

ارزیابی اثرات اقتصاد گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان در تفرجگاه بند ارومیه

سیدحسن مطیعی‌لنگرودی^{*}، استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران
مریم رضائیه‌آزادی، کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۳/۲

پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۶/۴

چکیده

یکی از مهم‌ترین دلایل توجه دولت‌ها و برنامه‌ریزان به گردشگری، پیامدهای اقتصادی آن برای منطقه می‌باشد. به طوری که امروزه گردشگری عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. با توجه به مشکلات اقتصادی روستاییان و گسترش روز افزون مهاجرت‌های روستایی و افول فعالیت‌های کشاورزی در نواحی روستایی، نیاز روز افزون به فعالیت‌های جایگزین و در عین حال مکمل برای کشاورزی، در نواحی روستایی احساس می‌شود. تا به منظور توسعه پایدار روستایی، امکان بهره‌مندی روستاییان از "معیشت پایدار" فراهم آید، که این خود بهبود کیفیت زندگی و "رضایتمندی روستایی" را به همراه دارد. تفرجگاه بند یکی از مناطق گردشگری در پیرامون شهر ارومیه است، که با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی و بهرهمندی از توان‌های زیاد در حوزه طبیعت‌گردی و نزدیکی به شهر ارومیه (۴ کیلومتری)، همواره گردشگران زیادی را به خود جذب کرده است. با وجود چنین موقعیتی، به دلیل عدم شناخت دقیق و علمی از توان‌ها و قابلیت‌های موجود، تاکنون از این توان‌ها در راستای هدایت فرآیندهای طبیعی، اجتماعی و اقتصادی برای توسعه پایدار اقتصاد گردشگری منطقه بهره‌گیری نشده است. گردشگری اثرات و پیامدهای مختلفی بر اقتصاد منطقه مورد مطالعه در طی چند سال گذشته در پی داشته است. این پژوهش به دنبال بررسی اثرات گردشگری از دیدگاه ساکنین محلی می‌باشد. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این تحقیق، ساکنین محلی روستاهای بند ارومیه می‌باشند، برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران استفاده شده است. تعداد ۳۰۰ نفر سرپرست خانوار به عنوان حجم نمونه انتخاب شده و مورد پرسشگری قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌ها، از آزمون ناپارامتری (کای اسکور) و آزمون T-test بهره گرفته شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، که گردشگری اثرات مثبتی همچون ایجاد اشتغال برای جوانان و افزایش درآمد برای ساکنین محلی و اثرات منفی مانند افزایش قیمت زمین برای ساکنین محلی به دنبال داشته است.

کلمات کلیدی: اقتصاد گردشگری، توسعه اقتصادی، توسعه روستایی، تفرجگاه بند ارومیه.

(۱) مقدمه

یکی از مهم‌ترین دلایل توجه دولت‌ها و برنامه‌ریزان به گردشگری، پیامدهای اقتصادی آن برای منطقه می‌باشد. گردشگری از طریق تأثیر بر درآمد ملی، اشتغال، تغییر قیمت‌ها و تراز بازرگانی ملی، اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رضوانی، ۱۳۷۹: ۴۵). بسیاری از کشورها، گردشگری را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند. اگر چه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت است، ولی گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. امروزه گردشگری به عنوان کاتالیزور کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی توسعه نیافته یاد شده است، به طوری که طی سال‌های اخیر در سراسر اروپا برای رفع چالش‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی مختلف، گردشگری در کانون توجه قرار گرفته است (Sharply, 2002: 233). گردشگری موجب تحرک اقتصادی در نواحی حاشیه‌ای و پیشرفت توسعه از طریق ایجاد شغل و درآمد برای آن‌ها می‌گردد (Liu & Wall, 2006: 159). گردشگری روستایی جزئی از فعالیت عظیم گردشگری است که امروزه طرفداران زیادی دارد. بر اساس تعریف شوینسبرگ به نقل از دیپارتمان ملی گردشگری استرالیا، گردشگری روستایی فعالیتی چند بعدی است، که در محیط‌های خارج از نواحی شهری رخ می‌دهد و به بازدید از پدیده‌هایی که ماهیت زندگی در حومه‌ها را به نمایش می‌گذارند، مربوط می‌شود (Schweinsberg, 2009: 2). توسعه گردشگری روستایی می‌تواند، نقش مهمی در رفع فقر، اشتغال زایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی قلمداد شود (Sebele, 2010: 143). گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و یکی از راهکارهای لازم برای رسیدن به اهداف توسعه روستایی می‌باشد، اما دستیابی به آن نیازمند ایجاد بسترهای زیرساختی و فرهنگی کارآمد است (مطیعی‌لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱: ۲۰). گردشگری یکی از سریع‌ترین راه‌های بازگشت سرمایه است و بالاترین ضریب انباشت سرمایه را دارد و از ضریب تکاثری بالا نسبت به سایر فعالیت‌ها برخوردار می‌باشد (مطیعی‌لنگرودی و نصرتی، ۱۳۹۰: ۳۵۷). امروزه بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و سطح درآمد و اشتغال در فعالیت‌های

