

ارزیابی پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گردشگری خانه‌های دوم (مطالعه موردی: روستاهای ییلاقی بخش بندپی شرقی شهرستان بابل)

فضیله دادورخانی* - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران
فاطمه محمدزاده لاریجانی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۱۱/۱۶ تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۱۱/۲۵

چکیده

در بین انواع گونه‌های گردشگری روستایی موجود در کشور، گردشگری خانه‌های دوم مهم‌ترین شکل آن است. در این نوشتار تلاش شده عوامل مؤثر اقتصادی و اجتماعی حاصل از گردشگری خانه دوم با توجه به نظرات پرسش‌شوندگان از گسترش این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، شناسایی شود. مطالعه مورد نظر در روستاهای ییلاقی بخش بندپی شرقی شهرستان بابل انجام گرفته است. پژوهش پیش رو از دید هدف کاربردی و از نوع پژوهش‌های پس‌رویدادی است. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسش‌نامه‌ای گردآوری شده است که روایی آن با استفاده از فرمول کرونباخ با ۸۰ درصد به تأیید رسیده است. جامعه آماری پژوهش ساکنان دائمی روستا، ساکنان خانه‌های دوم در روستا و مسئولان امر گردشگری هستند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی با حجم نمونه ۶۰ نفر (روش کوکران) استفاده شده و برای تحلیل متغیرهای آن، متناسب با نوع داده‌ها، از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری آثار مثبت و منفی مختلفی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی منطقه برجای گذاشته است، مهم‌ترین آنها با توجه به دیدگاه کلی پرسش‌شوندگان در خصوص گسترش این نوع گردشگری در منطقه، به ترتیب در بُعد اقتصادی، افزایش شغل‌های فصلی مرتبط با گردشگری و در بُعد اجتماعی، افزایش امکانات محلی و افزایش رفتارهای ضد اجتماعی و متضاد با فرهنگ بومی است. بیشترین واگرایی در دیدگاه پرسش‌شوندگان در زمینه تأثیرگذاری عوامل اجتماعی و بیشترین همگرایی در زمینه تأثیرگذاری عوامل اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم مشاهده شد. مسئولان بیشترین موافقت را با گسترش خانه‌های دوم داشتند و در رتبه بعدی، ساکنان خانه‌های دوم و مردم محلی، مخالف‌ترین گروه با گسترش این نوع گردشگری بوده‌اند. ساکنان دائم در روستا با وجود آگاهی از آثار مثبت اقتصادی حاصل از گردشگری، به دلیل آثار منفی آن بر ابعاد اجتماعی منطقه، با تداوم روند کنونی گسترش گردشگری مخالف هستند.

کلیدواژه‌ها: پیامدهای گردشگری خانه‌های دوم، روستاهای ییلاقی شهرستان بابل، گردشگری پایدار، گردشگری روستایی.

مقدمه

گردشگری روستایی و خانه‌های دوم از گذشته تا کنون، پیوندی ناگسستنی با یکدیگر داشته‌اند؛ بدین گونه که روستاهای مورد توجه اقشار بالای جامعه و شاهدگان برای گردشگری، تفریح و مانند آن، اغلب همان روستاهای بیلاقی و خوش آب‌وهوا بودند که در آنها خانه‌های دوم گسترش می‌یافت. با وجود سابقه طولانی شکل‌گیری و گسترش خانه‌های دوم، گردشگری خانه‌های دوم به شکل امروزی، به طور عمده مربوط به سال‌های پس از جنگ جهانی دوم است. تقویت تدریجی بنیه اقتصادی جهان در آن سال‌ها و افزایش درآمد و ارتقای سطح رفاه و به دنبال آن، اهمیت یافتن مقوله اوقات فراغت، منجر به افزایش تقاضا برای گذراندن اوقات فراغت کوتاه‌مدت در مناطق غیر شهری شد (دادورخانی، ۲۰۱۲). همچنین بهبود سامانه حمل‌ونقل عمومی و تملک بیشتر وسایل نقلیه خصوصی، به افراد اجازه داد که با انگیزه‌های متفاوت از تفریحات سالم غیر شهری یا سرمایه‌گذاری شخصی در خرید املاک، به تدارک خانه‌های دوم بپردازند.

بدین سان در دهه‌های اخیر، گردشگری در مناطق روستایی و مالکیت و تصاحب خانه‌های دوم و در پی آن، گردشگری خانه‌های دوم در مناطق روستایی بسیار تنوع یافت (وپسلینن، ۲۰۰۷).

در برخی از کشورها مالکیت خانه‌های دوم، به منزله بخش گریزناپذیر الگوی جدید زندگی مطرح شد. در بسیاری از کشورها ضریب داشتن خانه‌های دوم بسیار بالا رفته است، برای مثال، در فنلاند بر اساس آمار سال ۲۰۰۳، از هر شش خانواده، یک خانواده دارای خانه دوم است و از هر دو خانواده، یک خانواده به خانه‌های دوم (بستگان یا دوستان) دسترسی دارد. علاوه بر این، برخی کشورها مانند امارات (دوبی)، مالزی و استرالیا، شرایط سرمایه‌گذاری خارجی در خرید خانه‌های دوم برای افراد غیر شهروند را نیز فراهم کرده‌اند که این مقوله آثار و پیامدهای خاص خود را به همراه دارد (بیردا، ۲۰۰۷). تقاضای مالکیت خانه دوم (به هر شکل، اعم از خرید زمین، خرید خانه‌های آماده یا بازسازی و غیره)، بیشتر در مناطق روستایی و به ویژه پس کرانه‌ها مطرح است؛ به طوری که متأثر از این امر، روستاها دستخوش تحولات و بازساخت‌های عمیق اجتماعی و اقتصادی شده‌اند. این روند به منزله واکنشی در برابر بحران روستایی حاصل از تجدید ساختار کشاورزی، در حال گسترش است. در طول سه دهه گذشته، خانه‌های دوم موضوع مهمی بوده که در گردشگری داخلی بسیاری از کشورها سهم داشته و بخش مهمی از اقامت‌های شبانه در این مکان‌ها سپری شده است (ترس، ۲۰۰۷).

در ایران نیز، به ویژه در نواحی کوهستانی مجاور شهرهای بزرگ و همچنین سواحل دریای خزر، از چند دهه گذشته خانه‌های دوم با هدف گذران اوقات فراغت گسترش یافته است. ناحیه روستایی و کوهستانی البرز از معدود نواحی کشور است که خانه‌های دوم به طور عمده از دهه ۱۳۴۰ و به ویژه پس از انقلاب اسلامی در آن رواج یافته است. بهبود رفاه اجتماعی و امکان تخصیص بخشی از درآمد برای امور غیر ضروری، موجب رواج گردشگری روستایی و به پیروی از آن، خانه‌های دوم شده است. افزون بر این، پدیده شهرگزیزی و مهاجرت معکوس به نواحی روستایی که از اواسط قرن بیستم در جهان آغاز شده، زمینه‌ساز افزایش چنین خانه‌هایی در نواحی روستایی در سطح جهان و به تدریج در کشور ما بوده است. روستاهای بیلاقی دهستان فیروزجاه شهرستان بابل، به دلیل برخورداری از آب‌وهوای مطبوع، چشم‌انداز بدیع، جنگل‌های زیبا، داشتن موقعیت ممتاز گردشگری و استراحتگاهی، مورد توجه ساکنان خسته از زندگی ماشینی شهرها قرار گرفته و خانه‌های دوم با هدف گذران اوقات فراغت در نواحی روستایی شکل گرفته که در واقع، پاسخی به نیازهای

شهرنشینی است. این منطقه از گذشته که هنوز مشکلات زندگی شهری کمتر بود، به دلیل شرجی بودن هوا و گرمای طاقت‌فرسای مناطق پایین‌دست مورد توجه قرار گرفت. گروه‌های مراجعه‌کننده به این منطقه، به‌طور عمده ساکنان قبلی بودند که به خانه‌های ییلاقی خود بازمی‌گشتند. با بهبود وضع اقتصادی، افزایش اوقات فراغت و معرفی جاذبه‌های منطقه، تعداد مراجعه‌کنندگان به منطقه افزایش یافت که پیامد آن، اقدام به ساخت‌وساز یا خرید مسکن آنها بود. گسترش گردشگری بدون برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد، در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی آثار منفی چندی در پی داشته است.

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی مهم‌ترین پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گسترش گردشگری خانه‌های دوم و تأثیر این پیامدها از دیدگاه کلی پرسش‌شوندگان، در مورد ادامه روند این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه با توجه به مدل مفهومی پژوهش است. در ادامه، همگرایی و واگرایی بین دیدگاه‌های سه گروه پرسش‌شوندگان با توجه به پیامدهای اقتصادی و اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

مبانی نظری

مطالعات رفتار بشر در زمینه اوقات فراغت، نشان‌دهنده فرار مردم از شهرها برای دست‌یابی به طبیعت است. بسیاری از ساکنان کلان‌شهرها برای فرار از محیط مصنوع شهری به مناطق کمتر پیشرفته یا به‌گفته‌ای کمتر ساخت‌وسازشده، به دامن طبیعت پناه می‌برند. در همین رابطه برخی محققان، بر اساس نتایج مطالعات متعدد خود، انگیزه اصلی و کلیدی تدارک خانه دوم را به «بازگشت به طبیعت» تعبیر می‌کنند (کلتن بورن، ۲۰۰۹: ۱۹۷).

این سؤال همواره وجود دارد که آیا خانه‌های دوم، در مجموع برای جوامع محلی مناسب است یا خیر؟ هر چند پاسخ به این سؤال دشوار است، اما برای افزایش آثار مثبت و کاهش آثار منفی در کشورهایی که با این پدیده روبه‌رو هستند، بایستی پاسخ به این سؤال مورد توجه قرار گیرد.

گردشگری خانه‌های دوم نیز مانند دیگر الگوهای گردشگری در مناطق روستایی، می‌تواند آثار متعددی بر این مناطق داشته باشد. از آنجاکه مالکان خانه‌های دوم گردشگر به‌شمار می‌روند، آثار مشابهی (مانند انواع دیگر گردشگران) بر مقصد دارند، اما به دلیل ویژگی‌های خاص گردشگری خانه‌های دوم، مانند طول مدت گردشگری و بازگشت به همان مکان هر ساله، نسبت به دیگر اشکال گردشگری آثار بیشتری به‌همراه دارد (بیتن، ۲۰۰۶: ۱۴۹).

بنابراین، همواره باید وضعیت و چگونگی توسعه خانه‌های دوم مورد بررسی قرار گیرد؛ زیرا همه ارتباطات، رفتارها، اعمال و آثاری که از سفر و اقامت پدید می‌آید را دربر می‌گیرد.

تا کنون پژوهش‌های بسیاری در خصوص آثار گردشگری خانه‌های دوم انجام شده که از آن دسته می‌توان به نمونه‌های زیر اشاره کرد:

بنجامین و گراف (۲۰۰۴) در مطالعه تأثیر خانه‌های دوم بر اقتصاد روستا به این نتیجه رسید که خانه‌های دوم، درصد زیادی از مسکن را در نواحی مورد مطالعه تشکیل می‌دهد که سبب افزایش درآمد سرانه، اشتغال و افزایش جمعیت شده است.

وانگ (۲۰۰۶) هنگام مطالعه پدیده خانه دوم در هیکو، دریافت خانه دوم پدیده جدیدی در کشور چین است و کمتر مطالعه‌ای در مورد آن انجام گرفته است. به نظر وی افزایش خانه‌های دوم، موجب بهبود وضعیت بازار مسکن در ناحیه شده است؛ اما از سوی دیگر این امر، موجب افزایش قیمت مسکن نیز می‌شود.

همچنین پژوهش‌هایی در زمینه گردشگری خانه‌های دوم روستایی در کشور انجام شده است که برای نمونه می‌توان به پژوهش مهدوی و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان «نقش و تأثیر خانه‌های دوم بر ساختار اقتصادی و اجتماعی ناحیه کلاردشت» اشاره کرد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شکل‌گیری پدیده خانه‌های دوم در نواحی روستایی، تأثیر چشمگیری بر دگرگونی‌های اقتصادی - اجتماعی آن داشته است؛ زیرا ساخت‌وسازها در این ناحیه از کشور، اغلب به صورت سلیقه‌ای و بدون طرح و برنامه بوده و در نتیجه منجر به بروز ناهماهنگی در چهره و ساختار محیطی آن شده است.

جمعه‌پور و احمدی در سال ۱۳۹۰ مطالعه‌ای را با عنوان «تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای بزغان شهرستان ساوجبلاغ)» انجام دادند. در این پژوهش تأثیر گردشگری بر پایداری ابعاد اقتصادی، اجتماعی، نهادی و زیست‌محیطی مطالعه شد. نتایج کلی این پژوهش نشان می‌دهد گردشگری در روستای بزغان، اگرچه سبب ایجاد اشتغال و در نتیجه درآمد مرتبط با گردشگری و نیز، کمک به رشد برخی از فعالیت‌های روستایی مانند باغداری و خدمات شده است؛ اما این تأثیرها بسیار محدود هستند و تنها برخی از خانوارها را دربر می‌گیرند. همچنین به دلیل نبود نهاد محلی و متولی مختص گردشگری، منافع عمومی حاصل از گردشگری برای کل جامعه محلی محقق نشده است. در مجموع گردشگری بر جنبه‌های دیگری چون، مسائل اجتماعی، زیست‌محیطی و نهادی تأثیرات مثبت چندانی نداشته و در مواردی تأثیرات منفی اجتماعی و زیست‌محیطی به همراه داشته است (جمعه‌پور، احمدی، ۱۳۹۰).

فاضل‌نیا و همکاران در سال ۱۳۹۰ پژوهشی را با عنوان «تحلیل اثرات خانه‌های دوم بر ساختار روستاهای توریستی از نظر جامعه میزبان (مطالعه موردی: روستای برسه، شهرستان تنکابن)» انجام دادند. نتایج بررسی نشان داد میانگین پاسخ‌های به دست آمده از عوامل مورد بررسی اقتصادی، اجتماعی و کالبدی - محیطی کمتر از میانه است که نشان می‌دهد رضایت جامعه میزبان از حد متوسط پایین‌تر است. مهم‌ترین پیامدهای مثبت خانه‌های دوم در روستای مورد مطالعه، افزایش فرصت شغلی، افزایش فروش تولیدات محلی، بهبود وضع خیابان و خدمات روستایی، بازسازی خانه‌های قدیمی بوده است و پیامدهای منفی آن، افزایش قیمت زمین و مسکن، تبدیل باغ‌های کشاورزی به باغ‌های خانگی، افزایش مالکیت افراد غیر بومی بر زمین و مسکن روستا، تخریب چشم‌انداز روستایی و افزایش ساخت و ساز است (فاضل‌نیا، همکاران، ۱۳۹۰).

