



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال چهارم، شماره‌ی ۱۳، تابستان ۱۳۹۴
صفحات ۹۳-۱۱۹

تأثیر مشارکت تورگردان‌ها در پایداری و توسعه سکونتگاه‌های محلی (مطالعه موردی: منطقه تهران و البرز)^۱

ناصر شفیعی ثابت^۲

سعیده هراتی فرد^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۶/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۲۵

چکیده:

مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی آموزش دیده و مجرب در زمینه جذب گردشگر و توسعه زیرساخت‌ها، در افزایش میزان درآمد و ثروت نسل‌ها و در نتیجه پایداری و توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری مؤثر است. با این وجود، به دلایل مختلفی اهمیت و جایگاه مشارکت آنان تشخیص داده نشده است. بدین ترتیب، در سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی و گردشگری آن چنان که باید مورد توجه قرار نگرفته است. مقاله حاضر مشکلات زیرساختی و موانع در زمینه ارتقای توانمندی تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی را در منطقه‌ی تهران و البرز آشکار می‌سازد. بنابراین، این تحقیق به شیوه توصیفی - تحلیلی از طریق ۱۲۸ نمونه تصادفی تورگردان و عرضه‌کنندگان محلی و ۱۰۰ نمونه تصادفی سکونتگاه مسیر و مقصد به مطالعه نقش تورگردان‌ها در پایداری و توسعه سکونتگاه‌ها از هر دو دیدگاه تورگردان‌ها و ساکنان محلی پرداخته است. برای سنجش متغیرها سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها تعداد ۶۵ شاخص در چارچوب ۴ معیار نظام محیطی، نظام اجتماعی - اقتصادی و کالبدی سنجیده شده است. در ارتباط با مؤلفه اثرگذار توانمندی و مشارکت تورگردان‌ها تعداد ۳۶ شاخص در قالب ۶ معیار اجتماعی و فرهنگی، فن‌آوری اطلاعات، آموزش و اطلاع رسانی، اقتصادی، کالبدی و سیاست‌گذاری سنجیده شده است. نتایج نشان می‌دهد که ظرفیت‌های تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در توسعه عملکرد گردشگری پاک و ارتقای سطح توسعه‌یافتگی سکونتگاه‌ها مؤثر است. بنابراین، توجه به ارتقای شاخص‌های ظرفیت‌مندی و تواناسازی تورگردان‌ها در قالب شکل‌های تورگردانی، و سیاست‌گذاری برای دخالت آنان در گسترش زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی و زیرساخت‌های رفاهی و پشتیبان گردشگری پیشنهاد می‌گردد.

واژگان کلیدی: تورگردان‌ها، عرضه‌کنندگان محلی گردشگری، پایداری و توسعه سکونتگاه‌ها، منطقه‌ی تهران و البرز

^۱ مقاله حاضر برگرفته از کار پژوهشی در دانشگاه شهید بهشتی با عنوان نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در پایداری و توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری می‌باشد.

^۲ نویسنده مسئول: استادیار گروه جغرافیای انسانی دانشگاه شهید بهشتی (n_shafiei@sbu.ac.ir)

^۳ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه

تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی مجرب، آموزش دیده، و آشنا با جاذبه‌ها و فرهنگ ساکنان محلی، به مثابه میانجی و هدایت‌گر گردشگران هستند. آن‌ها از طریق مشارکت و ارائه‌ی آموزش، یادگیری و فهم‌مشترک در ارتباط با محیط پاک، و تمیز، و فرهنگ بومی ساکنان کانون‌های گردشگری، تسهیل‌ساز برقراری ارتباط فرهنگی دوستانه و سازنده میان گردشگران و ساکنان سکونتگاه‌های روستایی و شهری مقاصد گردشگری می‌شوند. این مقوله، علاوه بر افزایش جذب گردشگر در مقاصد، به دلیل افزایش میزان جذابیت مقاصد گردشگری، سبب پایداری اجتماعی - اقتصادی گردشگری و جهت‌یابی آن به سمت توسعه پایدار می‌گردد. (سلانی‌می^۱، ۲۰۰۳: ۶).

در دهه‌های اخیر، در متون توسعه، یکی از مهم‌ترین راهبردهای ارایه شده برای پایداری ابعاد اجتماعی - اقتصادی و محیطی و توسعه سکونتگاه‌های محلی، توانمندسازی و مشارکت عرضه‌کنندگان محلی و تورگردان‌ها در ابعاد گوناگون آن است. به‌گونه‌ای که برای دانش بومی ساکنان مقصد گردشگری و عرضه‌کنندگان محلی و ارتقای سطح آگاهی و اطلاعات آن‌ها برای مشارکت دستیابی به توسعه اجتماعی - اقتصادی اهمیت زیادی قائل شده‌اند (آماندسن و مارتین سن^۲، ۲۰۱۵: ۳۰۶). مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی به عنوان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های غیردولتی رابط میان گردشگر و مقاصد گردشگری می‌تواند از طریق تاثیر گذاری مثبت بر روی جریان‌ها و حجم گردشگران در جهت پایداری گردشگری سکونتگاه‌ها و توسعه آن‌ها اثر گذار باشند (فردریکس^۳ و همکاران، ۲۰۰۸: ۵، خیرات و ماهر^۴، ۲۰۱۰: ۱۳۰). به علاوه، مشارکت نزدیک آن‌ها با سرمایه‌گذاران مقاصد گردشگری از طریق آموزش‌های زیست‌محیطی و هدایت و کنترل گردشگران در جهت پایداری و کاهش اثرات منفی گردشگری نقش به‌سزایی دارند (بودنیه^۵، ۲۰۰۹: ۱۳۸۹). از این رو، پایداری گردشگری در سطوح محلی و منطقه‌ای، از طریق الویت بندی اهداف کلیدی و مشارکت تمامی عوامل برای ارائه‌ی محصول گردشگری امکان‌پذیر است (کربن^۶، ۲۰۰۴: ۲۶، خیرات و ماهر، ۲۰۱۲: ۲۱۴). همچنین، تقویت و توسعه رابطه با سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و سازمان‌های محلی در مقاصد گردشگری سبب بهره‌وری بیشتر برای مقاصد شده؛ و پایداری گردشگری در آن مناطق را تضمین می‌کند (یانث^۷، ۲۰۱۳: ۳۷).

¹ Selanniemi

² Amundsen and Martinsen

³ Fredericks

⁴ Khairat and Maher

⁵ Budneau

⁶ Carbone

⁷ Janeth

در این راستا، در دهه‌های اخیر، به رغم گسترش نسبتاً زیاد آژانس‌های تورگردانی در منطقه‌ی تهران و البرز، به دلیل بی‌توجهی سازمان‌های متولی گردشگری، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی برای مشارکت در مقوله جذب گردشگر و توسعه زیرساخت‌ها با چالش‌های زیادی روبرو هستند. این چالش‌ها بیشتر در زمینه آموزش‌های لازم و مناسب برای شناخت و معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه‌ی تهران، تورگردانی و توانمندسازی آن‌ها است. فقدان سیاست‌گذاری در زمینه مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی سازگار با محیط‌زیست و فقدان روابط نزدیک بین تورگردان‌ها و سرمایه‌گذاران در مقاصد گردشگری، و به طور کلی کم‌توجهی به ظرفیت‌ها و توانایی‌های آنان سبب می‌گردد؛ آن‌ها، آموزش، هدایت و کنترل لازم بر روی گردشگران در زمینه ارتباط با محیط پاک و تمیز و حفظ محیط زیست نداشته باشند. این مسائل پایداری و توسعه اجتماعی - اقتصادی سکونتگاه‌ها در مسیر و مقصد گردشگری را در منطقه‌ی تهران و البرز با مشکل مواجه کرده است.

از این رو، پرداختن به موضوع مسأله در ارتباط با کاهش اثرات منفی و مخرب گردشگری بی‌برنامه و بدون مشارکت خردمندان عرضه‌کنندگان محلی و تورگردان‌ها در راستای پایداری گردشگری از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. از این رو، تحقیق حاضر با هدف تبیین نقش و جایگاه مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار در پایداری و توسعه مقاصد گردشگری صورت گرفته است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

هدف اصلی توسعه پایدار گردشگری گسترش فعالیت‌ها و خدمات مربوط به گردشگری و مدیریت آن است، به نحوی که منافع اجتماعی - اقتصادی آن برای مردم محلی باشد و در عین حال لازم است از جذابیت‌ها و منافع آن که سبب جذب گردشگر می‌گردد، حفاظت شود (تی. او. ای^۱، ۲۰۰۵). ایده پایداری ابعاد گوناگونی دارد. با این حال، مهم‌ترین آن‌ها، شامل ابعاد محیط طبیعی، اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی است.

از نظر «موفت و مونت^۲»، در فرآیند توسعه پایدار گردشگری توجه به تنوع و گوناگونی ابعاد پایداری توسعه ضروری است. براین‌مبنا، تنوع ابعاد پایداری اجتماعی - اقتصادی، فرهنگی و محیط طبیعی به شرح زیر است.

۱- پایداری محیط طبیعی: ضرورت اجتناب یا کاهش اثرات محیطی فعالیت‌های گردشگری است که محاسبه ظرفیت تحمل یک روش با اهمیت برای تخمین اثرات محیطی و پایداری

^۱ T.O.I(Tour Operator Initiative)

^۲ Mowforth and Munt

است. ۲- پایداری اجتماعی: افزایش توانایی جامعه برای جذب گردشگر است بدون این که باعث ایجاد بی‌تعادلی و ناهنجاری در روابط اجتماعی شود (خیرات و ماهر، ۲۰۱۰: ۱۲۷). ۳- پایداری فرهنگی: ارتقای ظرفیت و توانایی مردم محلی در حفظ فرهنگ بومی خود و در عین حال پذیرش تعامل با گروه‌های فرهنگی از مناطق مختلف است. ۴- پایداری اقتصادی: ارتقای سطح اقتصادی حاصل از فعالیت‌های گردشگری که به اندازه کافی هزینه‌های خدماتی‌ارایه‌شده به گردشگران را پوشش دهد (همان).

