

## تحلیل اثرات اجتماعی و اقتصادی مدیریت توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تاکید بر صنایع دستی (مطالعه موردی: شهر فریدونکنار)

محسن نوتراش<sup>۱</sup>، عسگری طالبی<sup>۲</sup>، حسین امین تبار<sup>۳</sup>، محمد قاسمی<sup>۴</sup>، علی مولایی<sup>۵</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، معماری، دانشگاه غیر انتفاعی پارسا، واحد بابلسر، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول).

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی، مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه علمی کاربردی، واحد بابل، بابل، ایران.

<sup>۳</sup> دانشجوی کارشناسی، مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه امینی، واحد بهنمیر، بهنمیر، ایران.

<sup>۴</sup> دانشجوی کارشناسی، عمران دانشگاه علامه طباطبایی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران.

<sup>۵</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، معماری، دانشگاه غیر انتفاعی، پردیسان فریدونکنار، فریدونکنار، ایران.

### چکیده

هدف اصلی این تحقیق، تحلیل اثرات اقتصادی ناشی از توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع دستی) در شهرستان فریدونکنار می‌باشد. تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این فرضیه می‌باشد که توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع دستی) تأثیر معناداری بر توسعه اقتصادی در شهرستان فریدونکنار دارد. در این پژوهش پرسشنامه‌هایی میان ۳۸۴ نفر از جامعه محلی (تولیدکنندگان و فروشندگان صنایع دستی) شهر فریدونکنار توزیع گردید و پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های تکمیل شده، جهت تجزیه و تحلیل آزمون فرضیه‌های پژوهش از آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شده است. در این پژوهش از همبستگی پیرسون برای بررسی سوال‌های تحقیق و به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق از نظر معناداری، نخست توزیع نمرات از لحاظ نرمال بودن مورد آزمون قرار گرفته است و بدین منظور از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده گردیده است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر صنایع دستی بر توسعه اقتصادی شهرستان فریدونکنار تأثیر مستقیمی دارد همچنین توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تنوع فعالیت‌های فرهنگی نیز رابطه معنادار و مستقیمی دارد، بنابراین با بررسی رابطه‌ها و متغیرها در این پژوهش به این نتیجه دست یافتیم که گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر صنایع دستی بر بهبود اوضاع اقتصادی شهرستان فریدونکنار تأثیر بسزایی دارد و باید برای افزایش سطح، میزان و کیفیت این پدیده برای بهبود اوضاع اقتصادی شهرستان فریدونکنار برنامه‌ریزی‌های طولانی مدت و مفید فایده صورت پذیرد.

**واژه‌های کلیدی:** اثرات اقتصادی، توسعه گردشگری، میراث فرهنگی، صنایع دستی، فریدونکنار.

**۱- مقدمه**

با توجه به تعریف اقتصاد که به طور معمول برحسب مفهوم کمیابی (یعنی وضعیتی که در آن اقلام کافی برای تأمین نیازها و خواسته‌های یک فرد وجود ندارد) تعریف می‌شود؛ بررسی‌های اقتصادی اساساً معطوف وضعیت انسانهاست و نه پول یا ثروت. کمیابی، فی نفسه پدیده‌ای انسانی است زیرا هیچ چیز به خودی خود کمیاب به شمار نمی‌آید مگر آنکه موضوع خواسته‌های انسانی قرار گیرد. بنابراین اقتصاد را می‌توان علمی اجتماعی تعریف کرد که می‌کوشد نحوه‌ی گزینش افراد را درخصوص استفاده از منابع کمیاب برای تأمین خواسته‌هایشان درک کند. مطالعه‌ی این گزینش‌ها در یک بستر اجتماعی صورت می‌گیرد. در حوزه‌ی اقتصاد گردشگری، می‌توان پرسید که چرا افراد مسافرت به مکان خاصی را به جای مکان دیگری انتخاب کرده، یا آنکه ترجیح می‌دهند به جای مسافرت در خانه‌ی خود باشند و یا اینکه چرا فردی تصمیم به مصرف (یا سرمایه‌گذاری) پول خود برای مسافرت می‌گیرد؟

این صنعت بخشی است که تعدادی بالغ بر ۱۰۰ میلیون کارمند - بیشترین نیروی انسانی - را به کار می‌گیرد. گردشگری بر چند فعالیت عمده تاثیر دارد، از جمله: اشتغال و توسعه. همچنین گردشگری بنا به ماهیت خود اثرات مثبت و منفی متعددی بر محیط فرهنگی - اجتماعی، طبیعی و اقتصادی ایران می‌گذارد. از آنجا که توسعه جهانگردی خارجی اندک بوده و جهانگردان بازدیدکننده از ایران غالباً فرهنگ مشابهی دارند، اثرات اجتماعی - فرهنگی آنان نیز تاکنون محدود بوده است. اما بر عکس، حجم عظیم گردشگران داخلی تاثیر نامطلوب قابل ملاحظه‌ای بر مکانهای میراث فرهنگی و طبیعی کشور بجا گذاشته و به اشکال مختلف موجب تخریب و کاهش ارزش جاذبه‌ها گردیده است. از لحاظ اقتصادی، سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی کشور ۳/۴ درصد، در اشتغال زایی در حدود ۵۴۱۰۰۰ شغل مستقیم و غیر مستقیم و در صادرات غیر نفتی در حدود ۱۴ درصد برآورد شده است. این وضعیت بیانگر ضعف عمومی این بخش از نظر مدیریت، تبلیغات، ساختار حقوقی و نیز ارتباط ضعیف آن با ساختار صنایع کشور است (رجیبیان، ۱۳۹۵).

با نگاهی گذرا به درآمدهای جهانگردی کشورهای مختلف به این نتیجه می‌رسیم که نگاه کشورهای مختلف دنیا به توسعه جهانگردی با اهداف مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ..... کاملاً متفاوت بوده، اما اکثر کشورها، توسعه اقتصادی را در درجه اول اهمیت قرار داده‌اند، بدین دلیل که جهانگردی به سرعت رشد یافته و به بزرگ‌ترین صنعت دنیا تبدیل شده و منافع عمده اقتصادی را به اقتصاد ملی کشورها وارد کرده است.

**۲- بیان مسئله**

امروزه توسعه‌ی گردشگری و ورود گردشگران، تأثیرات اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی فراوانی بر مناطق پذیرنده‌ی گردشگر به وجود می‌آورد. صنعت گردشگری، دارای آثار اقتصادی گسترده‌ای است که عبارتند از: ایجاد اشتغال و دستیابی به درآمد ارزی پایدار و مناسب افزایش اشتغال و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد، ارتقای سطح زندگی مردم، بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود که از مهم‌ترین تأثیرات مثبت اقتصادی توسعه‌ی گردشگری به شمار می‌روند. در دهه‌های اخیر توسعه‌ی گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی، مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است (طیسی و همکاران، ۱۳۸۶). توسعه‌ی گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع داشته و نقش آن به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی مورد تأیید است (کاظمی، ۱۳۹۵: ۵۶). بنابراین آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل

توجهی در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، سبب شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴: ۷۵).

از طرف دیگر اگر مهمترین مسئله اقتصاد را بیماری رکود و تورم توامان بدانیم و به آن معضل بیکاری را اضافه کنیم، بر اساس اصول علمی در اقتصاد کلان به ویژه نظرات کینز بهترین کار ممکن برای این اقتصاد و برون رفت از این بن بست توزیع این منابع در سطوح پایین درآمد است، با شرط کار و تولید و نه به صورت یارانه و یا اعانه. طی این پروسه علاوه بر رونق اقتصادی و دادن قدرت خرید به اکثریتی زیاد از افراد باعث رونق اقتصادی و افزایش تولید شده و از طرفی به دلیل عدم انباشت درآمد، باعث تورم هم نخواهد شد. آیا توسعه گردشگری این قابلیت را دارد؟ بر اساس اصول محکم علمی و با مدنظر قرار دادن یک عزم و همت ملی که اگر آن را تعبیر به انقلاب سبز کنیم، بیراه نخواهد بود چنین کاری ممکن است. تعداد محدودی از این صنایع آشنا هستند و معرفی صنایع دستی و میراث فرهنگی ایران می‌تواند در صنعت گردشگری و اقتصاد کشور تأثیرگذار باشد بعلاوه صنایع دستی و میراث فرهنگی، تنها حرفه‌ای است که کار آرایی ایجاد و توسعه در تمام مناطق شهری و روستایی و حتی جوامع متحرک عشایری را دارد. ابزار کاری بسیار مختصر و ارزان ممکن است وسایل اشتغال علاقمندان را فراهم سازد. با توجه به اینکه صنایع دستی و میراث فرهنگی از قدیم در مناطق مختلف ایران رواج داشته و وجود آنها، سبب ایجاد تحولاتی در زندگی اجتماعی و اقتصادی ساکنان مناطق مختلف بوده، درک تحولات و روابط بین آنها و نواحی اطراف، نیازمند بررسی‌های بیشتری است. یکی از استان‌هایی که در ایران دارای زمینه‌ی بسیار مساعدی برای جذب گردشگر و توسعه گردشگری و میراث فرهنگی و به طبع آن توسعه اقتصادی می‌باشد، استان مازندران است. این استان به دلیل همه آنچه گفته شد و به سبب داشتن یک زبان مستقل، دارای فرهنگی متفاوت از استان‌های دیگر است. تاریخ مازندران امروز پر از رخدادها و آمد و شدهایی است که هر کدام نه تنها در تاریخ و فرهنگ مازندران، بلکه گاه بر فرهنگ کشور اثرگذار بوده‌اند. شهرستان فریدونکنار در استان مازندران با پیشینه‌ی تاریخی و فرهنگی طولانی و غنی، وجود جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی، موقعیت تفریحی و گذران اوقات فراغت و نزدیکی به دریا، که سبب عبور جذب گردشگران ساحلی محلی و غیرمحلی از این شهرستان می‌شود و همچنین به دلیل عبور بسیار زیاد گردشگران مختلف از این شهرستان، از موقعیت خوبی جهت توسعه صنعت گردشگری و به طبع آن رشد اقتصادی برخوردار است. به علاوه به دلیل قرار گرفتن این شهرستان به عنوان منطقه‌ای عبوری که همه ساله شاهد عبور جمعیت زیادی از گردشگران ساحلی و غیرساحلی است، بازارهای مربوط به صنایع دستی و میراث فرهنگی نیز در شهرستان فریدونکنار در سال‌های اخیر ایجاد، و رو به گسترش است. بنابراین با توجه به موارد بیان شده در خصوص اهمیتی که توسعه‌ی گردشگری و میراث فرهنگی و همچنین تأثیری که صنایع دستی می‌تواند در این توسعه و به طبع آن رشد اقتصادی داشته باشد، سوال اصلی تحقیق را می‌توان اینگونه بیان نمود که توسعه گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر صنایع دستی چه تأثیری می‌تواند، بر توسعه‌ی اقتصادی شهرستان فریدونکنار داشته باشد؟

### ۳- مبانی نظری تحقیق

#### ۳-۱- گردشگری

به دلیل چند وجهی بودن و میان رشته ای بودن گردشگری، از دیدگاه‌های مختلفی اعم از اقتصادی، جامعه شناختی، جغرافیایی و مدیریتی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. شاید به همین دلیل است که تا کنون تعاریف متعددی از گردشگری با توجه به دیدگاه رشته‌های مختلف صورت گرفته است. واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله ای انگلیسی به نام مجله ورزشی بکار برده شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی

برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلّاتی، ۱۳۹۵، ۲۰). از آن زمان تا کنون معانی و تعاریف متعددی از طریق صاحب نظران ارائه شده است. در این جا به ارائه تعریف گردشگر که از طرف سازمان ملل، براساس پیشنهاد کنفرانس بین المللی ترانسپور و گردشگری آن سازمان در رم، به تصویب رسیده می‌پردازیم:

گردشگر کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت ورزش یا زیارت، به جایی غیر از مکانی که در آن اقامت دارد سفر می‌کند، مشروط بر این که حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد. گردشگری عبارت است از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره برداری از لذت های گردشگری (صدر موسوی، ۱۳۹۵: ۱۳۰).

### ۳-۲- روندهای گردشگری در ایران و جهان

طی سال های ۱۳۴۸ تا ۱۳۵۷ با شروع فعالیت های جهانگردی تعداد گردشگران ورودی و درآمد ارزی حاصل از آن دارای روند رو به رشدی می‌باشد. در این سال ها برنامه ریزان اقتصادی کشور سرمایه گذاری های فراوانی در جهت ساخت هتل های بین المللی، مشارکت با شرکت های توریستی خارجی، ایجاد آژانس، افزایش توان هواپیمایی کشور، ایجاد مراکز تفریحی و همچنین ایجاد جشنواره و مسابقات ورزشی انجام داده اند و از آنجا که فعالیت های فوق به خوبی از درآمدهای سرشار نفتی آن دوران تغذیه می‌شدند، مشکل عمده ای در جهت انجام آنها وجود نداشته است (رجبیان، ۱۳۸۳: ۸۵).

روزهای اولیه مسافرت و گردشگری توسط طبقات اشراف زاده و ثروتمند آغاز گردید و همینان بودند که تجارت گردشگری را گسترش و رونق دادند. با پایان یافتن جنگ جهانی دوم روند روبه رشد صنعت گردشگری آغاز گردید با وجود نوساناتی که در برخی دوره ها شاهد آن هستیم اما صنعت مسافرت در سطح جهان به رشد خود ادامه می‌دهد. گردشگری قدیم رو به افول گذاشته و شکل نوینی از گردشگری در حال توسعه می‌باشد.

### ۳-۳- صنایع دستی

#### ۳-۳-۱- جایگاه صنایع دستی در گردشگری دنیا

هنرهای سنتی، هنرها و صنایع بدیع است که جوهر آن برگرفته از مبدا و حیاتی و دارای صورت متناسب با آن گوهر است و تالیس آن به نحوی به اولیای دین یا تجلیات باطنی هنرمندان مربوط می‌شود و در طی قرون متمادی، از طریق هنرمندان و هنروران، با حفظ آداب معنوی، سینه به سینه به عنوان میراثی گرانبه‌تر به ما رسیده است. هنرهایی که افزون بر اصول ثابت، دارای فروع متغیری است که سبب تطبیق آن با شرایط هر دوره شده است. (گروه هنرهای سنتی فرهنگستان هنر که به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده است این تعریف در تناسب مجموعه مقالات هم اندیشی ها، معنویت و آموزش هنر- مقاله آقای دکتر حسین یاوری آمده است (نخعی، ۱۳۹۱: ۱۳).

