

تحلیل شاخص‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری روستایی (پیمایشی پیرامون روستای گرمه)

سپه‌یلا بورقانی فراهانی^۱، علی اکبر فرهنگی^۲، سحر مشهدی^۳

چکیده: روستای گرمه (واقع در شهرستان خور و بیابانک در استان اصفهان) روستایی کویری است و با توجه به محرومیت و دشواری اشتغال این روستا لازم است با استفاده از تمامی امکانات، توانایی‌ها و ظرفیت‌های موجود در جهت رفع محرومیت، بهبود وضعیت اشتغال و کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها از راه‌های مختلف اقدام شود. توسعه صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی مانند اقتصاد، فرهنگ، محیط زیست، کشاورزی و خدمات در تعامل است می‌تواند به‌منزله‌ی یکی از ابزارهای اصلی توسعه در روستای گرمه موردتوجه قرار گیرد. هدف این پژوهش شناسایی شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری مناطق روستایی و بررسی وضعیت هر یک از شاخص‌های مؤثر در توسعه گردشگری مناطق روستایی (شاخص‌های فرهنگی - اجتماعی، شاخص‌های اقتصادی، شاخص‌های مدیریتی، شاخص‌های محیطی) است. روش این پژوهش از نظر نحوه‌ی گردآوری داده‌ها، روش توصیفی - پیمایشی است و از نظر مقاصد پژوهش، کاربردی است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده، هم از روش‌های آمار توصیفی و نیز روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش، پرسشنامه است که به‌وسیله سه جامعه‌ی آماری صاحب‌نظران، مردم روستا، گردشگران داخلی و خارجی تکمیل شده است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری روستایی، توسعه صنعت گردشگری

۱. استادیار، مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، ایران

۲. استاد، مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۰۲/۱۹

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۱/۰۶/۲۸

نویسنده مسئول مقاله: سحر مشهدی

E-mail: Sa.mashhadi@yahoo.com

مقدمه

در حال حاضر گردشگری به منزله‌ی یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح است و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال داشته است؛ به همین دلیل نیز به یک حوزه مهم مطالعاتی بین پژوهشگران مبدل شده است (تقوی و پورسلیمانی، ۱۳۸۸). در فرایند جهانی شدن اقتصاد که با شتاب بسیاری در حال انجام است و اقتصاد تمامی کشورهای جهان را تحت تأثیر خود قرار داده، برای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی و رسیدن به توسعه پایدار و بادوام، گردشگری روستایی، یکی از مهم‌ترین محورهای رشد و توسعه اقتصادی کشورها است، زیرا افزون بر افزایش درآمدهای ارزی، اشتغال مولد و متنوع در روستاها ایجاد می‌کند و با فراهم کردن فرصت‌های شغلی مانع از مهاجرت جمعیت روستایی می‌شود؛ همچنین سبب حفظ توان تولیدی روستا و گسترش کشاورزی در تمامی شاخه‌های آن می‌شود (قدیری معصوم و استعلاجی و پاک‌کی، ۱۳۸۹). گردشگری و اقتصاد وابسته به آن در عصر حاضر مبدل به جزئی از ارکان اصلی توسعه پایدار و اقتصاد تجاری جهان شده است. گردشگری روستایی به منزله‌ی شاخه‌ای از توسعه پایدار به دنبال آن است که از منابع و امکانات موجود در روستاها به گونه‌ای بهره‌برداری کند که کمترین تأثیر تخریبی بر این مناطق را داشته، در کنار آن به ارتقای سطح بهره‌وری در مناطق روستایی، تقویت و تواناسازی صنایع روستایی منجر شود (یزدانی زنگنه، خسروی پور و غنیان، ۱۳۸۸). تقاضا و تمایل برای گردشگری با انگیزه‌های مختلف تفریح، زیارت و تجارت در تمام جهان با سرعتی باور نکردنی در حال افزایش است. در دوران ما گردشگری به یک واقعیت مهم اجتماعی و یک فعالیت عظیم اقتصادی تبدیل شده است. این صنعت، افزون بر برخورداری از امکانات درآمدزایی، اشتغال‌زاست و اشاعه فرهنگ و حفظ و احیای آن را نیز به دنبال خواهد داشت (مهدوی، قدیری معصوم و قهرمانی، ۱۳۸۷). ایران کشوری با جاذبه‌های فراوان است. غنای جاذبه‌ها در ایران موجب شده است که آن را جهانی در یک مرز بنامند. جاذبه‌های ایران آنقدر متنوع است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه کافی برای سفر بدین کشور را به وجود می‌آورد.

بیان مسئله

مناطق کویری کشور ایران، با مشکلات بهره‌برداری از زمین و منابع طبیعی روبرو است و کشاورزی و دامداری در این مناطق توسعه نیافته است؛ به دلیل عدم شناخت دقیق و علمی از توان‌ها، قابلیت‌ها و همچنین مشکلات منطقه و فقدان یک برنامه‌ریزی نظام‌مند و جامع در بهره-

برداری معقول از قابلیت‌های موجود و پتانسیل‌های نهفته، تا کنون از این قابلیت‌ها در مسیر دستیابی به توسعه‌ای پایدار بهره‌گیری نشده است. با توجه به کویری بودن و محرومیت روستای گرمه و دشواری اشتغال این روستا لازم است با استفاده از تمامی امکانات، توانایی‌ها و ظرفیت‌های موجود در جهت رفع محرومیت، بهبود وضعیت اشتغال و کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها از راه‌های مختلف اقدام شود. توسعه صنعت گردشگری به‌منزله‌ی صنعتی که با حوزه‌های مختلفی مانند اقتصاد، فرهنگ، محیط زیست، کشاورزی و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوانی است و در بسیاری کشورهای جهان که به توسعه گردشگری روستایی پرداخته‌اند، تأثیرات درخور توجهی در رشد و پیشرفت اقتصادی- اجتماعی آن ناحیه مشاهده شده است؛ بنابراین، می‌تواند به‌منزله‌ی یکی از ابزارهای اصلی توسعه در روستای گرمه موردتوجه قرار گیرد. گردشگری روستایی از طریق نفوذ و تأثیر بر کلیه جوانب زندگی روستایی، آنها را چه از نظر اقتصادی و چه از نظر فرهنگی- اجتماعی به رشد می‌رساند. گردشگری روستایی در واقع شکلی از مشارکت همه اقشار جامعه روستایی در فرآیند توسعه است؛ زیرا با ورود گردشگر به یک منطقه، تمامی افراد ناخودآگاه در مسیر توسعه قرار می‌گیرند. توسعه گردشگری به‌منزله‌ی مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، قابل توجه است. گردشگری روستایی به‌صورت فعالیتی پردرآمد در جهان شده، درآمدهای حاصل از آن بسیار زیاد است. سهم روستاهای کشور ما با همه توان‌ها و جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و هنری از این فعالیت فوق‌العاده ناچیز است. یک مقصد گردشگری از بازدیدکنندگان پذیرایی می‌کند تا منافعی را برای صاحبان خود فراهم کند، این منافع گستره متنوعی از مزایای اقتصادی و اجتماعی است که مهم‌ترین آنها اشتغال و درآمدزایی است. این اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان آن منطقه ممکن می‌سازد که در آن منطقه باقی بمانند و از زندگی باکیفیتی در آن منطقه بهره‌مند شوند (Theobald, 2004).

هدف اصلی پژوهش

الف) شناسایی شاخص‌های مؤثر در توسعه گردشگری مناطق روستایی؛
 ب) بررسی وضعیت هر یک از شاخص‌های مؤثر در توسعه گردشگری مناطق روستایی (شاخص-های فرهنگی- اجتماعی، شاخص‌های اقتصادی، شاخص‌های مدیریتی، شاخص‌های محیطی).

