ASPI | Afarand Scholarly Publishing Institute; Turkey
ISSN: 2538-4384; Geographical Research. 2023;38(4):459-468 10.58209/geores.38.4.459

Identifying and Prioritizing the Impact of Tourism Development Indicators on the Prosperity of Rural Handicraft Cooperatives in the Northern Savdkouh County

ARTICLE INFO

Article Type
Qualitative Research

Authors
Ahmadi Naftchali N.[1] *MSc*
Khoshkam M.[2]* *PhD*
Sarvar R.[3] *PhD*

How to cite this article
Ahmadi Naftchali N, Khoshkam M, Sarvar R. Identifying and Prioritizing the Impact of Tourism Development Indicators on the Prosperity of Rural Handicraft Cooperatives in the Northern Savdkouh County. Geographical Research. 2023;38(4):459-468.

[1]Department of Geography and Rural Planning, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
[2]Department of Tourism and Hospitality, Faculty of Management, West Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
[3]Department of Geography and Urban Planning, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

***Correspondence**
Address: Islamic Azad University, Ghods town, Tehran, Iran. Postal code: 146863785
Phone: +98 (21) 22350092
Fax: +98 (21) 26350940
khoshkam.mana@wtiau.ac.ir

Article History
Received: August 16, 2023
Accepted: September 23, 2023
ePublished: September 28, 2023

ABSTRACT

Aims The main objective of this study was to determine and prioritize the indicators of tourism development and their impact on the prosperity of rural handicraft cooperatives.

Methodology This research employed a mixed descriptive approach and was conducted in Northern Savadkuh county in 2022-2023. The data collected using a researcher-made questionnaire. The dimensions that were deemed effective in the development of the tourism industry were identified through the review of the existing literature and were subsequently presented to a panel of experts consisting of 10 individuals. These dimensions were presented in the form of a questionnaire. Duplicate options were eliminated, resulting in a final questionnaire consisting of 55 items. The study sample comprised of 30 professionals working in the field of tourism and hospitality, who were selected based on purposive sampling. To analyze the data and reveal the mutual relationships among the criteria, the DEMATEL technique was employed. Finally, the Analytic Network Process (ANP) method was used to analyze the data.

Findings The cultural-social, environmental, and economic dimensions, along with the increase in income and entrepreneurial spirit, are identified as the most significant indicators of tourism development and the prosperity of rural handicraft cooperatives. Among these indicators, the increase in income and employment is found to have the highest impact and the most significant interaction with other criteria. The prioritization of the main criteria reveals that the cultural-social dimension holds the foremost priority, followed by the environmental dimension, while the increase in income and employment are assigned the third priority. By employing calculations and the limit supermatrix, it is determined that the sub-criterion of the positive attitude of individuals towards tourism and the weaknesses in the existing infrastructure are ranked as the first and second priorities, respectively.

Conclusion The most influential factors driving tourism development in the Northern Savadkuh County are included the local residents' attitudes toward tourism, particularly in the socio-cultural dimension, infrastructure weaknesses, distance from villages and markets in the environmental dimension, and the enhancement of job opportunities and employment within the region.

Keywords Tourism Development; Handicraft Cooperatives; Income Increase; Employment; Entrepreneurial Spirit

CITATION LINKS

[Bareshadat *et al.*, 2019] Evaluation of environmental sustainability components and architecture design of ...; [Divsalar, 2013] Analysis of geo-tourism in the cultural sustainable development on coastal cities case ...; [Divsalar, 2016] The role of handicrafts in rural tourism economy case: Foothill Villages ...; [Fao, 2014] The state of food security in the world: Strengthening the enabling environment for food ...; [Farnam *et al.*, 2019] Analyzing native handicrafts in rural tourism development case study of ...; [Fathi *et al.*, 2023] Effect of physical and spatial factors of high-rise official buildings in Karaj city, Iran, ...; [Gallego-Bono & Chaves-Avila, 2016] Innovation cooperative systems and structural change: An evolutionary analysis of Anecoop ...; [Ghiasi & Saie, 2017] Multiple Criteria Decision Making (MCDM) Study ...; [Hajian Zeidy *et al.*, 2022] Analysis of Iranian houses in first Pahlavi period with architectural aesthetics role (case study: Amir Asefi's ...; [Karimipour & Sharifzade, 2018] Cultural-based components in ...; [Korani, 2020] Explaining of scenario, strategies, and solutions for development of rural tourism ...; [Kumar & Kumar, 2014] Perception of socio-culture impacts of tourism: ...; [Mahdinezhad & Saghaei, 2004] Challenges facing Iran's tourism ...; [Reisinger & Turner, 2023] Cross-cultural behaviour in ...; [Ritchie & Zins 1978] Culture as determinant of the attractiveness of a ...; [Scott, 2014] Handicraft, ...; [Shaukti Amghani *et al.*, 2016] Investigating the obstacles of tourism development in the ...; [Sultan *et al.*, 2021] Social media-based content towards image formation: A new approach ...; [Vakilian & Takehara, 2002] Iranian ...; [Zaheri *et al.*, 2022] Measuring the impact of technology components on Islamic-Iranian culture to ...; [Zarghani *et al.*, 2022] Relationship between geographical-environmental factors and job stress of ...;

Copyright© 2023, the Authors | Publishing Rights, ASPI. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری و تاثیرات آن بر رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی در شهرستان سوادکوه شمالی

نرگس احمدی نفت‌چالی MSc
گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
مانا خوشکام* PhD
گروه گردشگری و هتلداری، دانشکده مدیریت، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
رحیم سرور PhD
گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده
اهداف: تعاونی‌های صنایع دستی در مناطق روستایی نقش مهمی را در جذب گردشگران ایفا می‌کنند. هدف این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری و تاثیرات آن بر رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی بود.
روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی بوده و در حیطه تحقیقات کاربردی دسته‌بندی می‌شود که در سال ۱۴۰۱ در سوادکوه شمالی انجام شد. داده‌های این پژوهش با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته گردآوری شد. ابعاد و معیارهای موثر بر توسعه صنعت گردشگری با مطالعه سایر پژوهش‌های انجام‌شده تهیه و در قالب پرسش‌نامه در اختیار جامعه خبرگان (ده نفر) قرار داده شد. طی دو دوره بازبینی توسط خبرگان مورد نظر، گزینه‌های تکراری حذف و پرسش‌نامه ۵۵ گزینه‌ای تهیه شد. نمونه مورد مطالعه ۳۰ نفر از کارشناسان توریسم و گردشگری بود که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای انعکاس ارتباطات متقابل میان معیارها از تکنیک دیمتل استفاده و داده‌ها با استفاده از روش ANP تحلیل شد.
یافته‌ها: مهم‌ترین شاخص‌های توسعه گردشگری و رونق تعاونی‌های صنایع دستی عبارت بودند از بُعد فرهنگی-اجتماعی، بُعد زیست‌محیطی، بُعد اقتصادی، افزایش درآمد و اشتغال و روحیه کارآفرینی. افزایش درآمد و اشتغال بیشترین تاثیرگذاری و بیشترین تعامل را با سایر معیارها داشتند. براساس اولویت‌بندی معیارهای اصلی، بُعد فرهنگی-اجتماعی در اولویت اول، بُعد زیست‌محیطی در اولویت دوم و افزایش درآمد و اشتغال در اولویت سوم قرار داشتند. در نهایت مشخص شد زیرمعیار نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری و ضعف زیرساخت های موجود در اولویت‌های اول و دوم قرار دارد.
نتیجه‌گیری: نگرش مردم نسبت به پدیده گردشگری در بُعد فرهنگی-اجتماعی، ضعف زیرساخت‌های گردشگری و فاصله از روستا و بازارهای فروش در بُعد زیست محیطی، ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی در بُعد افزایش درآمد و اشتغال مهم ترین معیارهای تاثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری است.

