فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هشتم، شماره سوم (ویژه‌نامه گردشگری)، پاییز ۱۳۹۸
شاپای چاپی ۲۳۲۲-۲۱۳۱ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۸۲-۶۷

عوامل اثرگذار بر گسترش گردشگری خانه‌های دوم
مورد: دهستان میانبند در شهرستان نور

مصطفی محمدی*؛ استادیار دانشگاه مازندران، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران.
شکوفه اسدی؛ کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی موسسه غیرانتفاعی سمنگان، موسسه آموزش عالی سمنگان، مازندران، ایران

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۱/۱۴ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۰۸/۲۱

چکیده
گردشگری خانه‌های دوم یکی از الگوهای مهم گردشگری در نواحی روستایی است که به طور چشم‌گیری در حال افزایش است. در پژوهش حاضر تاثیر ویژگی‌های طبیعی، فاصله و دسترسی، وضعیت اقتصادی گردشگران و همچنین گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح را به عنوان عوامل تاثیر گذار بر گردشگری خانه‌های دوم دهستان میانبند در شهرستان نور مورد بررسی قرار گرفت. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و توصیفی- پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه گردشگرانی تشکیل می‌دهند که در تابستان ۱۳۹۷ از دهستان میانبند بازدید کرده‌اند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد و ضریب آلفاکرونباخ برای پرسشنامه ۰/۸۹ بدست‌آمد که قابلیت پایایی پرسشنامه را تایید می‌کند. برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش از آزمون کلموگروف-اسمیرنف و برای آزمون فرضیات پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده‌است. عوامل مورد بررسی در پژوهش حاضر جزء انگیزه‌های اصلی در گردشگری خانه‌های دوم روستایی می‌باشند و از آنجایی که سالانه بر تعداد این خانه‌ها در تمامی نقاط روستایی کشور افزوده می‌شود، بررسی و شناخت دقیق این عوامل موجب ارائه راهکارهای مناسب جهت حفاظت از بافت و فرهنگ روستایی و استفاده بهینه از این فضاها می‌گردد. نتایج پژوهش نشان داد تمامی عوامل مورد بررسی بر گردشگری خانه‌های دوم تاثیر گذار است و به ترتیب وضعیت اقتصادی گردشگران، ویژگی های طبیعی، گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح و فاصله و دسترسی بیشترین شدت اثر را بر گردشگران داشته است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، گردشگری خانه‌های دوم، دهستان میانبند.

* m.mohammadi@umz.ac.ir

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

۱)مقدمه

با گسترش الگوی شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی، پیشرفت صنعت حمل و نقل و افزایش درآمد و تعطیلات سالانه، گردشگری در نواحی روستایی رشدی قابل توجه کرد. گردشگری روستایی فعالیت‌های متنوعی را در برمی‌گیرد. برخی از گردشگران تنها به بازدیدهای یک‌روزه از فضای روستا به دلایل گوناگون همچون شرکت در برخی رویدادهای محلی، دیدار از مناظر طبیعی بکر و حتی آشنایی با کار و زندگی مردم بومی بسنده می‌کنند اما برای بسیاری این بازدیدهای کوتاه و هر از چندگاه، چندان راضی کننده نیست. این افراد ترجیح می‌دهند با ساخت یا تملک خانه در این نواحی از مواهب طبیعی و بیشمار روستاها در مقابل زندگی سرشار از استرس و پر مشقت شهری، حداکثر بهره را ببرند. این خانه‌ها که در ادبیات گردشگری به «خانه‌های دوم» شهرت دارند، امروزه فراگیرترین نوع گردشگری در نواحی روستایی در ایران و حتی در بسیاری از نقاط دیگر جهان به شمار می‌آیند. سابقه این نوع گردشگری در روستاهای شمال کشور به سالیان دور باز می‌گردد و ریشه در سبک معیشت این افراد دارد. گردشگری خانه‌های دوم، از مهمترین (رضوانی و همکاران، ۳۸:۱۳۹۱، عنابستانی و خوش‌چهره،۱۲۵:۱۳۹۴) و رایج‌ترین (رضوانی، ۷۲:۱۳۸۲؛ سعیدی و سلطانی‌مقدس، ۵۰:۱۳۹۲) اشکال گردشگری در نواحی روستایی می‌باشد. در طول دهه‌های گذشته، گردشگری خانه‌های دوم، به موضوعی برای مطالعه‌ی محققان در رشته‌های مختلفی تبدیل شده‌است (عسگری و همکاران، ۵۱:۲۰۱۱؛Marjavaara, 2015:177). توجه این تحقیقات، بیشتر بر رابطه‌ی گردشگران خانه‌های دوم و ساکنین محیط روستا متمرکز شده‌است (Aronsson,1993: ۲۰). اما عمومی‌ترین جنبه‌های گردشگری از قبیل جذابیت مقصد، انگیزه‌های خرید یک خانه‌ی دوم (انگیزش گردشگری خانه‌های دوم) یا الگوهای مکانی هنوز در نظر گرفته نمی‌شوند (رضوانی و همکاران۱۳۹۲: ۱۱۸). در تحقیق حاضر سعی داریم تا عوامل موثر (وضعیت اقتصادی گردشگران، ویژگی‌های اقلیمی، فاصله و دسترسی) بر گردشگری خانه‌های دوم را مورد بررسی قرار دهیم.

