

روستا و توسعه، سال ۲۳، شماره ۹۰، تابستان ۱۳۹۹

DOI: 10.30490/RVT.2020.264437.1015

محركها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی: مطالعه موردی روستای کلم شهرستان بدره

تیمور ناصری^۱، محمدباقر آرایش^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۸/۱۹

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی محركها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستای کلم در شهرستان بدره بود. جامعه آماری تحقیق کلیه کارشناسان و مسئولان نهادهای گردشگری این شهرستان، گردشگران حاضر و ساکنان روستای کلم بودند (N= ۱۰۰۴). نمونه‌های آماری شامل گروه مسئولان نهادهای دست‌اندرکار گردشگری (۳۱ نفر) به صورت سرشماری، گروه گردشگران (۳۵ نفر) به شیوه نمونه‌گیری در دسترس و گروه ساکنان روستا (۲۴۰ نفر) به صورت

۱- نویسنده مسئول و دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، ایلام، ایران. (taimor.naseri@yahoo.com)

۲- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، ایلام، ایران. (arayesh@ilam-iau.ac.ir)

نمونه‌گیری تصادفی ساده و به کمک رابطه کوکران انتخاب شدند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تأیید صاحب‌نظران قرار گرفت و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تعیین شد ($\alpha=0/721$). تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و تحلیل عاملی انجام شد. بر پایه نتایج تحلیل عاملی، به ترتیب، چهار عامل محیطی، اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی- تبلیغاتی، و رفاهی- زیربنایی به عنوان محرک‌های توسعه گردشگری روستایی (با تبیین ۶۲/۴۴۵ درصد از واریانس کل) و همچنین، به ترتیب، چهار عامل رفاهی- زیربنایی، محیطی، اجتماعی- فرهنگی، و اقتصادی- تبلیغاتی به عنوان بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی (با تبیین ۵۴/۲۱۹ درصد از واریانس کل) شناسایی شدند.

کلیدواژه‌ها: توسعه، گردشگری روستایی، محرک‌ها، بازدارنده‌ها، کلم (روستا)، بهره (شهرستان).

مقدمه

در شرایطی که قرن بیستم به پایان رسیده، هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالش‌های متعدد مواجه است، چراکه راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته است که مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کند. این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر، بار دیگر توسعه روستایی در کانون توجه قرار گیرد و نظریه پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان بر آن شوند که با ارائه راهکارها و راهبردهای جدید، از معضلات و مسائل گریبانگیر این نواحی بکاهند (Karami Dehkordi et al., 2015). در این راستا، با توسعه گردشگری در نواحی روستایی بهره‌مند از توان‌های طبیعی، زیبایی‌شناختی و موقعیتی، به طور قطع، می‌توان به تقویت اقتصاد روستاها و نیز توسعه اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی آن پرداخت.

«گردشگری» را می‌توان واژه‌ای با معانی مختلف دانست که از آن جمله است: حرکت دورانی (چرخش)، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن و گردش کردن و به دیگر سخن،

استفاده از تعطیلات، تأمین سلامتی و مطالعه (Abdolmanafi and Azkia, 2011). گردشگری، صنعتی پاک است و سومین پدیده اقتصادی پویا، پررونق و رو به توسعه به‌شمار می‌رود که پس از صنایع نفت و خودروسازی، گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده است، به گونه‌ای که بر اساس برآورد سازمان جهانی جهانگردی، ارزش حاصل از جهانگردی و مسافرت در دهه‌های آتی، با سرعتی افزون از تجارت جهانی، به سطحی بالاتر از ارقام صادراتی در دیگر بخش‌های اقتصادی خواهد رسید (Timothy, 2005).

در واقع، گردشگری روستایی به‌مثابه فرآیندی در توسعه مناطق روستایی است که از رهگذر آن، می‌توان در قالب سیاست‌های توسعه منطقه‌ای و محلی، امکان توزیع عادلانه خدمات و تسهیلات عمومی در مناطق روستایی را فراهم ساخت و در پی آن، بهبود کیفیت زندگی، کاهش مهاجرت و برخورداری روستاییان از معیشت پایدار را شاهد بود (Pourjafar et al., 2012). گردشگری روستایی عبارت است از هرگونه فعالیتی که جلوه‌ای از زندگی مردم روستایی، هنر، فرهنگ و میراث فرهنگی در نقاط روستایی را می‌نمایاند و با بهره‌گیری اقتصادی و اجتماعی از جامعه محلی، امکان تعامل بین گردشگران و مردم محلی را فراهم می‌سازد (Ghanbari et al., 2016). همچنین، گردشگری روستایی یکی از زمینه‌های هم‌افزایی و گسترش فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی کشور مد نظر قرار گرفته است (Einali et al., 2018). امروزه، نقش گردشگری روستایی در توسعه مناطق روستایی نسبت به سال‌های گذشته چشمگیرتر است. نرخ رشد گردشگران روستایی در مناطق مختلف جهان، طی بیست سال اخیر، در اروپا ۵۲ درصد، در آفریقا ۸/۱ درصد، در خاورمیانه ۱/۴ درصد، در آسیای جنوبی ۹/۴ درصد، در جنوب شرق آسیا ۱۰/۸ درصد، در آمریکای جنوبی ۵/۴ درصد و در دیگر مناطق جهان ۳/۴ درصد بوده است (Najarzadeh and Nematollahi, 2016). اساس گردشگری روستایی عبارت است از ترکیب محیط زیست روستایی، فعالیت‌های مزرعه و فرهنگ‌های خاص بومی موجود در میان اقوام مختلف ساکن در روستا به‌منظور فراهم‌سازی امکان گردشگری و تنوع برای گردشگران و ایجاد فرصتی برای افراد محلی در راستای کسب

درآمد بیشتر، اشتغال‌زایی و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف و ایجاد ارتباط با سایر افراد روستای خود (Nasiri Moghaddam and Khoshsim, 2016). اما گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌های گردشگری در محیط‌های روستایی با توجه به فرهنگ و بافت سنتی روستا، هنر و صنایع روستایی و آداب و رسوم سنتی گفته می‌شود، که دربرگیرنده گردشگری زراعی، بوم‌گردی و... است (Monshizadeh, 2005). از سوی دیگر، امروزه، زندگی شهری در پشت نقاب خود انبوهی از مشکلات و خستگی‌ها را به همراه دارد که انسان را وادار می‌کند تا برای رفع خستگی‌ها و استراحت، به طبیعت پناه ببرد، که خود موجب توجه به گردشگری شده است. همه‌ساله، در نقاط مختلف دنیا، گردشگران زیادی به طبیعت و مناطق روستایی روی می‌آورند و اوقات فراغت خود را به‌دور از هیاهوی شهرها سپری می‌کنند. از این‌رو، توجه به گردشگری روستایی خالی از اهمیت نیست (Lane, 2009).

بنابراین، ایجاد و توسعه گردشگری در نواحی روستایی، از یک سو، می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی داشته و زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد و از سوی دیگر، ابزاری برای تحریک رشد اقتصاد ملی به‌شمار آید. از این‌رو، اگر گردشگری روستایی بتواند همه نقش‌های محوله را به‌خوبی ایفا کند، خالق، محرک یا فرآیندی توسعه‌یافته برای دستیابی به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در صنعت گردشگری و همه زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خواهد بود (Saner et al., 2015; Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018). بنابراین، مقوله گردشگری یکی از رویکردهای اصلی دولت‌ها در راستای رفع محرومیت، ایجاد محرک‌های توسعه و تحقق اهداف تعیین‌شده در سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور برای بهره‌گیری از توان مناطق محروم به‌ویژه روستاهاست (Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018). در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، موضوع تشکیل کمیته‌های گردشگری روستایی و عشایری و همچنین، تعیین حدود ۳۷۰ روستای هدف گردشگری و مناطق نمونه گردشگری به‌منظور توسعه و جذب گردشگر و متعاقب آن، در برنامه پنجم توسعه، موضوع توسعه

گردشگری روستایی در دستور کار دولت‌ها قرار گرفت. به همین صورت، در برنامه ششم توسعه نیز تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز مناطق گردشگری با مشارکت بخش خصوصی و اجرای طرح بهسازی و احیای روستاهای دارای بافت تاریخی و فرهنگی و نیز روستاهای هدف گردشگری مدنظر قرار گرفته است (Rezvani and Bayat, 2014). با توجه به رویکرد توسعه گردشگری در روستاهای کشور، تاکنون ۳۸۰ روستای هدف گردشگری در کشور شناسایی و ثبت شده است؛ سهم استان ایلام شش روستای هدف گردشگری بوده که از آن میان، شهرستان بدره دارای یک روستای هدف گردشگری به نام «کلم» است.

