

ادراکات جامعه محلی به عوامل مؤثر بر رونق گردشگری در روستای بیله‌درق اردبیل: پژوهشی در چارچوب روش‌شناسی کیو

توحید حاتمی خانقاہی^۱، وحید وزیری^۲، مهرداد ابراهیمیان^۳



چکیده
 توجه به زمینه‌های توسعه گردشگری در روستا و بهره‌مندی از راهکارهای رونق حضور گردشگر گام مهمی در جهت توسعه روستاهایی است که پتانسیل جذب مسافر دارند. در این میان، ذهنیت جامعه محلی و تکیه بر تجارب بومی کمک بزرگی برای بهره‌مندی بیشتر از پتانسیل‌های موجود است. غفلت طراحان از ذهنیت حاکم و چالش‌های موجود مانع اشراف آن‌ها به برخی عوامل مؤثر در طراحی و سبب نادیده گرفته شدن پتانسیل‌های بالقوه و گاه ویژگی‌های خاص محیط می‌شود. این تحقیق با هدف کشف دیدگاه‌ها و نظرهای افراد محلی درباره روش‌های رونق حضور گردشگر در روستای بیله‌درق در شهرستان سرعین از استان اردبیل انجام شده است. به‌منظور برداشت ذهنیت روستاییان در جامعه نمونه از روش تحقیق کیو با قابلیت تمرکز بر جامعه میزان بهویژه جوامع کوچک روستایی استفاده شده است. روش مذکور ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی است که در پنج مرحله انجام شده است. داده‌های تحقیق از بین اهالی روستای بیله‌درق و از طریق مرتب‌سازی ۳۵ گزاره استخراج شده از فضای گفتمان در جدول مرتب‌سازی اختیاری گردآوری و با نرم‌افزار اس‌پی‌اس اس ۱۶ تحلیل شده است. نتیجه اینکه ذهنیت حاکم بیانگر وجود دو عامل مهم درخصوص روش‌های رونق حضور گردشگر در نمونه موردنی است. ذهنیت اول بیانگر برتری عوامل و اقدامات کالبدی و ذهنیت دوم بیانگر اهمیت اقدامات اجتماعی و فرهنگی است. در ادامه گزاره‌های مرتب‌با هر کدام از ذهنیت‌های مذکور اولویت‌بندی شده و دیدگاه‌های مشترک و اختلاف‌نظر بین گروه‌های ذهنی در قالب گزاره‌های توافقی و متمایز‌کننده استخراج شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۴/۳۰
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۰۸

واژه‌های کلیدی:

گردشگری روستایی، روش تحقیق کیو، ذهنیت جامعه محلی، روستای بیله‌درق اردبیل، رونق حضور گردشگر

برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های تولیدی در مناطق روستایی راییش از پیش ضروری کرده است (Byrd et al., 2009: 697). مشکلات مذکور روند مهاجرت از روستا به شهرها را شدت بخشیده و شاهد تبدیل روزافزون تولیدکنندگان روستایی به حاشیه‌نشین‌ها و مصرف‌کنندگان شهری هستیم؛ بنابراین یکی از چالش‌های عمدۀ کشورهای در حال توسعه رکود و زوال روستاهاست (پاپلی و ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۵۴). این مسئله باعث شده است که متخصصان و کارشناسان مسائل توسعه روستایی را مورد توجه قرار دهند و به دنبال

مقدمه

طی قرن‌های متمادی، روستا به منزله مکانی برای زندگی و تولید دارای نقش و ماهیت مؤثر بوده است (پاپلی و ابراهیمی، ۱۳۹۰: ۵۴)؛ اما امروزه اغلب مناطق روستایی با مسائل بی‌شماری همچون فقر، بیکاری، مشکلات بهداشتی، امنیت غذایی پایین و مسائل زیست محیطی مواجه‌اند (ازکیا و ایمانی، ۱۳۸۷). همچنین، تضعیف فعالیت‌های سنتی اقتصادی در مناطق روستایی همچون کشاورزی، معدن و جنگل طی سه دهه پیشین، ضرورت جستجو و بهکارگیری راهکارهای جدید

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه معماری دانشگاه محقق اردبیلی (hatami.tohid@gmail.com)

۲. استادیار گروه معماری دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران؛

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران؛

خاص محیط می‌شود. این در حالی است که ذهنیت ساکنان بومی منبعی قابل اتقا در احصای روش‌های رونق حضور گردشگر در آن منطقه و سبب افزایش اشراف طراحان بر تنگی‌ها و امکانات بستر طراحی است.

این تحقیق با هدف کشف دیدگاه‌ها و نظرهای افراد محلی درباره روش‌های رونق حضور گردشگر در روستای بیله‌درق، یکی از روستاهای گردشگر پذیر شهرستان سرعین، انجام شده است. با توجه به نقش مؤثر ساکنان در حمایت از توسعه گردشگری، شناخت لایه‌های مختلف ذهنی جامعه و نظرهای ایشان درخصوص راهکارهای رونق حضور گردشگر ضرورت دارد و توجه به این مسئله گامی مؤثر در جهت رفع شکاف‌های موجود است.

سوال اینکه عوامل مؤثر در رونق حضور گردشگر از منظر اهالی روستای بیله درق کدامند؟ ذهنیت روستاییان درباره روش‌های رونق‌بخشیدن به حضور گردشگر از بین ابعاد توسعه روستایی بیشتر اکنون تگ آشدا

به ندام سمت ترایس دارد؛ در این مقاله، روش تحقیق کیوب‌با قابلیت تمرکز بر جامعه میزان بهویره جوامع کوچک روستاوی به منظور برداشت ذهنیت روستاویان درخصوص روش‌های رونق حضور گردشگر در جامعه نمونه به کار می‌رود. این پژوهش از نوع الگوی تفسیری-اثبات‌گرایی است و از لحاظ جهت‌گیری در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. شیوه اجرای این پژوهش نیز از نوع ترکیبی است (ملکی و شرفی، ۱۳۹۵).

مروئی بر ادبیات موضوع
گردشگری روستایی

اتحادیه اروپا گردشگری روسایی را برای تمامی فعالیت‌های گردشگری که در مناطق روستایی انجام می‌شود به کار می‌برد (Coomber & Lim, 2004: 2). گردشگری به مفهوم دقیق کلمه عبارت است از «مسافرت اشخاص که به طور موقت از محل مسکونی خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی و فرهنگی و شخصی خود را به شکل مصرف‌کننده کالاهای اقتصادی و فرهنگی برآورده کنند» (شهرابیان، ۱۳۹۰).

گردشگری روسایی به کلیه فعالیت‌های گردشگری در محیط روستایی گفته می‌شود که با توجه به فرهنگ و یافت سنتی روستایی، هنر و صنایع روستایی، و آداب و رسوم سنتی

راهکارهایی برای تقلیل مسائل و مشکلات روستاها باشند.

