

تبیین نظام توزیع منافع گردشگری در ناحیه روستایی رضوانشهر

فرهاد جوان*

دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

DOI: [10.22077/vssd.2021.4838.1050](https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4838.1050)

چکیده

گردشگری را می‌توان به عنوان یک فعالیت خاص در دوران مدرن و پست‌مدرن دانست که دارای توان ظرفیت‌سازی‌های چندگانه‌ی قابل توجه در فضاهای گردشگری پذیر است. در این راستا پژوهش حاضر باهدف تبیین نظام توزیع منافع گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رضوانشهر تدوین شده است. تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی - تحلیلی است. پهنه جغرافیایی مورد مطالعه مشتمل بر سکونتگاه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر است. با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای سه تیب روستا (دشتی، ساحلی و کوهپایه‌ای) شناسایی شدند. داده‌های مورد نیاز برای تحلیل و پاسخ‌گویی به سوالات تحقیق در جامعه محلی، از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از چهار گروه روستاییان، متولیان و برنامه‌ریزان بخش گردشگری، صاحبان کسب و کارهای گردشگری و مدیران محلی و همچنین از طریق تکمیل پرسشنامه محقق ساخته به‌دست آمده است. در تحلیل داده‌ها از روشی کیفی و نرم‌افزار GIS بهره گرفته شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنتاج اطلاعات لازم با روش تحلیل موضوعی دیوی و گیلین صورت پذیرفته است. یافته‌ها نشان داد که نخست، ۱۶ منافع در پنج مقوله کلی در محدوده مورد مطالعه مشخص گردید. همچنین نه منافع در سه مقوله کلی برای مالکان ابزار تولید و در نهایت شش منافع در یک مقوله کلی برای صاحبان نیروی کار شناسایی شد. دوم؛ مقایسه میزان جذب منافع حاصل از گردشگری در نواحی روستایی تیب‌های مورد مطالعه نشان داد که مقدار ارزش کمی شاخص - های اقتصادی متأثر از گردشگری در تیب روستاهای کوهپایه‌ای/کوهستانی بیشتر است. تیب روستاهای کوهستانی به لحاظ برخورداری از منافع گردشگری در رتبه اول و تیب‌های ساحلی و جلگه‌ای/دشتی در رتبه‌های بعدی جای گرفته‌اند، همچنین مقایسه جذب منافع در قشرهای مورد مطالعه (مالکان ابزار تولید و صاحبان نیروی کار) نشان داد که همگان سهمی یکسانی در منافع ندارند و مالکان ابزار تولید (سرمایه‌داران) منافع بیشتری نسبت به صاحبان نیروی کار در محدوده مورد مطالعه کسب می‌کنند.

تاریخ دریافت:

۱۱ خرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۲۳ مرداد ۱۴۰۰

صفحات: ۶۹-۹۴



کلید واژگان:

گردشگری، نظام
توزیع، منافع، ناحیه
روستایی، رضوانشهر

۱- مقدمه

در اقتصاد بی‌مرز جهانی امروز، گردشگری از جمله جریان‌هایی است که به خوبی بیانگر ترکیب امور اجتماعی و فرهنگی با فعالیت‌های اقتصادی است؛ و در یک رویکرد جهانی سیطره بر تمامی فضاها، ماقبل مدرن، مدرن و پسامدرن را شکل می‌دهد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۲: ۱۸۷) به سخنی دیگر، گردشگری میل به استفاده از فضا در اوقات فراغت با انگیزه‌ها و اهداف مختلفی را نقش می‌بندد که در یک کلیت در برگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آنهاست که در بسترهای جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می‌نهد. ایجاد درآمد و اشتغال برای ساکنان محلی در عرضه فضا، برای استفاده گردشگران یکی از این آثار است (Briedenhann, 2004: 7) که می‌تواند بالاترین میزان ارزش افزوده را در جوامع محلی ایجاد کند و بدین ترتیب، بسیاری از صاحب‌نظران توسعه از گردشگری به عنوان صنعت اول دنیا یاد می‌کنند. تأکید بر امر اقتصادی در فضاها، جغرافیایی برای توسعه و رفاه ساکنان محلی اهمیت گردشگری را دوچندان می‌کند. این امر خود مستلزم سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی در سطح جهان در خصوص گردشگری است که آن را به امری جهانی بدل می‌کند (Sugiyarto, 2003: 683-684).

به طور کلی گردشگری اثرات مختلفی در فضای جغرافیایی به جای می‌گذارد (افراخته و خدائی، ۱۳۹۰: ۷۲)، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه بوده، از اهمیت فراوانی برخوردار است (بهرامی، ۱۳۹۵: ۱۰۲). "انتو نیو ساوینیاک" دبیر پیشین سازمان جهانگردی در سال ۱۹۹۸ اعلام کرد که گردشگری در پایان قرن بیستم به صنعت شماره یک جهان تبدیل خواهد شد (بهرامی، ۱۳۹۵: ۱۰۲ به نقل از GEE, 1994). گردشگری روستایی در بعد اقتصادی، گامی جهت کاهش فقر با توسعه مراکز اشتغال کوچک، افزایش و تغییر شکل منابع در معرض خطر به سمت منابع پربازده و همراه با سودمندی و توزیع درآمد بر می‌دارد (نصیری مقدم و خوش‌سیما، ۱۳۹۴: ۴). گردشگری روستایی علاوه بر مزیت‌های نسبی گردشگری، می‌تواند آثار اقتصادی مهمی چون، جلوگیری از جریان مهاجرت روستایی، ایجاد اشتغال برای نیروی مازاد کار، تنوع اقتصادی روستایی، بالا بردن سطوح درآمدی خانوارهای روستایی و ایجاد تقاضا برای محصولات کشاورزی و صنایع دستی کمک کند (تابعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۴). این موضوع نیازی محسوس برای توسعه و احیای اقتصاد روستایی است که علاوه بر گسترش گردشگری، باعث ورود روش‌های امروزی کشاورزی در نواحی روستایی نیز می‌شود. گردشگری و توسعه آن ابزاری ضروری برای برنامه‌ریزی توسعه و روستاها به شمار می‌آید. گردشگری به شکوفایی اقتصاد روستایی، عرضه تولیدات محلی و ایجاد ارزش افزوده بسیار کمک می‌کند (پاپ زن و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۶ به نقل از Augustin, 1998). توسعه گردشگری در نواحی روستایی در عین حال می‌تواند وسیله‌ای برای تحرک رشد اقتصاد ملی از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی باشد (بهرامی، ۱۳۸۹: ۵).

مناطق روستایی در جهان با استفاده از توانمندسازی روستایی و برخورداری از مواهب و جاذبه‌های طبیعی روستا، توانسته است به ترمیم ساختار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی روستایی بپردازند، بنابراین از آن جایی که مناطق روستایی ایران از قابلیت‌ها و منابع موجود گسترده‌ای برای گردشگری برخوردار است، لازم به نظر می‌رسد تا جایگاه گردشگری در توسعه روستایی، مورد ارزیابی و بازنگری قرار گیرد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۲). از گردشگری روستایی به عنوان فرایندی در توسعه روستایی، در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند در قالب سیاست‌های توسعه منطقه‌ای و محلی،

امکان توزیع عادلانه خدمات و تسهیلات عمومی در مناطق روستایی را ایجاد کند که بهبود کیفیت زندگی، کاهش مهاجرت‌های روستایی و برخورداری روستاییان از معیشت پایدار را به همراه دارد (پور جعفر و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۲). از نظر اقتصادی، گردشگران روستایی برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات، پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها در فعالیت‌های محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک مناطق روستایی در تأمین هرچه بهتر و بیشتر نیازهای بازدیدکنندگان می‌گردد و اثرات مهم اقتصادی آن به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی منتهی می‌شود (پور روحانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۲-۱۱۳). توسعه گردشگری در مقایسه با سایر فعالیت‌های اقتصادی محیط روستا، پدیده‌ای نوین و راهکاری اساسی برای ایجاد درآمد روستاییان و ماندگاری آن‌ها در روستا و خارج کردن روستاها از حالت انزواست. براساس گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی در ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۹۲ بیش از ۷۰ درصد جمعیت از انواع تفریحات روستایی و محیط‌های کشاورزی برخوردار گردید (نوروزی فرد و خراسانی، ۱۳۹۵: ۱۲۰). بنابراین توسعه گردشگری در نواحی روستایی از یک طرف می‌تواند نقش مهمی در متنوع سازی اقتصاد جوامع روستایی داشته و فراهم‌کننده بستر و زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد و از طرف دیگر وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی (از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی) به حساب آید (شریف‌زاده و مرادی نژاد، ۱۳۸۱: ۵۳).

بنا بر سوابق و تجارب گذشته، به حق می‌توان گردشگری را به عنوان یک فعالیت خاص در دوران مدرن و پست‌مدرن دانست که دارای توان ظرفیت‌سازی‌های چندگانه‌ی قابل توجه در فضاهای گردشگرپذیر است. گیلان و تمام زیر نواحی آن (از جمله شهرستان رضوانشهر) در زمینه‌ی گردشگری دارای توان بالقوه زیادی است، اما ناحیه رضوانشهر، متناسب با امکانات توسعه‌ای، از جمله امکانات صنعت نوپای گردشگری، دارای جایگاه مطلوبی از نظر سطح توسعه نیست؛ با وجود اجرای پروژه‌های توسعه‌ای از جمله توسعه صنعت گردشگری و تجهیز چند روستای نمونه گردشگری در این ناحیه، توسعه فضایی متوازن ناحیه رضوانشهر مشهود نیست؛ به همین دلیل پرسش‌هایی مطرح می‌شود که آیا توسعه صنعت گردشگری به عنوان یک برنامه توسعه‌ای، منافی (زیر ساخت‌های اقتصادی، اشتغال، درآمد و تولید مرتبط با صنعت گردشگری) برای ناحیه در بر داشته است. اگر گردشگری منافی برای ناحیه به ارمغان آورده، این منافع چگونه بین زیرنواحی مختلف ناحیه و نیز طبقات مختلف اجتماعی توزیع شده است.

۲_ بنیان نظریه‌ای

در جهان امروز امکانات و خدمات در بین طبقات مختلف اجتماعی به صورت عادلانه و متوازن پخش نشده‌اند (Fedorov, 2002, 443). نابرابری و ابعاد مختلف آن، از نشانه‌های مهم توسعه نیافتگی است چرا که نابرابری‌های بین طبقات مختلف اجتماعی در تمام اشکال و سطوح آنها می‌تواند پیامدهای ناگواری را به همراه داشته باشد (Pacion, 2003, 291). در سطح یک منطقه، تعادل منطقی بین مردم و اشتغال یکی از آرمان‌های پسندیده می‌باشد (معصومی اشکوری، ۱۳۸۵، ۵۴). طی سال‌های اخیر بسیاری از دولت‌ها و تصمیم‌گیرندگان در تلاش بوده‌اند که از شدت نابرابری‌ها بکاهند (Winkler, 2012, 84). در این راستا، صنعت گردشگری دارای آثار اقتصادی قابل ملاحظه‌ای است. ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداخت‌ها، درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با

گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد به طبقات مختلف اجتماعی از اثرات اقتصادی گردشگری محسوب می‌شود (استاد حسین، ۱۳۷۹، به نقل زاهدی، ۱۳۸۹).