در سطح استان ایلام، روستای کلم در جایگاه نخست روستاهای هدف گردشگری قرار دارد (Arayesh, 2016). این روستا در میان کوه‌ها و ارتفاعات کبیرکوه در یک دره سرسبز با اقلیمی معتدل و کوهستانی واقع شده است. درآمد اکثر مردم این روستا از فعالیت‌هایی مانند زراعت، دامداری، باغداری، پرورش ماهی و خدمات و صنایع دستی تأمین می‌شود. رودخانه، چشمه و باغ‌های سرسبز، مناظر و چشم‌اندازهایی کم‌نظیر را در روستای کلم پدید آورده‌اند. رودخانه پرآب و خروشان کلم که از ارتفاعات شمالی کبیرکوه سرچشمه می‌گیرد، پس از گذر از باغ‌ها و اراضی روستا، به رودخانه سیمره می‌پیوندد. در روستای کلم، علاوه بر جاذبه‌های طبیعی، آثار تاریخی نیز وجود دارد که از آن جمله، می‌توان به قلعه قدیمی به‌جامانده از دوره ساسانی و بنای آتشکده مربوط به همان دوران اشاره کرد. مردم روستای کلم با بهره‌گیری از سنت دیرین خود لباس‌های محلی به تن می‌کنند و اوقات فراغت خود را با انجام بازی‌ها و ورزش‌های رایج محلی می‌گذرانند. سوغات روستای کلم شامل گردو، ماهی، برنج، روغن محلی و انجیر است. غذاهای محلی همچنان در این روستا محبوبیت خاصی دارد. جمعیت روستای کلم ۸۵۰ نفر است و در فصول مساعد سال، جمعیتی بیش از ۷۵۰ تا ۸۰۰ گردشگر را نیز در خود جای می‌دهد (Arayesh, 2016). اما فراهم‌سازی زمینه توسعه برای تمامی عناصر گردشگری و برقراری ارتباط متقابل میان جاذبه‌های گردشگری، فعالیت‌ها، امکانات، خدمات و بازارهای گردشگری و ایجاد مبنایی برای اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های

گردشگری در سطح منطقه و استان در راستای سیاست‌ها و الگوهای توسعه کشور نیازمند بررسی و شناخت جامع محرک‌ها (پیشران‌ها) و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی است تا بتوان با ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب، چشم‌انداز و جایگاه گردشگری در سطح منطقه مورد مطالعه را مشخص کرد. مطالعه حاضر با در نظر گرفتن نکات پیش گفته و درک این نکته کلیدی صورت گرفت که توسعه گردشگری روستایی مستلزم نگاه واقع‌بینانه به توسعه متوازن گردشگری روستایی هم از بعد شناخت توان‌ها و محرک‌ها و هم از بعد محدودیت‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی در روستای کلم است؛ و از این رو، می‌تواند تأثیری سازنده بر برنامه‌ریزی مناسب در این منطقه روستایی و رفع مسائل و مشکلات آن داشته باشد. همچنین، مطالعه حاضر در پی پاسخ بدین پرسش‌ها بوده است: «محرک‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری در روستای کلم کدامند؟» و «چه راهبردها و راهکارهایی برای توسعه گردشگری روستایی وجود دارد؟». در ادامه، به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق و همچنین، تحلیل محرک‌ها (پیشران‌ها) و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی به کمک تحلیل مؤلفه‌های اصلی (تحلیل عاملی) از دیدگاه مشارکت‌کنندگان و افراد ذی‌نفع در توسعه گردشگری روستایی پرداخته می‌شود.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در مقیاس جهانی، گردشگری روستایی یکی از گونه‌های رو به رشد در بخش گردشگری به‌شمار می‌آید و ارائه تعریفی جهان‌شمول و یکسان از آن امکان‌پذیر نیست، که تا حدود زیادی به دلیل ویژگی‌های گوناگون نواحی روستایی در کشورهای مختلف و غلبه الگوهای خاص از گردشگری در نواحی مختلف و نیز تعاریف گوناگون از روستا و روستانشینی است (Gartner 2006). بنا به تعریف سازمان بین‌المللی همکاری اقتصادی و توسعه، گردشگری روستایی فعالیتی چندوجهی و پیچیده است که جنبه‌هایی چون گذران تعطیلات در مزرعه، طبیعت‌گردی، پیاده‌روی و کوهنوردی، سوارکاری، ماجراجویی، بهداشت و سلامت، شکار و

محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی.....

ماه‌گیری، سفرهای آموزشی و پژوهشی، فرهنگ و هنر و میراث تاریخی و در پاره‌ای از نواحی گردشگری نیز بازدید از جوامع قومی و نژادی را دربرمی‌گیرد (Karami Dehkordi et al., 2015). گردشگری نه تنها ابزاری بالقوه برای حل برخی از معضلات در روستاهاست، بلکه یکی از عناصر جدایی‌ناپذیر راهبرد توسعه روستایی به‌شمار می‌رود (Sharpley, 2002; Marques and Santos, 2016). عوامل متعددی در پیشبرد گردشگری روستایی نقش دارند که از یک سو، ارتباط و تعامل بین آنها توسعه گردشگری را سبب می‌شود و از سوی دیگر، نبود ارتباط یا هم‌سویی بین آنها از این توسعه ممانعت خواهد کرد (Kneafsey, 2001).

گردشگری روستایی، با توجه به ماهیت چندبعدی آن، می‌تواند نقشی عمده در توانمندسازی و جلب مشارکت اجتماعی-اقتصادی در جامعه میزبان داشته باشد (Telfer and Sharpley, 2015). همچنین، گردشگری روستایی، با تأثیرگذاری بر ارتقای شیوه‌های زندگی روستایی، به ایجاد تغییرات مثبت در توزیع درآمد می‌انجامد و همچون ابزاری کارآمد در ایجاد ارزش افزوده تجاری برای تولیدکنندگان محلی نقش ویژه دارد. از این رو، از گردشگری روستایی به‌مثابه محرك و ابزاری برای توسعه مناطق روستایی یاد می‌شود (Gjorgievski et al., 2013).

عوامل زیادی در سرعت بخشیدن به روند توسعه گردشگری روستایی نقش دارند. گردشگران (مهمانان)، مردم محلی (میزبانان) و ویژگی‌های مقصد (جاذبه‌ها) مهم‌ترین عوامل در این زمینه تلقی می‌شوند (Alvani and Pirouzbakht, 2006). از سوی دیگر، چهار عامل جاذبه، امکانات، امنیت و تصویر ذهنی مهم‌ترین اصول رونق گردشگری روستایی به‌شمار می‌روند (Taghvaei and Akbari, 2009). یکی از جریان‌های ضروری در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری روستایی نقش وسایل موتوری برای سفر به داخل روستا و یا اطراف آن است. البته، در گردشگری روستایی، تنها تأثیرات جوی آلودگی هوا مورد نظر نیست، چراکه افزایش خودروهای شخصی و استفاده از آنها باعث رکود سامانه حمل و نقل در بسیاری از مناطق روستایی شده است؛ این مسئله نه تنها به کاهش جابه‌جایی آن دسته از روستاییانی

میانجامد که خودروی شخصی ندارند یا نمی‌خواهند از آن استفاده کنند، بلکه برای گردشگرانی که از خودروی شخصی استفاده نمی‌کنند، امکان دستیابی به روستا را تقلیل می‌دهد (Rokneddin Eftekhari et al., 2014). برای توسعه گردشگری روستایی هر منطقه، لازم است از حداکثر تبلیغات ممکن و مناسب استفاده شود تا بتوان به تثبیت و تداوم رابطه مطلوب بین گردشگر و مناطق گردشگری مورد نظر اعم از جاذبه‌های طبیعی، مصنوعی و فرهنگی و... کمک کرد (Feyzpour and Emami Meybodi, 2012).

