

فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی  
دوره ۱۴، شماره ۴ (پیاپی ۴۹)، زمستان ۱۳۹۸  
شاپای چاپی ۵۹۶۸-۲۵۳۸ شاپای الکترونیکی ۵۹۵۵X-۲۵۳۸  
<http://jshsp.iaurasht.ac.ir>

مقاله پژوهشی  
صص. ۱۱۶۵-۱۱۴۹

## تحلیل اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستاهای دارای خانه دوم گردشگری، شهرستان ایجرود، استان زنجان)<sup>۱</sup>

جمشید عینالی- استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران  
مهدی چراغی- دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران  
فریبا عباسی\* - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۰۳

### چکیده

گردشگری خانه‌های دوم بیانگر یک روند دو سویه اقتصادی و اجتماعی بین نواحی روستایی و شهری است که می‌تواند دربرگیرنده اثرات مثبت و منفی اقتصادی در سکونتگاه‌های روستایی باشد. هدف پژوهش حاضر تحلیل اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد روستاهای گردشگری پذیر در شهرستان ایجرود است. تحقیق حاضر کاربردی و روش آن توصیفی-تحلیلی مبتنی بر گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه است. جامعه‌ی آماری تحقیق ۱۱ روستای دارای گردشگری خانه‌های دوم در شهرستان ایجرود می‌باشد که براساس سرشماری (۱۳۹۰) دارای ۱۸۴۶ خانوار می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۴۲ مورد به عنوان نمونه انتخاب گردید. روایی صوری پرسشنامه از دیدگاه متخصصان بررسی شده و پایایی متغیرها از طریق ضریب آلفای کرونباخ به میزان ۷۷٪ محاسبه گردید. برای تجزیه و تحلیل کمی داده‌ها از آزمون‌های آماری نظیر t تک نمونه‌ای و دو گروهی، تحلیل واریانس یکطرفه و تحلیل عاملی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که توسعه گردشگری خانه‌های دوم در روستاهای نمونه تاثیر مثبتی بر روی شاخص‌های اقتصادی ایجاد کرده است. همچنین نتیجه واریانس بین دو گروه نیز در شاخص افزایش قیمت زمین و مسکن و ایجاد اشتغال معنادار می‌باشد. علاوه بر این، بر اساس نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی، که در ۶ عامل دسته‌بندی شدند، عامل نخست با توجه به متغیرهای تشکیل‌دهنده عامل سرمایه‌گذاری نام گرفت و با تبیین (۱۹/۲۳۷) درصد واریانس به عنوان مهمترین عامل معرفی شد. این عامل همراه با عوامل تنوع فعالیت‌های اقتصادی، تغییرات کاربری اراضی، جمعیت‌پذیری، بهبود خدمات گردشگری و انتقال تکنولوژی در مجموع ۶۷ درصد از واریانس را تبیین کردند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، اقتصاد روستایی، استان زنجان

#### نحوه استناد به مقاله:

عینالی، جمشید، چراغی، مهدی و عباسی، فریبا. (۱۳۹۸). تحلیل اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستاهای دارای خانه دوم گردشگری، شهرستان ایجرود، استان زنجان). *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۴(۴)، ۱۱۴۹-۱۱۶۵.  
[http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article\\_672253.html](http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_672253.html)

<sup>۱</sup> این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد فریبا عباسی با عنوان «واکاوی چالش‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه مدیران محلی؛ مطالعه‌ی موردی، روستاهای نمونه گردشگری استان زنجان» است که به راهنمایی جمشید عینالی و حسین فراهانی و مشاوره مهدی چراغی در دانشگاه زنجان در حال انجام است.

## مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان یک صنعت پویا نقش مهمی در نیل به توسعه پایدار ایفا می‌کند (Shamsdalini et al., 2016); (Kastenholz et al, 2012: 212)، و با توجه به اثرات بیشمار و ارتباط پیچیده با سایر بخش‌های اقتصادی نه تنها به عنوان یک موتور رشد، بلکه به عنوان یک ایجادکننده اشتغال مطرح است (Nagaraju and Chandrashekara, 2014:42)، و در سراسر اروپا برای رفع چالش‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یا روستاهایی که با کاهش فعالیت‌های کشاورزی سنتی روبه‌رو هستند، به گردشگری توجه شده است (Sharply, 2002; 233; Nemirschi & Craciun, 2010:138)، و بیش از هر صنعت دیگری سرمایه، انتقال پول و ارز را در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی سبب می‌شود (Shamaei et al., 2011). گردشگری روستایی یکی از اشکال مردمی گردشگری در جهان به‌شمار می‌رود (Ghadiry Masom et al., 2010)، و در شکل‌دهی به فضاها، تجدید پیکربندی و فرآیندهای بازساخت، ایجاد فرصت‌های جدید در عملکرد خدمات توجه دارد (Figueiredo E., 2011; Crouch, 2006) و به عنوان یک صنعت، ترکیبی از جنبه‌های مختلف تجارب زندگی و فعالیت‌های اقتصادی- اجتماعی روستایی را ارائه می‌کند (Maksimovic & Urosevic, 2015) که وابستگی زیادی به چشم اندازهای محیط طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی داشته است (Zhang, 2012: 2)، هدف گردشگران روستایی کسب لذت از تولیدات محلی و محیط طبیعی روستا است (Sgroi et al, 2014; Ionela et al, 2015:1050). در دهه اخیر مناطق روستایی به عنوان یکی از مقاصد گردشگری از روند روبه‌رشدی برخوردار بوده است (Snieska, 2014: 218; Kim and Jamal, 2015: 2)، که فرصت‌های زیادی برای بازدیدکنندگان مناطق روستایی ارائه می‌دهد، تحقیقات تایید کرده‌اند، شرکت در گردشگری روستایی می‌تواند سلامت جسمی، روانی و اخلاقی را بهبود بخشد (poescu et al, 2014; Buckley et al; Chen & Baum, 2007)، و در صورت برنامه‌ریزی مناسب می‌تواند به عنوان یک استراتژی طرفدار جوامع محلی مطرح شود (Nitashree, 2012)، به طوری که، توسعه گردشگری در مناطق روستایی با هدف کاستن از چالش‌های کسب و کار، ایجاد انگیزه برای توسعه و در نهایت رضایت از گردشگری صورت می‌گیرد و با تضمین فعالیت‌های سودآور در مناطق روستایی در جستجوی روش‌هایی برای کاهش مهاجرت و حتی بازگشت مهاجران به زادگاه خود، افزایش پایداری جمعیت فعال، بهبود شرایط زندگی، حمایت و حفاظت از محیط زیست و ایجاد شرایط برای انجام دیگر فعالیت‌های اقتصادی، صنعتی، تجاری، مناطق روستایی است (Drăgulănescu and Druțu, 2012: 196). از دیدگاه برخی از محققان، گردشگری روستایی در حال حاضر به عنوان یکی از مهمترین راه‌های تجدید انرژی و بازسازی اقتصاد عقب‌مانده روستایی از طریق اثرات هم‌افزایی آن است (Petersen, 2010:7). پتانسیل گردشگری روستایی به عنوان نیروی اصلی پیش برنده در توسعه اقتصادی- اجتماعی مطرح است (Ahmed and Jahan, 2013:163) و به عنوان یک منبع مهم برای توسعه مناطق روستایی در نظر گرفته شده است (Goebel et al, 2012). توسعه گردشگری و توسعه روستایی دو عامل مرتبط به هم بوده که توسعه هر کدام بر دیگری اثری مثبت دارد (Arntzen, et al., 2007)، و به عنوان راهبردی توانمند و دارای مزیت نسبی، می‌تواند موجبات تحول اقتصادی را از طریق کارآفرینی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد زمینه لازم برای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط فراهم آورد (بوزرجمهری و مودودی ارخودی، ۱۳۹۴: ۱). ارزیابی نقش گردشگری در توسعه روستایی بدلیل درهم آمیختگی آن با ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و منابع انسانی محلی امری دشوار است. به طوری که، برای ارزیابی توسعه، مهمترین عوامل توسعه گردشگری روستایی و روابط بین آنها بایستی مد نظر باشد (Streimikiene and Bilan, 2015:21). با این وجود، باتلر و کلارک اعتقاد دارند که توسعه گردشگری در مناطق روستایی لزوماً به عنوان راه‌حل جادویی برای توسعه روستایی نیست. از دیدگاه آنان مناطق روستایی با چالش‌هایی از قبیل "نوسانات و نارسایی درآمدی، دستمزد کم و محافظه‌کاری سرمایه‌گذاران روبرو هستند و در شرایطی که روستا دارای اقتصاد ضعیف است، توسعه گردشگری با ایجاد درآمد و شغل پاره وقت می‌تواند به عنوان کارکردی مکمل برای رونق اقتصادی و تکیه گاه اصلی توسعه روستایی مطرح شود (Sharma, 2004:110).