طی سال‌های اخیر، گردشگری روستایی یکی از مهم‌ترین صنایعی به شمار می‌رود که از پتانسیل‌های لازم برای کمک به جوامع محلی به منظور توسعه فعالیت‌های اقتصادی برخوردار است (McGehee & Andereck, 2004: 136; Byrd et al., 2009: 698). توجه به زمینه‌های توسعه گردشگری در روستاهای در کنار آن بهره‌مندی از راهکارهای رونق حضور گردشگر و توسعه گردشگری در روستاهای با پتانسیل جذب مسافر و گردشگر حائز اهمیت است. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری را عنصر لازم برای حرکت به سوی اصلاح مناطق روستایی می‌دانند و گردشگری را اهبردی اثربخش می‌دانند که به جوامع روستایی حیات دوباره می‌دهد و آن‌ها را پابرجا نگه می‌دارد (از کیا و ایمانی، ۱۳۸۷). توجه به مشارکت و حمایت جامعه میزبان، یکی از عناصر اصلی پایداری توسعه صنعت گردشگری، اهمیت بسیاری دارد. اهمیت تأثیرگستره و شکرف اجتماعی و فرهنگی طرح‌های گردشگری در ساختار اجتماعی جامعه، سبک زندگی افراد و اقتصاد مقصد و برعکس با تحقیقات متعدد به اثبات رسیده است (Gursoy et al., 2002; Gursoy et al., 2010; Pérez & Nadal, 2005). محققان بر این نظرند که ساکنان محلی یا جامعه میزبان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به توسعه گردشگری تأثیر بسزایی دارند، به طوری که قدرت تأثیر ساکنان در هر مقصدى و تبلور آن به صورت همکاری و استقبال از گردشگران در جهت موافقیت و پایداری هر پروژه توسعه گردشگری ضروری است (Liu, 1988).

تصورات برنامه‌ریزان روستایی از روستا و زندگی روستایی ممکن است با ذهنیت روستاییان تفاوت‌هایی داشته باشد. هر چند ممکن است یک غریبیه یا طراح ذهنیت مردم روستارا قبول یا تأیید نکند، ولی به هر حال این ذهنیت واقعی است و سبب بروز برخی رفتارهای فردی و اجتماعی می‌شود (حاتمی خانقاہی و همکاران، ۱۳۹۵). در حالت ایدئال، اشراف طراح به همه وجود مؤثر بر طراحی، از جمله ذهنیت جامعه محلی، شرط لازم برای مداخلة صحیح در آن است (زرگر و حاتمی خانقاہی، ۱۳۹۳). کم‌تووجهی به ذهنیت جامعه محلی اشراف طراح به برخی عوامل مؤثر در طراحی را کاهش می‌دهد و سبب نادیده‌گ فنه‌شدن بتانسیا و گاه و بیگ های

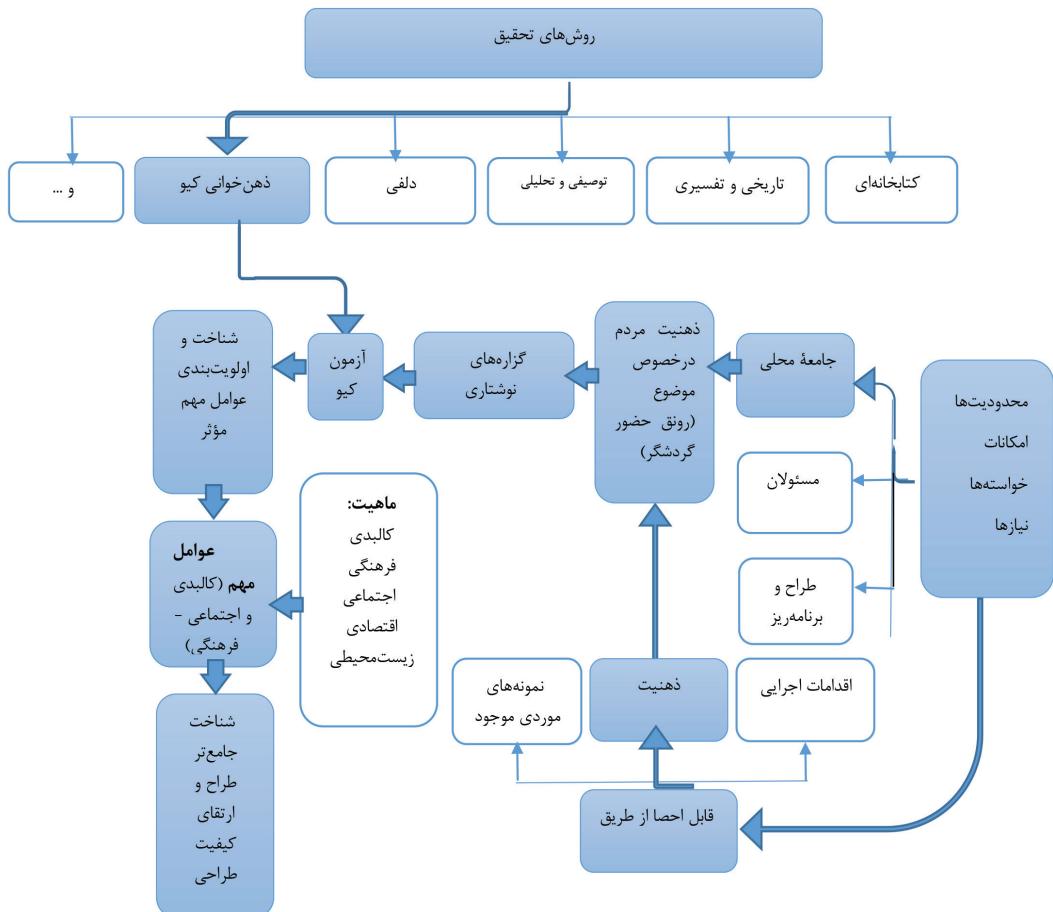
ذهنیت جامعه محلی از آنجاکه جوامع محلی مهم‌ترین اصل در ایجاد ثبات و پایداری گردشگری هستند و از وجود گردشگری بهره می‌برند یا زیان می‌بینند، توجه به آن‌ها و برنامه‌ریزی برپایه خواسته‌ها و مشارکت آن‌ها ضروری به نظر می‌رسد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲). موقیت‌های پیش‌روزه گردشگری مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه میزبان است. برای دستیابی به حمایت مطلوب جامعه روستایی از توسعه گردشگری، درک واکنش جامعه محلی و عواملی که براین طرز تفکر تأثیر می‌گذارند ضروری بهشمار می‌آید (Gursoy et al., 2002: 80). در روستاهایی مقصود گردشگری، مدیریت فعالیت گردشگری باید به صورت مؤثر بر عهده ساکنان محلی گذاشته شود. در قالب چنین رویکردی، نگرش و گرایش ساکنان محلی کانون فعالیت برنامه‌ریزی در گردشگری به حساب می‌آید و مشارکت آنان برای تسریع در روند برنامه‌ریزی توسعه گردشگری- رونق حضور گردشگر- مورد تأکید است (Blank, 1989: 4). شناخت و درک واکنش‌ها، درخواست‌ها و دیدگاه‌های جامعه محلی و عوامل مؤثر بر این طرز تفکرها برای برنامه‌ریزان و خط‌مشی‌گذاران به منظور جلب حمایت ساکنان از توسعه گردشگری اهمیت بسیاری دارد (Dyer et al., 2007: 410; Lee, 2013: 37). ناگاهی طراح به این واقعیت ذهنی در بسیاری از موارد پیشنهادهای طراحان را به بی‌راهه کشانده است. در مقابل، آگاهی طراح به این بخش از واقعیت، فارغ از میزان اصالت ذهنیت، سبب می‌شود که موضع مناسبی در قبال موضوع اتخاذ کند (حاتمی خانقاھی و همکاران، ۱۳۹۵). درک ریشه رفتارها و خواسته‌های اجتماعی، از طریق ذهنیت افراد جامعه، بسیاری از وقایع و رفتارها را تعریف پذیر می‌کند؛ به طوری که با کیو اختصاصاً ساختار این پیچیدگی‌های قابل مشاهده ارزیابی می‌شود و اصلاح و تفسیر آن‌ها صورت می‌گیرد (Duenckmann, 2010).