افزون بر این، عدم توجه به موانع و نارسایی‌های فراوان موجود می‌تواند نقش مخرب در توسعه گردشگری روستایی داشته باشد. عدم حمایت کافی از سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی و دولتی و به‌ویژه عدم تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، سیاست‌های نامناسب اقتصادی، و افزایش نرخ مالیات، عوارض و بیمه از مهم‌ترین بازدارنده‌های اقتصادی توسعه گردشگری روستایی به‌شمار می‌روند (Mohseni, 2010). همچنین، بیم و هراس از اثرگذاری مهمانان بر میزبانان، عدم شناخت سلاقی مهمانان و گردشگران، پایین بودن سطح آگاهی جامعه در مورد گردشگری، وجود برخوردهای ناشایست با گردشگران در مبادی ورودی مناطق روستایی گردشگری، کمبود امکانات رفاهی و بهداشتی، نبود برنامه‌ریزی مناسب برای پر کردن اوقات فراغت گردشگران، و موانع و ضعف‌های قانونی و اداری در شمار مهم‌ترین بازدارنده‌های اجتماعی توسعه گردشگری روستایی محسوب می‌شوند (Karami Dehkordi et al., 2013).

ضعف مدیریت کلان در گردشگری روستایی، عدم توجه به توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری، فقدان یک برنامه جامع و راهبردی، مشخص نبودن اهداف و سیاست‌های گردشگری روستایی، ناهماهنگی بین نهادها و سازمان‌های درگیر در توسعه گردشگری روستایی، تصمیم‌گیری جزیره‌ای سازمان‌ها و کمبود نیروی انسانی متخصص از مهم‌ترین چالش‌های سازمانی و مدیریتی موجود بر سر راه توسعه گردشگری روستایی قلمداد می‌شوند (Sanadgol and Sharifinia 2017). همچنین، ناکافی بودن نظام رفاهی، خدماتی و اقامتی در

محركها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی.....

صنعت گردشگری روستایی و فقدان نظارت کافی و اهرم‌های کنترلی در خصوص بهسازی، تعمیر و نگهداری از چالش‌های رفاهی و خدماتی توسعه گردشگری روستایی به‌شمار می‌روند (Karami Dehkordi et al., 2013). مشکلات ذهنی، وجود پندارهای نادرست در مورد گردشگران، ضعف ساختاری در تبلیغات و عدم به‌کارگیری اصول صحیح برقراری ارتباط با گردشگران نیز در شمار موانع و بازدارنده‌های فرهنگی و تبلیغاتی توسعه گردشگری روستایی قرار دارند (Sanadgol and Sharifinia 2017).

بررسی و مرور مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که پژوهش‌هایی پراکنده در زمینه برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی صورت گرفته است.

در مطالعه کیم (Kim, 2005)، خاطرنشان شده است که دولت و بازار در مشارکت برنامه‌های توسعه گردشگری در روستاهای کشور کره جنوبی نقش مهمی داشته‌اند. در مطالعه کرمی دهکردی و همکاران (Karami Dehkordi et al., 2015)، عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، بوم‌شناختی و نهادی از مهم‌ترین محرك‌های توسعه گردشگری روستایی برشمرده شده است. یافته‌های پژوهش عبدالمنافی و ازکیا (Abdolmanafi and Azkia, 2011) حاکی از تأثیر عوامل آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم، نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری از طریق توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط، توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بر توسعه گردشگری روستایی است.

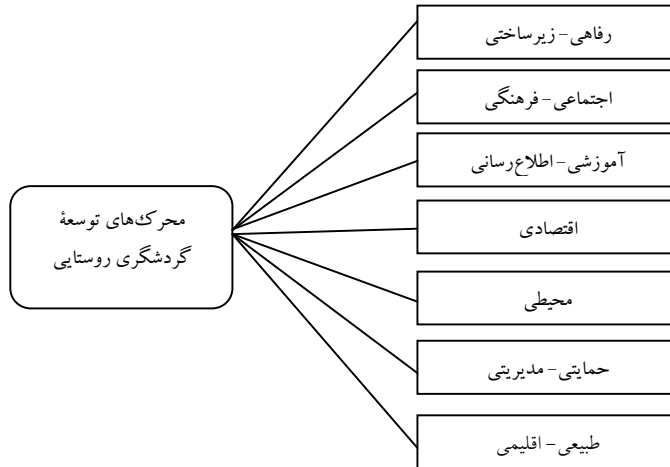
در تحقیق تقدیسی و همکاران (Taghdisi et al., 2016)، وجود امکانات و تأسیسات رفاهی برای روستاها و برنامه‌ریزی مناسب در زمینه گردشگری از متغیرهای کلیدی در توسعه گردشگری روستایی تلقی شده است. پیرس (Pearce, 2002) جذب نیروی مازاد کشاورزی، پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و بازاریابی تولیدات روستایی را مهم‌ترین محرك‌های توسعه گردشگری روستایی دانسته است. در تحقیق بالوگلو و برینگبرگ (Baloglu and Bringberg, 1997)، دسترسی به خدمات اجتماعی، همکاری مراکز تصمیم‌گیری، نیروی متخصص گردشگری و آموزش مردم بومی در موفقیت برنامه‌های توسعه

گردشگری روستایی مؤثر ارزیابی شده است. نتایج تحقیق بوش و همکاران (Bush et al., 2008) نشان داد که دسترسی به مواد غذایی، شیوه زندگی و الگوی مصرف مردم، تبلیغات و اطلاعات، فضای انگیزه برای سرمایه‌گذاری بخش دولتی و توجه دولت به برنامه‌ریزی گردشگری از محرک‌های اصلی توسعه گردشگری روستایی به‌شمار می‌روند. به باور هریسون (Harrison, 2001)، زیرساخت‌های ویژه گردشگری، بازار محلی محصولات بومی، توجه به ظرفیت ورزشی و کوهنوردی و توجه به بهداشت آب‌های گرم معدنی از متغیرهای تأثیرگذار بر موفقیت توسعه گردشگری روستایی محسوب می‌شوند. بر پایه یافته‌های مطالعه مک‌گرگور و تامپسون (McGregor and Thompson, 2011)، موفقیت گردشگری روستایی تابعی از سطح آگاهی مردم از آثار گردشگری، دسترسی به خدمات و امکانات رفاهی و توجه دولت به برنامه‌ریزی گردشگری و زیرساخت‌های کالبدی پیرامون گردشگری روستایی است. نتایج تحقیق حیدری ساربان و حاجی‌حیدری (Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018) بیانگر نقش مؤثر عوامل طبیعی، کالبدی، نهادی و فرهنگی در توسعه گردشگری روستایی است. آرایش (Arayesh, 2016)، در حوزه طبیعی، مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری در روستای حیدرآباد را سازوکارهای زیرساختی- فرهنگی، رفاهی- خدماتی، اطلاع‌رسانی و اقتصادی- فرهنگی برشمرده است. در تحقیق محمدی یگانه و همکاران (Mohammadi Yeganeh et al., 2013)، عوامل اقتصادی، تسهیلاتی، طبیعی و محیطی، اجتماعی و فرهنگی و زیرساخت حمل‌ونقل و تبلیغات در توسعه گردشگری روستای شاه‌شهیدان نقش داشته‌اند. بر پایه یافته‌های پژوهش مهدیان بروجنی و احمدوند (Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014)، مهم‌ترین چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری روستایی عبارت‌اند از موانع سازمانی، اجتماعی، رفاهی، تسهیلاتی، فرهنگی، ارتباطی، مردمی و اقتصادی. به باور تقدیسی و همکاران (Taghdisi et al., 2015)، مشکلات بهداشتی، مدیریتی و برنامه‌ریزی، زیرساختی، فرهنگی- اجتماعی، اقتصادی و طبیعی و اقلیمی مهم‌ترین بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی در روستاهای هدف گردشگری آذربایجان غربی به‌شمار می‌روند. نتایج مطالعه مدهوشی و ناصرپور (Madhoushi and Naserpour, 2005)

نشان داد که تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف بازاریابی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و فقدان فرهنگ گردشگران از مهم‌ترین بازدارنده‌های توسعه صنعت گردشگری روستایی استان لرستان محسوب می‌شوند.