گسترش گردشگری در نواحی روستایی، با شکل‌گیری الگوهای مختلف همراه بوده است (Rezvani et al., 2012)، و با توجه به موقعیت‌شان در ابعاد مکانی- فضایی، دربرگیرنده انواع مختلفی از گردشگری ورزشی، مذهبی و طبیعت‌گردی هستند (Rezvani et al., 2012). در نیم قرن اخیر، توسعه گردشگری روستایی در بیشتر کشورهای در حال توسعه به منزله پاسخی به رهایی از استرس‌های زندگی شهری است و گردشگری روستایی را به عنوان یک سندرم "ضد شهرنشینی" مطرح می‌کند. به طوری که، در این فرآیند علاقه روزافزون به مناطق روستایی به عنوان محصول اولیه گردشگری به گسترش مزایای اجتماعی و اقتصادی آن می‌انجامد (Hall & Muller, 2004: 8; Nagaraju and Chandrashekara, 2014:43)، و یک سبک جدید از گردشگری را در قالب مراجعه به مناطق روستایی و تجربه‌ی زندگی در یک محیط آرام و سالم را تداعی می‌کند که گردشگری مبتنی بر

خانه‌های دوم روستایی نشان‌دهنده‌ی ارتقای استانداردهای زندگی مردم<sup>۱</sup> بوده و بیانگر توسعه‌ی «تفریحات طبقات شهری» به‌منزله‌ی شیوه‌ی خاصی از زندگی است (Roca et al, 2011:11 به نقل از Einali, 2013). شکل‌گیری و توسعه اقامتگاه‌های موقت گردشگری به عنوان یکی از مظاهر و تأثیرات نفوذ مناطق شهری در توسعه روستایی (Marjavaara & Nordin, 2010: 72)، و به منزله جایگزینی برای شهرنشینی و عوارض ناشی از آن می‌باشد (Leal, 2006: 3)، و سبکی از زندگی مدرن بر اساس استفاده از زمان برای اوقات فراغت، تفریح و سرگرمی است و به عنوان یک عنصر ساختاری تغییر استفاده از زمین و اشکال جدیدی از سازمان فضایی مطرح است (Roca et al, 2009). امروزه در ادبیات جهانی، خانه‌های دوم به عنوان بخش جدایی ناپذیر از گردشگری معاصر به حساب می‌آید (Muller and Hall, 2004; 18). نمودار گونه‌شناسی چهارگانه خانه‌های دوم را نشان می‌دهد (شکل شماره ۱).



شکل ۱. گونه‌شناسی چهارگانه خانه‌های دوم (Hoogendoorn et al, 2005: 113)

گردشگری خانه‌های دوم اجازه می‌دهد تا مناطق روستایی برای برآوردن علاقه روبه‌رشد خود در زمینه حفظ میراث طبیعی و فرهنگ روستایی اقدام کنند. این امر می‌تواند منجر به کاهش مهاجرت مردم از مناطق روستایی و ایجاد فرصت‌های شغلی، ترویج توسعه اجتماعی و اقتصادی مناطق محروم باشد (Bulin, 2011). از آنجا که مالکان خانه‌های دوم گردشگر به شمار می‌روند، آثار مشابهی مانند انواع دیگر گردشگران بر مقصد دارند، اما بدلیل ویژگی‌های خاص گردشگری خانه‌های دوم، مانند طول مدت گردشگری و بازگشت به همان مکان، نسبت به دیگر اشکال گردشگری آثار بیشتری به همراه دارد (Beetone, 2006: 149). و دربردارنده آثار مثبت یا منفی برای محیط زیست انسانی و طبیعی است (Papohy & Saghaei, 2007, 301)، می‌تواند اثرات مثبت اقتصادی از قبیل ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای ساکنان مناطق روستایی (Jay & Scott, 2011)، تنوع بخشی به اقتصاد کشاورزی و افزایش بهره‌وری آن، ایجاد فعالیت‌های تکمیلی، توسعه زیرساخت‌ها و توسعه صنایع دستی محلی، بهبود استانداردهای زندگی، بهبود پیوند روستا-شهری (Ramjit, 2015)، اصلاح و تغییر ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و پویایی مناطق روستایی ایفا می‌کند (Theodoropoulou & Kaldis, 2008; Andereck et al, 2005). کمک به ماندگاری ساکنان روستا (Drăgulănescu and Druțu, 2012:196)، بهبود وضعیت بازار مسکن (Wang, 2006)، ایجاد مشاغل مهیج مانند بنگاه‌های گردشگری خانه‌های دوم (Hall and Muller, 2001: 276)، فروش محصولات مازاد و تنوع بخشی به منابع درآمدی از طریق توسعه فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی (استقرار رستوران‌ها، خدمات گردشگری) داشته باشد (Feroznia et al., 2011; Telfer & Sharpley, 2002:233; PENG, 2006; Norris et al, 2007:11)، و با ماهیتی چند بعدی خود علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در جامعه میزبان می‌گردد (Dwyer et al, 2009: 759). برخی اثرات منفی اقتصادی مانند افزایش هزینه‌های تأسیسات زیربنایی (تأمین و انتقال آب، سیستم فاضلاب) و خدمات رسانی (Hall and Muller, 2004:28)، افزایش قیمت زمین (Sydayy et

<sup>۱</sup> از دیدگاه (Weblen, 1989) ممکن است مصرف‌کننده کالایی را نه برای سود و بهره‌ی ذاتی آن خریداری کند؛ بلکه مالکیت آن به‌عنوان نشانه‌ای از ثروت و موفقیت خریدار باشد (Peng, 2006:2).

2014؛ Einali et al.، 2014)، اشتغال فصلی و موقت در بیشتر مواقع سال گردد (Norris et al, 2007: 12). بنابراین، فضاهای روستایی می‌تواند از طریق توسعه فعالیت‌های گردشگری مورد تهدید قرار گیرند (Hall, 2004). لذا با توجه تأثیرات گسترده گردشگری خانه‌های دوم، ضرورت انجام چنین تحقیقاتی در منطقه احساس می‌شود، تا بتوان به شناخت جامعی از اثرات آن بر ابعاد اقتصادی روستا دست یافت. در جدول شماره (۱) به برخی از اثرات مثبت و منفی گردشگری خانه‌های دوم اشاره شده است.

### جدول ۱. اثرات اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم

<b>مثبت</b>	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، افزایش و تقویت روابط اقتصادی با شهرها بویژه در بازگشت سرمایه و جریان منابع مالی، مشارکت در بهسازی معابر عمومی و بهبود دسترسی‌ها، مشارکت در تأمین هزینه یا نگهداری خدمات روستایی (تمایل مالکان خانه‌های دوم برای ایجاد فروشگاه‌های کوچک روستایی)، استخدام افراد محلی برای امور کشاورزی و ...، توسعه فعالیت‌های غیرزراعی و خدماتی، افزایش ساخت و ساز و ایجاد اشتغال در مشاغل ساختمانی، استخدام افراد محلی در نگهداری از خانه‌ها و تاسیسات و سرایداری و ...، خرید و فروش فوری و آبی صنایع دستی و خرده‌فروشی، فراهم‌سازی منابعی برای مشاغل و کسب و کارهای جذاب محلی، سرمایه‌گذاری در ساخت و ساز و مشارکت در تأمین هزینه‌های خدمات عمومی، تأمین خدمات در جوامع پیرامونی از طریق ایجاد تقاضای بیشتر، توسعه و تقویت پایه‌های اقتصادی جوامع محلی، همکاری مالکان خانه‌های دوم در شروع فعالیت‌های کارآفرینانه، ساخت مشاغل و کسب و کارهای جدید، ایجاد تحرک در اقتصاد محلی و ...
<b>منفی</b>	افزایش ارزش و قیمت دارایی‌ها (زمین و مسکن)، افزایش قیمت مواد غذایی در فصول حضور گردشگران، کسری و نارسایی خدمات محلی، افزایش هزینه‌ها توأم با افزایش تدارک زیرساخت‌ها و خدمات، افزایش هزینه‌های تاسیسات زیربنایی، فصلی بودن مشاغل ایجاد شده، افزایش ترافیک و شلوغی بویژه در ایام تعطیلات آخر هفته و فصول گرم، الگوبرداری از ساخت و ساز شهری و از بین رفتن هویت روستایی، افزایش تولید نخاله‌های ساختمانی، افزایش آلودگی و استفاده از منابع و انرژی، افزایش فصلی هزینه‌های زندگی، افزایش تغییرات کاربری اراضی و دست‌اندازی به منابع طبیعی و ...

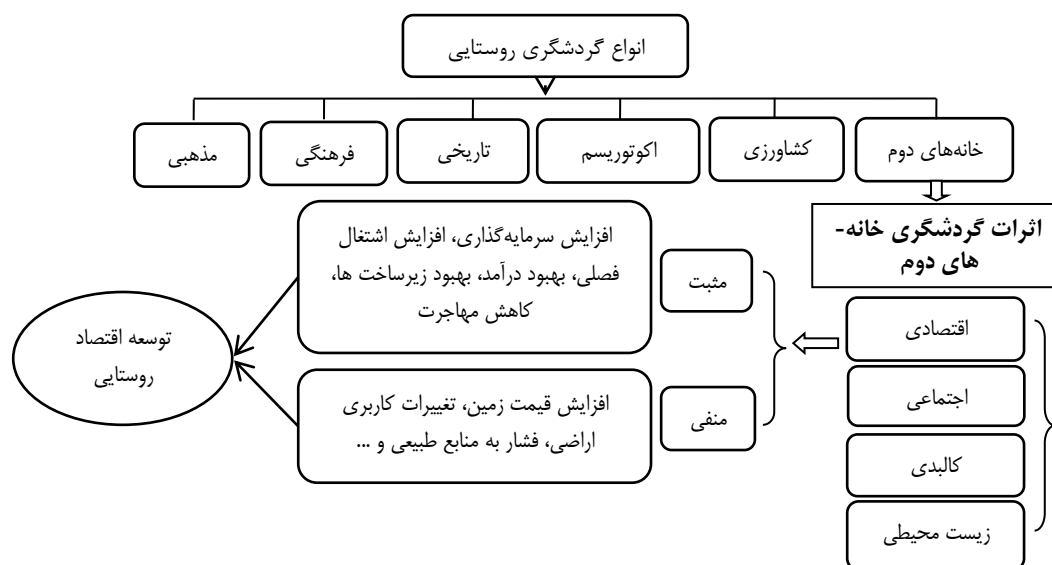
Resource: Marjavaara & Nordin, 2010; Muller 2012; Chris Ryanchris, 2012; Dykes and Walmsley, 2015

بررسی تبعات ایجاد خانه‌های دوم در محیط‌های غیر شهری به دهه ۱۹۳۰ برمی‌گردد که به عنوان یک پدیده‌ی عمومی مطرح شده بود (Rumiani, 2013). از جمله اولین مطالعات صورت گرفته می‌توان به کارهای لیونگدال در سال ۱۹۸۳ (در حومه شهر استکلهم سوئد) و نوردین در سال ۱۹۴۴ اشاره کرد. در (جدول شماره ۲) به برخی از پژوهش‌های که اخیراً در رابطه با گردشگری-خانه‌های دوم صورت گرفته است، اشاره می‌گردد.