کشاورزی سنتی، به ویژه درآمد سرانه روستاییان کمتر از میزان متوسط درآمد سرانه کشور، کاهش یافته است. از سوی دیگر افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و افراد دارای تحصیلات بالاتر، از اجتماعات روستایی، بافت و ساختار نواحی روستایی را به مخاطره انداخته است (بدری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴). با توجه به مشکلات اقتصادی روستاییان و گسترش روز افزون مهاجرت های روستایی، و افول فعالیت های کشاورزی در نواحی روستایی، نیاز روز افزون به فعالیت های جایگزین و در عین حال مکمل برای کشاورزی، در نواحی روستایی احساس می شود، تا به منظور توسعه پایدار روستایی، امکان بهره مندی روستاییان از "معیشت پایدار" فراهم آید، که این خود بهبود "کیفیت زندگی" و "رضایتمندی روستایی" را به همراه دارد. با توجه به این عوامل، پویایی اقتصاد روستایی از طریق فعالیت های مربوط به تمامی بخش های اقتصادی، امری الزامی است (مطیعی لنگرودی، ۱۳۸۲: ۸۱). گردشگری در نواحی روستایی، محرکی برای افزایش تولیدات جامعه روستایی است، و سبب ایجاد فرصت های شغلی جدید برای روستاییان به ویژه برای جوانان می شود، همچنین موجب پیشگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها و حفظ توان تولیدی روستاها می شود. مجموعه تأثیرات یاد شده، موجب توسعه اقتصادی روستا، که پایه توسعه پایدار روستا می گردد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۷)، و منافع اقتصادی به دست آمده از گردشگری، عادلانه بین افراد جامعه تقسیم می گردد. به عبارت دیگر، اقتصاد پایدار گردشگری، بر وجود درآمد منطقی و متعادل شاغلان، ثبات قیمت کالا و کیفیت فرصت های شغلی در جامعه تاکید دارد (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۳). با توجه به مطالب فوق و اهمیت گردشگری در تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان و توسعه اقتصاد گردشگری پایدار در نواحی روستایی، پاسخی مناسب و عنصر اساسی جهت فقرزدایی و کاهش مهاجرت ها، و ایجاد فرصت های شغلی در مناطق روستایی است و یکی از روش ها حل مشکلات اقتصادی در این نواحی محسوب می شود. یکی از مهم ترین عوامل موفقیت طرح های توسعه گردشگری در نواحی روستایی حمایت و موافقت جامعه محلی از این طرح ها می باشد. مطالعات حاکی از آن است، که در جوامع محلی کوچک و روستایی، بهبود وضعیت اقتصادی مهم ترین دلیل نگرش مثبت و رضایتمندی ساکنین محلی می -

باشد (Jackson & Inbakaran, 2006: 356)، محققین متغیرهای دیگری را نیز در نگرش ساکنین محلی شناسایی کرده‌اند، برخی از مهم‌ترین متغیرها در این زمینه عبارتند از: منفعت شخصی، وابستگی به جامعه محلی یا طول مدت سکونت، اطلاعات یا دانش درباره گردشگری، اعتماد یا دلگرمی شخصی نسبت به گردشگری و سطح مشارکت در فعالیت‌های تفریحی، فصلی بودن و میزان برخورد ساکنین با گردشگران (Gursoy & Rutherford, 2004: 496)، وضعیت اقتصادی منطقه گردشگری (Johnson et al, 1994: 629)، یکپارچگی و انسجام اجتماعی جامعه محلی (McCool and Martin, 1994: 29)، نزدیکی به کانون‌های گردشگری (Morphy, 1983: 8)، مدت زمان برقراری جریان‌ات گردشگری یا سطح بلوغ گردشگری در حوزه، شدت تراکم گردشگر در حوزه و مرحله توسعه گردشگری (Belise & hoy, 1980: 83)، شدت استفاده از منابع پایه و سطح علاقمندی میزبان (Gursoy et al, 2002: 104) و سن، زبان، جنس، تحصیلات، ارتباط شغلی با گردشگری، روابط شخصی و محلی می‌باشد (Wang, 2006: 415). تفرجگاه بند یکی از مناطق گردشگری در پیرامون شهر ارومیه است، که با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی و بهره‌مندی از توان‌های زیاد در حوزه طبیعت‌گردی و نزدیکی به شهر ارومیه (۴ کیلومتری)، همواره گردشگران زیادی را به خود جذب کرده است. وجود باغ‌های میوه و کوه‌های بلند در اطراف، رودخانه و سد شهرچای در بالا دست روستای بند و کوه سیر و کلیسای سیر، آداب و رسوم محلی، از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی این منطقه است. با وجود چنین موقعیتی، به دلیل عدم شناخت دقیق و علمی از توان‌ها، قابلیت‌های موجود، تاکنون از این توان‌ها در راستای هدایت فرآیندهای طبیعی، اجتماعی و اقتصادی برای توسعه پایدار گردشگری منطقه بهره‌گیری نشده است. نبود امکانات و زیرساخت‌های لازم برای گردشگری و عدم برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و مدیریت در این منطقه، باعث شده گردشگری سود اقتصادی چندانی برای مردم محلی نداشته و این فعالیت به جز ایجاد شلوغی و آلودگی زیست‌محیطی و آلودگی صوتی سود چندانی نداشته است. در حالی که امروزه گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار توسعه اقتصادی نواحی روستایی مورد توجه می‌باشد، به دلیل خودجوش بودن گردشگری عدم برنامه‌ریزی صحیح، این فعالیت در منطقه مورد مطالعه موقعیت مناسبی را برای مردم محلی فراهم نکرده،

و سود اقتصادی چندانی برای ساکنین محلی نداشته است. با توجه به مسائل مطرح شده، اکنون این سوال ها مطرح می شود که:

- گردشگری در تفرجگاه بند چه اثرات اقتصادی برای جامعه محلی در پی داشته است؟
- آیا جامعه میزبان از نتایج گردشگری در منطقه رضایت دارند؟

۲) مبانی نظری

پژوهشگران زیادی در زمینه نگرش و ارزیابی جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری تحقیق کرده اند که عمده ترین موضوعات مورد بحث آن ها، کارایی اقتصادی توسعه گردشگری و هزینه ها و مزیت های این فعالیت برای جامعه محلی است (Hernandez et al, 1996). اساسا برای استفاده از توان های محیطی در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد، به عبارت دیگر افزایش توسعه اقتصادی باید همراه با افزایش نقش مشارکتی و نظارتی ساکنین محلی همراه باشد. در صورتی می توان از پتانسیل حمایت جامعه محلی بهره برد که، نگرش آنان به گردشگری و گردشگران مثبت باشد (وئوقی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۶). مطالعات حاکی از آن است که در جوامع کوچک و روستایی، بهبود وضعیت اقتصادی مهم ترین دلیل نگرش مثبت و رضایتمندی ساکنین محلی نسبت به گردشگری است (Jackson & Inbakaran, 2006: 356). بلیسل و هوی (۱۹۸۰) در پژوهشی تحت عنوان تاثیر گردشگری بر ساکنین محلی در نواحی روستایی بریتش کلمبیا به این نتیجه رسیده اند که ۸۴ درصد ساکنان، گردشگری را عامل ایجاد اشتغال در ناحیه می دانند. کوکیور (۱۹۹۶) در مطالعاتی که در بالی انجام داده به این نتیجه رسیده است که گردشگری منبع عمده ایجاد فرصت های شغلی است، به طوری که توانسته نیروی انسانی زیادی را از سراسر منطقه جلب کند، چرا که فعالیت و اشتغال در بخش گردشگری در قیاس با دیگر بخش های اقتصاد سنتی همچون کشاورزی، توانسته است، دستمزدهای بالاتری برای افراد به وجود آورد (بدری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۷). در مقابل بعضی از محققین معتقدند، که گردشگری معمولا اثرات منفی اقتصادی جامعه میزبان را باعث می شود، مانند توسان که در تحقیقی که در ترکیه انجام داده مشخص شده است که، بیش از هفتاد درصد از پاسخ دهندگان

معتقد بودند، که گردشگری باعث افزایش هزینه زمین و ساختمان می‌شود (Tosun, 2002: 232). پژوهشی که علیقلی‌زاده و همکاران (۱۳۸۶) در شهرستان نوشهر انجام داده‌اند، حاکی از آن است که بر اساس ارزیابی ساکنان، رشد گردشگری در این ناحیه پیامدهای مثبت اقتصادی نظیر افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش سطح درآمد، و بهبود وضعیت خیابان، جاده و خدمات روستایی و پیامدهای منفی اقتصادی نظیر افزایش قیمت کالا و خدمات، افزایش قیمت زمین، افزایش هزینه‌های زندگی و غیره را به دنبال داشته است. بررسی اثرات اقتصادی که براساس دیدگاه ساکنان، در بخش مرکزی شهرستان نوشهر نشان می‌دهد، که بین توسعه گردشگری و شاخص‌هایی نظیر افزایش فرصت‌های شغلی، ایجاد اشتغال برای جوانان روستا، افزایش سطح درآمد و افزایش درآمد عمومی نهادهای محلی همانند دهیاری‌ها هم بستگی مثبتی وجود دارد (بدری و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۱). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد، که گردشگری نیز همانند سایر فعالیت‌های اقتصادی در صورت توسعه در هر ناحیه، می‌تواند اثرات مثبت و منفی بر منطقه بر جای بگذارد. به طور خلاصه مهم‌ترین اثرات مثبت اقتصادی گردشگری روستایی عبارتند از: ایجاد اشتغال و درآمد، کمک به فراهم شدن و توسعه خدمات زیربنایی، تشویق توسعه سایر بخش‌های اقتصادی و تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصاد روستایی (علیقلی‌زاده و همکاران: ۱۳۸۶). تحرک سرمایه ملی، جلب سرمایه خارجی، بکارگیری توان‌های موجود محلی (ضرغام بروجنی، ۱۳۸۰)، جریان سریع پول، افزایش تقاضا برای خدمات و کالاهای ویژه، افزایش ارزش املاک برای ملاکین اراضی و املاک واقع در مناطق محروم، ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی، بهبود استفاده از زمین، تنوع بخشی به اقتصاد محلی، به کارگیری توان‌های موجود محلی، توسعه منطقه‌ای (والی‌زاده، ۱۳۸۹: ۳۳)، با این حال نباید از تورم، هزینه‌های فرصت و وابستگی بیش از حد، افزایش قیمت زمین، خانه و کالاهایی که برای زندگی روزمره مردم لازم‌اند و امکان ایجاد کمبود نیروی کار در سایر بخش‌ها (Kim, 2002: 38)، افزایش کاذب قیمت زمین، افزایش هزینه‌های زندگی، برگشت کم سرمایه، فصلی بودن فرصت‌های شغلی، جابجایی در اشتغال افراد بومی، و منسوخ شدن برخی فعالیت‌ها مانند کشاورزی و ماهیگیری در نواحی روستایی (Weaver & Lawton, 2001: 353) به عنوان پیامد منفی این فعالیت غفلت