هدف پایداری اقتصادی تأمین نیازهای اقتصادی و آرزوها و آمال ساکنان منطقه‌ی در بلند مدت است. به عبارت دیگر، پایداری اقتصادی از طریق منابع گردشگری برای همه، نه فقط برای گروهی مورد توجه است. در این زمینه، استفاده از کارکنان محلی می‌تواند اشتغال محلی را تقویت کند و بهبود پایداری اقتصادی را تضمین نماید (همان). برای مینا، گردشگری به مثابه یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنعت گسترش یافته در جهان، باعث پایداری و توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌گردد. «تلفر و شارپلی^۱» معتقدند که تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی، به عنوان عرضه‌کنندگان خدمات گردشگری از طریق توانمندسازی و مشارکت در توسعه محلی می‌توانند در بهبود شاخص‌های محیطی و حفظ محیط زیست و به کار گماردن جامعه محلی در تحولات کالبدی و در ارتقای پایداری محلی بسیار اثرگذار باشند (تلفر و شارپلی، ۲۰۰۸: ۱۶۹). باین وجود، آن‌ها نیاز دارند که از طریق ارائه‌ی قوانین و تسهیلات مناسب برای ایجاد محیطی پایدار تقویت شوند (سازمان ملل، ۲۰۱۲: ۲۵). توانمندسازی تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی باعث می‌شود، آن‌ها ضمن کنترل خود، به رشد کافی و آمادگی لازم برای پذیرش مسئولیت‌های بیشتر در آینده دست یابند (آماندن و مارتین سن، ۲۰۱۵: ۳۰۵).

در ادبیات توسعه، مفهوم «توانمندسازی^۲» به منظور مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی از دو جنبه و رویکرد بررسی شده است: الف) رویکرد انگیزشی توانمندسازی؛ در این رویکرد، هدف تواناسازی و تقویت خودباوری می‌باشد (ب) رویکرد شناختی توانمندسازی؛ این رویکرد، توانمندسازی را به طور وسیع‌تر به مثابه یک حالت انگیزش درونی در ارتباط با شغل تعریف می‌کند که شامل چهار احساس درونی است:

۱- معنی دار بودن^۳: یعنی این که فرد و وظیفه‌ای را که انجام می‌دهد با معنی و ارزشمند تلقی کند.

۲- شایستگی^۱: شایستگی یا خودباوری، اعتقاد فرد به توانایی و ظرفیت خود برای انجام کارها است.

^۱ Telfer and Sharply

^۲ Empowerment

^۳ Meaning

- ۳- تأثیر^۲: عبارت از حدی که در آن فرد توانایی نفوذ در پیامدهای کار خود را دارا است.
- ۴- خودتعیینی^۳: یاق انتخاب یک احساس فردی در مورد حق انتخاب برای تنظیم فعالیت‌ها است. در حالی که شایستگی یک مهارت رفتاری است همچنین، به آزادی عمل شاغل در تعیین فعالیت‌های لازم برای انجام وظایف شغلی اطلاق می‌گردد.
- ۵- اعتماد^۴: در نهایت اعتماد به معنی آن است که افراد احساس کنند که با آن‌ها منصفانه و یکسان برخورد خواهد شد (فرناندز و ملد و گزیو^۵، ۲۰۱۵: ۳۸۲-۳۸۰).

در واقع، توانمندسازی به عنوان ظرفیتی برای خود اتکایی و اعتماد به نفس در مقابل وابستگی است. این فرآیندی است که از طریق آن اشخاص، سازمان‌های غیردولتی و گروه‌های به حاشیه رانده شده، می‌توانند سازمان خود را تقویت کنند و خودشان را از تسلط ایجاد شده توسط ساختارها یا روابط، آزاد کنند (شارما و کرکمن^۶، ۲۰۱۵: ۱۹۹). برای توانمندسازی باید به عواملی مانند دانش و یا آموزش‌های مهارتی سازمان‌ها، روش‌های مناسب، عضویت در یک سازمان، اعتبارات خرد، اعتماد به نفس افراد، تحصیلات، دسترسی به منابع و حمایت سیاسی توجه نمود (روسبرگر و کراوس^۷، ۲۰۱۵: ۲۵).

بر مبنای دیدگاه صاحب‌نظران توسعه، مفهوم توانمندسازی با مفهوم ظرفیت‌سازی ارتباط نزدیکی دارد. ظرفیت‌سازی، فرآیندی دائمی، قابل انعطاف، تأثیرپذیر و پاسخگو است که تمام بازیگران را شامل می‌شود. ظرفیت‌سازی بخشی از یک مفهوم چندسویه است که معانی متفاوتی را نظیر قادرسازی، مشارکت، حمایت، تمرکززدایی و خصوصی‌سازی را مطرح می‌کند. تعریف هریک از این مفاهیم از دیدگاه ظرفیت‌سازی به عنوان یک فرایند یا الگو تلاش برای نزدیک شدن به یک تعریف از این مفهوم، نظر را معطوف به مسئله قدرت و انتقال قدرت می‌کند. بدیهی است پیش از هرگونه اقدام جهت ارائه‌ی تعریف عملی باید درکی از شرایط ذهنی والگوی مواجه دولت و نیز دولت محلی با مفهوم انتقال قدرت به دست آورد. برای نیل به اثرات مثبت ظرفیت‌سازی باید هر سه جنبه توسعه منابع انسانی، توسعه نهادی و توسعه سازمانی را مدنظر قرارداد (آماندسن و مارتین، ۲۰۱۵: ۳۰۸).

پژوهش‌ها در ارتباط با اثرات فضایی مثبت و منفی گردشگری گروهی مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی و توسعه سکونتگاه‌ها در مقاصد گردشگری نتایج متفاوتی نشان داده است. یافته‌های موفت و مونت (۲۰۰۳)، نشان داد در صورتی که رشد پدیده گردشگری گروهی

¹ Competence

² Impact

³ Self- determination

⁴ Confidence

⁵ Fernandez and Moldogaziev

⁶ Sharma and Kirkman

⁷ Rossberger and Krause

بدون برنامه باشد، منجر به طیفی از مشکلات می‌گردد که در سال‌های اخیر به وضوح قابل رویت است. از نظر آنان، این مسائل شامل تخریب محیط طبیعی، اجتماعی - فرهنگی است. به گونه‌ای که فعالیت گردشگری گروهی بی‌برنامه می‌تواند در تضاد با فعالیت‌های کوچک مقیاس که مسؤله و مفید هستند، قرار گیرد. در نتیجه بیشترین اثرات گردشگری گروهی بدون برنامه می‌تواند در نتیجه فعالیت‌های سه گروه تولیدکنندگان، عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان گردشگری باشد (خیرات و ماهر، ۲۰۱۰: ۱۳۷-۱۲۶). اما، «سلانی می» (۲۰۰۳)، به نقش تورگردان‌ها به عنوان میانجی و هدایت کننده به سمت توسعه پایدار تاکید می‌کند. به عقیده او، محیط پاک و تمیز و فرهنگ دوستانه مردم مقاصد، سبب افزایش جذب گردشگر به مقاصد می‌گردد. از این رو، تورگردان‌ها برای ارتقای فعالیت خود در میان رقبا، سعی می‌کنند ارتباط مناسب و سازنده با جامعه محلی برقرار کنند و باعث بالا بردن سطح رضایت مندی گردشگران گردند. در کنار آن، تورگردان‌ها سعی در تقویت روابط با عرضه‌کنندگان محصولات گردشگری (هتلداران و رستوران داران) و کارکنان آن‌ها در مقاصد گردشگری می‌کنند. علاوه بر این، مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی باعث افزایش درآمد مردم محلی و در نتیجه بالا رفتن سطح توسعه اقتصادی مقاصد می‌شود (سلانی می، ۲۰۰۳: ۸).

همچنین، «بودنیه» (۲۰۰۵)، گردشگری گروهی را به عنوان واقعیت زندگی دوران معاصر مورد توجه قرار می‌دهد که می‌تواند اثرات مثبتی بر روی گردشگری پایدار بگذارد و به نقشی که تورگردان‌ها به عنوان عامل اثر گذار بر روی تغییر رفتار گردشگران در مقاصد به سمت پایداری دارند، اشاره می‌کند (بودنیه، ۲۰۰۵: ۹۷-۸۹). «فردریکس و همکاران» (۲۰۰۸)، نتیجه می‌گیرند که تورگردان‌ها از طریق همکاری با مقاصد گردشگری برای رسیدن به پایداری در منطقه‌ی نقش کلیدی بازی می‌کنند. چون مقاصد گردشگری بیشترین فشار را تحمل می‌کنند و تورگردان‌ها به عنوان بخش خصوصی تاثیرگذار در این مناطق می‌توانند در پایداری منطقه‌ی نقش بسزایی داشته باشند (فردریکس و همکاران، ۲۰۰۸: ۸). «سیگالا»^۱ (۲۰۰۸) به توانایی تورگردان‌ها و ارتباط مستقیم و مثبت آن‌ها با گردشگران مقاصد و عرضه‌کنندگان خدمات اشاره می‌کند (سیگالا، ۲۰۰۸: ۱۵۹۹-۱۵۸۹). «بودنیه» (۲۰۰۹)، نتیجه می‌گیرد که فعالیت گردشگری در عین حالی که می‌تواند منافع اقتصادی داشته باشد؛ باعث جریان‌های منفی نیز در سطح منطقه می‌گردد. از این رو، تورگردان‌ها به عنوان واسط می‌توانند در تقویت آموزش مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان خدمات گردشگری نقش بسزایی داشته باشند. این مقوله، سبب فعالیت‌های مسؤله گردشگری می‌گردد و به توسعه پایدار منطقه نیز کمک می‌نماید (بودنیه، ۲۰۰۹: ۱۳۹۲ - ۱۳۸۵). یافته‌های «هانی و گیلپین»^۲ نشان داد، تورگردان‌ها با روابطی که

^۱ Sigala

^۲ Honey and Gilpin

دارند سبب ورود سرمایه به مناطق گردشگری و در نتیجه سبب بهبود زیر ساخت‌ها، ایجاد مراکز و تسهیلات تفریحی، ایجاد شغل و غیره می‌گردند (هانی و گیلپین، ۲۰۰۹: ۱۴). در این راستا، یافته‌های «عزودوجی و ولفگانگ^۱» نشان داد، گردشگری می‌تواند با ایجاد شغل برای مردم محلی باعث تقویت همکاری بین بخش خصوصی و بخش دولتی و جامعه محلی شود. این همکاری باعث تقویت روابط اجتماعی و فرهنگی، تقویت دسترسی به زیرساخت‌های لازم برای تسهیل در رفت و آمد می‌شود و با حمایت از مشارکت مردم محلی سبب تحولات و توسعه منطقه‌ی گردشگری پذیر نیز می‌گردد (عزودوجی و ولفگانگ، ۲۰۱۱: ۱۹۱-۱۹۰).