ضرورت و اهمیت موضوع پژوهش

استفاده بهینه از منابع و ظرفیت‌های طبیعی موجود از گام‌های اساسی توسعه در هر کشور است. مسئله مهم در اینجا توجه به بخش‌های دیگر تولید درآمد و ارزآوری به‌منظور پایان دادن به تراژدی اقتصاد تک‌محصولی است که اولین قدم در جهت رشد و توسعه پایدار محسوب می‌شود (آزاد منجیری، ۱۳۸۷). از دیدگاه دیگر گردشگری مناطق روستایی شاخص مهمی در بازسازی و احیای مناطق روستایی است و نقش مهمی در روستاها ایفا می‌کند. به‌ویژه زمانی که روستاها در بخش کشاورزی ناگزیر به رقابت با مزارع صنعتی با استراتژی‌های کاهش قیمت هستند (Hall, 2004). رهبران جوامع روستایی به‌دنبال راه‌هایی می‌گردند تا با برخی از مشکلات جوامع روستایی از طریق گسترش بنیان‌های اقتصادی جامع مقابله کنند. سازمان‌های متفاوت فراوانی گردشگری را به‌منزله‌ی ابزار اقتصادی بالقوه‌ی مناسبی برای توسعه‌ی این مناطق معرفی کرده‌اند (Wilkerson, 1996). توسعه گردشگری در مناطق روستایی عنصری اساسی است و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به‌شمار می‌رود (مهدوی، قدیری معصوم و قهرمانی، ۱۳۸۷). برای ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به‌جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها هستیم. در این راستا توسعه صنعت گردشگری که اقتصاددانان آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و رو به رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند، به‌منزله‌ی نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲). گردشگری تأثیر فراوانی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور می‌گذارد. گردشگری اشتغال ایجاد می‌کند، سرمایه‌های اقتصادی را به جریان می‌اندازد، به‌دنبال افزایش تقاضا برای سفر به داخل کشور امنیت داخلی را افزایش می‌دهد. امروزه سفر نه اسباب تفریح و سرگرمی که به‌تدریج ابزار شناخت و آگاهی زندگی مردمان، تفاهم با دیگران و فراتر از آن به شناخت جهان پیرامون، حقایق آن و غنای بیش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی‌شان تبدیل شده است. ایران امروز بیش از هر زمان دیگری با مشکل اشتغال دست به‌گریبان است. گردشگری به مثابه یک نظام پیچیده با ابعاد بزرگ می‌تواند راه برون‌رفت از این تنگنا باشد و به‌همین جهت باید آن را از تمامی جنبه‌های ممکن موردبررسی و مطالعه قرار داد (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶). توسعه گردشگری روستایی راه‌حل‌های بالقوه‌ای را برای بسیاری از مشکلاتی که مناطق روستایی با آنها مواجه هستند ارائه می‌دهد. رشد اقتصادی پایدار از طریق ایجاد اشتغال در بخش‌های تجارت (صنایع دستی)، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، توسعه فرهنگی-اجتماعی،

شامل ارتقا و ایجاد خدمات عمومی، توسعه‌ی صنایع، رسوم و هویت فرهنگی، افزایش فرصت‌های ارتباطات و تبادلات فرهنگی، محافظت و ارتقای محیط زیست طبیعی و زیرساخت‌های موجود گردشگری که صنعتی به‌نسبت پاکیزه و سبز محسوب می‌شود می‌توانند به حفاظت محیط زیست محلی کمک کند (Parhad and De-gang and Xiao-Lie, 2005).

پیشینه پژوهش

پیشینه نظری

گردشگری روستایی

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که با بسیاری از الگوهای دیگر گردشگری پیوند دارد، ولی وجه مشخصه آن استقرار در نواحی روستایی است. این نوع گردشگری در برخی از کشورها به‌صورت یک بخش جداگانه گسترش یافته است. در این راستا مفهوم، قلمرو و انواع گردشگری روستایی بررسی می‌شود. کنفرانس جهانی گردشگری، گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می‌داند که امکان بهره‌مندی از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی (کار در مزرعه و کشاورزی) فراهم می‌آورد (رضوانی، ۱۳۸۷). تقاضا برای استفاده گردشگری از مناطق روستایی در سال‌های اخیر به‌شدت افزایش یافته است. کیفیت موارد موردنیاز مانند: وسایل ارتباطی، اصالت منطقه، میراث تاریخی و باستانی و ارتباط نزدیک با جمعیت روستایی بهبود یافته است. توجه رسانه‌ها به اصالت مناطق روستایی به‌ویژه به زندگی روستایی که به‌نظر می‌رسد با گسترش زندگی شهری موردتهدید قرار گرفته است، افزایش یافته است و امروزه گردشگران به‌دنبال جوامع روستایی دست‌نخورده هستند (Theobald, 2004). محیط زیست روستایی محل موردعلاقه صنعت گردشگری بوده است که در آن گردشگران می‌توانند از احساس آرامش، سادگی و سکوت روستا برخوردار شوند، که در مجموع نماینده کمبودهای زندگی شهری و مدرن است (Do, 2010). امروزه روستاها یکی از منابع مهمی هستند که بیش از هر زمان دیگر توجه برنامه‌ریزان گردشگری را به خود جلب کرده‌اند. روستاهایی که جاذبه‌های اجتماعی، طبیعی یا فرهنگی خاصی را داشته باشند، توانایی بالقوه زیادی در جذب گردشگر از مناطق نزدیک یا دوردست دارند و این امر می‌تواند نقش مهمی در توسعه روستایی داشته باشد (Mahmoudi & Haghsetan, 2011).

صنعت گردشگری روستایی و تاریخی آن در ایران

روستاهای ایران از نظر شرایط اقلیمی مطلوب و داشتن قابلیت‌های انسانی و طبیعی ویژه می‌توانند به منزله‌ی جاذبه‌های منحصربه‌فرد مطرح شوند. داشتن فضاهای کالبدی، معماری‌های خاص، شرایط جغرافیایی، فرهنگ و آداب و سنن، فعالیت‌های اقتصادی، صنایع دستی، الگوی معیشت، سکوت و آرامش، مناظر بکر و متنوع از ویژگی‌های ارزشمندی است که به توسعه گردشگری روستایی در ایران کمک شایان توجهی می‌کند (قدیری معصوم، استعلاجی و پاژکی، ۱۳۸۹).

سازمان‌های بین‌المللی فعال در عرصه گردشگری

مهم‌ترین سازمان‌های بین‌المللی فعال در عرصه گردشگری که اینک بدان‌ها پرداخته خواهد شد، عبارتند از: سازمان جهانی جهانگردی^۱، شورای جهانی سفر و جهانگردی^۲، سازمان بین‌المللی هواپیمایی کشوری^۳، اتحادیه بین‌المللی هواپیمایی^۴، فدراسیون بین‌المللی اتحادیه آژانس‌های مسافرتی^۵، اتحادیه بین‌المللی هتل‌ها و رستوران‌ها^۶، اتحادیه جهانی آموزش حرفه‌ای جهانگردی^۷ (رنجریان و زاهدی، ۱۳۸۹).

سازمان‌های ایرانی فعال در عرصه گردشگری

اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات (سال ۱۳۱۴ هجری شمسی)، شورای عالی جهانگردی (سال ۱۳۴۰)، سازمان جلب سیاحان (فروردین ۱۳۴۲)، وزارت اطلاعات و جهانگردی و وزارت ارشاد اسلامی (تیر ماه ۱۳۵۳)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (سال ۱۳۶۵)، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری (سال ۱۳۸۲)، سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (۱۳۸۵).

1. World Tourism Organization
2. World Travel Tourism Council
3. Int. Ciril Aviation Organization
4. Int. Air Transport Association
5. United Federation of Travel Agents, Association
6. Int. Hotel & Restaurant Association
7. World Wide Association for Professional Training in Tourism

نقش سیاست‌های کلان دولت در توسعه صنعت گردشگری

سیاست‌های کلان دولت در زمینه توسعه گردشگری روستایی، با تصویب قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران ترسیم شد.^۱ موارد متعددی از این قانون به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم مرتبط با توسعه گردشگری و به‌ویژه گردشگری روستایی است که بحث از یکایک مواد این قانون از حوصله این پژوهش خارج است. ماده ۱۱ این قانون اختیارات و وظایفی را برای سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در نظر گرفته که در توسعه صنعت گردشگری حائز اهمیت است.