در سال های اخیر، کاهش تصدیگری دولتی در تولید، توزیع و مصرف صنایع دستی در دستور کار قرار گرفته و این یعنی دولت باید حداقل مداخله را در این امور داشته باشد. این تفکر اصالتا ناشی از تقابل فرهنگ نخبگان کلان شهرها با فرهنگ سنتی قومی است. صنایع دستی نه بعنوان کار(فن) یا به عنوان یک نماد(هنر، آئین) بلکه به عنوان بخشی از زندگی طبیعی و مادی مردم، بازتابی از تاریخ و تمدن یک قوم و ملت، با دیگران ارتباط برقرار می‌کند. این بخش از زندگی طبیعی، مبین نگرش مردم و هنر آنان است نه یک کارنمایشی، بلکه نوعی آفرینش بشمار می‌رود. این آفرینش با زیبایی شناختی و محتوای هنری همراه است و معنی وسیع آن در قالب یک محصول فناوری محلی، دربرگیرنده کارهای روزمره مردم محلی است. باید اشاره کرد در دوران جامعه اطلاعاتی و جهانی سازی، فعالیت های فرهنگی در قالب جدال برای اقتدار و امتیاز فرهنگی، تلاش می‌کنند و به

همین دلیل به یک موضوع با اهمیت سیاسی تبدیل شده اند. صنعتگران امروزی به همان سرنوشتی دچار شده اند که به علت مداخله اقتصاد صادرات مواد معدنی و مواد خام، مردم روستایی را از ریشه جدا کرده است این فرآیند ازلی مهاجرت به مراکز شهری و واقعیت های مربوط به امتزاج فرهنگ ها، فقدان هویت و زوال حافظه جمعی مردم را در پی داشته است (یاوری، ۱۳۹۶: ۱۷۵).

زیرا صنایع دستی جوهره فرهنگ مردمی است صنایع دستی آخرین خاک ریز هویت و اصالت مردم در دوران جهانی سازی است از این روی اهمیت و ارزش نقش دولت در توسعه و تحول صنایع دستی بسیار بیشتر از ارقامی است که از اثرات اقتصادی آن نقل می شود (یاوری، ۱۳۹۶: ۱۷۵).

### ۳-۲-۳- ظرفیت های صنایع دستی و گردشگری در ایران

نکته مهم و شایان توجه آن است که حتی اگر همه تاثیرات مثبت اقتصادی صنایع دستی را به کناری بگذاریم، این هنر ملی ایران بواسطه بازتاب ذوق سرشار، اندیشه خلاق و هنرمندان پرمایه ولی بی ادعا باید بصورت جدی و برنامه ریزی شده مورد حمایت قرار گیرد. این در حالی است که صنایع دستی طی سالیان متمادی، چه در دوران رونق و شکوفائی و چه در دوره های رکود، هنگامی که با توسعه صنعت گردشگری همراه بوده سهم شایسته و در خورتوجهی در اقتصاد کشور و معرفی هنر ناب و خالص ایرانی و نهایتاً زندگی اقتصادی و حیات فرهنگی ما داشته است (یاوری، ۱۳۹۶: ۱۶۴).

امروزه تولید صنایع دستی که مزین به نقش آثار تاریخی، باستانی و یادمانهای ویژه هر کشور است در دستور کار صنعتگران جهان قرار دارد و تلاش می شود که حتی بخشی از این گونه آثار که از سنگ، چوب، فلز و یا بر روی سرامیک و پارچه پدید می آید با قیمتهای ارزان در اختیار گردشگران قرار گیرد. باید عرض کنم که تمامی ممالک جهان، اعتقاد به تاثیر متقابل صنایع دستی و صنعت گردشگری دارند. چرا که در عمل و تجربه دریافته اند که هنرهای صناعی یکی از عوامل بسیار موثر در جلب و جذب گردشگر در تمامی گرایش های ملی، منطقه ای و داخلی است و متقابلاً به این نتیجه هم رسیده اند که صنعت گردشگری می تواند به رشد، توسعه و گسترش صنایع دستی و بهبود کیفیت آن کمک کند. برپایه این اعتقاد و تجربیات حاصله تشکیلات صنایع دستی و گردشگری در بسیاری از کشورها در هم ادغام و یا در رابطه ای هماهنگ و منسجم با هم دیده شده اند که خوشبختانه در کشور ما نیز گامهایی در این زمینه برداشته شده است (مکیان و نادری بنی، ۱۳۹۵، ص ۴۱).

### ۳-۳- نقش صنایع دستی در اقتصاد ایران

صنایع دستی ایران، به عنوان صنعتی مستقل وبومی، شاخص ترین هنر کاربردی ایران و یکی از سه قطب برتر صنایع دستی جهان، ریشه های عمیق و استوار در فرهنگ غنی و باور ایرانی اسلامی داشته است. به طور کلی نقش صنایع دستی در اقتصاد ایران عبارت است از: کمک به توسعه اقتصادی، ایجاد شغل، سرمایه گذاری اندک و بهره وری بالا. رشد اقتصادی و دستیابی به هدف های مختلف آن امروزه سرلوحه برنامه و فعالیت های بسیاری از دولت ها به ویژه در کشورهای در حال توسعه است. این دولت ها در برنامه های توسعه اقتصادی خود هدف های عمده ای را در زمینه های مختلف اقتصاد و اجتماع، سیاست و... دنبال می کنند. در بخش اقتصاد، عمده هدف های دولت ها متوجه افزایش تولید و در آمد ملی (رشد اقتصادی) رسیدن به اشتغال کامل و کاهش نرخ بیکاری، ثبات قیمت ها و کاهش نرخ تورم به منظور حفظ قدرت خرید پول ملی، توسعه صادرات و افزایش درآمدهای ارزی به منظور تأمین نیازهای ارزی کشور و تسهیل در اجرای برنامه های توسعه و بالاخره توزیع بهتر و عادلانه تر درآمدها برای برقراری عدالت اقتصاد در جامعه است.

دستیابی به توسعه اقتصادی به سهم خود بر وجوه مختلف زندگی افراد مانند سطح زندگی و معیشت و رفاه، آموزش بهداشت عمومی و شاخص های جمعیتی مثل نرخ مرگ و میر، میانگین طول عمر و میزان زاد و ولد تأثیرات شگرف می-گذارد (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۹۶، ص ۶۳).

همچنین دولت ها برای نیل به هدف های خود و دستیابی به توسعه اقتصادی، ناگزیر از اتخاذ سیاست ها و خط مشی های هماهنگ با شرایط و اوضاع و احوال اقتصادی، اجتماعی و ... کشور هستند. بیشتر کشورهای در حال توسعه در اجرای برنامه های مورد نظر خود با مشکلات عدیده از جمله رشد بی رویه جمعیت، بیکاری، کم کاری و رواج انواع مختلف بیکاری از جمله بیکاری های پنهان، فصلی و ... و در نتیجه پایین بودن سطح درآمد و معیشت گروه زیادی از مردم، نقصان تشکیل سرمایه داخلی و نبود منابع مالی کافی برای اجرای برنامه های توسعه اقتصادی و ساخت و توسعه امکانات زیربنایی موجود به منظور فراهم آوردن امکان بهره برداری بهینه از منابع انسانی، طبیعی و ... کشور مواجه هستند. به همین دلیل بعضی از صاحب نظران با توجه به سهولت گسترش این صنایع در برنامه توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه اصرار و توصیه دارند (رجیبیان، ۱۳۸۳، ص ۹۵).

