

DOI: 10.30495/jss.2022.1945223.1402

Research Paper

**Investigating the relationship between the dimensions
of rural tourism development and the quality of social
welfare of rural residents of Koohrang city**

Zahra Raisi Dehkordi

Ph. D. student in Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran.

Naser Hejazi

Assistant Professor, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran (Corresponding Author). E- mail: hejazi@dehaghan.ac.ir

Mohamad Ali Chitsaz

Assistant Professor, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University.

Nowadays, the tourism industry has a principal impact as the largest service industry in the world and plays a key role in improving the socio-cultural and economic structure of countries. Investigating the literature of development indicates that, the improvement of rural social welfare is a function of various phenomena, such as tourism activity. The present study, investigates the relationship between the dimensions of rural tourism development and the quality of social welfare of rural residents of Koohrang city in Chaharmahal and Bakhtiari province. The research method is descriptive and causal comparative, including a sample size of 616 people which have been chosen by stratified sampling method. The data obtained from this study have been analyzed using descriptive and inferential statistics. The structural validity of the questionnaire was performed by factor analysis and KMO test and its reliability was determined by Cronbach's alpha test (0.72). The calculation process in this investigation is based on the structural equation method using SPSS and AMOS software. The results showed a significant relevance between the dimensions of tourism development and social welfare and the regression values of the structural model indicate that, the functional dimension of rural tourism development has the most effect ($\beta=0.64$) and the service dimension ($\beta=0.07$) has the least effect on social welfare.

Conflict of interest:

ACCORDING TO THE AUTHORS, THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.

Key words: *Rural Tourism, Social Welfare, Koohrang Villages.*

بررسی رابطه ابعاد توسعه گردشگری روستایی بر

کیفیت رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای شهرستان کوهرنگ

زهرا ریسی دهکردی^۱

سیدناصر حجازی^۲

محمدعلی چیت‌ساز^۳

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۱/۱/۱۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۸/۲۶

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا جایگاه ویژه‌ای دارد و نقش مهمی را در بهبود ساختار اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. بررسی متون توسعه نشان می‌دهد که بهبود رفاه اجتماعی روستایی تابعی از پدیده‌های مختلف است که از جمله آن‌ها می‌توان به فعالیت گردشگری اشاره کرد. نوشتار حاضر سعی در بررسی رابطه ابعاد توسعه گردشگری روستایی بر کیفیت رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای شهرستان کوهرنگ استان چهارمحال و بختیاری دارد. روش تحقیق توصیفی و از نوع علی مقایسه‌ای است و دارای حجم نمونه ۶۱۶ نفر می‌باشد که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. داده‌های حاصل از این پژوهش با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. اعتبار سازه‌ای پرسشنامه با روش تحلیل عاملی و آزمون KMO و پایایی آن با آزمون آلفای کرونباخ (۰/۷۲) انجام گرفته است. فرآیند محاسبات در این مقاله بر اساس روش معادله ساختاری و با استفاده از نرم افزار SPSS و AMOS انجام شده است. نتایج نشان داد بین ابعاد توسعه گردشگری و رفاه اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقادیر رگرسیونی مدل ساختاری حاکی از آن است که بعد عملکردی توسعه گردشگری روستایی دارای بیشترین اثر ($\beta=0/64$) و بعد خدماتی ($\beta=0/07$) دارای کمترین اثر بر رفاه اجتماعی است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، رفاه اجتماعی، روستاهای کوهرنگ.

۱. دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران (نویسنده مسئول).

E- mail: hejazi@dehaghan.ac.ir

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران.

مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان یکی از فعالیتهای اقتصادی گسترده جهان به حساب می‌آید به شکلی که نمی‌توان جامعه‌ای را پیدا کرد که نظام برنامه‌ریزی آن تأکید و تلاشی در جهت کسب درآمدهای ناشی از گردشگری نداشته باشد. رشد و ارتقا جایگاه این صنعت تا حدی بوده است که انتظار می‌رود در قرن بیست و یکم صنعت شماره یک جهان محسوب شود (۷).

بر اساس گفته سازمان جهانی گردشگری، «توریسم» بزرگ‌ترین و پر درآمدترین صنعت دنیا محسوب می‌شود و درآمد سالیانه بسیاری از کشورها از جذب گردشگری خارجی تامین می‌شود. در حال حاضر صنعت نفت، خودروسازی و توریسم، در یک جایگاه قرار دارند. در برخی از کشورهای توسعه یافته، درآمد حاصل از گردشگری با درآمد حاصل از صادرات نفت ایران، برابری می‌کند (۲۱). گردشگری اگر چه در محیط جغرافیایی نقش می‌پذیرد و عواملی چون محیط فرهنگی و اجتماعی بر آن موثر هستند اما هر یک از این عوامل تحت تأثیر عوامل دیگری می‌توانند به نوعی بر گردشگر اثرگذار باشند و از آن نیز تأثیر بپذیرند. گردشگری می‌تواند اثرات اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی قابل توجهی را در منطقه گردشگرپذیر بگذارد. گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند در بهبود وضعیت اجتماعی منطقه آن چنان مؤثر باشد که به جرأت می‌توان گفت گردشگری انقلابی در رفاه اجتماعی و اقتصادی مردم و جامعه میزبان بر پا خواهد کرد. برخی از روستاهای کشور که اکثریت قریب به اتفاق آمار را به خود نسبت می‌دهند از توسعه نیافتگی رنج می‌برند و همین امر منجر به فقر و عقب‌ماندگی آن‌ها می‌شود. برای گریز از این مهلکه توسعه گردشگری روستایی یکی از راه‌هایی است که پیشنهاد می‌شود و باید با برنامه‌ریزی اصولی در زمینه توسعه آن گام‌هایی مؤثر برداشت.

گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال می‌تواند یک راه‌حل برای توسعه اقتصادی باشد، خصوصاً زمانی که دیگر فعالیتهای اقتصادی سود کمتری برای جامعه به دنبال دارند. گردشگری می‌تواند منبع بسیار مهمی برای اشتغال‌زایی نیروی کار غیر ماهر به ویژه زنان و مهاجران فقیر روستایی نیز باشد. در نتیجه گردشگری می‌تواند به توان‌مندسازی آن‌ها و کاهش فقر کمک فراوان کند (۱۹).

هم‌چنین گردشگری روستایی با ایجاد اشتغال، افزایش سطح درآمد، متنوع‌سازی فعالیتهای اقتصادی، افزایش سطح آگاهی‌های اجتماعی و ایجاد روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان به حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی کمک کرده و با جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه و بهینه‌سازی بهره‌برداری از زمین به توسعه روستایی کمک می‌کند، پس به طور کلی می‌توان گفت که گردشگری روستایی با توسعه فعالیتهای مکمل بخش کشاورزی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد خانواده‌های روستایی موجب بهبود فرآیند توسعه روستایی می‌شود. بنابراین توسعه و شکوفایی گردشگری روستایی باعث ارتقای شاخص‌های رفاه اجتماعی در مناطق روستایی از منظر توان‌مندسازی اقتصادی، اجتماعی، محیطی، نهادی و فرهنگی می‌شود (۳). با توجه به پیچیدگی و گستردگی فعالیتهای

گردشگری اثرات ناشی از آن نیز ابعاد بهم پیوسته بسیاری دارند که باید در مطالعه اثرات گردشگری به آن‌ها توجه شود. یکی از اثرات گردشگری روستایی بهبود وضعیت اجتماعی ساکنین منطقه است و شامل تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییرات بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان روستاها و گردشگران صورت می‌گیرد.

