نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و سوم، شماره ۶۹، تابستان ۱۴۰۲

شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: استان لرستان)[1]

دریافت مقاله: ۹۸/۸/۹ **پذیرش نهایی**: ۹۹/۱/۲۲

صفحات: ۲۵۸-۲۳۹

مهدی مودودی ارخودی: استادیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بزرگمهر قائنات، قائن، ایران[2].
Email: Mododi@buqaen.ac.ir
سجاد فردوسی: دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
Email: s.ferdowsi@atu.ac.ir

چکیده

در دهه‌های اخیر، گردشگری روستایی به‌عنوان یک فعالیت مکمل در کنار کشاورزی و دامداری، همواره عاملی در جهت بهبود شرایط اقتصادی ساکنین روستاها بوده است. براین‌اساس این پژوهش، باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای مقصدهای گردشگری روستایی انجام پذیرفته است. جمع‌آوری اطلاعات، با استفاده از دو روش آرشیوی و پیمایش از طریق مصاحبه و پرسش‌نامه بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل منابع آرشیوی مرتبط با موضوع تحقیق و همچنین ۱۳ نفر از خبرگان و افراد مجرب است. به‌منظور تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل محتوا و تحلیل مضمون استفاده شد؛ همچنین داده‌های کمّی نیز با استفاده از روش برنامه‌ریزی ترجیحات فازی لگاریتمی مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که ابعاد ارتقای مقصدهای گردشگری روستایی، شامل سه بُعد محیطی، منابع انسانی و جامعه محلی می‌باشد، به‌طوری‌که بُعد منابع انسانی با وزن ۰/۰۹۹۴ نسبت به ابعاد دیگر دارای وزن بیشتری می‌باشد. همچنین بُعد جامعه محلی با وزن ۰/۰۹۸۹ و بُعد محیطی نیز با وزن ۰/۰۹۷۳ به ترتیب در اولویت دوم و سوم قرار گرفتند. در این میان، مؤلفه «مؤثر بودن» در بُعد «منابع انسانی» با وزن ۰/۲۶۱، مؤلفه «اقتصادی» در بُعد «جامعه محلی» با وزن ۰/۲۵۹ و مؤلفه «زیباشناختی» در بُعد «محیطی» با وزن ۰/۲۵۴، بیشترین وزن را به خود اختصاص دادند.

کلید واژگان: گردشگری، مقصد، روستا، لرستان

---

۱. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان: تبیین الگوی توانمندسازی مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: استان لرستان) است که در دانشگاه بزرگمهر قائنات انجام پذیرفته است.

۲. نویسنده مسئول: دانشگاه بزرگمهر قائنات، دانشکده علوم انسانی، گروه جغرافیا، تلفن همراه ۰۹۱۵۶۸۵۵۲۷۶

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

مقدمه

ادبیات توسعه پایدار نشان می‌دهد با گسترش روزافزون مهاجرت‌های روستایی، کاهش درآمد خانوارهای روستایی و افول کشاورزی روستایی، نیازی روزافزون به فعالیتی جایگزین و درعین‌حال مکمل برای کشاورزی احساس می‌شود تا به‌منظور توسعه پایدار روستایی، امکان بهره‌مندی روستاییان از معیشت پایدار فراهم آید که این خود بهبود کیفیت زندگی و رضایت‌مندی روستایی را به همراه می‌آورد (شارپلی[1]، ۲۰۰۲). در این راستا، گردشگری روستایی به علت تطبیق‌پذیری بالا نقش موتور محرکه توسعه اقتصادی پایدار را در مناطق روستایی بازی می‌کند (ماسرو[2]، ۲۰۱۶). در سال‌های اخیر، در بسیاری از نواحی روستایی، گردشگری از حالت انفعالی به عاملی پویا و مؤثر مبدل شده است و بستر لازم را جهت تحقق توسعه روستایی هموار ساخته است. در این راستا، مطالعات متعددی در جهان و ایران پیرامون نقش گردشگری در توانمندسازی جوامع روستایی به انجام رسیده است که اغلب یافته‌های آن‌ها نشان داده است که گردشگری نقش قابل‌توجهی در توانمندسازی اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و روانی جوامع روستایی داشته است. در حال حاضر، در کشور ایران با مهاجرت قابل‌توجه روستاییان به شهرها مواجه هستیم که دلیل عمده آن، بدون شک مسئله فقدان زمینه‌های اشتغال در روستاها است. مهاجرت ساکنان روستاها به شهرها، نه‌تنها صنعت کشاورزی کشور را به خطر می‌اندازد، بلکه مشکلات اجتماعی و اقتصادی فراوانی را نیز برای شهرها می‌تواند به همراه داشته باشد. این مورد در استان لرستان که به‌تنهایی دارای ۲۹۸۵ روستای دارای سکنه می‌باشد، حائز اهمیت فراوان است. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر، تبیین الگوی ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی در استان لرستان است. لذا، این تحقیق به دنبال آن است که این سؤال را موردبررسی و کاوش قرار دهد: اینکه عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی در استان لرستان کدم‌اند و همچنین اولویت عوامل، چگونه است؟

در این راستا، برخی پژوهش‌های انجام‌یافته در حوزه گردشگری و توانمندسازی به شرح زیر مطرح است: حیدری ساربان و ملکی (۱۳۹۳) به ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که گردشگری در توانمندسازی اجتماعی ساکنان روستا نقش بسزایی دارد، به‌طوری‌که به لحاظ انسجام و همبستگی اجتماعی، دانش و مهارت اجتماعی، برون‌گرایی اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی، اعتمادبه‌نفس، مشارکت و تعامل اجتماعی بین دو روستای موردمطالعه تفاوت معناداری وجود دارد. حیدری ساربان (۱۳۹۴) به بررسی اثرات گردشگری در ارتقای توانمندی‌های اجتماعی و روان‌شناختی روستاییان پرداخت. نتایج نشان داد که بین متغیرهای بهبود انگیزش، انتقادپذیری، خلاقیت، مشارکت اجتماعی، توانمندسازی، انسجام اجتماعی و مسئولیت‌پذیری با متغیر وابسته رابطه معناداری وجود دارد. قنبری و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان با تأکید بر بخش گردشگری پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عوامل پیش‌برنده با چهار عامل در توانمندسازی زنان نقش دارند؛ در این میان، عامل اقتصادی، مهم‌ترین عامل شناخته شد. شکوهی و یزدان پناه (۱۳۹۸) به بررسی تأثیر توانمندسازی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری منطقه گردشگری کمردوغ پرداختند. نتایج مطالعه نشان داد سود اقتصادی شخصی و سه بُعد

[1]- Sharply
[2]- Musaro

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

دیگر توانمندسازی (اجتماعی، روانی و محیطی) توانسته‌اند متغیر نگرش نسبت به تأثیرات مثبت گردشگری را تحت تأثیر قرار دهند. همچنین نتایج نشان داد، سود اقتصادی شخصی و توانمندسازی سیاسی دو عامل مؤثر بر نگرش افراد به اثرات منفی گردشگری بوده‌اند. حیدری ساربان و عبدپور (۱۳۹۸) به شناسایی عوامل بهبود معیشت پایدار روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین عوامل بهبود معیشت پایدار از دیدگاه روستاییان شامل چهار مؤلفه کارآفرینی و تقویت زیرساخت اقتصادی، حمایت از طرف عرضه و اقدام مداخله‌ای دولت، تقویت سرمایه اجتماعی و توانمندسازی اجتماعی و مدیریت زیست‌محیطی و تقویت زیرساخت فیزیکی است. کبیرانوندزاده و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی وضعیت شاخص‌های اثرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان پرداختند. نتایج نشان داد برای توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان نیاز به جذب سرمایه‌گذار در بخش خصوصی و دولتی است. شفیعی ثابت و هراتی فرد (۱۳۹۸) به بررسی توانمندسازی ذی‌نفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری پرداختند. نتایج حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین توانمندسازی ذی‌نفعان محلی با سه متغیر اثرات محیطی-اکولوژیک، اثرات اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی توسعه گردشگری است. تاراسی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی عوامل و محرک‌های مؤثر بر توانمندسازی زنان روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که عوامل اقتصادی، روان‌شناختی و شخصی بیشترین اثرات را بر توانمندسازی زنان روستایی داشته‌اند. فراهانی و الوندی (۱۳۹۹) به بررسی چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که عوامل اقتصادی، فردی و اجتماعی بیشترین تأثیر را در بین چالش‌های موجود داشته است.