همچنین، در تحقیقی دیگر، افزایش سرمایه‌گذاری تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی باعث افزایش تعداد هتل‌ها و بهبود مناطق از لحاظ زیرساختی شد که در نتیجه آن سکونتگاه‌های مقصد نیز از لحاظ اجتماعی - اقتصادی پیشرفت کرده‌اند (نیلسن و اسپنسیلی^۲، ۲۰۱۰: ۲۵). در اکوادور نیز تورگردان‌ها نقش مهمی در گسترش زیرساخت‌های گردشگری محلی داشتند (ارسکین و مایر^۳، ۲۰۱۱: ۳۳۹). نتیجه تحقیق در نیجریه روشن کرد که سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و تورگردان‌ها به توسعه اقتصادی و پایداری نواحی و مناطق کمک کرده است (اژا و همکاران^۴، ۲۰۱۱: ۱۶۰-۱۵۳). در صربستان فعالیت تورگردان‌ها سبب اثرات مثبت اقتصادی در مقصد گردشگری شد. اگر چه تورگردان‌ها با یک سری از مشکلات در روند پایداری و توسعه یکپارچه گردشگری از زنجیره عرضه مواجه هستند. (اسپاسیک^۵، ۲۰۱۲: ۶۶-۶۰). نتایج تحقیقی در کشور بوتان روشن ساخت، دولت به تنهایی نمی‌تواند گردشگری را برای بلند مدت تداوم بخشد. تورگردان‌ها به عنوان بازوی اجرایی در اجرای سیاست‌های دولت در توسعه گردشگری پایدار هستند. بنابراین، آن‌ها باید الگویی را برای توسعه مناطق در نظر بگیرند که کم‌ترین ضرر را به منابع محیطی و فرهنگی منطقه وارد نمایند (اومش و همکاران^۶، ۲۰۱۳: ۱۶۵-۱۵۹). در زیمبابوه، تورگردان‌ها برای یادگیری مهارت و تخصص و به کار بستن شیوه‌های پایداری گردشگری باید در کارگاه‌های اتحادیه‌های صنفی شرکت نمایند (میتانا و همکاران^۷، ۲۰۱۳: ۳۶).

در ایران نیز، رنجبریان و زاهدی (۱۳۸۷)، نتیجه می‌گیرد، تورگردان‌ها لازم است قبل از انتخاب مقصد، جذابیت و ظرفیت پذیرش مقصد را در نظر بگیرند. همچنین، آن‌ها باید به جذابیت‌های خاص مکمل در مسیر منطقه‌ای که گردشگران را برای بازدید می‌فرستند، توجه نمایند. چالش دیگر که تورگردان‌ها با آن روبرو هستند عدم وجود زیر ساخت مناسب و امکانات

¹ Ezeuduji and Wolfgang

² Nielson and spenceley

³ Erskine and Meyer

⁴ Eja

⁵ Spasic

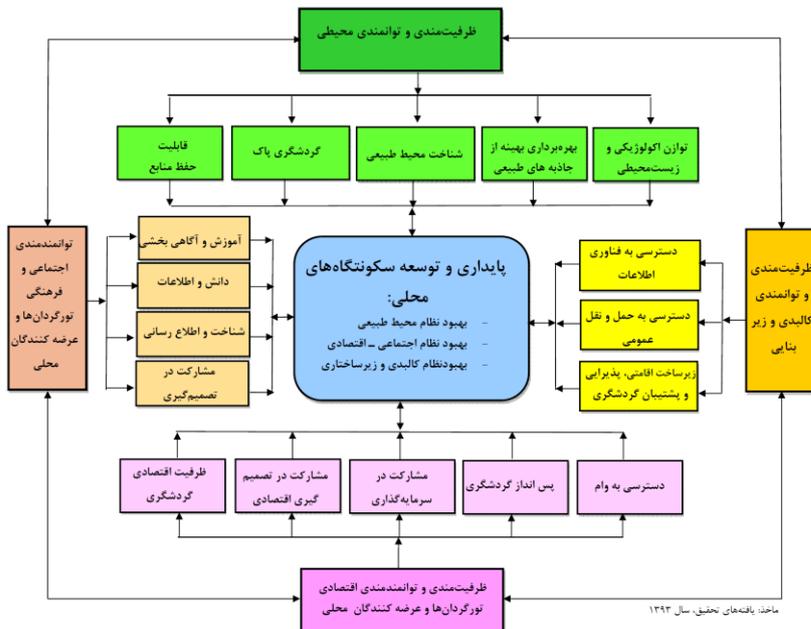
⁶ Umesh

⁷ Mutanga

اقامتی مناسب در مقاصد گردشگری می‌باشد. به علاوه، موفقیت تورگردان‌ها در گرو همکاری و تعامل بین تورگردان‌ها، عرضه‌کنندگان محلی خدمات و مقامات محلی می‌باشد (رنجبریان و زاهدی ۱۳۸۷: ۷۶-۷۲). یافته‌های تحقیق رضوانی و مرادی (۱۳۹۱) نشان می‌دهد به دلیل عدم شناخت گردشگران و نیز فقدان برنامه‌ی بازاریابی و تبلیغات، تقاضای گردشگری دروضع موجود در منطقه‌ی مورد مطالعه درحد ضعیف است. همچنین، عناصرتشکیل دهنده عرضه‌گردشگری، شامل شاخص‌های جاذبه‌ها، حمل و نقل، زیرساخت‌ها و خدمات، پیشبرد فروش و مشارکت درحد خوب می‌باشد (رضوانی و مرادی، ۱۳۹۱: ۴۰-۱۵).

مدل نظری پژوهش

بر مبنای مبانی نظری و ادبیات موضوع که به طور خلاصه ارائه شد. رویکرد نظری پژوهش حاضر بر اساس مدل مفهومی ارائه می‌شود (نمودار ۱). براساس این مدل، فرض اصلی این است که مؤلفه فرآیند مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی گردشگری با همه‌ی ابعاد و شاخص‌های آن بر مؤلفه پایداری و توسعه سکونتگاه‌های محلی اثرگذار است و جریان تأثیر و تأثر میان آن‌ها وجود دارد.



نمودار ۱. الگوی مفهومی پژوهش - منبع تحقیق حاضر

روش‌شناسی تحقیق

برای تبیین دقیق سؤال و فرضیه پژوهش، تحقیق حاضر با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به مطالعه جایگاه مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در پایداری و توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری در منطقه‌ی تهران و البرز پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل: الف) تعداد ۱۹۲ دفترتورگردانی از مجموع ۹۴۷ دفتر موجود) داده‌های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سال ۱۳۹۲، که در زمینه تورگردانی در منطقه تهران و البرز فعالیت می‌کنند. تعداد ۱۹۲ دفتر از طریق مطالعه میدانی و مراجعه حضوری به آن‌ها و داده‌های سازمان میراث شناسایی شده‌اند. ب) سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری؛ که پس از مشخص شدن سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری در منطقه از طریق اطلاعات تورگردان‌ها، به وسیله نقشه‌ها و داده‌های مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰ به عنوان جامعه آماری برای سنجش سطح توسعه یافتگی آن‌ها مشخص شد، تعداد ۲۶۳ سکونتگاه است.

با توجه به موضوع مورد بررسی تحقیق و جامعه آماری، روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای است. حجم نمونه محاسبه شده برای دفاتر تورگردانی بر اساس فرمول «کوکران»^۱ با سطح اطمینان ۹۵ درصد و پیش برآورد واریانس ۰/۲۵ و دقت احتمالی مطلوب ۵ درصد، تعداد ۱۲۸ دفتر تورگردانی و عرضه‌کنندگان محلی است که به روش تصادفی انتخاب شد و به طور مستقیم از آن‌ها پرسشگری به عمل آمد (سرای، ۱۳۷۵: ۱۳۷-۱۳۶). بر اساس نتایج مرحله اول تحقیق، حجم نمونه این سکونتگاه‌ها نیز براساس فرمول کوکران و تعدیل آن، با استفاده از نسبت یا صفت موضوع مشارکت یا عدم مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی با سطح اطمینان ۹۵ درصد، دقت احتمالی ۵ درصد و پیش برآورد واریانس ۰/۲۵ حدود ۹۸ سکونتگاه است. به منظور اطمینان بیشتر تعداد ۱۰۰ سکونتگاه به صورت تصادفی انتخاب گردید و تعداد ۱۰۰ پرسشنامه‌ی مسؤلان و معتمدین محلی در سطح روستاها تکمیل شد. انتخاب سکونتگاه‌های نمونه با در نظر گرفتن درصد توزیع آن‌ها، با استفاده از نمونه‌گیری ترکیبی تصادفی شامل نمونه‌گیری نسبی یا طبقه‌ای در مرحله اول و سپس تصادفی بوده است (کوتاری^۲، ۲۰۰۹: ۳۴). انتخاب و تبیین مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش با توجه به ادبیات موضوع و مشاهدات میدانی صورت گرفت. به طوری که مؤلفه اثرگذار (مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی گردشگری) در توسعه روستاهای مقصد گردشگری با تعداد ۶ معیار و ۳۶ شاخص سنجیده شده است (جدول ۱).