گردشگری خانه‌های دوم

بهبود رفاه اجتماعی و امکان تخصیص بخشی از درآمد برای امور غیر ضروری، موجب رواج گردشگری روستایی و در پی آن، خانه‌های دوم شده است. خانه‌های دوم مسکنی هستند که به طور موقت و در مدتی از سال برای مقاصد تفریحی و فراغتی استفاده می‌شوند (دیویس و فارل، ۱۹۸۱: ۱۶۳). گردشگری خانه‌های دوم یکی از الگوهای گسترش گردشگری،

به‌ویژه در نواحی روستایی و کوهستانی است که از طریق گسترش مالکیت خانه‌های دوم (خانه‌های بیلاقی یا خانه‌های تعطیلات) حاصل می‌شود (ویلیام و هال، ۱۹۸۱: ۱۶۳). مالکان خانه‌های دوم، به‌طور عمده مالکان غایب هستند که جوامع روستایی را به‌روشنی‌های مختلف تحت تأثیر قرار می‌دهند. رواج خانه‌های خالی که در تعطیلات و آخر هفته‌ها و حتی به‌صورت فصلی پُر می‌شود، اثرات مهمی در مقصد دارد (بیتن، ۲۰۰۶: ۱۴۹).

می‌توان گفت در مقایسه با انواع دیگر گردشگری، گردشگری خانه‌های دوم جریانی مداوم و پایدار است؛ به‌گونه‌ای که با خرید خانه دوم، مالک آن به‌طور منظم و سال‌به‌سال به تفریح و گردشگری در آن مکان و حتی فراتر از آن، در منطقه می‌پردازد، تعطیلات خود را در آنجا سپری می‌کند، در منطقه‌ای که خانه دوم او قرار دارد، بدون هر گونه تشویق یا حتی تبلیغات پول خرج می‌کند. همچنین خانه دوم نیازمند خرید ملزوماتی در مقصد است و بنابراین ارتباطات اقتصادی و اجتماعی متفاوتی را نسبت به اشکال دیگر گردشگری ایجاد می‌کند (بیردا، ۲۰۰۷).

در سطح محلی، خانه‌های دوم یک جریان پولی را از طریق قیمت خرید اولیه، مخارج بازسازی، مخارج غذا، اوقات فراغت و دیگر خدمات وارد منطقه می‌کند. کسی که مالک خانه دوم می‌شود، در بسیاری از ایام سال (تعطیلات آخر هفته، تعطیلات تابستانی و...)، بدون نیاز به تبلیغات سفر می‌کند. مالکان خانه‌های دوم، همچنین در رشد انواع دیگر گردشگری از طریق جذب دوستان و خویشان به منطقه، تحریک و ایجاد انگیزه توسعه منطقه‌ای و پررنگ کردن منافع حاصل از گردشگری برای منطقه و ایجاد تسهیلات برای گردشگران دیگر، می‌توانند مؤثر واقع شوند. گاهی مالکان خانه‌های دوم، در توسعه منطقه همکاری دارند. در اثر رواج ساخت این مسکن، فرصت اشتغال در کارهای ساختمانی برای ساکنان فراهم می‌شود (هون، ۲۰۰۳: ۲۲۸-۲۲۵).

از سوی دیگر، این پدیده می‌تواند باعث بروز مجموعه‌ای از مسائل و مشکلاتی شود که در کل به‌کاهش یا فقدان توسعه پایدار در آن مقصد بینجامد. اینکه درآمد گردشگری خانه‌های دوم از نظر جوامع محلی مثبت یا منفی تلقی شود، بستگی زیادی به شرایط و خود مردم محلی دارد. در برخی مناطق محرومیت و فقر مردم محلی، امکان هر نوع همکاری، به‌ویژه همکاری اقتصادی را کاهش می‌دهد و بنابراین سود اقتصادی و حتی اجتماعی برای آنان ندارد. یافته‌ها درباره پیامدهای خانه‌های دوم حاکی از آن است که در صورت رشد خانه‌های دوم در هر منطقه‌ای، افزایش قیمت زمین مهم‌ترین اثری است که جلب توجه می‌کند و این مسئله در درجه اول، زندگی مردم محلی (سکنه دائمی) را تحت فشار قرار می‌دهد. در واقع مردم محلی و به‌خصوص جوانان، برای تهیه مسکن خودشان با مشکل روبه‌رو می‌شوند که افزایش قیمت زمین و مسکن، خود به‌تنهایی منجر به افزایش روند مهاجرت می‌شود (بیردا، ۲۰۰۷: ۱۲-۱). اگرچه در حالت کلی، گسترش خانه‌های دوم تحت تأثیر عوامل اقتصادی و اجتماعی، سبب افزایش مهاجرت (به‌خصوص روستا به شهر) می‌شود. این مسئله باعث می‌شود که روستا از کارکرد اصلی خود دور شده و به منطقه فصلی استراحتگاهی تبدیل شود و در بیشتر روزهای سال خالی از سکنه باشد. هرچند مهاجرت روستا - شهری فقط نتیجه افزایش خانه‌های دوم نیست، بلکه در مواقع بسیاری، ناشی از مهاجرت جوانان روستا در پی فرصت‌های شغلی یا آموزش در جای دیگر است؛ اما گسترش خانه‌های دوم این روند را سرعت داده و بر میزان آن می‌افزاید. بدین ترتیب ساختار اجتماعی جوامع روستایی برهم می‌خورد و هجوم ثروتمندان غیر روستایی به نواحی روستایی، می‌تواند سبب خشم افراد محلی شده و فرهنگ آنها را

کم‌رنگ کند. این روستاها به‌مرور زمان، در عملکرد و خصلت واقعی و صحیح خود سست و ضعیف می‌شوند و گاهی روستا جذابیت خود را برای گردشگران از دست می‌دهد. از سوی دیگر، منجر به کاهش اراضی کشاورزی و تخریب چشم‌انداز کشاورزی می‌شود؛ زیرا مالکان خانه‌های دوم در مقایسه با ساکنان دائمی ویژگی‌های متفاوتی دارند و به‌طور عمده فعالیت‌های کشاورزی مورد علاقه آنان نیست.

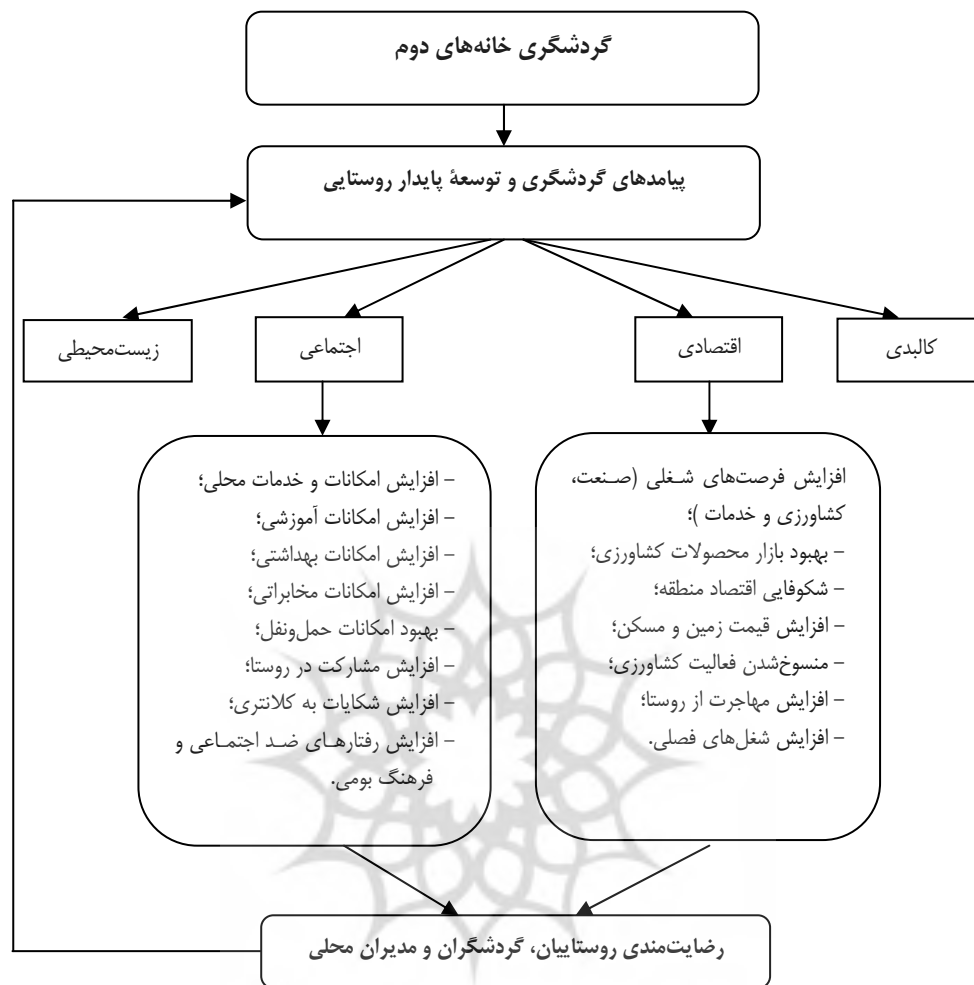
دیگر اینکه گاهی زندگی مالکان خانه‌های دوم در کنار جامعه محلی، به دلیل زمینه‌های مختلف مانند ایده‌ها و انتظارات متفاوت، چالش بزرگی ایجاد می‌کند. چنانچه مالکان خانه‌های دوم، چشم‌انداز و میراث روستا را درک کنند و کمتر به تغییرات اساسی علاقه‌مند باشند، این نوع گردشگری می‌تواند پدیده‌ای حفاظت‌کننده باشد. گرهن (۱۹۹۱) معتقد است گردشگری خانه‌های دوم، می‌تواند به‌سادگی با حمایت از ساختار و چشم‌انداز سکونتگاه‌ها به حفاظت فرهنگ موجود کمک کند.

شاید گردشگری خانه‌های دوم لزوماً باعث ایجاد مشاغل جدید نشود؛ اما با ورود گردشگر و افزایش تقاضا، دست‌کم می‌تواند به حفظ مشاغل موجود در جوامع محلی کمک کند؛ اما با وجود این گردشگری خانه‌های دوم، قادر نیست قدرت هزینه‌اقتادای دائم روستاییان را که با مهاجرت آنان از دست رفته است، جبران کند. بنابراین پیش‌شرط حیاتی آثار مثبت گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد محلی، وجود فاصله کافی بین خانه دوم و محل اقامت دائم است. در این زمینه بوهالین (۱۹۸۲) بیان می‌کند که در سوئد، با افزایش فاصله برخی از مناطق گردشگری خانه‌های دوم، هزینه گردشگران نیز افزایش می‌یابد؛ زیرا خانواده‌هایی که برای رسیدن به خانه دوم خود مسافت طولانی‌تری را طی می‌کنند، نمی‌توانند تمام کالاهای مورد نیازشان را از محل اقامت دائم خود تهیه کنند و باید آنها را از محل اقامت موقت خریداری کنند (میلر، ۲۰۰۰: ۶-۵).

مطالعات مناطق مختلف دنیا نشان داده است که مالکان خانه‌های دوم، در مواقع بسیاری تلاش می‌کنند تا خود را با جامعه محلی و محیط زیست تطبیق دهند. بنابراین از مسائلی که برنامه‌ریزان گردشگری با آن روبه‌رو هستند، برقراری توازن بین تقاضای ساکنان ثروتمند شهری با نیازهای جوامع محلی در زمینه‌های مختلف است که در هر دو حالت مثبت و منفی، به ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی مالکان خانه‌های دوم و نیز، ساکنان بومی بستگی دارد. مطالعات موردی حاکی از آن است که هرگاه مالکان خانه‌های دوم وابستگی خویشاوندی در مقصد داشته‌اند، اثرات منفی کمتر و اداره امور آسان‌تر می‌شود (کلتن بورن، ۲۰۰۹: ۲۰۱-۱۹۶).

به هر حال اگر گردشگری روستایی و مالکیت خانه‌های دوم به‌نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند به پایداری توسعه در نواحی روستایی و جوامع محلی در همه زیرشاخه‌های صنعت گردشگری منجر شود. در برخی از کشورها گردشگری روستایی از طریق مالکیت و (نه اجاره) خانه‌های دوم، ابزاری برای توسعه پایدار نواحی روستایی بوده است (رضوانی و صفائی، ۱۳۸۴: ۱۳).

شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش را به نمایش گذاشته است و براساس آن هدف از این پژوهش، مطالعه دیدگاه پرسش‌شوندگان از گسترش گردشگری خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه با توجه به عوامل مؤثر اقتصادی و اجتماعی این نوع گردشگری است.

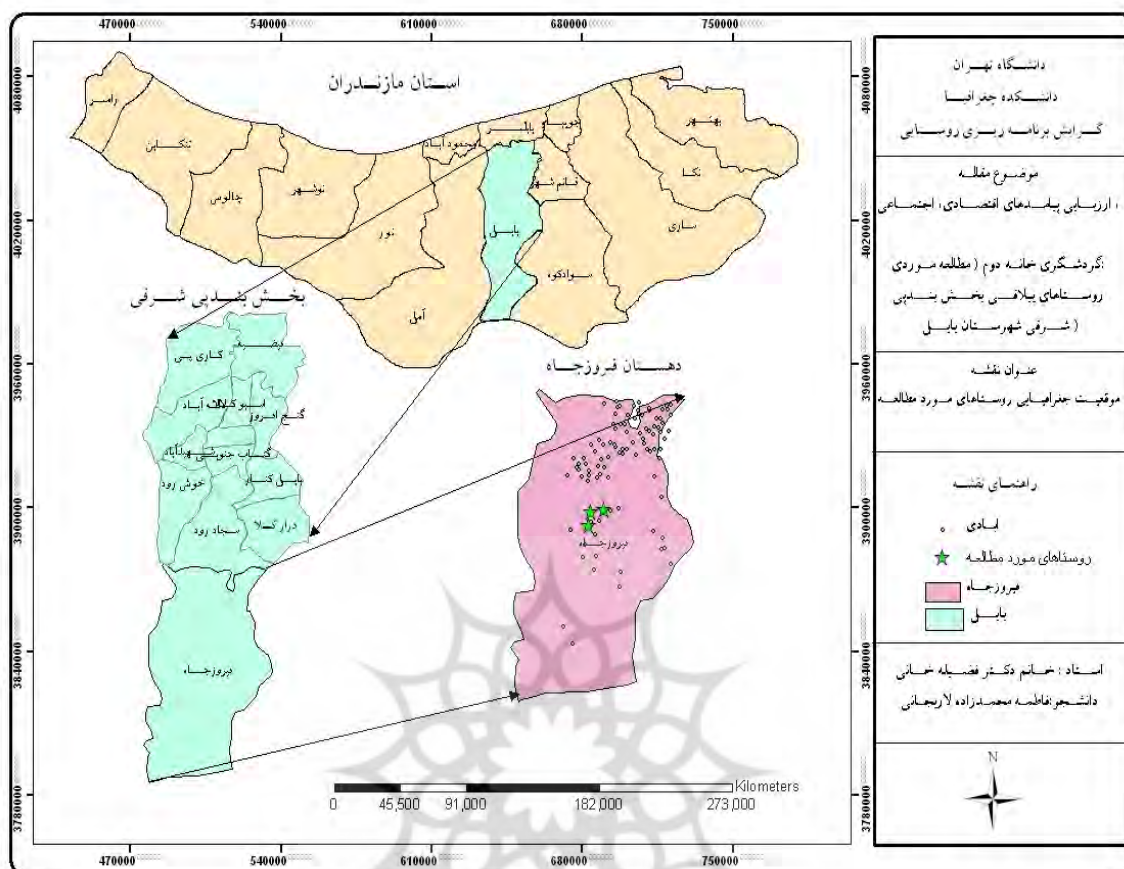


شکل ۱. مدل نظری عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی ساکنان نسبت به گسترش گردشگری خانه‌های دوم

معرفی منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه در بخش بندپی شرقی شهرستان بابل قرار دارد. بخش بندپی شرقی دارای دو دهستان فیروزجاه با وسعت ۴۴۳/۲ کیلومتر و سجادرود با مساحت ۱۸۲/۷ کیلومتر است. روستاهای بیلاقی در دهستان فیروزجاه واقع شده‌اند (شکل ۲). بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵، در این دهستان ۱۵۷ آبادی گزارش شده است که از این تعداد، ۶۱ آبادی با جمعیتی در حدود ۳۴۷۳ نفر مسکونی هستند و ۹۶ روستای دیگر جزء آبادی‌های خالی از سکنه موسمی بوده و تنها در فصول خاصی جمعیت‌پذیر می‌شوند. از ۶۱ روستای دارای سکنه این دهستان، ۵۴ روستا موقعیت کوهستانی - جنگلی، ۳ روستا موقعیت کوهستانی و ۴ روستا موقعیت جلگه‌ای - جنگلی دارند.