کلیدواژگان: توسعه گردشگری، تعاونی‌های صنایع دستی، افزایش درآمد، اشتغال، روحیه کارآفرینی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۲۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۱
*نویسنده مسئول: khoshkam.mana@wtiau.ac.ir

مقدمه

واژه‌های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از جمله مفاهیمی هستند که عموماً به منظور اشتراکات سازمانی، در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و این در حالی است که درک درستی از مفاهیم چنین واژه‌هایی در جامعه‌ای مانند ایران وجود ندارد. در این راستا می‌توان گفت که صنایع دستی می‌تواند یکی از شاخه‌های میراث فرهنگی یک جامعه به‌شمار آید و ما زمانی می‌توانیم از گردشگری در کنار این موارد استفاده نماییم که بخواهیم مفاهیم فرهنگی و آگاه‌سازانه‌ای را از طریق مبحث گردشگری به جامعه برسانیم. صنایع دستی با توجه به ویژگی‌ها و شاخصه‌های آن می‌تواند به عنوان یک پیام‌رسان جدی از فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی کشورمان در سطح جهانی نقش ایفا نماید. سه عنصر هنر، فرهنگ و صنعت در ذات صنایع دستی نهفته است [Karimipour & Sharifzade, 2018]. صنایع دستی که ریشه در فرهنگ و تمدن این ملت دارد. ارزش بالقوه صنایع دستی ایران به گونه‌ای است که اگر این صنایع سامان‌دهی و تقویت شوند و سرمایه‌گذاری لازم در مورد تولید آنها صورت گیرد با صادرکردن آنها به کشورهای دیگر می‌توان از صادرات نفت بی‌نیاز شد [Vakilian & Takehara, 2002]. در حالی که در جهان امروز، صنایع دستی علاوه بر حفظ جایگاه خود در عرصه هنر، زیبایی‌شناختی و هویت‌بخشی ملّی و منطقه‌ای به یک منبع مهم ارزش افزوده و بهره‌وری اقتصادی تبدیل شده است. در ایران به دلیل برخی موانع و مشکلات، این صنعت از جایگاه واقعی خود فاصله گرفته و از نقش‌آفرینی در عرصه اقتصادی نیز دور مانده است. اعتقاد بر این است که یکی از راه‌های مهم رونق صنایع دستی توسعه گردشگری است. گردشگری فرصت‌های زیادی را برای مردم فقیر و کم‌درآمد به منظور فروش صنایع دستی محلی و کسب درآمد و ایجاد اشتغال فراهم می‌آورد زیرا گردشگران پول زیادی را صرف خرید صنایع دستی به عنوان سوغات می‌کنند. صنایع دستی به عنوان یکی از مهم‌ترین زیربخش‌های گردشگری محسوب می‌شود که منجر به ایجاد اشتغال و کسب درآمد به نفع اقشار کم‌درآمد جامعه می‌شود. گردشگری روستایی بخشی از گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد است که می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد نمود. از آنجایی که زندگی ساکنان روستایی به نحوی متاثر از این پیامد مهم سودآور است، می‌توان گردشگری روستایی را یک نوع صنعت تعریف نمود [Scott, 2014]. در بسیاری از کشورهای جهان، برای کاهش استفاده از منابع طبیعی و تخریب آن، توسعه صنایع دستی را در دستور کار خود قرار داده‌اند؛ اما در کشور ایران، توسعه صنایع دستی هنوز با چالش‌های زیادی در زمینه کلیه عوامل مربوط به بازاریابی و فروش و پراکندگی تولیدکنندگان صنایع دستی روبه‌رو است. در همین راستا، افزایش مشارکت تولیدکنندگان در زمینه صنایع دستی، تامین مواد اولیه، سرمایه مورد نیاز و عرضه و فروش تولیدات این واحدها، بدون وجود تشکل‌های محلی و منطقه‌ای امکان‌پذیر نیست [Sultan *et al.*, 2021]. یکی از چالش‌های اساسی کشور ایران سرمایه‌گذاری و صادرات است. تامین منابع لازم برای سرمایه‌گذاری و گسترش صادرات غیرنفتی همواره از دغدغه‌های مسئولین نظام بوده است. با توجه به عدم توانایی دولت در تامین منابع کافی

سرمایه‌گذاری، بخش تعاونی می‌تواند یکی از پتانسیل‌های اساسی و لازم در این خصوص باشد. چراکه برای ایجاد یک شغل در بخش تعاونی هزینه بسیار کمتری نسبت به ایجاد هر فرصت شغلی در بخش‌های دیگر نیاز دارد. با توجه به تجربه کشورهای توسعه‌یافته، تعاونی‌ها، سازمان‌هایی موفق در تجمیع منابع انسانی پراکنده هستند که سهم عمده‌ای در تحقق آرمان‌های بزرگ دارند [Fao, 2014]. در این میان سازمان‌های بین‌المللی نقش حیاتی در پشتیبانی و ارایه خدمات برای توسعه تعاونی‌ها از نظر کمک‌های فنّی و اطلاعاتی داشته‌اند. همچنین یکی از رکن‌های اصلی سازمان بین‌المللی کار و اتحادیه بین‌المللی تعاون برای تحقق اهداف توسعه پایدار پس از سال ۲۰۱۵ میلادی، تشکیل و توسعه تعاونی بوده است. چراکه تعاونی سهم بالقوه و بالفعل دارد. به طوری که هرچند تعاونی به صورت مستقیم در طراحی و پیاده‌سازی اهداف توسعه درگیر نیست اما سهم قابل توجهی در تحقق این اهداف از سال ۲۰۱۵ میلادی داشته است؛ لذا تعاونی و نهضت تعاون با توجه به اشتراک گذاشتن طرح‌های مختلف و اجرای اهداف، به توسعه ثروت منجر خواهند شد [Gallego-Bono & Chaves-Avila, 2016]. بر این اساس اعتقاد بر این است که توسعه گردشگری می‌تواند برای فعالان و صنعتگران صنایع دستی جوامع کمتر توسعه‌یافته فرصتی را برای بهبود وضعیت زندگی و کاهش فقر این جوامع به‌وجود آورد. واردات بی‌رویه صنایع دستی، فقدان حمایت مادی و معنوی از این گونه صنایع در داخل کشور و همچنین عدم انتقال دانش و تجربه این قبیل مهارت‌ها از پدران و استادان این فنون و هنرهای مذکور به نسل حاضر از عمده‌ترین چالش‌های پیش روی این هنر صنعت به شمار می‌رود [Divsalar, 2013].

صنایع دستی با وجود داشتن مزایایی چون دسترسی آسان و ارزان به مواد اولیه، بی‌نیازی به سرمایه‌گذاری زیاد، برخورداری از ابزار کار ساده و تاثیرگذاری در صنعت گردشگری به دلیل فقدان بازار فروش و عرضه محصولات تولیدی و همچنین عدم حمایت کافی دیگر قادر نیست که جوانان و نواندیشان را به خود جلب کند. همایش توانمندسازی صنایع دستی استان‌ها و کشور و ایجاد شرکت‌ها و بازارچه‌ها اقدام مهمی در راستای معرفی و شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌های صنایع دستی است [Mahdinezhad & Saghaei, 2004]. با توجه به این که مهم‌ترین و کاربردی‌ترین نوع صنایع دستی که در اغلب مناطق جغرافیایی، به‌ویژه مناطق روستایی، تولید می‌شود، صنایع دستی بوده و از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، لزوم توجه بیشتری نسبت به آن احساس می‌شود. یکی از راه‌های شناسایی فضای تولید صنایع دستی، استفاده از نظام تعاونی است که در میزان تولید و تخصیص منابع در بخش‌های مختلف اقتصادی نقش مهمی بر عهده دارد و سبب ایجاد رقابت در فعالیت‌های تولیدی می‌شود. بنابراین شناخت مسایل صنعت گردشگری روستایی شهرستان سوادکوه شمالی و اولویت‌بندی آنها بر مبنای نظر نخبگان محلی و دیدگاه‌های کارشناسان به منظور جلوگیری از هدر رفت هزینه‌ها، جلب مشارکت محلی و دستیابی به توسعه‌ای نسبی، اهمیت ویژه دارد؛ زیرا توجه به نگاه و زبان بومیان به‌ویژه نخبگان محلی می‌تواند کمک سازنده‌ای در شناخت دقیق‌تر مسایل موجود و اولویت‌های مردم و تبیین بهتر مساله داشته باشد و چراغ راهنمای قوی‌تری برای مدیران و سیاست‌گذاران در تصمیم‌گیری‌ها و اجرای برنامه‌های گردشگری باشد. به طور کلی شخص محقق اطلاعات را جمع‌آوری می‌کند سپس آنها را مورد بررسی قرار می‌دهد و در انتها به دنبال راه حل منطقی و علمی می‌گردد [Zaheri *et al.*, 2022]. در نهایت پژوهشگر در این پژوهش برای توسعه گردشگری به منظور ارتقا تعاونی‌های صنایع دستی روستایی شهرستان سوادکوه شمالی به دنبال بررسی مهم‌ترین شاخص‌های توسعه گردشگری و تاثیرات آن بر رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی در شهرستان سوادکوه شمالی و اولویت‌بندی این عوامل است.

