

Research Paper

The Impact of Tourism on the Economy of Roadside Villages (Case Study: Gorab Village and Zanganeh City, Malayer Township)

*Davood Sheikhi¹

1. Assistant Professor, Department of Geography, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran.



Citation: Sheikhi, D. (2023). [The Impact of Tourism on the Economy of Roadside Villages (Case Study: Gorab Village and Zanganeh City, Malayer Township) (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 14(2), 346-???, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2023.92922>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2023.92922>

Received: 18 Oct. 2022

Accepted: 24 April 2023

ABSTRACT

Today, the tourism industry is considered one of the fastest-growing economic sectors and one of the most suitable tools for the regeneration and revival of rural areas to achieve sustainable development. In this regard, because of their location, Roadside villages offer tourism services and sell souvenirs and agricultural and horticultural products to travelers and tourists, which plays a key role in their economic development. Based on this, the purpose of this research is to identify and analyze the role of tourism on the economy of Roadside villages in Zanganeh and Gorab, which are located next to the Arak-Malayer highway. The research method is descriptive and analytical. The statistical population is the residents of Gorab and Zanganeh, 266 households were selected as a sample using the Cochran formula. The rural tourism economy includes five components: economic reconstruction, economic sustainability, agricultural tourism, non-agricultural tourism and local community participation. Data analysis was done using SPSS and Smart PLS software. The results indicate that providing services to tourists and wayfarers has a significant effect on the tourism economy of these settlements. Also, by analyzing the R2 criterion, the highest impact of services to tourists on economic reconstruction with a value of 0/385 and the lowest impact on the participation of the local community with a value of 0/241 was obtained. In order to develop the tourism economy of Roadside villages, it is necessary to use the capacities and provide infrastructure and comfort facilities and eco-tourist accommodations in accordance with the environmental characteristics.

Key words:

Rural economy,
Tourism economy,
Diversification,
Souvenir, Malayer

Copyright © 2023, Journal of Rural Research. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

Extended Abstract

1. Introduction

O

ne of the most important infrastructures of tourism is the stops that provide

the well-being of tourists. If the villages on the way have tourist attractions, in addition to the role and duties of the wayside complexes, they are also responsible for other roles such as accommodation, especially in eco-tourist accommodations, buying and providing other necessities for travelers, selling souvenirs, and communicating with

* Corresponding Author:

Davood Sheikhi, PhD

Address: Department of Geography, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran.

Tel: +98 (912) 4236505

E-mail: Sheikhi@pnu.ac.ir

travelers and tourists. Meanwhile, providing services and selling souvenirs of local products can help the economy of these villages.

The village of Gorab and the city of Zanganeh have a high capacity for tourism development due to their role and function as a road and the presence of natural, cultural and historical attractions. In addition, they are one of the production hubs of grapes and raisins in the country in the field of agriculture. According to the midway position; The retail economy based on the sale of souvenirs and dry goods to travelers and tourists is one of the important sources of income for these two settlements. Despite the many capabilities and opportunities, these settlements have not been able to make the most of the advantage of being in the middle of the road and their tourism performance. Despite the fact that one of the main activities of the villagers is based on selling souvenirs to travelers and tourists on the way, this type of activity has challenges such as unhygienic, low-quality products, lack of beautiful packaging and high prices of products, which cause lower sales. This type of product, and as a result, has not performed optimally in the village economy. On the other hand, due to the historical heritage and attractive natural landscape, for travelers who want to stay, these settlements do not have ecotourism accommodations. Therefore, the main question of the research is, at what level is the tourism economy of these wayside settlements, and what effect does the service and selling of souvenirs to tourists and passers-by have on the components of the tourism economy?

2. Methodology

The current research is of the type of applied studies and the dominant approach to the research process is descriptive-analytical, in terms of the implementation method, it is a combined documentary-survey type and the method of data collection is a cross-sectional survey. The statistical population of household head research is located in Gorab village and Zanganeh city, based on Cochran's number formula, 262 households were obtained as a research sample. The tool for gathering information is a researcher-made questionnaire, which indicators and items of rural tourism economy include: economic reconstruction, economic sustainability, agricultural tourism, non-agricultural tourism and local community participation. Data analysis was done using SPSS and Smart PLS software.

3. Results

Using the one-sample t-test, the results show that the average of the research indicators is higher than the average of the items, and the overall average of the tourism economy development index was 3.57. Therefore, it can be concluded that these settlements are in good condition in terms of economic indicators of tourism.

4. Discussion

In examining the fit of the structural model, the criteria of Z significance numbers, R^2 criterion, Q^2 criterion and redundancy criterion were used. The t-values indicate the correctness of the relationships between the model constructs and the confirmation of the hypotheses related to them. The R^2 criterion was used to check the intensity of relationships between constructs. According to the route coefficient data, service to passing travelers and tourists has a positive and significant effect on rural tourism intentions, so it directly explains 46.2% of the changes related to the development of the tourism economy. Also, service to tourists has had the greatest impact on economic reconstruction with a value of 0.385, followed by economic sustainability (0.37), agricultural tourism (0.363), non-agricultural tourism (0.352) and finally participation. The local community ranks next with value of 0.241.

5. Conclusion

Villages on the way, especially in tourist areas, in addition to agricultural activities, provide tourism services and sell souvenirs and local products to travelers and tourists. In the current research, the effects of the tourism economy were investigated and analyzed in the form of five indicators in the settlement between Zanganeh village and Gorab village. The results showed that the status of these 5 indicators is favorable and above average. These results are in agreement with the findings of [Zhang & Ryan \(2018\)](#) and [Chatzitheodoris and Kontogeorgs \(2020\)](#), who have discussed the role and importance of tourism and the provision of tourism services in the rural economy. Another result of the research is that services to tourists and selling souvenirs have had the greatest impact on economic reconstruction. This result is consistent with the opinions of [\(Khani, 2018\)](#).

In order to achieve the development of the tourism economy in these settlements, it is necessary to upgrade and optimize the existing services. Then he pointed to the creation and provision of a higher level of existing services, which includes accommodation and setting up of ecotourism residences, holding festivals and seasonal ex-

hibitions of native products and handicrafts to rebuild the rural economy.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest



تأثیر گردشگری بر اقتصاد روستاهای بین‌راهی (مورد مطالعه: روستای گوراب و شهر زنګنه شهرستان ملایر)

داود شیخی^۱

۱- استادیار، گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

تاریخ دریافت: ۲۶ مهر ۱۴۰۱
تاریخ پذیرش: ۰۴ اردیبهشت

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از پرشتاب‌ترین بخش‌های اقتصادی و یکی از مناسب‌ترین ابزارهای بازآفرینی و احیای مجدد مناطق روستایی برای نیل به توسعه پایدار مطرح است. در این رابطه، روستاهای بین‌راهی به دلیل موقعیت خود، خدمات گردشگری و فروش سوغات و محصولات و فرآورده‌های کشاورزی و باغداری به مسافران و گردشگران ارائه می‌کنند که نقش کلیدی در توسعه اقتصادی آن‌ها دارد. بر این اساس، هدف از این پژوهش شناخت و تحلیل نقش گردشگری بر اقتصاد روستاهای بین‌راهی در روستا شهر زنګنه و گوراب است که در کنار بزرگراه اراک - ملایر واقع شده‌اند. روش پژوهش توصیفی تحلیلی است. جامعه آماری، ساکنین روستای گوراب و شهر زنګنه است که با فرمول کوکران تعداد ۲۶۶ خانوار به‌عنوان نمونه انتخاب گردید. اقتصاد گردشگری روستایی شامل پنج مؤلفه بازساخت اقتصادی، پایداری اقتصادی، گردشگری کشاورزی، گردشگری غیر کشاورزی و مشارکت جامعه محلی است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Smart PLS انجام شده است. نتایج حاکی از تأثیر معنادار ارائه خدمات به گردشگران و مسافران بین‌راهی بر اقتصاد گردشگری این سکونتگاه‌ها دارد. همچنین با تحلیل معیار R^2 ، بیشترین تأثیر خدمات به گردشگران به بازساخت اقتصادی با مقدار ۰/۳۸۵ و کمترین تأثیر آن به مشارکت جامعه محلی با مقدار ۰/۲۴۱ به دست آمد. جهت توسعه اقتصاد گردشگری روستاهای بین‌راهی، استفاده از ظرفیت‌ها و فراهم کردن زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی، منطبق با ویژگی‌های محیطی امری ضروری است.

