

اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران

زهرا نعمت‌الهی^{۱*} - سید مجتبی مجاوریان^۲ - مسعود حسین زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۷/۲۵

چکیده

گردشگری روستایی با ظرفیت‌هایی که دارد، می‌تواند به عنوان راهکاری اساسی در توسعه پایدار روستایی مطرح شود. لذا مطالعه حاضر با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) می‌کوشد با نگاهی کاربردی و علمی، ابتدا عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی در استان مازندران را اولویت‌بندی نموده و سپس بر اساس نظر ۱۱ تن از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، بهترین مناطق روستایی این استان را از حیث گردشگری، شناسایی و رتبه‌بندی نماید. داده‌های مورد نیاز مطالعه از طریق پرسشگری از ۱۵۰ تن از گردشگران روستایی استان مازندران در سال ۱۳۹۴ جمع‌آوری شده است. نتایج نشان داد که از نظر گردشگران، معیار مربوط به زیرساخت‌ها بیشترین اولویت را داشته است و بعد از آن به ترتیب معیارهای جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی، تسهیلات و خدمات توریستی و جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و طبیعی قرار دارند. همچنین بر مبنای نظر کارشناسان و با توجه به اولویت‌های تعیین شده توسط گردشگران، روستاهای غرب استان مازندران با وزن ۰/۳۶ حائز بیشترین اولویت جهت گردشگری بوده و روستاهای مرکز و شرق استان به ترتیب با وزن‌های ۰/۳۳ و ۰/۳۱ در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند. بنابراین تجهیز جاذبه‌های گردشگری به سطوحی از خدمات بهداشتی و درمانی و ارائه تسهیلات و امکانات مالی و تخصصی جهت تجهیز و ساماندهی اقامتگاه‌های موجود پیشنهاد می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، توسعه روستایی، گردشگری روستایی، مازندران

مقدمه

میلیارد دلار می‌رسد (۴۷). توجه به آمار و ارقام مذکور بسیار تأمل برانگیز می‌باشد، زیرا که هر چند ایران از لحاظ جاذبه‌های تاریخی و باستانی در رتبه دهم و از لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی در بین ۵ کشور برتر دنیا قرار گرفته (۳۰) و نیز از نظر تنوع صنایع دستی، جزء ۳ کشور برتر دنیا به حساب می‌آید (۴۹)، ولی از لحاظ جذب توریست جایگاه مناسبی نداشته و کمتر از یک هزارم درآمد جهانی حاصل از گردشگری را نصیب خود کرده است (۲۳).

گردشگری اشکال مختلفی دارد که اکنون شکل نوین و خاصی از آن تحت عنوان گردشگری روستایی با هدف توسعه پایدار مناطق روستایی و به عنوان ابزاری جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی و یکی از مهمترین مشاغل مدرن در مناطق روستایی ارتقا یافته است. توجه به گردشگری روستایی به طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ آغاز شد و در دهه ۱۹۶۰ جنبه اقتصادی آن برای جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت. در ایران نیز گردشگری روستایی به طور جدی از ابتدای دهه ۱۳۸۰ مورد توجه قرار گرفته است (۱۳). گردشگری روستایی در واقع بخشی از بازار گردشگری بوده که می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد. با توجه به اینکه کشور ایران از لحاظ تنوع جغرافیایی، گستردگی محیط طبیعی، وجود مناطق بیلاقی، ارزش و اعتبار تاریخی و مذهبی روستاها، آب و هوای متنوع در روستاهای کشور و همچنین میراث

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، به عنوان یکی از مهم‌ترین و متنوع‌ترین صنایع مطرح است و با نرخ رشدی شتابان گسترش یافته و منبع درآمد قابل ملاحظه‌ای برای بسیاری از دولت‌ها است. از گردشگری به عنوان امید بخش‌ترین صنعت کشورهای جهان سوم یاد می‌شود و در دنیا، سومین پدیده اقتصادی بعد از صنایع نفت و خودرو سازی است (۸). بنابر آخرین آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۴، تعداد گردشگران در سراسر جهان بالغ بر ۱۱۳۵ میلیون نفر بوده که از این تعداد، اروپا ۵۱٪، آسیا و اقیانوسیه ۲۲٪، آمریکا ۱۶٪، آفریقا ۵٪ و خاورمیانه ۴٪ از گردشگران را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، جریان گردشگری، ۱۲۴۵ میلیارد دلار را به طور مستقیم وارد چرخه اقتصادی جهان کرده است (۱). درآمد حاصل از گردشگری در ایران در سال ۲۰۱۰، حدود ۲/۴ میلیارد دلار بوده است و طبق پیش‌بینی سازمان جهانی شورای سفر در سال ۲۰۲۰، این رقم به ۵/۱

۱- عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد ارسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، ارسنجان، ایران

*- نویسنده مسئول: (Email: znematollahi2002@gmail.com)

۲- دانشیار اقتصاد کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری

۳- عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد زابل، دانشگاه آزاد اسلامی، زابل، ایران