تاثیر متقابل میان صنایع دستی و گردشگری بر اکثر محققان پوشیده نیست زیرا صنایع دستی می‌تواند یکی از عوامل موثر در جذب گردشگر باشد و متقابلاً صنعت گردشگری می‌تواند به رشد و توسعه و گسترش صنایع دستی، حفظ اصالت و بهبود کیفیت آن کمک نماید. زیست و توسعه پایدار یکی از موضوعاتی است که امروزه در محافل علمی جهان همواره مورد بحث و کاوش بوده و نظریات مختلفی از ابعاد گوناگون در مورد آن ارایه شده است [Bareshadat *et al.*, 2019]. برای شناخت سیاست در یک سرزمین ناچاریم دسته‌ای از واقعیت‌های جغرافیایی مربوط به آن سرزمین را که می‌توانند بر مسایل سیاسی تاثیر نهند و یا عملاً تاثیر می‌نهند را مورد توجه قرار دهیم [Zarghani *et al.*, 2022]. در ایران سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری متولی اصلی این دو بخش است که با توجه به رسالت سازمانی‌اش در زمینه توسعه فرهنگی کشور می‌تواند موثر باشد [Fathi *et al.*, 2023]. بافت‌های تاریخی و فرهنگی شهرها آثار گران‌بهایی از فرهنگ، دانش معماری و شهرسازی بومی‌اند و به عنوان جزیی از هویت اجتماعی هر قوم و کشوری تلقی می‌شوند [Bareshadat *et al.*, 2019]. سه واژه میراث فرهنگی، گردشگری، صنایع دستی از جمله مفاهیمی هستند که عموماً در کنار هم قرار می‌گیرند. صنایع دستی را می‌توان یکی از شاخه‌های میراث فرهنگی دانست. به‌کاربردن این سه واژه در کنار هم زمانی امکان‌پذیر است که بخواهیم از طریق گردشگری مفاهیم و پیام‌های فرهنگی و آگاه‌سازنده را منتقل کنیم. باید درنظر داشت که کمتر پژوهشگری وجود دارد که نگاه صرفاً صنعتی را به میراث فرهنگی یک جامعه داشته باشد و تنها درآمدزایی را هدف نهایی خود در استفاده از میراث فرهنگی قرار داده باشد. مقوله گردشگری فرهنگی که در کنار گردشگری صرف مطرح می‌شود، آگاه‌سازی فرهنگی را یکی از مهم‌ترین رهیافت‌های خود می‌داند. مهم‌ترین تغییرات در جهان در طول قرن گذشته از انواع مختلف مشکلات محیطی حاصل شده است. *ریچی* و *زینس* [Ritchie & Zins, 1978] چند عامل جاذب فرهنگی که برای جذب گردشگران به یک مقصد ضروری هستند را معرفی کردند که اماکن تاریخی، هنرها، صنایع دستی، معماری، سنت‌ها و رسوم، غذاها، لباس‌ها و

غیره تعدادی از آنها هستند. *کومار* و *کومار* [Kumar & Kumar, 2014] و *رسینجر* و *ترنر* [Reisinger & Turner, 2023] معتقدند که مقصدها خود را از طریق عوامل مختلف فرهنگی مثل سوغات، صنایع دستی، تفریحات، معماری، تاریخ، هنر و سایر ویژگی‌های شیوه‌های زندگی معرفی می‌نمایند.

توجه به این مطلب مهم است که گردشگر به هنگام بازگشت رهاوردی مناسب که اغلب شاخص مصرف فرهنگ و هنر کشور مورد بازدید است را با خود به کشورش ببرد؛ زیبایی اصولاً برای انسان موضوعیت دارد و جزو نیازهای فطری و رده‌بالای اوست.

بنابراین یکی از عواملی که باعث می‌شود سفر و مسافرت برای کشورهای مقصد سودآور باشد، خرید، به‌ویژه خرید صنایع دستی توسط گردشگران است. این عمل تا آنجا مهم تلقی می‌شود که گاهی صنایع دستی را شاخه‌ای از گردشگری فرهنگی می‌دانند زیرا صنایع دستی به علت آمیختگی با فرهنگ، سنت و باورهای جوامع و نیز گستردگی و ظرافت آن می‌تواند به عنوان انگیزه‌های اصلی برای سفر نیز باشد. صنایع دستی یکی از مظاهر فرهنگی-هنری محسوب می‌شوند و می‌تواند در شناساندن فرهنگ و تمدن بومی به گردشگران موثر باشد. صنایع دستی متنوع و در عین حال اصیل می‌تواند مکمل جاذبه‌های تاریخی برای جلب گردشگران به‌ویژه به کشورهای درحال توسعه که اکثراً دارای تاریخ غنی هستند، به‌شمار آید؛ بنابراین صنایع دستی و گردشگری بر هم اثرات متقابلی را دارا هستند و موجبات توسعه یکدیگر را فراهم می‌کنند. گردشگران تمایل دارند از کارگاه‌های خانگی و عشایری تولیدکننده صنایع دستی بازدید نمایند از این طریق همزمان با خرید رو در روی این محصولات این امکان وجود دارد تا آنها با فرهنگ عشایری و روستایی نیز آشنا شوند. اگرچه صنعت گردشگری و صنایع وابسته به آن مثل صنایع دستی سهم اندکی از تولید ناخالص داخلی ملّی کشور را به خود اختصاص داده‌اند اما با رویکرد و مدیریت کارشناسانه پتانسیل‌های خوبی برای بهبود این وضعیت ایجاد خواهد شد [Hajian Zeidy *et al.*, 2022]. ایران با داشتن میراث فرهنگی غنی می‌تواند به عنوان مقصد گردشگری فرهنگی عمل نماید اگرچه تاکنون آن چنان که شایسته است از پتانسیل‌های خود در این زمینه بهره نگرفته است. گردشگری فرهنگی می‌تواند موجب توسعه فرهنگی شود و در این بین چیزی که مهم تلقی می‌شود این است که گردشگری فرهنگی تنها به رابطه با اشیا یا آثار باستانی و افراد محدود نیست بلکه نوعی رابطه معنوی بین گردشگران و مردم مقصد ایجاد می‌کند، از این بابت که موجب آگاهی از سبک زندگی، رفتار و کردار، هنر و فرهنگ و غیره می‌شود. شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری و تاثیرات آن بر رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی از جمله مباحث مهمی است که تاکنون مورد تحقیق و بررسی قرار نگرفته است. در این راستا، در تحقیق حاضر به شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری و تاثیرات آن بر رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی در شهرستان سوادکوه شمالی پرداخته شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی بود که رویکردی ترکیبی (کیفی و کمّی) داشت و در سال ۱۴۰۱ در سوادکوه شمالی انجام شد. جامعه مورد بررسی در مطالعه حاضر را خبرگان و کارشناسان ارشد حوزه مورد مطالعه تشکیل می‌دادند. در نتیجه تعداد ۱۰ نفر از خبرگان و مدیران صنعت گردشگری در سطح استان مازندران به عنوان نمونه مورد مطالعه با استفاده از نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. اطلاعات با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شد. در خصوص جمع‌آوری اطلاعات مربوط به شاخص‌های مطالعاتی از روش کتابخانه‌ای و جست‌وجوی مطالعات و منابع علمی در پایگاه منابع علمی خارجی همچون ISI، WoS، ESI، IWSC، Scopus و مقالات داخلی همچون پایگاه‌های SID، مگیران، سیویلیکا و غیره در بازه زمانی ۲۰۲۳-۲۰۲۲ استفاده شد. سپس منابع علمی مرتبط با موضوع مورد نظر مطالعه شده و شاخص های مطالعاتی براساس نظریات موجود و یافته‌های تحقیقات علمی طراحی شد. شاخص‌های برگرفته از تحقیقات در قالب پرسش‌نامه گویه براساس طیف ۵گانه لیکرت حاوی گزینه‌های کاملاً موافق، موافق، نظری ندارم، مخالف و کاملاً مخالف به مرحله ارزیابی توسط نخبگان نهاده شد. در این مرحله، از نظرات ۱۰ نفر از خبرگان و مدیران صنعت گردشگری در سطح استان مازندران استفاده شد. پس از دریافت نظرات خبرگان، گزینه‌های تکراری و نامناسب حذف شد و در نهایت پرسش‌نامه با ۳۵ گویه تهیه شد. پایایی ابزار پژوهش با استفاده از آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۸۱ تایید شد. سپس پرسش‌نامه در اختیار گروه ۶۰نفری از کارشناسان صنعت گردشگری قرار داده شد. این کارشناسان با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. گویه‌های پرسش‌نامه در مرحله ارزیابی نظرات کارشناسی، با استفاده از مقایسه زوجی ساعتی سنجش شدند. بدین‌ترتیب، اهمیت نسبی معیارها با استفاده از مقیاس ۹ درجه ساعتی تعیین شد (جدول ۱).

