

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۶، شماره پیاپی ۲۲، تابستان ۱۳۹۵

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

تبیین پیامدهای گسترش گردشگری تجاری در مناطق روستایی (مورد: دهستان سیگار - شهرستان لامرد)

محمد غلامی^۱: استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

ولی اله نظری: استادیار گروه شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

رضا مختاری ملک آبادی: استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

صادق زمانی: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۶ صص ۲۱۶-۲۰۳ پذیرش: ۱۳۹۴/۲/۲۵

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی نگرش جامعه میزبان از گسترش گردشگری تجاری (خرید) در منطقه روستایی دهشیخ در دهستان سیگار شهرستان لامرد می‌پردازد. محدوده مورد مطالعه در سالهای اخیر و در پی ورود (رسمی و غیر رسمی) کالاهای خارجی، به صورت منطقه ای تجاری با تعداد زیادی مراکز عرضه این نوع کالاها تبدیل شده و به جریان گردشگری تجاری (با انگیزه خرید) انجامیده است. این تحقیق با استفاده از روش تحلیلی - توصیفی انجام گرفته و ضمن بررسی اسنادی و میدانی موضوع، با استفاده از تکنیک پرسشنامه محقق ساخته، از سطح روستاهای مورد مطالعه، اطلاعات و داده‌های مورد نظر جمع‌آوری گردیده است. سپس داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه نمونه تحقیق، با استفاده از طیف لیکرت و با آزمون‌های مرتبط و با نرم‌افزار SPSS، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. محدوده انجام پژوهش، ۱۳ روستای واقع در محور تجاری دهستان سیگار بوده و جامعه نمونه آماری آن را نیز ۳۶۵ نفر از ساکنان روستایی و فعالان بخش تجاری تشکیل می‌دهند. در تجزیه و تحلیل داده‌های مورد نظر و بررسی اولیه تحقیق، به تبیین اثرات اقتصادی جامعه میزبان اشاره شده و بیشترین تأثیر بر این جامعه از منظر اقتصادی مشخص گردیده است. یافته‌ها بیانگر آن است که ساکنان روستاهای مورد مطالعه، یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه سکونتگاه‌های روستایی این منطقه را، ورود انبوه گردشگران تجاری داخل و خارج استانی دانسته و این مسئله را مورد تأیید قرار داده‌اند که با حمایت‌های بیشتر مسئولان محلی می‌تواند ضمن میزبانی بهتر و کارآمدتر از گردشگران تجاری، توانمندی‌های ناشی از موقعیت جغرافیایی خود را در جهت افزایش سطح مشارکت و نیز توسعه محلی بهبود بخشند.

واژه‌های کلیدی: توسعه روستایی، گردشگری تجاری، منطقه تجاری دهشیخ - سیگار، لامرد.

^۱ . نویسنده مسئول: m.gholami56@yahoo.com ۰۹۱۷۳۸۱۱۵۳۸

بیان مسأله:

توسعه گردشگری همانند شمشیری دولبه برای جامعه محلی عمل می‌کند. هم می‌تواند منافعی را به وجود آورد و هم هزینه‌هایی را تحمیل کند. در جامعه‌ای که مقصد گردشگری است، کیفیت زندگی ساکنان آن در همه ابعاد از گردشگری تأثیر می‌پذیرد، از این‌رو در مطالعات گردشگری به ویژه در دو دهه اخیر، ساکنان به مثابه‌ی هسته اصلی بسیاری از تحقیقات گردشگری در نظر گرفته شدند. هدف اصلی این تحقیقات یافتن راه‌حلهایی است که از طریق آنها ضمن توسعه گردشگری، جامعه مرتبط با آن نیز منتفع گردند و تأثیرات نامطلوب گردشگری به ویژه خسارت‌های زیست محیطی تا جایی که ممکن است کاهش یابد (وئوقی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۴). از گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی یاد شده، به طوری که طی سال‌های اخیر در سراسر اروپا برای حل چالش‌های اقتصادی-اجتماعی در نواحی روستایی حاشیه‌ای و یا روستاهایی که با کاهش فعالیت‌های کشاورزی سنتی روبه‌رو شده‌اند، گردشگری در کانون توجه قرار گرفته است (Sharply, 2002:233). همچنین در نواحی روستایی کشور ایالات متحده آمریکا از دهه ۱۹۸۰ و به دنبال کاهش گسترده فعالیت‌های مرسوم اقتصاد روستایی نظیر کشاورزی، معدن و جنگلداری و به منظور فراهم ساختن اشتغال محلی و تنوع بخشی به اقتصاد روستایی، گردشگری به عنوان ابزار توسعه اقتصاد ناحیه‌ای مورد توجه قرار گرفته است (Allen et al, 1993:27). امروزه توسعه گردشگری به اشکال مختلف نظیر گردشگران فاقد امکانات اقامتی، گردشگران دارای خانه‌های دوم و مجتمع‌های تفریحی در نواحی روستایی، اثرات مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی و محیطی بر جای گذاشته است (علیقلی‌زاده فیروز جانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۲). از جمله اثرات مثبت اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی می‌توان به ایجاد اشتغال و درآمد، کمک به فراهم شدن خدمات زیربنایی، تشویق توسعه سایر بخش‌های اقتصادی و تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصاد روستایی اشاره (Butler et al, 1997:28) و آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۲۶). در حال حاضر گردشگری روستایی، با هدف توسعه پایدار جوامع محلی در نواحی روستایی و به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و یکی از مهم‌ترین مشاغل مدرن در مناطق روستایی ارتقا یافته است. هر چند که گردشگری روستایی در مجموع موضوع جدیدی نیست اما اهمیت آن و نقشی که در توسعه پایدار جوامع محلی ایفا می‌کند، به تازگی مورد تأیید قرار گرفته است (داس ویل، ۱۳۸۶: ۱۰).

در این راستا گردشگری تجاری یکی از اشکال نوظهور گردشگری در کشور ایران می‌باشد که در برخی مناطق شهری و روستایی کشور، تحت تأثیر شرایط جغرافیایی و موقعیت خاص یک منطقه، در حال گسترش می‌باشد. بنا به گفته‌ی داوید سون، گردشگری تجاری به صورت سفر مردم برای اهدافی که با کارشان مرتبط است، از قدیمی‌ترین اشکال گردشگری به شمار می‌آید (Dadidson, 1994:1). عمده این نوع گردشگری را در حال حاضر می‌توان در نواحی مرزی کشور که بر اثر رشد ورود رسمی و غیررسمی کالاهای وارداتی و از طریق مبادی غیررسمی و قاچاق، به مناطق تجاری خاص تبدیل شده‌اند، مشاهده نمود. از دلایل رونق تجارت غیررسمی و قاچاق باید نرخ بیکاری بالا و کمبود امکانات و زیرساخت‌های اساسی به منظور تولید و افزایش اشتغال، درآمد پائین مردم و نابرابری اجتماعی و فقر عمومی در مناطق مرزی، کیفیت نامطلوب کالاهای تولید داخلی در مقایسه با کالاهای قاچاق وارداتی و حاکمیت فرهنگ مصرف برشمرده (آقازاده، ۱۳۸۴: ۲۷). روستاهای واقع در دهستان سیگار، در شهرستان لامرد در جنوبی‌ترین نقطه استان فارس و همجوار با استان‌های هرمزگان و بوشهر، شامل ۱۳ روستا از جمله دهشیخ، سیگار و... به دلیل شکل‌گیری مراکز عرضه حاوی کالاهای وارداتی، مورد توجه گردشگران داخلی قرار گرفته است. گردشگری تجاری در این منطقه روستایی به عنوان پدیده‌ای نوظهور به حساب می‌آید که تحت تأثیر موقعیت خاص جغرافیایی این منطقه و نزدیکی به خط ساحلی دریای پارس و بنادر دریایی موجود در کرانه شمالی دو استان ساحلی هرمزگان و بوشهر می‌باشد. گسترش جریان‌های گردشگری تجاری در این منطقه توأم با فقدان برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد در راستای ساماندهی و بهره‌برداری منطقی از رشد روز افزون این نوع گردشگری و تقاضای بالای سفر در سال‌های اخیر به این منطقه، اثرات مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و... متعددی را در پی داشته است. از این‌رو بررسی نگرش ساکنان به عنوان جامعه میزبان گردشگران (در حقیقت ذینفعان اصلی در روند گسترش گردشگری و تقاضای انبوه سفر) به اثرات مثبت و