ورزید. در مجموع واضح است، که اگر توسعه گردشگری بخواهد، عواید حاصل از گردشگری روستایی و همچنین افزایش گردشگران را به حد مطلوب برساند، باید با همراهی و حمایت ساکنین محلی مناطق گردشگری باشد. پایداری اقتصادی از سودآوری عرضه خدمات از طرف جامعه محلی به گردشگران ناشی می‌شود. چرا که عامل سود اقتصادی و اشتغال خود نقش مهمی در مشارکت و رضایت مردم محلی در فعالیت گردشگری دارد و یکی از عوامل مهم برای برآورد این عامل، توجه به توزیع عادلانه درآمد بین مشارکت کنندگان در این فعالیت می‌باشد (Chamberlain, 2002: 134). با توجه با مطالب فوق، روشن است که گردشگری یکی از فعالیت‌های مهم برای ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، بهبود وضعیت اقتصادی و به طور کلی توسعه اقتصاد روستایی می‌باشد. گردشگری به تبع تمامی فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند اثرات مثبت و یا منفی داشته باشد، در صورتی که توسعه گردشگری در نواحی روستایی با برنامه‌ریزی، ایجاد زیرساخت‌های لازم برای این فعالیت، تعیین ظرفیت منطقه برای ورود گردشگران و همراه با رضایتمندی ساکنین، مشارکت و نظارت آنان بر پروژه‌های گردشگری باشد، اثرات اقتصادی مثبتی را در توسعه اقتصادی روستاها در پی خواهد داشت.

۳) روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش به صورت توصیفی و تحلیلی بر اساس مطالعات اسنادی-کتابخانه‌ای و بررسی‌های میدانی می‌باشد. بدین ترتیب که ابتدا جهت روشن شدن مباحث موضوع تحقیق، تدوین مبانی نظری و سوابق پژوهش، از مطالعات پیشین بهره‌گرفته شده، و بر اساس آن شاخص‌های اقتصادی مرتبط با توسعه گردشگری و اثرات آن بر ابعاد اقتصادی انتخاب شده است. جامعه آماری منطقه مورد مطالعه در این پژوهش خانوارهای ساکن در محل می‌باشند. تفرجگاه بند شامل ۱۴ روستا می‌باشد که براساس آمار سرشماری سال ۱۳۸۵، دارای ۱۳۶۷ خانوار می‌باشد، که روستای بند با ۸۵۹ خانوار بیشترین و روستای احمد رسول با ۳ خانوار کمترین تعداد خانوار را دارا می‌باشند. در مقایسه روستای بند با ۶۲/۸۳ درصد از کل جمعیت ناحیه بیشترین میزان و روستای احمد رسول با ۰/۰۲۱ درصد کمترین میزان جمعیت

ناحیه را در خود جای داده است. برای تعیین حجم نمونه آماری ساکنین محلی از روش نمونه-گیری کوکران استفاده شده اند.

$$n = \frac{Nz^2pq}{Nd^2 + z^2pq}$$

$$n = \frac{(1367) \times (1.96)^2 \times (.5) \times (.5)}{(1367) \times (.1)^2 + (1.96)^2 \times (.5) \times (.5)} = 300$$

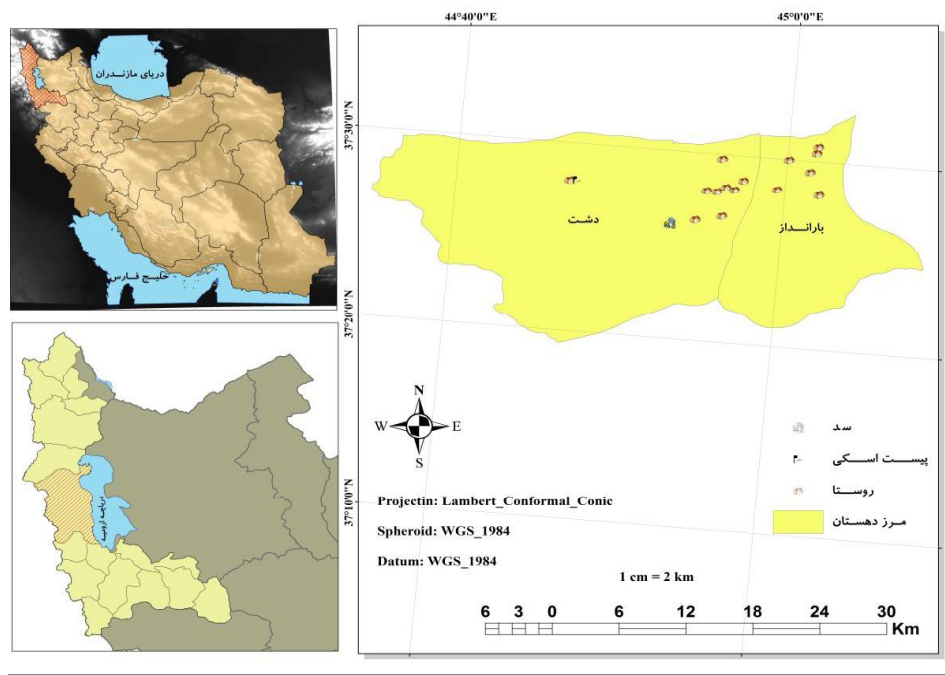
N = حجم نمونه p = احتمال وجود صفت (۰/۹۵) n = حجم
 q = احتمال عدم وجود صفت d = خطای نمونه‌گیری (۰/۱) z = ۰/۹۶

