/۵	۱۶/۵	۶/۶	۵/۵	کمبود تبلیغات و اطلاع رسانی از طریق صدا و سیما استان در خصوص تهیه کاتالوگ و بروشور
۰/۰۰۰	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 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

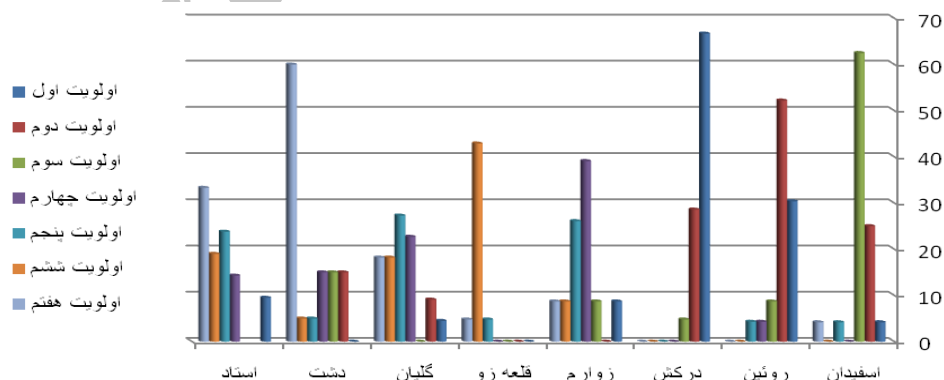
مطابق با گویه‌های شماره ۱۴، میانگین کل نارسایی‌های توسعه گردشگری در بین گردشگران در بازه ۱ تا ۵ برابر با ۳/۰۲ است. که با توجه به معناداری آزمون t در سطح اطمینان ۹۹ درصد، بالاتر از حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری گردشگران روستاهای مورد مطالعه - می‌باشد.

جدول شماره ۱۴: بررسی نارسایی‌های توسعه گردشگری از گردشگران

معنی داری سطح	رتبه ای میانگین	معیار انحراف	درصد افراد پاسخگو					سوال
			زیاد و بسیار	زیاد	متوسط	کم	کم و بسیار	
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، گلین (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 مسؤلان

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 رتبه ای	انحراف معیار	درصد افراد پاسخگو					سوال
			کمتر از	زیاد	متوسط	بسیار	بسیار	
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	۴/۲۵	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 مسؤولان گردشگری مورد مطالعه می‌باشد. به عبارتی مسؤولان موانع فرهنگی و آموزشی را از عوامل عدم رونق گردشگری ذکر کرده‌اند.

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

سطح معنی داری	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 آموزش دیده 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 مسئولان

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌های	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 می شود؟
۰/۰۰۰	۲/۸	۱/۲۰	۱۰/۷	۱۴/۳	۴۲/۹	۱۴/۳	۱۷/۹	افزایش عبور و مرور و راه‌بن‌دانه‌ها بر اثر ازدحام گردشگران
۰/۰۸۷	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 مسئولان، 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 مسئولان گردشگری مورد مطالعه می‌باشد.

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

سطح معنی داری	میانگین رتبه‌های	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 و 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
۰/۰۰۰	۴/۱۲	۰/۴۷	-	-	-	-	-	کل

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مطابق با گویه‌های جدول شماره ۱۹ مربوط به موانع بازاریابی و تبلیغات گردشگری از نگاه مسؤولان، 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 حد متوسط بوده و قابل تعمیم به جامعه آماری مسؤولان گردشگری مورد مطالعه می باشد.

جدول شماره ۱۹: بررسی مشکلات مدیریتی و تصمیم گیری گردشگری از نگاه مسئولان

سطح معنی داری	میانگین رتبه ای	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 سازمان- های 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 سرمایه گذاری 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 معنی‌داری	میانگین رتبه‌ای	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 در افزایش 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 معنی‌داری وجود دارد به طوری که می‌توان گفت هر چه این موانع ومشکلات افزایش یابد توسعه گردشگری با شدت بیشتری با مشکل مواجه می‌شود. ضمن اینکه موانع بازاریابی و مدیریتی رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته نداشتند.