دان[1] (۲۰۰۷) به بررسی توانمندسازی و گردشگری مبتنی بر جوامع پرداخت و نقش آن را در توانمندسازی زنان تشریح نمود. وی توانمندسازی را به‌عنوان یک فرایند چندبعدی شامل ابعاد اجتماعی، اقتصادی، روانی، سیاسی معرفی کرده است. نتایج نشان داد گردشگری جامعه‌محور پتانسیل‌های خوبی برای توانمندسازی و مشارکت زنان دارد. استرزلکا[2] (۲۰۱۲) به بررسی توانمندسازی جوامع در جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در لهستان پرداخت. در این پژوهش ابعاد اجتماعی و سیاسی توسعه گردشگری مشارکتی در جامعه لهستان پس از دوره کمونیسم موردبررسی قرار گرفت. بولی[3] (۲۰۱۳) به بررسی پایداری، توانمندسازی و نگرش ساکنان به گردشگری پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که تمامی سه بُعد توانمندسازی ارتباط فراوانی با ادراک مثبت و منفی گردشگری داشته و توانمندسازی روانی تنها بُعدی است که ارتباط مستقیم و فراوانی با پشتیبانی از گردشگری دارد. بولی و مک گی[4] (۲۰۱۴) به ارزیابی توانمندسازی ساکنان از طریق مقیاس گردشگری پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که با در نظر گرفتن سه بُعد توانمندسازی، ادراک ساکنین محلی از توانمندسازی روانی دارای بیشترین امتیاز و پس‌ازآن توانمندسازی اجتماعی و توانمندسازی سیاسی از امتیازات بعدی برخوردار بودند. با توجه به اینکه گردشگری یک فعالیت خدماتی است و کارکنان، آن را ارائه می‌کنند، توجه به آموزش و ارتقای دانش آنان یکی از رموز اصلی تضمین حیات این صنعت به شمار می‌رود. غفلت نسبت به تربیت نیروی انسانی

1- Dunn
2- Strzelecka
3- Boley
4- Boley and McGehee

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

متخصص و ارائه آموزش‌های لازم به آنان به‌عنوان تأثیرگذارترین عنصر جغرافیایی و همچنین غفلت از هماهنگی و تطابق سطح کیفی و کمی نیروی انسانی با سطح رشد علمی و فنی، یا به زبانی دیگر توانمندسازی نیروی انسانی، مشکلات زیادی را متوجه رشد و توسعه صنعت گردشگری می‌نماید (حسن‌پور[1]، ۲۰۱۳: ۱)؛ زیرا نیروی انسانی توانمند، بهره‌ورتر و خلاق‌تر می‌باشند و خدمات را با کیفیت بالاتری نسبت به نیروی انسانی ناتوان ایجاد می‌کنند و باوجود نیروی انسانی توانمند، مقصدهای گردشگری نیز کارآمدتر می‌شوند (اژدری[2]، ۲۰۱۴: ۶). توانمند بودن مدیران و کارکنان اماکن گردشگری باعث ارائه خدمات با کیفیت بالا و قیمت مناسب به گردشگران خواهد شد. پرسنل و مدیران توانمند می‌دانند که جلب رضایت گردشگر در درجه‌ی اول اهمیت قرار دارد. پرسنل توانمند سازمان‌های دولتی و خصوصی گردشگری نیز با ارائه خدمات مطلوب به ارباب‌رجوع و سرمایه‌گذاران در واحدهای اقتصادی، نقش بسزایی در جذب گردشگر و سرمایه‌گذار و درنتیجه کمک به رشد و توسعه جامعه دارد (خدائی و کلانتری خلیل‌آباد، ۴۹:۱۳۹۱). در این راستا ازجمله مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توانمندسازی نیروی انسانی در گردشگری می‌توان به مهارت و تخصص شغلی، دانش و اطلاعات شغلی، سطح نگرش و انگیزه شغلی، اشاره نمود (شمس‌الدینی و همکاران، ۹۸:۱۳۹۵).

بنا بر مطالعات، توانمندسازی منابع انسانی از پنج بعد شامل: احساس خوداثربخشی، احساس خودمختاری، احساس مؤثر بودن، احساس معنادار بودن و احساس اعتماد به دیگران تشکیل‌شده است (توماس و ولزاوس[3]، ۱۹۹۰؛ فورد و فوتلر[4]، ۱۹۹۵؛ اسپرتزر[5]، ۱۹۹۶). وقتی افراد، توانمند می‌شوند، احساس می‌کنند قابلیت و تبحر لازم برای انجام موفقیت‌آمیز یک کار را دارند. افراد توانمند شده احساس برتری شخصی می‌کنند و معتقدند که می‌توانند برای رویارویی با چالش‌های تازه بیاموزند و رشد یابند (عبداللهی و نوه ابراهیم، ۱۳۸۵). همچنین وقتی افراد احساس خودمختاری می‌کنند، فعالیت‌های آنان پیامد آزادی و استقلال شخصی به همراه دارد و آن‌ها خود را آغازگر می‌بینند (وتلن و کامرون[6]، ۱۹۹۸). گفتنی است که افراد توانمند احساس می‌کنند بر نتایج، پیامدهای شغلی، موانع و محدودیت‌ها کنترل دارند. فرد، با حس مؤثر بودن می‌تواند در راهبردها، راهبردهای مدیریتی، پیامدها و نتایج شغلی مؤثر باشد (موی و همکاران[7]، ۲۰۰۵). بعد معنادار بودن فرصتی است که افراد حس کنند اهداف شغلی مهم و باارزشی را دنبال می‌کنند، بدین معنا که حس می‌کنند در جاده‌ای حرکت می‌کنند که وقت و نیروی آنان باارزش است (اپلبوم و هنگر[8]، ۱۹۹۸). درنهایت به علت اینکه محیط‌های اعتماد کننده به فرد اجازه می‌دهند که با اعتمادبه‌نفس و روشی درست، بدون تلف کردن نیرو برای حفاظت از خود، برای آشکار کردن روش‌های پنهان، یا سیاست‌بازی تلاش کنند و به‌عبارتی‌دیگر، احساس اعتماد به افراد توانایی می‌بخشد تا احساس امنیت کنند (وتلن و کامرون، ۱۳۸۳).

1- Hasanpur
2- Ajdari
3- Thomas & Velthous
4- Ford & Fottler
5- Spretzer
6- Whetlen & Cameron
7- Moye et al
8- Appelbeum & Hanger

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

البته باید در نظر داشت که در بسیاری از کشورها نیز دخالت دولت منجر به توانمندسازی توسعه گردشگری نمی‌شود و بدون توانمندسازی در سطوح محلی و اجتماع محلی، تلاش‌های ملی برای توسعه گردشگری در عمل با شکست مواجه خواهند شد (اچ بی سوفیلد[1]، ۲۰۰۳:۱۰۰). در این راستا، رهیافت توانمندسازی ذی‌نفعان محلی گردشگری از دهه ۱۹۸۰ میلادی، برای برقراری عدالت اجتماعی و فضایی و غلبه بر چالش‌های حاصل از توسعه گردشگری غیرمسئولانه و مخرب محیط‌زیست در برنامه‌ریزی توسعه کشورها موردتوجه قرارگرفته است (شارپلی[2]، ۲۰۰۹: ۴۳؛ دایک و والیک[3]، ۲۰۱۷: ۳). ذی‌نفعان محلی به‌مثابه کنشگران فعالیت گردشگری، بیشترین نقش را در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی به عهده دارند (گیانپیکولی و سایمون[4]، ۲۰۱۷: ۲). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری بهبود ابعاد توانمندسازی ذی‌نفعان محلی گردشگری، زمینه را برای تعالی آنان از انسان کارپذیر به انسان کارساز فراهم ساخته و موجب بهبود مشارکت آن‌ها در اقتصاد محلی می‌شود (استرلزکا[5] و همکاران، ۲۰۱۶؛ بولی[6] و همکاران، ۲۰۱۸، سازمان جهانی گردشگری[7]، ۲۰۱۸). موبیتا و همکاران بیان می‌دارند که رابطه تنگاتنگی بین مشارکت و توسعه وجود دارد (موبیتا[8] و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۴۴)؛ در این خصوص بالاترین سطح مشارکت، مشارکت خودجوش و داوطلبانه است که از طریق توانمندسازی انجام می‌پذیرد (رسولی منش و جعفر[9]، ۲۰۱۶: ۵). لازم به ذکر است که هنگامی‌که منافع گردشگری بیشتر از هزینه آن باشد ادراک ذی‌نفعان محلی نسبت به توسعه گردشگری تغییر نموده و مثبت خواهد شد (چن[10] و همکاران، ۲۰۱۸: ۲) و سعی در حفظ محیط‌زیست برای بهره‌مندی طولانی‌مدت از آن می‌نمایند (برگوز و مرتن[11]، ۲۰۱۷: ۵). همچنین تعاملات بخش‌های مختلف برای ارائه خدمات به گردشگران موجب تقویت روابط بین ذی‌نفعان محلی برای بهره‌مندی گروهی از منافع گردشگری می‌شود (جانی[12]، ۲۰۱۸: ۱۵۰).