همان طور که بیان شد گردشگری امتیازات قابل ملاحظه‌ای را برای نواحی روستایی از طریق درآمدهای زیرساختی ایجاد می‌نماید به طوری که گردشگری در سطح محلی برای صاحبان تجارت با سرمایه اندک امکان رشد را فراهم می‌سازد و از طرفی در کنار فعالیت‌های دیگر مانند کشاورزی تأثیر مطلوبی بر میزان افزایش درآمدها و کاهش نابرابری‌های اقتصادی خانوارها دارد. افزایش رفاه اجتماعی در کشورهای توسعه یافته محصول توسعه زیرساخت‌ها در حوزه حمل و نقل است که بر اساس آن بازار حمل و نقل مسافر و گردشگر یکی از این مولفه‌هاست (۱).

بر همین اساس سه شاخص زیرساخت‌ها، مؤسسات و کارآیی بازار به عنوان شاخص‌های تسهیل تجارت بر رفاه اجتماعی تأثیر دارند و تسهیل تجارت بهتر منجر به بهبود نتایج رفاه اجتماعی می‌شود (۱۴). در حال حاضر گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد روستایی و منبعی بالقوه برای تنوع بخشی به آن در راستای نیل به توسعه پایدار روستایی است. به عبارت دیگر، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری برای دستیابی به رشد اقتصادی و اجتماعی و نیز بازآفرینی مدنظر قرار گرفته و تاکنون اقدامات متعددی در زمینه توسعه گردشگری به عنوان منبع موثر ارتقای درآمد و اشتغال‌زایی در نواحی روستایی انجام شده است (۱۷). با توجه به ویژگی بارز گردشگری روستایی به مثابه یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری می‌توان انتظار داشت که این صنعت از یک سو به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های روستایی و از سوی دیگر به بهبود کیفیت رفاه اجتماعی ساکنان روستاها کمک کند (۱۴). با این همه اگر چه ایران از نظر منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری در زمره ۱۰ کشور نخست جهان است متأسفانه آمارهای سازمان‌های جهانی گردشگری در سال‌های گذشته از روند بسیار کند ورود گردشگر به ایران و در نتیجه سهم ناچیز این صنعت در درآمد ناخالص ملی کشورمان حکایت دارد (۸). استان چهارمحال و بختیاری با وسعتی معادل یک درصد از قلمرو جغرافیایی - سیاسی کشور و بهره‌مندی از جاذبه‌های گوناگون طبیعی - فرهنگی و تاریخی و نیز با موقعیتی ممتاز در میان رشته کوه‌های زاگرس دارای پتانسیل فراوان در صنعت گردشگری است. شهرستان کوهرنگ به مرکزیت شهر چلگرد محل سکونت ایل هفت لنگ بختیاری است. مناطق دیدنی شهرستان عبارت‌اند از: روستای سر آقاسید که یکی از معدود روستاهای پلکانی کشور است و معروف به ماسوله غرب ایران، آبشار شیخ علی‌خان، دشت لاله - های واژگون، غار یخی، پیست اسکی کوهرنگ و ... این شهرستان به لطف طبیعت بکر آن یکی از اکوسیستم‌های توریستی استان چهارمحال و بختیاری به شمار می‌آید.

با توجه به آن چه که ذکر شد، مساله اساسی تحقیق این است که نقش و توان گردشگری منطقه

کوه‌رنگ در توسعه اجتماعی و اقتصادی و افزایش رفاه اجتماعی ساکنان منطقه به چه میزان است؟ یا به عبارت دیگر، آیا با توسعه گردشگری می‌توان نابرابری‌های اجتماعی - اقتصادی را به حداقل رسانده و رفاه اجتماعی را بهبود بخشید؟

پیشینه پژوهش

در زمینه تاثیر گردشگری روستایی بر بهبود معیشت روستاییان پژوهش‌هایی انجام گرفته است، در ذیل به اصلی‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

صحنه (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان (بازگشت مهاجران به روستا و نقش آن در معیشت پایدار روستایی) به این نتیجه رسید که: مهاجرت موقت نیروی جوان روستایی، مهم‌ترین راهکار برای تأمین معاش بوده است و آن‌ها پس از کسب مهارت و بازگشت به نواحی روستایی، با راه‌اندازی فعالیت‌های مهارتی فرا گرفته، زمینه ارتقای سرمایه‌های انسانی، مالی، فیزیکی، اجتماعی و طبیعی خود را نسبت به قبل از مهاجرت فراهم کرده‌اند. فلیشر (۲۰۰۰)، در پژوهشی با عنوان راه‌های پشتیبانی از گردشگری روستایی به این نتیجه رسیده است که حمایت عمومی از گردشگری در مقیاس کوچک و در مناطق روستایی در روند توسعه اجتماعی و همچنین افزایش رفاه عمومی در روستاها از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در مطالعه‌ای که با کوشش پانیک^۲ و همکاران (۲۰۱۱)، انجام گرفت، مجتمع توریسم روستایی در مجارستان مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. نتایج این مطالعه بر اهمیت دادن به اجتماعات محلی با در نظر گرفتن یک روند سازماندهی و همچنین روشن نمودن نقش مدیران واسطه تأکید خاصی نمود چرا که این امر اعتماد بین افرادی که خدمات برای توریسم‌های روستایی را فراهم می‌کنند ایجاد می‌کند. استایلا دایز (۲۰۱۳)، به بررسی نقش ساکنان در حمایت از توسعه گردشگری پرداخت. با توجه به رویکرد سه‌گانه گردشگری (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی) و اندازه‌گیری درک ساکنان از این اثرات به حمایت از صنعت گردشگری توسط ساکنان می‌پردازد. وان‌دیراد (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «مشارکت جامعه در توسعه گردشگری به عنوان ابزاری برای تقویت پایدار اراضی و شیوه‌های استفاده از منابع در یک پارک ملی» به تحلیل آینده گردشگری و رابطه آن با محیط زیست پرداخته است. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که مشارکت جامعه در مراکز گردشگری به عنوان ابزاری برای القای توسعه پایدار گردشگری در کانون توجه قرار گرفته است. چوئن و هاپکینز (۲۰۱۹)، نشان دادند که آینده گردشگری بیشتر متمرکز بر وضعیت حمل و نقل گردشگری است و حمل و نقل گردشگری در آینده از

^۱. Fleischer

^۲. Panyik

^۳. Styliadis

^۴. Wandyrad

^۵. Chuen & Hopkins

نوع اتوماسیونی خواهد بود و در آینده گردشگران از طریق شاتل و تاکسی‌های هوایی بدون راننده جابجا می‌شوند و سبک گردشگری متفاوتی برای آینده پیش بینی می‌شود.

چارچوب نظری پژوهش

در این پژوهش با رجوع به دیدگاه‌های نظری و منابع تجربی و بهره‌گیری از نتایج به دست آمده از مرور آن‌ها و با توجه به مختصات میدان مورد مطالعه چارچوب نظری تنظیم و در قالب آن فرضیه‌های اصلی ارائه گردید. مبانی نظری این رساله مبتنی بر نظریه کارکردگرایی است. در این نظریه، کارکرد به عنوان سودمندی، خدمات، در امور علی به معنی نقش یا اثر تعریف شده است. بر اساس این نظریه، هر پدیده اجتماعی دارای کارکردهای متفاوتی شامل کارکردهای پنهان و آشکار است و بایستی بین این دو کارکرد تفاوت قائل شد. در این تحقیق گردشگری به عنوان علتی است برای وجود اثرات و تغییراتی که به واسطه وجود آن در جوامع روستایی رخ می‌دهد و دارای کارکردهای آشکار مانند تغییر وضعیت اقتصادی، کالبدی و وضعیت بهداشتی است. همچنین تغییر در باورها و فرهنگ از جمله کارکردهای پنهان آن به شمار می‌آید. بنابراین مبانی نظری و پایه تئوریک گردشگری در نقاط روستایی بر نظریه کارکردگرایی استوار است. در این‌جا از مدل چرخه عمر باتلر و شاخص رنجش داکسی برای سنجش نقش گردشگری در توان‌مندسازی نواحی روستایی استفاده کردیم.