بر اساس این روش تعداد ۳۰۰ سرپرست خانوار به عنوان نمونه آماری مشخص شد. توزیع حجم نمونه در مناطق روستایی بر اساس جمعیت روستاها بوده است. در ادامه در پی یافتن پاسخ به سئوالات تحقیق و دستیابی به اهداف مورد نظر اقدام به تدوین پرسشنامه جامعه میزبان (خانوار روستایی)، در راستای موضوع مورد بحث گردید. داده‌های به دست آمده از پرسشنامه به وسیله نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. با توجه به اینکه متغیرهای مورد نظر کیفی بوده و داده‌های جمع آوری شده از مقیاس رتبه‌ای بر اساس طیف لیکرت برخوردار بوده‌اند، از آزمون ناپارامتری (کای اسکور) و آزمون T-test برای تحلیل داده‌ها استفاده شد.

منطقه مورد مطالعه

تفرجگاه بند از توابع بخش مرکزی شهرستان ارومیه با مختصات جغرافیایی ۴۵ درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی در ۴ کیلومتری جنوب غربی شهر ارومیه واقع شده است، ارتفاع مرکز منطقه مورد مطالعه از سطح دریا ۱۴۰۰ متر می‌باشد (زنده دل و همکارانش: ۱۱۴: ۸۶). آب و هوای این تفرجگاه به دلیل قرار گرفتن در منطقه کوهستانی در بهار و تابستان معتدل و خنک و در پاییز و زمستان سرد است. این منطقه یکی از مناطق گردشگری در منطقه است، که با توجه به موقعیت ممتاز جغرافیایی و بهره‌مندی از توان‌های زیاد در حوزه طبیعت‌گردی و گردشگری روستایی، از موقعیت مناسب برخوردار است. وجود

باغ‌های میوه و کوه‌های بلند در اطراف این منطقه، وجود رودخانه و سد شهر چای در بالا دست روستای بند و کوه سیر و پیست اسکی خوشاکوه، کلیسای سیر و آداب و رسوم محلی از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی این منطقه است.



شکل شماره (۱): نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

مأخذ: طرح هادی روستای بند، ۱۳۸۹

۴) یافته‌های تحقیق

بررسی تاثیر اقتصادی گردشگری ساکنان منطقه نشان می‌دهد که، ۶۲ درصد از ساکنین محلی معتقدند، گردشگری در بهبود شاخص‌های اقتصادی در منطقه مورد مطالعه تاثیر داشته است. همان‌طوری که در جدول ۱ نشان داده شده است، مقدار کای اسکور برای مولفه‌های اقتصادی و متغیرهای آن از دیدگاه ساکنین محلی محاسبه گردیده است. تفاوت موجود بین مقادیر فوق از نظر آماری معنادار است و این معناداری آماری با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌-

شود. در بین متغیرهای مولفه اشتغال از دیدگاه ساکنین «ایجاد اشتغال برای جوانان» با میانگین ۴/۳۷ بیشترین میزان تاثیر را از گسترش گردشگری در تفرجگاه بند بین مولفه اشتغال پذیرفته است، دلیل این امر را می‌توان کاربر بودن فعالیت گردشگری، نیاز به تخصص و مهارت کم در فعالیت‌های مربوط به گردشگری و جذاب بودن این فعالیت برای جوانان جستجو کرد. همچنین بین متغیرهای مولفه اشتغال «ایجاد تنوع شغلی» با میانگین ۲/۳ نشان می‌دهد، که این متغیر کمترین تاثیر پذیری را از گسترش گردشگری پذیرفته است، که دلیل این امر را می‌توان نبود امکانات و زیرساخت‌های لازم برای توسعه گردشگری، عدم وجود برنامه‌ریزی از سوی دولت و مسؤولان، خودجوش بودن این فعالیت در این تفرجگاه و عدم سرمایه‌گذاری دولت و بخش خصوصی که همگی این عوامل باعث عدم ایجاد تنوع در مشاغل مرتبط با گردشگری شده است. در بین متغیرهای مولفه درآمد «افزایش درآمد ساکنین محلی» با میانگین ۲/۹۳ می‌باشد، که بیشترین تاثیر را از گسترش گردشگری پذیرفته است، ولی سایر متغیرهای این مولفه نیز با میانگین رتبه ۲/۵۷، بی‌نصیب از توسعه گردشگری نبودند. یکی از اثرات منفی گردشگری افزایش قیمت زمین می‌باشد، بررسی ارزیابی ساکنین محلی از این مولفه، که این مولفه با میانگین ۳/۴۹ از گسترش گردشگری تاثیر پذیرفته است. یکی از مهم‌ترین دلایل این مورد، نبود نظارت دولتی بر ساخت و سازها و توسعه بی‌رویه تاسیسات در منطقه به ویژه روستای بند می‌باشد.