۲) مبانی نظری

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند؛ یکی از این الگوها، گردشگری روستایی است که از مردمی‌ترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۰). اقامت در خانه‌های دوم، نوعی گردشگری محسوب می‌شود (درئو، ۱۳۷۴: ۲۶۱). گردشگری خانه‌های دوم مفهومی مبهم دارد (Persson, 2015: 58)، و در سطح بین‌المللی هیچ تعریف پذیرفته شده‌ای برای آن وجود ندارد (Akerlund Akerlund & Hall, 2015:41)، زیرا تعریف آن به دلیل ماهیت گذرا و سیال، مشکل خواهد بود(Huang & Yi , ۲۰۱۱:۶۲). گردشگری خانه‌های دوم، تمام روابط، رفتارها و اقداماتی که ناشی از سفر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

کردن و اقامت در خانه‌های دوم است را در بر می‌گیرد (Brida ,Osti & Santifaller , ۲۰۱۱:۱۵۹). در مورد خانه‌های دوم تعریف واحدی وجود ندارد (عنابستانی و خوش‌چهره، ۱۳۹۴: ۱۲۵). امّا در میان تعاریف مختلفی که از خانه‌های دوم ارایه شده است، تعریف زیر، بیشتر مورد پذیرش محققانی است که در این حیطه فعالیت می‌کنند: «خانه‌ی دوم، ملکی است که برای مدتی به عنوان یک محل اقامت موقت برای افرادی که معمولا در جای دیگری زندگی می‌کنند، خریداری و یا اجاره می‌شود» (Mellett & Hoogendoorn, Visser,2005:115). گردشگری روستایی بیش از نیم قرن پیش، بطور قابل‌توجهی تغییر کرده و توسعه‌ی خانه‌های دوم بطور چشمگیری در این تغییر سهیم بوده‌است (Visser & Marais Hoogendoorn, ,۲۰۱۳:۷۹). در نتیجه، توسعه‌ی خانه‌های دوم نیز، یکی از الگوهای گسترش گردشگری در نواحی روستایی و کوهستانی است (محمّدی و میرتقیان‌رودسری، ۱۳۹۵: ۲۰). خانه‌های دوم جز لاینفک و پویای گردشگری هستند (ملکشاهی و حسینیان، ۱۳۹۳: ۳۵). امروزه، گردشگری خانه‌های دوم تجدید حیاتی را تجربه می‌کند (رضوانی و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۳۰)، که بر مصرف گردشگری در بافت پست مدرن دلالت دارد (Quinn, 2010:51).

رشد گردشگری خانه‌های دوم، تمایل بیشتر به فراغت محور بودن این پدیده را نشان می‌دهد Hall, Akerlund ,Lipkina &۲۰۱۵:۲۶). در ایران نیز با رونق شهرنشینی و مسائل ناشی از آن، گذران اوقات فراغت و کسب آرامش در نواحی روستایی دارای جاذبه‌های طبیعی و شرایط اقلیمی مناسب و حاشیه‌ی شهرها، به گسترش گردشگری خانه‌های دوم منجر شد (دادورخانی و محمّدزاده لاریجانی، ۱۳۹۲: ۱۲۸). مناطق ییلاقی اطراف کلان شهر تهران، اولین خاستگاه شیوه‌ی نوین گردشگری خانه‌های دوم در ایران است (عنابستانی و خوش‌چهره، ۱۳۹۴: ۱۱۰). امّا هم‌اکنون، گردشگری خانه‌های دوم در نواحی ساحل خزر، دامنه‌های شمالی و جنوبی ارتفاعات البرز رواج بیشتری دارد (عنابستانی، ۱۳۸۹: ۱۰۶)، و نواحی خوش آب و هوای شمال‌غرب و غرب کشور هم در درجه‌ی دوم قرار دارند (فیروزنیا و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۶۵).

به موضوع خانه های دوم با دیدگاه‌های متفاوتی نگریسته شده است، که معمولاً با نوع رشته علمی محقق مربوط است. هرچند شاید تشابهاتی نیز در این دیدگاه ها وجود داشته باشد ولی رشته‌های علمی مختلف هریک از زاویه‌های خاص به آن پرداخته‌اند که در جدول زیر آمده است (فیروزنیا و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۳).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

جدول ۱. دیدگاه‌های تحقیقات مربوط به خانه‌های دوم و اهداف آن‌ها

دیدگاه تحقیق	اهداف مورد نظر
جغرافیا	توزیع جغرافیایی آینده خانه‌های دوم در یک ناحیه خاص، بررسی اشکال خاص رشد و توزیع خانه‌های دوم، ارائه مدل‌های رشد خانه های دوم
گردشگری	بررسی تحریکات خانه‌های دوم، بررسی انواع فعالیت های مردم روستا، بررسی خدماتی که صاحبان ویلاها در زمان اقامت نیاز دارند
محیطی (اکولوژیکی)	بررسی تاثیرات خانه‌های دوم بر روی محیط طبیعی
رانشناختی- اجتماعی (تاثیر بر جامعه میزبان)	بررسی تاثیرات خانه‌های دوم بر روی جامعه میزبان، بررسی رفتار مردم محلی در برابر مسئله خانه دوم و بررسی خصوصیات خانه‌های دوم و مالکین آن‌ها
توسعه‌ای (میان رشته‌ای)	بررسی طریقه استفاده مالکین خانه‌های دوم از این خانه‌ها، بررسی عوامل موثر در مورد تصمیم مالکین برای خرید یا اجاره خانه‌های دوم، بررسی آثار توسعه ای و مانند آن

منبع: فیروزنیا و همکاران، ۱۳۹۰

گردشگری خانه‌ی دوم، بطورکلی مطابق با انگیزه‌ها و الگوهای گردشگری است و بر اساس نیاز به تفریح به صورت سفر به مکان‌های مختلف انجام می‌شود (رمضان‌زاده‌لسبویی، رضوانی و اکبرپور، ۱۳۹۴: ۶۳۰). گردشگران خانه‌های دوم عمدتا همزمان در پی تامین چندین نیاز هستند، زیرا که این عمل آنان از انگیزه‌ای واحد سرچشمه نمی‌گیرد (ضیایی و صالحی‌نسب،۷۶:۱۳۸۷) گرچه ممکن است در شرایطی، یکی از این عوامل به عنوان عامل اصلی اثرگذار باشد، اما معمولا در تامین خانه‌های دوم، چند یا همه‌ی این عوامل در مجموعه‌ای همپیوند اثرگذار هستند (سعیدی و سلطانی‌مقدس،۱۳۹۲: ۴۸). در ارتباط با خانه‌های دوم تحقیقات زیادی از جنبه‌های مختلف صورت گرفته که در ادامه به مرور آنها می‌پردازیم: سعیدی و سلطانی‌مقدس (۱۳۹۲) در تامین خانه‌های دوم، عواملی چون برخورداری از محیط خوش آب و هوا، شهرت و سابقه‌ی خوب، مجاورت با پدیده‌های طبیعی، دسترسی آسان و نزدیکی با کانون‌های شهری، بافت فرهنگی پذیرنده‌ی افراد غیربومی، تعلق خاطر به مکان، دوری از هیاهوی شهر، استراحت و گذران فراغت، کسب اعتبار اجتماعی و سرمایه‌گذاری در ملک مدّنظر قرار دارند.

