فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوازدهم، شماره چهارم (پیاپی ۴۶)، زمستان ۱۴۰۲
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
مقاله پژوهشی صفحات ۱۶۴-۱۴۹

تبیین اثرات جشنواره گردشگری خرما از دیدگاه ساکنین محلی
(مطالعه موردی: بخش آب پخش استان بوشهر)

غلامرضا امینی نژاد؛ استادیار بخش تحقیقات اقتصادی، اجتماعی و ترویج کشاورزی، مرکز تحقیقات، آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان بوشهر، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، بوشهر، ایران.
یاسر زنده بودی *؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد لارستان، دانشگاه آزاد اسلامی، لارستان، ایران.
یزدان شفیعی؛ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، بوشهر، ایران.
وحید صمصامی؛ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، بوشهر، ایران.

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۱ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۰۶/۲۹

چکیده
گردشگری پدیده ای کهن است که بر بنیاد حرکت و جابجایی انسان استوار است؛ گردشگری این فرصت را برای انسان‌ها به وجود آورده تا حین لذت از شگفتی‌های طبیعی و انسان‌ساخت هم‌زمان بتوانند در مورد یکدیگر بیاموزند و ضمن آشنایی بافرهنگ یکدیگر تفاوت‌های یکدیگر را بهتر درک کنند. آب‌پخش، از توابع شهرستان دشتستان استان بوشهر و یکی از قطب‌های تولید خرما و نخلداری در کشور است، سالانه بیش از ۶۰ هزار تن خرما (۳۵٪ خرمای تولیدی استان بوشهر) در آن برداشت می‌شود؛ مطالعه حاضر با هدف تبیین اثرات جشنواره خرما بر گردشگری از دیدگاه ساکنین محلی صورت گرفته است، بنابراین در پژوهش کاربردی و توصیفی- تحلیلی حاضر، با استفاده از پرسشنامه، داده های مورد نیاز، جمع آوری شد؛ جامعه آماری در این پژوهش کلیه ساکنان بخش (N= ۲۳۱۳۲) و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۹۱ نفر بود که بصورت تصادفی ساده انتخاب شدند. پرسشنامه به صورت محقق ساخته بود، ابتدا سؤالات پرسشنامه توسط محققین متناسب با اهداف تحقیق طراحی و سپس در اختیار اساتید و کارشناسان متخصص، قرار داده شد و پس از بررسی و تأیید، تعداد ۴۸ سؤال برای اجرای پژوهش انتخاب و روایی آن، به صورت صوری تأیید گردید؛ پایایی پرسشنامه (۰/۹۴) بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. نتایج آزمونt (در سطحα=.01) شاخص‌ها و متغیرهای برپایی جشنواره خرما بخش آب پخش نشان داد که: ۱) متغیر نگرش(رضایت مندی) با ضریب (۹۸/۱۵۲)؛ ۲) متغیر کالبدی با ضریب (۷۳/۸۳۹)؛ ۳) متغیر محیطی با ضریب (۶۳/۰۶۴)؛ ۴) متغیر اقتصادی با ضریب (۹۷/۰۴)؛ و ۵) متغیر اجتماعی با ضریب (۸۵/۸۱۵)، معنادار است. میانگین محاسبه شده نمره آزمودنی‌ها در فاصله اطمینان ۹۵ درصدی آزمون t و در حد بالای آن قرار دارد؛ و بیانگر اثرات مثبت برپایی جشنواره خرما در این بخش است.

واژگان کلیدی: جشنواره خرما، گردشگری، ساکنان محلی، آب بخش.

* yaser.z63@yahoo.com

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

۱) مقدمه

گردشگری پدیده ای کهن است که بر بنیاد حرکت و جابجایی انسان استوار است (رضوانی، ۱۳۸۹: ۲۶) و در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آن‌هاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد (فرهودی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۶) و موجب افزایش آگاهی جوامع از شیوه‌های زندگی یکدیگر و در نتیجه نزدیکی فرهنگ‌های ملل مختلف می‌گردد (Valeriu and Mauela, Elena,۲۰۰۷). گردشگری این فرصت را برای انسان‌ها به وجود آورده تا حین لذت از شگفتی‌های طبیعی و انسان‌ساخت هم‌زمان بتوانند در مورد یکدیگر بیاموزند و ضمن آشنایی بافرهنگ یکدیگر تفاوت‌های یکدیگر را بهتر درک کنند (حیدری، ۱۳۹۶: ۱). هم‌زمان، توسعه گردشگری تغییرات مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در زندگی جامعه میزبان ایجاد می‌کند؛ برخی از این تغییرات نسبت به بقیه مفیدتر و بالعکس برخی مضر می‌باشند (Lee, 2013: 40). برخی از سودمندترین اثرات گردشگری بر جامعه میزبان شامل ایجاد اشتغال، تجدید حیات نواحی فقیر، بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی و غیره می‌شود. درعین‌حال، گردشگری اثرات منفی زیان‌آوری را برای جامعه میزبان به همراه دارد(میسون، ۱۳۸۷: ۷۴). بدین‌صورت که استفاده نادرست از منابع منحصربه‌فرد زیست‌محیطی و فرهنگی در کشورهای کمتر توسعه‌یافته برای بسیاری از مقاصد گردشگری، منجر به آسیب‌های جبران‌ناپذیری شده است (Sharpley & Tefler, 2008: 21). به همین دلیل ارزیابی علمی اثرات مثبت و منفی آن نقش مهمی در ادبیات گردشگری جهانی دارد. با توجه به وضع موجود و رشد و رونق این صنعت در کشور و تأثیرات آن بر جامعه محلی، برنامه‌ریزی در راستای توسعه گردشگری، باید بر اساس اهداف و اولویت‌های ساکنین باشد و حتی برخی از محققین گام را از این هم فراتر گذاشته و پیشنهاد می‌کنند که سطح فعالیت‌های گردشگری محلی تنها به هنگام کسب اجازه قانونی از ساکنین ارتقاء یابد (Cooke, 1982: 26). در این راستا دیدگاه جامعه میزبان نسبت به گردشگران و فعالیت‌های آنان نقطه مهمی در توسعه گردشگری محسوب می‌شود. (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۷).

مسافر و صنعت گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت خدمات در دنیا است که تأثیرات چشمگیری بر اقتصاد فرهنگ و جامعه مناطق گردشگر پذیر دارد. صنعت گردشگری که از دیرباز موردتوجه بشر قرارگرفته، امروزه نقش ویژه‌ای در اقتصاد جهانی بر عهده دارد. به‌علاوه این صنعت عامل مؤثری در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها و برقراری و تحکیم انس و الفت میان ملت‌ها است(پارسیان و همکاران،۱۳۹۰ :۱۲۴).

آب‌پخش، یک بخش در شهرستان دشتستان واقع در استان بوشهر است. این مرکز این بخش (شهر آب پخش) با برازجان(مرکز شهرستان دشتستان) ۱۶ کیلومتر فاصله دارد و در ۶۰ کیلومتری شهر بوشهر قرار گرفته‌است؛ این بخش یکی از قطب‌های تولید خرما و نخلداری در کشور است به طوری که سالانه بیش از ۶۰ هزار تن خرما در آن برداشت می‌شود که ۳۵٪ خرمای تولیدی استان بوشهر را تشکیل می‌دهد. قبلاً مردم این منطقه بیشتر تولیدکننده انواع مرکبات بوده‌اند اما از چند دهه پیش مردم این شهر به کشت نخل و تولید خرما روی آورده‌اند و در حال حاضر به یکی از مراکز اصلی تولید، خرید و فروش، نگهداری (سردخانه) و بسته‌بندی خرما و رطب، و دیگر فراورده‌های آن در کشور تبدیل شده‌اند. در قسمت‌های زیادی از زمین‌های آب‌پخش، انواع غلات، هندوانه، انواع خربزه و طالبی به صورت دیم و آبی کاشته می‌شود.