منفی گردشگری تجاری در نواحی روستایی برای کاهش اثرات درک شده از سوی جامعه میزبان و در نهایت برنامه‌ریزی برای دستیابی به توسعه پایدار روستایی و حمایت جامعه میزبان از این نوع فعالیت‌ها، ضروری به شمار می‌آید. بر این مبنا، پژوهش حاضر اثرات مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و... گسترش گردشگری تجاری در مناطق روستایی را از دیدگاه ساکنان ۱۳ روستای واقع در دهستان سیگار در شهرستان لامرد به عنوان جامعه میزبان گردشگران مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده است. این پژوهش در راستای پاسخگویی به سؤالات و فرضیه‌های زیر می‌باشد:

- اثرات گردشگری بر ابعاد مختلف سیستم حیات اجتماعی، اقتصادی و محیطی روستاهای منطقه مورد مطالعه چگونه است؟
- راهکارهای عقلایی در جهت ساماندهی و تعدیل اثرات منفی گسترش گردشگری تجاری بر جامعه میزبان کدام می‌باشد؟
- گسترش گردشگری تجاری در توسعه اقتصادی روستاهای مورد مطالعه مؤثر است.
- گسترش گردشگری تجاری در توسعه اجتماعی- فرهنگی روستاهای مورد مطالعه اثرات مثبت و منفی دارد.
- گسترش گردشگری تجاری بر محیط طبیعی منطقه مورد مطالعه اثر منفی دارد.

مبانی نظری:

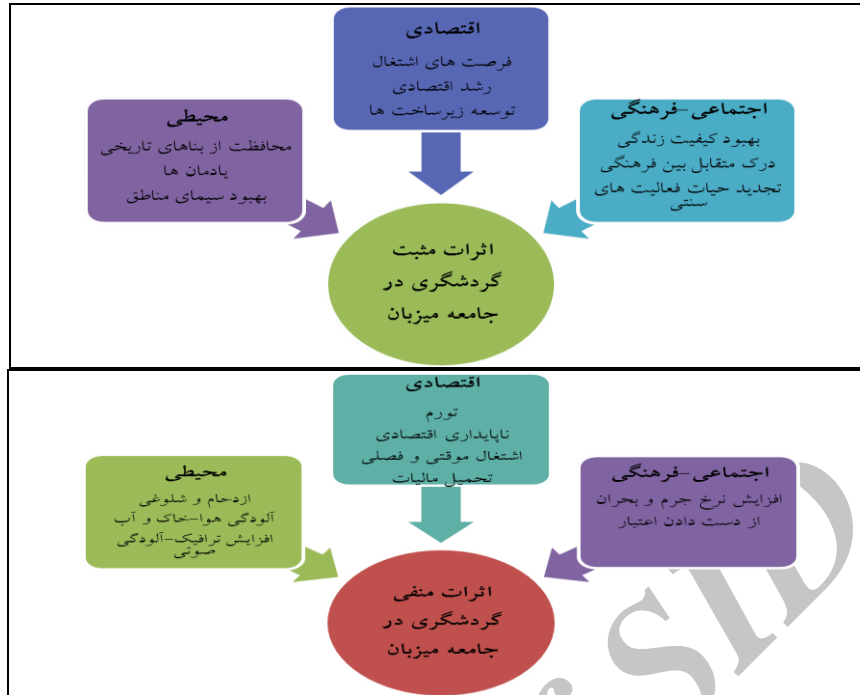
گردشگری پدیده قرن بیستم است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت، بلکه باید به عنوان پدیده‌ای که وجود دارد (خوب یا بد) به آن نگرست. همه ساله میلیون‌ها نفر به سفر می‌روند و کسی نمی‌تواند آنها را از سفر بازدارد، آنها خواهند آمد، پس بگذارید از این حرکت به عنوان منبعی برای توسعه استفاده شود (Kuban, 1978:84). به نظر متولیان امور گردشگری، در پایان قرن بیستم و آغاز قرن بیست و یکم، انقلابی در گردشگری رخ می‌دهد که امواج آن در سرتاسر نقاط جهان اثرگذار خواهد بود (W.T.O, 1996:9). بر طبق آمار شورای گردشگری و مسافرت جهانی، گردشگری ۱۲ درصد از تولید ناخالص ملی در سراسر جهان را تولید و نزدیک به ۲۰۰ میلیون شغل در سرتاسر جهان ایجاد کرده است. تخمین زده شده که تعداد گردشگران در سراسر جهان در سال ۲۰۱۰ به یک میلیارد نفر و این تعداد در سال ۲۰۲۰ به یک میلیارد و ششصد میلیون نفر برسد (Irshad, 2010:4). اهمیت گردشگری به عنوان پدیده‌ای نوین، از ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی (Rojeck and Urry, 1997:12) و بیشتر از همه وابسته به چرخه اقتصادی آن می‌باشد که قابلیت بالایی در زمینه پویایی اقتصادی محلی و بین‌المللی دارا می‌باشد (Lee et al, 2008:180). آنچه گردشگری را به عاملی در روند توسعه مبدل کرده است، جریان‌های سرمایه، فرهنگ و اطلاعات در یک همپوشی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت بیشتر و بهبود ارتباطات است (غفاری و ترکی هرچگانی، ۱۳۸۸:۱۱۳). گردشگری روستایی یکی از زمینه‌های نسبتاً تازه در توسعه روستایی است که می‌تواند فرصت‌ها و امکاناتی را به ویژه برای اشتغال و درآمد روستایی فراهم سازد و نقش مؤثری در احیاء و نوسازی نواحی روستایی ایفا کند. هم‌اکنون گردشگری روستایی به عنوان بخش بالقوه پایدار قلمداد می‌شود. توجه به این امر مهم در برنامه‌ها و طرح‌های توسعه روستایی به ویژه طرح‌های محلی اهمیت زیادی را طلب می‌کند و این نوع از گردشگری امروزه یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵:۲۰۱). گردشگری یک فعالیت روستائی جدید برای مردم محلی است و به درستی به عنوان فعالیتی ریسک‌پذیر ملاحظه می‌شود. همچنین به این بخش به عنوان شانس برای فعالیتی مکمل به همراه فعالیت‌های معیشتی موجود و نه به عنوان یک فعالیت جایگزین نگرسته می‌شود (Ashley, 2000:17). رشد این بخش به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی تفکری نسبتاً جدید است که سیاستگذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت این راهبرد پی برده‌اند، اما تجربه کافی برای اجرای آن ندارند (شمس‌الدینی، ۱۳۸۹:۹۶). در اکثر نواحی روستایی، به دلیل غالب بودن اقتصاد کشاورزی و آسیب‌پذیری آن، توجه به دیگر فعالیت‌های توسعه‌ای نظیر گردشگری به عنوان مکمل این بخش می‌تواند از جنبه‌های مختلف، تضمینی در بهبود شرایط زندگی روستائیان باشد. گردشگری روستایی می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی، حل معضل بیکاری، ارتقای استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی و

پرکردن شکاف بین نواحی شهری و روستایی در زمینه های مختلف و کاهش مهاجرت روستایی به کلان شهرها نقش عمده ای داشته باشد (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۰-۴۱).