ملکشاهی و حسینیان (۱۳۹۳) پژوهشی تحت عنوان نقش گردشگری خانه‌های دوم در تغییرات اقتصادی و زیست محیطی (نمونه موردی: منطقه چلاو آمل) انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که گسترش خانه‌های دوم در روستاهای منطقه مورد مطالعه، پیامدهای مثبت اقتصادی همچون اشتغال‌زایی، افزایش درآمد و توان مالی ساکنین و اثرات منفی زیست محیطی همچون تخریب چشم‌اندازهای طبیعی، تخریب و تغییر کاربری باغات را در پی داشته‌است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

عینالی و رومیانی (۱۳۹۳) پژوهشی تحت عنوان نقش سرمایه گذاری‌های مالی در توسعه روستایی با تاکید بر گردشگری خانه‌های دوم مورد: شهرستان بوئین زهرا انجام دادند و به بررسی روابط شهر- روستا در توسعه روستایی با تاکید بر سرمایه‌گذاری‌های فردی در توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت معناداری در همه موارد در دوره قبل و بعد از توسعه و گسترش گردشگری روستایی و سرمایه‌گذاری در گردشگری وجود دارد؛ به طوری که بیشترین تفاوت معناداری به مولفه‌های کیفیت کالبدی روستای محل زندگی و مسکن روستایی و کمترین تفاوت معناداری در مولفه میزان مشارکت مردم روستا در مدیریت عمومی روستا با تاکید بر امور گردشگری بوده است. بررسی مدل برازش رگرسیونی نشان می‌دهد که تاثیر مثبت در رضایت مردم از سرمایه‌گذاری فردی در توسعه روستایی در روستاهای مورد مطالعه خود تابع اثرات مثبت گردشگری است.

محمّدی و میرتقیان‌رودسری (۱۳۹۵) به پدیده‌ی گردشگری خانه‌ی دوم با رویکرد نظام‌گرایانه (دارای دروندادها، فرآیندها، بروندادها و بازخور) نگریسته‌اند و عوامل انگیزشی (کششی و رانشی) گردشگری خانه‌های دوم را به عنوان دروندادهای این نظام در نظر گرفته‌اند که شامل چهار بُعد اصلی ویژگی‌های شخصیتی و شرایط زندگی (عوامل رانشی در مبدا) و قابلیت‌های منطقه و مدیریت مقصد (عوامل کششی در مقصد) می‌باشد.

خشنود و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان تاثیر گردشگری خانه‌ای دوم بر اقتصاد روستایی دهستان ابرشیوه در شهرستان دماوند انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که گردشگری خانه‌های دوم در نواحی روستایی بدون هیچ‌گونه نظارت و برنامه‌ریزی، می‌تواند موجب بروز مشکلات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در روستاها شود که باتوجه به موضوع بوم‌گردی می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب برای ساخت دهکده‌های توریستی و مبنا قرار دادن فضای روستاهای فعلی و مشارکت خود روستائیان اقدام به توانمند کردن روستائیان نمود.

فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود به بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری روستاهای بخش خاوومیرآباد با در نظرگیری تمامی گروه‌های درگیر و عناصر مرتبط پرداختند. نتایج نشان داد ناآشنایی با منطقه مهم‌ترین مؤلفه در ضعف تقاضای منطقه است و در بعد عرضه نیز منطقه دارای وضعیت رضایت کننده‌ای نیست و ضعف تبلیغات، اطلاع‌رسانی و آموزش در کنار کمبود خدمات و تسهیلات مهم‌ترین موانع عملکرد مطلوب بعد عرضه بوده می‌باشد. در مقابل، وضعیت بعد عوامل بیرونی تأثیرگذار بر سیستم گردشگری منطقه در حد رضایت کننده‌ای ارزیابی شده‌است و شرایط فرهنگی در میان مؤلفه‌های این بعد در مقایسه با دیگر مؤلفه‌ها، عمده‌ترین نقش را در توسعه گردشگری منطقه داشته‌است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

الینگسن[۱] و هایدل[۲] (۲۰۱۲) افزایش در تعداد خانه‌های دوم را با تغییر در نگرش‌های فرهنگی مرتبط می‌دانند. لیپکینا (۲۰۱۳) در بررسی خود نشان داد که تصویر مثبت از مقصد، محیط بکر و طبیعی، شرایط آب و هوایی مشابه، چشم‌اندازها و مناظر و مسیر شخصی دسترسی به آنها و نرخ قیمت، بعنوان انگیزه‌های اصلی و اولیه، و نیز کسب آرامش و استراحت، از انگیزه‌های ثانویه‌ی مالکیت خانه‌های دوم هستند.

بویارکینا[۳] (۲۰۱۴) عوامل انگیزشی گردشگری خانه‌ی دوم را شامل: عوامل رانشی (بازنشستگی، فرار از فشار، فراغت و تفریح سالم، داشتن سرمایه) و عوامل کششی (جذابیت برای سرمایه‌گذاری، موقعیت جغرافیایی-گردشگری مکان، پایداری سیاسی، قانونی، اجتماعی و اقتصادی، محیط اکولوژیکی، پذیرش بومیان، ایمنی و چشم‌انداز) می‌داند.

نوزا، الافسدوتیر و سایسوردوتیر[۴] (۲۰۱۵) در بررسی انگیزه‌ها و رفتارهای گردشگران خانه‌های دوم عوامل چشم‌انداز و محیط، فاصله، ارتباطات شخصی، دسترسی‌پذیری، تعلق خاطر و دلبستگی، ارث، قیمت، استراحت و تفریح، فعالیت‌های اجتماعی و... را دخیل دانسته‌اند. آدامیاک و همکاران[۵] (۲۰۱۵) در گزارشی با عنوان "گردشگری خانه‌ی دوم در فنلاند" مهمترین عوامل گردشگری خانه‌ی دوم را شامل تجربه‌ی طبیعت و لذت بردن از نعمت‌های طبیعی در نظر گرفته‌اند.