جدول ۱) ارزش‌گذاری شاخص‌ها نسبت به هم، مقیاس ۹ درجه ساعتی

وضعیت مقایسه i نسبت به j	ارزش	توضیح
ترجیح یکسان	۱	شاخص i نسبت به j اهمیت برابر دارد.
کمی مرجح	۳	گزینه یا شاخص i نسبت به j کمی مهم‌تر است.
خیلی مرجح	۵	گزینه یا شاخص i نسبت به j مهم‌تر است.
خیلی زیاد مرجح	۷	گزینه i دارای ارجحیت خیلی بیشتری از j است.
کاملاً مرجح	۹	گزینه i از j مطلقاً مهم‌تر و قابل مقایسه با j نیست
بینابین	۶-۸-۴-۲	ارزش‌های بینابین را نشان می‌دهد، مثلاً ۸، بیانگر اهمیتی زیادتر از ۷ و پایین‌تر از ۹ برای i است

در این پژوهش، از تکنیک دلفی، دماتل (DEMATEL) و فرآیند تحلیل شبکه (ANP) برای تعیین روابط درونی و اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارها استفاده شد [Ghiasi & Saie, 2017]. به همین منظور از ماتریس مقایسه زوجی برای تعیین وزن معیارها استفاده شد.

یافته‌ها

شناسایی و غربالگری شاخص‌های تحقیق با تکنیک دلفی

براساس یافته‌ها، ۳۰ شاخص توسعه گردشگری و رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی شناسایی شد (جدول ۲).

تکنیک دلفی در ۳ دوره ادامه یافته و در دوره سوم با دستیابی به توافق نهایی متوقف شد. پس از غربال اولیه و حذف موارد تکراری و ادغام برخی موارد به پیشنهاد خبرگان، پرسش‌نامه سوم متشکل از ۲۶ شاخص نهایی آماده و ارایه شد. در نهایت ۲۶ شاخص باقیمانده در دور دوم مجدداً همگی امتیاز بالای ۳ کسب کردند. بنابراین تکنیک دلفی متوقف شده و شاخص‌های شناسایی‌شده برای تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت.

همچنین معیارها و زیرمعیارهای پژوهش با اندیس عددی به صورت جدول ۲ نام‌گذاری شدند تا در جریان تحقیق به سادگی قابل ردیابی و مطالعه باشد.

جدول ۲) خلاصه معیار و زیرمعیارها

معیار اصلی	نماد	زیرمعیار	نماد
فرهنگی-اجتماعی	C ۱	رضایت جامعه محلی از گردشگری	S ۱۱
		نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری	S ۱۲
		وجود فرهنگ اصیل و غنی در منطقه	S ۱۳
		استفاده از تبلیغات الکترونیکی	S ۱۴
		مستعدبودن روستا برای جذب گردشگر	S ۱۵
		وجود تسهیلات مناسب برای سرمایه-گذاری گردشگری	S ۱۶
		اطلاع‌رسانی وسیع در سطح ملّی و منطقه‌ای	S ۲۱
زیست‌محیطی	C ۲	فاصله زیاد روستا از شهر و بازار فروش	S ۲۲
		کمبود وسایل حمل‌ونقل	S ۲۳
		بروز بحران‌های زیست‌محیطی (خشکسالی، سرمازدگی، فرسایش خاک و غیره)	S ۲۴
		ضعف زیرساخت‌های موجود (جاده، گاز، اینترنت و غیره)	S ۳۱
اقتصادی	C ۳	وجود شبکه‌های بانکی کارا و مناسب	S ۳۲
		دسترسی به عوامل تولید	S ۳۳
		وجود و دسترسی به اطلاعات و آمارهای بازاریابی	S ۳۴
		وجود سازمان‌ها و نهادهای حمایتی دولتی	S ۳۵
		دسترسی راحت به نهادها و تعاونی‌های حامی	S ۴۱
افزایش درآمد و اشتغال	C ۴	ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی برای ساکنان	S ۴۲
		افزایش سطح درآمد ساکنان	S ۴۳
		جلب سرمایه‌های کلان	S ۴۴
		تنوع‌سازی مشاغل	S ۴۵
		تغییر شغل افراد بومی	S ۴۶
		افزایش مشاغل فصلی و نوسان درآمدی	S ۵۱
		کاهش بیکاری	S ۵۲
		افزایش قیمت زمین و مستغلات	S ۵۳
		افزایش قیمت بسیاری از کالاها و خدمات	S ۵۴
روحیه کارآفرینی	C ۵	ورود افراد سودجو و ایجاد مشاغل کاذب	S ۵۵
		داشتن ایده‌هایی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در آینده	S ۱۱
		احداث یک کسب‌وکار خصوصی	S ۱۲
		داشتن امکانات و توانایی کافی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار مستقل	S ۱۳
		داشتن روحیه کارآفرینی و راه‌اندازه کسب‌وکار جدید	S ۱۴

الگوی روابط بین متغیرها با تکنیک DEMATEL

برای انعکاس ارتباطات متقابل میان معیارهای اصلی از تکنیک دیماتل استفاده شد. لازم به ذکر است که ماتریس حاصل از تکنیک دیماتل (ماتریس ارتباطات داخلی) هم رابطه علّی و معلولی بین عوامل و اثرپذیری و اثرگذاری متغیرها را نمایش می‌دهد.

گام نخست: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم (M)

زمانی که از دیدگاه چند کارشناس استفاده می‌شود از میانگین حسابی ساده نظرات استفاده می‌شود و ماتریس ارتباط مستقیم یا M تشکیل می‌شود.

گام دوم: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم نرمال: N=K*M

ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون‌ها محاسبه شد. معکوس بزرگ‌ترین عدد سطر و ستون k را تشکیل می‌دهد. براساس جدول ۳ بزرگ‌ترین عدد ۱۰/۵۷۶ است و تمامی مقادیر جدول بر معکوس این عدد ضرب می‌شود تا ماتریس نرمال شود.