گردشگری و جامعه میزبان:

یک جنبه مهم در برنامه ریزی توسعه گردشگری که معمولاً بر آن تاکید نمی گردد، شرکت دادن عامه ی مردم در فرآیند برنامه ریزی و تصمیم گیری است. واقعیت آن است که برنامه ریزی برای ساکنان یک ناحیه انجام می شود. بنابراین باید به آنان فرصت داده شود تا دیدگاه خود را در مورد نحوه ی توزیع منابع حاصله و نوع جامعه های که در آینده می خواهند در آن زندگی کنند، اظهار نمایند (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۹). بسیاری از اجتماعات روستائی، گردشگری را برای محافظت از منابع طبیعی و استراتژی برای توسعه اقتصادی و تفریحات و حفظ ارزش های اجتماعی در نظر می گیرند (Lewis, 1996:4). در گردشگری پایدار توجه به نیازهای جامعه میزبان اهمیت فراوانی دارد و به هنگام برنامه ریزی و در فرآیند مدیریت به این نوع نیازها توجه زیادی می شود. به ویژه در چنین بخشی به این مسئله توجه می شود که مبدا این موضوع بر ساختار فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان، تأثیرات ویرانگر یا منفی داشته باشد (چاک.وای، ۱۳۸۲: ۲۸۸). محققان مختلف در حوضه ی گردشگری معتقدند که میان رونق گردشگری و معیارهای عینی و ذهنی اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی بر جامعه میزبان رابطه ای مستقیم وجود دارد (Johkson et al, 1994:630). آنها در بررسی اثرات گردشگری از طریق دیدگاه های جامعه میزبان، برخی از اثرات منفی اقتصادی نظیر افزایش قیمت کالا و خدمات، افزایش کاذب قیمت املاک و افزایش هزینه زندگی را نام برده اند (Tosun, 2002:32-Weaver and Lawto, 2001:353). اثرات گردشگری درک شده از سوی جامعه میزبان در سه طبقه اساسی هزینه و فایده اقتصادی، اجتماعی و محیطی قرار دارد (Gursory et al, 2002:80). ورود گردشگران، تأثیرات اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی فراوانی بر مناطق پذیرنده گردشگر به وجود می آورد. آثار اجتماعی - فرهنگی گردشگری از جمله مهم ترین ملاحظات توسعه گردشگری در هر منطقه به شمار می روند (ضرابی و اسلامی پریخانی، ۱۳۹۰: ۳۹). باتلر در این زمینه معتقد است که میان سطح توسعه گردشگری و نگرش منفی به اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی در جامعه میزبان رابطه مستقیم وجود دارد (Akis et al, 1996: 481).

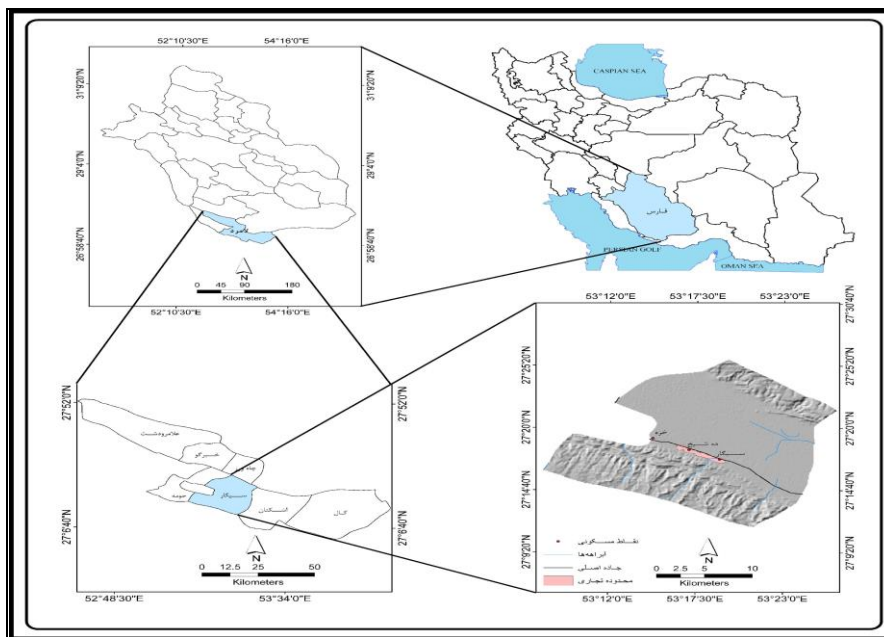
در همین رابطه مارتین و یاسال معتقدند میان مراحل چرخه حیات گردشگری و تأثیرات گردشگری بر جامعه ساکنان، رابطه ای مستقیم وجود دارد. بدین ترتیب که در مرحله اولیه توسعه گردشگری، معمولاً مقدار زیادی از آرزوها و اشتیاق ساکنان مقصد به خاطر فواید اقتصادی درک شده برآورده می شود، ولی از آنجا که در مراحل بعد به خاطر بروز تغییرات ناخوشایند در محیط طبیعی و نوع گردشگرانی که جذب شده اند، درک و تصور ساکنان از اثرات گردشگری به تدریج منفی می شود (Johnson et al, 1994:630). تسارتاس در مطالعه نواحی روستائی در دو جزیره یونان از دیدگاه ساکنان به عنوان جامعه میزبان به آثار منفی اقتصادی گردشگری نظیر افزایش قیمت زمین و هزینه زندگی، سود رسانی توسعه گردشگری به صاحبان زمین و سرمایه، فصلی بودن مشاغل گردشگری، دستیابی افراد غیر محلی به مشاغل دارای درآمد بالا و انصراف افراد محلی از انجام فعالیت های کشاورزی و ماهیگیری اشاره کرده است (Tsartas, 1992:526). در مطالعه ای دیگر که توسط لیو و وار در سال ۱۹۸۷ در جزایر هاوایی در همین زمینه صورت گرفته، نتایج نشان می دهد که جامعه ی میزبان در زمینه فواید اقتصادی فرهنگی بالای گردشگری دارای عقیده یکسان بوده اند اما در مورد انتساب مسائل محیطی به گردشگری دارای تردید بوده اند (Liu et al, 1987: 193). از منظری مهم ترین اثر گردشگری روی جامعه ناحیه مقصد، در توسعه فعالیت های بخش گردشگری در آن ناحیه است و به رونق تجارت در این منطقه کمک فراوانی می کند (فرج زاده اصل، ۱۳۸۷: ۳۶). شکل شماره ۱ اثرات مثبت و منفی گردشگری بر جامعه میزبان را نشان می دهد.



شکل ۱- نمودار شماتیک اثرات مثبت و منفی گردشگری بر جامعه میزبان - اقتباس از: Hong Long, 2012:29

معرفی محدوده مورد مطالعه:

منطقه مورد مطالعه به مرکزیت روستای تجاری دهشیخ، در موقعیت جغرافیایی ۲۷ درجه و ۱۷ دقیقه و ۵ ثانیه تا ۲۷ درجه و ۱۸ دقیقه و ۵۶ ثانیه عرض شمالی و ۵۳ درجه و ۱۴ دقیقه و ۳۳ دقیقه تا ۵۳ درجه و ۱۹ دقیقه و ۲۰ ثانیه طول شرقی، در دهستان سیگار شهرستان لامرد قرار دارد. موقعیت جغرافیایی خاص منطقه مورد مطالعه در جنوبی‌ترین نقطه استان فارس و هم‌مرز با استان هرمزگان و کرانه‌های شمالی دریای پارس و بنادر دریایی واقع در حوزه جغرافیایی دو استان ساحلی بوشهر و هرمزگان می‌باشد. از لحاظ موقعیت مکان‌گزینی جغرافیایی، دهستان سیگار یک دهستان خطی به شمار می‌آید. نزدیک به ۱۳ روستا که معادل ۴۶ درصد از تعداد و ۶۷ درصد از جمعیت روستاهای دهستان می‌باشد، به طول ۱۰ کیلومتر در حاشیه راه اصلی ارتباطی شهرستان لامرد به بندرعباس واقع شده‌اند. وجود این راه ارتباطی و موقعیت خطی روستاها به همراه نزدیکی به سواحل خلیج فارس و بنادر دریایی واقع در استان‌های بوشهر و هرمزگان، در شکل‌گیری این منطقه تجاری (که نمونه‌های آن را می‌توان در مناطقی همچون بندرگناوه، بندر دیلم، بانه، قشم، درگهان، گچین و... مشاهده نمود)، تأثیر به‌سزایی داشته است. مغازه‌ها، پاساژها و مراکز تجاری که ارائه‌کننده کالاهای خارجی (وارد شده به صورت رسمی و غیررسمی) می‌باشند، در حاشیه این مسیر ارتباطی قرار گرفته و باعث جذب مسافران بسیاری که با هدف خرید به این منطقه سفر می‌کنند، شده است. طول این منطقه تجاری از اولین روستای تجاری (خرّه) تا آخرین روستای تجاری (سیگار) ۱۰ کیلومتر می‌باشد. مجموعاً تعداد ۱۳ روستا در طول این مسیر ارتباطی به فعالیت‌های تجاری اشتغال دارند. در مجموع بیش از نیمی از فعالیت‌های تجاری در محدوده روستای دهشیخ در ۲ کیلومتر طول انجام می‌شود. همچنین بر اساس مطالعات میدانی، مشخص گردید که فراوانی مکان‌های تجاری با اولویت پوشاک، لوازم برقی و مواد غذایی وارداتی می‌باشد.



شکل ۲- نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

جدول ۱- مشخصات روستاهای شکل دهنده منطقه تجاری دهشیخ

نام روستا	جمعیت	تعداد واحد های تجاری	نام روستا	جمعیت	تعداد واحد های تجاری
خره	۷۸۳	۷	جری	۴۷۶	۱۷
خالو محمد علی	۳۶۲	۴	دهنو کاکلی	۱۱۶	۷
کره موجی	۱۰۰۵	۱۴	ریبسی یحیی	۲۱۵	۵
دهشیخ	۱۲۸۱	۹۱	حسن کمالی	۳۳۵	۶
چاه نو	۴۶۴	۱۸	فیروزآباد	۹۸	۳
چاه شیخ	۷۶۴	۲۴	دولت آباد	۱۳۵	۳
سیگار	۱۲۴۱	۳۶	جمع کل	۷۲۷۵	۲۳۵

منبع: نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰ و بررسی های میدانی.

روش تحقیق:

روش انجام مطالعه در این پژوهش مبتنی بر روش های توصیفی - تحلیلی است. اطلاعات مورد نیاز در این بررسی از طریق روش های اسنادی و پیمایش میدانی (شامل پرسشنامه محقق ساخته، مشاهده و مصاحبه) گردآوری شده‌اند. در این تحقیق بر اساس مبانی نظری پژوهش، تعدادی از شاخص‌ها و معیارهای مرتبط با سنجش گسترش گردشگری تجاری و اثرات مثبت و منفی آن بر ابعاد اقتصادی، محیطی، اجتماعی- فرهنگی و ظرفیت پذیرش گردشگری جامعه میزبان گردشگران تجاری انتخاب شده است. در مجموع، از ۴۸ شاخص نگرشی منتخب برای بررسی ابعاد مختل اثرات حاصل از گردشگری تجاری در روستاهای منطقه مورد مطالعه، به ترتیب ۱۵ گویه مربوط به بُعد اجتماعی- فرهنگی، ۱۴ گویه مربوط به بُعد اقتصادی، ۱۳ گویه مربوط به بُعد محیطی و ۶ گویه نیز مربوط به ظرفیت پذیرش گردشگری تجاری می‌باشد. برای تعیین پایایی پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS، آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است. پس از جمع‌آوری نمونه مقدماتی (۳۰ عدد پرسشنامه)، پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ برای هر کدام از ابعاد پرسشنامه محاسبه گردید. مقدار آلفای محاسبه شده برای کل پرسشنامه در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- ابعاد، شاخص‌ها و پایایی پرسشنامه

بُعد اصلی	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
اقتصادی	۱۴	.۸۴۵
اجتماعی-فرهنگی	۱۵	.۷۲۵
محیطی	۱۳	.۸۱۵
ظرفیت پذیرش گردشگری	۶	.۷۱۲
کل پرسشنامه	۴۸ گویه	.۷۴۸

نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که همه ابعاد پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است. همچنین بر اساس محاسبات صورت گرفته پایایی کل پرسشنامه ۰/۷۴۸ بدست آمد که با توجه به اینکه از ۰/۷ بیشتر است مناسب می‌باشد. با توجه به اینکه متغیرهای مورد نظر کیفی بوده و داده‌های جمع‌آوری شده از مقیاس رتبه‌ای بر اساس طیف لیکرت برخوردار بوده‌اند، از آزمون‌های آماری ناپارامتری برای تحلیل داده‌ها در محیط نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است. جهت تحلیل نظرات ساکنین منطقه به عنوان جامعه میزبان گردشگران تجاری و کمی ساختن نتایج پرسشنامه‌ها، از طیف لیکرت با دامنه از کاملاً مخالفم با امتیاز ۱ تا کاملاً موافقم امتیاز ۵ استفاده شده است. برخی از سؤالات مطرح شده به بررسی جنبه‌های مثبت اثرگذاری گردشگری پرداخته و برخی از سؤالات به بررسی اثرات منفی گردشگر تجاری پرداخته است. در این صورت اگر میانگین نمرات سؤالاتی که به بررسی اثرات مثبت یا منفی پرداخته بیش از ۳ باشد، نشان می‌دهد که این تأثیرات مثبت یا منفی مورد تأیید جامعه میزبان بوده و اگر نمره‌ای کمتر از ۳ داشته باشد؛ نشان از عدم تأیید این اثرات از سوی جامعه آماری می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی ساکنان ۱۳ روستای تجاری دهستان سیگار می‌باشند. برای تعیین حجم نمونه به منظور پیمایش ساکنان، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. حجم نمونه ساکنان از طریق فرمول کوکران از میان ۷۲۷۵ نفر ساکنان ۱۳ روستای مورد مطالعه و با ضریب خطای ۵ درصد، تعداد ۳۶۵ نفر می‌باشد که برای پاسخگویی به پرسشنامه‌های طراحی شده در نظر گرفته شدند.

یافته‌های تحقیق:

جامعه نمونه تحقیق در قالب دو گروه مورد مطالعه در گروه ساکنین ۶۴/۷ درصد مرد و ۳۵/۳ درصد زن و همچنین در گروه فعالان اقتصادی (شاغلان در مغازه‌ها و مراکز خرید منطقه مورد مطالعه)، ۱۰۰ درصد مرد مورد بررسی قرار گرفتند. در کل حجم نمونه، میانگین سن افراد ۳۹/۱ بود که برای گروه ساکنین ۳۴/۶ و فعالان اقتصادی ۴۱/۷ سال بوده است. در مورد کل جامعه آماری ۱۸/۸ درصد بین ۱۸ تا ۲۵ سال، ۲۵ درصد بین ۲۶ تا ۳۵ سال، ۲۶/۴ درصد بین ۳۶ تا ۴۵ سال ۱۱/۲ درصد بین ۴۶ تا ۶۰ سال و ۹/۴ درصد بالای ۶۰ سال سن داشتند. از این گروه ۹/۲ درصد نیز پاسخی در ارتباط با سناشان نداده‌اند. از کل پاسخگویان ۸۱/۸ درصد متأهل و ۱۸/۲ مجرد می‌باشند، که برای گروه ساکنین ۷۰/۶ درصد متأهل و ۲۹/۴ درصد مجرد و برای فعالان بخش اقتصادی ۹۰/۶ متأهل و ۹/۴ درصد مجرد بوده‌اند. وضعیت شغلی پاسخگویان در سه طبقه شغلی آزاد، دولتی و خصوصی طبقه بندی شده است. بر این مبنا از کل جامعه آماری ۳۰/۴ درصد در مشاغل دولتی، ۴۱ درصد در مشاغل آزاد و ۲۸/۶ درصد در مشاغل خصوصی فعالیت می‌کردند.