در این پژوهش پدیده گردشگری خانه‌های دوم در سه روستای شیخ موسی، لپه و شالینگچال انجام گرفت که در موقعیت کوهستانی قرار داشتند.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی روستاهای مورد مطالعه

روش پژوهش

این پژوهش با روش توصیفی - تطبیقی و با هدف کاربردی انجام گرفته است. برای گردآوری داده‌ها از دو شیوه کتابخانه‌ای و روش میدانی استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز در بخش مطالعات کتابخانه‌ای از مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط با موضوع گردآوری شدند و در بخش مطالعات میدانی، این داده‌ها با استفاده از ابزار پرسش‌نامه به‌دست آمدند. برای تعیین حجم جامعه نمونه، از ۱۰۵ خانوار ساکن در روستاهای مورد مطالعه با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران، ۴۰ خانوار برای نمونه انتخاب شدند که برای دقت بیشتر، تعداد آن به ۶۰ مورد افزایش داده شد. همچنین از مجموع ۸۳ خانوار ساکن غیر بومی در روستاهای مورد مطالعه، ۳۰ خانوار با بهره‌گیری از فرمول کوکران تعیین شدند که برای مطالعه تطبیقی با ساکنان بومی، این تعداد نیز به ۶۰ خانوار ارتقا یافت. نمونه‌های مورد مطالعه (ساکنان و گردشگران)، به روش طبقه‌بندی شده و تصادفی انتخاب شدند.

جدول (۱) به‌طور خلاصه اطلاعات مربوط به حجم جامعه آماری و حجم جامعه نمونه در روستاهای مورد مطالعه را

به نمایش گذاشته است.

جدول ۱. حجم جامعه آماری و حجم جامعه نمونه در روستاهای مورد مطالعه

| روستای نمونه | تعداد کل خانوار ساکن بومی | تعداد خانوار نمونه ساکن بومی | تعداد کل خانوار ساکن غیر بومی | تعداد خانوار نمونه ساکن غیر بومی | درصد |
|--------------|---------------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|------|
| شیخ موسی | ۴۵ | ۲۶ | ۳۶ | ۲۸ | ۵۷ |
| لهه | ۳۲ | ۱۹ | ۲۶ | ۱۸ | ۵۹ |
| شالینگچال | ۲۸ | ۱۵ | ۲۱ | ۱۴ | ۵۴ |

مدیران محلی^۱ (شش نفر در هر روستای نمونه) تمام شماری شدند و تکمیل پرسش‌نامه و مصاحبه جداگانه‌ای با آنها صورت گرفت. برای جمع‌آوری اطلاعات در ارتباط با اهداف پژوهش، سؤال‌هایی در مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت تهیه شد. روایی پرسش‌نامه از طریق فرمول کرونباخ با ۸۰ درصد و پایایی آن با نظرسنجی افراد متخصص در این ارتباط به تأیید رسید، سپس با استفاده از نرم‌افزار آماری اس.پی.اس.اس.، اطلاعات گردآوری‌شده مورد سنجش قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

در این بخش به ویژگی‌های توصیفی جامعه‌های نمونه مورد مطالعه و همچنین سیر تحولات روستاهای مورد مطالعه بر اساس داده‌های اسنادی موجود در ابعاد مختلف، مانند جمعیتی، کشاورزی، صنعتی و خدماتی اشاره می‌شود. ویژگی توصیفی جامعه نمونه (ساکنان دائم، گردشگران خانه دوم، مسئولان) به‌طور خلاصه به شرح زیر است (برای اطلاعات بیشتر به جدول ۲ مراجعه کنید):

- از نظر تحصیلات، ۴۰ درصد پرسش‌شوندگان کارشناس، ۱۶/۶ درصد کارشناس ارشد و بالاتر، ۱۶/۶ درصد فوق دیپلم، ۱۶/۶ درصد دیپلم، ۳/۳ درصد زیر دیپلم و ۳/۳ درصد پرسش‌شوندگان بیسواد بودند.
- زادگاه ۷۳ درصد پرسش‌شوندگان بخش بندپی شرقی، ۲۰ درصد شهر بابل و بقیه از سایر مناطق بودند.
- از نظر سابقه سکونت، ۲۶/۶ درصد پرسش‌شوندگان بومی و ۷۳/۳ درصد آنها غیر بومی بودند.
- شغل ۴۶/۶ درصد پرسش‌شوندگان آزاد و ۵۳/۳ درصد آنها در اداره‌های دولتی اشتغال داشتند.
- محل کار ۳۰ درصد از پرسش‌شوندگان بابل، ۳۶/۶ درصد بخش بندپی، ۳۳/۳ درصد نیز در سایر مناطق است (استخراج از پرسش‌نامه).

از آنجا که روستاهای مورد مطالعه از نظر جاذبه‌های طبیعی قابلیت‌های زیادی دارند، در کنار برخی از امکانات زیربنایی که عوامل درون‌روستایی به‌شمار می‌روند (مانند راه که خود تا حدود زیادی متأثر از گسترش گردشگری و حضور گردشگران است)، تغییر و تحولات برون‌روستایی (مانند گسترش زندگی شهری و مشکلات ناشی از آن، افزایش وسایل نقلیه و مانند آن) نیز، زمینه جذب و استقبال گردشگران را طی سال‌های گذشته به منطبق افزایش داده است. در عین حال، گردشگری خانه‌های دوم بر گردشگری روزانه غلبه یافته است.

جدول ۲. ویژگی توصیفی جامعه نمونه گردشگران خانه‌های دوم

| | | | | |
|--------------------------|---------------------|------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| کمتر از ۱۰ | | بیشتر از ۱۰ سال | | مدت ساخت یا خرید مسکن گردشگران |
| ۸۰ | | ۲۰ | | درصد |
| اژانس | شخصی | عمومی | | وسایل نقلیه مورد استفاده گردشگران |
| ۳/۳ | ۷۳/۳ | ۲۳/۳ | | درصد |
| خارج از بافت | | در داخل بافت | | نحوه پراکندگی مسکن در روستا |
| ۶۰ | | ۴۰ | | درصد |
| حداکثر | متوسط | حداقل | | میانگین تعداد روزهای اقامت گردشگران |
| ۶۰ | ۲۷ | ۳ | | تعداد |
| حداکثر | متوسط | حداقل | | فاصله گردشگران از روستای مورد مطالعه |
| ۱۰۰ | ۴۶ | ۲۰ | | کیلومتر |
| با خود به همراه می‌آورند | | روستایی که در آن اقامت دارند | | تأمین نیازمندی‌های گردشگران |
| ۳/۳ | | ۴۶/۶۶ | | درصد |
| انجام فعالیت اقتصادی | آلودگی‌های محیط شهر | ارتباط با اقوام | گذران اوقات فراغت | دلایل اختیار خانه دوم |
| ۱۰ | ۱۳/۳ | ۱۶/۶ | ۶۳/۳ | درصد |

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۸۹

سیر تحولاتی جمعیت روستاهای مورد مطالعه، نشان می‌دهد پس از یک دوره روند کاهنده در بین سال‌های ۱۳۵۵ تا

۱۳۶۵، جمعیت‌پذیری روستاهای مورد مطالعه روند فزاینده‌ای گرفته است (جدول ۳).

جدول ۳. نرخ رشد جمعیت روستاهای مورد مطالعه طی سال‌های ۱۳۴۵ تا ۱۳۸۵

| سال | | ۱۳۴۵ | | ۱۳۵۵ | | ۱۳۶۵ | | ۱۳۷۵ | | ۱۳۸۵ | | ۱۳۹۰ | |
|----------------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|
| روستا | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد |
| شالینگچال | ۶ | - | ۰ | -۱۰۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۳ | ۱۰۰ | ۰ | ۰ | ۳۶ |
| شیخ موسی | ۸۶ | - | ۹۷ | ۱/۲۱ | ۹۰ | -۰/۷۴ | ۹۰ | ۲/۰۲ | ۱۱۰ | ۰/۰۹ | ۱۱۱ | ۱۳۵ | ۳/۸۳ |
| لهه | ۰ | - | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۵ | ۱۰۰ | -۱۰۰ | ۰ | ۴۲ | ۱۰۰ |
| جمعیت سه روستا | ۹۲ | ۰ | ۹۷ | -۰/۵۲ | ۹۰ | -۰/۷۵ | ۹۰ | ۳/۴ | ۱۲۸ | ۰/۲۳ | ۱۳۱ | ۲۱۳ | ۹/۲ |

منبع: سرشماری نفوس مسکن ۱۳۴۵-۱۳۸۵

با توجه به داده‌های پژوهش، از مهم‌ترین دلایل جذب و ماندگاری جمعیت روستاهای مورد مطالعه از سال ۱۳۶۵ به

بعد را با توجه به وسعت اراضی، تعداد دام‌ها، واحدهای خدماتی و صنعتی موجود در روستا، می‌توان افزایش فرصت‌های

شغلی جدید و در نتیجه، افزایش منابع درآمدی در روستاهای مورد مطالعه دانست.

روند نرخ رشد وسعت اراضی روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد که از نخستین دوره سرشماری کشاورزی (۱۳۶۷) تا آخرین دوره سرشماری کشاورزی (۱۳۸۲)، وسعت کل اراضی در این روستاها افزایش یافته است (جدول ۴).

جدول ۴. وسعت (هکتار) و نرخ رشد (درصد) وسعت اراضی کشاورزی روستاهای مورد مطالعه بر اساس سرشماری کشاورزی سال‌های ۱۳۶۷ تا ۱۳۸۲

| سال | باغ و قلمستان | | دیم | | آبی | | دیم و آبی | | جمع کل | |
|------|---------------|------|-----|--------|-------|-------|-----------|------|--------|-------|
| | رشد | وسعت | رشد | وسعت | رشد | وسعت | رشد | وسعت | رشد | وسعت |
| ۱۳۶۷ | - | ۱/۲ | ۲/۶ | ۷/۵ | ۹/۷۵ | ۱۱/۸۵ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| ۱۳۷۲ | ۴/۹ | ۲/۷ | ۱/۲ | -۱۶/۷۲ | ۱۷/۱۳ | ۱۹/۲ | ۱۳/۸۱ | ۲۰/۴ | ۲۳/۱ | ۱۲/۴۹ |
| ۱۳۸۲ | ۱۲/۲۷ | ۱۰ | ۱۱۴ | ۳۶/۵۷ | -۱۰۰ | ۰ | ۱۵/۸ | ۱۱۴ | ۱۲۴ | ۱۵/۴۶ |

منبع: سرشماری کشاورزی سال‌های ۱۳۶۷، ۱۳۷۲، ۱۳۸۲

همچنین، بیشترین افزایش در وسعت اراضی دیم و باغ‌ها و قلمستان‌ها دیده می‌شود و در مقابل، وسعت اراضی آبی کاهش یافته است. یکی از دلایل افزایش باغ‌ها و قلمستان‌ها را باید در ازدیاد تعداد گردشگران خانه‌های دوم جست‌وجو کرد؛ زیرا بسیاری از آنها با خرید بخشی از مراتع، اقدام به کاشت درخت در زمین‌های خود کرده‌اند. همچنین از آنجا که بسیاری از ساکنان بومی سابق به صورت فصلی در روستاهای اطراف سکونت دارند، به دلیل کمبود آب به کشت محصولات زراعی به صورت دیم روی می‌آورند. سیب‌زمینی یکی از مهم‌ترین محصولاتی که به صورت دیم در روستاهای مورد مطالعه کشت می‌شود؛ در حالی که در گذشته محصولات دیگری چون گندم، جو و برنج نیز کشت می‌شد. آمارهای موجود نشان می‌دهد که تعداد گاو و گوساله نیز طی سال‌های گذشته کاهش و در مقابل تعداد گوسفند و بز افزایش پیدا کرده است. در سرشماری سال ۱۳۶۵ در هر سه روستای مورد مطالعه، گوسفند و بز وجود داشت؛ ولی در سال ۱۳۸۲ این نوع دام، تنها به روستای شیخ موسی محدود شد (جدول ۵).

جدول ۵. تعداد و نرخ رشد دام‌های روستاهای مورد مطالعه بر اساس سرشماری دام‌های سال ۱۳۶۵ و ۱۳۸۲

| نام روستا | ۱۳۶۵ | | ۱۳۸۲ | |
|------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | گاو و گوساله | گوسفند و بز | گاو و گوساله | گوسفند و بز |
| شیخ موسی | ۸۵۰ | ۱۰۰ | ۹۵ | ۸۲۵ |
| شالینگچال | ۰ | ۳۷ | ۰ | ۰ |
| لهه | ۰ | ۵۳ | ۰ | ۰ |
| دام‌های سه روستا | ۸۵۰ | ۱۹۰ | ۹۵ | ۸۲۵ |

منبع: سرشماری دام‌ها در سال‌های ۱۳۶۵ و ۱۳۸۲

مطالعات میدانی نشان می‌دهد یکی از مهم‌ترین دلایل کاهش دام، کم‌شدن وسعت مراتع در اطراف روستاها است؛ چراکه بخش عمده‌ای از آنها به تصرف گردشگران خانه‌های دوم در آمده است. پایین بودن درآمد بخش دامداری نیز از دلایل کاهش دام است. روستاییان ترجیح می‌دهند به مشاغل خدماتی مرتبط با گردشگری بپردازند؛ زیرا درآمد بیشتری دارد. با توجه به سرشماری کارگاه‌های روستاهای مورد مطالعه در سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۸۱، حدود ۵/۹ درصد بر تعداد

واحدهای خدماتی و فعالیت‌های مرتبط به بخش خدمات در روستاهای مورد مطالعه افزوده شد و به‌گفته مسئولان محلی، در سال ۱۳۹۰ تعداد آنها به ۴۰ واحد رسید که روند رشد ۸/۴ درصدی را نشان می‌دهد (جدول ۶). در روستاهای مورد مطالعه هیچ واحد صنعتی وجود ندارد.