صاحب نظران این بخش در توصیه های خود به ویژه بر قابلیت ها و ویژگی های این قبیل صنایع از جمله نیاز به سرمایه اندک برای ایجاد، راه اندازی و بهره برداری، کاربر بودن این صنایع و نیاز به سرمایه گذاری اندک سرانه برای ایجاد یک شغل، عدم نیاز به تخصص های فنی و حرفه ای بالا و سازگاری و استفاده از مهارت های بومی، بازار ساده فروش محصولات و بالاخره قابلیت و توانایی ایجاد درآمد زایی تکیه دارند. بازار داخلی صنایع دستی ایران، بازاری است سنتی و تا به حال برای گسترش آن بازاریابی و تبلیغات صورت نگرفته است. از خصوصیات مهم این بازار، سود سرشار واسطه ها در امر توزیع مواد اولیه مصرف و داد و ستد آن است. به طور خلاصه عوامل موثر در گسترش بازار داخلی صنایع دستی ایران عبارتند از: افزایش سطح درآمد سرانه، افزایش جمعیت، ازدیاد مسکن و افزایش سطح زیر بنایی آن، ترویج تبلیغات در مورد استفاده از صنایع دستی به عنوان یک کالای هنر ملی و توسعه صادرات صنایع دستی ایران. در زمینه اصول بازاریابی نوین و راهبردی که صادرکنندگان نادیده می گیرند می توان این موارد را نام برد: نبود افراد متخصص، فقدان نوآوری، مواد اولیه نامرغوب، نبود مراکز اطلاعاتی، عدم انجام تحقیقات بازاریابی، نبود راهبرد صادرات، بسته بندی و عدم استفاده از راهبرد قیمت گذاری. همچنین از عمده ترین تنگناها و محدودیت ها می توان به شناخت نداشتن کافی و مناسب از بازارهای داخلی و جهانی (بازار هدف) و سلايق مشتریان، توجه نکردن به سطح کیفی تولید و نوآوری در محصولات تولیدی، عدم تبلیغات و بازاریابی داخلی و خارجی اشاره کرد (کاظمی، ۱۳۹۷، ص ۳۷).

### ۳-۳-۱- صنایع دستی و بالا بردن سطح اشتغال

بدون تردید یکی از دلایل مهم در توجیه جنبه های مثبت صنایع دستی مربوط به اثرات آن در مبارزه با انواع بیکاری است، بیکاری یکی از مسائل پیچیده و بغرنج کشورهای رو به رشد است که مولود افزایش سریع جمعیت است. در بین انواع بیکاری متداولترین آن در ممالک در حال توسعه، بیکاری پنهان است مخصوصاً در آن دسته از کشورها که هنوز ساختمان جامعه کشاورزی و روستایی به صورت سنتی و کهن باقیمانده است بیکاری پنهان کاملاً به چشم می خورد. خوشبختانه امروزه با امکانات گسترده ای که در زمینه فروش داخلی و صدور صنایع دستی به کشورهای خارجی وجود دارد، می توان برای نیروی زائد در بخش کشاورزی، شغل درآمد ایجاد کرد و از مهاجرت بی رویه ی آنان به شهرها جلوگیری کرد. حتی هر گاه بخش کشاورزی دارای نیروی انسانی زائد نباشد باز به علت خصوصیات بارز فعالیت مزبور که فصلی بودن آن است، کشاورز در مدتی

از سال (حدود ۶ ماه) بیکار و غیر مولد است که با مکانیزه شدن کشاورزی این زمان افزایش یافته و گاه به ۸ ماه نیز می‌رسد و مسلم است که برای ماههای بیکاری کشاورزان و خانواده‌ی آنان باید فکر اساسی شود زیرا در غیر این صورت باتوجه به بیکاری آنان از یک طرف و ناکافی بودن درآمد حاصل از کشاورزی برای اداره‌ی خانواده پر جمعیت روستایی از طرف دیگر، روستاییان چاره‌ای جز مهاجرت به شهرها نخواهند داشت (سپهر، ۱۳۹۵: ۳۴).

### ۳-۳-۲- صنایع دستی و ازدیاد درآمد سالانه

امروزه در بین کشورهای مختلف تلاش برای ازدیاد درآمد سرانه به صورت رقابتی پایان ناپذیر درآمد است و چنین به نظر می‌رسد که اگر کشورهای جهان سوم حتی بتوانند فاصله و شکاف کنونی که بین آنها و ممالک پیشرفته صنعتی وجود دارد را حفظ کنند در برنامه‌های خود توفیق حاصل کرده‌اند، از این رو تردیدی نیست هر عاملی که به افزایش درآمد سرانه کشورهای در حال توسعه کمک کند در خور اهمیت است و صنایع دستی به علت داشتن مزایایی نظیر کارطلب بودن آن، سادگی تکنیک و عدم احتیاج به آموزش فنی وسیع و تأثیر فوق‌العاده‌ی آن در افزایش سطح اشتغال و ... بیش از هر فعالیت اقتصادی دیگر زمینه برای توسعه و پیشرفت دارد بخصوص در مناطق روستایی و عشایری صنایع دستی می‌تواند به عنوان دومین منبع درآمد و در پاره‌ای از مناطق کشور حتی به عنوان مهمترین عامل کار و درآمد به حساب آید، خوشبختانه در دهه‌های اخیر با توسعه راههای ارتباطی و شبکه حمل و نقل، امکان دسترسی روستاییان به بازارهای شهری خیلی بیشتر از سابق شده و با صرف کمترین هزینه و در کوتاهترین مدت می‌توان فرآورده‌های دستی را به خریداران شهری عرضه کرد (بیگلو؛ بی‌غم، ۱۳۹۰: ۲۸).

### ۳-۳-۳- صنایع دستی و تولید ملی

از آن جا که تولید صنایع دستی اساساً متکی به منابع داخلی است، از این رو به طور معمول بیش از ۹۰ درصد ارزش داده‌ها در این رشته که به طور عمده شامل نیروی کار، مواد اولیه‌ی مصرفی و وسایل و ابزار کار است در داخل کشور قابل فراهم شدن است و طبعاً هر گونه افزایش در میزان تولید و فروش فرآورده‌های دستی اثر مستقیمی در ازدیاد «تولید ناخالص ملی» دارد. لذا امروزه برخی از ممالک در حال توسعه که در حقیقت صاحبان اصلی صنایع دستی هستند، به جای صدور مواد خام نظیر پنبه، پشم، کنف، پوست، چوب، ابریشم و... تلاش بر آن دارند که این گونه مواد را به محصولات دستی که تجربه و تبحر در ساخت و پرداخت آن را دارند تبدیل کرده و فرآورده‌های تولید شده خود را که دارای ارزش افزوده‌ی فوق‌العاده‌ی است به کشورهای پیشرفته صادر کنند متأسفانه به علت فقدان آمار و اطلاعات دقیق از میزان تولید سالانه محصولات صنایع دستی در کشورهای رو به رشد که تا حد زیادی ناشی از اهمیت عامل «خود مصرفی» این فرآورده‌ها در مناطق روستایی و عشایری و عدم عرضه آن در بازار است تعیین سهم واقعی صنایع دستی در مجموع تولیدات ملی کشورهای مختلف جهان امکان پذیر نیست (بیگلو؛ بی‌غم، ۱۳۹۰: ۲۸).

