

مطالعات جغرافیایی مناطق خشک

دوره ۱۳، شماره ۵۰، زمستان ۱۴۰۱

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۱۵ تأیید نهایی: ۱۴۰۱/۱۲/۰۷

صص ۱۷-۳۹

پژوهشی

تبیین فضایی خوشه‌های گردشگری با تأکید بر کسب و کارهای کوچک روستایی در ناحیه طبس

محمود مرادی*، دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
بنول بهادرانی، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
محمود ضیایی، استاد گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
فرحناز اکبرافلی، استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

خوشه‌های گردشگری به مجموعه‌ای از واحدهای کسب‌وکار گردشگری اطلاق می‌شود که در یک منطقه جغرافیایی متمرکز شده و دارای روابط همکاری تخصصی هستند. بسیاری از کشورها با به کارگیری راهبرد خوشه‌بندی سعی در غلبه بر مسائل و مشکلات موجود کسب و کارهای گردشگری دارند. هدف از انجام پژوهش، تبیین فضایی خوشه‌های گردشگری در روستاهای دارای پتانسیل گردشگری در شهرستان طبس است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و رویکرد غالب آن پیمایشی است و برای گردآوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری شامل ۳۶ روستای دارای پتانسیل گردشگری شهرستان طبس در استان خراسان جنوبی است برای تعیین حجم نمونه در این پژوهش از فرمول اصلاح شده کوکران استفاده شده است. براین اساس از ۳۶۷۵ خانوار روستایی در شهرستان طبس ۳۴۸ خانوار به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. جهت خوشه‌بندی روستاها نظرات ۳۰ نفر از متخصصان (کارکنان میراث فرهنگی، بخش‌داری و فرمانداری و...) مورد بررسی قرار گرفت. همچنین برای رتبه‌بندی روستاهای مورد مطالعه از مدل آراس و برای نمایش نتایج و خوشه‌بندی روستاها از نرم‌افزار ARC GIS استفاده گردید. نتایج تحقیق حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین ورود گردشگران و ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. نتایج حاصل از آزمون t با سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح اکثر شاخص‌ها در میان روستاییان از سطح متوسط بالاتر است. همچنین با نتایج حاصل از تکنیک آراس و گاتمن نشان می‌دهد که روستاهای هودر، جوخواه، ازمیغان، کریت، دستگران، نای‌بند، اسفندیار، زنونان، رباط خان، حلوان، دهنو و عرب آباد دارای پتانسیل قوی برای جذب گردشگری و ایجاد خوشه‌های گردشگری هستند و روستاهای خروعلیا، مرغوب، پیکوه، ملوند، حسن‌آباد، کردآباد، نصرت‌آباد، پیرحاجات، چیروک، سرنند، ماودر دارای پتانسیل کمتری برای جذب گردشگر هستند.

واژگان کلیدی: خوشه‌بندی، گردشگری روستایی، شهرستان طبس

۱- مقدمه

گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان جزو پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری است و به عنوان فعالیتی چندوجهی دارای کارکردهای گوناگون و مثبت است که از آن جمله می‌توان به اشتغال‌زایی، کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها اشاره کرد (Cristina & Mariana, 2015, 276). به طوری که در ۵۰ سال اخیر، گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در سطح جهان تبدیل شده است (Aleksanyan & Altman, 2016, 59). امروزه جهت توسعه صنعت گردشگری که نقش‌آفرینان اصلی آن بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند، رهیافت جدیدی با عنوان رهیافت خوشه‌ای به مرحله اجرا گذاشته شده است که رقابت‌پذیری هر چه بیشتر بنگاه‌ها را از طریق ساماندهی روابط بنگاه‌های کوچک و متوسط و حتی شرکت‌های بزرگ هدف‌گذاری نموده است (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). خوشه‌های گردشگری به مجموعه‌ای از واحدهای کسب و کار گردشگری اطلاق می‌شود که در یک منطقه جغرافیایی متمرکز شده، دارای روابط همکاری تخصصی هستند و از چالش‌ها و فرصت‌های مشترک برخوردارند (UNWTO, ۲۳:۲۰۰۵).

خوشه‌های گردشگری دربرگیرنده واحدهای گردشگری هستند که از نظر جغرافیایی در سطوح مختلف روستا، شهر و شهرستان پراکنده‌اند. گردشگری روستایی نیز همانند دیگر بخش‌های ملی منطقه‌ای یکی از مهم‌ترین سطوح گردشگری در پهنه‌های روستایی است. گردشگری روستایی، نوعی تنوع درآمد برای خانوارهای روستایی برای مقابله با فشارهای مالی فراهم می‌کند؛ زیرا بسیاری از زمین‌ها برای مدت طولانی نمی‌توانند برای تولیدات کشاورزی مناسب باشند (Otar & Laura, ۲۰۱۷: ۳۴۴). این صنعت می‌تواند نقش عمده‌ای را در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی و تنوع‌بخشی و رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت‌های شغلی جدید در ارتباط با سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی ایفا نماید (ابراهیمی دهکردی، ۱۳۹۸: ۲۳). به‌طور کلی قادر است ضمن تکمیل کسری درآمد در روستاها، از مهاجرت‌های روستا به شهر و عواقب ناشی از آن جلوگیری نماید و ثبات اقتصادی و جمعیتی را برای جوامع روستایی به دنبال آورد (سجادیان، ۱۳۸۹: ۸۳). از این رو جوامع روستایی همواره در پی صنایع جایگزین جهت ایجاد تنوع در اقتصاد روستا بوده‌اند. گردشگری به عنوان یکی از صنایع اولیه با قابلیت کمک به جوامع محلی در توسعه تنوع اقتصادی عمل کرده است. در حقیقت کوچک بودن کسب و کارهای گردشگری در کنار پراکندگی آنها، ضرورت همکاری‌های بیشتر در جهت توسعه و بقاء را بیشتر می‌نماید. البته با وجود اندازه کوچک کسب و کارهای گردشگری، آن‌ها نقش مهمی در توسعه اقتصاد محلی و کمک به توسعه مناطق حاشیه‌ای دارند (حسام و رضوانی، ۱۳۹۴: ۱۲۸). کسب و کار کوچک (SEs) بنا به تعریف کسب و کاری است که اغلب متعلق به بخش خصوصی است و تعداد کارمندان آن محدود و فروش تولیدات آن تقریباً اندک است. در ایران نیز کسب و کارهایی که تعداد ۹ نفر یا کمتر نیروی انسانی دارند، کسب و کار کوچک تلقی می‌شود (سعدی، ۱۳۹۲: ۴۲). اقتصاد گردشگری و کسب و کارهای وابسته به آن از جمله فعالیت‌هایی در بعد اقتصاد روستاها است که با توجه به خصایص و ویژگی‌های گردشگری روستایی نظیر فصلی بودن آن، نیازمند ارتقاء آستانه‌های چرخه تطبیقی اقتصادی برای کاهش احتمال شکست و افزایش تاب‌آوری آن برای دستیابی به تعادلی پایدار است (صادق‌لو و همکاران، ۱۳۹۶: ۲). بر همین اساس، توسعه و رونق بخشی به فعالیت‌های گردشگری، برآمده از برنامه‌ریزی و خط مشی‌هایی است که برای هر منطقه تدوین می‌شود. با این وصف، برنامه‌ریزی مکانی - فضایی را می‌توان مطالعه امکانات و پتانسیل‌های موجود در مکان‌ها، با توجه به مسائل جمعیتی، خدمات و فعالیت‌های اقتصادی در هر منطقه یا مکان جغرافیایی و تدوین برنامه‌ها، متناسب با این امکانات یا تنگناها دانست؛ به طوری که سبب رشد و توسعه آن منطقه شود (Daniela, ۲۰۱۵: ۷۴۵). بدین ترتیب، به منظور پیشگیری از توسعه ناموزون مقاصد گردشگری، ضرورت دارد که به برنامه‌ریزی گردشگری و به ویژه برنامه‌ریزی فضایی گردشگری توجه شود؛ زیرا برنامه‌ریزی فضایی، فرایندی برای تنظیم و هماهنگ کردن برنامه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی با نیازها و امکانات محلی و منطقه‌ای است و سبب انطباق ویژگی‌های منطقه‌ای با برنامه‌های کلان ملی می‌شود (آسایش و استعلاجی، ۱۳۸۲: ۲۱).

نواحی روستایی شهرستان طبس به دلیل پیشینه تاریخی، شرایط اقلیمی، جاذبه‌های طبیعی، مذهبی و فرهنگی فراوان می‌تواند به مکانی مناسب جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شوند به عبارت دیگر گسترش صنعت گردشگری در نواحی روستایی شهرستان می‌تواند موجب تنوع اشتغال و ماندگاری جمعیت روستایی شود. اما این شهرستان با وجود دارا بودن جاذبه‌های متنوع و فراوان در زمینه گردشگری همچنان برای گردشگران ناآشناست و ساکنان آن نمی‌توانند از مزایای گوناگون صنعت گردشگری، بهره‌مند گردند که علت اساسی این امر فراهم نبودن امکانات و تسهیلات لازم و عدم توازن و تعادل در توزیع زیرساخت گردشگری در این شهرستان است. همچنین در مقیاس ناحیه‌ای ما شاهد بی‌نظمی‌های فضایی در پراکندگی منابع، جاذبه‌ها، محصولات و به ویژه خدمات پشتیبانی گردشگری و در نهایت شبکه‌ای سازمان‌یافته از مقصدهای گردشگری هستیم که مانعی بزرگ بر سر راه توسعه گردشگری پایدار در این منطقه است.

لذا در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال کلیدی هستیم که: چگونه توزیع فضایی خوشه‌های گردشگری به پایداری توسعه در شهرستان طبس و بالطبع تعادل فضایی در سطح منطقه می‌انجامد؟

در همین راستا با عنایت به مفهوم و ماهیت برنامه‌ریزی فضایی، تلاش می‌شود با ساماندهی عناصر و ارکان گردشگری در نواحی روستایی شهرستان طبس و برقراری تعادل در انتشار فضایی خدمات و تسهیلات گردشگری متناسب با پتانسیل‌های هر مقصد، جمعیتی انبوه از جامعه میزبان و پهنه‌ای گسترده از قلمرو جغرافیایی مقصد، از تحولات مثبت اجتماعی - اقتصادی و زیست‌محیطی آن متأثر گردند.

بدین ترتیب در این پژوهش سعی داریم با هدف دستیابی به توسعه پایدار روستایی به «برنامه‌ریزی خوشه‌های گردشگری روستایی با رویکرد فضایی و با تأکید بر ایجاد کسب و کارهای کوچک در محدوده‌های روستایی شهرستان طبس بپردازیم. قبل از ورود به منطقه مورد مطالعه جهت غنی شدن پژوهش به بررسی منابع در راستای پژوهش و خصوصاً گردشگری روستایی و خوشه‌های گردشگری پرداخته شد در این زمینه مطالعات داخلی و خارجی زیادی انجام شده است که هر کدام به نوعی اثرات اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی گردشگری را بررسی کرده‌اند.

