

Research Paper

Investigating the Effect of Environmental-Behavioral Factors on the Development of Rural Tourism in the Post-Corona Era (Case Study: Mohammadābād Rural District, the City of Ali-Abādkatol)

Taqi Tavousi*¹, Sayeda Samira Mirdilami², Hajar Mazidi³, Mohammad Ali Deilami⁴

1. Professor, Department of Physical Geography and Climatology, Faculty of Geography and Environmental Planning, University of Sistan and Baluchistan, Zahedan, Iran.
2. MA in in Geography and Environmental Planning, Department of Natural Geography and Climatology, Faculty of Geography and Environmental Planning, University of Sistan and Baluchistan, Zahedan, Iran.
3. Ph.D. in Geography and Rural Planning, Shahid Beheshti University. Tehran, Iran.
4. MA in Geography and Urban Planning, Islamic Azad University, Noor Branch, Noor, Iran.

doi DOI: 10.22124/gscaj.2025.24456.1235

Received: 2023/05/06

Accepted: 2023/12/08

Abstract

Today, tourism is one of the largest sectors of the economy, growing rapidly and having the potential to support the local community in creating economic diversity. Given the complexities of the modern world, human life is continuously exposed to various crises, including natural disasters, terrorism, and diseases. The spread of the COVID-19 pandemic has affected the tourism industry more than any other sector. The closure of foreign borders, restrictions on domestic travel, flight cancellations, and the closure of accommodation and tourist sites have all led to significant damage to the tourism industry. Rural tourism is realized through creating memorable experiences for tourists. It has a positive impact on the cohesion of the local community, influences the interaction between tourists and hosts, and ultimately leads to the intention of tourists to revisit. Therefore, this research aims to examine the impact of environmental and behavioral factors, both from tourists and hosts, on rural tourism in the post-COVID-19 era in the foothill-mountainous tourism villages of the Mohammadabad region in the Aliabadkatool district. This research follows two main objectives: the first objective is to examine and identify the attractiveness of the villages in this area based on their cultural, natural, and historical environment for tourists at local, national, and international levels, as well as to guide interested investors in the development of tourism, particularly rural tourism, based on behavioral and environmental factors related to rural tourism; and the second objective is to examine the impact of behavioral and environmental factors on rural tourism after the COVID-19 pandemic.

Keywords: Environmental-Behavioral Factors, Development, Rural Tourism, Post-Corona, Mohammadābād District.

Highlight

- The rural area of Mohammadabad is very important as one of the most important rural tourism areas in the country.
- The inadequacies in the spatial order of the rural settlements in the rural area of Mohammad Abad have created problems for the sustainability of the social and economic development of the rural areas.

Extended Abstract

Introduction

Today, tourism is one of the major sectors of the economy, which, with its rapid growth, has the ability to support the local community in creating economic diversity. Due to the complexities of today's world, human life is constantly exposed to different crises such as natural crises, terrorism and disease. The spread of the corona disease (Covid-19) has affected the tourism industry more than any other industry. The closure of foreign

* Corresponding author: t.tavousi@gep.usb.ac.ir

borders, the restriction of domestic travel, the cancellation of flights, and the closure of accommodation and tourist places in general, have led to many damages in the tourism industry. Rural tourism is achieved by acquiring memorable tourist experiences. Rural tourism has a positive effect on the cohesion of the local community and is effective on the interaction between the tourist and the host, and finally, it leads to the tourist's intention to travel again. Therefore, this research has been conducted with the aim of investigating the effect of environmental-behavioral factors, both by tourists and by the host, on rural tourism in the post-Covid-19 virus era in mountain tourism villages in Mohammad Abad District, Ali Abad Katul County. This research pursues two goals: the first goal is to investigate and identify the attractiveness of the villages of this area according to the cultural, natural, and historical environment for tourists at the local, national, and international levels, and also to guide interested investors in the field of development. Tourism and especially rural tourism with regard to behavioral-environmental factors related to rural tourism; And in the second objective, the influence of behavioral and environmental factors on rural tourism after the era of the Covid-19 virus has been investigated.

Methodology

This research was applied in purpose and descriptive-analytical in methodology. The data collection was conducted through both documentary and field methods. The statistical population studied consisted of 17 foothill-mountainous rural tourism destinations in the Mohammadābād region, located in the Fāzelābād district of Aliābādkatool from among them 170 were selected using random sampling. The questionnaire was distributed among tourists in the studied villages. To determine the reliability of the research instrument, the Cronbach's alpha coefficient was calculated to be 75%. For analyzing the collected data, descriptive and inferential analyses, including factor analysis and cluster analysis, were conducted using SPSS software. Amos software was used for modeling the structural equation analysis.

Results and discussion

In this research, exploratory factor analysis was used to identify four factors using the variables, which are statistically significant at the 0% level of confidence. Only the first four components have eigenvalues greater than one, while other components with lower quality scores (eigenvalues smaller than 1) do not adequately represent the true traits of the 24 questionnaire items. The factors identified, in order from most to least variance explained, are: cultural factor, natural factor, tourism realization factor, and landscape factor. Further analysis using cluster analysis divided the data into four groups or clusters. Most of the behavioral-related variables were placed in cluster one, which was named the "Behavioral Cluster." In cluster two, the variable of the presence of trained local guides was included, and this cluster was named "Tourism Guides." Most of the environmental-related variables (such as cultural and historical sites, handicrafts, local music and art, and the hospitality of local residents) were placed in cluster three, named the "Environmental Cluster." In cluster four, all the variables related to tourism realization in the post-COVID period were included, and the cluster was named accordingly. At the end of the study, a structural equation model was used, and the results indicated a significant relationship between behavioral and environmental factors with tourism in the post-COVID period. The relationship with the environmental factor was positive, while the relationship with the behavioral factor was negative. Overall, the environmental factor explained 69% of the variance in tourism, while the behavioral factor had a -72% impact on tourism.

Conclusion

The results showed that behavioral and environmental factors have appropriate characteristics in the studied rural areas and would impact rural tourism realization. However, the impact of the environmental factor is positive, while the effect of the behavioral factor is negative. This means that as the items of the behavioral factor decrease, the level of tourism in the studied region increases, and vice versa. Therefore, paying more attention to environmental factors (physical-infrastructure) and involving local communities in the realization of rural tourism can lead to improvements and the development of tourism in the area.

Funding

This study is not under the financial support of any organization.

Authors' Contribution

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.

Citation:

Tavousi, T. Mirdilami, S. Mazidi, H & Deilami, M. (2025) Investigating the effect of environmental-behavioral factors on the development of rural tourism in the post-corona era Case: Mohammadabad rural district, Ali-Abadkatol city. *Geographical Studies of Coastal Areas Journal*, 6 (2), pp. 21-35. DOI :10.22124/gscaj.2025.24456.1235

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to *Geographical studies of Coastal Areas Journal*. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



بررسی تأثیر عوامل محیطی- رفتاری بر توسعه گردشگری روستایی در دوران پسا کرونا مورد: ناحیه روستایی محمدآباد، شهرستان علی آبادکتول

تقی طاووسی*^۱، سیده سمیرا میر دیلمی^۲، هاجر مزیدی^۳، محمدعلی دیلمی^۴

۱. استاد گروه جغرافیای طبیعی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، زاهدان، ایران.
۲. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
۳. دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
۴. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، نور، ایران.

doi DOI: 10.22124/gscj.2025.24456.1235

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۲/۱۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۱۷

چکیده

گسترش بیماری کرونا (کووید-۱۹) صنعت گردشگری را بیش از هر صنعت دیگری متأثر کرده است. بسته شدن مرزهای خارجی، محدودیت سفرهای داخلی، لغو پروازها، و تعطیلی اماکن اقامتی و گردشگری جملگی، به آسیب‌های فراوانی در صنعت گردشگری انجامیده است. گردشگری روستایی با کسب تجربیات خاطره‌انگیز گردشگر محقق می‌شود. گردشگری روستایی، تأثیر مثبتی بر انسجام جامعه محلی دارد و بر تعامل گردشگر و میزبان مؤثر است و سرانجام، منجر به قصد سفر مجدد گردشگر می‌شود. هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر عوامل محیطی- رفتاری بر توسعه گردشگری روستایی در دوران پسا کرونا در روستاهای ناحیه محمد آباد بوده است. پژوهش حاضر بر اساس هدف کاربردی و روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است. گردآوری اطلاعات به شیوه اسنادی و پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه، شامل ۱۷ روستای پایکوهی- کوهستانی مقصد گردشگری روستایی بوده است. نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری تصادفی بوده است. ابزار استفاده پژوهش حاضر، ۱۷۰ پرسشنامه بوده که در بین گردشگران روستاهای مورد مطالعه توزیع شده است. مقدار آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی ابزار تحقیق ۰.۷۵٪ محاسبه شده است. برای تحلیل اطلاعات گردآوری شده از تحلیل‌های محیط نرم افزار spss و برای مدل‌سازی تحلیل معادلات ساختاری از نرم افزار Amos استفاده شده است. مدل ساختاری تحقیق بیانگر ارتباط معنا دار بین عوامل رفتاری و محیطی با گردشگری در دوران پسا کرونا می باشد. این معنا داری با عامل محیطی مثبت و با عامل رفتاری منفی می‌باشد. به طور کلی اثر عامل محیطی بر گردشگری مثبت می باشد و این مقدار برای عامل رفتاری منفی می باشد.