۳)روش تحقیق

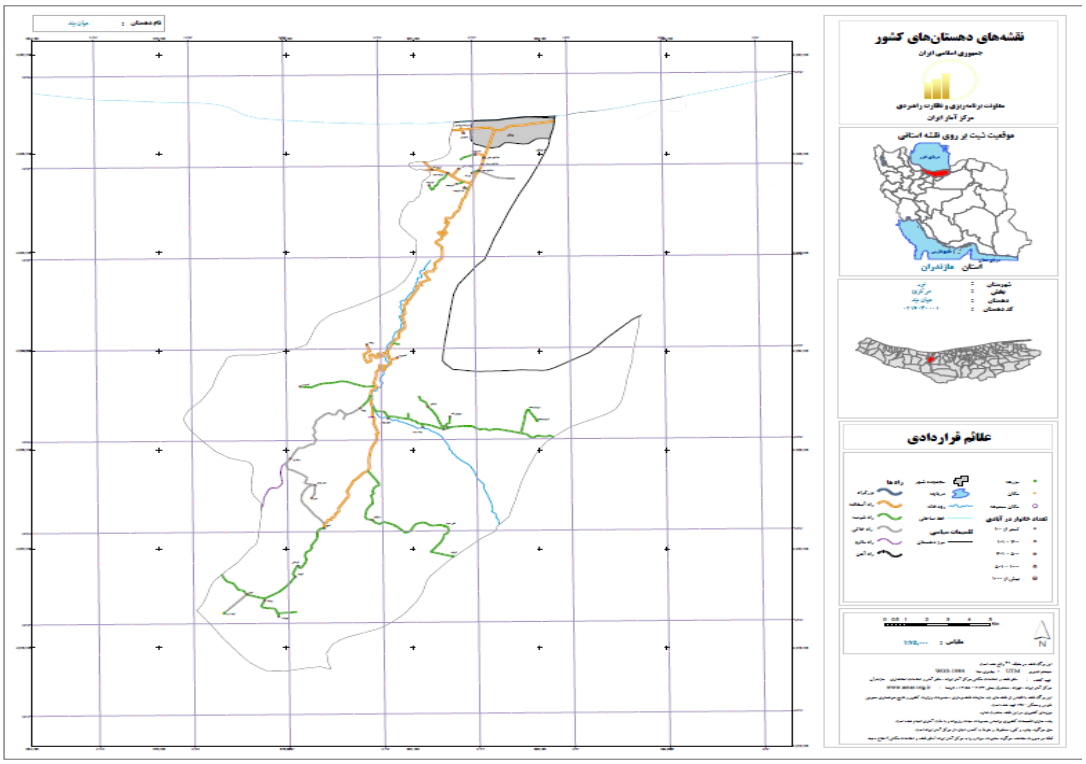
تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها و اطلاعات و روش تجزیه و تحلیل یک تحقیق توصیفی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه گردشگران دهستان میانبند تشکیل می‌دهند. بنابراین با درنظر گرفتن جامعه آماری نامحدود تعداد نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ محاسبه شد و به همین تعداد پرسشنامه توزیع و استخراج شد. عوامل تاثیر گذار بر گردشگری خانه‌های دوم به چهار بعد وضعیت اقتصادی، ویژگی‌های طبیعی، فاصله و دسترسی و گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح دسته‌بندی شدند. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و نظرات اساتید و خبرگان بهره گرفته شد و بمنظور بررسی پایایی از روش آلفای کرونباخ که برابر با ۰/۸ بود که در شرایط

۱. Ellingsen
۲. Hidle
۳. Boyarkina
۴. Nouza, Olafsdottir & Saeborsdottir
۵. Adamiak et al.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

بسیار مناسب قرار داشت. برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش از آزمون معتبر کلموگروف-اسمیرنف و برای آزمون فرضیات پژوهش از ازمون همبستگی پیرسون استفاده شده‌است.

شهرستان نور از نظر توپوگرافی شامل دو قسمت اصلی جلگه‌ای و کوهستانی می‌باشد. این شهرستان دارای سه بخش می‌باشد بخش مرکزی، بخش چمستان و بخش بلده (مجتهد زاده، ۱۳۸۵). بخش مرکزی با وسعتی معادل ۵۱۶٫۳ کیلومترمربع کوچک‌ترین بخش شهرستان نور می‌باشد. این بخش از سه دهستان میانبند، ناتل کنار سفلی و ناتل کنار علیا تشکیل‌شده‌است. دهستان میانبند از دو قسمت کوهستانی و جلگه‌ای تشکیل‌شده که قسمت کوهستانی به میانبند و ییلاقات تقسیم می‌شود. این دهستان با وسعتی معادل ۳۰۹٫۸ کیلومترمربع، بزرگ‌ترین دهستان بخش مرکزی محسوب می‌شود (آمارنامه استان مازندران، ۱۳۸۵). ویژگی‌های اقلیمی ناحیه میانبند از تضادهای ارتفاعی موجود، جهت ناهمواری‌ها، همجواری با دریای مازندران و همچنین منشاء و جهت جریان‌های هوایی ناشی می‌گردد. عرض جغرافیایی این دهستان بین ۳۶ درجه و ۳۵ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی و میان ۵۱ درجه و ۴۹ دقیقه تا ۵۲ درجه و ۲ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است.



شکل ۱. موقعیت اقلیمی دهستان میانبند

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

۴)یافته‌های تحقیق

برای اجرای روش‌های آماری و محاسبهٔ آماره آزمون مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه‌های پژوهش؛ مهم‌ترین عمل، قبل از هر اقدامی انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است. برای این منظور آگاهی از توزیع داده‌ها از اولویت اساسی برخورداراست. در پژوهش حاضر از آزمون معتبر کلموگروف-اسمیرنف برای بررسی فرض نرمال بودن داده‌های پژوهش استفاده شده‌است. نحوهٔ داوری با توجه به جدول آزمون کلموگروف- اسمیرنف بدین صورت است که اگر سطح معنی‌داری (sig) برای کلیهٔ متغیرها بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد.