بنابراین، یکی از عواملی که در توسعه اقتصاد جوامع محلی با تاکید بر گردشگری مورد توجه قرار می‌گیرد، توسعه اقتصادی حاصل از گردشگری و توزیع منافع بین تمامی طبقات اجتماعی مختلف است. در مباحث نظری ادبیات موضوع توزیع منافع و درآمد به ادبیات قدیم و جدید تقسیم می‌شود. دیدگاه قدیم، دیدگاه مسلط بر اقتصاد توسعه در سراسر دهه ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰ بود و در آن تاثیر رشد بر نابرابری مورد بررسی قرار می‌گیرد. از محققین برجسته که در این زمینه تلاش نمودند می‌توان به کوزنتس (۱۹۵۵)، اهلوالیا (۱۹۷۶)، رام (۱۹۸۸)، و آناند و کانبور (۱۹۹۳) اشاره نمود. این در حالی است که در ادبیات جدید توزیع منافع و درآمد، تاثیر توزیع درآمد و منافع بر رشد اقتصادی مورد بررسی قرار می‌گیرد. محققین ادبیات جدید السینا و پرتی (۱۹۹۶)، پرسون و تابلینی (۱۹۹۴) می‌باشند. در این دیدگاه ساز و کارهای مختلف تاثیر نابرابری توزیع منافع و درآمد بر رشد اقتصادی مورد تاکید است. در دیدگاه قدیم اولویت با رشد اقتصادی است و انباشت سرمایه کلید رشد اقتصادی است. در این خصوص کوزنتس (۱۹۵۵) با بررسی تاثیر رشد اقتصادی بر توزیع درآمد و منافع در طول زمان نقطه عطفی را در ادبیات قدیم ایجاد نمود، وی نشان داد که در مرحله اولیه توسعه، رشد اقتصادی موجب نابرابری است اما در مراحل بعدی توسعه، رشد اقتصادی منجر به برابر منافع می‌شود. در این میان بسیاری از محققان از جمله ایون و همکاران (۱۹۹۹) نتیجه گرفتند که دیدگاه قدیم به رشد آسیب می‌زند و به این نتایج دست یافتند که افزایش نابرابری در توزیع منافع و درآمد موجب بی‌ثباتی اجتماعی و سیاسی شده و موجب کاهش توانایی و انگیزه افراد برای سرمایه‌گذاری می‌شود (Alesina and Perotti, 1996, Galor and Zeria, 1993). در این میان برخی از محققین از جمله کالدرون و چانگ (۲۰۰۴) و وارلیومندوزا (۲۰۱۷) نشان دادند که به منظور تحقق رشد اقتصادی توأم با توزیع عادلانه منافع و درآمد لازم است با توسعه یک بخش از منطقه از جمله (گردشگری) و در اختیار دادن فرصت‌های کسب درآمد برای افراد فقیر، درآمد افراد در تمامی طبقات اجتماعی را افزایش داد و موجب کاهش شکاف درآمدی شد.

در ادامه نیز از دیگر نظریات مرتبط با توزیع منافع بین طبقات اجتماعی حاصل از صنعت گردشگری، پارادوکس منافع است که از جدیدترین نظریات سیاسی و اجتماعی با رویکرد تحلیل طبقاتی برای تبیین الگوی محافظه کارانه در رفتار سیاسی، اقتصادی طبقات اقتصادی و به خصوص طبقات متوسط است. بر اساس این نظریه، توزیع ثروت بخش اساسی از نظریه را تشکیل می‌دهد. بر اساس این نظریه، توزیع ثروت در سطح جامعه بدین شکل است که طبقه ثروتمند شامل دهک بالا، بین ۷۶ تا ۸۸ درصد کل ثروت جامعه را در اختیار دارد، طبقه متوسط شامل دهک‌های ۶ تا ۹ در مجموع بین ۱۱ تا ۲۳ درصد از کل ثروت جامعه را در اختیار دارند، در نهایت طبقه پایین شامل دهک‌های ۱ تا ۵، در مجموع کمتر از ۲ درصد از ثروت جامعه را در اختیار دارند. این تقسیم‌بندی، معیار تفاوت الگوی رفتاری طبقات جامعه در مورد سیاست‌های بازتوزیعی قرار گرفته است (Baizidi, 2019) با استناد به الگوی توزیع ثروت و منافع بین طبقات سه گانه، توزیع ثروت در سطح جامعه به قدری نابرابر است که اگر بازتوزیع کامل ثروت انجام شود، نه تنها طبقه پایین، بلکه طبقه متوسط نیز از نظر اقتصادی منتفع خواهد شد و تنها طبقه بالا متضرر خواهد شد (Baizidi, 2019). گردشگری نیز به عنوان یک صنعت قوی می‌تواند بازتوزیع ثروت را برای طبقات اجتماعی جامعه به ارمغان آورد، ولیکن گروهی از طبقات اجتماعی جامعه به دلیل تضاد در پیگیری همزمان منافع اقتصادی و... از سیاست‌های بازتوزیعی حاصل از منافع گردشگری به تمامی طبقات

جامعه حمایت نمی‌کنند. در واقع این نظریه با تاکید بر صنعت گردشگری به دنبال این بحث می‌باشد که توزیع منافع حاصل از گردشگری به نفع همه طبقات اجتماعی نیست، به عبارتی گرچه بازتوزیع ثروت و منافع می‌تواند ثروت بیشتری را برای طبقه متوسط جامعه به ارمغان آورد، اما برتری سیاسی و اجتماعی این طبقه را بر طبقه پایین جامعه که نیمی بیشتر از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند را از بین می‌برد.

یکی دیگر از رویکردهای مرتبط به توزیع منافع گردشگری، نظریه عدالت و توزیع منافع به مثابه انصاف راولز، عدالت توزیعی می‌باشد، که مبانی آن از اصل دوم عدالت به مثابه انصاف یعنی اصل تفاوت استنتاج می‌شود. اصل تفاوت نظریه عدالت به مثابه انصاف، بیان می‌دارد که بازتوزیع نافع، ثروت و قدرت هنگامی که نابرابری شدید در سطح جامعه به نفع محروم‌ترین افراد جامعه نباید لازم و ضروری است (Leigh and Jencks, 2007, 24). عدالت اجتماعی/توزیع بیانگر توزیع عادلانه امکانات و ثروت میان افرادی که است که طبق تعریف دارای حقوق برابرند (Wilkinson, 2006, 23). در هر جامعه‌ای چگونگی توزیع درآمد، میزان فقر و ارائه کالاهای اقتصادی و ... نشان‌دهنده میزان توجه دولت به عدالت توزیعی است (باباخانی و دیگران، ۱۳۹۰: ۲). بنابراین نظریه راولز، به سوی تحقق جامعه موزون و متعادل است، جامعه‌ای که در آن سهم هر یک از افراد از خیر و منفعت به واسطه نهادینه‌شدن مفهوم عدالت مبتنی بر آزادی‌های برابر، توزیع می‌گردد (رالز، ۱۳۸۳: ۸۴). رالز عدالت اجتماعی را بر پایه دو اصل که آن‌ها را زیربنای جامعه و نظام توزیع حوزه‌های گوناگون اجتماعی است مطرح می‌کند (حیبی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۰۶):

اصل اول: عدالت رالز حاکم بر آزادی‌های پایه‌ای و اساسی موسوم به اصل آزادی ۱ است، هر شخص قرار است حق برابری نسبت به گسترده‌ترین آزادی اساسی سازگار با آزادی مشابه دیگران داشته باشد.

اصل دوم: قرار است نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی به گونه‌ای ساماندهی شوند که:

الف- به نحو معقول انتظار رود به سود همگان باشند؛ و

ب- وابسته به مشاغل و مناصبی باشند که دسترسی به آن‌ها برای همگان امان پذیر است (جان رالز، ۱۳۸۷: ۱۱۰).

در دیدگاه رالز عدالت و اصول آن اساساً مخلوق و ساخته انسان است و باید راهی برای رسیدن به اصول عدالت یافت. بنابراین وضع اولیه مورد نظر رالز که در آن افراد به جستجوی چنین اصولی می‌پردازند. وضعی است که افراد حاضر در آن هیچ‌گونه اصولی را به عنوان اصول درست و از پیش داده‌شده نمی‌شناسند، بلکه هدفشان این است که با توجه به وضع کلی انسان اصولی را که از همه عقلانی تر است برگزینند (بشریه، ۱۳۷۶: ۳۷). دو عبارت مبهم در اصل دوم وجود دارد: " سود همگان " و " در دسترس همگان ". در نخستین تخمین، برای توزیع درآمد و ثروت و طراحی سازمان‌هایی کاربرد دارد که در سلسله اختیارات خود (مبنی بر واگذاری مناصب و مسئولیت‌ها) تفاوت‌های افراد را مد نظر دارند. نیازی نیست توزیع ثروت و درآمد حتماً برابر باشد، بلکه تنها باید به سود همگان باشد، و همزمان، دسترسی همگان به مناصب دولتی باشد. پس اصل دوم وقتی اجرا خواهد شد که همه مشاغل در دسترس همگان باشند، و مشروط به این شرط، ساماندهی نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی به گونه‌ای باشد که به سود همگان باشد (جان رالز، ۱۳۸۷: ۱۱۱).

سرمایه‌داری، نظامی اجتماعی و اقتصادی است که در آن پایه‌های یک سیستم اقتصادی، وسایل تولید، توزیع و مبادله به‌طور کامل و اساسی در مالکیت خصوصی افراد بوده (جاسبی، ۱۳۷۶: ۵۹) و از این برای ایجاد بهره‌مندی اقتصادی

در بازارهایی رقابتی استفاده می‌شود؛ به این قانون، آزادی مالکیت شخصی نیز گفته می‌شود؛ که معنای آن، تولید و توزیع کالاهاست (Heilbroner:2008).

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

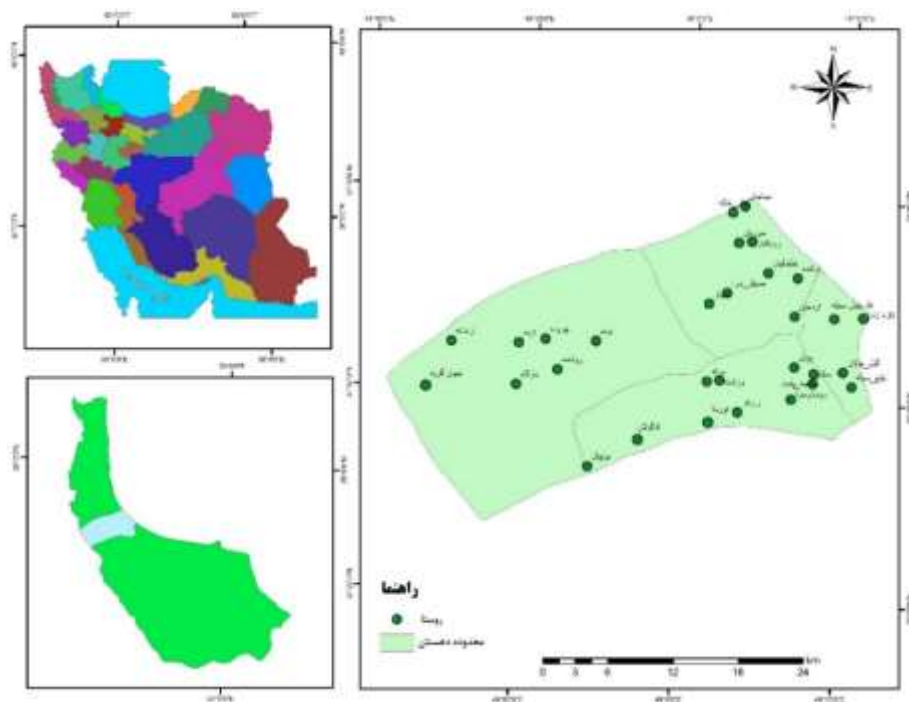
نوع تحقیق به لحاظ هدف توسعه‌ای و از حیث ماهیت و روش توصیفی - تحلیلی است. برای گردآوری داده‌ها از مطالعات اسنادی و بررسی‌های میدانی استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق سکونتگاه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر است، نمونه‌گیری در ناحیه مورد مطالعه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شده است؛ به گونه‌ای که سه تیپ روستاهای ناحیه (جلگه‌ای، ساحلی و کوهپایه‌ای) شناسایی شد. سپس از مجموع کل روستاهای شهرستان ۲۵ درصد آن در هر تیپ روستایی انتخاب گردید و انتخاب این میزان به جهت سطح کیفیتی بوده که مطالعات قبلی در حوزه‌ی روستایی نیز تأیید نموده است. سپس با روش سهمیه‌ای تعداد روستاهای نمونه به تفکیک بخش و دهستان تعیین شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنتاج اطلاعات لازم با روش تحلیل موضوعی دپوی و گیلتن صورت پذیرفته است. همچنین در نهایت خروجی یافته‌ها بصورت نقشه‌هایی با نرم‌افزار GIS نمایش داده شده است. از تحلیل موضوعی، نسخه‌های متعددی وجود دارد. دپوی و گیلتن (۲۰۰۵) نسخه‌ای طبیعت‌گرا از تحلیل تماتیک ارائه داده‌اند. این نوع رهیافت که خاص مطالعات میدانی است، شامل دو مرحله است:

مرحله اول که خود شامل چهار زیرمرحله است و البته می‌تواند و ممکن است به طور همزمان نیز صورت گیرد و عبارتند از ۱- درگیری در تفکر قیاسی - استقرایی به طور همزمان، ۲- ساخت و تدوین مقوله‌ها، ۳- گروه‌بندی مقوله‌ها در سطوح بالاتر انتزاع و ۴- کشف معانی و تم‌های زیرین.