به‌این‌ترتیب اتخاذ سیاست‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری بر روی روش‌های توانمندسازی جامعه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل، در تحولات کالبدی-زیرساختی نقاط روستایی، اثرگذار است (چن و همکاران[13]، ۲۰۱۶:۴). در همین راستا، شیونز (۱۹۹۹)، چهار بُعد توانمندسازی اجتماع‌محور را شامل توانمندسازی اقتصادی، روان‌شناختی، اجتماعی و سیاسی معرفی کرده است (دانگی و جمال[14]، ۲۰۱۶). در حوزه گردشگری و به‌ویژه در مناطقی که در ابتدای مسیر توسعه این صنعت هستند، به‌کارگیری و نهادینه‌سازی ابعاد مذکور، می‌تواند به‌عنوان یک الگوی

1- H.B.Sofield
2- Sharply
3- Dukic & Volic
4- Giampiccoli & Saaymann
5- Strelezecka
6- Boley
7- World Tourism Organization
8- Mubita
9- Rasoolimanesh & Jaafar
10- Chen
11- Burgos & Mertens
12- Jani
13- Chen et al
14- Dangi & Jamal

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

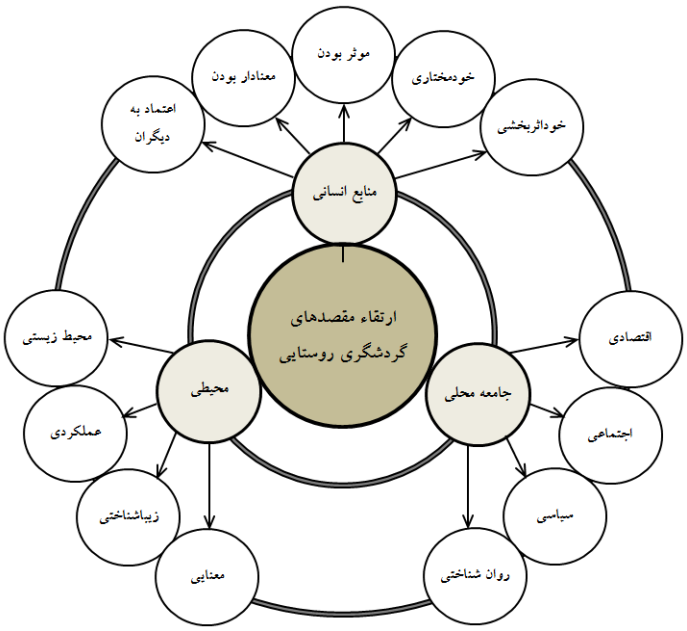
پیشران، منجر به ارتقای تمایل، انگیزه و مشارکت جامعه محلی در برنامه‌های گردشگری شده و زمینه بلوغ و تکامل این صنعت در مناطق روستایی را فراهم کند (مرادزاده و همکاران، ۱۶۵:۱۳۹۷).

محققان بر ارتقاء کیفیت محیطی نیز به‌عنوان یکی از عوامل توانمندسازی گردشگری تأکید دارند. موضوع مهمی که امروزه در برنامه‌ریزی برای نواحی روستایی بسیار اهمیت دارد، ارتقاء کیفیت محیط گردشگری در چارچوب اهداف توسعه پایدار است که در مقیاس کلان، از طریق توسعه خدمات، تسهیلات و زیرساخت‌های مناسب و مدیریت آن‌ها به‌منظور پاسخگویی به نیازهای گردشگران، ضرورت فراوان دارد (نانکو و رامکیسون[1]، ۱۱:۲۰۰۸). محیط به‌عنوان یکی از ارکان اصلی جریان گردشگری محسوب می‌شود. محیط، بسیاری از جاذبه‌ها را شکل می‌دهد و پیشبرد توسعه گردشگری به‌ویژه در مقصدهای روستایی، به کیفیت محیط مورد بازدید وابسته است (میراب زاده، ۵۴:۱۳۷۵). لذا در برنامه‌ریزی برای نواحی روستایی با توان گردشگری نیز باید اهدافی نظیر توسعه پایدار روستایی و حفاظت از محیط طبیعی و افزایش کیفیت محیطی موردتوجه واقع شود. در این زمینه، گلکار (۱۳۸۰) معتقد است که کیفیت محیط را می‌توان به‌عنوان برآیند سه نیرو (مؤلفه) کیفیت عملکردی، کیفیت تجربی- زیباشناختی و کیفیت محیط زیستی در نظر گرفت (گلکار، ۴۲:۱۳۸۰). علاوه بر این سه مورد، مؤلفه معنایی نیز مورد تأکید است (پورجعفر و همکاران، ۷۱:۱۳۸۸). لذا ارتقاء کیفیت محیطی بر مبنای چهار مؤلفه مذکور در مقصدهای گردشگری روستایی، به‌عنوان عاملی مؤثر در جذب گردشگر، بسیار مهم و حیاتی می‌باشد.

با توجه به ادبیات پژوهش، عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی را می‌توان شامل ابعاد سه‌گانه محیطی، منابع انسانی و جامعه محلی دانست. به‌نحوی‌که در ارتباط با بُعد محیطی، توجه به چهار عامل کیفیت محیط‌زیستی، کیفیت عملکردی، کیفیت زیباشناختی و کیفیت معنایی باید مدنظر قرار گیرد. همچنین در راستای بُعد منابع انسانی، عوامل پنج‌گانه خوداثربخشی، خودمختاری، مؤثر بودن، معنادار بودن و اعتماد به دیگران تأثیرگذار می‌باشند. لازم به ذکر است که در این تحقیق منظور از منابع انسانی، کارکنان سازمان‌ها و مؤسسات مرتبط با گردشگری روستایی می‌باشد. در ارتباط با بُعد جامعه محلی نیز، چهار عامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و روان‌شناختی، تعیین‌کننده خواهند بود. شکل (۱)، مدل مفهومی ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی را نشان می‌دهد.

[1]- Nunkoo & Ramkissoon

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]



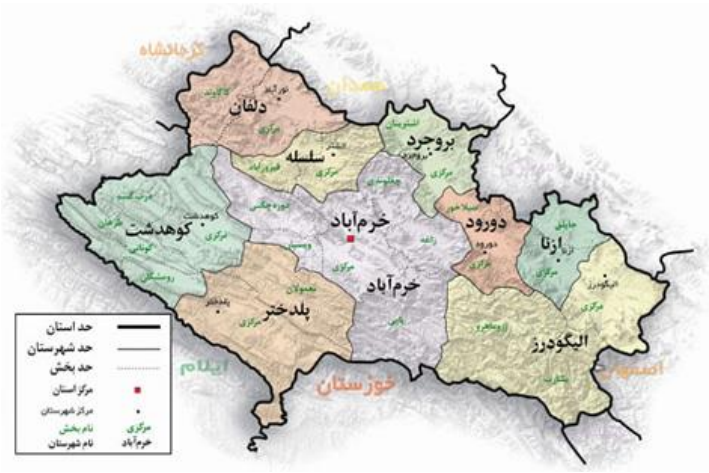
شکل (۱). مدل مفهومی اولیه پژوهش

(منبع: ادبیات تحقیق)

روش تحقیق

معرفی محدوده موردمطالعه

قلمرو مکانی پژوهش حاضر، روستاهای استان لرستان می‌باشد شکل (۲). در سال‌های اخیر، استان لرستان به‌واسطه جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بی‌نظیر خود، همواره مورد بازدید قابل‌توجه گردشگران بوده است. با نزدیکی این استان به کلان‌شهرهای اصفهان، اراک، کرمانشاه، همدان و اهواز، به‌عنوان کانون‌های جمعیتی و همچنین بهره‌مندی از منافع ناشی از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی آن، می‌توان چشم‌انداز روشنی را برای توسعه گردشگری روستایی در این استان، متصور بود.