ماده ۱۱- سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مجاز است:

الف) اقدامات قانونی در جهت امکان ایجاد مراکز فرهنگی و گردشگری و نحوه‌ی تأسیس مراکز تخصصی غیردولتی را در زمینه میراث فرهنگی مانند موزه‌ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی و همچنین مراکزی جهت نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری با استاندارد لازم و شرایط سهل و آسان را فراهم نماید.

ب) از راه‌اندازی موزه‌های تخصصی به‌ویژه موزه‌های دفاع مقدس و شهدا توسط مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی، تعاونی و بخش خصوصی حمایت مالی نماید.

ج) از ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ سنتی عشایری و روستایی توسط بخش خصوصی و نهادهای عمومی غیردولتی و تعاونی با رعایت موازین اسلامی به‌منظور توسعه گردشگری آن مناطق حمایت مالی نماید.

د) از مالکیت و حقوق قانونی مالکین بناها و آثار و اشیاء تاریخی منقول در جهت حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آنها و اقدامات لازم جهت بیمه آثار فرهنگی، هنری و تاریخی حمایت مالی و معنوی نماید.

ه) آثار فرهنگی تاریخی و میراث معنوی حوزه فرهنگی ایران، موجود در کشورهای همسایه و منطقه و سایر کشورها به‌عنوان میراث فرهنگی را شناسایی و از آنها حمایت نماید (روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۹).

۱. این قانون در تاریخ ۱۳۸۹/۱۰/۱۵ در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید و در تاریخ ۱۳۸۹/۱۱/۱۰ ابلاغ گردید و طی روزنامه رسمی شماره ۱۹۲۰۴ مورخ ۱۳۸۹/۱۱/۱۴ منتشر شد.

روستای گرمه

روستای گرمه در موقعیت جغرافیایی ۳۱ درجه و ۳۳ دقیقه شمالی و ۵۲ درجه و ۵۵ دقیقه شرقی در استان اصفهان قرار دارد. ارتفاع این روستا از سطح آب‌های آزاد ۸۹۱ متر است و ۷۷۰ کیلومتر با تهران و ۳۰۰ کیلومتر با یزد فاصله دارد. از طریق جاده یزد- طبس یا جاده سمنان- نائین می‌توان به آن رسید. روستای گرمه از نظر تقسیمات کشوری در موقعیت زیر قرار گرفته است: استان اصفهان- شهرستان نائین- بخش خور و بیابانک- دهستان - نخلستان-آبادی گرمه.

یکصد سال پیش حسن آقا بیک آل داوود به یک کاشف سوئدی در راهش از جاده ابریشم کمک کرد تا از این منطقه عبور کند و در سال ۱۳۷۷ یکی از نوادگان او به نام مازیار آل داوود، تصمیم گرفت که خانه قدیمی اجدادی‌اش در روستای گرمه را که چهارصد سال قدمت دارد، بازسازی کرده، در آن از میهمانان خود پذیرایی کند. مازیار که در فرانسه معماری خوانده است با کمک همسر فرانسوی خود، پس از چند سال تلاش در جذب گردشگران داخلی و خارجی، هم‌اکنون هر هفته پذیرای تعدادی گردشگر هستند. نام مازیار اکنون در کتاب راهنمای مشهور *lanely planet* که اقامتگاه‌های ارزان را در نقاط دیدنی جهان معرفی می‌کند ثبت شده است. کارشناسان این کتاب استرالیایی هر دو سال یک‌بار به گرمه می‌روند تا اطلاعات خود را به‌روز کنند. هم‌اکنون گردشگری در گرمه اصلی‌ترین منبع درآمد روستائیان است و افرادی که طی سال‌های پیش از روستا مهاجرت کرده‌اند، هم‌اکنون به روستا بازمی‌گردند و خانه‌های قدیمی خود را بازسازی کرده، در اختیار گردشگران قرار می‌دهد. با رونق گرفتن صنعت گردشگری در روستا برخی بازنشستگان و سالمندان نیز از شهرهای اطراف به خانه قدیمی خود در روستا بازگشته و ترجیح می‌دهند زندگی خود را در آرامش روستا ادامه دهند. بنابراین، با کمی تأمل در بازتاب توسعه گردشگری در روستا، متوجه اثر مثبت این صنعت بر جلوگیری از مهاجرت روستائیان گرمه و احیای دامداری و کشاورزی در روستا و رونق صنایع دستی در روستا می‌شویم. البته مشاغل جانبی دیگری مانند خدمات و مغازه‌های بقالی در روستا نیز از سود این صنعت بی‌بهره نمانده‌اند. جمعیت روستا طبق سرشماری سال ۱۳۸۵ حدود ۲۴۴ نفر است (۱۲۰ مرد و ۱۲۴ زن) که بیشترین تعداد افراد بین ۲۹-۱۵ ساله را تشکیل می‌دهند و نسبت زنان ۰/۰۳ درصد بیشتر از مردان است.

آثار تاریخی و جاذبه‌های توریستی روستای گرمه

قلعه تاریخی روستای گرمه: قلعه گرمه که بازمانده از ۲۵۰۰ سال پیش است و توسط گبرا ساخته شده است.

کنج سو و چشمه: از دل کوهی که در گرمه وجود دارد چشمه آبی به وجود آوردند و جایی که آب از دل کوه بیرون می‌آید را کنج سو و حوضچه‌ای که پانصد متر آن طرف‌تر قرار داشت را چشمه می‌نامیدند.

قبرستان کشته‌ها: قبرستان کشته‌های گرمه که ۲۵۰۰ سال قدمت دارد به‌جا مانده از آن زمان است. در گذشته وقتی کسی فوت می‌کرد آن شخص را با تمام طلا و جواهراتش به خاک می‌سپردند. ویرانه‌هایی از این قبرستان پابرجاست.

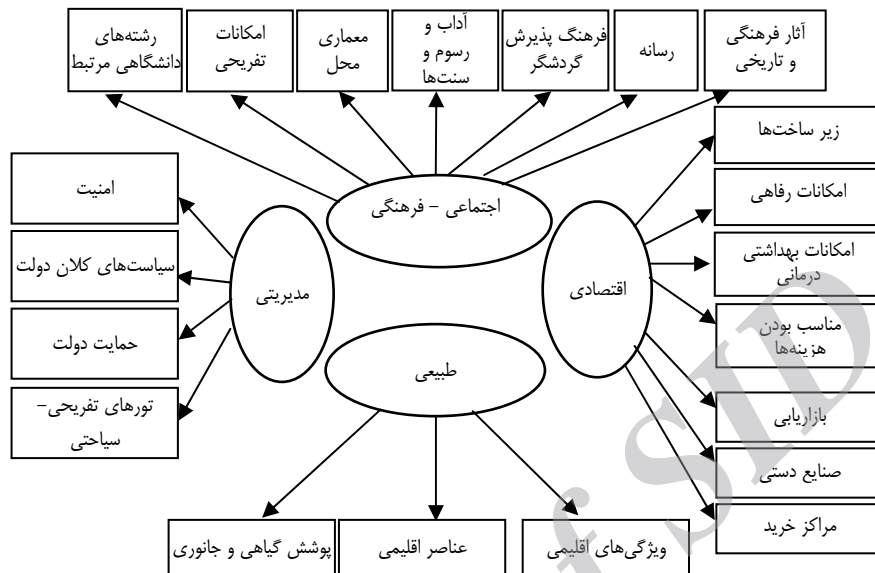
نخلستان روستای گرمه: نخلستان گرمه با نمایی چشم‌نواز هر کسی را شیفته خود می‌کند. البته با سرمای سال ۱۳۸۶ و آتش سوزی، تعدادی از درختان از بین رفت ولی هنوز زیبایی خود را دارد و اهالی گرمه امیدوارند تا سال ۱۳۹۲ زیباتر شود.