جدول ۶. تعداد واحدهای خدماتی در روستاهای مورد مطالعه بر اساس سرشماری کارگاه‌های سال ۱۳۷۳ و ۱۳۸۱ و مطالعه میدانی ۱۳۹۰

| نام روستا | ۱۳۷۳ | | ۱۳۸۱ | | ۱۳۹۰ | |
|--------------|-------|-----|-------|------|-------|------|
| | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد |
| شیخ موسی | ۸ | - | ۱۱ | ۳/۹ | ۱۹ | ۵/۹ |
| شالینگچال | ۲ | - | ۴ | ۸/۲ | ۸ | ۷/۴ |
| لهه | ۱ | - | ۳ | ۱۲/۸ | ۱۳ | ۱۵ |
| جمع سه روستا | ۱۱ | - | ۱۸ | ۵/۹ | ۴۰ | ۸/۴۹ |

منبع: سرشماری کارگاه‌ها در سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۸۱

بسیاری از فعالیت‌های خدماتی در ارتباط با گردشگری و ارائه خدمات به گردشگران است، از جمله این خدمات می‌توان به ایجاد مغازه‌های خرده‌فروشی، سفره‌خانه‌های سنتی و ایجاد مکان‌های تفریحی، تعمیرگاه‌ها، فعالیت‌های مربوط به ساخت خانه‌های دوم، فروشگاه‌های مصالح ساختمانی، مشاور املاک و همچنین اجاره منازل مسکونی به گردشگران را نام برد. سیر تحولات رشد شاغلان در روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد که از سال ۱۳۷۵، تعداد شاغلان در روستاهای مورد مطالعه افزایش یافته است که این امر یکی از مهم‌ترین دلایل برای جذب و نگه‌داشت جمعیت است (جدول ۷).

جدول ۷. تعداد شاغلان روستاهای مورد مطالعه بین سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۰

| سال روستا | ۱۳۵۵ | | ۱۳۶۵ | | ۱۳۷۵ | | ۱۳۸۵ | | ۱۳۹۰ | |
|-----------------|-------|-----|-------|-----|-------|-------|-------|------|-------|------|
| | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد | تعداد | رشد |
| شیخ موسی | ۰ | - | ۱۵ | ۱۰۰ | ۵۳ | ۱۱/۸۵ | ۵۸ | ۰/۸۹ | ۶۴ | ۱/۹۴ |
| شالینگچال | ۰ | - | ۰ | ۰ | ۶ | ۱۰۰ | ۶ | ۰ | ۱۵ | ۱۶/۷ |
| لهه | ۰ | - | ۰ | ۰ | ۴ | ۱۰۰ | ۱۱ | ۹/۶ | ۲۶ | ۱۵/۷ |
| شاغلان سه روستا | ۰ | - | ۱۵ | ۱۰۰ | ۶۳ | ۱۳/۳ | ۷۵ | ۱/۷۲ | ۱۰۵ | ۶/۵ |

افزایش فرصت‌های شغلی در روستاهای مورد مطالعه با افزایش گردشگران وارد شده به روستاهای مورد مطالعه، به‌ویژه گردشگران خانه‌های دوم، همخوانی دارد. بنابراین می‌توان یکی از مهم‌ترین دلایل افزایش فرصت‌های شغلی در روستاهای مورد مطالعه را در افزایش اشتغال در بخش خدمات دانست که بیشتر آنها در ارتباط با فعالیت‌هایی است که به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم با گردشگری در ارتباط است.

از نظر خدمات بهداشتی با توجه به منابع اسنادی سال ۱۳۸۵ و مطالعه میدانی، تنها مرکز بهداشتی موجود در

روستای شیخ موسی قرار دارد و مردم روستاهای دیگر در صورت نیاز باید به آنجا مراجعه کنند. در مورد خدمات آموزشی نیز، تنها یک مدرسه در مقطع دبستان در روستای شیخ موسی وجود دارد و اهالی برای ادامه تحصیل باید به مدرسه شبانه‌روزی پسرانه روستای فیروزجاه یا مدرسه دخترانه روستای خلیل کلا مراجعه کنند.

روند شکل‌گیری خانه‌های دوم در روستاهای بیلاقی بندپی شرقی

این منطقه از گذشته دور تا کنون، مورد توجه مردم شهرها و روستاهای اطرافی بوده است که در نواحی پست و جلگه‌ای قرار داشتند؛ به‌گونه‌ای که کمابیش از سال‌های ۱۳۶۰ یا حتی قبل از آن، عده‌ای زیادی از مردم با آغاز گرمای تابستان به این منطقه نقل مکان می‌کردند که جدا از افرادی بومی آنجا بودند. به‌گفته مردم، در گذشته اجدادشان پای پیاده مسیرهای طولانی و صعب‌العبور و جنگل‌های انبوه را طی می‌کردند و کم‌وبیش یک روز کامل با وسایل اولیه در راه بودند تا از هوای مطبوع این منطقه در تابستان بهره ببرند. علاوه بر دامدارانی که به‌منظور چرای دام به منطقه می‌رفتند؛ بسیاری از خانوارهایی که دامدار نبودند نیز به این روستاهای بیلاقی می‌رفتند و تنها در فصل تابستان در آنجا ساکن می‌شدند و به کشت سیب‌زمینی و چغندر قند در حد نیاز خود می‌پرداختند.

با گذشت زمان و افزایش مشکلات و خستگی‌های ناشی از زندگی شهری (آلودگی‌های صوتی و جوی و محدودیت فضاهای آرامش‌بخش) و از سویی، افزایش درآمدها و در اختیار داشتن زمان آزاد، سفر به این منطقه بیشتر شد. علاوه بر این، احداث راه که حدود ۳۰ درصد آن آسفالت شده و تسهیلاتی مانند برق و آب و ارائه خطوط تلفن به مردم منطقه نیز، از دلایلی دیگری است که موجب شده گردشگران این منطقه را برای مسافرت و احداث خانه دوم انتخاب کنند.

روند شکل‌گیری خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه از سال ۱۳۷۰ به بعد در مقایسه با گذشته، شتاب بیشتری داشته است. یکی از مهم‌ترین دلایل آن را می‌توان ایجاد راه‌های ارتباطی مناسب دانست که دسترسی به این منطقه را برای مردم با سهولت بیشتر و صرف زمان کمتری فراهم کرده است. علاوه بر این، قیمت مناسب زمین نیز از دیگر عواملی است که زمینه جذب گردشگران بیشتری را به روستاهای مورد مطالعه ایجاد کرد؛ به‌طوری که با استقبال گردشگران از منطقه طی سال‌های گذشته، اجرای پروژه‌های برق‌رسانی و احداث خطوط تلفن در این روستاها با سرعت بیشتری انجام گرفت. جدول (۸) روند گسترش خانه‌های دوم را طی دوره سی‌ساله نشان می‌دهد.

جدول ۸. توزیع زمانی احداث خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه

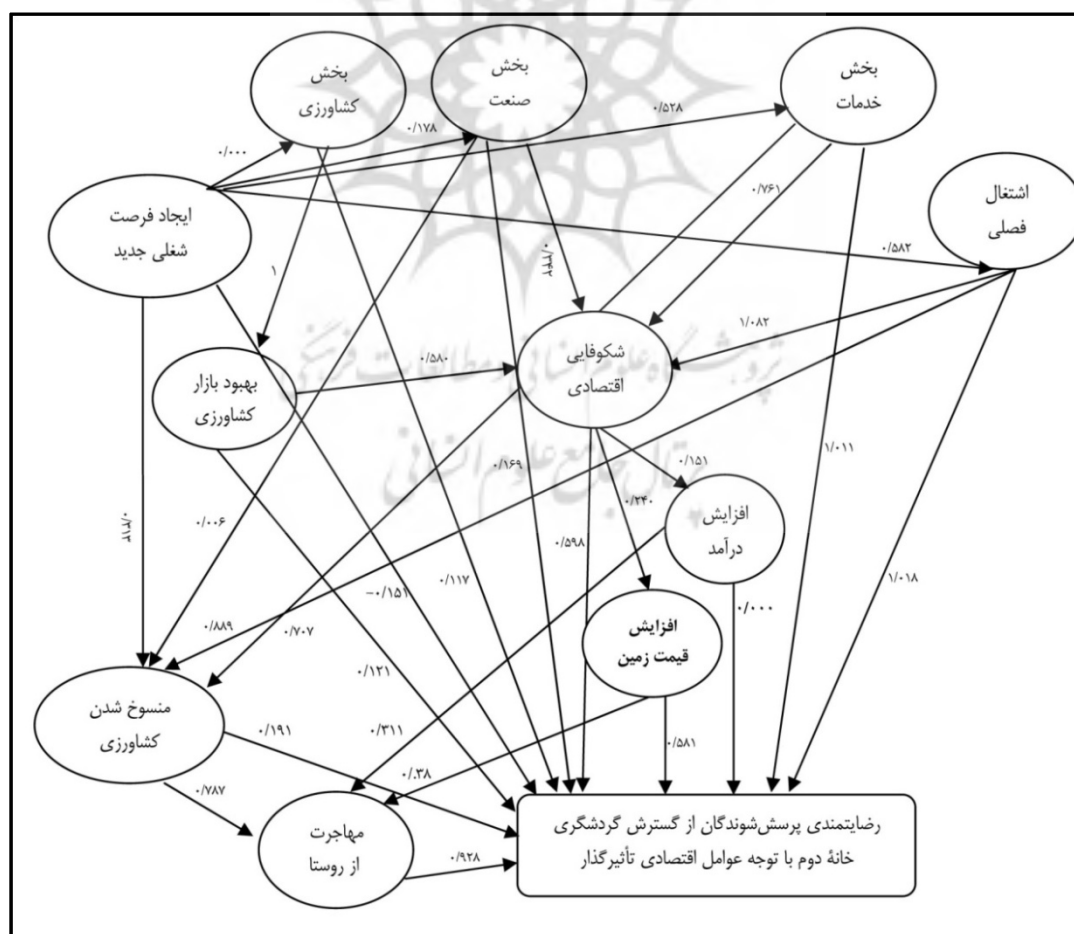
| مقطع زمانی احداث خانه دوم | فراوانی (تعداد) | درصد فراوانی |
|---------------------------|-----------------|--------------|
| ۱۳۸۱-۱۳۹۰ | ۴۸ | ۵۸ |
| ۱۳۷۱-۱۳۸۰ | ۲۰ | ۲۴ |
| ۱۳۶۱-۱۳۷۰ | ۱۰ | ۱۲ |
| قبل از ۱۳۶۰ | ۵ | ۶ |
| جمع کل | ۸۳ | ۱۰۰ |

منبع: جنگلبانی، ۱۳۹۰

به‌گفته مسؤلان، به‌ویژه جنگلبانان، گسترش خانه‌های دوم در این منطقه بدون برنامه و مدیریت انجام شده است، به‌همین دلیل ادامه این روند، آسیب‌های جبران‌نشده را در ابعاد مختلف در پی خواهد داشت. همان‌گونه که در جدول (۸) مشاهده می‌شود، تنها حدود ۲۰ درصد از خانه‌ها قبل از سال ۱۳۷۰ ساخته شده‌اند و حدود ۸۰ درصد ساخت‌وسازها پس از سال ۱۳۷۰ انجام گرفته است.

اثرات اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم

گردشگری روستایی منبع مهم و جدید ایجاد درآمد برای نواحی روستایی است و اقتصاد محلی متنوع‌تر و گسترده‌تری را در نواحی روستایی به‌وجود می‌آورد و از رکود اقتصادی جلوگیری می‌کند. از سوی دیگر، افزایش گردشگری خانه‌های دوم ممکن است آثار منفی مانند افزایش قیمت زمین و خدمات را در پی داشته باشد (شو و ویلیامز، ۱۹۹۴: ۲۳۸). به‌منظور مطالعه و شناسایی آثار مستقیم و غیرمستقیم عوامل اقتصادی تأثیرگذار گسترش گردشگری خانه‌های دوم بر متغیر وابسته رضایت‌مندی پرسش‌شوندگان، از گسترش آن به‌روش تحلیل مسیر استفاده شد.



شکل ۳. مدل نهایی عوامل اقتصادی مؤثر گسترش گردشگری خانه دوم بر رضایت‌مندی ساکنان دائم از گسترش این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه (تحلیل مسیر)

مجموع آثار مستقیم و غیرمستقیم عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر دیدگاه ساکنان و گردشگران، به‌تفکیک در چارچوب جداول (۹) و (۱۰) آورده شده است.

