جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱٤۰۵، دوره۹ شماره۳، صص۲۲۹-۲۱۳

مطالعه تطبیقی انگیزه و انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری مبتنی بر دیدگاه جنسیتی؛ مطالعه نواحی روستایی بخش کن شهرستان تهران

بهمن خسروی‌پور[۱*]، مسعود برادران[۲]، مرضیه مصطفی‌نژادیان[۳]

۱-عضو هیئت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاثانی، ایران.

b.khosravipour@gmail.com – khosravipour@Asnrukh.ac.ir

۲-عضو هیئت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاثانی، ایران.

۳-دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاثانی، ایران.

تاریخ دریافت:۱٤۰۵/۰۳/۰۷ تاریخ بازنگری:۱٤۰۵/۰٤/۱٤ تاریخ پذیرش: ۱٤۰۵/۰۵/۱٦

چکیده

امروزه صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در سراسر جهان می‌باشد و سهم به سزایی را در درآمدزایی و ایجاد اشتغال در کشورهایی که برنامه‌ریزی مناسبی جهت گسترش این صنعت داشته‌اند، به خود اختصاص داده است. گردشگری روستایی از شاخه‌های صنعت گردشگری بوده و در کشورهایی که دارای منابع طبیعی سرشار، تنوع گیاهی و جانوری و اصالت فرهنگی و تاریخی می‌باشند، بسیار کاربرد دارد. پژوهش حاضر با هدف تبیین و تحلیل ابعاد توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی مبتنی بر دیدگاه جنسیتی صورت پذیرفته است. روش تحقیق پیمایشی بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه طراحی شده توسط محقق بود که روایی و پایایی آن از طریق صاحب نظران و انجام مطالعه پیشاهنگ در روستای مارگون استان فارس تأیید شده است. جامعه آماری مطالعه، ساکنان محلی هفت روستای (سولقان، کیگا، رندان، کشارعلیا، کشارسفلی، امامزاده داوود و سنگان) دهستان سولقان با جمعیت ۲۲۱٦ نفر بوده‌اند. نمونه آماری مطالعه بر اساس جدول مورگان و تاکمن ۳۰۰ نفر تعیین گردید و روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار SPSS انجام گردید. نتایج مطالعه نشان داد زنان و مردان این منطقه با انگیزه‌های مختلف در فعالیت‌های گردشگری شرکت کرده‌اند. مهم‌ترین انگیزه‌های مردان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی، کمک به رشد و توسعه روستا و افزایش سطح آگاهی و اطلاعات و مهم‌ترین انگیزه‌های زنان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری کسب درآمد بیشتر برای خانواده، ایجاد اشتغال و کسب درآمد بیشتر برای خود بوده است. بین انگیزه زنان و مردان مورد مطالعه در خصوص دلایل انگیزشی مانند کسب درآمد بیشتر برای خود، کسب درآمد بیشتر برای خانواده، ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید برای خود و خانواده، خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی، کمک به رشد و توسعه روستا و افزایش شأن و مقام تفاوت معنی‌داری مشاهده شد. نوع انتظارات زنان و مردان این منطقه از فعالیت‌های گردشگری نیز متفاوت بود. زنان بیشتر انتظار داشتند که فعالیت‌های گردشگری برای آن‌ها درآمد و شغل ایجاد کند و موجب بهبود آزادی اجتماعی شود در حالی‌که مردان انتظار داشتند که فعالیت‌های گردشگری موجب حمایت دولت از محصولات آن‌ها، توجه بیشتر به روستا و رشد و توسعه آن شود. هم‌چنین بین انتظارات زنان و مردان مورد مطالعه در خصوص انتظاراتی مانند کسب شغل، ایجاد درآمد، بهبود آزادی اجتماعی و حفظ فرهنگ و هویت تفاوت معنی‌داری مشاهده شد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، جنسیت، انگیزه، انتظارات، دهستان سولقان، بخش کن.

doi: 10.22034/gahr.2026.583693.2752 شاپا الکترونیکی:2645-3851

مقدمه

در قرن بیست و یکم، توسعه روستایی با چالش‌های متعددی روبرو است که شامل تغییرات اجتماعی، کمبود ارائه دهندگان مراقبت های پزشکی و نیاز به افزایش عرضه جهانی غذا در مواجهه با کاهش منابع خاک و آب و تهدیدات تغییرات اقلیمی می‌شود (ویدیکینه و همکاران[1] ۲۰۲۰). جهانی شدن، بهبود ارتباطات، کاهش هزینه‌های حمل و نقل، تغییر الگوهای تجاری و ظهور فعالیت‌های غیر کشاورزی نیز چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای مناطق روستایی ایجاد کرده است (لوربر[2] ۲۰۰۹). رهیافت‌های گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته است مسایلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کنند. این رهیافت‌ها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و سبب مشکلات متعددی برای نواحی روستایی شده‌اند. از این رو بار دیگر توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه‌پردازن، برنامه‌ریزان و مجریان حقوقی در صدد برآمدند تا با ارائه راهکارها و رهیافت‌های جدید، از معضلات و مسایلی که گریبانگیر روستاها شده، بکاهند (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵).

یکی از این راهبردها که اخیرا در بسیاری از کشورها به اجرا درآمده و نتایج مثبتی نیز به همراه داشته است، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی به خصوص نواحی روستایی پیرامون شهرهای بزرگ است که از پتانسیل‌های لازم برای گسترش آن برخوردار هستند (زینلیان، ۱۳۸٦). گردشگری روستایی به عنوان یک منبع ارزشمند برای اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد، نقش مهمی در توسعه اقتصادی جوامع روستایی ایفا می‌کند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه و مناطقی که با کاهش صنایع سنتی مواجه هستند.

گردشگری روستایی به عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و هم‌چنین خلق فرصت‌های شغلی جدید در فضاهای روستایی و در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا نماید (صادقی ده چشمه و قائد امینی هارونی، ۱۳۹۹). طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری، توسعه صنعت گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری برای مقابله با فقر بوده و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌گردد (خسروی پور و سرخی، ۱٤۰۲). به طور کلی گردشگری روستایی، می‌تواند فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کرده و درآمد اضافی برای ساکنان روستایی فراهم آورد. این امر به کاهش فقر و مهاجرت در مناطق روستایی کمک می‌کند و به عنوان یک عامل مقابله کننده با فرآیندهای نامطلوب اجتماعی-اقتصادی مانند بیکاری و کاهش کیفیت زندگی روستاییان عمل می‌کند. توسعه گردشگری روستایی می‌تواند به احیای صنایع دستی محلی، فرهنگ و هویت کمک کرده و استفاده مؤثر از پتانسیل‌های روستا را تضمین کنند (کولومیتس و همکاران[3] ۲۰۲۰).