امامزادگان روستای گرمه: در گرمه دو تن از نوادگان امام موسی الکاظم به نام‌های امامزاده عبدالله بن سلیمان بن موسی الکاظم (ع) و امامزاده جنید بن حمزه بن موسی الکاظم (ع) مدفون هستند. آرامگاه پدر امامزاده جنید (حمزه) در کنار آستان حضرت شاه عبدالعظیم حسنی شهر ری قرار دارد.

مساجد روستای گرمه: در گرمه مساجد زیادی وجود دارد که از زمان‌های قدیم پابرجاست و این نشان‌دهنده توجه زیاد مردم به نماز و انجام فرایض دینی است. از جمله مساجد باقی‌مانده مسجد امیرالمؤمنین که در کنار قلعه وجود دارد؛ همچنین مسجد النبی که در کنار مقبره چراغ‌الدین (معروف به مقبره پیر) قرار دارد و دو مسجد دیگر که نسبت به مساجد یادشده کوچک‌تر بوده که به نام‌های متفاوتی خوانده می‌شود.

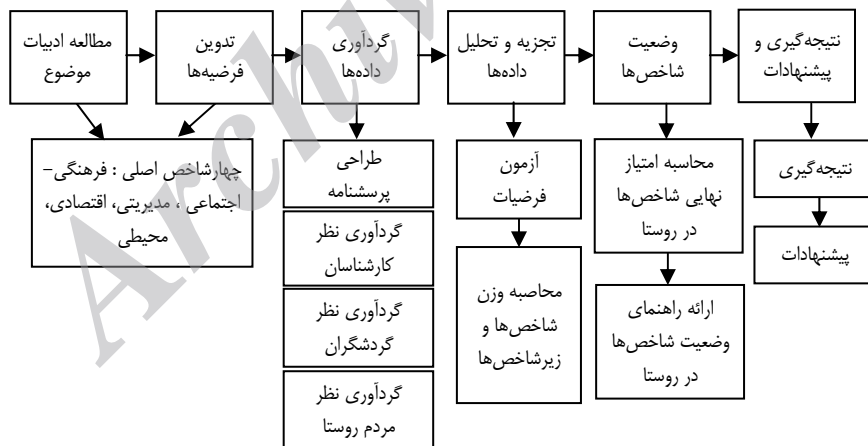
مدل مفهومی پژوهش

شاخص‌هایی که در پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند را می‌توان به ترتیب زیر نام برد:
شاخص‌هایی که در پژوهش حاضر بررسی شده‌اند عبارتند از:



نمودار ۱. شاخص‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری روستایی

برای نمایش مراحل انجام پژوهش، چارچوب روش پژوهش در نمودار شماره (۲) نمایش داده شده است.



نمودار ۲. چارچوب روش پژوهش

پژوهش‌های گذشته

شاخص‌هایی که در پژوهش‌های گذشته مورد استفاده قرار گرفته‌اند را می‌توان به ترتیب زیر نام برد:

بازاریابی، برنامه‌های آموزشی (حیدری چپانه، ۱۳۸۹)، حمل‌ونقل و خدمات اقامتی (کازمی، ۱۳۸۷)، نقش سیاست‌های دولت (معصومی، ۱۳۸۷)، اقلیم (تولایی، ۱۳۸۶)، دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۹)، رسانه (دهدشتی شاهرخ و فیاضی، ۱۳۹۰)، هزینه‌های گردشگری (تقوی و پورسلیمانی، ۱۳۸۸)، فرهنگ پذیرش گردشگر (شجاعی و نوری، ۱۳۸۶).

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر اهداف، کاربردی و از نظر ماهیت جمع‌آوری اطلاعات توصیفی-پیمایشی است.

روش گردآوری داده‌ها

در این پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مبانی نظری و استخراج عوامل و شاخص‌های اولیه از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده که براساس مقیاس طیف لیکرت طراحی شده است.

جامعه و نمونه‌ی آماری

در این پژوهش سه جامعه‌ی آماری تعریف شده است. جامعه‌ی اول (N_1)، جامعه‌ی صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه گردشگری روستایی است، جامعه‌ی دوم (N_2)، جامعه‌ی گردشگران روستای گرمه و جامعه‌ی سوم (N_3)، مردم روستای گرمه هستند.

نمونه‌ی آماری در انجام این پژوهش برای جامعه‌ی اول سی نفر از جامعه‌ی یادشده بود که مورد نظرخواهی قرار گرفتند و تمامی آنها به پرسشنامه‌ها جواب دادند. برای جامعه‌ی دوم

(گردشگران)، چون حجم جامعه مشخص نیست خواهیم داشت: (آذر و مؤمنی، ۱۳۸۷) $n=96$

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

۹۶ نفر از جامعه‌ی یادشده بود که از این تعداد ۸۹ نفر به پرسشنامه‌ها جواب دادند و از این تعداد نیز به علت وجود نقص در بعضی از پرسشنامه‌ها تعداد ۸۲ پاسخنامه مورد قبول قرار گرفت. برای جامعه‌ی سوم، مردان و زنان بالاتر از پانزده سال در روستای گرمه هستند (این اطلاعات

براساس سرشماری سال ۱۳۸۵ است)، حجم جامعه‌ی مورد پژوهش برابر است با ۲۲۳ نفر؛ $n=90$ نود نفر از جامعه‌ی یادشده بود که از این تعداد، ۸۲ پرسشنامه استفاده شد.

تجزیه و تحلیل اطلاعات

در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده، هم از روش‌های آمار توصیفی و هم از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است. در واقع ابتدا متغیرهای پژوهش به کمک روش-های آمار توصیفی مورد پردازش قرار گرفت و سپس با استفاده از آمار استنباطی تجزیه و تحلیل شد. در آمار توصیفی با استفاده از شاخص‌های فراوانی و درصد و میانگین و نمودار به بررسی پژوهش پرداختیم و در آمار استنباطی با استفاده از آزمون t و وزن دهی و رسم نمودار تار عنکبوتی (راداری) به بررسی سؤال‌های پژوهش پرداختیم. برای آزمون فرضیه‌ها در توسعه صنعت گردشگری روستایی از نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱: شاخص فرهنگی- اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر است.

فرضیه ۲: شاخص اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر است.

فرضیه ۳: شاخص مدیریتی در توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر است.

فرضیه ۴: شاخص محیطی در توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر است.

جدول ۱. آزمون تی تک نمونه‌ای مربوط به شاخص‌های کلی

نام شاخص	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری	نتیجه آزمون (تأیید یا رد)
فرهنگی اجتماعی	۱۵/۹۸۶	۲۹	۰/۰۰۰	تأیید H_1
اقتصادی	۲۵/۰۸	۲۹	۰/۰۰۰	تأیید H_1
مدیریتی	۲۶/۲۵۹	۲۹	۰/۰۰۰	تأیید H_1
طبیعی	۹/۳۶۶	۲۹	۰/۰۰۰	تأیید H_1

با توجه به نتایج جدول بالا می‌توان نتیجه گرفت که هر چهار فرضیه تأیید شده است. نتیجه-گیری می‌شود: هر چهار شاخص فرهنگی- اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و محیطی در توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر است.

محاسبه وزن شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها

برای مقایسه نموداری شاخص‌های کلی و زیرشاخص‌ها با یکدیگر، ابتدا وزن شاخص‌ها محاسبه شده، سپس نمودار عنکبوتی ترسیم می‌شود. برای محاسبه وزن شاخص‌ها از روش میانگین موزون استفاده می‌شود به این صورت که ابتدا ارزش هر یک از گزینه‌های مقیاس لیکرت در فراوانی نسبی آن ضرب می‌شود سپس مجموع این حاصلضرب‌ها ارزش محاسبه شده، زیرشاخص را به دست می‌دهد. عدد به دست آمده مجدد بر مجموع نمره‌ی زیرشاخص‌ها تقسیم می‌شود و وزن آن زیرشاخص به دست می‌آید. این کار برای تمام زیرشاخص‌ها انجام شده، در نهایت برای ترسیم نمودار وضعیت زیرشاخص‌ها در روستا لازم است ابتدا امتیاز نهایی محاسبه شود؛ این امتیاز از طریق حاصلضرب میانگین به دست آمده از نظر گردشگران و مردم روستا در وزن آن زیرشاخص به دست می‌آید. سپس برای به دست آوردن امتیاز نهایی هر شاخص کلی امتیاز نهایی محاسبه شده‌ی تمام زیرشاخص‌های آن شاخص با هم جمع می‌شود. عوامل کلی و زیرشاخص‌های آنها به صورت زیر گروه‌بندی شده، پرسشنامه‌ها نیز بر همین اساس طراحی شده است.

