

# بررسی تأثیر گردشگری تجاری بر همدلی گردشگران در مقصد گردشگری (مورد مطالعه: شهر مرزی بانه)

داریوش جهانی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۰۸

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۱۷

## چکیده

**زمینه و هدف:** حفظ و تقویت همبستگی ملی قومیت‌ها از جمله دغدغه‌های کشورهای در جهان معاصر است. ایران از جمله کشورهایی است که از تنوع فرهنگی و قومی زیادی برخوردار است و بنابراین تقویت همدلی و همگرایی اقوام در این کشور امری حیاتی است. گردشگری یکی از ظرفیت‌هایی است که می‌تواند در این راستا مورد استفاده قرار گیرد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر گردشگری تجاری بر همدلی اقوام ایرانی است.

**روش:** پژوهش حاضر بر مبنای هدف، کاربردی و بر اساس روش اجرا، شبه آزمایشی با استفاده از الگوی یک گروه در دو زمان می‌باشد. جامعه آماری شامل کلیه گردشگرانی است که در سال ۱۳۹۴ به شهر مرزی بانه سفر کرده‌اند. از بین آن‌ها تعداد ۱۲۸ نفر از هموطنان غیرکرد که برای اولین بار به بانه سفر کردند، انتخاب شدند. داده‌ها با کمک پرسشنامه روا و پایا (آلفای کرونباخ ۰/۸۱) جمع‌آوری و با کمک آزمون تی دو نمونه‌ای تحلیل شد.

**یافته‌ها و نتایج:** پژوهش نشان داد که همدلی هموطنان نسبت به مردم شهر بانه با سطح معناداری ۹۹ درصد بعد از سفر به این شهر مرزی افزایش یافته است. بنابراین توسعه ظرفیت‌های گردشگری تجاری شهر بانه و ارائه خدمات مناسب به مردم این شهر و گردشگران، می‌تواند تبعات سیاسی ارزشمندی در پی داشته باشد.

## واژه‌های کلیدی

همدلی، قومیت، مرزنشین، گردشگری تجاری، بانه، قوم کرد

---

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)؛ ایمیل: da.jahani@gmail.com

## مقدمه

قومیت را می‌توان احساس و ادراک مشترک در بین اعضای یک گروه قومی، که به برخورداری از ریشه‌های تاریخی و جغرافیایی واحد، زبان، مذهب، آداب رسوم و خاطرات مشترک اعتقاد دارند دانست و به دلیل همین پیشینه و ویژگی‌ها، یک قوم خود را متمایز از دیگران دانسته و آرمان زیست در سرزمین معین را در سر می‌پرورانند (وزارت کشور، ۱۳۸۰: ۱۶). حفظ و تقویت همبستگی ملی قومیت‌ها از جمله دغدغه‌ها و پیچیدگی‌های هر کشور در جهان معاصر می‌باشد. ضعف و ناکامی کشورها در یکپارچه‌سازی و نه یکسان‌سازی گروه‌های اجتماعی گوناگون و تبدیل آن‌ها به نیروی سیاسی و اجتماعی متحد، تهدیدهای جدید امنیتی را به همراه آورده است که زیر ساخت‌های کلان سیاسی را چندپاره ساخته و به تضعیف توان سیاست‌سازی و قابلیت پاسخ‌گویی نظام سیاسی می‌انجامد (اسماعیلی، قلائی و جلالی، ۱۳۹۳: ۱۳۶). بنابراین درک احساسات قومی، تغییر نگرش بخش مرکزی نسبت به پیرامون، فرصت‌سازی و تعبیه مکانیسم‌های مشارکت ملی و محلی برای آن‌ها و همچنین آزادسازی پتانسیل ناحیه‌گرایی از طریق توزیع قدرت سیاسی اداری ملی در تمامی مناطق جغرافیایی کشور در چهارچوب الگویی متعادل و متوازن و بالاخره برقراری عدالت جغرافیایی و توزیع عادلانه ثمرات توسعه ملی در بین بخش مرکزی و مناطق پیرامونی تا اندازه زیادی می‌تواند به ایجاد تفاهم کلی، یکپارچگی و اطمینان اجزا ملت نسبت به یکدیگر و گسترش روحیه صمیمیت ملی کمک کند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۷: ۱۸۳).

یکی از عواملی که می‌تواند در این راستا به کار گرفته شده و در تعمیق همدلی اقوام مؤثر واقع افتد، گردشگری و بخصوص گردشگری تجاری در شهرهای مرزی است. این صنعت امروزه نقش قابل توجهی را در توسعه اقتصادی نواحی مختلف داشته و علاوه بر جنبه اقتصادی، می‌تواند تغییرات فرهنگی و اجتماعی مهمی را در مقصد ایجاد کند و از طریق توزیع درآمد، اشتغال‌زایی و کاهش فقر باعث توسعه و پیشرفت اجتماعی شده، رفاه و

سلامت عمومی را ایجاد نماید (حاجی نژاد و احمدی، ۱۳۸۹: ۸). تجربیات کشورهای در حال توسعه در سه دهه اخیر نشان می‌دهد که توسعه مبادلات مرزی در قالب‌های مقررات و قوانین حقوقی می‌تواند محرک خوبی برای افزایش مبادلات کالا بصورت رسمی، جهت دهی تجارت به سمت مزیت‌های نسبی، گسترش همکاری‌های همه‌جانبه بین مناطق آزاد، توسعه بازارچه‌های مرزی بین منطقه‌ای، ایجاد سودهای تجاری، کاهش قیمت کالاها، همگرایی میان عرضه و تقاضا و ایجاد درآمد، اشتغال و امنیت برای مرزنشینان گردد که این موارد از جمله آثار مثبت مبادلات مرزی است (محمودی، ۱۳۸۴: ۱۰۷ و ۱۰۸). از طرفی دیگر، توسعه مبادلات مرزی منجر به رشد و توسعه گردشگری تجاری در شهرهای مرزی می‌گردد و به دنبال آن به علت رفت و آمدهای درون کشوری و رشد ارتباطات اقوامی میزانی از همدلی نیز شکل می‌گیرد.