در حال حاضر گردشگری روستایی نقش بسیار مهم و حیاتی را در جوامع روستایی به عنوان تولیدکننده یا فراهم‌کننده مشاغل و منابع جدید درآمدی ایفا می‌کند (کاستل و همکاران[4] ۲۰۰۵). گردشگری به عنوان فعالیتی پویا

[1] Vidickienė et al
[2] Lorber
[3] Kolomyts et al
[4] Castle et al

و با ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. توسعه این صنعت موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد (علوانی و سواری، ۱٤۰٤). با گردشگری روستایی از رهگذر ارتقاء سطح بهره‌برداری در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال، اصلاح توزیع درآمد، حفظ محیط‌زیست روستایی و فرهنگ بومی، جلب مشارکت محلی و ارایه شیوه‌های مناسب برای منطبق ساختن باورها و ارزش‌های سنتی با شرایط امروزی و غیره منابع روزافزونی نصیب مردم روستایی می‌شود (خیاطی، ۱۳۸۲). این نوع از گردشگری باعث رشد اشتغال خانوادگی می‌شود و جزء شغل‌های خانوادگی است که تمام اعضای خانواده در آن سهیم هستند و هم‌چنین به عنوان یک سرگرمی به خصوص برای زنان مطرح شده است (گتز و کارلسن[1] ۲۰۰۰). اما به دلیل تفاوت‌های خدادادی میان زنان و مردان و همچنین شرایط خاص حاکم بر جامعه، زنان و مردان دیدگاه متفاوتی نسبت به گردشگری دارند، به نسبت متفاوتی در آن شرکت می‌کنند و از اثرات آن بهره‌مند می‌شوند (شرپا[2] ۲۰۰۷). بنابراین زنان و مردان به طور مساوی تحت تأثیر گردشگری قرار نمی‌گیرند و شناخت اختلاف آن‌ها در فعالیت‌های مربوط به گردشگری می‌تواند در مراحل برنامه‌ریزی و مدیریت برای گردشگری مفید باشد (پترزیلکا و همکاران[3] ۲۰۰۵). به همین دلیل در مطالعات مختلف در ارتباط با گردشگری بر اهمیت تمرکز بر روی جنسیت در فعالیت‌های گردشگری تأکید شده و بیان می‌شود که جنسیت باید به عنوان بخش گسترده‌ای در مباحث مربوط به گردشگری مورد بررسی قرار گیرد (پراتی‌وی[4] ۱۹۹٤). در جهان کنونی، تحلیل جنسیتی و توجه به جنسیت در برنامه ریزی، یکی از ابزار های اصلی توسعه یافتنگی به شمار می آید (شکارچی و همکاران، ۱۳۹۷). از این رو در این مقاله به بررسی تفاوت‌های موجود در میزان و نوع انگیزه مشارکت زنان و مردان از شرکت در فعالیت‌های گردشگری در دهستان سولقان بخش کن و میزان و نوع انتظارات آنان از این فعالیت‌ها پرداخته شده است و مهم‌ترین انگیزه و انتظارات زنان و مردان از شرکت در فعالیت‌های گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری

توجه به جنسیت در امر برنامه‌ریزی از ابزارهای اصلی توسعه یافتگی در جهان کنونی است (رمضان‌زاده لسبوئی و دوستی، ۱۳۹۸). موضوع "جنسیت" به مراتب پیچیده‌تر از "جنس" است، نقش‌های جنسیتی به زنان و یا مردان بستگی ندارد و این مسأله را می‌توان در تقسیم کار کشاورزی مشاهده کرد. جنس افراد با گذشت زمان تغییر نمی‌کند، درحالی که نقش‌های جنسیتی با گذشت زمان تحت تأثیر تغییرات اجتماعی قرار گرفته و تغییر می‌کند (مقصودی، ۱۳۸۵). جنس، تفاوت بیولوژیکی میان زن و مرد است. در حالی که جنسیت رفتارها ، نقش‌ها، نگرش‌ها و مسئولیت‌های منسوب به زن و مرد در یک جامعه است. جنسیت، انتظارات اجتماعی از رفتار مناست هر جنس است. و در برگیرنده آن ویژگی اجتماعی است که رفتار زنانه یا مردانه را در جامعه تعریف می‌کند. از این رو می‌توان جنسیت را تفاوت‌های اکتسابی فرهنگی بین مردان و زنان تعریف کرد (قمری و همکاران، ۱۳۹٦).

[1] Getz& Carlsen
[2] Sherpa
[3] Petrzelka et al
[4] Pratiwi

تحلیل جنسیتی روشی است که به مطالعه‌ی روابط بین مردان و زنان و نابرابرهایی که در روابط اجتماعی آن‌ها وجود دارد پرداخته، به سؤال‌هایی مانند چه کسی چه کار می‌کند؛ چه کسی مالک چیست؛ چه کسی تصمیم می‌گیرد؛ چه کسی از نتیجه تصمیم‌ها بهره‌مند می‌شود و چه کسی بازنده است پاسخ می‌گوید (علی‌بیگی و همکاران، ۱۳۸٦). تحلیل جنسیتی عبارت از اقدامات سیستماتیک به منظور درک و تشخیص نقش‌ها و نیازهای زنان و مردان در یک جامعه خاص است (خانی و سوری، ۱۳۹۱). تحقیقات بر اهمیت تمرکز بر جنسیت در فعالیت‌های گردشگری و ادغام آن در بحث‌های گسترده‌تر گردشگری تأکید دارند تا درک متعادل‌تری از تأثیرات گردشگری بر برابری جنسیتی حاصل شود (سو و همکاران[1] ۲۰۲۵).

اولین بار مبحث جنسیت در گردشگری در سال ۱۹۹۱ مطرح شد که جنبه توصیفی و پیچیده‌ای داشت. اولین مطالعه علمی در خصوص موضوع جنسیت و گردشگری، به مطالعه کینیارد و هال ۱۹٤٤ باز می‌گردد که به بررسی دیدگاه‌های زنان و مردان در خصوص فعالیت‌های گردشگری پرداخت (جهان‌بین، ۱۳۹۵). به طور کلی تحقیقات مربوط به گردشگری را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد:

در اوایل تحقیقات بدون در نظر گرفتن زنان انجام می‌شد که این امر به مدت چند سال طول کشید. از سال ۱۹۷۷ تا ۱۹۸۱ اولین مقاله‌ها درباره زنان در گردشگری منشر شد که منجر به شروع مرحله دوم تحقیقات مربوط به گردشگری شد. اما در مرحله سوم تحقیقات تفاوت بین زنان و مردان مورد بررسی قرار گرفت و در مرحله چهارم تحقیقات بر روی زنان متمرکز شد که در سال‌های پیش‌رو در حال بررسی می‌باشد (سوان[2] ۱۹۹۵).

اولین مطالعات علمی در خصوص موضوع جنسیت و گردشگری، به مطالعه‌ی کینیارد و هال[3] در سال ۱۹۹٤ برمی‌گردد که به تبیین دیدگاه‌های زنان و مردان در خصوص توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری پرداخت. این دو در کتاب خود با محوریت مسائل اجتماعی و فرهنگی، به مطالعه‌ی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری از دیدگاه زنان و مردان پرداختند (غنیان و همکاران، ۱۳۸۹).

از سال ۱۹۷۰ میلادی همزمان با طرح مسائل زنان و نقش آنان در توسعه، نقش زنان روستایی در جذب گردشگر مورد توجه ویژه قرار گرفت. دلیل این توجه ویژه، نقش غیر قابل انکار زنان روستایی در فعالیت‌های مختلف بخش روستایی که خود زمینه ورود گردشگران را می‌تواند فراهم کند، بوده است. زنان دارای دانش بومی، تجربیات و استعدادهای درونی هستند که همواره در راستای بهبود فرآیند تولید و در جهت رفع مشکلات موجود فعالیت کرده‌اند. بسیاری از سازگاری‌ها در فعالیت‌های مربوط به امور خانه و امور مربوط به فعالیت‌های کشاورزی توسط زنان صورت می‌گیرد اما کسی به آن اذعان نمی‌کند. این تغییرات به مقدار کم، باز هم نوآوری محسوب می‌شوند. نوآوری تنها تجهیزات و ابزار توسعه یک محصول جدید نیست. زنان فرآیند تشخیص یک مشکل یا مسئله را با مشارکت خود و استفاده از توانایی‌شان تشریح می‌کنند و آن مشکل توسط محققان حل می‌شود. فعالیت‌های متعددی توسط زنان در بخش روستایی صورت می‌گیرد که کلیه این فعالیت‌ها می‌تواند راهگشایی برای ورود گردشگران باشند. اعم این

[1] Su et al
[2] Swain
[3] Kinnaird & Hall

فعالیت‌ها مربوط به کاشت، داشت و برداشت محصول، نگهداری و مراقبت از دام و طیور، تولید محصولات لبنی، پخت و پز غذا و بافت صنایع دستی می‌باشد (کاشانی، ۱۳۸٤).