جدول (۲) نشان دهنده، پارامترهای میانگین و انحراف معیار در توزیع نرمال، قدر مطلق بیشترین انحراف مثبت، بیشترین انحراف منفی، مقدار آزمون و مقدار معنی‌داری را نشان می‌دهد. به دلیل اینکه سطح معناداری جدول از ۰/۰۵ کمتر است. بنابراین داده‌ها نرمال نیستند.

جدول ۲. مقدار و معنی‌داری آزمون برای متغیرهای عوامل موثر بر گردشگری خانه‌های دوم

		وضعیت اقتصادی گردشگران	ویژگی‌های طبیعی	فاصله و دسترسی	گرایش ذهنی به فراغت
پارامترهای نرمال	میانگین	۳/۳۷۶۳	۲/۶۹۵۴	۲/۶۰۱۶	۲/۲۹۲۶
	انحراف معیار	۰/۴۵۰۵۸	۰/۴۸۱۴	۰/۴۲۷۹۵	۰/۴۱۵۴۱
بیشترین اختلافات	ثابت	۰/۰۹۴	۰/۱۱۴	۰/۰۸۰	۰/۱۱۸
	مثبت	۰/۰۹۴	۰/۱۱۴	۰/۰۹۰	۰/۱۱۸
	منفی	۰/۰۸۵	۰/۰۸۰	۰/۰۸۳	۰/۰۷۹
مقدار آزمون		۰/۰۹۴	۰/۱۱۴	۰/۰۹۰	۰/۱۱۸
سطح‌معنی‌داری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نتیجه		توزیع غیرنرمال	توزیع غیرنرمال	توزیع غیرنرمال	توزیع غیرنرمال

منبع: داده‌های پژوهش، ۱۳۹۷

در این بخش برای آزمون فرضیات پژوهش با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌ها از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید.

فرضیه‌ی اول: بین وضعیت اقتصادی گردشگران و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H0: \mu_1 - \mu_2 = 0 \\ H1: \mu_1 - \mu_2 \ (0 \end{cases}$$

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

جدول ۳.آزمون همبستگی اسپیرمن وضعیت اقتصادی گردشگران و گردشگری خانه‌های دوم

		وضعیت اقتصادی
گردشگری خانه‌های دوم	همبستگی اسپیرمن	۰/۶۲۶
	سطح معنی‌دار	۰/۰۲۰
	تعداد کل	۳۸۴

باتوجه به جدول (۳) نتایج بدست‌آمده برای سطح معناداری (۰/۰۲۰) بیانگر این است که رابطه همبستگی بین دو متغیر تایید شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد قبول است، از این‌رو، فرضیه فرعی اول پژوهش تایید شد. مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای گردشگری خانه‌های دوم و وضعیت اقتصادی گردشگران ۰/۶۲۶ بدست آمده‌است که بیانگر رابطه مثبت و معنادار میان متغیرهای ذکر شده می‌باشد.

فرضیه‌ی دوم: بین ویژگی‌های طبیعی و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H0: \mu_1 - \mu_2 = 0 \\ H1: \mu_1 - \mu_2 \ (0 \end{cases}$$

جدول ۴.آزمون همبستگی اسپیرمن ویژگی‌های طبیعی و گردشگری خانه‌های دوم

		ویژگی‌های طبیعی
گردشگری خانه‌های دوم	همبستگی اسپیرمن	۰/۵۴۳
	سطح معنی‌دار	۰/۰۱۶
	تعداد کل	۳۸۴

با توجه به جدول (۴) نتایج بدست‌آمده برای سطح معناداری (۰/۰۱۶) بیانگر این است که رابطه همبستگی بین دو متغیر تایید شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد قبول است، از این‌رو، فرضیه فرعی دوم پژوهش تایید شد. مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای ویژگی‌های طبیعی و گردشگری خانه‌های دوم ۰/۵۴۳ بدست آمده‌است که بیانگر رابطه مثبت و معنادار میان متغیرهای ذکر شده می‌باشد.

فرضیه‌ی سوم: بین فاصله و دسترسی و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H0: \mu_1 - \mu_2 = 0 \\ H1: \mu_1 - \mu_2 \ (0 \end{cases}$$

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

جدول ۵. آزمون همبستگی اسپیرمن بین فاصله و دسترسی و گردشگری خانه‌های دوم

		فاصله و دسترسی
گردشگری خانه‌های دوم	همبستگی اسپیرمن	۰/۴۷۱
	سطح معنی‌دار	۰/۰۱۴
	تعداد کل	۳۸۴

با توجه به جدول (۵) نتایج بدست‌آمده برای سطح معناداری (۰/۰۱۴) بیانگر این است که رابطه همبستگی بین دو متغیر تایید شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد قبول است. فرضیه سوم پژوهش تایید شد زیرا مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای توسعه‌ی گردشگری روستایی و توسعه زیست محیطی ۰/۴۷۱ بدست آمده‌است که بیانگر رابطه معکوس و معنادار میان متغیرهای ذکر شده می‌باشد.

فرضیه‌ی چهارم: بین گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H0: \mu_1 - \mu_2 = 0 \\ H1: \mu_1 - \mu_2 \ (0 \end{cases}$$

جدول ۶. آزمون همبستگی اسپیرمن گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح و گردشگری خانه‌های دوم

		گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح
گردشگری خانه‌های دوم	همبستگی اسپیرمن	۰/۴۸۶
	سطح معنی‌دار	۰/۰۱۵
	تعداد کل	۳۸۴

با توجه به جدول (۶) نتایج بدست‌آمده برای سطح معناداری (۰/۰۱۴) بیانگر این است که رابطه همبستگی بین دو متغیر تایید شده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد قبول است، فرضیه چهارم پژوهش تایید شد زیرا مقدار ضریب همبستگی میان گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح و گردشگری خانه‌های دوم ۰/۴۸۶ بدست آمده‌است که بیانگر رابطه مثبت و معنادار میان متغیرهای ذکر شده می‌باشد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