شکل (۲). معرفی محدوده مطالعاتی تحقیق

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

در حال حاضر، در سال ۱۳۹۵، در استان لرستان ۳۴۱۵ روستا وجود دارد که البته از این تعداد، ۲۹۸۵ روستا دارای سکنه می‌باشند و ۴۳۰ روستا نیز خالی از سکنه است (سالنامه آماری استان، ۲۲:۱۳۹۵). در این استان تاکنون ۱۲ روستا به‌عنوان روستای هدف گردشگری به تصویب سازمان میراث فرهنگی رسیده است. علاوه بر این، ۳۰ روستای دیگر در این استان به‌عنوان روستاهای مستعد گردشگری شناسایی‌شده‌اند.

این پژوهش از نوع پژوهش‌های توسعه‌ای- کاربردی می‌باشد. بررسی سؤالات رویکرد روش‌شناسی پژوهش حاضر از نوع «روش ترکیبی» است. مطابق با دو مرحله کمی و کیفی تحقیق، جامعه آماری شامل دو گروه است؛ جامعه آماری مرحله اول (روش کیفی)، به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، شامل منابع آرشیوی مرتبط با موضوع و همچنین خبرگان و افراد مجرب است. جامعه آماری مرحله دوم (روش کمی)، جهت تعیین اولویت عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، نیز شامل خبرگان و افراد مجرب می‌باشد؛ منظور از خبرگان، اساتید دانشگاه‌ها و منظور از افراد مجرب نیز مدیران و کارشناسان سازمان‌ها و مؤسسات فعال در عرصه گردشگری در استان لرستان است.

به‌منظور نمونه‌گیری، در مرحله اول تحقیق (روش کیفی) روش نمونه‌گیری نظری و هدفمند استفاده می‌شود؛ در این مرحله تا زمانی که داده‌ها اشباع شوند، نمونه‌گیری ادامه می‌یابد. در مرحله دوم (روش کمی) روش نمونه‌گیری غیر احتمالی و در دسترس استفاده می‌شود؛ در این مرحله، حجم نمونه از قبل تعیین نمی‌شود بلکه در طول تحقیق و تا زمان رسیدن به حد کفایت نظری ادامه می‌یابد.

جمع‌آوری اطلاعات، در بخش اول تحقیق با روش تحقیق آرشیوی و روش تحقیق کیفی انجام‌شده است. در گام بعدی فاز کیفی پژوهش، روش تحلیل مضمون از طریق مصاحبه با خبرگان و افراد مجرب استفاده می‌شود؛ داده‌های کیفی حاصل از دو روش آرشیوی و تحلیل مضمون، الگوی مفهومی «ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی» را شکل می‌دهد. همچنین در بخش دوم تحقیق (فاز کمّی پژوهش) به جمع‌آوری داده‌های کمّی به روش پیمایش از طریق پرسشنامه، جهت بررسی اولویت عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، پرداخته می‌شود. در این پژوهش به‌منظور تدوین الگوی «ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی»، با استفاده تحلیل مضمون به تحلیل داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه پرداخته می‌شود. داده‌های کمّی نیز، برای بررسی اولویت عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، با استفاده از روش برنامه‌ریزی ترجیحات فازی لگاریتمی[1] مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

نتایج

مرحله اول: شناسایی معیارهای ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

در پژوهش حاضر برای شناسایی معیارها، از روش تحلیل مضمون از طریق مصاحبه با خبرگان و افراد مجرب استفاده‌شده است. در این قسمت، به‌منظور عدم تکرار مطالب، از درج جدولی مجزا برای نشان دادن معیارهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها، خودداری شده است. در این راستا جدول (۱)، معیارهای شناسایی‌شده را نشان می‌دهد.

[1]- LFPP

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

جدول (۱). ابعاد و مؤلفه‌های ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

منابع انسانی	جامع محلی	محیطی
مؤثر بودن	اقتصادی	زیباشناختی
خوداثربخشی	اجتماعی	عملکردی
اعتماد به دیگران	روان‌شناختی	محیط زیستی
معنادار بودن	سیاسی	معنایی
خودمختاری		

مطابق با جدول (۲)، سه عامل اصلی که بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی تأثیرگذار هستند عبارت‌اند از: بُعد عامل انسانی، بُعد جامعه محلی، بُعد محیطی. در این راستا، بُعد عامل انسانی شامل مؤلفه‌های: مؤثر بودن، خوداثربخشی، اعتماد به دیگران، معنادار بودن، خودمختاری می‌باشد. همچنین بُعد جامعه محلی شامل مؤلفه‌های: اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناختی، سیاسی است. درنهایت بُعد محیطی شامل مؤلفه‌های: زیباشناختی، عملکردی، محیط زیستی و معنایی می‌باشد.

مرحله دوم: اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

به‌منظور اولویت‌بندی ابعاد عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، روش برنامه‌ریزی ترجیحات فازی لگاریتمی بکار گرفته‌شده است. بدین منظور پس از شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، پرسش‌نامه مقایسه زوجی برای وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفت که درمجموع ۱۳ پرسشنامه تکمیل شد. سپس نتایج پرسشنامه‌ها از طریق نرم‌افزار GAMS تجزیه‌وتحلیل شد و درنهایت اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی تعیین گردید. بر این اساس، مراحل تعیین ابعاد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی به شرح زیر انجام پذیرفته است:

جدول (۲). ماتریس میانگین مقایسه زوجی ابعاد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی	محیطی	جامعه محلی	منابع انسانی
محیطی	(۱، ۱، ۱)	(۲/۰۳، ۱/۸۲، ۲/۰۱)	(۲/۰۱، ۱/۹، ۲/۰۲)
جامعه محلی	-	(۱، ۱، ۱)	(۲/۰۲، ۲/۰۴، ۱/۹۱)
منابع انسانی	-	-	(۱، ۱، ۱)

بر اساس جدول (۲)، اعداد فازی وارد مدل برنامه‌ریزی غیرخطی LFPP در نرم‌افزار GAMS می‌شوند:

$$\text{Min} = (1-\lambda)^2 + \text{M}.\sum_{i=1}^{2}\sum_{i=j+1}^{3}(\delta_{ij}^2 + \eta_{ij}^2)$$

Subject to:

$$y_1 - y_2 - \lambda \ln\left({}^{1.82}/_{2.01}\right)\delta_{12} \geq \ln 2.01$$

$$-y_1 + y_2 - \lambda \ln\left({}^{2.03}/_{1.82}\right)\delta_{12} \geq -\ln 2.03$$

$$y_1 - y_3 - \lambda \ln\left({}^{1.09}/_{2.02}\right)\delta_{12} \geq \ln 2.02$$

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

$$-y_1 + y_3 - \lambda \ln\left(2.1/1.09\right) \delta_{12} \geq -\ln 2.1$$
$$y_2 - y_3 - \lambda \ln\left(2.04/1.09\right) \delta_{12} \geq \ln 1.91$$
$$-y_2 + y_3 - \lambda \ln\left(2.02/2.04\right) \delta_{12} \geq -\ln 2.02$$

جدول (۳). اولویت‌بندی ابعاد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

ابعاد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی	y_i
محیطی	۰/۰۹۷۳
جامعه محلی	۰/۰۹۸۹
منابع انسانی	۰/۰۹۹۴

مطابق جدول (۳)، منابع انسانی به‌عنوان مهم‌ترین بُعد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی می‌باشد. همچنین ابعاد جامعه محلی و محیطی، نیز در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. در ادامه، همانند محاسبات فوق، اولویت مؤلفه‌ها مطابق با جدول (۴) و اولویت معیارهای ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی نیز مطابق با جداول (۵ تا ۷) تعیین گردیده است.