در تحقیق شوکتی آقمقانی و همکاران (Shokati Amghani et al., 2017)، از سه عامل اصلی زیرساختاری-رفاهی، اجتماعی-فرهنگی و سازمانی-ساختاری به‌عنوان بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی در مناطق روستایی شهرستان اسکو یاد شده است. نتایج مطالعه ضربایی و همکاران (Zarabi et al., 2012) نشان داد که در زمینه توسعه صنعت گردشگری روستایی در شهرستان نورآباد ممسنی، موانع سازمانی و ساختاری، فرهنگی-اجتماعی، زیربنایی، آموزشی، موانع موجود در بازار و همچنین، کمبود نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری و راهنمایی گردشگران، عدم فعالیت کافی برای آموزش مردم بومی در مناطق مختلف دارای جاذبه‌های گردشگری و... وجود دارد که برای توسعه صنعت گردشگری این شهرستان، باید سعی در رفع آنها کرد تا از این طریق، زمینه شکل‌گیری انواع گردشگری در این شهرستان مهیا شود. نتایج تحقیق کرمی دهکردی و همکاران (Karami Dehkordi et al., 2013) بیانگر آن است که مشکلات زیرساختی، بازاریابی، بهداشت و سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری، فقدان انگیزه در مسئولان محلی، تعصبات قومی-قبیله‌ای، فقدان برنامه‌ریزی، پژوهش و نظارت و همچنین، مشکلات مربوط به منابع انسانی، مشکلات گردشگری و مقوله دولت و مشکلات مربوط به صنایع دستی، مهم‌ترین بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی در استان چهارمحال و بختیاری به‌شمار می‌روند.

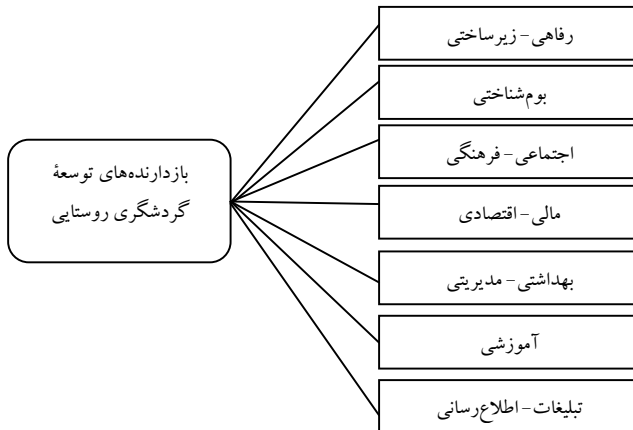
هدف اصلی تحقیق حاضر شناسایی محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی در روستای هدف گردشگری کلم در شهرستان بدره استان ایلام است. از آنجا که پژوهش حاضر از نوع اکتشافی است، بر اساس مرور ادبیات نظری و پیشینه پژوهش و نیز مؤلفه‌ها و نشانگرهای ارائه‌شده در این مطالعات، فهرستی جامع از متغیرها و عوامل مرتبط با محرك‌ها و نیز بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی تدوین و بر مبنای آن، الگوی مفهومی پژوهش ترسیم شد (نگاره‌های ۱ و ۲).



منبع: حیدری ساریان و حاجی‌حیدری (Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018)؛

محمدی یگانه و همکاران (Mohammadi Yeganeh et al., 2013)

نگاره ۱- الگوی مفهومی پیشینه پژوهش در بعد محرك‌های توسعه گردشگری روستایی



منبع: مهدیان بروجنی و احمدوند (Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014)

نگاره ۲- الگوی مفهومی پیشینه پژوهش در بعد بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، به لحاظ ماهیت، کمی و از نظر هدف، کاربردی است، زیرا در پی دانش کاربردی در یک زمینه خاص (بازدارنده‌ها و محرک‌های توسعه گردشگری روستایی) بوده و از میان پژوهش‌های توصیفی نیز به روش پیمایشی انجام شده است. تحقیق حاضر، به منظور بررسی محرک‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی، در روستای کلم واقع در شهرستان بدره صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق (N=1004) شامل سه گروه از کارشناسان و مسئولان نهادهای گردشگری روستایی (جهاد کشاورزی، میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، تعاون روستایی، اداره منابع طبیعی و محیط زیست شهرستان بدره)، گردشگران روستایی حاضر و کلیه ساکنان روستای کلم بودند. نمونه‌های آماری گروه مسئولان نهادهای دست‌اندرکار گردشگری به تعداد ۳۱ نفر به صورت سرشماری، گروه گردشگران به تعداد ۳۵ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس و گروه ساکنان روستا به تعداد ۲۴۰ نفر به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده و به کمک رابطه کوکران انتخاب شدند (جدول ۱).

جدول ۱- نمونه‌های آماری تحقیق و نحوه گزینش نمونه‌ها از جامعه آماری

نمونه‌ها (پاسخ‌گویان)	تعداد	روش انتخاب
کارشناسان و مسئولان گردشگری شهرستان بدره	۳۱ نفر	سرشماری
ساکنان روستایی	۲۴۰ نفر	نمونه‌گیری تصادفی ساده
گردشگران روستایی	۳۵ نفر	نمونه‌گیری در دسترس

منبع: جامعه آماری پژوهش

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بوده، که از سه بخش تشکیل شده است: ویژگی‌های فردی (شش پرسش)؛ محرک‌های توسعه گردشگری روستایی برگرفته از مدل مفهومی تحقیق و در زمینه موضوعات محیطی، اجتماعی، فرهنگی، تبلیغاتی، اقتصادی، رفاهی- زیربنایی (سی پرسش)؛ و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی به کمک مدل مفهومی تحقیق دربرگیرنده موضوعات اقتصادی، فرهنگی، تبلیغاتی، رفاهی- زیربنایی (۳۵ پرسش). پرسش‌های موجود در پرسشنامه شامل سؤالات بسته و بر مبنای طیف لیکرت

پنج سطحی (۱= خیلی کم تا ۵= خیلی زیاد) است. متغیرها از طریق بررسی و مرور ادبیات نظری و تجربی در حیطه مسئله مورد پژوهش به ویژه پژوهش های پیشین داخلی و خارجی (Madhoushi and Naserpour, 2005; Abdolmanafi and Azkia 2011; Zarabi et al., 2012; Mohammadi Yeganeh et al., 2013; Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014; Taghdisi et al., 2015; Arayesh, 2016; Karami Dehkordi et al., 2015; Shokati Amghani et al., 2017; Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018) شناسایی و استخراج شدند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظر پانل متخصصان و کارشناسان در زمینه موضوع پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. افزون بر این، برای تعیین پایایی ابزار تحقیق، پیش آزمون انجام پذیرفت (شامل پانزده پرسشنامه برای هر کدام از نمونه ها و در مجموع، ۴۵ پرسشنامه برای سه گروه پانزده نفره از روستائیان، گردشگران و کارشناسان صفی در سال ۱۳۹۷). پایایی پرسشنامه با مقادیر آلفای کرونباخ محاسبه شده برای هر سه گروه روستائیان ($\alpha=0/87$)، گردشگران ($\alpha=0/76$) و کارشناسان و مجریان صفی ($\alpha=0/75$) به دست آمد. تحلیل داده ها نیز در دو بخش آمار توصیفی و تحلیلی به کمک تحلیل عاملی به شیوه تحلیل مؤلفه های اصلی با بهره گیری از نرم افزار SPSS22 انجام شد.