جدول۷. نتایج شاخص‌های عوامل موثر بر گردشگری خانه های دوم

عوامل	گویه‌ها	بار عاملی	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	مقدار ویژه	درصد واریانس
وضعیت اقتصادی گردشگران	درآمد و توان مالی	۰/۸۲۱	۲/۹۵۸۱	۰/۸۹۹۴۷	۰/۳۰۴	۸/۵۳۶	۲۸/۰۹۳
	تمایل به سرمایه‌گذاری	۰/۷۱۶	۲/۸۲۶۳	۰/۹۵۸۴۹	۰/۳۳۹		
	تملک وسایل نقلیه	۰/۵۹۳	۲/۷۰۰۶	۰/۹۰۷۱۹	۰/۳۳۵		
ویژگی‌های طبیعی	آب و هوای مناسب	۰/۷۶۰	۳/۲۲۱۶	۰/۹۳۸۹۹	۰/۲۹۱۴	۳/۱۲۸	۱۰/۰۱۱
	وجود جاذبه‌ها	۰/۷۸۵	۳/۱۷۹۶	۰/۹۹۷۳۳	۰/۳۱۳۶		
	چشم‌اندازهای طبیعی	۰/۷۵۰	۳/۲۳۰۵	۱/۱۵۸۹۲	۰/۳۵۸۷		
	آرامش محیط	۰/۶۱۰	۲/۸۶۵۳	۱/۰۶۱۱۰	۰/۳۷۰۳		
	دسترسی به جاذبه‌ها و چشم‌اندازها	۰/۶۸۲	۲/۶۸۵۶	۰/۹۷۷۲۰	۰/۳۶۳۸		
فاصله و دسترسی	فاصله‌ی بین سکونتگاه اصلی و خانه‌ی دوم	۰/۷۹۰	۳/۳۱۷۴	۱/۰۰۵۰۳	۰/۳۰۲۹	۲/۰۲۴	۴/۹۹۱
	سهولت دسترسی	۰/۸۱۰	۲/۶۷۹۶	۱/۰۴۳۶۷	۰/۳۸۹۴		
	سیستم حمل و نقل مناسب	۰/۶۹۰	۲/۶۱۰۸	۱/۰۴۷۵۲	۰/۴۰۱۲		
	نزدیکی و مجاورت با کانون‌های شهری	۰/۷۵۱	۲/۷۲۷۵	۱/۰۹۶۲۸	۰/۴۰۱۹		
گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح	افزایش اوقات فراغت	۰/۷۵۰	۲/۸۲۹۳	۰/۸۴۴۱۱	۰/۲۹۸	۲/۳۸۵	۶/۱۲۸
	فرار از یکنواختی و روزمرگی	۰/۷۹۰	۳/۱۱۰۸	۰/۹۷۵۵۳	۰/۳۱۳		
	تغییر در نگرش‌های فرهنگی	۰/۸۲۰	۲/۸۷۷۲	۱/۰۴۲۵۹	۰/۳۶۲		
	نگرش محیط گرایی	۰/۸۳۳	۲/۸۱۱۴	۰/۹۶۶۵۸	۰/۳۴۳		
	نوگرایی	۰/۷۴۰	۲/۸۹۸۲	۱/۰۹۳۹۹	۰/۳۷۷		

بر اساس یافته‌های حاصل از جدول (۷)، عامل وضعیت اقتصادی با مقدار ویژه ۸/۵۳۶به تنهایی تبیین کننده‌ی ۲۸/۹۳ درصد از واریانس کل می‌باشد. مولفه‌های « درآمد و توان مالی» (با بار عاملی ۰/۸۲۱)، «تمایل به سرمایه‌گذاری» (با بار عاملی ۰/۶۸۰) و «تملک وسایل نقلیه» (با بار عاملی ۰/۵۹۳) تحت عنوان «شرایط اقتصادی گردشگران» بررسی شده و ۲۸٪ از وایانس را تبیین می‌کنند.

مولفه‌های «آب و هوای مناسب» (با بار عاملی ۰/۷۶۰)، «وجود جاذبه‌ها» (با بار عاملی ۰/۷۸۵)، «چشم‌اندازهای طبیعی» (با بار عاملی ۰/۷۵۰)، «آرامش محیط» (با بار عاملی ۰/۶۱۰) و «دسترسی به جاذبه‌ها و چشم‌اندازها» (با بار عاملی ۰/۶۸۲) که تحت عنوان «ویژگی‌های اقلیمی» بررسی شده و حدود ۱۰٪ از وایانس را تبیین می‌کنند.

«فاصله‌ی بین سکونتگاه اصلی و خانه‌ی دوم» (با بار عاملی ۰/۷۹)، «سهولت دسترسی» (با بار عاملی ۰/۸۱۰)، «سیستم حمل و نقل مناسب» (با بار عاملی ۰/۶۹۰) و «نزدیکی و مجاورت با کانون‌های

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

شهری» (با بار عاملی ۰/۷۵۱) را در بر می‌گیرد و حدود ۶٪ از واریانس را تبیین می‌کنند که تحت عنوان « فاصله و دسترسی » بررسی شده و حدود ۵٪ از وایانس را تبیین می‌کنند.

مولفه‌های«افزایش اوقات فراغت» (با بار عاملی ۰/۷۵۰)، «فرار از یکنواختی و روزمرگی» (با بار عاملی ۰/۷۹۰)، «تغییر در نگرش‌های فرهنگی» (با بار عاملی ۰/۸۲۰)، «نگرش محیط گرایی» (با بار عاملی ۰/۸۳۳) و «نوگرایی (شناخت و جستجوی تجارب نو)» (با بار عاملی ۰/۷۴۰) از مولفه‌هایی هستند که تحت عنوان «گرایش ذهنی و عملی به فراغت و تفریح» بررسی شده و حدود ۶٪ از واریانس را تبیین می‌کنند.

۵) نتیجه‌گیری

گردشگری روستایی و طبیعت‌گردی در قالب احداث خانه‌های دوم در شمال کشور دارای سابقه بسیار طولانی می‌باشد و در حال حاضر رشد روز افزونی را تجربه می‌کند که می‌تواند آثار مختلفی را برای جوامع محلی و روستایی درپی داشته باشد. در این بین عوامل مختلفی بر گردشگری روستایی و مالکیت خانه‌ای دوم تاثیر گذار است. بنابراین شناسایی و مدیریت مناسب این عوامل زمینه‌ساز پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی و رونق گردشگری در مناطق روستایی می‌گردد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر در میان عواملی که در انتخاب الگوی گردشگری خانه‌ی دوم مورد بررسی قرار گرفتند وضعیت اقتصادی گردشگران بیشتر تاثیر و فاصله و دسترسی کم‌ترین تاثیر را داشتند.