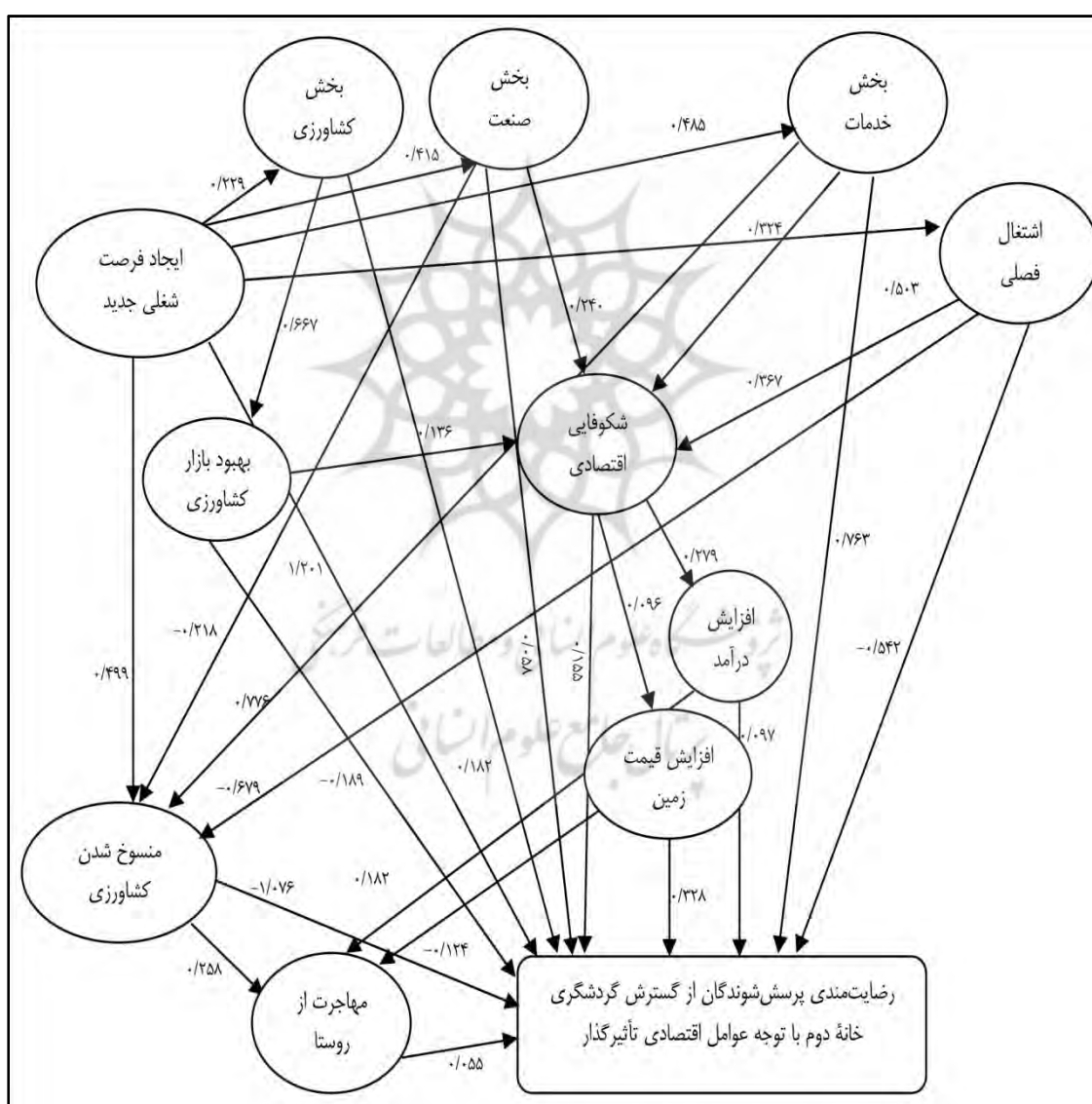
جدول ۹. تحلیل مسیر عامل‌های اثرگذار (آثار اقتصادی گردشگری خانه دوم) بر متغیر وابسته (دیدگاه کلی پرسش‌شوندگان از رضایت‌مندی گسترش گردشگری خانه دوم در روستاهای مورد مطالعه) از دیدگاه ساکنان دائم در روستا

| ردیف | عامل‌ها | آثار غیر مستقیم | آثار مستقیم | مجموع آثار مستقیم و غیر مستقیم |
|------|----------------------------|-----------------|-------------|--------------------------------|
| ۱ | افزایش فرصت شغلی | ۳/۳۱ | -۰/۱۵۱ | ۳/۱۶ |
| ۲ | منسوخ‌شدن فعالیت کشاورزی | -۰/۷۳ | ۰/۱۹۱ | ۰/۹۲۱ |
| ۳ | فرصت اشتغال در بخش کشاورزی | ۰/۵۷ | ۰/۱۱۷ | ۰/۶۹ |
| ۳ | فرصت اشتغال در بخش صنعت | ۰/۲۷۳ | ۰/۱۶۹ | ۰/۴۴۲ |
| ۵ | فرصت اشتغال در بخش خدمات | ۱/۴۱ | ۱/۰۱۱ | ۲/۴۲ |
| ۶ | ایجاد اشتغال فصلی | ۱/۶۱ | ۱/۰۱۸ | ۲/۶۳ |
| ۷ | مهاجرت از روستا | - | ۰/۹۲۸ | ۰/۹۲۸ |
| ۸ | بهبود بازار کشاورزی | ۰/۴۵ | ۰/۱۲۱ | ۰/۵۷ |
| ۹ | شکوفایی اقتصادی | ۰/۱۹ | ۰/۵۹ | ۰/۷۸ |
| ۱۰ | افزایش قیمت زمین و مسکن | ۰/۳۵ | ۰/۵۸ | ۰/۶۱ |
| ۱۱ | افزایش درآمد | ۰/۲۸ | ۰/۰۰۰ | ۰/۲۸ |

جدول ۱۰. تحلیل مسیر عامل‌های اثرگذار (آثار اقتصادی گردشگری خانه دوم) بر متغیر وابسته (دیدگاه کلی پرسش‌شوندگان از رضایت‌مندی گسترش گردشگری خانه دوم در روستاهای مورد مطالعه) از دیدگاه ساکنان خانه‌های دوم در روستا

| ردیف | متغیر مستقل | آثار غیر مستقیم | آثار مستقیم | مجموع اثرات مستقیم و غیر مستقیم |
|------|----------------------------|-----------------|-------------|---------------------------------|
| ۱ | افزایش فرصت شغلی | ۰/۳۱ | ۱/۲ | ۱/۵۱ |
| ۲ | منسوخ‌شدن فعالیت کشاورزی | -۰/۰۱۴ | -۱/۰۷۶ | -۱/۰۹ |
| ۳ | فرصت اشتغال در بخش کشاورزی | -۰/۰۳۰۶ | ۰/۱۸۲ | ۰/۱۵۱ |
| ۴ | فرصت اشتغال در بخش صنعت | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۵۸ | ۰/۰۶ |
| ۵ | فرصت اشتغال در بخش خدمات | -۰/۷۸ | ۰/۷۶ | -۰/۰۲۱ |
| ۶ | ایجاد اشتغال فصلی | ۰/۸۱ | -۰/۵۴ | ۰/۲۷۵ |
| ۷ | مهاجرت از روستا | - | ۰/۰۵۵ | ۰/۰۵۵ |
| ۸ | بهبود بازار کشاورزی | ۰/۰۲۹۱ | -۰/۱۸۹ | ۰/۱۵۹ |
| ۹ | شکوفایی اقتصادی | ۰/۰۵۴۶ | ۰/۱۵۵ | ۰/۲۰۹ |
| ۱۰ | افزایش قیمت زمین و مسکن | -۰/۰۰۶۸ | ۰/۳۲۸ | ۰/۳۲۱ |
| ۱۱ | افزایش درآمد | ۰/۰۱ | ۰/۰۹۷ | ۰/۱۰۷ |

مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که ساکنان دائم، مهم‌ترین آثار مثبت اقتصادی ناشی از گسترش گردشگری خانه‌های دوم را، افزایش اشتغال در روستا، به‌ویژه در بخش خدمات و افزایش شغل‌های فصلی می‌دانند. آنها معتقدند که طی سال‌های گذشته با افزایش تعداد گردشگران خانه‌های دوم و همچنین گردشگران روزانه، مراکز ارائه خدمات برای تأمین نیازهای روزمره ساکنان نیز افزایش یافته است. از جمله این مراکز، می‌توان به فروشگاه‌های اغذیه‌فروشی، قهوه‌خانه‌ها، رستوران‌ها، جایگاه‌های مواد سوختی، نانویی و فروشگاه‌های فروش مصالح ساختمانی اشاره کرد. گفتنی است که پیش از این، ساکنان برای رفع بسیاری از این نیازها مجبور می‌شدند مسافت زیادی را طی کنند.



شکل ۴. مدل نهایی عوامل اقتصادی مؤثر گسترش گردشگری خانه دوم بر رضایت‌مندی گردشگران خانه دوم از گسترش این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه (تحلیل مسیر)

با گسترش گردشگری مشاغلی چون نگهداری از مسکن گردشگران در غیاب آنان، افزایش کارهای ساختمانی، مانند بنایی و تعمیرگاه‌های ماشین افزایش یافت. افزایش اشتغال در بخش خدمات، موجب روی گردانی بسیاری از روستاییان از فعالیت کشاورزی شد که همواره به دلیل نامرغوب بودن زمین و تولید کم محصول از آن شکایت داشتند. آنها به این نکته نیز اشاره داشتند که با استقبال گردشگران از این روستاها، قیمت مسکن و زمین به طور قابل توجهی افزایش یافت. به گفته ساکنان در گذشته کسی تمایلی به خرید زمین‌های آنها نداشت؛ به طوری که اگر یکی از ساکنان روستا تمام اموال خود را می‌فروخت، نمی‌توانست ملک مناسبی در شهرهای اطراف خریداری کند؛ اما در حال حاضر به دلیل استقبال گردشگران از جاذبه‌های طبیعی و آب‌وهوای مطبوع روستا، قیمت مسکن و زمین افزایش یافته و این امر موجب شده است تا بسیاری از روستاییان با فروش بخشی از زمین خود به گردشگران، به شهرهای اطراف مهاجرت کنند و از خانه‌های روستایی سابق خود برای استراحت و گذران اوقات فراغت در فصول خاصی از سال استفاده کنند.

نتایج تحلیل مسیر دیدگاه کلی ساکنان در مورد رضایت‌مندی آنها از گسترش گردشگری خانه‌های دوم با توجه به یازده عامل اقتصادی، نشان می‌دهد که افزایش فرصت‌های شغلی، به‌ویژه در بخش خدمات و ایجاد شغل‌های فصلی، افزایش مهاجرت روستاییان به شهر، منسوخ شدن فعالیت کشاورزی، به ترتیب مهم‌ترین عوامل اقتصادی تأثیرگذار از سوی ساکنان روستا شمرده شده است (جدول ۹).

اکثر گردشگران خانه‌های دوم بیان داشتند که برای ساخت خانه، نیروهای بومی را به کار می‌گیرند و زمانی که در روستا اقامت دارند، از فعالیت‌های تجاری و خدماتی روستا استفاده می‌کنند. همچنین برخی از محصولات زراعی و باغی که در روستا تولید می‌شود (برای مثال گردو و سیب‌زمینی) را نیز از مردم روستا تهیه می‌کنند. گردشگران بیان کردند، تعداد امکانات و خدمات موجود در روستا طی سال‌های گذشته افزایش یافته است. از جمله این خدمات که گردشگران بر آن تأکید داشتند، احداث نانوائی در روستای لِهه بود. به گفته گردشگران در اکثر مواقع، نبود نانوائی در روستا موجب می‌شد که مدت زمان کمتری در روستا اقامت کنند؛ اما با احداث نانوائی طی چند سال گذشته، این مشکل حل شد. البته گردشگران در ادامه اشاره کردند که از نان سنتی روستا هم استفاده می‌کنند و آن را راه‌آوردی از روستا دانسته برای دوستان و آشنایان می‌برند. به عقیده گردشگران قیمت مسکن و زمین در روستا، به طور قابل توجهی طی سال‌های گذشته افزایش یافته است و شغل‌های وابسته به ساخت‌وساز مسکن، عمده‌ترین شغل‌هایی است که از طریق گردشگری خانه‌های دوم در این منطقه ایجاد شده است.

بر اساس نتایج آزمون تحلیل مسیر از دیدگاه کلی صاحبان خانه‌های دوم در مورد رضایت‌مندی آنها از گسترش گردشگری در روستا، ایجاد فرصت‌های شغلی به‌ویژه اشتغال فصلی، افزایش قیمت زمین و مسکن، شکوفایی اقتصاد روستاها و بهبود بازار کشاورزی روستاییان، مهم‌ترین عوامل اقتصادی تأثیرگذار شناسایی شدند (جدول ۱۰).

بر اساس داده‌های موجود، گردشگری خانه‌های دوم از سال ۱۳۷۰ به بعد رونق بیشتری گرفته است. بنابراین دیدگاه مسئولان را در رابطه با پیامدهای اقتصادی و اجتماعی احتمالی گردشگری خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه، قبل از گسترش این نوع گردشگری و بعد از آن جویا شدیم (جدول ۱۱) و برای مقایسه دیدگاه آنها، آزمون ویلکاکسون را به کار گرفتیم (جدول ۱۲).

جدول ۱۱. آثار اقتصادی قبل و بعد از گسترش گردشگری خانه‌های دوم از دیدگاه مسئولان

| میانگین رتبه ای | درصد فراوانی پس از گسترش گردشگری | | | | | میانگین رتبه ای | درصد فراوانی پیش از گسترش گردشگری | | | | | آثار اقتصادی |
|-----------------|-------------------------------------|----|---------------|------|-----------|-----------------|--------------------------------------|-------|---------------|------|-----------|------------------------------|
| | خیلی کم | کم | تأثیر نداشتند | زیاد | خیلی زیاد | | خیلی کم | کم | تأثیر نداشتند | زیاد | خیلی زیاد | |
| ۳.۳۳ | ۰ | ۱۳ | ۴۶.۶ | ۳۳ | ۶.۶ | ۱/۶۶ | ۴۰ | ۵۳/۳ | ۶/۶۷ | ۰ | ۰ | افزایش اشتغال |
| ۳.۶ | ۰ | ۴۶ | ۴۶.۶ | ۶ | ۰ | ۱.۶۶ | ۸۰ | ۲۰ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش درآمد |
| ۴ | ۰ | ۰ | ۲۰ | ۶۶ | ۱۳.۳ | ۱ | ۱۰۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش اشتغال در بخش خدمات |
| ۲ | ۴۰ | ۲۶ | ۳۳.۳ | ۰ | ۰ | ۲.۳۳ | ۶.۶ | ۶۶.۶۶ | ۱۳.۳۳ | ۱۳ | ۰ | افزایش اشتغال در بخش کشاورزی |
| ۱ | ۱۰۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۱۰۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش اشتغال در بخش صنعت |
| ۱.۸ | ۳۳.۳ | ۵۳ | ۱۳.۳ | ۰ | ۰ | ۱.۳۳ | ۶.۶ | ۳۳.۳۴ | ۰ | ۰ | ۰ | بهبود بازار محصولات کشاورزی |
| ۴.۰۶ | ۰ | ۰ | ۲۰.۰ | ۵۳ | ۲۶.۶ | ۱.۱۳ | ۳۳ | ۶۶.۶ | ۰ | ۰ | ۰ | شکوفایی اقتصادی منطقه |
| ۴.۷۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۶ | ۷۳.۳ | ۱.۴ | ۴۰ | ۶۰ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش قیمت زمین و مسکن |
| ۴.۰۶ | | | ۶۶.۷ | ۶۰ | ۳۳.۳ | ۱.۷۳ | ۳۳ | ۶۰ | ۶۶.۷ | ۰ | ۰ | منسوخ شدن فعالیت کشاورزی |
| ۴.۸۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۶ | ۷۳.۳ | ۱.۲۶ | ۷۳.۳ | ۲۶.۶ | ۰ | ۰ | ۰ | افزایش مهاجرت از روستا |
| ۴.۰۶ | ۰ | ۰ | ۲۰ | ۵۳ | ۲۶.۶ | ۱/۴ | ۳۳ | ۶۶.۶ | ۰ | ۰ | ۰ | انجام فعالیت فصلی |