گردشگری تجاری در شرایط امروزی مناطق گردشگرپذیر ایران نیز کم هزینه‌ترین ابزاری است که می‌تواند در راستای تولید و تعمیق بیشتر همدلی بین اقوام ایرانی نقش آفرینی کند. با توجه به این مهم، پژوهش پیش‌رو در صدد است این سؤال که «چگونه و به چه طریقی، گردشگری تجاری و رونق آن در شهر مرزی بانه، موجبات تعمیق همدلی بیشتر بین اقوام را مهیا می‌سازد؟» را مورد واکاوی قرار دهد. به نظر می‌رسد از آن‌جا که گردشگری تجاری در شهرهای مرزی، از طرفی از پتانسیل‌های توسعه و سرمایه‌گذاری برخوردار است و از طرف دیگر انگیزه‌های لازم در شهروندان دیگر نقاط را به منظور سفر به وجود می‌آورد، در تبادل فرهنگی اقوام و همبستگی آن‌ها مؤثر بوده و مولد همدلی اقوام باشد.

**همدلی!** همدلی عبارت است از توانایی قراردادن خود به جای دیگران و از این طریق درک بهتر احساسات و تجربیات آن‌ها. همدلی از دو بخش تشکیل شده است: یک بخش شناختی که عبارت است از توانایی شناخت احساسات و تجربیات دیگران و یک بخش احساسی که عبارت از تقسیم احساسات و تجربیات آن‌ها است (شریعت و کیخاونی، ۱۳۸۹:

۲۴۹). همدلی را می‌توان به اقسام مختلفی تفکیک نمود، به طور مثال همدلی فرهنگی یکی از این اقسام و انواع است. همدلی فرهنگی عبارت است از توانایی ایجاد انگیزه و علاقه در دیگران و به دست آوردن و بروز دادن احساس کامل و دقیق افکار، احساسات و یا تجربیات افراد دیگر. این مفهوم به توانایی همدلی با احساسات، افکار و رفتارهای اعضای گوناگون گروه‌های فرهنگی و مخصوصاً افراد برون گروه اشاره دارد (احمدی و قاسمی، ۱۳۹۱: ۱۳۷). علاوه بر آن همدلی فرهنگی بر توانایی میان افراد، یعنی مهارت‌های رفتاری در برخورد با دیگران در موقعیت‌های اجتماعی تأکید دارد. پژوهش‌ها در مورد شخصیت در عرصه بین‌المللی نشان داده‌اند که همدلی فرهنگی ویژگی شخصیتی بسیار مهمی برای سازگاری و انطباق افراد در جوامع چندفرهنگی است. این امر به ویژه در مورد انطباق افراد مهاجر دارای فرهنگ متفاوت با فرهنگ کشور میزبان بیشتر صدق می‌کند. (مندنهال و ادو، ۱۳۶۶: ۴۳)

از این رو مقوله همدلی و مخصوصاً همدلی فرهنگی گرایش به تعامل میان فرهنگی برای شهروندان را بیشتر برآورده می‌نماید.

**گردشگری تجاری:** گردشگری عبارت است از مسافرت برای تفریح و سرگرمی و سفری که در آن مسافر به مقصدی می‌رود و سپس به محل سکونت خود باز می‌گردد (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۱۸). گردشگری به علت خصلت بین رشته‌ای خود قابلیت نگرش‌های متفاوت را دارا است و این امر سبب ارایه تعاریف بسیاری از آن گردیده است. از بعد اجتماعی، گردشگری فصل مشترک میان زندگی روزمره و زندگی غیرعادی گردشگران می‌باشد (براندارد، ۲۰۱۳: ۵۵۲) (۱۳۷۶)

از بعد اقتصادی گردشگری عبارت است از مسافرت اشخاصی که به طور موقت از محل سکونت خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی، فرهنگی و شخصی خود را به شکل کالاها و

- 
- 1 . Mendenhall & Oddou
  - 2 . Barnard

خدمات اقتصادی و فرهنگی برآورده کنند (رضوانی، ۱۳۷۴: ۳۲). در بعد جغرافیایی، گردشگری زمانی از فعالیت گذران اوقات فراغت یا تفریح که مستلزم غیبت شبانه از مکان مسکونی عادی است تعریف می‌شود (اسکینر، ۲۸۰: ۱۳۷۹). تجربه‌های گردشگری به مفهوم امروزی خود، محصول جامعه کنونی انسان‌ها و زاده انقلاب صنعتی است (حیدری، ۱۳۸۷: ۱۱).

گردشگری انواع مختلفی دارد که یکی از انواع آن، گردشگری تجاری است که در قالب شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ملی و محلی و همچنین مسافرت به قصد تجارت نمود پیدا می‌کند (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۶: ۵۲). مبادلات اقتصادی و تجاری از عوامل بسترساز گردشگری تجاری می‌باشند. مبادله‌های تجاری و اقتصادی، نیروی محرکه و موتور توسعه هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند. سازمان مشارکت گردشگری تجاری (۲۰۰۵) بیان می‌کند که ویژگی اصلی گردشگری تجاری، کیفیت و بازدهی بالاتر آن نسبت به سایر گردشگری است (مرادنژاد، پوربرات و باقری، ۱۳۹۱: ۴۳). این شکل از گردشگری می‌تواند پایدارتر از سایر گردشگری‌ها نیز باشد، زیرا غیرفصلی است و می‌تواند در کل طول سال اشتغال ایجاد کند. گردشگری تجاری همچنین می‌تواند شتاب دهنده‌ای برای احیای مقصد باشد، زیرا به جذب سرمایه‌ها کمک می‌کند و باعث بهبود زیرساخت‌های مقصد می‌شود. گردشگران تجاری معمولاً در یک مکان توقف دارند و در همان محل هزینه می‌کنند، اگر چه شاید مهم‌ترین ویژگی گردشگری تجاری مستقیماً با صنعت گردشگری ارتباط نداشته باشد، رونق میزبان می‌شود و این خود می‌تواند زمینه سرمایه‌گذاری بیشتر را در آن منطقه فراهم کند. علاوه بر این، بسیاری از گردشگران تجاری می‌توانند در ایام تعطیلات به همراه خانواده یا دوستان خود به مقصدهایی بازگردند که برایشان جذاب و مفرح بوده است. موارد ذکر شده حاکی از آن است که گردشگری تجاری برای بیشتر مقصدها بسیار سودآور و جذاب است، ولی به طور غیرقابل باوری رقابتی است و به تسهیلات و خدمات