^۱ Cochran

^۲ Kothari

جدول ۱- شاخص‌های سنجش جایگاه مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در پایداری
 کانون‌های گردشگری و توسعه سکونتگاه‌های محلی در منطقه‌ی تهران و البرز

نظام اقتصادی	اجتماعی و فرهنگی
۱- پس‌انداز و سرمایه‌گذاری تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی ۲- میزان درآمد در فعالیت گردشگری ۳- اشتغال مستقیم و غیر مستقیم ۴- دسترسی به وام در ارتباط با گردشگری ۵- دسترسی به فن آوری ابزاری ۶- سهم تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در تصمیم‌گیری‌های اقتصاد گردشگری ۷- سهم عرضه‌کنندگان محلی در عرضه محصولات کشاورزی و غیرکشاورزی به گردشگران	۱- شناخت از جاذبه‌ها ۲- شناخت از امکانات اقامتی مقصد ۳- شناخت از جاذبه‌های مسیرهای گردشگری ۴- تحصیلات و تخصص تورگردان‌ها ۵- میزان سابقه‌ی کار ۶- ارائه‌ی بسته‌های آگاهی دهنده به گردشگران از جاذبه‌های مسیرهای گردشگری ۷- توانایی فردی ۸- مهارت تورگردان‌ها در مقوله تورگردانی ۹- ارتقای فرهنگ سفر با تور و توجه به اقتصادی بودن و آزاران‌تر و مفیدتر بودن آن
کالبدی و زیرساختی	فن‌آوری اطلاعات
۱- گسترش شبکه راه روستایی - شهری و افزایش نقش تورگردان‌ها ۲- گسترش شبکه حمل و نقل و افزایش نقش تورگردان‌ها ۳- دسترسی به وسایل نقلیه عمومی (اتوبوس و...) برای اجرای تور ۴- دسترسی به فن آوری ابزاری در ارتباط با گردشگری ۵- گسترش زیرساخت‌های اقامتی ۶- گسترش زیرساخت‌های پذیرایی توسط تورگردان‌ها ۷- گسترش زیرساخت‌های رفاهی و پشتیبان گردشگری	۱- میزان آشنایی با اینترنت ۲- نوع آرایه اطلاعات تورها در سایت‌ها تورها در سایت‌ها ۳- بکارگیری فن‌آوری اطلاعات در افزایش میزان جذابیت تورها، ۴- به کارگیری فن‌آوری اطلاعات برای قابل فهم کردن و معرفی تنوع جاذبه‌ها و تورها،
سیاست‌های نظام سیاسی	آموزش و اطلاع‌رسانی
۱- جهت‌گیری تسهیلات اعتباری اعطا شده به تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی ۲- میزان وام اعطا شده به تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی ۳- کمیت و کیفیت آموزش فنی و حرفه‌ای به تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی	۱- میزان اطلاع‌رسانی ۲- نحوه اطلاع‌رسانی در ارتباط با جاذبه‌ها ۳- ارائه‌ی اطلاعات در مجلات و بروشورهای تخصصی ۴- آموزش برای آگاهی از روش‌های جدید اطلاع‌رسانی ۵- آموزش در ارتباط با شغل و حرفه کاری ۶- برنامه‌های آگاهی دهنده به تورگردان‌ها

مأخذ: یافته‌های تحقیق حاضر

همچنین، مؤلفه اثرپذیر، سطح توسعه یافتگی کانون‌های جمعیتی مقصد گردشگری، شامل ۴ معیار و ۶۵ شاخص به شرح جدول ۲ سنجیده شده است. شایان ذکر است سنجش سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها با استفاده از روش موريس به انجام رسیده است (خوبفکر برآبادی و قریشی، ۱۳۹۱: ۱۳۰).

جدول ۲- شاخص‌های سنجش مؤلفه پایداری کانون‌های گردشگری و توسعه سکونتگاه‌های محلی در ارتباط با نقش تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی در منطقه‌ی تهران و البرز

ادامه‌ی نظام اقتصادی	نظام محیطی
۴- افزایش عملکرد در هکتارمحصولات کشاورزی باغی ۵- افزایش میزان محصولات تولیدی دامی و طیور ۶- افزایش میزان محصولات تولیدی آبی پروری ۷- افزایش سهم ساکنان کانون‌های گردشگری در تولید محصولات کشاورزی ۸- افزایش سهم ساکنان کانون‌های گردشگری در فرآوری محصولات کشاورزی ۹- افزایش سهم ساکنان کانون‌های گردشگری در تولید صنایع دستی و کارگاهی ۱۰- افزایش میزان دسترسی به وام و اعتبار ۱۱- افزایش میزان درآمدهای فعالیت کشاورزی ۱۲- افزایش میزان درآمدهای غیرکشاورزی ۱۳- افزایش دسترسی به ابزارآلات کشاورزی ۱۴- افزایش دسترسی به ابزارآلات غیرکشاورزی ۱۵- افزایش ظرفیت‌های اقتصادی ۱۶- افزایش سهم درآمد گردشگری ۱۷- میزان رونق یافتن مبادله کالا در کانون‌های گردشگری ۱۸- افزایش میزان پس‌انداز ۱۹- افزایش میزان سرمایه‌گذاری	۱- افزایش تعداد جایگاه زباله ۲- بهبود دفع زباله ۳- ارتقای کیفیت خاک ۴- ارتقای کیفیت آب ۵- بهبود بهداشت محیط ۶- بهبود حفاظت از منابع جنگلی ۷- بهبود حفاظت از منابع مرتعی ۸- بهبود حفاظت از باغات و مزارع کشاورزی ۹- افزایش جذابیت جاذبه‌های طبیعی
	نظام اجتماعی و فرهنگی
	۱- افزایش درصد باسوادی ۲- افزایش سطح تحصیلات ۳- افزایش میزان آگاهی در زمینه مسائل اجتماعی و فرهنگی ۴- افزایش میزان توانمندی در ارتباط با مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی ۵- افزایش میزان آگاهی در زمینه مسائل اقتصادی ۶- افزایش میزان توانمندی در ارتباط با مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی ۷- افزایش میزان مهارت ۸- متنوع شدن مهارت‌ها ۹- افزایش آموزش در ارتباط با مهارت‌های اقتصادی و صنعت گردشگری ۱۰- افزایش سهم ساکنان کانون‌های گردشگری در تصمیم‌گیری‌های مربوط به فعالیت‌های اجتماعی ۱۱- افزایش سهم ساکنان کانون‌های گردشگری در تصمیم‌گیری‌های مربوط به فعالیت‌های اقتصادی ۱۲- افزایش انگیزه در ماندگاری جمعیت در سکونتگاه‌های پیرامون کانون‌های گردشگری ۱۳- افزایش جمعیت در سکونتگاه‌های پیرامون کانون‌های گردشگری ۱۴- ارتقای سطح مطالبات ۱۵- افزایش میزان تعامل مثبت فرهنگی ساکنان کانون‌های گردشگری با گردشگران ۱۶- افزایش ظرفیت‌های اجتماعی و فرهنگی ۱۷- افزایش تعداد گردشگران در کانون‌های گردشگری ۱۸- افزایش تعداد تور در کانون‌های گردشگری
	نظام اقتصادی
	۱- افزایش تعداد شاغلان در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی گردشگری ۲- گسترش تنوع فعالیت‌های غیر کشاورزی ۳- افزایش عملکرد در هکتارمحصولات کشاورزی زراعی؛
نظام کالبدی زیرساختی	
۱- گسترش و بهبود شبکه راه ۲- گسترش و بهبود راه آسفالت ۳- بهبود شبکه حمل و نقل ۴- بهبود فضای پارکینگ خودرو ۵- بهبود شبکه ارتباطی تلفن ثابت و همراه ۶- بهبود وضعیت زیرساخت آب و برق ۷- بهبود وضعیت زیرساخت بهداشتی ۸- بهبود وضعیت زیرساخت درمانی ۹- بهبود وضعیت امنیتی و انتظامی ۱۰- میزان برخورداری از پاسگاه نیروی انتظامی ۱۱- میزان برخورداری از پایگاه بسیج ۱۲- بهبود دسترسی به خدمات رفاهی و پشتیبان تولید ۱۳- بهبود کیفیت مسکن ۱۴- میزان برخورداری از اورژانس ۱۵- میزان برخورداری از وسیله نقلیه عمومی ۱۶- میزان برخورداری از تاکسی تلفنی ۱۷- برخورداری از پمپ بنزین ۱۸- بهبود در استفاده از ابنیه‌های تاریخی و حفظ این بناها؛	

مأخذ: یافته‌های تحقیق حاضر

جهت تعیین پایایی سؤال‌های کیفی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. در این تحقیق، آلفای کرونباخ برای سؤال‌های کیفی ۰/۷۳۱ به دست آمد (حافظنیا، ۱۳۸۸: ۱۳۲). برای سنجش روایی (اعتبار)، با استفاده از روایی صوری، نظرات افراد مرتبط بررسی و جمع‌بندی گردید (حافظنیا، ۱۳۸۸: ۱۳۱). برای تبیین و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی، جهت مقایسه فعالیت دفاتر و تورگردان‌ها براساس دوره‌های آموزشی فراگیری شده و سنجش تأثیر این دوره‌ها در میزان اطلاع‌رسانی به گردشگران و میزان تورهای اجرا شده، از آزمون تطبیقی کروسکال - والیس^۱ و برای تعیین ارتباط بین مؤلفه‌های اثرگذار و اثر پذیر تحقیق از ضرایب همبستگی کندال تائوبی^۲، اسپیرمن^۳ و آزمون کای - اسکوئر^۴ استفاده شد. به منظور تعیین ارتباط کل متغیرهای مؤلفه‌های اثرگذار و اثر پذیر، یا نقش مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی بر توسعه سکونتگاه‌های مقصد گردشگری، از رگرسیون چند متغیره استفاده شد (کلانتری، ۱۳۸۵: ۱۸۱). نرم افزار اصلی مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها SPSS21 بوده است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

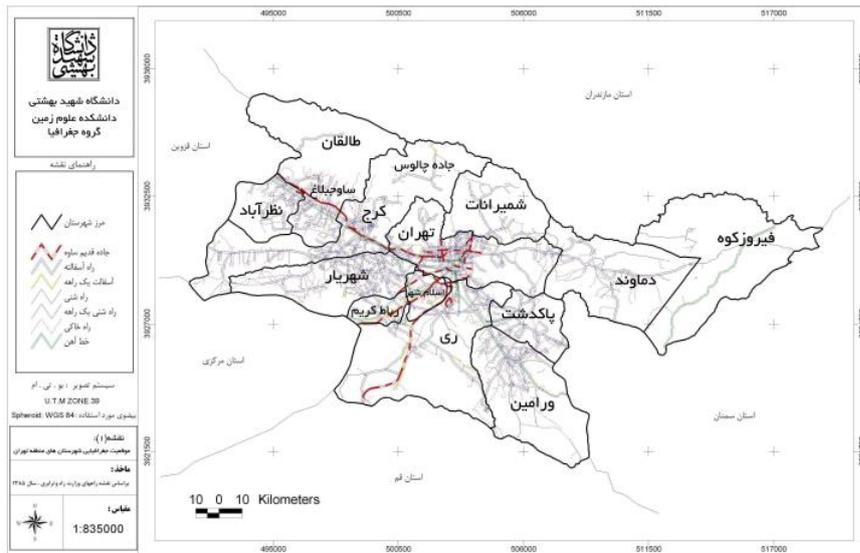
منطقه‌ی تهران و البرز دارای وسعتی حدود ۱۸۸۱۴ کیلومتر مربع می‌باشد، که معادل ۱/۲ درصد مساحت کل ایران را در بر می‌گیرد. این منطقه بین ۳۴ درجه و ۵۲ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۲۱ دقیقه‌ی عرض شمالی و ۵۰ درجه و ۱۰ دقیقه تا ۵۳ درجه و ۱۰ دقیقه‌ی طول شرقی واقع شده است (سالنامه‌ی آماری، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰). این منطقه از سمت شمال به استان‌های مازندران از جنوب به استان قم و جنوب غرب به استان مرکزی و از غرب به استان قزوین و از شرق به سمنان محدود می‌شود (نقشه شماره ۱).