منبع: نتایج پرسش‌نامه

جدول ۱۲. مقایسه دیدگاه مسئولان در مورد آثار اقتصادی قبل و بعد از گسترش گردشگری خانه دوم با استفاده از آزمون ویلکاکسون

| Asymp. Sign | Ties | Positive Ranks | | Negative Ranks | | N | اثرات اقتصادی |
|-------------|------|----------------|----|----------------|---|----|------------------------------|
| | | Mean Rank | N | Mean Rank | N | | |
| ۰/۰۰۱ | ۱ | ۹ | ۱۷ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش اشتغال |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش درآمد |
| ۰/۰۰۰ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش اشتغال در بخش خدمات |
| ۰/۳۱۷ | ۵ | ۶/۵۰ | ۵ | ۷/۳۱ | ۸ | ۱۸ | افزایش اشتغال در بخش کشاورزی |
| ۱ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش اشتغال در بخش صنعت |
| ۰/۰۳۵ | ۵ | ۶ | ۱۱ | ۶ | ۲ | ۱۸ | بهبود بازار محصولات کشاورزی |
| ۰/۰۰۰ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | شکوفایی اقتصادی منطقه |
| ۰/۰۰۰ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش قیمت زمین و مسکن |
| ۰/۰۰۱ | ۴ | ۷/۵۰ | ۱۴ | ۰ | ۰ | ۱۸ | منسوخ شدن فعالیت کشاورزی |
| ۰/۰۰۰ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش مهاجرت از روستا |
| ۰/۰۰۰ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | انجام فعالیت فصلی |

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج به‌دست آمده از آزمون ویلکاکسون، نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین دیدگاه مسئولان قبل و بعد از سال ۱۳۷۰، در مورد آثار اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم (به‌استثنای افزایش فرصت‌های شغلی در بخش کشاورزی و صنعت) در روستاهای مورد مطالعه وجود دارد. بر اساس دیدگاه مسئولان پیش از سال ۱۳۷۰، نقش گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش خدمات به‌ویژه فصلی، میانگین رتبه‌ای ۱ داشته؛ ولی پس از سال ۱۳۷۰ به میانگین رتبه‌ای ۴ رسیده است. همچنین این گروه معتقدند که با افزایش ساخت‌وساز خانه‌های دوم، شغل‌های بنایی و کارگری در روستا رواج بیشتری یافته و به‌دنبال افزایش گردشگران، زمینه ایجاد شغل‌های خدماتی، مانند فروشگاه‌های عرضه خدمات و کارگاه‌های تعمیراتی نیز، فراهم شده است. گسترش گردشگری و فزونی تقاضای زمین و مسکن، باعث به‌وجودآمدن دفاتر مشاوران املاک در روستا شده است. همچنین افزایش فرصت‌های شغلی در بخش خدمات، اشتغال در بخش کشاورزی را کاهش داده است (جدول ۱۳).

جدول ۱۳. مقایسه دیدگاه روستاهای مورد مطالعه در ارتباط با آثار اقتصادی گردشگری خانه دوم با استفاده از آزمون کروسکال والیس

| Sig | مسئولان | | ساکنان | | گردشگران | | N | آثار اقتصادی |
|-------|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----|------------------------------|
| | Mean rank | N | Mean rank | N | Mean rank | N | | |
| ۰/۰۰۲ | ۴۲/۴۷ | ۱۸ | ۶۵/۷۰ | ۶۰ | ۷۶/۶۸ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش اشتغال |
| ۰/۰۶۰ | ۵۹/۶۳ | ۱۸ | ۶۲/۰۸ | ۶۰ | ۷۶/۰۱ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش درآمد |
| ۰/۰۰۰ | ۸۶/۲۰ | ۱۸ | ۵۲/۶۳ | ۶۰ | ۷۸/۸۲ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش اشتغال در بخش خدمات |
| ۰/۰۰۰ | ۱۸/۸۰ | ۱۸ | ۸۰/۴۵ | ۶۰ | ۶۷/۸۵ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش اشتغال در بخش کشاورزی |
| ۰/۰۰۰ | ۳۰ | ۱۸ | ۴۹/۵۵ | ۶۰ | ۹۵/۹۵ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش اشتغال در بخش صنعت |
| ۰/۰۰۰ | ۳۷/۸۳ | ۱۸ | ۴۴/۹۳ | ۶۰ | ۹۸/۶۱ | ۶۰ | ۱۳۸ | بهبود بازار محصولات کشاورزی |
| ۰/۰۲۶ | ۹۰/۹۳ | ۱۸ | ۶۳/۲۵ | ۶۰ | ۶۷/۰۲ | ۶۰ | ۱۳۸ | شکوفایی اقتصادی منطقه |
| ۰/۰۳۷ | ۶۸/۶۳ | ۱۸ | ۶۰/۸۲ | ۶۰ | ۷۵/۰۲ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش قیمت زمین و مسکن |
| ۰/۹۱۵ | ۶۵/۹۷ | ۱۸ | ۶۶/۵۲ | ۶۰ | ۶۹/۲۴ | ۶۰ | ۱۳۸ | منسوخ شدن فعالیت کشاورزی |
| ۰/۰۱۶ | ۵۷/۰۷ | ۱۸ | ۶۰/۸۹ | ۶۰ | ۷۷/۸۴ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش مهاجرت از روستا |
| ۰/۰۰۰ | ۹۳/۷۷ | ۱۸ | ۴۵/۹۵ | ۶۰ | ۸۳/۶۱ | ۶۰ | ۱۳۸ | انجام فعالیت فصلی |

منبع: یافته‌های پژوهش

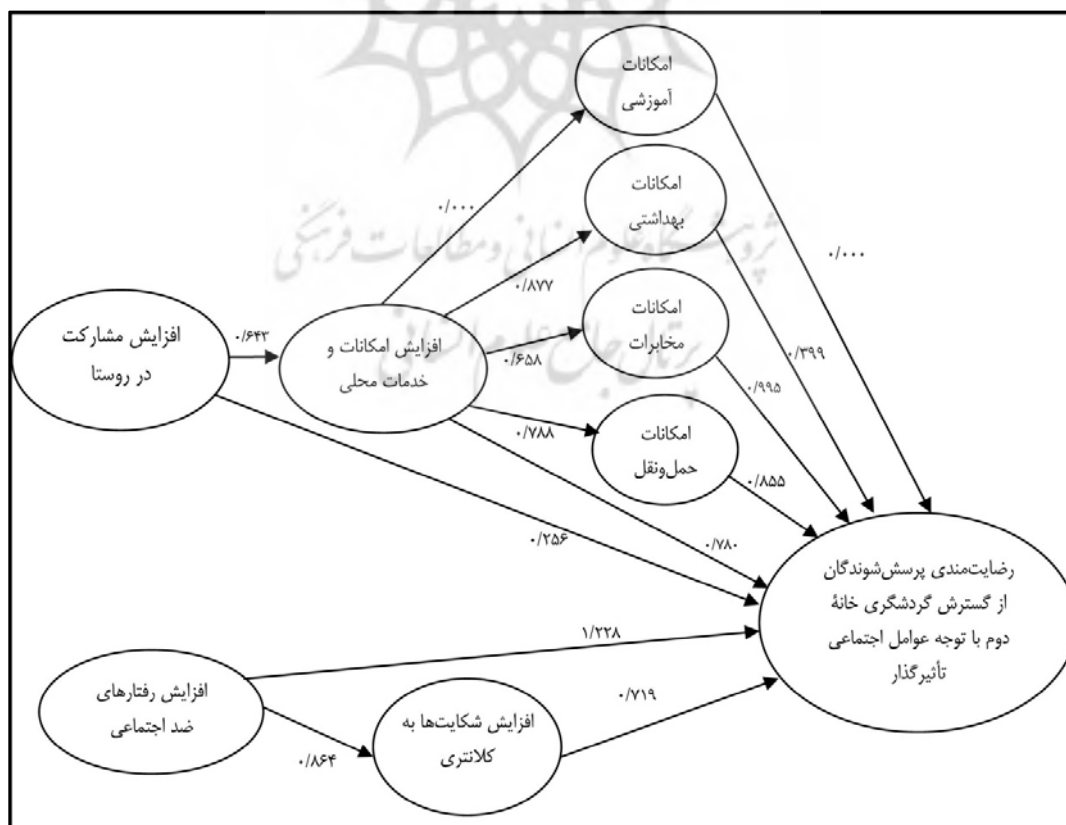
داده‌های سرشماری‌های نفوس و مسکن و سرشماری گارگاه‌ها، نشان می‌دهد که تعداد فرصت‌های شغلی در روستاهای مورد مطالعه، به‌ویژه در بخش خدمات افزایش یافته است که نتایج پژوهش میدانی نیز آن را تأیید می‌کند. گروه‌های مورد مطالعه، به‌خصوص مسئولان و ساکنان دائم روستا بیان داشتند که نقش کشاورزی و دامداری در روستا که در گذشته اقتصاد غالب آنها بود، کاهش یافته است. در این رابطه داده‌های کمی مرتبط با وسعت اراضی کشاورزی از روستاهای مورد مطالعه، حاکی از این است که وسعت اراضی کشاورزی در روستاها، نه تنها کاهش نیافته، بلکه افزایش نیز داشته است؛ اما نکته قابل توجه اینکه از وسعت اراضی آبی به‌طور قابل ملاحظه‌ای کاسته شده و درمقابل بر وسعت اراضی

دیم افزوده شده است که این خود می‌تواند نشان‌دهنده کم‌رنگ‌تر شدن بخش کشاورزی در درآمد ساکنان روستا باشد؛ چراکه میزان تولید در کشاورزی دیم بسیار کمتر از کشاورزی آبی است. داده‌های موجود در مورد فعالیت دامداری نیز نشان می‌دهد که تعداد دام در روستاهای مورد مطالعه کاهش یافته است. از دید پرسش‌شوندگان روند مهاجرت از روستا افزایش یافته که این دیدگاه برخلاف داده‌های کمی موجود بر اساس سرشماری نفوس و مسکن است؛ زیرا آمارها حکایت از روند افزایشی جمعیت روستاهای مورد مطالعه از سال ۱۳۷۵ به بعد دارند.

نتایج آزمون کروسکال والیس حاکی از آن است که به‌استثنای شاخص‌های افزایش درآمد با سطح معناداری (۰/۰۶۰) و منسوخ‌شدن فعالیت در بخش کشاورزی با سطح معناداری (۰/۹۱۵)، تفاوت معناداری بین دیدگاه‌های هر سه گروه در دیگر موارد آثار اقتصادی وجود دارد. به‌گفته‌ای دیگر، هر سه گروه تا حدودی در مورد تأثیرگذاری گردشگری خانه دوم بر افزایش درآمد و در مقابل منسوخ‌شدن فعالیت کشاورزی عقیده یکسانی دارند.

آثار اجتماعی گردشگری خانه‌های دوم

گردشگری و ساخت خانه‌های دوم می‌تواند آثار اجتماعی مثبتی چون، افزایش روابط اجتماعی در جوامع دورافتاده و ایجاد فرصت‌هایی برای مبادله فرهنگ و درمقابل آثار منفی همانند افزایش جرم‌وجنایت را به‌دنبال داشته باشد.



شکل ۵. مدل نهایی عوامل اجتماعی مؤثر گسترش گردشگری خانه دوم بر رضایت‌مندی ساکنان دائم از گسترش این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه (تحلیل مسیر)

مجموع آثار مستقیم و غیر مستقیم عوامل اجتماعی تأثیرگذار بر دیدگاه ساکنان و گردشگران، به تفکیک در چارچوب جداول (۱۴) و (۱۵) آورده شده است.

جدول ۱۴. تحلیل مسیر عامل‌های اثرگذار (آثار اجتماعی گردشگری خانه دوم) بر متغیر وابسته

(دیدگاه کلی پرسش‌شوندگان از رضایت‌مندی گسترش گردشگری خانه دوم در روستاهای مورد مطالعه) از دیدگاه ساکنان دائم در روستا

| ردیف | متغیر مستقل | آثار غیرمستقیم | آثار مستقیم | مجموع آثار مستقیم و غیر مستقیم |
|------|-----------------------------|----------------|-------------|--------------------------------|
| ۱ | افزایش مشارکت در روستا | ۱/۵۸ | ۰/۲۵۶ | ۱/۸۳ |
| ۲ | افزایش امکانات و خدمات محلی | ۱/۶۷ | ۰/۷۸ | ۲/۴۵ |
| ۳ | امکانات آموزشی | - | ۰/۰۰۰ | ۰/۰۰۰ |
| ۴ | امکانات بهداشتی | - | ۰/۳۹۹ | ۰/۳۹۹ |
| ۵ | امکانات مخابرات | ۰/۰۰۰ | ۰/۹۹۵ | ۰/۹۹۵ |
| ۶ | امکانات حمل‌ونقل | ۰/۰۰۰ | ۰/۸۵۵ | ۰/۸۵۵ |
| ۷ | افزایش رفتارهای ضد اجتماعی | ۰/۶۲۱ | ۱/۲۲ | ۱/۸۴ |
| ۸ | افزایش شکایات | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۱۹ | ۰/۷۱۹ |

جدول ۱۵. تحلیل مسیر عامل‌های اثرگذار (آثار اجتماعی گردشگری خانه دوم) بر متغیر وابسته

(دیدگاه کلی پرسش‌شوندگان از رضایت‌مندی گسترش گردشگری خانه دوم در روستاهای مورد مطالعه) از دیدگاه گردشگران خانه دوم در روستا

| ردیف | متغیر مستقل | آثار غیرمستقیم | آثار مستقیم | مجموع آثار مستقیم و غیر مستقیم |
|------|-----------------------------|----------------|-------------|--------------------------------|
| ۱ | افزایش مشارکت در روستا | ۰/۰۰۷۰۳ | ۰/۱۱۱ | ۰/۱۰۳۹ |
| ۲ | افزایش امکانات و خدمات محلی | ۰/۱۶۱ | -۰/۰۶۸ | ۰/۰۹۳۸ |
| ۳ | امکانات آموزشی | - | -۰/۰۵۶ | -۰/۰۵۶ |
| ۴ | امکانات بهداشتی | - | ۰/۲۷۹ | ۰/۲۷۹ |
| ۵ | امکانات مخابرات | - | ۰/۳۰۸ | ۰/۳۰۸ |
| ۶ | امکانات حمل‌ونقل | - | -۰/۰۳۶ | -۰/۰۳۶ |
| ۷ | افزایش رفتارهای ضد اجتماعی | -۰/۱۰۳ | ۰/۱۰۲ | -۰/۰۰۰۹ |
| ۸ | افزایش شکایات | - | ۰/۱۸۶ | ۰/۱۸۶ |