در فرضیه‌ی اول بیان شد که «بین وضعیت اقتصادی گردشگران و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد». به منظور بررسی این فرضیه، با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌ها، از آزمون اسپیرمن استفاده شد و با سطح معناداری (۰/۰۲۰) و اطمینان ۹۵ درصد این فرضیه تایید شد. بدین صورت که رابطه مثبت و معناداری میان متغیرهای ذکر شده وجود دارد (مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای گردشگری خانه‌های دوم و وضعیت اقتصادی گردشگران ۰/۶۲۶ بدست آمده‌است) و همچنین، شدت رابطه از نوع قوی است. بطورکلی می‌توان این‌گونه استنباط نمود که در مورد جامعه‌ی مورد بررسی، وضعیت اقتصادی گردشگران بر گردشگری خانه‌های دوم در دهستان میانبند شهرستان نور به‌طور قوی تاثیرگذار بوده است.

در فرضیه‌ی دوم بیان شد که «بین ویژگی‌های طبیعی و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد». به‌منظور بررسی این فرضیه، از آزمون اسپیرمن استفاده شد و با سطح معناداری (۰/۰۱۶) و اطمینان ۹۵ درصد این فرضیه تایید شد. بدین صورت که رابطه مثبت و معناداری میان متغیرهای ذکر شده وجود دارد (مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای گردشگری خانه‌های دوم و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

ویژگی‌های طبیعی ۰/۵۴۳ بدست آمده‌است) و همچنین، شدت رابطه از نوع قوی است. بطورکلی می‌توان این‌گونه استنباط نمود که در مورد جامعه‌ی مورد بررسی، متغیر ویژگی‌های طبیعی بر گردشگری خانه‌ای دوم در دهستان میانبند شهرستان نور بطور قوی تاثیرگذار بوده‌است.

در فرضیه‌ی سوم بیان شد که «بین فاصله و دسترسی و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد». به منظور بررسی این فرضیه، از آزمون اسپیرمن استفاده شد و با سطح معناداری (۰/۰۱۴) و اطمینان ۹۵ درصد این فرضیه تایید شد. بدین صورت که رابطه معنادار میان متغیرهای ذکر شده وجود دارد (مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای گردشگری خانه‌های دوم و فاصله و دسترسی ۰/۴۷۱ بدست آمده‌است) و همچنین، شدت رابطه از نوع متوسط است. متغیر فاصله و دسترسی بر گردشگری خانه‌های دوم در دهستان میانبند شهرستان نور بطور متوسط تاثیرگذار بوده‌است.

در فرضیه‌ی چهارم بیان شد که «بین گرایش ذهنی و عملی به فراغت و گردشگری خانه‌های دوم رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد». به منظور بررسی این فرضیه، از آزمون اسپیرمن استفاده شد و با سطح معناداری (۰/۰۱۵) و اطمینان ۹۵ درصد این فرضیه تایید شد. بدین صورت که رابطه معنادار میان متغیرهای ذکر شده وجود دارد (مقدار ضریب همبستگی میان متغیرهای گردشگری خانه‌های دوم و گرایش ذهنی و عملی به فراغت ۰/۴۸۶ بدست آمده‌است) و همچنین، شدت رابطه از نوع متوسط است. متغیر گرایش ذهنی و عملی به فراغت بر گردشگری خانه‌های دوم در دهستان میانبند شهرستان نور به طور متوسط تاثیرگذار بوده‌است.

۶)منابع

- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی، (۱۳۸۶)، **گردشگری (ماهیت و مفاهیم)**، تهران: انتشارات سمت.
- دادورخانی، فضیله و فاطمه محمّدزاده‌لاریجانی، (۱۳۹۲)، **سنجش پیامدهای گردشگری خانه‌های دوم بر محیط-زیست مناطق روستایی؛ مطالعه‌ی موردی: روستاهای ییلاقی بخش بندپی شرقی شهرستان بابل**، نشریه جغرافیا و توسعه‌ی ناحیه‌ای، دوره۱۱، شماره ۲۰، صص۱۳۱-۱۰۹.
- درئو، ماکس، (۱۳۷۴)، **جغرافیای انسانی**، چاپ دوم، ترجمه سیروس سهامی، مشهد: رایزن.
- رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۲)، **تحلیل روند ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی: مورد مطالعه روستاهای شمالی ایران**، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۳۵، شماره ۴۵، صص ۷۴-۵۹.
- رضوانی، محمدرضا، سیدعلی بدری، فرخنده سپهوند و سعید اکبریان‌رونیزی، (۱۳۹۱)، **گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی (مطالعه موردی: بخش رودبار قصران، شهرستان شمیرانات)**، نشریه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال ۴، شماره ۱۳، صص۴۰-۲۳.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