سازمان‌های مرتبط با صنعت توریسم به تحقیقات آکادمیک و دانشگاهی را به عنوان یکی از موانع اصلی در زمینه گردشگری روستایی می‌دانند. کوشیچ و همکاران (۱۶) به بررسی و تجزیه و تحلیل شرایط و دورنمای توسعه گردشگری روستایی در خانوارهای وجودی‌نای کشور صربستان پرداختند. به این منظور آنها از طریق پرسشنامه به شناسایی مهمترین فعالیت‌های حیاتی و ضروری جهت بهبود کیفیت خدمات در گردشگری روستایی اقدام نمودند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که مهمترین عوامل، بهبود کیفیت امکانات محل اقامت، آموزش مردم با هدف دستیابی به کیفیت خدمات بالاتر، ایجاد و بکارگیری معیارهایی جهت استانداردسازی و کیفیت خدمات در گردشگری روستایی در وجودی‌نای و افزایش تبلیغات در بازار داخلی و بین‌المللی است. بارکاسکاس و همکاران (۳) با هدف مطالعه متغیرهای کلان محیطی اثرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در لیتوانی، متغیرها را به پنج طبقه متغیرهای اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، بوم‌شناسی-طبیعی، سیاسی و تکنیکی تقسیم‌بندی نمودند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که مهمترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی در لیتوانی، متوسط درآمد ناخالص ماهانه، تولید ناخالص داخلی سرانه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، هزینه دولتی، درآمد دولت، موقعیت جغرافیایی، تاریخچه و شرایط آب و هوایی می‌باشد. یافته‌های مطالعه مورسن و همکاران (۲۷) حاکی از این بود که ساکنان محلی گسترش گردشگری را یکی از فاکتورهای مهم در توسعه می‌دانند و عواملی نظیر متغیرهای طبیعی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، زیرساخت‌ها، جنسیت، سن و تحصیلات بر توسعه پایدار گردشگری اثرگذار می‌باشند. استریمیکین و بیلان (۴۲) به تجزیه و تحلیل نظریه و تئوری‌های توسعه گردشگری روستایی و ارائه چارچوبی از فاکتورهای اصلی توسعه گردشگری روستایی بر اساس این نظریه‌ها پرداختند. نظریه‌های توسعه گردشگری روستایی مختلفی بر مبنای فاکتورهای عرضه و تقاضا وجود دارد. فاکتورهای اصلی تقاضای گردشگری روستایی بر مبنای انگیزه‌های مصرف‌کنندگان می‌باشد و فاکتورهای اصلی عرضه توسعه گردشگری روستایی بر مبنای منابع گردشگری محلی و بکارگیری روشی پویا در توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. اسنیشکا و همکاران (۴۱) تأثیرگذاری فاکتورهای اقتصادی را بر توسعه گردشگری روستایی در کشور لیتوانی مطالعه نمودند. نتایج مطالعه حاکی از این بود که تعداد گردشگران به شدت تحت تأثیر متغیرهایی نظیر متوسط درآمد ناخالص ماهانه، تولید ناخالص داخلی سرانه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، هزینه دولتی، درآمد دولت و سرمایه‌گذاری ملموس سرانه می‌باشد.

با توجه به اینکه بر اساس سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، ایران باید ۲۰ میلیون گردشگر خارجی تا سال ۱۴۰۴ هجری شمسی و ۲۰۲۵ میلادی داشته باشد (۲۰) و سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی به دو درصد در سال ۱۴۰۴ برسد به گونه‌ای که سالانه نزدیک به ۲۵

فرهنگی و تاریخی منحصر به فرد، دارای پتانسیل‌های بی‌شماری است، توسعه گردشگری روستایی می‌تواند نقش مهمی در تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان و در نهایت توسعه کشور به طور اعم و توسعه روستایی به طور اخص داشته باشد (۷).

لذا نکته‌ای که در این راستا بایستی مد نظر قرار گیرد، شناخت دقیق و علمی قابلیت و تنگناهای هر منطقه از کشور است که به واسطه آن بتوان با اتخاذ برنامه‌ریزی منسجم و مدیریت کارآمد به هدف مورد نظر نائل شد که لازمه آن انجام مطالعات و پژوهش‌های مختلف در این زمینه است. در این راستا، کرمی‌دهکردی و همکاران (۱۳) با استفاده از روش توصیفی-پیمایشی به تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال و بختیاری پرداختند. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که هفت عامل برنامه‌ریزی دولتی، مشارکت فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی و محیط زیست، امنیت و آرامش و تبلیغات و سودمندی حدود ۷۲ درصد واریانس عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در این استان را تبیین کرده‌اند. نتایج حاصل از پژوهش تقدیسی و همکاران (۳۶) نشان داد که از دیدگاه متخصصان و کارشناسان حوزه گردشگری، توسعه زیرساخت‌ها و امکانات پیش‌نیاز گسترش گردشگری در مناطق روستایی شهرستان جیرفت، چندان رضایت‌بخش نیست. همچنین بررسی‌ها نشان داد هرچند بین توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی این منطقه رابطه معنادار وجود دارد، اما توسعه گردشگری در شرایط کنونی نتوانسته است آنگونه که باید در توسعه اقتصادی مناطق روستایی این شهرستان، مؤثر باشد. پژوهش نجارزاده و نعمت‌الهی (۲۸)، نشان داد که جاذبه‌های گردشگری، نحوه برخورد مردم محلی، وضعیت پایداری و زیرساخت‌های گردشگری به ترتیب بیشترین ضریب تأثیر را در توسعه گردشگری روستایی در منطقه قلات دارند. میانگین سطح پایداری محیطی و زیرساخت‌های گردشگری از سطح متوسط پایین‌تر ولی میانگین متغیرهای جاذبه‌ها، برخورد مردم محلی، پایداری اقتصادی و اجتماعی بالاتر از سطح متوسط می‌باشد. بین پایداری زیست محیطی و روند توسعه گردشگری روستایی در منطقه قلات رابطه معکوس و معناداری وجود داشته است. جمشیدی‌صالح و طالبی (۱۲) با استفاده از تکنیک SWOT به ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی دهستان اوشیان شهرستان رودسر پرداختند. نتایج پژوهش نشان‌دهنده این بوده است که سرمایه‌گذاری مناسب و برنامه‌ریزی شده از سوی دولت و بخش خصوصی در کنار مشارکت محلی، مدیریت و حفاظت از محیط زیست به منظور پایداری منابع طبیعی و ایجاد رونق بیشتر در اجرای آئین‌ها و مناسک محلی و برقراری بازارهای هفتگی می‌تواند از مهمترین عوامل توسعه گردشگری در روستای اوشیان باشد.