واژگان کلیدی: عوامل محیطی- رفتاری، توسعه، گردشگری روستایی، دوران پسا کرونا، ناحیه محمدآباد.

نکات برجسته:

- ناحیه روستایی محمد آباد شهرستان علی آباد کتول بعنوان یکی از مهم ترین نواحی گردشگری روستایی در کشور دارای اهمیت زیادی می باشد.
- نارسایی های موجود در نظم فضایی سکونتگاه های روستایی ناحیه روستایی محمد آباد، مسائل پایداری و توسعه اجتماعی و اقتصادی نواحی روستایی را با مشکل مواجه کرده است

۱. مقدمه

یکی از بخش‌های مهم و درحال رشد سریع در جهان گردشگری است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می‌شود. این درحالی است که گردشگری به‌عنوان یک پدیده انبوه بزرگ‌ترین تحرک اجتماعی در پهنه جغرافیایی جهان به‌شمار می‌رود (علی اکبری و همکاران، ۱۳۹۹). یکی از انواع گردشگری با قدمتی بیشتر از یک قرن، گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل‌های محیط روستایی برای گردشگران و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان مورد توجه بسیاری واقع شده است (Sharpley, 1997). گردشگری روستایی^۲ با ایجاد اشتغال و درآمد به پویایی اقتصاد روستایی کمک کرده و از حجم مهاجرت به شهرها می‌کاهد (Koscak, 1998). گردشگری روستایی به‌عنوان یک کارکرد فراساختاری می‌تواند از طریق مشارکت و وابستگی به سایر بخش‌های اقتصادی و فرهنگی جامعه گسترش و تداوم یابد و به نوبه خود در رشد و تعالی روستا و بالطبع گره خوردن آن با توسعه ملی نقش مهمی در فرایند توسعه کشور ایفا کند (شمس الدینی، ۱۳۸۹). این درحالی است که اهمیت اصول مربوط به پایداری در حوزه علم و سیاست شناخت روزافزونی پیدا کرده است؛ هر چند که هم‌زمان با این رویداد، جهان نیز با برخی چالش‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی مواجه شده است.

از مناطقی که در سال‌های اخیر در آن گردشگری روستایی، در حال گسترش است، ناحیه محمدآباد (شهرستان علی آبادکتول) است. ناحیه محمدآباد شهرستان علی آبادکتول دارای جاذبه‌های متعدد و متنوعی است، وجود منابع و پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، نزدیکی به مراکز شهری و راه‌های اصلی، وجود کارگاه‌های صنایع دستی موجود در روستاها، وجود محصولات کشاورزی، و نیز مراکز جمعیتی و همچنین گسترش خانه‌های دوم گردشگری که در فصول مختلف سال قابلیت‌ها و جاذبه‌های زیادی برای جذب گردشگران را دارا است، سبب شده که این ناحیه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نواحی گردشگری روستایی در کشور دارای اهمیت زیادی شود. این درحالی است که نارسایی‌های موجود در نظم فضایی سکونتگاه‌های روستایی ناحیه محمدآباد از جمله: عدم توازن و ضعف وجود رابطه تعاملی میان نواحی و مقاصد گردشگری، توزیع نامتعادل زیرساخت‌های توسعه گردشگری، ناکافی بودن منابع تولیدی در جهت اشتغال، و به‌طور کلی کم‌توجهی و نادیده گرفتن ظرفیت‌ها و توانایی‌های موجود در نواحی روستایی باعث شده مسائل پایداری و توسعه اجتماعی-اقتصادی نواحی روستایی در منطقه مورد مطالعه واقع شده اندرا با مشکل مواجه کنند. بنابراین این تحقیق با هدف بررسی تأثیر عوامل محیطی- رفتاری چه توسط گردشگران و چه توسط میزبان، بر گردشگری روستایی در دوران پس از ویروس کووید- ۱۹ در روستاهای پایکوهی- کوهستانی گردشگری در ناحیه روستایی محمدآباد شهرستان علی آبادکتول انجام شده است. این تحقیق دو هدف را دنبال می‌کند: هدف اول: بررسی و شناسایی میزان جذابیت روستاهای این ناحیه با توجه به محیط فرهنگی، طبیعی، تاریخی برای گردشگران در سطح محلی، ملی، بین‌المللی و همچنین، راهنمایی سرمایه‌گذاران علاقه‌مند در زمینه توسعه گردشگری و به‌ویژه گردشگری روستایی با توجه به عامل‌های رفتاری- محیطی مرتبط با گردشگری روستایی؛ و در هدف دوم: تأثیرگذاری عوامل رفتاری و محیطی بر گردشگری روستایی پس از دوران ویروس کووید- ۱۹ بررسی شده است.

۲. مبانی نظری

ظهور اقتصاد جدید، که به واسطه اشکال جدید مصرف و سازمان فعالیت‌های اقتصادی شناخته می‌شود، به ترتیب، ابزار جدیدی برای دستیابی به پایداری و افزایش عملکرد خط نهایی مطرح نموده است (Elkington, 1994). یکی از این ابزارها، خلاقیت است که از زمان پیدایش اقتصاد نوین، تحت عنوان اقتصاد تجربی، اقتصادخلاق برچسب گذاری شد. اصول و مبانی مفهوم پایداری به پایه ریزی توازن پایدار میان ابعاد محیطی، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری اشاره دارد. به این ترتیب، پایداری در صنعت گردشگری زمانی حاصل می‌شود که:

۱. منابع محیطی به صورت بهینه مورد استفاده قرار گیرند (مراقبت از فرآیندهای اکولوژیکی مهم و کمک به حفاظت از منابع طبیعی و تنوعات زیست‌محیطی)؛

۲. صحت و اعتبارات اجتماعی- فرهنگی جوامع میزبان مورد احترام قرار گیرد (حفظ میراث های فرهنگی ساخته شده و پویا و ارزش های سنتی و مساعدت در زمینه درک متقابل فرهنگی و صبوری)؛

۳. دوام فعالیت های اقتصادی معتبر و پایدار تضمین گردد (تأمین مزایای اقتصادی- اجتماعی برای تمامی سهام دارانی که به صورت عادلانه توزیع شده اند) (UNEP,2005). گردشگری پایدار، همچنین، باید پاسخگوی سطوح بالای رضایت گردشگران بوده و تضمین کننده تجربیات معنادار برای گردشگران، افزایش آگاهی آنان درباره مسائل پایداری و ارتقای فعالیت های پایدار میان آنها باشد. پایدارتر نمودن گردشگری به معنای برنامه ریزی در حوزه پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی کنونی و آتی و تدوین راهبردهای برای توسعه و بهبود عملکرد حوزه های مختلف گردشگری است (UNEP,2012). همزمان با ظهور اقتصاد تجربی و پدیده مصرف آگاهانه، گردشگری نیز همانند سایر بخش ها، تحولات بزرگی را تجربه کرده است. رشد شتابان گردشگری فرهنگی باعث ایجاد مشکلاتی شده است و شواهد نشان می دهد که: گردشگری فرهنگی قربانی موفقیت خود شده است (Richards,2009). رشد شدید گردشگران در مناطق مهم و در جوامع کوچک باعث ایجاد سؤالاتی در مورد پایداری این نوع از گردشگری شده است (Russo,2002).