بسیار با کیفیتی نیاز دارد. این نوع گردشگری در سطح جهان در حال رشد است و شهرها و مقصدهای اروپایی با رقبای خود در آمریکای شمالی و استرالیا، که تسهیلات بهتری ارائه می‌دهند در حال رقابت شدیدی هستند (حاتمی‌نژاد، شیخی، رحمتی و شریف زاده مقدم، ۱۳۹۴: ۱۷۰).

شهرهای مرزی و گردشگری: حداقل تا دهه هفتاد، ادبیات جغرافیای سیاسی آکنده از مطالعات مربوط به سرحدات و مرزها بوده است، حال آنکه اکنون چنین مطالعاتی بسیار کمتر انجام می‌شود. شاید علت آن تا حدودی این باشد که رویکردهای پیکرشناختی دیگر مرسوم نیست و شاید هم به این دلیل باشد که محققان تصور می‌کنند هر آنچه که ارزش گفتن در مورد سرحدات و مرزها را داشته، گفته شده است. خواه این مسئله در جغرافیای سیاسی، به نحوه نگرش تاریخی معمول در مطالعات مرزی مربوط باشد یا خیر، مرزها هنوز هم نقش بسیار مهمی را در زندگی انسان ایفا می‌کنند. تأثیر مرزها فراتر از کنترل تجارت و حرکت است؛ چنان که کامپلری و فالک توضیح می‌دهند «مرزها اهمیت بسیاری در گفتمان مربوط به حاکمیت دارند. مرزهای بین‌المللی مهم‌ترین عامل تشخیص و جدایی یک واحد متشکل سیاسی - فضایی از واحدهای مجاور خود می‌باشند» (زرقانی، ۱۳۸۶: ۱۷)، از این رو موضوعات مربوط به مرز از مباحث اصلی در جغرافیای سیاسی به شمار می‌روند. به کلیه اشخاصی که در عمق نوار مرزی و جزایر مجاور هر کشور سکونت دائمی داشته باشند مرزنشین اطلاق می‌شود. با توجه به این تعریف، به شهرهایی که در عمق نوار مرزی یا در جزایر مجاور هر کشور، وجود داشته باشند، شهر مرزی گفته می‌شود (مهدی - زاد، ۱۳۸۹: ۷۶)؛ بنابراین شهرهای مرزی در آخرین حد قلمرو زمینی هر کشور یا مرز آن کشور که مهم‌ترین عامل تشخیص و جدایی سرزمین یک کشور از کشور همسایه است، مستقرند (کریمی‌پور، ۱۳۸۱: ۲۵). به عقیده جونز و وایلد ۱ مناطق مرزی که شهرهای مرزی را نیز در بر می‌گیرد، به عنوان مناطق حاشیه‌ای و توسعه نیافته شناخته می‌شوند. این حاشیه -

ای بودن گرچه می‌تواند معلول شرایط جغرافیایی مناطق مرزی باشد، اما خود پدیده مرزی بودن، بسیاری از امکانات و قابلیت‌های آن منطقه را مضمحل می‌سازد (امانپور و دیگران، ۱۳۹۱: ۲۰۷). در این راستا، کشورهایی که درگیر ناامنی در مناطق مرزی خود بوده‌اند، دریافته‌اند که عمده‌ترین مسایل مربوط به این ناامنی‌ها، ناشی از شرایط توسعه-نیافتگی و پیامدهای تبعی آن بوده است. به عبارت دیگر شرایط فقر و تنگدستی در این مناطق می‌تواند محیط مناسبی جهت ناامنی و تحریک دشمنان در بهره‌برداری از سرپل‌های به وجود آمده در این مناطق گردد. در واقع توسعه‌نیافتگی مناطق مرزی، ارتباط مستقیمی با عدم تعادل بین مناطق مرزی و مرکزی یک کشور دارد. همچنین با گسترش ناامنی و توسعه‌نیافتگی در مناطق مرزی، نتایج آن به طور مستقیم و بلافاصله به کل کشور منتقل می‌شود (عندلیب، ۱۳۸۰: ۳). به این ترتیب توجه به توسعه مناطق مرزی و رفاه مرزنشینان می‌تواند برای برقراری امنیت این مناطق ارزشمند تلقی شود. یکی از شیوه‌هایی که در کشورهای مختلف به تجربه برای حل این مشکل به کار گرفته شده، مبادلات تجاری و توسعه گردشگری تجاری است. این مبادله‌ها می‌توانند عامل پویایی و شکوفایی مناطق مرزی باشند و نقش اساسی در افزایش استانداردهای زندگی مردم، کاهش فقر، توزیع مناسب و برابر درآمدها و جمعیت و تسریع همکاری‌های بیشتر بین نواحی مرزی بازی کنند (محمدی، بوکانی و ویسی، ۱۳۹۰: ۱۱۹). از طرفی مناطق مرزی به دلیل تماس با محیط‌های گوناگون داخلی و خارجی از ویژگی خاصی برخوردارند، به طوری که ظرفیت بالای رونق و از سرگیری مبادلات اقتصادی و ارتباطی و فرهنگی با عرصه‌های پیرامونی داخلی و خارجی از این دست ویژگی‌ها به حساب می‌آید.