بر اساس جدول (۴)، در بُعد «منابع انسانی»، مؤلفه «مؤثر بودن»، در بُعد «جامعه محلی»، مؤلفه «اقتصادی» و در بُعد «محیطی»، مؤلفه «زیباشناختی» بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین مطابق با جدول (۵) که اولویت‌بندی معیارهای ارتقاء منابع انسانی را نشان می‌دهد، معیار «آگاه نمودن کارکنان از اهمیت وظایف آن‌ها» از مؤلفه «مؤثر بودن»، معیار «اطمینان بخشی به کارکنان نسبت به توانایی آن‌ها» از مؤلفه «خوداثربخشی»، معیار «بهبود امنیت شغلی در میان کارکنان» از مؤلفه «اعتماد به دیگران»، معیار «بهبود سازگاری بین اهداف سازمان و ارزش‌های افراد» از مؤلفه «معنادار بودن» و معیار «فراهم نمودن استقلال و آزادی کافی برای کارکنان» از مؤلفه «خودمختاری» بیشترین وزن را دارند. جدول (۶) نیز که اولویت‌بندی معیارهای بُعد جامعه محلی را نشان می‌دهند، معیار «ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری» از مؤلفه «اقتصادی»، معیار «بهبود کیفیت زندگی ساکنین روستا» از مؤلفه «اجتماعی»، معیار «بهبود رضایت ساکنین از حضور گردشگران» از مؤلفه «روان‌شناختی» و معیار «حل‌وفصل اختلافات میان مردم روستا» از مؤلفه «سیاسی» بیشترین وزن را دارند و به عبارتی نسبت به سایر معیارها در اولویت می‌باشند.

همچنین جدول (۷) که اولویت‌بندی معیارهای بُعد محیطی را نشان می‌دهند، معیار «حفاظت از چشم‌اندازهای طبیعی روستا» از مؤلفه «زیباشناختی»، معیار «بهبود وضعیت معابر و دسترسی‌ها در روستا» از مؤلفه «عملکردی»، معیار «ساماندهی جمع‌آوری و دفع زباله در روستا» از مؤلفه «محیط زیستی» و معیار «تأمین امنیت در روستا» از مؤلفه «معنایی» بیشترین وزن را دارند و به‌عبارتی نسبت به سایر معیارها در اولویت می‌باشند.

جدول (۴). اولویت‌بندی مؤلفه‌های ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

ابعاد	مؤلفه	وزن	اولویت
منابع انسانی	مؤثر بودن	۰/۲۶۱	۱
	خوداثربخشی	۰/۲۵۴	۲
	اعتماد به دیگران	۰/۲۵۱	۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

	معنادار بودن	۰/۲۴۳	۴
	خودمختاری	۰/۲۳۹	۵
جامعه محلی	اقتصادی	۰/۲۵۹	۱
	اجتماعی	۰/۲۴۷	۲
	روان‌شناختی	۰/۲۴۵	۳
	سیاسی	۰/۲۳۳	۴
محیطی	زیباشناختی	۰/۲۵۴	۱
	عملکردی	۰/۲۴۹	۲
	محیط زیستی	۰/۲۴۷	۳
	معنایی	۰/۲۳۳	۴

جدول (۵). اولویت‌بندی معیارهای بُعد منابع انسانی در ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

بُعد منابع انسانی		وزن	اولویت
مؤثر بودن	آگاه نمودن کارکنان از اهمیت وظایف آن‌ها	۰/۲۶۳	۱
	توجه به نظرات کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها	۰/۲۵۹	۲
	ارائه بازخوردهای مناسب به کارکنان	۰/۲۵۱	۳
	تأمین شرایط لازم برای کارکنان در کنترل بر کارها	۰/۲۴۳	۴
خوداثربخشی	اطمینان بخشی به کارکنان نسبت به توانایی آن‌ها	۰/۲۴۹	۱
	به کار گماشتن کارکنان متناسب با قابلیت آن‌ها	۰/۲۴۱	۲
	کمک به تسلط کارکنان در مهارت‌های لازم در کار	۰/۲۳۶	۳
	فراهم نمودن زمینه‌های پیشرفت برای کارکنان	۰/۲۳۱	۴
اعتماد به دیگران	بهبود امنیت شغلی در میان کارکنان	۰/۲۶۴	۱
	آگاه کردن کارکنان از تصمیمات و اهداف	۰/۲۵۷	۲
	در اختیار قرار دادن اطلاعات لازم به کارکنان	۰/۲۴۹	۳
	بهبود و همکاری و صمیمیت میان کارکنان	۰/۲۳۸	۴
معنادار بودن	بهبود سازگاری بین اهداف سازمان و ارزش‌های افراد	۰/۲۵۴	۱
	آگاه نمودن کارکنان از معنادار بودن وظایف آن‌ها	۰/۲۴۴	۲
	بهبود مسئولیت‌پذیری در کارکنان	۰/۲۳۹	۳
	تشویق کارکنان به انجام صحیح کارها	۰/۲۳۱	۴
خودمختاری	فراهم نمودن استقلال و آزادی کافی برای کارکنان	۰/۲۵۱	۱
	دادن اختیار به کارکنان جهت چگونگی انجام کار	۰/۲۴۶	۲
	ایجاد فرصت برای بیان عقاید و نظرات کارکنان	۰/۲۴۳	۳
	دادن مسئولیت به کارکنان در برابر نتایج تصمیم آن‌ها	۰/۲۳۸	۴

جدول (۶). اولویت‌بندی معیارهای بُعد جامعه محلی در ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

بُعد جامعه محلی		وزن	اولویت
اقتصادی	ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری	۰/۲۵۹	۱
	حمایت از تولید صنایع‌دستی در روستا	۰/۲۵۷	۲
	ارائه تسهیلات مالی به ساکنین روستا	۰/۲۵۵	۳
	حمایت از سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری	۰/۲۴۹	۴
اجتماعی	بهبود کیفیت زندگی ساکنین روستا	۰/۲۶۳	۱
	مشارکت زنان در برنامه‌های گردشگری	۰/۲۵۶	۲

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

	بهبود همکاری و تعامل میان ساکنین	۰/۲۴۸	۳
	بهبود همبستگی اجتماعی میان ساکنین روستا	۰/۲۴۳	۴
روان‌شناختی	بهبود رضایت ساکنین از حضور گردشگران	۰/۲۵۸	۱
	آگاه‌سازی ساکنین روستا از پتانسیل‌های روستا	۰/۲۴۹	۲
	تقویت عزت‌نفس ساکنین روستا	۰/۲۴۴	۳
	حفاظت از سنت‌ها و آداب‌ورسوم روستا	۰/۲۴۳	۴
سیاسی	حل‌وفصل اختلافات میان مردم روستا	۰/۲۶۱	۱
	حمایت از انجمن‌های محلی در روستا	۰/۲۶۰	۲
	مشارکت مردم روستا در برنامه‌های گردشگری	۰/۲۵۹	۳
	جلب حمایت معتمدین روستا	۰/۲۵۶	۴

جدول (۷). اولویت‌بندی معیارهای بُعد محیطی در ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی

بُعد محیطی		وزن	اولویت
زیباشناختی	حفاظت از چشم‌اندازهای طبیعی روستا	۰/۲۶۶	۱
	زیباسازی فضاهای عمومی در روستا	۰/۲۵۴	۲
	زیباسازی بناها و ساختمان‌های روستا	۰/۲۵۱	۳
	تأمین روشنایی مناسب و نورپردازی در روستا	۰/۲۳۳	۴
عملکردی	بهبود وضعیت معابر و دسترسی‌ها در روستا	۰/۲۵۲	۱
	بهبود امکانات تفریحی، پذیرایی و اقامتی در روستا	۰/۲۵۱	۲
	بهبود زیرساخت‌های آب، برق و گاز در روستا	۰/۲۴۲	۳
	بهبود زیرساخت‌های ارتباطی در روستا	۰/۲۴۱	۴
محیط زیستی	ساماندهی جمع‌آوری و دفع زباله در روستا	۰/۲۴۹	۱
	ساماندهی جمع‌آوری و دفع فاضلاب در روستا	۰/۲۴۲	۲
	حفاظت از تنوع زیستی در روستا	۰/۲۴۱	۳
	حفاظت از باغ‌ها و مزارع در روستا	۰/۲۳۹	۴
معنایی	تأمین امنیت در روستا	۰/۲۶۱	۱
	تأمین آسایش و آرامش در روستا	۰/۲۵۴	۲
	تقویت روحیه مهمان‌نوازی مردم روستا	۰/۲۴۶	۳
	حمایت از ارزش‌های خاص در روستا	۰/۲۳۹	۴

مرحله سوم: سنجش مدل مفهومی پژوهش

در این مرحله به آزمون مدل مفهومی پژوهش پرداخته‌شده است. بدین منظور پرسشنامه‌ای بر مبنای معیارهای شناسایی‌شده تهیه گردید و در اختیار ۵۱ پاسخگو (افراد دانشگاهی و تجربی) قرار گرفت.