بنابراین زنان نقش معنی‌داری در فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی دارند. تحقیقات انجام شده به وسیله سازمان‌های باغبانی و کشاورزی هلند نشان می‌دهد که زنان نقش فعالی را در چالش‌های اقتصادی جدید در مناطق روستایی دارند و در پیشرفت خانواده روستایی نقش اساسی دارند. این نشان می‌دهد که زنان روستایی نسبت به مردان تمایل بیشتری برای شرکت در گردشگری دارند و به جنبه‌های اجتماعی زندگی در روستا توجه بیشتری دارند (کلوزه[1]، ۲۰۰۰). مشارکت زنان در گردشگری روستایی می‌تواند به توانمندسازی اقتصادی آن‌ها منجر شود، زیرا فرصت‌هایی برای ورود به بازار کار، کسب استقلال اقتصادی و بهبود وضعیت حرفه‌ای فراهم می‌آورد (لیو و یو[2] ۲۰۲۳). این امر اغلب شامل ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط (SMEs) متمرکز بر ابتکارات گردشگری است که تجربیات گردشگری روستایی را بهبود بخشیده و فرهنگ محلی را ترویج می‌دهد (استایلیانو و همکاران[3] ۲۰۲۵). زنان نقش مهمی در مشارکت‌های گردشگری در مناطق روستایی ایفا می‌کنند و به طور فزاینده‌ای به عنوان نیروی محرکه کارآفرینی اقتصادی جدید در این مناطق شناخته می‌شوند (استایلیانو و همکاران، ۲۰۲۵).

مروری بر پژوهش‌های انجام شده

تحقیقات پیشین در زمینه موضوع مورد نظر می‌تواند منبع با ارزشی در هدایت تحقیق و معرفی نظریه‌هایی برای آزمون و تفسیرهای اجتماعی از داده‌های مشاهده‌ای باشند. از این رو مرور تحقیقات انجام شده می‌تواند ثمر بخش باشد. در زمینه گردشگری در جهان مطالعات مختلفی انجام گرفته است اما در ایران به دلیل تازه بودن مبحث گردشگری، تحقیقات و پژوهش‌های کمی در این زمینه انجام گرفته است. وطن‌خواه در سال ۱۳۸۰ ضعف تحقیقاتی و پژوهشی در زمینه صنعت گردشگری را به عنوان یکی از موانع و تنگناهای فرهنگی موجود در جهانگردی ایران معرفی می‌کند.

در زمینه جنسیت و گردشگری نیز تحقیقات بسیار اندکی در جهان صورت گرفته است. آلن و همکاران[4](۱۹۸۸) در تحقیق خود بیان کرده‌اند که بررسی تفاوت‌ها و شباهت‌های میان زنان و مردان در گردشگری نادیده گرفته شده است و نیاز به تحلیل عمیق‌تر و دقیق‌تر بر مسائل جنسیتی در گردشگری و تحقیقات درون جنسیتی می‌باشد. براتی‌وی (۱۹۹٤) معتقد است اگرچه گردشگری موضوع مهمی در مباحث علوم اجتماعی است اما تعداد معدودی از محققان در دو دهه اخیر در زمینه گردشگری و جنسیت مطالعه کرده‌اند. مشاهدات زیادی در زمینه گردشگری ضرورت مطالعه در زمینه تحلیل جنسیت را نشان می‌دهد. از طرف دیگر تلاش می‌شود که نقش زنان در گردشگری به صورت پر رنگ‌تری مورد بررسی قرار گیرد.

پترزیلکا و همکاران (۲۰۰۵) بیان کرده‌اند که با وجود نیاز به تحقیقات مربوط به تفاوت‌های میان جنسیت، تاکنون هیچ تحقیقی از این نوع صورت نگرفته است. در حقیقت، محققان متعددی به عدم وجود تحقیقاتی که به هر طریقی

[1] Kloeze
[2] Liu & Yu
[3] Stylianou et al
[4] Alen et al

با روابط درونی بین گردشگری و مسائل جنسیتی سروکار دارند، اشاره کرده‌اند. مک گی و همکاران[1]نیز در سال ۲۰۰۷ بر اهمیت تحقیق در زمینه جنسیت و گردشگری اشاره و بیان کردند که نباید از اهمیت جنسیت در گردشگری چشم‌پوشی کرد.

در ارتباط با انگیزه مشارکت در فعالیت‌های گردشگری مطالعات بسیاری انجام شده است اما در مورد گردشگری روستایی خیلی کم به این موضوع توجه شده و مورد بررسی قرار گرفته است. انگیزه، اشاره دارد به یکسری نیازها که دلایل فرد برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری است (پارک و یون، ۲۰۰۹). در واقع انگیزه، به این نکته اشاره دارد که چه چیزی افراد را به شرکت در یک برنامه گردشگری وا می‌دارد و چرا برخی افراد در جوامع خاص مسافرت می‌کنند.

مطالعات در زمینه انگیزه مشارکت در فعالیت‌های گردشگری به دو دسته انگیزه گردشگران و انگیزه ساکنان محلی تقسیم می‌شود. به طور کلی در زمینه انگیزه مشارکت ساکنان محلی در فعالیت‌های گردشگری مطالعات کمتری نسبت به انگیزه گردشگران صورت گرفته است که در زیر به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌شود:

چیب و فلورا[2](۱۹۹۸) بیان کرده‌اند که انگیزه ساکنان محلی برای شرکت در فعالیت‌های مربوط به گردشگری، استقلال طلبی، مشارکت مدنی و تنوع بخشی به محصولات بوده است. در زمینه استقلال‌طلبی، انگیزه زنان از شرکت در فعالیت‌های گردشگری بیشتر کاهش قیمت‌ها، ایجاد فرصت‌های شغلی برای خانواده و مقاومت بیشتر برای نوسان غیرقابل پیش‌بینی در درآمد کشاورزی است. در مقابل انگیزه مردان برای سرمایه‌گذاری و مشارکت در فعالیت‌های گردشگری افزایش درآمد و کاهش قابلیت اعتماد مالی به برنامه‌های کشاورزی دولت است. در زمینه مشارکت مدنی، انگیزه زنان پیدا کردن فرصتی برای همکاری و کمک و آموزش به گردشگران و انگیزه مردان در جامعه از لحاظ اقتصادی مشاهده افراد موفق شاغل در بخش گردشگری و احساس نیاز به بازار مربوط به گردشگری است. در زمینه تنوع بخشی محصولات، انگیزه زنان استفاده کامل از منابع و در مقابل انگیزه مردان استفاده از تسهیلات مالی بخش گردشگری است.