^۱ Kruskal - Wallis test

^۲ Kendall's tau_b

^۳ Spearman

^۴ Chi - square test



نقشه ۱- موقعیت جغرافیایی منطقه‌ی تهران و البرز

استقرار منطقه‌ی تهران و البرز در دامنه جنوبی رشته کوه البرز و موقعیت شهر تهران به عنوان مرکز سیاسی و پایتخت ایران، و تحت تأثیر عوامل متعدد دیگر، سبب تمرکز جمعیت و فعالیت‌های اقتصادی در آنشد. تراکم شدید جمعیت و فعالیت در شهر تهران، کرج و سایر کانون‌های پرجمعیت پیرامون آن‌ها، نیاز به گذراندن اوقات فراغت شهروندان را ضروری کرده است. به طوری که هرساله تعداد زیادی گردشگر از جاذبه‌های گردشگری این منطقه در قالب تورهای گروهی یا غیر آن بازدید به عمل می‌آورند.

یافته‌های تحقیق

فضاهای غیر شهری منطقه از جاذبه‌های بسیار بالای طبیعی، تاریخی و فرهنگی برای جذب گردشگر برخوردار است. به گونه‌ای که در قلمروهای گوناگون کوهستانی، میان کوهی، دشتی، بیابانی و کویری آن متناسب با فصل‌های مختلف سال برای انواع تورهای گردشگری مناسب است (جدول ۳).

جدول ۳- پراکندگی مکانی عرصه‌های گردشگری به تفکیک تعداد تور و تعداد گردشگر در فضاهای

غیر شهری منطقه‌ی تهران و البرز

ردیف	نام مکان و مسیر	تعداد تور	تعداد گردشگر	ردیف	نام مکان و مسیر	تعداد تور	تعداد گردشگر
۱	آبعلی	۱	۳۰	۱۱	گچسر	۴	۱۰۰
۲	امامزاده داود	۱۶	۳۳۰	۱۲	دیزین	۷۶	۲۰۹۵
۳	تنگه واشی	۹۹۹	۲۳۷۳۷	۱۳	شمشک	۳۱	۹۰۰
۴	دریند	۱	۱۵	۱۴	شهرستانک	۲۹	۵۸۰
۵	دره او سون	۱	۳۰	۱۵	کوپرمرنجاب	۳۵	۱۰۱۵
۶	دریاچه تار	۷	۱۵۰	۱۶	گاجره	۶	۲۴۰
۷	شکرآب	۲	۵۰	۱۷	جاده چالوس	۱۲	۲۵۰
۸	غار رودافشان	۱	۲۰	۱۸	سد لار	-	-
۹	فشم	۵	۱۰۰	جمعکل			۱۳۸۷
۱۰	طالقان	۱۶۱	۳۰۹۵				

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

میزان و نوع آموزش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، میزان ۹۱/۴ درصد تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی، دوره‌های آموزشی مرتبط با فعالیت خود را فراگرفته‌اند. در این میان، میزان ۴۷/۱ درصد دوره مدیریت فنی و تور لیدری، معادل ۱۵/۷ درصد فروش بلیط و حدود ۳۰ درصد دوره تور لیدری و میزان ۷/۲ درصد تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی نیز دوره مدیریت فنی، فروش بلیط و تور لیدری را سپری کردند. آزمون تطبیقی کروسکال - والیس بین دوره‌های آموزشی فراگیری شده توسط تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی و تعداد تورهای انجام شده اختلاف معناداری وجود ندارد ($P > 0/232$). به عبارت دیگر، فراگیری دوره‌های آموزشی نه تنها تأثیری در افزایش تعداد تورها نداشته است، بلکه، موجب همسانی بیشتر وضعیت تورگردان‌ها از لحاظ تعداد تورها شده است (جدول ۴).

جدول ۴- دوره‌های آموزشی فراگیری شده توسط تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی

ردیف	دوره‌های آموزشی	تعداد	درصد	طبقه‌بندی میانگین
۱	مدیریت فنی و تور لیدری	۵۵	۴۷/۱	۲۹/۴۴
۲	فروش بلیط	۱۸	۱۵/۷	۴۰/۱۴
۳	تور لیدری	۳۵	۳۰	۴۴/۰۰
۴	مدیریت فنی و فروش بلیط و تور لیدری	۹	۷/۲	۳۶/۰۰
جمع		۱۱۷	۱۰۰/۰	-

سطح معنی‌داری محاسبه شده براساس آزمون کروسکال - والیس، برابر ۰/۲۳۲ است. چون سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۵ می‌باشد، رابطه معنی‌دار نیست. ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

دلیل تأثیر ناچیز دوره‌های آموزشی فراگیری شده، برافزایش تعداد تورها، علاوه بر غیرمرتبط بودن رشته‌های تحصیلی تورگردان‌ها، پایین بودن سطح دوره‌ها و کوتاه بودن دوره شغلی تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی در زمینه تورگردانی و تغییر شغل اکثر آن‌ها است. از مجموع پرسشنامه‌ی تکمیل شده در سطح سکونتگاه‌های روستایی منطقه‌ی تهران و البرز، نتایج بررسی نشان داد، از میزان ۱۰۰ شرکت کننده در فرآیند پژوهش، حدود ۸۵ درصد پاسخگویان مرد و میزان ۱۵ درصد نیز زن بودند. از لحاظ سطح تحصیلات، حدود ۵۶ درصد پاسخگویان اعلام کردند که سطح سواد آن‌ها زیر دیپلم است. همچنین، حدود ۶۱ درصد پاسخگویان دارای مشاغل آزاد، میزان ۲۳ درصد کشاورز و دامدار و ۱۶ درصد نیز کارمند دولت بودند (یافته‌های تحقیق حاضر).

ارزیابی تأثیر مشارکت تورگردان‌ها با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها از دیدگاه تورگردان‌ها

سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری از طریق مجموع شاخص‌های نظام محیطی، نظام اجتماعی و فرهنگی، نظام اقتصادی و نظام زیرساختی و کالبدی مطابق جدول ۲ سنجیده شده است. به گونه‌ای که نماگرهای ۴ نظام اثرگذار سطح توسعه یافتگی به صورت رتبه‌ای (طیفی لیکرت از مقدار ۱ خیلی کم تا مقدار ۵ خیلی زیاد) از میانگین پاسخ‌های تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی نمونه تصادفی حاصل شد.

الف) رابطه مؤلفه اجتماعی و فرهنگی با توسعه سکونتگاه‌های محلی

این مؤلفه حاصل متغیر ترکیبی ۷ نماگر است (جدول ۶). نتایج حاصل از آزمون کندال تائویی با سطح معنی‌داری (p = 0/000) نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین این مؤلفه با سطح توسعه سکونتگاه‌های مقصد گردشگری وجود دارد. همچنین، بر اساس محاسبات میان هریک از ۷ شاخص مؤلفه اجتماعی با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها، به غیر از شاخص میزان ارائه بسته‌های آگاهی دهنده به گردشگران، بین بقیه ۶ شاخص این مؤلفه با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها، رابطه معنادار و مثبت در سطح آلفا ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد.

ب) رابطه مؤلفه فن‌آوری اطلاعات با توسعه سکونتگاه‌های محلی

این مؤلفه نیز حاصل متغیر ترکیبی ۴ نماگر است. براساس آزمون کندال تائویی ضریب همبستگی ۰/۴۵۳ رابطه معنادار و مستقیم بین تمامی نماگرهای این مؤلفه و سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. (p = 0/000). به عبارت دیگر، گسترش استفاده از فن‌آوری اطلاعات موجب افزایش کمی و کیفی تورها و در نتیجه ارتقای سطح توسعه کانون‌های مقصد و مسیر گردشگری شده است (جدول ۶).

ج) رابطه مؤلفه آموزش و اطلاع‌رسانی با توسعه سکونتگاه‌های محلی

این مؤلفه نیز حاصل متغیر ترکیبی ۶ نماگر است که در ارتقای مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی گردشگری مؤثر است. به طوری که رابطه آماری معنی داری با ضریب همبستگی ۰/۵۱۰ بین این مؤلفه و سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها در سطح آلفا ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵ درصد حاصل شد ($p < 0/031$) شایان ذکر است، بر اساس محاسبه رابطه همبستگی میان هریک از ۶ شاخص آموزش و اطلاع‌رسانی با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها، به غیر از ۲ شاخص میزان اطلاع‌رسانی به گردشگران، و نحوه اطلاع‌رسانی در ارتباط با جاذبه‌ها، بین بقیه ۴ شاخص این مؤلفه با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها رابطه معنادار و مثبت در سطح آلفا ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵ درصد وجود ندارد.

د) رابطه مؤلفه اقتصادی با توسعه سکونتگاه‌های محلی

مؤلفه اقتصادی اثرگذار در ارتقای مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی از ترکیب ۶ شاخص حاصل شد. نتایج حاصل از برقراری رابطه بین این مؤلفه اثرگذار با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها حکایت از معناداری ($p < 0/019$) با ضریب همبستگی ۰/۵۸۱ است (جدول ۶). اما، تنها بین ۲ شاخص اقتصادی نظیر افزایش اشتغال و افزایش درآمد با توسعه سکونتگاه‌ها رابطه معنی‌دار وجود دارد. در سایر شاخص‌های اقتصادی همچون میزان پس انداز، میزان سرمایه‌گذاری تورگردان‌ها و تأمین اعتبار برای آن‌ها با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها رابطه معنی‌دار وجود ندارد. در واقع، هنوز، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی چالش‌های فراوانی برای دسترسی به وام، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های اقتصاد گردشگری و عرضه محصولات به گردشگران دارند.