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

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

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

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

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

عدم رونق توسعه گردشگری		وابسته / مستقل	نام روستا
سطح معنی داری	ضریب همبستگی		
۰/۴	۰/۱۶	موانع زیربنایی	استاد
۰/۰۴	۰/۴۰	موانع آموزشی و فرهنگی	
۰/۰۵	۰/۳۷	موانع زیست‌محیطی	
۰/۵	۰/۱۸	موانع بازاریابی	دشت
۰/۸	۰/۰۳	موانع زیربنایی	
۰/۰۰	۰/۷۷	موانع آموزشی و فرهنگی	
۰/۰۲۳	۰/۴۹	موانع زیست‌محیطی	گلیان
۰/۰۲۱	۰/۵۰	موانع بازاریابی	
۰/۷	-۰/۰۹	موانع زیربنایی	
۰/۰۳۲	۰/۴۷	موانع آموزشی و فرهنگی	زوارم
۰/۰۵۵	۰/۴۲	موانع زیست‌محیطی	
۰/۲۶	-۰/۲۴	موانع بازاریابی	
۰/۵۱	۰/۱۴	موانع زیربنایی	زوارم
۰/۰۰۵	۰/۵۵	موانع آموزشی و فرهنگی	
۰/۱۰	۰/۳۵	موانع زیست‌محیطی	

عدم رونق توسعه گردشگری		وابسته / مستقل	نام روستا
ضریب همبستگی	سطح معنی داری		
۰/۳۵	۰/۱۹	موانع بازاریابی	روئین
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	درکش
۰/۰۵۲	۰/۴۳	موانع زیربنایی	
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	۰/۳۰	موانع بازاریابی	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

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

گروه	گروها	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 می‌دهد. که در آن بین دیدگاه‌های مسئولان و گردشگران (با تفاوت میانگین ۰/۵۲۱) تفاوت معنی داری وجود دارد به طوری که مسئولان 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 مسئولان و ساکنان تفاوت معنی داری وجود نداشت. یا به عبارتی ساکنان و مسئولان در مورد موانع زیست-محیطی تقریباً اتفاق نظر دارند.

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

گروه	گروها	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 گلپان با ۳۷/۱۲ دیده می‌شود. یعنی موانع زیربنایی در روستای قلعه زو نسبت به روستای گلپان از شدت بیشتری برخوردار بوده است.

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

موانع بازاریابی		موانع زیست‌محیطی		موانع آموزشی و فرهنگی		موانع زیربنایی		روستاهای نمونه
میانگین رتبه‌ای**	تعداد	میانگین رتبه‌ای**	تعداد	میانگین رتبه‌ای**	تعداد	میانگین رتبه‌ای**	تعداد	
۱۲۶/۱۰	۲۶	۶۲/۵۲	۲۴	۱۱۳/۲۴	۲۵	۱۰۹/۴۸	۲۴	استاد
۶۷/۰۲	۲۱	۱۰۲/۷۶	۲۱	۱۰۱/۳۰	۲۰	۸۸/۴۰	۲۰	دشت
۷۲/۳۰	۲۲	۶۲/۶۲	۲۰	۴۷/۶۰	۲۱	۳۷/۱۲	۱۷	گلیان
۸۰/۴۰	۲۴	۸۷/۰۴	۲۳	۸۲/۲۳	۲۴	۹۰/۶۵	۲۳	زوارم
۷۱/۴۰	۲۰	۹۱/۵۵	۲۰	۷۶/۶۵	۲۰	۴۸/۱۸	۲۰	روئین
۷۲/۲۶	۲۵	۱۱۱/۳۴	۲۵	۷۸	۲۴	۷۱/۷۹	۲۴	اسفیدان
۱۰۵/۶۲	۱۷	۹۴	۱۷	۱۰۱/۷۸	۱۶	۹۰/۱۶	۱۶	درکش
۱۱۱/۴۳	۲۱	۶۶/۸۸	۲۰	۸۳/۵۸	۲۰	۱۱۴/۴۸	۲۰	قلعه زو
-	۱۷۶	-	۱۷۰	-	۱۷۰	-	۱۶۴	تعداد

** معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۰

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 معنی‌دار 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 ^۲	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 معنی‌داری $۰/۰۲۳$ برابر