جدول ۲. عوامل کلی و زیرشاخص‌های آن

عوامل اقتصادی		عوامل فرهنگی اجتماعی	
۱	زیر ساخت‌هایی همانند حمل‌ونقل و جاده به‌عنوان یکی از تسهیلات گردشگری	۱	آثار فرهنگی و تاریخی
۲	وجود امکانات رفاهی همانند مراکز اقامتی (هتل، مهمانسرا و خانه‌های استیجاری) و رستوران‌ها	۲	رسانه به‌عنوان یکی از ابزار تبلیغات
۳	وجود امکانات بهداشتی-درمانی	۳	فرهنگ پذیرش گردشگر
۴	مناسب بودن هزینه‌های گردشگری روستایی	۴	گونه زبان و گویش مردم منطقه
۵	بازاریابی برای صنعت گردشگری روستایی	۵	آداب و رسوم و سنت‌های مردم منطقه
۶	صنایع دستی روستایی محل به‌عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری	۶	نژاد و قومیت
۷	وجود مراکز خرید	۷	عناصر و ویژگی‌های خاص معماری محل
عوامل مدیریتی		۸	وجود خاطره جمعی از منطقه
۱	وجود امنیت در روستا	۹	امکانات تفریحی
۲	سیاست‌های کلان دولت در زمینه توسعه گردشگری روستایی	۱۰	نوع لباس و پوشش مردم روستا
۳	حمایت دولت از صنعت گردشگری روستایی همانند تخصیص اعتبارات، حفاظت منابع طبیعی و مرمت آثار باستانی	۱۱	طبع غذایی و غذاهای محلی روستا
۴	وجود تورهای تفریحی-سیاحتی	۱۲	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط با گردشگری
		عوامل طبیعی	
		۱	عناصر اقلیمی همانند تابش، رطوبت، باد
		۲	ویژگی‌های اقلیمی همانند توپوگرافی زمین
		۳	ویژگی‌های زمین شناسی همانند گونه خاک، وجود معادن، منابع آبی (چشمه، رودخانه)
		۴	پوشش گیاهی و جانوری

روایی^۱ (اعتبار) و پایایی^۲

برای بررسی روایی محتوایی، بعد از مطالعه عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری و تأیید روایی صوری، پرسشنامه در اختیار هشت تن از صاحب‌نظران و دانش‌آموختگان رشته‌های مرتبط با گردشگری قرار گرفت و معیارهای مربوطه روایی محتوا به‌دست آمدند. برای سؤال‌های این پرسشنامه شاخص روایی محتوا^۳ CVR همه سؤال‌ها بیشتر از نود درصد بوده که به معنی ضروری بودن همه سؤال‌ها و مربوط بودن محتوای همه‌ی آنها است و شاخص روایی محتوایی آزمون ۹۳ درصد شده است. برای بررسی پایایی سؤال‌ها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است؛ مقدار آلفای کرونباخ برای کل آزمون (۰/۸۵۴) نشان‌دهنده همگنی سؤال‌های کل آزمون است.

بررسی وضعیت شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی در روستای گرمه

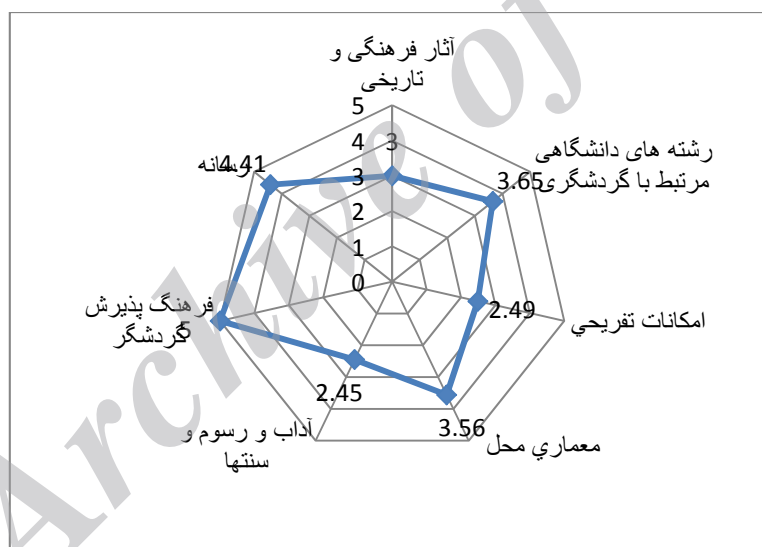
بعد از جمع‌آوری داده‌ها می‌توان به مقایسه نظرات مردم و گردشگران به تفکیک و به‌صورت ترکیبی با نظر کارشناسان پرداخت تا از این طریق بتوانیم وضعیت موجود شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مهم در توسعه صنعت گردشگری را در منطقه موردنظر بررسی کنیم. برای بررسی شرایط شاخص‌های مؤثر در فرهنگ گردشگری روستایی در منطقه گردشگری گرمه باید مقادیر وزن مربوطه هر زیرشاخص در میانگین نمرات ضرب شده تا به میانگین وزنی نهایی که امتیاز نهایی است برسیم و در ضمن مقادیر به‌دست آمده را به یک مقیاس پنج‌تایی تبدیل کنیم تا امکان استفاده از جدول راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری فراهم شود. می‌توان براساس امتیاز نهایی به‌دست آمده برای زیرشاخص‌های مختلف آنها را با یکدیگر و از طریق نمودار راداری مقایسه کرد. نمودار مقایسه زیرشاخص‌ها به تفکیک عوامل کلی در زیر نشان داده شده است (اصغرپور، ۱۳۸۷)

$$W_i = \left[\frac{a_{ij}}{\sum_{k=1}^n a_{kj}} \right] \quad \text{رابطه (۲)}$$

1 Validity
2 Reliability
3. Content validity index (CVI)

جدول ۳. امتیاز نهایی زیرشاخص‌های فرهنگی اجتماعی

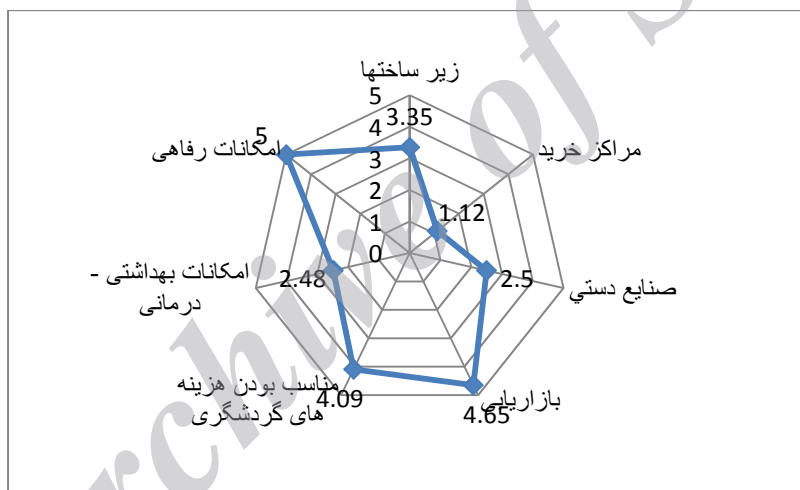
زیرشاخص‌های فرهنگی اجتماعی	مقدار میانگین زیرشاخص	وزن هر زیرشاخص	امتیاز نهایی	امتیاز نهایی در مقیاس پنج
آثار فرهنگی و تاریخی	۲/۷۳	۰/۱۵	۰/۴۰۹۵	۳/۰۰۹۶
رسانه	۴/۱	۰/۱۴۶۴	۰/۶۰۰۳	۴/۴۱۲۳
فرهنگ پذیرش گردشگر	۴/۴۳	۰/۱۵۳۵	۰/۶۸۰۳	۵
آداب و رسوم و سنتها	۲/۴۸	۰/۱۳۴۵	۰/۳۳۳۶	۲,۴۵۱۹
معماری محل	۳/۱۶	۰/۱۵۳۵	۰/۴۸۵۲	۳/۵۶۶۵
امکانات تفریحی	۲/۵	۰/۱۳۵۷	۰/۳۳۹۲	۲/۴۹۳۵
رشته‌های دانشگاهی مرتبط	۳/۹۴	۰/۱۲۶۱	۰/۴۹۷۱	۳/۶۵۴۰