تأثیرات اجتماعی-فرهنگی:

جهت بررسی تأثیرات گردشگری بر وضعیت جامعه میزبان در بُعد اجتماعی-فرهنگی، تعداد ۱۵ گویه انتخاب شده‌اند. همچنین این نوع تأثیرات در دو دسته آثار مثبت و منفی دسته‌بندی شده است که در ذیل به بررسی تأثیرات درک شده از سوی جامعه میزبان پرداخته می‌شود.

در بررسی ظرفیت پذیرش اجتماعی-فرهنگی از جمع شاخص‌هایی که پیامدهای مطلوبی را مد نظر قرار داده است، افزایش سطح آگاهی و دانش مردم محلی و شکل‌گیری تجربه ارزشمند ملاقات با دیگران بیش از عدد ۳ بوده و همان‌گونه که

در جدول شماره ۳ بررسی وضعیت شاخص‌های فرهنگی - اجتماعی مشاهده می‌گردد، گردشگری موفق به ایجاد تأثیرات مطلوبی بر شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی مقصد گشته است. به‌گونه‌ای که میانگین تأثیرات اجتماعی مثبت گردشگری مساوی با ۳/۹۴ بوده که از حداقل نمرات بیشتر می‌باشد. از دیگر سو، بررسی تأثیرات مطلوب اجتماعی در حوزه گردشگری منطقه مورد مطالعه نشان می‌دهد که ظرفیت پذیرش اجتماعی این منطقه روستایی در ارتباط با حجم گردشگران ورودی به مقدار زیادی به حد مطلوب خود رسیده است. به‌گونه‌ای که به غیر از تغییرات فرهنگی مطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران که میانگین آن بیشتر از ۳ می‌باشد، تمامی آثار مثبت گردشگری بر ابعاد اجتماعی - فرهنگی منطقه، مورد تأیید جامعه میزبان می‌باشد. و میانگین کل تأثیرات مثبت گردشگری با نمره ۴/۶ مورد تأیید جامعه نمونه می‌باشد.

جدول ۳- سنجش آثار گردشگری بر شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی از نگاه جامعه میزبان

شاخص	میانگین
آثار مثبت اجتماعی - فرهنگی گردشگری	
ارتقاء سطح استاندارد زندگی	۴,۱
ایجاد و توسعه امکانات تفریحی بهتر برای جامعه محلی	۳,۲
افزایش سطح آگاهی و دانش مردم	۴,۰
زنده نگهداشتن فرهنگ محلی و حفظ هویت فرهنگی روستا	۴,۱
شکل‌گیری تجربه ارزشمند ملاقات با دیگران	۴,۳
میانگین کل	۳/۹۴
آثار منفی فرهنگی - اجتماعی گردشگری	
افزایش ازدحام و شلوغی	۲,۱
افزایش جرم و جنایت	۲,۱
کاهش کیفیت زندگی جوامع محلی	۱,۳
ایجاد ناراحتی و عدم آرامش برای جامعه محلی به خاطر گردشگران	۱,۹
کاهش دسترسی به امکانات و خدمات تفریحی برای جامعه میزبان	۲,۲
استفاده بیش از حد گردشگران از منابع و جاذبه‌های تفریحی	۱,۷
کاهش انسجام و هم‌پیوندی خانواده‌ها	۱,۷
افزایش تقاضا برای خدمات و زیرساخت‌ها	۱,۲
تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران	۱,۸
ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی	۱,۳
میانگین کل	۱/۷۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

تأثیرات اقتصادی:

برای بررسی تأثیرات گردشگری تجاری بر وضعیت جامعه میزبان در بُعد اقتصادی، تعداد ۱۴ گویه انتخاب شده‌اند. نتیجه بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد که گردشگری توانسته است تأثیرات قابل توجهی در وضعیت اقتصادی ساکنان و فعالان این منطقه تجاری ایجاد نماید، به‌گونه‌ای که حتی تأثیرات اقتصادی مثبت گردشگری، که پس از رخداد گردشگری انبوه در مقاصد گردشگری ایجاد می‌گردد نیز در این مقصد بوجود آمده است. تأثیراتی از قبیل افزایش ساخت و ساز، رواج مشاغل متنوع و... همگی از جمله این تأثیرات مثبت در بُعد اقتصادی هستند، که تاکنون در این منطقه رخ داده و نشان‌دهنده تأثیرپذیری اقتصاد روستایی منطقه مورد مطالعه از فعالیت‌های گردشگری تجاری می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه‌های پژوهش نشان می‌دهد که از نگاه جامعه میزبان، در مجموع گردشگری باعث ایجاد فرصت‌های شغلی در منطقه مورد مطالعه شده است و از بُعد اشتغال‌زایی، گردشگری توانسته است برای ساکنان درآمد دائمی و پایداری اقتصادی ایجاد نموده و تنوع مشاغل را نیز با خود در پی داشته باشد. همچنین از بُعد درآمدزایی و ایجاد سرمایه، بالطبع گردشگری موفق به افزایش درآمد ساکنان، سازمان‌های دولتی و افزایش سرمایه‌های روستاهای مورد مطالعه شده است. نکته جالب توجهی که ذکر گردید، وضعیت بسیار

تأثیرگذار گردشگری در منطقه روستایی مورد مطالعه می‌باشد. یعنی گردشگری تا آنجا در این منطقه روستایی تأثیر داشته است که حتی باعث افزایش ساخت و ساز و ایجاد مشاغل پایدار شده است و این مورد را نیز می‌توان به عنوان یک فرایند مثبت نگریست. از نظر جامعه میزبان، درآمد ساکنان تحت تأثیر گردشگری بوده و گردشگری بخشی از فعالیت‌های اقتصاد روستایی را که ساکنان روستا بدان وابسته باشند را تشکیل داده است. نتیجه بررسی پرسشنامه‌های تکمیل شده، بیانگر آن است که گردشگری تاکنون توانسته است باعث ایجاد ارزش افزوده مناسبی برای ساکنان روستاهای منطقه مورد مطالعه گردد. به طور کلی از بُعد اقتصادی، روند توسعه گردشگری تجاری در این منطقه روستایی با توجه به شاخص‌های گردشگری، پایدار می‌باشد. (جدول شماره ۴).

جدول ۴- سنجش آثار گردشگری بر شاخص‌های اقتصادی منطقه مورد مطالعه از نگاه جامعه میزبان

میانگین	شاخص
۳,۹۳	در مجموع گردشگری برای ساکنان این روستا باعث ایجاد فرصت‌های شغلی شده است
۳,۶	گردشگری مشاغل پایدار، مناسب و با درآمد دائمی برای ساکنان ایجاد نموده است
۴,۰۳	گردشگری در روستا باعث ایجاد تنوع در مشاغل شده است
۴,۳۶	گردشگری باعث افزایش سرمایه‌های روستا شده است
۴,۶۲	گردشگری باعث افزایش درآمدهای سازمان‌های دولتی در روستا شده است (دهیاری، میراث فرهنگی و ...)
۴,۳۳	درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گردشگری بیشتر از سایر درآمدهای اقتصادی در این روستا است
۴,۸۷	رونق اقتصادی روستا تحت تأثیر فعالیت‌های گردشگری در ده سال آینده خواهد یافت
۴,۲۲	هزینه برخی از کالاها و خدمات در اثر توسعه گردشگری در روستا افزایش یافته است
۴,۲۳	قیمت واقعی زمین و مسکن در روستا تحت تأثیر گردشگری افزایش یافته است
۴,۲۸	هزینه زندگی در روستا تحت تأثیر گردشگری افزایش یافته است
۳,۸۱	گردشگری باعث ایجاد مشاغل کاذب با درآمدهای ناچیز در روستا شده است
۳,۹	در طول سال درآمد من تحت تأثیر گردشگری متغیر است
۳,۶۴	اقتصاد روستا تا حد زیادی وابسته به فعالیت‌های گردشگری است
۳,۲۸	درآمد من تا حد زیادی به گردشگری وابسته است
۴,۰۸	میانگین کل