جدول شماره (۱): آزمون کای اسکوئر جهت معناداری ارتباط بین گسترش گردشگری و تغییر شاخص‌های

اقتصادی از دیدگاه ساکنین محلی

متغیرهای اقتصادی	مولفه‌ها	خی دو	درجه آزادی	معناداری	میانگین	میان
اشتغال	کاهش بیکاری در منطقه	۷۱.۳۶	۴	۰/۰۰۰	۲۶۱	۳
	ایجاد اشتغال برای جوانان	۴۰۵	۴	۰/۰۰۰	۴۳۷	۵
	ایجاد اشتغال برای زنان	۱۰۱	۴	۰/۰۰۰	۲۵۹	۲
	کاهش شاغلان بخش کشاورزی	۵۱۰۳	۴	۰/۰۰۰	۲۹۳	۳
	ایجاد فرصت‌های جدید در خدمات	۵۴۱۶	۴	۰/۰۰۰	۳۲۸	۳
	افزایش اشتغال در بخش ساخت و ساز	۱۳۶	۴	۰/۰۰۰	۲۹	۳
	ایجاد تنوع شغلی	۹۱۵	۴	۰/۰۰۰	۲۳	۲
درآمد	افزایش درآمد ساکنین محلی	۵۷۹۶	۴	۰/۰۰۰	۲۹۳	۳
	افزایش قدرت خرید ساکنین محلی	۲۴۸	۴	۰/۰۰۰	۲۵۷	۲
	کاهش فاصله درآمدی بین خانوارها	۹۱۵۶	۴	۰/۰۰۰	۲۵۷	۴
	افزایش کاذب قیمت زمین	۱۳۵	۴	۰/۰۰۰	۳۴۹	۴

مأخذ: یافته‌های میدانی تحقیق، ۱۳۹۲

برای جمع بندی تاثیر اقتصادی گردشگری در تفرجگاه بند بعد از محاسبه آزمون ناپارامتری کای اسکوئر همه متغیرهای استفاده شده در پژوهش باهم جمع زده شد و به آزمون T-test محاسبه گردید که در زیر این آزمون و نتایج به تفصیل توضیح داده شده است. در جدول ۲ به محاسبه آزمون T-test تک نمونه‌ای برای آزمون فرضیه پژوهش از دیدگاه ساکنین محلی پرداخته شده است. برای انجام این کار ابتدا داده‌های موجود برای هر متغیر با هم جمع زده شده‌اند و تبدیل به یک مولفه مستقل شده‌اند، از این رو امکان استفاده از این آزمون فراهم شده است. مقدار T برای مردم محلی محاسبه شده است. از آن جا که P محاسبه شده در سطح آلفا با ۰/۰۹۵ اطمینان کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۵ است، بنابراین بین گسترش گردشگری و تغییر متغیرهای اقتصادی با سطح معناداری ۰/۰۳۱ رابطه معناداری وجود دارد و در نهایت این

که با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان به وجود رابطه مستقیم بین دو عامل گسترش گردشگری و تغییر شاخص‌های اقتصادی معتقد بود، و در پاسخ به سوال پژوهش می‌تواند گفت، که گردشگری اثرات مثبت اقتصادی در منطقه مورد مطالعه داشته و سبب رضایتمندی جامعه میزبان شده است.

جدول شماره (۲): آزمون T-test تک نمونه‌ای جهت معناداری ارتباط بین گسترش گردشگری و تغییر مولفه-

های اقتصادی از دیدگاه ساکنین محلی

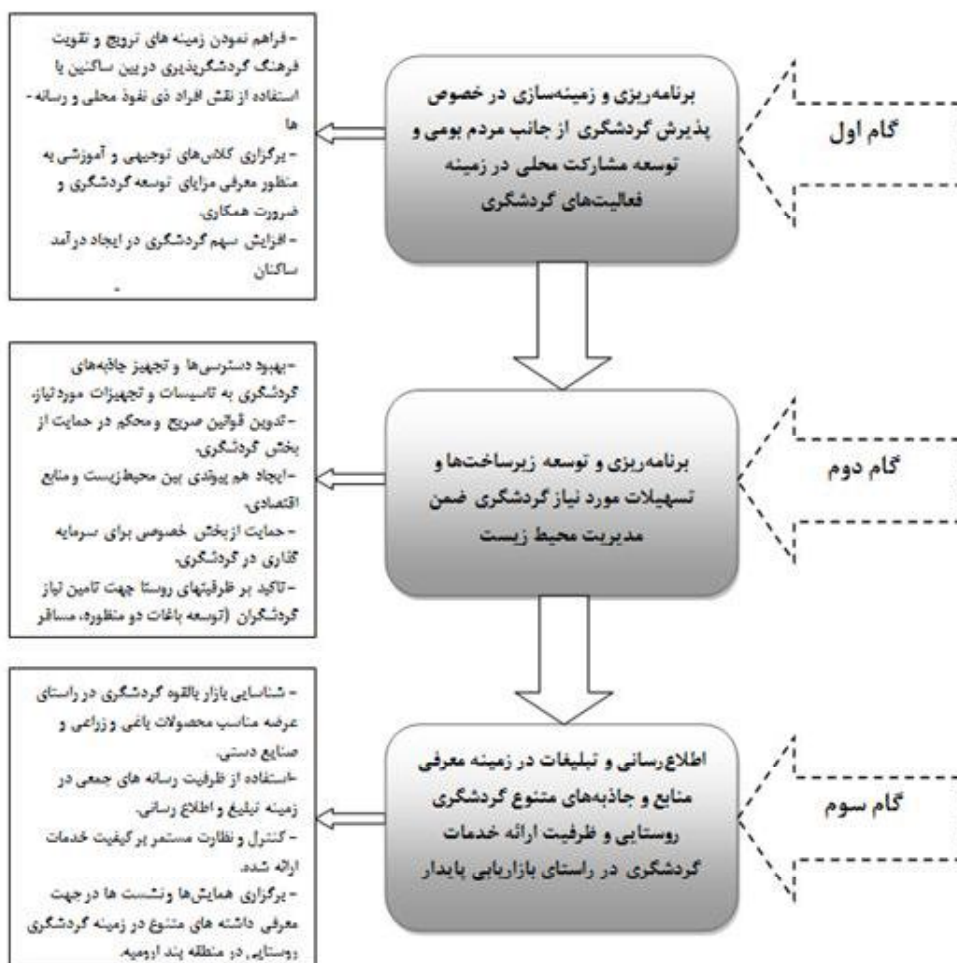
معناداری	درجه آزادی	مقدار t	آزمون
۰/۰۳۱	۲۹۸	۲/۱۶۲	T-test

