



## تبیین اثرات بنیان‌های گردشگری طبیعی در توسعه مقاصد پیراشهری (مورد: منطقه ونایی شهرستان بروجرد)

پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۳/۲۷

صفحات: ۲۶۱-۲۴۳

رضیه حلمی‌زاده؛ دانشجوی کارشناسی ارشد گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.  
حوریه مرادی؛ استادیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.  
سیامک شرفی؛ دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران.

### چکیده

گردشگری مبتنی بر طبیعت، یک الگوی فضایی از گردشگری در عصر پسامدرن و شکل‌دهنده متنی فضایی است که خوانش آن در پیرامون سفر به نقاط طبیعی (ساحل، جنگل، کوه، چشمه و...) با انگیزه‌های متفاوت از سوی گردشگران صورت می‌گیرد. در این میان اثرات بنیان‌های گردشگری طبیعی حاکم بر محیط می‌تواند منجر به توسعه فضاهای پیراشهری اطراف شهرهای بزرگ گردد که اغلب با تبدیل شدن روستا به شهر نمود عینی پیدا می‌کند. بدین سان، مقاله حاضر باهدف تبیین اثرات بنیان‌های گردشگری طبیعی در توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری منطقه ونایی که در ۱۲ کیلومتری شهرستان بروجرد در منطقه‌ای کوهستانی قرار گرفته است طراحی شد. این منطقه پیراشهری از سال ۱۳۹۸ به دلیل توسعه در ابعاد مختلف از روستا به شهر تبدیل شده است. روش تحقیق از نوع کاربردی، و به شیوه توصیفی-تحلیلی بود. جامعه آماری پژوهش را دو گروه تشکیل می‌دادند دسته اول: ساکنین منطقه به تعداد ۴۶۴۹ نفر و دسته دوم گردشگران ورودی به ونایی بودند که درنهایت پس از انجام نمونه‌گیری، حجم نمونه به تعداد ۳۸۰ نفر تعیین شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای متشکل از ۵۳ گویه و در چهار بعد بنیان‌های اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و مدیریتی بودند که روایی و پایایی آن در همه ابعاد بالاتر از ۰/۷ به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر در نرم‌افزار SPSS26 استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که منطقه ونایی از نظر بنیان‌های گردشگری طبیعی در وضعیت نسبتاً مطلوب قرار دارد. ۱۰ متغیر مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، کشف فرصت‌های اقتصادی جدید، موقعیت جغرافیایی، موقعیت فضایی، خدمات تبلیغاتی و بازاریابی، متغیر کالبدی، فرصت‌های ارتباطی، و فرصت‌های خدماتی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه مثبت و معناداری با توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری بروجرد دارند. همچنین، نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که ۹۶/۷ درصد تغییرات توسعه مقاصد گردشگری در منطقه ونایی توسط ۵ متغیر (فرصت‌های سرمایه‌گذاری، موقعیت فضایی، مشارکت اجتماعی، خدمات تبلیغاتی و بازاریابی و متغیر کالبدی) پیش‌بینی و تبیین می‌شود. در این میان الگوی علی به‌دست آمده از تبیین اثرات نشان داد به ترتیب بنیان‌های مدیریتی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی دارای بیشترین اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری (منطقه ونایی) بروجرد هستند.

### واژه‌های

### کلیدی:

گردشگری  
پیراشهری  
گردشگری  
طبیعی،  
توسعه،  
بروجرد.



گردشگری روندی است که از دیرزمان با اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و تدریجاً طی مراحل تاریخی سیر تکاملی خود را تا عصر حاضر پیموده است و هم‌اکنون به‌عنوان یکی از بنیان‌های جهانی-سازي و نماد بارز درهم‌فشرده‌گی فضا-زمان شناخته می‌شود. این پدیده عموماً بر بنیاد عامل اساسی سفر و جابجایی قرار دارد که خود زاده نیازهای گوناگون روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان است (جمشیدزهی و مرادی، ۱۳۹۸: ۸۲؛ به نقل از مقدسی جهرمی، ۱۳۹۵: ۱). در این بین، متأثر از تحولات پس از مدرنیته، یکی از روندهایی که فرآیند تفکر افراد را هنگام انتخاب مقصد و یا فعالیت شکل می‌دهد محیط کسب و کارهایی می‌باشد که حضور آن‌ها را در جوامع محلی تداعی می‌کند و این امر یکی از عوامل مهم تعیین‌کننده توسعه و رشد تقاضای گردشگری در جوامع محلی تلقی می‌گردد (روزبهبانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۵۳). تحقیقات نشان می‌دهد که محیط‌های بی‌نظیر روستایی از ویژگی‌هایی مانند اصالت، ارتباط شخصی، فردگرایی و میراث فرهنگی و جمعیت شهری که به‌سرعت در حال رشد است پشتیبانی می‌کند (گارتنر، ۲۰۰۴: ۱۵۲؛ لانگ و همکاران، ۲۰۰۰: ۳۰۰). از سویی این صنعت در جایگاه یک صنعت پاک همواره مورد توجه سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌گراانه است (فرزین و همکاران، ۱۳۹۲: ۲)، که از آن در جایگاه یکی از مهم‌ترین راه‌های توسعه و رشد اقتصادی در جهان نام‌برده می‌شود. این صنعت در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در حوزه میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌رفت جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر موسوی و دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۶: ۱۲۴).

گونه‌های جدید گردشگری همچون گردشگری طبیعی، گردشگری روستایی، گردشگری ماجراجویانه و گردشگری کشاورزی با تکیه بر ماهیت کاربر بودن، هزینه نسبتاً پایین، ایجاد فرصت‌های شغلی، تخصص پایین و برخورداری از مزیت رقابتی قابل توجه، زمینه را برای کارآفرینی و کسب ارزش افزوده به‌ویژه در مناطق روستایی و پیرامونی فراهم می‌آورند (منوچهری ۱۳۹۴: ۳). یکی از الگوهای فضای گردشگری شکل گرفته در عصر پسامدرن گردشگری در طبیعت یا طبیعت‌گردی می‌باشد. این الگوی فضایی دربرگیرنده رویکرد گردشگران به محیط طبیعی و انگیزه‌های متفاوت می‌باشد که گردشگر از سفر به محیط طبیعی یا طبیعت مدنظر دارد. از این رو گستره فضایی این الگو محیط طبیعی را در برمی‌گیرد که می‌تواند به‌عنوان مثال ساحل، جنگل، کوه و نظیر آن‌ها باشد. این الگو فضایی از گردشگری دربرگیرنده گونه‌های متفاوتی از گردشگری می‌باشد که در این فضا، تجربه گردشگری کسب می‌کنند این گونه‌ها می‌تواند شامل اکو توریسم، گردشگری دریایی، گردشگری ورزشی و نظایر این‌ها باشد. گردشگری مبتنی بر طبیعت، صنعت صادراتی بسیار مهمی در جهان می‌باشد. در جوامع غربی مسافرت به منظور تجربه طبیعت وحش دارای قدمت طولانی بوده و پدیده‌ای است که مورد استقبال زیادی واقع شده است (ترنج، ۱۳۹۸). این نوع گردشگری می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی،