- رضوانی، محمدرضا، حمیدرضا باغبانی و بهرام هاجری، (۱۳۹۲)، **تحلیل اثرات کالبدی گسترش خانه‌های دوم بر روستاها؛ مطالعه‌ی موردی: دهستان شیرکوه، استان یزد**، نشریه کاوش‌های بیابانی مناطق جغرافیایی، سال۱، شماره ۱، صص ۱۳۷-۱۱۵.
- رمضان‌زاده‌لسبویی، مهدی، محمدرضا رضوانی و محمد اکبرپور، (۱۳۹۴)، **تحلیل آثار زیست‌محیطی گردشگری خانه‌های دوم از دیدگاه جامعه‌ی میزبان و میهمان (مطالعه‌ی موردی: روستاهای ناحیه‌ی دو هزار، شهرستان تنکابن)**. فصلنامه جغرافیای انسانی، سال ۴۷، شماره ۴، صص۶۴۳-۶۲۵.
- سعیدی، عباس و ریحانه سلطانی‌مقدس، (۱۳۹۲)، **نقش خانه‌های دوم در گردشگری و جریان سرمایه در نواحی روستایی (مورد مطالعه: ناحیه بینالود، خراسان رضوی)**، فصلنامه نشریه جغرافیا، سال ۱۱، شماره ۳۶، صص ۵۳-۳۳.
- خشنود، عفت، مسعود مهدوی‌حاجیلو و اسماعیل قادری، (۱۳۹۶)، **تاثیر گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد روستایی دهستان ابرشیوه در شهرستان دماوند**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۶، شماره ۴، صص ۱۶-۱.
- ضیایی، محمود و زهرا صالحی‌نسب، (۱۳۸۷)، **گونه‌شناسی گردشگران خانه‌های دوم و بررسی اثرات کالبدی آنها بر نواحی روستایی (مطالعه‌ی موردی رودبار قصران)**، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال ۴۰، شماره ۶۶، صص ۸۴-۷۱.
- ضیایی، محمود و مژگان تراب‌احمدی، (۱۳۹۲)، **شناخت صنعت جهانگردی با رویکرد سیستمی**، چاپ دوم، تهران: علوم اجتماعی.
- عنابستانی، علی اکبر، (۱۳۸۹)، **فرآیند شکل‌گیری خانه‌های دوم روستایی و عوامل موثر بر آن (مطالعه موردی: روستاهای ییلاقی غرب مشهد)**، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال۴۲، شماره ۷۴، صص۱۱۷-۱۰۳.
- عنابستانی، علی اکبر و محمدجواد خوش‌چهره، (۱۳۹۴)، **بررسی پیامدهای اجتماعی ناشی از حضور گردشگری خانه‌های دوم در سکونت‌گاه‌های روستایی شهرستان بینالود**، آمایش جغرافیایی فضا، سال ۵، شماره ۱۵، صص ۱۲۸-۱۰۹.
- عینالی، جمشید و احمد رومیانی، (۱۳۹۳)، **پژوهشی تحت عنوان نقش سرمایه گذاری‌های مالی در توسعه روستایی با تاکید بر گردشگری خانه‌های دوم مورد: شهرستان بوئین زهرا**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۳، شماره ۱، صص ۹۱-۷۵.
- فراهانی، حسین، فرزاد ویسی و سوران منوچهری، (۱۳۹۶)، **تحلیل عوامل رشد گردشگری روستایی بخش خاوومیرآباد در شهرستان مریوان**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۶، شماره ۱، صص ۹۶-۷۷.
- فیروزنیا، قدیر، عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و محبوبه ولی‌خانی، (۱۳۹۰)، **پیامدهای گسترش ویلاسازی (خانه‌های دوم) در نواحی روستایی: دهستان تاررود شهرستان دماوند**، نشریه جغرافیا، سال ۹، شماره ۳۱، صص ۱۷۰-۱۴۹.
- محمدی، مصطفی و سید محمد میرتقیان رودسری، (۱۳۹۵)، **درآمدی بر گردشگری خانه‌های دوم روستایی: رویکرد نظام‌گرایانه، چاپ در چکیده‌ی مقالات، همایش ملی توسعه‌ی پایدار گردشگری (از تئوری تا عمل با رویکرد توسعه‌ی جوامع محلی)**، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
- ملکشاهی، غلامرضا و سید زهرا حسینیان، (۱۳۹۳)، **نقش گردشگری خانه‌های دوم در تغییرات اقتصادی و زیست محیطی (نمونه‌ی موردی: منطقه چلاو آمل)**، فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی شهری، سال ۲، شماره ۸، صص ۱۴۸-۱۳۳.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

- Adamiak, C., Vepsalainen, M., Strandell, A., Hiltunen, M. J., Pitkanen, K., Hall, C. M., Rinne, J., & Akerlund, U, (2015), **Second home tourism in Finland: Perceptions of citizens and municipalities on the state and development of second home tourism**, Reports of the Finnish Environment Institute, Finland.
- Akerlund, U., Lipkina, O., & Hall, C. M, (2015), **Second home governance in the EU: in and out of Finland and Malta, Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events**, ۷(۱), ۷۷-۹۷.
- Asgary, A., Rezvani, M. R., & Mehregan, N, (2011), **Local Residents' Preferences for Second Home Tourism Development Policies: A Choice Experiment Analysis**, tourismos, ۶(۱), ۳۱-۵۱.
- Aronsson, L. (1993). **Motet: en Studie I Smogenav Turisters, Fritids boendesoch Bofastas Användningav Tidoch Rum**, *For skning srapport*,93(1), Karlstad: Högskolan i Karlstad.
- Brida, J. G., Osti, L., & Santifaller, E, (2011), **Second homes and the need for policy planning**, tourismos, 6(1), 141-163.
- Boyarkina, A., (2014), **Residential Tourism in Northern Cyprus, Motivation Factors of Tourists towards NC**, Unpublished master thesis, University of Applied Science, Degree Program of Hospitality Management.
- Ellingsen, W. G., & Hidle, K,, (2012), **Performing Home in Mobility: Second Homes in Norway**, *Tourism Geographies*. 15(2), 250-267.
- Hoogendoorn, G., Mellett, R., and Visser, G.,(2005), **Second homes tourism in Africa: Reflections on the South African experience**, *urban forum*. 16(2), 112-154.
- Hoogendoorn, G., Visser, G., & Marais, L, (2013), **Changing Countryside, Changing Villages: second homes in Rhodes**, *South African Geographical Journal*. 91(2), 75-83.
- Lipkina, O, (2013), **Motives for Russian Second Home Ownership in Finland**, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 13(4), 299-316.
- Marjavaara, R, (2015), **Second home tourism in Europe: lifestyle issues and policy responses, Journal of Tourism History**, 7(1-2), 179-1۸۱.
- Nouza, M., Olafsdottir, R., & Saeborsdottir, A. D, (2015), **Motives and behavior of second home owners in Iceland reflected by place attachment**, Current Issues in Tourism, DOI:10.1080/13683500.2015.1072139.
- Persson, I, (2015), **Second homes, legal framework and planning practice according to environmental sustainability in coastal areas: the Swedish**, Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events, 7(1), 48-61.
- Quinn, D. N. (2010), **Holiday Home, Sweet Home: A Phenomenological Approach to Second Home Living in Ireland**, Unpublished master thesis, Cardiff School of Management, Colchester Avenue, Cardiff, UK.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]