کلیدواژه‌ها:

اقتصاد روستایی، اقتصاد گردشگری، تنوع‌بخشی، سوغات، ملایر

مقدمه

از طریق اشتغال‌زایی و حفاظت از طبیعت روستایی در نظر گرفته شده است (Dašić et al., 2020: 720).

عناصر و زیرساخت‌های گردشگری یکی از ارکان اصلی نظام گردشگری هستند و شامل خدمات و تسهیلاتی می‌شوند که رفاه گردشگر را فراهم کرده و دسترسی مناسب به این عناصر در جذب گردشگر و افزایش ماندگاری آن‌ها در مقصد تأثیر بسزایی دارند (Ebrahimzadeh & Aghasizadeh, 2009: 108). یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های گردشگری، توقفگاه‌ها هستند که نقش مهمی در شکل‌گیری تصویر ذهنی مقصد گردشگری برای گردشگران دارند (Yosefi Shahir et al., 2014: 26). روستاهای بین‌راهی به‌عنوان توقفگاه‌ها، اگر دارای جاذبه‌های گردشگری هم باشند علاوه بر نقش و وظایف مجتمع‌های بین‌راهی، اقامت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، تأمین سایر مایحتاج مسافران و فروش سوغات و ارتباط با گردشگران را هم به عهده دارند که در این

در عصر حاضر گردشگری یکی از پردرآمدترین و مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی (Darvishi et al., 2014: 70) و به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار است (Sharply, 2001: 109) به‌طوری‌که در کشورهای درحال توسعه می‌تواند راه‌حل مناسبی برای رفع مشکلات اقتصادی آن‌ها باشد (Ibadat, 2016: 3) به‌خصوص در اکثر نواحی روستایی که به دلیل غالب بودن اقتصاد کشاورزی و آسیب‌پذیری آن، توجه به گردشگری می‌تواند تضمینی بر بهبود کیفیت زندگی و رشد اقتصادی جوامع روستایی باشد. همچنین نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و خلق فرصت‌های شغلی جدید ایفا می‌کند (Mahdavi et al., 2018: 42) و یکی از مناسب‌ترین ابزارها برای بازآفرینی و احیای مجدد مناطق روستایی (Gao & Wu, 2017: 224) و تضمین آینده‌ای پایدار

* نویسنده مسئول:

دکتر داود شیخی

نشانی: تهران، دانشگاه پیام نور، گروه جغرافیا.

تلفن: ۴۲۳۶۵۰۵ (۹۱۲) ۹۸+

پست الکترونیکی: Sheikhi@pnu.ac.ir

مروری بر ادبیات موضوع

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و استفاده از توان‌های بالقوه منطقه‌ای به‌منظور جذب گردشگر، یکی از راه‌های مناسب برای نیل به توسعه اقتصادی است (Sargazi et al., 2020: 56). توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان یک بخش ارزشمند و رشد‌یابنده در زمینه رفیافت اقتصادی مطرح بوده و در زمینه سرمایه‌گذاری باتوجه به دسترس بودن منابع و پایین بودن قیمت‌ها و کوچک بودن طرح‌ها در مقایسه با دیگر طرح‌های گردشگری خطرات و هزینه‌های کمتری دارد (Papoli Yazdi & Saghaei, 2014: 208). در نتیجه، گردشگری یکی از مهم‌ترین موضوعات در زمینه توسعه روستایی به شمار می‌آید که از دیدگاه پایداری دارای ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی است (Chatzitheodoridis & Kontogeorgos, 2020: 15).

امروزه منافع اقتصادی گردشگری روستایی، به خاطر ایجاد و رونق مشاغل جدید و نیز به دلیل توسعه بازار فروش محصولات کشاورزی ابعاد وسیعی یافته است. این درآمدها برای اقشار کم‌درآمد روستایی به دلیل افزایش منافع اقتصادی کسب‌وکارهای خارج از مزرعه، اهمیت ویژه‌ای دارد (Karami et al., 2013: 115). گردشگری از بخش کشاورزی نیز حمایت می‌کند (Hashimoto & Tefler, 2011: 45) که در نواحی روستایی کشورهای درحال توسعه از جمله ایران کشاورزی به‌عنوان فعالیت غالب در نظر گرفته می‌شود. خان و همکاران معتقدند در مناطق روستایی پاکستان، گردشگری به‌عنوان یک استراتژی برای کشاورزی و توسعه جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد (Khan et al., 2020: 3). سکونتگاه‌های بین‌راهی نقش‌های مختلفی اعم از اقتصادی، بازرگانی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی دارند. با استفاده از این نقش‌ها می‌توان ضمن حداکثر رساندن رفاه مسافران از ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل این سکونتگاه‌ها در جهت دستیابی به توسعه پایدار بهره گرفت (Rezaei et al., 2018: 938). یکی از فعالیت‌های موردعلاقه گردشگران، به‌ویژه در روستاهای بین‌راهی، به یک عامل مهم اقتصادی در گردشگری و صنایع خرده‌فروشی تبدیل شده است (Meng & Xu, 2012). اهمیت خرید در تجربه گردشگران، موجب افزایش توجه تولیدکنندگان به محصولات گردشگری، بازاریابان، فروشنده‌گان و محققان شده است (Yu & Littrell, 2003). خرید سوغاتی‌های معتبر و اصیل محلی بخشی از تجربه سفر است (Lacher & Nepal, 2011: 30). سوغاتی‌ها به دلیل نیاز به سرمایه کم به‌عنوان یک راه بالقوه و به‌عنوان وسیله‌ای مؤثر برای ایجاد منافع اقتصادی محلی برای جامعه میزبان روستایی پیشنهاد شده‌اند.

به‌منظور ارزیابی و بررسی آثار اقتصادی گردشگری در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی تلاش‌های زیادی صورت گرفته است که سیستم حساب‌های اقماری، ضریب تکاثری و مدل تعادل عمومی، نمونه‌هایی از آن‌ها محسوب می‌شود (Oroji et al., 2018: 109) که

میان ارائه خدمات و فروش سوغات محلی می‌تواند به اقتصاد این روستاها کمک نماید.

در مورد خرید سوغات، پژوهشگران معتقدند که خرید سوغات جزء جدایی‌ناپذیر تجربه سفر برای گردشگران است (Kong & Chang, 2012: 3). یک تجربه سفر مثبت باعث خرید بیشتر سوغات می‌شود (Wilkins, 2011: 245). از این‌رو، خرید به منبع درآمد قابل‌توجهی برای بسیاری از مناطق گردشگری تبدیل شده است (Li & Ryan, 2018: 142). همچنین فروش سوغات باعث کمک به اقتصاد گردشگری و تبلیغات رایگان (Kong & Chang, 2012: 4) و جذب مسافران آینده (Prebensen, 2005: 68) می‌شود. بنابراین، سوغاتی‌ها نقش مهمی در توسعه اقتصاد گردشگری روستایی ایفا می‌کنند (Tosun et al, 2007: 93). برای مثال در تایلند و تایوان روستائیان با فروش سوغاتی به گردشگران، کسب درآمد می‌کنند (Manola, & Balermipas, 2020: 4-6). شهر فاروج در استان خراسان شمالی که یک شهر بین‌راهی است بخشی از مردم اقتصاد خود را از طریق فروش آجیل به مسافران مشهود می‌گذرانند.