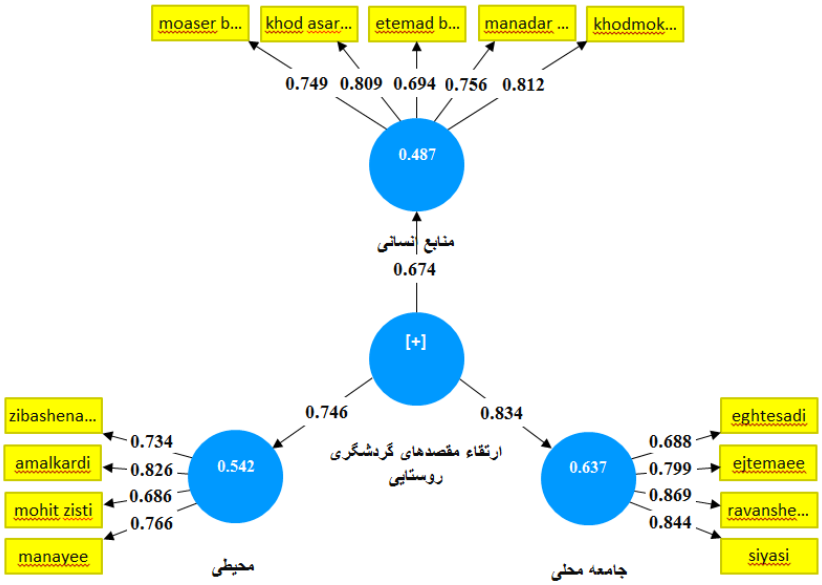
در ادامه، به بررسی برازش مدل، از طریق مدل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی پرداخته‌شده است. بدین منظور بررسی ضرایب بارهای عاملی، پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا، مدنظر است.

ضرایب بارهای عاملی: ضرایب بارهای عاملی هریک از سؤالات باید برابر یا بیشتر از ۰/۴ باشد (هولند[1]، ۹۹:۱۹۹۹). ضریب بارهای عاملی در شکل (۲) نشان داده‌شده است. با توجه به شکل (۳)، تمامی بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است؛ بنابراین روایی سازه که برای بررسی دقت و اهمیت نشانگرهای انتخاب‌شده برای اندازه‌گیری

[1]- Hulland

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

سازه‌ها انجام شد، نشان می‌دهد نشانگرها، ساختارهای عاملی مناسبی را جهت اندازه‌گیری ابعاد موردمطالعه در مدل پژوهش فراهم می‌آوردند.



شکل (۳). ضرایب بارهای عاملی

پایایی ترکیبی و روایی همگرا: برای سنجش پایایی پرسشنامه از پایایی ترکیبی و برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی همگرا و روایی واگرا روش PLS استفاده‌شده است که نتایج پایایی ترکیبی و روایی همگرا (AVE) در جدول (۸) آمده است.

جدول (۸). نتایج پایایی ترکیبی و روایی همگرا

سازه	پایایی ترکیبی	روایی همگرا (AVE)
محیطی	۰/۸۳۴	۰/۶۲۹
منابع انسانی	۰/۷۶۸	۰/۵۲۴
جامعه محلی	۰/۹۰۴	۰/۷۴۹

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای پایای ترکیبی، ۰/۷ و برای روایی همگرا، ۰/۵ می‌باشد، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای مدل‌های اندازه‌گیری موجود در مدل مفهومی پژوهش را تأیید نمود.

روایی واگرا: بر اساس جدول (۹) مقدار جذر AVE متغیرها در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرارگرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی قرارگرفته‌اند، بیشتر یا تقریباً برابر است؛ بنابراین روایی واگرای مدل در حد مناسبی است.

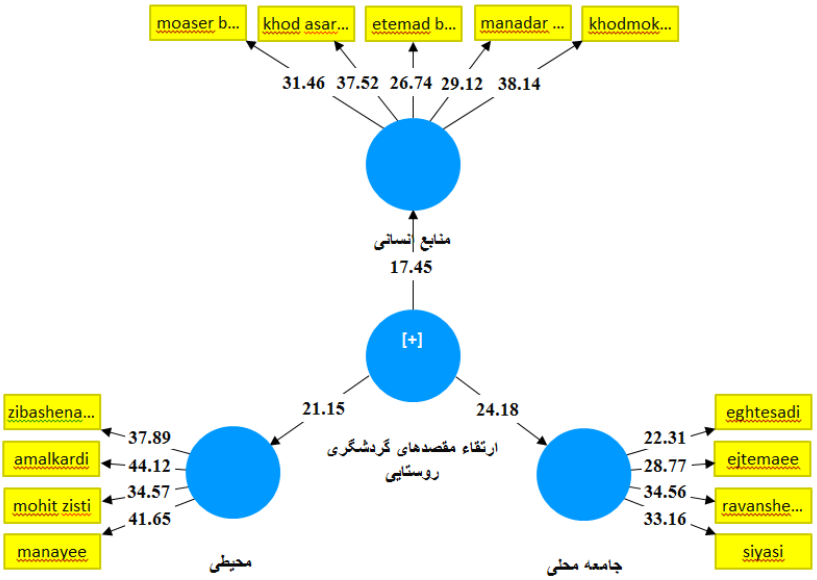
جدول (۹). نتایج روایی واگرا

سازه	محیطی	منابع انسانی	جامعه محلی
محیطی	۰/۸۴۴		
منابع انسانی	۰/۶۵۶	۰/۶۵۴	
جامعه محلی	۰/۵۲۹	۰/۴۹۸	۰/۸۸۷

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

برازش مدل ساختاری: برازش مدل ساختاری، شامل آماره t، معیار R^2 و معیار Q^2 است.

آماره t: اولین و اساسی‌ترین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری آماره t می‌باشد که باید از ۱/۹۶ بیشتر باشند تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بودن مسیرها و مناسب بودن مدل ساختاری را تأیید نمود. در شکل (۴) مقدار آماره t مسیرها نشان داده‌شده است.



شکل (۴). مدل مفهومی پژوهش همراه با مقدار آماره t

با توجه به شکل (۴)، آماره t تمام مسیرها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان از معنادار بودن مسیرها و مناسب بودن مدل ساختاری دارد.

معیار R^2: معیار R^2 مربوط به متغیرهای پنهان وابسته مدل است. برای این معیار، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 می‌باشد (چین[1]، ۱۱:۱۹۹۸). بر این اساس، معیار R^2 برای متغیرهای محیطی و منابع انسانی و جامعه محلی، به ترتیب برابر با ۰/۵۴۲، ۰/۴۸۷ و ۰/۶۳۷ محاسبه گردید که نشان می‌دهد مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است.

معیار Q^2: این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. برای این معیار، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۳ به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی Q^2 می‌باشد (هنسلر[2]، ۲۹۰:۲۰۰۹). بر این اساس، معیار Q^2 برای متغیرهای محیطی و منابع انسانی و جامعه محلی، به ترتیب برابر با ۰/۳۶۱، ۰/۲۶۷ و ۰/۳۸۹ محاسبه گردید که نشان می‌دهد مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است.

[1]- Chin
[2]- Henseler

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

برازش مدل کلی: برای بررسی برازش در یک مدل کلی تنها یک معیار به نام GOF استفاده می‌شود. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵، ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (وتزلز[1]، ۱۷۹:۲۰۰۹). این معیار از طریق رابطه (۱) محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{avrage(Comunalitie) \times R^2}$$ رابطه (۱)

براین‌اساس، مقدار GOF در این پژوهش، برابر با ۰.۴۸۷ است که نشان می‌دهد مدل پژوهش از برازش قوی برخوردار است.

نتیجه‌گیری

این پژوهش باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری در نواحی روستایی که شامل انواع مختلف جاذبه‌های طبیعی و تاریخی- فرهنگی می‌باشند، انجام گردید. گرچه در زمینه‌ی توانمندسازی و گردشگری، تاکنون مطالعات متعددی انجام پذیرفته است، اما این نکته قابل‌توجه است که اغلب پژوهش‌های انجام‌شده بر این امر متمرکز بوده‌اند که صنعت گردشگری چگونه موجب توانمندسازی جوامع محلی می‌شود. لذا دیدگاه پژوهش حاضر، مبتنی بر چگونگی ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی است؛ درواقع از این دیدگاه، گردشگری به‌عنوان یک متغیر وابسته مدنظر است که از عوامل دیگر تأثیر می‌پذیرد.