<sup>۱</sup>Gartner

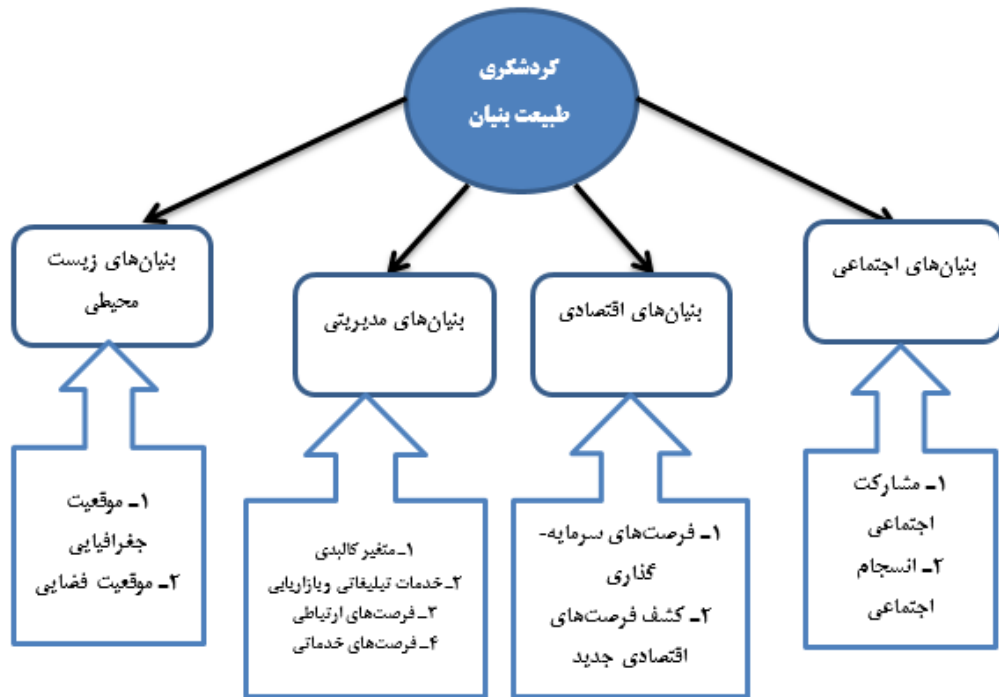
<sup>۲</sup>Long et al

تنوع بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت های شغلی، حل معضل بیکاری، ارتقای استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی و پر کردن شکاف بین نواحی شهری و روستایی در زمینه های مختلف و کاهش مهاجرت به کلان شهرها نقش عمده ای داشته باشد (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۹). بنابراین گردشگری طبیعی ابزار مطلوب برای جلوگیری از نابودی روستا و مقابله با چالش های امروزی و توسعه مناطق پیراشهری تلقی می گردد. متأسفانه علی رغم فعالیت های صورت گرفته در برخی استان های کشور، جهت ترویج و کاربست گونه های جدید گردشگری در مناطق روستایی مبتنی بر فراخوانی محتوی توسعه و اشتغال زایی و حفظ میراث روستایی، همچنان فقدان یک الگوی کارآمد که ضمن درگیری کلیه عوامل مؤثر بر اثرپذیر آن، مبین جایگاه آن نیز باشد، ملاحظه می گردد (احمدی، ۱۳۹۷).

در گستره ایران زمین مناطق بسیاری وجود دارند که زیبایی های آن ها از نظر دورمانده و جلوه های آن هنوز برای گردشگران و مسافران و مهمانان داخلی و خارجی ناشناخته است. استان لرستان را می توان در زمره چنین مناطقی دانست این استان به دلیل داشتن زیبایی های طبیعی، بکر و دست نخورده توانمندی های ویژه در بخش گردشگری طبیعی دارد. سیمای طبیعی لرستان از کوه های سر به فلک کشیده اشترانکوه و گرین و سفید کوه گرفته تا دشت ها و دره های سرسبز و پر آب، آبشارها و رودهای زیبا، همه و همه دارای چشم اندازهای زیبایی هستند که هر بیننده ای را به شگفتی و تحسین وادار می دارد. شهرستان بروجرد در شمال شرقی استان لرستان با دارا بودن عرصه های طبیعی متنوع و غنی، شرایط مطلوب اقلیمی و جاذبه های تاریخی و فرهنگی اصیل شهرنشینی و روستایی، و استقرار در محور ارتباطی منطقه غرب کشور و همجواری با استان های مرکزی و همدان یکی از نواحی مستعد برنامه ریزی و توسعه گردشگری می باشد. این شهرستان در بخشی از منطقه کوهستانی زاگرس شمالی است این منطقه شامل کوه های مرتفع زاگرس در غرب و جنوب سیلاخور در مرکز، و پیش کوه های داخلی زاگرس در شرق و شمال است و دارای آب و هوای معتدل کوهستانی با تابستان های معتدل و زمستان های سرد است و همین امر زمینه را برای داشتن مناطق طبیعی سرسبزی همچون منطقه ونایی فراهم کرده است (استاندار لرستان، ۱۳۹۷).

منطقه ونایی از توابع بخش اشترینان و شهرستان بروجرد در استان لرستان است و در ۱۲ کیلومتری شمال غربی شهر بروجرد و در منطقه ای کوهستانی قرار گرفته است (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۷). با توجه به ظرفیت های گردشگری این منطقه و تردد گردشگران و درآمدزایی حاصل از آن و بهبود کیفیت زندگی ساکنان و تبدیل شدن از روستا به شهر در سال ۱۳۹۸ شناسایی اثرات بنیان های گردشگری طبیعی و بر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری ضروری می نماید. شناخت این قابلیت ها به منظور بهره وری بیشتر از آن ها موجبات رشد صنعت گردشگری را در ناحیه پیراشهری بروجرد فراهم آورده و به توسعه پایدار اعم از اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، کارآفرینی، ایجاد اشتغال و درآمدزایی، عدم مهاجرت و خدمات رسانی کمک می کند. اما علی رغم وجود قابلیت های گردشگری بسیار در منطقه ونایی به نظر می رسد عدم بهره وری بهینه از جاذبه های گردشگری، نبود امکانات و زیرساخت و نبود یک برنامه مدرن بهره وری توانمندی های منطقه را کاهش داده و برای محیط زیست خطر آفرین شده است. این پژوهش در صد پاسخگویی به این سؤال اساسی است که بنیان های گردشگری طبیعی چگونه می تواند در توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری مؤثر باشد؟ و به عبارتی اثرات مستقیم و غیرمستقیم آن

در توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری کدام‌اند؟ در جدول (۱) خلاصه‌ای از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده در این زمینه ارائه شده است. طبق مطالعات موردبررسی، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری اغلب در قلمرو رویکردهای محیطی، اقتصادی و شخصیتی و جمعیت شناختی قرار دارند که می‌توان به برخی از مهم‌ترین آن‌ها به صورت زیر در جدول (۱) اشاره کرد. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد در کمتر پژوهشی به تبیین اثرات بنیان‌های گردشگری طبیعی در نواحی مختلف پرداخته شده است. شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق را نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

جدول ۱. خلاصه پیشین پژوهی متغیرها و مؤلفه‌های استخراج شده مؤثر بر توسعه اقتصاد گردشگری با رویکرد کارآفرینی

| ردیف | محقق (سال)                 | عنوان تحقیق   | نتایج  |
|------|----------------------------|---|--|
| ۱    | شریف‌زاده و مرادزاد (۱۳۸۱) | توسعه پایدار توریسم روستایی                               | نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین گردشگری روستایی و رفع بیکاری و کاهش مهاجرت روستایی رابطه معناداری وجود دارد.  |
| ۲    | شوهانی و همکاران (۱۳۹۷)    | ارزیابی توان محیطی برای توسعه طبیعت‌گردی در شهرستان ایلام | دریافتند که در کنار جنبه‌های تفریحی باید به جنبه‌های حفاظتی و آموزشی نیز توجه کافی نشان داد تا علاوه بر بازدید از مناطق، جاذبه‌های طبیعی ناحیه هم حفظ شود و منجر به توسعه پایدار منطقه گردد. |

|   |  |                          |   |
|---|--|--------------------------|---|
| نتایج این تحقیق نمایانگر رابطه گسترش گردشگری با اشتغال زنان و جوانان و افزایش فرصت‌های شغلی در بخش ساختمان‌سازی است.  | نقش توریسم در نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه مدل استراتژیک، (مطالعه موردی دهستان لواسان کوچک)         | مهدوی (۱۳۸۱)             | ۳ |
| بین گردشگری روستایی و رونق بخشیدن جامع و اقتصاد روستا پیوستگی معناداری وجود دارد.   | برنامه‌ریزی تعاملی گردشگری روستایی با رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی مورد مطالعه روستای وکیل‌آباد «سردابه» | طالب و همکاران (۱۳۸۹)    | ۴ |
| بر مبنای نتایج این تحقیق علاوه بر استفاده از امکانات موجود منطقه، توجه به بخش خصوصی، سرمایه‌گذاری و توزیع امکانات، ایجاد امکانات تبلیغاتی، آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم از نکات ضروری در این تحقیق است.  | بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی لواسان   | شهیدی و همکاران (۱۳۸۸)   | ۵ |
| نتایج محلی این تحقیق نشان داد که گردشگری در روستای برغان علاوه بر به وجود آمدن اشتغال در مواردی تأثیرات منفی اجتماعی و زیست‌محیطی به همراه داشته است  | تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای برغان ساوجبلاغ)                                | جمعه پور و احمدی (۱۳۹۰)  | ۶ |
| شش عامل شناسایی شده، عامل توسعه خدماتی_ زیرساختی به‌عنوان مهم‌ترین عامل مطرح شده و توانسته است و ۴۰/۳ درصد است واریانس تحقیق را تبیین کند. در داخل این عامل متغیرهای افزایش انگیزه ماندگاری در روستا و افزایش مهاجرت از نواحی شهری به نواحی روستایی مثبت و مهم تر هستند.  | بررسی توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرپل ذهاب، به مطالعه موردی روستای پاتاق                             | ریاحی (۱۳۹۴)             | ۷ |
| گردشگری رویکرد جدیدی در توسعه روستایی است که می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع‌بخشی اقتصادی و رشد آن نقش عمده‌ای داشته باشد.   | رابطه بین توسعه گردشگری روستایی و سرمایه اجتماعی (مطالعه: موردی روستاهای هدف گردشگری شهرستان بروجرد)       | فرهادی (۱۳۹۸)            | ۸ |
| از نتایج پژوهش می‌توان در مدیریت حفاظت از محیط‌زیست به‌منظور محاسبه سود مرتبط با ذخیره‌ی منابع و سود و درآمد گردشگری باید به سمت ایجاد درآمد پایدار برای آینده فعالیت‌های زیستی روستاییان هدایت گردد. در این پژوهش جهت توسعه فعالیت‌های توریستی اشتغال‌زای، لزوم مشارکت مردم محلی در امر برنامه‌ریزی را ضروری دانسته است. | ارزیابی اقتصادی منابع گردشگری سبز در پارک حیات وحش یانکاری در ایالت بوچی کشور نیجریه                       | یاکوبا او همکاران (۲۰۱۵) | ۹ |