مدل مفهومی تحقیق

در این تحقیق، برای ارزیابی ذهنیت روستاییان درباره عوامل مؤثر بر رونق حضور گردشگر در نواحی بافت روستا، از روشنی که در شکل ۱ نشان داده شده و قابلیت‌های آن بهره گرفته شده است.

روستا صورت می‌گیرد و در برگیرنده گردشگری کشاورزی، گردشگری سبز، گردشگری مزرعه‌ای و گردشگری غذایی و شکار است (قادری، ۱۳۸۳: ۲۲). از این‌رو گردشگری روستایی بخشی از صنعت بزرگ گردشگری است که در توامندسازی مردم محلی و ایجاد تنوع در رشد اقتصادی و نیز ایجاد فرصت‌های شغلی جدید تأثیر بسزایی دارد.

در مرحله اولیه توسعه گردشگری فواید اقتصادی بیشتر نمود می‌باید، ولی در مراحل بعد، توسعه انبوه و کنترل نشده هزینه‌های اقتصادی جامعه میزبان را افزایش می‌دهد (Tosun, 2002: 222) و هزینه‌های اجتماعی و محیطی نیز نمایان می‌شود (Sharpley, 2014: 43). گردشگری- گردشگری روستایی- به علت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد، مفهوم صنعت را توسعه داده و فناوری خاص خود را مطرح کرده است. به بیان ساده‌تر، صنعت گردشگری، به مثابه مجموعه‌ای صنعتی، نیروی محرکه‌ای را فراهم می‌سازد که با تکیه بر آن چرخهای صنایع حیاتی با شتاب بیشتری می‌چرخد و راه توسعه محلی و ملی هموار می‌شود (Winter, 2009: 620)؛ به همین علت است که توجه دولتها، سازمان‌های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است، زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع محلی دارد (Chin et al., 2014: 36). محققان بر این نظر نزد که میان رونق گردشگری و معیارهای عینی و ذهنی برای ارزیابی اثرهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی آن بر جامعه میزبان رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. نگرش ساکنان به گردشگری ممکن است تحت تأثیر عواملی نظیر وضعیت اقتصادی حوزه (Johnson et al., 1994: 629)، یک پارچگی و انسجام اجتماعی جامعه محلی (McCool & Martin, 1994: 29)، مجاورت Murphy, (1983)، ترس از بین‌رفتن هویت محلی، وسعت حوزه، مدت زمان برقراری جریانات گردشگری یا سطح بلوغ گردشگری در حوزه (Liu et al., 1987: 36)، شدت تراکم گردشگر در حوزه (Pizam, 1987: 8)، مرحله توسعه گردشگری (Belise & Hoy, 1980: 83)، شدت استفاده از منابع پایه و سطح علاقه‌مندی میزبان (Gursoy et al., 2002: 104) باشد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

از توسعه این صنعت و بررسی پایداری ابعاد توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی است (اجزا شکوهی و همکاران، ۱۳۹۳؛ علی‌قلی‌زاده، فیروزجایی و همکاران، ۱۳۹۳؛ برمیانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ علی‌قلی‌زاده، فیروزجایی و همکاران، ۱۳۹۴). درک و حتی پیش‌بینی نگرش ساکنان به توسعه‌گردشگری و عواملی که عکس‌العمل آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد در دستیابی به حمایت ساکنان برای توسعه گردشگری ضروری است (وثوقی و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۶). همان‌طور که آپ (۱۹۹۲) ذکر می‌کند، برای رونق گردشگری در هر مقصد باید تأثیرات معکوس آن به حداقل کاهش یابد و همچنین، جامعه میزبان به شکلی مطلوب به آن بنگرند (Terzidou et al., 2008). پژوهش‌های فراوانی به بررسی اهمیت درک ساکنان از آثار گردشگری در تأثیرگذاری و حمایت آن‌ها از توسعه گردشگری انجام شده است (Nunkoo & Gursoy, 2012; Ramkissoon & Nunkoo, 2011; Ramkissoon & Nunkoo,

براساس مدل مفهومی تحقیق، محدودیت‌ها/امکانات و خواسته‌ها و نیازهای مردم درخصوص روش‌های رونق حضور گردشگر از طریق کاوش در ذهنیت ساکنان مورد شناسایی عمیق‌تر قرار می‌گیرد و برآیند ذهنیت جامعه ارائه می‌شود. روش تحقیق کیویکی از روش‌هایی است که به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مهم و مؤثر بر طراحی از منظر ذهن مردم می‌پردازد. شناخت جامع‌تر طراحی از ذهنیت مخاطبان طرح و عوامل مؤثر بر طراحی به ارتقای کیفیت طراحی و برنامه‌ریزی منجر خواهد شد.

پیشینه‌پژوهش

پژوهش‌های انجام‌شده درباره آثار گردشگری در کشور ما اغلب حول محور بررسی نگرش ساکنان به تمامی یا برخی از آثار و همچنین تأثیر آن بر کیفیت زندگی جامعه محلی یا نقش آن در توسعه پایدار شهری، میزان حمایت آنان

نمونه موردی تحقیق

فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه



انجمن علمی گردشگری ایران



شکل ۲: روستای بیله‌دراق

نمونه مورد مطالعه روستای بیله‌دراق در استان اردبیل، واقع در سه کیلومتری شمال شهرستان سرعین، از توابع دهستان آبگرم و دومین قطب گردشگری شهر سرعین است. از عوامل مؤثر بر انتخاب این روستا می‌توان به ویژگی‌های طبیعی مانند آبرمانی، مناظر طبیعی و بکر، هوای خنک تابستانی، آب معدنی گازدار و آبشارهایی در طول مسیر رودخانه و غارهای بزرگ و کوچک تاریخی اطراف روستا اشاره کرد.

روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش، به منظور کشف دیدگاه‌ها و نظرهای افراد محلی درباره روش‌های رونق حضور گردشگر در روستای بیله‌دراق، از روش تحقیق کیو استفاده شده است. تحقیق از نوع اکتشافی است و تلاش شده است تا ذهنیت مردم روستا درباره روش‌های رونق حضور گردشگر کاوش شود. روش تحقیق کیو محقق را به دقت بیشتر در زندگی و نوع روابط و مسائل روزمره مردم وامی دارد و پشتونه محکمی برای دستاوردهای محقق ایجاد می‌کند و آن‌ها را نظاممند و قابل دفاع در مجتمع علمی می‌کند (حاتمی و همکاران، ۱۳۹۵). همچنین، بر اساس نتایج مطالعات، روش تحقیق کیو قابلیت تمرکز بر جوامع کوچک و عمیق‌شدن در ذهنیت مؤثر بر اقدامات افراد جامعه را دارد و روشی نوین در دستیابی به ذهنیت جامعه درخصوص دغدغه‌های ذهنی مخاطب بدون تأثیر محقق است

(Prayag et al., 2008; Frauman & Banks, 2010: 133).