مراحل نظریه چرخه عمر باتلر عبارت‌اند از: مرحله اول - اکتشاف: در ابتدا حضور تعداد کم گردشگر و منطقه بدون زیرساخت‌های گردشگری است. مرحله دوم - مشارکت: یعنی سرمایه‌گذاری‌های محلی جهت رونق گردشگری شکل می‌گیرد. مرحله سوم - توسعه: یعنی به تعداد گردشگران به سرعت افزوده می‌شود و بازدید کنندگان از خارج منطقه وارد می‌شوند. مرحله چهارم - تثبیت: یعنی رشد آرام، تبلیغات وسیع جهت غلبه بر گردشگری فصلی و توسعه بازارهای جدید، اکثر گردشگران جذب می‌شوند و ساکنان به گردشگری اهمیت می‌دهند. مرحله پنجم - رکود: که در این مرحله تعداد بازدید کنندگان روندی نزولی دارد. به علت وابستگی به حضور گردشگر، نرخ اشتغال رو به کاهش می‌رود. مرحله ششم - نزول: کاهش فضایی و عددی بازارهای سرمایه‌گذاری خارجی که جایگزین سرمایه‌گذاری داخلی شده بود، منطقه را ترک می‌کند و زیرساخت‌هایی که برای گردشگری ایجاد شده بود تغییر کاربری می‌دهد. مرحله هفتم - احیاء: به طور کامل جاذبه‌های جدید جایگزین قبل می‌شود. توجه به آستانه‌های تحمل ظرفیت طبیعی و اجتماعی منطقه، موجب خروج از بحران می‌شود (۱۰).

هم‌چنین بر اساس روند توسعه گردشگری، داکسی شاخص رنجشی را تعریف کرده است:

۱. خشنودی: حضور دیدار کنندگان مطلوب است و برنامه‌ریزی کمی وجود دارد، ۲. بی‌تفاوتی: به دیدار کنندگان کم توجهی شده و روابط بیشتر حالت رسمی پیدا می‌کند، ۳. رنجش: گردشگری به اشباع نزدیک شده و مردم محلی نسبت به آن دچار تردید و بدگمانی شده‌اند. برنامه‌ریزان سعی در کنترل

گردشگری از طریق افزایش زیرساخت‌ها (به جای محدود نمودن رشد) دارند، ۴. خصومت: اصطلاح آزدگی و رنجش در این جا کامل می‌شود و برنامه‌ریزی جنبه درمانی پیدا می‌کنند اما ترفیعات به منظور جبران شهرت رو به افول تفریحگاه، افزایش می‌یابد (۱۰). مطابق نظریات آن‌ها میزان فروش یک محصول جدید به آرامی رشد و پس از آن رشد سریعی را تجربه می‌کند تا جایی که به ثبات و افول برسد. به کارگیری این مدل در مورد مقصدهای گردشگری نشانگر این است که تفریحگاه‌ها در طول زمان توسعه یافته و تغییر می‌کند و در این فرآیند مراحل اکتشاف و توسعه وجود دارد. در واقع نظریه چرخه عمر باتلر و شاخص رنجش داکسی به عنوان ابزارهایی برای سنجش اثرات گردشگری و شناسایی بازخوردهایی برای ادامه فعالیت سیستم گردشگری مورد استفاده قرار می‌گیرند.

مک کانال^۱ نابرابری در گردشگری را این گونه بیان می‌کند که برخی مناطق تعداد زیادی گردشگر دارند ولی برخی نیز از تعداد کمتری گردشگر برخوردارند. از نظر او همین توزیع نابرابر گردشگر مبنای سیاست‌گذاری‌های مربوط به گردشگری می‌شود. حال اگر تعداد جاذبه‌های نشان‌دار و تسهیلات حمایتی و مساعدتی مطابق با ساختارهای محلی در مناطق برای گردشگران افزایش یابد، گردشگر به طور برابر در سطح جهان و ساختار اجتماعی محلی توزیع می‌شود و ثروت به این مناطق سرازیر می‌شود (۹).

گی درباره بعد فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری بیان می‌کند که: فرهنگ، موجب ایجاد انگیزه برای انواع مسافرت‌ها می‌شود و شیوه یا شکل این مسافرت را تعیین می‌کند. در واقع جامعه گردشگر، فرصت را از رهگذر عادات، باورها و ارزش‌های غالب خود، انگیزه‌ها و انتخاب‌های گردشگران شکل می‌دهد. دومین نقشی که فرهنگ از نظر گی در گردشگری دارد، نقشی است که به عنوان عامل جذب در صنعت جهانگردی ایفا می‌کند. برای گردشگرانی که به نقطه‌ای مسافرت می‌کنند، فعالیت‌ها، شیوه زندگی، رویدادها، محصولات فرهنگی مادی و غیر مادی به عنوان نیروی الهام‌بخش برای جذب این جهانگردان در می‌آید (۵).

آلپورت بر اساس تئوری روانکاوی احساس رضایت‌مندی را حالتی می‌داند که از ارضاء نیازهای اساسی در انسان به وجود می‌آید. رضایت اجتماعی نشان دهنده گرایش اهالی نسبت به اجتماع‌شان است که در شکل سنتی رضایت‌مندی از اجتماع به عنوان انعکاس روان‌شناسانه‌ای از درک خدمات ارائه شده در اجتماع یا در یک متنی محدودتر، درک از کیفیت فیزیکی تعریف می‌شود (۱۲).

مطابق با نظریه هومنز فعالیت توریستی به عنوان یک مبادله عقلانی تابع اصول است و یک توریست در انجام مبادله توریستی خود به دنبال به حداکثر رساندن پاداش است و در صورت رسیدن به این پاداش است که رضایت‌مندی او حاصل می‌شود و به نگرشی مثبت دست خواهد یافت. در بعد نظم و امنیت جامعه میزبان باید نیاز به امنیت یک توریست را تأمین نماید تا در پی این پذیرش اجتماعی به فعالیت