### جدول ۲. پیشینه‌ی تحقیق

محقق	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
Rumiani, 2016	برآورد و سنجش رابطه اثرگذاری گردشگری با کاهش فقر در مناطق روستایی	نتایج نشان می‌دهد که توسعه گردشگری روستایی در بعد اقتصادی در مواردی از قبیل ایجاد اشتغال غیرکشاورزی، بهبود زیرساخت‌های خدماتی، توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و تنوع بخشی به منابع درآمدی در روستاهای گردشگری پذیر موفق عمل کرده است.
Einali et al., 2014	تحلیلی بر اثرات گردشگری خانه‌های دوم در مناطق روستایی؛ دهستان ولیعصر	نتایج تحقیق نشان می‌دهد بعد اقتصادی و کالبدی بیشترین اثرات و بعد اجتماعی و محیطی کمترین اثرات را دنبال داشته است و ایجاد خانه‌های دوم موجب توسعه روستا در این ابعاد گردیده است.
Ionela et al (2015)	مزایا و محدودیت‌های توسعه گردشگری در مناطق روستایی در منطقه دره آمپوئی - رومانی	نتایج نشان می‌دهد که گردشگری روستایی به جذب ارز خارجی و منابع مالی داخلی، توسعه سرمایه‌گذاری، استفاده از دانش جدید و تحریک اقتصاد محلی کمک می‌کند و بایستی توسعه گردشگری در مناطق روستایی با استراتژیک برنامه‌ریزی شده هدایت گردد و اثرات منفی آن بر طبیعت و محیط زیست، محیط اجتماعی - فرهنگی محدود شود.
Fastus & Omoboye (2015)	گردشگری روستایی در اkitی نیجریه؛ فرصتی برای توسعه کسب و کار روستایی	منطقه مورد مطالعه با وجود جاذبه‌های متعدد گردشگری با مسائلی از قبیل قوانین ناکافی در مدیریت گردشگری، عدم آگاهی، عدم حمایت‌های مالی، عدم توسعه در رابطه با پتانسیل‌های گردشگری روبرو است.
OECD (2012)	گردشگری روستایی جایگزین برای توسعه پایدار، لوآندا، کنیا	نتایج تحقیق نشان داد که حدود ۶۰ درصد از ساکنان در بخش لوآندا زیر خط فقر زندگی می‌کنند. بنابراین سرمایه‌گذاری در گردشگری مناطق روستایی، موجب توسعه کشاورزی و تجارت، بازسازی بخش کشاورزی، بازسازی مناطق روستایی شده است.
Oliveira & Costa (2012)	جلوه‌ها و اثرات گردشگری خانه‌های دوم در ناحیه اواسته پرتغال	نتایج تحقیق نشان داد که فعالیت‌های گردشگری خانه‌های دوم سبب تغییر کاربری اراضی و کاهش اشتغال در بخش کشاورزی سنتی این ناحیه روستایی گردیده است.

بنابراین، با توجه به مطالب فوق‌الذکر، مدل مفهومی تحقیق به شرح شکل (۲) ارائه می‌شود.



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق

منطقه‌ی مورد مطالعه در این پژوهش دربرگیرنده محدوده سیاسی شهرستان ایجرود واقع در جنوب استان زنجان می‌باشد. این منطقه با توجه به قرارگیری در محدوده کوهستانی موسوم به کوه‌های جنوبی زنجان (که به لحاظ ساختاری در گروه کوه‌های ایران مرکزی می‌باشد) دارای جاذبه‌های متعدد طبیعت گردی بوده و از نظر سابقه تاریخی سکونت گروه‌های انسانی مورد توجه می‌باشد. از این رو، با توجه به تحولات اجتماعی- اقتصادی مناطق شهری، توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و بهبود دسترسی در دو دهه اخیر مناطق روستایی مورد مطالعه با توجه به فاصله زمانی کمتر از یک ساعت از شهر زنجان توانسته است به عنوان یکی از مقاصد گردشگری طبیعت‌گرا مطرح شود. به طوری که، برخی از ساکنین شهر زنجان و نیز مهاجران سالهای قبل از روستاهای منطقه در حال حاضر اقدام به ساخت مسکن و یا تعمیر مساکن قدیمی در روستاهای جاذب گردشگر کرده و تحت عنوان خانه‌های دوم گردشگری به صورت فصلی و یا اقامتگاه آخر هفته و تعطیلات مورد استفاده قرار می‌دهند. از این رو، توسعه و گسترش این چدیده در روستاهای هدف گردشگران در بعد اقتصادی به بروز تحولاتی از قبیل تغییرات کاربری اراضی، مالکیت مساکن، تغییرات ساختار اقتصادی، بهبود خدمات، توسعه ساخت و ساز و نظایر آن شده است. در همین راستا در مقاله حاضر سعی بر آن است که به این سوال زیر پاسخ داده شود که مهمترین اثرات توسعه گردشگری مبتنی بر خانه‌های دوم در روستاهای مورد مطالعه در کدام زمینه می‌باشد.

## روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع توصیفی- تحلیلی است. جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق با استفاده از روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه و مشاهده) صورت گرفته است. برای تعیین روایی صوری<sup>۱</sup> سوالات پرسشنامه، ابتدا برای هر یک از شاخص‌های تحقیق، طیف لیکرت ۵ قسمتی در نظر گرفته شد: امتیاز کاملاً موافقم (امتیاز ۵)، موافقم (امتیاز ۴)، نظری ندارم (امتیاز ۳)، مخالفم (امتیاز ۲)، و کاملاً مخالفم (امتیاز ۱)، و سپس در اختیار ۳۰ متخصص روستایی قرار داده شد. پس از تکمیل پرسشنامه توسط گروه هدف، با استفاده از فرمول روش تأثیر، میانگین روایی صوری ۱/۷ محاسبه شد که نشانگر قابل قبول بودن آن است. به منظور سنجش پایایی تحقیق نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار ۰/۷۷ به دست آمد که در مجموع نشان دهنده پایایی آن می‌باشد. پرسشنامه‌ی مورد استفاده شامل دو بخش کلی بوده است که بخش اول بر ویژگی‌های شخصی و بخش دوم بر سنجش متغیرهای مؤثر بر اقتصاد خانوارهای روستایی می‌باشد که در چهار شاخص (درآمد،

<sup>۲</sup> (Impact Score=Frequency(%))×Importance

اهمیت × فراوانی (به درصد)=نمره تأثیر

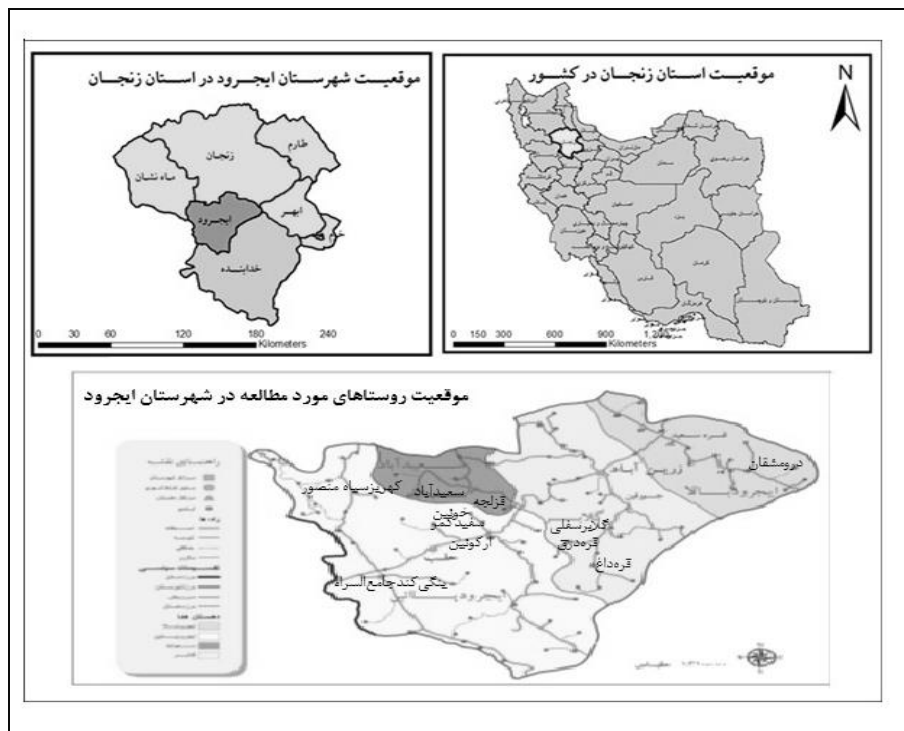
اشتغال، قیمت زمین و سرمایه‌گذاری) بر اساس طیف لیکرت سنجیده شده است (جدول شماره ۳). برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای از آزمون‌های آماری نظیر آزمون‌های  $t$  تک نمونه‌ای،  $t$  نو نمونه‌ای (برای تحلیل تفاوت واریانس دو گروه ساکنین روستایی و مسئولین محلی)، تحلیل واریانس یکطرفه و آزمون LSD و تحلیل عاملی بهره گرفته شده است.