**مرزها و هویت قومی:** قوم شامل مردمی است که دارای وجوه مشترک فرهنگی، تاریخی و یا جسمانی هستند و نسبت به یکدیگر احساس تعلق و همبستگی می‌کنند و خود را از بقیه گروه‌های قومی متمایز می‌کنند. بنابراین هویت قومی به معنای احساس تعهد و تعلق و وفاداری به نمادهای قومی است (جلایی‌پور و قنبری، ۱۳۸۸: ۱۶۹). تا آنجا که به ناحیه‌بندی

سیاسی درونی کشورها مرتبط است، گسترش سرزمین یک گروه واحد قومی در دو سوی مرز بین‌المللی، موقعیت خطرناکی را ایجاد می‌کند. این یک تنگنا و منبع حساس مشاجره بین همسایگان در مقیاس جهانی است. (همان: ۲۶) از طرفی پیوستگی‌های سرزمین‌های قومی در دو سوی مرزهای بین‌المللی، امکانات نظارتی و کنترلی مرزی را ضعیف ساخته و در عین حال زمینه پشتیبانی قومی به ویژه در هنگام بحران امکان‌پذیر است (کریمی‌پور و محمدی، ۱۳۸۹: ۱۸۰). مطالعات نشان می‌دهد در برخی مناطق مرزنشین از گذشته به لحاظ همگنی‌های اکولوژیکی، خصوصیات اجتماعی و قرابت‌های قومی و مذهبی با مردم مرزنشین آن سوی مرزها از یک سو، و نبود یک راهبرد آمایشی در برنامه‌های توسعه ملی از سوی دیگر، پوسته انگیزه‌ساز بسیاری از تحرکات غیررسمی و مبادلات ناخواسته، قاچاق مواد مخدر، اسلحه و انسان و جابجایی و انتقال جمعیت به صورت کوچ‌های دسته‌جمعی به کشورهای همسایه و شهرهای بزرگ بوده است. این امر خود از پتانسیل شکل‌دهی به یک بحران در روابط سیاسی کشورهای همجوار برخوردار است و به راحتی بحران‌های ژئوپلیتیک را به درون مرزهای ملی فرا می‌خواند و یا بحران‌های ملی را به بحران‌های ژئوپلیتیک پیوند می‌دهد.

### پیشینه پژوهش

غفاری (۱۳۸۶) در پژوهشی تحت عنوان "گردشگری و توسعه پایدار شهری" نشان داد که گردشگری به عنوان عنصری هوشمند و انسانی و به منزله‌ی ورودی یک سیستم شهری می‌تواند موجب اثرات مثبتی بر ابعاد مختلف مکانی - فضایی و زمینه ساز توسعه‌ی پایدار شهر گردد. ضمن اینکه شهر و مدیران شهری نیز در ارتباطی متقابل و در راستای بسترسازی مناسب جهت جداکردن بهره‌گیری از مزایای مذکور، ناگزیر از تامین سختها، زیرساختها و تعریف کارکردهای مناسب و متناسب در شهر و پسرکرانه آن می‌باشند.

حاجی نژاد و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی تحت عنوان "تاثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی - فضایی مناطق شهری، مطالعه موردی شهر بانه"، نشان دادند که رشد



گردشگری تجاری در شهر بانه با تغییرات بافت کالبدی و فضایی شهر همراه بوده است، به طوری که افزایش جمعیت شهری، افزایش کاربری ارضی، افزایش ساخت و ساز واحدهای مسکونی و مجتمع های تجاری به همراه رشد مراکز اقامتی و پذیرایی، از بارزترین نمودهای این روابط و تغییرات برشمرده می شود.

حاجی نژاد و احمدی (۱۳۸۹)، در پژوهشی تحت عنوان "تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری، مطالعه موردی شهر بانه" نشان دادند که فعالیت هاگردشگری تجاری و اشتغال حاصل از این فعالیت در غیاب بخش های صنعت، خدمات و کشاورزی توانسته اثرات اقتصادی قابل توجهی را بر شهر بانه داشته باشد و افزایش درآمد و اشتغال و قیمت زمین در این شهر را در پی داشته است.

اذانی و غضائری (۱۳۹۲)، در پژوهشی تحت عنوان "بررسی نقش گردشگری تجاری بر توسعه اقتصادی شهر اصفهان" نشان دادند که گردشگری تجاری نقش موثر و معنی داری بر توسعه اقتصادی شهر اصفهان در سال های اخیر نداشته است.

ویسی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی تحت عنوان "تحلیل اثرات گردشگری تجاری بر تغییرات شاخصهای توسعه شهری (CDI) در شهر بانه" نشان دادند که، رابطه ای میان رشد گردشگری تجاری در شهر بانه با تغییرات شاخص های توسعه شهری (CDI) وجود دارد  
یغفوری و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی تحت عنوان "نقش مراکز تجاری در توسعه ی گردشگری شهر پیرانشهر" نشان دادند که فعالیت بازارچه ی مرزی بر توسعه ی گردشگری شهر پیرانشهر نقش دارد که این امر، خود متقابلا بر توسعه اقتصادی موثر بوده و در پایان امکانات و خدمات گردشگری مراکز تجاری بر رضایت گردشگران از این امکانات و خدمات موثر می باشد

سعادتی فر و زارعی (۱۳۹۰)، در مقاله ی خود نقش پایانه ها و بازارچه های مرزی شهر ایلام را در توسعه ی گردشگری بررسی کردند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که پایداری اقتصادی، ابزار تعیین کننده ای در هم افزایی اقتصادی در استان ایلام است

## روش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف، کاربردی و بر اساس روش اجرا، شبه آزمایشی با استفاده از الگوی یک گروه در دو زمان می باشد. جامعه آماری شامل کلیه گردشگرانی است که در سال ۱۳۹۴ به شهر مرزی بانه سفر کرده اند. از بین آن ها تعداد ۱۲۸ نفر از هموطنان غیر کرد که برای اولین بار به بانه سفر کردند، انتخاب شدند. داده ها با کمک پرسشنامه روا و پایا (آلفای کرونباخ ۰/۸۱) جمع آوری و با کمک آزمون تی دو نمونه ای تحلیل شد.