گتز و کارلسن[3](۲۰۰۰) در مطالعه‌ای خود در روستاهای جنوب استرالیا به این نتیجه رسیدند که انگیزه افراد مختلف از شرکت در فعالیت‌های گردشگری متفاوت‌اند. بعضی از افراد به خاطر مهیج و محرک بودن گردشگری، عده‌ای به خاطر کسب فرصت‌های شغلی و بعضی به دلیل تغییراتی که گردشگری در رشد زندگی اجتماعی آن‌ها می‌گذارد در فعالیت‌های گردشگری شرکت می‌کنند. همچنین آن‌ها به نقل از اسمیت[4]در سال ۱۹۹۸ می‌نویسند که در کشورهای جهان سوم انگیزه قوی برای شرکت افراد در گردشگری به علت نبود کنترل محلی بر روی آن وجود ندارد. در این کشورها انجمنی به منظور رسیدگی به فعالیت‌های گردشگری در روستا یا سرمایه‌ای برای افرادی که به اصطلاح بازنشسته شده‌اند و یا حمایت از زنان در فعالیت‌های مربوط به گردشگری وجود ندارد.

[1] McGehee
[2] Chiappe & Flora
[3] Carlsen & Getz
[4] Smith

نیکرسون[1] و همکاران (۲۰۰۱) در مطالعه خود در مونتانای[2] آمریکا بیان کرده‌اند که چندین انگیزه برای شرکت ساکنان محلی در فعالیت‌های گردشگری وجود دارد از جمله می‌توان به ایجاد درآمد یا اشتغال برای اعضای خانواده (انگیزه مالی)، مصاحبت و ارتباط با گردشگران، ایجاد سرگرمی و پر شدن اوقات فراغت (انگیزه اجتماعی)، استفاده بهتر از منابع و آموزش به گردشگران اشاره کرد.

مک‌گی و کیم[3] (۲۰۰٤) به بررسی انگیزه مشارکت خانواده‌های کشاورزان در فعالیت‌های گردشگری در ویرجینیای آمریکا پرداختند و مهم‌ترین انگیزه آنان را ایجاد درآمد، آموزش به گردشگران، استفاده بهتر از منابع، آشنایی با فرهنگ سایر نقاط بیان کرده‌اند.

گولدنر و ریتچی[4] (۲۰۰٦) در مطالعه خود در آمریکا به این نتیجه رسیده‌اند که انگیزه گردشگران برای گردشگری به ٤ دسته تقسیم می‌شود:

۱) فیزیکی: مشارکت مردم در گردشگری به این خاطر که آن‌ها دوست دارند که استراحت کنند. در واقع انگیزهای فیزیکی، ورزش و تفریحات مورد علاقه بسیاری از مسافران را در بر می‌گیرد ۲) فرهنگی: کنجکاوی در مورد شناخت مناطق مختلف یک کشور یا استان و مردم و فرهنگ آن مناطق و تمایل به رفتن به روستاهای اطراف ۳) شخصی: مشارکت مردم در گردشگری چون آن‌ها دوست دارند دوست جدید داشته باشند و به بازدید خویشاوند یا سفر کاری روند ٤) موقعیت و پرستیژ: مشارکت مردم در گردشگری به خاطر فعالیت‌های اجتماعی.

گن زونگ[5] و همکاران (۲۰۰۷)، به مطالعه انگیزه، انتظارات و رضایت ۲۰۰ گردشگر روستایی در منطقه هانیان در چین پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین انگیزه آنان برای شرکت در گردشگری روستایی، نزدیکی به طبیعت، رشد ارتباطات خانوادگی و استراحت می‌باشد. گردشگرها رضایت بالایی از مناطق طبیعی، روابط مردم محلی، هتل‌ها، تسهیلات داشتند همچنین انتظار داشتند که گردشگری موجب کسب تجربه برای آن‌ها از مزارع و جشنوارهای برگزار شده در روستا شود. در این مطالعه انتظارات و انگیزه زنان از حضور در منطقه بیشتر از مردان بوده است.

مک‌گی و همکاران (۲۰۰۷) به آنالیز جنسیت انگیزه مشارکت زنان و مردان ویرجینیای آمریکا در فعالیت‌های گردشگری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که هر دو گروه به درآمد سنتی، استفاده کامل از منابع، آموزش برای گردشگران علاقه دارند و تفاوت آن‌ها در این است که انگیزه زنان از لحاظ آموزش برای گردشگران، اشتغال برای اعضای خانواده و مشاهده افراد موفق شاغل در گردشگری ۲-۱ درجه بالاتر از مردان پاسخگو در مطالعه است. اما به طور کلی زنان و مردان دارای اختلاف معنی‌داری نبودند اما در همه موارد میانگین زنان بیشتر از مردان است.

پارک و یون[6] (۲۰۰۹) در مطالعه چندین روستا در کره بیان می‌کنند ٦ دسته انگیزه برای گردشگران روستایی وجود دارد: ۱) سرگرمی (سرحال شدن، فرار از مشغله کاری، دور شدن از زندگی عادی و خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی) ۲) اجتماعی ۳) یادگیری (بررسی مکان‌های جدید، تجربه سبک زندگی متفاوت و جدید، یادگیری

[1] Nickerson
[2] Montana
[3] McGehee & kim
[4] Goeldner &Ritchie
[5] Genzong
[6] Park and Yoon

مطالب جدید، افزایش دانش و دیدار آثار فرهنگی) ٤) اتحاد خانواده (تجربه فرهنگ سنتی، باهم بودن خانواده) ٥) تازگی و ٦) هیجان. از بین این انگیزه‌ها بعد سرگرمی بزرگترین نسبت واریانس کل (٢٦/٨٧) را دارد.

بنسیمان[1](٢٠٠٩) در مطالعه خود در نیوزیلند[2]انگیزه زنان را برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری ایجاد درآمد، پیدا شدن فرصتی برای ملاقات با مردم سایر فرهنگ‌ها و اجتماعی شدن می‌داند. گردشگری باعث بهبود معیشت روستاییان می‌گردد (Anderson,2014).

غفاری و ترکی (١٣٨٨) در پژوهش خود در مناطق روستایی بخش سامان در استان چهارمحال و بختیاری نتیجه گرفتند که بین افزایش شمار گردشگران و افزایش فرصت‌های شغلی، ارتقای سطح درآمد، بهبود وضعیت شاخص‌های فرهنگی و رفاه اجتماعی رابطه معنادار و مثبت وجود دارد (حسام، ١٣٩٥).

سلیمانی و همکاران (١٣٩٧) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که زنان بیش از مردان دارای نگرشی مثبت نسبت به توسعه فعالیت‌های گردشگری و پیامدهای آن بودند (دو برابر) و این می‌تواند توسعه فعالیت‌های گردشگری در منطقه را موجب شود.

اسماعیل‌پور و همکاران (١٤٠١) در پژوهش خود در روستاهای شهرستان ساری نشان دادند که توجه به نیازها و انتظارات گردشگران خصوصاً زنان می‌تواند راه‌حل مفیدی برای شناسایی و اولویت‌های رسیدگی به فضاهای جذب گردشگری باشد. (از قبیل امکانات اقامتی، استراحتگاهی، آگاهی و اطلاع‌رسانی و ایجاد امنیت در فضاهای جذب گردشگری روستایی).