این در حالی است که صنعت گردشگری از دیرباز به عنوان یکی از آسیب پذیرترین صنایع در مواجهه با انواع بحران ها شناخته شده است. بحران شیوع ویروس کووید- ۱۹ گریبان صنعت گردشگری جهان و از جمله کشور ما را به شکل بی سابقه ای گرفته است. کرونا ویروس در اوایل سال ۲۰۲۰ از هر نظر دنیا را برای همیشه تغییر داده و نقش بسزایی در توقف این تحرک اجتماعی بزرگ، سفرهای بین المللی، تقاضای گردشگری و صنعت مهمان نوازی داشته است (Chang,2020). بحران ها وقایع منظم سفر و گردشگری هستند (Kassling et al,2020). بسیاری از مقاصد تحت تأثیر بحران های طبیعی و انسان ساخت قرار دارند و طی سال ها، راهکارها و استراتژی های مختلف تاب آوری برای کاهش اثرات این بحران ها توسعه داده شده است (Ritchie and Jiang,2019). بحران ناشی از همه گیری ویروس کووید- ۱۹ از بسیاری جهات متفاوت و منحصر به فرد بوده است: اول، کاهش در مسافرت، مهمان نوازی و جهانگردی در سراسر جهان اتفاق افتاده است؛ دوم، ضررهای اقتصادی بسیار چشمگیرتر بوده است؛ سوم، بحران جاری امکان ایجاد تغییراتی اساسی را در بسیاری بخش های گردشگری دارد (Dolnikaro and Zare,2020) و چهارم، پایان بحران هیچ کجا به چشم نمی خورد (Organization,2020 The World Health). به طوریکه گسترش این بیماری باعث ایجاد وحشت در میان عموم مردم شده و از طرفی نیز بر تقاضا و عرضه محصولات در سراسر جهان تأثیر گذاشته است. مصرف کنندگان داخلی در اکثر کشورها به شدت کاهش می یابند. تقاضا برای غذا، کمک پزشکی و سایر موارد ضروری در حال افزایش است و این تقاضا بیشتر از تقاضا برای کالاهای غیرضروری مانند پوشاک و خدمات مختلف است (Abubakri and Rsby,2020). پایین بودن تقاضای مصرف کننده داخلی، تأثیر منفی بر تولید و اشتغال خواهد گذاشت. تأثیر بر روی بخش خدمات در مقیاس کوچک چشم گیر خواهد بود. شدت و مدت زمان تأثیرگذاری بر عرضه و تقاضا بستگی به اقداماتی دارد که دولت های مختلف برای مهار شیوع ویروس انجام می دهند (Khan and Yasmin Khan, 2020). به طوری که وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران، ضرر ناشی از کرونا در صنعت گردشگری را ۳ هزار و ۳۴۴ میلیارد تومان اعلام کرده است. با وجود این، صنعت گردشگری داخلی به طور کامل از بین نرفته است و شکل سفرها در ایام شیوع ویروس کرونا تغییر کرده است افراد ترجیح می دهد به سفرهای کوتاه مدت تر بروند و یا به جای حمل و نقل هوایی از خودروهای شخصی و حمل و نقل ریلی استفاده کنند. با وجود این، بسیاری از گردشگران نگران برنامه های تعطیلات خود می باشند. برخی از نگرانی آن ها شامل این است که مقصدی که به آن سفر می کنند ممکن است تحت تأثیر شیوع بیماری قرار گرفته و برای مسافرت ایمن نباشد. مطابق اعلام سازمان جهانی گردشگری (۲۰۲۰)، سه راه وجود دارد که گردشگران بتوانند هنگام مسافرت به یک مقصد ایمن باشند. نخست، پیروی از آخرین دستورالعمل های بهداشتی تا حد امکان. دوم، گردشگران ملزم به شستن دست ها به طور مرتب و کامل، خودداری از دست دادن، لمس صورت و حضور در مکان های شلوغ هستند؛ و در نهایت، حفظ فاصله حداقل یک متری بین خود و دیگران می باشد. این بدان معناست که گسترش بیماری های مسری در مناطق توریستی می تواند یکی از عواقب آن باشد که هم مسافر و هم مقصد وی را تحت تأثیر قرار می دهد. گردشگران اغلب در معرض بیماری های واگیردار قرار می گیرند، به ویژه زمانی که از خطرات محیط ناشناخته ای آگاه

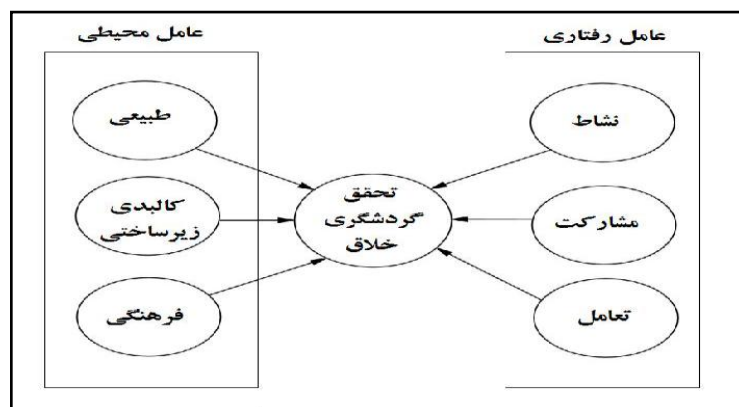
نیستند. افزون بر این، برخی از انواع گردشگری مانند گردشگری روستایی در قالب گردشگری طبیعی موجب برقراری ارتباط با عوامل عفونی می شوند (The World Health Organization, 2018). به طوریکه فضای محیطی - رفتاری می تواند باعث شود که چرا انتخاب ها در مکان خاصی انجام می شود، چه عوامل محیطی و رفتارهایی در فضاهای جغرافیایی باعث تشدید وضعیت بیماریهای عفونی و واگیردار در محیط زیست شهری - روستایی می شوند. لذا با توجه به ویژگیهای ویروس کووید-۱۹، بحران ناشی از این ویروس منجر به سکون صنعت گردشگری شده است و بخش گردشگری بسیار بیشتر از سایر فعالیت های اقتصادی آسیب دیده است. در چند ماه اخیر بخش گردشگری در همه کشورها از جمله ایران خسارت های سنگینی را متحمل شده است، به طوری که سازمان جهانی گردشگری در هفتم ماه مه سال ۲۰۲۰ پیش بینی کرده است که در این سال تعداد سفرها ۶۴ الی ۳۴ درصد کاهش خواهد یافت (The World Health Organization, 2020)، که این مسئله موجب از بین رفتن میلیون ها فرصت شغلی و آسیب های جدی این بیماری بر بدنه اقتصادی در این بخش شده است. بنابراین گردشگری روستایی با کسب تجربیات خاطره انگیز توسط گردشگر، تأثیر مثبتی بر انسجام جامعه محلی دارد و بر تعامل گردشگر و میزبان مؤثر است و در نهایت منجر به قصد سفر مجدد گردشگر می گردد (Richards & Marques, 2012).

مقصدهای گردشگری اغلب بالاترین سهم مشاغل بالقوه در معرض خطر ناشی از بحران کرونا را نشان می دهند. تجزیه و تحلیل OECD نشان می دهد که با توجه به اهمیت گردشگری در اقتصاد محلی، مشاغل زیادی در مقصد اروپا مانند جزایر یوناندر یونان، بالتاریک و جزایر قناری در اسپانیا و منطقه آلاگروه در پرتغال در معرض خطر هستند. به طور مشابه در کره، جزیره ججو منطقه ای است که بالاترین خطر را دارد، در حالی که در آمریکای شمالی، نوادا (که شامل سوگاس است) به عنوان بالقوه ترین ایالت در معرض خطر شناخته می شود، و پس از آن هاوایی قرار دارد (Villace et al, 2021). تحت اقدامات سخت گیرانه کنترلی، مقاصد گردشگری در بسیاری از کشورها اساساً برای تجارت بسته شده است. کاهش محدودیت ها اکنون به صورت مرحله ای و ناهموار در حال انجام است، تفاوت در مناطق و شهرها، منعکس کننده شرایط محلی و وضعیت بهداشتی است. تعامل این اقدامات و میزان تأثیر آن ها بر فعالیت های گردشگری در طول دوره های مهم گردشگری نیز تأثیر مهمی خواهد داشت. بیماری همه گیر منجر به کاهش زودرس فصل اسکی در برخی از مقاصد شد، در حالی که در حال حاضر فصل تعطیلات تابستان در نیمکره شمالی نیز در معرض خطر کاهش شدید گردشگری قرار دارد (Lehberger et al, 2021). از آنجا که جهان با بیماری همه گیر کووید-۱۱ با یک وضعیت اضطراری جهانی بهداشت، اجتماعی و اقتصادی روبه رو است، مسافرت و گردشگری در میان مناطق تحت تأثیر کاهش سفرهای هوایی، هتل های بسته و محدودیت های سفر تقریباً در همه کشورهای مواجه شده است (موثقی، ۱۴۰۰). بنابراین، سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) داشبورد جدیدی را در مورد کووید-۱۱ و گردشگری راه اندازی کرده است که داده هایی را در مورد تأثیر کووید-۱۱ در بخش گردشگری در سراسر جهان، بر اساس مناطق و مقصد نشان می دهد. داشبورد (UNWTO - 19COVID) در مورد اقدامات کشور برای حمایت از سفر و گردشگری به منزله یک ردیاب عمل می کند که سیاست های به روز توسط کشورها و نهادهای بین المللی را برای کاهش اثرات بحران کووید-۱۱ در بخش سفر و گردشگری، راه اندازی مجدد گردشگری و تسریع در آن ارائه می دهد. سازمان جهانی گردشگری بر اساس اطلاعات دولت ها، سازمان های بین المللی و منابع رسمی آنلاین، داشبورد تعاملی آنلاین را در مورد پاسخ های سیاست های بین المللی کشور و سیاست کووید-۱۱ که ۲۲۴ کشور و سرزمین و بیش از ۳۴ نهاد بین المللی و منطقه ای را پوشش می دهد، راه اندازی کرده است (Fotiadis et al, 2021). اثرات شیوع ویروس در گردشگری به احتمال زیاد نامتقارن بوده و در داخل کشورها بسیار محلی است و برخی از مقاصد بیشتر از بقیه در معرض دید قرار دارند. حتی در شرایط عادی، برخی از مقاصد به دلیل وابستگی زیاد به بخش گردشگری، به طور نامتناسبی در برابر اثرات چنین بحرانی آسیب پذیر هستند. این نابرابری احتمالاً به دنبال همه گیری به طور قابل توجهی تشدید می شود. علاوه - بر این، تجارب قبلی نشان می دهد که متضررترین اقتصادهای محلی قادر به بازگشت سریع نخواهند بود و بازارهای محلی کار می توانند برای سال های آینده رنج ببرند و اختلافات منطقه ای در بیکاری، بیتحرکی اقتصادی و کیفیت شغلی را تشدید کنند. با توجه به فصلی بودن و مقیاس گردشگری نسبت به اندازه جمعیت محلی، اقتصاد مناطق گرمسیری در برابر محدودیت های سفر آسیب پذیرتر خواهند بود. انتظار می رود که مناطق ساحلی بیشترین تأثیر را داشته باشند و تخمین زده می شود که کاهش انباشته تولید ناخالص داخلی طی دوره ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۱ بین ۹/۷ تا ۲۴.۹ میلیارد یورو باشد (فرزانگان و همکاران، ۱۴۰۰).