جدول ۳) ماتریس ارتباط مستقیم (M)

ماتریس	ابعاد مورد مطالعه	فرهنگی-اجتماعی	زیست‌محیطی	اقتصادی	افزایش درآمد و اشتغال	روحیه کارآفرینی
ماتریس ارتباط مستقیم	فرهنگی-اجتماعی	۰/۰۰۰	۲/۳۳۳	۲/۰۰۰	۲/۴۴۴	۲/۷۰۰
	زیست‌محیطی	۲/۲۰۰	۰/۰۰۰	۱/۴۴۴	۲/۸۸۹	۲/۳۳۳
	اقتصادی	۲/۰۰۰	۱/۸۰۰	۰/۰۰۰	۲/۳۳۳	۱/۸۸۹
	افزایش درآمد و اشتغال	۲/۲۰۰	۲/۵۵۶	۲/۲۲۲	۰/۰۰۰	۲/۵۵۶
	روحیه کارآفرینی	۲/۱۰۰	۲/۰۰۰	۱/۶۶۷	۲/۹۰۹	۰/۰۰۰
ماتریس نرمال‌شده (N)	فرهنگی-اجتماعی	۰/۰۰۰	۰/۲۲۱	۰/۱۸۹	۰/۲۳۱	۰/۲۵۵
	زیست‌محیطی	۰/۲۰۸	۰/۰۰۰	۰/۱۳۷	۰/۲۷۳	۰/۲۲۱
	اقتصادی	۰/۱۸۹	۰/۱۷۰	۰/۰۰۰	۰/۲۲۱	۰/۱۷۹
	افزایش درآمد و اشتغال	۰/۲۰۸	۰/۲۴۲	۰/۲۱۰	۰/۰۰۰	۰/۲۴۲
	روحیه کارآفرینی	۰/۱۹۹	۰/۱۸۹	۰/۱۵۸	۰/۲۷۵	۰/۰۰۰
ماتریس ارتباط کامل (T)	فرهنگی-اجتماعی	۰/۹۶۸	۱/۱۷۳	۱/۰۱۶	۱/۳۴۸	۱/۲۶۹
	زیست‌محیطی	۱/۰۹۵	۰/۹۴۷	۰/۹۳۹	۰/۳۲۱	۱/۱۹۶
	اقتصادی	۱/۰۲۲	۱/۰۱۰	۰/۷۴۷	۱/۱۸۹	۱/۰۷۸
	افزایش درآمد و اشتغال	۱/۱۴۳	۱/۱۸۹	۱/۰۳۲	۱/۱۶۴	۱/۲۶۱
	روحیه کارآفرینی	۱/۰۷۰	۱/۰۸۷	۰/۹۳۹	۱/۳۰۰	۰/۹۹۵

گام سوم: محاسبه ماتریس ارتباط کامل

برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل ابتدا ماتریس همانی (I) تشکیل می‌شود. سپس ماتریس همانی را منهای ماتریس نرمال کرده و ماتریس حاصل را معکوس می‌کنیم. در نهایت ماتریس نرمال را در ماتریس معکوس ضرب می‌کنیم (رابطه ۱).

رابطه ۱)

$$T = N \times (I - N)^{-1}$$

برای تعیین نقشه روابط شبکه (Network Relationship Map: NRM) باید شدت آستانه محاسبه شود. با این روش می‌توان از روابط جزیی صرف‌نظر کرده و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگ‌تر باشد در NRM نمایش داده خواهد شد. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است تا میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. بعد از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علّی درنظر گرفته نمی‌شود. در این مطالعه شدت آستانه برابر ۱/۰۹۹ به‌دست آمد. بنابراین الگوی روابط معنی‌دار به صورت زیر بود (جدول ۴).

جدول ۴) الگوی روابط معنی‌دار معیارهای اصلی

ابعاد	فرهنگی-اجتماعی	زیست‌محیطی	اقتصادی	افزایش درآمد و اشتغال	روحیه کارآفرینی
فرهنگی-اجتماعی	-	۱/۲۲۱	-	۱/۴۰۵	۱/۳۲۰
زیست‌محیطی	-	-	-	۱/۳۵۲	۱/۲۲۴
اقتصادی	-	-	-	۱/۲۱۸	-
افزایش درآمد و اشتغال	۱/۱۷۱	۱/۲۱۷	-	-	۱/۲۹۱
روحیه کارآفرینی	-	-	-	۱/۳۳۱	-

جدول ۵) الگوی روابط علّی معیارهای اصلی

ابعاد مورد مطالعه	D	R	D+R	D-R
بُعد فرهنگی-اجتماعی	۵/۷۷۴	۵/۲۷۹	۱۱/۰۵۳	۰/۴۹۶
بُعد زیست‌محیطی	۵/۴۹۷	۵/۴۰۶	۱۰/۹۰۳	۰/۰۹۱
بُعد اقتصادی	۵/۰۲۶	۴/۶۷۲	۹/۶۹۹	۰/۳۵۴
افزایش درآمد و اشتغال	۵/۷۹۰	۶/۳۲۳	۱۲/۱۱۳	-۰/۵۳۳
روحیه کارآفرینی	۵/۳۹۱	۵/۷۹۹	۱۱/۱۹۰	-۰/۴۰۸

در جدول ۵ جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. بر این اساس افزایش درآمد و اشتغال بیشترین تاثیرگذاری را داشتند. جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن عامل از سایر عامل‌های سیستم است. بنابراین افزایش درآمد و اشتغال بیشترین تاثیرپذیری را داشتند. بُردار افقی (D+R)، میزان تاثیر و تاثر عامل مورد نظر در سیستم است. به عبارت دیگر هرچه مقدار D+R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد. بر این اساس معیار افزایش درآمد و اشتغال از بیشترین تعامل با سایر معیارها برخوردار بودند. بُردار عمودی (D-R)، قدرت تاثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به طور کلی اگر D-R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علّی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول محسوب می‌شود.

اولویت نهایی شاخص‌ها با تکنیک FDANP

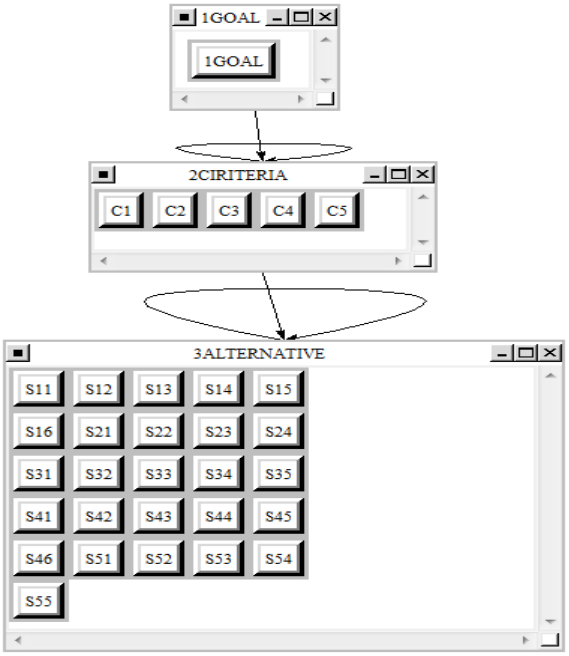
محاسبه سوپرماتریس ناموزون، موزون و سوپرماتریس حد

برای تعیین وزن نهایی، خروجی مقایسه معیارهای اصلی براساس هدف و روابط درونی میان معیارها، در یک سوپرماتریس ارایه می‌شود. به این سوپرماتریس، سوپرماتریس اولیه یا ناموزون گفته می‌شود. برای دستیابی به اولویت نهایی بایدهای کلّی در یک سیستم با تاثیرات متقابل، بُردارهای اولویت‌های داخلی (یعنی همان wهای محاسبه‌شده) در ستون‌های مناسب یک ماتریس وارد می‌شوند. با توجه به روابط شناسایی‌شده در مطالعه حاضر، سوپرماتریس اولیه این مطالعه به صورت زیر خواهد بود (رابطه ۲).