مرحله‌ی دوم نیز به آماده کردن گزارش تحقیق اختصاص دارد (محمدپور، ۱۳۹۲: ۶۸-۶۷).

شهرستان رضوانشهر در شمال غرب استان گیلان واقع گردیده و از لحاظ موقعیت جغرافیایی بین عرض‌های ۳۷ درجه و ۲۵ دقیقه و ۲۲ ثانیه تا ۳۷ درجه و ۴۰ دقیقه و ۳۴ ثانیه شمالی و طول جغرافیایی ۴۸ درجه و ۴۰ دقیقه و ۲۱ ثانیه تا ۴۹ درجه ۱۳ دقیقه و ۷ ثانیه شرقی قرار گرفته است (شکل ۱). این شهرستان از نظر جهات جغرافیایی از طرف شمال به دریای خزر و شهرستان تالش، از سمت شرق به دریای خزر، شهرستان‌های بندر انزلی و صومعه‌سرا و از سوی جنوب و جنوب شرقی به شهرستان ماسال و از طرف غرب به شهرستان خلخال در استان اردبیل محدود می‌گردد. این شهرستان دارای ۲ بخش (مرکزی و پره سر)، ۲ شهر (رضوانشهر و پره سر)، ۴ دهستان (گیل دولاب، خوشابر، دیناچال و بیلاقی ارده) و ۱۰۷ روستای دارای سکنه و ۵ روستای خالی از سکنه است.

شغل اصلی مردم این شهرستان کشاورزی، دامپروری، صیادی و صنعت است. وجود جنگل‌های انبوه جلگه‌ای و کوهستانی - مراتع وسیع - ساحل دلتواز دریای خزر همچنین وجود شرکت سفارود، شرکت چوکا، پارک‌های جنگلی و سه حوزه آبخیز سفارود، چافرود و دیناچال با مساحت کل ۹۷۰۳۲ هکتار از شاخص‌های شهرستان محسوب می‌شود. از ویژگی‌های این شهرستان برخورداری از ۱۲۶۲۹ هکتار اراضی زراعی و ۴۹۵۶ هکتار اراضی باغی، ۹۲۶۲ هکتار مرتع، ۴۵۵۸۴ هکتار جنگل است که از ۱۰۰۰۰ هکتار اراضی شالیکاری آن حدود ۷۰٪ به شکل مکانیزه کشت می‌گردد.



شکل ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی و پراکنش روستاهای محدوده مورد مطالعه در کشور و استان گیلان

۴_ یافته‌ها و تحلیل داده

الف- منافع گردشگری در سطح نواحی

مقوله‌ی اول، بهبود درآمدها

بنا به گفتگوهای صورت گرفته با جامعه مورد مطالعه، یکی از منافع که در نواحی و فضاهای جغرافیایی به دنبال گردشگری و توسعه آن بروز می‌یابد، رشد درآمدها خصوصاً درآمد خانوارهایی که فعالیت‌های مستقیم و مرتبط با گردشگری دارند. ارائه دهندگان خدمات اقامتی و استراحتگاهی و فروشندگان مواد خوراکی (اعم از رستوران داران و صاحبان سوپر مارکت‌ها) از اولین بهره‌مندان هستند. در وهله‌ی بعدی، دامداران و زارعان نیز به واسطه‌ی حضور افراد غیربومی (گردشگران) و افزایش تقاضا برای خرید محصولاتشان (لبنیات محلی، برنج، سبزیجات و غیره) منافی در قالب رشد درآمد دارند.

یکی دیگر از عواید مالی ناشی از حضور گردشگران در نواحی این است که بسیاری از تولیدکنندگان، امکان عرضه و فروش محصولات خود به صورت مستقیم به خریدار را می‌یابند. در حقیقت، با حضور گردشگران در عرصه‌های جغرافیایی، از ضریب نفوذ و دامنه‌ی جولان دلالان (واسطه‌گران) کاسته می‌شود و تولیدکنندگان می‌توانند به سود بیشتری از تولیدات خود دست یابند.

به طور کلی می‌توان اذعان داشت با حضور و رشد مراودات گردشگران در فضا، به واسطه‌ی دو دلیل (۱) رشد تقاضا برای دریافت محصولات و خدمات از پیش موجود فضا و (۲) ایجاد کسب و کارهای جدید و مرتبط با گردشگران، رشد درآمد خانوارها رخ داده است (جدول ۱).

مقاله‌ی دوم، توسعه بازاریابی

حضور گردشگران در ناحیه جغرافیایی مورد مطالعه، علاوه بر اینکه گسترش نفوذ دلان را محدود ساخته است، منجر به گسترش ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان محلی با مصرف کنندگان واقعی شده است؛ به گونه‌ای که دامنه‌ی بازار را از سطح محلی گسترش داده و به فراتر از استان و در سطح ملی و فراملی پیش برده است. از این رو، بسیاری از تولیدکنندگان برنج، لبنیات، صنایع دستی و سایر محصولات تولیدی محلی اذعان داشته‌اند که بر فراوانی مشتریان افزوده شده و بسیاری از مشتریان، خریدارانی هستند که غیربومی و حتی سفارش دهندگانی از استان‌های تهران، اصفهان و خوزستان بوده‌اند. به عبارتی، شهرت و آوازه‌ی محصولات بنا به حضور گردشگران، دامنه و برد بیشتری یافته است. به دنبال مبادله‌ی چهره به چهره‌ای که در نتیجه گردشگری فضا رخ داده است، برخی از تولیدکنندگان محلی که کنجکاو و دارای هوشمندی بیشتری بوده، جویای سلیقه و نظر مشتریان راجع به محصولاتشان هستند و در حد توان، اقدام به مطابقت بخشیدن بین تولیدات خود با نظر مشتریان فراملی و ملی خود هستند. بدین سان می‌توان گفت، یک جریان خودبرانگیخته و غیرمهندسی شده "توسعه بازاریابی" در بطن نواحی به واسطه‌ی رشد گردشگری بروز نموده است (جدول ۱).

مقاله‌ی سوم، رشد انگیزه اقتصادی در فضا

با مراجعات حضوری به صاحبان کسب و کارهای دایر در روستاهای ناحیه مورد مطالعه، نکته‌ی قابل توجه این است که بسیاری از گردانندگان فعالیت‌های اقتصادی (به ویژه فعالیت‌های مرتبط با بخش گردشگری اعم از اجاره دهندگان قایق، مغازه‌داران، صاحبان قلیان سراها، سفره‌خانه داران، چایخانه (قهوه خانه) داران، رستوران داران و اجاره دهندگان سوئیت و منزل) افراد جوان و میانسال بوده‌اند؛ در حقیقت، حضور گردشگران و ایجاد تکانه‌های درآمدی ناشی از آن سبب شده که بسیاری از جوانان، فعالیت در بخش گردشگری را به عنوان یک بخش مدرن، لوکس و جوان پسند برگزینند و به زیست و فعالیت در این حوزه ادامه دهند؛ به گونه‌ای که حتی بسیاری از فعالیت‌های تولیدی و مولد نظیر صنایع دستی (تولید انواع لباس، عروسک‌های محلی) و پرورش مرغ و اردک در بسیاری از روستاها از جانب جوانان به طور جدی دنبال می‌شود (جدول ۱).

مقاله‌ی چهارم، توسعه نظام گردش سرمایه

در نتیجه‌ی رشد فرصت‌های کسب درآمد و افزایش میزان درآمد خانوارها در فضاهای گردشگری پذیر، بنیان مالی و اعتباری افراد برای بهره‌مندی از تسهیلات و رشد سرمایه‌شان، افزایش یافته است؛ به گونه‌ای که اعتماد به نفس برای بازپرداخت تسهیلات و اطمینان برای وجود درآمدی که بتوان هر ماه اقساط بانکی را پرداخت نمود، به وجود آمده است. همچنین به سبب حضور برخی گردشگران که بیشتر گردشگران خانه‌های دوم بوده، در برخی روستاها، رانتهی برای برخی روستاییان ایجاد شده که بتوانند با سفارش افراد در بانک‌های مرکز شهرستان یا سطح استان، اخذ تسهیلات به صورت خارج از نوبت داشته باشند.

یکی دیگر از منافع حاصل از گردشگری که بواسطه‌ی فرصت‌سازی کسب و کار در فضا بوده است، "ایجاد سهولت دسترسی به نیروی انسانی" را می‌توان نام برد؛ به گونه‌ای که، وجود فضای گردشگری پذیر هم موجب ماندگاری جوانان

محلی و هم موجب جذب نیروی کار از فرانااحیه شده است. البته، نیروی انسانی علاقمند به فعالیت‌های مرتبط با گردشگری بیش از سایر بخش‌ها است و در خصوص فعالیت‌های صرف کشاورزی و دامداری، این دسترسی به نسبت خدمات، محدودتر است.

همچنین اذعان شده است که روز به روز با حضور بیشتر گردشگران و تمایل بسیاری از آنها به خرید خانه دوم (ویلا) در ناحیه مورد مطالعه از یک سو و جنب و جوش افراد محلی برای راه‌اندازی کسب و کارهای خدماتی پاسخگو به گردشگران از سوی دیگر، رونق روز افزون بازار خرید و فروش زمین و مستغلات را به وجود آورده است. رونق بازار یاد شده به گونه‌ای بوده که نوعی "تجارت سیاه" به وجود آمده و نموده‌های آن را می‌توان به صورت جنگل‌خواری در کوهستان، بجار (مزارع برنج) خواری در دشت و ساحل‌خواری در کناره‌ی دریای خزر مشاهده نمود. نوع دیگر تغییرات بوجود آمده در عرصه فضای کالبدی و مستغلات این است که سرمایه‌های راكد نظیر ساختمان‌ها و مساکن بلااستفاده و قدیمی، به چرخه‌ی بهره‌برداری در حوزه گردشگری وارد می‌شود؛ به طوری که هر روزه می‌توان شاهد بود بر جرگه‌ی علاقمندان به ساخت سوئیت یا منزل برای اجاره به مسافران و گردشگران (کمترین اقدام) افزوده می‌شود (جدول ۱).

مقوله‌ی پنجم، گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن

توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و رفاهی یکی دیگر از منافع ناشی از حضور گردشگران در نواحی مورد مطالعه می‌توان نام برد؛ رشد دستیابی به منابع مالی برای تقویت امکان وام‌دهی‌های محلی بین اهالی، فراهم شدن امکان ایجاد پست بانک در برخی روستاها، ایجاد دفتر بیمه و توسعه برخی زیرساخت‌های رفاهی در فضا اعم از راه آسفالت و درمانگاه از جمله پیامدهایی بوده که با حضور روز افزون گردشگران، پدیدار شده است و رشد دارد.