ه) رابطه مؤلفه کالبدی و زیرساختی با توسعه سکونتگاه‌های محلی

این مؤلفه نیز با ترکیب ۷ نماگر حاصل شد. نتایج حاصل از آزمون کندال تائوبی با ضریب همبستگی ۰/۱۲۱ رابطه معناداری بین این مؤلفه با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها نشان داد ($p > 0/322$). در زمینه شاخص‌های کالبدی و زیر ساختاری گردشگری نیز یافته‌های تحقیق تنها بین ۳ شاخص گسترش شبکه راه‌ها، توسعه حمل و نقل و دسترسی به وسایل نقلیه عمومی رابطه معنادار در سطح آلفا ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵ درصد نشان داد، و بین شاخص‌های زیرساخت اقامتی و پذیرایی و زیرساخت‌های رفاهی و پشتیبان گردشگری رابطه معنی‌دار در سطح آلفا ۰/۰۵ و ۰/۰۱ درصد مشاهده نشد. در واقع، به دلیل بی توجهی به نقش و مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در زمینه شکل‌پذیری و گسترش زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی و زیرساخت‌های رفاهی و پشتیبان گردشگری، این گونه زیر ساخت‌ها در به غیر از چند سکونتگاه‌ها در مسیر و مقصد گردشگری، در سایر کانون‌ها از توسعه چندانی برخوردار نیست.

و) رابطه مؤلفه سیاست‌گذاری گردشگری با توسعه سکونتگاه‌های محلی

این مؤلفه از ترکیب ۳ شاخص حاصل شد (جدول ۶). به دلیل بی‌توجهی در سیاست‌های گردشگری برای مشارکت دادن تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی در تصمیم‌گیری‌های مربوط، جهت‌گیری وام و تسهیلات اعتباری گردشگری، و جهت‌گیری نوع و تنوع آموزش فنی و حرفه‌ای، تاکنون در راستای ارتقای مشارکت تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی نبوده است. از این‌رو، آزمون کندال تائویی بین این مؤلفه و مؤلفه سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها رابطه معنادار در سطح آلفا ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵ درصد نشان داد ($p > 0/098$).

جدول ۶- رابطه بین مؤلفه‌های اجتماعی - اقتصادی و زیرساختی با توسعه سکونتگاه‌ها از دیدگاه تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی گردشگری

وجود رابطه	Kendall's tau_b test		Sd	Mean	مؤلفه اثر پذیر	مؤلفه نقش تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی	ردیف
	Sig.	r					
دارد	۰/۰۰۰	۰/۵۲۳	۰/۸۸۰۶۱	۳/۲۷۹۶	توسعه سکونتگاه‌های محلی	عامل اجتماعی و فرهنگی	۱
دارد	۰/۰۰۰	۰/۴۵۳	۰/۷۸۷۹۱	۲/۹۹۸۴		عامل فن‌آوری اطلاعات	۲
ندارد	۰/۰۳۱	۰/۵۱۰	۱/۱۱۱۸۵	۳/۰۲۲۹		آموزش و اطلاع‌رسانی	۳
ندارد	۰/۰۱۹	۰/۵۸۱	۱/۳۵۶۴۱	۲/۹۸۲۷		عامل اقتصادی	۴
ندارد	۰/۳۲۲	۰/۱۲۱	۱/۴۲۵۶۳	۲/۷۲۷۳		عامل زیرساختی و کالبدی	۵
دارد	۰/۰۹۸	۰/۲۵۶	۰/۸۸۹۱۲	۲/۳۱۹۹		عامل سیاست‌گذاری	۶

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

اما، در مجموع، آزمون کای دو رابطه معنی‌دار بین میزان مشارکت تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی با سطح توسعه یافتگی کانون‌های گردشگری (مطابق جدول ۱ و ۲) نشان داد ($P=0/000$).

جدول ۷- ارتباط بین میزان مشارکت تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها

جمع کل	مشارکت تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی در اجرای تور					گروه‌بندی سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۴۰	۴	۶	۱۹	۶	۵	مطلوب
۵۸	۶	۸	۲۹	۷	۸	نیمه مطلوب
۳۰	۲	۵	۱۶	۵	۲	نامطلوب
۱۲۸	۱۲	۱۹	۶۴	۱۸	۱۵	جمع کل

Chi-square 88/691 df= 16 Monte carlo.sig. (2-sided)=0/000

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

در واقع، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی با اجرای تور به مثابه یکی از عوامل مؤثر توسعه در کنار سایر عوامل باعث توسعه سکونتگاه‌ها و کانون‌های گردشگری در مسیر و مقصد شده‌اند (جدول ۷).

ارزیابی نهایی تأثیر مشارکت تورگردان‌ها در سطوح توسعه سکونتگاه‌ها

برای تعیین شدت میزان همبستگی تعداد ۴ مؤلفه اثر گذار مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در ارتباط با مؤلفه اثرپذیر سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها که رابطه همبستگی معناداری دارند، از طریق رگرسیون چند متغیره تحلیل گردید. نتایج بدست آمده از نظر تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی نشان می‌دهد که میان توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری با عوامل چهارگانه به میزان ۰/۶۰۱ همبستگی وجود دارد. همچنین، ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که ۳۵/۴ درصد تغییرات میزان توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری از طریق ترکیب خطی متغیرهای چهارگانه تبیین شده است (جدول ۸).

جدول ۸- نتایج رگرسیون متغیرهای اصلی چهارگانه در ارتباط با برآیند توسعه سکونتگاه‌ها از دیدگاه تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی

مدل	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین R	ضریب تعیین تعدیل شده R	اشتباه معیار
۱	(a) ۰/۶۰۱	۰/۳۶۸	۰/۳۵۴	۰/۱۶۲۴۸

a predictors شرایط اجتماعی و فرهنگی، فن‌آوری اطلاعات، شرایط اقتصادی، آموزش و اطلاع رسانی:

همچنین، براساس مقدار محاسبه شده برای F، در سطح اطمینان ۹۹ درصد، می‌توان گفت که از دیدگاه تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی، ترکیب خطی متغیرهای مستقل به‌طور معناداری قادر به تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری است (جدول ۹).

جدول ۹- معناداری رگرسیون متغیرهای اصلی چهارگانه بر متغیر برآیند توسعه سکونتگاه‌ها از دیدگاه

تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی ANOVA(b)

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی df	میانگین مربعات	F	سطح معناداری Sig.
۱	۳/۸۵۴	۴	۱/۶۸۰	۶۳/۸۴۵	۰/۰۰۰(a)
	۸/۲۳۱	۱۲۳	۰/۰۲۵		
	۱۳/۵۶۵	۱۲۷			

a Predictors: شرایط اجتماعی و فرهنگی، فن‌آوری اطلاعات، شرایط اقتصادی، آموزش و اطلاع‌رسانی
 b Dependent Variable: سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری

درنهایت، براساس ضریب استاندارد شده تأثیرمتغیرهای مستقل برمتغیر وابسته، نتایج در گروه تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی نشان می‌دهد که تأثیر آماری معناداری بر میزان توسعه‌یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری دارند. همچنین، از نظر ضریب تأثیر متغیرها بر میزان توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها، متغیر ویژگی‌های آموزش و اطلاع‌رسانی در شرایط موجود با ضریب تأثیر ۰/۸۳۵ بیشترین میزان اثر را بر توسعه سکونتگاه‌ها دارد. و پس از آن، به ترتیب متغیرهای اجتماعی و فرهنگی با ضریب تأثیر ۰/۷۸۹ و فن‌آوری اطلاعات با ضریب تأثیر ۰/۷۵۷ و شرایط اقتصادی با مقدار ۰/۶۹۴ در میزان توسعه‌یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری اثرگذارند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- ضرایب میزان شدت اثرگذاری متغیرهای مستقل برمتغیر وابسته از دیدگاه تورگردان‌ها و

عرضه‌کنندگان محلی (a) Coefficients

سطح معناداری Sig.	T	ضریب استاندارد	ضریب غیراستاندارد		مدل
		Betata	Std. Error	B	
۰/۰۰۳	۳/۷۱۱		۰/۱۱۲	۰/۴۸۹	۱ عرض از مبدا
۰/۰۰۰	۴/۳۹۳	۰/۷۸۹	۰/۰۹۸	۰/۳۹۸	شرایط اجتماعی و فرهنگی
۰/۰۰۲	۴/۲۹۰	۰/۷۵۷	۰/۰۸۸	۰/۱۰۹	فن‌آوری اطلاعات
۰/۰۰۵	۴/۰۷۶	۰/۶۹۴	۰/۰۷۸	۰/۰۹۸	شرایط اقتصادی
۰/۰۰۰	۵/۶۰۸	۰/۸۳۵	۰/۰۶۶	۰/۵۰۱	آموزش و اطلاع‌رسانی

a Dependent Variable: سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری
 ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

بنابراین، براساس نظرتورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی، دروضع موجود تمام عوامل چهارگانه اثرات مثبتی بر توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری داشته و موجب پایداری فعالیت گردشگری در مقصد می‌شوند.

ارزیابی نقش تورگردان‌ها در توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها از نظر پاسخ‌گویان محلی

بر اساس پاسخ معتمدین و مسؤلان محلی به سوال‌های بسته و رتبه‌ای، طیفی لیکرت از صفر (بی تأثیر) و ۱ تأثیر خیلی کم تا ۵ خیلی زیاد و سوال‌های باز با توجه به نماگرهای جدول ۲، تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت پذیرفت.