انتظارات ساکنان محلی تاثیر به سزایی در اشکال مختلف گردشگری (گردشگری فرهنگی، گردشگری روستایی، اکوگردشگری، گردشگری سبز و غیره) دارد. مطالعات در این زمینه باید به طور جداگانه در هر منطقه که گردشگری روستایی اتفاق می‌افتد مورد بررسی قرار گیرد چون انتظارات مردم هر منطقه با منطقه دیگر متفاوت می‌باشد (کیپر و ارسلان، ٢٠٠٧). در زیر به تعدادی از این مطالعات اشاره می‌شود:

یاگل[3](٢٠٠٣) در مطالعه خود در پالانسیا[4](منطقه‌ای در اسپانیا)، شناخته شدن منطقه و آگاهی گردشگران از عادت‌های مردم محلی، عقاید و رفتار آن‌ها را مهم‌ترین انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری می‌داند.

تران[5](٢٠٠٣) بیان می‌کند که جذب گردشگرها به منطقه، افزایش درآمد، حفظ فرهنگ و میراث فرهنگی از مهم‌ترین انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری است.

کیپر و ارسلان[6](٢٠٠٧) به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین انتظارت مردم محلی روستایی در ترکیه، ارائه غذاهای محلی، فروش محصولات کشاورزی، حمایت اقتصادی، جذب مردم به منطقه و شناخته شدن منطقه آن‌ها می‌باشد.

یافته‌های پژوهش بازوند و همکاران (١٤٠١) نشان داد که از دیدگاه جامعه محلی گردشگری موجب بهبود وضع اجتماعی، زیست‌محیطی، کالبد فضایی و سلامت و بهزیستی فردی شده است.

[1] Bensemann
[2] New zealand
[3] Yagel
[4] Palancia
[5] Tran
[6] Kiper & Arsalan

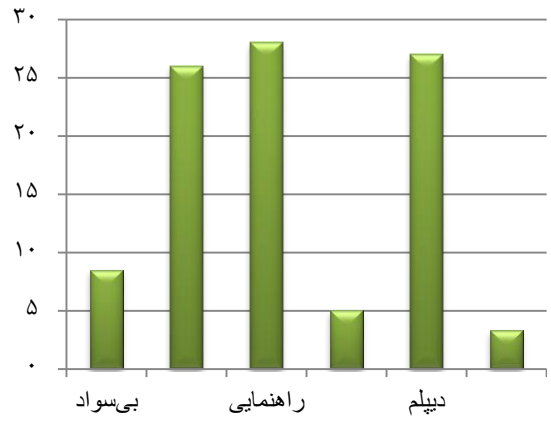
روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت پژوهشی کاربردی است. به لحاظ زمانی گذشته‌نگر و از نظر کنترل متغیرها، پیشین پژوهی است. همچنین به لحاظ آماری علی ـ مقایسه‌ای، همبستگی و توصیفی است. روش تحقیق نیز در این مطالعه، پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق ساکنان هفت روستای (سولقان، کیگا، رندان، کشارعلیا، کشارسفلی، امامزاده داوود، سنگان) دهستان سولقان بخش کن شهرستان تهران با جمعیت ۲۲۱٦ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه مورد مطالعه از جدول مورگان و تاکمن استفاده شد و پس از تعیین حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی پرسشنامه‌های مورد نظر در روستاهای نمونه تکمیل شد. با توجه به جدول، حجم نمونه ۳۰۰ نفر انتخاب شد.

جهت جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در این تحقیق پرسشنامه‌ای توسط محقق طراحی و پس از تأیید روایی آن از سوی اعضای هئیت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین به منظور تأیید پایایی در قالب یک مطالعه پیشاهنگ ۳۰ پرسشنامه در روستای مارگون استان فارس مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از آلفای کرونباخ نشان داد که میزان ضریب آلفا برای تمامی متغیرهای مطالعه بیش از ۷۵ درصد و نشان‌دهنده برخورداری پرسشنامه از سطح قابل قبول برای انجام مطالعه اصلی بود.

یافته‌های تحقیق

از تعداد ۳۰۰ نفر افراد مورد مطالعه، ۱٤۵ نفر (٤۸/۳ درصد) را مردان و ۱۵۵ نفر (۵۱/۷ درصد) را زنان تشکیل می‌دادند. از این تعداد ۲۳۷ نفر معادل ۷۹ درصد جامعه مورد مطالعه متأهل و ٦۱ نفر معادل ۲۰/۳ درصد مجرد بودند. کمترین سن افراد مورد مطالعه ۱٤، بیشترین سن ۷۰ سال و میانگین سنی آنان تقریبا ۳۵ سال بود. نمودار (۱-٤) وضعیت سواد را در بین افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد.



اولویت‌بندی انگیزه ساکنان محلی برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری به تفکیک جنسیت

انگیزه افراد برای شرکت در فعالیت‌های مختلف، متفاوت می‌باشد. فعالیت‌های گردشگری نیز از این امر مستثنی نمی‌باشند. در این مطالعه به منظور سنجش انگیزه مردم محلی برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری به تفکیک

جنسیت ابتدا برای هر گویه میانگین و انحراف معیار سنجیده شده، سپس ضریب تغییرات برای هر یک از گویه‌ها تعیین شده است و بر اساس آن انگیزه‌های مشارکت ساکنان محلی به تفکیک جنسیت اولویت‌بندی شدند. نتایج بدست آمده به تفکیک جنسیت در جدول (۱) آمده است.**جدول ۱: آمار توصیفی انگیزه مردم محلی برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری به تفکیک جنسیت**

مرد		نوع انگیزه مشارکت در فعالیت‌های گردشگری	زن	
اولویت	ضریب تغییرات		ضریب تغییرات	اولویت
۱	۰/۲۵	خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی	۰/۳۳	٦
۲	۰/۲۸	کمک به رشد و توسعه روستا	۰/۳۷	۱۰
۳	۰/۲۸	افزایش سطح آگاهی و کسب اطلاعات	۰/۳۱	٤
٤	۰/۳۳	پر کردن اوقات فراغت	۰/۳۱	٥
٥	۰/۳۷	کمک به مشهور و مطرح شدن منطقه	۰/۳٦	۹
٦	۰/۳۸	تنوع در زندگی	۰/۳٦	۸
۷	۰/۳۹	کسب درآمد بیشتر برای خانواده	۰/۲۹	۱
۸	۰/٤۰	کسب درآمد بیشتر برای خود	۰/۳	۳
۹	۰/٤۰	کسب موقعیت شغلی و اجتماعی بهتر	۰/٤۲	۱۳
۱۰	۰/٤۱	آشنایی با سایر فرهنگ‌ها	۰/۳۸	۱۱
۱۱	۰/٤۱	افزایش شأن و مقام اجتماعی	۰/۳٤	۷
۱۲	۰/٤۱	توجه بیشتر دولت به منطقه	۰/٤۲	۱۲
۱۳	۰/٤۱	ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید برای خود و خانواده	۰/۲۹	۲
۱٤	۰/٤۳	علاقه به شرکت در فعالیت‌های جمعی	۰/٤٤	۱٥
۱٥	۰/٤۳	علاقه به فعالیت‌های گردشگری	۰/٤٤	۱٤
۱٦	۰/٤٦	کسب منبع درآمدی جدید	۰/٤۷	۱۷
۱۷	۰/٤٦	استفاده از تسهیلات بانکی مرتبط با گردشگری	۰/٥۲	۱۸
۱۸	۰/٤۷	حفظ و انتقال جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی منطقه	۰/٤٥	۱٦
۱۹	۰/٥٥	کاهش اشتغال در بخش کشاورزی	۰/٥٦	۱۹