|   |   |                            |    |
|---|---|----------------------------|----|
| در این پژوهش دورنما و چالش‌های موجود در گردشگری پایدار شناسایی می‌شوند و داده‌های از طریق نظرسنجی بین بخش‌های مختلف صنعت گردشگری به‌دست آمده است.   | کمرنگ شدن اولویت‌های تجاری گردشگری سبز و فعالیت‌های طرفدارانه از محیط‌زیست در کشور برونی با رویکرد پایدار | احمد (۲۰۱۴)                | ۱۰ |
| از صنایع دستی، هنرهای تجسمی، فرهنگ و میراث تاریخی را به‌عنوان ابزار تولید ثروت و باز احیا فرآیندهای سنتی اقتصادی در جزیره پرنس ادوارد نام‌برده شده است.   | آینده‌نگاری اکوتوریسم در محیط روستایی   | استولاریک و همکاران (۲۰۱۰) | ۱۱ |
| وی به‌صورت کلی معتقد است که تأمین سرمایه مالی برای مؤسسات محلی و توجه به برنامه‌های آموزشی بسیار مهم بوده، و همچنین در این تحقیق تأکید گردید که آموزش برای ساکنین روستایی باید شامل فهم فرهنگی و سازگاری با تفاوت‌های فرهنگی و قومی موجود باشد. | توریسم در مناطق روستایی را به‌صورت مطالعه موردی در منطقه گداه مالزی مورد بحث و بررسی قرارداد.             | لیو (۲۰۰۶)                 | ۱۲ |

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

### روشن‌شناسی

منطقه ونایی، تا سال ۱۳۹۷ روستایی از توابع بخش اشترینان شهرستان بروجرد در استان لرستان بود که از سال ۱۳۹۸ در تقسیمات سیاسی کشور از روستا به شهر تبدیل شد. این منطقه در ۱۲ کیلومتری شمال غربی بروجرد در منطقه‌ای کوهستانی با موقعیت جغرافیایی ۴۸ درجه و ۵۹ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۳ درجه و ۹۱ دقیقه عرض جغرافیایی قرار گرفته است (فرمانداری بروجرد، ۱۳۹۰). ونایی در تنگه‌ای بین دو کوه بلند بر آفتاب و کوه گرین قرار گرفته است، و هوای کوهستانی دارد. زمستان‌های آن سرد و پربرف و تابستان‌های آن خنک و معتدل است. جنوب ونایی را دشت کوچکی تشکیل می‌دهد که به دلیل وجود آب فراوان کشاورزی در آن رونق دارد. چشمه‌سارهای متعدد مانند سراب سفید و سراب پنه از دامن کوه‌های این منطقه می‌جوشد که منبع اصلی آب شرب شهر بروجرد است. ونایی از مناطق گردشگری طبیعی بروجرد است و در فهرست روستاهای هدف گردشگری استان لرستان قرار دارد. دارای یک قلعه تاریخی با ثبت ملی و یک دهنه غار می‌باشد. ونایی به خاطر سرچشمه‌های گوناگون، بیشه‌زارها و کوه‌های مرتفع از توان بالایی برای گردشگری برخوردار است. سوغات عمده ونایی خیار شور است. خیار ونایی و دیگر محصولات جالیزی آن مشهور است. کارگاه‌های تولید خیار شور در این منطقه فراوان است که به‌صورت سنتی تولید و به فروش می‌رسد (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۷-۲۸). با توجه به ظرفیت‌های گردشگری این منطقه و تردد گردشگران و درآمدزایی حاصل از آن، کیفیت زندگی ساکنان بهبود یافت و در نهایت در سال ۱۳۹۸ از روستا به شهر تبدیل شد. شکل (۳) موقعیت روستای ونایی را در بانک نقشه‌های

<sup>۱</sup>Stolarick

<sup>۲</sup>Liu





شکل ۳. موقعیت روستای ونایی (تصویر ماهواره‌ای)

منبع: سایت بانک نقشه‌های روستایی، <https://map.roostanet.com>

این پژوهش از نوع کاربردی، و به شیوه تحلیلی – توصیفی است. جامعه آماری پژوهش را دو گروه عمده زیر تشکیل می‌دادند دسته اول: ساکنین منطقه ونایی به تعداد ۴۶۴۹ نفر و دسته دوم گردشگران ورودی به ونایی بودند که در نهایت پس از انجام نمونه‌گیری، حجم نمونه به تعداد ۳۸۰ نفر تعیین شد. از این تعداد ۳۵۵ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با روش فرمول کوکران از اهالی ونایی بودند و ۲۵ نفر مربوط به گردشگران ورودی به ونایی که به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی و به روش دسترس آسان و به صورت هدفمند به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند.

شاخص‌ها، متغیرها و گویه‌های تحقیق به شرح جدول زیر به روش پرسشنامه‌ای و با استفاده از طیف لیکرت جمع‌آوری شدند (جدول ۲). هر یک از گویه‌ها دربرگیرنده ارزش‌های یک تا پنج بوده‌اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS26 (همبستگی، رگرسیون گام‌به‌گام و تحلیل مسیر) و برای ترسیم نقشه‌ها از نرم‌افزار ArcGIS استفاده شد.

جدول ۲. شاخص‌ها، متغیرها و گویه‌های پژوهش

| بنیان‌ها و متغیرهای گردشگری طبیعی   |                |      |                   |
|---|----------------|------|-------------------|
| گویه‌ها   | متغیر          | ردیف | شاخص              |
| استفاده از راهنمایان محلی در برای مناسبت‌های خاص و جشنواره‌های محلی               | مشارکت اجتماعی | ۱    | بنیان‌های اجتماعی |
| افزایش آگاهی و اطلاعات مردم منطقه از مزایای گردشگری                               |                | ۲    |                   |
| میزان مشارکت کارآفرینان و نوآوران ونایی   |                | ۳    |                   |
| مشارکت ساکنین در تصمیم‌گیری‌های فعالیت‌های گردشگری                                |                | ۴    |                   |
| پیشگام بودن ساکنین در کارآفرینی گردشگری   |                | ۵    |                   |
| باور به اهمیت و نقش گردشگری در اقتصاد منطقه                                       | انسجام اجتماعی | ۶    |                   |
| ابراز خرسندی از ورود گردشگران در ونایی  |                | ۷    |                   |
| حمایت مردمی از ایجاد تسهیلات و امکانات جدید گردشگری                               |                | ۸    |                   |
| رضایت از حضور گردشگران در جهت توسعه هویت محلی ونایی                               |                | ۹    |                   |
| علاقه به تعامل فرهنگی مردم با گردشگران ورودی                                      |                | ۱۰   |                   |
| حفظ هویت فرهنگی - تاریخی منطقه  |                | ۱۱   |                   |
| ایجاد فرصت عادلانه برای مشارکت افراد، شرکت‌ها و نهادها در کلیه فعالیت‌های گردشگری |                | ۱۲   |                   |
| ساخت سازه‌های مناسب با طبیعت منطقه  |                | ۱۳   |                   |