بر اساس یافته‌های پرسشنامه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری، شاخص‌های توسعه یافتگی بر مبنای مدل موریس بین ۰/۱۶ تا ۰/۷۱ در نوسان بوده که در بخش‌های مختلف توسعه سکونتگاه‌ها تغییرات مختلفی را نشان می‌دهد. به گونه‌ای که حداقل دامنه تغییرات در معیار نظام محیطی ۰/۰۲ تا ۰/۵۱ و حداکثر آن در توسعه کالبدی از ۰/۰۲ تا ۰/۹۷ بوده است. دامنه رتبه سکونتگاه‌ها نیز از ۱ تا ۴۵ متغیر است. که همسان بودن شاخص توسعه اغلب سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری در این منطقه‌ی می‌تواند دلیل اصلی آن باشد. در میان معیارهای مختلف توسعه سکونتگاه‌های مقصد گردشگری نیز این تفاوت مشاهده شد، و از ۱ تا ۳۵ در نظام اقتصادی و ۱ تا ۲۰ در معیار نظام محیطی نوسان داشته است (جدول ۱۱). همچنین، میزان ۲۶/۶ درصد سکونتگاه‌های مقصد گردشگری از نظر شاخص‌های توسعه به رغم اجرای تورهای گردشگری در سطح غیر برخوردار (توسعه نیافته)، میزان ۴۳/۶ درصد در حال توسعه، و سرانجام ۲۹/۸ درصد برخوردار و نسبتاً توسعه یافته بودند.

جدول ۱۱- سطوح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مقصد گردشگری منطقه‌ی تهران و البرز

سطح توسعه یافتگی	دامنه شاخص توسعه موریس	دامنه رتبه سکونتگاه‌ها	تعداد سکونتگاه	درصد
توسعه یافته (برخوردار)	۰/۷۱ - ۰/۵۲	۱-۱۴	۳۰	۲۹/۸
در حال توسعه (نیمه برخوردار)	۰/۵۱ - ۰/۲۱	۱۵-۳۰	۴۴	۴۳/۶
توسعه نیافته (غیر برخوردار)	۰/۲۰ - ۰/۰۴	۳۱-۴۵	۲۶	۲۶/۶
جمع	۰/۷۱ - ۰/۱۶	۱-۴۵	۱۰۰	۱۰۰

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

ارزیابی رابطه بین تورهای اجرا شده توسط تورگردان‌ها با سطح توسعه سکونتگاه‌ها رابطه بین مؤلفه توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری و نقش تورگردان‌ها و عرضه کنندگان محلی از دیدگاه معتمدین و مسؤولان محلی به شرح زیر است:

الف) تأثیر نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی بر مؤلفه نظام محیطی توسعه یافتگی

مؤلفه نظام محیطی توسعه از ترکیب ۹ شاخص حاصل گردید. نتایج حاصل از آزمون اسپیرمن با سطح معناداری ($p = 0/000$). نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین مؤلفه سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها با نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی وجود دارد (جدول ۱۱). به عبارت دیگر، از دیدگاه پاسخ‌گویان محلی بین تمامی شاخص‌های مؤلفه نظام محیطی توسعه

یافتگی و ویژگی کمی و کیفی تورهای گردشگری انجام شده، رابطه معنادار است و باعث بهبود وضعیت محیط طبیعی آن‌ها از نظر کیفیت آب، خاک، پوشش مرتعی و جنگلی شد.

ب) تأثیر نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی بر مؤلفه نظام اجتماعی و فرهنگی توسعه یافتگی

این مؤلفه نیز حاصل متغیر ترکیبی ۱۷ نماگر است. براساس آزمون اسپیرمن ضریب همبستگی ۰/۶۱۷ رابطه معنادار و مستقیم میان تمامی نماگرهای این مؤلفه، به جزء در سه شاخص میزان افزایش آموزش در ارتباط با مهارت‌های اقتصادی و گردشگری، افزایش سهم ساکنان در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و سرانجام افزایش میزان جمعیت سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری، با نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی نشان داد ($p=0/000$).

ج) تأثیر نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی بر مؤلفه نظام اقتصادی توسعه یافتگی

این مؤلفه نیز حاصل متغیر ترکیبی ۱۸ نماگر است که در ارتقای اقتصادی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری در ارتباط با مقوله تورگردانی مؤثر بوده است. به طوری که رابطه آماری معناداری با ضریب همبستگی ۰/۵۷۳ بین این مؤلفه با نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی از نظر پاسخ‌گویان محلی حاصل گردید ($p<0/001$).

د) تأثیر نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی بر مؤلفه نظام کالبدی و زیرساختی توسعه یافتگی

مؤلفه ترکیبی نظام کالبدی و زیرساختاری سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری از ترکیب ۱۸ شاخص حاصل شد. نتایج حاصل از برقراری رابطه بین نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی و شاخص‌های ترکیبی این مؤلفه با استفاده از آزمون اسپیرمن با سطح معناداری ($p<0/031$)، و ضریب همبستگی ۰/۴۲۸ نشان می‌دهد رابطه معنادار مستقیم و مثبت بین این دو مؤلفه وجود دارد. (جدول ۱۲). با این وجود، هنوز، در سکونتگاه‌های مقصد گردشگری در ارتباط با پمپ بنزین و وسایل حمل و نقل عمومی چالش‌های زیادی به ویژه در قلمرو شمالی و جنوبی منطقه‌ی مورد مطالعه وجود دارد.

جدول ۱۲- رابطه بین مؤلفه‌های نظام محیطی، نظام اجتماعی - اقتصادی و زیرساختی توسعه سکونتگاه‌ها با نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی از دیدگاه پاسخ‌گویان محلی

وجود رابطه	Spearman Test		Mean	مؤلفه اثر گذار	مؤلفه توسعه سکونتگاه‌های محلی	ردیف
	Sig.	r				
دارد	۰/۰۰۰	۰/۵۷۶	۳/۸۷۵۶	نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی	عامل نظام محیطی توسعه یافتگی	۱
دارد	۰/۰۰۰	۰/۶۱۷	۳/۸۹۵۵		عامل اجتماعی توسعه یافتگی	۲
دارد	۰/۰۰۱	۰/۵۷۳	۳/۴۸۳۹		عامل اقتصادی توسعه یافتگی	۳
دارد	۰/۰۱۰	۰/۵۸۱	۳/۶۵۲۷		عامل اقتصادی توسعه یافتگی	۴
دارد	۰/۰۳۱	۰/۴۲۸	۳/۴۲۷۳		عامل زیر ساختی و کالبدی توسعه یافتگی	۵

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

همچنین، بر اساس یافته‌های پرسشنامه پاسخ‌گویان محلی در مجموع بین نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی گردشگری با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها بر مبنای آزمون کای دو رابطه معنی‌دار وجود دارد ($P=0/000$). در واقع، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی با اجرای تور به مثابه یکی از عوامل مؤثر توسعه در کنار سایر عوامل باعث توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری شده‌اند (جدول ۱۳).

جدول ۱۳- ارتباط بین نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی گردشگری با سطح توسعه یافتگی کانون‌های مسیر و مقصد گردشگری از نظر پاسخ‌گویان محلی

جمع کل	مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در اجرای تور و میزان جذب گردشگر					سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۳۰	۳	۳	۱۵	۵	۴	توسعه یافته (برخوردار)
۴۴	۵	۶	۲۱	۷	۵	در حال توسعه (نیمه برخوردار)
۲۶	۲	۴	۱۴	۴	۲	توسعه نیافته (غیر برخوردار)
۱۰۰	۱۰	۱۳	۵۰	۱۶	۱۱	جمع

Chi-square 96/691 df= 12

Asymp.sig. (2-sided)=0/000

ماخذ: محاسبات تحقیق حاضر

به این ترتیب، با مقایسه نتایج یافته‌های پرسشنامه تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی و پرسشنامه پاسخ‌گویان محلی در مسیر و مقصد گردشگری در منطقه‌ی تهران و البرز، روشن گردید که ایفای نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در اجرای تورهای گردشگری باعث بهبود سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر مقصد گردشگری شده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی آموزش دیده و مجرب به مثابه یکی از مهم‌ترین مؤلفه اثرگذار در نظام فضایی گردشگری علاوه بر تحول و توسعه عملکرد و ساختار گردشگری در سطح مناطق و نواحی موجب بهبود سطح توسعه یافتگی شاخص‌های نظام محیطی، اجتماعی - اقتصادی، کالبدی و زیرساختاری سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری می‌شوند. از این رو، بخش‌های نادیده گرفته شده در جریان فضایی گردشگری بین مؤلفه اثرگذار (نقش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی) با سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری، به عنوان ظرفیت‌هایی هستند که می‌توانند در بهبود شاخص‌های توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها مؤثر باشند. در این میان، میزان و نوع آموزش تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در افزایش میزان آگاهی و شناخت آن‌ها از جاذبه‌های منطقه‌ی مورد مطالعه و هدایت و کنترل گردشگری پاک مؤثر است.

البته، یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد، عدم وجود تشکل برای مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی، باعث ناپایداری حرفه تورگردانی شده است. از این رو، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی آن‌چنان که باید نتوانسته‌اند سرمایه‌گذاری لازم در زمینه اجرای تور و زیرساخت‌های پشتیبان و رفاهی گردشگری انجام دهند. بنابراین، منافع مثبت و همه‌جانبه تورگردان‌ها و ذینفعان محلی، در ایجاد تشکل‌های هم‌سو سرمایه‌گذاری در زمینه حمل و نقل، ایجاد و گسترش زیرساخت‌های اقامتی، پذیرایی و رفاهی گردشگری است. زیرا، در وضع موجود تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در منطقه مورد مطالعه، تنها مشتریان منفعل جاذبه‌های گردشگری هستند، و دخالت محدودی در سرمایه‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها دارند. با این وجود، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در منطقه‌ی مورد مطالعه، در مجموع، بر ارتقای سطح توسعه یافتگی سکونتگاه‌ها مؤثر بوده‌اند. این نتایج با یافته‌های تحقیق سلانی‌می ۲۰۰۳، بودنیه ۲۰۰۵، فدریک ۲۰۰۷، و سیگالا ۲۰۰۸ مشابهت دارد. اما، در برخی از شاخص‌های مؤلفه اجتماعی نظیر ارائه‌ی بسته‌های آگاهی‌دهنده به گردشگران، میزان آموزش در ارتباط با شغل و حرفه‌کاری و میزان برنامه‌های آگاهی‌دهنده به تورگردان‌ها با مؤلفه توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری همبستگی معنادار مشاهده نشد.