منبع: یافته‌های میدانی تحقیق، ۱۳۹۲

(۵) نتیجه‌گیری

از نقطه نظر برنامه‌ریزان گردشگری روستایی، بدست آوردن منافع اقتصادی برای منطقه، هدف اصلی نیست، بلکه توزیع مناسب درآمد، توزیع مناسب فرصت‌های شغلی، هدایت منابع مالی بسوی مردم محلی، کاهش نابرابری و بطور کلی استفاده از فعالیت گردشگری برای هدایت هر چه بیشتر منطقه به سوی تعادل و توازن مطرح می‌باشد. گردشگری با مکانیسم خاص و پیچیده خود می‌تواند اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد و آن را متحول کند. گردشگری از طریق مکانیسم‌هایی همچون ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، توزیع مجدد درآمدها، افزایش تولید ناخالص و متوازن نگه داشتن ترکیب اقتصادی بخش‌های مختلف می‌تواند، اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد و آن را متحول کند. اما زمانی گردشگری می‌تواند در اثرات مثبت اقتصادی خود را در منطقه نشان دهد که فعالیت‌های گردشگری در منطقه با موافقت و همراهی ساکنین محلی باشد. در غیر این صورت اثرات اقتصادی گردشگری پایدار نخواهد بود و اثرات زیست محیطی ناشی از گردشگری به مراتب بیشتر از اثرات مثبت اقتصادی گردشگری خواهد بود. براساس ارزیابی دیدگاه ساکنین محلی از اثرات اقتصادی گردشگری در تفرجگاه بند، باید گفت، از آنجا که P محاسبه شده در سطح آلفا با ۰/۰۹۵ اطمینان کوچکتر از سطح خطای ۰/۰۰۱ است، بنابراین رابطه معناداری بین گسترش گردشگری و تغییر شاخص‌های اقتصادی وجود دارد و در

نهایت اینکه با ۹۵٪ درصد اطمینان می‌توان به وجود رابطه مستقیم بین دو عامل گسترش گردشگری و تغییر شاخص‌های اقتصادی در تفرجگاه بند معتقد بود. لذا نتایج این پژوهش با نتایج پژوهشی‌های قبلی مانند پژوهش بلیسل و هوی (۱۹۸۰)، کوکیور (۱۹۹۶)، بدری و همکاران (۱۳۸۸) یکسان می‌باشد.



شکل شماره (۲): الگوی توسعه گردشگری در روستای بند

- پیشنهادها برای توسعه اقتصاد گردشگری در تفرجگاه بند ارومیه:
- توانمندسازی ساکنین محلی از طریق برگزاری کلاس‌های آموزشی، جهت استفاده از فرصت‌های گردشگری منطقه؛
 - برگزاری بازارهای روز در روستاهای مورد مطالعه برای فروش محصولات و صنایع دستی و غذاهای محلی روستائیان در منطقه؛
 - افزایش امکانات تفریحی، ورزشی، اقامتی، رفاهی و ... برای افزایش دوره ماندگاری در کنار جاذبه‌های گردشگری مانند سد شهرچای و ...؛
 - مهیا نمودن زمینه‌های لازم برای جذب سرمایه‌های بخش خصوصی با اولویت دادن به ساکنان؛
 - ایجاد شرایط برای ورود جوانان و زنان در امور گردشگری که بیشترین میزان ورودی گردشگران در منطقه را دارا می‌باشد؛
 - کاهش نشت اقتصادی به خارج از روستاها و توزیع مجدد درآمدهای حاصل به ساکنان محلی؛
 - ارائه تسهیلات و خدمات به صاحبان مشاغل اعم از وام، بیمه و ... جهت تأمین و تضمین امنیت شغلی.

(۶) منابع

- بدری، سیدعلی، مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن، قدریری‌معصوم، مجتبی و سلمانی، محمد، (۱۳۸۸)، اثرات اقتصادی گردشگری بر محیط‌های روستایی مطالعه موردی نواحی روستایی بخش مرکزی نوشهر، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۲.
- بدری، سیدعلی، نعمتی، مرتضی، ۱۳۸۸، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه اقتصادی با رویکرد مشارکتی مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان لنگه، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۸، ۱۳۸۸.
- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۸۹)، گردشگری ماهیت و مفاهیم، انتشارات سمت.
- رضوانی، علی اصغر؛ (۱۳۷۹)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور.