بوم و زیواس (۴) در نتایج پژوهش‌های خود، عدم توجه

استقلال سطوح بالاتر نسبت به سطوح پایین‌تر، معیارها و عوامل دیگر در هر سطح می‌باشد. در AHP عناصر هر سطح صرفاً به عناصر سطح بالاتر وابسته‌اند یعنی ضرایب اهمیت عناصر هر سطح لزوماً بر اساس سطح بالاتر مشخص می‌شود (۸).

گام اول در روش AHP ایجاد مدل و تدوین مسئله است. در مرحله مدل‌سازی، مسئله بایستی به طور واضح بیان و به یک سیستم منطقی برای مثال یک سلسله مراتب تجزیه شود. در این مرحله، هدف تصمیم‌گیری، معیارهای تصمیم‌گیری و گزینه‌های ممکن مشخص می‌شود (۳۲). درخت سلسله مراتبی مربوط به این مطالعه در شکل (۱) نشان داده شده است. مدل سلسله‌مراتبی شده در این مطالعه از ترکیب ۴ سطح طبق شکل (۱) تشکیل شده است. هدف (اولویت‌بندی روستای هدف گردشگری) در سطح اول، معیارها در سطح دوم، زیر معیارها در سطح سوم و گزینه‌ها (روستاهای شرق، مرکز و غرب استان مازندران) در سطح چهارم قرار دارند. در مطالعه حاضر از بررسی مطالعات اسنادی جهت تعیین معیارها و زیرمعیارهای روستاهای هدف استفاده شده است. بر این اساس معیارها در قالب چهار دسته زیرساخت‌ها، تسهیلات و خدمات توریستی موجود در روستا، جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی روستا و جاذبه‌های تاریخی، مذهبی و طبیعی تقسیم‌بندی شده‌اند.

زیرساخت‌ها شامل سه زیر معیار دسترسی آسان جاده‌ای، امنیت (جاده‌ای و انتظامی) و امکانات بهداشتی مسیر دسترسی به روستا می‌باشد. همچنین معیار تسهیلات و خدمات توریستی چهار زیرمعیارهای وجود سیستم‌های نوین ارتباطی، امکان اقامت در خانه‌های روستایی، وجود هتل و مهمان‌پذیر و تمیز بودن محیط و وسایل را دربر می‌گیرد. هفت زیرمعیار جاذبه‌های اجتماعی و فرهنگی عبارتند از تراکم گردشگران، ارائه غذاهای محلی، لباس‌های منحصر به فرد اهالی روستا، برگزاری مراسم سنتی، عرضه غذاهای ملی، معماری و فضای روستا و صنایع دستی مخصوص روستا. پنج عامل وجود اماکن مذهبی، وجود اماکن تاریخی، نزدیکی به دریا، مجاورت با کوه و نزدیکی به جنگل نیز زیرمعیارهای مربوط به معیار جاذبه‌های تاریخی، مذهبی و طبیعی می‌باشند. گزینه‌های مورد بررسی نیز روستاهای شرقی، مرکزی و غربی استان مازندران می‌باشند.

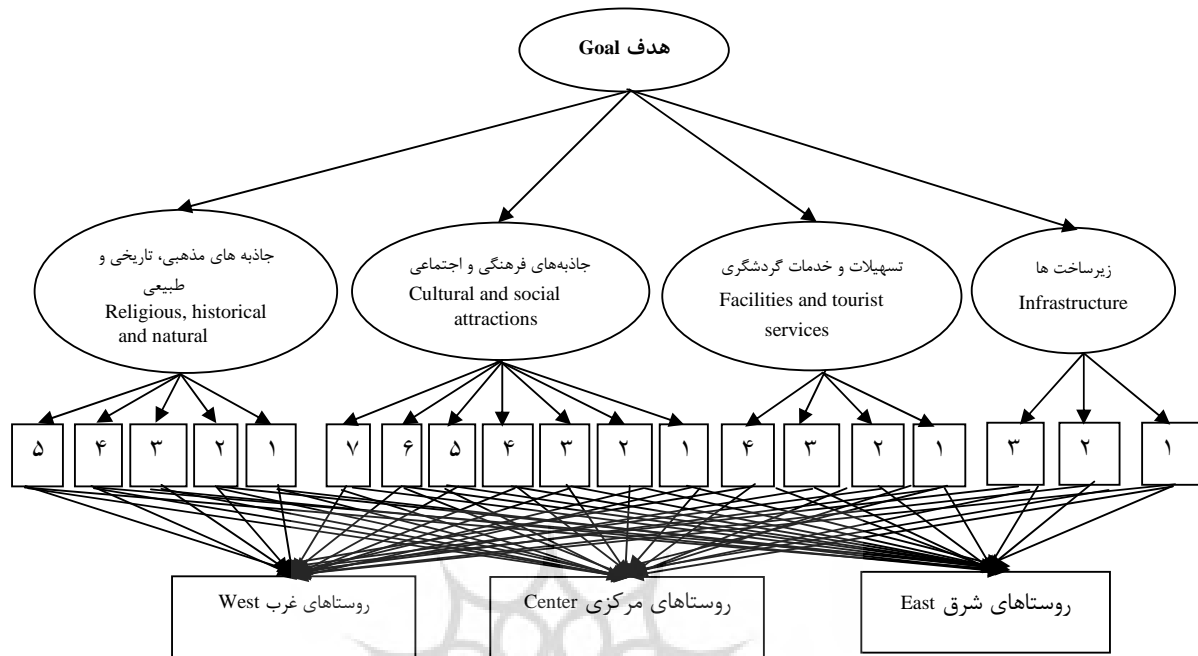
پس از تعیین مدل سلسله مراتبی، یک سری مقایسات زوجی برای بدست آوردن اهمیت نسبی هر کدام از عوامل و معیارهایی که در انتخاب هدف مؤثر می‌باشند، انجام می‌شود. همچنین اگر ارتباطات درونی بین عناصر یک جزء وجود داشته باشد، از مقایسات زوجی بایستی استفاده نمود. مقادیر اهمیت نسبی بوسیله مقیاس ۱ تا ۹ مشخص می‌شوند که در آن امتیاز ۱ نشانگر اهمیت برابر دو عامل می‌باشد، در حالی که امتیاز ۹ حاکی از اهمیت مطلق یک عامل (عنصر سطر) در مقایسه با عامل دیگر (عنصر ستون) می‌باشد. مقادیر متقابل نیز برای مقایسه معکوس در نظر گرفته می‌شود. این نوع