رابطه ۲)

$$W = \begin{bmatrix} 0 & 0 & 0 \\ W_{21} & W_{22} & 0 \\ 0 & W_{32} & W_{33} \end{bmatrix}$$

در این سوپرماتریس بردار W_{21} اهمیت هر یک از معیارهای اصلی را براساس هدف نشان می‌دهد. بردار W_{22} نشان‌دهنده مقایسه زوجی روابط بین معیارهای اصلی ماخوذ از خروجی تکنیک دیماتل است. بردار W_{32} نشان‌دهنده اهمیت هر یک از زیرمعیارها در خوشه مربوط به خود است. درایه‌های صفر نیز گویای بی‌تاثیربودن فاکتورها در محل تلاقی سطر و ستون بر یکدیگر هستند. الگوی شبکه‌ای مدل با استفاده از تکنیک ANP در نرم‌افزار سوپردسیژن ۲/۱ طراحی شد. براساس این مدل نمودار فرآیند تجزیه و تحلیل شبکه‌ای (ANP) به صورت شکل ۱ بود.



شکل ۱) نمودار ANP اولویت شاخص‌ها در نرم‌افزار سوپردسیژن

با توجه به محاسبات انجام‌گرفته در گام‌های اول تا چهارم سوپرماتریس ناموزون (اولیه) به‌دست آمد. در مرحله بعد با استفاده از مفهوم نرمال‌کردن، سوپرماتریس ناموزون به سوپرماتریس موزون (نرمال) تبدیل شد. در سوپرماتریس موزون جمع عناصر تمامی ستون‌ها برابر با یک می‌شود. گام بعدی محاسبه سوپرماتریس حد بود. سوپرماتریس حد با توان‌رساندن تمامی عناصر سوپرماتریس موزون به‌دست می‌آید. این عمل آنقدر تکرار می‌شود تا تمامی عناصر سوپرماتریس شبیه هم شود. در این حالت تمامی درایه‌های سوپرماتریس برابر صفر خواهد بود و تنها درایه‌های مربوط به زیرمعیارها عددی می‌شود که در تمامی سطر مربوط به آن درایه تکرار می‌شود. بنابراین اولویت نهایی معیارها به صورت جدول ۶ بود.

بنابراین با توجه به محاسبات انجام‌شده، وزن نهایی هر یک از شاخص‌های مدل با استفاده از تکنیک ANP محاسبه شد. وزن‌های مختلف نشان‌دهنده اهمیت متفاوت عوامل در توسعه گردشگری بود (جدول ۶). وزن کل، نشان‌دهنده وزن کلی است که به عوامل موثر در توسعه گردشگری داده شد و وزن نرمال نسبت وزن کل به وزن نرمال عامل مربوطه است. وزن ایده‌آل نیز وزن مطلوبی است که ممکن است در توسعه گردشگری به عامل تعلق گیرد. رتبه نهایی نیز نشان‌دهنده موقعیت نهایی عامل در ترتیب تاثیرگذاری در توسعه گردشگری است.

جدول ۶) وزن نهایی شاخص‌ها براساس سوپرماتریس حد

نماد	زیرمعیارها	وزن کل	وزن نرمال	وزن ایده‌آل	رتبه نهایی
S ۱۱	رضایت جامعه محلی از گردشگری	۰/۰۱۳	۰/۰۲۵	۰/۲۵۴	۲۴
S ۱۲	نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری	۰/۰۵۲	۰/۱۰۰	۱/۰۰۰	۱
S ۱۳	وجود فرهنگ اصیل و غنی در منطقه	۰/۰۱۶	۰/۰۳۲	۰/۳۱۵	۱۵
S ۱۴	استفاده از تبلیغات الکترونیکی	۰/۰۱۴	۰/۰۲۷	۰/۲۷۱	۲۳
S ۱۵	مستعدبودن روستا برای جذب گردشگر	۰/۰۲۲	۰/۰۴۴	۰/۴۳۴	۷
S ۱۶	وجود تسهیلات مناسب برای سرمایه‌گذاری گردشگری	۰/۰۱۱	۰/۰۲۲	۰/۲۱۴	۲۵
S ۲۱	فاصله زیاد روستا از شهر و بازار فروش	۰/۰۲۴	۰/۰۴۷	۰/۴۷۱	۳
S ۲۲	کمبود وسایل حمل‌ونقل	۰/۰۱۹	۰/۰۳۷	۰/۳۷۲	۱۱
S ۲۳	بروز بحران‌های زیست‌محیطی (خشکسالی، سرمازدگی، فرسایش خاک و غیره)	۰/۰۲۵	۰/۰۵۰	۰/۴۹۳	۵
S ۲۴	ضعف زیرساخت‌های موجود (جاده، گاز، اینترنت و غیره)	۰/۰۲۸	۰/۰۵۵	۰/۵۵۲	۲
S ۳۱	وجود شبکه‌های بانکی کارا و مناسب	۰/۰۲۸	۰/۰۵۴	۰/۵۴۱	۶
S۳۲	دسترسی به عوامل تولید	۰/۰۱۶	۰/۰۳۱	۰/۳۰۶	۱۷
S۳۳	وجود و دسترسی به اطلاعات و آمارهای بازاریابی	۰/۰۱۵	۰/۰۲۸	۰/۲۸۳	۲۱
S۳۴	وجود سازمان‌ها و نهادهای حمایتی دولتی	۰/۰۱۵	۰/۰۳۰	۰/۲۹۵	۱۹
S ۳۵	دسترسی راحت به نهادها و تعاونی‌های حامی	۰/۰۱۶	۰/۰۳۰	۰/۳۰۲	۱۸
S ۴۱	ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی برای ساکنان	۰/۰۲۶	۰/۰۵۱	۰/۵۰۹	۴
S ۴۲	افزایش سطح درآمد ساکنان	۰/۰۱۹	۰/۰۳۶	۰/۳۵۸	۱۲
S۴۳	جلب سرمایه‌های کلان	۰/۰۱۴	۰/۰۲۸	۰/۲۸۰	۲۲
S۴۴	تغییر شغل افراد بومی	۰/۰۱۶	۰/۰۳۲	۰/۳۱۴	۱۶
S ۴۵	کاهش بیکاری	۰/۰۱۱	۰/۰۲۱	۰/۲۰۸	۲۶
S ۴۶	افزایش قیمت زمین و مستغلات	۰/۰۱۷	۰/۰۳۳	۰/۳۳۰	۱۳
S ۵۱	ورود افراد سودجو و ایجاد مشاغل کاذب	۰/۰۱۵	۰/۰۲۹	۰/۲۹۲	۲۰
S ۵۲	داشتن ایده‌هایی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در آینده	۰/۰۲۱	۰/۰۴۱	۰/۴۰۴	۱۰
S ۵۳	احداث یک کسب‌وکار خصوصی	۰/۰۲۲	۰/۰۴۲	۰/۴۲۱	۸
S۵۴	داشتن امکانات و توانایی کافی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار مستقل	۰/۰۱۷	۰/۰۳۳	۰/۳۲۶	۱۴
S ۵۵	داشتن روحیه کارآفرینی و راه‌اندازه کسب‌وکار جدید	۰/۰۲۲	۰/۰۴۲	۰/۴۱۷	۹

عوامل مثبت: عوامل با وزن نرمال بالا (نسبت به وزن کل) و رتبه نهایی پایین به عنوان عوامل مثبت در توسعه گردشگری در نظر گرفته شدند. به عنوان مثال، نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری (s12)، تغییر شغل افراد بومی (s44)، ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی برای ساکنان (s41) و داشتن روحیه کارآفرینی و راه‌اندازه کسب‌وکار جدید (s55) عوامل مثبت بودند.

عوامل منفی: عوامل با وزن نرمال پایین (نسبت به وزن کل) و رتبه نهایی بالا به عنوان عوامل منفی در توسعه گردشگری در نظر گرفته شدند. به عنوان مثال، کاهش بیکاری (s45) و وجود تسهیلات مناسب برای سرمایه‌گذاری گردشگر (s13) عوامل منفی بودند.

عوامل با تاثیر متوسط: عواملی که وزن نرمال و رتبه نهایی متوسط داشتند در توسعه گردشگری نقش متوسطی ایفا می‌کردند. به عنوان مثال، وجود فرهنگ اصیل و غنی در منطقه (s13) و داشتن ایده‌هایی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در آینده (s52) عواملی با تاثیر متوسط هستند.