### ۳-۳-۴- صنایع دستی در توسعه گردشگری و مبادلات فرهنگی

صنایع دستی یکی از مظاهر فرهنگی و هنری محسوب می‌شود و نظریه این که هر فرآورده‌ی دستی بازگو کننده خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کشور محل تولید است، می‌تواند هم عامل مهمی در شناساندن فرهنگ و تمدن به حساب آید. هم آن که موجبی برای جلب و جذب گردشگران قلمداد شود امروزه دیگر تنها آثار تاریخی وسیله جذب توریست به ممالک در حال توسعه که اکثراً دارای تمدنی کهن هستند، نبوده بلکه همراه آن فرآورده‌های دستی با طرحها و اصالت‌های ویژه‌ی خود مطرح بوده و می‌تواند مکمل دیدنی‌های تاریخی هر کشور باشد، تا آن جا که در برخی از کشورها که مهد صنایع دستی

هستند. در کنار مراکز تولید عمده ی محصولات دستی، امکانات گردشگری فراهم شده تا جهانگردان ضمن اقامت در این گونه مراکز از نزدیک با چگونگی تولید مصنوعات دست ساخته آشنا شوند به این ترتیب ملاحظه می‌شود که صنایع دستی و صنعت گردشگری بر یکدیگر اثر متقابل داشته و می‌توانند موجبات رشد و توسعه یکدیگر را فراهم سازند (درکوش، ۱۳۹۵: ۶۲).

### ۳-۳-۵- صنایع دستی و توسعه صادرات

از جمله مشخصات کشورهای در حال توسعه، اقتصاد تک محصولی و اتکاء به یک یا ندرتاً چند قلم محدود کالای صادراتی است ضمن آن که اغلب این گونه ممالک صادر کننده مواد خام نظیر: نفت، پنبه، قهوه، مس، کنف و نظایر آن هستند. متأسفانه تجربیات حاصله از بازرگانی بین المللی نشان داده، با مختصر کاهش در بهای جهانی این مواد، به یکباره تراز پرداختهای ممالک صادر کننده این گونه مواد دچار عدم موازنه می‌شود که گاه حیات اقتصادی آنها را تهدید به نابودی می‌کند، از طرفی بنیان اقتصادی ممالک در حال توسعه به گونه ای است که برای اجرای برنامه های توسعه ی اقتصادی و اجتماعی و حتی در مواردی برای تأمین حداقل نیازهای خود به ارز احتیاج دارند که این امر در گرو امکان صدور مواد خام، کالاهای نیمه ساخته و صنایع دستی و در نتیجه ایجاد درآمد های ارزی، از شرایط اساسی توسعه اقتصادی است. در سالهای اخیر صدور محصولات دستی نه تنها توسط کشورهای جهان سوم بلکه توسط برخی از ممالک پیشرفته نیز مورد توجه خاص قرار گرفته و به ویژه کشورهای مهد صنایع دستی می‌کوشند تا با اتخاذ تدابیر حمایتی و سیاستهای تشویقی موجبات رشد و توسعه صادرات صنایع دستی که یکی از اقلام مهم صادراتی آنها به حساب می‌آید را فراهم کنند (دهدشتی، فیاضی، ۱۳۹۵: ۴۲).

### ۳-۴- ابعاد فرهنگی و هنری صنایع دستی

معمولاً صنایع دستی را به «هنر- صنعت» یا «هنر کاربردی» (Applied Art) در برابر «هنر محض» (Pure Art) تعبیر می‌کنند. به بیان دیگر صنایع دستی به صورت حلقه مشترکی است میان هنر و صنعت. در روند تکاملی صنایع دستی نیز غالباً مشاهده می‌شود که یک هنر بومی در برخورد با نیازهای زندگی، حالت صرفاً ذوقی و تفننی خود را از دست داده و جنبه کاربردی و رفع نیاز پیدا کرده است نمونه بارز این دگرگونی در سوزن دوزی بلوچ مشاهده می‌شود که تا چهل سال پیش به صورت یک کار تزئینی، زنان بلوچستان روی لباسهای محلی خود انجام می‌دادند ولی امروزه اشیاء و محصولات گوناگونی که مصرف شهری دارد. با استفاده از نوار سوزن دوزی بلوچ تولید و عرضه می‌شود بدون آن که کوچکترین دخل و تصرفی در اصالت طرحها و رنگبندی سوزن دوزی بلوچ صورت گرفته باشد نتیجتاً این تحول، ابعاد هنر اصیل و بومی بلوچستان را گسترش داده و گروه های بیشتری را به صورت تولید کننده و مصرف کننده دربر گرفته است که خود، تداوم آن را تضمین می‌کند. در حالی که هنر محض در هر جامعه منحصر به قشری خاص بوده و در روند تحولات اجتماعی پشتوانه کافی برای استمرار آن وجود ندارد (استرونزا، ۲۰۰۱: ۲۱).

به علت ارتباط نزدیک صنایع دستی با فرهنگ و سنتها از یک سو و با ساختار اقتصادی از سوی دیگر، مفهوم و قلمرو آن در همه کشور ها ثابت و یکسان نیست. به گونه ای که در کشورهای صنعتی بیشتر محتوای هنری آن مطرح بوده و غالباً به شکل کار در آتلیه (Studio Crafts) در شهرها مشاهده می‌شود که طی آن اقلام محدودی از فرآورده های صنایع دستی توسط عده ای هنرمند که احتمالاً دوره های تخصصی هنری را نیز گذرانده تولید می‌شود در حالی که در کشورهای جهان سوم صنایع دستی غالباً به شکل فراگیر و مردمی (Folk Crafts) در جوامع شهری و روستایی متداول است آنچه که برجستگی خاص به

<sup>1</sup> Stronza



صنایع دستی می‌دهد حفظ استقلال و خلاقیت فکری صنعتگر در ساخت اشیاء گوناگون است که موجب شده تا هر کالای دست ساز برای خود هویتی داشته باشد و این درست بر خلاف حالتی است که در مورد محصولات ماشینی با تولید انبوه مشاهده می‌شود. در همین زمینه «ژاک آنکتیل» رئیس اسبق خانه صنایع دستی فرانسه سالها پیش گفته بود که: کارگر صنعتی به صورت یکی از اجزاء ماشین آلات کارخانه ای که در آن کار می‌کند در آمده زیرا همواره لزوم به انجام یک سلسله عملیات تکراری و ملال آور بوده و فرصت هر گونه ابتکار و حتی فکر کردن از او سلب شده است (رستمی، ۱۳۹۶: ۵۲).