در همین راستا، ندایی طوسی و فرخنده کیش (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی الزامات فضایی توسعه خوشه‌های خلاق و رقابت‌پذیر گردشگری فرهنگی در شهرک رسانه‌ای کلان‌شهر تهران پرداختند. نتایج بررسی‌ها نشان داد که خوشه‌های گردشگری، به ویژه با هدف جذب گردشگر، جانشین مناسبی برای کارخانه‌ها و صنایع بزرگ‌مقیاس قدیمی شده و از طریق ارتقای بهره‌وری، ایجاد محیط‌های نوآور و رقابتی موجبات بهبود و ارتقای برند و آوازه شهرها و مناطق را نیز فراهم ساخته‌اند. عزیزی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به بررسی خوشه‌های گردشگری - تهدیدات و استراتژی‌های کلی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که خوشه گردشگری یکی از فرصت‌های خوب برای ایجاد کسب و کارهای جدید و اشتغال در کشورهای در حال توسعه و دارای توانایی بالقوه در زمینه گردشگری همچون ایران است. سلطانی و بستان (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به تدوین مطالعات شناختی خوشه گردشگری شهر مشهد پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که کلیه عناصر صنعت گردشگری، آژانس‌ها و دفاتر مسافرتی، اتحادیه‌ها، راهنمایان گردشگری و محصولات گردشگری می‌بایست در نقشه خوشه گردشگری لحاظ گردند تا لانه (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به بررسی الگوی توسعه خوشه‌های گردشگری در شهرستان ساری پرداخت. نتایج نشان داد که در این منطقه تمرکز جغرافیایی مناسبی مشاهده شده است؛ اما از روابط همکاری بین‌بنگاهی، ضعیف برخوردار است. با توجه به ضعف روابط و مشکلاتی که در میان مراکز خدمات گردشگری دیده شد اجرای خوشه گردشگری جهت توسعه این مراکز ضروری است. سلطانی و همکاران (۱۳۹۵) به تدوین نقشه خوشه گردشگری شهر مشهد پرداختند. نتایج نشان دادند به عقیده ۹۰ درصد از پاسخ‌دهندگان، کلیه عناصر اصلی گردشگری باید برای تکمیل نقش خوشه در خوشه گردشگری شهر مشهد لحاظ گردند. کریتپات و پرنیا (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی خوشه‌های گردشگری در زمینه کشاورزی

پرداختند. نتايج حاصل از پژوهش آنان نشان داد که مهم‌ترين خوشه‌هاي گردشگري در زمينه محصولات کشاورزي شامل درو کردن، خوردن ميوه و پياده‌رو در مزارع است. مالگورزاتا (۲۰۱۵) به بررسی خوشه‌هاي گردشگري در شرق لهستان پرداخت. نتايج بررسی‌ها نشان می‌دهد محلی‌سازي دقيق ساختار خوشه‌ها همکاري بين خوشه‌اي گردشگري در اين محدوده بسيار قوي است و سازمان‌هاي غيردولتي در اين همکاري بين خوشه‌ها نقش مؤثري بر عهده دارند. دانيل (۲۰۱۵) در مقاله‌اي به بررسی خوشه‌هاي گردشگري در آنتاليا پرداخت. نتايج اين پژوهش نشان می‌دهد که خوشه گردشگري يکي از مهم‌ترين مدل‌هاي توسعه اقتصادي مبتني بر مشارکت و همکاري محيط اقتصادي، مؤسسات تحقيقاتي و نوآوري، نظام آموزشي، مقامات دولتي و سازمان‌هاي مرتبط براي گردشگري هستند.

بررسی و کنکاش در پژوهش‌هاي انجام شده نشان می‌دهد که بيشتر مطالعات انجام شده در اين زمينه مربوط به خوشه‌بندی فعاليت‌هاي گردشگري است و به مبحث تبيين فضاي خوشه‌هاي گردشگري مرتبط با کسب و کارهاي روستايي که موضوع پژوهش حاضر است، پرداخته نشده است. آنچه از بررسی خوشه‌هاي گردشگري در منابع داخلي و خارجي نشان می‌دهد آن است که در منابع داخلي خوشه‌بندی فعاليت‌هاي گردشگري يکي از فرصت‌هاي خوب براي ايجاد کسب و کارهاي جديد و ايجاد اشتغال در کشور است و به نقش سازمان‌هاي دولتي براي ايجاد کسب و کارهاي گردشگري تأکيد شده است؛ اما در منابع خارجي بيشتر به دنبال محلی‌سازي خوشه‌هاي گردشگري و استفاده از سرمايه‌گذاري بخش خصوصي هستند و به نقش دولت‌ها در توانمندی خوشه‌ها کمتر تأکيد شده است.

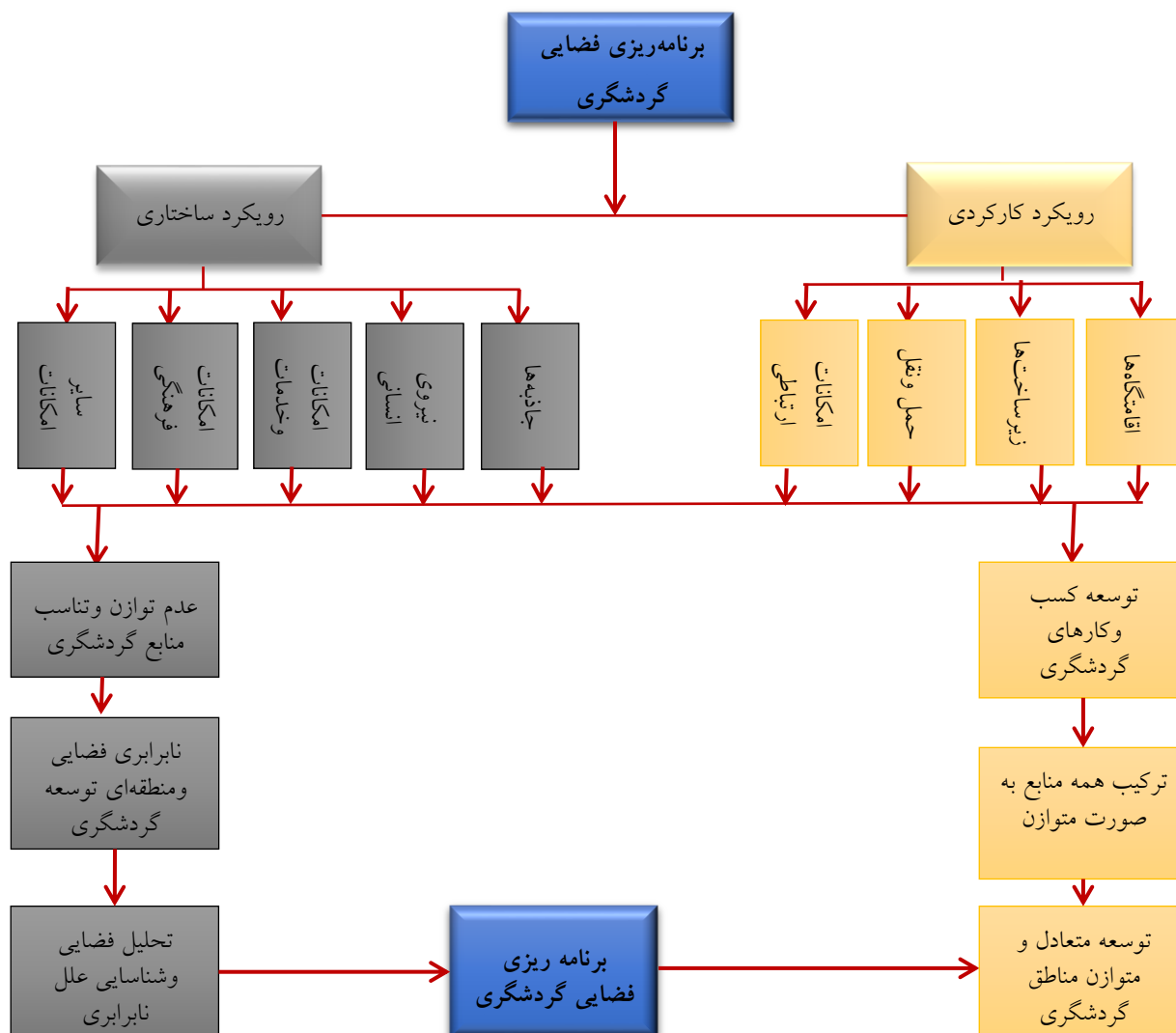
در حالي که توسعه و رونق‌بخشي فعاليت‌هاي گردشگري در هر منطقه‌اي، برآمده از برنامه‌ريزي و خط‌مشی‌هايي است که براي آن منطقه تدوين می‌شود. به طور کلی برنامه‌ريزي به عنوان رويکردي حياتي براي هدايت آتي توسعه، مورد قبول و پذيرش همگان است. بدون برنامه‌ريزي فرآيند توسعه، اتفاقي، آسیب‌پذير، بخشی و به احتمال زياد با شکست همراه بود. امروزه برنامه‌ريزي گردشگري در بسياري از کشورها و مناطقي دنبال می‌شود که در پي توسعه کنترل شده گردشگري هستند. برنامه‌ريزي فضايي شامل بيان جغرافيايي سياست‌هاي اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي و اکولوژيکي جامعه است.

موضوع محوري در برنامه‌ريزي فضايي، نابرابري‌ها، تمرکززدائي از فعاليت‌ها و توزيع متوازن آن‌ها در پهنه سرزمين براي درازمدت، شناسايي قابليت‌ها و ظرفيت‌ها، محدوديت‌ها و محروميت‌ها چگونگي تبديل قابليت‌ها از حالت بالقوه به بالفعل است (رهنما و آقاجاني، ۱۳۹۱:۶۵). فعاليت‌هاي گردشگري در فضا متجلي می‌گردد و الگوهاي فضايي خاص خود را می‌طلبد. برنامه‌ريزي فضايي در مناطق گردشگري شامل توزيع فضايي امکانات، تسهيلات و زيرساخت‌هاي گردشگري و در يک کلام مشخص نمودن وضعيت توسعه گردشگري است (افراخته و همکاران، ۱۳۹۵:۱۱۴)؛ بنابراین برنامه‌ريزي توسعه صنعت گردشگري به عنوان رويکردي مکاني - فضايي می‌تواند عملي مؤثر در نيل به اهداف توسعه پايدار و متوازن هر سرزمين باشد. به عبارت ديگر برنامه‌ريزي فضايي با راهبرد گسترش گردشگري، کوششي است براي رسيدن به بهترين الگوي فضايي در جهت توسعه منطقه‌اي که دستيابي به اهدافي را با توجه به يک نظام کلی از توسعه ملي مدنظر قرار می‌دهد (تقوايي و غفاري، ۱۳۸۹:۸۳).

به طور کلی کاهش فعاليت‌هاي اقتصادي، کم‌توجهي به بازسازي بخش کشاورزي، کاهش روستاهاي صنعتي و مهاجرت جوانان تحصيل کرده باعث شده بسياري از دولت‌هاي غربي گردشگري را به عنوان استراتژي براي بازسازي اقتصادي - اجتماعي نواحی روستايي قلمداد کنند (Briedenhann and Wickens, 2004:71). رشد صنعت گردشگري و پتانسيل اين صنعت براي توسعه اقتصادي دیدگاهی مهم در ادبيات گردشگري به شمار می‌رود. تيلور ويژگي تقاضاي گردشگري را سرعت تغييرات آن می‌داند و معتقد است بعد عرضه بايد توانايي انطباق سريع با تغييرات بازار تقاضا را داشته باشد؛ به عبارت ديگر وجود يک مکانيسم دريافت اطلاعات و ارزيابي وضعيت و واکنش نسبت به محيط در سيستم گردشگري الزامي است. در يک مقياس جهاني، گروهی از افراد وجود داشته‌اند که به تنهائي توانسته‌اند انتقال‌هاي مرحله‌اي در گردشگري ايجاد نمايند.