روستای گوراب و روستاشهر زنگنه در شهرستان ملایر به دلیل نقش و عملکرد بین‌راهی و همچنین وجود جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی از ظرفیت بالایی در جهت توسعه گردشگری برخوردارند. علاوه بر آن در زمینه کشاورزی نیز به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید انگور و کشمش در کشور هستند. باتوجه به موقعیت بین‌راهی؛ اقتصاد خرده‌فروشی مبتنی بر فروش سوغات و خشکبار به گردشگران از منابع مهم درآمدی این دو سکونتگاه است. اما با وجود قابلیت‌ها و فرصت‌های فراوان، این سکونتگاه‌ها نتوانسته‌اند از مزیت موقعیت بین‌راهی و کارکرد گردشگری خود نهایت استفاده را ببرند. علی‌رغم اینکه یکی از فعالیت‌های اصلی روستائیان فروش سوغات است اما این نوع فعالیت‌ها با چالش‌هایی نظیر غیربهداشتی بودن، کیفیت پایین محصولات، فاقد بسته‌بندی زیبا و قیمت بالای محصولات مواجه هستند که این عوامل باعث فروش کمتر شده و اینکه در اقتصاد روستا عملکرد بهینه‌ای نداشته باشند. از طرف دیگر باتوجه به میراث تاریخی و چشم‌انداز طبیعی جذاب برای مسافران، این سکونتگاه‌ها فاقد اقامتگاه‌های بوم گردی هستند از این‌رو نیاز به توسعه زیرساخت‌های خدماتی گردشگری جهت متنوع سازی اقتصادی روستاها احساس می‌شود.

به‌منظور بهره‌مندی از مزایای گردشگری لازم است آثار گردشگری فعلی و سوغات فروشی‌ها بر این سکونتگاه‌ها ارزیابی شده تا بر اساس آن سیاست‌ها و اقدامات مؤثر در پیش گرفته شود. بنابراین سؤال اصلی تحقیق این است که اقتصاد گردشگری این سکونتگاه‌های بین‌راهی در چه سطحی قرار دارد و اینکه خدمات و فروش سوغات به گردشگران و مسافران عبوری چه تأثیری بر مؤلفه‌های اقتصاد گردشگری دارد؟

در این پژوهش از مدل ارزیابی اقتصاد گردشگری روستایی در ایران (Oroji et al., 2018) استفاده شده است که شامل پنج مقوله باز ساخت اقتصادی، پایداری اقتصادی، گردشگری کشاورزی، گردشگری غیر کشاورزی و مشارکت جامعه محلی است که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود.

یکی از مؤلفه‌های اقتصاد گردشگری روستایی باز ساخت است. باز ساخت را می‌توان به عنوان انتقال مفهوم تغییر به سوی نظم متمایز قابل توجه و پیکربندی اجتماعی، اقتصادی و زندگی سیاسی در نظر گرفت. یکی از کارکردهای مهمی که در فرایند تغییرات جوامع به کارکردهای پیشین روستاها اضافه شده، فعالیت‌های گردشگری است (Ramzanzadeh et al., 2019: 28). گردشگری در قالب تنوع بخشی به فعالیت‌های روستایی قادر است آثار چشمگیری بر اقتصاد و اجتماع روستا بر جای گذارد (Khani, 2018: 150). باز ساخت اقتصادی به معنای نقش گردشگری در تغییر ماهیت یا کارکرد اقتصاد روستاها است و اینکه فعالیت‌های گردشگری تا چه میزان توانسته است بر روند و نظام اقتصادی روستا تأثیر گذار بوده و آن را از حالت سنتی به شیوه جدیدتری تغییر دهد و در واقع یک اقتصاد جایگزین را ایجاد نماید. همچنین پیامدهای اقتصادی این دگرگونی‌ها باعث استقرار فعالیت‌های جدیدی شده است که منطبق با ساختارهای جمعیتی و اجتماعی و در راستای واکنش به دگرگونی‌های محیط بیرونی ایجاد شده‌اند.

مؤلفه دوم، پایداری اقتصادی است و اشاره به سطح منافع اقتصادی از گردشگری دارد که برای تأمین درآمد مناسب برای جامعه محلی کافی است. به این ترتیب پیش شرط پایداری اقتصادی، جذابیت منطقه و کیفیت بالای عرضه محصولات گردشگری است (Rezvani, 2009: 122-125).

مؤلفه سوم، گردشگری کشاورزی است که یکی از مهم‌ترین ارکان گردشگری روستایی و راهبردی جهت توسعه پایداری روستایی است. باتوجه به اینکه کشاورزی کارکرد اصلی اقتصاد نواحی روستایی محسوب می‌شود مهم‌ترین رکن توسعه یک روستا تقویت ساختار کشاورزی در کنار سایر فعالیت‌ها است (Fotoohi et al., 2021; Oroji et al., 2018). گردشگری کشاورزی شامل بازدید از مزارع کشاورزی، احداث مغازه‌ها در مزرعه، ایجاد مزارع و جاذبه برای کودکان، ایجاد محل اقامت در مزرعه و زمین‌های کشاورزی، فراهم آوردن امکان آشنایی با فعالیت و کار کشاورزی و گذران اوقات فراغت است (Tulabinejad et al., 2019: 80). در واقع گردشگری کشاورزی، علاوه بر جذب گردشگر، می‌تواند باعث متنوع سازی راهبردهای معیشتی، تنوع اشتغال، ایجاد کسب و کارهای جدید و کارآفرینی در مناطق روستایی شود (Tulabinejad et al., 2019: 81).

مؤلفه چهارم، گردشگری غیر کشاورزی است که می‌تواند

در زمینه تولید درآمدهای جایگزین کشاورزی، اشتغال و ایجاد فعالیت‌ها در حوزه صنعت و خدمات نقش مهمی را ایفا نماید. همچنین می‌تواند اقتصاد محلی را احیاء و به بهبود کیفیت زندگی کمک نماید (Tulabinejad et al., 2019: 75).

مؤلفه پنجم، مشارکت جامعه محلی بوده که بخش مهمی برای توسعه بومی و درون‌زا در روستاها است. مشارکت مردم در طرح‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری در روستاها می‌تواند ضمن آگاه کردن آن‌ها از ماهیت و دامنه فعالیت‌ها، سهم ساکنین از منافع گردشگری را افزایش داده و روند تحقیقات و اجرای فعالیت‌های گردشگری در روستا را تسریع ببخشد که به آن گردشگری اجتماع محور گفته می‌شود. گردشگری اجتماع محور رویکردی برای توسعه گردشگری در سطح محلی است و جوامع را قادر می‌سازد تا با هم همکاری کنند و راه حل‌های توسعه محور را برای جذب گردشگر و افزایش تأثیر اقتصادی گردشگری در یک مکان ایجاد کنند (Tulabinejad et al., 2019: 199).

پیشینه تحقیق

مطالعات در مورد سوغات در مقایسه با سایر مطالعات در مورد پدیده‌های گردشگری پراکنده و محدود است همچنین قابلیت‌های خاص مثل شرایط ترانزیتی و گردشگری روستاهای بین‌راهی کمتر مدنظر بوده است. برخی مطالعات که در مورد آثار اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی و فروش سوغات و اثر آن در توسعه اقتصادی مناطق گردشگری انجام شده است ارائه می‌شود.

شمهاری اردجانی (۲۰۱۲) تلاش کرده است باتوجه به پتانسیل‌های طبیعی و نقاط مستعد دو طرف جاده اسلام به خلخال، الگوی جدید گردشگری جاده‌ای را به گردشگران معرفی نمایند. چهارزی و تقی پور (۲۰۱۳) معتقدند که بعد از احداث جاده ترانزیتی، روستای تنگکلوره در شهرستان لردگان با افزایش اشتغال مواجه بوده است و غیر از کار بر روی زمین، ساکنین به خدمات‌رسانی به مسافران روی آورده‌اند. صابری فر (۲۰۱۸) در پژوهشی در مورد قابلیت‌های گردشگری مناطق گذرگاهی و بین‌راهی خراسان جنوبی به این نتیجه دست یافت که باتوجه به قابلیت‌ها و تنگناهای استان، باید از قابلیت ترانزیتی منطقه بهره‌برداری شود. ابراهیمی دهکردی (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با هدف ارزیابی اقتصاد گردشگری در روستاهای مازندران نتیجه گرفت که درآمدزایی از طریق گردشگری، بیشتر در بخش فروش محصولات کشاورزی، خدمات گردشگری و تولیدات بومی بوده است. قادری و اعرابی (۲۰۱۹) به بررسی آثار گردشگری بر پایداری شهر بین‌راهی زیراب در استان مازندران پرداختند و نتایج نشان داد که اگرچه گردشگری در اغلب متغیرهای مدیریتی، کالبدی و اقتصادی اثری مثبت داشته ولیکن از لحاظ محیط زیستی موجب مسائل عمده‌ای همچون تغییر کاربری و

افزایش آلودگی شده است. در نهایت پیشنهاد می‌کنند که رویکرد یکپارچه توسعه گردشگری می‌تواند نقش چشمگیری در پایداری زیراب داشته باشد.