با بررسی ادبیات تحقیق، سه عامل اصلی که بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی تأثیرگذار هستند، شناسایی شدند. بر این اساس، ابعاد سه‌گانه محیطی، منابع انسانی و جامعه محلی، می‌توانند موجب ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی شوند. در این راستا، مطابق با نظر پاسخ‌دهندگان، بُعد منابع انسانی نسبت به ابعاد دیگر دارای وزن بیشتری می‌باشد. همچنین ابعاد جامعه محلی و محیطی نیز به ترتیب در اولویت دوم و سوم قرار گرفتند. در این میان، مؤلفه «مؤثر بودن» در بُعد «منابع انسانی»، مؤلفه «اقتصادی» در بُعد «جامعه محلی» و مؤلفه «زیباشناختی» در بُعد «محیطی»، بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. مقایسه نتایج این پژوهش با پژوهش‌های دان[2] (۲۰۰۷)، بولی و مک گی[3] (۲۰۱۴)، خواجه شاهکویی و همکاران (۱۳۹۱)، شفیعی زاده (۱۳۹۲)، حیدری ساربان و ملکی (۱۳۹۳)، حیدری ساربان (۱۳۹۴) و قنبری و همکاران (۱۳۹۵) حاکی از آن است که در پژوهش‌های مذکور، به بررسی اثرات گردشگری بر توانمندسازی اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و روان‌شناختی جامعه محلی پرداخته‌شده است، درحالی‌که در پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی در کانون توجه بوده است. همچنین در پژوهش شمس‌الدینی و همکاران (۱۳۹۵) صرفاً ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری و در پژوهش استرزلکا[4] (۲۰۱۲) نیز تنها توانمندسازی جامعه محلی در جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری موردبررسی قرارگرفته است درحالی‌که در پژوهش حاضر علی‌رغم توجه به عامل منابع انسانی و جامعه محلی، عامل محیطی، نیز مدنظر

[1]- Wetzels
[2]- Dunn
[3]- Boley and McGehee
[4]- Strzelecka

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

قرارگرفته است. در این پژوهش، از طریق مدل معادلات ساختاری نیز به آزمون مدل مفهومی پژوهش پرداخته شد. بر این اساس، رابطه میان ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی با ابعاد سه‌گانه محیطی، منابع انسانی و جامعه محلی ارزیابی شد. به‌طورکلی نتایج نشان داد بُعد محیطی که شامل مؤلفه‌های: زیباشناختی، عملکردی، محیط زیستی و معنایی می‌باشد بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی (با ضریب مسیر ۰/۷۴۶) تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ بُعد منابع انسانی نیز که شامل مؤلفه‌های: مؤثر بودن، خوداثربخشی، اعتماد به دیگران، خودمختاری و معنادار بودن می‌باشد بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی (با ضریب مسیر ۰/۶۷۴) تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین بُعد جامعه محلی که شامل مؤلفه‌های: اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناختی و سیاسی می‌باشد بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی (با ضریب مسیر ۰/۸۳۴) تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در ادامه به ارائه پیشنهادهایی در راستای ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی استان لرستان بر اساس ابعاد سه‌گانه محیطی، منابع انسانی و جامعه محلی پرداخته‌شده است.

توانمندسازی محیطی

- ایجاد سازوکارهای مدیریتی و فنی در راستای حفاظت از چشم‌اندازهای طبیعی در روستاها
- توجه به کیفیت وضعیت معابر و دسترسی در روستاها در راستای افزایش رضایت گردشگران
- بهبود سیستم‌های جمع‌آوری و دفع زباله در روستاها در راستای ایجاد فضاهای جذاب به‌منظور جلب‌توجه گردشگران
- تأمین شرایط لازم در جهت تأمین امنیت در روستاها در راستای ایجاد اطمینان در گردشگران جهت حضور آن‌ها در روستاها

توانمندسازی منابع انسانی

- تدوین سازوکارهای مناسب جهت آگاه‌سازی کارکنان از اهمیت وظایف آن‌ها در راستای تحقق اهداف سازمانی.
- ایجاد حس اعتمادبه‌نفس در کارکنان و اطمینان دادن به آن‌ها نسبت به توانایی‌هایشان در انجام امور مختلف.
- فراهم نمودن شرایط لازم برای کارکنان در جهت اطمینان دادن به آن‌ها در راستای امنیت شغلی آن‌ها در آینده.
- برگزاری جلسات مشارکتی با کارکنان در جهت بهبود سازگاری بین اهداف سازمان و ارزش‌های کارکنان.
- فراهم نمودن زمینه لازم برای اظهارنظر آزادانه کارکنان و تأمین استقلال و آزادی کافی برای آن‌ها در جهت انجام وظایفشان.

توانمندسازی جامعه محلی

- برگزاری کارگاه‌های آموزشی در جهت ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی ساکنین روستاها در حوزه گردشگری
- فراهم نمود شرایط لازم به‌منظور منتفع نمودن ساکنین روستاها از منافع گردشگری در جهت بهبود کیفیت زندگی آن‌ها
- آموزش و آگاه‌سازی ساکنین از منافع توسعه گردشگری در روستاها در جهت جلب رضایت آن‌ها از حضور گردشگران
- برگزاری جلسات مشارکتی و ارائه راه‌کاری لازم در راستای حل‌وفصل اختلافات میان ساکنین روستا

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

منابع

بیرانوندزاده، مریم؛ شرفی، سیامک؛ پوربساط، وحید (۱۳۹۸). **بررسی وضعیت شاخص‌های اثرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در استان لرستان**، مجله جغرافیا و روابط انسانی، **۲(۲)**: ۱۳۱-۱۴۴.

پورجعفر، محمدرضا؛ تقوایی، علی‌اکبر و صادقی، علی‌رضا (۱۳۸۸)، **خوانش تأثیر ساماندهی محورهای بصری بر ارتقاء کیفیت محیط فضاهای عمومی شهری خیابان آزادی تهران**، مجله مدیریت شهری، **۷(۲۴)**: ۶۵-۸۰.

تاراسی، زهرا؛ کریم زاده، حسین؛ آقایاری هیر، محسن (۱۳۹۸)، **بررسی عوامل و محرک‌های مؤثر بر توانمندسازی زنان روستایی (موردمطالعه: شهرستان زنجان)**. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، **۱۹ (۵۴)**: ۲۵۷-۲۳۷.

حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۴)، **بررسی اثرات گردشگری در ارتقای توانمندی‌های اجتماعی و روان‌شناختی روستاییان مورد: شهرستان مشکین‌شهر**، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، **۴(۱۲)**: ۱۸۲-۱۶۴.

حیدری ساربان، وکیل و ملکی، ابوذر (۱۳۹۳)، **ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی مورد: روستای ده زیارت شهرستان بوانات**، مجله توسعه روستایی، **۶(۲)**: ۲۹۸-۲۷۹.

حیدری ساربان، وکیل؛ عبدپور، علیرضا (۱۳۹۸)، **عوامل بهبود معیشت پایدار روستایی از دیدگاه ساکنان محلی (مطالعه موردی: شهرستان اردبیل)**. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، **۱۹ (۵۴)**: ۴۶-۲۳.

خدائی، زهرا و کلانتری خلیل‌آباد، حسین (۱۳۹۱)، **توسعه گردشگری با تأکید بر نقش آموزش نیروی انسانی**، مجله مطالعات مدیریت شهری، **۴(۴)**: ۵۹-۴۸.

درگاه ملی آمار ایران، **سالنامه آماری استان لرستان (۱۳۹۰)**، تاریخ دسترسی به سایت فروردین ۱۳۹۸.

شفیعی ثابت، ناصر؛ هراتی فرد، سعیده (۱۳۹۸). **توانمندسازی ذینفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک‌شده از گردشگری**، نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، **۸(۲۹)**: ۷۱-۹۰.

شکوهی، مهدی؛ یزدان پناه، مسعود (۱۳۹۸). **تأثیر توانمندسازی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری منطقه گردشگری کمردوغ**، فصلنامه مدرس علوم انسانی (برنامه‌ریزی و آمایش فضا)، **۲۳(۱)**: ۱۵۱-۱۶۸.