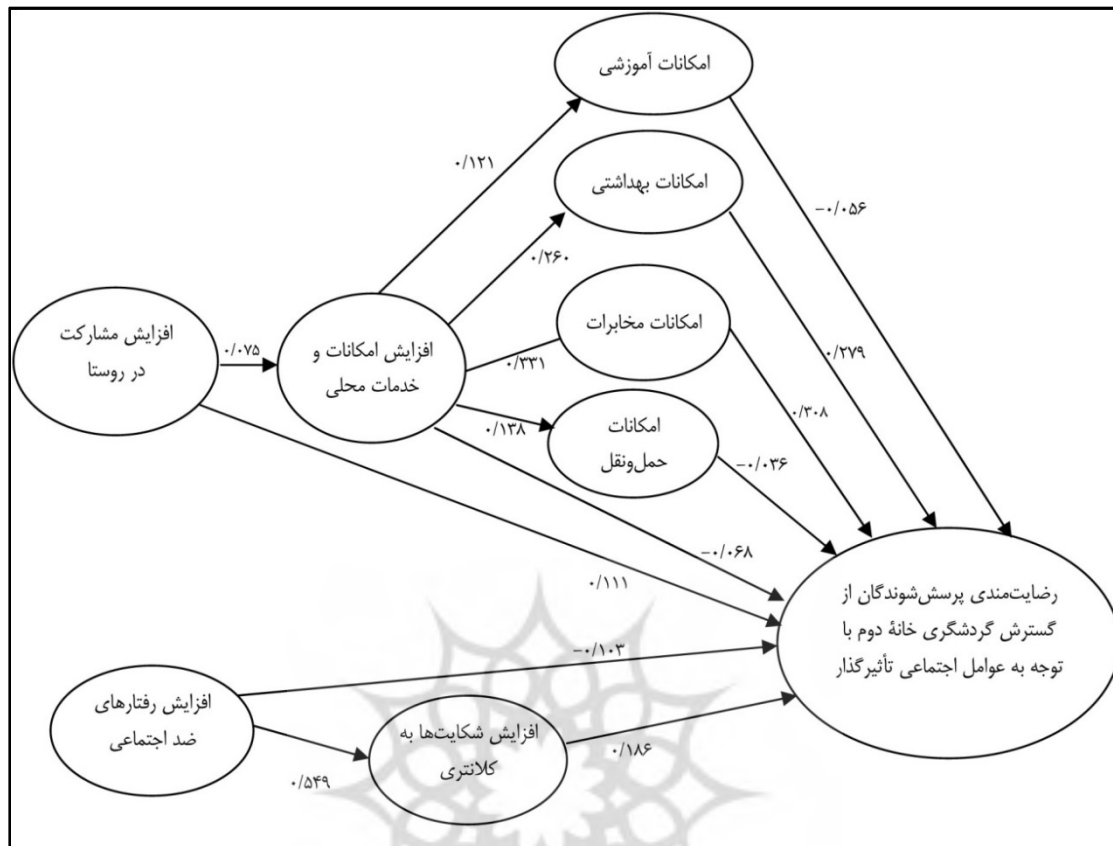
تعدادی از پرسش‌شوندگان بیان داشتند، اگرچه با حضور گردشگران زمینه جذب سرمایه‌های دولتی برای ارائه خدمات زیربنایی، مانند راه‌های ارتباطی مناسب، مراکز بهداشتی - درمانی و خطوط تلفن تسریع شده و آثار مثبتی در توسعه روستا

داشته است؛ ولی با ساخت خانه‌های مجلل به دست گردشگران در روستا، عرصه برای دزدی و ناامن شدن روستا، به‌ویژه در فصول سرد سال که گردشگران در خانه حضور ندارند، فراهم شده است. آنها بیان داشتند که حتی در برخی از موارد محصولات زمین‌های کشاورزی روستاییان را نیز به سرقت می‌برند، همچنین حضور افراد از مناطق مختلف با فرهنگ و اعتقادات متفاوت با مردم بومی نیز، در موارد زیادی موجب اختلاف و درگیری شده است.

پرسش‌شوندگان همچنین معتقدند، طی سال‌های گذشته با حضور گردشگران و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، فرصت‌های شغلی متنوع‌تر شد؛ اما روند مهاجرت از روستا با وجود آنکه نسبت به گذشته کاهش یافته است، همچنان وجود دارد. ساکنان دلایل آن را این‌گونه بیان می‌کنند که گردشگری در بخش آموزشی و فرهنگی نتوانسته آثار چندانی مثبتی داشته باشد، اما با گسترش گردشگری، توجه به بخش بهداشتی - درمانی روستاهای مورد مطالعه بیشتر شده است. برای مثال، در روستای شیخ موسی پزشک همیشه حضور دارد، در تمامی روستاها حمام عمومی ساخته شده است یا حمام‌های قدیمی که مورد استفاده نبودند، بازسازی شدند و بار دیگر مورد استفاده قرار گرفتند. طی سال‌های گذشته بسیاری از خانواده‌ها برای تحصیل بهتر و راحت‌تر فرزندان‌شان، بخشی از املاک خود را که گسترش گردشگری موجب افزایش قیمت آنها شده بود، به فروش رساندند و به شهرها و روستاهای اطراف مهاجرت کردند. این امر موجب شد که هر ساله از میزان جمعیت نیازمند به تحصیل کاسته شود؛ به طوری که در روستاهای مورد مطالعه، تنها مقطع دبستان وجود دارد و دانش‌آموزان برای ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر، ناگزیرند مسافتی را تا روستاهای مناطق جلگه‌ای بپیمایند. مردم محلی معتقدند که با گسترش گردشگری، فرهنگ بومی تحت تأثیر فرهنگ گردشگران قرار گرفته است.

علاوه بر اینها، گردشگران در بسیاری از موارد برای انجام کارهای عمرانی در روستا، کمک‌های قابل توجهی کردند. برای مثال، بارگاه باشکوهی برای حضرت شیخ موسی در روستا بنا شد که بخش عمده‌ای از هزینه‌های آن را گردشگران تأمین کردند. بر اساس نتایج آزمون تحلیل مسیر، افزایش امکانات و خدمات محلی، افزایش رفتارهای ضد اجتماعی و مخالف با فرهنگ بومی روستا، افزایش مشارکت در روستا، افزایش امکانات مخابراتی و افزایش امکانات حمل‌ونقل، مهم‌ترین عوامل اجتماعی تأثیرگذار از دیدگاه کلی ساکنان در مورد رضایت‌مندی آنها از ادامه گسترش گردشگری با وضعیت موجود در روستا شناسایی شدند (جدول ۱۵).

در عین حال برخی از گردشگران بر این باورند که رفتارهای ضد هنجارهای اجتماعی گردشگران را نباید به همه آنان تعمیم داد، آنان نیز به دنبال محیط آرام برای زندگی و استراحت هستند. تعدادی از گردشگران منکر اختلاف فرهنگی با ساکنان شده و ادعان داشتند که با بعضی از روستاییان رفت‌وآمد خانوادگی دارند. پرسش‌شوندگان همچنین بیان داشتند که مالکان خانه‌های دوم، اغلب از افراد با نفوذی هستند که در جلب خدمات و سرمایه‌ها بسیار مؤثرند. بر اساس نتایج آزمون تحلیل مسیر، افزایش امکانات بخش مخابرات، افزایش امکانات بهداشتی، افزایش شکایت، افزایش مشارکت در روستا و افزایش امکانات و خدمات محلی، مهم‌ترین عوامل اجتماعی تأثیرگذاری هستند که از دیدگاه کلی صاحبان خانه‌های دوم در مورد رضایت‌مندی آنها در ادامه روند گسترش گردشگری با وضعیت موجود روستا شناسایی شدند (جدول ۱۵).



شکل ۶. مدل نهایی عوامل اجتماعی مؤثر گسترش گردشگری خان‌های دوم بر رضایت‌مندی ساکنان دائم از گسترش این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه (تحلیل مسیر)

مطالعه دیدگاه مسئولان درباره آثار اجتماعی گردشگری خان‌های دوم، قبل از سال ۱۳۷۰ که گردشگری خان‌های دوم چندان زیاد نبود و بعد از آن، نشان می‌دهد پیش از سال ۱۳۷۰، آثار اجتماعی گردشگری چندان قابل توجه نبود؛ زیرا به گفته مسئولان، در آن سال‌ها افرادی که در فصل‌های گرم سال به روستاها می‌آمدند، اغلب افراد بومی سابق منطقه بودند که سال‌ها پیش به شهرهای اطراف مهاجرت کرده و در فصول خاصی از سال برای رهایی از هوای گرم و شرجی به خانه‌های روستایی خود بازمی‌گشتند. اما از سال ۱۳۷۰ به بعد با گسترش بیشتر گردشگری خان‌های دوم و با حضور گردشگران غیر بومی که از مناطق مختلف با فرهنگ‌های متفاوت به این روستاها آمدند، اندک‌اندک پیامدهای اجتماعی گردشگری، مانند رفتارهای ضد اجتماعی و درگیری‌ها مشاهده شده است، اما مقایسه پاسخ مسئولان با ساکنان دائم و گردشگران نشان می‌دهد که مسئولان نسبت به این دو گروه، در مورد افزایش وقوع شکایات و رفتارهای ضد اجتماعی به دنبال گسترش گردشگری، دیدگاه متعادل‌تری دارند. در این میان مسئولان همچنین به حضور برخی از افراد سرشناس منطقه که اقدام به احداث خان‌های دوم در این روستاها کردند نیز، اشاره داشتند و بیان کردند که این افراد، نه تنها خودشان هزینه‌های زیادی را برای مشارکت در آبادانی روستا پرداختند، بلکه با نفوذی که داشتند، زمینه را برای اختصاص بودجه‌های دولتی برای انجام کارهای زیربنایی در روستاهای منطقه فراهم کردند و یکی از مهم‌ترین اقدامات آنها، تسریع در اجرایی‌شدن طرح بهسازی و آسفالت راه‌های ارتباطی به روستاهای مورد مطالعه است (جدول ۱۶).

جدول ۱۶. آثار اجتماعی قبل و بعد از گسترش گردشگری خانه‌های دوم از دیدگاه مسئولان

| رتبه‌بندی رتبه‌ای | درصد فراوانی بعد از گسترش گردشگری | | | | | رتبه‌بندی رتبه‌ای | درصد فراوانی قبل از گسترش گردشگری | | | | | آثار اجتماعی |
|-------------------|-----------------------------------|------|-------|----|---------|-------------------|-----------------------------------|------|-------|------|--|--------------|
| | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | |
| ۲/۷۳ | ۰ | ۱۳ | ۴۰ | ۴۰ | ۶۶ | ۱/۲۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۷۳.۳ | افزایش خدمات محلی | |
| ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۵ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰ | افزایش امکانات آموزشی | |
| ۴/۷۳ | ۶۰ | ۴۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰ | افزایش امکانات بهداشتی | |
| ۴/۰۶ | ۷۳.۳ | ۲۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰ | افزایش امکانات پست، مخابرات و تلفن | |
| ۴/۰۶ | ۶۶۷ | ۹۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱/۲ | ۰ | ۰ | ۰ | ۸۰ | بهبود امکانات حمل‌ونقل | |
| ۳/۳۳ | ۰ | ۰ | ۳۳.۳۴ | ۶۶ | ۰ | ۱/۴۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۵۳.۳ | افزایش مشارکت در روستا | |
| ۳/۲۶ | ۰ | ۰ | ۳۳.۳۳ | ۵۳ | ۰ | ۱/۲۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۷۳.۳ | افزایش شکایات | |
| ۳/۶ | ۱۳.۳ | ۴۶ | ۲۶.۶۶ | ۱۳ | ۰ | ۱/۲۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۷۳.۳ | افزایش رفتارهای ضد اجتماعی | |
| ۴/۴ | ۴۶.۶ | ۶ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱/۲ | ۰ | ۰ | ۰ | ۷۰ | رفتارهایی که با ارزش‌های سنتی و فرهنگی مقابله می‌کند | |

منبع: یافته‌های پژوهش

در مجموع آثار مثبت و منفی اجتماعی گردشگری خانه‌های دوم در سال‌های بعد از ۱۳۷۰، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. از دیدگاه مسئولان این آثار عبارتند از: افزایش امکانات بهداشتی و خدماتی، افزایش مشارکت در روستا و ظهور رفتارهای ضد اجتماعی و متضاد با فرهنگ بومی. نتایج آزمون ویلکاکسون برای مقایسه دیدگاه مسئولان نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین دیدگاه آنها در مورد تمامی آثار اجتماعی وجود دارد، اما از دیدگاه آنان گردشگری در زمینه آموزشی تأثیرگذار نبوده است (جدول ۱۷).

جدول ۱۷. مقایسه دیدگاه مسئولان در مورد آثار اجتماعی قبل و بعد از گسترش گردشگری خانه دوم

با استفاده از آزمون ویلکاکسون

| Asymp. Sign | Ties | Positive Ranks | | Negative Ranks | | N | آثار اقتصادی |
|-------------|------|----------------|----|----------------|---|----|--|
| | | Mean Rank | N | Mean Rank | N | | |
| ۰/۰۰۱ | ۱ | ۹ | ۱۷ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش خدمات محلی |
| ۱ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش امکانات آموزشی |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش امکانات بهداشتی |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش امکانات پست، مخابرات و تلفن |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | بهبود امکانات حمل و نقل |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش مشارکت در روستا |
| ۰/۰۰۱ | ۲ | ۸/۵۰ | ۱۶ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش شکایات |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹ | ۱۷ | ۰ | ۰ | ۱۸ | افزایش رفتارهای ضد اجتماعی |
| ۰/۰۰۱ | ۰ | ۹/۵۰ | ۱۸ | ۰ | ۰ | ۱۸ | رفتارهایی که با ارزش‌های سنتی و فرهنگی مقابله می‌کند |

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آزمون کروسکال والیس، سطح معناداری تمامی پیامدهای اجتماعی کمتر از ۰/۰۵ و کوچکتر از ۰/۰۱ است. بنابراین می‌توان گفت در سطح ۹۵ و ۹۹ درصد، بین دیدگاه پرسش‌شوندگان در مورد این عوامل تفاوت معناداری وجود دارد (جدول ۱۸).