## یافته‌ها

یافته های این پژوهش در دو قسمت ارائه می شود، نخست داده های توصیفی و در مرحله بعد آزمون فرضیه ها ارائه می شود.

## یافته های توصیفی

یافته های توصیفی تحقیق ارایه کننده ی شمایی اجمالی از ویژگی های پاسخگویان تحقیق است. در این قسمت یافته های توصیفی حاصل از داده های ارائه شده در پرسشنامه که بیانگر جنسیت، سن، تحصیلات، پاسخگویان (گردشگران) می باشد، به صورت خلاصه ارائه شده است.

## الف - جنسیت

با توجه به جدول و نمودار شماره ۱، تعداد زنان پاسخ دهنده ۶۶ نفر می باشد که، ۵۱/۶ درصد فراوانی و را به خود اختصاص داده است و تعداد مردان ۶۲ نفر که ۴۸/۴ درصد فراوانی را به خود اختصاص داده است.

جدول ۱، آمار توصیفی جنسیت پاسخگویان

جنس	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
زن	۶۶	۵۱/۶	۵۱/۶
مرد	۶۲	۴۸/۴	۱۰۰
جمع	۱۲۸	۱۰۰	-

### ب- سن

با توجه به جدول ۲، سن پاسخگویان از ۱۵ تا ۳۰ سال ۴۸ نفر می باشند که دارای ۳۷/۵ درصد فراوانی، سن پاسخگویان از ۳۰-۴۵ سال ۵۹ نفر که دارای ۴۶/۱ درصد فراوانی و افراد ۴۵ سال به بالا ۲۱ نفر که دارای ۱۶/۴ درصد فراوانی می باشد.

جدول ۲، سن آمار توصیفی سن پاسخگویان

سن	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
۳۰-۱۵	۴۸	۳۷/۵	۳۷/۵
۴۵-۳۰	۵۹	۴۶/۱	۸۳/۶
۴۵ به بالا	۲۱	۱۶/۴	۱۰۰
جمع	۱۲۸	۱۰۰	-

### ج- تحصیلات

با توجه به جدول شماره ۳ تعداد پاسخگویان با تحصیلات زیر دیپلم و دیپلم ۲۱ نفر که ۱۶/۴ درصد فراوانی را به خود اختصاص داده است. تعداد پاسخگویان لیسانس ۱۰۲ نفر که دارای ۷۹/۷ درصد پاسخگویان فوق لیسانس به بالا ۵ نفر با ۳/۹ درصد فراوانی می باشد.

جدول ۳، جدول آمار توصیفی تحصیلات پاسخگویان

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی تجمعی
دیپلم و زیر دیپلم	۲۱	۱۶/۴	۱۶/۴
لیسانس	۱۰۲	۷۹/۷	۹۶/۱
فوق لیسانس و دکتری	۵	۳/۹	۱۰۰
جمع	۱۲۸	۱۰۰	-

در جداول ۴ تا ۶ نیز توصیف سوالات پرسشنامه ارائه شده است.

جدول ۴: میانگین نظرات گردشگران در باب همدلی با قوم کرد قبل و بعد از سفر به شهر مرزی بانه

ردیف	سوالات	میانگین قبل از سفر	میانگین بعد از سفر	تفاضل میانگین
۱	ضعف زیر ساخت ها در مناطق کُردنشین به چه میزان شما را ناراحت می کرد؟	۳/۱۳۵۶	۴/۱۶۱۰	+۱/۰۲۵۴
۲	با دیدن یک هموطن کُرد در شهر خودتان چقدر با او احساس نزدیکی می کردید؟	۳/۶۵۲۵	۴/۲۷۱۲	+۰/۶۱۸۷
۳	شما تا چه حد متوجه عواملی بودید که هموطنان کُرد را ناراحت می کرد؟	۳/۱۱۰۲	۴/۲۱۱۹	+۱/۱۰۱۷
۴	تا چه حد احساس می کردید مناطق کُردنشین پتانسیل های زیادی برای شکوفایی مبادلات اقتصادی دارند؟	۵/۰۲۵۴	۴/۲۷۹۷	-۰/۹۷۴۳
۵	تا چه حد برای از دست رفتن مفاخر و هنرمندان کُرد نسبت به مفاخر بومی خودتان، احساس ناراحتی می کردید؟	۲/۴۴۹۲	۴/۴۳۲۲	+۱/۹۸۳
۶	شما تا چه حد موافق با کم رنگ کردن جُک های قومیتی کُردی بودید؟	۴/۲۲۰۳	۴/۶۹۴۹	+۰/۴۷۴۶
۷	شما تا چه حد موافق ایجاد رابطه دوستانه و رفت و آمد خانوادگی با هموطنان کُردزبان بودید؟	۳/۷۲۸۸	۴/۴۸۳۱	+۰/۷۵۴۳
۸	شما تا چه حد تمایل داشتید در دنیای مجازی با هموطنان کُردزبان مشارکت اجتماعی و مباحثه داشته باشید؟	۳/۳۸۹۸	۴/۳۰۵۱	+۰/۹۱۵۳
۹	شما چقدر مشتاق بودید اسطوره ها و داستان های کُردی را بشنوید؟	۲/۸۴۷۵	۴/۳۲۲۰	+۱/۴۷۴۵
۱۰	در مقایسه با همشهری های خود، زمانی که هموطنان کُرد ناراحت بودند، شما تا چه حد احساس ناراحتی می کردید؟	۲/۹۹۱۵	۴/۱۷۸۰	+۱/۱۸۶۵
۱۱	تا چه حد نسبت به مشکلات هموطنان کُرد احساس همدردی می کردید؟	۳/۴۴۹۲	۴/۳۳۹۰	+۰/۸۸۹۸
۱۲	شنیدن آوازهای کُردی چقدر شما را شاد می کرد؟	۴/۰۲۵۴	۴/۳۰۵۱	+۰/۲۷۹۷
۱۳	چقدر دوست داشتید از لباس های کُردی برای دوستانتان سوغات بگیرید؟	۳/۴۴۹۲	۴/۱۱۰۲	+۰/۶۶۱
۱۴	اگر هموطن کُردی افسرده بود چقدر احساس ناراحتی می کردید؟	۳/۵۱۹۶	۴/۲۵۴۲	+۰/۷۳۷۳