جدول ۳. معرف‌های اثرات گردشگری بر اقتصاد خانوارهای روستایی

شاخص	گویه‌ها
درآمد	افزایش درآمد خانوار بدلیل ورود گردشگران به روستا، کسب درآمد از فروش محصولات باغی و دامی تولیدی خانوار به گردشگران، جذب نیروی مازاد بخش کشاورزی در فعالیتهای مرتبط با گردشگری، ایجاد اشتغال از طریق توسعه ساخت و ساز توسط گردشگران، کسب درآمد از طریق اجاره دادن مسکن به افراد ورودی به روستا، افزایش جریان مالی و پول به روستا از طریق توسعه گردشگری، بالا رفتن قدرت خرید ساکنان در اثر توسعه گردشگری، افزایش تمایل به استفاده از کالاهای لوکس و تجملی، بهبود استانداردهای زندگی (بهبود استفاده از کالاهای سرمایه‌ای و مصرفی)، ایجاد شکاف و اختلاف درآمدی بین ساکنان روستا
اشتغال	ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های غیر کشاورزی، متنوع شدن زمینه‌های اشتغال جوانان و افزایش ماندگاری آنها در روستا، افزایش اشتغال در زمینه‌های کشاورزی و تولیدات آن، افزایش اشتغال در بخش خدمات (رستوران، حمل و نقل مسافر، خرده‌فروشی)، توسعه فعالیتهای کارآفرینی و ایجاد شغل از سوی گردشگران در روستا، توسعه ساخت و ساز و ایجاد اشتغال در این بخش، توسعه صنایع دستی و اشتغال خانگی برای زنان (تهیه غذاهای محلی، گیاهان دارویی، تولید لبنیات)، کاهش بیکاری در منطقه به صورت فصلی بویژه در بین جوانان، کاهش مهاجرت روستاییان بویژه در جوانان، درون کوچی و بازگشت مهاجران سال‌های قبل به روستا در اثر توسعه گردشگری
قیمت زمین	افزایش قیمت زمین در داخل بافت روستا بدلیل افزایش تقاضا، افزایش معاملات زمین و مسکن در روستا در اثر ورود گردشگران، افزایش قیمت اراضی کشاورزی و باغات در روستا در اثر ورود گردشگران، افزایش تغییرات کاربری اراضی به ساخت و ساز، شکل‌گیری بنگاه‌های خرید و فروش زمین و مسکن در روستا
سرمایه‌گذاری	سرمایه‌گذاری بخش دولتی و غیر دولتی در روستا و تاثیر آن در اشتغال جوانان، تحریک سرمایه‌گذاری در محدوده با ورود گردشگران (مانند ساخت و ساز)، کاهش میزان ریسک‌پذیری و خطرات سرمایه‌گذاری در روستا، تاثیر سرمایه‌گذاری بر بهبود کیفیت خدمات حمل-نقل با ورود گردشگران، سرمایه‌گذاری برای بالا رفتن کیفیت خدمات گردشگری به منظور جذب بیشتر گردشگران، بهبود کیفیت خدمات زیرساختی (آب، برق و ارتباطات)، بهبود ارتباطات و حمل-نقل در روستا و دسترسی به آن، بهبود دسترسی و آسان شدن رفت و آمد به روستا، گسترش و توسعه دامداری و باغات برای تامین نیاز گردشگران، بهتر شدن چهره و شکل ظاهری روستا در اثر ورود گردشگران (منظم شدن معابر و کوچه‌ها)، نقش سرمایه‌گذاری در انتقال تکنولوژی جدید به روستا

## قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان ایجرود در قسمت جنوب غربی استان زنجان، و در مسیر جاده زنجان-بیجار، در فاصله ۳۵ کیلومتری از مرکز استان واقع شده است. موقعیت جغرافیایی آن بین ۳۹° و ۴۷° تا ۳۵° و ۴۸° عرض شمالی و ۵° و ۳۶° تا ۳۴° و ۳۶° طول شرقی واقع گشته است. این شهرستان حدود ۱۸۲۹ کیلومتر مربع مساحت داشته و از سمت شمال و شمال غرب به شهرستان‌های زنجان و ماهنشان، از شرق به شهرستان ابهر، از جنوب و جنوب شرق به شهرستان خدابنده و از سمت غرب نیز با استان کردستان هم مرز می‌باشد (شکل ۳). بر اساس روش دومارتن اقلیم این شهرستان نیمه خشک و فراسرد است و بر اساس روش طبقه بندی کوپن حائز شاخص CSA یعنی زمستان ملایم و مرطوب و تابستان با گرمای زیاد و خشک (اقلیم مدیترانه ای داخلی) قرار دارد.



شکل ۳. نمایش موقعیت منطقه و روستاهای مورد مطالعه

جامعه آماری تحقیق کلیه خانوارهای ساکن در روستاهای دارای خانه های دوم گردشگری در محدوده شهرستان ایجرود می باشد که با توجه به آمارهای ارایه شده از فرمانداری ایجرود بالغ بر ۱۱ نقطه روستایی بوده که تعداد خانوار ساکن در این روستاها براساس داده های سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۹۰) بالغ بر ۱۸۴۶ مورد بوده است که از بین آنها با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۸۲ مورد به عنوان نمونه انتخاب گردید.

جدول ۴. ویژگی های منطقه مورد مطالعه

شهرستان ایجرود	دهستان	روستاهای نمونه	۱۳۸۵*		۱۳۹۰*		رشد جمعیت ۸۵-۹۰	مجموع خانوار ۱۳۹۰	تعداد خانه-های دوم**
			خانوار	جمعیت	خانوار	جمعیت			
بخش حلب	ایجرود پایین	خوتین	۵۷	۱۳۲	۱۲۱	۲۶۳	۱۴/۷۸	۵۷۴	۲۶۵
		سفیدکمر	۶۷	۲۰۶	۱۱۵	۳۰۶	۸/۲۴		
		ارکوتهین	۷۵	۲۱۷	۹۵	۲۷۵	۳/۴۴		
		کهریز منصور	۳۷	۱۵۰	۶۹	۲۲۴	۸/۳۵		
		ینگ کی کند	۱۱۹	۵۲۳	۱۷۴	۵۱۵	-۰/۳۱		
بخش مرکزی	ایجرود بالا	درومشقان	۸	۴۶	۲۱	۵۲	۲/۴۸	۲۱	۱۰
		قره داغ	۳۲	۱۳۱	۳۴	۱۱۳	-۲/۹۱		
	گلابر	قره درق	۳۴	۱۲۰	۶۲	۲۰۷	۱۱/۵۲	۷۷۷	۱۳۴
		گلابر سفلی	۵۰۵	۱۸۸۳	۶۸۱	۲۳۸۸	۴/۸۷		
	سعیدآباد	سعیدآباد	۲۶۸	۱۱۵۴	۴۱۸	۱۲۸۰	۲/۰۹	۴۷۴	۱۰۴
قرلجه		۶۶	۲۰۰	۵۶	۱۴۷	-۵/۹۷			
جمع کل		۱۱	۴۷۶۲	۱۲۶۸	۵۷۷۰	۱۸۴۶	۱۸۴۶	۵۱۳	

انتخاب نمونه‌ها در بین سرپرستان خانوارها در روستاهای نمونه به صورت تصادفی ساده انجام گرفت تا اصل فرصت برابر به منظور انتخاب خانوارها رعایت شده باشد. علاوه بر این، در سطح تحلیل روستا بدلیل دسترسی به افراد که عمدتاً از مسئولین محلی (اعضای شورای اسلامی و دهیاران) بودند، از روش تمام شماری استفاده گردید و تعداد آنها بالغ بر ۶۰ مورد می‌باشد.

## یافته‌ها و بحث

بررسی ویژگی پاسخگویان با توجه به نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد که ۸۶ درصد پاسخگویان مرد و ۶۰ درصد در رده‌ی سنی ۳۱ تا ۴۰ ساله می‌باشند. از لحاظ سطح تحصیلات ۴۹/۵ درصد دبیرستان، ۸۹/۴ دارای بیش از ده سال سابقه سکونت در روستا بوده و شغل اصلی ۴۳ درصد از پاسخگویان اشتغال در مشاغل آزاد می‌باشد. به لحاظ بعد خانوار، تعداد افراد ۳ تا ۴ نفره بالغ بر ۶۳ درصد بوده و ۴۸ درصد از مسئولین روستایی دارای سابقه مسئولیت دو دوره و بیشتر در روستا بوده‌اند.

جدول ۵. ویژگی‌های فردی پاسخگویان

مولفه	بیشترین تعداد پاسخگویان	درصد	مولفه	بیشترین تعداد پاسخگویان	درصد
سن	۳۱ تا ۴۰ سال	۵۹/۶	شغل اصلی	آزاد	۴۳/۲
جنسیت	مرد	۸۶/۲	سابقه سکونت	بیش از ۱۰ سال	۸۹/۴
سطح تحصیلات	دبیرستان	۴۹/۵	بعد خانوار	۳ تا ۴ نفر	۶۳
سابقه مدیریت	۴۸	دو دوره و بیشتر	-	-	-

جهت تحلیل اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی از آزمون t تک نمونه‌ای بهره گرفته شده است. تحلیل میانگین عددی مبین مطلوب بودن سطح اثرات گردشگری خانه‌های دوم در کلیه شاخص‌های مورد نظر تحقیق است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، شاخص‌های تغییرات قیمت زمین و مسکن (۳/۵۵۱) و بهبود فرصت‌های اشتغال (۳/۲۵۹) بالاترین میانگین عددی و در سطح مطلوب، و شاخص‌های سرمایه‌گذاری در روستا (۲/۹۸۶) کمترین میانگین عددی را داشته و در سطح نامطلوب قرار دارند. با احتساب دامنه طیفی در خانوارهای ساکن در روستاهای نمونه که بین ۱ تا ۵ بر اساس طیف لیکرت در نوسان است، بیانگر تأثیرگذاری مثبت گردشگری خانه‌های دوم بر ابعاد قیمت زمین و اشتغال و تأثیر گذاری منفی بر ابعاد سرمایه‌گذاری و درآمد می‌باشد.