بنابراین پژوهش حاضر درصدد آن است که باملاحظه وضعیت موجود گردشگری با نگرش اثرات جشنواره خرما بر گردشگری از دیدگاه ساکنین محلی و استفاده از ظرفیت‌های موجود، عوامل مؤثر بر تقویت آن را در شهر آب بخش مشخص سازد. از این‌رو پژوهش حاضر در پی یافتن و تعیین موارد ذیل می‌باشد:

- بررسی و ارزیابی وضعیت موجود گردشگری خرما؛

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]

[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

ـ ارائه راهکارهای جهت تقویت برنامه‌ریزی جشنواره گردشگری خرما.

۲) مبانی نظری

گردشگری را می‌توان بدون شک یکی از مهمترین پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی دوران معاصر نام نهـاد. ایـن صـنعت شامل طیف گسترده‌ای از بخش‌ها مانند اقامتگاه، حمـل‌ونقـل، غـذاخوری، خریـد و بازدیـد از جاذبـه‌هـا مـی‌باشـد (Zakaria,۲۰۲۱: ۳۹٤). در همین راستا، امروزه برای جذب گردشگران، روش‌های متنوع و فراوانی به‌کار گرفته می‌شـود. یکـی از این روش‌ها، برگزاری رویدادهای جمعی در چارچوب بازاریابی رویداد است.

بازاریابی رویداد، درک اهدافی است که بر رابطه بین فعالیت‌ها و مزایای رویداد تأکید مـی‌کنـد (Buaban et al, 2019: 36-42). در این زمینه، فراگیر شدن گردشگری رویداد در سطح کلان، سبب افزایش سـهم گردشـگری جوامـع محلـی از بازارهای کلان گردشگری می‌شود (میرزائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۲۱). از سوی دیگر، گردشگری رویداد در سطح خرد نیز قادر است تا با حفاظت از آدابورسوم، باورها و میراث فرهنگی اقوام به نسل جـوان جهـت فهـم بهتـر ایـن میـراث و لـزوم حفاظت و تداوم آنها کمک نماید (Tkaczynski et al, 2020: 227). همچنین، رویدادها می‌توانند نقش مهمی در برنامـه-های بازاریابی گردشگری ایفا کنند. محققان، رویدادها را شامل رویـدادهای ورزشـی، هنـری، علمـی، سیاسـی و اسـتانی، تفریحی و سرگرمی، تجاری و سازمانی (شامل جلسات، همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و بازارها) و فـامیلی (جشـنهای مربـوط بـه اتفاقات مهم زندگی شامل جشنها و مراسم عروسی و رویدادهای اجتماعی مربوط به گروههای خویشاوندی) برشـمرده‌انـد (Getz & Page, 2016: 593)

یکی از انواع این رویدادها، جشنواره‌های محلی[1]می‌باشد. پژوهشگران، دلایل گوناگونی بـرای دنبـال کـردن ایـن نـوع از گردشگری برشمرده‌اند. توجه به نسل‌هایی که به دنبـال برچیـدن کشـاورزی یـا تنـوع بخشـیدن بـه منـاطق حاشـیه ای دورافتاده روستایی هستند، وسیله‌ای برای دستیابی به توسعه و بازآفرینی اقتصـادی و اجتمـاعی منـاطق محلـی و ایجـاد منبع درآمد و اشتغال پایدار، به ویژه در مناطق روستایی، که در آن صنعت کشاورزی سنتی رو به افول باشد، از جمله این دلایل هستند (Fang, 2020).

اثرات گردشگری

انواع مختلفی از تأثیرات گردشگری وجود دارند که به‌طورکلی می‌توان آن‌ها را به تأثیرات و پیامـدهای مثبـت و منفـی اقتصادی و محیطی و نیز اجتماعی فرهنگی تقسیم کرد (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۰ :۴۰). گان[2]اعتقاد دارد هیچ شـکلی از توسـعه به‌انـدازه گردشـگری، دربردارنـده تـأثیرات دوگانـه نیسـت (قربـانی و همکـاران، ۱۳۹۳ :۱۰۶). تـأثیرات مختلـف گردشگری به عوامل گوناگونی همچون میزان و حجم فعالیت‌های گردشگری، نوع و هدف ایـن فعالیت‌هـا، میـزان جامعـه میزبان در بخش گردشگری و ظرفیت تحمیل مقاصد گردشگری بستگی دارد (Gracan et al, 2010:109).

ارزیابی اثرات گردشگری

ارزیابی صنعت گردشگری فرآیند دشواری است، چراکه در این مرحله ممکن است میان اهداف گونـاگون و مسـئولیت‌ها تناقضاتی پیش آید (حیدری، ۱۳۹۰ :۷۵). با تلاش سازمان‌های ملی و بین‌المللی همچون برنامه اقتصادی سـازمان ملـل، بانک جهانی، موسسه بین‌المللی توسعه پایدار، کمیته توسعه سازمان ملل و . . . مجموعه‌ای از شاخص‌های توسـعه پایـدار

1 - Local Festivals
2- Gunn

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

طراحی شده‌اند که در مرحله‌های بعدی وارد حوزه‌های گردشگری گردید. این شاخص‌ها ازنظر ماهیت به دودسته شاخص‌های عینی و ذهنی تقسیم می‌گردد. درحالی‌که شاخص‌های عینی می‌توانند به‌عنوان ابزار اندازه‌گیری واقعیت‌های قابل‌لمس و مشاهده(همچون درآمد، نرخ اشتغال و تعداد بازدیدکنندگان) تعریف شوند، شاخص‌های ذهنی غیرملموس چون طرز تفکر یا نگرش، تصور و رضایت ساکنان را ارزیابی می‌کنند (قدمی و همکاران، ۱۳۹۳ :۱۲۶). برای سنجش اثرات ملموس و غیرملموس تئوری و روش‌های مختلفی بیان شده که به آن‌ها اشاره می‌گردد. فرآیند ارزیابی صنعت گردشگری را می‌توان در سه محور عمده بررسی کرد: ارزیابی اقتصادی، ارزیابی اجتماعی – فرهنگی و ارزیابی زیست‌محیطی. که در ادامه به معرفی هریک پرداخته می‌شود.

ارزیابی اثرات اقتصادی گردشگری

در بسیاری از کشورهای جهان گردشگری را به‌عنوان یکی از بخش‌های کلیدی برای توسعه و پیشرفت اقتصادی در نظر می‌گیرند و مهم‌ترین اثر آن ایجاد اشتغال و درآمد است. میزان این تأثیر بستگی به نوع سرمایه‌گذاری و جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی دارد (فنی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۹). گر چه به‌طورکلی اثرات مثبت اقتصادی گردشگری مورد تأیید است، ولی بسیاری از پژوهشگران معتقدند که گردشگری به‌طورمعمول هزینه‌های اقتصادی جامعه‌ی میزبان نظیر افزایش قیمت کالا و خدمات، افزایش کاذب قیمت زمین، افزایش هزینه زندگی، برگشت کم سرمایه، فصلی بودن فرصت‌های شغلی، جابجایی در اشتغال افراد بومی و منسوخ شدن برخی فعالیت‌های مرسوم مانند کشاورزی و ماهیگیری در نواحی روستایی را موجب می‌شود (کیانی، ۱۳۹۳ :۳۹). سازمان جهانی گردشگری پنج محور عمده را برای اندازه‌گیری آثار اقتصادی استاندارد پیشنهاد می‌کند: ۱ - افزایش درآمد عمومی و دولتی؛ ۲ -ارز خارجی حاصل از گردشگری بین‌المللی؛ ۳ -اشتغال محلی ایجاد شده (شامل اشتغال مستقیم و غیرمستقیم)؛ ۴ -ضریب تکاثری(این موضوع به تأثیری که یک منبع خارجی درآمد بر اقتصاد دارد) و ۵ -کمک به درآمدهای دولتی اشاره می‌کند (حیدری، ۱۳۹۰: 77- 79).