در ایران نیز هرچند حرکت مردم شهرها به روستاهای دارای ظرفیت گردشگری از قدمت بالایی برخوردار است؛ اما از بعد حقوقی موضوع مناطق نمونه گردشگری اولین بار در ماده ۸ قانون تشکیل میراث فرهنگی و گردشگری مصوب ۱۳۸۲ و با انگیزه ایجاد یک فضای مناسب برای گردشگران به منظور فراهم کردن زمینه توسعه پایدار میراث فرهنگی و گردشگری و جلب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در ایجاد تأسیسات زیربنایی به منظور معرفی بهتر بناها و محوطه‌های تاریخی و جهانگردی و ارائه خدمات مناسب به جهانگردان مطرح گردید (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۷). نظریه خوشه از سال ۱۹۹۰ توسط «رمایکل پورتر» در دانشگاه هاروارد مطرح و سپس توسط محققان مختلف در بخش‌های مختلف اقتصادی بکار گرفته شد (محمدامینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴). رویکرد بنیادی در توسعه خوشه‌های گردشگری به عنوان یک سیستم اقتصادی-اجتماعی مبتنی بر دو پایه پایداری و توانمندسازی است (ضرغام و محمدامینی، ۱۳۹۰: ۹۹) در توانمندسازی کوشش می‌شود قابلیت‌های خوشه مبتنی بر هنجارهای خود خوشه شکوفا گردد. بنابراین زمینه‌ها، بسترها و فرصت‌های لازم برای توانمند شدن فراهم می‌گردد. اما همه این موارد به‌گونه‌ای صورت می‌گیرد که در درازمدت ذی‌نفع آن خوشه بتوانند خود را رهبری و بدون نیاز به مداخله مستقیم خارجی، مدیریت نمایند. این امر مستلزم آموزش و مشارکت ذی‌نفع آن در مراحل مختلف فرآیند توسعه خوشه و ممارست و سعی و خطای ذی‌نفع آن خوشه است (Miller, 2008). در این صورت می‌توان به پایدار بودن فرآیندها و ساختارهای شکل گرفته در خوشه امیدوار بود.

شناسایی خوشه‌های گردشگری و شناسایی آن‌ها در منطقه و مکان زمینه‌های بروز کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک را فراهم می‌آورد و کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک ابزار نیرومند در جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی مناطق روستایی مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این حوزه قرار گیرد. بهبود شرایط مناسب در نهادها و سازمان‌های درگیر کارآفرینی در حوزه روستایی و توجه بیشتر آن‌ها نسبت به این موضوع، آسان ساختن تأمین منابع مالی، دادن آموزش‌های لازم در بخش‌های مختلف، فرهنگ‌سازی در جامعه روستایی و بالا بردن ریسک‌پذیری آنان، ارائه انگیزه کافی برای ورود به بحث کارآفرینی با اقدامات متنوع، توجه دولت به نقش نظارت و حمایتی خود از جامعه روستایی، کمک به شناخت توان‌های محیطی و انسانی بهره‌وری منابع روستایی، بهبود زیرساخت‌های ارتباطی و فناوری نمونه مواردی هستند که برای توسعه سیستم‌سازی کارآفرینی روستایی نیاز است.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

۲- مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی - تحلیلی با رویکرد پیمایشی است. اطلاعات مورد نیاز جهت انجام آن به شیوه‌های کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری خواهد شد. به طور کلی با توجه به خصوصیات و ویژگی‌های موضوع مورد مطالعه، از سایر روش‌های مناسب تحقیق نیز به صورت ترکیبی استفاده شده است. در این پژوهش اطلاعات مورد نظر از جامعه آماری بر اساس مطالعات اسنادی، کتابخانه‌ای، میدانی و پیمایشی به دست آمده است. با استفاده از روش پیمایشی با مشاهده محدود و از طریق طراحی و تکمیل پرسش‌نامه (از ساکنان روستاها و متخصصان حوزه گردشگری روستایی) و مصاحبه عمیق با متخصصان صنعت گردشگری به جمع‌آوری اطلاعات با هدف خوشه‌بندی فعالیت‌های گردشگری در جهت ایجاد کسب‌وکار در نواحی روستایی پرداخته شده است. برای حصول اطمینان از روایی صوری پرسش‌نامه از پنل متخصصان و کارشناسان شامل استاد راهنما و مشاوران و کارشناسان خبره استفاده شد. یکی از ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات، پرسش‌نامه بوده و جهت اعتبارسنجی پرسش‌نامه‌ها و اطمینان از پایایی، از ابزار آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است.

بدین منظور جهت تکمیل پرسش‌نامه و مصاحبه از آنجایی که از لحاظ زمانی و دیگر محدودیت‌ها پیمایش کل جامعه مقدور نمی‌باشد اقدام به نمونه‌گیری شده است. به طور کلی جامعه مورد مطالعه شامل سه گروه اصلی است: ۱- خانوارهای روستایی ساکن در ۳۶ روستای دارای پتانسیل‌های مناسب گردشگری در شهرستان طبس. ۲- کارآفرینان و فعالان در بخش خصوصی در زمینه گردشگری ۳- کارشناسان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با حوزه گردشگری (کارکنان سازمان‌های میراث فرهنگی، فرمانداری، بخشداری و...); بنابراین جامعه مورد مطالعه مشتمل بر ۳۶۷۵ خانوار روستایی در ۳۶ روستای شهرستان طبس و تعدادی از کارآفرینان (۱۶ نفر) و فعالان بخش خصوصی (۲۰ نفر) و بالاخره ۲۰ نفر از کارکنان و متخصصان سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری هستند. برای تعیین حجم نمونه در این پژوهش از فرمول اصلاح شده کوکران استفاده شده است. بر این اساس از ۳۶۷۵ خانوار روستایی در شهرستان طبس ۳۴۸ خانوار به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند.

در این تحقیق با استفاده از مدل ARAS به رتبه‌بندی مهم‌ترین کانون‌ها و پهنه‌های گردشگری در منطقه می‌پردازیم. همچنین با استفاده از الگوی مکانی - فضایی به تبیین فضایی خوشه‌های گردشگری و کسب و کارهای روستایی پرداخته شده است. تکنیک^۱ ARAS به وسیله زاوادساکاس^۲ و همکارانش در سال ۲۰۱۰ پیشنهاد شد. این روش یکی از بهترین روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره برای انتخاب بهترین گزینه است. بهترین گزینه آن است که بیشترین فاصله را از عوامل منفی و کمترین فاصله را از عوامل مثبت داشته باشد. در گام نخست، ماتریس امتیازدهی شاخص‌ها بر اساس معیارها (ماتریس تصمیم‌گیری) تشکیل شده است. ماتریس تصمیم را با x و هر درایه آن را با x_{ij} نشان می‌دهند.

در گام دوم، بی‌مقیاس‌سازی ماتریس تصمیم‌گیری با روش خطی صورت گرفته است. هر درایه ماتریس بی‌مقیاس شده را با N و هر درایه آن را با n_{ij} نشان می‌دهند. در تکنیک ARAS نرمال‌سازی مطابق (رابطه ۱) به روش خطی صورت می‌گیرد. اگر شاخص‌ها از نوع منفی باشند مطابق (رابطه ۲) ابتدا باید معکوس شوند و سپس به روش خطی نرمال شوند.

$$\begin{aligned} \text{(رابطه ۱)} \quad n_{ij} &= \frac{x_{ij}}{\sum x_{ij}} \\ \text{(رابطه ۲)} \quad x_{ij} &= \frac{1}{x_{ij}^-}; \quad n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum x_{ij}} \end{aligned}$$

در گام سوم باید ماتریس بی‌مقیاس (N) به ماتریس بی‌مقیاس موزون (V) تبدیل شود. برای به دست آوردن ماتریس بی‌مقیاس موزون باید اوزان شاخص‌ها را داشته باشیم. مجموع اوزان شاخص‌ها باید برابر یک باشد:

$$\text{(رابطه ۳)} \quad \sum_{j=1}^n w = 1$$

اوزان محاسبه شده در ماتریس بی‌مقیاس شده ضرب می‌شود. ماتریس حاصل را ماتریس بی‌مقیاس شده موزون گویند و با V نشان داده می‌شود.

$$\begin{aligned} V &= N \times W_j \\ \text{(رابطه ۴)} \quad V &= N_{ij} \times W_j \end{aligned}$$

^۱ -Additive Ratio Assessment

^۲ -Zavadskas

در گام چهارم میزان مطلوبیت هر گزینه به وسیله مطلوبیت با (رابطه ۵) زیر محاسبه می‌شود:

$$S_i = \sum_{j=1}^n V_{ij} \quad (\text{رابطه ۵})$$

مجموع مقادیر V_{ij} هر شاخص برابر یک می‌شود. بهترین گزینه آن است که S_i بزرگ‌تری دارد. هم‌چنین در نهایت باید درجه مطلوبیت محاسبه شود. درجه مطلوبیت گزینه A_i بر اساس مقایسه S_i با یک مقدار بهینه محاسبه می‌شود. مقدار بهینه (S_0) بر اساس دیدگاه خبرگان، نرم‌صنعت یا بهترین مقادیر ماتریس موزون شده قابل حصول است درجه مطلوبیت گزینه A_i با K_i نشان داده شده و با (رابطه ۶) قابل محاسبه است:

مقدار K_i بین (۰ و ۱) است و هر چه درجه مطلوبیت به یک نزدیک‌تر باشد گزینه بهتر خواهد بود (میرداد منصور پناهی و عسکری، ۱۳۹۵: ۱۰۰-۱۰۲).

در ادامه با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و نیز روش‌های استنباطی، از آزمون‌های مناسب با توجه به توزیع داده‌ها و به کمک نرم‌افزارهای Spss، Excel و GIS به تجزیه و تحلیل داده‌ها و تهیه نقشه‌های مناسب و مرتبط پرداخته خواهد شد. لازم به ذکر است در بخش توصیف، مقایسه و تحلیل تأثیرات گردشگری در ایجاد کسب و کارهای روستایی از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده می‌شود.

۲-۱- معرفی ابعاد و شاخص‌های تحقیق

در این تحقیق شاخص‌ها و متغیرهای متعددی به کار گرفته شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌گردد این تحقیق در ۳ بعد؛ عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل اقتصادی و عوامل طبیعی و در مجموع ۴۴ شاخص آورده شده است.