همان‌طور که جدول (۱) نشان می‌دهد مهم‌ترین انگیزه مردان از شرکت در فعالیت‌های گردشگری خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی، کمک به رشد و توسعه روستا و افزایش سطح آگاهی و اطلاعات و مهم‌ترین انگیزه زنان از شرکت در فعالیت‌های گردشگری کسب درآمد بیشتر برای خانواده، ایجاد اشتغال و کسب درآمد بیشتر برای خود بوده است. بنابراین داده‌ها نشان می‌دهند که انگیزه زنان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری با محوریت استقلال‌طلبی بوده است. در سوی مقابل انگیزه مردان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری نشان از اولویت انگیزه‌های مشارکت مدنی در بین آنان دارد، این امر بدین علت می‌باشد که در بخش کن گردشگری موجب افزایش درآمد و شغل برای مردان شده بود به همین دلیل مردان بیشتر مایل بودند که با نظارت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، گردشگری موجب رشد و توسعه بیشتر روستاها و بالا رفتن سطح اطلاعات آنان شود اما برای زنان گردشگری نتوانسته بود درآمد و شغل ایجاد کند به همین دلیل آنان انگیزه خود را برای شرکت در این فعالیت‌ها

افزایش درآمد و کسب شغل برای خود و خانواده‌شان عنوان کردند که این نتایج با یافته‌های چیب و فلورا (۱۹۹۸)، بنسیمان (۲۰۰۹) و صابری‌فر (۱۳۹۷) مطابقت دارد.

اولویت‌بندی انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری

با توجه به این‌که ویژگی شخصیتی افراد متفاوت است، مسلماً انتظارت آن‌ها نیز از شرکت در برنامه‌های مختلف، متفاوت است. در فعالیت‌های گردشگری نیز افراد با انتظارات متفاوت در فعالیت‌های گردشگری شرکت می‌کنند. به منظور بررسی نوع انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری گویه‌هایی مطرح شد و از افراد خواسته شد برای هر کدام مشخص کنند که چقدر انتظاراتشان برآورده شده و چقدر توقع دارند که برآورده شود (با انتخاب یکی از گزینه‌های بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم، بسیارکم). سپس نتایج بدست آمده در فرمول بوریچ (Borich,1985) قرار داده شد و براساس داده‌های حاصل از آن انتظارات افراد براساس جنسیت اولویت بندی شد. نتایج بدست آمده در جدول (۲) نشان داده شده است.

چقدر انتظاردارم محقق شود × (چقدر انتظاراتم محقق شده ـ چقدر انتظاردارم محقق شود) = نمره اولویت

جدول ۲: آمار توصیفی نوع انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری به تفکیک جنسیت با استفاده از فرمول بوریچ

مرد		نوع انتظارات از فعالیت های گردشگری	زن	
اولویت	میانگین		میانگین	اولویت
۷	۸/۳۷	کسب شغل	۱۳/۸۹	۱
۵	۸/۸۰	ایجاد درآمد	۱۲/٦۵	۲
۱۱	٦/۷۷	بهبود آزادی اجتماعی	۱۲/۳۰	۳
۱۰	۷/٤٤	حفظ فرهنگ و هویت	۱۱/۰۷	٤
۹	۷/۵۹	کمک به انتقال فرهنگ	۱۱/۰۲	۵
۸	۸/۳۱	شناخته شدن بیشتر جامعه‌ام	۱۰/۷۱	٦
٦	۸/۵۲	کاهش مهاجرت	۱۰/٦۸	۷
۳	۱۰/۳۸	کمک به رشد و توسعه روستا	۸/٤۱	۸
٤	۱۰/۱۲	بهبود کیفیت زندگی	۸/۳۹	۹
۲	۱۰/۷۵	توجه بیشتر دولت	۸/۱۵	۱۰
۱	۱۱/۲۰	حمایت بیشتر از تولیدات، محصولات و صنایع دستی روستایمان	۲/۰٦	۱۱

جدول (۲) نیز نشان می‌دهد که انتظار زنان از گردشگری کسب شغل و ایجاد درآمد بوده است، بنابراین، این نتایج نشان می‌دهد که زنان از انگیزه لازم برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری به منظور کسب درآمد و ایجاد

اشتغال برخوردارند اما هنوز انتظاراتشان در این زمینه محقق نشده است. در مورد مردان نیز بیان شد که انگیزه مردان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی و کمک به رشد و توسعه روستا و افزایش آگاهی و اطلاعات بوده است، جدول بالا نیز نشان می‌دهد که مهم‌ترین انتظارات مردان از فعالیت‌های گردشگری، توجه دولت به روستا و رشد و توسعه روستا و بهبود کیفیت زندگی می‌باشد که تا حدودی به انگیزه مشارکت آنان شبیه می‌باشد.

این نتایج تا حدودی با نتایج یاگل (۲۰۰۳) و کیپر و ارسلان (۲۰۰۷) مطابقت دارد.

مقایسه میانگین انگیزه مشارکت زنان و مردان در فعالیت‌های گردشگری

همان‌گونه که بیان شد انگیزه ساکنان محلی برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری متفاوت می‌باشد. برای پی بردن به مهم‌ترین انگیزه زنان و مردان برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری و موارد تفاوت انگیزه در آنان از آزمون t استفاده شد که نتایج آن در جدول (۳) آمده است.

جدول ۳: مقایسه میانگین انگیزه مشارکت زنان و مردان در فعالیت‌های گردشگری

انگیزه مشارکت در فعالیت‌های گردشگری	میانگین		آماره t
	مردان (۱٤٥)	زنان (۱٥٥)	
علاقه به فعالیت‌های گردشگری	۷/۰۹	۷/۳۱	۰/٥۹
کسب موقعیت شغلی و اجتماعی بهتر	۷/٤٦	۷/۲۳	۰/٦٥
کسب درآمد بیشتر برای خود	٦/۸٦	۸/٤۹	٥/۲۳**
کسب درآمد بیشتر برای خانواده	۷/۰۸	۸/٤٦	٤/٤۷**
ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید برای خود و خانواده	٦/۹۰	۸/۳۸	٤/۷۱**
تنوع در زندگی	۷/۱۸	۷/٥٥	۱/۱۸
آشنایی با سایر فرهنگ‌ها	٦/۸۷	۷/۱٦	۰/۸۹
کاهش اشتغال در بخش کشاورزی	٦/۰٦	٥/٦٤	۱/۰۹
کسب منبع درآمدی جدید	٦/۸٦	٦/٥۷	۰/۷۷
افزایش شأن و مقام اجتماعی	۷/۱٥	۷/۸۰	۱/۹٦*
افزایش سطح آگاهی و کسب اطلاعات	۸/۰۸	۸/۰۸	۰/۰۱
خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی	۸/٥۷	۷/۱۹	٥/۱۲**
پر کردن اوقات فراغت	۷/۸۸	۷/٥۱	۱/۲۷
کمک به رشد و توسعه روستا	۸/٦۹	٦/۸٥	٦/۳۲**
حفظ و انتقال جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی منطقه	٦/۲۰	٦/۷۱	۱/٤٦
توجه بیشتر دولت به منطقه	۷/۱۸	۷/۳۲	۰/٤۰
کمک به مشهور و مطرح شدن منطقه	۷/٤۷	۷/٦۱	۰/٤۱
استفاده از تسهیلات بانکی مرتبط با گردشگری	٦/٦٥	٦/٥۳	۰/۲۹
علاقه به شرکت در فعالیت‌های جمعی	٦/٤۹	٦/٥۱	۰/۰۸

* و **: به ترتیب معنی‌داری در سطح ۱٪ و ٥٪

نتایج آزمون t حاکی از آن است که بین انگیزه زنان و مردان مورد مطالعه در خصوص دلایل انگیزشی مانند کسب درآمد بیشتر برای خود، کسب درآمد بیشتر برای خانواده، ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی جدید برای خود و

خانواده، خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی و کمک به رشد و توسعه روستا (در سطح یک درصد) و افزایش شأن و مقام (در سطح پنج درصد) تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در ارتباط با دلایل انگیزشی مانند کسب درآمد بیشتر برای خود و خانواده، ایجاد اشتغال و افزایش شأن و مقام، میانگین زنان بیشتر بوده و در ارتباط با دلایل انگیزشی مانند خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی و کمک به رشد و توسعه روستا، میانگین مردان بیشتر بوده است.
این نتایج تا حدودی با نتایج مک‌گی و همکاران (۲۰۰۷) مطابقت دارد.