ایجاد فرصت‌های شغلی جدید خصوصا در بخش خدماتی (اعم از فروشگاه‌ها، غذاپزی‌ها، فروشگاه‌های فرآورده‌های دامی و غیره) از جمله منفعی که پدیدار شده و به نوعی منجر شده است که فضای روستایی به تنوع روزافزون فعالیت‌های اقتصادی نیز نائل آید. همچنین از دیگر پیامدهای قابل ذکر می‌توان به افزایش بنیه‌ی مالی روستائیان و وجود نمونه‌هایی برای مشارکت مالی افراد در جهت راه‌اندازی کسب و کاری نو در روستا اشاره داشت. در کل نیز می‌توان گفت گردشگری زمینه‌هایی برای تقویت بنیان‌های کارآفرینی و رشد آن در فضای نواحی را به وجود آورده است (جدول ۱).

جدول ۱. منافع گردشگری در سطح نواحی جغرافیایی

عنوان گزاره	مقولات کلی
رشد درآمدهای خانوار	بهبود درآمدها
کاهش نقش دلالان در جریان فروش محصولات روستایی	
توسعه فروش تولیدات محلی	
شهرت یافتن محصولات بومی در خارج از روستا (برندسازی)	توسعه بازاریابی
رشد آگاهی و اطلاع از سلیقه و نظر مشتریان	
ماندگاری جوانان و رغبت کسب و کار در روستا	رشد انگیزه اقتصادی در فضا
ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های اقتصادی	
رشد توان برای تقاضا و دریافت تسهیلات	توسعه نظام گردش سرمایه

عنوان گزاره	مقولات کلی
سهولت دسترسی به اعتبارات	
سهولت دسترسی به نیروی انسانی	
استفاده از سرمایه‌های راکد (منازل و اراضی بلااستفاده)	
رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات	
تنوع تزییدی فعالیت های اقتصادی روستاها	
ایجاد فرصت‌های شغلی جدید	گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن
مشارکت با سایر اهالی در جهت راه‌اندازی کسب و کاری نو	
توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و رفاهی	

ب- منافع گردشگری برای مالکان ابزار تولید

مالکان ابزار تولید که عمدتاً شامل افراد بهره‌مند از منابع مالی، مستغلات، دانش و مهارت تولید، تکنولوژی ویژه و غیره می‌شوند، در جریان رشد گردشگری در ناحیه مورد مطالعه، منافی را نصیب خود ساخته‌اند. شرح این منافع در سه مقوله‌ی کلی جای می‌گیرد:

مقوله‌ی اول، گسترش قلمرو بازار

عمدتاً مالکان ابزار تولید، گردانندگان بنگاه‌های اقتصادی نیز بوده‌اند. بررسی‌ها نشان داد اولین منفعت آنان از حضور گردشگران این بوده که مشتری و تقاضای بیشتری برای خرید محصولات و خدمات قابل عرضه آنان وجود دارد. به طور مثال، گوشت فروش مسیر روستای ارده (جاده پونل به خلخال) اذعان داشته است که در فصل داغ گردشگری، میزان فروش گوشت تازه به اندازه‌ای زیاد است که وی امکان پاسخگویی به تمام مشتریان (که غالباً تهرانی و از سایر نواحی هستند) ندارد. همچنین اینکه برای بسیاری از تولیدکنندگان، امکان عرضه مستقیم محصولات خصوصاً محصول برنج و دامی (لبنیات) فراهم می‌آید و این به امر شناساندن پتانسیل‌های تولیدی روستاهای مورد مطالعه نیز کمک نموده است. بدین‌سان می‌توان گفت با گردشگری، قلمرو و مرز بازار عرضه‌ی محصولات و خدمات مالکان ابزار تولید بسیار گسترده‌تر شده است.

مقوله‌ی دوم، رشد توان جذب و دسترسی به سرمایه

در برخی روستاها اذعان شده است که بسیاری از گردشگران پس از حضور مکرر در فضا، تمایل و رغبت خاصی به سرمایه‌گذاری خصوصاً در زمینه هتل‌داری و دیگر اماکن اقامتی یافته‌اند به طوری که برخی مستقل و برخی نیز به صورت اقدام مشارکتی با یک یا چندتن از افراد محلی، کسب و کاری ایجاد نموده‌اند. حتی برخی از مالکان غائب روستایی که املاک آنان بلااستفاده و یا به صورت اجاره در اختیار دیگران بوده، با رونق گرفتن فضای گردشگری پذیرایی ناحیه، اقدام به سرمایه‌گذاری نموده و احیا املاک خود را در راستای ایجاد مشاغل جانبی در روستاها (افزایش محصولات گردشگری (هتل‌ها و رستوران‌ها و ...) در دستور کار قرار داده‌اند. به دنبال این امور، ارتقای ارزش مالی و تجاری املاک، مستغلات، ساختمان‌ها و اماکن به وجود آمده به گونه‌ای که طی کمتر از پنج سال، در برخی روستاها قیمت زمین به بیش

از هشت برابر رسیده است. این بدان معناست که با رشد گردشگری، رشد توان جذب و دسترسی به سرمایه از جانب مالکان ابزار تولید نیز رخ داده است.

فرصت‌های شغلی حاصل از گردشگری

یکی از منافع مهم حاصل از فعالیت‌های گردشگری در محدوده مورد مطالعه ایجاد مشاغل متنوع برای اقشار مختلف در جامعه است. اما هر یک از این فرصت‌های شغلی دارای منافع و منزلت مختلفی است که موجبات نابرابری و بی عدالتی را فراهم می‌کند. طی مشاهدات و مصاحبه‌هایی که در فرایند انجام پژوهش صورت گرفت عمده شاغلان سطح بالا در بخش گردشگری که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید، به سرمایه‌داران شهری و یا غیربومیان (تهران، اصفهان) تعلق دارد، دلیل اصلی این عامل را می‌توان کمبود یا عدم وجود سرمایه بین روستاییان نام برد. در واقع سرمایه‌های خرد موجود در نواحی روستایی به تنهایی نمی‌تواند این فرصت‌های شغلی و بنگاه‌های اقتصادی را راه‌اندازی نماید که به این دلیل سرمایه‌های غیربومی - شهری وارد این بخش می‌گردد و موجب وابستگی کامل روستاییان به غیربومی‌ها می‌شود که در نهایت موجب می‌گردد که منافع بیشتری عاید افراد ساکن در خارج از محدوده‌های روستایی می‌شود.

جدول ۲. مشاغل حاصل از فعالیت‌های گردشگری و سرمایه‌گذاران در محدوده مورد مطالعه

امکان و خدمات	سرمایه‌گذار	فراوانی
اقامتگاه‌های بوم‌گردی	شهری - غیربومی	۶
هتل و مسافرخانه‌ها	شهری - غیربومی	۳
رستوران‌ها و سفره‌خانه‌های سنتی	شهری - غیربومی	۱۲
فروشگاه‌ها و مغازه‌ها	شهری - غیربومی	۴
ویلاها (خانه‌های دوم) اجاره‌ای	شهری - غیربومی	۹۵

مقوله‌ی سوم، توسعه فضای کسب درآمد و سرمایه

بنابر بررسی‌های میدانی صورت گرفته به دنبال ایجاد و رشد گردشگری در فضاهای روستایی مورد مطالعه، زمینه‌های رشد درآمد و همچنین افزایش سود بنگاه‌های اقتصادی دایر در روستاها رقم خورده است. این امر ماحصل دو اقدام مهم در فضا بوده است اول "منتج از افزایش تقاضا (به واسطه حضور گردشگران)"، و دوم "رشد خلاقیت در میان مالکان سرمایه برای ایجاد و توسعه بخشیدن به فعالیت‌های قبلی"، در نتیجه تبعات یاد شده، زمینه برای افزایش امنیت شغلی مهیا شده است؛ چرا که هم تحدد فرصت‌های شغلی و هم افزایش کسب منافع و درآمد به ازای هر کسب و کار در عرصه گردشگری پذیرای رقم خورده است.

جدول ۳. منافع گردشگری برای مالکان ابزار تولید در روستاهای ناحیه رضوانشهر

عنوان منافع	مقولات کلی
بدست آوردن مشتریان بیشتر	
عرضه مستقیم خدمات و محصولات به مشتریان با کاهش هزینه حمل و نقل	گسترش قلمرو بازار
امکان معرفی خدمات و محصولات محلی به گردشگران خارجی	
جلب مشارکت برخی از گردشگران در سرمایه گذاری های محلی	
افزایش سرمایه گذاری مالکین بر ایجاد مشاغل جانبی در روستاها (افزایش محصولات گردشگری (هتل ها و رستوران ها و ...)	رشد توان جذب و دسترسی به سرمایه
ارتقای ارزش مالی و تجاری املاک، مستغلات، ساختمانها و اماکن	
افزایش امنیت شغلی	
کسب درآمد و افزایش سود بنگاهها	توسعه فضای کسب درآمد و سرمایه
بهبود تفکر خلاق مالکان برای یافتن راههای جدید کسب درآمد در روستا	

ج- منافع گردشگری برای صاحبان نیروی کار**بهبود بنیانهای زیست پذیری فضا**

در خصوص صاحبان نیروی کار، گردشگری در یک مقوله‌ی کلی و مهم، دارای منافع و پیامد مثبت بوده و آن هم بهبود بنیانهای زیست پذیری فضا را می‌توان گفت که در سه زیر مقوله قابل تفهیم است. استمرار فعالیت در هر فضا برای انسان، منوط به تأمین سطح رضایت بخشی از خواسته‌ها و نیازها است که فرد بتواند زندگی روزمره خود را بگذراند و در اصطلاح علمی خصوصاً در حوزه‌ی جامعه‌شناسی^۲ از آن به عنوان "زیست‌پذیری" نام برده می‌شود.

گسترش تقاضای نیروی کار

بنا به بررسی‌های صورت گرفته در ناحیه مورد مطالعه، با گسترش گردشگری و رشد گردشگرپذیری منطقه ایجاد و گسترش فرصت‌های شغلی در روستاها (ایجاد تنوع در فعالیت‌های خدماتی نیروی کار از جمله در بخش ساختمان) به وجود آمده است. از آنجا که بسیاری از خدمات گردشگری را نمی‌توان با استفاده از فناوری ارائه نمود، اشتغال نیروی کار در این صنعت فراوان است. دلیل اصلی پیدایش این پدیده نیز، اهمیت خدمات مشخصی نظیر صنایع دستی است. همچنین می‌توان وجود فعالیت‌های کارآفرینی کوچک در بسیاری از حوزه‌های گردشگری را دلیل اشتغال‌زایی مناسب این صنعت دانست چرا که گردشگری زمینه ایجاد شغل‌های جدید و همچنین مشاغل فصلی را فراهم می‌کند. به گونه‌ای که، بیکاری فصلی نیروی کار محلی بطور نسبی از بین رفته است. حتی برخی از افراد محلی که در اموری دارای تخصص بوده‌اند، از جانب گردشگران کارآفرین شناسایی شده و در محل یا فراناچه (شهرک‌های صنعتی تهران و کرج) به کار گمارده شده‌اند.

² Hortulanus, R.P. 1996 stadsbuurten en studie over bewoners en beheerders in buurten met uiteenlopende reputaties. VUGA, Den Haag.

افزایش مزد نیروی کار

بنابر بررسی‌های میدانی صورت گرفته به دنبال ایجاد و رشد گردشگری در فضاهای روستایی مورد مطالعه، زمینه‌های افزایش مزد نیروی کار رقم خورده است. کسب مزد بیشتر بواسطه‌ی امکان دریافت حق الزحمه بیشتر از طریق رقابت در عرضه نیروی کار به گردشگران و ایجاد فرصت‌هایی به منظور افزایش مزد از طریق فعالیت چندگانه شکل گرفته است.