ارزیابی اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری

از دیدگاه باتلر تغییرات اجتماعی حاصل از گردشگری، متأثر از دودسته عوامل مرتبط با گردشگران و ناحیه مقصد است: عوامل مرتبط با گردشگران شامل: تعداد بازدیدکنندگان، طول مدت اقامت بازدیدکنندگان، ویژگی‌های قومی بازدیدکنندگان، ویژگی‌های اقتصادی بازدیدکنندگان و فعالیت‌های بازدیدکنندگان. عوامل مرتبط با ناحیه مقصد شامل: وضعیت اقتصادی ناحیه، میزان مشارکت اجتماعی در گردشگری، ویژگی‌های فضایی توسعه گردشگری، میزان پایداری فرهنگ محلی و سایر ویژگی‌ها (Embacher, 2005: 137).

یکی از روش‌های سنجش نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری تئوری مبادله اجتماعی است، بر اساس تئوری مبادله اجتماعی مردم همیشه می‌خواهند تا ارزش نتیجه تبادلشان با دیگران را به حداکثر برسانند. به‌عبارت‌دیگر افراد در پی کسب حداکثر منفعت در فرآیند تبادل با سایر افرادند. این تئوری می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای تشریح و تفسیر تصورات و نگرش‌های ساکنان محلی در مورد توسعه آتی گردشگری مورد استفاده قرار گیرد. بنابراین کسانی که تصور منفی نسبت به توسعه گردشگری در محلشان دارند از کسانی که تصور مثبت دارند، واکنش‌های متفاوتی نشان می‌دهند. در راستای این امر، توسعه گردشگری با هدف کسب منافع اقتصادی، همواره مورد حمایت ساکنان بوده است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]

[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

ارزیابی اثرات زیست‌محیطی گردشگری

توسعه گردشگری در فضاهای جغرافیایی علاوه بر آثار اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی آثار زیست‌محیطی نیز دارد. این آثار در صورت عدم پیگیری راهبردها، استانداردها و ارزیابی‌های مشخص و روشن در زمینه توسعه گردشگری دارای جنبه‌های بسیاری در ابعاد محیط انسانی و طبیعی است (پاپلی و سقایی، ۱۳۹۳: ۱۰۱ -۱۰۲). از روش‌های ارزیابی اثرات زیست‌محیطی گردشگری می‌توان به ظرفیت تحمل مقصد اشاره نمود. مفهوم ظرفیت تحمل مقصد گردشگری بر این فرض استوار است که دیر یا زود مقصد به نقطه اشباع خواهد رسید که ازآن‌پس، کیفیت منابع رو به افول خواهد رفت. به‌طورکلی ظرفیت تحمل مقصد عبارت است از تعداد بازدیدکنندگانی که می‌توانند در یک مقصد حضور داشته باشند قبل از اینکه اثرات منفی آن‌ها برطرف شود. ظرفیت تحمل دارای ابعاد محیطی، اجتماعی است که از پنج عنصر: آسیب، تخریب، ازدحام محیط‌زیست و بر روی نگرش روانشناختانه گردشگران یا بر روی پذیرش جامعه میزبان نمایان بیش‌ازحد، سیمای عمومی و واکنش تشکیل می‌گردد. از دیگر روش‌ها می‌توان به محدوده تغییرات قابل‌قبول اشاره نمود. مدل تغییرات قابل‌قبول فرآیندی مستمر است که مشارکت عمومی را در شکل تعاملی فرامی‌خواند و اهمیت این موضوع تا حدی است که بدون درک و حمایت عمومی، پروسه ناموفق خواهد ماند. در این روش تعریف و تعیین شرایط مطلوب یک ناحیه و تدوین استراتژی‌های مدیریتی شامل یک فرآیند ۹ مرحله‌ای است: ۱- شناخت موضوع و مسائل ناحیه؛ ۲-تعریف و تشریح کلاس‌های فرصت منطقه بندی؛ ۳- انتخاب شاخص‌های منابع و شرایط اجتماعی؛ ۴-گزارش‌گیری از منابع و شرایط اجتماعی؛ ۵-تعریف استانداردهایی برای شاخص‌های منابع اجتماعی؛ ۶-تعیین سهمیه کلاس فرصت آلترناتیو؛ ۷- تعیین اقدامات مدیریت برای هر آلترناتیو؛ ۸-ارزیابی و انتخاب آلترناتیو و ۹-اجاری اقدامات و پایش شرایط (قدمی و همکاران، ۱۳۹۳:۱۳۵).

جوامع محلی و گردشگری

واحدهای اجتماعی که با منابع طبیعی و قلمرو مشخص خود دارای وابستگی منسجم و تاریخی هستند، اقشار سنتی و جوامع محلی می‌باشند (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۵۶ -۵۷). باور اساسی این است که جوامع محلی هسته مرکزی مقاصد توریستی هستند و جوامع سالم و موفق، معیاری برای سنجش موفقیت صنعت گردشگری به شمار می‌روند (فاضل نیا و هدایتی، ۱۳۸۹: ۱۴۶). مشارکت مؤثر مردم محلی در فعالیت‌های توریستی نقش بسیار مهمی دارد (رضوانی، ۱۳۸۰: ۱۲۰). بنابراین، لازم است فرصتی فراهم گردد تا در فرآیند برنامه‌ریزی و تعیین اشکال توسعه آتی گردشگری منطقه شرکت کنند و دیدگاه خود را در مورد نحوه توزیع منافع حاصل ونوع جامعه ای که درآینده می‌خواهند درآن زندگی کنند، اظهارنمایند (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۹۰: ۱۰۹).

برنامه‌ریزی گردشگری

پیرامون برنامه‌ریزی گردشگری در شهرها قبل از هرگونه برنامه‌ریزی، ضروری است که سیاست‌گذاری‌های گردشگری شهری، در راستای سیاست‌های منطقه‌ای و ملی کشور تدوین شوند. این سیاست‌گذاری‌ها رهنمون کلی بخش دولتی در مورد دلایل توسعه گردشگری و نحوه سرمایه‌گذاری بخشی برای برنامه‌ریزی گردشگری است. سیاست‌گذاری در سطح شهرها، می‌توان توسط مدیران شهری و مشارکت مردم محلی، با تأکید بر ارزش‌های مذهبی و موازین توسعه پایدار تدوین گردد (بوچانی، ۱۳۸۳: ۴۷). توسعه این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل بین‌المللی و ملی و گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه ریزان و قانون‌گذاران را در برمی‌گیرد (Sharpley & Tefler, ۲۰۰۸: ۸۰). در کشور ما فقدان مدیریت متمرکز برای گذاری سیاست‌های عمده، برنامه‌ریزی، بازاریابی، کنترل و ارزشیابی در سطح کلان،

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

نامشخص بودن حدودوثغور بخش‌های عمومی، خصوصی و نهادهای کشور در گردشگری، و مداخلات افراد متفرقه در مسائل گردشگری اعم از افراد عادی یا وابسته به نهادهای گوناگون که در این زمینه مسئولیت ندارند، مشکلات و دشواری‌های سازمان گردشگری است (وارثی، ۱۳۷۴: ۲۱۵).