|   |                            |    |                            |                  |
|---|----------------------------|----|----------------------------|------------------|
| اختصاص سرمایه برای کارآفرینان در بخش گردشگری منطقه  | فرصت‌های سرمایه            | ۱۴ | فرصت‌های سرمایه - گذاری    |                  |
| سرمایه‌گذاری در بخش‌های اقامتی و حمل‌ونقلی گردشگران به منطقه  | ۱۵                         |    |                            |                  |
| سرمایه‌گذاری مربوط به خدمات تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی گردشگری  | ۱۶                         |    |                            |                  |
| تقویت حضور سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری ونایی   | ۱۷                         |    |                            |                  |
| افزایش سرمایه‌گذاری بخش دولتی در جذب بودجه و اعتبارات برای گردشگری طبیعی منطقه همچون توجه به ظرفیت بیشه‌زارها، کوه‌ها و ... | ۱۸                         |    |                            |                  |
| ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق برخی از عملکردهای ورزشی، تفریحی  | کشف فرصت‌های اقتصادی جدید  | ۱۹ | کشف فرصت‌های اقتصادی جدید  |                  |
| ایجاد کاربری‌های خدماتی مختلط همانند مراکز خرید بزرگ، خرده‌فروشی‌ها، کافه‌ها و کمپ‌های اقامتی و رستوران‌ها                  | ۲۰                         |    |                            |                  |
| میزان تأثیر بر امنیت شغلی منطقه از طریق ایجاد تنوع در مشاغل و کاهش مهاجرت   | ۲۱                         |    |                            |                  |
| احیای بازارچه‌های محلی از بین رفته یا تشکیل بازارچه‌های جدید  | ۲۲                         |    |                            |                  |
| میزان اثر تولیدات بومی منطقه (صنایع دستی، خیارشور، محصولات دامی، محصولات باغی و غیره) بر درآمد ساکنین                       | ۲۳                         |    |                            |                  |
| خدمات گردشگری کم‌هزینه  | ۲۴                         |    |                            |                  |
| میزان دسترسی به منابع آب، چشمه‌ها و رودخانه‌ها  | موقعیت جغرافیایی           | ۲۵ |                            | موقعیت جغرافیایی |
| ارتفاعات و کوه‌های مرتفع منطقه  | ۲۶                         |    |                            |                  |
| مناطق جنگلی و فضاها سبز و باغ‌گل در منطقه   | ۲۷                         |    |                            |                  |
| موقعیت استقرار ونایی در شهرستان و استان   | ۲۸                         |    |                            |                  |
| شرایط آب و هوایی منطقه  | ۲۹                         |    |                            |                  |
| پوشش گیاهی پایا، بومی و سازگار با شرایط طبیعی منطقه   | ۳۰                         |    |                            |                  |
| کاهش انواع آلودگی‌ها (هوا، بهداشتی و..)   | ۳۱                         |    |                            |                  |
| دوری و نزدیکی از دیگر مناطق گردشگری استان لرستان و شهرستان بروجرد (متوسط فاصله تا دیگر مقصدهای مهم)                         | موقعیت فضایی               | ۳۲ | موقعیت فضایی               |                  |
| دوری و نزدیکی از مراکز جمعیتی (میزان فاصله تا مرکز جمعیتی اصلی (بروجرد) و مرکز استان (خرم‌آباد))                            | ۳۳                         |    |                            |                  |
| فاصله تا تأسیسات اقامتی رسمی  | ۳۴                         |    |                            |                  |
| چگونگی قرار گرفتن در مسیر جاذبه‌های مهم استان   | ۳۵                         |    |                            |                  |
| ارتقای کیفیت بصری محیط از طریق مسیرهای پیاده منتهی به مناظر طبیعی ونایی   | متغیر کالبدی               | ۳۶ | متغیر کالبدی               |                  |
| بهره‌گیری از المان‌ها و نمادهای بومی منطقه در طراحی محیط شهری و گردشگری   | ۳۷                         |    |                            |                  |
| ایجاد زیرساخت‌ها و تقویت دسترسی‌های مناسب   | ۳۸                         |    |                            |                  |
| حفظ جمعیت فعال اقتصادی (۱۵ تا ۶۴ سال)   | ۳۹                         |    |                            |                  |
| کاهش مهاجرت و جمعیت‌پذیر بودن (مهاجرت معکوس از دیگر مناطق روستایی بروجرد به ونایی)  | ۴۰                         |    |                            |                  |
| نصب تابلوهای اطلاع‌رسانی در محل مناسب (جاده‌های منتهی به مناظر طبیعی گردشگری)   | خدمات تبلیغاتی و بازاریابی | ۴۱ | خدمات تبلیغاتی و بازاریابی |                  |
| توجه به صنایع دستی و بومی در تبلیغات  | ۴۲                         |    |                            |                  |
| شناسایی ویژگی‌های تولیدات محلی و تهیه تابلوها و بروشورهای مناسب   | ۴۳                         |    |                            |                  |
| برگزاری تورهای بازدید از منابع طبیعی و بکر و گردشگری پذیر منطقه   | ۴۴                         |    |                            |                  |
| بازاریابی و برندسازی برای محصولات منحصربه‌فرد ونایی   | ۴۵                         |    |                            |                  |
| نوع و کیفیت راه و جاده ارتباطی به ونایی   | فرصت‌های ارتباطی           | ۴۶ | فرصت‌های ارتباطی           |                  |
| سهولت دسترسی به سیستم حمل‌ونقل به منطقه   | ۴۷                         |    |                            |                  |

نشان - ادامه

|   |                 |    |
|---|-----------------|----|
| امنیت راه ارتباطی با منطقه ونایی  | فرصت‌های خدماتی | ۴۸ |
| کافی و مناسب بودن فرصت‌های اقامتی (هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، هتل آپارتمان، ویلاها و اقامتگاه‌های برمگردی و..) |                 | ۴۹ |
| کافی و مناسب بودن فرصت‌های پذیرایی (رستوران‌ها، قهوه‌خانه‌ها و...)  |                 | ۵۰ |
| خدمات عمومی (پارکینگ، پمپ‌بنزین و تعمیرگاه خودرو)   |                 | ۵۱ |
| خدمات اینترنتی و مخابراتی (آنتن‌دهی موبایل، و مخابرات و..)  |                 | ۵۲ |
| خدمات بهداشتی و درمانی مناسب  |                 | ۵۳ |

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی (جدول ۳) نشان می‌دهد که از مجموع ۳۸۰ پاسخگوی پژوهش ۳۵۵ نفر مردم محلی و از اهالی ونایی و ۲۵ نفر مربوط به گردشگران ورودی به این منطقه هستند که از این تعداد ۶۸/۴۰ درصد مرد و ۳۱/۶۰ درصد زن هستند. سطح تحصیلات بیش از ۴۵ درصد آنان لیسانس می‌باشد. و میانگین سنی بیش از ۵۱ درصد از پاسخگویان بین ۳۰ تا ۵۰ سال (میان‌سال) سال است و میانگین درآمد بیش از ۴۶ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲ میلیون تومان، و حدود ۳۸ درصد ۵ میلیون تومان به بالا است. از بین جاذبه‌ها و عوامل طبیعی به ترتیب چشمه‌ها و غارها (۲۲ درصد)، بیشه‌زارها (۲ درصد)، کوه‌های مرتفع (۲۱ درصد)، مهم‌ترین علت مؤثر بر ورود گردشگر در ونایی می‌باشند. مبدأ سفر بیش از ۷۷ درصد از گردشگران از شهرهای پرجمعیت و در پایان هفته (۵۱/۳۰ درصد) اتفاق می‌افتد. پاسخگویان معتقد بودند که ۸۷ درصد از گردشگران ورودی به منطقه از خودروی شخصی برای سفر استفاده می‌کنند. بیش از ۵۱ درصد از سفرها نیز در فصل بهار و بیش از ۴۷ درصد از سفرها به صورت یک‌روزه با اقامت شبانه می‌باشد.

جدول ۳. خلاصه یافته‌های توصیفی پژوهش

| درصد  | فراوانی | مقولات            | جمعیت‌شناختی  |
|-------|---------|-------------------|---------------|
| ۹۳/۴۰ | ۳۵۵     | مردم محلی         | نوع پاسخگویان |
| ۶/۶   | ۲۵      | گردشگران          |               |
| ۶۸/۴۰ | ۲۶۰     | مرد               | جنسیت         |
| ۳۱/۶۰ | ۱۲۰     | زن                |               |
| ۱۵/۲۶ | ۵۸      | دیپلم و زیردیپلم  | سطح تحصیلات   |
| ۱۱/۱۰ | ۴۲      | فوق‌دیپلم         |               |
| ۴۵/۳۰ | ۱۷۲     | لیسانس            |               |
| ۲۱/۶۰ | ۸۲      | فوق‌لیسانس        |               |
| ۶/۸۰  | ۲۶      | دکتری             | سن            |
| ۱۸/۲۰ | ۶۹      | کمتر از ۳۰        |               |
| ۵۱/۱۰ | ۱۹۴     | بین ۳۰ تا ۵۰      |               |
| ۳۰/۸۰ | ۱۱۷     | بیش از ۵۰         |               |
| ۴۶/۱۰ | ۱۷۵     | کمتر از ۲ میلیون  | درآمد (تومان) |
| ۱۶/۱۰ | ۶۱      | بین ۲ تا ۵ میلیون |               |
| ۳۷/۹۰ | ۱۴۴     | ۵ میلیون و بالاتر |               |
| ۲۲/۱۰ | ۸۴      | چشمه‌ها و غارها   |               |