میلیارد دلار از محل ورود گردشگر درآمد کسب کند (۵). لذا، مقاله حاضر می‌کوشد نگاهی کاربردی به گردشگری روستایی استان مازندران داشته باشد، چرا که این استان به لحاظ موقعیت طبیعی و جغرافیایی در بخش طبیعت‌گردی جزء استان‌های برتر و قطب گردشگری کشور محسوب می‌گردد. وجود دریای مازندران با ساحل زیبا و مناسب به‌همراه برخورداری از دامنه‌ها و پارک‌های جنگلی و کوهستانی، وجود قله دماوند معروف به بام ایران، غارها، آبشارها، آب‌های متعدد سرد و گرم معدنی، تالاب‌ها به‌ویژه شبه‌جزیره میانکاله در بهشهر و بیش از ۸۰۰ آثار تاریخی شناسایی شده نظیر مجموعه تاریخی شهرهای آمل، چالوس و ساری، این استان را به مجموعه‌ای متنوع برای استفاده گردشگران با انگیزه مختلف بدل نموده و امکانات بازدید بی‌شماری را برای بازدید گردشگران داخلی و خارجی فراهم آورده است و در نتیجه می‌تواند سهم ایران را از درآمد گردشگری جهانی به طور چشمگیری افزایش دهد و ایران را به اهداف خود در این زمینه نزدیک سازد.

در این راستا سعی شده است با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی از دید گردشگران روستاهای استان مازندران بررسی و اولویت‌بندی شوند و در نهایت روستاهای این استان با توجه به نظر کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری رتبه‌بندی شده‌اند.

مواد و روش‌ها

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، یکی از تکنیک‌های اولیه در تصمیم‌گیری چندشاخصه است که برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ توسط ساعتی مطرح شد و برای حل مسائل تصمیم‌گیری پیچیده مورد استفاده قرار گرفت (۳۵). این روش با استفاده از یک شبکه سیستمی، شاخص‌های مختلف، ضوابط و معیارهای چندگانه را با ساختارهای چند سطحی، برای رتبه‌بندی یا تعیین اهمیت گزینه‌های مختلف یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده مورد استفاده قرار می‌دهد. AHP می‌تواند هم معیارهای کیفی و هم معیارهای کمی را در ارزیابی گزینه‌های تصمیم لحاظ کند. این فرآیند گزینه‌های مختلف را در تصمیم‌گیری دخالت داده، علاوه بر این، بر مبنای مقایسه‌های زوجی بنا نهاده شده است که امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می‌دهد و قضاوت و محاسبات را تسهیل می‌نماید (۴۰). با توجه به قابلیت‌های ذکر شده، در مطالعه حاضر جهت اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. بطور کلی AHP مرکب از هدف، مجموعه‌ای از معیارها، زیر معیارها و نهایتاً در پایین‌ترین سطح، گزینه‌ها می‌باشند که ارزیابی و اولویت‌بندی می‌شوند و مجموع این سطوح، تشکیل یک سلسله مراتب می‌دهد. فرضیه اصلی در AHP،



شکل ۱- مدل سلسله مراتبی مطالعه
Figure 1- Hierarchical model of study

که توسط گردشگران روستایی منطقه انجام شد، به مقایسه و رتبه‌بندی روستاهای سه‌گانه پرداخته شده است. محاسبات مورد نیاز با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice انجام شده است. این نرم‌افزار برای تحلیل مسائل تصمیم‌گیری چند معیاره با استفاده از تکنیک فرایند تحلیل سلسله مراتبی طراحی شده و دارای توانایی زیادی است. علاوه بر امکان طراحی نمودار سلسله مراتبی تصمیم و تشکیل ماتریس‌های زوجی و تعیین اولویت‌ها و محاسبه وزن نهایی، قابلیت رتبه‌بندی گزینه‌های تصمیم‌گیری را نیز دارد (۲۲).