تاکنون در زمینه نقش گردشگری در توسعه روستایی و تقویت آن در سطوح مختلف جغرافیایی، مطالعات متعددی با نگرش‌های مختلف انجام‌گرفته است که در ذیل به مواردی از تحقیقات و مطالعات انجام شده، اشاره می‌شود:

کردوانی و همکاران (۱۳۸۳) صنعت گلابگیری و اهمیت آن در بخش قمصر را مورد مطالعه قرار داده و بیان کرده‌اند، اولین قدم برای شروع فعالیت‌های اقتصادی و تحول در روند توسعه منطقه آن هم بدون نیاز به هیچگونه سرمایه‌گذاری و متکی بر استعدادها و پتانسیل‌های محلی که خود نمونه بارز یک توسعه ذاتی و پایدار است؛ تنها توسعه صنعت گل و گلاب‌گیری است. تولایی و همکاران (۱۳۸۷) به ارزیابی آثار دموگرافیک و فرهنگی گردشگری در سرعین اردبیل پرداخته و با استفاده از تحلیله-ای استنباطی بیان نموده‌اند گردشگری در سرعین منجر به رنگ باختن برخی ویژگی‌های فرهنگ بومی در حوزه زبان بومی، پوشش، آداب و رسوم سنتی و به موازات آن ارتقاء نحوه آداب و اصول معاشرت، بالا رفتن سطح آگاهی اجتماعی و افزایش روحیه احترام به دیگران شده است. ابراهیم فینی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان بررسی مناطق مستعد گردشگری طبیعی کاشان، با استفاده از نرم‌افزار GIS و مدل اکولوژیکی مخدوم اقدام به شناسایی مناطق مستعد طبیعت‌گردی نموده و در نتیجه مناطق شمال‌شرقی و شمال‌غربی شهرستان را مستعد طبیعت‌گردی اعلام نموده است. فلاح تبار (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان گردشگری به‌ویژه گردشگری دینی و زیارتی مهم‌ترین قطب توسعه پایدار (مطالعه موردی شهر کاشان) از روش توصیفی بهره برده و بیان کرده است، شهر کاشان با جاذبه‌های گردشگری گوناگون، میراث فرهنگی گران بهایی را با خود عجین دارد که در بسیاری از شهرهای ایران و جهان نظیر آن به چشم نمی‌خورد و از جهت گردشگری به‌ویژه گردشگری دینی و زیارتی، به‌عنوان یک قطب گردشگری، قادر است گردشگران زیادی را از ایران و سراسر گیتی به خود جذب کند. جمعه پور و همکاران (۱۳۹۱) در ارزیابی راهبردی توان‌های اکوتوریستی و ظرفیت برد گردشگری کویر مرنجاب کاشان با استفاده از روش دلفی اقدام به شناسایی معیارهای مؤثر در توانمندی‌های اکوتوریستی منطقه نموده و نتایج آن را با استفاده از نرمافزار GIS نمایش داده است. نتایج بررسی نیکبین و همکاران (۱۳۹۱) در سنجش پایداری اجتماعی فرهنگی توسعه گردشگری جزیره کیش دلالت بر تبلورنیافتگی پایداری اجتماعی فرهنگی در توسعه گردشگری جزیره کیش دارد. هاشمی و همکاران (۱۳۹۲) اقدام به برنامهریزی استراتژیک توسعه گردشگری کاشان نمودهاند. روش به کار رفته بر اساس مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و مدل برنامهریزی استراتژیک QSPM است. امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۲) به منظور سنجش اثرات فرهنگی گردشگری از دیدگاه دانشجویان پژوهشی را به انجام رسانیده‌اند. نتایج حاصل از کاربرد مدل تحلیل عاملی گویای این مطلب است که گردشگری فرهنگی و مذهبی دانشجویان میتواند با تأثیر بر الگوهای رفتاری، دینداری، و تجربه‌های کسب شده دانشجویان بر میزان سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی داشته باشد. فنی و همکاران (۱۳۹۳) تأثیرات گردشگری بر توسعه پایدار شهری از دیدگاه شهروندان قشم را مورد بررسی قرار دادهاند. نتایج حاصل از کاربرد آزمون کای اسکوئر حاکی از آن است توسعه گردشگری از لحاظ اجتماعی اثرات مثبتی به دنبال داشته ولی در خصوص اثرات زیست‌محیطی و اقتصادی پیامدهای مثبت و منفی به همراه داشته است. لازم به ذکر است در مورد بررسی و مدلسازی اثرات جشنواره گلابگیری تاکنون پژوهشی صورت نگرفته که خود دلیلی بر ضرورت انجام پژوهش حاضر است. در پژوهشی دیگر، محمدی و همکاران (۱۳۹۸) با بررسی گردشگران رویدادهای گردشگری رامسر دریافتند عواملی همچون اصالت رویداد، تجربه به یاد ماندنی از رویداد، رضایت از رویداد، اعتماد به رویداد و تصویر رویداد نقش مهمی در وفاداری گردشگران به این رویدادها ایفا می‌کنند. شاطریان و همکاران (۱۳۹۷) با گردآوری داده از رویداد گلابگیری در دو منطقه قمصر و نیاسر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

نشان دادند که انگیزه خرید عرقیات گیاهی سالم و سنتی مرغوب تولید شده در این منطقه، با شهرت ملی و جهانی خود، بیشترین انگیزه کششی را برای گردشگران داشته و پس از آن، جشنواره گل وگلاب در حکم رویدادی فرهنگی، جایگاه دوم انگیزه کششی برای حضور گردشگران در این منطقه را به خود اختصاص داده است. فضلی و صمدی (۱۴۰۰)، عواملی همچون شهرت، اعتبار مقصد، تصویر ذهنی، امنیت محیطی، تبلیغات رسانه‌ای، تعاملات اقتصادی و رفتار جامعه محلی، رویدادهای ویژه، منابع تاریخی، دسترسی مناسب، کیفیت زیست‌محیطی، امکانات رفاهی، چشم انداز طبیعی و امکانات زیرساختی را بهعنوان فاکتورهای جذابیت یک رویداد گردشگری عنوان کردند.