عیسی و همکاران (۲۰۲۰)، با مطالعه ۴۵۵ گردشگر جزیره باتام اندونزی، تأثیر فضا بر دل‌بستگی مکانی را طی مدلی ارائه نمودند. در این مدل فاکتوری با عنوان فضا وجود دارد که دارای سه بعد (فضای زیرساختی، بیرونی و فرهنگی) است و فاکتور دوم (دل‌بستگی مکانی) دارای چهار بعد (هویت مکانی، وابستگی مکانی، نگرش عاطفی و پیوند اجتماعی) می‌باشد (شکل ۴) یافته‌ها نشان دادند که فضای بیرونی، همبستگی بالایی با وابستگی به مکان دارد، اما همبستگی پایینی با هویت مکان و پیوند اجتماعی داشته است. علاوه بر این، فضای فرهنگی در پیش‌بینی دل‌بستگی مکانی، معنادار نبود و ابعاد مربوط به فاکتور دل‌بستگی مکانی، به طور مثبتی از قصد بازدید مجدد پشتیبانی می‌کنند (Isa et al, 2020).

آسمالش و کومار (۲۰۲۰)، در مطالعه‌ای، به بررسی رابطه ساختاری بین رضایت گردشگری و ابعاد چهارگانه گردشگری پایدار در ناحیه تیگرای اتیوپی پرداختند. برای این مطالعه، ۳۹۲ گردشگر داخلی و بین‌المللی انتخاب شدند. در مدل ارائه شده چهار فرضیه تست شد. نتایج نشان داد: پایداری اجتماعی- فرهنگی، قوی‌ترین پیش‌بینی کننده رضایت گردشگری بوده است. همچنین، درک گردشگران از ابعاد اقتصادی، بر رضایت آنها تأثیرگذار بود. اما، پایداری زیست‌محیطی، پیش‌بینی کننده مؤثری نبوده و این امر تا حدی به این دلیل بود که اکثر پاسخ‌دهندگان جزو گردشگران فرهنگی محسوب می‌شدند (Asmelash & Kumar, 2019).

گردشگری زمانی به موفقیت می‌رسد که در مورد فرد گردشگر چندین مورد محقق گردد: تصمیم به سفر مجدد به روستا را داشته باشد. از سفر خود تجربه جدیدی کسب نماید. احساس رضایت کسب کند و در نهایت به دوستان و اقوام توصیه نماید که به آن روستا سفر داشته باشند (Hung et al., 2016, Ali et al, 2016). پس از بررسی پیشینه تحقیق و بهره‌گیری از مدل‌های ارائه شده، از جمله علی و همکاران (۲۰۱۶) و هونگ و همکاران (۲۰۱۶) مدل مفهومی این تحقیق به شکل زیر استخراج گشت.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق، منبع: رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۹

۳. پیشینه پژوهش

این درحالی است که پژوهش‌هایی که در حوزه گردشگری روستایی انجام شده و نیز پژوهش‌هایی مرتبط با بحران کووید-۱۹ و راهکار مواجهه با آن، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. با بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه گردشگری روستایی می‌توان گفت پژوهش‌های معدودی برای مقابله با ویروس کرونا در گردشگری چارچوب یا الگویی جامع ارائه داده شده است، وانگ (۲۰۱۵)، در مطالعه "مکان، زمینه و رفتار سفر فعالیت؛ مقدمه‌ای بر جغرافیای رفتاری سفر و فعالیت" نیز پرداخته‌اند، نتایج تحقیق نشان داد که مکان‌ها مشارکت افراد را در فعالیت‌ها و رفتارهای مسافرتی شکل می‌دهد و در بازگشت کاربران حالت‌های حمل و نقل مختلف، مکان‌ها را متفاوت و ارزشمند ارزیابی می‌کنند. علاوه بر این، فعل و انفعالات بین مکان و رفتار فعالیت در زمینه‌های مختلف جغرافیایی، اجتماعی و آب و هوایی متفاوت است. و ولمن و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه "تأثیر محیط ساخته شده بر رفتارهای سلامتی و انتقال بیماری‌ها در سیستم‌های اجتماعی" نیز به تحقیق پرداخته‌اند، نتایج حاصل از تحقیق این پژوهشگران نشان داد که محیط نقش بسیار مهم و تاثیرگذاری در پویایی بیماری و تعیین سلامت افراد دارد. یوسفی

و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله ای با عنوان "تحلیل نقش و جایگاه شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری بارویکرد توسعه پایدار" نیز به تحقیق پرداخته اند، نتایج تحقیق نشان داد که زمینه ها و بسترهای تحقق شهر خلاق در راستای توسعه گردشگری شهری در شهرهای ایران فراهم است و با وجود سابقه تاریخی، هنری، فرهنگی، ظرفیت مذهبی، جاذبه های فرهنگی، نمایش نامه ها راه اندازی نشده است. غفاری و اعظمیان (۱۳۹۵)، در مقاله ای با عنوان "اولویت بندی سرمایه گذاری در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان" به تحقیق پرداخته اند، نتایج حاصل از تحقیق حاکی از آن است که روستاهای هدف گردشگری قورتان، اسفرجان، دمآب و پوده داوولیت اول قرار دارند و به ترتیب رتبه ۴-۱ را به خود اختصاص داده اند؛ اولویت دوم شامل روستاهای طرق، قهی، ایبانه هاردنگ، هسنیجه، مشهد اردهال، سه، کلهرود، نیسیان، جاجا، خفر می باشد. کلاته ساداتی و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله ای تحت عنوان "عنوان جامعه در معرض خطر، آسیب پذیری جهانی و مقاومت پذیری شکننده، شیوع ویروس کرونا از منظر جامعه شناختی: به تحقیق پرداخته اند، نتایج نشان داد که بسیاری از مسائل اجتماعی و اقتصادی با شیوع کرونا گره خورده است. عباسی و محمدی (۱۳۹۹)، در تحقیقی تحت عنوان "پیش بینی روندکسب و کارهای خدمات گردشگری در دوران پسا کرونا و ارائه مدل راهبردی" نیز به تحقیق پرداخته اند، نتایج تحقیق نشان داد که بر اساس گزارش های داخلی و بین المللی مرتبط با گردشگری، گزارش های مقابله با کرونا، پیشنهاد های مطرح شده در سخنرانی ها و مصاحبه های مسئولین و کارشناسان و آسیب شناسی وضعیت موجود پیشنهاد های راهبردی و مدل راهبردی ارائه شده است. نیکفال مغانلو و منصور (۱۳۹۹)، در مقاله ای با عنوان "تأثیر ویروس کرونا COVID-19 بر صنعت گردشگری" نیز به تحقیق پرداخته اند، نتایج تحقیق نشان داد که ارائه راهکارها و پیشنهادات درباره وضعیت و پیش بینی های صورت گرفته در جهت آینده و وضعیت گردشگری در دوران کرونا و پسا کرونا می باشد. تاجری مقدم و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه ای تحت عنوان "تحلیل رفتارهای پیشگیرانه در مقابله با ویروس کرونا مورد: نواحی روستایی شهرستان دشتستان" نیز به تحقیق پرداخته اند، نتایج تحقیق نشان داد که رفتار پیشگیرانه جوانان روستایی در مقابله با ویروس کرونا به صورت مرحله ای و در سطح بالایی قرار دارد. رهنما و همکار (۱۳۹۹) در مطالعه ای با عنوان "مدل سازی الگوی پخش فضایی ویروس کووید-۱۹ در مناطق روستایی و شهری ایران" نیز به تحقیق پرداخته اند، نتایج تحقیق حاکی از آن است که مهم ترین عامل جغرافیایی انتشار ویروس کرونا در کشور، فاصله و مجاورت مکانی استان های درگیر با این بیماری بوده و از الگوی پخش فضایی سازش پذیر تبعیت می کند. رحیمی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه ای تحت عنوان "تأثیر عوامل محیطی - رفتاری بر تحقق گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان" به تحقیق پرداخته اند، نتایج تحقیق حاکی از آن است که هر دو عامل، تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق گردشگری خلاق داشتند و تأثیر عامل محیطی بیشتر بوده است. همچنین نتایج خوشه بندی بیانگر این بود که روستاها در ناحیه دشتی (اقلیم گرم) به نسبت روستاهای ناحیه کوهستانی میانگین بالاتری در متغیرهای گردشگری خلاق داشتند.

۴. روش پژوهش

تحقیق حاضر براساس هدف کاربردی و روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است، جامعه آماری پژوهش، شامل گردشگران روستاهای ناحیه محمداًبادکتول بودند که به روش نمونه گیری دردسترس ۱۷۰ نفر انتخاب شدند. نمونه گیری در دسترس (Convenience Sampling)، روشی برای جمع آوری نمونه به صورت غیرتصادفی است که به راحتی در اختیار محقق قرار دارد. نمونه گیری آسان یک روش نمونه گیری غیراحتمالی است که در آن واحدها برای گنجاندن در نمونه انتخاب می شوند، زیرا دسترسی محقق به آن ها آسان تر است. بنابراین با نمونه گیری تصادفی مغایرت دارد. این می تواند به دلیل نزدیکی جغرافیایی، در دسترس بودن در یک زمان معین یا تمایل به شرکت در تحقیق باشد. نمونه گیری آسان، که گاهی نمونه گیری تصادفی نامیده می شود، نوعی نمونه گیری غیرتصادفی است.