|       |     |                                |   |
|-------|-----|--------------------------------|---|
| ۲۲/۶۰ | ۸۶  | بیشه زارها                     | جاذبه‌ها و عوامل طبیعی<br>مؤثر بر ورود گردشگر |
| ۲۱/۱۰ | ۸۰  | کوه‌های مرتفع                  |   |
| ۱۲/۹۰ | ۴۹  | مناطق جنگلی                    |   |
| ۱۲/۴۰ | ۴۷  | قلعه تاریخی                    |   |
| ۸/۹۰  | ۳۴  | سایر جاذبه‌های محیطی           |   |
| ۷۷/۵۰ | ۲۹۳ | شهر                            | مبدأ سفر                                      |
| ۲۲/۵۰ | ۸۰  | روستا                          |   |
| ۵۱/۳۰ | ۱۳۶ | پایان هفته                     | زمان سفر                                      |
| ۱۲/۹۰ | ۴۷  | میان هفته                      |   |
| ۱۷/۱۰ | ۱۱۷ | تعطیلات                        |   |
| ۱۸/۷۰ | ۸۰  | اوقات فراغت و وقت آزاد         |   |
| ۸۷/۶۰ | ۳۳۳ | خودرو شخصی                     | وسيله سفر                                     |
| ۱۲/۴۰ | ۴۷  | وسيله حمل و نقل عمومی (اتوبوس) |   |
| ۵۱/۳۰ | ۱۹۵ | بهار                           | فصل سفر                                       |
| ۱۲/۹۰ | ۴۹  | تابستان                        |   |
| ۱۷/۱۰ | ۶۵  | پاییز                          |   |
| ۱۸/۷۰ | ۷۱  | زمستان                         |   |
| ۱۱/۱۰ | ۴۲  | بدون اقامت شبانه               | مدت اقامت                                     |
| ۴۷/۱۰ | ۱۷۹ | یک‌روزه با اقامت شبانه         |   |
| ۱۷/۱۰ | ۶۵  | بین ۲ تا ۳ روز                 |   |
| ۲۴/۷۰ | ۹۴  | بیش از ۳ روز                   |   |

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱

#### بررسی وضعیت گردشگری طبیعی منطقه ونایی شهرستان بروجرد

وضعیت گردشگری طبیعی در منطقه ونایی شهرستان بروجرد با بهره‌گیری از پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۵۳ گویه سنجیده شده است. هر یک از گویه‌ها دربرگیرنده ارزش‌های صفر تا پنج بوده‌اند. برای به دست آوردن نمره گردشگری طبیعی جمع گویه‌های مربوطه به دست آمده است، آنگاه به منظور دسته‌بندی این نمره در طبقاتی که نشان‌دهنده سطوح فضای گردشگری طبیعی باشد، براساس فاصله انحراف معیار از میانگین یا معیار ISDM<sup>۱</sup> به شرح زیر عمل شده است. توزیع فراوانی پاسخگویان که در سه گروه دارای دیدگاه مطلوب، نسبتاً مطلوب و نامطلوب در خصوص فضای گردشگری طبیعی بودند در جدول (۴) آورده شده است.

#### جدول ۴. توزیع فراوانی وضعیت فضای گردشگری طبیعی منطقه ونایی شهرستان بروجرد

| درصد                | فراوانی | وضعیت فضای گردشگری طبیعی منطقه |                                 |
|---------------------|---------|--------------------------------|---------------------------------|
| ۱۹                  | ۶۹      | کمتر از ۱۴۸/۰۷                 | فضای گردشگری طبیعی نامطلوب      |
| ۷۳                  | ۲۵۸     | ۱۴۸/۱۹۸-۰۷/۸۷                  | فضای گردشگری طبیعی نسبتاً مطلوب |
| ۱۵                  | ۵۳      | بیشتر از ۱۹۸/۸۷                | فضای گردشگری طبیعی مطلوب        |
| کمینه: ۱۴۸/۰۷       |         | بیشینه: ۱۹۸/۸۸                 | انحراف معیار: ۲۵/۴۰             |
| جمع گویه‌ها = ۶۵۹۲۰ |         | نما: ۱۷۹                       | واریانس: ۲۶۷/۴۷۶                |
|                     |         |                                | میانگین: ۱۷۳/۴۷                 |
|                     |         |                                | میانه: ۱۷۶                      |

<sup>۱</sup>- Interval of Standard Deviation From Mean (ISDM)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

انحراف معیار - میانگین < نمره حاصله: فضای گردشگری طبیعی نامطلوب  
 انحراف معیار + میانگین ≤ نمره حاصله ≤ انحراف معیار - میانگین: فضای گردشگری طبیعی نسبتاً مطلوب  
 انحراف معیار + میانگین > نمره حاصله: فضای گردشگری طبیعی مطلوب  
 همان‌طور که در جدول شماره (۳) مشاهده می‌گردد، وضعیت گردشگری طبیعی ونایی از نظر ۷۳ درصد از پاسخگویان نسبتاً مطلوب، ۱۹ درصد نامطلوب و ۱۵ درصد مطلوب بوده و سطح رشد اثرات فعالیت‌های اقتصادی مردم را در منطقه منجر شده است، بطوریکه کمترین سطح از مهاجرت و افزایش جمعیت‌پذیری در این منطقه دیده می‌شود و جمعیت منطقه علاوه بر اینکه حفظ شده در گذر زمان بر تعداد آن افزوده شده است و در تقسیمات سیاسی منطقه اثر گذار بوده است به عبارتی گردشگری در ناحیه پیراشهری موجبات ارتقاء وضعیت کیفیت زندگی ساکنین و ارتقاء شهرنشینی را فراهم آورده است.

### شناسایی متغیرهای مؤثر بر توسعه بنیان‌های گردشگری طبیعی در مناطق پیراشهری

در مطالعه همبستگی بین متغیرهای مؤثر (بنیان‌های اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و مدیریتی)، با توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری، بررسی مقادیر ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین همه متغیرهای مستقل (بنیان‌های اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و مدیریتی)، با توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. ماتریس همبستگی بین متغیرهای مستقل با متغیرهای مورد استفاده در توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری در (جدول ۵) آمده است.

جدول ۵. نتایج تحلیل همبستگی بین متغیرهای مؤثر بر بنیان‌های گردشگری طبیعی پیراشهری

| نوع ضریب همبستگی | P       | r               | متغیر وابسته                | متغیرهای بنیان‌های گردشگری طبیعی |
|------------------|---------|-----------------|-----------------------------|----------------------------------|
| ضریب همبستگی     | ۰/۰۰۰   | ۰/۷۱۵**         | رشته مقاصد گردشگری پیراشهری | مشارکت اجتماعی                   |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۶۶۸**         |                             | انسجام اجتماعی                   |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۸۸۴**         |                             | فرصت‌های سرمایه‌گذاری            |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۶۳۵**         |                             | کشف فرصت‌های اقتصادی جدید        |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۵۴۴**         |                             | موقعیت جغرافیایی                 |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۷۵۴**         |                             | موقعیت فضایی                     |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۷۹۶**         |                             | متغیر کالبدی                     |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۸۶۰**         |                             | خدمات تبلیغاتی و بازاریابی       |
|                  | ۰/۰۰۰   | ۰/۶۱۹**         |                             | فرصت‌های ارتباطی                 |
| ۰/۰۰۰            | ۰/۵۰۵** | فرصت‌های خدماتی |                             |                                  |

\*\* و \* به ترتیب معنی‌داری در سطح یک و پنج درصد

منبع: نگارنده، ۱۴۰۱

وجود همبستگی بسیار قوی بین متغیر مشارکت اجتماعی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، موقعیت فضایی، متغیر کالبدی، و خدمات تبلیغاتی و بازاریابی با متغیر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری نشان می‌دهد که ساخت سازه‌های مناسب با طبیعت منطقه، اختصاص سرمایه برای کارآفرینان در بخش گردشگری، سرمایه‌گذاری در

بخش‌های اقامتی و حمل‌ونقلی گردشگران به منطقه، سرمایه‌گذاری مربوط به خدمات تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی گردشگری، تقویت حضور سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری ونایی، افزایش سرمایه‌گذاری بخش دولتی در جذب بودجه و اعتبارات برای گردشگری طبیعی منطقه همچون توجه به ظرفیت چشمه‌ها، بیشه‌زارها، کوه‌ها و غیره؛ مشارکت ساکنین در تصمیم‌گیری‌های فعالیت‌های گردشگری، برگزاری تورهای بازدید از منابع طبیعی و بکر و گردشگرپذیر منطقه، کاهش مهاجرت و جمعیت‌پذیر بودن (مهاجرت معکوس از دیگر مناطق روستایی بروجرد به ونایی)، دوری و نزدیکی از دیگر مناطق گردشگرپذیری استان لرستان و شهرستان بروجرد (متوسط فاصله تا دیگر مقصدهای مهم)، چگونگی قرار گرفتن در مسیر جاذبه‌های مهم استان در ایجاد تعادل اقتصادی و رشد متغیرهای درون‌زای ناحیه و رشد شبکه پویای منطقه و در نهایت منجر به تبدیل شدن روستا به شهر این منطقه تأثیر بسیار بالایی داشته باشند.