این موضوع در مطالعات خارج از ایران نیز محور برخی از پژوهش‌ها بوده است. در پژوهشی که توسط سئوچاناک[1] (۲۰۲۲)، با هدف شناسایی انگیزه گردشگران جوان برای شرکت در جشنواره‌های غذا در مناطق روستایی در جمهوری صربستان انجام گرفت، یافته‌ها نشان داد که فرصت امتحان غذاهای جدید و متنوع و همچنین، لذت بردن از حال‌وهوای جشنواره، انگیزه اصلی گردشگران جوان برای حضور در جشنواره‌های غذا در مناطق روستایی جمهوری صربستان است. در پژوهشی دیگر که توسط جیاکون و گالواگنو[2](۲۰۲۱) با هدف تقسیم‌بندی شرکت‌کنندگان جشنواره مائورچینو[3] براساس انگیزه‌های ایشان در منطقه سیسیل[4]ایتالیا صورت پذیرفت، نتایج بیانگر وجود چهار عامل انگیزشی شامل تازگی، تجربه فرهنگ محلی، جذابیت جشنواره، اجتماعی شدن بوده است. در همین راستا و بر اساس انگیزه‌های به دست آمده، چهار خوشه متفاوت از شرکت‌کنندگان شامل فراریان، دوستداران جامعه‌پذیری، وفاداران، علاقه‌مندان به سنت‌های محلی شناسایی گردید. حس نوستالژی زندگی روستایی، استراحت با اقوام و دوستان، یادگیری روش‌های کشاورزی محلی، معاشرت با روستاییان، لذت بردن از طبیعت و کمک به جامعه از دیگر عواملی هستند که توسط لوگا و ماتورو[5](۲۰۲۰) در بررسی گردشگران بین‌المللی بازدیدکننده از روستاهای دامنه کوه کلیمانجارو تانزانیا شناسایی شدند. درعین حال، این گردشگران به چهار گروه تجربه‌جویان و یادگیرندگان اصالت، استراحت طلبان با دوستان و بستگان، بازدیدکنندگان از مزارع و طبیعت‌جویان و بخش‌های معمولی تقسیم گردیدند. همانگونه که اشاره شد، گردشگری رویداد به واسطه تنوعی که از جنبه‌های مختلف دارد، از زوایای متفاوتی نیز برای گردشگران جذابیت داشته و همین امر نشان دهنده نیاز به مطالعات بیشتر در این حوزه و تمرکز ویژه بر جشنواره‌های محلی است. شکل شماره ۱، مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد.

شکل۱. مدل مفهومی تحقیق

1- Seočanac, M
2- Giaccone, S., & Galvagno, M.
3- Festa del Mauricino
4- Cecile
5- Lwoga, N. B., & Maturo, E.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

۳) روش تحقیق

پژوهش حاضر براساس هدف، در زمرهٔ پژوهش‌های کاربردی قرار دارد و بر حسب روش‌تحقیق، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار ArcGIS استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق، ساکنان بخش آب پخش شهرستان دشتستان (۲۳۱۳۲ نفر) بوده است؛ تعداد ۳۹۱ نفر (بر اساس فرمول کوکران) به صورت تصادفی، به عنوان نمونه انتخاب شدند. پرسشنامه به صورت محقق ساخته بود، که ابتدا شاخص ها و سؤالات پرسشنامه بر اساس مطالعات کتابخانه ای و متناسب با محدوده پژوهش، احصاء و تدوین گردید و سپس در اختیار اساتید و کارشناسان متخصص، قرار داده شد و پس از بررسی و تأیید، پرسشنامه در قالب ۴۸ سؤال برای اجرای پژوهش انتخاب و روایی آن، به صورت صوری تأیید گردید؛ پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ، مورد کنترل و ارزیابی قرار گرفت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. با توجه به سطح سنجش متغیرها از آزمون‌های مناسب از جمله آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته بررسی شده است.

جدول ۱. آلفای کرونباخ محاسبه شده برای گویه های تحقیق

عامل	نماگر	آلفای کرونباخ
نگرش(رضایت مندی)	۵	۷۴,۱
کالبدی	۷	۸۱,۴
محیطی	۸	۸۶,۵
اقتصادی	۱۳	۸۸,۳
اجتماعی	۱۵	۸۷,۳
کل	۴۸	۹۴,۳

منبع: محاسبات نگارندگان

بخش آب‌پخش از توابع شهرستان دشتستان استان بوشهر می‌باشد. مرکز آن شهر آب‌پخش است. این بخش ۲ دهستان و ۱۲ روستا دارد.

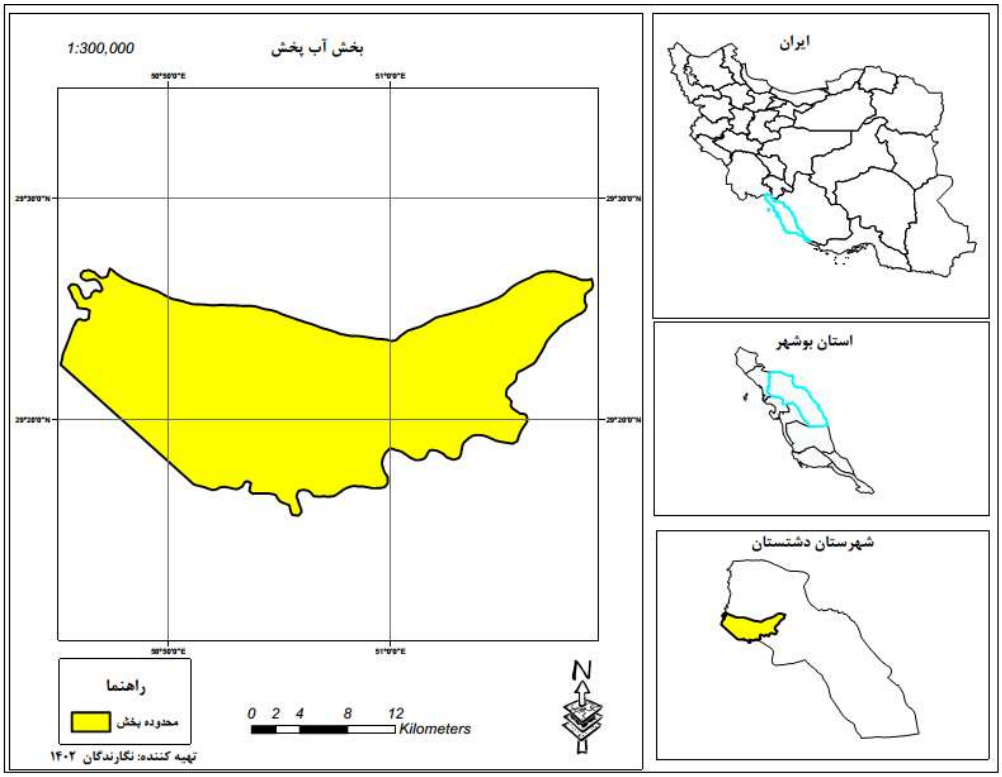
آب‌پخش در منطقه ای بیابانی و نیمه بیابانی (اقلیم نیمه‌خشک) قرار گرفته‌است. ارتفاع این منطقه قابل توجه نیست و هرچه از جهت شمال شرق و شرق به طرف غرب و جنوب غرب حرکت کنیم، از ارتفاع آن کاسته می‌شود. به دلیل کمی بارش، طولانی بودن دوره گرما، تبخیر زیاد، آب رودخانه، رایج بودن آبیاری غرقابی، و ضعیف بودن زهکشی؛ خاک این منطقه شور و بسیار قلیایی است. در بعضی مناطق وضع زهکشی خاک بهتر از دیگر نقاط است مانند مناطق مرتفع تر و نزدیک به رودخانه. در این مناطق شوری و قلیایی بودن خاک کم‌تر از دیگر نقاط است. در کنار رودخانه شاپور، آب دائماً نمک و شوری زمین را گرفته و از این مناطق به سمت دریا حمل می‌کند. وجود این رودخانه باعث غنی سازی آب زیرزمینی می‌شود و در بالا نگه داشتن سطح آب‌های زیرزمینی بسیار مؤثر است. منبع این رودخانه شمال شرقی شهرستان کازرون است که با ادغام با آب چشمه ساسان و رودخانه شکستیان به این منطقه سرازیر می‌شود. در ۵ کیلومتری این شهر و بر روی این رودخانه، سد شبانکاره ساخته شده‌است که برای آبیاری باغ‌ها و درختان نخل این شهر و منطقه مورد استفاده قرار می‌گیرد. رود شاپور و سد شبانکاره زیستگاه بسیار خوبی برای آبزیان و پرندگان مهاجر و غیر مهاجر در این محل است. مرز بین بخش آب‌پخش با بخش سعدآباد و بخش مرکزی دشتستان و بوشهر رودخانه می‌باشد که از جنوب این شهر آب پخش می‌گذرد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]