لاچر و نپال^۱ (۲۰۱۱) در مورد آثار اقتصادی فروش سوغات در یک مقصد توریستی دورافتاده در شمال تایلند دورا حل برای افزایش تأثیر اقتصادی سوغاتی‌های بومی ارائه می‌کنند که شامل ارائه اطلاعات بهتر در مورد سوغاتی‌ها به گردشگران و راه حل دوم، ممنوعیت فروش برخی از سوغاتی‌های وارداتی و خارجی در فروشگاه‌های محلی است. **ایبادات^۲ (۲۰۱۶)** پژوهشی با عنوان «اقتصاد فروش سوغات و نقش آن در گردشگری منطقه زیارتگاهی باری امام پاکستان» انجام داد (باری امام زاهد صوفی قرن هفدهم و یکی از برجسته‌ترین صوفیان مکتب فکری اهل سنت بود). نتایج نشان داد که در صورت تأمین زیرساخت‌های گردشگری، توسعه گردشگری اتفاق خواهد افتاد. به صورت کلی فروش سوغات باعث توسعه اقتصادی - اجتماعی منطقه گردشگری زیارتی باری امام شده است. **ژانگ و رایان^۳ (۲۰۱۸)** در پژوهشی دریافتند که در نیوزیلند، محصولاتی مانند موم زنبورعسل و روغن ماهی و عسل، از جمله سوغاتی‌های محبوبی هستند که توسط گردشگران چینی خریداری می‌شوند و نقش مهمی در اقتصاد محلی دارند. **چاتزیتودوریدیس و کونتوزئورس^۴ (۲۰۲۰)** در پژوهشی به بررسی فروش خز به عنوان یک محصول گردشگری در مقیاس کوچک در یک منطقه مرزی روستایی یونان در مرز با آلبانی پرداخت. شهر کاستوریا، به دلیل تولید محصولات خز با کیفیت بالا شناخته شده است. صنعت خز از دهه ۱۹۸۰ به بعد به سوق دادن اقتصاد محلی به سمت توسعه گردشگری کمک کرده است.

پژوهش حاضر با هدف تبیین آثار گردشگری بر اقتصاد سکونتگاه‌های بین‌راهی با تأکید بر فروش سوغات محلی سعی کرده است باتوجه به مطالعات پیشین، روستاشهر زنگنه و روستای گوراب را مورد مطالعه قرار دهد که نتایج پژوهش نشان می‌دهد تاکنون پژوهشی به منظور مطالعه اقتصاد گردشگری سکونتگاه‌های بین‌راهی و اقتصاد فروش سوغات انجام نشده است و پژوهش‌ها آثار اقتصادی گردشگری را فقط در شهرها و روستاهای مقصد گردشگری و یا جنبه‌های مختلف سوغات مورد بررسی قرار داده‌اند.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نوع مطالعات کاربردی است و باتوجه به ماهیت موضوع، توصیفی - تحلیلی است و نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی

مقطعی است. جامعه آماری، سرپرستان خانوار در روستای گوراب و شهر زنگنه شهرستان ملایر است که در **جدول شماره ۱** بر اساس فرمول کوکران ۲۶۲ خانوار به عنوان نمونه به دست آمد. باتوجه به اینکه بیشتر سوغات‌سراها در شهر زنگنه قرار دارد تعداد ۱۵۰ نمونه از زنگنه و تعداد ۱۱۲ نمونه خانوار از روستای گوراب انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه محقق ساخت است که شاخص‌ها و گویه‌های به کاررفته در **جدول شماره ۲** در زمینه شاخص‌های اقتصاد گردشگری روستایی شامل: بازساخت اقتصادی، پایداری اقتصادی، گردشگری کشاورزی، گردشگری غیر کشاورزی و مشارکت جامعه محلی است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Smart PLS انجام شده است.

موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

شهرستان ملایر همان‌طور که در **تصویر شماره ۱** نشان داده شده است، در جنوب شرقی استان همدان قرار دارد. بر اساس سرشماری ۱۳۹۵ دارای ۲۸۸۶۸۵ هزار نفر جمعیت در قالب ۶۹۷۶۲ خانوار بوده است (Statistical Center of Iran, 2016). این شهرستان دارای جاذبه‌های گردشگری طبیعی، فرهنگی، تاریخی است. بخش زند و مرکزی به دلیل استقرار در یک ناحیه کوهستانی، برخورداری از آب‌وهوای معتدل، طبیعت بکر و زیبا، از قابلیت‌های قابل توجه گردشگری برخوردار است و یکی از مناطق مهم تولید انگور و کشمش در کشور است. قرارگیری بر سر محور کرمانشاه ملایر تهران باعث رشد سکونتگاه‌های بین‌راهی زنگنه و گوراب شد. اقتصاد خرده‌فروشی مبتنی بر فروش سوغات و خشکبار از منابع مهم درآمدی این دو سکونتگاه‌ها است که در **تصویر شماره ۲**، برخی از سوغات فروشی‌ها نشان داده شده است. باتوجه به اینکه ملایر، توسط سازمان جهانی خواروبار کشاورزی (فائو) به عنوان شهر جهانی انگور و به عنوان شهر جهانی مبل و منبت توسط شورای جهانی صنایع دستی ثبت شده است دارای ظرفیت‌های بالایی برای جذب گردشگر است. این شهرستان با حدود ۱۱ هزار هکتار تاکستان هرساله به طور میانگین ۲۳ تن انگور در هر هکتار تولید می‌کند. مهم‌ترین سوغات روستاهای این منطقه، انگور، کشمش، شیر انگور، باسلوق و شربت انگور، آبغوره، سرکه، قیسی، خشکبار، بادام، گردو، عسل، باسلق، فطیر و محصولات دیگر است. باتوجه به اینکه ۷۰۰ هکتار از اراضی بخش زند زیر کشت آلبالو و گیلان است ظرفیت برگزاری جشنواره شکوفه‌های آلبالو و گیلان را هم دارد. لازم به ذکر است که جشنواره‌های شکوفه‌ی گیلان در سراسر جهان برگزار می‌شود که ابتدا در ژاپن برگزار شد و می‌توان در زنگنه هم برگزار کرد.

1. Lacher & Nepal
2. Ibadat
3. Zhang & Ryan
4. Kontogeorgos & Chatzitheodoridis

جدول ۱. تعداد جمعیت و خانوار روستاهای مورد مطالعه.

نام سکونتگاه	تعداد جمعیت	تعداد خانوار	تعداد نمونه
شهر زنگنه	۷۲۵	۲۳۹	۱۵۰
روستای گوراب	۲۷۳۱	۵۸۱	۱۱۲
جمع	۳۴۵۶	۸۲۰	۲۶۲

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵

جدول ۲. شاخص‌ها و متغیرهای اقتصاد گردشگری روستایی.

شاخص	متغیر
باز ساخت اقتصادی	تنوع فعالیت‌های اقتصادی
	افزایش میزان سرمایه‌گذاری
	کاربری زمین
پایداری اقتصادی	فعالیت‌های جایگزین
	توسعه زیرساخت‌های روستا
	کاهش فقر و توانمند شدن مردم
گردشگری کشاورزی	کاهش مهاجرت
	تنوع محصولات کشاورزی
	افزایش محصولات کشاورزی
گردشگری غیر کشاورزی	بازاریابی محصولات کشاورزی
	رونق خرید و فروش محصولات کشاورزی
	اشتغال کشاورزی
مشارکت جامعه محلی	گرایش به اشتغال غیر کشاورزی
	واحد‌های خدماتی و صنعتی
	درآمدهای جایگزین
مشارکت مردم در طرح‌ها و پروژه‌ها	توزیع درآمدها و منافع ناشی از گردشگری
	رضایتمندی جامعه محلی از گردشگری
	مشارکت مردم در طرح‌ها و پروژه‌ها

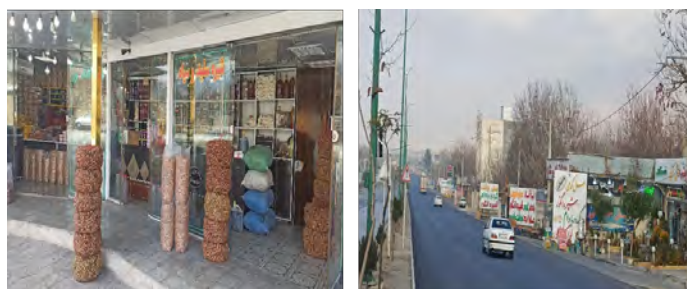
فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱



تصویر ۲. نمایی از سوغات فروشی‌های شهر زنگنه در کنار بزرگراه. منبع: نگارنده، ۱۴۰۱

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

در جدول شماره ۵، بر اساس واحدهای خدماتی و رفاهی، ۸۵ سوغات سرآه ۸ سالن غذاخوری، ۵ تعمیرگاه و تعویض روغنی در روستای گوراب و شهر زنگنه وجود دارد که بیشتر آن‌ها در شهر زنگنه قرار دارد و به ارائه خدمات و فروش محصولات باغی و خشکبار و پخت نان و فطیر به روش سنتی و تنوری می‌پردازند.