^۱. Mac Cannell

توریستی خود پرداز (۱۲). در فرضیات بعد تبلیغاتی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است و بعد مدیریتی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است از نظریه مک کانال استفاده شده است. مک کانل نابرابری در گردشگری را این گونه نگاه کرده است، برخی مناطق تعداد زیادی گردشگر دارند ولی برخی نیز از تعداد کمتری گردشگر برخوردارند. از نظر او همین توزیع نابرابر گردشگر مبنای سیاست‌گذاری‌های مربوط به گردشگری می‌شود. حال اگر تعداد جاذبه‌های نشان‌دار و تسهیلات حمایتی و مساعدتی در سراسر جهان برای گردشگران افزایش یابد، گردشگر به طور برابری در سطح جهان و ساختار اجتماعی محلی توزیع می‌شود. در فرضیات بعد خدماتی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است و بعد امنیت و آرامش گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است از نظریه هومنز استفاده شده است. در نظریه مبادله هومنز فعالیت توریستی به عنوان یک مبادله عقلانی تابع اصول است که در مبادله هومنز بیان شده است و یک توریست در انجام مبادله توریستی خود به دنبال به حداکثر رساندن پاداش است و در صورت رسیدن به این پاداش است که رضایت‌مندی او حاصل می‌شود و به نگرشی مثبت دست خواهد یافت. در بعد نظم و امنیت جامعه میزبان باید نیاز به امنیت یک توریست را تأمین نماید تا در پی این پذیرش اجتماعی به فعالیت توریستی خود پردازد. در فرضیه بعد فرهنگی اجتماعی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است از نظریه گی استفاده شده است. گی بر آن است که الگوهای فرهنگی یک جامعه نخست، بر شهروندان و توانایی و میل آن‌ها به مسافرت اثر می‌گذارد یک چنین اعمال نفوذی را می‌توان بدین گونه بیان کرد: فرهنگ، موجب ایجاد انگیزه برای انواع مسافرت‌ها می‌شود و شیوه یا شکل این مسافرت را تعیین می‌کند. در واقع جامعه گردشگر، فرصت را از رهگذر عادات، باورها و ارزش‌های غالب خود، انگیزه‌ها و انتخاب‌های گردشگران شکل می‌دهد. دومین نقشی که فرهنگ از نظر گی در گردشگری دارد، نقشی است که به عنوان عامل جذب در صنعت جهانگردی ایفا می‌کند. برای گردشگرانی که به نقطه‌ای مسافرت می‌کنند، فعالیت‌ها، شیوه زندگی، رویدادها، محصولات فرهنگی مادی و غیر مادی به عنوان نیروی الهام‌بخش برای جذب این جهانگردان در می‌آید. در فرضیه بعد عملکردی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است از نظریه آلپورت استفاده شده است. آلپورت در تئوری روانکاوی احساس رضایت‌مندی یا سرخوشی را حالتی می‌داند که از ارضاء نیازهای اساسی در انسان به وجود می‌آید. احساس رضایت‌مندی به سیر خوشی گفته می‌شود که هر فرد معمولی می‌تواند این حالت را تصور کند. رضایت اجتماعی نشان دهنده گرایش اهالی نسبت به اجتماع‌شان است که در شکل سنتی رضایت‌مندی از اجتماع به عنوان انعکاس روان‌شناسانه‌ای از درک خدمات ارائه شده در اجتماع یا در یک متنی محدودتر، درک از کیفیت فیزیکی تعریف می‌شود. لازم به ذکر است مفهوم توسعه گردشگری با الهام از پژوهش میرزایی، رحمت (۱۳۸۸)، تنظیم شده و حتی ابزار ساخته شده با الهام از پرسشنامه پژوهش مذکور تهیه و تنظیم گردیده است.

جدول شماره (۱): خلاصه و جمع‌بندی چارچوب نظری

تحقیقات پیشین	نظریه	نظریه پرداز	فرضیه
پانیک (۲۰۱۱)	تسهیلات حمایتی و مساعدتی مطابق با ساختارهای محلی باید برای گردشگران افزایش یابد تا ثروت به این مناطق سرازیر شود.	مک کانال	بعد تبلیغاتی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است.
پانیک (۲۰۱۱)	تسهیلات حمایتی و مساعدتی مطابق با ساختارهای محلی باید برای گردشگران افزایش یابد تا ثروت به این مناطق سرازیر شود.	مک کانال	بعد مدیریتی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است.
فلیشر (۲۰۱۲)	مطابق با نظریه مبادله فعالیت توریستی به عنوان یک مبادله عقلانی تابع اصول است و یک توریست به دنبال به حداکثر رساندن پاداش است و در صورت رسیدن به این پاداش است که رضایت‌مندی او حاصل می‌شود.	هومنز	بعد خدماتی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است.
فلیشر (۲۰۱۲)	مطابق با نظریه مبادله فعالیت توریستی به عنوان یک مبادله عقلانی تابع اصول است و یک توریست به دنبال به حداکثر رساندن پاداش است و در صورت رسیدن به این پاداش است که رضایت‌مندی او حاصل می‌شود.	هومنز	بعد امنیت و آرامش گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است.
استایلا دایز (۲۰۱۴)	فرهنگ موجب ایجاد انگیزه برای انواع مسافرت‌ها می‌شود برای گردشگرانی که به نقطه‌ای مسافرت می‌کنند فعالیت‌ها، شیوه زندگی و رویدادها به عنوان نیروی الهام‌بخش برای جذب گردشگران است.	گی	بعد فرهنگی اجتماعی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است.
استایلا دایز (۲۰۱۴)	بر اساس تئوری روانکاوی احساس رضایت‌مندی، رضایت‌مندی از اجتماع به عنوان انعکاس روان‌شناسانه‌ای از درک خدمات ارائه شده در اجتماع تعریف می‌شود.	آپورت	بعد عملکردی گردشگری بر رفاه اجتماعی مؤثر است.

فرضیه‌های تحقیق

- بعد تبلیغاتی توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای کوه‌رنگ تاثیر دارد.
- بعد مدیریتی توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای کوه‌رنگ تاثیر دارد.
- بعد خدماتی توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای کوه‌رنگ تاثیر دارد.
- بعد امنیت توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای کوه‌رنگ تاثیر دارد.
- بعد فرهنگی - اجتماعی توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای کوه‌رنگ تاثیر دارد.
- بعد عملکردی توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای کوه‌رنگ تاثیر دارد.

ابزار و روش

این پژوهش در چارچوب روش‌شناسی کمی قرار گرفته و با استفاده از روش پیمایش داده‌ها گردآوری شده است. از نظر زمانی، مقطعی و از نظر هدف، کاربردی است. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده و داده‌های مورد نیاز از طریق تکنیک‌های کمی مورد تحلیل قرار گرفته است. به لحاظ ماهیت علی است و تحلیل مسیر بر اساس معادلات ساختاری انجام گرفته است و برای سنجش رابطه بین متغیرها و

بررسی فرضیات تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته با الهام از تحقیقات دیگر که پایایی آن توسط آزمون آلفای کرونباخ ۰/۷۴ و روایی آن توسط چند تن از اساتید دانشگاه تایید شده، استفاده شده است.

جدول شماره (۲): نتایج و اجزاء تحلیل عاملی و تحلیل روایی گویه‌های مربوط به توسعه گردشگری

روایی کل	روایی ابعاد	واریانس تبیین شده	مقادیر ویژه	بار عاملی	سوالات	شماره	توضیح	دسته
۰/۷۲		۱۶/۵	۲/۸	۰/۷۱	جذابیت گردشگری خاص	۱		بعد عملکردی گردشگری
				۰/۶۹	جشنواره و وقایع بخصوص	۲		
				۰/۷۳	جذابیت‌های معماری	۳		
				۰/۶۸	آرامش و راحتی برای استراحت	۴		
				۰/۷۴	فرصت‌هایی برای کنجکاوی و تجربه جدید	۵		
				۰/۶۶	محصولات گردشگری با ارزش	۶		
				۰/۷۵	سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری	۷		
۰/۷		۱۴/۷	۲/۴	۰/۷۲	مطالب ارائه شده در کتاب‌های راهنما و اطلاعات عمومی	۸		بعد تبلیغاتی
				۰/۷۳	برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی سراسری	۹		
				۰/۶۸	بروشورها، پوسترها، نقشه‌ها، دفترچه‌های راهنما ارائه شده توسط سازمان‌ها	۱۰		
				۰/۷۱	مطالب ارائه شده در شبکه‌های مجازی و اینترنت	۱۱		
۰/۷۱		۱۴/۳	۲/۳	۰/۷۱	خدمات راهنمایی مسافران به محل‌های دارای امکانات اقامتی و پذیرایی	۱۲		بعد خدماتی
				۰/۷۳	خدمات بهداشتی و درمانی	۱۳		
				۰/۷	خدمات بانکی و پولی	۱۴		
				۰/۷۱	خدمات تعمیراتی برای وسیله نقلیه	۱۵		
				۰/۶۸	بسترسازی به استفاده از مشارکت مردمی و بخش خصوصی در توسعه گردشگری	۱۶		
۰/۷۲		۱۲/۳	۲/۱	۰/۷۱	تصویب طرح‌های مربوط به توسعه معابر، فضای سبز و تأسیسات گردشگری	۱۷		بعد مدیریتی
				۰/۷۱	تدوین و تصویب ضوابط تسهیل‌کننده توسعه گردشگری	۱۸		
				۰/۷۳	استفاده از تکنولوژی جهت مدیریت گردشگری	۱۹		
				۰/۶۸	برنامه‌ریزی در جهت آماده‌سازی زیرساخت‌های گردشگری	۲۰		
۰/۷۱		۱۰/۲	۱/۶	۰/۷۲	مهمان‌نوازی اهالی	۲۱		بعد فرهنگی اجتماعی
				۰/۷۴	رفتار و نوع برخورد اهالی محله	۲۲		
				۰/۶۸	سنت‌ها و آداب رسوم محلی	۲۳		
				۰/۷۱	راحتی برقراری ارتباط با اهالی محلی	۲۴		
				۰/۷۲	روش‌های زندگی اهالی	۲۵		
۰/۶۹		۸/۲	۱/۴	۰/۶۸	تنها ماندن در شب در محل اسکان بدون وجود مشکل	۲۶		بازرسی
				۰/۷۱	ترس مسافران از مورد آزار و اذیت و ضرب و شتم و قرار گرفتن	۲۷		
				۰/۶۸	ترک و رها کردن اتومبیل در خیابان بدون وجود مشکل	۲۸		
				۰/۷۱	به همراه داشتن کیف پول، همراه با سایر لوازم قیمتی	۲۹		