[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

جدول ۲. تقسیمات سیاسی بخش آب پخش

استان	شهرستان	بخش	دهستان	جمعیت دهستان
بوشهر	دشتستان	آب پخش	درواهی	۳۲۱۱
			دشتی اسماعیل خانی	۱۰۰۸



شکل ۲. نقشه موقعیت بخش آب پخش

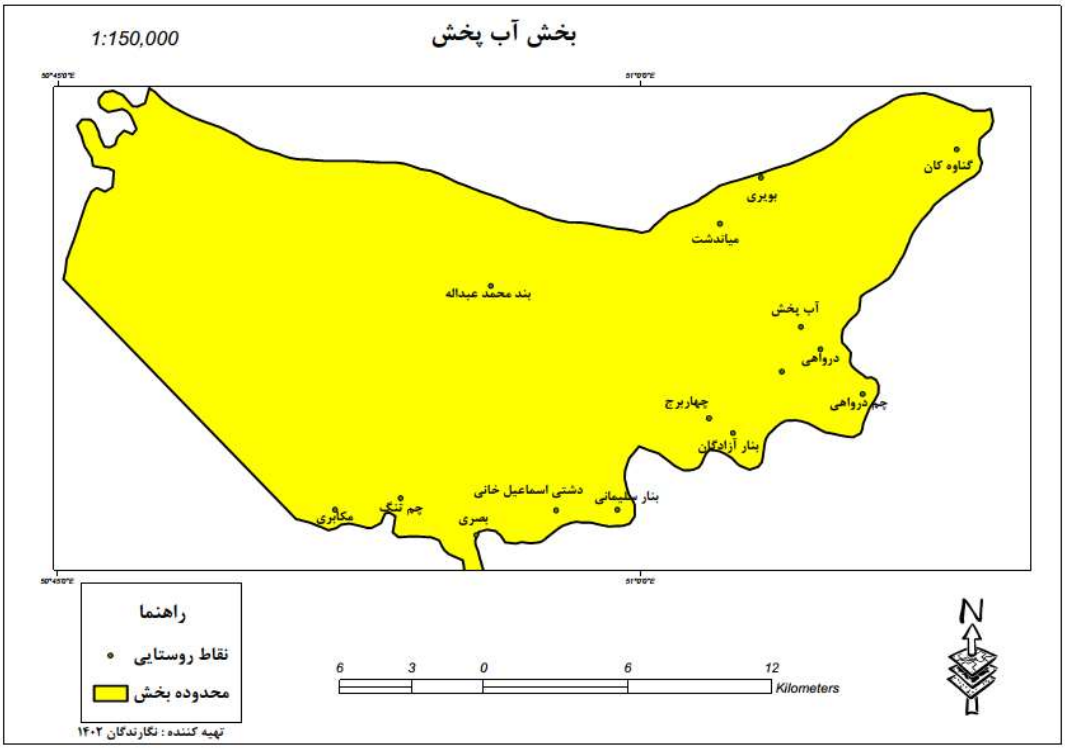
جامعه آماری در این تحقیق کلیه ساکنان روستاهای بخش آب پخش دشتستان می‌باشد. بخش آب‌پخش بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، ۲۳۱۳۲ نفر جمعیت داشته‌است.

جدول ۳. جمعیت در محدوده تحقیق

ر	روستا	خانوار	جمعیت	ر	روستا	خانوار	جمعیت
۱	درواهی	931	3211	۲	بصری	106	29
۳	چم درواهی	19	68	۴	بنارسلیمانی	137	46
۵	بنار آزادگان	163	616	۶	بند محمد عبداله	29	12
۷	میان دشت	333	1116	۸	چم تنگ	98	27
۹	گناوه کان	15	42	۱۰	خانی	546	155
۱۱	مشفق آباد	24	75	۱۲	مکابری	91	27
۱۳	چهار برج	377	1294	۱۴	دشتی اسماعیل خانی	297	1008

مآخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵، سالنامه آماری کشور

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]



شکل ۳. نقشه پراکندگی روستاهای بخش آب پخش

۴) یافته‌های تحقیق

غربالگری داده‌ها

برای بررسی مفروضه‌های آمار پارامتریک همان‌گونه که از قبل مشخص شد داده‌های پژوهش به‌صورت فاصله‌ای اندازه‌گیری شده است همچنین از روش نمونه‌گیری احتمالاتی برای انتخاب نمونه‌ها استفاده شده از طرف دیگر با توجه به یافته‌های جدول۴ می‌توان بیان نمود که ضرایب کشیدگی و چولگی متغیر پژوهش و ابعاد آن در محدوده ۲+و ۲- قرار دارد که نشان می‌دهد فرض نرمال بودن توزیع نیز رعایت شده است.

جدول ۴. تحلیل توصیفی مؤلفه‌های برپایی جشنواره خرما

آماره / ابعاد/شاخص	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی		کشیدگی	
					آماره	خطای استاندارد	آماره	خطای استاندارد
نگرش(رضایت مندی)	۱	5	3.96	.798	-.600	.123	.292	.246
کالبدی	۱	5	3.27	.876	-.143	.123	-.183	.246
محیطی	۱	5	3.18	.998	-.050	.123	-.474	.246
اقتصادی	۱	5	3.82	.778	-.427	.123	.481	.246
اجتماعی	۱	5	3.47	.800	.036	.123	.007	.246

منبع: محاسبات(spss) نگارندگان

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

تحلیل همبستگی مؤلفه‌ها

جدول ۵ ماتریس همبستگی مؤلفه‌های پژوهش را نشان می‌دهد با توجه به اینکه همه ضرایب میزان بالا و معنادار را نشان می‌دهد می‌توان فرض خطی بودن رابطه را هم مورد پذیرش قرارداد.

جدول ۵. ماتریس همبستگی مؤلفه‌های برپایی جشنواره خرما

	نگرش(رضایت مندی)	متغیرهای کالبدی	متغیرهای محیطی	متغیرهای اقتصادی	متغیرهای اجتماعی
متغیرهای نگرش(رضایت مندی)	1	.294**	.150**	.476**	.330**
متغیرهای کالبدی	.294**	1	.670**	.430**	.498**
متغیرهای محیطی	.150**	.670**	1	.443**	.492**
متغیرهای متغیرهای اقتصادی	.476**	.430**	.443**	1	.579**
متغیرهای اجتماعی	.330**	.498**	.492**	.579**	1
**ضریب همبستگی معنادار در سطح ۰/۰۱ (دو دامنه)					

منبع: محاسبات(spss) نگارندگان

تحلیل مؤلفه‌های پژوهش

به‌منظور بررسی و تحلیل مؤلفه‌های پژوهش از روش‌های آماری ضریب همبستگی و آزمون های پارامتریک استفاده شد. تحلیل‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای spss26 انجام و میزان سطح معناداری برای آزمون دو دامنه برابر با ۰/۰۵ در نظر گرفته شد.