جهت تحلیل داده‌ها، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد که جداول شماره ۶ و ۷ نتایج آن را نشان می‌دهد. بر اساس داده‌های این جدول نشان می‌دهد که میانگین وضع موجود شاخص‌های تحقیق بالاتر از حد متوسط گویه‌ها است (باتوجه به استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت حد متوسط در این پژوهش عدد ۳ در نظر گرفته شده است) و بنابراین استنباط می‌شود که این سکونتگاه‌ها از نظر شاخص‌های تحقیق در وضعیت مناسبی قرار

یافته‌ها

از تعداد پاسخ‌گویان ۷۳ درصد را مردان و ۲۷ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. بر اساس جدول شماره ۳، میانگین سن پاسخ‌دهندگان ۳۶/۶ سال و رده سنی ۳۱-۴۰ سال، بیشترین میزان از پاسخ‌دهندگان را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر سطح سواد، ۵۶ درصد از پاسخ‌گویان دارای مدرک دیپلم به بالا بوده‌اند. باتوجه به جدول شماره ۴، بر اساس نوع شغل اول حدود ۲۴ درصد از پاسخ‌گویان باغدار و ۲۲ درصد مغازه‌دار، و بر اساس نوع شغل دوم ۴۷ درصد مغازه‌دار و ۲۸ درصد باغدار اظهار شغل کرده‌اند.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان.

گروه‌های سنی (سال)	درصد فراوانی	تحصیلات	درصد فراوانی
زیر ۳۰ سال	۱۶/۲	بی‌سواد	۰
۳۱-۴۰	۳۴/۷	ابتدایی	۳
۴۱-۵۰	۲۷	سیکل	۱۲
۵۱-۶۰	۱۴/۱	دیپلم	۲۹
۶۱ به بالا	۷/۴	دیپلم به بالا	۵۶
جمع	۱۰۰	جمع	۱۰۰

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

جدول ۴. گروه‌های شغلی پاسخ‌دهندگان بر اساس نوع شغل اول و دوم.

گروه‌های شغلی	درصد شغل اصلی	درصد شغل دوم
کشاورز	۱۳	۰
باغدار	۲۴	۲۸
مغازه‌دار	۲۲	۴۷
کارگر	۱۴	۰
دولتی	۱۶	۰
خانه‌دار	۱۱	۷
سایر	۰	۱۸

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

جدول ۵. تعداد واحدهای خدماتی.

تعداد	واحد خدماتی
۸۵	سوغات سرا
۸	سالن غذاخوری
۲۱	نانوایی تنوری سنتی
۱	پمپ‌بنزین
۵	تعمیرگاه

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

جدول ۶. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای در بررسی وضعیت منطقه مورد مطالعه از نظر شاخص‌های تحقیق.

Test Value = ۳					شاخص
t	معناداری	میانگین	اختلاف میانگین	انحراف معیار	
۱۰/۹۹۰	۰/۰۰۰	۳/۴۵۸	۰/۴۵۸	۰/۸۱۵۸	باز ساخت اقتصادی
۱۶/۲۰۷	۰/۰۰۰	۳/۶۵۵	۰/۶۵۵	۰/۷۹۲۳	پایداری اقتصادی
۱۰/۶۸۲	۰/۰۰۰	۳/۴۵۸	۰/۴۵۸	۰/۸۴۰۸	گردشگری کشاورزی
۱۵/۶۹۸	۰/۰۰۰	۳/۷۳۳	۰/۷۳۳	۰/۹۱۴۵	گردشگری غیر کشاورزی
۱۴/۵۰۴	۰/۰۰۰	۳/۵۶۲	۰/۵۶۲	۰/۷۵۹۵	مشارکت جامعه محلی

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

جدول ۷. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای در بررسی وضعیت منطقه مورد مطالعه از نظر گویه‌های تحقیق.

t	معناداری	میانگین	اختلاف میانگین	انحراف معیار	متغیر	شاخص
۸/۲۶۵	۰/۰۰۰	۳/۵۱	۰/۵۱	۰/۹۷۳۴	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	باز ساخت اقتصادی
۸/۲۲۸	۰/۰۰۰	۳/۷۷	۰/۷۷	۰/۹۳۵۹	افزایش میزان سرمایه‌گذاری	
۷/۳۸۵	۰/۰۰۰	۳/۶۹	۰/۶۹	۰/۹۳۸۹	کاربری زمین	
۵/۲۲۷	۰/۰۰۰	۳/۴۹	۰/۴۹	۰/۹۳۷۴	فعالیت‌های جایگزین	پایداری اقتصادی
۹/۳۰۳	۰/۰۰۰	۳/۷۷	۰/۷۷	۰/۸۳۰۴	توسعه زیرساخت‌های روستا	
۶/۷۵۸	۰/۰۰۰	۳/۵	۰/۵	۰/۷۴۵۵	کاهش فقر و توانمند شدن مردم	
۸/۱۵۱	۰/۰۰۰	۳/۷۸	۰/۷۸	۰/۹۵۶۹	کاهش مهاجرت	گردشگری کشاورزی
۴/۳۶۱	۰/۰۰۰	۳/۴۱	۰/۴۱	۰/۹۴۰۳	تنوع محصولات کشاورزی	
۵/۴۳۲	۰/۰۰۰	۳/۵	۰/۵	۰/۹۲۶۶	افزایش محصولات کشاورزی	
۹/۴۹۷	۰/۰۰۰	۳/۸۷	۰/۸۷	۰/۹۱۲۶	بازار یابی محصولات کشاورزی	مشارکت جامعه محلی
۹/۸۶۵	۰/۰۰۰	۳/۸۵	۰/۸۵	۰/۸۶۴۹	رونق خرید و فروش محصولات کشاورزی	
۳/۴۷۸	۰/۰۰۱	۳/۳۵	۰/۳۵	۱/۰۰۶۲	اشتغال کشاورزی	
۴/۱۶۴	۰/۰۰۰	۳/۴۶	۰/۴۶	۱/۱۰۴۸	گرایش به اشتغال غیر کشاورزی	گردشگری غیر کشاورزی
۴/۷۳۳	۰/۰۰۰	۳/۵	۰/۵	۱/۰۵۶۵	واحدهای خدماتی و صنعتی	
۵/۵۵۴	۰/۰۰۰	۳/۵۱	۰/۵۱	۰/۹۱۸۳	درآمدهای جایگزین	
۷/۸۷۲	۰/۰۰۰	۳/۷۵	۰/۷۵	۰/۹۵۲۷	توزیع درآمدها و منافع ناشی از گردشگری	مشارکت جامعه محلی
۹/۲۴۴	۰/۰۰۰	۴/۰۳	۱/۰۳	۱/۱۱۴۲	رضایتمندی جامعه محلی از گردشگری	
۳/۱۶	۰/۰۰۲	۳/۳۳	۰/۳۳	۱/۰۲۸۳	مشارکت مردم در طرح‌ها	

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

دارند.