توسعه گردشگری (۲۱ گویه)

کایزر مایر: ۰/۷۰۵ سطح معنی‌داری: ۰۰۰

آماره بارنت: ۷۴۷۳/۷ مجموع واریانس تبیین شده: ۶۶/۷٪

1. Reliability

2. Validity

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری مورد مطالعه، همه ساکنان روستاهای شهرستان کوهرنگ است که جمعیت ساکنان این روستاها مطابق با آخرین سرشماری که در سال ۱۳۹۵ انجام شده است ۴۰۵۴۲ نفر است (۲۲). از آن جایی که دسترسی به کلیه افراد ساکن در این شهرستان میسر نبود برای مطالعه نمونه‌ای برابر با ۶۱۶ نفر با استفاده از فرمول کوکران از این حجم انتخاب گردید تا بتوان نتایج به دست آمده از آن را با ضریب اطمینان قابل قبول به کل جامعه آماری تعمیم داد. روش نمونه‌گیری به کار برده شده طبقه‌ای است، نمونه‌گیری طبقه‌ای روشی از نمونه‌گیری احتمالی است که در آن برای هر یک از طبقات یا زیر گروه‌های جامعه مورد مطالعه سهمیه‌ای در نظر گرفته می‌شود و از آن جایی که جامعه مورد مطالعه به روستاهای گردشگرپذیر و غیر گردشگر پذیر تقسیم شده است پس باید روشی انتخاب شود که درصد جامعه آماری در آن لحاظ شود که در روش نمونه‌گیری طبقه‌ای این مقدار لحاظ شده است و به منظور کارایی بیشتر و نتایج مطلوب‌تر، تعداد پرسشنامه بیشتری توزیع و سعی شد تا تمام پرسشنامه‌ها توسط محقق در اختیار پرسش شوندگان قرار داده شود تا با دقت هر چه تمام‌تر دیدگاه‌های افراد جمع‌آوری و تحلیل گردد.

جدول شماره (۳): جامعه و نمونه آماری

نوع روستاها	تعداد جامعه آماری	درصد	تعداد نمونه	درصد
روستاهای بدون گردشگر	۲۶۳۲۶	٪۶۵	۴۰۰	٪۶۵
روستاهای گردشگرپذیر	۱۴۲۱۶	٪۳۵	۲۱۶	٪۳۵
جمع	۴۰۵۴۲	٪۱۰۰	۶۱۶	٪۱۰۰

یافته‌های پژوهش

از نظر جنسیت حدود ۴۵ درصد افراد پاسخگو زن و حدود ۵۴ درصد مرد می‌باشند و از نظر وضعیت تاهل ۲۲ درصد افراد مجرد و ۶۶ درصد متاهل، ۷ درصد مطلقه و مابقی همسران‌شان فوت کرده‌اند. ۲۹ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۲ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال و ۲۴ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۹ درصد بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۳ درصد ۶۱ سال و بیشتر سن دارند. از نظر سواد ۱۶ درصد بی‌سواد، ۲۲ درصد نهضت و ابتدایی، ۲۲ درصد راهنمایی و سیکل و ۱۹ درصد متوسطه و دیپلم و ۱۷ درصد فوق دیپلم و لیسانس و ۲ درصد فوق لیسانس و بالاتر است. ۳۶ درصد افراد کمتر از یک میلیون تومان، ۲۴ درصد بین یک تا دو میلیون تومان، ۳۳ درصد بین دو تا سه میلیون تومان، ۴ درصد بین سه تا چهار میلیون تومان، ۱ درصد بین چهار تا پنج میلیون تومان درآمد دارند.

در جدول شماره (۴) شاخص‌های آماری متغیر رفاه اجتماعی و توسعه گردشگری روستایی و ابعاد آن مشاهده می‌شود. با توجه به میانگین و سطح معنی‌داری آزمون تی مستقل میزان رفاه اجتماعی در بین روستاهای گردشگر بیشتر از روستاهای غیرگردشگر است.

جدول شماره (۴): شاخص‌های آماری ابعاد توسعه گردشگری روستایی و رفاه اجتماعی

متغیر	منطقه	تعداد	میانگین	سطح	انحراف معیار	تفاوت میانگین	آزمون تی مستقل	سطح معنی‌داری
بعد تبلیغات گردشگری	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۱۱/۶۸	متوسط	۳/۶	۰/۲۴	۱/۳	۰/۴
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۱۱/۴۴	متوسط	۴/۹			
بعد خدماتی گردشگری	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۱۲/۳۹	متوسط	۳/۴	۰/۳۲	۱/۵۱	۰/۳۴
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۱۲/۰۷	متوسط	۳/۱			
بعد مدیریتی گردشگری	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۱۴/۸	متوسط	۲/۵	۲۴/۵	۵/۶۵	۰۰۰
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۱۲/۳	متوسط	۳/۴			
بعد امنیتی گردشگری	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۱۲/۱	متوسط	۲/۲	۱/۷	۳/۴۲	۰/۰۳
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۱۰/۴	متوسط	۲/۶			
بعد فرهنگی - اجتماعی گردشگری	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۲۰/۲	زیاد	۲/۰۷	۴/۱	۱۴/۴	۰۰۰
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۱۶/۱	زیاد	۲/۲			
بعد عملکردی گردشگری	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۲۹/۹	زیاد	۲/۱	۵/۸	۹/۲۸	۰۰۰
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۲۴/۱	زیاد	۳/۵			
رفاه اجتماعی	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۱۸۰/۳	متوسط	۷/۶	۱۲/۱	۱۸/۳	۰/۰۰۰۱
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۱۶۸/۲	متوسط	۸/۹			
توسعه گردشگری روستایی	روستاهای گردشگر	۲۱۶	۱۰۱/۶	زیاد	۹/۴	۹/۳	۱۰/۸۷	۰۰۰
	روستاهای غیرگردشگر	۴۰۰	۹۲/۳	زیاد	۸/۱			

جدول شماره (۵) نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین توسعه گردشگری و ابعاد آن (تبلیغاتی، خدماتی، مدیریتی، امنیتی، فرهنگی - اجتماعی و عملکردی) را نشان می‌دهد.