۱۵	دیدن مسائلی که سبب ناراحتی هموطنان گردد می شد، چقدر برای شما ناراحت کننده بود؟	۳/۷۰۳۴	۴/۳۶۴۴	+۰/۶۶۱
۱۶	زمانی که یک اخبار بد از مناطق گردشین به دستتان می رسید، شما چقدر ناراحت می شدید؟	۳/۵۹۳۲	۴/۵۵۹۳	+۰/۹۶۶۱
۱۷	خبر قهرمانی، پیشرفت و افتخار آفرینی هموطنان گردد در سطح ملی (مسابقات داخلی) چقدر شما را مسرور می کرد؟	۴/۰۵۰۸	۴/۵۸۴۷	+۰/۵۳۳۹
۱۸	خبر تاسیس کارخانه‌های تبدیلی، صنعتی و ... در مناطق کرد نشین به چه میزان سب شادی شما می شد؟	۳/۷۲۰۳	۴/۳۸۱۴	+۰/۶۶۱۱
۱۹	چقدر مشتاق بودید مستند و فیلم هایی در رابطه با فرهنگ و سنت گردهای هموطن ببینید؟	۴/۰۵۹۳	۴/۴۸۳۱	+۰/۱۰۹۹
۲۰	چقدر تمایل داشتید همسایه کرد زبان داشته باشید؟	۴/...	۴/۳۲۳۰	+۰/۳۲۲
۲۱	چقدر تمایل داشتید برای خرید و سفر تجاری به مناطق گردشین سفر کنید؟	۳/۸۷۲۹	۴/۷۵۴۲	+۰/۸۸۱۳
۲۲	تا چه اندازه برای پیشرفت اقتصادی مناطق گردشین خوشحال می شدید؟	۳/۶۶۱۰	۴/۴۹۱۵	+۰/۸۳۰۵
۲۳	کمبود امکانات رفاهی شهروندان مناطق گردشین برای شما تا چه حد آزار دهنده بود؟	۳/۸۶۴۴	۴/۳۸۹۸	+۰/۵۲۵۴
۲۴	این موضوع که مناطق گردشین جزء محروم ترین مناطق ایران از لحاظ صنعتی بود، تا چه حد موجب تأسف شما می شد؟	۳/۵۰۸۵	۴/۳۹۸۳	+۰/۸۸۹۸
۲۵	شما تا چه حد موافق بزرگنمایی دیدگاه امنیتی در مناطق گردشین بودید؟	۳/۱۷۸۰	۴/۹۵۷۶	+۰/۷۷۹۶
*	میانگین	۳/۶۰۸۲۴	۳/۶۱۳۴۸ ۴	۰/۷۵۳۱۰۸ +

با توجه به جدول ۴۱ میانگین همدلی قبل از سفر ۳/۶۰ و بعد از سفر ۴/۳۶ است. به عبارتی میانگین همدلی بعد از سفر ۰/۷۵+ افزایش یافته است. بررسی فراوانی پاسخ ها نیز نشان داد که بیشترین فراوانی خیلی کم و کم مربوط به همدلی به قبل از سفر و بیشترین فراوانی زیاد و خیلی زیاد به بعد از سفر تعلق دارد.

**یافته‌های استنباطی:** در این قسمت فرضیه پژوهش آزمون می شود.

فرضیه پژوهش: توسعه گردشگری تجاری شهر مرزی بانه موجب همدملی بیشتر با اقوام ایرانی می شود.

برای آزمون این فرضیه از تی دو نمونه ای بهره گرفته شد. نتایج این آزمون در جداول ۵ و ۶ ارائه شده است.

**جدول ۵: فراوانی تی زوجی گردشگران بانه**

انحراف استاندارد	تعداد گردشگران	میانگین همدملی	
۲۰/۶۹۵۷۷	۱۲۸	۹۱/۹۸۴۴	قبل از سفر
۱۴/۰۶۷۰۴	۱۲۸	۱۰۸/۷۳۴۴	بعد از سفر

نتایج جدول ۵ نشان می دهد که میزان همدملی گردشگران نسبت به قوم کرد، بعد از سفر افزایش داشته است. با توجه به این یافته ها، میانگین رتبه ای مدلی گردشگران قوم کرد قبل از سفر به بانه ۹۱/۹۸۴۴ و بعد از سفر به بانه ۱۰۸/۷۳۴۴ است.

**جدول ۶: تی دو نمونه ای برای بررسی تاثیر گردشگری بر همدملی اقوام**

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره	تفاوت های زوجی			
			سطوح		انحراف معیار	میانگین
			سطح بالا	سطح پایین		
۰/۰۰۰	۱۲۷	-۸/۴۲۴	-۱۲/۸۱۱۵۳۷	-۲۰/۶۸۴۶۳	۲۲/۴۹۵۸۴	-۱۶/۷۵

براساس یافته های جدول ۶ نیز تفاوت میانگین همدملی گردشگران قبل و بعد از سفر به بانه، معنادار است، به عبارتی با افزایش سفر به بانه همدملی اقوام افزایش داشته است.