نمودار ۳. مقایسه زیرشاخص‌های فرهنگی مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی

جدول ۴. امتیاز نهایی زیرشاخص های اقتصادی

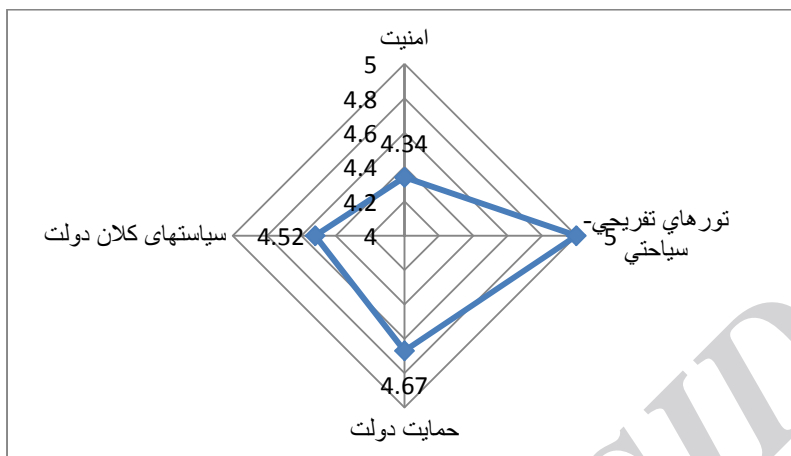
امتیاز نهایی در مقیاس پنج	امتیاز نهایی	وزن هر زیرشاخص	مقدار میانگین زیرشاخص	
۳/۳۵۹۳۳۳	۰/۴۲۵۳۲۱	۰/۱۵۷۵۲۶	۲/۷	زیرساختها
۵	۰/۶۳۳۰۴۶	۰/۱۵۹۸۶	۳/۹۶	امکانات رفاهی
۲/۴۸۹۵۸۶	۰/۳۱۵۲۰۴	۰/۱۳۸۸۵۶	۲/۲۷	امکانات بهداشتی - درمانی
۴/۰۹۶۶۲۳	۰/۵۱۸۶۷	۰/۱۴۸۱۹۱	۳/۵	مناسب بودن هزینه های بازاریابی
۴/۶۵۸۴۴۶	۰/۵۸۹۸۰۲	۰/۱۴۸۱۹۱	۳/۹۸	بازاریابی
۲/۵۰۰۹۲۲	۰/۳۱۶۶۳۹	۰/۱۲۳۶۸۷	۲/۵۶	صنایع دستی
۱/۱۲۳۴۶۱	۰/۱۴۲۲۴	۰/۱۲۳۶۸۷	۱/۱۵	مراکز خرید



نمودار ۴. مقایسه زیرشاخص های اقتصادی مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی

جدول ۵. امتیاز نهایی زیرشاخص های مدیریتی

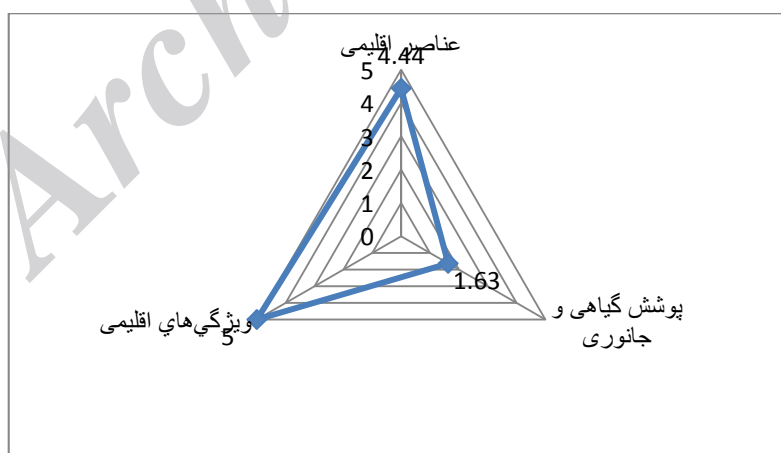
امتیاز نهایی در مقیاس پنج	امتیاز نهایی	وزن هر زیرشاخص	مقدار میانگین زیرشاخص	
۴/۳۴۵۷۹۷	۰/۹۹۳۰۱۵	۰/۲۶۸۳۸۲۴	۳/۷	امنیت
۴/۵۲۸۴۱۴	۱/۰۳۴۷۴۳	۰/۲۳۸۹۷۰۶	۴/۳۳	سیاست های کلان دولت
۴/۶۷۲۴۱۶	۱/۰۶۷۶۴۷	۰/۲۴۲۶۴۷۱	۴/۴	حمایت دولت
۵	۱/۱۴۲۵	۰/۲۵	۴/۵۷	تورهای تفریحی



نمودار ۵. مقایسه زیرشاخص‌های مدیریتی مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی

جدول ۶. امتیاز نهایی زیرشاخص‌های طبیعی

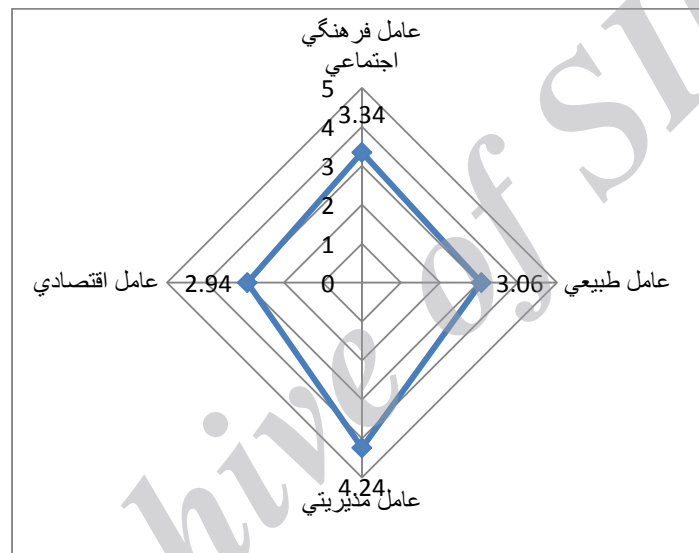
زیرشاخص‌های طبیعی	مقدار میانگین زیرشاخص	وزن هر زیرشاخص	امتیاز نهایی	امتیاز نهایی در مقیاس پنج
عناصر اقلیمی	۳/۸۹	۰/۳۱۵۹۵۱	۱/۲۲۹۰۴۹	۴/۴۴۷۲۴۴
ویژگی‌های اقلیمی	۴/۲۱	۰/۳۲۸۲۲۱	۱/۳۸۱۸۱	۵
پوشش گیاهی و جانوری	۱/۲۷	۰/۳۵۵۸۲۸	۰/۴۵۱۹۰۲	۱/۶۳۵۱۸۱



نمودار ۶. مقایسه زیرشاخص‌های طبیعی مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی

جدول ۷. مقایسه عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی

نام شاخص	امتیاز نهایی
شاخص فرهنگی اجتماعی	۳/۳۴۵۵۹
شاخص اقتصادی	۲/۹۴۰۹۲۲
شاخص مدیریتی	۴/۲۳۷۹۰۵
شاخص طبیعی	۳/۰۶۳۷۶۱