جدول شماره (۵): نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین توسعه گردشگری و ابعاد آن و رفاه اجتماعی

متغیر مستقل:	نوع روستا	ضریب رگرسیون	تعداد نمونه	سطح معنی‌داری	ضریب تعیین	عرض از مبدا
بعد تبلیغاتی توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۵۳۵	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۲۸۶	۱۴۸/۲
	غیر گردشگر	۰/۰۳	۴۰۰	۰/۳۲	---	---
بعد مدیریتی توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۳۴۹	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۱۲۲	۱۵۸/۴
	غیر گردشگر	۰/۰۲	۴۰۰	۰/۷۷	---	---
بعد خدماتی توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۴۶	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۲۱۲	۱۵۲/۲
	غیر گردشگر	۰/۲۱۸	۴۰۰	۰/۰۰۱	۰/۴۸	۱۳۱/۶
بعد امنیتی توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۴۰۱	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۱۶۱	۱۵۵/۹
	غیر گردشگر	۰/۰۷	۴۰۰	۰/۳۲	---	---
بعد فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۱۴۷	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۲۱	۱۶۱/۲
	غیر گردشگر	۰/۱۲	۴۰۰	۰/۰۷۸	---	---
بعد عملکردی توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۶۷۷	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۴۵۸	۷۸/۲
	غیر گردشگر	۰/۱۷۳	۴۰۰	۰/۷۷	۰/۳	۱۶۱/۲
توسعه گردشگری	گردشگر	۰/۵۸۵	۲۱۶	۰/۰۰	۰/۳۴۲	۱۲۵/۶
	غیر گردشگر	۰/۱۸	۴۰۰	۰/۰۰	۰/۰۳۲	۱۲۱/۷

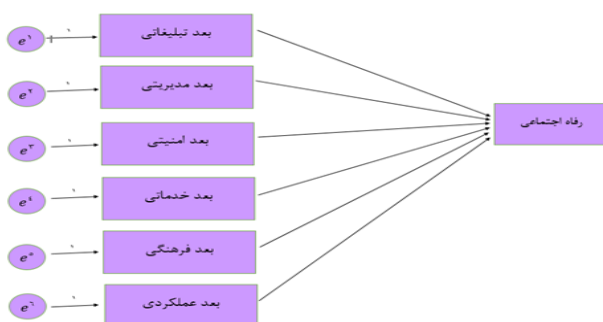
همان طور که در جدول شماره (۵) مشاهده می‌شود توسعه گردشگری روستایی بر رفاه اجتماعی در روستاهای گردشگر موثر می‌باشد. همچنین توسعه گردشگری روستایی بر میزان رفاه اجتماعی موثر می‌باشد. چون سطح معنی‌داری ($p=0/000$) آزمون کوچک‌تر از $0/05$ است و مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر رابطه مستقیم و مثبت، توسعه گردشگری روستایی و رفاه اجتماعی است. یعنی هر چه توسعه گردشگری روستایی بیشتر، میزان رفاه اجتماعی نیز در روستاها بیشتر می‌شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی رفاه اجتماعی در روستاهای گردشگر و غیرگردشگر به صورت زیر خواهد بود.

$$\begin{aligned} \text{توسعه گردشگری } (0/585) + 125/6 &= \text{میزان رفاه اجتماعی در روستاهای گردشگر} \\ \text{توسعه گردشگری } (0/18) + 121/7 &= \text{میزان رفاه اجتماعی در روستاهای غیرگردشگر} \end{aligned}$$

مدل تبیین ساختاری

تأثیر متغیر توسعه گردشگری روستایی و ابعاد آن (تبلیغاتی، مدیریتی، خدماتی، امنیتی، فرهنگی) بر رفاه اجتماعی از طریق آزمون رگرسیون (مدل تحلیل مسیر) از طریق نرم افزار Amos با مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است. پارامترهای آزاد در مدل تدوین شده شامل واریانس‌ها و وزن‌های رگرسیونی در جداول شماره‌های (۶، ۷ و ۸) منعکس شده‌اند. در مجموع ۱۳ پارامتر برای برآورد آزاد تعریف شده‌اند. برای محاسبه درجه آزادی (DF) باید تعداد عناصر غیر زائد در ماتریس کوواریانس (NRE) را از تعداد پارامترهای آزاد (FP) کم کنیم، به همین ترتیب داریم:

$$DF = NRE - FP \rightarrow DF = 28 - 13 \rightarrow DF = 15$$



شکل شماره (۱): مدل نظری تأثیر توسعه گردشگری روستایی و ابعاد آن (تبلیغاتی، مدیریتی، خدماتی، امنیتی، فرهنگی) بر رفاه اجتماعی

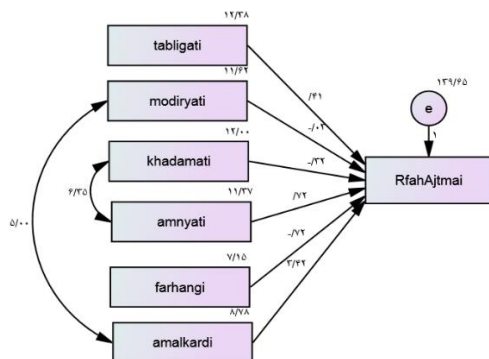
شکل شماره (۱) مدل نظری پژوهش را نشان می‌دهد که در برنامه Amos بر اساس فرضیه‌ها طراحی شده است که در آن تاثیر توسعه گردشگری روستایی و ابعاد آن (تبلیغاتی، مدیریتی، خدماتی، امنیتی، فرهنگی) با رفاه اجتماعی سنجیده شده است.

جدول شماره (۶): واریانس متغیرهای بررسی شده

مدل	شرح	مقادیر	S.E.	C.R.	P
مدل ساختاری	واریانس متغیر خطای E1 (مربوط به بعد تبلیغاتی توسعه گردشگری)	۱۰/۰۵	۰/۷۱	۱۴/۱۲	***
	واریانس متغیر خطای E2 (مربوط به بعد مدیریتی توسعه گردشگری)	۱۰/۶۱	۰/۷۵	۱۴/۱۲	***
	واریانس متغیر خطای E3 (مربوط به بعد امنیتی توسعه گردشگری)	۱۰/۷۴	۰/۷۶	۱۴/۱۲	***
	واریانس متغیر خطای E4 (مربوط به بعد خدماتی توسعه گردشگری)	۱۰/۰۲	۰/۷۱	۱۴/۱۲	***
	واریانس متغیر خطای E5 (مربوط به بعد فرهنگی توسعه گردشگری)	۶/۵۸	۰/۴۷	۱۴/۱۲	***
	واریانس متغیر خطای E6 (مربوط به بعد عملکردی توسعه گردشگری)	۶/۱۴	۰/۴۳	۱۴/۱۲	***
	واریانس متغیر خطای (مربوط به رفاه اجتماعی)	۱۷۸/۵۸	۱۲/۶۴	۱۴/۱۲	***

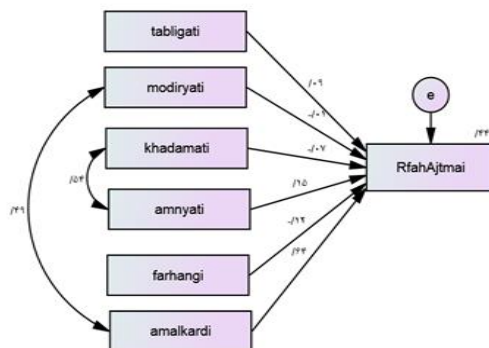
جدول شماره (۷): وزن‌های رگرسیونی متغیرهای بررسی شده