عوامل کلان: عوامل با وزن کل بالا (نسبت به وزن کل دیگر عوامل) و وزن نرمال بالا به عنوان عوامل کلان در توسعه گردشگری در نظر گرفته می‌شوند. به عنوان مثال، نگرش مردم نسبت به گردشگری (s12)، ضعف زیرساخت‌های موجود (s24) و فاصله زیاد روستا از شهر و بازار فروش (s21) عوامل کلان بودند. بنابراین، مهم‌ترین عوامل موثر بر توسعه گردشگری عوامل کلان بودند و سه عامل ضعف زیرساخت‌های موجود، بروز بحران‌های زیست‌محیطی و فاصله زیاد روستا از شهر نقش بارزی بر توسعه گردشگری با تاکید بر بهبود وضعیت صنایع دستی ساکنین منطقه را داشت.

بحث

این پژوهش با هدف شناسایی و الویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری و تاثیرات آن بر رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی در شهرستان سوادکوه شمالی صورت گرفت. با توجه به هدف این پژوهش و کاربردی‌بودن آن می توان بیان کرد که نتایج حاصل می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی کمک کند. مهم‌ترین شاخص‌های توسعه گردشگری و رونق تعاونی‌های صنایع دستی بُعد فرهنگی-اجتماعی، بُعد زیست‌محیطی، بُعد اقتصادی، افزایش درآمد، اشتغال و روحیه کارآفرینی بود. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن بود که افزایش درآمد و اشتغال بیشترین تاثیرگذاری و بیشترین تعامل را با سایر معیارها دارند. بر اساس اولویت‌بندی معیارهای اصلی، بُعد فرهنگی-اجتماعی در اولویت اول، بُعد زیست‌محیطی در اولویت دوم و افزایش درآمد و اشتغال در اولویت سوم قرار داشت. بر اساس محاسبات صورت‌گرفته و سوپرماتریس حد، زیرمعیار نگرش مثبت مردم نسبت به گردشگری و ضعف زیرساخت‌های موجود در اولویت‌های اول و دوم قرار داشت. نتایج پژوهش‌های انجام‌شده توسط *خوشکام* و همکاران [Khoshkam *et al.*, 2016] و *فرنام* و همکاران [Farnam *et al.*, 2019] در راستای نتایج به‌دست‌آمده از این مطالعه بوده و نشان داده است که این ابعاد در دیگر مناطق روستایی ایران تاثیر بسزایی دراشتغال زایی مردم محلی داشته و درآمد بیشتری را برای مردم محلی مناطق روستایی به ارمغان آورده است.همچنین تولید هرچه بیشترصنایع دستی نقش ارزنده‌ای در رونق تعاونی‌های روستایی ایفا کرده است. توسعه زیرساخت‌ها در مناطق روستایی می‌تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی این مناطق، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش درآمد مردم، حفظ محیط زیست و توسعه اقتصادی منطقه کمک کند. به همین دلیل مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه صنایع دستی روستا نگرش مردم نسبت به گردشگری، ضعف زیرساخت‌های توسعه گردشگری، بحران‌های زیست‌محیطی و فاصله زیاد از شهر و بازارهای فروش محصولات است. نگرش منفی مردم به گردشگری می‌تواند از دو جهت در توسعه این صنعت مشکل‌آفرین باشد. از یک سو، ممکن است گردشگرها به دلیل رفتار ناپسند یا عدم میزبانی مطلوب از جامعه محلی بترسند و از سفر به این منطقه منصرف شوند و از سوی دیگر، ممکن است افراد محلی از توسعه گردشگری انصراف دهند و سعی در مخالفت با فعالیت‌های گردشگری داشته باشند. بنابراین نگرش منفی مردم تاثیراتی همچون کاهش جذب گردشگر، تضعیف تبلیغات، تاثیرات اجتماعی منفی و کاهش اشتغال و درآمد محلی را در برخواهد داشت. نگرش منفی مردم محلی به گردشگری می‌تواند از توان تبلیغاتی منطقه بکاهد و تبلیغات منفی ایجاد کند. این موضوع می‌تواند سبب کاهش جذابیت منطقه برای گردشگران شود. همچنین ممکن است باعث ایجاد تنش‌ها و تعارضات اجتماعی بین جامعه محلی و گردشگران شود. اگر مردم محلی به گردشگری علاقه نداشته باشند افتراق کسب و کارهای مرتبط با گردشگری ممکن است به کاهش اشتغال و درآمد محلی منجر شود. همراستا با این نتایج، *امقانی* و همکاران [Shaukti Amghani *et al.*, 2016] و *کرانی* [Korani, 2020] بر نقش ضعف زیرساخت‌های گردشگری و عدم وجود بازار فروش محصولات به عنوان عاملی موثر بر عدم توسعه صنایع دستی روستایی اشاره کرده‌اند. به طور کلی، ضعف زیرساخت‌های گردشگری می‌تواند عاملی بر عدم توسعه صنایع دستی روستایی باشد. برای توسعه صنایع دستی روستایی، لازم است که زیرساخت‌های حمایتی توسعه داده شوند و بازاریابی، توسعه صادرات و توسعه گردشگری نیز مورد توجه قرار گیرند. بر اساس مطالعات انجام‌شده توسط *فرنام* و همکاران [Farnam *et al.*, 2019] و *دیوسالار* و همکاران [Divsalar *et al.*, 2016] شاخص‌های گردشگری که توانسته‌اند بر توسعه صنایع دستی روستایی تاثیرگذار باشند عبارتند از تعداد گردشگران، بازار فروش، اشتغال و تنوع‌بخشی به گردشگری. در این میان بر اساس بررسی‌های انجام شده در این پژوهش، تأثیرات مهم توسعه گردشگری بر تعاونی‌های صنایع دستی روستایی به شرح ذیل بود.

افزایش تقاضا برای محصولات محلی: وجود گردشگران به معنای افزایش تقاضا برای محصولات صنایع دستی محلی است. تعاونی‌های صنایع دستی می‌توانند با تولید محصولات جذاب و متنوع، به ارتقای درآمد اعضا و توسعه اقتصادی منطقه کمک کنند.

ایجاد فرصت‌های شغلی: توسعه گردشگری ممکن است نیاز به افزایش تعداد اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های محلی و خدمات دیگر داشته باشد. ایجاد این فرصت‌های شغلی به روستاییان اجازه می‌دهد تا به تعاونی‌های صنایع دستی بپیوندند و در تولید محصولات محلی شرکت کنند.

ارتقای مهارت‌ها و کیفیت تولید: توسعه گردشگری ممکن است افراد را به آموزش و ارتقای مهارت‌های تولیدی ترغیب کند. تعاونی‌های صنایع دستی می‌توانند با افزایش مهارت‌های اعضا و بهبود کیفیت محصولات، بازارپسندی و افزایش فروش را تضمین کنند.

حفظ فرهنگ و میراث محلی: گردشگران علاقه دارند به فرهنگ و میراث محلی دسترسی پیدا کنند. تعاونی‌های صنایع دستی می‌توانند با حفظ و ارتقای محصولات مرتبط با فرهنگ محلی به حفظ تاریخ و فرهنگ منطقه کمک کنند.

افزایش درآمد و توسعه مشارکتی: با افزایش فروش محصولات صنایع دستی به گردشگران، درآمد تعاونی‌های صنایع دستی افزایش می‌یابد. این درآمد می‌تواند به توسعه تعاونی‌ها، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مشترک و توسعه اجتماعی منطقه کمک کند.

افزایش تفاهم اجتماعی: توسعه گردشگری ممکن است افراد را به ایجاد ارتباطات بین‌فرهنگی و اجتماعی تشویق کند. این ارتباطات می‌توانند به تعاون و توسعه اجتماعی در منطقه کمک کنند.

افزایش نمایش‌پذیری: حضور در بازار گردشگری ممکن است به تعاونی‌های صنایع دستی فرصت دهد تا محصولات خود را به نمایش بگذارند و بازارپسندی را افزایش دهند. این افزایش نمایش‌پذیری می‌تواند به افزایش فروش و درآمد تعاونی‌ها منجر شود.