کشاورزی اصلی‌ترین شغل ساکنین این منطقه است، اما رونق اقتصادی شهر زنگنه بر پایه سوغات سرهای محصولات کشاورزی است که عمدتاً همه خشکبار شهرستان را به فروش می‌رسانند. به‌طور کلی، ساکنین به لحاظ اقتصادی و منابع درآمدی به ۳ دسته تقسیم می‌شوند که شامل مغازه‌داران و سوغات فروشان، کشاورزان و دامداران و دسته سوم، کارمندان ادارات و یا کارگران معدن آهنگران و شرکت کیان کرد هستند. همچنین ایستگاه راه‌آهن زنگنه به محلی برای حمل مواد معدنی به سایر نقاط کشور تبدیل شده است. در اطراف زنگنه معدن قدیمی سرمک (آهنگران) قرار دارد که بیش از ۳۰ سال است که از آن بهره‌برداری می‌شود و همچنین شرکت کیان کرد که تولیدکننده الیاف صنعتی است در حریم شهر زنگنه قرار گرفته است.

بررسی آثار خدمات گردشگری بر مؤلفه‌های اقتصاد گردشگری با مدل سازی معادلات ساختاری

برای بررسی انواع خدماتی که خانوارهای ساکن در این دو سکونتگاه به گردشگران عبوری ارائه می‌کنند از پنج مؤلفه اقتصاد گردشگری روستایی استفاده شده است که شامل بازساخت اقتصادی، پایداری اقتصادی، گردشگری کشاورزی، گردشگری غیر کشاورزی و مشارکت جامعه محلی است.

ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری

در برازش مدل‌های اندازه‌گیری، از شاخص‌های پایایی و روایی استفاده می‌شود. به‌منظور بررسی پایایی از سه معیار، ضریب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و در بررسی روایی از دو معیار روایی همگرا و واگرا استفاده می‌گردد. ملاک مناسب بودن مقدار آلفای کرونباخ، حداقل ۰/۷ و معیار پایایی ترکیبی در صورتی که بالاتر از ۰/۷ باشد، نشان از پایایی ترکیبی است. معیار میانگین واریانس استخراج‌شده به‌منظور سنجش روایی همگرا، مقدار بحرانی آن بالای ۰/۵ است. جدول شماره ۸ حکایت از رعایت این معیارها توسط سازه‌های مدل دارد. همچنین باتوجه به جدول شماره ۹ نشان می‌دهد، روایی و اگر تأیید می‌شود.

موقعیت بین‌راهی این سکونتگاه‌ها و ارائه خدمات به مسافری و گردشگران باعث تنوع اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری و کشاورزی شده است به‌طوری‌که ارائه محصولات و سوغات کشاورزی به مسافری رونق اقتصادی را در این سکونتگاه‌ها ایجاد کرده است. همچنین باعث پدید آمدن اشتغال در فعالیت‌هایی از قبیل ساختمان‌سازی، صنایع دستی، باغداری و در نتیجه کاهش بیکاری افراد روستا شده است. مردم این روستاها و روستاهای اطراف اقدام به خرید ملک در کنار بزرگراه و ساخت و یا اجاره سوغات‌سرا می‌کنند و خودشان به فروش بدون واسطه به مشتریان می‌پردازند. محصولات این روستاها به شهرهای اطراف از جمله اراک، تهران، کرج و همدان نیز ارسال می‌شود و از این راه نوعی بازاریابی و برند سازی برای کشاورزان و باغداران ایجاد شده است. باتوجه به شرکت‌های بسته‌بندی که در شهرستان وجود دارد به صادرات این محصولات به کشورهای مختلف نیز اقدام می‌شود.

محصولات علاوه بر فروش در بازارهای داخلی، از طریق مسافری و زائرین به کشورهای اطراف از جمله عراق، پاکستان و افغانستان نیز ارسال می‌شود. باتوجه به اینکه این مسیر، یکی از مسیرهای دسترسی به کشور عراق از طریق مرز مهران است کاروان‌های زیارتی و مسافری عراقی و پاکستانی که به ایران می‌آیند در راه برگشت به عراق سوغاتی‌های خود را از این سوغات‌سراها خریداری می‌کنند یا اینکه در زمان برگشت زائرین و کاروان‌های پیاده‌روی اربعین حسینی که برای زیارت به کشور عراق می‌روند در راه برگشت به شهرهای خود در ایران، سوغات خود را از اینجا خریداری می‌کنند. این سکونتگاه‌ها باتوجه به اینکه مقصد گردشگری نیستند اما باتوجه به بین‌راهی بودن و انواع جاذبه‌ها در حوزه ماندگاری مسافر هنوز موفقیت چندانی صورت نگرفته است. معرفی ظرفیت‌ها و فراهم کردن زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی و اقامتگاه‌های بوم گردی برای جذب گردشگر بسیار تأثیرگذار هستند.

جدول ۸. نتایج تحلیل روایی و پایایی سازه‌های مورد مطالعه.

نام متغیر	آلفای کرونباخ (CA)	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	اعتبار همگرایی (AVE)
بازساخت اقتصادی	۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۶۴
پایداری اقتصادی	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۶۳
مشارکت جامعه محلی	۰/۷۱	۰/۸۲	۰/۶۳
گردشگری غیر کشاورزی	۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۶۲
گردشگری کشاورزی	۰/۸۴	۰/۸۸	۰/۶۲
خدمات گردشگری و فروش سوغات	۰/۷۴	۰/۸۶	۰/۶۷

جدول ۹. ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا.

خدمات گردشگری و فروش سوغات	گردشگری کشاورزی	گردشگری غیر کشاورزی	مشارکت جامعه محلی	پایداری اقتصادی	بازساخت اقتصادی
					بازساخت اقتصادی
				۰/۸۸	۰/۵۹
			۰/۷۲	۰/۷۰	۰/۶۱
		۰/۸۱	۰/۷۰	۰/۶۱	۰/۵۰
	۰/۸۸	۰/۷۷	۰/۶۹	۰/۸۰	۰/۴۳
۰/۸۹	۰/۷۳	۰/۷۵	۰/۵۸	۰/۶۸	۰/۶۲

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

ارزیابی برازش مدل ساختاری

تصویر شماره ۴، نشانگر شدت روابط با این معیار است.

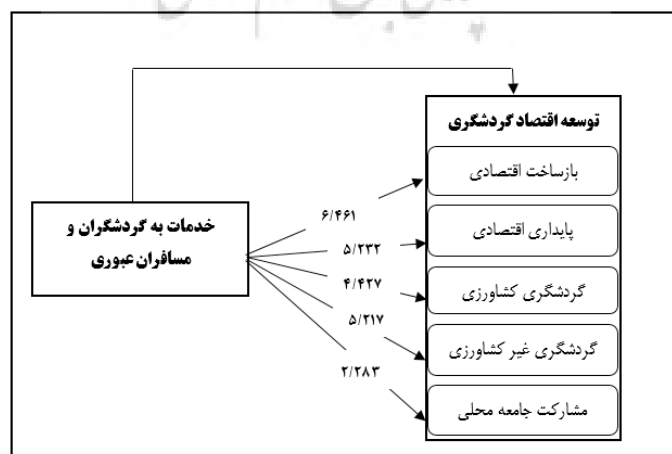
معیار Q^2 : این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند و برای تمامی سازه‌های وابسته محاسبه می‌شود و سه عدد ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ برای آن به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی مشخص شده است. جدول شماره ۱۰، نتایج بررسی این معیار را نشان می‌دهد. معیار افزونگی^۵ که برای تمامی سازه‌های وابسته محاسبه می‌شود و بیانگر حاصل ضرب مقادیر اشتراکی سازه‌ها در مقادیر R^2 مربوط به آن‌هاست و هرچقدر بیشتر باشد، حاکی از تناسب بهتر مدل ساختاری است.

طبق جدول شماره ۱۱، خدمات به گردشگران، بیشترین تأثیر را بر بازساخت اقتصادی می‌گذارد.

در بررسی برازش مدل ساختاری از معیارهای اعداد معناداری Z ، معیار R^2 ، معیار Q^2 و معیار افزونگی استفاده می‌شود. اعداد معناداری Z (مقادیر t -value): اگر مقادیر t از عدد ۱/۹۶ با سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر باشد، حاکی از صحت روابط بین سازه‌های مدل و نیز تأیید فرضیه‌های مرتبط با آن‌ها است. تصویر شماره ۳، بیانگر تأیید معناداری روابط و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش با این معیار است.