گاوریلا پاون ۱ (۲۰۱۵) در رومانی گردشگری را عاملی برای توسعه اقتصاد روستایی و جایگزینی برای وابستگی به کشاورزی می‌داند که هم فرصت اشتغال را فراهم می‌کند و هم محیط را برای جوانان روستا جاذب می‌نماید بیدالف ۲ (۲۰۱۵) در روستاهای کامبوج نشان داد که مهاجرت روستاییان به علت فقر و بی‌کاری بوده که با توسعه گردشگری روستایی اقتصاد خانوار و امارات معاشر آنان بهتر شده است. بولی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان «توانمندسازی و نگرش‌های ساکنان نسبت به گردشگری» به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی روان‌شناختی و منافع اقتصادی شخصی تأثیر مثبت و مستقیم بر روی حمایت گردشگری دارد. لی (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل تأثیر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری» به این نتیجه رسید که مزایای درکشده از سوی ساکنان می‌زیان در رابطه بین پیوستگی جامعه و حمایت از توسعه پایدار گردشگری و همچنین بر مشارکت جامعه و حمایت از توسعه پایدار گردشگری تأثیر می‌گذارد. جعفری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «حمایت ساکنان از توسعه گردشگری: نقش تصویر مکان و اثرات تصویری گردشگری» ثابت کردند که تصویر مکان نزد ساکنان به طور مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه تأثیرات تصویری اقتصادی و اجتماعی فرهنگی حمایت ساکنان در توسعه گردشگری تأثیر می‌گذارد.

حیدری ساربان (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه مردم محلی مطالعه: دهستان سردابه شهرستان اردبیل» به این نتیجه رسید که بین تمامی مؤلفه‌های تحقیق (آموزشی و تبلیغاتی، حمایت طرف عرضه و اقدام مداخله‌ای دولت، تقویت زیرساخت‌ها و مطلوبیت اجتماعی جمعی و سرمایه روان‌شناختی و تقویت مشارکت) با بهبود توسعه گردشگری روستایی ارتباط وجود دارد.



از دیدگاه افراد مطرح می‌شد که قبل از مدنظر محققان نبود. دغدغه‌های ذهنی و موارد مهم تأثیرگذار و برخی امکانات موجود اغلب موضوع بحث افراد بود، بهویژه آن‌هایی که قبل از مردم زمینه کار کرده بودند. در ادامه نتایج به دست آمده از فضای گفتمان در قالب گزاره‌های معنادار نوشته شد. در مرحله بعد، از میان پژوهش‌هایی در زمینه گردشگری روتاستایی که قبل از این پژوهش‌ها بود، از گزاره استخراج و درباره آن‌ها نیز از مردم نظرخواهی شد. در نهایت ۳۵ همه موارد بحث شده در گفتمان باشد (جدول ۱). در پایان با استفاده از داده‌های به دست آمده تحلیل‌های آماری انجام شد.

جدول ۱: نتایج مرتب‌سازی گزاره‌ها

گزاره ۲: بهسازی و تجهیز امکانات روتاستایی (مسافرخانه، مسیرها، تجهیز آبدارمانی) مناسب با الگوی معماری روتاستایی	گزاره ۱: حداکثر خانه‌های سنتی و زندگان فرم‌های قدیمی برای گردشگران روتاستایی
گزاره ۴: امکان ارائه مستقیم محصولات روتاستایی به گردشگران در فضاهای مشخص	گزاره ۳: تبدیل پارکینگ‌های موجود در روتاستا به مجموعه‌ای مرکب از پارکینگ و الچیق و پارک کودک (کمپ فریحی)
گزاره ۶: مدیریت و ساماندهی برنامه اسبسواری توسط اعضای ثابت و بومی روتاستا و ارائه برنامه مشخص	گزاره ۵: سروسامان دادن به بازارهای فصلی و دستفروشی‌ها (واته‌ها و ...) در روتاستا
گزاره ۸: نورپردازی مناسب معابر و افزایش مدت مانگاری مسافر در روتاستا به هنگام شب	گزاره ۷: محدود کردن ترافیک سواره (تراکتور، کامیونت و ...) به درون بافت روتاستایی
گزاره ۱۰: آسفالت و سنگ‌فرش کردن داخل بافت روتاستا	گزاره ۹: فراهم کردن بستر مناسب و دعوت گردشگران به داخل بافت روتاستا
گزاره ۱۲: نصب وسایل بازی مناسب در محل‌های اسکان گردشگران	گزاره ۱۱: ساخت سروپیس بهداشتی در مکان‌های اسکان گردشگران
گزاره ۱۴: توجه به پتانسیل غارهای تاریخی روتاستا و احیای آن‌ها	گزاره ۱۳: آموزش‌های فرهنگی لازم برای کاسپان محلی درخصوص رفتار صحیح با مسافران
گزاره ۱۶: واکنایی امور خدمات به گردشگران به افراد محلی و بومی روتاستا	گزاره ۱۵: حل معضل توزیع نامتعادل درآمد حاصل از گردشگری بین اقسام مختلف مردم

(خوشگویان فرد، ۱۳۸۶؛ بیات و همکاران، ۱۳۹۷؛ حکاک و همکاران، ۱۳۹۶؛ حاتمی و همکاران، ۱۳۹۴؛ Duenckmann, 2010).

روش تحقیق کیو ترکیبی از روش‌های تحقیق کیفی و کمی است که هم شیوه‌گردآوری داده‌ها (مرتب‌سازی کیو) و هم شیوه تحلیل داده (تحلیل عاملی کیو) دربر می‌گیرد (خوشگویان فرد، ۱۳۸۶). به منظور گردآوری داده‌ها، ۳۵ گزاره استخراج شده از ذهنیت اهالی که از طریق ایجاد فضای گفتمان به دست آمده بررسی شد و برای این منظور از جدول مرتب‌سازی اجباری با طیف +۴ تا -۴ استفاده شد. به منظور تحلیل داده‌ها واستخراج فاکتورهای عاملی، با استفاده از اطلاعات ماتریس داده‌های کیو توسط نرم‌افزار اس‌پی‌اس اس (SAS)، میزان همبستگی دیدگاه‌های مخاطبان درباره گزاره‌های کیو به صورت ماتریس همبستگی بین افراد استخراج شد. همچنین، میزان توافق یا مخالفت بین مرتب‌سازی‌های افراد و تشابه یا تضاد بین نظرها و دیدگاه‌های مخاطبان توسط جدول آرایه‌های عاملی و جدول باز مرتب‌سازی ارائه شد.