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

تأثیرات محیطی:

در حوزه گردشگری تجاری در منطقه روستایی مورد مطالعه، ظرفیت پذیرش گردشگری در رابطه‌ی محیطی کاملاً پایدار بوده است. به طوری که رشد و گسترش گردشگری باعث بوجود آمدن نظم و یکپارچگی محیطی شده است. یافته‌های حاصل از پرسشنامه‌های تکمیل شده توسط جامعه نمونه آماری، نشان می‌دهد که گردشگری تأثیر مطلوب و سازنده‌ای بر ابعاد محیطی روستاهای مورد مطالعه داشته است و به طور کلی در رابطه با محیط به عنوان یک عامل مخرب، ظرفیت پذیرش حوزه در شرایط پایدار به سر می‌برد. اطلاعات حاصل از تحلیل پرسشنامه‌ها نشان می‌دهد که جامعه میزبان تمامی تأثیرات مطلوب گردشگری بر محیط زیست را مورد تأیید قرار می‌دهد. توسعه امکانات خدماتی و زیرساختی روستا، درصد پایین میزان آلودگی، افزایش کیفیت محیط زیست، کاهش زباله‌ها و پسماندها، ساخت و سازها و استفاده از منابع تفریحی و فرهنگی روستا، همگی از نگاه جامعه میزبان مورد تأیید بوده و میانگینی بیش از ۳ گرفته است. از نگاه جامعه میزبان گردشگری علاوه بر تأثیرات مطلوب فوق، توانسته است باعث ایجاد امکانات تفریحی و تسهیلات مناسب و همچنین باعث بهبود وضعیت دسترسی‌ها و معابر

گردد. ساکنان روستاهای منطقه تجاری مورد مطالعه، معتقدند که گردشگری می‌تواند امکان دسترسی آنان را به جاذبه‌ها و فضاهای تفریحی روستا را در آینده افزایش دهد. همچنین ساکنان با میانگین بسیار بالایی از مسئولین روستا می‌خواهند که تلاش بسیار زیادی برای حفاظت از محیط زیست روستا انجام دهند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد جامعه مورد مطالعه نسبت به مسایل محیطی خود حساس بوده و اثرگذاری مثبت گردشگری بر ابعاد محیطی را مورد تأیید قرار داده‌اند. با استفاده از آزمون آماری من ویتنی، نحوه نگرش ساکنان نسبت به مسائل محیطی - کالبدی حوزه تجاری روستاهای مورد مطالعه، در قالب دو گروه مورد بحث مورد آزمون قرار گرفت و نتایج آن تفاوت معنی‌داری را در این زمینه ($P=2.8$) تأیید کرد. با توجه به میانگین امتیازات و توافق بالای همه گروه‌های اجتماعی جامعه مورد مطالعه، وجود ظرفیت‌های محیطی و کالبدی ناشی از توسعه گردشگری مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۵- سنجش آثار گردشگری بر شاخص‌های محیطی منطقه مورد مطالعه از نگاه جامعه میزبان

میانگین	شاخص
۳,۳۷	در نتیجه توسعه گردشگری، امکانات بهتر و بیشتری برای روستا ایجاد شده است
۴,۳۹	گردشگری باعث بهبود وضع خیابانها، معابر، خدمات عمومی، فضای سبز و... شده است
۲,۳۷	فضاها و منابع تفریحی روستا به شدت مورد استفاده گردشگران قرار گرفته است
۲,۹۵	گردشگری باعث فشار بر امکانات خدماتی و زیرساخت‌های روستا شده است
۱,۶۱	ساخت و سازهای بی‌رویه مرتبط با گردشگری (ویلاها و باغ مسکونی‌ها) کیفیت زندگی اهالی را کاهش داده است
۱,۴۳	گردشگری باعث ایجاد سر و صدا و آلودگی در روستا شده است
۲,۰۸	گردشگری کیفیت محیط زیست روستا را پایین آورده است
۲,۰۹	گردشگری باعث تخریب و تجاوز به حریم منابع طبیعی در روستا شده است
۱,۳۳	زباله‌ها و پسماندهای تولیدی گردشگران به مناظر و چشم اندازهای روستا صدمه وارد کرده است
۱,۸۲	به نظر من مسئولین و توسعه دهندگان گردشگری در روستا باید تلاش زیادی برای حفاظت از محیط زیست روستا انجام دهند
۴,۲۱	محیط زیست روستا برای نسل‌های حال و آینده حفظ خواهد شد
۱,۳۹	به صورت کلی گردشگری به محیط زیست روستا آسیب وارد کرده است
۱,۲۵	دسترسی به امکانات و فعالیت‌های تفریحی روستا به علت وجود گردشگران کم شده است
۲/۳۳	میانگین کل

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

ظرفیت پذیرش گردشگری:

به منظور بررسی و تعیین ظرفیت پذیرش گردشگری در منطقه مورد مطالعه از نگاه جامعه میزبان، مجموع اثرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی گردشگری در روستاهای منطقه مورد مطالعه از نگاه ساکنان مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به اثرات مثبت یا منفی گردشگری بر محیط انسانی و طبیعی روستاهای منطقه مورد مطالعه، لازم می‌نمود تا نگاهی نیز به رویکرد و نگاه مردم در ارتباط با توسعه گردشگری انداخته شود. نتایج نشان می‌دهد که به طور کلی ساکنان روستاهای منطقه مورد مطالعه، نگرش مثبتی در رابطه با گردشگری و توسعه آن با روند موجود در منطقه خود داشته، و به هیچ وجه مخالف افزایش حجم گردشگران ورودی و توسعه گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن نیستند. نکته مهم حمایت جامعه میزبان از گسترش گردشگری در صورتی که باعث ایجاد درآمدزایی و اشتغال برای ساکنان گردد، می‌باشد. این امر نشان می‌دهد که یکی از مهم‌ترین دلایلی که گردشگری و گسترش آن مورد حمایت جامعه میزبان حوزه گردشگری تجاری دهشیک می‌باشد، ایجاد ارزش افزوده برای ساکنان روستاهای مورد مطالعه می‌باشد. بدان معنا که در صورتی افزایش فعالیت‌های گردشگری مورد حمایت آنان قرار خواهد گرفت که بتواند باعث ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان گردد.

جدول ۶- نگرش جامعه میزبان به ظرفیت پذیرش گردشگری در منطقه مورد مطالعه

میانگین	شاخص
۲,۲۶	در صورتی که گردشگری باعث ایجاد مشکلات اجتماعی در روستا نگردد از آن حمایت می‌کنم
۳,۲۴	من از افزایش تعداد گردشگران ورودی به روستا حمایت می‌کنم
۳,۸	من از گسترش گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن در روستا حمایت می‌کنم
۴,۲۱	من از توسعه امکانات، خدمات و تسهیلات رفاهی جدید گردشگری حمایت می‌کنم
۴,۲۸	در صورتی که گردشگری باعث ایجاد درآمد زایی و ایجاد اشتغال برای من و وابستگانم گردد از گسترش آن حمایت می‌کنم
۳,۳۹	من با روند موجود موافق گسترش گردشگری در روستاهای منطقه تجاری دهشیخ- سیگار می‌باشم
۳/۵۲	میانگین کل

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

در ارتباط با مخالفت مردم از گردشگری و گسترش آن، در میان دو گروه مذکور، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و آزمون من ویتنی وجود تفاوت معنی‌دار (بین گروهی) در این زمینه را تأیید می‌کند. ($P \geq 0.05$)