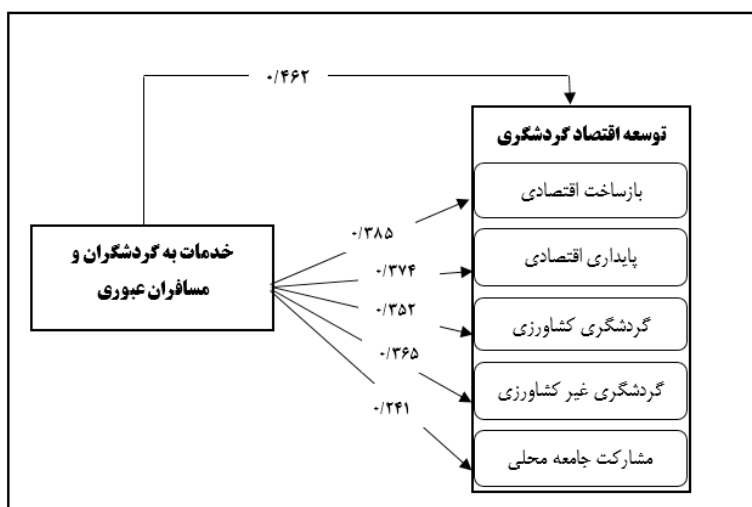
معیار R^2 : مقادیر t تنها صحت روابط را نشان می‌دهد و برای بررسی شدت روابط بین سازه‌ها باید از معیار R^2 استفاده کرد که تنها برای سازه‌های وابسته و نه مستقل مصداق دارد. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این معیار معرفی می‌شود (Bazrkar & Haji Mohammadi, 2019).

5. Redundancy



تصویر ۳. مدل ترسیم‌شده همراه با ضرایب معناداری. منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۴. مدل ترسیم‌شده همراه با مقادیر R^2 . منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

جدول ۱۰. معیار Q^2 .

مؤلفه درون‌زا	معیار Q^2 (1-SSE/SSO)
بازساخت اقتصادی	۰/۶۸
پایداری اقتصادی	۰/۴۷
مشارکت جامعه محلی	۰/۳۵
گردشگری غیر کشاورزی	۰/۵۳
گردشگری کشاورزی	۰/۵۷
خدمات گردشگری و فروش سوغات	۰/۴۸

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

جدول ۱۱. نتایج آزمون فرضیات.

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مستقیم	ضریب مسیر	کل
خدمات گردشگری	بازساخت اقتصادی	۰/۳۸۵	غیرمستقیم	۰/۳۸۵
خدمات گردشگری	پایداری اقتصادی	۰/۳۷۴	غیرمستقیم	۰/۳۷۴
خدمات گردشگری	مشارکت جامعه محلی	۰/۲۴۱	غیرمستقیم	۰/۲۴۱
خدمات گردشگری	گردشگری غیر کشاورزی	۰/۳۵۲	غیرمستقیم	۰/۳۵۲
خدمات گردشگری	گردشگری کشاورزی	۰/۳۶۳	غیرمستقیم	۰/۳۶۳

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

روستاهای بین‌راهی، به‌خصوص در مناطق گردشگری به‌واسطه موقعیت استقرار، مزیت‌های زیاد اقتصادی، بازرگانی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی نسبت به سایر روستاها دارند و علاوه بر فعالیت‌های کشاورزی، به ارائه خدمات گردشگری و فروش سوغات و محصولات محلی به گردشگران هم می‌پردازند. این شرایط ایجاب می‌کند که ابعاد و ساختار این نواحی با تأمل بیشتری موردتوجه قرار گیرد. ازجمله ساختار مؤثر این سکونتگاه‌ها، بعد اقتصادی آن‌ها است. در پژوهش حاضر به بررسی و تحلیل آثار اقتصاد گردشگری در قالب پنج شاخص، بازساخت اقتصادی، پایداری اقتصادی، گردشگری کشاورزی، گردشگری غیر کشاورزی و مشارکت جامعه محلی در سکونتگاه بین‌راهی زنگنه و گوراب در شهرستان ملایر اقدام شد. نتایج نشان داد که در این دو سکونتگاه وضعیت این ۵ شاخص مطلوب و بالاتر از حد متوسط قرار دارد. این نتایج با یافته‌های چهرازی و تقی‌پور (۲۰۱۳)، صابری فر (۲۰۱۸)، ابراهیمی‌دهکردی (۲۰۱۹)، قادری و اعرابی (۲۰۱۹)، ایبادات (۲۰۱۶)، ژانگ و ریان (۲۰۱۸) و چاتریشی‌نودورس و کونتورنورس (۲۰۲۰) که به نقش و اهمیت گردشگری و ارائه خدمات گردشگری در اقتصاد روستایی پرداخته‌اند، همخوانی دارد.

همچنین نتایج به تفکیک گویه‌های هر شاخص نشان داد که همه ۱۸ گویه نیز در وضعیت مطلوب و بالاتر از حد متوسط قرار دارند و بالاترین میانگین، مربوط به رضایتمندی جامعه محلی از گردشگری و کمترین میانگین، به گویه مشارکت مردم در طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری به دست آمد که هر دو گویه مربوط به شاخص مشارکت جامعه محلی بود که می‌توان اذعان داشت که از یک طرف، مردم محلی به‌طور کلی از گردشگری رضایت دارند اما از طرف دیگر، کمتر در طرح‌ها گردشگری مشارکت می‌کنند که به دلیل حاکم بودن تفکر جزه‌نگر و تک‌بعدی، به استقرار امکانات و خدمات و زیرساخت‌های گردشگری در روستاها توجه چندانی نشده و روستاها از لحاظ دارا بودن زیرساخت‌های گردشگری در شرایط مناسبی قرار ندارند و خدمات گردشگری فقط بر مغازه‌های سوغات فروشی متکی است که می‌توان ظرفیت‌های متنوع گردشگری در این روستاها را برای ساکنین برجسته کرد و آن‌ها را به سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری تشویق نمود.

از دیگر نتایج پژوهش این است که خدمات به گردشگران و فروش سوغات، بیشترین تأثیر را بر بازساخت اقتصادی گذاشته است. این نتیجه با نظرات خانی (۲۰۱۸) همخوانی دارد. گردشگری از طریق سازوکارهایی مثل ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، توزیع مجدد درآمدها، افزایش تولید می‌تواند اقتصاد را تحت تأثیر قرار دهد و آن را متحول کند و زمانی می‌تواند اقتصاد روستا را پایدار کند که در کنار بخش کشاورزی و مکمل آن باشد نه جایگزین آن. بنابراین در مفهوم بازساخت اقتصادی،

به حفظ بخش کشاورزی و توسعه کشاورزی ناشی از فعالیت بخش گردشگری اشاره دارد. بالین‌حال، بازساخت اقتصادی روستاها، یعنی عدم اتکای صرف به کشاورزی، به‌عنوان یک اصل در گردشگری روستایی باید مدنظر قرار بگیرد. صاحب‌نظران هم معتقدند که تک‌بعدی شدن اقتصاد روستا به‌واسطه غلبه کارکرد گردشگری و ناتوانی در برقراری هم‌پوندی مؤثر با سایر فعالیت‌های اقتصادی در تضاد با اصول گردشگری پایدار روستایی است.

جهت دستیابی به توسعه اقتصاد گردشگری در این سکونتگاه‌ها اقدامات در دو سطح قابل‌بررسی است. سطح اول، ارتقاء و بهینه‌سازی خدمات موجود است که در این سطح، مردم و سوغات فروشان بایستی گردشگران را از ارائه خدمات موجود راضی نگه دارند که بتوانند یک سفر خوب را تجربه کنند و در مسافرت‌های بعدی هم مشتاق خرید باشند که این امر با ارائه محصولات باکیفیت و اصیل و ارگانیک به گردشگران همراه با قیمت مناسب و کنترل و نظارت بهداشتی و صنفی بر فعالیت این سوغات فروشان به دست می‌آید همچنین بسته‌بندی خلاقانه محصولات و برندسازی آن‌ها که همه این تلاش‌ها، بخشی از تلاش برای تقویت اقتصاد از طریق گردشگری داخلی و خارجی است.