جدول ۶. بررسی اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی با استفاده از آماره t

مطلوبیت عددی = ۳							
شاخص‌ها	میانگین	آماره t	درجه آزادی	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
						حد پایین	حد بالا
متنوع سازی منابع درآمدی	۳/۰۱۰	۲/۰۶۲	۳۴۱	۰/۰۴۰	۰/۰۷۱۵	۰/۱۳۹	۰/۰۰۳
بهبود فرصت‌های اشتغال	۳/۲۵۹	۶/۵۷۳	۳۴۱	۰/۰۰۰	۰/۲۵۹	۰/۱۸۱	۰/۳۳۶
تغییرات قیمت زمین و مسکن	۳/۵۵۱	۱۵/۱۰۱	۳۴۱	۰/۰۰۰	۰/۵۵۱	۰/۴۷۹	۰/۶۲۲
سرمایه‌گذاری در روستا	۲/۹۸۶	-۰/۳۳۷	۳۴۱	۰/۸۱۲	۰/۰۱۳	۰/۱۲۳	۰/۰۹۶

نتایج آزمون t دو نمونه‌ای نشانگر این امر می‌باشد که در بررسی اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی از میان چهار شاخص اقتصادی تأثیرپذیر (درآمد، اشتغال، قیمت زمین، سرمایه‌گذاری)، در شاخص قیمت زمین تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد مشاهده می‌گردد، اما در سایر شاخص‌ها (درآمد، اشتغال، سرمایه‌گذاری) تفاوت معناداری دیده نمی‌شود.



جدول ۷. تحلیل اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی با استفاده از آزمون تفاوت واریانس

آزمون t برای برابری میانگین‌ها						آزمون برابری واریانس لونی		شاخص‌ها	
فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف میانگین	تفاوت میانگین	مغناداری دوگانه	آماره $t$	مغناداری	F	قابل قبول	متنوع سازی منابع درآمدی
بالاتر	پایین تر								
۰/۳۹۵۰	۰/۱۱۴۵	۰/۷۱۳۳	-۰/۲۵۴۸	۰/۰۰۰	۳۴۱	۰/۳۹۴	۰/۷۲۹	قابل قبول	متنوع سازی منابع درآمدی
۰/۴۰۲۲	۰/۱۰۷۳	۰/۰۷۴۷		۰/۰۰۱				۳/۴۱۱	
۰/۵۹۶۲	۰/۲۸۷۴	۰/۰۷۸۴	۰/۴۴۱۸	۰/۰۰۰	۳۴۱	۰/۰۶۰	۳/۵۷۳	قابل قبول	بهبود فرصت های اشتغال
۰/۶۰۳۱	۰/۲۸۰۵	۰/۰۸۱۷		۰/۰۰۰				۵/۴۰۵	
-۰/۰۵۷۳	-۰/۳۵۴۹	۰/۰۷۵۵	۰/۲۰۶۱	۰/۰۰۷	۳۴۱	۰/۰۰۰	۱۶/۹۹۵	قابل قبول	تغییرات قیمت زمین و مسکن
-۰/۰۴۵۶	-۰/۳۶۶۷	۰/۰۸۱۳		۰/۰۱۲				-۲/۵۳۶	
۰/۳۴۶۶	-۰/۱۱۵۲	۰/۱۱۷۳	-۰/۱۱۵۷	۰/۳۲۵	۳۴۱	۰/۵۰۹	۰/۴۳۷	قابل قبول	سرمایه گذاری در روستا
۰/۳۵۳۹	-۰/۱۲۲۵	۰/۱۲۰۷		۰/۳۳۹				۰/۹۵۸	

جهت مقایسه اثرات گردشگری بر اقتصاد خانوارهای روستایی منطقه مورد مطالعه (شامل ۱۱ روستای شهرستان ایجرود) از تحلیل واریانس یکطرفه استفاده گردیده است. همانطوریکه ملاحظه می‌شود آماره F برابر با ۱۶۴/۳۱۷ شده است. مغناداری در سطح ۵ درصد می‌باشد که برابر با ۰/۰۰۰ می‌باشد. بدین وسیله اثبات می‌گردد که بین ابعاد مختلف اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد روستاهای شهرستان ایجرود، تفاوت مغناداری وجود دارد.

جدول ۸. نتایج آزمون تحلیل واریانس تفاوت ابعاد اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی

مؤلفه‌ها	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره آزمون F	سطح مغناداری
واریانس بین گروه‌ها	۹۷/۷۸۴	۱۰	۹/۷۷۸	۱۶۴/۳۱۷	۰/۰۰۰
واریانس درون گروه‌ها	۱۶/۱۲۷	۳۳۱	۰/۰۶۰		
کل واریانس	۱۱۳/۹۱۱	۳۴۱			

جدول ۹. میانگین عددی به تفکیک روستاهای مورد مطالعه

روستاهای نمونه	نمونه آماری	میانگین	انحراف از میانگین	خطای استاندارد	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		حداکثر
					پایین تر	بالاتر	
خوئین	۳۵	۲/۵۷۶۹	-۰/۱۴۳۴۴	-۰/۲۶۱۹	۲/۵۲۳۴	۲/۶۳۰۵	۲/۷۹
سفیدکمر	۳۶	۳/۴۰۵	-۰/۲۲۰۹۲	-۰/۰۴۰۳۳	۳/۲۲۲۶	۳/۴۸۷۶	۳/۸۵
ارکوئین	۳۵	۳/۸۳۵۹	-۰/۱۷۷۳۴	-۰/۰۳۳۳۸	۳/۷۶۹۸	۳/۹۰۲۱	۴/۰۵
کهریزسیاه منصور	۱۸	۳/۴۳۵۹	-۰/۳۲۸۵۱	-۰/۸۴۸۲	۳/۲۵۴۰	۳/۶۱۷۸	۴/۰۳
ینگی کندجامع السراء	۳۸	۲/۵۲۲۱	-۰/۲۷۲۷۰	-۰/۰۴۷۴۷	۲/۴۲۵۴	۲/۶۲۸۸	۳/۳۱
درومشقان	۱۸	۱/۸۹۲۳	-۰/۱۵۳۳۰	-۰/۰۳۹۵۸	۱/۸۰۷۴	۱/۹۷۷۲	۲/۰۵
قره‌داغ	۳۰	۲/۷۱۷۹	-۰/۱۲۱۴۵	-۰/۰۲۴۷۹	۲/۶۶۶۷	۲/۷۶۹۲	۲/۹۲
قره‌درق	۳۶	۲/۷۹۷۴	-۰/۲۵۴۳۱	-۰/۰۴۶۴۳	۲/۷۰۲۵	۲/۸۹۲۴	۳/۲۸
کلابرسفلی	۴۰	۳/۹۳۵۹	-۰/۲۲۱۶۷	-۰/۰۴۰۴۷	۳/۸۵۳۱	۴/۰۱۸۷	۴/۱۵
سعیدآباد	۳۸	۳/۶۴۱۰	-۰/۴۱۲۳۵	-۰/۰۷۵۲۸	۰/۴۸۷۱	۳/۷۹۵۰	۴/۲۱
قرلجه	۱۸	۳/۰۳۵۹	-۰/۱۷۱۶۸	-۰/۰۴۴۳۳	۲/۹۴۰۸	۳/۱۳۱۰	۳/۱۸
مجموع	۳۴۲	۳/۱۱۹۵	-۰/۶۳۶۶۹	-۰/۰۳۷۹۱	۳/۰۴۴۸	۳/۱۹۴۱	۴/۲۱

به منظور بررسی نقش توسعه گردشگری خانه‌های دوم و تاثیرگذاری آن بر اقتصاد خانوارهای روستایی از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی<sup>۱</sup> بهره گرفته شده است بر اساس یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی مقدار KMO برابر (۰/۷۷۲) با و مقدار بارتلت (۱۲۳۲۰/۸۳۳) است آن که در سطح معنی‌داری بیش از ۹۹ درصد قرار دارد (جدول) که نشان دهنده مناسب بودن مجموعه موردنظر برای تحلیل عاملی است.

جدول شماره ۱۰. نتایج آزمون‌های KMO و بارتلت

سطح معناداری	آزمون بارتلت	مقدار KMO
۰/۰۰۰	۱۲۳۲۰/۸۳۳	۰/۷۷۲

در مرحله بعد برای تعیین تعداد عامل‌های معنی‌دار از معیار مقادیر ویژه<sup>۲</sup> استفاده شد. در این میان ۶ عامل دارای مقادیر ویژه بالاتر از یک می‌باشند که ۷۲/۴۹۰ درصد از واریانس کل جامعه را تبیین می‌کند. عامل اول با مقدار ویژه (۷/۵۰۳) بیشترین سهم را در تبیین واریانس کل عامل‌ها ایفا می‌کند.