متغیر مستقل	تاثیر	متغیر وابسته	برآورد	S.E.	C.R.	P
بعد تبلیغاتی توسعه گردشگری	←	رفاه اجتماعی	۰/۰۹	۰/۰۰۹	۹/۶۳	***
بعد مدیریتی توسعه گردشگری	←	رفاه اجتماعی	۰/۰۶	۰/۰۰۹	۶/۱۸	***
بعد خدماتی توسعه گردشگری	←	رفاه اجتماعی	۰/۰۶	۰/۰۰۹	۶/۸۴	***
بعد امنیتی توسعه گردشگری	←	رفاه اجتماعی	۰/۰۷	۰/۰۰۹	۷/۳۴	***
بعد فرهنگی - اجتماعی توسعه گردشگری	←	رفاه اجتماعی	۰/۰۴	۰/۰۰۷	۵/۹۱	***
بعد عملکردی توسعه گردشگری	←	رفاه اجتماعی	۰/۰۹	۰/۰۰۷	۱۳/۱	***
تعداد کل عناصر غیرزائد در ماتریس کوواریانس مشاهده شده (NRE)						
تعداد کل پارامترهای آزاد (FP)						
تعداد متغیرهای بیرونی						
تعداد متغیرهای درونی						
درجه آزادی (DF)						



شکل شماره (۲): مدل تجربی با مقادیر وزن‌های رگرسیونی مربوط به تأثیر توسعه گردشگری روستایی و ابعاد آن (تبلیغاتی، مدیریتی، خدماتی، امنیتی، فرهنگی) بر رفاه اجتماعی

مقادیر رگرسیونی جدول شماره (۷) و شکل شماره (۲) حاکی از آن است که بعد تبلیغاتی گردشگری (β=۰/۰۹) بر رفاه اجتماعی، بعد مدیریتی گردشگری (β=۰/۰۶) بر رفاه اجتماعی، بعد خدماتی گردشگری (β=۰/۰۶) بر رفاه اجتماعی، بعد امنیتی گردشگری (β=۰/۰۷) بر رفاه اجتماعی، بعد فرهنگی - اجتماعی گردشگری (β=۰/۰۴) بر رفاه اجتماعی و بعد عملکردی گردشگری (β=۰/۰۹) بر رفاه اجتماعی موثر است.



شکل شماره (۳): مدل تجربی با مقادیر وزن‌های رگرسیونی استاندارد شده مربوط به تأثیر توسعه گردشگری روستایی و ابعاد آن (تبلیغاتی، مدیریتی، خدماتی، امنیتی، فرهنگی) بر رفاه اجتماعی

جدول شماره (۸): وزن‌های رگرسیونی متغیرها استاندارد شده به ترتیب اثر

متغیر مستقل	متغیر وابسته	وزن‌های رگرسیونی	وزن‌های رگرسیونی استاندارد
بعد عملکردی توسعه گردشگری روستایی	رفاه اجتماعی	۰/۴۲	۰/۶۴
بعد امنیتی توسعه گردشگری روستایی	رفاه اجتماعی	۰/۳۲	۰/۱۵
بعد فرهنگی توسعه گردشگری روستایی	رفاه اجتماعی	۰/۷۱	۰/۱۲
بعد تبلیغاتی توسعه گردشگری روستایی	رفاه اجتماعی	۰/۴۱	۰/۰۹
بعد خدماتی توسعه گردشگری روستایی	رفاه اجتماعی	۰/۷۲	۰/۰۷
بعد مدیریتی توسعه گردشگری روستایی	رفاه اجتماعی	-۰/۰۳	موثر نیست

در جدول شماره (۸) و شکل شماره (۳) تاثیر ابعاد توسعه گردشگری روستایی (تبلیغاتی، مدیریتی، خدماتی، امنیتی، فرهنگی) بر رفاه اجتماعی به ترتیب تاثیر (وزن‌های رگرسیونی استاندارد شده) نشان داده شده است و بعد عملکردی توسعه گردشگری روستایی بیشترین اثر را بر رفاه اجتماعی (۰/۶۴) دارد و بعد از آن به ترتیب بر بعد امنیتی (۰/۱۵)، بعد فرهنگی - اجتماعی (۰/۱۲)، بعد تبلیغاتی (۰/۰۹) و کمترین اثر بعد خدماتی (۰/۰۷) بر رفاه اجتماعی دارد.

شاخص‌های برازش و نیکویی مدل

در این قسمت از پژوهش بررسی می‌شود که داده‌های گردآوری شده تا چه حد حمایت کننده مدلی است که به لحاظ نظری تدوین شده است.

در جدول شماره (۹) مقادیر شاخص‌های مطلق از جمله: درجه آزادی، کای اسکور - خی دو، AGFI شاخص نیکویی^۱ برازش اصلاح شده، RMR ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده^۲ و شاخص‌های تطبیقی از جمله: GFI شاخص نیکویی برازش^۳، IFI شاخص برازش افزایشی^۴، NFI شاخص برازش هنجار شده یا شاخص برازش بنتلر - بونت^۵، TLI شاخص توکر لويس^۶ و شاخص‌های اقتصادی از جمله RMSEA ریشه میانگین مربعات خطای برآورد^۷، CMIN/DF کای اسکور هنجار شده هستند.

^۱. Adjusted Goodness of Fit Index

^۲. Root Mean Squared Residual

^۳. Goodness of Fit Index

^۴. Incremental Fit Index

^۵. Normal Fit Index (Bentler- Bonett Index)

^۶. Tucker- Lewis Index

^۷. Root Mean Squared Error of Approximation

جدول شماره (۹): شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری

شاخص	مقادیر مدل	مقادیر لازم برای برازش و نیکویی مدل
درجه آزادی	۱۵	---
کای اسکوئر	۶۴/۵	---
سطح معنی‌داری	۰/۰۰	کوچکتر از ۰/۰۵ باشد
GFI	۰/۹۴	بزرگ‌تر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
AGFI	۰/۹۲	بزرگ‌تر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
RMR	۰/۲۳	کوچک‌تر از ۰/۹ نزدیک به صفر باشد
TLI	۰/۹	بزرگ‌تر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
CFI	۰/۹۱	بزرگ‌تر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
IFI	۰/۸۹	بزرگ‌تر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
NFI	۰/۹	بزرگ‌تر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
RMSEA	۰/۰۲۱	کوچک‌تر از ۰/۰۸ نزدیک به صفر باشد
Cmin/DF	۴/۳	بین ۳-۵ باشد
PNFI	۰/۵۳	۰/۶ - ۰/۵

بر اساس منابع موجود در یک الگوی معادلات ساختاری مطلوب لازم است شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش هنجار شده (NFI)، شاخص برازش افزایشی (IFI) و شاخص توکر لویس (TLI) بزرگ‌تر از ۰/۹ و نزدیک به یک باشد. همچنین لازم است ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده (RMR) کوچک‌تر از ۰/۹ و ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) کوچک‌تر از ۰/۰۵ باشد و نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی کمتر از بین ۳-۵ باشد (۶). همان‌طور که در جدول (۹) مشاهده می‌شود برای الگوی معادله ساختاری برازش یافته، کای اسکوئر برابر با ۶۴/۵، نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی برابر با ۱۵، شاخص‌های برازش هنجار شده ۰/۸۹، برازش افزایشی ۰/۹۱ و نیکویی برازش به ترتیب ۰/۹۲، ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده ۰/۲۳ و ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ۰/۲۱ به دست آمده است. کلیه شاخص‌های برازش الگوی نهایی، از برازش کاملاً رضایت‌بخش مدل حکایت دارد.