جدول ۱: متغیرهای اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی در خوشه‌های گردشگری و توسعه پایدار

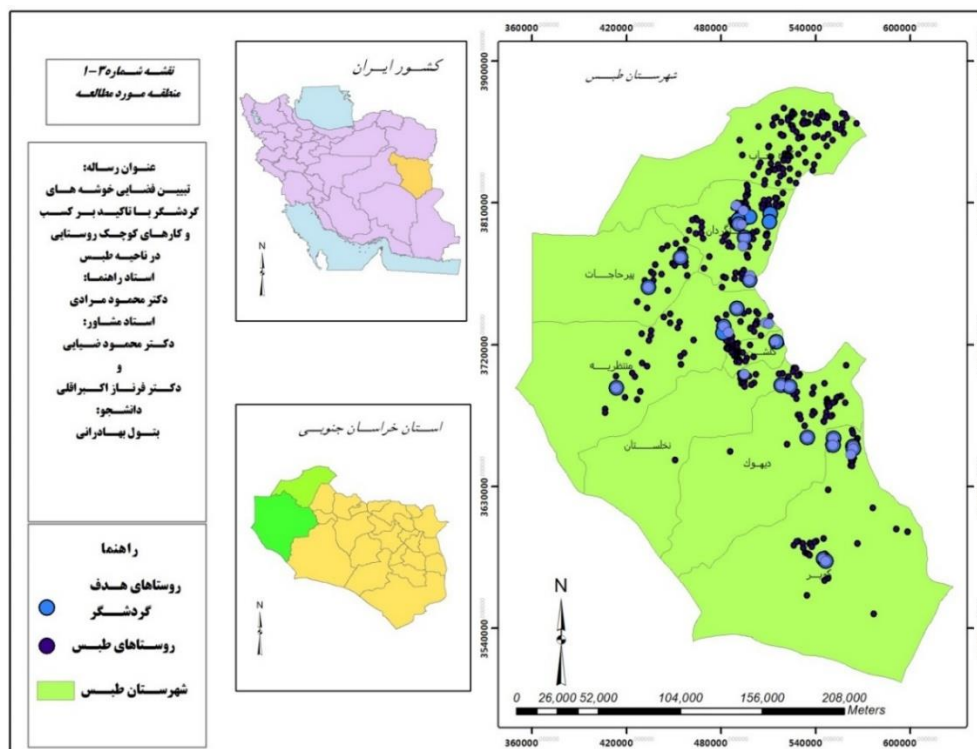
روستایی		بعد
شاخص		
۹- سرمایه اجتماعی	۱- سطح سواد	عوامل اجتماعی - فرهنگی
۱۰- ساختار نهادی	۲- مهاجرت	
۱۱- بهداشت و سلامت	۳- احساس رضایت جامعه محلی از گردشگری	
۱۲- کیفیت اشتغال و درآمد	۴- حقوق زنان	
۱۳- کیفیت دسترسی به اطلاعات و ارتباطات	۵- همبستگی اجتماعی	
۱۴- منزلت اجتماعی	۶- ارتقا امنیت اجتماعی و انتظامی در سطح روستاها	
۱۵- مشارکت مدیران محلی برای شناخت و حفظ میراث فرهنگی	۷- چالش اجتماعی	
	۸- تعلق مکانی به روستا	

شخص	بعد
۸- کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی	۱- افزایش درآمد
۹- تنوع‌بخشی درآمدی	۲- افزایش اشتغال
۱۰- کیفیت خدمات گردشگری	۳- توزیع درآمد و عایدی
۱۱- رضایت گردشگران	۴- توزیع فرصت‌های شغلی
۱۲- سرمایه‌گذاری بخش خصوصی/دولتی/تعاونی	۵- کاهش فقر و فقرزدایی
۱۳- اعطای وام و تسهیلات از سوی دولت	۶- توزیع قدرت اقتصادی
	۷- تقویت اقتصاد محلی و نشاط طولانی‌مدت
۹- حفاظت از میراث طبیعی و جاذبه‌ها	۱- استفاده بهینه از زمین
۱۰- مدیریت منابع محیطی	۲- منابع آب (مصرف و کیفیت)
۱۱- تولید و مدیریت مواد زاید	۳- کیفیت هوا
۱۲- مدیریت سیستم فاضلاب	۴- پوشش گیاهی و مرتع
۱۳- تقویت آگاهی‌های زیست‌محیطی	۵- حفظ تنوع محیطی (گیاهی و جانوری)
۱۴- تغییرات اقلیمی و گرم شدن زمین	۶- فشار اجتماع بر محیط
۱۵- حفظ و احیاء میراث فرهنگی و محیط طبیعی روستاها	۷- اکوسیستم‌های حساس
۱۶- تعیین استانداردهای زیست‌محیطی برای بهره‌برداری از میراث طبیعی روستاها	۸- مخاطرات طبیعی (زمین‌ساخت و اقلیمی)

مأخذ: Dodds, 2018; Roberts, 2008، ابراهیمی، ۱۳۷۶، زرغام و همکاران، ۱۳۸۹، حاجی محمدامینی، ۱۳۹۰، سلطانی و همکاران، ۱۳۹۵، عزیزی و همکاران، ۱۳۹۶.

۲-۲- منطقه مورد مطالعه

شهرستان طبس بزرگ‌ترین شهرستان ایران و در غرب استان خراسان جنوبی، شمال شرق استان یزد؛ جنوب خراسان رضوی؛ غرب اصفهان و شمال کرمان، در مدارهای ۳۱ درجه و ۳۵ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۲۳ دقیقه عرض شمالی و نصف‌النهار ۵۵ درجه و ۱۲ دقیقه تا ۵۸ درجه و ۲۶ دقیقه طول شرقی، با مساحت ۵۵۴۶۰ کیلومتر مربع در منطقه‌ای با آب و هوای بیابانی در خراسان جنوبی واقع شده است.



شکل ۲: پراکندگی روستاهای مورد مطالعه در شهرستان طیس

۳- یافته‌ها

در طراحی پرسش‌نامه خانوار، با توجه اهداف، سؤالات، فرضیه‌ها و شاخص‌های تحقیق، از مقیاس‌های مختلف اندازه‌گیری (اسمی، ترتیبی، نسبی و فاصله‌ای)، استفاده شده است، جهت مقایسه شاخص‌ها، در مورد شاخص‌هایی که با مقیاس ترتیبی و فاصله‌ای اندازه‌گیری شده، از آزمون t مستقل و برای شاخص‌هایی که با مقیاس اسمی اندازه‌گیری گردیده، از آزمون «خی‌دو» استفاده شده است.

با توجه به این‌که شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق از ترکیب گویه‌هایی در طیف لیکرت حاصل شده‌اند و با مقیاس فاصله‌ای تغییر یافته‌اند؛ لذا به منظور بررسی نرمال بودن توزیع صفات شاخص‌ها و متغیرها از خطای استاندارد ضرایب چولگی و کشیدگی استفاده شد. بدین صورت که اگر مقدار این خطا کوچک‌تر از -2 و یا بزرگ‌تر از $+2$ باشد، در آن صورت فرض نرمال بودن توزیع رد می‌شود. همچنین چنانچه ضرایب چولگی و کشیدگی بین -1.5 و $+1.5$ باشد، توزیع شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق نرمال است (نوغانی و اصغرپور ماسوله، ۱۳۸۷: ۲۲) بنابراین با توجه به آنچه که در جدول (۲) قابل مشاهده است توزیع تمام شاخص‌ها، ابعاد و متغیرها نرمال هستند.

جدول شماره ۲: نتایج آزمون نرمال بودن

نتیجه آزمون	کشیدگی		چولگی		شاخص
	خطا	ضریب	خطا	ضریب	
تأیید نرمال	۰.۲۵۹	۰.۴۰۷	۰.۱۲۵	۰.۸۴۱	اجتماعی
تأیید نرمال	۰.۲۵۹	۰.۰۵۸	۰.۱۲۵	۰.۶۴۷	اقتصادی
تأیید نرمال	۰.۲۵۹	۰.۱۴۶	۰.۱۲۵	۰.۵۹۳	زیست‌محیطی

۳-۱- رابطه بین ابعاد و شاخص‌های تحقیق با ورود گردشگران به روستاهای هدف

به منظور بررسی سطح شاخص‌های اندازه‌گیری شده در ابعاد مختلف تحقیق با توجه به مقیاس اندازه‌گیری شده در قالب طیف لیکرت از آزمون t تک گروهی استفاده شده است که در ادامه به تفصیل شرح داده شده است.

به منظور بررسی رابطه شاخص‌های بعد اقتصادی در قالب طیف لیکرت یعنی شاخص‌های «ایجاد اشتغال»، «افزایش درآمد»، «کاهش بیکاری»، «افزایش امکانات زیرساختی»، «رونق صنایع دستی»، «افزایش خرید محصولات زراعی و دامی»، «متنوع شدن منابع درآمدی»، «افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های خدماتی و ارتباطی»، در بین روستاییان از آزمون t تک گروهی استفاده و نتایج در جدول شماره (۳) ارائه گردید.

سطح معناداری (p-value) آزمون، در مورد همه شاخص‌ها از سطح خطای ۰/۰۵ کمتر است. توجه به آماره‌ها نیز نشان می‌دهد که همه آماره‌ها مثبت است؛ لذا با سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح همه شاخص‌ها در میان روستاییان از سطح متوسط بالاتر است. می‌توان استدلال نمود؛ بین ورود گردشگران و ابعاد اقتصادی روستاهای مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳: رابطه بین ورود گردشگران و ابعاد اقتصادی گردشگری با استفاده از آزمون آماری T

رابطه معناداری	سطح معناداری P-VALUE(SIG)	درجه آزادی	مقدار T	شاخص
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۷۰.۶۹۸	ورود گردشگران و ایجاد اشتغال
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۶۲.۳۴۹	ورود گردشگران و افزایش درآمد
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۶۶.۴۹۷	ورود گردشگران کاهش بیکاری
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۵۵.۶۵۵	ورود گردشگران امکانات زیرساختی نظیر جاده، آب، برق و غیره
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۵۴.۷۱۹	ورود گردشگران و رونق صنایع دستی
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۹۹.۳۷۷	ورود گردشگران و افزایش خرید محصولات زراعی و دامی
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۶۴.۷۳۷	ورود گردشگران و متنوع شدن منابع درآمدی و کسب‌وکار
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۷۱.۵۹۹	ورود گردشگران و افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های خدماتی و ارتباطی

همانگونه که در جدول شماره (۴) مشاهده می‌گردد در بعد اجتماعی - فرهنگی نیز با توجه به سطح شاخص‌های اندازه‌گیری شده جهت بررسی رابطه ورود گردشگران و شاخص‌های این بعد از آزمون t تک گروهی استفاده شده است. همانگونه که ملاحظه می‌گردد سطح معناداری (p-value) آزمون، در مورد اکثریت شاخص‌ها از سطح خطای ۰/۰۵ کمتر است، لذا با سطح اطمینان ۹۵ درصد، همه شاخص‌ها در میان روستاییان از سطح متوسط بالاتر است. در نتیجه می‌توان استدلال نمود؛ بین ورود گردشگران و ابعاد اجتماعی - فرهنگی روستاهای مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد. شاخص‌های «رواج فرهنگ مصرف‌گرایی»، «بروز ناهنجاری‌های اجتماعی»، «کاهش انسجام اجتماعی و خانوادگی»، «افزایش جرایم (دزدی و...)»، با سطح اطمینان ۹۵ درصد در میان روستاییان معنی‌دار نیست.

جدول ۴: رابطه بین ورود گردشگران و ابعاد اجتماعی - فرهنگی گردشگری با استفاده از آزمون آماری T

رابطه معناداری	سطح معناداری P- VALUE(SIG)	درجه آزادی	مقدار T	شاخص
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۴۳.۱۵۰	ورود گردشگران کاهش مهاجرت
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۳۷.۳۶۱	ورود گردشگران و مهاجرت از شهر به روستا
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۶۸.۵۲۲	ورود گردشگران و افزایش سواد و آگاهی
معنادار	۰.۰۰۴	۳۴۷	۳۹.۸۵۳	ورود گردشگران و کم‌رنگ‌شدن فرهنگ بومی
غیرمعنادار	۰.۰۶۳	۳۴۷	۴۴.۷۸۱	ورود گردشگران و رواج فرهنگ مصرف‌گرایی
غیرمعنادار	۰.۰۷۶	۳۴۷	۳۴.۶۵۳	ورود گردشگران و بروز ناهنجاری‌های اجتماعی
غیرمعنادار	۰.۱۵۲	۳۴۷	۳۲.۲۰۳	ورود گردشگران و کاهش انسجام اجتماعی و خانوادگی
غیرمعنادار	۰.۰۶۳	۳۴۷	۲۲.۹۷۷	ورود گردشگران و افزایش جرایم (دزدی و...)
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۵۲.۷۸۴	ورود گردشگران و افزایش مشارکت بخش خصوصی و دولتی در ساخت پروژه‌ها
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۵۲.۶۶۸	ورود گردشگران و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (آنتن‌دهی موبایل، برق و غیره)

به منظور بررسی سطح شاخص‌های اندازه‌گیری شده بعد زیست‌محیطی نیز در بین روستاییان از آزمون t تک گروهی استفاده شده است همانگونه که در جدول شماره (۵) مشاهده می‌شود سطح معناداری (p-value) آزمون، در مورد اکثریت شاخص‌ها از سطح خطای ۰/۰۵ کمتر است. توجه به آماره‌ها نیز نشان می‌دهد که اکثریت آماره‌ها مثبت است؛ لذا با سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح همه شاخص‌ها در میان روستاییان از سطح متوسط بالاتر است. می‌توان استدلال نمود؛ بین ورود گردشگران و ابعاد زیست‌محیطی روستاهای مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد. شاخص «ورود گردشگران و تخریب محیط‌زیست»، با سطح اطمینان ۹۵ درصد در میان روستاییان معنی‌دار نیست.