افزایش امنیت شغلی

از زمان پیدایش بشر تا کنون، داشتن شغل به عنوان یکی از نیازهای اساسی انسان مطرح بوده است، ولی داشتن شغل و امنیت شغلی یکی از مسائلی است که دائماً ذهن بشر را به خود مشغول کرده است. به دلیل ماهیت مشاغل گردشگری که تقریباً اکثر آنها غیر اداری (سازمانی و اصطلاحاً مشاغل آزاد) هستند، ابعاد امنیت شغلی در رابطه با مشاغل گردشگری اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از آنجایی که گردشگری در محدوده مورد مطالعه در فصولی از سال صورت می‌گیرد که کار کشاورزی به پایان رسیده و روستاییان در بیکاری فصلی (۶ ماه از سال) به سر می‌برند بنابراین فعال شدن گردشگری در این نواحی موجب اشتغال روستاییان در این بازه زمانی می‌گردد، به دنبال بهبود فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد به شرحی که گفته شد، ایجاد امنیت روانی و شوق به سکونت در روستا برای صاحبان نیروی کار بوجود آمده است. بنابراین در پی گسترش تقاضای نیروی کار، افزایش مزد نیروی کار و افزایش امنیت شغلی می‌توان بهبود بنیان‌های زیست‌پذیری فضا را برای صاحبان نیروی کار شاهد بود که در نتیجه آن بسیاری از روستاها، مهاجرت و روستاگرایی نه تنها متوقف شده بلکه می‌توان شاهد مهاجرت‌های بازگشتی به روستا از شهرهایی مانند تهران، کرج، عسلویه و ساوه به ناحیه بود.

جدول ۴. منافع گردشگری برای صاحبان نیروی کاری در روستاهای ناحیه رضوانشهر

عنوان منافع	زیر مقوله	مقولات کلی
ایجاد و گسترش فرصت‌های شغلی در روستا	گسترش تقاضای نیروی کار	بهبود بنیان‌های زیست پذیری فضا
از میان رفتن نسبی بیکاری فصلی نیروی کار محلی		
شناسایی نیروی کار تخصصی محلی توسط گردشگران کارآفرین	افزایش مزد نیروی کار	
کسب درآمد بیشتر بواسطه‌ی امکان دریافت حق الزحمه بیشتر از طریق رقابت در عرضه نیروی کار به گردشگران و رسیدن به رفاه زندگی مناسب‌تر		
ایجاد امنیت روانی و شوق به سکونت در روستا	افزایش امنیت شغلی	

د- الگوی نظام توزیع منافع گردشگری

الگوی مکانی نظام توزیع منافع

در این بخش جهت تعیین و پایایی الگوی توزیع منافع گردشگری در سه تیپ (ساحلی، جلگه‌ای و کوهستانی) فضای مورد مطالعه شهرستان مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفت، به طوری که منافع و گزاره‌هایی که در مرحله قبل شناسایی شده‌اند مورد پرسشگری در سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه قرار گرفت. جهت تعیین میزان برخورداری هر یک از تیپ‌های مورد مطالعه ابتدا میانگین ارزشی هر یک

از گزاره‌ها در روستاهای مورد مطالعه مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفت به طوری که ارزش عددی هر یک از گزاره‌ها بین یک تا نه مشخص گردید که عدد یک نشان دهنده ارزش حداقلی و عدد نه نشان دهنده ارزش حداکثری بوده است، سپس وزن‌ها در فراوانی تکرار ضرب شده تا میزان ارزشی هر یک از مقوله‌ها مشخص گردد. در نهایت میانگین ارزشی هر یک از مقولات کلان نیز در سه تیپ مورد مطالعه قرار گرفت تا نحوه و وضعیت هر یک از این مقولات کلان نیز به طور جداگانه در این نواحی مورد سنجش قرار گرفته است.

بررسی میزان برخورداری منافع حاصل از گردشگری در تیپ ساحلی نشان داد که در بین گزاره‌های مورد سنجش در این تیپ به ترتیب رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات، استفاده از سرمایه‌های راکد، توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و رفاهی و رشد توان برای تقاضا و دریافت تسهیلات بیشترین ارزش عددی را کسب نموده‌اند و بررسی مقولات کلان در این بخش نیز نشان می‌دهد که توسعه نظام سرمایه بیشترین ارزش عددی را کسب نموده است و توسعه بازاریابی در پایین‌ترین میزان ارزشی در این ناحیه قرار دارد، به دلیل آن که تیپ ساحلی در مسیر بین راهی شهرستان بندر انزلی قرار دارد سالیانه حضور گردشگران بیشتری را پذیرا است و از آنجایی که وجود دریا نیز برای اکثر نقاط مرکزی کشور که از این نعمت محروم هستند به عنوان یک عامل جاذب عمل می‌کند و تأثیرات خود را در بورس بازی زمین و مستغلات نشان می‌دهد به طوری که اکثر سرمایه‌گذاران نیز برای برخورداری از سود بیشتر، خانه‌های دوم (ویلا) را در این تیپ احداث کرده تا بتوانند از طریق اجاره این ویلاها و سوئیت‌ها منافع مناسبی را بدست بیاورند (جدول ۵).

جدول ۵. میزان منافع حاصل از گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی تیپ ساحلی ناحیه رضوانشهر

مقولات کلی	منافع (گزاره‌ها)	میانگین ارزشی گزاره‌ها	میانگین ارزشی مقولات کلان
	رشد درآمدهای خانوار	۶/۶	
بهبود درآمدها	کاهش نقش دلالتان در جریان فروش محصولات روستایی	۶/۸	۶/۷
	توسعه فروش تولیدات محلی	۶/۶	
توسعه بازاریابی	شهرت یافتن محصولات شما در خارج از روستا (برندسازی)	۶/۹	۶
	رشد آگاهی و اطلاع از سلیقه و نظر مشتریان	۴/۵	
رشد انگیزه اقتصادی در فضا	ماندگاری جوانان و رغبت کسب و کار در روستا	۶/۳	۶/۶
	ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های اقتصادی	۶/۸	
	رشد توان برای تقاضا و دریافت تسهیلات	۸/۵	
	سهولت دسترسی به اعتبارات	۷/۱	
توسعه نظام گردش سرمایه	سهولت دسترسی به نیروی انسانی	۶/۹	۸/۰۲
	استفاده از سرمایه‌های راکد (منازل و اراضی بلااستفاده)	۸/۷	
	رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات	۸/۹	
	تنوع تزایدی فعالیت‌های اقتصادی روستاها	۶/۴	
	ایجاد فرصت‌های شغلی جدید	۷/۵	
گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن	مشارکت با سایر اهالی در جهت راه‌اندازی کسب و کاری نو	۵/۲	۶/۹
	توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و رفاهی	۸/۶	
	جمع کل		۳۴/۲

بررسی میزان برخورداری منافع حاصل از گردشگری در تیپ دشتی/جلگه‌ای نشان داد که در بین گزاره‌های مورد سنجش در این تیپ به ترتیب رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات و استفاده از سرمایه‌های راکد بیشترین ارزش عددی را کسب نموده‌اند و سایر گزاره‌های مورد مطالعه از ارزش عددی پایین‌تری برخوردار هستند. همچنین بررسی مقولات کلان در این بخش نیز نشان داد که توسعه نظام گردش سرمایه بیشترین ارزش عددی را در بین سایر مقولات مورد مطالعه کسب نموده است و مقوله بهبود درآمدها در پایین‌ترین میزان ارزشی در این ناحیه قرار گرفته است، به دلیل آن که تیپ جلگه‌ای برخلاف دو تیپ (ساحلی و کوهستانی) از جاذبه کمتری برخوردار است بیشترین منافی که افراد ساکن در این ناحیه می‌توانند از حضور گردشگران ببرند اجاره خانه‌های دوم (ویلاها) و سوئیت‌ها است به همین دلیل نیز مقوله توسعه نظام گردش سرمایه (رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات و استفاده از سرمایه‌های راکد) در بین سایر مقولات این بخش امتیاز بالاتری را کسب نموده است. به دلیل عدم وجود جذابیت برای گردشگران ماندگاری آنان نیز در این ناحیه کمتر می‌شود و ماندگاری کمتر گردشگران نیز به تبع بر میزان درآمدهای ساکنین این بخش تأثیر می‌گذارد و باعث می‌شود منافع کمتری در این مقوله نصیب روستاییان گردد (جدول ۶).

جدول ۶. میزان منافع حاصل از گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی تیپ جلگه‌ای/دشتی ناحیه رضوانشهر

مقولات کلی	منافع (گزاره‌ها)	میانگین ارزشی گزاره‌ها	میانگین ارزشی مقولات کلان
	رشد درآمدهای خانوار	۴/۲	
بهبود درآمدها	کاهش نقش دلالتان در جریان فروش محصولات روستایی	۵/۸	۵
	توسعه فروش تولیدات محلی	۵/۷	
توسعه بازاریابی	شهرت یافتن محصولات شما در خارج از روستا (برندسازی)	۵/۹	۵/۵
	رشد آگاهی و اطلاع از سلیقه و نظر مشتریان	۴/۹	
رشد انگیزه اقتصادی در فضا	ماندگاری جوانان و رغبت کسب و کار در روستا	۴/۹	۵/۳
	ایجاد انگیزه برای فعالیتهای اقتصادی	۵/۶	
	رشد توان برای تقاضا و دریافت تسهیلات	۷/۹	
	سهولت دسترسی به اعتبارات	۷/۷	
توسعه نظام گردش سرمایه	سهولت دسترسی به نیروی انسانی	۶/۷	۷/۸
	استفاده از سرمایه‌های راکد (منازل و اراضی بلااستفاده)	۸/۱	
	رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات	۸/۶	
	تنوع تزییدی فعالیتهای اقتصادی روستاها	۵/۶	
	ایجاد فرصت‌های شغلی جدید	۶/۵	
گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن	مشارکت با سایر اهالی در جهت راه‌اندازی کسب و کاری نو	۵/۸	۶/۶
	توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و رفاهی	۸/۴	
	جمع کل		۳۰/۲

بررسی میزان برخورداری منافع حاصل از گردشگری در تیپ کوهپایه‌ای/کوهستانی نشان داد که در بین گزاره‌های مورد سنجش در این تیپ به ترتیب توسعه فروش تولیدات محلی، ماندگاری جوانان و رغبت کسب و کار در روستا، رشد درآمدهای خانوار و ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های اقتصادی بیشترین ارزش عددی را کسب نموده‌اند و مشارکت با سایر اهالی در جهت راه‌اندازی کسب و کاری نو، سهولت دسترسی به اعتبارات و تنوع تزییدی فعالیت‌های اقتصادی روستاها از ارزش عددی پایین‌تری برخوردار هستند. همچنین بررسی مقولات کلان در این بخش نیز نشان داد که مقوله رشد انگیزه اقتصادی در فضا بیشترین ارزش عددی را در بین سایر مقولات مورد مطالعه کسب نموده است و مقوله گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن در پایین‌ترین میزان ارزشی در این نواحی قرار گرفته است، به دلیل آن که تیپ کوهستانی به دلیل شرایط طبیعی خاص و همسویی و مکمل بودن فعالیت‌های گردشگری با تولیدات محلی جاذب گردشگران بیشماری است که حضور گردشگران موجب پیدایش فعالیت‌های خدماتی در این نواحی می‌شود و اشتغال نیز از مهاجرت جوانان از این ناحیه جلوگیری می‌نماید و انگیزه را در این فضاها شکل می‌دهد. به همین دلیل نیز مقوله رشد انگیزه اقتصادی در فضا (ماندگاری جوانان و رغبت کسب و کار در روستا و ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های اقتصادی) در بین سایر مقولات این بخش امتیاز بالاتری را کسب نموده است. به دلیل کوهستانی بودن این نواحی و همچنین دوری از مراکز شهری خدمات رسانی از قبیل اینترنت، شبکه راه‌های آسفاته و ... نسبت به دو تیپ (ساحلی و جلگه‌ای) در شرایط پایین‌تری قرار دارد که موجب می‌شود مقوله گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن نسبت به سایر مقولات کلان امتیاز کمتری دریافت و در میانگین ارزشی پایین‌تری قرار گرفته است (جدول ۷).