-۴	-۳	-۲	-۱	-۰	+۱	+۲	+۳	+۴

شکل ۳: جدول مرتب‌سازی کارت‌های کیو

یافته‌ها

با تکیه بر منابع موجود، روش کیو برای شناسایی ذهنیت مخاطبان تحقیق در پنج مرحله انجام شده است: تولید گزاره‌های کیو، انتخاب افرادی برای مشارکت مستقیم در موضوع، بهاشتراك‌گذاری داده‌ها، تحلیل عاملی کیو و تفسیر یافته‌ها. برای برداشت ذهنیت افراد، ابتدا با ایشان ارتباط حضوری برقرار شد و نظرشان درباره موضوع تحقیق نوشته شد. در این مرحله مواردی

- ۱ . Q-SET
- ۲ . P-Set
- ۳ . Q-SORT

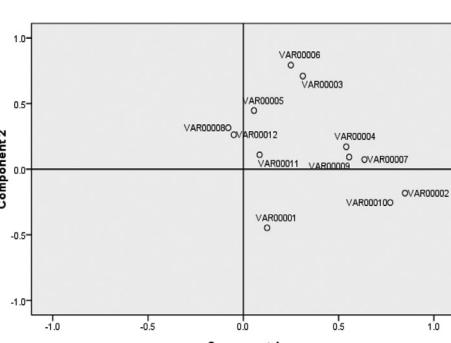
گزاره ۱۸: افزایش تعداد واحدهای پذیرایی (آذخوری، قهقهه خانه سنتی، کافی شاپ) در روسنا	گزاره ۱۷: ساماندهی به برنامه تاریخی اسپرسواری در روسنا شامل: کنترل قیمت، مشخص کردن مسیر حرکت و ...
گزاره ۲۰: برگزاری دوره ها و کلاس های آموزشی آشنایی با نحوه صحیح برخورد با گردشگران	گزاره ۱۹: اصلاح قوانین دست و پاگیر دولتی برای ورود سرمایه گذاران خارجی در زمینه خدمات گردشگری
گزاره ۲۲: تلاش برای استمرار حضور گردشگر در روسنا به منظور ایجاد امتیاز برتر نسبت به رستاهای اطراف	گزاره ۲۱: ایجاد پاسگاه پلیس موقعی در تابستان (که بیشترین میزان حضور گردشگر در روسناست)
گزاره ۲۴: کنترل ورود و خروج گردشگران به داخل یافت روسنایی به منظور حفظ امنیت اهالی	گزاره ۲۳: ایجاد تنوع شغلی برای پاسخ گویند به نیازها و سلایق مختلف گردشگران
گزاره ۲۶: احیای سنت های در حال فراموشی روسنا مانند تکم به دلیل استقبال گردشگران	گزاره ۲۵: فراهم کردن امکانات لازم برای استفاده از لباس محلی اهالی برای عکاسی
گزاره ۲۸: تسهیلات لازم برای اختصاص یافتن بودجه گردشگری به روسنا به عنوان گردشگر پذیر بودن آن	گزاره ۲۷: مشارکت اهالی برای سرمایه گذاری به منظور انجام تفریحات زمستانی در روسنا مانند تیوب سواری
گزاره ۳۰: به دلیل یا ارزش شدن مسکن روسنایی گردشگر یزدیر نسبت به رستاهای اطراف، انگیزه بومیان برای راهه تسهیلات سکونتی به گردشگران و افزایش ماندگاری ایشان در روسنا بیشتر می شود.	گزاره ۲۹: رونق و گسترش فعالیت های کشاورزی سنتی در روسنا و ایجاد تنوع کاشت گیاهان دارویی به عنوان استقبال گردشگران.
گزاره ۳۲: تدوین برنامه ای منسجم برای جمع اوری و دفع زباله ها	گزاره ۳۱: تمابیل جامعه محلی برای مشارکت در آبادانی روسنا برای جذب گردشگران
گزاره ۳۴: تمهدیدات مناسب برای اسکان گردشگر مانند احداث هتل، مسافرخانه و ...	گزاره ۳۳: توجه ویژه برای احیای آب معدنی موجود در روسنا به منظور استفاده گردشگران
	گزاره ۳۵: فراهم کردن تسهیلات لازم برای فرآوری گیاهان دارویی توسعه اهالی و تولید عرقیجات و ...

داده‌های حاصل از مرتب‌سازی کیو در روتاست بیله‌درق سرعین وارد نرم‌افزار شد و میزان هم‌بستگی دیدگاه‌های مخاطبان درباره گزاره‌های کیو، با استفاده از روش تحلیل عاملی در ماتریس هم‌بستگی جدول ۲، عرضه شد و بالحاظ درصد بالای هم‌بستگی به منزله معنی‌داری بررسی شد. در ادامه، مخاطبان کیو با میزان هم‌بستگی، بالا در

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی کیو

وزن‌ها		بارهای عاملی		هم‌بستگی												مخاطبان کیو										
وزن فاکتور ۲	وزن فاکتور ۱	فاکتور عاملی ۲	فاکتور عاملی ۱	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱											
-۰.۵۶	۰.۱۳	-۰.۴۵	۰.۱۲													۱	۱									
-۰.۱۹	۰.۲	-۰.۱۸	۰.۸۵													۱	۰.۱۸	۲								
۰.۴۳	۰.۳۴	۰.۷۱	۰.۳۱													۱	۰.۱۶	۰.۰۳	۳							
۰.۱۸	۰.۷۶	۰.۱۷۱	۰.۵۴													۱	-۰.۳۳	۰.۳۱	۰.۱۱	۴						
۰.۵۵	۰.۰۶	۰.۴۵	۰.۰۶													۱	-۰.۰۳	۰.۱۵	۰.۰۲	-۰.۰۳	۵					
۰.۱۴	۰.۲۶	۰.۷۹	۰.۲۵													۱	۰.۲۵	۰.۱۵	۰.۶۶	۰.۱۰	-۰.۲۵	۶				
۰.۰۷	۱.۰۶	۰.۰۷	۰.۶۳													۱	۰.۱۱	۰.۱۵	۰.۰۷	۰.۱۹	-۰.۵۸	-۰.۰۲	۷			
۰.۳۵	-۰.۰۸	۰.۳۱	-۰.۰۸													۱	۰.۰۸	۰.۱۱	-۰.۰۴	-۰.۱۴	۰.۱۹	-۰.۰۶	-۰.۲۰	۸		
۰.۰۹	۰.۸۰	۰.۰۹	۰.۵۵													۱	-۰.۰۸	۰.۱۷	-۰.۰۳	-۰.۲۸	۰.۰۷	۰.۲۶	-۰.۰۲	۹		
۰.۳۷	۱.۹۰	-۰.۲۵	۰.۷۷													۱	۰.۴۲۸	۰.۰۰	۰.۳۸	۰.۰۳	۰.۰۱	۰.۲۲	-۰.۰۳	۰.۶۰	۰.۰۹	۱۰
۰.۱۱	۰.۰۸	۰.۱۱	۰.۰۸													۱	۰.۰۱	۰.۰۱	-۰.۰۱	-۰.۰۵	-۰.۰۶	-۰.۰۵	-۰.۱۲	-۰.۰۷	۱۱	
۰.۰۵	-۰.۰۵	۰.۲۶	-۰.۰۵	۱	۰.۱۹	-۰.۰۹	۰.۰۳	-۰.۰۹	۰.۲۴	-۰.۰۶	۰.۳۸	۰.۰۵	-۰.۰۶	-۰.۰۶	-۰.۰۶	۱	-۰.۰۶	-۰.۰۶	-۰.۰۶	-۰.۰۶	-۰.۰۱	۱۲				

جدول ۲ بار عاملی ۱۲ مخاطب کیو و وزن متناظر با هر کدام را در برابر دو فاکتور عاملی موضوع تحقیق در روستای بیله درق نشان می‌دهد. همچنین بارهای عاملی حاصل از تحلیل عاملی جدول ۲ نشانگر میزان واپستگی و توافق یا مخالفت هر یک از مخاطبان کیو به هر کدام از فاکتور عامل‌های عاملی و ذهنیت‌های مذکور بود. معیار معنی‌داری بارهای عاملی نیز با توجه به وجود ۳۵ گزاره و کارت برای اطمینان ۹۵ درصد بزرگ تربوند بار عاملی از است.