نتایج و بحث

جهت نیل به هدف مطالعه، ابتدا عوامل موثر بر گردشگری روستایی از دید گردشگران روستایی استان مورد بررسی قرار گرفته است و با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی اولویت‌بندی شده است. جدول (۱)، اولویت معیارهای مطالعه را از نظر گردشگران روستایی استان نشان می‌دهد. بر این اساس معیار مربوط به زیرساخت‌ها با وزن ۰/۲۹۱ بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده است و بعد از آن به ترتیب معیارهای جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی، تسهیلات و خدمات توریستی و جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و طبیعی

چنانچه بیان شد، مطالعه حاضر در دو سطح پرسش‌گری از گردشگران روستایی استان مازندران و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری صورت پذیرفته است. در مرحله اول این مطالعه، از روش‌های پیمایش میدانی و مطالعات اسنادی جهت تعیین نوع جاذبه‌ها، وضعیت گردشگری در روستاهای هدف و اولویت‌بندی عوامل موثر بر گردشگری روستایی استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز از طریق مصاحبه حضوری و تکمیل پرسشنامه از ۱۵۰ تن از گردشگران روستایی استان و به صورت تصادفی در سال ۱۳۹۴ جمع‌آوری شده است. سپس به منظور رتبه‌بندی روستاهای هدف گردشگری روستایی در استان مازندران، روستاهای استان بر اساس نظر کارشناسان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان به سه گروه روستاهای شرق شامل روستاهای شهرستان‌های گلوگاه، بهشهر، نکا، میان‌دورود و ساری، روستاهای مرکزی شامل روستاهای شهرستان‌های سوادکوه، قائمشهر، جویبار، بابل، بابلسر، فریدون‌کنار، محمودآباد، آمل و نور و روستاهای غرب شامل روستاهای شهرستان‌های رامسر، تنکابن، عباس‌آباد، چالوس و نوشهر تقسیم شده‌اند. در این مرحله، ۱۱ تن از کارشناسان و مسئولین مرتبط با مسایل توسعه روستایی و گردشگری استان، جهت اولویت‌بندی مناطق روستایی مورد مصاحبه قرار گرفتند و با توجه به اولویت‌هایی

با وزن‌های ۰/۲۴۹، ۰/۲۴۰ و ۰/۲۲ قرار دارند. همچنین بر اساس نتایج جدول (۱) ضریب ناسازگاری کمتر از ۰/۱ بدست آمده است که نشان دهنده سازگاری در قضاوت‌ها می‌باشد.

کارشناسان، نسبت به زیرمعیارهایی که گردشگران روستایی اولویت‌بندی نموده‌اند، مقایسه و رتبه‌بندی شده‌اند.

جدول ۲- اولویت‌ها و وزن‌های زیرمعیارهای مطالعه حاضر

اولویت‌ها Priority	گزینه‌ها Options	وزن Weight
1	امنیت Security	0.077
2	امکانات بهداشتی مسیر دسترسی به روستا The health facilities of path to rural	0.075
3	تمیز بودن محیط و وسایل Cleaning of environment and Tools	0.066
4	دسترسی آسان جاده‌ای Easy access to road	0.063
5	برگزاری مراسم سنتی Traditional celebrations	0.063
6	امکان اقامت در خانه‌های روستایی Accommodation possibility in rural homes	0.062
7	معماری و فضای روستا Architecture and village atmosphere	0.0580
8	وجود هتل و مهمان‌پذیر Existence of hotel and hospitality	0.052
9	ارائه غذاهای محلی Introducing the local foods	0.051
10	لباس‌های منحصر به فرد اهالی روستا Unique clothing of villagers	0.051
11	عرضه غذاهای ملی Local food supply	0.051
12	صنایع دستی مخصوص روستا Hand crafts of village	0.051
13	وجود سیستم‌های مدرن ارتباطی Existence of modern communication systems	0.047
14	نزدیکی به جنگل Closing to forest	0.045
15	نزدیکی به دریا Closing to sea	0.045
16	نزدیکی به کوه Closing to mountains	0.043
17	وجود اماکن مذهبی Existence of religious sites	0.041
18	وجود اماکن تاریخی Existence of historical sites	0.037
19	تراکم گردشگران Density of tourists	0.022

مأخذ: یافته‌های تحقیق
Source: Research findings

در نهایت وزن‌ها و اولویت‌های نهایی گزینه‌ها بر اساس نظر کارشناسان و با توجه به اولویت‌های تعیین شده توسط گردشگران

جدول ۱- اولویت معیارهای مطالعه

هدف Goal	معیارها Criteria	وزن Weight
	زیرساخت‌ها Infrastructure	0.291
	جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی Cultural and social attractions	0.249
اولویت‌بندی معیارها Priority criteria	تسهیلات و خدمات توریستی Facilities and tourist services	0.240
	جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و طبیعی Religious, historical and natural attractions	0.220
	ضریب ناسازگاری (Inconsistency factor)	0.001

مأخذ: یافته‌های تحقیق

Source: Research findings

نتایج مربوط به اولویت‌بندی زیرمعیارهای مطالعه حاضر در جدول (۲) نشان داده شده است. بر اساس نظر گردشگران روستایی استان، امنیت با وزن ۰/۰۷۷ از بیشترین اولویت برخوردار بوده است. زیرمعیارهای امکانات بهداشتی مسیر دسترسی به روستا، تمیز بودن محیط و وسایل، دسترسی آسان جاده‌ای، برگزاری مراسم سنتی و امکان اقامت در خانه‌های روستایی به ترتیب با وزن‌های ۰/۰۷۵، ۰/۰۶۶، ۰/۰۶۳، ۰/۰۶۳ و ۰/۰۶۲ در رتبه دوم تا ششم قرار گرفته‌اند. کمترین درجه اهمیت در گردشگری روستایی نیز مربوط به زیرمعیارهای تراکم گردشگران و وجود اماکن تاریخی به ترتیب با وزن‌های ۰/۰۲۲ و ۰/۰۳۷ بوده است.