### ۳-۵- میراث فرهنگی

سه واژه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، از جمله مفاهیمی هستند که عموماً به جهت اشتراکات سازمانی، در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و این در حالی است که درک درستی از مفاهیم چنین واژه‌هایی در جامعه ای مانند ایران وجود ندارد. در این راستا می‌توان گفت که صنایع دستی می‌تواند یکی از شاخه‌های میراث فرهنگی یک جامعه بشمار آید و ما زمانی می‌توانیم از گردشگری در کنار این موارد استفاده نماییم، که بخواهیم مفاهیمی فرهنگی و آگاه سازانه ای را از طریق مبحث گردشگری به جامعه برسانیم. کمتر پژوهشگر و محقق وجود دارد که موافق نگاهی صرفاً صنعتی به میراث یک جامعه باشد و درآمدزایی را هدف نهایی استفاده از میراث فرهنگی یک کشور بداند. گردشگری فرهنگی از جمله رویکردهای مهمی است که در کنار بحث گردشگری صرف، به مباحث فرهنگی نیز می‌پردازد و آگاه سازی فرهنگی را یکی از مهمترین رهیافت‌های خود قلمداد می‌کند. در عین حال کشور ایران با برخورداری از میراث فرهنگی غنی، چندان نتوانسته در امر گردشگری فرهنگی موفق عمل کند. نگارندگان در این مقاله سعی بر آن دارند تا با ارتباط دادن گردشگری فرهنگی با گردشگری صرفاً تفریحی، به نوعی امر آگاه سازی فرهنگی و در دیدی کلان تر تعاملات فرهنگی یک جامعه را با جامعه ای دیگر تسهیل بخشند. برای این کار "گردشگری ساحلی" در حاشیه دریای مازندران به عنوان نمونه موردی برگزیده شده است و سپس با پرداختن به مفاهیم مهمی چون میراث فرهنگی و صنایع دستی، برهم کنش این مفاهیم را پیشنهاد می‌دهد. در واقع گردشگری که تنها به قصد استفاده از سواحل دریا وارد یک بوم می‌شود، با فرهنگ آن منطقه بطور ناخودآگاه آشنا شده و این برنامه ریزی‌های کلان است که می‌تواند ذهن گردشگر را درگیر مسائل فرهنگی نماید، از زمانی که وارد اقامتگاه خود شده و در مرحله بعدی بازارهای شمال ایران و در نهایت بازدید از موزه‌ها و سایت موزه هاست. زمانی گردشگری فرهنگی موفق خواهد بود که شخص گردشگر با درکی درست از بافتار منطقه سفر تفریحی خود را به پایان برساند (فیروزجائی، ۱۳۹۹: ۲۵).

### ۳-۵-۱- تأثیر میراث فرهنگی بر گردشگری

کشور ایران چه از لحاظ جغرافیا و زیست بوم، بدون در نظر گرفتن پتانسیل‌های فرهنگی فراوانی که در دل خود دارد، با مدیریت و برنامه ریزی صحیح می‌تواند به تنهایی درآمد بالایی را در امر گردشگری داشته باشد. اما برخورداری کشور ایران از میراث فرهنگی غنی نیز می‌تواند گردشگری صرفاً اقتصادی را به گردشگری فرهنگی و با محوریت آگاه سازی در این زمینه تبدیل کند. متأسفانه تاکنون به مفهوم میراث فرهنگی در ایران به خوبی پرداخته نشده است. شاید بسیاری از مردم ایران میراث فرهنگی را تنها به ارگان و سازمانی نسبت می‌دهند و این در حالی است که میراث فرهنگی مفهومی بسیار پیچیده و گسترده دارد. طبق تعریفی که بخش فرهنگی سازمان ملل یونسکو ارائه کرده است میراث فرهنگی به "مجموعه نشان‌های مادی اعم از هنری یا نمادین که از گذشته به هر فرهنگی و در نتیجه به بشریت رسیده اطلاق می‌شود" ... در واقع مفهوم میراث شامل بناها، محوطه‌های باستانی، چشم اندازها و حتی سنت‌های زنده‌ای چون مراسم نوروز، رقص‌ها و عزاداری‌ها و ... می‌شود. برخی میراث را به عنوان برداشتی مثبت از گذشته قلمداد می‌کنند (زنفیو، بان، ۱۳۹۹: ۳۵۱) که موجب تسلی

خاطر گروهی نسبت به گذشته فرهنگی خود هستند. در عین حال زمانیکه بحث گردشگری با مقوله میراث برخورد می کند رویکردی تحت عنوان توسعه فرهنگی را می تواند بوجود آورد. در مبحث توسعه فرهنگی و جهانگردی چیزی که مهم است، این موضوع است که تنها به رابطه مردم و اشیاء و یا انواع فرهنگ ها و آثار باستانی و نظایر آن محدود نیست، بلکه به بسط نوعی رابطه معنوی فرهنگ که شامل آگاهی از روش ها و کردارها و به طور خلاصه هنر و نحوه زندگی و روابط انسانی اقوام مختلف و مسافرت مردم جهت آگاهی از آنچه که در دنیایی امروز می گذرد نقش بسیار مهم و ارزنده ای در بسط توسعه فرهنگی ملل مختلف ایفاء می نماید (رضوانی، ۱۳۵۴: ۵۲).

### ۳-۶- پیشینه تحقیق

خراسانی زاده فرنوش، (۱۳۹۸) در مقاله ای با عنوان نقش صنایع دستی اصفهان در توسعه ی اقتصاد گردشگری ایران. نتایج حاصل از تحقیق نشان - داد که بیشترین صادرات در ایران صادرات صنایع دستی است و می توان با برنامه ریزی و توجه مدیران مثبت و مستقیمی وجود دارد به عبارتی هر مقدار احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش یابد به همان اندازه تمایل آنان به اقامت در شهرستان و حتی سفرهای مجدد بیشتر است. به این بخش از صنعت باعث افزایش درآمد و افزایش ورود توریست به شهر اصفهان شد. از آنجاییکه نقش پلیس تامین امنیت گردشگران می باشد، مطالعاتی در ارتباط با امنیت و گردشگری صورت گرفته که برخی از آنها به اختصار آورده شده است.

شادمان فخرآبادی (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان تأثیر ساختارهای اجرایی بر میزان جذب گردشگر به بررسی این موضوع می پردازد که در صورتی می توان از مزایای گردشگری به طور کامل استفاده کرد که در درجه اول از ساختار عملکرد و قدرت اجرایی مناسب و بالا و در درجه دوم از سیستم ارزیابی فشرده و نظارت برخوردار بود.

رابرت و همکارانش (۱۹۹۵) صنعت گردشگری را آمیزه ای از فعالیت های مختلف مانند روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی می داند که به صورت زنجیره ای در جهت خدمات رسانی به گردشگران انجام می گیرد.

کریس راجک (۱۹۹۸) به قسمتی از گردشگری از دید فرهنگی می نگرد و اعتقاد دارد که صنعت گردشگری با در هم آمیختن فرهنگ ها ارائه کننده ی الگوی جدیدی از فرهنگ می باشد. زیرا این قسمت دائماً با فرهنگ های جدید و قدیم و سرزمین های مختلف روبروست و در حال مقایسه کردن فرهنگ ها با هم می باشد.