در این تحقیق، علاوه بر روش های کتابخانه ای، از روش های میدانی مانند پرسش نامه استفاده شده است. ابزار اصلی تحقیق، پرسش نامه بوده است که نحوه سنجش گویه ها و نمره دهی براساس طیف پنج گزینه ای لیکرت از بسیار زیاد تا بسیار کم تنظیم گردید، پرسش نامه ها به صورت تصادفی توزیع گردید. با توجه به گستردگی محدود مورد مطالعه و ضرورت بررسی تمام روستاها از شاخص های عینی استفاده شده است، انتخاب این شاخص ها طبق فرایند زیر انجام گرفت:

مرحله اول: در این مرحله، با بررسی مطالعات داخلی که در حیطه بررسی عوامل محیطی- رفتاری بر توسعه گردشگری روستاییه منظور تبیین برنامه ریزی توسعه گردشگری صورت گرفته بود؛ پرداخته شد.

سپس نحوه سازمان دهی شاخص ها در این بخش پژوهش مبتنی بر شناخت تحلیل مدل مفهومی تحقیق انجام گرفت، به طوری که با توجه به مشابهت و کیفیت شناخت و تحلیل عوامل محیطی- رفتاری مبتنی بر توسعه گردشگری روستایی (خلاق) به ویژه در ناحیه روستایی در پژوهش رحیمی و همکاران (۱۳۹۹) چارچوب آن (معیارها و شاخص ها) مورد استفاده قرار گرفت. جدول (۱).

جدول (۱): شاخص های پژوهش

ردیف	شاخص های اصلی (عامل رفتاری)	شاخص های فرعی
۱	۱. نشاط روستایی	۱. جمعیت
	۲. مشارکت روستایی	۲. فعالیت اقتصادی
	۳. تعامل گردشگران	۳. امکانات
۲	شاخص های اصلی (عامل محیطی)	
	۱. محیط فرهنگی	۱. جاذبه های فرهنگی منطقه، سنت های محلی، زندگی شبانه، خونگرمی و منش دوستانه مردم روستا
	۲. محیط طبیعی	۲. ساحل، دریاچه، شرایط آب و هوایی، بیابان و کوه
۳	۳. محیط کالبدی- زیرساختی	۳. مکان های دیدنی، محل اقامت، خرید، ورزش، حمل و نقل

منبع: رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۸-۹، تخلیص نگارندگان

در پژوهش حاضر سعی شده تا با توجه به شناخت و تحلیل عوامل رفتاری- محیطی مبتنی بر توسعه گردشگری روستایی در ناحیه مورد مطالعه با استفاده از تحلیل عاملی، تحلیل خوشه ای و همچنین تحلیل معادلات ساختاری با در نظر گرفتن ۲ شاخص اصلی رفتاری با عنوان نشاط روستایی، مشارکت روستایی، تعامل گردشگران و با زیرمعیارهای فرعی جمعیت، فعالیت اقتصادی، امکانات و شاخص اصلی محیطی با عنوان محیط فرهنگی، محیط طبیعی، محیط کالبدی- زیرساختی با زیرمعیارهای فرعی جاذبه های فرهنگی منطقه، سنت های محلی، زندگی شبانه، خونگرمی و منش دوستانه مردم روستا، ساحل، دریاچه، شرایط آب و هوایی، بیابان و کوه، مکان های دیدنی، محل اقامت، خرید، ورزش، حمل و نقل که تأثیر اساسی بر توسعه گردشگری روستایی در ناحیه مورد مطالعه نقش بسزایی دارد، پرداخته شود.

۱.۴ الگوسازی معادلات ساختاری

الگوسازی معادلات ساختاری (SEM) تکنیکی برای تحلیل داده ها است که به منظور ارزیابی رابطی بین انواع از متغیرها طراحی شده است: الف (متغیرهای آشکار) متغیرهایی که مستقیماً اندازه گیری شده و متغیرهای مشاهده شده اند. ب (متغیرهای مکنون یا پنهان یا متغیرهایی که به عنوان سازه ی نظری مطرح هستند. الگوی معادلات ساختاری به نسبت سایر تکنیک های تحلیل داده این امکان را فراهم می آورد که محقق بتواند مدل های نظری پیچیده را در یک تحلیل آمون کند. ویژگی بسیار ارزشمند الگوی معادلات ساختاری، تحلیل و پردازش هم زمان روابط میان متغیرهای مدل سنجش است. الگوسازی معادلات ساختاری به پژوهشگر این اجازه را می دهد تا به تحلیل علی متغیرهای مکنون و مشاهده شده به طور هم زمان بپردازد (ماریاما، ۱۹۹۷). زمانی که از الگوی معادلات ساختاری استفاده می شود، یک مؤلفه ی مهم تحلیل ارزیابی چگونگی برازش مدل فرضیه ای با داده های مشاهده شده است. پژوهشگران معمولاً به منظور ارزیابی این برازش از شاخص های نیکویی برازش ۱۳ استفاده می کنند. جدول (۲).

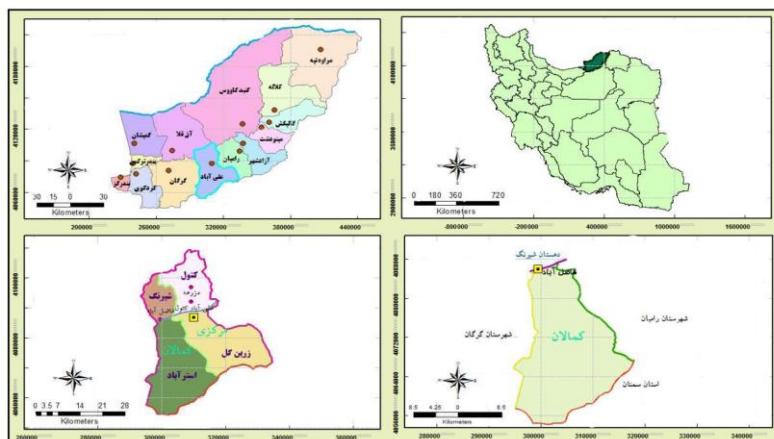
جدول (۲): نتایج سنجش اعتبار متغیرها

عامل	متغیرها	آلفای کرونباخ	قابلیت اعتماد ترکیبی	واریانس
رفتاری	نشاط روستایی	۰/۷۲	۰/۸۰	۰/۷۳
	مشارکت	۰/۸۳	۰/۷۳	۰/۸۴
	تعامل	۰/۸۱	۰/۷۹	۰/۸۹
محیطی	زیرساختی- کالبدی	۰/۸۴	۰/۸۵	۰/۹۰
	فرهنگی	۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۶۹
	طبیعی	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۹۰
متغیروابسته	تحقق گردشگری روستایی در دوران پسا کرونا	۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۸۵

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱

۴.۴. معرفی محدوده ی مورد مطالعه

ناحیه محمدآبادکتول (به عنوان بخشی از شهرستان علی آبادکتول) در ۵۴ درجه و ۴۶ دقیقه و ۲۰ ثانیه طول شرقی تا ۳۶ درجه و ۵۲ دقیقه و ۳۲ ثانیه عرض شمالی قرار دارد، ارتفاع این ناحیه تقریبی بین ۳۰۰ تا ۱۹۰۰ متر از سطح دریا است. ناحیه محمدآباد از شمال به دهستان شیرنگ، از جنوب به استان سمنان، از شرق به شهر علی آباد و از غرب به شهرستان گرگان محدود شده است. این ناحیه شامل دهستان استرآباد از بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول می باشد، بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول ۱۹ روستا در دشت و ۱۳ روستای کوهستانی دارد، که همگی در ناحیه سرسبز و توریستی محمدآبادکتول واقع شده است (واحد امار و اطلاعات فرمانداری علی آبادکتول، ۱۳۹۶). (شکل ۴).



شکل (۲): موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه (ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۱)

۵. یافته های پژوهش و بحث

۵.۱. محاسبه ی میانگین عوامل محیطی - رفتاری

در این تحقیق عامل محیطی از میانگین بالایی برخوردار است، انحراف معیار عوامل نشان داد که متغیر صنایع دستی و هنر منطقه، داده های آن بیشتر حول محور میانگین هستند (۰/۰۱). در عامل رفتاری مشارکت در حفظ محیط زیست از بالاترین میزان میانگین برخوردار است و در مورد توانایی مدیریت و کنترل اوضاع از سوی راهنماها داده ها بیشتر حول محور میانگین پراکنده هستند. در عامل نشاط، بالاترین میزان میانگین مربوط به احساس رضایت از سفر می باشد و پراکندگی داده ها در همین متغیر بیشتر حول محور میانگین قرار دارد.

به طور کلی در بین دو عامل محیطی- رفتاری، متغیرهای نشاط، زیرساختی- کالبدی، مشارکت، فرهنگی، طبیعی و تعامل به ترتیب از بیشترین تا کمترین میزان میانگین و وزن را در روستاهای گردشگری ناحیه مورد مطالعه داشته اند. (جدول ۳).