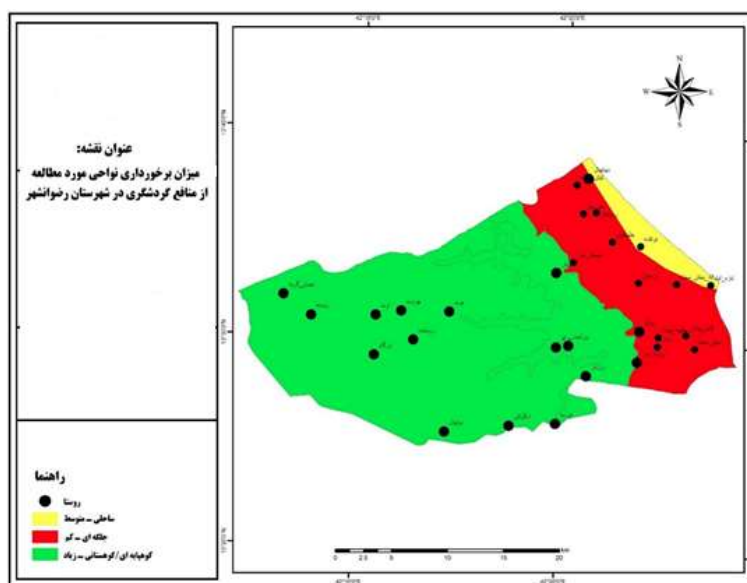
جدول ۷. میزان منافع حاصل از گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی تیپ کوهپایه‌ای/کوهستانی ناحیه رضوانشهر

مقولات کلی	منافع (گزاره‌ها)	میانگین ارزشی گزاره‌ها	میانگین ارزشی مقولات کلان
بهبود درآمدها	رشد درآمدهای خانوار	۸/۶	۸/۳
	کاهش نقش دلالتان در جریان فروش محصولات روستایی	۷/۹	
توسعه بازاریابی	توسعه فروش تولیدات محلی	۸/۸	۷/۷
	شهرت یافتن محصولات شما در خارج از روستا (برندسازی)	۷/۵	
رشد انگیزه اقتصادی در فضا	رشد آگاهی و اطلاع از سلیقه و نظر مشتریان	۶/۸	۸/۵
	ماندگاری جوانان و رغبت کسب و کار در روستا	۸/۷	
توسعه نظام گردش سرمایه	ایجاد انگیزه برای فعالیت‌های اقتصادی	۸/۳	۷/۴
	رشد توان برای تقاضا و دریافت تسهیلات	۷/۵	
	سهولت دسترسی به اعتبارات	۶/۱	
	سهولت دسترسی به نیروی انسانی	۷/۹	
گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن	استفاده از سرمایه‌های راکد (منازل و اراضی بلااستفاده)	۷/۴	۶/۴
	رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات	۷/۹	
	تنوع تزییدی فعالیت‌های اقتصادی روستاها	۶/۴	
	ایجاد فرصت‌های شغلی جدید	۷/۵	
	مشارکت با سایر اهالی در جهت راه‌اندازی کسب و کاری نو	۵/۲	
	توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و رفاهی	۶/۶	
	جمع کل		۳۸/۳

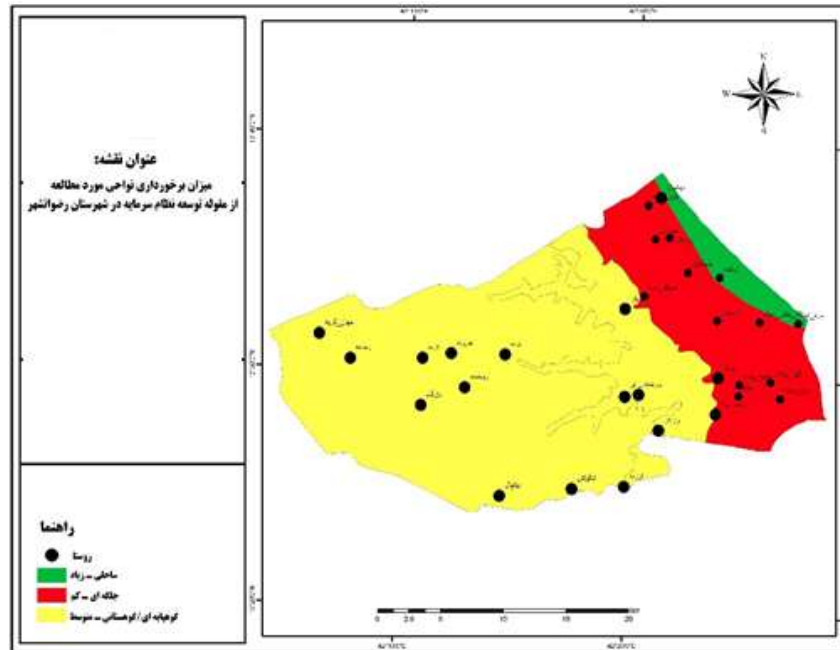
مقایسه میزان جذب منافع حاصل از گردشگری در نواحی روستایی تپ‌های مورد مطالعه (ساحلی، جلگه‌ای و کوهستانی) نشان داد که مقدار ارزش کمی شاخص‌های اقتصادی (شاخص‌های متأثر از گردشگری) در تپ روستاهای کوهپایه‌ای/کوهستانی، نسبت به دو تپ دشتی و ساحلی بیشتر است همان‌طور که در جدول ۸ و شکل ۲ مشاهده می‌شود. تپ روستاهای کوهستانی به لحاظ برخورداری از منافع گردشگری در رتبه اول و تپ‌های ساحلی و جلگه‌ای/دشتی در رتبه‌های بعدی جای گرفته‌اند، به عبارتی می‌توان گفت سکونتگاه‌های روستایی تپ کوهپایه‌ای/کوهستانی ناحیه به دلیل برخورداری از محیط طبیعی غنی و همچنین پیوند تولیدات محلی با فعالیت‌های گردشگری موجب شده است که نسبت به دو تپ دیگر ناحیه مورد مطالعه از منافع بیشتری برخوردار شود. اما بررسی و مقایسه هر یک از مقولات کلی در سه تپ مورد مطالعه نشان داد که تپ ساحلی در مقوله توسعه نظام سرمایه (رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات و استفاده از سرمایه‌های راکد) در رتبه اول نسبت به دو تپ (جلگه‌ای و کوهستانی) دیگر ناحیه قرار دارد. به عبارتی می‌توان گفت به دلیل آن که تپ ساحلی در مسیر بین راهی شهرستان بندر انزلی قرار دارد سالیانه حضور گردشگران بیشتری را پذیرا است و از آنجایی که وجود دریا نیز برای اکثر نقاط مرکزی کشور که از این نعمت محروم هستند به عنوان یک عامل جاذب عمل می‌کند و تاثیرات خود را در بورس بازی زمین و مستغلات نشان می‌دهد به طوری که اکثر سرمایه‌گذاران نیز برای برخورداری از سود بیشتر، خانه‌های دوم (ویلا) را در این تپ احداث کرده تا بتوانند از طریق اجاره این ویلاها و سوئیت‌ها منافع مناسبی را بدست بیاورند.

جدول ۸. میزان برخورداری سه تپ مورد مطالعه از منافع گردشگری

رتبه	جمع کل میانگین ارزش مقولات	تپ
۲	۳۴/۲	ساحلی
۳	۳۰/۲	جلگه‌ای
۱	۳۸/۳	کوهپایه‌ای/کوهستانی



شکل ۲. نقشه میزان برخورداری نواحی مورد مطالعه از منافع گردشگری در شهرستان رضوانشهر



شکل ۳. نقشه میزان برخورداری نواحی مورد مطالعه از منافع توسعه نظام گردشگری سرمایه در شهرستان رضوانشهر

الگوی اجتماعی نظام توزیع منافع منافع گردشگری برای مالکان ابزار تولید

گردشگری یکی از مهمترین ابزارهای سرمایه در سیطره فضاهای ماقبل مدرن، مدرن و پسامدرن است و از آنجائیکه گردشگری به علت شرایط و خاصیت بازدهی زود هنگامی که دارد، به عنوان یک بستر مناسب هم از نظر سرمایه‌داران و هم از نظر نیروی کار مورد توجه است. به همین دلیل در پژوهش حاضر به تبیین نظام توزیع منافع حاصل از گردشگری در بین اقشار درگیر با این مسئله پرداخته شده است به طوری که برای این مطالعه افشاری که به طور مستقیم با منافع گردشگری سر و کار دارند به دو دسته^۳ "مالکان ابزار تولید" و "صاحبان نیروی کار" تقسیم شده است تا مشخص گردد کدام یک از این دو قشر منافع بیشتری را بدست می‌آورند. بنابراین با بررسی‌های میدانی و از طریق پرسشگری منافع و مقولاتی که در جدول ۹ مشاهده می‌شود مورد سنجش قرار گرفت به طوری که به هر یک از گزاره‌ها ارزش عددی یک تا نه داده شده که عدد نه بالاترین میزان ارزش و عدد یک کمترین ارزش را دارد. یافته‌ها نشان داد که در بین منافع حاصل از گردشگری برای مالکان ابزار تولید، گزاره‌های "بهبود تفکر خلاق مالکان برای یافتن راه‌های جدید کسب درآمد در روستا"، "بدست آوردن مشتریان بیشتر" و عرضه مستقیم خدمات و محصولات به مشتریان با کاهش هزینه حمل و نقل "نسبت به سایر موارد در سطح بالاتری جای گرفته‌اند. همچنین سنجش مقولات کلی منافع در محدوده مورد نشان داد که گسترش قلمرو بازار دارای میانگین ارزشی بالاتری نسبت به سایر مقولات کلان دارد.

^۳. الگوی اجتماعی از منظر و نگاه سرمایه‌داری تقسیم شده است تا مشخص گردد که هر یک از طبقه کارگر و سرمایه‌دار چه سهمی از منافع حاصل از گردشگری را برخوردار می‌شوند.