نمودار ۷. مقایسه عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری روستایی

راهنمای وضعیت شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری

جدول ۸. راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری

محدوده میانگین	وضعیت
$۰ < \text{میانگین} < ۲/۵$	نیاز به توجه فوری
$۲/۵ < \text{میانگین} < ۳/۵$	نیاز به توجه بیشتر
$۳/۵ < \text{میانگین} < ۵$	میزان قابل قبول آمادگی

جدول ۹. راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های شاخص اجتماعی - فرهنگی

وضعیت	امتیاز نهایی در مقیاس پنج	زیرشاخص‌ها	شاخص فرهنگی اجتماعی
نیاز به توجه بیشتر	۳/۰۰۹۶۰۷	آثار فرهنگی و تاریخی	
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۴۱۲۳۰۵	رسانه	
میزان قابل قبول آمادگی	۵	فرهنگ پذیرش گردشگر	
نیاز به توجه فوری	۲/۴۵۱۹۲۲	آداب و رسوم و سنت‌ها	
میزان قابل قبول آمادگی	۳/۵۶۶۵۹۱	معماری	
نیاز به توجه فوری	۲/۴۹۳۵۶۹	امکانات تفریحی	
میزان قابل قبول آمادگی	۳/۶۵۴۰۸۵	رشته‌های دانشگاهی مرتبط	

جدول ۱۰. راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های شاخص اقتصادی

وضعیت	امتیاز نهایی در مقیاس پنج	زیرشاخص‌ها	شاخص اقتصادی
نیاز به توجه بیشتر	۳/۳۵۹۳۳۳	زیرساخت‌ها	
میزان قابل قبول آمادگی	۵	امکانات رفاهی	
نیاز به توجه فوری	۲/۴۸۹۵۸۶	امکانات بهداشتی - درمانی	
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۰۹۶۶۲۳	مناسب بودن هزینه‌ها	
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۶۵۸۴۴۶	بازاریابی	
نیاز به توجه بیشتر	۲/۵۰۰۹۲۲	صنایع دستی	
نیاز به توجه فوری	۱/۱۲۳۴۶۱	مراکز خرید	

جدول ۱۱. راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های شاخص مدیریتی

وضعیت	امتیاز نهایی در مقیاس پنج	زیر شاخص‌ها	شاخص مدیریتی
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۳۴۵۷۹۷	امنیت	
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۵۲۸۴۱۴	سیاست‌های کلان دولت	
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۶۷۲۴۱۶	حمایت دولت	
میزان قابل قبول آمادگی	۵	تورهای تفریحی	

جدول ۱۲. راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های شاخص طبیعی

وضعیت	امتیاز نهایی در مقیاس پنج	زیرشاخص‌ها	شاخص طبیعی
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۴۴۷۲۴۴	عناصر اقلیمی	
میزان قابل قبول آمادگی	۵	ویژگی‌های اقلیمی	
نیاز به توجه فوری	۱/۶۳۵۱۸۱	پوشش گیاهی و جانوری	

جدول ۱۳. راهنمای وضعیت شاخص‌های کلی

وضعیت	امتیاز نهایی در مقیاس پنج	نام شاخص	شاخص‌های کلی
نیاز به توجه بیشتر	۳/۳۴۵۵۵۹	شاخص فرهنگی اجتماعی	
نیاز به توجه فوری	۲/۹۴۰۹۲۲	شاخص اقتصادی	
میزان قابل قبول آمادگی	۴/۲۳۷۹۰۵	شاخص مدیریتی	
نیاز به توجه بیشتر	۳/۰۶۲۷۶۱	شاخص طبیعی	

نتیجه‌گیری

نتایج آزمون فرضیه‌های تأییدشده

از دیدگاه کارشناسان و صاحب‌نظران صنعت گردشگری، هر چهار فرضیه اصلی مدیریتی، اقتصادی، طبیعی و فرهنگی-اجتماعی با استفاده از آزمون t تأیید شدند که نشان‌دهنده آن است که هر چهار شاخص بر توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر است. هفت زیرشاخص آثار فرهنگی و تاریخی، رسانه، فرهنگ پذیرش گردشگر، آداب و رسوم و سنت‌ها، معماری محل، امکانات تفریحی و رشته‌های دانشگاهی مرتبط با گردشگری از دوازده زیرشاخص شاخص فرهنگی-اجتماعی تأیید شدند. همچنین هر هفت زیرشاخص زیرساخت‌ها، امکانات رفاهی، امکانات بهداشتی-درمانی، مناسب بودن هزینه‌های گردشگری، بازاریابی، صنایع دستی و مراکز خرید از شاخص اقتصادی تأیید و هر چهار زیرشاخص امنیت، سیاست‌های کلان دولت، حمایت دولت و تورهای تفریحی-سیاحتی از شاخص مدیریتی و سه زیرشاخص عناصر اقلیمی، ویژگی‌های اقلیمی و پوشش گیاهی و جانوری از چهار زیرشاخص شاخص طبیعی تأیید شدند که نشان‌دهنده آن است که این زیرشاخص‌ها بر توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر هستند.

نتایج آزمون فرضیه‌های تأییدشده

از دیدگاه کارشناسان و صاحب‌نظران صنعت گردشگری، پنج زیرشاخص زبان و گویش مردم، نژاد و قومیت، خاطره جمعی، نوع لباس و پوشش مردم و طبع غذایی و غذاهای محلی از دوازده زیرشاخص شاخص فرهنگی- اجتماعی و همچنین زیرشاخص ویژگی‌های زمین‌شناسی از چهار زیرشاخص شاخص طبیعی با استفاده از آزمون t مورد تأیید قرار نگرفتند که نشان‌دهنده آن است که این زیرشاخص‌ها بر توسعه صنعت گردشگری روستایی مؤثر نیستند.

نتایج وزن‌دهی عوامل

برحسب محاسبه وزن‌های شاخص‌های یک شاخص، می‌توان از نظر تخصیص منابع، اهمیت آن را مشخص کرد. همان‌طور که اشاره شد، وزن‌دهی فقط برای فرضیه‌های تأییدشده صورت گرفته که خلاصه نتایج آن به صورت زیر است:

از دیدگاه صاحب‌نظران از زیرشاخص‌های شاخص فرهنگی- اجتماعی بیشترین وزن را زیرشاخص‌های فرهنگ پذیرش گردشگر و معماری به‌دست آورده‌اند؛ از شاخص اقتصادی بیشترین وزن را زیرشاخص امکانات رفاهی به‌دست آورده، از شاخص مدیریتی بیشترین وزن را زیرشاخص تورهای تفریحی- سیاحتی و از شاخص محیطی بیشترین وزن را زیرشاخص پوشش گیاهی و جانوری به‌دست آورده است که نشان می‌دهد، صاحب‌نظران به این پنج زیرشاخص توجه بسیار زیادی در مقایسه با سایر عوامل، نشان داده‌اند.