جدول (۳): آمار توصیفی متغیرهای تحقیق و وزن گویه ها

عامل	متغیرها	گویه	میانگین	انحراف معیار	وزن مورد ها
نشاط روستایی	نشاط روستاییان حاصل از اشتغال مولد محلی	نشاط در ارتباط بین روستاییان	۳/۵۰	۱/۱۲	۰/۸۹
		نشاط روستاییان حاصل از اشتغال مولد محلی	۳/۱۵	۱/۰۲	۰/۸۷
		نشاط روستاییان حاصل از جمعیت سرزنده	۳/۱	۱/۰۸	۰/۶۵
مشارکت رفتاری	مشارکت	مشارکت در حفظ محیط زیست روستا	۳/۲۵	۰/۸۸	۰/۸۲
		مشارکت در حفظ محیط فرهنگی تاریخی	۴/۰۰	۰/۷۹	۰/۸۱
		مشارکت در برنامه ریزی گردشگری	۱/۳۵	۰/۵۵	۰/۸۱
تعامل	توانایی مدیریت و کنترل اوضاع از سوی راهنما	میزان راهنمایان آموزش دیده بومی روستا	۲/۵۴	۰/۱۰	۰/۷۵
		خبرگی و تسلط به کار راهنمای گردشگری	۲/۳۰	۰/۲۲	۰/۷۶
		دسترسی به اماکن دیدنی	۲/۵۳	۰/۸۹	۰/۷۹
زیرساختی- کالبدی	مطلوبیت زیر ساخت های فراغتی و تفریحی	دسترسی به اماکن استراحتی	۳/۵۳	۰/۷۸	۰/۷۵
		دسترسی به جاده و حمل و نقل	۲/۳۰	۰/۰۸	۰/۷۴
		سیمای ظاهری و چشم نواز معماری و کالبدی	۳/۵۰	۰/۳۵	۰/۸۶
محیطی	فرهنگی	امکانات ارتباطی و بهداشتی روستا	۳/۲۵	۰/۴۵	۰/۸۰
		مکان های فرهنگی و تاریخی	۳/۴۵	۰/۰۰۳	۰/۷۹
		صنایع دستی، موسیقی و هنر محلی	۴/۵۰	۰/۰۰۱	۰/۸۰
طبیعی	طبیعت بکر	خونگرمی و مهمان دوستی ساکنین محلی	۵/۰۰	۰/۲۱	۰/۷۸
		چشم انداز کم نظیر نسبت به مناطق دیگر	۴/۸۹	۰/۰۰۳	۰/۷۵
		بروشورهای راهنمای اقلیم و جو منطقه	۱/۰۰	۱/۲۵	۰/۷۸
تحقق گردشگری روستایی	دردوران پسا کرونا	تصمیم به سفر مجدد به روستا	۳/۵۰	۰/۳۵	۰/۷۰
		بدست آوردن تجربه جدید	۳/۴	۰/۵۰	۰/۷۵
		احساس رضایت از سفر	۳/۵۰	۰/۰۹	۰/۷۳
		توصیه سفر به روستا به دیگر دوستان	۳/۳	۰/۱۲	۰/۷۶

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱

۲.۵. نتایج حاصل از مدل

یک مدل معادله ساختاری در شکل عمومی اش از دو نوع مدل و انواعی از متغیرها تشکیل شده است. دو نوع مدل تشکیل دهنده معادلات ساختاری عبارت اند از: ۱. مدل اندازه گیری ۲. مدل ساختاری. یک مدل اندازه گیری جزئی از مدل معادله ساختاری است که نحوه سنجش یک متغیر پنهان را با استفاده از دو یا تعداد بیشتری متغیر مشاهده شده تعریف می کند. در این جا هر کدام از متغیرهای پژوهش، متغیر پنهان می باشند (متغیر پنهان در نرم افزار باید به شکل بیضی باشد). متغیر پنهان متغیری است که به طور مستقیم اندازه گیری نمی شود، بلکه با استفاده از دو یا چند متغیر مشاهده شده در نقش معرف سنجش می شود. متغیرهای آشکار همان سوالات پرسشنامه می باشند که با آن ها متغیر پنهان را می سنجیم.

در این جا متغیر گردشگران (گردشگری) متغیر درونی است و متغیر رفتاری و طبیعی متغیرهای مستقل هستند. متغیر درونی عنصری از مدل ساختاری است که، محیطی حداقل یک پیکان یک سویه به سمت آن نشانه رفته است و بنابراین تحت تأثیر سایر متغیرهای بیرونی (مستقل) در مدل است.

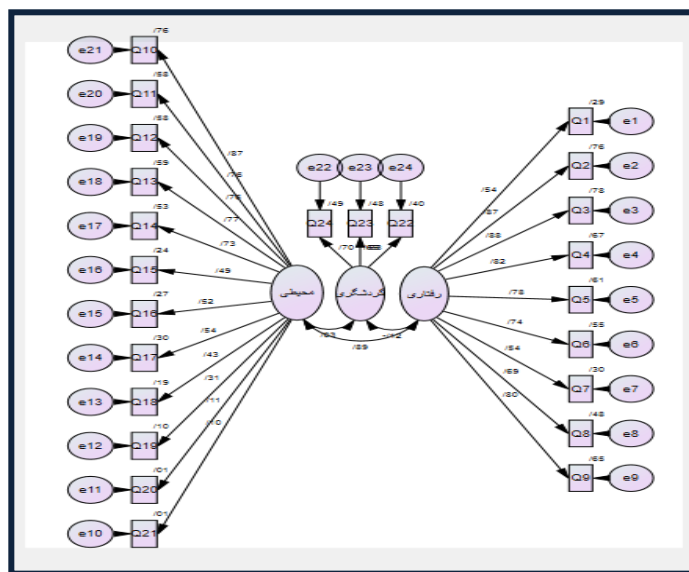
بارهای عاملی تأییدی نشان دهنده میزان تبیین آن متغیر توسط سؤال مربوطه است که معمولاً عدد آن باید بالای ۰/۴/ معنادار باشد در غیر این صورت آن سؤال باید از آزمون های بعدی تحقیق حذف گردد. چرا که قابلیت تبیین و اعتماد کمی دارد. آزمون کای اسکوئر را می توان به عنوان یکی از پرکاربردترین شاخص برازش در مدل سازی معادله ساختاری تلقی کرد. که هرچه مقدار آن کوچک تر باشد. برازش داده ها به مدل بهتر است. همچنین مقدار کای اسکوئر در دامنه بین صفر تا بی نهایت تغییر می کند. جدول (۴) شاخص های برازش مدل را نشان می دهد که نشان می دهد متغیر ها از برازش مطلوبی بر خوردار می باشند.

با توجه به شکل (۴) مقادیر بار عاملی برای هر یک از مورد ها از توزیع مطلوبی بر خوردار است و تنها در سوالات Q19 تا Q21 بار های عاملی کمتر از ۰/۴ می باشند (این عمل نشان می دهد که این سه سوال را می توان در غالب یک سوال جهت برازش بهتر پرسشنامه قرار داد) که در مرحله ی آزمون مدل ساختاری حذف شده اند. جدول(۴) و شکل (۳).

جدول(۴): شاخص های برازش مدل

RMR	IFI	PCFI	PNFI	AGFI	df	p	Chi-square
۰/۱۵۵	۰/۷۲۵	۰/۶۵۲	۰/۵۹۶	۰/۱۵۵	۲۴۹	۰/۰۰۰	۹۹۴/۳۷۵

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱



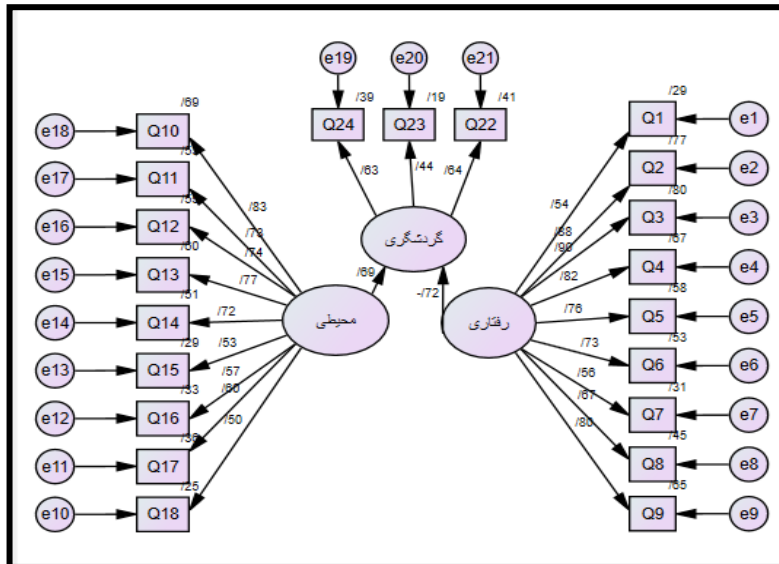
شکل(۳): نتایج حاصل از بار عاملی و واریانس خطای متغیرهای تحقیق

همان گونه که دیده می شود با حذف گونه هایی که بار عاملی کمی داشته اند جدول برازش داده ها تغییر زیادی کرده است که باعث برازش بهتر داده های پرسشنامه شده است. مدل ساختاری تحقیق بیانگر ارتباط معنا دار بین عوامل رفتاری و محیطی با گردشگری در دوران پسا کرونا می باشد. این معنا داری با عامل محیطی مثبت و با عامل رفتاری منفی می باشد. به طور کلی اثر عامل محیطی بر گردشگری ۰/۶۹ می باشد و این مقدار برای عامل رفتاری ۰/۷۲- می باشد. جدول(۵) و شکل (۴).