جدول ۹. میزان منافع حاصل از گردشگری برای مالکان ایزار تولید در سکونتگاه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر

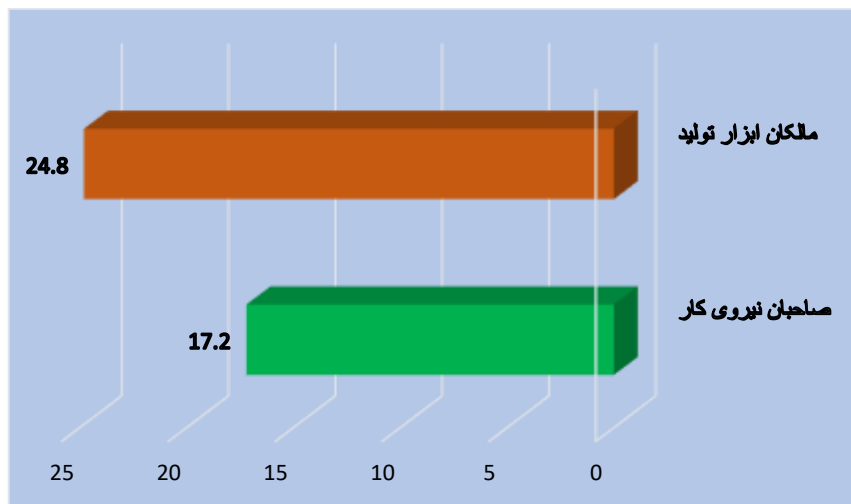
میانگین ارزشی مقولات کلان	میانگین ارزشی گزاره‌ها	منافع (گزاره‌ها)	مقولات کلی
	۱/۶	بدست آوردن مشتریان بیشتر	
۱/۴	۱/۴	عرضه مستقیم خدمات و محصولات به مشتریان با کاهش هزینه حمل و نقل	گسترش قلمرو بازار
	۱/۳	امکان معرفی خدمات و محصولات محلی به گردشگران خارجی	
	۱/۱	جلب مشارکت برخی از گردشگران در سرمایه گذاری های محلی	
۱/۲	۱/۲	افزایش سرمایه گذاری مالکان بر ایجاد مشاغل جانبی در روستاها (افزایش محصولات گردشگری (هتل‌ها و رستوران‌ها و ...)	رشد جذب و دسترسی به سرمایه
	۱/۴	ارتقای ارزش مالی و تجاری املاک، مستغلات، ساختمان‌ها و اماکن	
	۷/۱	امنیت شغلی	
۱/۲	۱/۱	کسب درآمد و افزایش سود بنگاه‌ها	توسعه فضای کسب درآمد و سرمایه
	۱/۱	بهبود تفکر خلاق مالکان برای یافتن راه‌های جدید کسب درآمد در روستا	
۲۴/۱		جمع کل	

بنابراین با بررسی‌های میدانی و از طریق پرسشگری منافع و مقولاتی که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود مورد سنجش قرار گرفت به طوری که یافته‌ها نشان داد که در بین منافع حاصل از گردشگری برای صاحبان نیروی کار، گزاره‌های " ایجاد امنیت روانی و شوق به سکونت در روستا"، " کسب درآمد بیشتر بواسطه‌ی امکان دریافت حق الزحمه بیشتر از طریق رقابت در عرضه نیروی کار به گردشگران و رسیدن به رفاه زندگی مناسب تر" و "مانع مهاجرت (جلوگیری از مهاجرت های فصلی نیروی کار+ مهاجرت های بازگشتی)" نسبت به سایر موارد در سطح بالاتری جای گرفته‌اند.

جدول ۱۰. میزان منافع حاصل از گردشگری برای صاحبان نیروی کار در سکونتگاه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر

میانگین ارزشی مقولات کلان	میانگین ارزشی گزاره‌ها	منافع (گزاره‌ها)	مقولات کلی
	۶/۲	ایجاد و گسترش فرصت‌های شغلی در روستا	
	۵/۹	از میان رفتن نسبی بیکاری فصلی نیروی کار محلی	گسترش تقاضای نیروی کار
۵/۹	۵/۷	شناسایی نیروی کار تخصصی محلی توسط گردشگران کارآفرین	بهبود بنیان‌های زیست پذیری فضا
۵/۶	۵/۶	کسب درآمد بیشتر بواسطه‌ی امکان دریافت حق الزحمه بیشتر از طریق رقابت در عرضه نیروی کار به گردشگران و رسیدن به رفاه زندگی مناسب تر	افزایش مزد نیروی کار
	۵/۷	ایجاد امنیت روانی و شوق به سکونت در روستا	افزایش امنیت شغلی
۱۷/۲		جمع کل	

مقایسه جذب منافع در قشرهای مورد مطالعه (مالکان ابزار تولید و صاحبان نیروی کار) نشان داد که همگان سهمی یکسانی در منافع ندارند. همانطور که در شکل ۴ مشاهده می‌شود، گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر نتوانسته امکان برابری منافع را در بحث پایداری اقتصادی برای قشرهای اجتماعی به همراه داشته باشد. نابرابری مالک ابزار/صاحب نیروی کار اشاره به شکاف بزرگی است که بین درآمدهای کلان تعداد محدودی از نافعان و مالکان سرمایه و درآمدهای ناچیز عده زیادی از صاحبان نیروی کار وجود دارد. واضح است که سود گروه مالکان ابزار تولید، که عموماً سرمایه‌گذاران غیربومی و یا سرمایه‌گذاران شهری منطقه هستند، به دلیل آنکه مشاغل سطح بالا از جمله مشاغل مدیریتی و صاحبان هتل، استخراج‌شنا و رستوران‌ها در اختیار این قشر است، در نتیجه سهم صاحبان نیروی کار از منافع گردشگری اندک است.



شکل ۴. نمودار میزان بر خور داری صاحبان نیروی کار و مالکان ابزار تولید از منافع حاصل از گردشگری

۵- بحث و فرجام

گردشگری امروزه دارای یک نظام و ساختار منسجم است. به ماهیت ساختاری "گردشگری به مثابه توسعه" از این جهت مطرح می‌شود که گردشگری به دلیل منافع اقتصادی فراوانی که در بر دارد، بخش جدایی‌ناپذیر اقتصاد سیاسی کشورها به شمار می‌آید. این رهیافت کلی، یعنی تحلیل توسعه گردشگری از خلال فرایند دوگانگی در روابط منطقه-ای-جهانی حاوی یک ایده کلی است که سیستم‌های گردشگری شامل ساختارهای اقتصادی و اجتماعی غیرقابل رؤیتی هستند که اصولاً به حاشیه رانده شدن ساکنان منطقه و رونق اقتصادی به نفع عده‌ای محدود منجر می‌شود. برخلاف تصورات و انتظاراتی که از اثرات گردشگری برای توسعه مکان‌ها وجود دارد، رشد روزافزون فعالیت گردشگری در ناحیه رضوانشهر به ویژه در نواحی روستایی سطوح "توسعه نیافته" در فرایند توسعه را نشان می‌دهد. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها و نیز مشاهده برخی شرایط ساختی و زیرساختی در شهرستان مورد مطالعه حاکی از آن است که توسعه محلی همگام با رشد گردشگری در ناحیه پیش نرفته است. گردشگری عاملی در افزایش بی‌رویه قیمت‌ها به ویژه قیمت زمین، قیمت بالای اجاره‌ها و خرید مسکن نیز به بیان اکثر پرسش‌شوندگان، بیش از حد توان مالی

قشر متوسط و پایین جامعه مورد مطالعه است و تنها دلایان و سرمایه‌گذاران کلان از این شرایط سود می‌برند. براساس نشست‌هایی که با چهار گروه (روستاییان، متولیان و برنامه‌ریزیان بخش گردشگری، صاحبان کسب و کارهای گردشگری و مدیران محلی) در محدوده مورد مطالعه انجام شد منافی که از طریق گردشگری عاید نواحی می‌شود مشخص گردید، به طوری که ۱۶ منافع در پنج مقوله کلی (بهبود درآمدها، توسعه بازاریابی، رشد انگیزه اقتصادی در فضا، توسعه نظام سرمایه و گسترش کارآفرینی و بنیان‌های آن) در محدوده مورد مطالعه مشخص گردید. همچنین نه منافع در سه مقوله کلی (گسترش قلمرو بازار، رشد جذب و دسترسی به سرمایه و توسعه فضای کسب درآمد و سرمایه) برای مالکان ابزار تولید و در نهایت شش منافع در یک مقوله کلی (بهبود بنیان‌های زیست پذیری فضا) برای صاحبان نیروی کار در عرصه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر شناسایی شد.

مقایسه میزان جذب منافع حاصل از گردشگری در نواحی روستایی تیپ‌های مورد مطالعه (ساحلی، جلگه‌ای و کوهستانی) نشان داد که مقدار ارزش کمی شاخص‌های اقتصادی (شاخص‌های متأثر از گردشگری) در تیپ روستاهای کوهپایه‌ای/کوهستانی، نسبت به دو تیپ دشتی و ساحلی بیشتر است. تیپ روستاهای کوهستانی به لحاظ برخورداری از منافع گردشگری در رتبه اول و تیپ‌های ساحلی و جلگه‌ای/دشتی در رتبه‌های بعدی جای گرفته‌اند، به عبارتی می‌توان گفت سکونتگاه‌های روستایی تیپ کوهپایه‌ای/کوهستانی ناحیه به دلیل برخورداری از محیط طبیعی غنی و همچنین پیوند تولیدات محلی با فعالیت‌های گردشگری موجب شده است که نسبت به دو تیپ دیگر ناحیه مورد مطالعه از منافع بیشتری برخوردار شود. اما بررسی و مقایسه هر یک از مقولات کلی در سه تیپ مورد مطالعه نشان داد که تیپ ساحلی در مقوله توسعه نظام سرمایه (رونق بازار خرید و فروش زمین و مستغلات و استفاده از سرمایه‌های راکد) در رتبه اول نسبت به دو تیپ (جلگه‌ای و کوهستانی) دیگر ناحیه قرار دارد. به عبارتی می‌توان گفت به دلیل آن که تیپ ساحلی در مسیر بین راهی شهرستان بندر انزلی، تالش به آستارا قرار دارد سالیانه حضور گردشگران بیشتری را پذیرا است و از آنجایی که وجود دریا نیز برای اکثر نقاط مرکزی کشور که از این نعمت محروم هستند به عنوان یک عامل جاذب عمل می‌کند و تاثیرات خود را در بورس بازی زمین و مستغلات نشان می‌دهد به طوری که اکثر سرمایه‌گذاران نیز برای برخورداری از سود بیشتر، خانه‌های دوم (ویلا) را در این تیپ احداث کرده تا بتوانند از طریق اجاره این ویلاها و سوئیت‌ها منافع مناسبی را بدست بیاورند.

همچنین مقایسه جذب منافع در قشرهای مورد مطالعه (مالکان ابزار تولید و صاحبان نیروی کار) نشان داد که همگان سهمی یکسانی در منافع ندارند و مالکان ابزار تولید (سرمایه‌داران) منافع بیشتری نسبت به صاحبان نیروی کار در محدوده مورد مطالعه کسب می‌کنند. به طوری که گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی ناحیه رضوانشهر نتوانسته امکان برابری منافع را در بحث پایداری اقتصادی برای قشرهای اجتماعی به همراه داشته باشد. نابرابری مالک ابزار/صاحب نیروی کار اشاره به شکاف بزرگی است که بین درآمدهای کلان تعداد محدودی از نافعان و مالکان سرمایه و درآمدهای ناچیز عده زیادی از صاحبان نیروی کار وجود دارد. واضح است که سود گروه مالکان ابزار تولید، که عموماً سرمایه‌گذاران غیربومی و یا سرمایه‌گذاران شهری منطقه هستند، به دلیل آنکه مشاغل سطح بالا از جمله مشاغل مدیریتی و صاحبان هتل، استخر شنا و رستوران‌ها در اختیار این قشر است، در نتیجه سهم صاحبان نیروی کار از منافع گردشگری اندک است.

براساس یافته‌های پژوهش دو گروه عمده از شاغلین در بخش گردشگری در ناحیه شناسایی شدند که عبارتند از: "مشاغل سطح پایین": مانند نگهبانی، فروشندگی، رانندگی، تابلو به دست‌های اجاره ویلا و سایر مشاغل کاذب که اغلب توسط بومیان و افراد محلی انجام می‌شود. و "مشاغل سطح بالا": مانند مدیریت هتل و رستوران‌ها، صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی که توسط سرمایه‌داران و غیربومیان انجام می‌پذیرد. واضح است شکاف عمیقی که میان این فرصت‌های شغلی به لحاظ درآمد و منزلت وجود دارد، باعث "نابرابری" می‌شود.