هال (۲۰۰۸) به بررسی وضعیت گردشگری در کشورهای جهان سوم و برخی از مهمترین مشکلات گردشگری این کشورها از جمله نبود امنیت روانی و جانی پرداخته و بر لزوم توجه دولت های جهان سوم در جهت از بین بردن این معضلات از طریق ایجاد پلیس گردشگری تأکید نموده است.

اریس انور و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیقی به بررسی «نحوه اثرگذاری برنامه شهر ایمن به عنوان مبنای پایه ای در صنعت توریسم: مطالعه موردی شهر پوتراجیا» پرداختند. محققین بر این باورند که بعد امنیت یکی از مسائل برجسته در بین توریست‌های در حوزه توریسم شهری است. اهمیت مساله به اندازه‌ای است که منجر به اجرای برنامه شهر ایمن از سال ۲۰۰۴ شده است. جامعه آماری این تحقیق توریست‌های محلی می‌باشند. پاسخگویان بر این باورند که برنامه‌های پیشگیری از جرم در برنامه شهر ایمن رویکردی مهم در جهت امنیت توریست‌ها می‌باشد.

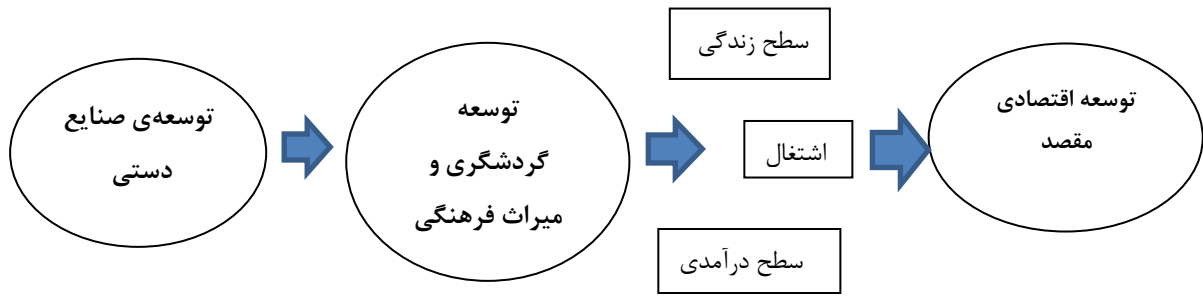
#### ۴- روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ روش انجام تحقیق با توجه به آنکه پژوهشگر متغیرهای تحقیق را با روش نظر سنجی و بدون هیچگونه دستکاری اندازه می‌گیرد، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی و همبستگی می‌باشد. این پژوهش از لحاظ نتیجه گرا بودن یا تصمیم گرا بودن از نوع نتیجه گرا است. همچنین تحقیق حاضر از این جهت که در جهت حل یک مشکل حرکت می‌کند از نوع کاربردی می‌باشد و در جستجوی دستیابی به یک هدف علمی است. و از سوی دیگر چون پژوهشگر در شرایط واقعی یک سازمان حضور پیدا می‌کند، این پژوهش در زمره ی مطالعات میدانی قرار می‌گیرد. به دلیل نامشخص بودن جامعه‌ی آماری برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با جامعه‌ی آماری نامعلوم استفاده شد که بر این اساس تعداد نمونه آماری برابر با ۳۸۴ نفر تعیین شد. پرسشنامه نهایی میان ۳۸۴ نفر از تولیدکنندگان و فروشندگان صنایع دستی شهر فریدونکنار توزیع گردید و پس از جمع آوری پرسشنامه‌های تکمیل شده، داده‌ها و نرم افزاری آماری SPSS تبدیل به یک فایل شده اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

#### ۵- مدل مفهومی تحقیق

مدل مفهومی پژوهش با مطالعه و بررسی پژوهش‌های انجام‌گرفته در این زمینه و با توجه به ارتباط بین متغیرها پژوهش ترسیم شده است. در توسعه گردشگری می‌بایست شرایط حاکم بر جوامع محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی و ظرفیت‌های موجود در آن‌ها را در نظر گرفت و بر این اساس توسعه‌ی اشکالی از گردشگری را در دستور کار قرارداد که از بیشترین سازگاری و انطباق با مجموعه‌ی شرایط و ظرفیت‌های محلی برخوردارند (ویور، ۲۰۱۲: ۳۹-۴۲). جهت توسعه صنایع دستی در میان گردشگران و افزایش نقش آن در اقتصاد شهرستان آمل با بهره‌گیری از فاکتور توسعه گردشگری میراث فرهنگی و بررسی تأثیر آن بر سطح زندگی و با رابطه‌های میانجی اشتغال و سطح درآمدی مردم شهرستان فریدونکنار که در نهایت به توسعه اقتصادی شهروندان شهرستان فریدونکنار منتج شود را مورد استفاده قرار دادیم که در زیر به صورت خلاصه به یکایک آنها می‌پردازیم.

<sup>2</sup> Weaver



نمودار (۱) مدل مفهومی پژوهش (محقق، ۱۳۹۹)

۶- تجزیه تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات

۶-۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنف

جدول (۱) آزمون نرمالیته نظرات نمونه پژوهش

نتیجه آزمون	سطح معناداری	کلموگروف - اسمیرنف	مقیاس
نرمال	۰/۱۳۴	۱/۰۹۱	توسعه‌ی اقتصادی (اشتغال)
نرمال	۰/۰۸۷	۱/۲۵۱	توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

نتایج آزمون نشان می‌دهد که چون سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد ( $\text{sig} > 0/05$ ) بنابراین تمامی متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال برخوردار است و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک نظیر آزمون ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی سوال‌های تحقیق استفاده برد.

۶-۲- فرضیه اصلی تحقیق

توسعه گردشگری میراث فرهنگی با (تأکید بر صنایع دستی) بر توسعه اقتصادی در شهرستان فریدونکنار تاثیر معناداری دارد.

جدول (۲) تحلیل آماری فرضیه اصلی پژوهش

متغیرها	N	$r_m$	df	$r_p$	میزان خطا ( $\alpha$ )	سطح معناداری
توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی توسعه‌ی اقتصادی	۳۸۴	۰/۷۰۱**	۳۸۲	۰/۰۸۷	۰/۰۵	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

چون ضریب همبستگی محاسبه شده ( $r_m = 0/701$ ) با درجه آزادی ۳۸۲ در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha = 5\%$ ) از ضریب همبستگی جدول بحرانی (۰/۰۸۷) بزرگتر است و همچنین سطح معناداری (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه تحقیق تایید می‌گردد و نتیجه می‌گیریم که از لحاظ آماری رابطه معنادار است یعنی بین توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی با تأکید بر صنایع‌دستی) بر توسعه‌ی اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، توسعه‌ی اقتصادی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع‌دستی) کمتر باشد توسعه‌ی اقتصادی نیز کاهش می‌یابد.

### ۳-۶- فرضیه‌های فرعی تحقیق

فرضیه فرعی اول: میان توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع‌دستی) بر وضعیت اشتغال در شهرستان فریدونکنار رابطه وجود دارد.