به منظور قضاوت ارجحیت گزینه‌ها نسبت به معیارها و زیرمعیارها نیز از مقایسه زوجی استفاده می‌شود. فرق این حالت با حالت‌های قبل در این است که در این حالت، مقایسه گزینه‌های مختلف، نسبت به زیر معیارها صورت می‌گیرد؛ اما در حالت‌های قبل، مقایسه زیرمعیارها نسبت به یکدیگر و معیارها با یکدیگر و نسبت به هدف مطالعه انجام می‌شد. سپس این دو مرحله با هم تلفیق می‌شوند تا وزن نهایی گزینه‌ها حاصل شود. چنانچه پیش‌تر بیان شد، روستاهای استان بر اساس نظر کارشناسان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان به سه گروه روستاهای شرق، مرکزی و غرب تقسیم شده‌اند. سپس با توجه به اولویت‌هایی که توسط گردشگران روستایی منطقه انجام شده است، به مقایسه و رتبه‌بندی روستاهای سه‌گانه پرداخته شده است. بدین ترتیب، گزینه‌ها (روستاهای هدف) بر اساس نظر

نتایج این نمودار نشان می‌دهد که روستاهای غربی استان بر اساس سه معیار زیرساخت‌ها، جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی و جاذبه‌های مذهبی، تاریخی و اجتماعی بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده است. بر اساس تغییر وزن معیارها نیز نتایج و تغییرات مربوط به تحلیل حساسیت در جدول (۴) بیان شده است. به توجه به مشاهدات این جدول که بر اساس نظرات کارشناسان حاصل شده است، بر اساس هر سه معیار "روستاهای غرب استان" در بالاترین رتبه‌بندی قرار می‌گیرند.

جدول ۴- رتبه‌بندی گزینه‌ها نسبت به تغییرات معیارها
Table 4- Ranking of options to the criteria change

رتبه‌بندی گزینه‌ها	ناحیه
Ranking of options	Region
A & C > B	1
B > C > A	2
A > B > C	3
A > B > C	4

مأخذ: یافته‌های تحقیق
Source: Research findings

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

توسعه گردشگری که خود فرآیندی از مجموعه عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی می‌باشد، می‌تواند به عنوان عاملی موثر در رونق اقتصادی، کاهش فقر، اشتغال‌زایی، تحقق توسعه پایدار و شکوفا شدن استعدادهای منطقه‌ای محسوب گردد. استان مازندران با برخورداری از توانمندی‌های طبیعی، آثار تاریخی و باستانی و همچنین با برخورداری از موقعیت خاص استراتژیک و تعدد دسترسی‌های منطقه‌ای، پتانسیل لازم جهت توسعه و تبدیل شدن به کانون گردشگری روستایی در شمال کشور را دارا می‌باشد و با سرمایه‌گذاری و تقویت این عوامل می‌تواند به قطب گردشگری روستایی کشور و منطقه تبدیل شود. بررسی ترجیحات گردشگران روستایی استان مازندران، حاکی از آن است که تقویت زیرساخت‌های گردشگری و جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی از مهم‌ترین عوامل موثر در توسعه گردشگری روستایی این استان می‌باشند. نتایج این مطالعه با مطالعه کیم و همکاران (۱۵) همخوانی دارد. به منظور توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری روستایی، زیرساخت‌های مناسب، لازم و ضروری است. وجود امکانات و تسهیلات در هر مکانی سهم زیادی در جذب گردشگر دارد. در مطالعه غفوری و همکاران (۷)، عامل امکانات و تأسیسات، در اولویت سوم عوامل مؤثر بر جذب گردشگر قرار داشته است و در مطالعات جلیل‌وند و همکاران (۱۱)، شیروانی (۴۰) و کوماری و همکاران (۱۷) رتبه دوم را به خود اختصاص داده است.

حاصل شده است. اولویت‌های نهایی در جدول (۳) بیان شده است. بر این اساس، روستاهای غرب استان مازندران از بیشترین اولویت جهت گردشگری روستایی برخوردار می‌باشند و روستاهای مرکزی و شرق استان به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

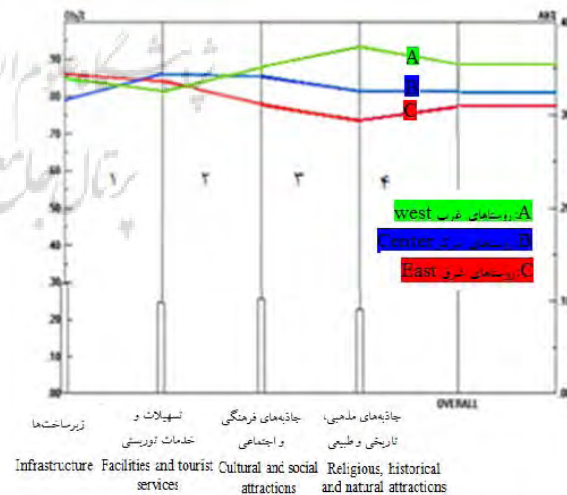
جدول ۳- اولویت‌ها و وزن‌های نهایی گزینه‌های مطالعه حاضر
Table 3- Final priorities and weight of the present study options