جدول ۵: رابطه بین ورود گردشگران و ابعاد زیست‌محیطی گردشگری با استفاده از آزمون آماری T

رابطه معناداری	سطح معناداری P- VALUE(SIG)	درجه آزادی	مقدار T	شاخص
غیرمعنادار	۰.۰۲۱	۳۴۷	۲۸.۳۰۶	ورود گردشگران و تخریب محیط‌زیست
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۳۶.۵۲۰	ورود گردشگران و آلودگی منابع آب و خاک
معنادار	۰.۰۰۲	۳۴۷	۳۷.۹۱۵	ورود گردشگران و آلودگی هوا و صوتی
معنادار	۰.۰۰۴	۳۴۷	۳۶.۹۷۵	ورود گردشگران و تخریب آثار تاریخی و طبیعی گردشگری
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۵۵.۰۳۶	ورود گردشگران و حفاظت از آثار تاریخی و طبیعی
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۶۲.۶۰۶	ورود گردشگران و بالا رفتن فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست
معنادار	۰.۰۰۰	۳۴۷	۵۷.۱۳۵	ورود گردشگران و کاهش مشکلات زیست‌محیطی (احداث سطل‌های زباله و بهداشت محیط)

۳-۲- خوشه‌بندی و رتبه‌بندی روستاها بر اساس پتانسیل گردشگری

در پژوهش حاضر رتبه‌بندی روستاها به روش آراس بر اساس پتانسیل گردشگری در شهرستان طبس صورت گرفت. جدول شماره ۶، امتیازات پتانسیل گردشگری برای روستاهای مورد مطالعه را نشان می‌دهد. نتایج بررسی‌ها بیانگر این است که در روستاهای مورد مطالعه، شاخص‌های تعداد گردشگر، فاصله از شهر و تعداد امکانات رفاهی دارای امتیاز بیشتری و شاخص‌های نوع راه ارتباطی، تعداد امکانات زیرساختی و فاصله از شهر از امتیاز کمتری برخوردار هستند.

جدول شماره ۶: ماتریس اولیه شاخص‌های پتانسیل گردشگری

ردیف	نام روستا	تعداد جمعیت	فاصله از شهر	نوع راه ارتباطی	تعداد امکانات زیرساختی	تعداد امکانات رفاهی	تعداد گردشگر (در سال)	تعداد جاذبه گردشگری
۱	ده محمد	۰.۰۴۳	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۲	ملوند	۰.۰۴۳	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۳	گل‌شانه	۰.۰۴۳	۰.۰۴۴	۰.۰۴۴	۰.۰۴۴	۰.۰۴۴	۰.۰۲۹	۰.۰۴۵
۴	منصوریه	۰.۰۱۱	۰.۰۵۳	۰.۰۵۳	۰.۰۵۳	۰.۰۵۳	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۵	هودر	۰.۰۵۴	۰.۰۶۹	۰.۰۴۹	۰.۰۵۹	۰.۰۴۹	۰.۰۷۴	۰.۰۴۵
۶	رضویه	۰.۰۲۲	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۵۹	۰.۰۴۵
۷	یوسف‌آبادیم	۰.۰۳۲	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۵۹	۰.۰۴۵
۸	پیرحاجات	۰.۰۴۳	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۴۴	۰.۰۲۳
۹	حلوان	۰.۰۵۴	۰.۰۴۷	۰.۰۴۷	۰.۰۴۷	۰.۰۴۷	۰.۰۱۵	۰.۰۴۵
۱۰	خروعلیا	۰.۰۴۳	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۵۹	۰.۰۴۵
۱۱	رباطخان	۰.۰۲۲	۰.۰۵۱	۰.۰۵۱	۰.۰۵۱	۰.۰۵۱	۰.۰۱۵	۰.۰۴۵
۱۲	کردآباد	۰.۰۳۲	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۱۳	ازمیغان	۰.۰۳۲	۰.۰۵۷	۰.۰۵۰	۰.۰۵۸	۰.۰۵۰	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۱۴	جوخواه	۰.۰۶۵	۰.۰۵۸	۰.۰۴۸	۰.۰۵۸	۰.۰۴۸	۰.۰۵۹	۰.۰۴۵
۱۵	کریت	۰.۰۶۵	۰.۰۴۲	۰.۰۴۲	۰.۰۴۲	۰.۰۴۲	۰.۰۷۴	۰.۰۴۵
۱۶	سرنند	۰.۰۳۲	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۲۹	۰.۰۲۳
۱۷	پیکوه	۰.۰۵۴	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۳۹	۰.۰۲۹	۰.۰۴۵
۱۸	اصفهک	۰.۰۵۴	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۳۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۱۹	چیروک	۰.۰۴۳	۰.۰۴۰	۰.۰۴۰	۰.۰۴۰	۰.۰۴۰	۰.۰۲۹	۰.۰۲۳
۲۰	ماودر	۰.۰۳۲	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	۰.۰۲۹	۰.۰۲۳
۲۱	زردگاه	۰.۰۲۲	۰.۰۴۵	۰.۰۴۵	۰.۰۴۵	۰.۰۴۵	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۲۲	نای بند	۰.۰۵۴	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۲۹	۰.۰۴۵
۲۳	دهنو	۰.۰۵۴	۰.۰۴۳	۰.۰۴۳	۰.۰۴۳	۰.۰۴۳	۰.۰۲۹	۰.۰۴۵
۲۴	عرباباد	۰.۰۵۴	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۳۵	۰.۰۲۹	۰.۰۴۵
۲۵	اسفندیار	۰.۰۶۵	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۲۹	۰.۰۴۵
۲۶	مرغوب	۰.۰۵۴	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۲۹	۰.۰۲۳
۲۷	نصرت‌آباد	۰.۰۱۱	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۵۹	۰.۰۲۳

ردیف	نام روستا	تعداد جمعیت	فاصله از شهر	نوع راه ارتباطی	تعداد امکانات زیرساختی	تعداد امکانات رفاهی	تعداد گردشگر (در سال)	تعداد جاذبه گردشگری
۲۸	خروان سفلی	۰.۰۱۱	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۵۹	۰.۰۴۵
۲۹	خروسفلی	۰.۰۱۱	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۵۹	۰.۰۴۵
۳۰	عباس ابادشجاع	۰.۰۱۱	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۷۴	۰.۰۴۵
۳۱	امیرآباد	۰.۰۳۲	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۳۲	چاه ترخ سفلی	۰.۰۱۱	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۷۴	۰.۰۴۵
۳۳	امامزاده علی	۰.۰۳۲	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۳۴	زنوغان	۰.۰۵۴	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
۳۵	دستگردان	۰.۰۴۳	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۷۴	۰.۰۴۵
۳۶	حسن آباد	۰.۰۱۱	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۸	۰.۰۴۴	۰.۰۴۵
	جمع	۱.۴۷۷	۱.۵۶۱	۱.۵۲۴	۱.۵۵۲	۱.۵۲۴	۱.۶۰۳	۱.۵۱

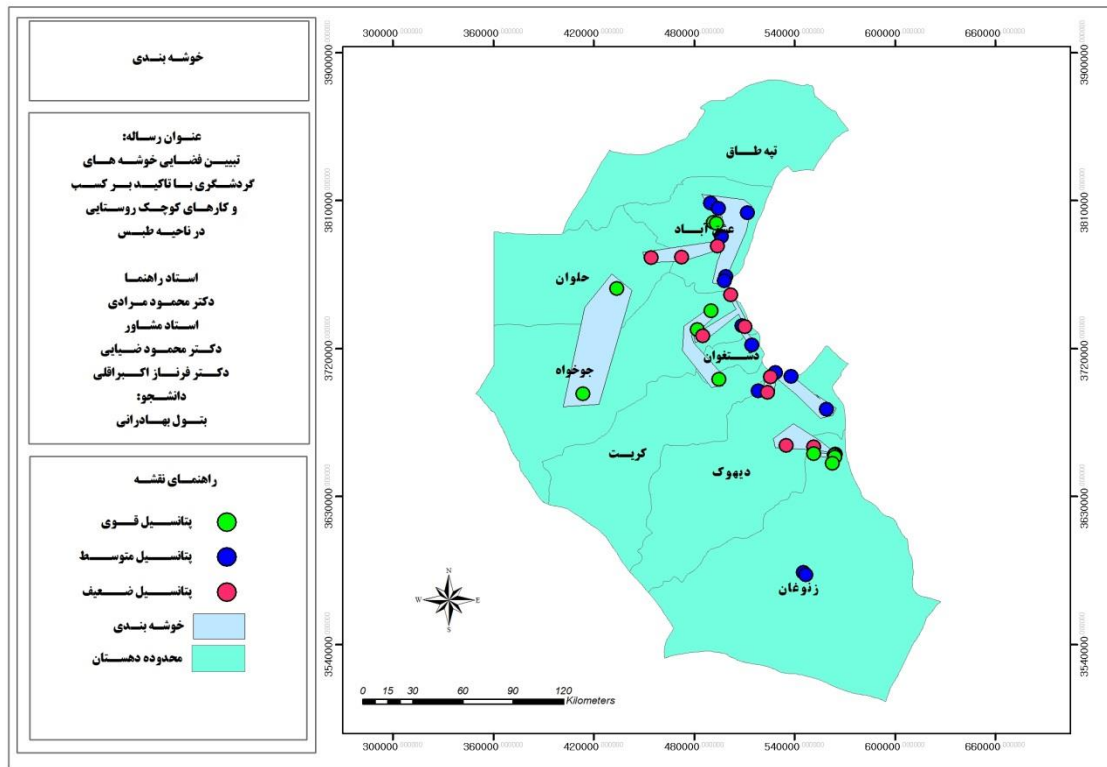
بنابراین، ابتدا روستاهای دارای پتانسیل گردشگری مشخص شدند سپس روستاهای انتخاب شده بر اساس نتایج مدل آراس در سه دسته روستاهای دارای پتانسیل قوی گردشگری، روستاهای دارای پتانسیل متوسط و روستاهای دارای پتانسیل ضعیف مشخص شدند و نتایج و خوشه‌بندی روستاها با استفاده از نرم‌افزار Arc GIS نشان داده شده است.