نتایج امتیازدهی عوامل

از نتایج به‌دست آمده از دو جامعه‌ی آماری در روستای مورد مطالعه از چهار فرضیه پژوهش، بالاترین رتبه را شاخص مدیریتی و دومین رتبه را شاخص فرهنگی- اجتماعی و سومین رتبه را شاخص محیطی و چهارمین رتبه را شاخص اقتصادی کسب کرده است؛ بنابراین، گردشگران و اهالی روستای گرمه به شاخص مدیریتی توجه بیشتری نشان داده‌اند. با توجه به امتیازات نهایی زیرشاخص‌ها، از شاخص مدیریتی بیشترین امتیاز را زیرشاخص تورهای تفریحی- سیاحتی داشته، از شاخص فرهنگی- اجتماعی بیشترین امتیاز را زیرشاخص فرهنگ پذیرش گردشگر داشته، از شاخص طبیعی بیشترین امتیاز را زیرشاخص ویژگی‌های اقلیمی داشته و از شاخص اقتصادی بیشترین امتیاز را زیرشاخص امکانات رفاهی داشته است. با توجه به جدول‌های راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری، از مجموعه زیرشاخص‌های شاخص اجتماعی- فرهنگی، شاخص‌های امکانات تفریحی و آداب و رسوم و سنت‌ها در روستای گرمه نیاز به توجه فوری داشته و برای توسعه گردشگری این روستا باید به این دو شاخص فوراً

توجه شود. همچنین شاخص آثار فرهنگی تاریخی نیاز به توجه بیشتر داشته و در درجه دوم قرار می‌گیرد. شاخص‌های معماری، رسانه، فرهنگ پذیرش گردشگر و رشته‌های دانشگاهی مرتبط با گردشگری در وضعیت قابل‌قبولی قرار دارند و روستای گرمه با توجه به این سه شاخص به‌ویژه فرهنگ بالای مردم در پذیرش گردشگر تاکنون توانسته است گردشگران زیادی را به این منطقه جذب کند. با توجه به جدول‌های راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری، از مجموعه زیرشاخص‌های شاخص اقتصادی، شاخص‌های امکانات بهداشتی-درمانی و مراکز خرید در روستای گرمه نیاز به توجه فوری داشته و برای توسعه گردشگری این روستا باید به این دو شاخص فوراً توجه شود. همچنین شاخص زیرساخت‌ها و صنایع دستی نیاز به توجه بیشتر داشته و در درجه دوم قرار می‌گیرد. شاخص‌های امکانات رفاهی، بازاریابی و مناسب بودن هزینه‌های گردشگری در وضعیت قابل‌قبولی قرار دارند و روستای گرمه با توجه به این شاخص‌ها و بازاریابی و تبلیغات اینترنتی تاکنون توانسته است، گردشگران زیادی را از داخل و خارج کشور به این منطقه جذب کند. با توجه به جدول‌های راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری، از مجموعه زیرشاخص‌های شاخص مدیریتی، شاخص‌های امنیت، سیاست‌های کلان دولت، حمایت دولت و تورهای تفریحی-سیاحتی همگی در وضعیت قابل‌قبولی قرار دارند و روستای گرمه با توجه به این شاخص‌ها تاکنون توانسته است، گردشگران زیادی را به این منطقه جذب کند. برگزارکنندگان تورهای تفریحی-سیاحتی (که در آنها اهالی روستا نیز به‌چشم می‌خورند) توانسته‌اند نقش بسزایی در توسعه گردشگری این ناحیه داشته باشند. با توجه به جدول‌های راهنمای وضعیت زیرشاخص‌های مؤثر در توسعه صنعت گردشگری، از مجموعه زیرشاخص‌های شاخص طبیعی، پوشش گیاهی و جانوری در روستای گرمه نیاز به توجه فوری داشته که علت آن کویری بودن منطقه تصور می‌شود. شاخص‌های عناصر اقلیمی و ویژگی‌های اقلیمی نیز در وضعیت قابل‌قبولی قرار دارند.

مقایسه با نتایج پژوهش‌های گذشته

در پژوهش‌های گذشته نشان داده شده که زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی به‌ویژه هتل‌ها تأثیر بسزایی در توسعه صنعت گردشگری داشته‌اند. در این پژوهش نیز از دیدگاه صاحب‌نظران امکانات رفاهی بیشترین وزن را در زیرشاخص‌های شاخص اقتصادی به خود اختصاص داده است. همچنین در پژوهش‌های گذشته هزینه‌های گردشگری دارای اهمیت شناخته شده و در این پژوهش نیز صاحب‌نظران وزن نسبتاً بالایی را به آن اختصاص داده‌اند. پژوهش‌های پیشین نشان داد، آژانس‌های گردشگری نقش مؤثری در توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کنند و در این

پژوهش نیز بالاترین وزن را در شاخص مدیریتی به خود اختصاص داده‌است. همچنین در پژوهش‌های گذشته ضعف بازاریابی و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر و ضعف سیستم حمل‌ونقل در این صنعت از عوامل توسعه‌نیافتگی این صنعت یاد شده‌اند و در این پژوهش نیز وزن نسبتاً بالایی را به خود اختصاص داده‌اند. در این پژوهش افزون‌بر شاخص‌هایی که در پژوهش‌های گذشته بررسی شده‌اند، شاخص‌های امکانات تفریحی، آداب و رسوم و سنت‌ها، معماری، آثار فرهنگی تاریخی، امکانات بهداشتی-درمانی، مراکز خرید، صنایع دستی، امنیت، حمایت دولت و پوشش گیاهی و جانوری نیز بررسی شده‌اند.

منابع

- آذر، ع. و مومنی، م. (۱۳۸۷). *آمار و کاربرد آن در مدیریت*. جلد دوم، تهران، انتشارات سمت.
- آزاد منجیری، ی. (۱۳۸۷). *اکوتوریسم پایدار. رشد آموزش جغرافیا*، ۸۲، ۳۵-۳۸.
- اصغرپور، م. (۱۳۸۷). *تصمیم‌گیری چند معیاره*. تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- تقوی، م.، قلی‌پور سلیمانی، ع. (۱۳۸۸). *عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران*. *پروژه‌نامه اقتصادی*، ۳۴، ۱۷۲-۱۵۷.
- تولایی، س. (۱۳۸۶). *مروری بر صنعت گردشگری*. انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
- حیدری چپانه، ر. (۱۳۸۹). *مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری*. انتشارات سمت.
- دهدشتی شاهرخ، ز.، فیاضی، م. (۱۳۹۰). *مدیریت بازاریابی در صنعت گردشگری*. انتشارات مهکامه.
- رضوانی، م. (۱۳۸۷). *توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار*. انتشارات دانشگاه تهران.
- رنجبریان، ب.، زاهدی، م. (۱۳۸۹). *شناخت گردشگری*. انتشارات چهارباغ.
- روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران*، شماره ۱۹۲۰۴ مورخ ۱۳۸۹/۱۱/۱۴.
- شجاعی، م.، نوری، ن. (۱۳۸۶). *بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و ارائه الگوی توسعه پایدار صنعت گردشگری کشور*. *دانش مدیریت*، ۷۸، ۶۳-۹۰.
- قدیری معصوم، م.، استعلاجی، ع.، پازکی، م. (۱۳۸۹). *گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)*، انتشارات دانشگاه تهران.
- کاظمی، م. (۱۳۸۷). *مدیریت گردشگری*، انتشارات سمت.

مدهوشی، م.، ناصرپور، ن. (۱۳۸۲). ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۲۸، ۵۸-۲۵.

معصومی، م. (۱۳۸۷). سابقه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در ایران، انتشارات سمیرا.

مهدوی، م.، قدیری معصوم، م.، قهرمانی، ن. (۱۳۸۷). اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستائیان دره کن و سولقان. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۱(۲)، ۶۰-۳۹.

یزدانی زنگنه، م.، خسروی‌پور، ب.، غنیان، م. (۱۳۸۸). راهبردهای توسعه پایدار اشتغال در بخش گردشگری روستایی. ماهنامه کار و جامعه، ۱۰۹، ۱۰۷-۱۰۱.

Do, K. (2010). Management of small tourism business in rural areas. University of Illinois at Urbana-Champaign for the degree of Doctor of Philosophy in Recreation, Sport, and Tourism

Gartner, W. (2004). Rural tourism development in the USA. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 151-164.

Hall, D. (2004). Rural tourism development in southeastern Europe: Transition and the search for sustainability. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 165-176.

Mahmoudi, B., Haghsetan, A. & Maleki, R. (2011). Investigation of obstacles and strategies of rural tourism development using SWOT matrix. *Journal of Sustainable Development*, 4(2), 136-141.

Parhad, K., De-gang, Y. & Xiao-Lie, Z. (2005). Study of rural tourism in Turpan, China. *Chinese Geographical Science*, 15(4), 377-382.

Theobald William, F. (2004). *Global Tourism*, Elsevier

Wilkerson, M. (1996). Developing A Rural Tourism Plan: The Major Publication. *Information for developers*, 14,2; ProQuest