جدول ۱۱. درصد واریانس و مقادیر ویژه عامل‌های مختلف

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	۷/۵۰۳	۱۹/۲۳۷	۱۹/۲۳۷
۲	۶/۸۷۸	۱۷/۶۳۷	۳۶/۸۷۴
۳	۴/۵۱۸	۱۱/۵۸۴	۴۸/۴۵۸
۴	۲/۹۲۶	۷/۵۰۴	۵۵/۹۶۲
۵	۲/۲۰۰	۵/۶۴۰	۶۱/۶۰۲
۶	۲/۱۵۹	۵/۵۳۵	۶۷/۱۳۷

در ادامه‌ی تحقیق به منظور سنجش و اندازه‌گیری سهم متغیرها در عامل‌ها از چرخش عاملی واریماکس استفاده شد. این ضرایب از یک سو نشان دهنده‌ی توانایی عامل‌های تعیین شده در تبیین واریانس متغیرهای مورد مطالعه و از سوی دیگر می‌تواند برای بررسی تناسب متغیرها برای تحلیل عاملی استفاده شود. بدین صورت که متغیرهای بارگذاری شده در هر عامل که بالای ۰/۵ هستند یک عامل را تشکیل می‌دهند و متغیرهایی که امکان جمع با این‌ها را ندارند عامل دیگری را تشکیل می‌دهند. هر متغیر در عاملی قرار می‌گیرد که با آن عامل همبستگی بالایی معناداری داشته باشد. با توجه به میزان همبستگی بالا و شاخصه‌ها، می‌توان عناوین مناسبی را برای هر یک از آن‌ها انتخاب نمود.

جدول ۱۲. متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل، میزان ضرایب بدست آمده از ماتریس دوران یافته

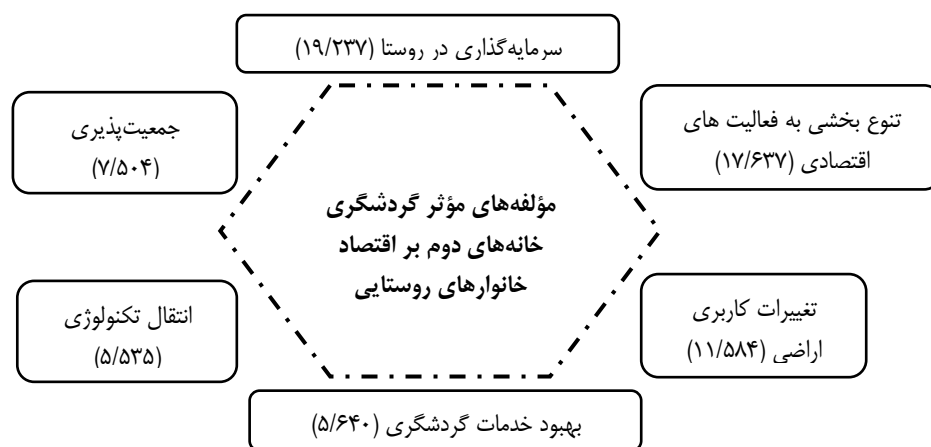
عامل	متغیر	بار عاملی
۱. سرمایه‌گذاری در روستا	افزایش جریان مالی و پول به روستا از طریق توسعه گردشگری	۰/۶۲۶
	سرمایه‌گذاری بخش دولتی و غیر دولتی در روستا و تاثیر آن در اشتغال جوانان	۰/۸۱۸
	تحریک سرمایه‌گذاری در محدوده با ورود گردشگران (مانند ساخت و ساز و ...)	۰/۸۹۰
	کاهش میزان ریسک‌پذیری و خطرات سرمایه‌گذاری در روستا	۰/۸۷۰
	افزایش میزان سرمایه‌گذاری برای بهبود کیفیت خدمات حمل و نقل با ورود گردشگران	۰/۷۵۵
	سرمایه‌گذاری برای بالا رفتن کیفیت خدمات گردشگری به منظور جذب بیشتر گردشگران	۰/۸۳۵
	بهبود کیفیت خدمات زیرساختی و زیربنایی (آب، برق و ارتباطات)	۰/۸۰۳
	بهبود ارتباطات و حمل و نقل در روستا و دسترسی به آن	۰/۷۴۳
	بهبود دسترسی و آسان شدن رفت و آمد به روستا	۰/۵۶۴
	بهبود چهره و شکل ظاهری روستا در اثر ورود گردشگران (منظم شدن معابر و کوچه‌ها)	۰/۵۸۹

<sup>۱</sup>. Exploratory factor analysis

<sup>۲</sup>. Eigenvalue

۰/۶۵۳ ۰/۶۳۹ ۰/۶۶۶ ۰/۶۰۴ ۰/۸۴۸ ۰/۷۷۵ ۰/۷۵۰ ۰/۷۹۷ ۰/۷۶۶ ۰/۶۲۶	جذب نیروی مازاد بخش کشاورزی در فعالیتهای مرتبط با گردشگری بهبود استانداردهای زندگی روستاییان (بهبود استفاده از کالاهای سرمایه‌ای و مصرفی) ایجاد شکاف و اختلاف درآمدی بین ساکنان روستا افزایش قیمت کالا مصرفی و تحمیل هزینه بیشتر برای تامین آن در فصل حضور گردشگران ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های غیر کشاورزی متنوع شدن زمینه‌های اشتغال جوانان و افزایش ماندگاری آنها در روستا افزایش اشتغال در زمینه کشاورزی و تولیدات کشاورزی خارج شدن بخشی از زمین کشاورزی در اثر افزایش ساخت و ساز و تغییرات کاربری افزایش اشتغال در بخش خدمات (رستوران، حمل و نقل مسافر، خرده فروشی...) توسعه فعالیتهای کارآفرینی و ایجاد شغل از سوی گردشگران در روستا	۲. تنوع فعالیتهای اقتصادی
۰/۵۳۴ ۰/۷۵۶ ۰/۸۴۰ ۰/۸۴۷ ۰/۵۴۳	توسعه صنایع دستی و اشتغال خانگی برای زنان (تهیه گیاهان دارویی، تولید لبنیات و ...) افزایش قیمت زمین در داخل بافت روستا بدلیل افزایش تقاضا افزایش معاملات زمین و مسکن در روستا در اثر ورود گردشگران افزایش قیمت اراضی کشاورزی و باغات در روستا در اثر ورود گردشگران افزایش تغییرات کاربری زمین از اراضی به ساخت و ساز	۳. تغییرات کاربری اراضی
۰/۵۳۹ ۰/۷۶۰ ۰/۷۷۱	افزایش درآمد خانوار به دلیل ورود گردشگران به روستا کاهش مهاجرت روستاییان از روستای محل زندگی بویژه در جوانان درون کوچی و بازگشت مهاجران سال‌های قبل به روستا در اثر توسعه گردشگری	۴. جمعیت‌پذیری
۰/۶۵۵ ۰/۸۷۳	گسترش و توسعه دامداری و باغات برای تامین نیاز گردشگران کسب درآمد از طریق اجاره دادن مسکن به افراد ورودی به روستا	۵. خدمات گردشگری
۰/۸۷۳ ۰/۶۸۹	سرمایه‌گذاری در انتقال تکنولوژی جدید به روستا بهبود مسکن با بهره‌گیری از تجارب محلی و فناوری‌های جدید	۶. انتقال تکنولوژی

نتیجه تحلیل نشان می‌دهد که عامل اول با عنوان "سرمایه‌گذاری در روستا" با مقدار ویژه (۷/۵۰۳) تبیین کننده (۱۹/۲۳۷) درصد واریانس؛ عامل دوم "تنوع بخشی به فعالیتهای اقتصادی" با مقدار ویژه (۶/۸۷۸) تبیین کننده (۱۷/۶۳۷) درصد؛ عامل سوم "تغییرات کاربری اراضی" با مقدار ویژه (۴/۵۱۸) تبیین کننده (۱۱/۵۸۴) درصد؛ عامل چهارم "جمعیت‌پذیری" با مقدار ویژه (۲/۹۲۶) تبیین کننده (۷/۵۰۴) درصد؛ عامل پنجم "بهبود خدمات گردشگری" با مقدار ویژه (۲/۲۰۰) تبیین کننده (۵/۶۴۰) درصد؛ عامل ششم "انتقال تکنولوژی" با مقدار ویژه (۲/۱۵۹) تبیین کننده (۵/۵۳۵) درصد از واریانس کل می‌باشند. به طور کلی ۶ عامل فوق در مجموع (۶۷) درصد کل واریانس را تبیین نمودند، که نشان از درصد بالای واریانس تبیین شده توسط این عامل‌ها می‌باشد.