سطح دوم، خلق و ارائه سطح بالاتری از خدمات موجود است که علاوه بر خدمات موجود، خدمات دیگری مثل راهاندازی اقامتگاه‌های بومگردی، برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فصلی محصولات بومی و صنایع‌دستی جهت بازساخت اقتصاد روستایی ارائه کرد.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر این است که نمونه موردبررسی فقط دو سکونتگاه بین‌راهی و فقط آثار اقتصادی گردشگری را موردبررسی قرار داد و که در تعمیم یافته‌ها به سایر سکونتگاه‌های بین‌راهی باید احتیاط شود. پیشنهاد می‌شود که پژوهشگران ابعاد دیگر آثار گردشگری را هم در این نوع از روستاها مورد مطالعه قرار دهند و اینکه این پژوهش به‌صورت کمی انجام پذیرفت و برای مطالعات بعدی در این زمینه از روش کیفی نیز استفاده گردد که بتوان دقیق‌تر موضوع و مسئله پژوهش را واکاوی نمود.

تشکر و قدردانی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، مقاله حامی مالی نداشته است.

References

- Bazrkar, A., & Haji Mohammadi, M. (2019). Investigating the impact of knowledge management on the organization's financial performance with regard to the mediating role of innovation and organizational intelligence, *New research approaches in management and Entrepreneurship*, 26(5), 68-86. (In Persian)
- Chatzitheodoridis, F., & Kontogeorgos, A. (2020). Exploring of a Small-Scale Tourism Product under Economic Instability: The Case of a Greek Rural Border Area. *Economies*, (52)8, 1-19.
- Chehrrazi Konaraki, Z., & Taghipour, A. (2013). Investigating the impact of transportation on the development of roadside villages. The first national transportation conference on sustainable development, Tehran. (In Persian)
- Darvishi, H. A., Beyranvazade, M., Neder deghani alvar, A. & Ahmadi, S. (2014). Prioritization of Rural Tourism Development Strategies from the Aspect of Spatial Planning: A Case Study of Gaykan-Aligoodarz County. *Rural Development Strategies*, 1(2), 69-84. (In Persian)
- Dašić, D., Živković, D., & Vujić, T. (2020). Rural tourism in development function of rural areas in Serbia. *Economics of Agriculture*, (3) 67, 719-733.
- Ebrahimi Dehkordy, A. (2019). Evaluation of Tourism Economics in Mazandaran Villages. *Geographical Journal of Tourism Space*, 8(30), 19-32. (In Persian)
- Ebrahimpour, E., & Aghasizadeh, A. (2009). The Analysis of Effective Factors in the Expansion of Coastal Region of Chabahar Tourism through SWOT Model. *Journal of Urban - Regional Studies and Research*, 1(1), 107-128. (In Persian)
- Fotoohi, M., Hosseini Nia, G., & Sajjadi, S. M. (2021). Effects of Agro Tourism on Rural Entrepreneurship Development with a Focus on Sustainable Development: A Case Study: (Significant Villages of Yazd Province). *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*, 9(2), 245-267. (In Persian)
- Gao, J., & Wu, B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism management*, 63, 223-233.
- Ghaderi, E., & Arabi, S. (2019). The effects of tourism on the sustainability of cities on the way (case study: Zirab city). *New Attitude in Human Geography*, 11(4), 239-260. (In Persian)
- Hashimoto, A., & Tefler, D. (2011). *Female empowerment through agrotourism in rural Japan*, Routledge, London.
- Ibadat, R. (2016). The Economics of Souvenir Sales and their Role in Tourism: A Case Study of Bari Imam, Pakistan. *institute of development economics, Department of Development Studies*, 1-12.
- Karami, Z., Ghanian, M., KHosravipour, B., Baradaran, M. (2013). Survey of Small and Medium Enterprise (SME's) Activities Based on Rural Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2(5), 110-127. (In Persian)
- Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., Babar Z.H. (2020). Tourism and Development in Developing Economies: A Policy Implication Perspective. *journal of Sustainability*, 12.
- Khani, F. (2018). *Foundations of Planning in Changing Rural Space*, University of Tehran Press, 2nd Edition.
- Kong, W. H., & Chang, T. (2012). The role of souvenir shopping in a diversified Macau destination portfolio. *Journal of Hospitality & Management*, (21) 4, 357-373.
- Lacher, R. G., & Nepal, S. K. (2011). The Economic Impact of Souvenir Sales in Peripheral Areas a Case Study from Northern Thailand. *Tourism Recreation Research*, (36)1, 27-37.
- Li, F., Ryan, Ch. (2018). Souvenir shopping experiences: A case study of Chinese tourists in North Korea. *Tourism Management*, 64, 142-153.
- Mahdavi, M., Ghadiri Masoum, M., & Ghahremani, N. (2018). Impacts of Tourism on Rural Development: Attitudes of Rural People in Kan valley and Soleghan Subdistrict in Tehran County. *Village and Development*, 11(2), 39-60 (In Persian)
- Manola, M., & Balermipas, A. (2020). Souvenirs: Their Role in Tourism Industry, Cultural Heritage and Their Utilization in Experiential Teaching. *Archives of Business Research*, (8)9, 1-10.
- Meng, F., & Xu, Y. (2012). Tourism shopping behavior: planned, impulsive, or experiential? *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(3), 250-265.
- Oroji, H., Alizadeh, M., Abianeh, V., & Safavi, S. R. (2018). Explanation and presentation model of rural tourism economy in Iran. *Geographical Planning of Space*, 8(29), 107-132. (In Persian)
- Papoli Yazdi, MH., Saghaei, M. (2014). *Tourism (Nature and Concepts)*, SAMT Publications, Tehran, ninth edition.
- Prebensen, N. K. (2005). Country as destination - Norwegian tourists' motivations and perception. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, (12)3, 63-85.
- Ramzanzadeh, M., Tabrizi, N., & Zamiran, MR. (2019). Tourism development and reconstruction in urban destinations (case study: Shiraz city). *Urban and Rural Management*, 18(55), 27-44. (In Persian)
- Rezaei, M., Rakhshani Nasab, H.M., Dostimoghadam, H., Arbabi, F., Dostimoghadam, M. (2018). Investigating the role of service-welfare complexes in tourism development. *Geography and Human Relationships*, 1(3), 935-951. (In Persian)
- Rezvani, M.R. (2009). *Development of rural tourism (with a sustainable tourism approach)*, Tehran University Publications.
- Saberifar, R. (2018). Study and evaluation of roadside and mid-way tourist attraction potentials (Case study: South Khorasan). *Geographical Journal of Tourism Space*, 7(28), 79-94. (In Persian)
- Sargazi, S., Hassanvand, D., & Asayesh, H. (2020). Strategic Analysis of the Development of Rural Tourism Industry in the Conditions of Iran's Economy. *Geographical Journal of Tourism Space*, 9(36), 55-76. (In Persian)
- Shahmari Ardajani, R. (2012). Feasibility assessment of Asalem road to Khalkhal is a step towards the development of tourism activities. *Natural Geography*, 5(17), 69-74. (In Persian)

- Sharply, R. (2001). Rural Tourism, Translated by Fatemeh Nasiri & Rahmatullah Monshizadeh, Tehran, Monshi Publication.
- Statistical Center of Iran. (2016). General population and housing census of Hamadan province.
- Tosun, C., Pinar Temizkan, S., Dallen, J., Alan Fyall, A. (2007). Tourist shopping experiences and satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, (9)2, 87-102.
- Tulabinejad, M., Pudine, M.R., & Tulabinejad, M. (2019). Rural tourism, management and marketing, Jihad University Press, Tehran, first edition.
- Wilkins, H. (2011). Souvenirs: What and why we buy. *Journal of Travel Research*, (50)3, 239– 247.
- Yosefi Shahir, H., Hoseinzadeh Dalir, K., Bagheri, K. (2014). Evaluation of tourism infrastructures with emphasis on communication axes and stops from the point of view of tourists (historical-cultural area of Tabriz). *Geographical Journal of Tourism Space*, 3(12), 25-44. (In Persian)
- Yu, H., & Littrell, M. A. (2003). Product and process orientations to tourism shopping. *Journal of Travel Research*, (42)2, 140-150.
- Zhang, X., & Ryan, C. (2018). Investigating tourists' and local residents' perceptions of a Chinese film site, *Tourist Studies*, Volume 18, Issue 3 <https://doi.org/10.1177/1468797618771693>