همچنین وجود همبستگی قوی بین برخی متغیرهای مؤثر (انسجام اجتماعی، کشف فرصت‌های اقتصادی جدید، موقعیت جغرافیایی، فرصت‌های ارتباطی و فرصت‌های خدماتی) با توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری نشان می‌دهد که با رضایت از حضور گردشگران در جهت توسعه هویت محلی ونایی، ابراز خرسندی از ورود گردشگران، علاقه به تعامل فرهنگی مردم با گردشگران ورودی، میزان اثر تولیدات بومی منطقه (صنایع دستی، خیارشور، محصولات دامی، محصولات باغی و غیره) بر درآمد ساکنین، ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق برخی از عملکردهای ورزشی، تفریحی، میزان دسترسی به منابع آب، چشمه‌ها و رودخانه‌ها، کوه‌های مرتفع منطقه، ارتقای کیفیت بصری محیط از طریق مسیرهای پیاده‌منتهی به مناظر طبیعی ونایی، سهولت دسترسی به سیستم حمل‌ونقل به منطقه، کافی و مناسب بودن فرصت‌های اقامتی (هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، هتل آپارتمان، ویلاها و اقامتگاه‌های بومگردی و...) می‌تواند قابلیت توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری را مهیا ساخته و در جهت مثبتی در فراهم کردن دیگر زمینه‌های توسعه در منطقه مؤثر باشد.

#### شناسایی سهم اثر بنیان‌های گردشگری طبیعی در توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری بروجرد

در تحلیل رگرسیون، متغیر میزان توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری به‌عنوان متغیر وابسته و ۴ متغیر اثرگذار (دارای همبستگی بسیار قوی) بر بنیان‌های گردشگری طبیعی (فرصت‌های سرمایه‌گذاری، موقعیت فضایی، مشارکت اجتماعی، خدمات تبلیغاتی و بازاریابی و متغیر کالبدی) به‌عنوان متغیرهای مستقل انتخاب و به شیوه گام‌به‌گام وارد تحلیل شدند. همان‌طور که از جداول (۶ و ۷) برمی‌آید تحلیل رگرسیون تا پنج مرحله پیش رفته است. با استفاده از جدول (۶) می‌توان بیان داشت که براساس ضریب تعیین تعدیل شده ۹۳ درصد تغییرات متغیر وابسته (توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری) به‌وسیله چهار متغیر مستقل (فرصت‌های سرمایه‌گذاری، موقعیت فضایی، مشارکت اجتماعی، خدمات تبلیغاتی و بازاریابی و متغیر کالبدی) تبیین می‌شود و پس از چهار گام متوالی، هر ۵ متغیر در معادله رگرسیون باقی ماندند که مقدار آماره F برابر با ۱۰۷۳/۴۴۹ در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار شد که حاکی از معنی‌دار بودن رگرسیون می‌باشد. این وضعیت نشان می‌دهد که از هر ۵ متغیر مستقل تمامی متغیرها تأثیرات زیادی را بر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری منطقه ونایی شهرستان بروجرد دارند.

جدول (۷) نیز بیانگر آن است که همه متغیرهای مستقل در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار می‌باشند. با مقایسه ضرایب استاندارد بتا می‌توان به اهمیت و نقش هر یک از متغیرهای مستقل در پیشگویی متغیر وابسته پی برد. در این معادله، ضرایب بتا نشان دادند که در بین متغیرهای مستقل وارد شده به معادله رگرسیون، سهم متغیر فرصت‌های سرمایه‌گذاری در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر از سایر متغیرهای مستقل می‌باشد، و بعد از آن به ترتیب متغیرهای خدمات تبلیغاتی و بازاریابی، موقعیت فضایی منطقه، مشارکت اجتماعی و متغیر کالبدی بیشترین سهم را در توسعه بنیان‌های گردشگری طبیعی مقاصد گردشگری پیراشهری ونایی شهرستان بروجرد دارند؛ بنابراین می‌توان ادعا داشت که فرصت‌های سرمایه‌گذاری بیشترین اثر را در رشد گردشگری پیراشهری و پیشبرد اهداف توسعه گردشگری در محدود مورد مطالعه دارا هستند.

**جدول ۶. ضرایب متغیرهای مستقل در تبیین واریانس متغیرهای بنیان‌های گردشگری طبیعی در مقاصد گردشگری پیراشهری**

| متغیرهای مستقل             | ضریب همبستگی چندگانه (R) | ضریب تعیین (R <sup>2</sup> ) | ضریب تعیین تعدیل شده (R <sup>2</sup> Adj) |
|----------------------------|--------------------------|------------------------------|---|
| فرصت‌های سرمایه‌گذاری      | ۰/۸۸۴                    | ۰/۷۸۱                        | ۰/۷۸۱                                     |
| موقعیت فضایی               | ۰/۹۲۶                    | ۰/۸۵۸                        | ۰/۸۵۷                                     |
| مشارکت اجتماعی             | ۰/۹۵۰                    | ۰/۹۰۲                        | ۰/۹۰۱                                     |
| خدمات تبلیغاتی و بازاریابی | ۰/۹۶۶                    | ۰/۹۳۲                        | ۰/۹۳۲                                     |
| متغیر کالبدی               | ۰/۹۶۷                    | ۰/۹۳۵                        | ۰/۹۳۴                                     |

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱.

براساس مقادیر B در جدول (۷)، می‌توان معادله توسعه کارآفرینی گردشگری را براساس متغیرهای مستقل وارد شده به معادله رگرسیون، به صورت زیر برآورد نمود:

$$Y = 89.720 + (4.670 \cdot (x1)) + 2.656 \cdot (x2) + 1.679 \cdot (x3) + 2.269 \cdot (x4) + 0.876 \cdot (x5)$$

**جدول ۷. متغیرهای مؤثر بر بنیان‌های گردشگری طبیعی در مقاصد گردشگری پیراشهری براساس نتایج تحلیل رگرسیون به شیوه گام‌به‌گام.**

| متغیرهای مستقل             | B      | Std. Error | Beta   | t      | P     |
|----------------------------|--------|------------|--------|--------|-------|
| مقدار ثابت                 | ۸۹/۷۲۰ | ۲/۲۸۰      | -      | ۳۹/۳۴۶ | ۰/۰۰۰ |
| فرصت‌های سرمایه‌گذاری      | -۴/۶۷۰ | ۰/۱۲۷      | -۰/۸۸۴ | ۳۶/۷۳۴ | ۰/۰۰۰ |
| موقعیت فضایی               | ۲/۶۵۶  | ۰/۱۸۶      | ۰/۳۴۷  | ۱۴/۲۵۹ | ۰/۰۰۰ |
| مشارکت اجتماعی             | ۱/۶۷۹  | ۰/۱۲۹      | ۰/۲۶۲  | ۱۳/۰۴۲ | ۰/۰۰۰ |
| خدمات تبلیغاتی و بازاریابی | ۲/۲۶۹  | ۰/۱۷۵      | ۰/۴۰۸  | ۱۲/۹۷۲ | ۰/۰۰۰ |
| متغیر کالبدی               | ۰/۸۷۶  | ۰/۲۳۵      | ۰/۱۰۷  | ۳/۷۲۶  | ۰/۰۰۰ |

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱.