### **بحث و نتیجه گیری**

شهر بانه همواره از پتانسیل های رشد و توسعه و سرمایه گذاری گردشگری تجاری برخوردار بوده است. در سال های اخیر، این شهر به دلیل موقعیت ویژه اش در محدوده نوار مرزی کشور و نیز رشد اقتصاد غیر رسمی ناشی از قاچاق کالا، سالیانه تعداد زیادی

گردشگر را از نقاط مختلف کشور به خود جلب کرده است، به طوری که رشد گردشگری تجاری در این شهر، نمودها و بازتاب‌هایی از قبیل تغییرات بافت کالبدی و فضایی شهر، افزایش جمعیت شهری، افزایش کاربری اراضی، افزایش ساخت و ساز واحدهای مسکونی و مجتمع‌های تجاری، رشد مراکز اقامتی و پذیرایی و.. داشته است (حاجی نژاد و پورطاهری، ۱۳۸۸: ۹۱). یافته‌های این پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری تجاری می‌تواند در تقویت همدلی بین اقوام نیز نقش بسزائی داشته باشد. اساساً تدوین و اتخاذ استراتژی‌هایی به منظور توسعه و تعمیق همدلی و همگرایی در بین اقوام ایرانی، متشکل از تعدادی سیاست، برنامه، راهکار و اقدام است که با هدف به کارگیری حداقل پتانسیل‌های موجود در دستور کار قرار می‌گیرند. اما تدوین راهبردهای بلندمدت باید بر مبنای شناخت وضع موجود و مطالعه و بررسی دقیق پتانسیل‌ها و محدودیت‌ها صورت گیرد. در این زمینه باید گفت که در موضوع گردشگری و خاصه گردشگری تجاری، شهر بانه حائز پتانسیل‌ها و استعدادها چشم‌گیری است. تا به امروز اقداماتی به منظور توسعه و فعال‌سازی گردشگری در بانه انجام شده است که به نظر می‌رسد علیرغم بازدهی خوب، کافی نبوده و نیاز به سرمایه‌گذاری بیشتری در این زمینه احساس می‌شود. آنچه مشخص است این است که با وجود داشتن پتانسیل‌های مناسب طبیعت گردی، گردشگری بانه باید بر پایه «گردشگری خرید یا گردشگری تجاری» قرار گیرد تا در کنار این نوع گردشگری، گردشگری شهرستان در زمینه‌های دیگر فعال شود. البته شایان ذکر است که تأکید بر عملکرد خاصی جهت توسعه، به منزله فراموشی دیگر عملکردها نیست، بلکه بدین معنا است که تأکید و تمرکز بر عملکردهایی صورت گیرد که احتمال بیشتری برای رساندن گردشگری بانه به سطحی از توسعه دارند. شایان ذکر است که کمبود امکانات رفاهی و تفریحی مناسب در مناطق قوم‌نشین و بخصوص استان کردستان و حتی نواحی مرزی و ساحلی کشور، موجب شده است تا گردشگران از این مناطق تنها به عنوان محل گذر استفاده کنند و اقامت چندانی نداشته

باشند. در شهرهای مرزی گُردستان نیز وضعیت چنین است، مسافران و گردشگرانی که با انگیزه‌های اقتصادی و خرید به این مناطق سفر می‌کنند، علاوه بر طی نمودن راه‌های مواصلاتی نامناسب، در طول حضور خود در شهرهای مرزی بخصوص بانه، با نبود امکانات اقامتی نظیر هتل، مسافرخانه و دیگر امکانات رفاهی و تفریحی به منظور گذران اوقات فراغت مواجه می‌شوند. چنین وضعیتی از انگیزه گردشگران داخلی به منظور سفر مجدد به این استان می‌کاهد و یا در طول سفر ممکن است خاطره‌های تلخی برای دیگر هم‌وطنان رقم بخورد و همدلی اقوام را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین به منظور توسعه گردشگری بخصوص از نوع تجاری و همچنین تعمیق و توسعه همدلی لازم است در برنامه‌ریزی برای استفاده بهینه از منابع موجود و ظرفیت‌های گردشگری استان و بخصوص شهر بانه، با ارائه راهکارهای برنامه‌ریزی شده، توان‌سنجی و پی‌بردن به توان اقتصادی گام‌های مهمی برداشته شود.

**پیشنهادها:** براساس نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود اقدامات زیر صورت پذیرد.

- طراحی باغ بانه با معماری سنتی و ساختمان‌هایی در جهت استقرار مراکز تجاری و رفاهی برای گردشگران؛
- طبقه بندی و دسته بندی پاساژها و مراکز تجاری شهر بر اساس نوع کالا با هدف تسهیل خرید گردشگران؛
- گسترش بازارچه مرزی و بازارچه‌های داخلی، به صورتی که چنین بازارچه‌هایی در زمینه کاهش قاچاق کالا، کاهش بیکاری در منطقه، افزایش انگیزه تولیدات محلی و صنایع کوچک در شهر بانه شوند و از طرف دیگر جاذب گردشگران داخلی به سمت این شهر باشند؛
- مناسب سازی جاده‌های بانه با شهرستانهای اطراف و بخصوص با استان‌های اطراف؛
- طراحی استراحتگاه‌های موقت در کنار مراکز تجاری برای ارائه خدمات به گردشگران؛



بدیهی است اعمال و پیگیری و اجرایی نمودن چنین پیشنهادهاتی که در حوزه مأموریت متخصصین صنعت گردشگری و سازمان‌ها و نهادهای مربوطه قرار دارد، منجر به رونق صنعت گردشگری بخصوص شاخه تجاری آن در شهر بانه خواهد شد و بازتاب‌های سیاسی چنین اقدامات و استراتژی‌هایی، افزایش میزان مراوده و آگاهی‌های فرهنگی و اجتماعی اقوام ایرانی نسبت به یکدیگر است که در نهایت منجر به افزایش همدلی می‌گردد.