شکل ۴: نسبت مخاطبان کیو با فاکتورهای عاملی

کالبدی به حضور گردشگر دارند. در حالی که از نظر افراد ۲، ۷، ۴، ۹، ۱۰، با بار عاملی معنی دار روی عامل دوم، وجه اجتماعی- فرهنگی حضور گردشگر در روتاستای بیله‌درق حائز اهمیت است. شایان ذکر است که مخاطب ۱۲ و ۱۱ روی هیچ‌کدام از عامل‌ها معنی دار نبوده، ولی مخاطب ۱۲ به دسته اول و مخاطب ۱۱ به دسته دوم گرایش بیشتری دارد.

در شکل ۴، سمت راست محور افقی نشانگر عامل اول (کالبدی) و محور عمودی نشانگر عامل دوم (اجتماعی- فرهنگی) درباره گزاره‌های تحقیق است و نسبت افراد در مقابل دو عامل موضوع تحقیق را نشان می‌دهد.

با توجه به شکل ۴، افراد ۱، ۶، ۵، ۳، ۸، روی عامل نخست بار عاملی معنی دار دارند و بیشتر نگاه

جدول ۳: نتایج محاسبه امتیازهای عاملی، آرایه‌های عاملی، گزاره‌های متمایزکننده و گزاره‌های توافقی

گزاره‌ها	امتیاز عامل ۱	امتیازهای عاملی		آرایه‌های عاملی	قدرمطلق تفاضل آرایه‌های عاملی هر گزاره روی فاکتورهای عاملی
		امتیاز عامل ۲	آرایه عاملی ۱		
۱	۰,۳۰	۰,۱۰	۰,۰۰	-۰,۵۵	-۱,۰۰
۲	۰,۴۳	-۰,۵۵	۱,۰۰	۰,۰۰	۲,۰۰
۳	۰,۳۱	۱,۱۵	۰,۰۰	-۰,۰۵	-۱,۰۰
۴	-۰,۰۹	-۰,۶۴	-۲,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۵	۰,۶۴	-۰,۳۵	۱,۰۰	-۰,۰۰	۰,۰۰
۶	۰,۱۱	۱,۳۷	۰,۰۰	-۰,۰۱	۳,۰۰
۷	-۲,۲۸	-۰,۰۱	-۳,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۸	۱,۳۶	۰,۴۵	۳,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۹	-۱,۷۳	۱,۲۰	-۳,۰۰	-۰,۰۰	۳,۰۰
۱۰	۰,۶۹	-۲,۶۴	۲,۰۰	-۰,۰۰	-۴,۰۰
۱۱	۱,۲۷	۱,۱۰	۲,۰۰	-۰,۰۰	۰,۰۰
۱۲	-۰,۷۵	۰,۲۴	-۲,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۱۳	۰,۴۹	۱,۳۵	۱,۰۰	-۰,۰۰	۳,۰۰
۱۴	۱,۳۱	۱,۰۰	۳,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۱۵	۰,۲۱	۰,۴۹	۰,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۱۶	۰,۰۰	۰,۹۵	-۱,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۱۷	۰,۶۳	۱,۰۷	۱,۰۰	-۰,۰۰	۰,۰۰
۱۸	۱,۵۲	۰,۹۹	۳,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۱۹	-۰,۱۶	۰,۵۲	-۱,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۲۰	۰,۷۵	۰,۰۵	۲,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۲۱	۰,۱۴	-۰,۵۱	۰,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۲۲	۰,۰۲	-۰,۳۱	۰,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۲۳	۰,۳۷	-۰,۹۶	۱,۰۰	-۰,۰۰	۲,۰۰
۲۴	۰,۶۵	-۱,۵۸	۰,۰۰	-۰,۰۰	۳,۰۰
۲۵	۰,۶۶	-۰,۸۰	۲,۰۰	-۰,۰۰	-۲,۰۰
۲۶	-۰,۷۱	-۰,۸۲	-۱,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰
۲۷	۰,۰۶	-۰,۹۲	۰,۰۰	-۰,۰۰	-۲,۰۰
۲۸	-۰,۶۸	-۱,۴۱	-۱,۰۰	-۰,۰۰	۴,۰۰
۲۹	-۰,۱۱	-۱,۱۹	-۱,۰۰	-۰,۰۰	-۳,۰۰
۳۰	-۰,۹۱	-۰,۳۸	-۲,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۳۱	-۲,۳۰	-۰,۷۲	-۴,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۳۲	-۱,۴۷	۰,۳۲	-۳,۰۰	-۰,۰۰	۰,۰۰
۳۳	۱,۵۷	-۱,۶۴	۴,۰۰	-۰,۰۰	-۳,۰۰
۳۴	-۱,۲۸	-۰,۵۲	-۲,۰۰	-۰,۰۰	-۱,۰۰
۳۵	-۰,۲۳	۰,۷۳	-۱,۰۰	-۰,۰۰	۱,۰۰

جدول ۴: باز مرتب سازی گزاره های کیو مرتب با فاکتور عاملی ۱

جدول ۵: بازمرتب‌سازی گزاره‌های کیو مرتب‌بندی با فاکتور عاملی ۲

در جدول ۳، با توجه به قدر مطلق تفاضل آرایه های عاملی در خصوص گزاره های نوشتاری، بیشترین قدر مطلق تفاضل اعداد ۷ و ۶ به ترتیب مربوط به گزاره های ۳۳، ۱۰ و ۹ است. در مرحله بعد، گزاره های ۲۸ با تفاضل پنج و ۲۴ و ۲۵ با تفاضل چهار و گزاره های ۶، ۷، ۲۳، ۳۱، ۳۲، ۳۳ متمایز کننده اند. این بدان معناست که افراد در دو دسته واپسی به دو عامل موجود (کالبدی و فرهنگی) بر سر این گزاره با یکدیگر اختلاف نظر شدید دارند. به عبارتی، این دو گزاره بیشترین تأثیر را در تفکیک مخاطبان به دو دسته مجزا در خصوص گزاره های نوشتاری کرده است. مثلاً گزاره ۹، فراهم کردن بستر مناسب و دعوت گ دشگان به داخل، بافت، و ستا.