با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته از مدل آراس در مورد رتبه‌بندی روستاهای گردشگری شهرستان طبس که نتایج آن در جداول ۷ نشان داده شده است، روستاهای هودر، جوخواه، ازمیغان، کریت، دستگران، نایبند، اسفندیار، زنوغان، رباط خان، حلوان، دهنو و عرب آباد دارای پتانسیل گردشگری قوی‌تری نسبت به بقیه روستاهای شهرستان هستند و روستاهای منصوریه، ده محمد، زردگاه، امیرآباد، امامزاده علی، عباس‌آباد شجاع، چاه ترخ سفلی، گل شانه، یوسف آبادبیم، اصفهک، رضویه، خروان سفلی و خروسفلی در گروه پتانسیل متوسط برای گردشگری قرار دارند. در گروه پتانسیل ضعیف روستاهای مرغوب، خروعلیا، پیکوه، ملوند، حسن آباد، کردآباد، نصرت آباد، پیرحاجات، پیروک، سرند و ماودر قرار می‌گیرند.

جدول ۷: خوشه‌بندی روستاها بر اساس پتانسیل گردشگری در شهرستان طبس

پتانسیل گردشگری	روستاها
پتانسیل قوی	هودر، جوخواه، ازمیغان، کریت، دستگران، نایبند، اسفندیار، زنوغان، رباط خان، حلوان، دهنو، عرب آباد
پتانسیل متوسط	منصوریه، ده محمد، زردگاه، امیرآباد، امامزاده علی، عباس‌آباد شجاع، چاه ترخ سفلی، گل شانه، یوسف آبادبیم، اصفهک، رضویه، خروان سفلی، خروسفلی
پتانسیل ضعیف	مرغوب، خروعلیا، پیکوه، ملوند، حسن آباد، کردآباد، نصرت آباد، پیرحاجات، پیروک، سرند، ماودر

نقشه شماره ۳، خوشه‌بندی روستاهای دارای پتانسیل مختلف گردشگری در سه گروه روستاهای دارای پتانسیل قوی، متوسط و ضعیف در شهرستان طبس نشان می‌دهد. بیشتر روستاهای دارای پتانسیل قوی گردشگری در محدوده مرکزی و شرقی شهرستان قرار دارند؛ با فاصله گرفتن از مرکز شهرستان به سمت شمال، جنوب و غرب از تعداد روستاهای دارای پتانسیل گردشگری کاسته می‌شود. همچنین بیشتر روستاهای دارای پتانسیل متوسط و قوی گردشگری نیز در محدوده مرکزی و شرقی واقع شده‌اند.



شکل ۳: خوشه‌بندی روستاهای دارای پتانسیل گردشگری در شهرستان طبس

در ادامه جهت بررسی نقش الگوی خوشه‌ای در توزیع کسب و کارهای گردشگری مبتنی بر منابع محلی و پایداری توسعه ناحیه طبس بررسی کسب و کارهای مرتبط با گردشگری در روستاهای مورد مطالعه بر اساس شاخص‌های اقامتگاه بوم‌گردی، اتاق اجاره‌ای، انواع صنایع‌دستی، محصولات دامی، محصولات زراعی، محصولات باغی، رستوران و خدمات حمل‌ونقل بر اساس مدل گاتمن پرداخته‌ایم.

جدول ۸: کسب و کار گردشگری و رتبه‌بندی روستاها با مدل گاتمن

روستا	خدمات حمل‌ونقل	رستوران	محصولات باغی	محصولات زراعی	محصولات دامی	انواع صنایع‌دستی	اتاق اجاره‌ای	اقامتگاه بوم‌گردی	جمع
ده محمد	۱	۳	۳	۲	۳	۲	۰	۰	۱۴
ملوند	۰	۰	۲	۲	۳	۲	۱	۰	۱۰
گل‌شانه	۱	۰	۳	۲	۲	۲	۱	۰	۱۱
منصوریه	۱	۰	۳	۲	۲	۲	۱	۱	۱۲
هودر	۱	۰	۳	۲	۲	۱	۱	۰	۱۰
رضویه	۱	۱	۳	۲	۳	۳	۱	۱	۱۵
یوسف	۱	۰	۲	۲	۲	۲	۱	۰	۱۰
پیرحاجات	۱	۰	۳	۲	۲	۳	۱	۳	۱۵
حلوان	۱	۱	۲	۲	۲	۳	۱	۴	۱۶
خروعلیا	۱	۱	۳	۲	۲	۲	۱	۱	۱۳
رباطخان	۱	۱	۳	۲	۳	۲	۱	۲	۱۵
کردآباد	۱	۱	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۱۳
ازمیغان	۱	۱	۳	۲	۲	۲	۱	۳	۱۵
جوخواه	۱	۱	۲	۲	۲	۳	۰	۳	۱۴
کریت	۱	۱	۲	۲	۲	۲	۱	۱	۱۲
سرنند	۰	۰	۲	۲	۲	۲	۱	۱	۱۰
پیکوه	۰	۱	۲	۲	۲	۲	۱	۰	۱۰
اصفهک	۱	۱	۲	۲	۲	۳	۲	۸	۲۱
چیروک	۰	۰	۲	۲	۲	۲	۱	۰	۹
ماودر	۱	۰	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۱۲
زردگاه	۰	۱	۲	۲	۲	۲	۱	۱	۱۱
نای‌بند	۱	۱	۲	۲	۲	۳	۱	۲	۱۴
دهنو	۰	۰	۲	۲	۲	۲	۱	۰	۹
عرباباد	۱	۰	۲	۲	۲	۲	۰	۱	۱۰
اسفندیار	۱	۱	۲	۲	۲	۳	۱	۱	۱۳
مرغوب	۰	۰	۲	۲	۲	۳	۰	۰	۹
نصرت‌آباد	۰	۰	۲	۲	۲	۲	۰	۰	۸
خروان	۰	۰	۲	۲	۲	۳	۰	۰	۹
خروسفلی	۰	۰	۲	۲	۲	۲	۰	۰	۸
عباس	۰	۰	۲	۲	۱	۲	۰	۰	۷
امیرآباد	۰	۰	۲	۲	۲	۲	۰	۰	۸
چاه‌ترخ	۱	۰	۲	۲	۲	۲	۰	۱	۱۰
امامزاده	۱	۱	۲	۲	۲	۳	۰	۱	۱۲
زنوگان	۰	۰	۲	۲	۲	۳	۰	۰	۹
دستگردان	۱	۰	۲	۲	۲	۱	۱	۱	۱۰
حسن‌آباد	۱	۰	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۱۲

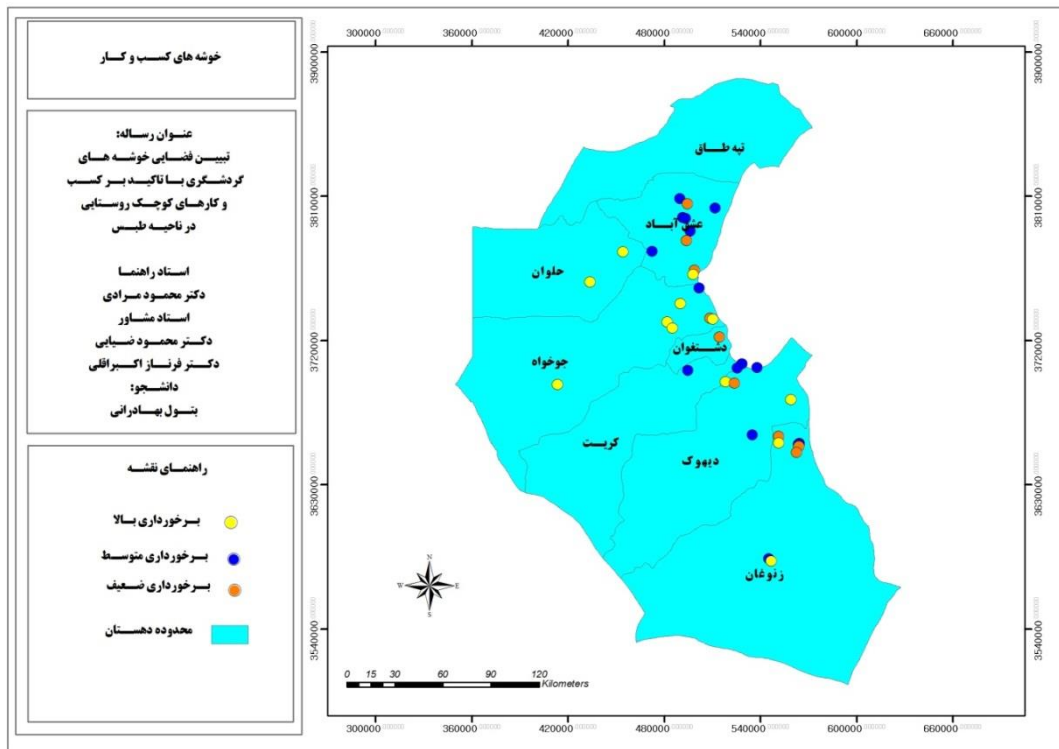
در نهایت همانگونه که در جدول شماره ۹ مشاهده می‌گردد روستاهای گردشگری بر اساس کسب و کار در سه گروه با برخوردار بال، برخوردار متوسط و برخوردار ضعیف طبقه‌بندی شدند. روستاهای اصفهک، حلوان، ازمیغان، رباط خان، پیرحاجات، رضویه، نای‌بند، جوخواه، خروعلیا، کردآباد، اسفندیار، ده محمد در گروه برخوردار بالا قرار

دارند. همچنین روستاهای ملوند، هودر، یوسف آبادیم، سرند، پیکوه، عرب‌آباد، چاه ترخ سفلی، دستگردان، گل‌شانه، زردگاه، منصوریه، کریت، ماودر، امامزاده علی، حسن‌آباد در گروه برخوردار متوسط و روستاهای عباس‌آباد شجاع، نصرت‌آباد، امیرآباد، چیروک، دهنو، مرغوب، خروان سفلی، زنوگان و خروسفلی در گروه برخوردار ضعیف قرار دارند.

جدول ۹: خوشه‌بندی روستاها بر اساس کسب و کارهای گردشگری

نوع برخوردار	روستاها
برخوردار بالا	اصفهک، حلوان، ازمیغان، رباط خان، پیرحاجات، رضویه، نایبند، جوخواه، خرولیا، کردآباد، اسفندیار، ده محمد
برخوردار متوسط	ملوند، هودر، یوسف آبادیم، سرند، پیکوه، عرب‌آباد، چاه ترخ سفلی، دستگردان، گل‌شانه، زردگاه، منصوریه، کریت، ماودر، امامزاده علی، حسن‌آباد
برخوردار ضعیف	عباس‌آباد شجاع، نصرت‌آباد، امیرآباد، چیروک، دهنو، مرغوب، خروان سفلی، زنوگان و خروسفلی

در نهایت نتایج حاصل از خوشه‌بندی روستاها در نقشه شماره ۴ نشان داده‌ایم تا توزیع کسب و کارهای گردشگری در شهرستان طبس مبتنی بر الگوی خوشه‌ای سطح شهرستان گویاتر شود.



شکل ۴: خوشه‌بندی روستاهای دارای کسب‌وکار گردشگری در شهرستان طبس

۴- بحث و نتیجه‌گیری

واقعیت‌های فضای زندگی در روستاهای ناحیه مورد مطالعه، بر حسب نگرش و شاخص‌های موردنظر این پژوهش، در فصول گذشته و نیز نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق، انعکاس یافته است.