گردشگری با ایجاد بستری برای خلق فرصت‌های نابرابر شغلی، زمینه "شکاف درآمدی" را پدید می‌آورد. بررسی - های میدانی نشان می‌دهد که شکاف عظیمی بین میزان درآمد برخی مشاغل وابسته به گردشگری، صاحبان ابزار تولید (مثل دلالی زمین و ویلا، صاحبان مراکز خرید و هتل‌ها، صاحبان ویلاها و شهرک‌های اجاره‌ای) با مشاغل سطح پایین که توسط بومیان و افراد محلی انجام می‌شود وجود دارد. به‌طور کلی تعداد معدودی به سودهای هنگفتی در جریان رشد گردشگری در منطقه دست می‌یابند. به‌طور کلی گسترش و عمق یافتن توزیع ناعادلانه درآمدها، شکاف اقتصادی لایه‌های درونی اجتماع مقصد گردشگری دارد که در نهایت یک نوع "بلوک‌بندی درآمدی" در سطح ناحیه ایجاد می‌کند.

گردشگری در بعد مکانی - فضایی نیز بر اساس فعل و انفعالاتی که در فضا شکل می‌دهد موجب می‌شود که نوار ساحلی و تیپ کوهستانی ناحیه مورد مطالعه، منافع بیشتری کسب نمایند که با رونق این نواحی و در مقابل محرومیت سایر نواحی به‌ویژه تیپ جلگه‌ای/دشتی به نوعی "شکاف و نابرابری فضایی" در ناحیه شکل می‌گیرد، شکافی که قبل از هر چیز ناشی از ارزش ریالی زمین‌های یک ناحیه خاص است (شکل‌گیری مافیا و دلالی). جمع‌بندی نهایی مطالب ارائه شده فوق و چگونگی توزیع منافع حاصل از گردشگری در ناحیه روستایی رضوانشهر می‌توان اذعان نمود:

تجربه گردشگری (به عنوان یکی از طرح‌های توسعه‌ای) در ناحیه رضوانشهر به عنوان یکی از نواحی دارای پتانسیل بالای گردشگری در شمال ایران نتوانسته در بعد پایداری اقتصادی موفق عمل نماید، به دلیل آنکه منافع به صورت عادلانه توزیع نشده است و سطوح نابرابری در میان قشرهای مختلف (مالکان ابزار تولید سرمایه‌داران) و صاحبان نیروی کار) روز به روز پررنگتر می‌شود، اقتصاد محلی در حال نابودی است و بنابر باور مایکل وودز (مؤلف کتاب جغرافیای روستایی) کالایی شدن جوامع محلی محقق شده است.

براساس یافته‌ها و مطالب فوق پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

خصوص‌سازی و کالایی‌سازی همه چیز مهمترین عامل در ایجاد این تضادها است که می‌توان از طریق تشکیل تعاونی‌های محلی و با مشارکت واقعی مردم محلی این تضادها را به حداقل رساند؛

در کشور پروژه‌های مختلفی اجرا شده و چه بسا نتایج این پروژه‌ها به صورت تولید، اشتغال و درآمد نیز خود را نشان داده باشد اما اغلب این پروژه‌ها از استمرار لازم برخوردار نبوده و جامعه به ویژه اکثریت نواحی روستایی از آن منتفع نشده است بنابراین تحقیقاتی از این دست می‌تواند نواقص اجرای این پروژه‌ها را بررسی کرده و در راستای توزیع منصفانه منافع توسعه راهکارهای امیدبخش ارائه نماید؛

تدوین سیاست‌گذاری‌هایی در جهت توزیع عادلانه منافع گردشگری در جامعه مقصد؛

به دلیل اثرات منفی (افزایش تقاضای زمین به ویژه در نواحی ساحلی و کوهستانی و آسیب به محیط زیست منطقه) گردشگری در محدوده مورد مطالعه، برای حفظ عرصه‌های طبیعی، تثبیت و قانونی کردن کاربری اراضی در دستور کار متخصصان و مسئولان کشور قرار گیرد. و با تصویب قوانین و مقررات بازدارنده و کارآمد از تغییرات غیر قانونی جلوگیری شود؛

با توسعه جاذبه‌های گردشگری و بالفعل نمودن پتانسیل‌های جذب گردشگر در سکونتگاه‌ها می‌توان به شکل‌یابی جریان توسعه اقتصادی روستاها نائل آمد؛ و

لذا با توجه به موارد بیان شده می‌توان گفت که اگر قرار باشد گردشگری در توسعه نواحی روستایی ناحیه رضوانشهر و ارتقای اقتصاد ساکنان محلی به عنوان راهکاری مناسب و مکمل دیگر بخش‌های اقتصادی نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا نماید، باید به توزیع منافع حاصل از آن نیز توجه نمود تا همه سکونتگاه‌های روستایی در تیپ‌های مختلف شهرستان به طور عادلانه و یکسانی از مواهب حاصل از گردشگری بهره‌مند شوند. بنابراین گردشگری با اثرگذاری بر برخی از شاخص‌ها، توسعه سکونتگاه‌های روستایی را در بعد اقتصادی به دنبال دارد، که این اثرگذاری بسته به تیپ سکونتگاه‌های روستایی متفاوت است.

۶- منابع

- افراخته، حسن، خدائی، بهرامعلی (۱۳۹۰)، ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیراشهری هماهنگ با ظرفیت تحمل محیطی، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷(۲۰)، ۸۸-۶۹.
- بابا خانی، محمد؛ قاسمی، رامین؛ رفیعی، حسن؛ راغفر، حسین؛ بیگلریان، حسن . ۱۳۹۰. رابطه عدالت توزیعی و سلامت در ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، سال دوازدهم، شماره ۴۷
- بشریه، حسین (۱۳۷۶)، تاریخ اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم، فلسفه سیاسی جان رالز، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۱۰-۱۰۹ تهران، مؤسسه اطلاعات.
- بهرامی، رحمت، (۱۳۹۵)، تحلیلی بر نقش گردشگری و اثرات آن بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه موردی: شهرستان مریوان)، مجله مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۱(۳۴)، ۱۰۱-۱۱۳.
- بهرامی، رحمت‌الله (۱۳۸۹)، بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در استان کردستان، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، ایران، زاهدان
- پاپ‌زن، عبدالحمید، قبادی، پرستو، زرافشانی، کیومرث، گراوندی، شهپر (۱۳۸۹)، مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی، با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه)، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۱(۳)، ۵۲-۲۵.
- پاپلی‌یزدی، محمد حسین، و سقایی، مهدی. (۱۳۹۲). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). چاپ هشتم، تهران: انتشارات سمت.
- پورجعفر، محمدرضا، محمودی نژاد، هادی، ایلکا، شاهین، عاقبت بخیر، حامد (۱۳۹۱)، فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)، فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۱۴(۲)، ۷۹-۶۱.
- پورروحانی، ماجده، پورجعفر، محمدرضا، یدقار، علی (۱۳۹۵)، اهداف، ارکان و الزامات برنامه ریزی گردشگری روستایی با تأکید بر بوم-گردشگری (نمونه مطالعاتی: روستای شیاده، شهرستان بابل)، مجله مسکن و محیط روستا، ۳۵(۱۵۵)، ۱۰۹-۱۲۶.
- تابعی، نادر، موحد، علی، تولایی، سیمین، کامرودی کجوری (۱۳۹۵)، بررسی نقش عدالت فضایی در مدیریت شهری (محدوده مورد مطالعه: محلات منطقه ۶ تهران)، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، ۶(۲۱)، ۳۶-۲۳.

- جاسبی، عبدالله (۱۳۷۶)، ارزیابی و نقد نظام‌های اقتصادی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
- حبیبی، کیومرث، علیزاده، هوشمند، مرادی‌مسیحی، وراز، ولدبیگی، سیوان، وفایی، ساسان، (۱۳۹۰)، بررسی و تحلیل وضعیت عدالت اجتماعی در ساختار فضایی شهر سنندج، آرمان شهر، ۴(۷)، ۱۰۳-۱۱۲.
- رالز، جان (۱۳۸۵)، نظریه عدالت، ترجمه حسین اعلامی، نشریه حقوق اساسی، ۴(۶ و ۷)، ۲۲۳-۲۶۶.
- رالز، جان. ۱۳۸۳. عدالت به مثابه انصاف: یک بازگویی، ترجمه عرفان ثابتی، تهران: نشر ققنوس.
- زاهدی، شمس‌السادات. ۱۳۸۹. توسعه پایدار، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها. سمت.
- شریف زاده، ابوالقاسم، مرادی نژاد، همایون، (۱۳۸۱)، توسعه پایدار و گردشگری روستایی، ماهنامه اجتماعی اقتصادی جهاد، شماره ۲۵۱-۲۵۰، ۵۳.
- محمدپور، احمد، (۱۳۹۲)، روش تحقیق کیفی؛ ضد روش، جلد ۲، انتشارات جامعه‌شناسان.
- نصیری مقدم، خوش سیما، صدیقه (۱۳۹۴)، گردشگری روستایی راهبردی برای توسعه پایدار روستایی در بخش خورگام شهرستان رودبار، فصلنامه فضای گردشگری، ۴(۱۴)، ۱-۱۲.
- نوروزی فرد، هاشم، خراسانی، محمد امین (۱۳۹۵)، برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان ایذه مورد شناسی: روستای شیوند، جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، ۶(۱۸)، ۱۱۹-۱۳۴.
- Ahluwalia, MS.(1976).Inequality, Poverty and Development. Journal of Development Economics, 6, 307-342.
- Alesina, A., Perotti, R.(1996), Income Distribution, Political Instability, and Investment. European Economic Review, 40, 1202-1229
- Anand, S. and R. Kanbur (1993), The Kuznets Process and the Inequality-Development Relationship, Journal of Development Economics, 40, 25-52.
- Augustin, M., (1998), National Strategies for Rural Tourism Development and Sustainability, The experience Journal of Sustainable Tourism, Vol. 4, No. 3, PP. 3-33.
- Baizidi, Rahim (2019). "Paradoxical class: paradox of interest and political conservatism in middle class". *Asian Journal of Political Science*. 27 (3): 272.
- Briedenhann, Jenny and Eugenia Wickens. (2004). Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas-Vibrant Hope or Impossible Dream? *Tourism Management*, 25(1). 71-79.
- Calderón, C. and Chong, A., (2004), Volume and Quality of Infrastructure and the Distribution of Income: An Empirical Investigation, *Review of Income and Wealth*, 50, 87- 105.
- Fedorov, L. (2002). Regional inequality and regional polarization in Russia, 1990-99. *World Development*, 30(3): 443-456
- Galor, O. and Zeira, J. (1993), Income Distribution and Macroeconomics, *The Review of Economic Studies*, 60(1), 35-52.
- Gee, C. Y., 1994, international Hotel's development and management, East Lansing, Education institute of the America Hotels and model association.
- Heilbroner, Robert L. (2008). *Capitalism*. New Palgrave Dictionary of Economics, Second Edition. [Http://www.dictionaryofeconomics.com](http://www.dictionaryofeconomics.com).
- Kuznets, S. (1955), Economic growth and income inequality, *American Review*, 45(1): 1-28
- Leigh, A. Jencks, CH. (2007). Inequality and Mortality: Long-run evidence from a panel of countries, *Journal of health Economics*, 26, pp1-24.
- Pacione, M. (2003). *Urban Geography, a Global Perspective*, 2th, London: Routledge, 2016.03.009

-
- Persson,T. and Tabellini,G.(1994), Is Inequality Harmful for Growth, American Economic Review,84,601-621
 - Ram,R.(1988), Economic Development and Income Inequity: Further Evidence on the U curve Hypothesis, World development ,16(11),1371-1375.
 - Sugiyarto, Cuntur and Adam Blake (2003). Tourism and Globalization, Annals of Tourism Research, Vol. 30, Pp:683-684
 - ValerioMendoza,C.M.(2017), Infrastructure Development, Income Inequality and Sustainability The People's Republic of China, ADBI Working Paper Series,No.713
 - Wilkinson R, Kater P.2006, Income Inequality and population health: A review and explanation of the evidence. Social Sience & Medicine, 62, pp 1768-1784.
 - Winkler, A. 2012. Measuring regional inequality, an index of socio-economic pressure for Serbia. Zbornik radova-Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, (60): 81-102