جدول ۶. نتایج آزمون t شاخص‌های برپایی جشنواره خرما

آماره / متغیر	میانگین	خطای استاندارد میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان ۹۵٪	
						حد پایین	حد بالا
نگرش(رضایت‌مندی)	3.96	.040	98.152	390	۰/۰۱	3.88	4.04
کالبدی	3.27	.044	73.839	390	۰/۰۱	3.18	3.36
محیطی	3.18	.050	63.064	390	۰/۰۱	3.08	3.28
اقتصادی	3.82	.039	97.040	390	۰/۰۱	3.74	3.90
اجتماعی	3.47	.040	85.815	390	۰/۰۱	3.39	3.55

منبع: محاسبات(spss) نگارندگان

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، نتایج جدول ۷ میانگین محاسبه شده نمره آزمودنی‌ها در فاصله اطمینان ۹۵ درصدی آزمون t و در حد بالای آن قرار دارد؛ نتایج آزمون تی (در سطح $\alpha=.01$) شاخص‌ها و متغیرهای برپایی جشنواره خرما بخش آب پخش نشان داد که: ۱) متغیر نگرش(رضایت مندی) با ضریب (۹۸/۱۵۲)؛ ۲) متغیر کالبدی با ضریب

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

(۷۳/۸۳۹)؛ ۳) متغیر محیطی با ضریب (۶۳/۰۶۴)؛ ۴) متغیر اقتصادی با ضریب (۹۷/۰۴)؛ و ۵) متغیر اجتماعی با ضریب (۸۵/۸۱۵)، معنادار است. میانگین محاسبه شده نمره آزمودنی‌ها در فاصله اطمینان ۹۵ درصدی آزمون t و در حد بالای آن قرار دارد؛ و بیانگر آن است که، اثرات برپایی جشنواره خرما در این بخش در وضعیت مناسب قرار دارد و مثبت است.

تحلیل برپایی جشنواره خرما

نتیجه وضعیت شناسی برپایی جشنواره خرما بخش آب پخش نشان می‌دهد که میانگین محاسبه شده نمره آزمودنی‌ها در فاصله اطمینان ۹۵ درصدی آزمون t و در حد بالای آن قرار دارد.

جدول ۷. نتایج آزمون t شاخص‌های برپایی جشنواره خرما بخش آب پخش

آماره / متغیر	میانگین	خطای استاندارد میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان ۹۵٪	
						حد پایین	حد بالا
برپایی جشنواره خرما	3.50	.034	102.552	390	0.01	3.43	3.57

منبع: محاسبات(spss) نگارندگان

بنابراین برپایی جشنواره خرما در این بخش در وضعیت مناسب قرار دارد و مثبت است و این یافته در سطح(α=.۰۱) معنادار است.

به‌طورکلی از دیدگاه ساکنان بخش آب پخش، برپایی جشنواره خرما در این بخش بیشترین تاثیر را بر مقوله نگرش (رضایت‌مندی) مردم منطقه (۹۸/۱۵۲)؛ و سپس به ترتیب: ۱) شاخص اقتصادی (۹۷/۰۴)؛ ۲) شاخص اجتماعی با ضریب (۸۵/۸۱۵)؛ ۳) شاخص کالبدی (۷۳/۸۳۹) و ۴) متغیر محیطی (۶۳/۰۶۴)، داشته است.

۵) نتیجه‌گیری

طبق نتایج پژوهش مشخص گردید که برپایی جشنواره خرما در ابعاد مختلف توسعه در این بخش نقش موثری داشته و در اشتغال‌زایی خانواده‌ها و رفع بیکاری در منطقه مؤثر است؛ از طرفی نتایج نشان داد که با رونق جشنواره در منطقه معضلات و آسیب‌های اجتماعی کاهش و توسعه اجتماعی صورت می‌گیرد که به نظر می‌توان از نتایج این مطالعه در دیگر مناطق کشور استفاده نمود. خرما یک کالای مصرفی در بین ایرانیان بوده و کشت این محصول در استان بوشهر و بخصوص در این منطقه از قدیم بوده و این امر می‌تواند در قانع نمودن روستاییان جهت عدم مهاجرت به شهر مؤثر باشد، افزایش تولید محصول رابطه تنگاتنگی با ماندگاری دارد و هر چه میزان کاشت و برداشت بیشتر باشد اشتغال افزایش و جوانان تمایل بیشتری برای ماندگاری دارند. درمجموع می‌توان استنباط نمود که فرآوری خرمادر این بخش به دلیل برخورداری از ویژگی‌های مطلوب می‌تواند در توسعه و رونق روستاهای منطقه مؤثر باشد. این یافته‌ها موید این است که برنامه ریزی و مدیریت مؤلفه‌های توسعه روستایی یک فعالیت فرا بخشی است که رویکردی جامع نگر و به هماهنگی بخش‌های مختلف مرتبط نیاز دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده و نقش برپایی جشنواره خرما و محصولات مرتبط با آن در بهبود معیشت و کاهش بیکاری، ماندگاری جمعیت و توسعه اجتماعی و توسعه روستایی پیشنهاد می‌گردد که:

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]
[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

- بسته‌های تشویقی از قبیل خرید تضمینی محصول و شناسایی بازارهایی صادراتی خرما؛
- تخصیص بودجه و تسهیلات لازم جهت ایجاد و راه اندازی شیوه‌های آبیاری و روش‌های نوین کشاورزی جهت ارتقای میزان محصول تولیدی؛
- فراهم نمودن زمینه حضور مؤثر زنان در برپایی جشنواره ها، از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی؛
- شناسایی انواع فعالیت های اقتصادی انجام شده توسط زنان روستایی توسط مدیران محلی و تلاش برای ساماندهی آنان؛
- ایجاد و راه اندازی مرکز آموزشی و توانمندسازی در مناطق روستایی بخش آب پخش و استفاده از پتانسیلها و آگاهی آنان در توسعه روستایی؛ و
- ایجاد صنایع تبدیلی و فرآوری و بسته بندی محصولات تولیدی؛ از سوی مدیران در اولویت برنامه‌ها قرار گیرد.

۶) منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، عبدالله آقاسی‌زاده، (۱۳۹۰)، **تأثیر منطقه آزاد چابهار بر توسعه گردشگری حوزه نفوذ آن با بهره‌گیری از مدل رگرسیون و آزمون تی**، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۱، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- ابراهیمی فینی، فریبا، (۱۳۸۷)، **بررسی مناطق مستعد گردشگری طبیعی کاشان با استفاده از نرم‌افزار GI** ، مجله علمی پژوهشی گیاه وزیستبوم، شماره پانزدهم.
- افتخاری، رکن الدین، عبدالرضا، طاهرخانی، مهدی، سجاسی قیداری، حمدالله، (۱۳۸۸)، **تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی**، روستا و توسعه، سال۱۲، شماره۳ ، ص ۴۳-۷۲.
- اکبری، علی، قرخلو، مهدی، ۱۳۸۹، **اکوتوریسم مفهومی نو در جغرافیای گردشگری**، انتشارات انتخاب، تهران، چاپ اول.
- بوچانی، محمدحسین، (۱۳۸۳)، **گردشگری برنامه‌ای برای توسعه شهری بندر کیاشهر**، مجله شهرداری‌ها، شماره۶۷.
- پارسیان، علی، اعرابی، سید محمد، ۱۳۹۰، **جهانگردی در چشم‌اندازی جام**، ترجمه ویرایش. مؤلف: چا گی و ادواردو فایوسولا، چاپ هفتم، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- پاپلی یزدی، محمدحسن و سقایی، مهدی، ۱۳۸۵، **گردشگری (ماهیت و مفاهیم)**، انتشارات سمت، چاپ اول، چاپ نهم در سال ۱۳۹۳.
- حیدری، رحیم(۱۳۹۰)، **مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری**، انتشارت سمت، تهران.
- حیدری ساربان، وکیل، (۱۳۹۶)، **عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه مردم محلی(موردمطالعه: دهستان سردابه شهرستان اردبیل)**، گردشگری و توسعه.
- رضوانی، علی اصغر ،۱۳۸۹، **جغرافیا و صنعت توریسم**، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران، چاپ هشتم.
- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، **توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار**، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم، تهران.
- رضوانی، محمدرضا، رمضان زاده لسبویی، مهدی، محمدپورجابری، مرتضی، (۱۳۸۹)، **تحلیل اثرات اقتصادی- اجتماعی نواحی صنعتی در توسعه نواحی روستایی(مورد: ناحیه صنعتی سلیمانآباد تنکابن)**، فصلنامه جغرافیا و توسعه، سال ۸، شماره ۱۸.
- رضوانی، محمدرضا، اکبریان رونیزی، سیدرضا، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، بدری، سیدعلی، (۱۳۹۰)، **تبیین شاخص‌های محک پایدار در ارزیابی آثار الگوهای گردشگری در نواحی روستایی پیرامون کلانشهرها (روستاهای پیرامون کلانشهر تهران)**، پژوهشهای جغرافیای انسانی، شماره ۱۵، تهران، ص۹۴ -۶۹.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، (۱۳۸۹)، **فرآیند بومی سازی شاخص های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران**، پژوهش‌های روستایی، سال۱، شماره۴، صص۲۰-۱.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]