اولویت‌ها	گزینه‌ها	وزن‌های نهایی
Priorities	Options	Final weight
1	روستاهای غرب Villages of West	0.36
2	روستاهای مرکزی Villages of center	0.33
3	روستاهای شرق Villages of east	0.31
	ضریب ناسازگاری (Inconsistency factor)	0.001

مأخذ: یافته‌های تحقیق
Source: Research findings

تحلیل حساسیت

نمودار تحلیل حساسیت از یک طرف ارجحیت معیارها را نسبت به یکدیگر مشخص می‌کند و از طرف دیگر گزینه‌ها را از نظر ارجحیت در معیارها و مقدار ارزشی که به خود اختصاص داده‌اند، نشان می‌دهد. محور افقی این نمودار دربرگیرنده معیارها و محور عمودی نشان‌دهنده ارزش هر معیار و وزن نهایی گزینه‌ها است. با توجه به اولویت‌بندی گزینه‌ها، نمودار مربوط به تحلیل حساسیت گزینه‌ها در شکل (۲) ترسیم شده است.



شکل ۲- تحلیل حساسیت گزینه‌ها
Figure 2- Sensitivity analysis of options

(۵) نیز بیان نموده است، برای بهبود بازاریابی و حفظ موقعیت گردشگری باید بر بهبود کیفیت زیرساخت‌های گردشگری تمرکز نمود.

علت عمده ناکافی بودن امکانات و تأسیسات مناسب، عدم سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی است. این مسئله به دلیل عدم شناخت بخش خصوصی از مزایای سرمایه‌گذاری در این بخش است. به نسبت سایر فعالیت‌ها، گردشگری روستایی به دامنه گسترده‌تری از خدمات زیربنایی مانند فرودگاه‌ها، جاده، راه‌آهن، بندر، همچنین خدمات پایه و زیربنایی مورد نیاز مثل هتل‌ها، رستوران‌ها، مغازه‌ها و امکانات تفریحی (ارتباطات، تأسیسات و رفاهی) وابسته است. زیرساخت‌های بنیادی یک منطقه که در خدمت نیازهای کل جامعه و ضرورت‌های توسعه اقتصادی است، اغلب با اندکی گسترش می‌تواند در خدمت گردشگری روستایی قرار گیرد و به نوبه خود زیرساخت‌هایی که به منظور گردشگری روستایی ساخته شده یا توسعه داده شده‌اند، می‌توانند برای تأمین نیازهای جامعه نیز به کار گرفته شوند. زیرساخت‌ها عاملی مهم در جهت توسعه گردشگری روستایی هستند. در این راستا و با توجه به اولویت‌های بیان شده از نظر گردشگران روستایی استان، تجهیز جاذبه‌های گردشگری روستایی به سطوحی از خدمات بهداشتی، درمانی، حمل و نقل، پشتیبانی، تجهیز و تقویت زیرساخت‌های حمل و نقل اعم از نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و دریایی و بهبود مسیر دسترسی به روستاهای استان، ارائه تسهیلات و امکانات مالی و تخصصی برای تجهیز و ساماندهی اقامتگاه‌های روستایی، معرفی جاذبه‌های گردشگری روستایی منطقه از طریق چاپ و انتشار بروشور، تهیه فیلم‌های مستند و... توسعه ورزش‌های آبی (اسکی روی آب، موج‌سواری، قایقرانی و ...) و ایجاد کمپینگ‌ها و اقامتگاه‌های سبک با کلیه تجهیزات مربوطه در سواحل به عنوان راهکارهایی به منظور توسعه گردشگری روستایی در استان مازندران پیشنهاد می‌گردد.

نامناسب بودن زیرساخت‌های موجود در روستاهای هدف استان چهارمحال و بختیاری در مطالعه خاتون آبادی و راست قلم (۱۴)، به عنوان مهمترین نقطه ضعف داخلی و توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف، به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه ضعف مشخص شده است. در مطالعه عبدالمنافی و از کیا (۱) نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن)، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی، نامناسب بودن راه‌ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات، نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی، به ترتیب اهمیت از مهمترین نقاط ضعف، بوده‌اند. در مطالعه موحد و همکاران (۲۶)، اهمیت فرهنگی، بیشترین اولویت را در جذب گردشگری داشته است. نتایج حاصل از مطالعه نعمت گرگانی و همکاران (۲۹) نیز نشان داد، جاذبه‌های طبیعی در اولویت اول، عوامل انسان ساخت در اولویت دوم و مسائل اقتصادی-اجتماعی در اولویت سوم قرار می‌گیرند. کیفیت پایین سیستم حمل و نقل و ضعف زیرساخت‌ها در مطالعه موحد و کهزادی (۲۵) نیز از مهم‌ترین نقاط ضعف گردشگری روستایی استان کردستان شناخته شده است. هنرور و غفوری (۱۰)، تناسب قابلیت‌ها، امکانات و تسهیلات را عامل مؤثری برای توسعه گردشگری ورزش‌های آبی در استان‌های ساحلی جنوب دانسته‌اند. نتایج تحقیق اصفهانی و همکاران (۶) نیز نشان داد، خدمات و اسکان بیشترین اهمیت را در توسعه گردشگری ورزشی داخلی، به خود اختصاص می‌دهند. نوبخت (۳۱) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته است که عوامل ناشی از امکانات و زیرساخت‌ها، در توسعه گردشگری ورزشی در استان اردبیل نقش مؤثری دارند. هال و همکاران (۹) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که تأسیسات و تسهیلات ورزشگاه با جذب گردشگران، رابطه معنی‌داری دارد. نتایج پژوهش سکلیوکین و لانگوین (۳۷) نشان داد، ارائه خدمات با کیفیت مورد نظر گردشگران و بهبود مستمر خدمات، از مهمترین اصول جلب رضایت و تأمین نیازمندی‌های گردشگران است. عراقی