شمس‌الدینی، علی؛ درخشان، الهام و کریمی، ببراز (۱۳۹۵)، **ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری مورد: استان کهگیلویه و بویراحمد**، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، **۶(۲۴)**: ۱۰۰-۸۹.

عبدالهی، بیژن و نوه ابراهیم، عبدالرحیم (۱۳۸۵)، **توانمندسازی کارکنان کلید طلایی مدیریت منابع انسانی**، نشر ویرایش.

فراهانی، حسین؛ الوندی، مینا (۱۳۹۹)، تبیین چالش‌های کارآفرینی کسب‌وکارهای کوچک روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان بیجار. **نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۰ (۵۸)**: ۱۱۹-۱۰۵.

فرهنگی، علی‌اکبر و اسکندری، مجتبی (۱۳۸۲)، **معرفی توانمندسازی در مدیریت و الگوهای آن**، مجله مطالعات مدیریت بهبود و تحول، **۱۰(۴۰-۳۹)**: ۱۲۱-۹۹.

قنبری، ابوالفضل؛ درخشان، الهام؛ حسن‌زاده، مهرشاد و گرامی زاده، آرش (۱۳۹۵)، **عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان بر بخش گردشگری**، مجله مطالعات اجتماعی گردشگری، **۴(۸)**: ۱۵۳-۱۲۷.

گلکار، کوروش (۱۳۸۰)، **مؤلفه‌های سازنده کیفیت در طراحی شهری**، نشریه صفه، **۱۱(۳۲)**: ۳۸-۶۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]

[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

مرادزاده، عبدالباسط؛ قاسمی، محمد؛ سالارزهی، حبیب‌الله؛ یعقوبی، نورمحمد و بذرافشان، جوان (۱۳۹۷)، **اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور**، مجله توسعه کارآفرینی، **۱۱(۱)**: ۱۷۹-۱۶۱.

میراب زاده، پرستو (۱۳۷۵)، **ارزیابی پیامدهای زیست‌محیطی توسعه توریسم**، مجله محیطزیست، **۸(۲)**: ۶۲- ۵۴.

وتلن، دیویدای و کامرون، کیم اس (۱۳۸۳)، **تواناسازی و تفویض اختیار**، ترجمه بدرالدین اورعی یزدانی، تهران: نشر موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.

Ajdari, A.R. (2014), **The role of management in tourism**, science tourism.

Appelbaum, S. H. & Honegger, K. (1998), **Empowerment: a Contrasting Overview of Organizations in General and Nursing in Particular**. An Examination of Organizational Factors, Managerial Behaviors, Job Design, and Structural Power. Journal of Empowerment in Organization. **6(2):** 29-50.

Boley, B. B. & McGehee, N. G. (2014), **Measuring empowerment: Developing and validating the resident empowerment through tourism scale** (RETS). Tourism Management, **45:** 85-94.

Boley, B. B. (2013), **Sustainability, Empowerment, and Resident Attitudes toward Tourism: Developing and Testing the Resident Empowerment through Tourism Scale** (RETS) (Doctoral dissertation, Virginia Tech).

Boley, B. B. Strzelecka, M. & Watson, A. (2018). **Place distinctiveness, psychological empowerment, and support for tourism**. Annals of Tourism Research, **70:** 137-139.

Bowen, D.E. & Lawler, E.E. (1992), **The empowerment of service workers: What, why, how and when**. Sloan Management Review, **33(3):** 31-39.

Burgos, A. & Mertens, F. (2017). **Participatory management of community-based tourism: A network perspective**. Community Development, **48(4):** 546-565.

Chen, B. Qiu, Z. Usio, N. & Nakamura, K. (2018). **Tourism's impacts on rural livelihood in the sustainability of an aging community in Japan**. Sustainability, **10(8):** 2896.

Chen, Z. Li, L. Li, T (2016), **The organizational evolution, systematic construction and empowerment of Langde Miao s community tourism**, Tourism Management, **28(6):** 75-86.

Chin, W.W. (1998), **Issues and Opinion on Structural Equation Modeling**, MIS Quarterly, **22(1):** 7-16.

Dangi, T. B. & Jamal. T. (2016), **An Integrated Approach to "Sustainable Community-Based Tourism**, Sustainability, **8(5):** 1-32.

Đukić, V. & Volić, I. (2017). **The Importance of Documenting and Including Traditional Wisdom in Community-Based Ecotourism Planning: A Case Study of the Nature Park Ponjavica in the Village of Omoljica (Serbia)**. SAGE Open, **7(1).**

Dunn, S. F. (2007), **Toward empowerment: Women and community-based tourism in Thailand** (Doctoral dissertation, University of Oregon).

Ford, R. C. & Fottler, M. D. (1995), **Empowerment: A Matter of Degree**. Academy of Management Executive. **19(3):** 21-31.

Giampiccoli, A. & Saymaan, M. (2017). **Community-based tourism, responsible tourism, and infrastructure development and poverty**. Afr J Hosp Tour Leisure, **6:** 1-28.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

H.B.Sofield, Trevor (2003), **Empowerment for Sustainable Tourism Development**, Elsevier Scince Ltd.

Hassanpour, H. (2013), **The development of comprehensive training on the development of Makran coastAnd its role in maritime authority in Iran**, The first national conference on the development of Makran coast and the maritime authority of the Islamic Republic of Iran, Tehran, 1-17.

Henseler, J. Ringle, C.M. Sinkovics, R.R. (2009), **The use of partial least squares path modeling in international marketing**, Advances in international Marketing, **20:** 277-320.

Hulland, J. & Richard Ivey School of Business. (1999), **Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies**. Strategic management journal, **20(2):** 195-204.

Jani, D. (2018). **Residents' perception of tourism impacts in Kilimanjaro: An integration of the Social Exchange Theory**. Turizam: međunarodni znanstveno stručni časopis, **66(2):** 148-160.

Moye, M. J. Henkin, A. B. & Egley, R. J. (2005), **Teacher Principal Relationships Exploring Linkages between Empowerment and Interpersonal Trust**. Journal of Educational Administration. **3(3):** 260-277.

Mubita, A. Libati, M. & Mulonda, M. (2017). **The Importance and Limitations of Participation in Development Projects and Programmes**. European Scientific Journal, ESJ, **13(5):** 238.

Musar, P. (2016). **Responsible tourism as an agent of sustainable and socially conscious development: Reflections from the Italian case**. Journal of Tourism Managment, **1(5):** 93–107.

Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2008), **Small Island Urban Tourism: a Residents Perspective**, Current Issues on Tourism, pp. 37-60.

Pastor, J. (1996). **Empowerment: What it is and what it is not**. Empowerment in Organizations, **4(2):** 5-7. http://dx.doi.org/10.1108/09684899610118028

Rasoolimanesh, S. M. & Jaafar, M. (2016). **Community participation toward tourism development and conservation program in rural world heritage sites**. In Tourism-From Empirical Research towards Practical Application. InTech.

Sharma, P. N. & Kirkman, B.L. (2015), **Leveraging leaders: A literature review and future lines of inquiry for empowering leadership research**, Group Organization Management, **40 (2):** 193-237.

Sharpley, R. (2009). **Tourism development and the environment: Beyond sustainability?** Routledge.

Spretzer, G. M. (1996), **Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment**. Academy of Management Journal. **39(2):** 483-504.

Strzelecka, M. (2012), **Individual and community empowerment enhancement in sustainable tourism development in post-communist Poland** (Doctoral dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign).

Strzelecka, M. Boley, B. B. & Strzelecka, C. (2016). **Empowerment's Influence on Resident Support for Tourism in rural Central and Eastern Europe (CEE)**.Travel and Tourism Association Advancing Tourism Research Globally, **22.**

Thomas, K. W. & Velthous, B. A. (1990), **Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of in Trinsic Task Motivation**. Academy of Management Journal. **15(4):** 666-681.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]

Tohidy, Fateme & Nabilou,Hamid (2012), **Human Resources Empowerment and Its Role in the Sustainable Tourism, Asian Social Science**, **8(1):** January 2012.
Wetzels, M. Odekerken-Schröder, G. & Van Oppen, C. (2009), **Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration**. MIS quarterly, 177-195.
Whetlen. D. A. & Cameron, K. S. (1998), **Developing Management Skills**. New York: Addison-Wesley, Wheelan.
World Tourism Organization, (2018). **Tourism for Development, Key Areas for Action** UNWTO, Madrid.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.109.2]
[DOI: 10.61186/jgs.23.69.239]