جدول ۷- مقایسه میانگین کل نگرش جامعه میزبان نسبت به شاخص‌های مورد بررسی

میانگین	شاخص
۳/۹۴	آثار مثبت اجتماعی- فرهنگی
۱/۷۳	آثار منفی اجتماعی- فرهنگی
۴/۰۸	آثار اقتصادی
۲/۳۳	آثار محیطی
۳/۵۲	ظرفیت پذیرش گردشگری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

نتیجه‌گیری:

گسترش بخش گردشگری در نقاط روستایی دهستان سیگار شهرستان لامرد و منطقه تجاری دهشیخ در جنوب استان فارس، با ظرفیت بالای گسترش گردشگری تجاری ناشی از موقعیت خاص جغرافیایی خود به عنوان منطقه همجوار با استان هرمزگان و کرانه‌های شمالی دریای پارس، دارای پیامدهای مثبت اقتصادی در این منطقه روستایی بوده است. بر اساس ارزیابی‌های صورت گرفته از دید ساکنان به عنوان جامعه میزبان گردشگران تجاری، رشد بخش گردشگری در این ناحیه که معلول شکل‌گیری منطقه تجاری در آن می‌باشد، پیامدهای مثبت اقتصادی نظیر افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش سطح درآمد، بهبود وضعیت کالبدی- ارتباطی روستا، افزایش سطح ساخت و سازها و ... بوده است. نتیجه تحلیل پرسشنامه‌های تکمیل شده، نشان می‌دهد که گردشگری توانسته است تأثیرات مثبت و سازنده‌ای در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی منطقه تجاری- روستایی دهشیخ و سیگار در جنوب استان فارس ایجاد نماید. به طور کلی به غیر از چند شاخص فرهنگی و محیطی، تمامی تأثیرات مثبت و آثار مطلوب گردشگری در ابعاد فوق مورد تأیید جامعه میزبان بوده است. از دیگر سو در بُعد آینده نگری نیز ساکنان روستاهای تجاری مورد مطالعه، در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و محیطی امید زیادی به بهتر شدن وضع گردشگری داشته و معتقد هستند که با توجه به روند موجود، گردشگری خواهد توانست در چند سال آینده و افزایش تعداد گردشگران تجاری (با انگیزه خرید) نقش مهمی در اقتصاد فردی و همچنین اقتصاد محلی ایفا نماید. به طور کلی ساکنان منطقه تجاری-روستایی دهشیخ و سیگار با توجه به عملکردهای مطلوب گردشگری (به ویژه در بُعد اقتصادی) موافق توسعه گردشگری و افزایش حجم گردشگران ورودی به منطقه خود می‌باشند. نتایج حاصل از بررسی و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده را می‌توان به شرح ذیل برشمرد:

- در بُعد اثرات مثبت اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان، تمامی ۵ گویه مورد بررسی از میانگین (۳) بیشتر بوده- اند. در بین گویه‌های مورد بررسی در این زمینه، گویه «شکل‌گیری تجربه ارزشمند ملاقات با دیگران» با میانگین ۴/۳ در بالاترین سطح گویه‌های این بخش از بررسی قرار داشته است.

- در بُعد اثرات منفی اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان در منطقه مورد مطالعه، تمامی ۱۰ گویه مورد بررسی از میانگین (۳) کمتر بوده‌اند که بیانگر عدم تأثیرگذاری منفی قابل توجهی از دید جامعه میزبان بر وضعیت اجتماعی- فرهنگی خود می‌باشد. در بین تمامی گویه‌های مورد بررسی در این زمینه، از دید جامعه میزبان بیشترین تأثیر منفی ورود گردشگران تجاری بر روستاهای مورد بررسی به ترتیب «کاهش دسترسی به امکانات و خدمات تفریحی برای جامعه میزبان، افزایش ازدحام و شلوغی و افزایش جرم و جنایت» می‌باشد.

- در بُعد اثرات اقتصادی گردشگری بر جامعه میزبان، تمامی ۱۴ گویه مورد بررسی از میانگین (۳) بیشتر بوده‌اند، که بیانگر اثرگذاری مثبت و بالای گسترش گردشگری تجاری در سطح روستاهای مورد مطالعه می‌باشد. میانگین کل به دست آمده در این بُعد معادل ۴/۰۸ می‌باشد. همچنین در بین تمامی گویه‌های مورد بررسی در این بُعد، گویه‌های رونق اقتصادی روستا در سالهای آینده تحت تأثیر گسترش گردشگری تجاری، گردشگری باعث افزایش درآمدهای سازمان‌های دولتی از جمله دهیاری و ... شده است، دارای بالاترین سطح در بین تمامی گویه‌های این بُعد می‌باشند.

- برای تحلیل و بررسی اثرگذاری گسترش گردشگری تجاری بر وضعیت محیطی منطقه مورد مطالعه از ۱۳ گویه استفاده شده است. نتایج بررسی نشان می‌دهد که ۱۰ گویه از بین گویه‌های این بُعد، از میانگین (۳) پایین‌تر و ۳ گزینه «گردشگری باعث بهبود فضای سبز، تخریب محیط زیست روستا و بهبود امکانات و خدمات روستا» از میانگین (۳) بیشتر بوده‌اند. میانگین کلی گویه‌های این بُعد از بررسی ۲/۳۳ می‌باشد و بیانگر آن است که گردشگری تجاری و ورود انبوه گردشگران به این منطقه اثرات منفی چندانی بر ابعاد و شاخص‌های محیطی روستاهای تجاری مورد نظر نداشته‌اند. بررسی میدانی نیز این موارد را تأیید می‌نماید. با توجه به اینکه گردشگران با انگیزه تجاری به این منطقه سفر می‌کنند و تمامی مراکز تجاری و عرضه کالا در دو طرف حاشیه راه اصلی ارتباطی و نه درون بافت روستاها واقع شده‌اند، همچنین عدم وجود مکان‌های تاریخی- طبیعی و ضعف زیرساخت‌های خدماتی از جمله پارک‌های تفریحی که باعث کشش و جذب مسافران می‌شود، در این روستاها وجود ندارد، عمده بازدید مسافران تنها به مکان‌های تجاری و مراکز عرضه کالاهای وارداتی خلاصه شده و محیط زیست روستاهای مورد مطالعه کمتر در معرض بازدید و به دنبال آن تهدیدهای جدی زیست محیطی قرار می‌گیرند.

- در نهایت به منظور تعیین ظرفیت گردشگری در منطقه مورد مطالعه از دید جامعه میزبان به عنوان «دینفعان اصلی در روند اثرات مثبت و منفی گسترش گردشگری» در این منطقه روستایی- تجاری، از ۶ گویه استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که ۵ گویه بالاتر از (۳) بوده و تنها یک گویه «در صورتی که گردشگری باعث ایجاد مشکلات اجتماعی در روستا نگردد از آن حمایت می‌کنم» پایین‌تر از میانگین (۳) قرار داشته است. میانگین این بُعد از بررسی ۳/۵۲ می‌باشد که بیانگر اهمیت گردشگری تجاری از دید ساکنان و پذیرش آن به عنوان «زمینه‌ساز توسعه اقتصادی، افزایش فرصت‌های شغلی و درآمدزایی» علی‌رغم برخی مسائل از قبیل مسائل فرهنگی و محیطی می‌باشد. بدین ترتیب پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- ساماندهی مراکز خرید و رسمی‌تر شدن شکل ارائه کالا و خدمات در این منطقه روستایی- تجاری باید در دستور کار مدیران و برنامه ریزان محلی و شهرستانی قرار گیرد.
- با توجه به اینکه اقامت حداقل یک شبانه روز در گردشگری انبوه می‌تواند اثرات بسیار زیادی در بُعد اقتصادی (اقامت، خرید از فروشگاه‌های محلی و...) را به همراه داشته و به افزایش درآمد ساکنان کمک نماید، برنامه‌ریزی محلی در این زمینه همراه با افزایش محل‌های تفریحی از جمله پارک‌ها، ایجاد کمپ‌های موقت اسکان، افزایش سرویس‌های بهداشتی و ... در روستاهای مورد مطالعه با اولویت روستای دهشیخ و سیگار، می‌تواند انگیزه ساز اقامت حداقل یک شبانه روز گردشگران ورودی به این منطقه تجاری گشته و به اقتصاد محلی کمک قابل توجهی نماید.