مقایسه میانگین انتظارات زنان و مردان روستایی از فعالیت‌های گردشگری

همان‌طور که در بخش آمار توصیفی بیان شد زنان و مردان روستایی دارای انتظارات متفاوتی از فعالیت‌های گردشگری بودند. در این قسمت برای پی بردن به مهم‌ترین انتظارات زنان و مردان محلی برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری و موارد تفاوت انتظارات آنان از آزمون t استفاده شد که نتایج آن در جدول (٤) آمده است.

جدول ٤: مقایسه میانگین انتظارات زنان و مردان از فعالیت‌های گردشگری

انتظارات	میانگین		آماره t
	مردان (۱٤٥)	زنان (۱٥٥)	
کسب شغل	۸/۳۷	۱۲/٦٥	٥/٥۰**
ایجاد درآمد	۸/۸۰	۱۳/۸۹	۷/۲۱**
بهبود آزادی اجتماعی	٦/۷۷	۱۲/۳۰	۷/٥۲**
حفظ فرهنگ و هویت	۷/٤٤	۲/۰٦	۷/۹٤**
کمک به انتقال فرهنگ	۷/٥۹	۸/۳۹	۱/۱۳
شناخته شدن بیشتر جامعه‌ام	۸/۳۱	۸/٤۱	۰/۱٤
کاهش مهاجرت	۸/٥۳	۸/۱٥	۰/٤۷
کمک به رشد و توسعه روستا	۱۰/۱۲	۱۰/٦۸	۰/۷٤
بهبود کیفیت زندگی	۱۰/۳۸	۱۱/۰۲	۰/۸۲
توجه بیشتر دولت	۱۰/۷٥	۱۱/۰۷	۰/٤۱
حمایت بیشتر از تولیدات، محصولات و صنایع دستی روستایمان	۱۱/۲۰	۱۰/۷۱	۰/۱۲

**: معنی‌داری در سطح ۱٪

نتایج آزمون t حاکی از آن است که بین انتظارات زنان و مردان مورد مطالعه در خصوص کسب شغل، ایجاد درآمد، بهبود آزادی اجتماعی و حفظ فرهنگ و هویت تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد. در مورد انتظاراتی مانند کسب شغل، ایجاد درآمد، بهبود آزادی اجتماعی، زنان دارای میانگین بیشتری می‌باشند و در مورد حفظ فرهنگ و هویت، مردان از میانگین بیشتری برخوردار بودند که این نتایج، یافته‌های حاصل از انگیزه مشارکت زنان و مردان در فعالیت‌های گردشگری را تأیید می‌کند.

نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف تحلیل رابطه بین جنسیت و انگیزه مشارکت ساکنان محلی در فعالیت‌های گردشگری و رابطه بین جنسیت و انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری انجام گرفت و همان‌گونه که در قسمت یافته‌ها به تفصیل آورده شد، درباره‌ی انگیزه‌های مشارکت افراد در برنامه‌های مذکور، نتایج حاصل از مقایسه‌ی میانگین‌ها، تفاوت بارز در انگیزه‌ی زنان و مردان مورد مطالعه را نشان می‌دهند. انگیزه‌ی زنان از مشارکت در فعالیت‌های کشاورزی با محوریت استقلال‌طلبی بوده است در حالی‌که مردان انگیزه‌هایی با اهداف مشارکت مدنی داشته‌اند. بدین معنی که اصلی‌ترین انگیزاننده‌ها در بین زنان عمدتاً کسب درآمد بیشتر برای خانواده، ایجاد اشتغال و کسب درآمد بیشتر برای خود بوده است، در حالی‌که مردان بیشتر خارج شدن از فضای یکنواخت زندگی، کمک به رشد و توسعه روستا و افزایش سطح آگاهی و اطلاعات را دلیل مشارکت خود اعلام نموده‌اند.

در رابطه با انتظارات ساکنان محلی از فعالیت‌های گردشگری نیز نتایج حاصل از مقایسه‌ی میانگین‌ها، تفاوت بارز در انگیزه‌ی زنان و مردان مورد مطالعه را نشان می‌دهند. بدین معنی که زنان بیشتر انتظار داشتند که گردشگری برای آن‌ها درآمد و شغل ایجاد کند و موجب بهبود آزادی اجتماعی آن‌ها شود در حالی‌که که مردان انتظار داشتند که گردشگری از محصولات آن‌ها حمایت کرده و موجب توجه بیشتر دولت به روستا و رشد و توسعه آن شود.

منابع و مآخذ:

اسماعیل‌پور، علی منظم؛ رومیانی، احمد و دهبانژاد، اکبر (۱٤۰۱). تحلیل نگرش و انتظارت زنان گردشگر از فضاهای جذب گردشگری روستایی مطالعه موردی: دهستان رودپی شرقی شهرستان ساری. پژوهشهای جغرافیای انسانی، دوره ٥٤، شماره ۳، صص ۹۹۹-۱۰۱۹.

بازوند، سجاد؛ دانیالی، تهمینه؛ آزاد بخت، بهرام و ارمغان، سیمین (۱٤۰۱). بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی روستاییان از نگاه جامعه میزبان (مطالعه موردی: روستاهای افرینه، پران پرویز و ولیعصر شهرستان پلدختر)، نشریه فضای گردشگری، دوره ۱۱، شماره ٤٤، صص ۱-۱۸.

جهان‌بین، رضا (۱۳۹٥) بررسی و تحلیل عوامل توسعه گردشگری از دیدگاه زنان گردشگر در شهرستان دره شهر، نشریه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال پنجم، شماره نوزدهم، صص ۸۷ـ۷٥.

خانی، فضیله و سوری، فرشاد (۱۳۹۱). رویکرد جنسیتی در تحلیل رضایت مندی روستاییان از عملکرد دهیاران (مطالعه موردی بخش کونانی شهرستان کوهدشت)، مجله جغرافیا، دوره جدید، سال دهم، شماره ۳۲، صص ۱۲٦ – ۱۰۱.

خسروی پور، بهمن و سرخی، علی (۱٤۰۲). کاوش اثرات گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی، اولین همایش ملی گردشگری خلاق، فرصت ها و چالش‌ها، دانشگاه آزاد اسلامی و تکمیلی آباد کتول، گلستان.

رمضان‌زاده لسبوئی، مهدی و دوستی، فرشته. (۱۳۹۸). مقایسه الگوی نگرشی مردان و زنان به برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری پاک و ارزان دوچرخه سواری ساحلی (نمونه مطالعاتی شهر بابلسر). مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هفتم، شماره ١٤، صص ۲۸۵-۳۰۸.