به طور کلی محیط طبیعی بستر تأمین زندگی انسان است. این بستر، امکانات و محدودیت‌هایی را برای جوامع فراهم می‌سازد. محیط طبیعی منابعی را در اختیار جوامع قرار می‌دهد و گروه‌های اجتماعی مختلف، در مکان‌های مختلف شیوه‌های متفاوتی را در جهت بهره‌برداری از این منابع به کار می‌گیرند (شکویی، ۱۳۸۷: ۲۶۱). توان‌های محیطی و یا پتانسیل‌های بالقوه یک محیط یک واقعیت است که می‌تواند جنبه اجتماعی یا اقتصادی به خود بگیرد. محیط جغرافیایی گیلان و مازندران امکانات بالقوه‌ای را از نظر شرایط طبیعی، (آب و خاک و ...) در اختیار می‌گذارد که به هیچ وجه قابل مقایسه با امکانات و محیط جغرافیایی جنوب خراسان نیست. ولی این به این معنا نیست که خراسان جنوبی محکوم به عقب‌ماندگی است، امروزه تحولات علمی نشان داده است که پیشرفت و توسعه می‌تواند همه‌جایی باشد، در دل بیابان‌ها وقتی شرایط اقتصادی، نیروی انسانی، تکنولوژی و مدیریت فراهم آید، پیشرفت حاصل می‌گردد (پاپلی یزدی، ۱۳۷۳: ۱۵).

رویکرد حاکم بر برنامه‌ریزی کشور رویکرد عقل‌گرا بوده که رویکردی غیرمشارکتی است. چنین رویکردی مشارکت را در فرایند تهیه و اجرای طرح‌ها و برنامه‌های توسعه در کشور و در روستا به خوبی به کار نمی‌گیرد (رضوانی، ۱۳۹۰: ۸۲). جهت‌گیری و محتوای برنامه‌ریزی، متأثر از ماهیت نظام سیاسی و الگوی توسعه‌ای دارای رویکردهای بالا به پایین در برنامه‌ریزی است. در چنین نظام برنامه‌ریزی متمرکزی، مکانیسم مشارکت نهادها و دستگاه‌های مختلف محدود به دولت می‌شود (ازکیا و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۰).

شهرستان طبس از جاذبه‌های متعدد گردشگری برخوردار است، اما محرومیت‌های آن در سطوح مختلف، به خصوص در زمینه توسعه صنعت گردشگری نگران‌کننده است. مهم‌ترین مشکلات گردشگری شهرستان طبس از نگاه کارشناسان حوزه گردشگری: ۱- مقاومت جامعه محلی در پذیرش فرهنگ گردشگری و گسترش بینش گردش پذیر شدن جامعه محلی ۲- ضعف زیرساخت‌ها (نبود پرواز - جاده‌های نامناسب و...) ۳- نبود راهنماهای رسمی گردشگری ۴- نبود انجمن حرفه‌ای اقامتگاه‌های بوم‌گردی.

چگونگی توسعه گردشگری شهرستان طبس نشان از تراکم و تمرکز بیش از حد فعالیت‌ها و تأسیسات گردشگری در برخی نواحی از جمله روستاهای ازمیغان، نای‌بند، اصفهک، کریت، حلوان و شهر طبس است به طوری که از سال ۹۵ تاکنون ۱۶ مرکز بوم‌گردی در روستاهای نامبرده احداث شده است، اما نواحی روستایی دیگر علی‌رغم داشتن پتانسیل‌های بالا در توسعه گردشگری رشد قابل توجهی نداشته‌اند. این عدم تعادل نشان می‌دهد که مفهوم عدالت فضایی - به معنای عام توسعه متوازن با توانمندی‌ها در برنامه‌ریزی فضایی توسعه گردشگری شهرستان دیده نشده است و یا پیاده‌سازی آن با مشکلاتی همراه بوده است. بدیهی است دسترسی بهینه به خدمات گردشگری، مستلزم استقرار این دسته از خدمات در مکان‌های مناسب است تا گردشگران بتوانند با صرف کمترین هزینه و وقت و بدون مواجهه با موانع و محدودیت‌ها، از جاذبه‌ها دیدن کنند؛ بنابراین لازم است با عنایت به مفهوم و ماهیت برنامه‌ریزی فضایی، به توسعه گردشگری مبادرت شود، تا نه تنها بستری برای ارضای نیازهای متنوع طیف بزرگی از گردشگران فراهم شود، بلکه به دلیل تعادل در انتشار فضایی خدمات و تسهیلات گردشگری متناسب با پتانسیل‌های هر مقصد، جمعیتی انبوه از جامعه میزبان و پهنه‌ای گسترده از قلمرو جغرافیایی مقصد، از تحولات مثبت اجتماعی - اقتصادی آن متأثر گردند.

با توجه به موضوع پژوهش نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد ۲۷.۳ درصد اشتغال در گروه مغازه داری، ۳.۵ درصد در مشاغل مربوط به حمل نقل و مسافرکشی، ۱۶.۱ درصد در گروه هتل‌داری و مهمان‌پذیر، ۱۰.۹ درصد در گروه

رستوران‌داری و ۴۲.۲ درصد در گروه مربوط به مشاغل صنایع‌دستی و محلی و صنایع کوچک ایجاد شده توسط روستاییان اشتغال ایجاد شده است. به‌طورکلی مشاغل صنایع‌دستی شامل قالی و گلیم‌بافی، صنایع بافندگی، مشاغل مربوط به تبدیل تولیدات دامی به صنایع‌دستی کوچک جهت فروش به گردشگران است. همچنین در بعد اقتصادی ورود گردشگران موجب ایجاد اشتغال، افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های خدماتی و ارتباطی، متنوع شدن منابع درآمدی و کسب و کار در روستاها، کاهش بیکاری و افزایش درآمد و برخورداری روستاییان از امکانات زیرساختی نظیر جاده، آب، برق و غیره در روستاها شده است. در ادامه ابعاد اجتماعی - فرهنگی ورود گردشگران به روستاها موجب افزایش سواد و آگاهی روستاییان، کاهش میزان مهاجرت در روستاها، مهاجرت معکوس از شهر به روستا، افزایش مشارکت بخش خصوصی و دولتی در ساخت پروژه‌ها و توسعه و عمران در روستاها و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (آنتن‌دهی موبایل، برق و غیره) در روستاها شامل است. در نهایت ابعاد زیست‌محیطی ورود گردشگران می‌تواند به عواملی همچون بالا رفتن فرهنگ حفاظت از محیط‌زیست در روستاها، حفاظت از آثار تاریخی و طبیعی از طرف سازمان‌های مرتبط گردشگری در روستاها و کاهش مشکلات زیست‌محیطی (احداث سطل‌های زباله و بهداشت محیط) در روستاها اشاره کرد.

مهم‌ترین مسائل و مشکلات صنعت گردشگری در روستاهای مورد مطالعه از نگاه فعالان صنعت گردشگری عواملی مانند کرونا تعطیلی بسیاری از مراکز جذب گردشگر بر اثر کرونا، کاهش مسافرت و همچنین کاهش قدرت خرید مردم، مشکل آنتن‌دهی شبکه‌های تلفن همراه، اعتراض و برخورد جامعه محلی و مذهبی به ورود گردشگران و پوشش آنان و عدم پرداخت وام و حمایت دولت از واحدهای گردشگری و... از مشکلات صنعت گردشگری هستند.

رتبه‌بندی روستاهای گردشگری شهرستان طبس با مدل آراس نشان می‌دهد که روستاهای هودر، جوخواه، ازمیغان، کریت، دستگران، نای‌بند، اسفندیار، زنوغان، رباط خان، حلوان، دهنو و عرب آباد دارای پتانسیل گردشگری قوی‌تری نسبت به بقیه روستاهای شهرستان هستند و روستاهای منصوریه، ده محمد، زردگاه، امیرآباد، امامزاده علی، عباس‌آباد شجاع، چاه ترخ سفلی، گل شانه، یوسف ابادیم، اصفهک، رضویه، خروان سفلی و خروسفلی در گروه پتانسیل متوسط برای گردشگری قرار دارند. در گروه پتانسیل ضعیف روستاهای مرغوب، خروعلیا، پیکوه، ملوند، حسن‌آباد، کردآباد، نصرت‌آباد، پیرحاجات، چیروک، سرنند و ماودر قرار می‌گیرند. همچنین توزیع فضایی روستاهای دارای پتانسیل مختلف گردشگری در شهرستان طبس نشان می‌دهد که بیشتر روستاهای دارای پتانسیل قوی گردشگری در محدوده مرکزی و شرقی شهرستان قرار دارند؛ با فاصله گرفتن از مرکز شهرستان به سمت شمال و غرب از تعداد روستاهای دارای پتانسیل گردشگری کاسته می‌شود. هم‌چنین بیشتر روستاهای دارای پتانسیل متوسط و قوی گردشگری نیز در محدوده مرکزی و شرقی واقع شده‌اند؛ بنابراین لازم است جهت بهره‌مندی همه روستاهای شهرستان از ابعاد توسعه، امکان جذب گردشگر برای آن‌ها با توسعه زیرساخت‌ها فراهم شود.

با توجه به یافته‌های توصیفی تحقیق، در ناحیه مورد بررسی پژوهش، مهارت‌ها و توانمندی‌هایی وجود دارد که بهره‌گیری از آن برای روستاییان و کارآفرینان در قالب ساختارهای فعلی نیز مقدور است؛ لذا موارد پیشنهادی زیر می‌تواند در توسعه روستایی در ناحیه تحت مطالعه، تا حدودی مؤثر باشد:

- ایجاد زیرساخت‌های مناسب جهت ورود گردشگران و رونق اقتصادی - اجتماعی روستاها
- ایجاد تبلیغات از راه‌های مختلف جهت شناساندن آثار مختلف گردشگری به گردشگران.
- هماهنگی و همکاری با سازمان‌های تورگردان جهت ورود گردشگران به روستاها.
- احداث تعاونی‌ها جهت فراهم‌آوری مواد اولیه صنایع‌دستی و بازاریابی برای فروش آن به گردشگران

- ایجاد سیاست‌های تشویقی از طریق برگزاری جشنواره‌ها و اهدای جوایز به بازدیدکنندگان از جاذبه‌های گردشگری.
- برگزاری بازارهای هفتگی یا روزانه در مجاورت مراکز گردشگری و ارائه کالا با تخفیف.
- برگزاری نمایشگاه صنایع دستی و دعوت از گردشگران جهت بازدید از نمایشگاه.
- سرمایه‌گذاران بومی برای سرمایه‌گذاری در بخش توریسم (مثل هتلداری، مهمانداری) به دلیل وجود امکانات و زیرساخت‌های محیطی
- لزوم توجه و حمایت مسئولان دولتی از توسعه گردشگری با رویکرد اشتغال‌زایی و کسب درآمد به عنوان سازوکار مناسب جهت توسعه منطقه
- اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد پایدار برای جامعه محلی از طریق دریافت ورودیه، صدور مجوز و اداره تسهیلات و زیرساخت‌های توریستی
- احداث مراکز اقامتی، رفاهی، بهداشتی و خدماتی از قبیل کمپینگ‌های اقامتی، سرویس‌های بهداشتی، نمازخانه و ... در کنار جاذبه‌های مهم توریستی و اکوتوریستی منطقه
- ارائه آموزش‌های لازم به مردم محلی جهت پذیرش گردشگران
- دعوت از سرمایه‌گذاران بومی و غیره بومی جهت سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری.