نتایج و بحث

توصیف ویژگی های فردی و حرفه ای نمونه آماری تحقیق

طیف سنی نمونه آماری تحقیق ۱۸ تا ۶۷ سال بوده، که ۳۹/۹ درصد افراد در سنین سی تا کمتر از چهل سال بودند. ۶۱/۸ درصد از پاسخ گویان را مردان تشکیل می دادند. سطح تحصیلات ۲۵/۲ درصد از پاسخ گویان کارشناسی بود. بیشترین نوع فعالیت افراد (۲۶/۵ درصد) مربوط به فعالیت های زراعی و باغداری بود (جدول ۲).

محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی.....

جدول ۲- توزیع فراوانی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای نمونه آماری تحقیق

متغیر	سطوح	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
سن	کمتر از ۳۰ سال	۴۷	۱۵/۳	۱۵/۳
	۳۰ تا کمتر از ۴۰ سال	۱۲۲	۳۹/۹	۵۵/۲
	۴۰ تا کمتر از ۵۰ سال	۸۹	۲۹/۱	۸۴/۳
	بالاتر از ۵۰ سال	۴۸	۱۵/۷	۱۰۰
جنسیت	زن	۱۱۷	۳۸/۲	-
	مرد	۱۸۹	۶۱/۸	-
سطح تحصیلات	زیر دیپلم	۷۳	۲۳/۸	-
	دیپلم	۷۵	۲۴/۵	-
	کاردانی	۳۳	۱۰/۸	-
	کارشناسی	۷۷	۲۵/۲	-
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۴۸	۱۵/۷	-
	زراعت و باغداری	۸۱	۲۶/۵	-
	پرورش ماهی، زنبور عسل، دام و طیور	۶۱	۱۹/۹	-
	صنایع دستی	۴۵	۱۴/۷	-
	کارمندی	۳۹	۱۲/۷	-
	سایر (مغازه‌داری، نانوايي، خیاطی، آرایشگری و...)	۸۰	۲۶/۲	-

منبع: یافته‌های پژوهش

تحلیل عاملی محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی

پس از شناسایی متغیرهای محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی به کمک ادبیات تجربی و مدل مفهومی تحقیق، برای شناسایی مهم‌ترین عوامل محرك و بازدارنده توسعه گردشگری روستایی، از روش تحلیل عاملی اکتشافی در قالب مراحل سه‌گانه به شرح زیر استفاده شد.

مرحله اول: ابتدا به منظور تعیین مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی، آزمون KMO انجام و آماره بارتلت محاسبه شد که نتایج به دست آمده در سطح معنی داری بالاتر از ۹۹ درصد اجرای تحلیل عاملی را تأیید کرد (جدول ۳)؛ سپس، پرسشنامه تحقیق در اختیار افراد مورد مطالعه قرار گرفت.

جدول ۳- نتیجه آزمون بارتلت و آماره KMO

سطح معنی داری	آماره بارتلت	آزمون KMO	
۰/۰۰۰	۳۲۱/۰۶۳	۰/۷۴۶	محرک‌های توسعه گردشگری روستایی
۰/۰۰۰	۳۱۶/۲۰۱	۰/۷۱۲	بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی

منبع: یافته‌های پژوهش

مرحله دوم: با استفاده از مقادیر ویژه به دست آمده در دو بخش محرک‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی، عوامل محرک و بازدارنده به شرح جدول ۴ شناسایی شدند.

جدول ۴- عوامل استخراج شده، مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی

عامل‌ها	محرک‌های توسعه گردشگری روستایی		بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی		درصد واریانس تجمعی	مقدار ویژه
	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی	مقدار ویژه	درصد واریانس		
۱	۲۱/۶۷۷	۲۱/۶۷۷	۶/۶۱۶	۱۸/۳۲۴	۱۸/۳۲۴	۷/۸۷۳
۲	۱۹/۰۲۹	۴۰/۷۰۶	۵/۷۱۲	۱۵/۷۶۱	۳۴/۰۸۵	۶/۵۵۱
۳	۱۲/۷۰۳	۵۳/۴۰۹	۳/۵۶۳	۱۰/۳۲۲	۴۴/۴۰۷	۴/۱۵۷
۴	۹/۰۳۶	۶۲/۴۴۵	۳/۲۲۱	۹/۸۱۲	۵۴/۲۱۹	۲/۴۷۶

منبع: یافته‌های پژوهش

مرحله سوم: سرانجام، به منظور جداسازی عامل‌ها به صورت روشن تر، از چرخش عاملی به روش واریماکس استفاده شد، که محرک‌ها و بازدارنده‌های شناسایی شده به همراه گویه‌ها و بار عاملی مربوط به هر کدام از آنها در جداول ۵ و ۶ آمده است.

محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی.....

جدول ۵- محرك‌های توسعه گردشگری روستایی، گویه‌ها و بار عاملی مربوط

بار عاملی	گویه‌ها	عامل‌ها
۰/۷۲۱	وجود چشم‌اندازهای طبیعی مناسب	محرك‌های محیطی
۰/۶۹۳	وجود آب‌وهوای مساعد در منطقه	
۰/۷۲۷	برخورداری از موقعیت مناسب جغرافیایی	
۰/۶۳۱	وجود آثار باستانی و اماکن و بناهای قدیمی و دیدنی	
۰/۶۳۵	برخورداری روستا از امنیت لازم و کافی	
۰/۵۲۹	برخورده مناسب روستاییان با گردشگران و تلاش برای جذب آنها	محرك‌های اجتماعی- فرهنگی
۰/۴۲۸	رضایت جامعه محلی از گردشگری	
۰/۴۰۱	نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری روستایی	
۰/۳۹۷	وجود فرهنگ اصیل و غنی در منطقه	
۰/۴۷۹	استفاده از تبلیغات الکترونیکی در معرفی روستا	
۰/۴۰۷	مستعد بودن روستا برای جذب سرمایه	
۰/۴۰۳	تبلیغات و اطلاع‌رسانی وسیع در سطح ملی و منطقه‌ای	
۰/۳۸۷	وجود تسهیلات مناسب برای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری روستایی	
۰/۳۶۱	سرمایه‌گذاری روستاییان و افراد محلی در روستا	
۰/۳۵۹	انتشار مقالات علمی، فیلم مستند و... در راستای معرفی جاذبه‌های طبیعی و محلی روستا	
۰/۳۴۰	ایجاد غرفه‌های عرضه و فروش صنایع دستی	محرك‌های اقتصادی- تبلیغاتی
۰/۳۱۵	تهیه و فروش غذاهای محلی و ایجاد غذاخوری‌های محلی	
۰/۳۸۰	برخورداری از جاده و سامانه حمل‌ونقل مناسب	
۰/۳۷۳	برخورداری از امکانات رفاهی مناسب و کافی (گاز، آب لوله‌کشی، مکان تفریحی و...)	
۰/۳۶۹	وجود راه‌های ارتباطی متعدد در روستا	
۰/۳۶۷	وجود دفاتر گردشگری در منطقه	
۰/۳۶۵	وجود کارشناسان و افراد آگاه برای راهنمایی گردشگران و معرفی صحیح روستا به آنها	
۰/۳۶۱	وجود بازارهای محلی و مراکز خرید مورد نیاز در روستا	
۰/۳۵۹	وجود اقامتگاه مناسب برای اسکان گردشگران	

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۶- بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی، گویه‌ها و بار عاملی مربوط