همچنین، در ارتباط با شاخص‌های مؤلفه اقتصادی اثرگذار در توسعه سکونتگاه‌ها، تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی به دلیل سرمایه‌گذاری محدود در ارتباط با گردشگری، دسترسی محدودی به وام و اعتبار دارند و در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و اقتصادی گردشگری نیز دخالت ندارند. علاوه بر این، سهم ناچیز تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در دسترسی به فن‌آوری ابزاری و میزان دخالت آن‌ها در گسترش زیرساخت‌های اقامتی و پذیرایی، و گسترش زیرساخت‌های رفاهی و پشتیبان گردشگری، به دلیل بی‌توجهی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به

کمیت و کیفیت برنامه‌های آموزش فنی و حرفه‌ای به تورگردان‌ها، و بی‌توجهی در سیاست‌گذاری اعطای تسهیلات تکلیفی به آن‌ها باعث شده؛ آنان توان‌مندی لازم در راستای هدایت و بهبود وضعیت گردشگری پاک با حفظ محیط زیست و توسعه بیش از پیش سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری نداشته باشند. این مقوله باعث کاهش عملکرد دوسویه و مثبت میان گردشگری با توسعه سکونتگاه‌های محلی مسیر و مقصد گردشگری در منطقه مورد مطالعه شده است.

این نتایج با یافته‌های بودنیه ۲۰۰۹، اسپایک ۲۰۱۲، اومش و همکاران ۲۰۱۳ و میتانا و همکاران ۲۰۱۳ متفاوت است. از این‌رو، با توجه به نقش مثبت و هم‌افزای تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی متأثر از شاخص‌های مؤلفه اجتماعی - اقتصادی و زیرساختی توسعه گردشگری، و نیز تأکید فراوانی که محققان متعدد (نیلسون، ۲۰۱۰، ارسکین و مایر، ۲۰۱۱، اسپاسیک، ۲۰۱۲، اومش و همکاران ۲۰۱۳، و میتانا و همکاران، ۲۰۱۳) در این زمینه داشته‌اند. لزوم توجه برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان سازمان‌های دولتی به ارتقای این شاخص‌ها و افزایش ظرفیت‌ها و توان‌مندی تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در این‌راستا، موجب بهبود وضعیت توسعه یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری و در نتیجه پایداری اجتماعی - اقتصادی گردشگری و افزایش بیش از پیش تورها می‌گردد.

در این‌راستا، برای تعمیق و گسترش نقش مشارکت تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در توسعه اجتماعی - اقتصادی و زیرساختاری سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری راهبردهای پیشنهادی زیر می‌تواند مؤثر باشد.

۱- توجه به ظرفیت‌مندی تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی برای مشارکت در سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل تورها؛ ۲- استفاده از ظرفیت‌های تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی برای ایجاد تشکلهای غیر دولتی به منظور شراکت آن‌ها در سرمایه‌گذاری‌های زیرساختاری اقامتی، پذیرایی و رفاهی گردشگری؛ ۳- سیاست‌گذاری در راستای تعامل دوسویه و مثبت میان تورگردان‌ها و ساکنان محلی مسیر و مقصد گردشگری برای اجرای منظم و جذاب تورها در روند توسعه سکونتگاه‌ها؛ ۴- ایجاد تشکلی از نیروهای متخصص، اعم از ساکنان بومی و تورگردان‌ها به منظور مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری در خصوص گردشگری در سطح محلی؛ ۵- ایجاد بستر مناسب برای جلب مشارکت بیشتر تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در اجرای تورهای جذاب و پاک برای بهبود سطح توسعه‌یافتگی سکونتگاه‌های مسیر و مقصد گردشگری؛ ۶- سیاست‌گذاری در راستای آموزش و آگاهی بخشی تخصص و حرفه‌ای به تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی به منظور بهبود اجرای تورهای گردشگری و توسعه سکونتگاه‌های مسیر و مقصد؛ ۷- آموزش و اطلاع‌رسانی به ساکنان و ذینفعان محلی توسعه در باره منافع تعامل مثبت با تورگردان‌ها؛ ۸- سیاست‌گذاری در راستای تقویت پس‌انداز و سرمایه‌گذاری توسط

تورگردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی از طریق ایجاد صندوق تشکل‌های تورگردانی و عرضه‌کنندگان محلی و جهت‌دهی تسهیلات تکلیفی سازمان‌های رسمی به سوی این صندوق‌های سرمایه‌گذاری است.

منابع

۱. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت.
۲. خوبفکر برآبادی، حبیب‌الله و قریشی، صلاح‌الدین (۱۳۹۱). پیوندهای روستایی - شهری زاهدان و توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان زاهدان)، فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، سال سوم، شماره ۱: ۱۱۹-۱۴۶.
۳. رضوانی، محمدرضا و مرادی، مهنوش (۱۳۹۱). امکان‌سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک، فصلنامه‌ی اقتصادفضا و توسعه روستایی، سال اول، شماره ۲، صفحه ۴۰-۱۵.
۴. رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۷). شناخت گردشگری، اصفهان: انتشارات چهارباغ، چاپ چهارم.
۵. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (۱۳۹۲). داده‌های آماری دفاتر خدمات مسافرتی منطقه تهران.
۶. سرایی، حسین (۱۳۷۵). مقدمه‌ای بر نمونه‌گیری در تحقیق، تهران: انتشارات سمت.
۷. کلانتری، خلیل (۱۳۸۵). پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی با استفاده از نرم افزار spss، تهران: نشر شریف، چاپ دوم.
۸. مرکز آمار ایران (۱۳۹۰ و ۱۳۸۵). سالنامه‌ی آماری کل کشور، تهران، دفتر اطلاع رسانی و پایگاه اطلاعات آماری.
9. Amundsen, S., and Martinsen, L. (2015). Linking empowering leadership to job satisfaction, Work Effort, and Creativity: The Role of Self-Leadership and Psychological Empowerment, **Journal of Leadership and Organizational Studies**, 22(3): 304-323.
10. Budneau, A. (2005). Impacts and responsibility for sustainable tourism, tour operator perspective, **Journal of Cleaner Production**, 13(2): 89-97.
11. Budneau, A. (2009). Environment supply chain management in tourism: The case of large Tour operators, **Journal of Cleaner Production**, 17(16):1385-1392.
12. Carbone, G. (2004). **Tour operator responsibility and best practice example, tour operator initiative program officer**, UNEP, Paris: 1-63.
13. Eja, E.I., Otu, J.E., Ewa, E.E. and Ndomah B.N. (2011). The Role of private sector participation in sustainable tourism development in Cross River State, Nigeria, **Journal of Business and Social Science**, 2(2): 153-160.
14. Erskine, L. and Meyer, D. (2012). Influenced & influential: The role of tour operator and development organization in tourism and poverty reduction in Ecuador, **Journal of Sustainable Tourism**, 20(3) :339-357.
15. Ezeuduji I.O. and Wolfgang, R. (2011). Rural tourism offer and local community participation in the Gambia, TOURISMOS: An International Multidisciplinary, **Journal of Tourism**, 6(2):187-211.
16. Fernandez, S. and Moldogaziev, T. (2015). Employee empowerment and job satisfaction in the U.S. federal bureaucracy: A self-determination theory perspective, **The American Review of Public Administration**, 45(4): 375-401.
17. Fredericks, L., Garstea, R. and Monforte, S. (2008). **Sustainable tourism destinations: A pathway for tour operators**, Master thesis of Blekinge institute of technology, Karlsrona, Sweden: 1-81.
18. Honey, M. and Gilpin, R. (2009). **Tourism in the developing world washington: united, states institute of peace**, Special report 233: 1-11.

19. Janeth, C.H. (2013). **Relationship marketing and selected performance indicators of tour operators: A case study of Nairobi county**, university of Nairobi: 1-73.
20. Khairat, G. and Maher A. (2010). **Integrating sustainability into tour operator business: An innovative approach in sustainable tourism**, Menoutia University, sadat city, Egypt: 126-140.
21. Khairat, G. and Maher A. (2012). Integrating sustainability into tour operator Business: An innovative approach in sustainable tourism, **Area Journal of Tourism**, 7(1), 213-233.
22. Kothari, C.R. (2009). Research methodology, method and techniques (Second Revised Edition), **New Age International Publishers**. New Delhi: 1-401.
23. Mowforth, M. and Munt, I. (2003). **Tourism and sustainability: Development and new tourism in third world**, London: Rout ledge, 2nd edition: 1-338.
24. Mutanga, Ch.N., Kwanisai, G. and Makoni, Sh.N. (2013). Tourism sustainable supply chain management in Zimbabwe: Tour operators' contribution, **Asian Journal of Research in Business Economics and Management**, 3(11): 36-50.
25. Nielsen, H. and Spenceley, A. (2010). The success of tourism in Rawanda-Gorillas and more, **Background paper for the African Success Stories Study**, 4(10): 1-27.
26. Rossberger, R.J. and Krause, D.E. (2015). Participative and team-oriented leadership styles, countries' education level, and national innovation: The mediating role of economic factors and national cultural practices, **Cross-Cultural Research**, 49(1): 20-56.
27. Selanniemi, T. (2003). **Sustainable tourism: The tour operator contribution**, Paris: 1-97.
28. Sharma, P.N. and Kirkman, B.L. (2015). Leveraging leaders: A literature review and future lines of inquiry for empowering leadership research, **Group Organization Management**, 40(2): 193-237.
29. Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operator on sustainable tourism: The case of TUI, **Journal of Cleaner Production**, 16(15): 1589-1599.
30. Spasic, V. (2012). Integrating sustainable tourism in tour operator supply chain, **Singidunum Journal**, 9(1): 60-66.
31. Telfer, D. and Sharpley, R. (2008). **Tourism and development in the developing world**, Rout ledge, Oxon, UK: 1-280.
32. Tour Operators Initiative (2005). **Integrating sustainability into business, management guide for responsible tour operators**, United Nations: 1-63.
33. Tour Operators Initiative (2007). Integrating sustainable into the tour operators' supply chain. [Http://www.toinitiative.org/index.php?id=53](http://www.toinitiative.org/index.php?id=53) Accessed the 14 of June 2009, at 12:30. 1-3.
34. Umesh, N.J., Achintya, M. and Sharma, P.K. (2013). Role of tour operators in sustainable tourism development in Bhutan, **Indo-Bhutan International Conference on Gross National Happiness**, (2): 159-165.
35. UN. (2012). **Report of the united nations conference on sustainable development**, 1-120. [Report]. In: RIO+20, United Nations conference on sustainable development. Rio de Janeiro, 20-22 June 2012. New York: UN. Available via: <http://www.uncsd2012.org>.
36. WTO. (2013). **Why tourism?** UNWTO's website: 1-16.