بحث و نتایج

نتایج پژوهش حاکی از آن است که: تقویت مشارکت اهالی روستا در طرح‌های توسعه روستایی به عنوان ذی‌نفعان جامعه، ایجاد ارتباطات اجتماعی، تقویت خلاقیت و ابتکار اهالی روستا و افزایش بهره‌وری جامعه به دلیل بالا رفتن آگاهی و کاهش تعارضات قومیتی از آثار رونق و توسعه گردشگری در راستای افزایش رفاه اجتماعی ساکنین روستاهاست. با توسعه و تقویت گردشگری روستایی می‌توان گامی در جهت بهبود ارتقای سلامت روحی و روانی، انگیزه، امید به آینده، گذران اوقات فراغت، تقویت رضایت-مندی شغلی، اصلاح الگوی مصرف و تامین امنیت ساکنین روستاها برداشت. تحلیل‌های آماری بیانگر

این است که توسعه و شکوفایی گردشگری در بهبود رفاه اجتماعی ساکنین مناطق روستایی شهرستان کوه‌رنگ تاثیرگذار بوده است به طوری که بیشترین تاثیر به ترتیب متعلق به بعد عملکردی، امنیتی، فرهنگی- اجتماعی و تبلیغاتی بوده است. تاثیر ابعاد تبلیغاتی، مدیریتی، امنیتی، خدماتی، فرهنگی- اجتماعی و عملکردی توسعه گردشگری و رفاه اجتماعی در روستاهای گردشگر معنی‌دار است چرا که سطح معنی‌داری آزمون $p < 0/05$ می‌باشد و مثبت بودن مقدار آزمون رگرسیون نشانگر تاثیر مستقیم و مثبت ابعاد توسعه گردشگری بر رفاه اجتماعی در روستاهای گردشگری است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پانیک (۲۰۱۱)، و فلیشر (۲۰۰۰)، استایلا دایز (۲۰۱۴)، چوئن و هاپکینز (۲۰۱۹)، و اندیراد (۲۰۱۹)، و سیر (۱۳۹۶)، همسو است. در نهایت با در نظر گرفتن یافته‌های پژوهش و شرایط اجتماعی- اقتصادی حاکم بر روستاهای مورد مطالعه و در جهت رفع موانع پیشروی توسعه گردشگری منطقه پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به این که جذب سرمایه‌گذاری از یک سو و توسعه گردشگری از سوی دیگر می‌تواند پیوندی ارزش‌مند با یکدیگر داشته باشند لازم است که برای تشویق سرمایه‌گذاران در این راستا دیدگاه‌های ارزشی در نظر گرفته شود.
- از آن جایی که صنعت گردشگری عاملی برای ورود زنان به عرصه اقتصادی و اجتماعی شده است توصیه می‌شود برای همگن شدن جامعه و ایجاد همدلی تعاونی‌هایی در راستای گسترش فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی ایجاد شود.
- نظر به این که محیط امن و بهداشتی می‌تواند برای مانایی صنعت گردشگری اثر به‌سزایی داشته باشد پیشنهاد می‌شود مراکز بهداشتی و درمانی و رفاهی در روستاهای گردشگری تقویت شوند.
- از آن جایی که گردشگری در حفظ آثار مادی و معنوی فرهنگ و زیبایی‌شناختی روستاها می‌تواند نقش مهمی داشته باشد پیشنهاد می‌شود در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی انجام پذیرد زیرا که این امر از یک سو به جذب گردشگر و از سوی دیگر به حفظ آثار و ابنیه تاریخی و کمک می‌کند.
- با توجه به این که تعداد گردشگران منطقه رو به افزایش است پیشنهاد می‌شود اقامتگاه‌های بوم-گردی تاسیس شوند.

تعارض منافع

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.»

منابع

1. Bracaglia, Valentina; D'Alfonso, Tiziana; Nastasi, Alberto; Sheng, Dian; Wan, Yulai; Zhang, Aming. (2020). High-speed rail networks, capacity investments and social welfare, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Volume 132, February 2020, Pages 308-323.
2. Chuen & Hopkins. (2019). Autonomous vehicles and the *Annals of Tourism Research*, 74, P.p: 33-42. doi:10.1016/j.annals.2018.10.009.
3. Faraji Mollai, Amin; Nematpour, Mohammad; Ashrieh, Omid. (2017). Systematic Analysis of the Positive and Negative Effects of Tourism Development in Iran with a Futuristic Approach, *Bi-Quarterly Journal of Social Tourism Studies*, Volume 5, Number 9, Spring and Summer 2017, P.p: 151-189.
4. Fleischer, A. and D. Felsenstein. (2000). Support for rural tourism: Does it make a difference?" *Annals of Tourism Research* 27 (4), P.p: 107-124.
5. Gay, Chuck Wai. (2003). *Tourism in a Comprehensive Perspective*, translated by Ali Parsian and Mohammad Arabi, Tehran, Cultural Research Office.
6. Ghasemi, Vahid. (2013). *Structural Equation Modeling in Social Research*, Tehran, Sociologists Publications.
7. Jalalian, Hamid; Namdari, Frioush. (2015). The effects of rural tourism development on the development of Hajij village in Kermanshah, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, No. 36, P.p: 205-228.
8. Kargar, Bahman. (2007). *Urban Development and Tourism Industry in Iran*, Tehran, Geographical Organization of the Armed Forces Publications.
9. MacCannell, D. (1999). *The tourist, Anew theory of the leisure class, Modernity and the production of touristic experiences*. Berkeley university of California press.
10. Mason, Peter. (2008). *Tourism Impact of Management Planning*, translated by Roozbeh Mirzaei and Pooneh Torabian, Tehran: Termeh Publications.
11. Modudi, Mehdi; Bouzarjomehri, Khadijeh; Shayan, Hamid; Ziaei, Mahmoud. (2015). The role of tourism in socio-economic developments in the target villages of Golestan province, *Quarterly Journal of Geography and Regional Development*, No. 2, P.p: 1-28.
12. Navabakhsh, Mehrdad; Safi, Somayeh. (2016). *Sociology of Urban Tourism*, Bahman Borna Publications, Tehran.
13. Panyik E., C. Costa and T. Ratz. (2011). Implementing integrated rural tourism: An event-based approach. *Tourism Management*. 32 (6), P.p: 1352-1363.
14. Saghaei, Mehdi. (2003). *Study of tourism capabilities in Iran*, Jafarjavan, Ferdowsi University of Mashhad.
15. Sahneh, Bahman; Hassan, Motiee; Mojtaba, Ghadiri; Mohammad Reza, Rezvani; Abdolhamid, Nazari. (2012). The effect of returning migrants to villages to improve the livelihood of residents (Case study: Aqqala city), *Journal of Human Geography Research*, No. 78, P.p: 67-83.
16. Sakyi, Daniel; Bonuedi, Isaac; OseiOpoku, Eric Evans. (2018). Trade facilitation and social welfare in Africa, *Journal of African Trade*, Volume 5, Issues 1-2, December 2018, Pages 35-53.
17. Sharpley, Julia; Sharpley, Richard. (2001). *Rural Tourism*, translated by Rahmatollah Monshizadeh and Fatemeh Nasiri, Tehran, Munshi Publishing.

-
18. Stylidis, Dimitrios. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residen place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management* 45, P.p: 260-225.
 19. Taghdisi, Ahmad; Taghvaei, Massoud; Piri, Siamak. (2012). An Analysis of the Attitude of the Host Community to the Socio-Cultural Impact of Tourism in Dalahou County, *Spatial Planning Quarterly*, No. 1, P.p: 121-140.
 20. Vandyrad, A., & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a national park milieu. *Land Use Policy*, 88, 104155. doi:10.1016/j.landusepol.2019.104155
 21. Weaver, D. (2013). Tourism and the Chinese Dream: Framework for Engagement. *Annals of Tourism Research*, 551, P.p: 54-65.
 22. Website: www.amar.org.ir Statistics Center of Iran. (2016). ((Population of Chaharmahal and Bakhtiari Province)).