شکل ۴. ابعاد مؤثر گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی

## نتیجه گیری

پدیده گردشگری یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری می‌باشد که یک روند دو سویه اقتصادی را در نواحی روستایی رقم می‌زند و می‌تواند دربرگیرنده رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌ها از یک سو، و همچنین ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان روستایی از دیگر سو باشد. گردشگری روستایی، به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی روستاها محسوب می‌شود و با ایجاد فرصتی راهبردی سبب ایجاد فرصت‌های شغلی مولد مبتنی بر قابلیت‌های موجود در روستا، افزایش سطح استاندارد‌های زندگی، درآمد و امنیت در روستا می‌شود. شهرستان ایجرود واقع در استان زنجان دارای آب و هوای کوهستانی-دشتی است که در سال‌های اخیر احداث و گسترش خانه‌های دوم رشد چشمگیری داشته است و مانند هر پدیده‌ای دیگری پیامدهای مثبت و منفی را به همراه داشته است. بنابراین جهت بررسی پاسخ به سوال مطرح شده در این تحقیق از آزمون  $t$  تک نمونه‌ای، تحلیل واریانس یکطرفه و  $t$  مستقل و تحلیل عاملی بهره گرفته شده است. نتایج حاصل از آزمون  $t$  تک نمونه‌ای نشانگر مطلوب بودن تأثیر گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی می‌باشد و تفاوت معناداری در شاخص قیمت زمین مشاهده می‌گردد اما در سایر شاخص‌ها (درآمد، اشتغال، سرمایه‌گذاری) تفاوت معناداری دیده نمی‌شود. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات الیورا و کوستا (۲۰۱۲)، فیروزنیا (۱۳۹۰)، صیدیایی و همکاران (۱۳۸۹) مطابقت دارد. این امر نشان می‌دهد که حضور گردشگران خانه‌های دوم در روستا، سبب افزایش تمایل ساکنان روستا به فروش زمین، توسعه ویلاسازی و افزایش قیمت زمین در منطقه شده است. جهت مقایسه اثرات گردشگری بر اقتصاد خانوارهای روستایی از تحلیل واریانس یکطرفه استفاده گردیده است، که آماره  $F$  برابر با  $۱۶۴/۳۱۷$  حاصل شد، نشانگر معناداری ابعاد مختلف گردشگری خانه‌های دوم بر اقتصاد خانوارهای روستایی است. طبق نتایج بدست آمده از تحلیل عاملی، که در ۷ عامل دسته‌بندی شدند، عامل نخست با توجه به متغیرهای تشکیل‌دهنده عامل سرمایه‌گذاری و مهم‌ترین عامل با تبیین (۱۹/۲۳۷) درصد واریانس، عامل دوم تنوع فعالیت‌های اقتصادی (۱۷/۶۳۷)، عامل سوم تغییر کاربری اراضی (۱۱/۵۸۴)، عامل چهارم توسعه روستایی (۷/۵۰۴)، عامل پنجم خدمات گردشگری (۵/۶۴۰)، عامل ششم تکنولوژی (۵/۵۳۵)، عامل هفتم مسکن (۵/۳۵۳)، معرفی شدند. تمامی این عوامل در مجموع (۷۲/۴۹۰) درصد از واریانس را تبیین کردند. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات کیم و جمال (۲۰۱۵)، میلی (۲۰۱۲)، مارجاوارا و نوردین (۲۰۱۱)، رومیانی و همکاران (۱۳۹۵)، رومیانی (۱۳۹۲)، عینالی و همکاران (۱۳۹۲)، رضوانی و همکاران (۱۳۹۱)، رضوانی و همکاران (۱۳۹۰) مطابقت دارد.

نتایج حاصل از آزمون‌های آماری نشان می‌دهد که گردشگری خانه‌های دوم سبب ورود سرمایه به منطقه و افزایش زیرساخت‌ها، بهبود و ارتقای سطح تسهیلات و خدمات و دسترسی به آنها، ایجاد فرصت‌های اشتغال فصلی، کاهش مهاجرت‌های روستایی و در برخی از روستاها بازگشت مهاجران سال‌های قبل گردیده است. به طوری که، این موارد تا حدودی توانسته است که این روستاها را از حالت انزوای جغرافیایی-ارتباطی خارج نماید و به تقویت روابط اقتصادی-اجتماعی با مناطق شهری کمک کند. جهت قرارگیری در مسیر توسعه پایدار اقتصادی، سرمایه‌گذاری هر چه بیشتر بخش خصوصی و دولتی را می‌طلبد. در منطقه مورد مطالعه، بدلیل نیاز روزافزون گردشگران خانه‌های دوم به ساخت مسکن و سایر خدمات رفاهی، تغییرات کاربری اراضی شدیدی از کشاورزی به مسکن بوجود آمده است. به طوری که در برخی از روستاهای نمونه افزایش محدوده ساخت و ساز از بنیاد مسکن را درخواست نموده‌اند. در منطقه مورد مطالعه پژوهشی در زمینه‌ی گردشگری خانه‌های دوم صورت نگرفته است در این راستا پژوهش حاضر دارای ارزش علمی بالایی بوده است و می‌تواند جهت برنامه‌ریزی بهتر در مسیر توسعه‌ی گردشگری خانه‌های دوم در منطقه مورد استفاده قرار گیرد. لذا پیشنهاد می‌شود تا اقدامات زیر در روستاهای گردشگر پذیر در اولویت قرار گیرد:

- تقویت زیرساخت‌های ارتباطی و خدماتی از قبیل بهسازی راه‌های روستایی و ارتقای سطح خدمات عمومی؛
- توجه به نقش موثر شوراهای اسلامی در مدیریت تحولات بویژه در ارایه موافقت اصولی در تاسیس واحدهای صنعتی برای جذب سرمایه افراد خارج از روستا در بخش گردشگری؛
- مدیریت کاربری اراضی حاشیه روستا و ممانعت از تغییرات کاربری و دست اندازی غیر مشروع در منابع عمومی با هدف حفظ زیبایی‌های زیست محیطی.

## References

- Ahmed, I., & Jahan, N. (2013). Rural tourism-prospects in rustic Bengal. *European Journal of Business and Management*, 5(16), 163-172.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076.
- Arntzen, J., Setlhogile, T., & Barnes, J. (2007). Rural livelihoods, poverty reduction, and food security in Southern Africa: Is CBNRM the answer. *Washington, DC: International Resources Group*.

- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Landlinks Press.
- Bozarjmehri, K. Mawdudi Arkhud, M. (2015). Comparative evaluation of various powers aimed at golestan rural tourism. *Human Settlements Planning Studies*, 10(31), 1-31. (in Persian)
- Buckley, R., Shakeela, A., & Guitart, D. (2014). Adventure tourism and local livelihoods. *Annals of Tourism Research*, 48(C), 269-272.
- Bulin, D. (2011). Sustainable rural tourism strategies. *A tool for development and conservation, Quality-Access Success*, 2, 102-111.
- Crouch, D. (2006). Tourism, consumption and rurality. *Handbook of rural studies*, 25, 355-363.
- Drăgulănescu, I. V., & Druțu, M. (2012). Rural tourism for local economic development. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 2(1), 196-203.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism management*, 30(1), 63-74.
- Dykes, S., & Walmsley, A. (2015). The reluctant tourist? An exploration of second home owners' perceptions of their impacts on north Cornwall, UK. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), 95-116.
- Einali, J. & Rumiani, A. (2015). Analysis of the effects of second home tourism in rural areas Case Study: Rural fence Vali city Buin Zahra. *Geographical Space of Ahar*, 49, 136-115. (in Persian)
- Einali, J., Farahani, H. & Rumiani, A. (2013). Assess the role of social capital in rural tourism development with an emphasis on second homes Case Study: Rural fence Vali city Buin Zahra. *Journal of Tourism Development Planning*, 2(6), 76-52. (in Persian)
- Feroznia, Q. Ruknal-Din Eftkhari, A.R., & Vali Khani, M. (2011). Open consequences Villa (KhanhHay II) in rural areas: rural Tarvd city of Damavand. *Geography (Geographic Society's Journal)*, ninth year, 3, 170-149. (in Persian)
- Festus, I. A., & Omoboye, I. F. (2015). Rural tourism in ekiti state, Nigeria: Issues, Trajectories, Opportunities Entrepreneurship and Implications for Rural Business Development. *American Journal of Tourism Management*, 4(1), 18-25.
- Figueiredo, E., Kastenholz, E., Eusébio, M. C., Gomes, M. C., Carneiro, M. J., Baptista, P., & Valente, S. (2011). O Rural Plural—olhar o presente, imaginar o futuro. *Castro Verde: Editora*, 100.
- Gallent, N., Mace, A., & Tewdwr-Jones, M. (2017). *Second homes: European perspectives and UK policies*. Routledge.
- Ghadiry Masom, M. Estala, A.R. & Pazoki, M. (2010). *Grdshgr Sustainable (Rural and Nomadic)*, Tehran: Tehran University Press. (in Persian)
- Goebel, P., Reuter, C., Pibernik, R., & Sichtmann, C. (2012). The influence of ethical culture on supplier selection in the context of sustainable sourcing. *International Journal of Production Economics*, 140(1), 7-17.
- Hall, C. M., & Müller, D. K. (Eds.). (2004). *Tourism, mobility, and second homes: Between elite landscape and common ground* (Vol. 15). Channel View Publications.
- Hall, C. M., Müller, D. K., & Keen, D. (2001, September). Second homes in rural areas: blessing or curse? Revisited. In *conference New Directions in Managing Rural Tourism and Leisure: Local Impacts, Global Trends, SAC Auchincruive, Ayrshire, Scotland, UK*.
- Hoogendoorn, G., Mellett, R., & Visser, G. (2005, April). Second homes tourism in Africa: Reflections on the South African experience. In *Urban forum* (Vol. 16, No. 2-3, pp. 112-154). Springer-Verlag.
- Hudson, R. (2005). *Economic geographies: Circuits, flows and spaces*. Sage.
- Ionela, G. P., Constantin, B. M., & Dogaru, L. D. (2015). Advantages and limits for tourism development in rural area (Case Study Ampoi and Mureș Valleys). *Procedia Economics and Finance*, 32, 1050-1059.
- Jay, W. and Scott, B. (2011). *Essential Environmental*. San Francisco, Pearson.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214.