بار عاملی	گویه‌ها	عامل‌ها
۰/۶۴۱	کمبود نیروهای امنیتی در منطقه با توجه به حجم زیاد گردشگران	بازدارنده‌های رفاهی -
۰/۶۳۰	کم‌عرض بودن جاده‌های ارتباطی روستا	
۰/۶۲۶	دور بودن از مراکز شهری	
۰/۶۲۱	کمبود مراکز خرید در داخل روستا	
۰/۵۷۶	کمبود امکانات بهداشتی	زیربنایی
۰/۵۷۱	کمبود نیروهای کارشناس و راهنمای گردشگری در روستا	
۰/۵۶۵	کمبود سکونتگاه‌های مناسب برای اقامت گردشگران	
۰/۵۵۸	نبود پایگاه اینترنتی	
۰/۴۵۱	نبود پمپ بنزین در محیط روستا	بازدارنده‌های محیطی
۰/۴۳۸	کمبود تعمیرگاه	
۰/۶۷۹	آلودگی هوا و وجود ریزگردها و گرد و غبار در منطقه	
۰/۶۵۸	فرسایش جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و عدم تلاش برای جلوگیری از آن	
۰/۵۶۱	آلودگی‌های آبی و صوتی	بازدارنده‌های اجتماعی -
۰/۵۰۷	تغییر کاربری اراضی زراعی و تعرض به اراضی ملی برای ساخت‌وساز ساختمان	
۰/۴۷۱	نامناسب بودن برنامه‌های فرهنگی برای جذب گردشگران	
۰/۴۱۷	مشارکت ناکافی نهادهای محلی در جذب گردشگر	
۰/۴۱۲	کم‌آگاهی مردم روستا از صنعت گردشگری روستایی	فرهنگی
۰/۳۹۵	نگرانی در زمینه ناامنی‌های ناشی از وجود روستای هدف گردشگری در منطقه مرزی	
۰/۳۲۱	کم‌آگاهی مردم محلی در برخورد با گردشگران	
۰/۳۷۵	خلاء خلاقیت در تبلیغات گردشگری روستایی	
۰/۳۶۸	پایین بودن سطح کیفیت تبلیغات گردشگری و معرفی منطقه گردشگری	بازدارنده‌های اقتصادی -
۰/۳۵۳	بالا بودن قیمت اراضی روستا	
۰/۳۱۵	بالا بودن قیمت اجناس عرضه‌شده در روستا	
۰/۳۱۲	تمایل کم مردم منطقه به سرمایه‌گذاری در زمینه‌های گردشگری در روستا	
۰/۳۰۷	کمبود مشارکت بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران خارج از منطقه در زمینه گردشگری روستا	

منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

روستاهای هدف گردشگری، در مقایسه با سایر روستاها، از شرایط انسانی- اجتماعی و زیست محیطی ویژه برخوردارند و در آنها، اجرای طرح‌های توسعه گردشگری نیز از حساسیت و پیچیدگی خاصی برخوردار است. باید اهداف توسعه گردشگری در روستاهای دارای جاذبه‌های گردشگری به گونه‌ای عملیاتی شود که ضمن هدایت توسعه روستا، در جوامع محلی نیز برای برآوردن مناسب خواسته‌ها و نیازهای گردشگران، پاسخ مناسب و اصولی را پیش‌بینی شود. تحقیق حاضر با هدف شناسایی محرك‌ها (پیشران‌ها) و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی صورت گرفت. نتایج به دست آمده در بخش محرك‌های توسعه گردشگری روستایی بدین شرح است:

عامل اول، در قالب چهار گویه، ۲۱/۶۷۷ درصد از واریانس کل را تبیین کرده و با مقدار ویژه بالاتر از سایر عوامل (۷/۸۷۳)، از اهمیت بالاتری هم برخوردار است. گویه‌های این عامل دربردارنده مطالب مربوط به محرك‌های محیطی است؛ چشم‌اندازهای زیبای طبیعی و تاریخی از مهم‌ترین محرك‌های جذب گردشگر به‌شمار می‌رود و مناطق فاقد محرك‌ها و جاذبه‌های محیطی هرگز در جذب گردشگر موفق نخواهند بود. این نتیجه با نتایج پاره‌ای از پژوهش‌های پیشین (Abdolmanafi and Azkia, 2011; McGregor and Thompson, 2011; Mohammadi) Yeganeh et al., 2013; Karami Dehkordi et al., 2015; Arayesh, 2016; Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018) مطابقت دارد.

عامل دوم، در قالب پنج گویه، با مقدار ویژه ۶/۵۵۱، توانسته است که ۱۹/۰۲۹ درصد از واریانس کل را تبیین کند. این عامل، پس از محرك‌های محیطی، بیشترین سهم را در تبیین واریانس کل دارد و به دلیل بار معنایی گویه‌های آن، به عنوان محرك‌های اجتماعی- فرهنگی نامگذاری شده است. وجود امنیت در فضای گردشگری، برخورد صحیح جامعه میزبان با گردشگران و برخورداری از فرهنگ غنی و آداب و رسوم کهن، محرك‌های مهمی برای ایجاد رضایت قلبی گردشگران از انتخاب منطقه مورد نظر برای تفریح و اقامت و سرمایه‌گذاری و... محسوب می‌شوند و در توسعه گردشگری آن منطقه تأثیر به‌سزا دارند. نتیجه به دست آمده با نتایج

برخی از مطالعات گذشته (Bush et al., 2008; Mohammadi Yeganeh et al., 2013; Arayesh, 2016; Karami Dehkordi et al., 2015; Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018) هم سو است.

سومین عامل، در قالب هشت گویه، با مقدار ویژه ۴۱/۱۵۷، توانست ۱۲/۷۰۳ درصد از واریانس کل را تبیین کند. گویه‌های این عامل به محرک‌های اقتصادی- تبلیغاتی مربوط می‌شوند و از این رو، با همین عنوان نیز نامگذاری شدند. واضح است که تبلیغات وسیع در کنار سرمایه‌گذاری کافی و حمایت‌های مالی لازم و به موقع می‌تواند موجب رونق و توسعه در هر کسب و کاری شود. افزایش سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف روستایی نیز به ایجاد رونق در مشاغل روستایی و افزایش سطح درآمدها و کاهش مخاطره سرمایه‌گذاری، کاهش فقر روستایی و رونق اقتصادی در منطقه می‌انجامد. بهبود و رونق اقتصادی در کنار تبلیغات وسیع و اصولی نیز با جذب بیشتر گردشگران و سرمایه‌گذاران همراه خواهد بود. این نتیجه پژوهش حاضر با نتایج سایر تحقیقات گذشته (Harrison, 2001; Pearce, 2002; Bush et al., 2008; Abdolmanafi and Azkia, 2011; Karami Dehkordi et al., 2015; Mohammadi Yeganeh et al., 2013; Arayesh, 2016) هم‌سوایی دارد.

عامل چهارم، در قالب هفت گویه، با مقدار ویژه ۲/۴۷۶، در مجموع، ۹/۰۳۶ درصد از واریانس کل را تبیین کرده و به دلیل مفاهیم گویه‌های آن، با نام محرک‌های رفاهی- زیربنایی شناخته شده است. طبیعی است که هرچه امکانات رفاهی و زیربنایی در یک منطقه خوش آب‌وهوا با مناظر دیدنی طبیعی و تاریخی بیشتر باشد، گردشگران با احساس آسایش و رضایت بیشتر، اقدام به گردش و تفریح و اقامت در آن منطقه خواهند کرد، که خود در توسعه گردشگری آن منطقه نقش مهمی خواهد داشت. این یافته با یافته‌های شماری چند از پژوهش‌های پیشین (Baloglu and Bringberg, 1997; Harrison, 2001; Bush et al., 2008; Abdolmanafi and Azkia, 2011; McGregor and Thompson, 2011; Mohammadi Yeganeh et al., 2013; Arayesh, 2016; Rezvani and Bayat, 2014; Heidari-Sarban and Haji-Heidari, 2018) هم‌سو است.