### منابع

- احمدی، یعقوب و وحید قاسمی (۱۳۹۱)؛ اثر همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم‌گرایی بر هوش فرهنگی، فصلنامه راهبرد، شماره بیستم، زمستان ۱۳۹۱.
- اذانی، مهری و علیرضا غضائری (۱۳۹۲)، بررسی نقش گردشگری تجاری بر توسعه اقتصادی شهر اصفهان، دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان - شرکت هم اندیشان محیط زیست فردا
- اسکندری، مسعود (۱۳۹۰)؛ نقش مهران در توسعه گردشگری جنگ استان ایلام، گزارش میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان ایلام.
- اسماعیلی، رضا، نسرین قلائی و مینا جلالی (۱۳۹۳)، همزیستی فرهنگی در فرایند جهانی شدن و تقویت فرهنگ ملی - قومی جوامع، مطالعات فرهنگ و ارتباطات شماره ۱۵، دوره ۲۵
- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۶)؛ گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ دوم، پاییز ۱۳۸۶
- تقوایی، محمود و محمود اکبری (۱۳۸۸)؛ مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و گردشگری شهری، تهران: پیام علوی، چاپ اول، زمستان ۱۳۸۸
- جلالی پور، حمیدرضا و علی قنبری (۱۳۸۸)؛ بررسی هویت ملی و ارزش‌های جهانی شدن با تأکید بر ایرانیان عرب‌زبان، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره دوم، تابستان

۱۳۸۸

- حاتمی نژاد، حسین، عبدالله شیخی، خسرو رحمتی و ابراهیم شریف زاده اقدام (۱۳۹۴)؛ برنامه-ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری شهرستان بانه، گردشگری شهری، دوره‌ی ۲، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۹۴
- حاجی نژاد، علی و علی احمدی (۱۳۸۹)، تاثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری، مطالعه موردی شهر بانه، پژوهش های بوم شناسی شهری، دوره ۱، شماره ۲
- حاجی نژاد، علی، مهدی پورطاهری و علی احمدی (۱۳۸۸)، تاثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی - فضایی مناطق شهری مطالعه موردی: شهر بانه، پژوهشهای جغرافیای انسانی، دوره ۴۱، شماره ۷۰
- حافظ نیا، محمدرضا و دیگران (۱۳۸۵)؛ بررسی تطبیقی اهداف و عملکرد طرح پروانه گذر مرزی مطالعه موردی ایران و ترکمنستان، مجله تحقیقات جغرافیایی، شماره ۲۸، زمستان ۱۳۸۵
- حیدری، رحیم (۱۳۸۷)؛ مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، سمت، چاپ اول
- سعادت‌تی فر، مریم و ندا زرعی (۱۳۹۰)، نقش پایانه‌ها و بازارچه‌های مرزی در توسعه‌ی صنعت گردشگری استان ایلام، همایش گردشگری و توسعه‌ی پایدار
- شریعت، سید وحید و آلاء کیخاونی (۱۳۸۹)؛ میزان همدلی در دستیاران تخصصی رشته‌های بالینی بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی ایران، مجله روان پزشکی و روانشناسی بالینی ایران، سال شانزدهم، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۹.
- عندلیب، علیرضا (۱۳۸۰)؛ نظریه پایه و اصول آمایش مناطق مرزی جمهوری اسلامی ایران، تهران: دانشکده فرماندهی و ستاد پاسداران انقلاب اسلامی
- کامران، حسن و یدالله کریمی پور (۱۳۸۱)؛ مقدمه‌ای بر علت وجودی ایران، فصلنامه مدرس، دوره ۶، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۱
- کریمی پور، یدالله (۱۳۸۱)؛ مقدمه‌ای بر تقسیمات کشوری ایران، جلد نخست: وضع موجود، تهران: انتشارات انجمن جغرافیایی ایران، خردادماه ۱۳۸۱
- کریمی پور، یدالله و حمیدرضا محمدی (۱۳۸۹)؛ ژئوپلیتیک ناحیه گرای و تقسیمات کشوری ایران، تهران: انتشارات دانش‌پویان جوان، چاپ سوم، دیماه ۱۳۸۹

- محمدی، صالح، رحیم، رشید بوکانی و رضا ویسی (۱۳۹۰)؛ نقش تجارت مرزی در تثبیت جمعیت روستایی: مطالعه موردی حوزه نفوذ بازارچه مرزی سردشت، فرایند مدیریت توسعه، دوره ۲۶، شماره ۴، شماره پیاپی، زمستان ۹۲
- محمودی، علی و محمد حسن زاده (۱۳۸۴)؛ «برآورد اثر مبادلات از طریق بازارچه های مرزی بر درآمدهای گمرکی دولت»، فصلنامه پژوهشهای بازرگانی، شماره ۳۲
- مرادنژاد، جمال، حمیدرضا پوربرات و وحید باقری (۱۳۹۱)؛ بررسی سازوکارها و روند توسعه ی گردشگری خرید در مناطق مرزی ایران، مطالعه مورد: شهر مرزی بانه، اولین همایش گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، شرکت هم اندیشان محیط زیست فردا.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)؛ سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰
- الوانی، سید مهدی و زهره دهدشتی (۱۳۷۳)؛ اصول و مبانی جهانگردی، تهران: انتشارات بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی، چاپ اول.
- ویسی، سیروان (۱۳۹۳)، تحلیل اثرات گردشگری تجاری بر تغییرات شاخصهای توسعه شهری (CDI) در شهر بانه،
- یغفوری، حسین، دیمین کاشفی دوست و جمیل قادر مرزی (۱۳۹۴)، نقش مراکز تجاری در توسعه ی گردشگری شهر پیرانشهر، نشریه مطالعات نواحی شهری، سال دوم، شماره ی ۴
- Barnard, Alan and Jonathan Spencer, Encyclopedia of social and cultural Anthropology, Routledge, 1996
- Mendenhall, M. & G. Oddou. (1985); The Dimensions of Expatriate Acculturation: A Review. Academy of Management Review. 10(1): 39-47.
- Ruben, B. (1976). Assessing Communication Competence for Intercultural Adaptation, Group and Organization Studies. 1: 334-354.