با ۰/۳۲۱ می‌باشد. یعنی یک واحد انحراف استاندارد در تغییرات موانع بازاریابی، باعث ۰/۳۲۱ تغییر در عدم توسعه گردشگری می‌شود. موانع آموزشی و فرهنگی نیز اثر افزایشی بر مشکلات توسعه گردشگری دارد، و میزان این اثر در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ برابر با ۰/۶۱۲ می‌باشد. یعنی یک واحد انحراف استاندارد در موانع آموزشی و فرهنگی، باعث ۰/۶۱۲ تغییر در موانع توسعه گردشگری می‌شود. لذا موانع آموزشی و فرهنگی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر عدم رونق گردشگری بوده است. میزان تأثیر موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری بر متغیر وابسته در سطح معنی‌داری ۰/۰۳۶ برابر با ۰/۳۲۳ می‌باشد. یعنی یک واحد انحراف استاندارد در تغییرات موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری، باعث ۰/۳۲۳ تغییر در عدم توسعه گردشگری می‌شود. بنابراین موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری بر عدم توسعه گردشگری تأثیر دارد.

جدول شماره ۲۷: تحلیل رگرسیون چندگانه

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

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

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

جدول شماره ۲۸: نتایج متغیرهای تحقیق

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

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به سطح سنجش دو متغیر (فاصله‌ای) از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون (جدول ۲۸) مشاهده می‌شود که مقدار احتمال آزمون برابر با ۰/۰۲۳ 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 زیر بنایی رد می‌شود. یعنی موانع زیربنایی باعث افزایش نارسایی‌های توسعه گردشگری می‌گردد. 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

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

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 ($\text{Sig}=۰/۰۲۳$) 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

نتیجه آزمون	مقدار احتمال آزمون	میزان همبستگی	نوع ضریب همبستگی	سطح سنجش متغیر
پذیرش فرضیه صفر	۰/۹۲	۰/۰۹	پیرسون	فاصله‌ای
$\beta=۰/۳۲۳$ 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 معنی دار بین متغیر نارسایی‌های توسعه گردشگری و موانع بازاریابی پذیرفته می‌شود. یعنی موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری رابطه‌چندانی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری ندارد. اما در تحلیل رگرسیون تأثیر افزایشی ($\beta=۰/۳۲۳$) در سطح معناداری ($\text{Sig}=۰/۰۳۶$) مورد پذیرش واقع شده است. یعنی موانع مدیریتی و تصمیم‌گیری، تأثیر افزایشی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری دارد.

نتیجه گیری

نتایج یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بین موانع آموزشی و فرهنگی و مشکلات مربوط به توسعه گردشگری همبستگی مثبت و معنادار نسبتاً قوی ($r=0/58$) 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 ($r=0/36$) 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 ($r=0/16$) وجود دارد به لحاظ اهمیت در جایگاه بعدی قرار می‌گیرد. ضمن اینکه موانع بازاریابی ($r=0/12$) و مدیریتی ($r=0/09$) رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته نداشتند اگرچه در تحلیل رگرسیون تاثیر افزایشی بر نارسایی‌های توسعه گردشگری دارند. بنابراین انجام اقدامات لازم و فراهم کردن امکانات و خدمات برای رفع مشکلات آموزشی و فرهنگی به عنوان تاثیرگذارترین عامل بر ضعف توسعه گردشگری در روستاهای هدف از طریق فراهم نمودن زمینه‌های ترویج و تقویت فرهنگ گردشگری پذیرداری در بین ساکنان بومی، تدوین برنامه‌های آموزشی، اجتماعی و فرهنگی در سطوح گوناگون، زمینه سازی و تشویق مردم روستاها برای مشارکت در توسعه زیر ساختارها، تجهیزات و تسهیلات گردشگری، آموزش و اطلاع رسانی 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 تاکید بر سه نکته مهم: کیفیت، حفظ و دوام و تعادل (گردشگری پایدار) می‌توان از مشکلات و اثرات سوء زیست‌محیطی در روستاهای هدف کاست. درخصوص 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، تاکید بر حضور مردم محلی در فرآیند توسعه گردشگری ... و معرفی و شناساندن جاذبه‌ها و محصولات گردشگری روستاهای هدف به سایر مناطق از طریق چاپ بروشور، بیلبورد 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»، فصلنامه 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»، مجله 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)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، تهران: 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»، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس.
- قادری، زاهد، (۱۳۸۳)، اصول برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی، تهران: سازمان همیاری شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
- قاسمی، ایرج؛ (۱۳۸۸)، برنامه‌ریزی کالبدی حوزه‌های روستایی، تهران: 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.

Archive of SID