[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

- شاطریان، محسن، کیانی سلمی، صدیقه، شیخزاده، فاطمه، (۱۳۹۷)، **بررسی عوامل اثرگذار بر انگیزه گردشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری و اثر آن بر وفاداری گردشگران (نمونه موردی: جشنواره گل‌وگلاب قمصر و نیاسر)**، گردشگری و توسعه، سال ۷، شماره ۱۷، ۱۳۵-۱۵۵.
- فرهودی، رحمتالله، شورچه، محمود، صبوری، حسین، (۱۳۸۹)، **برآورد اثر تغییرات فصلی بر درآمد گردشگری معبد آناهیتا با تحلیل رگرسیونی**، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره هشتم، شماره ۱۷.
- فضلی، صفر، صمدی، محمود، (۱۴۰۰)، **تبیین عوامل مؤثر بر جذابیت مقاصد گردشگری شهری (مطالعه موردی: کلانشهر تهران)**، نشریه گردشگری شهری، سال ۸، شماره ۲، ۱۱۱-۹۷.
- فنی، زهره، علی زاده طولی، محمد، زحمتکش، زینب، (۱۳۹۳) **تأثیرات گردشگری بر توسعه پایدار شهری، از نظر ساکنان(مطالعه موردی: قشم)**، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۹، شماره۲۸، ص ۷۴-۳۹.
- قربانی، رسول، زادولی، فاطمه، زاد ولی خواجه، شاهرخ، (۱۳۹۳)، **ارزیابی اثرات منفی توسعه گردشگری بر روستاهای جاذب گردشگر(نمونه موردی: روستای کندوان شهرستان اسکو)**، فصلنامه برنامهریزی منطقه ای، سال چهارم، شماره۱۵،صص ۱۱۸-۱۰۳.
- قدمی، مصطفی، غلامیان بایی، محمد، ۱۳۹۳، **اثرات گردشگری، پیامدها، چارچوب ها و سیاست ها**، چاپ اول،انتشارت مهکامه.
- کاظمی، مهدی، ۱۳۸۹، **مدیریت گردشگری**، انتشارات سمت، تهران، چاپ چهارم.
- کردوانی، پرویز، غفار، امیرحسین، (۱۳۸۳)، **صنعت گلاب گیری و اهمیت آن در بخش قمصر**، پژوهش های جغرافیایی، شماره۴۷، ص۱۰۹-۹۵.
- کیانی، مریم، (۱۳۹۳)، **بررسی تصویر ذهنی ساکنان محلی بر توسعه ی گردشگری**، پایان نامه کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان.
- محمدی، مصطفی، میرتقیان رودسری، سید محمد، ناسوتی، مهشید، (۱۳۹۸)، **ارزیابی عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگران رویدادهای بومی- فرهنگی در مقصد گردشگری رامسر**، گردشگری شهری، سال ۶، شماره ۴، ۱۷-۳۱.
- میرزائی، روزبه، نصیری، حکیمه، میرا، سیدابوالقاسم، (۱۳۹۴)، **از انگیزه‌های گردشگران اروپایی تا انتخاب مقصد (مورد مطالعه: ایران)**. مدیریت بازرگانی، ۷(۴)، ۹۲۱- ۹۴۰.
- میسون، پیتر، ۱۳۸۷، **گردشگری، اثرات، برنامه ریزی و مدیریت**، مترجم: روزبه میرزایی و پونه ترابیان، انتشارات ترمه، تهران.
- وارثی، حمیدرضا، (۱۳۷۴)، **بررسی وضعیت توریسم در اصفهان**، مجله سپهر، تهران، دوره پنجم، شماره ۱۸.
- Buaban, M., Pengrungruangwong, R., Neamsombut, J., Wunla, W., & Pratum, T., (2019), **Event marketing as an appropriately integrated marketing communication for promoting tourism of Ko Lad E-Tan**, Nakhon Pathom Province, Thailand. Interdisciplinary Research Review, 14(6), 36-42.
- Eagles, P. F. J., McCool, S.F., & Haynes., C. D., (2002), **sustainable tourism in protect area: guidelines for planning & management**, best practice protected area guidelines series No.8, word commission on protected area.
- Embacher, H., D.Hall, L. Robert., (2003), **strategy formulation in rural tourism an integrated approach**, new direction, In rural tourism, pp 137-151.
- Fang, W. T., (2020), **Tourism in emerging economies**. Springer Singapore.
- Getz, D., & Page, S. J., (2016), **Progress and prospects for event tourism research**. Tourism management, 52, 593-631.
- Giaccone, S., & Galvagno, M., (2021), **Small-scale cultural festivals in Southern Europe: A motivation-based segmentation study**. European Journal of Tourism Research, 29, 2902-2926.
- Gracan, D. Zadel, Z. and Birin, N.(2010) **Camping tourism With the purpose of Lengthening the tourism in Croatian tourism**. Tourism & Hospitality, 106- 119.
- Kuan Yew, Lee., (2013), **Long-Term Land Use Planning In Singapore School of Public Policy at the National University of Singapore**.
- Lee, T. H., (2013), I**nfluence analysis of community resident support for sustainable tourism development**, Tourism Management, 34, 37- 46.
- Lwoga, N. B., & Maturo, E., (2020), **Motivation-based segmentation of rural tourism market in African villages**. Development Southern Africa, 37(5), 773-790.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]

[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]

- Seočanac, M., (2022), **Understnding the Youth Tourists' Motivation to Attend Rural Gastronomic Festivals in the Republic of Serbia**. Economics of Agriculture, 69(2), 455–467.
- Sharpley, R. & David, J. T. (2008). **Tourism and development in the deeloping world**. Landon and New York: Rutledge.
- Tefler, D & Sharply, R., (2008), **Tourism and Development in developing world**, rout ledge publication. 80.
- Tkaczynski, A., & Rundle-Thiele, S., (2020), **Event market segmentation: a review update and research agenda**. Event Management, 24(2-3), 277- 295.
- Valeriu and Mauela, Elena., (2007), **Cultural Tourism and Sustainable Development**, Romanian Journal of Economic Forecasting, France.
- Zakaria, H. B. M., (2021), **Consuming Behavior of Foreign Visitors In a Nature-Based**. Safety, 3(1), 694.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2025-12-24]

[DOI: 10.61186/serd.12.46.149]