با استفاده از جدول همبستگی پیرسون، دو عاملی مهم کالبدی و اجتماعی - فرهنگی شناسایی شده و در قالب جدول باز مرتب سازی گزاره‌های کیو برای هرکدام از فاکتورهای عاملی در جدول‌های ۴ و ۵ ارائه شده است. این تحقیق به لحاظ اهمیت توجه به ذهنیت جامعه محلی، که عاملی مهم برای ارائه راهکارهای رونق حضور گردشگری در روستاهای گردشگرپذیر است، با تحقیقات نانکو و گورسوی (۲۰۱۲)، رامکیسون و نانکو (۲۰۱۱)، رامکیسون و نانکو (۲۰۰۸)، پریاگ و همکاران (۲۰۱۳)، دیر و همکاران (۲۰۰۷) و لی (۲۰۱۳) همسو است. همچنین، درخصوص تأثیرپذیری گردشگری از عوامل و ویژگی‌های کالبدی جامعه محلی، این پژوهش با تحقیقات بولی و همکاران (۲۰۱۴)، لی (۲۰۱۳)، جفری و همکاران (۱۳۹۶)، حیدری ساربان (۱۳۹۶) و بیات و همکاران (۱۳۹۷) همسواست. درخصوص تأثیرپذیری گردشگری از عوامل و ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی جامعه محلی نیز پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات توسعون (۲۰۰۲)، مککول و مارتین (۱۹۹۴)، ضایایی و همکاران (۱۳۹۲)، بلنک (۱۹۸۹)، وثوقی و همکاران (۱۳۹۰) و فرومن و بنکس (۲۰۱۰) همسواست.

در روش کیو ذهنیت جامعه محلی اهالی روستای بیله درق درباره عوامل مؤثر بر رونق حضور گردشگر در طراحی بافت روستا به دو دسته کالبدی و فرهنگی اجتماعی تقسیم می شود و مؤلفه های ذهنی تأثیرگذار در روش های رونق حضور گردشگر بر اساس ذهنیت جامعه محلی تفکیک و سنجیده م شود.

درنهایت، در این پژوهش با بیان مسائل و مشکلات موجود، ضرورت‌ها و مزایای توجه به صنعت گردشگری در روستا و معایب غفلت از آن و بررسی مبانی نظری در موضوع گردشگری روستایی، بررسی نظرهای اندیشمندان و صاحب‌نظران و پس از آن مصاحبه با اهالی روستای نمونه موردنی به مطالبی دست یافتیم که، پس از پالایش و اولویت‌بندی با روش کیو، برآیند ذهنیت افراد در زمینه راهکارهای رونق حضور گردشگر در طراحی بافت روستایی باشد.

بحث و نتیجه‌گیری ارزیابی و تعمق در ذهنیت مردم و اهالی محدوده موردمطالعه و بهره‌مندی از روش تحقیق کیو در برداشت ذهنیت اهالی درخصوص موضوع موردپژوهش موارد مهم و قابل توجهی را شناسایی و اولویت‌بندی کرد که ممکن است از نگاه طراح دور بماند. جدول‌ها و گزاره‌های ارائه شده در متن این پژوهش نتایج اولویت‌بندی گزاره‌های مهم از منظر ذهن مردم محدوده موردمطالعه است. ۳۵ گزاره در فرایند روش تحقیق کیو در مرحله اول از منظر ذهن مخاطبان قابل توجه و مهم بود. جدول‌های ۴ و ۵، بازمترتب‌سازی حاصل از تحلیل عاملی کیو، میزان اهمیت گزاره‌ها را مشخص کرد.

درخصوص سؤال اول، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از دیدگاه مخاطبان کیو عوامل مؤثر در رونق حضور گردشگر از دیدگاه اهالی روستای بیله‌درق در قالب دسته‌ای از گزاره‌ها مطرح می‌شود مانند محدودکردن ترافیک سواره، نورپردازی معابر، توجه ویژه به احیای غارهای تاریخی موجود در روستا، افزایش تعداد واحدهای پذیرایی در روستا، احیای آب معدنی موجود در روستا و ساخت سرویس بهداشتی در مکان‌های اسکان گردشگران، ایجاد محل اقامت شبانه برای گردشگر. این موارد و سایر موارد مشابه هم‌بستگی نزدیکی با هم دارند و در قالب فاكتور کالبدی مطرح شده‌اند. برخی دیگر از گزاره‌ها که با یکدیگر هم‌بستگی نزدیکی دارند و در قالب فاكتور اجتماعی - فرهنگی راهکاری دیگر درخصوص عوامل مؤثر در رونق حضور گردشگراند عبارت‌اند از تدوین برنامه مناسب برای سامان‌دهی به برنامه اسبسواری، کنترل ورود و خروج گردشگران به بافت روستایی، برگزاری دوره‌های آموزشی درخصوص نحوه برخود صحیح با گردشگران برای کاسیان محلی، فراهم کردن بستر مناسب برای ورود گردشگران به بافت روستایی و فروش محصولات محلی به ایشان.

به منظور پاسخ‌گویی به سؤال دوم پژوهش در این خصوص که ذهنیت روستاییان درباره روش‌های رونق‌بخشیدن به حضور گردشگر به کدام ابعاد توسعه روستایی گرایش دارد، با بررسی ذهنیت‌های مشابه مخاطبان کیو