همچنین، نتایج تحلیل عاملی در بخش بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی بدین

شرح است:

عامل اول، در قالب ده گویه، با مقدار ویژه ۶/۶۱۶، در مجموع، ۱۸/۳۲۴ درصد از واریانس کل را تبیین کرده و با توجه به مفاهیم گویه‌های آن، با عنوان رفاهی- زیربنایی نامگذاری شده است. کمبود امکانات رفاهی مانند کم‌عرض بودن جاده‌های ارتباطی روستا، دور بودن از مراکز شهری، کمبود مراکز خرید در داخل روستا، کمبود امکانات بهداشتی، کمبود نیروهای کارشناس و راهنمای گردشگری در روستا، کمبود سکونتگاه‌های مناسب برای اقامت گردشگران، نبود پایگاه اینترنتی، نبود پمپ بنزین در محیط روستا و کمبود تعمیرگاه موجب شده است که توسعه گردشگری روستایی در منطقه با مشکل مواجه شود. این یافته با یافته‌های برخی دیگر از تحقیقات گذشته (Feyzpour and Emami Meybodi, 2012; Karami Dehkordi et al., 2013; Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014; Shokati Amghani et al., 2017; Taghdisi et al., 2015) هم‌خوانی دارد.

عامل دوم، در قالب چهار گویه، با مقدار ویژه ۵/۷۱۲ و تبیین ۱۵/۷۶۱ درصد از واریانس کل، با عنوان بازدارنده‌های محیطی نامگذاری شده است. یک منطقه برای اینکه هدف گردشگری واقع شود، ابتدا باید دارای جاذبه‌ها و محرك‌های محیطی باشد. بنابراین، همان‌گونه که محرك‌های محیطی با جذب گردشگر موجب توسعه و رونق گردشگری روستایی می‌شوند، بازدارنده‌های محیطی نیز در مقابل، موجب عدم توسعه گردشگری در آن منطقه می‌شوند. وجود عواملی چون تغییر کاربری اراضی زراعی و تعرض به اراضی ملی برای ساختمان‌سازی و آلودگی‌های محیطی و صوتی نه تنها از جاذبه‌های طبیعی روستا خواهد کاست، بلکه با ایجاد دافعه برای گردشگران خواهان محیط روستایی آرام و پاکیزه به‌منظور بهره‌مندی از جاذبه‌های طبیعی آن نیز، همراه خواهد بود. این یافته با یافته‌های پاره‌ای از پژوهش‌های پیشین (Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014; Taghdisi et al., 2012; Zarabi et al., 2016) هم‌سو است.

عامل سوم، در قالب پنج گویه، با مقدار ویژه ۳/۵۶۳، در مجموع، ۱۰/۳۲۲ درصد از واریانس کل را تبیین کرده و با توجه به مفاهیم گویه‌های آن، با عنوان بازدارنده‌های اجتماعی- فرهنگی شناخته شده است. عدم وجود برنامه‌های فرهنگی مناسب برای جذب گردشگران، عدم مشارکت نهادهای محلی در جذب گردشگر، کم‌آگاهی مردم روستا از صنعت گردشگری روستایی، نگرانی در زمینه ناامنی‌های ناشی از وجود روستای هدف گردشگری در منطقه مرزی و کم‌آگاهی مردم محلی در زمینه نحوه برخورد با گردشگران از جمله بازدارنده‌های اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری روستایی محسوب می‌شوند. این یافته با یافته‌های شمار از پژوهش‌های گذشته (Madhoushi and Naserpour, 2005; Feyzpour and Emami Meybodi, 2012; Karami Dehkordi et al., 2013; Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014; Zarabi et al., 2012; Taghdisi et al., 2015; Sanadgol and Sharifinia, 2017; Shokati Amghani et al., 2017) هم‌سو است

عامل چهارم، در قالب شش گویه، با مقدار ویژه ۳/۲۲۱، در مجموع، ۹/۸۱۲ درصد از واریانس کل را تبیین کرده و با عنوان بازدارنده‌های اقتصادی- تبلیغاتی نامگذاری شده است. عدم سرمایه‌گذاری کافی و ضعف و ناتوانی در زمینه بازاریابی و اطلاع‌رسانی موجب ناشناخته ماندن منطقه مورد نظر در میان نقاط مختلف گردشگری شده، در نتیجه، موقعیت چندانی برای جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران مختلف در منطقه به وجود نمی‌آید؛ و از این رو، صنعت گردشگری در منطقه با محدودیت و موانع بسیاری مواجه می‌شود و کمتر توسعه می‌یابد. این نتیجه با نتایج برخی دیگر از تحقیقات گذشته (Madhoushi and Naserpour, 2005; Zarabi et al., 2012; Karami Dehkordi et al., 2013, Mahdian Boroujeni and Ahmadvand, 2014; Taghdisi et al., 2015) هم‌خوانی دارد.

با توجه به ابعاد عامل‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر در زمینه محرک‌ها و نیز بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی و علم به اینکه در هر دو بخش یادشده، عوامل محیطی، اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی- تبلیغاتی، و رفاهی- زیرساختی مد نظر بوده‌اند، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:

محرك‌ها و بازدارنده‌های توسعه گردشگری روستایی....

- از آنجا که جلب مشارکت مردمی یک عامل مهم در توسعه فضا و جلب گردشگری به‌شمار می‌رود، لازم است زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در توسعه و تجهیز روستاها از نظر زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات گردشگری از طریق حمایت‌ها و تسهیلات دولتی صورت گیرد. بدین ترتیب، افزایش سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی و دولتی در صنعت گردشگری می‌تواند از طریق افزایش سهم استان از تخصیص اعتبارات و تسهیلات ملی و استانی به‌منظور حمایت از بخش خصوصی در روند ایجاد و تکمیل تأسیسات گردشگری در قالب بنگاه‌های اقتصادی کوچک و زودبازده کارآفرین از محل اعتبارات ویژه معطوف به افزایش مشارکت بخش خصوصی در ایجاد تأسیسات گردشگری و تزریق سرمایه بدین بخش صورت گیرد. همچنین، ایجاد اردوگاه‌ها و اقامتگاه‌های سبک با همه تجهیزات مربوط در اطراف نقاط جذاب و پرتردد روستای کلم، برای گردشگرانی که می‌خواهند شب را در این روستا به‌سر برند، ضروری است.
- لازم است بازارهای روزانه و هفتگی صنایع دستی و سایر تولیدات روستایی و کشاورزی و همچنین، غرفه‌های کالاهای فرهنگی در روستای هدف در فصل ورود گردشگران برپا شود.
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای منابع انسانی شاغل در بخش‌های مختلف گردشگری با بهره‌گیری از خردفرهنگ‌های بومی در توسعه گردشگری این روستا به‌همراه برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای روستاییان و آموزش‌های مرتبط برای تعامل با گردشگران ضروری می‌نماید.
- از آنجا که منطقه، با توجه به جاذبه‌های آن، شناخته نشده است، توسعه و تجهیز مسیرهای گردشگری در روستای کلم و همچنین، ایجاد و نصب علائم مرتبط با قوانین و مقررات حاکم بر این‌گونه مکان‌ها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها و نیز شناسایی مسیر و تاریخچه مکان‌های جذاب لازم به‌نظر می‌رسد.

- شناسایی جاذبه‌ها و دستاوردهای گردشگری در مناطق مختلف و بهره‌گیری بهینه و هدفمند از آنها در راستای ایجاد اشتغال و افزایش درآمد روستاییان نیز از دیگر اقداماتی است که شایسته است در دستور کار نهادهای دست‌اندرکار گردشگری روستایی استان قرار گیرد.