- Kim, S., & Jamal, T. (2015). The co-evolution of rural tourism and sustainable rural development in Hongdong, Korea: complexity, conflict and local response. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1363-1385.
- Leal, J. E. S. Ú. S. (2006, July). Multiple residential practices and second homes in southern Europe: the Spanish case. In *ENHR Conference—Housing in an expanding Europe: theory, policy, participation and implementation* (pp. 2-5).
- Lian Chan, J. K., & Baum, T. (2007). Ecotourists' perception of ecotourism experience in lower Kinabatangan, Sabah, Malaysia. *Journal of sustainable tourism*, 15(5), 574-590.
- Maksimovic, M., Mihajlovic, D., & Urosevic, S. (2015). Economic effects of rural tourism in Eastern Serbia based on the concept of sustainable development. *Quaestus*, (6), 41.
- Marjavaara, R., & Nordin, U., (2010). What about social capital in a mobile world? The impact of second home tourism on the development of associations in the Stockholm archipelago, Nordic Rural Futures: pressures and possibilities, Research conference on the future of Nordic rural areas, May 3–5–2010, Uppsala, Sweden, Book of Abstracts.
- Mili, N. (2012). Rural Tourism Development: An Overview of Tourism in the Tipam Phakey Village of Naharkatia in Dibrugarh District, Assam (India). *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(12), 1-3.
- Müller, D. K., Hall, C. M., & Keen, D. (2004). Second home tourism impact, planning and management. *Tourism, mobility and second homes: Between elite landscape and common ground*, 15-32.
- Nagaraju, L. G., & Chandrashekar, B. (2014). Rural tourism and rural development in India. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies*, 1(6), 42-48.
- Nemirschi, N., & Craciun, A. (2010). Entrepreneurship and tourism development in rural areas: case of Romania. *Romanian Economic and Business Review*, 5(1), 138.
- Norris, M., & Winston, N. (2007, June). Second homes in scenic rural areas of Ireland: Preliminary results from a study of social, economic and environmental impacts. In European Network for Housing Research (ENHR) International Conference on Sustainable Urban Areas (pp. 25-28).
- OECD, (2012). Promoting Growth in All Regions: Lessons from across the across the OECD.
- Oliveira, J., & Costa, L. (2012). Second home tourism in the Oestes region, Portugal. Features and impacts. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 3(2), 35-55.
- Papoli Yazdi, M. H., & Saqai, M. (2007). *Tourism (Nature and Concepts)*. Tehran: SAMT Publication, Tehran. (in Persian)
- Peng, B. (2006). A model of Veblenian growth. *Topics in Macroeconomics*, 6(1), 1-23.
- Petersen, L. A. (2010). An Examination of integrated rural tourism development in the Goris Region of Armenia. *All Graduate Theses and Dissertations*, 607.
- Popescu, L., Badita, A., & Mazilu, M. (2014). Can rural tourism foster local development? Perspectives on the future of rural tourism in Romania. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 7(1), 69.
- Ranjit, M. (2015). Sustainable regional development through rural tourism in Jammu and Kashmir. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-16.
- Rezvani M.R. Badri, A. Sepahvand, F. & Akbarian Roniz, S.R. (2012). Second home tourism and its impact on improving the quality of life for rural residents (Case Study: QasranRudbar, city shemiranat), *Urban and Regional Studies and preceding studies*, 13, 23-40. (in Persian)
- Rezvani M.R., Akbarian Roniz, S.R., Ruknal-Din Eftekhari, A.R. & Badri A. (2011). Comparative analysis of the economic impacts of tourism Khanh–Hay second day tourism on rural areas, to develop a sustainable approach (case study: Shymranat city, Tehran province). *Rural Research*, 4, 35-62. (in Persian)
- Roca, M. D. N., Oliveira, J. A., & Roca, Z. (2009). Second Homes and Second Home Tourism in Portugal. *Il Turismo Sostenibile: Turisti Comunità Ospitanti, Ambiente, Società*, 18-20.
- Rumiani, A. (2013). *Rural-urban assess the role of capital flows in Sustainable Tourism Development, Case Study: Rural Hsarvlysr- city Buin Zahra*. A master's thesis, Department of Geography and Rural Planning, University of Zanjan, Iran. (in Persian)

- Sgroi, F., Di Trapani, A. M., Testa, R., & Tudisca, S. (2014). The rural tourism as development opportunity or farms. The case of direct sales in Sicily. *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, 9(3), 407-419.
- Shamaei, A., & Mosavand, J., (2011). The cities of Isfahan province in terms of tourism infrastructure, by using AHP and TOPSIS. *Urban and Regional Studies and Preceding Studies*, 1, 40-23. (in Persian)
- Shamsdalini, A., Amini, Z., Piroozi, E. & Rezaei, M. (2016). Strategic planning of tourism development in Kazeroun city using Swat & Butler methods. *Journal of Geographic Space*, 29, 42-25. (in Persian)
- Sharma, K. K. (2004). *Tourism and regional development*. Sarup & Sons.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
- Snieška, V., Barkauskienė, K., & Barkauskas, V. (2014). The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156(4), 280-285.
- Streimikiene, D., & Bilan, Y. (2015). Review of rural tourism development theories. *Transformations in Business & Economics*, 14(2), 21-34.
- Sydayy, E., Khosravinezhad, M. & Kayani, S. (2010). The effect of second homes on development of Baghbahadoran city Lenjan. *Urban and Regional Studies*, 4, 36-19. (in Persian)
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.
- Wang, X. (2006). *The second home phenomenon in Haikou*. China. University of Waterloo, Ontario, Canada.
- Zhang, X. (2012). Research on the development strategies of rural tourism in Suzhou based on SWOT analysis. *Energy Procedia*, 16, 1295-1299.

**How to cite this article:**

Einali, J., Charaghi, M. & abbasi, F. (2020). Analysis of the effects of second homes tourism on the economy of rural households (Case study: Ijrud Township, Zanjan Province). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 14(4), 1149-1165. [http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article\\_672253.html](http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_672253.html)

## **Analysis of the Effects of Second homes Tourism on the Economy of Rural Households (Case study: Ijrud township, Zanjan Province)**

**Einali Jamshid**

*Assistant Professor Dep. of Geography, University of Zanjan, Zanjan, Iran*

**Chraghy Mehdi**

*PhD in Geography and Rural Planning, University of Zanjan, Zanjan, Iran*

**Abbasi Fariba\***

*MA Student in Geography and Rural Planning, University of Zanjan, Zanjan, Iran*

**Received:** 5 October 2017

**Accepted:** 15 July 2018

### **EXTENDED ABSTRACT**

#### **Introduction**

The study area of this research is Ijrud Township, located in Zanjan province that due to its tourism attractions, has been recognized as a tourist destination in recent years by many tourists and simultaneously has increased the number of second homes in the villages of this township. This has led to changes in land use, creating employment opportunities due to the construction of second homes, etc. in the region. In this regard, the present article tries to answer the following question: What are the main effects of tourism development based on second homes and rural tourism activities in the studied villages?

#### **Methodology**

This research is applied in terms of its purpose and descriptive-analytic in nature. Data collection in this research was done using a library method (checking of books, articles, Internet search and maps) and field study (questionnaire and observation). Ijrud Township which according to field studies and statistics of the government of the township, there are 11 villages in total and according to the census of 1390, the total number of households living in the villages is 1849. Using Cochran's formula, the sample size for the survey was calculated to be 282. Selecting households in the villages, was done randomly; so that the principle of equal opportunity for choosing households is observed. Cronbach's alpha method was used to measure reliability of the research that was 77%, which in total indicates its reliability. To determine the formal validity of questionnaire questions, at first, for each of the research indicators, the 5-part Likert scale was considered. After completing the questionnaire by the target group, using the formula of the Impact Method, the mean of formal validity was calculated of 1.7, which indicates its acceptability. The data analysis method is done quantitatively and qualitatively. In quantitative methods descriptive and inferential statistics such as one-sample t-test, independent t-test and one-way ANOVA have been used. The used questionnaire was composed of two sections: the first part is based on personal characteristics and the second part is about measuring variables affecting the economy of rural households which are measured in four indicators (Income, employment, land prices, investment) and based on the Likert scale.

---

\* Corresponding Author

Email: [abbasi.fariba70@yahoo.com](mailto:abbasi.fariba70@yahoo.com)



### Results and Discussion

Investigating the characteristics of respondents indicates that 66% of respondents are male, 59.6% are in the age class (31-40) and 74.5% are married. In terms of education, 31.9% have guidance school degree, 36.2% have free jobs and 89.4% have lived in rural areas for more than 10 years. In the studied villages, the houses with 1 residential unit were the most frequent. The average number of permanent households was 69.123 and the non-permanent households were 52.20%. To analyze the effects of second homes tourism on the economy of rural households, One-sample t-test was used. The numerical mean analysis indicates the desirability of the level the second homes tourism effects on all of the research indices. The findings of the research show that the indicators of price increase (3.551) and employment (3.259) have the highest numerical mean and are at desirable level, and the indicators of investment (2.986) and income (2.924) have the lowest numerical mean and are undesirable. The spectral range in households living in sample villages, ranging from 1 to 5 based on the Likert spectrum, indicates the positive impact of second homes tourism on land price and employment dimensions, and a negative effect on investment and income dimensions. The results of two samples t-test indicate that in the study of the effects of second homes tourism on rural households economy, of the four affected economic indicators (income, employment, land price, investment), a significant difference is observed in the level of 99 percent in the land price index, but there is no significant difference in the other indicators (income, employment, investment).

### Conclusion

According to the results of the factor analysis, which was categorized into 7 factors, the first and the most important factor, according to the variables, the investment factor with explanation (19.237) percent of the variance, the second factor of the diversity of economic activities (17.637), the third factor of land change (11.584), the fourth factor of rural development (7.504), fifth factor tourism services (5.640), sixth factor of technology (5.535), the seventh factor of housing (5.353), were introduced. All these factors explained (72.490) percent of the variance in total. The results of the tests show that second homes tourism has led to the capital inflows to the region, increase of infrastructures, the improvement of the level of facilities and services, seasonal employment, the decrease of rural migrations and the return of migrants; and to some extent has been able to exclude these villages from their geographical isolation. In order to stay in the path of sustainable economic development, more and more private and public investment is required. In the studied area, due to the increasing need of second homes tourists to build housing and other welfare services, changes in land use from agriculture to housing has emerged strongly; So that some villages have requested an increase in the range from Housing Foundation.

**Keywords:** rural tourism, rural economy, Zanjan Province