جدول (۳) تحلیل آماری فرضیه اول پژوهش

متغیرها	N	$r_m$	df	$r_b$	میزان خطا ( $\alpha$ )	سطح معناداری
توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی وضعیت اشتغال	۳۸۴	۰/۳۷۱**	۳۸۲	۰/۰۸۷	۰/۰۵	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

چون ضریب همبستگی محاسبه شده ( $r_m = 0/371$ ) با درجه آزادی ۳۸۲ در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha = 5\%$ ) از ضریب همبستگی جدول بحرانی (۰/۰۸۴) بزرگتر است و همچنین سطح معناداری (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه تحقیق تایید می‌گردد و نتیجه می‌گیریم که از لحاظ آماری رابطه معنادار است یعنی بین توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی و وضعیت اشتغال رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، وضعیت اشتغال نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی پایین تر باشد وضعیت اشتغال نیز کاهش می‌یابد.

فرضیه فرعی دوم: میان توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع‌دستی) و تنوع فعالیت‌های فرهنگی در شهرستان فریدونکنار رابطه وجود دارد.

جدول (۴) تحلیل آماری فرضیه دوم پژوهش

متغیرها	N	$r_m$	df	$r_b$	میزان خطا ( $\alpha$ )	سطح معناداری
توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی تنوع فعالیت‌های فرهنگی	۳۸۴	۰/۶۰۹**	۳۸۲	۰/۰۸۴	۰/۰۵	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

چون ضریب همبستگی محاسبه شده ( $r_m = 0/609$ ) با درجه آزادی ۳۸۲ در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha = 0/05$ ) از ضریب همبستگی جدول بحرانی (۰/۰۸۴) بزرگتر است و همچنین سطح معناداری (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه تحقیق تایید می‌گردد و نتیجه می‌گیریم که از لحاظ آماری رابطه معنادار است یعنی بین توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی و تنوع فعالیت‌های فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، تنوع فعالیت‌های فرهنگی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی پایین تر باشد تنوع فعالیت‌های فرهنگی نیز کاهش می‌یابد.

فرضیه فرعی سوم: میان توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع دستی) با ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان در شهرستان فریدونکنار رابطه وجود دارد.

جدول (۵) تحلیل آماری فرضیه سوم پژوهش

متغیرها	N	$r_m$	df	$r_p$	میزان خطا ( $\alpha$ )	سطح معناداری
توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی ارتقا سطح زندگی	۱۲۶	۰/۵۲۳**	۱۲۴	۰/۰۸۷	۰/۰۵	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

چون ضریب همبستگی محاسبه شده ( $r_m = 0/523$ ) با درجه آزادی ۳۸۲ در سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $\alpha = 0/05$ ) از ضریب همبستگی جدول بحرانی (۰/۰۸۷) بزرگتر است و همچنین سطح معناداری (۰/۰۰۰) کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرضیه صفر رد می‌شود و فرضیه تحقیق تایید می‌گردد و نتیجه می‌گیریم که از لحاظ آماری رابطه معنادار است یعنی بین توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی و ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی پایین تر باشد ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان نیز کاهش می‌یابد.

## ۷- نتیجه‌گیری

**فرضیه اول:** میان توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع دستی) و وضعیت اشتغال در شهرستان فریدونکنار رابطه وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، وضعیت اشتغال نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی پایین تر باشد وضعیت اشتغال نیز کاهش می‌یابد.

**فرضیه دوم:** میان توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع دستی) و تنوع فعالیت‌های فرهنگی در شهرستان فریدونکنار رابطه وجود دارد. نتیجه می‌گیریم که از لحاظ آماری رابطه معنادار است یعنی بین توسعه گردشگری میراث فرهنگی و تنوع فعالیت‌های فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌-

باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، تنوع فعالیت‌های فرهنگی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی پایین تر باشد تنوع فعالیت‌های فرهنگی نیز کاهش می‌یابد.

**فرضیه سوم:** میان توسعه گردشگری میراث فرهنگی (با تأکید بر صنایع دستی) و ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان در شهرستان فریدونکنار رابطه وجود دارد. از لحاظ آماری رابطه معنادار است یعنی بین توسعه گردشگری میراث فرهنگی و ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه علامت ضریب همبستگی پیرسون مثبت می‌باشد نتیجه می‌شود هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی بیشتر باشد، ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان نیز افزایش می‌یابد و بالعکس هرچه توسعه گردشگری میراث فرهنگی پایین تر باشد ارتقا سطح زندگی مردم شهرستان نیز کاهش می‌یابد.

## منابع

۱. طبیبی، سید کمیل، امیر جباری و روح الله بابکی (۱۳۹۸)، بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب». مجله دانش و توسعه، سال پانزدهم، شماره ۲۴.
۲. طبیبی، سید کمیل، روح اله بابکی و امیر جباری (۱۳۹۸)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۸۳-۱۳۳۸، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره ۲۶.
۳. عابدین درکوش، سعید، (۱۳۸۵)، درآمدی بر اقتصاد شهری، مرکز نشر دانشگاهی، چاپ هفتم، تهران.
۴. کاظمی، محمد. «مدیریت گردشگری». تهران: انتشارات سمت، چاپ اول ۱۳۹۹.
۵. کاظمی، مهدی، (۱۳۹۹)، تأثیرات فرهنگی جهانگردی بر جوامع، فصلنامه جهانگردی، شماره ۱، تهران، ص ۵۰ - ۳۹.
۶. نخعی، حسین رضا، (۱۳۹۶) بررسی نقش صنایع دستی در اشتغال زایی و تأثیر آن بر توسعه اقتصادی استان خراسان جنوبی، همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان
۷. رنغرو، کالین و پل بان (۱۳۹۹)، مفاهیم بنیادی در یاستان شناسی، ترجمه پورفرج، اکبر و سمیه عدلی، تهران، انتشارات سمیرا

8. Anastasopoulos, P, G., 1992, Tourism and Attitude Change: Greek Tourists Visiting Turkey. Annals of Tourism Research.
9. Apj., 1992, Residents Perceptions an Tourism Impact. Annals of Tourism Research.
10. Crick, Malcolm (1989). "Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility", Annual Review of Anthropology, 18: 307- 344. <http://toloe5.blogfa.com/9008.aspx>.
11. Dogan, H.Z., 1989, Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts Tourism. Annals of Tourism Research.
12. Jafari, J. (1990). Research and Scholarship: The Basis of Tourism Education, J. Tour. Stud. 1.

13. Pearce, P, L., Moscardo, G, Ross, G, F., 1991, Tourism Impact and Community Perception: an Equity – Social Representational Perspective. Australian Psychologist.
14. Ratz, Tamara., 2001, The Socio – Cultural Impacts of Tourism: By: W. T.O.
15. Ryan, c., 1991, Recreational Tourism: A Social Science Perspective, Routledge, London.
16. Saarinen, Jarkko (2004). “Destinations in Change: the Transformation Process of Tourist”, Tourist Studies, 4 (2): 161-179.
17. Smith V, ed. (1989). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. Philadelphia: Univ. Penn, Press. 2nd ed.
18. Stronza, Amanda (2001). “Anthropology of Tourism: Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives”, Annu. Rev. Anthropol. 2001. 30: 261-8.
19. Vickers WT. (1997). “The New Invaders: Siona- Secoya Responses to Thirty Years of Tourism” Presented at 20th Int. Congr. Latin Am. Stu. Assoc., Guadalajara, Mexico.