جدول ۱۸. مقایسه دیدگاه سه جامعه مورد مطالعه در ارتباط با آثار اجتماعی گردشگری با استفاده از آزمون کروسکال والیس

| Sig | مسئولان | | ساکنان | | گردشگران | | N | آثار اجتماعی |
|-------|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----|--|
| | Mean rank | N | Mean rank | N | Mean rank | N | | |
| ۰/۰۰۰ | ۲۷/۴۰ | ۱۸ | ۶۰/۹۸ | ۶۰ | ۸۵/۱۸ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش خدمات محلی |
| ۰/۰۰۰ | ۴۳/۵۰ | ۱۸ | ۴۳/۵۰ | ۶۰ | ۹۸/۶۲ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش امکانات آموزشی |
| ۰/۰۰۰ | ۵۳ | ۱۸ | ۸۴/۶۶ | ۶۰ | ۵۵/۰۹ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش امکانات بهداشتی |
| ۰/۰۰۰ | ۶۵/۱۷ | ۱۸ | ۵۸/۷۱ | ۶۰ | ۷۸ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش امکانات پست، مخابرات و تلفن |
| ۰/۰۰۱ | ۵۱/۵۰ | ۱۸ | ۵۹/۶۲ | ۶۰ | ۸۰/۵۰ | ۶۰ | ۱۳۸ | بهبود امکانات حمل و نقل |
| ۰/۰۰۰ | ۲۱/۸۳ | ۱۸ | ۷۴/۱۲ | ۶۰ | ۷۳/۴۲ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش مشارکت در روستا |
| ۰/۰۰۰ | ۴۹/۰۷ | ۱۸ | ۸۷/۶۶ | ۶۰ | ۵۳/۰۸ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش شکایات |
| ۰/۰۲۸ | ۴۶/۹۰ | ۱۸ | ۷۴/۱۹ | ۶۰ | ۶۷/۰۸ | ۶۰ | ۱۳۸ | افزایش رفتارهای ضد اجتماعی |
| ۰/۰۰۰ | ۸۹/۶۳ | ۱۸ | ۹۸/۰۹ | ۶۰ | ۳۲/۵۰ | ۶۰ | ۱۳۸ | رفتارهایی که با ارزش‌های سنتی و فرهنگی مقابله می‌کند |

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۱۹ (نتایج نظرات پرسش‌شوندگان درباره گسترش گردشگری خانه‌های دوم در منطقه مورد مطالعه را نشان

می‌دهد.

جدول ۱۹. نظرات پرسش‌شوندگان درباره گسترش گردشگری خانه‌های دوم در منطقه مورد مطالعه

| میانگین رتبه‌ای | درصد کل | درصد فراوانی | | | | | جامعه نمونه | شاخص |
|-----------------|---------|--------------|--------|------------|--------|--------------|----------------------|--|
| | | کاملاً مخالف | مخالف | نظری ندارم | موافق | کاملاً موافق | | |
| ۲.۵ | ۱۰۰ | ٪۲۵ | ٪۳۷/۵ | ۰ | ٪۳۷/۵ | ۰ | ساکنان دائم در روستا | آیا با گسترش خانه‌های دوم و سکونت موقت مهاجران شهری در روستا با توجه به آثار اجتماعی و اقتصادی حاصل از آن موافق هستید؟ |
| ۳.۱۶ | ۱۰۰ | ٪۱۱/۶۶ | ٪۲۵ | ٪۱۳/۳۳ | ٪۴۳/۳۳ | ٪۶/۶ | ساکنان خانه‌های دوم | |
| ۳.۴ | ۱۰۰ | ۰ | ٪۲۶/۶۶ | ٪۶/۶۶ | ٪۶۶/۶۶ | ۰ | مسئولان | |

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول (۱۹) درمی‌یابیم از بین این سه گروه، مسئولان (میانگین رتبه‌ای ۳/۴) بیشترین موافقت را با گسترش خانه‌های دوم داشتند و در رتبه بعدی ساکنان خانه‌های دوم (با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۶) قرار گرفته‌اند. مردم محلی هم مخالف‌ترین گروه با گسترش گردشگری بوده‌اند (میانگین رتبه‌ای ۲/۵). اکثر آنها اظهار داشتند، طی سال‌های گذشته با گسترش گردشگری خانه‌های دوم و با حضور افراد غریبه و ورود فرهنگ‌های متفاوت و متضاد با فرهنگ بومی، میزان امنیت در روستاهای منطقه کاهش یافته است. در گذشته سرقت از منازل یا محصولات مزارع و باغ‌های منطقه

بی‌سابقه بوده است؛ اما طی سال‌های اخیر، مسائلی چون دزدی، درگیری و اختلاف بین ساکنان و گردشگران و حتی بین خود گردشگران بسیار مشاهده می‌شود. مجموع این مسائل موجب می‌شود که ساکنان با وجودی که از آثار اقتصادی گردشگری در روستاهای خود آگاه هستند و معتقدند که گردشگری موجب افزایش فرصت‌های شغلی و درآمد، به‌ویژه در برخی از فصول سال در روستاهایشان شده است، اما با ادامه گردشگری به روند کنونی مخالف هستند؛ زیرا از دیدگاه آنها بسیاری از این گردشگران در کنار منافع اندک اقتصادی، پیامدهای اجتماعی منفی بیشتری، همچون ناامنی و رفتارهایی برخلاف هنجارهای اجتماعی برجای گذاشته‌اند. در نتیجه ادامه این جریان بدون نظارت کافی، می‌تواند باعث کاهش حضور گردشگرانی شود که ورود آنها می‌تواند از نظر اقتصادی، پیامدهای مثبتی در روستاهای مورد مطالعه به ارمغان آورد. به بیان دیگر، ادامه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، بدون توجه به پایداری آن باعث شد که آثار اقتصادی مثبت در سایه اثرات اجتماعی منفی، کم‌رنگ جلوه کند.

نتیجه‌گیری

جاذبه‌های گردشگری روستاهای ییلاقی بخش بندپی شرقی شهرستان بابل، در کنار فرصت‌هایی برای تجدید حیات اقتصادی، تهدیدهایی را نیز برای روستاهای مورد مطالعه فراهم کرده است. نتایج پژوهش حاضر از پیامدهای گردشگری خانه‌های دوم با توجه به داده‌های عینی و ذهنی به شرح زیر هستند:

از دیدگاه پرسش‌شوندگان سه جامعه و تحلیل‌های صورت‌گرفته، مهم‌ترین عوامل اقتصادی تأثیرگذار گسترش گردشگری خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه، افزایش زمینه‌های شغلی به‌ویژه مشاغل فصلی مرتبط با گردشگری، افزایش فرصت‌های شغلی در بخش خدمات، افزایش مهاجرت از روستا به شهر و توجه کمتر به انجام فعالیت‌های کشاورزی است.

مهم‌ترین عوامل اجتماعی تأثیرگذار گسترش گردشگری خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه از دیدگاه پرسش‌شوندگان، افزایش امکانات و خدمات محلی، مانند افزایش امکانات بهداشتی، افزایش رفتارهای ضد اجتماعی و متضاد با فرهنگ بومی، افزایش مشارکت در عمران و آبادانی روستا، تداوم امکانات مخابراتی و افزایش امکانات حمل‌ونقل بیان شد.

تحلیل‌های انجام‌گرفته در مورد دیدگاه گروه‌های پرسش‌شونده در مورد عوامل اجتماعی و اقتصادی تأثیرگذار حاصل از گسترش گردشگری خانه‌های دوم، نشان می‌دهد بیشترین همگرایی دیدگاه‌ها در زمینه آثار اقتصادی و بیشترین واگرایی در زمینه پیامدهای اجتماعی وجود دارد. مسئولان در روستاهای مورد مطالعه، نسبت به گردشگران و ساکنان دائم، موافق‌ترین گروه با گسترش گردشگری خانه‌های دوم هستند. آنها با وجود آگاهی از برخی از پیامدهای منفی گردشگری در روستاهای ناحیه، گردشگری را فرصتی برای تحول در اقتصاد و احیای دوباره روستاهای منطقه می‌دانند. از دیدگاه مسئولان، روستاهای منطقه از پتانسیل‌های بسیار زیادی، به‌خصوص در عرصه گردشگری برخوردارند؛ اما متأسفانه تا کنون برنامه مدیریتی یکپارچه‌ای در ارتباط با گردشگری ناحیه مورد مطالعه تدوین نشده است و این امر سبب شده است تا پیامدهای منفی گردشگری بیش از پیامد مثبت دیده شود. از دیدگاه مسئولان به جای نگاه منفی به گسترش

گردشگری در روستاهای ناحیه، باید به‌دنبال مدیریت مؤثرتر آن باشیم تا بتوانیم از قابلیت‌های روستاهای ناحیه در جهت احیا و تجدید حیات دوباره آنها استفاده کنیم.

مخالف‌ترین گروه با ادامه گسترش گردشگری خانه‌های دوم در منطقه، ساکنان دائمی روستاها هستند. هرچند آنها از آثار مثبت اقتصادی حاصل از گردشگری آگاهی دارند و حتی یکی از مشکلات روستای آنها، درآمد پایین ناشی از کمبود فرصت‌های اشتغال است؛ ولی با وجود این، به‌دلیل آثار منفی که گردشگری در ابعاد اجتماعی بر روستاها داشته است، آثار مثبت اقتصادی را نادیده گرفته و با روند کنونی توسعه گردشگری مخالف هستند.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد، گسترش گردشگری خانه‌های دوم در این روستاها در راستای گردشگری پایدار نیست، بلکه گردشگری خودجوش و بدون برنامه‌ریزی مدون است که نادیده گرفتن فرهنگ بومی را در پی دارد. همگرا کردن نظرات سه گروه مورد پژوهش و پُر کردن خلأ بین نظرات ساکنان با مسئولان منطقه از طریق برنامه‌های دقیق و منسجم، می‌تواند از اولویت‌های برنامه توسعه گردشگری در منطقه باشد. با توجه به رویکرد مساعد مدیران محلی در خصوص توسعه گردشگری در روستا، می‌توان با تهیه طرح‌های گردشگری جامع و ساماندهی شده در روستاها، برای برنامه‌ریزی همه‌جانبه گردشگری و کاهش آثار منفی آن، گام مثبتی برداشت و از توسعه گردشگری به‌منزله فعالیت مکمل، در تنوع بخشی فعالیت‌های اقتصادی و حفظ و گسترش فرهنگ بومی، از طریق برگزاری جشن‌ها و مراسم‌های سنتی، بهره گرفت. از این رو، مدیریت علمی اثرات گردشگری در منطقه و برنامه‌ریزی برای کنترل و هدایت آثار، امری مهم و اجتناب‌ناپذیر است.

در آخر باید افزود با وجودی که بسیاری از کشورهای جهان، گردشگری را یکی از مهم‌ترین راهکارهای نجات اقتصاد کشاورزی در حال رکود نواحی روستایی دانسته و از آن استفاده می‌کنند، اما در کشور ما هنوز برنامه‌ریزی مدون و همه‌جانبه‌ای در ارتباط با گردشگری روستایی، از جمله گردشگری خانه‌های دوم وجود ندارد؛ به‌طوری که در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه کشور (از جمله برنامه پنجم توسعه)، موضوع گردشگری روستایی به‌طور مشخص مورد توجه قرار نگرفته است و بیشتر در حد شعار باقی‌مانده است. مجموع این عوامل موجب شده است تا سرمایه‌گذاری جدی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری روستایی و بهره‌برداری از آن انجام نگیرد. نگاه بخشی و جدا به پدیده گردشگری، اگرچه شاید تأثیرات مثبت اقتصادی محدودی را برای روستاهای کشور به ارمغان آورده باشد، اما بسیاری از مطالعاتی که در این ارتباط در روستاهای کشور انجام گرفته، حاکی از آن است که در ابعاد اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی، پیامدهای منفی داشته که این امر بیانگر ضرورت نگاه جامع و کل‌گرا به پدیده گردشگری روستایی است.

منابع

1. Beetone, S., 2006, **Community Development through Tourism Australia**, CSIRO Publisher, Mexico.
2. Birda, J., Osti, L., 2007, **Second Homes and the Need for Policy Planning**, Electronic Copy, Available at: <http://ssrn.com/abstract>.
3. Cho, S. H., Newman, D. H., 2003, **Impacts of Secondhome Development on Housing Prices in the Southern Applachian Highlands**, Rudrds, Vol.15, No. 3, PP. 208-225.

4. Dadvar-Khani, F., 2012, **Participation of Rural Community and Tourism Development in Iran**, Community Development, Vol. 43, No. 2, PP. 259-277. (*in Persian*)
5. Davies, R.B., O'Farrell, P.N., 1981, **Asptial and Temporal Analysis of Second Llomes Ownership in West Wales**, Geoforum, Vol. 12, No. 2, PP.161-178.
6. Fazelniya, Gh., Kiani, A., Ramezanzadeh, M. E., Afshar, E., 2010, **Analysis of Second Homes on the Tourist Villages of the Host Community (Village Case Study Falls, the City Branch)**, Geographical Perspective (Human Studies), Vol. 6, No. 15, PP. 119-102. (*in Persian*)
7. Grahn, P., 1991, **Using Tourism to Protect Existing Culture: A Project in Swedish Lapland**, Leisure Studies, Vol.10, PP. 33-47.
8. Jomepoor, M., Ahmadi, SH., 2010, **"Impact of Tourism on Sustainable Rural Livelihoods, A Case Study: Village Savojbolagh Bzghan City)"**, Rural Research, Vol. 2, No. 1, PP. 33-66. (*in Persian*)
9. Kaltenborn, P., Oddgeir, A., 2009, **Amenity Development in the Norwegian Mountains Effects of Second Home Owner Environmental Attitudes on Preferences for Alternative Development Options**, Landscape and Urban Planning, Vol 91, PP.195-201.
10. Muller, D.K., 2000, **Second Home Tourism And Sustainable Development In North European Peripheries**, Department of Social and Economic Geography, Umeå University, SE-901 87, PP. 1-20.
11. Rezvani, M.R., Safaee, J., 2005, **Tourism Vasrat Its Second Homes in Rural Areas: Opportunity or Threat (Myrdmtalh: rural areas north of Tehran)**, Geographical Studies, No. 54, PP. 109-121. (*in Persian*)
12. Shaw, G. and Williams, A., 1994, **Critical issues in Tourism: A Geographical Perspective**, Oxford: Blackwell.
13. Statistical Center of Iran, **Population Census 1966, 1976, 1986, 1996, 2006**, <http://www.amar.org.ir>. (*in Persian*)
14. Statistical Center of Iran, **Agricultural Census, Years 1988,1993, 2003**, <http://www.amar.org.ir>. (*in Persian*)
15. Statistical Center of Iran, **Livestock Census, Years 1986, 2003**, <http://www.amar.org.ir>. (*in Persian*)
16. Statistical Center of Iran, **Workshops Census Years 1994, 2002**, <http://www.amar.org.ir>. (*in Persian*)
17. Tress, G., 2007, **Seasonality Landscapes, Seasonality of Second – home Use in Denmark**, Springer, Vol. 7, PP. 151-179.
18. Vepsalainen, M. & Pitkanen, K., 2007, **Second Home Countryside, Representations of the Rural in Finnish Popular Discourses**, Journal of Rural Studies, Vol. 26, No. 2, PP. 194-204.
19. Wang, X., 2006, **The Second Home Phenomenon in Haikou, China**, University of Waterloo, Ontario, Canada.
20. Weagraff, B. S. 2004, **The Contribution of Second Homes to Rural Economies**, Master's Thesis, College of Agricultural Sciences, Pennsylvania State University.
21. William, A. and Hall, C.M., 2000, **Tourism and Migration**. New Relation Ships between Production and Consumptions between Production and Consumption, Tourism Geographies, Vol. 65, PP. 15-27.