سلیمانی هارونی، خدیجه؛ خسروی پور، بهمن؛ برادران، مسعود و غنیان، منصور (۱۳۹۷). بررسی تفاوت بین رضایتمندی، انتظارات و نگرش زنان و مردان جامعه روستایی در خصوص گردشگری روستایی (مورد مطالعه شهرستان ایذه در استان خوزستان)، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۱، شماره ۳، صص ٢٤٦_٢٣٢.

شکارچی، فرهاد؛ رحمانی، بیژن و منشی زاده، رحمت الله (۱۳۹۷). تحلیل جنسیتی فراآیند توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان خلخال). مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ۱۱، شماره ۱، صص ۱۲۸ - ۱۱۵.

صابری‌فر، رستم (۱۳۹۷). اولویت بندی نیازها و انتظارات گردشگران مناطق شهری (نمونه موردی: شهر مشهد). آمایش فضا و ژئوماتیک، دوره ۲۲، شماره ۲، صص ۷۵-۹۳.

صادقی ده چشمه، مهرداد و قائد امینی هارونی، عباس (۱۳۹۹). شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه روستاهای ده چشمه)، فصلنامه مطالعات گردشگری، سال ۱۵، شماره ۵۲، صص ۳۱۱ - ۲٦۵.

علوانی، ناصر و سواری، مسلم (۱٤۰۱). مقایسه شاخص‌های گردشگری پایدار در مناطق روستایی شهرستان‌های خرمشهر و آبادان با استفاده از ماتریس Swot، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره پنجم، شماره ۱، صص ٤۲-۰۲٦

قمری، اخلاص؛ طلیسچی، غلامرضا و دژدار، امید (۱۳۹٦). رویکرد تحلیلی به بررسی جنسیت و تفاوت‌های آن در ادراک فضای کالبدی. (نمونه موردی: فرهنگسراهای شهر تهران)، مجله معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۲۱ ، صص ۸٦-۷۷.

مهدی، حسام (۱۳۹۵). سنجش نگرش جامعه میزبان به تاثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی توسعه گردشگری (مورد مطالعاتی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، دوره ٦، شماره ۲۱، صص ٤۵-۵۹.

Alibeigi, A., Zarafshani, K. and Olaee, S. 2007. Gender analaysis of agricultural activities in rural area in the Kermanshah conty: orders for Rural Tourism. Women research. 5 (2): 89-111.

Allen, L., Long, P. T., Perdue, R. R. and Kiselbach. S. 1998. The Impact of Tourism development on Residents' Perception of Community Life. Journal of Travel Research. 27 (1): 16-21.

Anderson, W. (2014). cultural tourism and poverty alleviation in rural Kilimanjaro Tanzania Journal of tourism and cultural change.

Bensiman, J. 2009. Copreneurship in rural tourism exploring women experiences. Attesis submitted in partical fulfillment of the requirement for Degree of Doctor of philosophy. University of Canterbury.

Castle, T., Garst, R. and Carpenter, D. 2005. Rural Tourism Business Development, CoonRapids Development Group, No. ٦.

Chiappe, M. B. and Flora, C. B. 1998. Gendered elements of the alternative agriculture paradigm. Rural Sociology, 63 (3): 372-393

Genzong, X., Penghua, Q., Yongsheng, C. and Jiehua, S. 2007. Expectation and satisfaction of Getz, D. and Carlsen, J. 2000. Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. Tourism Management 21 (2000): 547-560.

Ghanian, M., Ghadiri Masoum, M., Motiei langrodi, H. and Zarafshan, K. 2010. Analysis of dimensions of rural tourism in regards to Gender sight from host community. Women research. 8 (3): 7-23.

Kashani, S. 2005. Survey of economical–Social potential rural tourism industry (study of rural area in Kermanshah province.

Khayati, M. 2003. Rural Tourism and their effect on Rural community. Jahad Journal. 23 (257) : 30-42.

Kiper, T. and Arsalan, M. 2007. The Expectations of the Local Community and Visitors From Tourism in Rural Areas: Case of Safranbolu-Yorukkoyu Village. Journal of Applied Sciences 7 (17): 2544-2550.

Kloeze, j. 2000. Rural Tourism: A Gender Approach. 6th World Leisure Congress, Leisure and Human Development. Bilbao, 3-7 July 2000.

Kolomyts, O. N., Savelenko, V. M., Ivanova, I. G., & Zakharova, O. A. (2020, December). Agrarian tourism as a factor in the socio-economic development of rural areas. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 613, No. 1, p. 012074) IOP Publishing.Liu, M., & Yu, Y. (2023). The Impact of Rural Tourism Development on Rural Women-A Case Study of Liyu Village in Tai'an City. Academic Journal of Humanities & Social Sciences, 6(23), 48-53.

Lorber, L. (2009). New Challenges for Sustainable Rural Development in the 21st Century (part 1) Joumal for geography, 4(1), 7-14 .

McGehee, N. G. and Kim, k. 2004 . Motivation for agri-tourism entrepreneurship. Jouranal of Travel Research, 43 (2): 161-170.

McGehee, N. G., Kim, K. and Jennings, G. R. 2007. Gender and Motivation for agri- tourism entrepreneurship. Tourism Management, Volume 28, Issue 1, Pp: 280-289.

Nickerson, N. P., Black, R. J. and McCool, S. F. 2001. Agri-tourism: motivations behind farm/ranch business diversification. Jouranal of Travel Research, 40 (1):19-26.

Park, d. and Yoon, Y. 2009. Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. Tourism Management. 30: 99 -108.

Petrzelka, P., Krannich, R., Brehm, J. and Trentelman, C. 2005. Rural tourism and Gendered Nuances. Annals of Tourism Research, 32 (4): 1121 – 1137.

Pratiwi, W. 1994. Development, Tourism and gender analysis: pangandaran, west java, indonesia as the case study. Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master in Environmental Studies (MES). York University North York, Ontario, March 1994.

Roknoddin Eftekhari, E. and Mahdavi, D. 2006. Solutions of rural tourism development using by SWOT model. Human science teacher Journal. 1 (2): 1-30.

Sherpa, Y. 2007. Mountain Tourism: A Boon or a Bane? Impacts of Tourism on Himalayan Women. Paper presented at Women of the Mountains Conference at Utah, March 2007, Utah, USA.

Stylianou, C., Liasidou, S., & Garanti, Z. (2025). Women entrepreneurs' role in tourism co-creation and policy Examining the case of Cyprus. Tourism and Hospitality, 6(1), 33.

Su, M. M., Wang, M., Wall, G. Liu, Z, Dong, H., & Zhang, M. (2025). Gender equality in a Chinese rural tourism destination: perspectives of females and males. Journal of Sustainable Tourism, 33(7), 1449-1475.

Swain, M.B. (1995). Gender in tourism. Annals of tourism Research, 22(2).

Vidickienė, D., Vilke, R., & Gedminaite-Raudonė, Z. (2020), Transformative tourism as an Innovative tool for rural development. European Countryside, 12(3), 277-291.

Yagel, O. 2003. Variaty, sustainability and rural tourism. Alternative tourism potential and actual difficulties. In: Tourkey Conference, 3-4 may 2003, Cankiri.

Zeinaliyan, M. 2007. Survey of Rural Tourism Development in pasargad conty, M. SC. Thesis in Agricultural College, Tehran University. Rural development field.