تاثیر مثبت بر زیبایی و بهبود زیرساخت‌های روستایی: توسعه گردشگری ممکن است به بهبود زیرساخت‌های روستایی مانند جاده‌ها، اقامتگاه‌ها و تسهیلات دیگر کمک کند. این بهبود به ترقی منطقه و رونق تعاونی‌های صنایع دستی کمک می‌کند.

برای توسعه موفقیت‌آمیز صنعت گردشگری در یک منطقه، آگاهی و تغییر نگرش مردم محلی به گردشگری اهمیت بسیار دارد. اقداماتی مانند آموزش مردم محلی در مورد مزایا و مسایل مرتبط با گردشگری، ارتقای اختصاصی برنامه‌ها و پروژه‌های توسعه گردشگری با مشارکت جامعه محلی و ایجاد فرصت‌های اشتغال و درآمد برای مردم محلی می‌تواند بهبود نگرش مردم محلی و توسعه پایدار صنعت گردشگری را تسهیل کند. همچنین، تعامل و همکاری بین ارگان‌های محلی، نهادهای دولتی و بخش خصوصی نیز می‌تواند به تغییر نگرش مثبت به گردشگری و توسعه آن کمک کند.

بنابراین، نتایج پژوهش حاضر با مطالعات پیشین همسو بوده ونشان از تاثیرات مهم بُعد فرهنگی-اجتماعی، بُعد زیست‌محیطی، بُعداقتصادی، افزایش درآمد واشتغال و روحیه کارآفرینی در توسعه گردشگری و رونق تعاونی‌های صنایع دستی روستایی داشت [Momenzadeh *et al.*, 2023; Ramezani Lesbooi *et al.*, 2016; Valaee *et al.*, 2018; Hosseinni nia &Fallahi, 2017; Rostami & Ehsanifar, 2018].

براساس نتایج این مطالعه پیشنهادات کاربردی زیر قابل ارایه هستند.

- برنامه‌ریزی برای بهبود زیرساخت‌های موجود
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقای نگرش مردم و بهبود شرایط برای دسترسی ساکنین به بازارهای محلی
- طرح راه‌اندازی تعاونی‌های صنایع دستی در ابعاد گسترده در فضاهای روستایی
- راه‌اندازی انجمن‌های مردم نهاد برای تولید و احیا صنایع دستی فراموش‌شده

همچنین به پژوهشگران آینده پیشنهاد می‌شود از رویکرد استنتاج فازی استفاده نمایند و نتایج آن را با این پژوهش مقایسه کنند. پیشنهاد می‌شود محققان متغیرهای تحقیق را بر اساس مدل‌های دقیق‌تر که دارای ابعاد و شاخص های بیشتری هستند بررسی نمایند و مورد سنجش واندازه‌گیری قرار دهند.

نتیجه‌گیری

عوامل بسیاری بر توسعه صنایع دستی روستا تاثیر دارند. مهم‌ترین ابعاد شناخته‌شده بُعد فرهنگی-اجتماعی، زیست‌محیطی، اقتصادی، افزایش درآمد و اشتغال و روحیه کارآفرینی است. نگرش مردم نسبت به پدیده گردشگری در بُعد فرهنگی-اجتماعی، ضعف زیرساخت‌های گردشگری و فاصله از روستا و بازارهای فروش در بُعد زیست‌محیطی و ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی در بُعد افزایش درآمد و اشتغال مهم‌ترین معیارهای تاثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری بود.

تشکر و قدردانی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

تعارض منافع: این مقاله برگرفته از رساله دکترای خانم نرگس احمدی نفت چالی است.

تاییدیه اخلاقی: تاییدیه اخلاقی برای این مقاله دریافت نشده است.

سهم نویسندگان: نرگس احمدی نفت‌چالی (نویسنده اول)، نگارنده مقدمه/پژوهشگر اصلی/روش‌شناس/تحلیلگر آماری (۵۰%)؛ مانا خوشکام (نویسنده دوم)، نگارنده بحث (۲۵%)؛ رحیم سرور (نویسنده سوم)، نگارنده بحث/روش‌شناس (۲۵%)

منابع مالی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

منابع

- Bareshadat N, Shoaei H, Rezvani A (2019). Evaluation of environmental sustainability components and architecture design of Iranian educational buildings. Geographical Researches. 34(4):559-566. [Persian]
- Divsalar A (2013). Analysis of geo-tourism in the cultural sustainable development on coastal cities case study: Nowshahr and Chalous. Geographical Planning of Space Quarterly Journal. 3(8):79-98. [Persian]
- Divsalar A (2016). The role of handicrafts in rural tourism economy case: Foothill Villages of Behshahr County. Space Economy & Rural Development. 5(16):161-174. [Persian]

- Fao (2014). The state of food security in the world: Strengthening the enabling environment for food security and nutrition. Rome: FAO.
- Farnam Z, Sadeghipor A, Arasto B (2019). Analyzing native handicrafts in rural tourism development case study of villages in Damghan. Journal of Pazhuhesh-e Honar. 8(16):53-62. [Persian]
- Fathi M, Sajjadzadeh H, Moini S (2023). Effect of physical and spatial factors of high-rise official buildings in Karaj city, Iran, on employee productivity. Geographical Researches. 38(1):55-64. [Persian]
- Gallego-Bono JR, Chaves-Avila R (2016). Innovation cooperative systems and structural change: An evolutionary analysis of Anecoop and Mondragon cases. Journal of Business Research. 69(11):4907-4911.
- Ghiasi M, Saie K (2017). Multiple Criteria Decision Making (MCDM) Study and teaching (Higher). Noshahr: Avaye Caspian. [Persian]
- Hajian Zeidy M, Sufinejad A, Ghafourian M, Hemmatian N (2022). Analysis of Iranian houses in first Pahlavi period with architectural aesthetics role (case study: Amir Asefi's house in Sanandaj). Tobacco Regulatory Science. 8(1):1782-1796. [Persian]
- Karimipour Z, Sharifzade M (2018). Cultural-based components in Iran handcraft packaging. Journal of Islamic Crafts. 2(1):67-76. [Persian]
- Korani Z (2020). Explaining of scenario, strategies, and solutions for development of rural tourism (the case study: Rijab tourism area). Agricultural Extension and Education Research. 13(3):27-46. [Persian]
- Kumar S, Kumar V (2014). Perception of socio-culture impacts of tourism: A sociological review. International Research Journal of Social Sciences. 3(2):40-43.
- Mahdinezhad M, Saghaei M (2004). Challenges facing Iran's tourism industry. Journal of Geographical Data (SEPEHR). 13(51):53-57. [Persian]
- Reisinger Y, Turner L (2023). Cross-cultural behaviour in tourism. 1st edition. London: Routledge.
- Ritchie JRB, Zins M (1978). Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. Annals of Tourism Research. 5(2):252-267.
- Scott MK (2014). Handicraft, tourism. In: Jafari J, Xiao H (editors). Encyclopedia of Tourism. Cham: Springer.
- Shaukti Amghani M, Ishaghi R, Mahri A, Rezai R, Shabanali Femi H (2016). Investigating the obstacles of tourism development in the rural areas of Esko city (case study: Aghgonbad coastal village). Geographical Space. 16(53):23-37. [Persian]
- Sultan MT, Sharmin F, Badulescu A, Gavrilut D, Xue K (2021). Social media-based content towards image formation: A new approach to the selection of sustainable destinations. Sustainability. 13(8):4241.
- Vakilian A, Takehara S (2002). Iranian legends.1st Edition. Tehran: Sales Publications.
- Zaheri M, Saremi H, Hajian Zeidy M (2022). Measuring the impact of technology components on Islamic-Iranian culture to build new sustainable urban settlements in Dorud. Geography & Regional Planning. 12(49):359-373. [Persian]
- Zarghani M, Hajian Zeidy M, Bakhshi A, Rasouli SH (2022). Relationship between geographical-environmental factors and job stress of employees of large construction projects (case study: Iranmal Tehran). Geography (Regional Planning). 12(3):617-635. [Persian]