**تبیین اثرات بنیان‌های گردشگری طبیعی در توسعه مقاصد گردشگری محدوده مورد مطالعه**

با توجه به اینکه همه متغیرهای مؤثر بر بنیان‌های گردشگری طبیعی ونایی دارای رابطه مثبت و معنی‌داری با توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری بودند، و به‌منظور شناسایی نقش هر کدام از بنیان‌های گردشگری طبیعی و شناسایی

اثرات غیرمستقیم این متغیرها بر یکدیگر از شیوه تحلیل مسیر استفاده شده است. مطابق با نتایج جدول (۸)، هر چهار بنیان گردشگری طبیعی، در سطح  $P=0/00$  (۹۹ درصد اطمینان) رابطه مستقیمی با توسعه گردشگری پیراشهری منطقه را داشتند. این چهار متغیر به عنوان متغیرهای مهم، مرتبط با توسعه گردشگری پیراشهری برای رسم مدل علی ساختاری استفاده شدند و اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک بر توسعه گردشگری پیراشهری منطقه تبیین شد. این اثرات (مستقیم و غیرمستقیم) در جدول (۸) نمایش داده شده و در جدول (۹) اولویت بندی گردیده است. ضریب همبستگی چندگانه ( $R=0/967$ )، بیانگر این است که رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته در تحقیق به میزان چشمگیری است و مقدار  $F$  ( $1073/449$ ) به لحاظ آماری معنی دار است ( $P=0/00$ ). همچنین ضریب تعیین ( $R^2=0/934$ ) بیانگر این نکته است که متغیرهای وارد شده در مدل در مجموع ۹۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته تحقیق که توسعه گردشگری پیراشهری منطقه ونایی شهرستان بوجود آورده است را تبیین می کنند. طبق نتایج اثر باقیمانده که بر اساس رابطه  $R^2=1-e^2$  مقدار  $e^2$  برای مدل تحلیلی زیر،  $0/07$  محاسبه می شود، بنابراین می توان بیان کرد که در مدل علی زیر (شکل ۳) ۷ درصد از واریانس متغیر وابسته را سایر متغیرهایی که در این تحقیق نبودند تبیین می کنند. طبق نتایج جدول (۹) بنیان های مدیریتی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی به ترتیب بیشترین اثرات را بر توسعه مقاصد گردشگری در منطقه ونایی بوجود آورده اند.

#### جدول ۸. محاسبه اثرات مستقیم و غیرمستقیم بنیان های گردشگری طبیعی در توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری (X5).

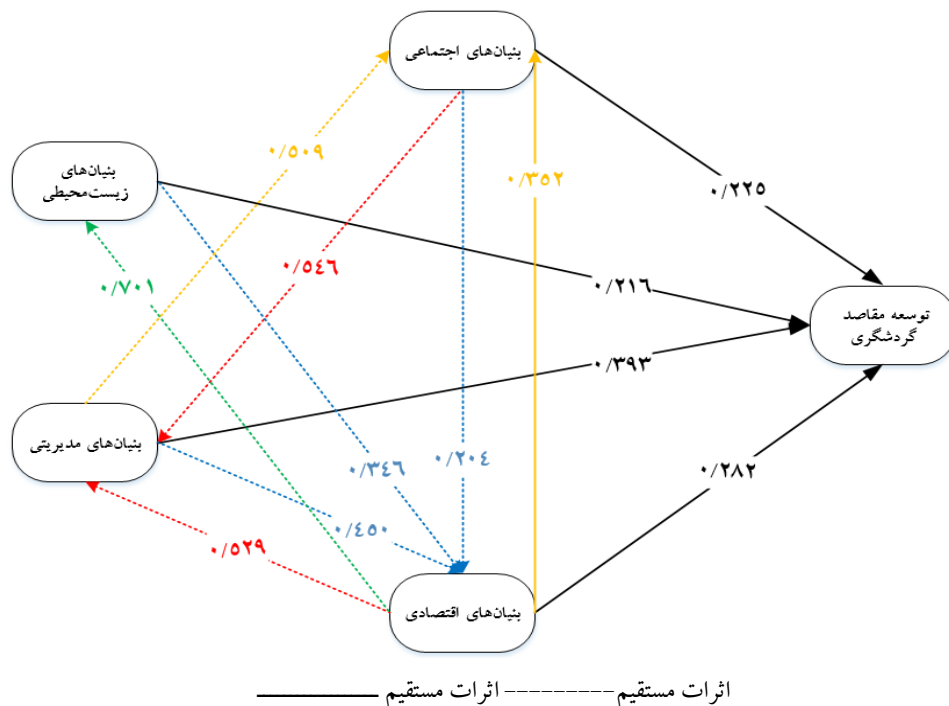
| مؤلفه ها              | نوع اثر                        | مسیر | میزان اثر براساس ضرایب بتا |
|-----------------------|--------------------------------|------|----------------------------|
| بنیان اجتماعی (X1)    | اثر مستقیم                     | X1   | 0/225                      |
|                       | اثر غیرمستقیم                  | X2   | $0/282 * 0/352 = 0/099$    |
|                       |                                | X4   | $-0/509 * 0/393 = -0/200$  |
|                       | کل اثرات غیرمستقیم             |      | 0/299                      |
|                       | مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم |      | 0/524                      |
|                       | نوع اثر                        | مسیر | میزان اثر براساس ضرایب بتا |
| بنیان اقتصادی (X2)    | اثر مستقیم                     | X2   | 0/282                      |
|                       | اثر غیرمستقیم                  | X1   | $0/225 * 0/204 = 0/046$    |
|                       |                                | X3   | $0/216 * 0/346 = 0/075$    |
|                       |                                | X4   | $0/393 * 0/450 = 0/177$    |
|                       | کل اثرات غیرمستقیم             |      | 0/298                      |
|                       | مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم |      | 0/580                      |
|                       | نوع اثر                        | مسیر | میزان اثر براساس ضرایب بتا |
| بنیان زیست-محیطی (X3) | اثر مستقیم                     | X3   | 0/216                      |
|                       | اثر غیرمستقیم                  | X2   | $0/282 * 0/701 = 0/198$    |
|                       | کل اثرات غیرمستقیم             |      | -0/198                     |
|                       | مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم |      | 0/414                      |
|                       | نوع اثر                        | مسیر | میزان اثر براساس ضرایب بتا |
| بنیان مدیریتی (X4)    | اثر مستقیم                     | X4   | 0/393                      |
|                       | اثر غیرمستقیم                  | X1   | $0/225 * 0/546 = 0/123$    |
|                       |                                | X2   | $0/282 * 0/529 = 0/149$    |

|       |                                |
|-------|--------------------------------|
| ۰/۲۷۲ | کل اثرات غیرمستقیم             |
| ۰/۶۶۵ | مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم |

جدول ۹. رتبه‌بندی اثرات متغیرهای تحقیق بر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری

| اولویت‌بندی | مجموع اثرات کلی | اثرات غیرمستقیم | اثرات مستقیم | متغیر                |
|-------------|-----------------|-----------------|--------------|----------------------|
| ۱           | ۰/۶۶۵           | ۰/۲۷۲           | ۰/۳۹۳        | بنیان‌های مدیریتی    |
| ۲           | ۰/۵۸۰           | ۰/۲۹۸           | ۰/۲۸۲        | بنیان‌های اقتصادی    |
| ۴           | ۰/۴۱۴           | ۰/۱۹۸           | ۰/۲۱۶        | بنیان‌های زیست‌محیطی |
| ۳           | ۰/۵۲۴           | ۰/۲۹۹           | ۰/۲۲۵        | بنیان‌های اجتماعی    |

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱



شکل ۴. الگوی علی اثرات متغیرهای مؤثر بر توسعه مقاصد گردشگری منطقه ونایی بوجود

### نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان داد، گردشگری طبیعی از وضعیت نسبتاً مطلوبی برخوردار است، فعالیت‌های اقتصادی و اشتغال در بین مردم منطقه رشد داشته بطوریکه کمترین سطح از مهاجرت و افزایش جمعیت‌پذیری در این منطقه دیده می‌شود و در سال ۱۳۹۸ در تقسیمات سیاسی این منطقه از روستا به شهر تبدیل شده است. به عبارتی گردشگری در ناحیه پیراشهری موجبات ارتقاء وضعیت کیفیت زندگی ساکنین و ارتقاء شهرنشینی را فراهم آورده است. مطابق با نتایج وجود همبستگی بسیار قوی بین متغیر مشارکت اجتماعی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، موقعیت فضایی، متغیر کالبدی، و خدمات تبلیغاتی و بازاریابی با متغیر توسعه مقاصد گردشگری پیراشهری نشان‌دهنده که ساخت سازه‌های مناسب با طبیعت منطقه، اختصاص سرمایه برای کارآفرینان در بخش گردشگری، سرمایه‌گذاری در بخش‌های اقامتی و حمل‌ونقلی گردشگران به منطقه، سرمایه‌گذاری مربوط به خدمات تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی گردشگری، تقویت حضور سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری ونایی،



افزایش سرمایه گذاری بخش دولتی در جذب بودجه و اعتبارات برای گردشگری طبیعی منطقه همچون توجه به ظرفیت چشمه‌ها، بیشه‌زارها، کوه‌ها و غیره؛ مشارکت ساکنین در تصمیم‌گیری‌های فعالیت‌های گردشگری، برگزاری تورهای بازدید از منابع طبیعی و بکر و گردشگرپذیر منطقه، کاهش مهاجرت و جمعیت‌پذیر بودن (مهاجرت معکوس از دیگر مناطق روستایی بروجرد به ونایی)، دوری و نزدیکی از دیگر مناطق گردشگرپذیری استان لرستان و شهرستان بروجرد (متوسط فاصله تا دیگر مقصدهای مهم)، چگونگی قرار گرفتن در مسیر جاذبه‌های مهم استان در ایجاد تعادل اقتصادی و رشد متغیرهای درونزای ناحیه و رشد شبکه پویای منطقه و در نهایت منجر به تبدیل شدن روستا به شهر این منطقه تأثیر بسیار بالایی داشته باشند. این نتایج با یافته‌های تحقیقات ریاحی (۱۳۹۴)، جمعه‌پور و احمدی (۱۳۹۰)، مهدوی و همکاران (۱۳۸۷)، مهدوی (۱۳۸۱)، شریف‌زاده و مراد نژاد (۱۳۹۰) و یاکوبا و همکاران (۲۰۱۵) مطابقت دارد.

نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که در بین متغیرهای مورد بررسی، سهم متغیر فرصت‌های سرمایه‌گذاری در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر از سایر متغیرها می‌باشد، و بعد از آن به ترتیب متغیرهای خدمات تبلیغاتی و بازاریابی، موقعیت فضایی منطقه، مشارکت اجتماعی و متغیر کالبدی بیشترین سهم را در توسعه بنیان‌های گردشگری طبیعی مقاصد گردشگری پیراشهری ونایی شهرستان بروجرد دارند؛ بنابراین می‌توان اذعان داشت که فرصت‌های سرمایه‌گذاری بیشترین اثر را در رشد گردشگری پیراشهری و پیشبرد اهداف توسعه گردشگری در محدود مورد مطالعه دارا هستند. این نتیجه نشان می‌دهد که از آنجایی که افزایش رقابت و مشارکت محلی در توسعه اشتغال ناحیه‌ای مشهود می‌باشد که نتیجه آن کاهش مهاجرت است، توجه به وجود سرمایه‌گذاران خصوصی و دولتی برای حمایت و افزایش رشد شرکت‌های نوپا ضروری است. همچنین طبق نتایج به دست آمده از تحلیل مسیر به ترتیب بنیان‌های مدیریتی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی دارای بیشترین اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر توسعه مقاصد گردشگری منطقه ونایی بروجرد هستند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات فرهادی (۱۳۹۸)، شوهانی و همکاران (۱۳۹۷)، جمعه‌پور و احمدی (۱۳۹۰)، طالب و همکاران (۱۳۸۹)، شهیدی و همکاران (۱۳۸۸)، احمد (۲۰۱۴) و یاکوبا و همکاران (۲۰۱۵) مطابقت دارد. با توجه به این نتایج پیشنهاد می‌گردد به ارتقای کیفیت بصری محیط از طریق مسیرهای پیاده‌منتهی به مناظر طبیعی ونایی توجه ویژه گردد، زیرساخت‌های لازم و مناسب ایجاد و تقویت گردد، به تبلیغ صنایع دستی، تولیدات بومی توجه ویژه گردد، به سهولت دسترسی و کیفیت جاده‌های ارتباطی منطقه اهتمام شود؛ فرصت‌های خدماتی محیط (مخابرات، آنتن دهی موبایل، اقامتگاه‌های بومگردی، پارکینگ، بیمه و رستوران-ها) به خوبی مدیریت و بهبود یابد.

### تشکر و قدردانی

طبق اظهار نویسنده مسئول، این مقاله منتج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول مقاله، رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه لرستان می‌باشد و فاقد حامی مالی است.

## منابع

- احمدی، سمیه. ۱۳۹۷. پایان‌نامه تحلیل عوامل اثرگذار بر توسعه اکوتوریسم با تأکید بر میراث روستایی (مطالعه موردی: روستای افجه شهرستان لواسان) پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم اجتماعی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- استانداری لرستان. ۱۳۹۷. فرصت‌های سرمایه‌گذاری لرستان.
- ترنج. ۱۳۹۸. گردشگری مبتنی بر طبیعت و اکوتوریسم در عصر پسامدرن، مجله گردشگری الی گشت، قابل‌دسترس در سایت: <https://www.eligasht.com/Blog/tourism>
- جمشیدزهی شه‌بخش، امید و مرادی، حوریه. ۱۳۹۹. تئوری بنیانی توسعه گردشگری روستایی گیلان (مورد مطالعه: بخش رحمت‌آباد و بلوکات شهرستان رودبار). پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۱۰ (۱)، پیاپی ۳۱، صص ۸۱-۹۹.
- جمعه‌پور، محمود. و احمدی، شکوفه. ۱۳۹۰. تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستای (مطالعه موردی: روستای برغان شهرستان ساوجبلاغ)، پژوهش‌های روستایی. ۱. صص ۳۳-۶۳.
- رحمانی، بیژن، سعیدی‌راد، مجید، کاظمی، محمد. ۱۳۹۶. راهبردهای توسعه پایدار گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه موردی: روستای ونایی شهرستان بروجرد). فصلنامه فضای گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، صص ۲۳-۴۱.
- ریاحی، وحید و همکاران. ۱۳۹۴. بررسی توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرپل ذهاب (مطالعه موردی: روستای پاتاق)، نشریه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، سال دهم، شماره ۳۳، صص ۱۱۵-۱۰۵.
- روزبهبانی، عباس.، مرادی، حوریه؛ عباسی. حامد. ۱۳۹۹. تبیین اثرات مؤلفه‌های پیش‌برنده توسعه کارآفرینی در مقاصد گردشگری روستایی (مورد: بخش سامن شهرستان ملایر). فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۱۱، شماره ۱، صص ۳۶۴-۳۵۰.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادنژاد، همایون. ۱۳۸۱. توسعه پایدار توریسم روستایی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۲، صص ۲۴۹-۲۲۸.
- شهیدی، محمد شریف. و اردستانی، زهرا سادات، ۱۳۸۸. بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی، پژوهش‌های جغرافیای استانی. ۶۷. صص ۹۹-۱۱۳.
- صدر موسوی، میرستار و دخیلی کهنمویی، جواد. ۱۳۸۹. ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان- شرقی از دید گردشگران. فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱، صص ۱۴۹-۱۲۳.
- طالب، مهدی، میرزایی، حسین، بخشی‌زاده، حسن (۱۳۸۹)، برنامه‌ریزی تعاملی گردشگری روستایی با رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی مورد مطالعه روستای وکیل آباد «سردابه». نشریه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۱، صص ۱-۱۵.
- فرزین، محمدرضا، افسر، امیر، اکبریور، تقی و اکبریور، علی. ۱۳۹۲. «مدل‌سازی پیش‌بینی و گردشگری ورودی به ایران با استفاده از روش‌های ARIMA و شبکه‌های عصبی فازی». مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۲۴، صص ۱-۳۳.

- فرهادی، زهرا. ۱۳۹۸. رابطه بین توسعه گردشگری روستایی و سرمایه اجتماعی (مطالعه: موردی روستاهای هدف گردشگری شهرستان بروجرد). پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- مقدسی جهرمی، زینب. ۱۳۹۵. جذب گردشگر و توسعه گردشگری، اولین کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد.
- منوچهری، سوران، فراهانی، حسین. ۱۳۹۴. شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در نواحی روستای هدف گردشگری غرب شهرستان مریوان، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۴، شماره ۱. صص ۱۷۲ - ۱۶۱.
- مهدوی، مسعود، و قدیری معصوم، مجتبی، و قهرمانی، نسرن، ۱۳۸۷. اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستایان دره کن و سولقان، فصلنامه روستا و توسعه ۲. صص ۳۹-۶۰.
- Ahmad, A., 2014. **the disengagement of the tourism businesses in ecotourism and environmental Practices in Branei Darussalam**, Tourism Management Perspectives , 10,1-6 .
- Gartner, W. C. 2004. **Rural tourism development in the USA**. The International Journal of Tourism Research 6(3), 151-164.
- Liu A., 2006. **Tourism in Yural areas : kedah malaysia**, Tourism Manage. 27: 878- 889.
- Long, P., Lane, B., Gartner, W. C. and Lime, D. W. 2000. **Rural tourism development**. Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism. CABI, Wallingford, pp. 299-308.
- Stolarick, K. Denstedt, M., Donald , B. , SPencer, G. creativity. 2010. **Tourism and EConomic DeveloPment in a Rural context: the casc of Prince Edward County journal of Rural and community Development**, ISSN: 1712 - 8277
- Yacoba, M.R, Adamua , A, Radamb, A., Hashima, R. and shehu u. A., 2015. **Economic Valuation oF ecotourism resources in Yankari game reserve, Bauchi Nigeria** , Procedia Environmental sciences, 30, 139-144.