- بهره‌گیری از روش‌هایی مانند برگزاری جشنواره‌های نوروزی غذاهای محلی، لباس‌های محلی، بازی‌های محلی و باز زنده‌سازی سبک زندگی و معیشت بومیان در قالب مراسم‌های نمادین مختلف، می‌تواند انگیزه‌های لازم را برای بهره‌گیری مطلوب و خوشایند خرید از مراکز تجاری را بیشتر نموده و محیطی جذاب و متنوع را برای مسافران فراهم نماید.
- ایجاد بازارهای محلی فصلی و به ویژه در ایام تعطیلات نوروز با هدف ارائه محصولات سنتی و صنایع محلی - بومی زنان منطقه می‌تواند ضمن ارائه جذابیت‌های خاص؛ اشتغال زایی همراه با درآمد را برای زنان روستایی روستاهای مورد مطالعه به همراه داشته باشد.

References:

1. Aghazadeh, Alireza. (2005): *Analytical review of the criminal policy of Iran, For smuggling*, Tehran, Arian Publishing, First Edition, 280 pages. . (in persian)
2. Akis.S et al(1996): *Resident Attitudes to Tourism development,The chase study of Cyprus.Tourism Management.vol 17(7).*
3. Aligholi zadeh Firozjani, Naser. Badri, sayed Ail. Faraji hasanali sabokbar, Hasan Ali (2007): *The host society's attitude to environmental and economic effects of tourism in rural areas (case study: the central distrect of Township Noshahr)*, *Journal of Rural Development*, Year 10, Number 1, spring, pp1-22. . (in persian)
4. Allen.R.et al (1993): *Rural Residents attitude toward recreation and tourism development*, *Journal of Travel Reasearch* 31(4).
5. Ashley.C (2000):*The Impacts of Tourism on Rural Livelihoods:Namibias Experience,Overvias Development Institute,Portland House,Stage place,London,working paper 128.pp.1-34*
6. Butler.R.et al (1997):*Tourism and Recreation in Rural Areas,Johnwiley&Sons*
7. Chuck Wow, Gay (2003): *Tourism in comprehensive outlook"*, Tehran, Cultural Research Bureau, translated by Ali Parsaeian and Mohammad Arabi, 480 pages.
8. Das Vale, Roger, (2007): *Tourism Management*, translated by Mohammad Arabi, Tehran, Cultural Research Bureau, First Edition, 384 pages.
9. Davidson.R (1994): *Busines Travel. London.Pitnan Publishing.*
10. Ebrahimzadeh, eisa & Aghasi zadeh, Abdullah. (2009): *Analysis of factors affecting tourism development in the coastal zone of Chabahar Using Strategic SWOT*, *Journal of Urban and Regional Studies and Research*, First year, the first issue , summer, pp. 107-128. . (in persian)
11. Farajzadeh asl, Manochehr (2008): *GIS and its application in tourism planning"*, Tehran, the Samt publisher, Second Edition, fall, 154 pages. . (in persian)
12. Ghaffari, Seyed Ramin & Turki harchangani, Masome (2009): *"The role of tourism in socio-economic development of rural areas Chaharmahal and Bakhtiari Province (Case study: Saman strict)"*, *Journal of Rural Development*, Year 12, Number 2, Summer, pp. 113-126. (in persian)
13. Gursory.D et al (2002):*Resident Attitudes :A Structural Modeling Approach*, *Annals of Tourism Research*,vol 20(1)
14. Hong Long.P (2012):*Tourism impact and support for turism development in Ha Long Bay,Vietnam:An Examination of Residents Perceptions,Asian Social Science*,vol 8.No 8.July,pp.28-39, www.ccsenet.org/ass
15. Holland.J.et al (2003):*Tourism in poor Rural Areas :Diversifying the product and the expanding the benefits in rural Uganda and the Gzech Republic,PPT Working paper .No.12.January.pp.1-39*
16. Irshad.H (2010): *Rural Tourism-An Overview,Government of Alberta,Agriculture and Rural Development*, humaira.irshad@gov.ab.ca
17. Johnson. J.D et al (1994): *Residents Perciptions of tourism development*, *Annals of Tourism Research*.vol21
18. Kuban.D (1978):*Conservation of the Historical Environment for cultural as survivat,in R.Hold(ED),conservation as cultural survival*, Istanbul:The Aga Khan Award for Archicture.

19. Lee.C.et al (2008):*Tourism development and economic growth:A closer look at plans,Tourism Management* 29.
20. Lewis.B.J (1996):*A case study of the process of Tourism Development in Rural communities in the state of Indiana :submitted to the faculty of the university Graduate school Impartial Fulfillment of the requirements for the degree of doctoral of philosophy in the school oh health,physical ,education and recreation.http://proquest.umi.com*
21. Liu.C. et al (1987):*Resident Attitudes Toward Tourism impacts in Hawaii.Annals of Tourism Research.vol 13.*
22. Mahdavi, Masood. Ghadiri masom, mojtaba. ghahramani Nasrin (2010): "*Effects of Tourism on Rural Development survey of rural valley Kan and sooleghan*", *Journal of Rural Development*, Vol. 11, No. 2, Summer, pp. 39-60. (in persian)
23. Murdoch, J., & Miele, M., (1999): *Back to Nature: Changing Worlds of Production in The Food Sector. Sociologia Ruralis*, 36, 465-483.
24. Papoli Yazdi, Mohammad Hussain & saghaei, Mehdi. (2006): "*Tourism (nature and concepts)*", Tehran, Samt publisher, first edition, 275 p. (in persian)
25. Rojeck.C&Urry.J(1997): *Transformation of Travel and Theory .in C.Rojecd and Urry(Eds),Touring Cultures,London:Routledge.pp.1-19*
26. Ruknoddin Eftekhari, Abdorreza & Ghaderi, Ismail (2002): *The role of rural tourism in rural development (critical analysis theory framework)*, *Journal of Modarres*, Volume 6, Issue 2, summer, pp. 23-40. (in persian)
27. Statistical Center of Iran (2011): *port of National Statistics, General Population and Housing Census 2006 and 2011.* (in persian)
28. Shamsoddini, A. (2010): *Rural Tourist Constructive Methods for Rural development, A case: Fahlyan villages*, *Journal of Housing and Environment*, Vol. 29, No. 131, pp 96-107. (in Persian)
29. Taleb Mehdi, Mirzayi, Hassan, Bakhshizadeh, H. (2010): "*Planning rural tourism interactive approach Participatory Rural Appraisal (Case Study: Vakil Abad village sardabeh)*", *Research in Human Geography*, Issue 71, Spring, pp. 19 -34. (in persian)
30. Tosun.C(2002): *Host perception of impacts:a comparative tourism study.Annals of Tourism Research.vol 29(1)*
31. Tsartas.P (1992): *Socioeconomic impacts of tourism on two Greek isles,Annals of Tourism Rsearch.vol 19.*
32. Vosoughi, Leila, Khani, Fazileh, motieei langrodi ,seyyed hasan, rahnamaei, Mohammad taghi (2011): "*evaluation of community-based rural tourism GPA structural equations (the case of the mountainous region Qasran Rudbar)*" *Rural Studies*, Issue 4, winter, pp 63-88. . (in persian)
33. Weaver.D&Lawton.L(2001): *Resident perceptions in the urban-rural fringe.Annals of Tourism Research.vol 28(2).*
34. World Tourism Organization(WTO) (1996):*Global Overview World Top Tourism Destinations.*
35. Zarabi, asghar & eslami parikhani seddif (2011): "*The economic impact assessment, socio-cultural and ecological tourism development (Case study: city Meshkinshar)*", *Research in Human Geography*, Issue 75, spring, pp. 37-52. (in persian)