جدول (۵): شاخص های برازش داده ها با حذف برخی از متغیرها

RMR	IFI	PCFI	PNFI	AGFI	df	p	Chi-square
۰/۴۱۹	۰/۶۸۴	۰/۶۰۹	۰/۵۶۵	۰/۶۰۳	۱۸۸	۰/۰۰۰	۹۰۲/۰۱۵

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱



شکل (۴): نتایج حاصل از مدل ساختاری متغیرهای مورد مطالعه تحقیق

۶. نتیجه گیری

در این پژوهش به بررسی عوامل محیطی- رفتاری بر گردشگری در دوران پسا کرونا در ناحیه گردشگری محمدآباد از شهرستان علی آباد کتول، پرداخته می شود. و با استفاده از الگوی معادلات ساختاری به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شده است و ارتباط عوامل نسبت به هم مورد ارزیابی قرار گرفته شده است. به این معنی که با کاهش یک عامل باعث کاهش عوامل دیگر در تحقق گردشگری بوده است. یا اینکه مثلاً با تقویت متغیر فرهنگی در گردشگری می توان موجب تقویت عامل محیطی شد. به این صورت که با بازدید از مکان های تاریخی و فرهنگی در زمان گردشگری بتوان از مناطق طبیعی محافظت بیشتری کرد. این تحلیل در ارتباط با بقیه متغیرها و عوامل نیز صادق می باشد. این عوامل بر تحقق گردشگری در دوران پسا کرونا تأثیرگذار می باشند. با مدیریت صحیح و استفاده از سیاست های درست در زمینه گردشگری و عوامل موثر بر آن می توان باعث تحقق این مهم در منطقه مورد مطالعه شد. از آنجا که تمایل کمی نسبت به شناخت این عوامل در زمینه گردشگری می باشد، دولت و جامعه نمی توانند به طور صحیحی باعث پیشرفت این صنعت شوند. بنابراین با انجام پژوهش ها در این رابطه می توان آگاهی مدیران و افراد جامعه را فراهم نمود. علاوه بر این ها چارچوب توسعه یک کشور و همچنین توانایی اقتصادی- اجتماعی و فنی تک تک مناطق و کشورها باید در نظر گرفته شود و تنها با در نظر گرفتن این قابلیت ها می باشد که می توان تأثیر و تأثر را دقیق در یک منطقه بررسی کرد. این اتفاق تنها با مدیریت درست و سیاست گذاری به جا به دست می آید. در هر صورت نشان دادن میزان اثر هر یک از عوامل محیطی و رفتاری بر گردشگری در دوران پسا کرونا در ناحیه روستایی محمدآباد، از شهرستان علی آباد کتول از دستاوردهای این پژوهش می باشد.

بنابراین در نواحی روستایی مورد مطالعه، دو عامل رفتاری و محیطی دارای ویژگی های مناسب می باشند و بر تحقق گردشگری روستایی مؤثر خواهند بود. البته، تأثیر عامل محیطی به طور مثبت می باشد. بدین صورت که توجه به متغیرهای طبیعی و زیرساختی- کالبدی در کنار متغیرهای فرهنگی و مشارکت و تعامل مردم نواحی روستایی تأثیر بسزایی بر رضایت

گردشگران از سفر به ناحیه و لذت بردن از مناطق بکر طبیعی و همچنین تصمیم به سفر مجدد به نواحی روستایی خواهد داشت. نکته دیگری که باید به آن اشاره داشت این است که تأثیر عامل رفتاری به صورت منفی می‌باشد یعنی با کاهش موردهای عامل رفتاری میزان گردشگری در منطقه مورد مطالعه افزایش می‌یابد و بالعکس، با افزایش و ارتقای عامل گردشگری، ویژگی‌های رفتار روستاییان در ارتباط با عامل گردشگری نیز کاهش می‌یابد. بنابراین توجه بیشتر به عوامل محیطی (خصوصاً کالبدی-زیرساختی) و استفاده از مشارکت مردم در تحقق گردشگری نواحی روستایی به کارگیری آنها جهت برنامه ریزی گردشگری می‌تواند باعث بهبود این مهم در ناحیه شود. با توجه به پیشینه تحقیق، مطالعه ی عیسی و همکاران (۲۰۲۰)، با مطالعه ۴۵۵ گردشگر جزیره باتام اندونزی، تأثیر فضا بر دلبستگی مکانی را طی مدلی ارائه نمودند. در این مدل فاکتوری با عنوان فضا وجود دارد که دارای سه بعد (فضای زیرساختی، بیرونی و فرهنگی) است و فاکتور دوم (دلبستگی مکانی) دارای چهار بعد (هویت مکانی، وابستگی مکانی، نگرش عاطفی و پیوند اجتماعی) می‌باشد. یافته‌ها نشان دادند که فضای بیرونی، همبستگی بالایی با وابستگی به مکان دارد، اما همبستگی پایینی با هویت مکان و پیوند اجتماعی داشته است. علاوه بر این، فضای فرهنگی در پیشبینی دلبستگی مکانی، معنادار نبود و ابعاد مربوط به فاکتور دلبستگی مکانی، به طور مثبتی از قصد بازدید مجدد پشتیبانی می‌کنند. در پژوهش حاضر نیز عامل محیطی رابطه مثبت و معنا داری با تحقق گردشگری در منطقه مورد مطالعه داشته است. نتایج مطالعات رحیمی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله "تأثیر عوامل محیطی - رفتاری بر تحقق گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان" و مقاله کریم زاده و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان "تحلیل ادراک محیطی جامعه روستایی از شیوع ویروس کرونا در بخش مرکزی شهرستان ورزقان را تأییدی برای نتایج این تحقیق می‌توان قلمداد کرد. در نهایت با توجه به نتایج پیشنهادات در راستای یافته‌ها به شرح ذیل ارائه شد:

- طبق نتایج نتیجه حاصل از معادلات ساختاری نشان داد که در نواحی روستایی مورد مطالعه، دو عامل رفتاری و محیطی دارای ویژگی‌های مناسب می‌باشند و بر تحقق گردشگری روستایی مؤثر خواهند بود. بنابراین لزوم توجه اساسی به تقویت و بهبود وضعیت شاخص‌های زیرساختی- کالبدی در کنار شاخص‌های فرهنگی و مشارکت و تعامل مردم در ناحیه روستایی مذکور در برنامه‌ریزی‌های آتی ناحیه روستایی محمدآباد پیشنهاد می‌گردد.
- تشویق مردم به مشارکت در جهت ایجاد انگیزه برای بازگشت مجدد گردشگران به منطقه گردشگری در نواحی روستایی محمدآباد؛
- آموزش و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری و همچنین منافع موجود در زمینه گردشگری.

۷. حامیان پژوهش

این پژوهش حامی مالی و معنوی نداشته است.

۸. مشارکت نویسندگان

نویسندگان در تمام مراحل و بخشهای انجام شده سهم برابر داشته‌اند.

۹. تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ گونه تضاد منافی ندارند.

۱۰. تقدیر و تشکر

نویسندگان بدینوسیله از همه کسانی که به نوعی در انجام این پژوهش یاری رسانده‌اند قدردانی می‌نمایند.