منابع

۱. آسایش، حسین و علی‌رضا استعلاجی، (۱۳۸۲)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی منطقه‌ای، انتشارات دانشگاه آزاد، شهر ری.
۲. ابراهیمی دهکردی، امین (۱۳۹۸) ارزیابی اقتصاد گردشگری در روستاهای مازندران (مطالعه موردی: دهستان ناتل کنار علیا از بخش مرکزی شهرستان نور)، دوره ۸، شماره ۳۰، صفحه ۱-۱۷۵.
۳. بیات، روح‌الله، فضلی، صفر و مهسا مرنندی، (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر تصویر برند مقصد گردشگری و تأثیر آن بر رفتار گردشگران داخلی مطالعه موردی: شهر قزوین (دوفصلنامه مطالعات گردشگری، دوره دوم، شماره ۳، صص ۱۲۲ - ۱۳۸).
۴. پوریان، ابوالفضل، زیویار، پروانه، استعلاجی، علیرضا، بارانی پسپان، وحید (۱۳۹۹) بررسی زمینه‌های توسعه کارآفرینانه گردشگری روستایی (نمونه موردی: نقاط روستایی شهرستان کرج) فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای) سال یازدهم، شماره ۱ صص ۱۵۷-۱۴۱.
۵. تالانه، منصوره (۱۳۹۵) الگوی توسعه خوشه‌ای گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان ساری)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، استاد راهنما، زهره جوانبخت، مؤسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان.
۶. حسام، مهدی، رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۴) بررسی وضعیت حمایت مالی کسب و کارهای گردشگری روستایی از یکدیگر با رویکرد تحلیل شبکه (مطالعه موردی: رستوران‌های روستاهای محور هراز، بخش لاریجان، شهرستان آمل)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی سال چهارم، شماره ۱۰.
۷. جلالیان، مسعود، ملک‌زاده، محمد شریف، میرابی، وحیدرضا (۱۳۹۹) تدوین مدل توسعه گردشگری با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: جزیره کیش)، فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای) سال یازدهم، شماره ۱ صص ۲۰۱-۱۸۷.
۸. راودراد، اعظم، علی حاجی محمدی (۱۳۸۹) تفاوت شناخت حاصل از گردشگری واقعی و گردشگری مجازی بر پایه نظریه روایت، فصلنامه تحقیقات فرهنگی دوره سوم، شماره ۲، صص ۶۱ - ۸۱.

۹. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی، مهدویان، فاطمه (۱۳۹۰) اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۴، صص ۳۸-۲۳.
۱۰. ریاحی، ابوالفضل (۱۳۹۳) رهیافت توسعه صنایع کوچک و متوسط در ایران در قالب خوشه‌های صنعتی، فصلنامه مدیری، سال یازدهم، شماره ۳۳.
۱۱. سجادیان، ناهید، سجادیان، مهیار (۱۳۸۹) بهره‌گیری از GIS در ادامه حیات روستا و تحقق توسعه پایدار روستایی نمونه گردشگری روستایی، مجله مسکن و محیط روستا، دوره ۲۹، شماره ۱۲۹، صص ۸۵-۶۶.
۱۲. سلطانی، سحر، بستان، زهرا (۱۳۹۶) تدوین مطالعات شناختی خوشه گردشگری شهر مشهد، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه، شهر تفلیس، شرکت فناوران یکتا هوشمند اهورا - دانشگاه جرجیا و با مشارکت دانشگاه‌های ایران.
۱۳. سعدی، حشمت‌الله (۱۳۹۲) ارزیابی اقتصادی کسب و کارهای کوچک زنان روستایی (بررسی موردی: استان همدان)، مجله اقتصاد کشاورزی، دوره ۷، شماره ۳.
۱۴. سلطانی، سحر، زارعی، افسانه، پارساپور، سارا (۱۳۹۵) تدوین نقشه خوشه گردشگری شهر مشهد با توجه به نقشه خوشه گردشگری شکل گرفته در سایر نقاط دنیا، همایش بین‌المللی اقتصاد شهری، انجمن علمی اقتصاد شهری ایران، تهران.
۱۵. سرایی، محمدحسین و قاسمی، نرگس، (۱۳۹۳)، بررسی وضعیت گردشگری و بوم گردشگری شهر ورزنه، اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها، پژوهشگاه گردشگری جهاد دانشگاهی، چاپ اول، مشهد، ۴۰-۲۴.
۱۶. شماعتی، علی و جعفر موسی وند (۱۳۹۰) سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۲۳-۴۰.
۱۷. ضرغام، حمید، محمدامینی، صمد (۱۳۹۰) امکان‌سنجی خوشه گردشگری در شهرستان بندر انزلی، نشریه، مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، شماره ۱۴، صص ۱۲۳-۹۳.
۱۸. ضیایی محمود، امین بیدختی، علی‌اکبر و فاطمه قربانی (۱۳۹۲) ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۴، صص ۵۹-۸۸.
۱۹. عزیزی، امیر، یگانگی، کامران، درویشان پور، محمدمهدی (۱۳۹۶) خوشه‌های گردشگری - تهدیدات و استراتژی‌های کلی، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش‌بنیان با تأکید بر اقتصاد مقاومتی، تهران.
۲۰. قاسمی، مسلم، شرفی، حجت‌الله، جعفری، مرضیه، شیخ‌علی‌پور، بهزاد (۱۳۹۵) رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از تکنیک کوپراس (مطالعه موردی: استان زنجان) مجله برنامه‌ریزی شهری، دوره ۳، شماره ۱، صص ۴۱-۳۱.
۲۱. محمدامینی، صمدحاجی، تولایی، سیمین، فرجام، رسول (۱۳۹۰) شناسایی و تحلیل خوشه گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل بسط یافته پورتر، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال اول، شماره سوم، پاییز ۹۰، صص ۱-۱۶.
۲۲. میر دار منصور پناهی، فاطمه، عسکری، فروغ (۱۳۹۵) پایش عملکرد استعدادیابی فروش با استفاده از تکنیک سلسله مراتبی فازی و ارزیابی مجموع نسبت‌ها ARAS (مورد مطالعه: صنعت پوشاک ورزشی)، مجله بازاریابی پارس مدیر، شماره ۴، صص ۹۵-۱۱۰.

۲۳. ندایی طوسی، سحر، فرخنده کیش، علیرضا (۱۳۹۸) الزامات فضایی توسعه خوشه‌های خلاق و رقابت‌پذیر گردشگری - فرهنگی شهرک‌های رسانه‌ای موردپژوهی منطقه کلان‌شهری تهران، مجله برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۴، صص ۷۲-۵۵.
۲۴. یوسفی، امیرعباس، مختاری ملک‌آبادی، رضا، خادم‌الحسینی، احمد (۱۳۹۱) بررسی تطبیقی شاخص‌های توسعه گردشگری الکترونیک در شهر اصفهان، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال بیست و سوم و شماره ۲، صص ۱۳۳ - ۱۵۰.
25. Akroush, M. N., Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., Kurdieh, D. (2016). Tourism service quality and destination loyalty—the mediating role of destination image from international tourists.
 26. Altman, G. & Aleksanyan, G. P.(2016). Sustainability in Tourism: Problems and some Basic Directions of Sustainable Tourism Management, Geography, No.2, PP: 59–67.
 27. Briedenhann J, Wickens E (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream, Tourism Management, Vol 32, No 25.
 28. Daniela. D,(2015) Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development, Procedia Economics and Finance ,pp 744 – 749, Available online at www.sciencedirect.com.
 29. Girish, K. S., & Promila, S. (2016). A study on data mining algorithms for tourism industry. International Journal of Latest Trends in Engineering and Technology (IJLTET), 7(1), pp580-587. <http://dx.doi.org>.
 30. Jiekuan,Z,Yan,Z (2021),A qualitative comparative analysis of tourism and gender equality in emerging economies, Journal of Hospitality and Tourism Management, Volume 46, pp 284-292.
 31. Krittipat ,P, Parinya N(2018) Data mining approach for arranging and clustering the agro-tourism activities in orchard, Kasetsart Journal of Social Sciences 39 pp407-413, journal homepage: <http://www.elsevier.com/locate/kjss>
 32. Malgorzata.B (2015) Tourism Clusters in Eastern Poland - Analysis of Selected Aspects of the Operation, Procedia - Social and Behavioral Sciences ,pp 957 – 964, Available online at www.sciencedirect.com.
 33. Mariana B, Cristina, B(2015) Rural tourism and its implication in the development of the Fundata Village, Procedia - Social and Behavioral Sciences 188 ,pp 276 – 281, Available online at www.sciencedirect.com.
 34. Miller M,(2008) Cluster-Based Development in the Tourism Industry:Putting Practice into Theory, University of Southern Mississippi, Hattiesburg.
 35. Otar P, Laura K, Valentina M (2017) Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities, journal Annals of Agrarian Science,pp 344-348, <http://www.journals.elsevier.com/annals-of-agrarian> .
 36. Rinzin,C,(2007) ecotourism as a mechanism for sustainable development :the case of bhatan , environmental sciences ,pp 109.
 37. Sarah G, Noel S(2014) Successful tourism clusters: Passion in paradise, Research Notes / Annals of Tourism Research, pp 163–184.
 38. Suyan,SH, Hao,W, Qianhong,Q,Jian,X(2019) Rurality and rural tourism development in China, Journal of Tourism Management Perspectives ,Volume 30, pp 98-106.
 39. Rebecca, Ch., Rose, B., & Bor, T., (2015). Eco-Lodges, a Future for Sustainable Tourism in Kenya, Journal of Tourism, Hospitality and Sports, No 8, Pp 37-41.
 40. Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. Current Issues in Tourism.
 41. Suriya, K., & Gruen, C., (2012). Souvenir production in community-based tourism and poverty reduction in Thailand, The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters, Vol 1, No 1, Pp 1-4.
 42. UNWTO. (2010): World Tourism annual report. The World Tourism Organization

Spatial Explanation of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural Areas of Tabas Region

Mahmoud Moradi *, Associate Professor in Geography & Rural Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran

Batool Bahadorani, Ph.D. Student in Geography & Rural Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran

Mahmoud Ziaei, Professor In Tourism Management Department, Allameh, Tabataba'i University, Tehran, Iran

Farahnaz Akbaragheli, Assistant Professor in Geography & Rural Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran

Abstract

Tourism clusters refer to a set of tourism business units which are concentrated in a geographical area and have specialized cooperation relations. Many countries are trying to overcome the existing issues and challenges in tourism businesses by using the clustering strategy. The purpose of the research is to explain the spatiality of tourism clusters in villages with tourism potential in Tabas region. The descriptive-analytical research method is used and its dominant approach is based on survey; meanwhile, literature review and field study methodologies have been used to collect data. The statistical population includes 36 villages with tourism potential in Tabas region in South Khorasan province. The modified Cochran formula was used to determine the sample size in this study. Based on this, out of 3675 rural households in Tabas city, 348 households were selected as samples. In order to cluster the villages, the opinions of 30 experts (employees of cultural heritage, prefectural and governorate, etc.) were included. Also, Aras model was used to rank the studied villages and ARc GIS software was used to calculate the records and cluster the villages. The results of the research indicate a positive and significant relationship between the arrival of tourists and the economic, social and environmental dimensions. The results of the t-test with a confidence level of 95%, the level of most of the indicators among the villagers is higher than the average level. Furthermore, by considering the results of Aras and Gutman's technique, it can be seen that the villages of Hoder, Jokhah, Azmeighan, Kirit, Dastgaran, Naiband, Esfandiar, Zenughan, Rabat Khan, Helwan, Dehnu and Arababad have a strong potential to attract tourism. By contrast, the creation of tourism clusters, and the villages of Khorualiya, Marghoub, Pikoh, Melvand, Hasan Abad, Kordabad, Nusrat Abad, Pirhajat, Chirok, Serand, Mawder have less potential to attract tourists.

Keywords: Clustering, Rural Tourism, Tabas Region

* Email: moradi_m@pnu.ac.ir