- رضوانی، محمدرضا، اکبری رونیزی، سعیدرضا، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و بدری، سیدعلی، (۱۳۹۰)، تبیین شاخص‌های محک پایداری در ارزیابی آثار الگوهای گردشگری در نواحی روستایی پیرامون کلان‌شهرها (مطالعه موردی: نواحی پیرامونی کلان‌شهر تهران)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۸۱
- زنده‌دل، حسن و همکاران، (۱۳۸۶)، مجموعه کتاب‌های راهنمای جامع ایرانگردی، انتشارات نشر ایرانگردان.
- ضرغام بروجنی، حمید، (۱۳۸۰)، برنامه ریزی توسعه جهانگردی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- علیقلی‌زاده فیروزجانی، ناصر، بدری، سیدعلی و فرجی سبکبار، حسنعلی، (۱۳۸۶)، نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی در نواحی روستایی مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان نوشهر، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۰ شماره ۱
- قدیری‌معصوم، مجتبی و همکاران، (۱۳۸۹)، گردشگری پایدار روستایی و عشایر، انتشارات دانشگاه تهران.
- مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن، (۱۳۸۲)، برنامه‌ریزی روستایی با تاکید بر ایران، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.
- مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن و حیدری، زهرا، (۱۳۹۱)، متنوع‌سازی اقتصاد روستاهای ساحلی با تاکید بر گردشگری صیادی مورد: روستاهای ساحلی شهرستان تنکابن، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی سال یکم، شماره ۱، ۱۳۹۱.
- مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن و نصرتی، ماهره، (۱۳۹۰)، امکان سنجی توسعه گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه گردشگران بخش کرگانرود شهرستان تالش، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۴۱.
- والی‌زاده، آناهیتا، (۱۳۸۹)، تبیین توانمندی‌های گردشگری در بخش آسارا شهرستان کرج با تاکید بر اکوتوریسم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه چابهار.
- وثوقی، لیلا، دادورخانی، فضیله، مطیعی‌لنگرودی، سید حسن و رهنمایی، محمدتقی، (۱۳۹۰)، ارزیابی نگرش جامعه روستایی به گردشگری، بر مبنای مدل معادلات ساختاری مطالعه موردی: منطقه کوهستان رودبار قصران، شمیران، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۰

- Belise, Francois J. and Hoy, Don R. (1980), **"The perceived impact of tourism by residents: a case study in Santa Marta"**. Annals of Tourism Research.
- Butler Richard, Hall, C. Michael & Jenkins Jhon, **Tourism and recreation in rural areas**, John Wiley and Sons Ltd, 1998
- Chamberlain, K, (2002), Asia pacifi. Ina. Lochwood A & S, Medlik (Eds) **Tourism & hospitality in the 21 ST century**, Boston, M,A: Butterworth Heinemann.
- Gursoy, Dogan & Claudia, Jurowski, Muzaffer, uysal, 2002, **Resident Attitudes Structural Modeling Approach**, Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 1, PP. 79-105.
- Gursoy, Dogan, & Denney Rutherford, 2004, **Host Attitudes toward Tourism an Improved Structural Nodel**, Annals of tourism research vol. 31, No. 3, PP. 495-516.
- Hernandez, SA, Cohen, J, & Garcia, HI, 1996, **Residents attitudes towards an instant resort enclave**, Annals of Tourism research 23. 755-779.
- Hernandez, Sigfredo A.; Cohen, J. and Garcia, H.L, "Resident attitudes towards an Instant Resort Enclave". Annals of Tourism Research. Vol. 47, (6).
- Jackson, M, & Inbakaran, J, 2006, **Evaluating residents attitudes and intentions to act towards tourism development in regional Victoria**, Australia international Journal of tourism research, int. J .Tourism, Res. 8.
- Jackson, Mervyn S. & Robert J, Inbakaran, 2006, **Evaluating Residents Attitudes and Intentions to Act towards Tourism Development in Regional Victoria**, Australia, international Journal of Tourism research, int. J. tourism, Res. 8, PP. 355-366
- Johnson, J.D; Snepenger, D.J. and Akis, K. (1994), **"Residents' perceptions of tourism development"**. Annals of Tourism Research. Vol, 4.
- Kim, hyungmi, 2002, **the effect of tourism impacts upon quality of life of resindets in the commenuity**, dissertated submitted to the faculty of the virginia polytechnic institued and state university in partial fulfillment of the requirements for the degree of the doctor of philosophy
- Liue, Abby, wall, Geoffrey. (2006) **planning tourism employment: a developinig country perspective**. Tourism Management ۲۷ ,.
- McCool, S. F., 1995, **Linking Tourism the Environmental, and Concepts of Sustainability: setting the stage**, In S.F. Mccool, & A.E.Waston (Eds), Concepts, Linking Tourism the Environment at, and Sustainability, Gen. Tech.

- Rep., INNNT- GTS-323, Ogden, UT: USDA, Forest Service, and Intermountain Research Station.
- Murphy, P.E. (1983) ; **Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers**, Journal of Travel Research, 21
 - Schweinsberg, Stephen, (2009) **Sustainable Tourism Development and Rural Community**, University of Technology, (Sustainable Tourism Cooperative Research Centre), Sydney.
 - Sebele, L.S., 2010, **community- based tourism ventures, benefits and Challenges: khama Rhino sanctuary Trust**, central District, Botswana. Journal of tourist Management, 31, 136.
 - Sharply, Richard. (2002), **rural tourism and challenge of tourism diversification: the case of Cyprus**, tourism management 23.
 - Tosun, c. (2002), **Host perceptions of impact of tourism: A comparative tourism study**. Annals of tourism research, vol, 19.
 - Wang, Yasong, 2006, **Residents Attitudes toward Tourism Development: A case study**
 - Weaver, D. and Lawton, L. (2001), **“Resident perceptions in the urban-rural fringe”**. Annals of Tourism Research. Vol. 4-(4).