منابع

- تاجری مقدم، مریم؛ زبیدی، طاهره و یزدان پناه، مسعود (۱۳۹۹). تحلیل رفتارهای پیشگیرانه در مقابله با ویروس کرونا مورد: نواحی روستایی شهرستان دشتستان. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۹(۳۳)، صص ۱-۲۴.
- رهنما، محمدرحیم و بازرگان، مهدی (۱۳۹۹). مدل سازی الگوی پخش فضایی ویروس کووید-۱۹ در مناطق روستایی و شهری ایران. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۹(۳۳)، صص ۲۵-۴۸.
- رحیمی، راضیه؛ قنبری، یوسف و برقی، حمید (۱۳۹۹). تأثیر عوامل محیطی - رفتاری بر تحقق گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری دانشگاه مازندران*، دوره ۹(۱)، صص ۱-۱۸.
- رحیمی، محمد و پازند، فاطمه (۱۳۹۴). الگوی گردشگری زندگی شهری در ایران با استفاده از مدل سلسله مراتبی تحلیلی. *نوآوری و خلاقیت در علوم انسانی*، ۶(۳)، صص ۹۷-۱۲۴.
- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۸۵). *جغرافیا و صنعت جهانگردی*، تهران؛ دانشگاه پیام نور. (کتاب اصلی در سال ۱۳۸۰ منتشر شده است).
- سلیقه، محمد؛ خدابخش علیایی، محمد؛ آقائی، واحد و زمانی، حمید (۱۳۸۷). بررسی جاذبه های اکوتوریسمی با استفاده از مدل تحلیل خوشه ای (مطالعه موردی: شهرستان چابهار). *اندیشه جغرافیایی*، ۲(۴)، صص ۴۲-۶۴.
- سرمد، زهره؛ بازرگان هرندی، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۷). *روشهای تحقیق در علوم رفتاری*، تهران: نشر آگه.
- علی اکبری، اسماعیل؛ مرصوصی، نفیسه و جلال آبادی، لیلیا (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵(۵۰)، صص ۳۵-۶۰.
- عباسی، محمدرضا و مکی، منوچهر (۱۳۸۹). ضرورت نوآوری در اجرای برنامه های مدیریت دانش و مدیریت فناوری اطلاعات در ایران. *پارک ها و مراکز رشد*، ۲۳(۳)، صص ۱۲-۲۱.
- غفاری، سیدرامین و اعظمیان، فریبا. (۱۳۹۵). اولویت بندی سرمایه گذاری در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان. *پژوهش های فضایی مکانی*، ۱(۱)، صص ۳۴-۴۷.
- کریم زاده، حسین؛ خالقی، عقیل و نقی زاده، رباب (۱۳۹۹). تحلیل ادراک محیطی جامعه روستایی از شیوع ویروس کرونا در بخش مرکزی شهرستان ورزقان. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۳(۳۳)، صص ۴۹-۷۰.
- نیکفال مغانلو، ساسان و منصور، محدثه (۱۳۹۹). تأثیر ویروس کرونا COVID-19 بر صنعت گردشگری. *هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران*، تهران.
- واحد آمار و اطلاعات فرمانداری علی آبادکتول. (۱۳۹۶).
- یوسفی، رشید؛ نبی مرادپور، یوسف تازش و یاور علی نیا. (۱۳۹۴). تحلیل نقش و جایگاه شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری با رویکرد توسعه پایدار. *کنفرانس بین المللی علوم، مهندسی و فناوری های محیط زیست*، تهران، دانشکده محیط زیست دانشگاه تهران.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85-100.
- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray. *Ethiopia. Heliyon*, 5(3), pp.13-35.
- Arthur J. Cropley. (2011). Definitions of Creativity, *Encyclopedia of Creativity (Second Edition)*, Pages 358-368.
- Chang, C.-L., McAleer, M., & Ramos, V. (2020). A charter for sustainable tourism after COVID-19. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute*.
- Chin, Chee-Hua; Lo, May-Chiun; Songan, Peter and Nair, Vikneswaran. (2014). Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, No. 144, PP. 35 – 44.
- Dolnicar, S., & Zare, S. (2020). COVID-19 and Airbnb: Disrupting the disruptor. *Annals of Tourism Research* Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, 36(2), 90-100.
- Howkins, John. (2001). *The Creative Economy: How People make Money from Ideas*. London: Penguin Press.
- Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.

- Isa, S. M., Ariyanto, H. H., & Kiumarsi, S. (2020). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*, 22(1), 51-82.
- KEA. (2006). *The economy of culture in Europe*. Available at.pdf (October 14th 2012).
- Osman, Z. and Sentosa, I. (2013). *Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural*.
- Pine B., Joseph & Gilmore H., James. (1999). *The Experience Economy*. Boston. Harvard Business School Press.
- Richards, G., & Wilson, J. (2015). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, 27(6).
- Richards, Greg. (2009). Creativity and tourism in the city, *Current Issues in Tourism*, pp: 1- 33.
- Richards, Greg and Marques, Lenia (2012), Exploring creative tourism: Introduction. *Journal of Tourism Consumption and practice*, Volume 4, No.2, 1_11.
- Russo, Paolo. (2002). The vicious circle of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*. Vol.: 29, No.: 1, pp.:165-182.
- UNEP. (2005). Making Tourism more Sustainable, *A Guide for Policy Makers*.
- WHO.(2018). WORLD HEALTH ORGANIZATION.
- World Tourism Organization. United nations(UNWTO)Reports(2020). www.unwto.org.

References:

- Ali Akbari, E., Morsoosi, N., & Jalalabadi, L. (2019). Development of effective scenarios on the future of sustainable tourism in Kerman city with a future research approach. *Journal of Tourism Management Studies*, Volume 15, Number 50, pp. 35-60. [In Persian]
- Abbasi, M., & Makki, M (2009). The necessity of innovation in the implementation of knowledge management and information technology management programs in Iran. *Parks and Growth Centers Magazine*, No. 23, pp. 12-21. [In Persian]
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85-100.
- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray. Ethiopia. *Heliyon*, 5(3), pp. 13-35.
- Arthur J. Cropley. (2011). *Definitions of Creativity, Encyclopedia of Creativity* (Second Edition), Pages 358-368.
- Chang, C.-L., McAleer, M., & Ramos, V. (2020). A charter for sustainable tourism after COVID-19: *Multidisciplinary Digital Publishing Institute*.
- Chin, C; Lo, May-C; Songan, P & Nair, V, (2014), Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, No. 144, PP. 35 - 44.
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, 36(2), 90-100.
- Ghaffari, Sidramine., & Azamian, Fariba. (2015). Prioritization of investment in tourism target villages of Isfahan province. *Spatial research. First year*, number A, pp: 34-47. [In Persian]
- Howkins, John. (2001). *The Creative Economy: How People make Money from Ideas*. London: Penguin Press.
- Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.
- Isa, S. M., Ariyanto, H. H., & Kiumarsi, S. (2020). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*, 22(1), 51-82.
- Karimzadeh, Hossein; Khaleghi, Agil & Naghizadeh, Rabab. (2019). Analysis of rural community's nvironmental perception of the spread of the corona virus in the central part of Varzghan city. *Space Economy and Rural Development Quarterly*, 9th year, 3rd issue (33 consecutive), pp. 49-70. [In Persian]
- KEA. (2006). *The economy of culture in Europe*. Available at: [http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew .pdf](http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf) (October 14th 2012).
- Nikfal Moghanlou., Sasan & Mansoori ,Mohaddeh. (2019). The impact of the corona virus COVID-19 on the tourism industry. *the 7th national conference of modern studies and research in the field of geography, architecture and urban planning of Iran*, Tehran. [In Persian]
- Osman, Z. & Sentosa, I. (2013). *Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural*.
- Pine B., Joseph & Gilmore H., James. (1999). *The Experience Economy*. Boston. Harvard Business School Press.
- Rahmana, M; & Bazargan, M. (2019). Modeling the pattern of spatial spread of the covid-19 virus in rural and urban areas of Iran. *Space Economics and Rural Development Quarterly*, 9th year, 3rd issue (33 consecutive), pp. 48 -25. [In Persian]

- Rahimi, R, Ghanbari, Y., & Barqi, H .(2019). Effect of environmental-behavioral factors on the realization of creative tourism in the target villages of Isfahan Province. *Tourism Planning and Development Quarterly of Mazandaran University*, Volume 9, Number 1. pp. 1-18. [In Persian]
- Rahimi, M., & Pazand, F.(2014). Tourism model of urban life in Iran using analytical ierarchy model, *Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, Volume 6, Number 3, pp. 97-124.(In Persian)
- Rizvani, A .(2016). *Geography and Tourism Industry*, Payam Noor University Publications, fifth edition, Tehran. [In Persian]
- Richards, G., & Wilson, J. (2015). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, 27(6): 1209-1223, doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002.
- Richards, G.(2009). Creativity and tourism in the city, *Current Issues in Tourism*, pp: 1- 33.
- Richards, g., & Marques, L .(2012). Exploring creative tourism. *Introduction, Journal of Tourism Consumption and practice*, Volume 4, No.2, 1_11.
- Russo, P. (2002). The vicious circle of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*. Vol.: 29, No.: 1, pp.:165–182.
- Sarmad, V; Bazargan Harandi, A., & Hijazi, E (2007), *Research Trends in Behavioral Sciences*, Tehran: Neshar-Age. [In Persian]
- Statistics and Information Unit of Aliabad Governorate, (2016). [In Persian]
- Maryam, T; Zabeidi, T; Yazdan Panah, M.(2019). Analysis of preventive behaviors in dealing with the corona virus case: rural areas of Dashtestan. *Space Economy and Rural Development Quarterly*, 9th year, 3rd issue (33 consecutive), pp. 1-24. [In Persian]
- Taseh, M; Khodabakhsh Aliai, M; Aghaei, V& Zamani, H .(2007). Investigation of ecotourism attractions using cluster analysis model (case study: Chabahar city), *Andisheh Geografi Quarterly*, year 2, number 4, pp. 42-64. [In Persian].
- UNEP. (2005). *Making Tourism more Sustainable*, A Guide for Policy Makers.
- WHO.(2018). WORLD HEALTH ORGANIZATION.
- World Tourism Organization. United nations(UNWTO)Reports.(2020). www.unwto.org.
- Yousfi, R., Nabi Moradpour, Y., & Alinia ,Y. (2014). Analysis of the role of the creative city in the development of urban tourism with a sustainable development approach. *International Conference on Environmental Sciences, Engineering and Technologies, Tehran, Faculty of Environment, University of Tehran*. [In Persian]

نحوه استناد به این مقاله:

طاووسی، تقی؛ میر دیلمی، سیده سمیرا؛ مزیدی، هاجر؛ دیلمی، محمدعلی (۱۴۰۴). بررسی تأثیر عوامل محیطی-رفتاری بر توسعه گردشگری روستایی در دوران پسا کرونا (مورد: ناحیه روستایی محمدآباد، شهرستان علی‌آبادکتول) *مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*، ۶(۲)، ۳۵-۲۱.

DOI: 10.22124/gscsj.2025.24456.1235

Copyrights:

Copyright for this article are retained by the author(s), with publication rights granted to *Geographical studies of Coastal Areas Journal*. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