انجمن علمی گردشگری ایران

ر. ۳
پژوهش، توریسم، گردشگری

منبع

- اجزا شکوهی، محمد، بوذرجمهری، خدیجه، ایستگلدنی، مصطفی و مودودی، مهدی (۱۳۹۳). «بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان؛ نمونه مطالعاتی: شهر بندر ترکمن». *فصلنامه فضای جغرافیایی*، دوره ۴۷، شماره ۱۴، ص ۱۲۵-۱۰۱.
- ازکیا، مصطفی و ایمانی، علی (۱۳۸۷). *توسعة پایدار روستایی*. تهران: انتشارات اطلاعات.
- بریمانی، فرامرز، حسن پور، محمود و شعبانی، پریسا (اردیبهشت ۱۳۹۴). «بررسی واکنش جامعه محلی نسبت به گردشگری در چارچوب نظریه مبادله اجتماعی (نمونه موردی: ناحیه ساحلی بابلسر)». *دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار*, سمنان.
- بیات، ناصر، مقیمی، مهدی و اسدی فرد، محمد (۱۳۹۷). «رهیافت ساماندهی اقامتگاههای گردشگری غیررسمی در ایران با رویکرد ایمنی و امنیتی». *گردشگری شهری*. دوره ۵، شماره ۱، ص ۱۴۳-۱۵۹.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و ابراهیمی، محمدامیر (۱۳۹۰). *نظریه‌های توسعه روستایی*. تهران: انتشارات سمت.
- جعفری، سکینه، احسان فر، سعید و ملکی مجد، شیلا (۱۳۹۶). «حمایت ساکنان از توسعه گردشگری: نقش تصویر مکان و اثرات تصویری گردشگری». *نشریه گردشگری شهری*. دوره ۴، شماره ۴، ص ۳۵-۵۳.
- حاتمی خانقاہی، توحید، زرگر، اکبر و سرتیبی پور، محسن (۱۳۹۴). «بررسی قابلیت روش تحقیق کیو در شناسایی و اولویت‌بندی وجود مؤثر بر طراحی مسکن روستایی، نمونه موردی: روستای جیلان آباد از توابع اصفهان». *مجلة صفة*. دوره ۲۵، شماره ۷۱، ص ۱۱۳-۱۳۲.
- حکاک، محمد، شریعت‌نژاد، علی و ساعدی، عبله (۱۳۹۶). «شناسایی الگوهای ذهنی مدیران در راستای توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان با استفاده از روش کیو». *فرایند مدیریت و توسعه*. دوره ۳، شماره ۲، ص ۸۵-۱۰۱.
- حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه مردم محلی (مورد مطالعه: دهستان سردابه شهرستان اردبیل)». *گردشگری و توسعه*. دوره ۶، شماره ۳، ص ۱۷۷-۱۹۸.
- خوشگویان‌فرد، علیرضا (۱۳۸۶). *روش‌شناسی کیو*. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- زرگر، اکبر و حاتمی خانقاہی، توحید (۱۳۹۳). «وجهه مؤثر بر طراحی مسکن روستایی». *مسکن و محیط روستا*. شماره ۱۴۸، ص ۴۸-۶۲.
- شهابیان، پویان (۱۳۹۰). «بررسی نقش و اثرات گردشگری شهری در توسعه پایدار شهر: با تأکید بر ادراک ساکنان». *مجله معماری و شهرسازی آرمانشهر*. دوره ۷، شماره ۴، ص ۱۲۱-۱۳۲.
- ضیایی، محمود، امین بیدختی، علی اکبر و قربانی، فاطمه (۱۳۹۲). «ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدارگردشگری». *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*. دوره ۸، شماره ۲۴، ص ۸۸۵-۹۸.
- علی‌قلی‌زاده فیروزجایی، ناصر، رمضان‌زاده لسبوئی، مهدی و اسماعیلی، مجید (۱۳۹۳). «سنگش نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی مناطق بیابانی و کویری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک)». *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*. دوره ۱۸، شماره ۵، ص ۳۷-۵۳.
- علی‌قلی‌زاده فیروزجایی، قدیمی، مصطفی و رمضان‌زاده لسبوئی، مهدی (اردیبهشت ۱۳۹۴). «بررسی ابعاد اقتصادی پایداری توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی (مطالعه موردی: ماسوله)». *دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار*. سمنان.
- قادری، زاهد (۱۳۸۳). *اصول توسعه پایدار گردشگری روستایی*. تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها.
- ملکی مین‌باش رزگاه، مرتضی و شرفی، وحید (۱۳۹۵). «شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت کارآفرینان در مورد بازاریابی کارآفرینانه با استفاده از روش کیو». *توسعه کارآفرینی*. دوره ۹، شماره ۳، ص ۵۳-۵۵.
- وثوقی، لیلا، خانی، فضیله، مطیعی لنگرودی، سیدحسن و رهنماei، محمدتقی (۱۳۹۰). «ارزیابی نگرش جامعه روستایی به گردشگری، بر مبنای مدل معادلات ساختاری (مطالعه موردی: منطقه کوهستانی روبار قصران، شهرستان شمیران)». *پژوهش‌های روستایی*. دوره ۴، شماره ۲، ص ۶۳-۸۸.

Gavrilă-Paven, I. (2015). "Tourism Opportunities for Valorizing the Authentic Traditional Rural Space-Study Case: Ampoi And Mures Valleys Microregion, Alba County, Romania". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 111-115.

Gursoy, D., Chi, Ch. G., & Dyer, P. (2010). "Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia". *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.

Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.

Johnson, D., Jerry, S., David, J., & Akis, S. (1994). "Residents' Perceptions of Tourism Development". *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.

Lee, T. H. (2013). "Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development". *Tourism Management*, 34, 37-46.

Liu, J. C., Sheldon, P. J. & Var, T. (1987). "Resident Perceptions of The Environment Impacts of Tourism of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.

McColl, S. F.; Martin, S. R. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism development". *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.

McGehee, N. G., & Anderek, K. L. (2004). "Kathleen; Factors Predicting Rural Residents' Support of tourism". *Journal of Travel Research*, 43(2), 130-140.

Murphy, P. E. (1983). "Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers". *Journal of Travel Research*, 21(3), 8-12.

Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). "Residents Support for Tourism: An Identity Perspective". *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.

Pérez, E., Aguiló, N.; Jaume, R. (2005). "Host Community Perceptions A Cluster Analysis". *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586- 599.

Pizam, A. (1987). "Tourism Impacts: The Social Costs to The Destination Community as Perceived by Its Residents". *Journal of Travel Research*, 16, 8-12.

Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). "London Residents' Support for the 2012 Olympic Games: The Mediating Effect of Overall Attitude", *Tourism Management*, 36, 629- 640.

Ap, J. (1992). "Residents perceptions on tourism impacts". *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). "The 1983 Perceived Impact of Tourism by Residents, Case Study in Santa Marta". *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.

Biddulph R. (2015). "Limits to mass tourism's effects in rural peripheries" ,*Annals of Tourism Research*, 50, 98-112.

Blank, U. (1989). *The Community Tourism Industry Imperative; The Necessity, The Opportunities, Its Potential*. Venture Publishing, State College, PA.

Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). "Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens". *Annals of Tourism Research*, 49, 33-50.

Byrd, E., Bosley, H., Dronberger, M. (2009). "Comparisons of stakeholder. perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.

Chin, C. H., Lo, M. C., Songan, P., & Nair, V. (2014). "Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 35-44.

Coomber, L., & Lim, C. (June 2004). "Farm Tourism: A Preliminary Study of Participants Expectations and Perceptions of Farm Tours". 2nd International Congress On Environmental Modelling And Software-Osnabrück. Germany.<https://scholarsarchive.byu.edu/iemssconference/2004/all/59>.

Duenckmann, F. (2010). "The village in the mind: applying Q- methodology to re- constructing constructions of rurality". *Journal of Rural Studies*, 26 (3), 284-295.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). "Structural Modeling of Resident Perceptions of Tourism and Associated Development on The Sunshine Coast, Australia". *Tourism Management*, 28(2), 409-422.

Frauman, E., & Banks, S. (2010). "Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance - Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework", *Tourism Management*, 32(1), 128-140.

- Terzidou, M., Stylidis, D., & Szivas, E. M. (2008). "Residents Perceptions of Religious Tourism and Its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos". *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 5(2), 113-129.
- Tosun, C. (2002). "Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study". *Analys Of Tourism Research*. 29 (1) 231-253.
- Winter, C. (2009). "Tourism, Social, Memory and the Great War". *Annals of Tourism Research*, 36(4), 607-626.
- Ramkissoon, H. & Nunkoo, R. (2008). "Information Search Behavior of European Tourists Visiting Mauritius, Tourism". *An International Interdisciplinary Journal*, 56(1).7-21.
- Ramkissoon, H., & Nunkoo, R. (2011). "City Image and Perceived Tourism Impacts Evidence from Port Louis, Mauritius". *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 12(2), 123- 143.
- Sharpley, R. (2014). "Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research". *Tourism Management*, 42, 37- 49.



انجمن علمی گردشگری ایران

سال نهم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۹