منابع

1. Abdolmanafi, T. and Azkia, M. (2011). Factors affecting tourism industry in Kelardasht village. *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 4(1): 99-113. (Persian)
2. Alvani, S.M. and Pirouzbakht, M. (2006). Tourism management process. Tehran: Office of Cultural Studies Press. (Persian).
3. Arayesh, M.B. (2016). The mechanisms of rural tourism development in the natural domain: a case study of Heidarabad village, Ilam County. *Village and Development*, 19(4): 121-141. (Persian)
4. Baloglu, S. and Bringberg, D. (1997). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4): 11-15.
5. Bush, G., Colombo, S. and Hanley, N. (2008). Measuring the demand for nature-based tourism in Africa: a choice experiment using the "cut-off" approach. Spain, University of Stirling.
6. Einali, J., Farahani, H., Cheraghi, M. and Abbasi, F. (2018). Assessing the rural tourism role in the sustainable development of local communities (case study: tourism destination villages, Zanzan province). *Journal of Tourism and Development*, 7(2): 171-193. (Persian)
7. Feyzpour, M.A. and Emami Meybodi, M. (2012). "Economic development of Iran's tourism industry, and its comparison with neighboring countries mentioned in Iran Outlook 2025." *Tourism Management Studies* 7(19): 139-177.(Persian)
8. Gartner, W.C. (2006). Planning and management of lake destination development: lake gateways in Minnesota. In: *Lake Tourism: An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems*. Toronto, Channel View Publications. Available at www.https://experts.umn.edu/publications/planning-and-ma. Retrived at 23 May 2019.
9. Ghanbari, S., Dehghan, M.H. and Miraki Anari, H. (2016). Factors affecting the development of entrepreneurship in rural tourism: a case study of villages in central Anar County. *Journal of Tourism Management Studies*, 10(32): 1-20. (Persian)

10. Gjorgievski, M., Gramatnikovski, S. and Nakovski, D. (2013). Geographic positioning as a determination of tourism development of Gevgelija region. *UTMS Journal of Economics*, 4(1): 61-69.
11. Harrison, D. (2001). *Tourism and the less developed world*. UK: Middlesex University.
12. Heidari-Sarban, V. and Haji-Heidari, S. (2018). "Analysis of Factors Affecting the Success of Rural Tourism Case Study: Moeil Village, Meshginshar County." *Journal of Spatial Planning* 7(4): 73-92.(Persian)
13. Karami Dehkordi, M., Kalantari, Kh, and Babajani, A. (2013). Identification and prioritization of security obstacles in rural tourism development using Delphi technique: a case study of Chaharmahal and Bakhtiari province of Iran. *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 1(4): 59-74. (Persian)
14. Karami Dehkordi, M., Kouhestani Einoddin, H. and Karbasioun, M. (2015). Qualitative exploration of rural tourism problems using Grounded Theory technique: A case study of Sar-Agha-Seyed village, Kouhrang County. *Journal of Regional Planning*, 5(18): 141-156. (Persian)
15. Kim, M. (2005). Determinants of rural tourism and modeling rural tourism demand in Korea. PhD Thesis of Philosophy, USA, Michigan State University. Department of Park, Recreation and Tourism Resources.
16. Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy. *Annals of Tourism Research*, 28(3): 52-63.
17. Lane, B. (2009). Sustainable rural tourism strategies: a tool for development and conservation. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(14): 14-17.
18. Madhoushi, M. and Naserpour, N. (2005). Assessing barriers of tourism development in Lorestan province. *Iranian Journal of Trade Studies*, 7(28): 25-58. (Persian)
19. Mahdian Boroujeni, M. and Ahmadvand, M. (2014). A Study of the barriers and challenges of rural tourism development in Dena area: the viewpoint of the host country. *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 4(10): 113-127. (Persian)
20. Marques, J. and Santos, N. (2016). Developing business tourism beyond major urban centres: the perspectives of local stakeholders. *Tourism and Hospitality Management*, 22(1): 1-15.
21. McGregor, S. and Thompson, M. (2011). Tourism in a small town: impacts on community solidarity. *International Journal of Sustainable Society*, 3(2): 174-189.
22. Mohammadi Yeganeh, B., Ahadnejad Reveshti, M., Ebrahimzadeh, M. and Cheraghi, M. (2013). Analysis of effective factors on tourism development in religious festival sites, the case of Alamvachini ceremony in

- Shaheshahidan, Roudbar. *Tourism Management Studies*, 8(23): 51-69. (Persian)
23. Mohseni, A. (2010). Sustainable tourism in Iran: functions, challenges, solutions. *Journal of Geographic Space*, 9(28): 149-171. (Persian)
24. Monshizadeh, R. (2005). An introduction to tourism. Tehran: Payma Moalef. (Persian)
25. Najarzadeh, M. and Nematollahi, M. (2016). Investigating the factors affecting the development of rural tourism for sustainability and development of local communities in typical tourism areas. *Quarterly Journal of Iranian Geographic Society*, 14(49): 225-248. (Persian)
26. Nasiri Moghaddam, M. and Khoshsima, S. (2016). Strategic rural tourism for sustainable rural development in Khorgam district of Roudbar. *Geographical Journal of Tourism Space*, 4(14): 1-11. (Persian)
27. Pearce, D.G. (2002). Tourism and peripherality: perspectives from Asia and the South Pacific. *Tourism and Hospitality Research*, 3(4): 295-309.
28. Pourjafar, M.R., Mahmoudinejad, H. Ilka, Sh. and Aghebat-Bekheir, H. (2012). A meta-analysis of evaluating the rural tourism development approaches with emphasis on strategic factor analysis (SWOT). *Journal of Environmental Science and Technology*, 14(2): 61-79. (Persian)
29. Rezvani, M.R. and Bayat, N. (2014). An analysis of rural tourism development in Iran - Macro developmental programs with emphasis on five-year national development plans. *Tourism Planning and Development*, 3(9): 11-30. (Persian)
30. Rokneddin Eftekhari, A., Pourtaheri, M. and Fazli, N. (2014). Analysis of factors influencing the development of rural tourism entrepreneurship. *Tourism Planning and Development*, 3(8): 87-107. (Persian)
31. Sanadgol, M. and Sharifinia, Z. (2017). Study of obstacles and problems of tourism development (case study: Ghaemshahr County). *Journal of Geography (Regional Planning)*, 7(1): 71-83. (Persian)
32. Saner, R., Yiu, L. and Filadoro, M.. (2015). Tourism development in least developed countries: challenges and opportunities. Source Title: Handbook of Research on Global Hospitality and Tourism Management. A. Camillo. Sonoma State University, USA, IGI Global: 234-261.
33. Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 5(6): 220-253.
34. Shokati Amghani, M., Eshaghi, R., Maheri, A., Rezaei, R. and Shabanali Fami, H. (2017). Studing barriers of tourism development in rural areas of the Oskou County. *Journal of Geographic Space*, 16(53): 23-37. (Persian)

35. Taghdisi, A., Goudarzi, S. and Beik-Mohammadi, H. (2015). Investigating and analyzing the challenges of rural tourism development from rural people's viewpoints in tourism destination villages of West Azerbaijan province of Iran. *Journal Spatial Planning*, 5(1): 83-100. (Persian)
36. Taghdisi, A., Varesi, H.R., Ahmadian, M. and Asgari, H. (2016). Identifying and analyzing the factors affecting the development of tourism in rural areas (case study: rural areas of Jiroft County). *Journal of Research and Rural Planning*, 4(9): 1-14. (Persian)
37. Taghvaei, M. and Akbari, M. (2009). An introduction to planning and urban tourism management. Isfahan: Payam Alavi Press. (Persian)
38. Telfer, D. and Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. UK: Routledge Press.
39. Timothy, D.J. (2005). Rural tourism business: a North American overview. *Rural Tourism and Sustainable Business*. D. Hall, I. Kirkpatrick and M. Mitchell. Toronto, Channel View Publications. Available at: [www.https://www.semanticscholar.org/paper/Rural-tourism](https://www.semanticscholar.org/paper/Rural-tourism). Retrieved at 22 Dec 2018. pp. 41-62.
40. Zarabi, A., Mohammadi, K., Firouzi, M.A. and Goodarzi, M. (2012). Tourism planning with regard to SWOT model (case study: Nourabad Mamasani). *Journal of Spatial Planning*, 1(2): 1-24. (Persian)