منابع

- 1- Abdolmanafi T., and Azkia M. 2011. Factors affecting tourism in the rural area of Kelardasht, Journal of Agricultural Extension and Education, 4 (1): 99- 113. (In Persian)
- 2- Annual Report of the World Tourism Organization. 2011.
- 3- Barkauskas V., Barkauskiene K., and Jasinskas E. 2015. Analysis of macro environmental factors influencing the development of rural tourism: Lithuanian case. Procedia - Social and Behavioral Sciences 213:167 – 172.
- 4- Baum T., and Szivas E. 2008. HRD in tourism: a role for government? Journal of Tourism Management, 29(4): 783 - 794.
- 5- Eraqi M. 2007. IEgypt as a macro-tourist destination: tourism services quality and positioning. Int. J. Services and Operations Management, 3(3): 279-315. (In Persian)
- 6- Esfahani N., Goudarzi M., Asadi H., Sajadi N., and Esmith S. 2009. Factors affecting the development of inside sport tourism in Iran, Sport Management Quarterly Journal, 1: 159- 175. (In Persian)
- 7- Ghafouri F., Honarvar A., and Nematpoor R. 2014. An investigation of influential factors on development of water sport's tourism in coastal cities of Mazandaran, Journal of sport Management and development, 2 (3): 19-30. (In

- Persian)
- 8- Ghodsi pour H. 2006. Discussions on multi-criteria decision-making (AHP), Amirkabir University, Tehran. (In Persian)
 - 9- Hall J., OMahony B., and Vieceli J. 2010. An empirical model of attendance factors at major sporting events, *International Journal of Hospitality Management*, 29(2): 328-334
 - 10- Honarvar A., and Ghafouri F. 2009. Water sports in the margins of the southern provinces of the Persian Gulf and Oman Sea, *Strategies for development of water sports tourism, heritage and tourism Quarterly*, 1 (1): 9- 27. (in Persian)
 - 11- Jalilvand H., Karami O., Shahnazari A., and Shabani M. 2012. Recreational evaluation using Analytical Hierarchy Process (AHP) and Geographic Information System (GIS) Case: Forest Park of Zare, Mazandaran, *Geography and Development*, 29: 107- 118. (In Persian)
 - 12- Jamshidi Saleh Z., and Talebi M. 2013. Assess factors influencing the development of rural tourism (Case Study: OShian village of Roudsar County). *First National Conference on Tourism, Geography and the Sustainable Environment*. Hamadan. (In Persian)
 - 13- Karami Dehkordi M., Mirakzadeh A.A., and Ghiyasvand Ghiyasi F. 2012. Analysis the effective factors on improvement of rural tourism in viewpoint of villagers of Charmahal-va-Bakhtiyari province, *Geography and environmental planning*, 23, 45(1): 99- 112. (In Persian)
 - 14- Khatounabadi S.A., and Rastghalam M. 2011, Assessment of the four elements rural tourism, using SWOT, case study: Tourism target villages Chaharmahal and Bakhtiari Province, *Journal of Agricultural Economics and Development*, 25(3): 330- 338. (In Persian)
 - 15- Kim K., Bae S., and String D. 2007. The service scape in Golf courses: The effects of physical environment on the consumer internal response and behavior outcome, *Sport Marketing Quarterly*, 40.
 - 16- Košić K., Demirović D., Pejanović R., Lazić L., and Stamenković I. 2015. Key principles of rural tourism households development strategy - case study of Vojvodina. *Economics of Agriculture*: 975-988.
 - 17- Kumari S., Behera M.D., and Tewari H.R. 2010. Identification of potential ecotourism sites in West District, Sikkim using geospatial tools. *Tropical Ecology*, 51.
 - 18- Kurttila M., Pesonen M., Kangas J., and Kajanus M. 2000. Utilizing the analytic hierarchy process (AHP) in SWOT analysis- a hybrid method and its application to a forest certification case, *Forest policy and Economics*, 1:41-52
 - 19- Latifi S., Naderi Mahdei K., and Zoleikhaei Sayar L. 2013, Obstacles affecting the development of tourism activities in the rural areas of Hamadan (emphasis on tourism target villages), *Journal of Regional Planning*, 3 (9): 77- 87. (In Persian)
 - 20- Lee J. 1999. *Tourism development in the third world*, Translated by: A. Roknaddin Eftekhari and M.Salehi Amin, Bazargani Publications company.
 - 21- Liu A. 2006. Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia, *Tourism Management*, 27(5): 878-889.
 - 22- Masoumzadeh, S.M., Torabzadeh, A. 2004, ranking the nation's industrial production, *Quarterly Journal of Commerce*, 3: 67- 81. (In Persian)
 - 23- Mirzaei H., and Jalili S. 2011. Impact of tourism on economic growth (Compare Iran and Selected Countries). *Journal of Economic Sciences*. Forth year. Number 15: 1-24. (In Persian).
 - 24- Mitchell M., and Hall D. 2005. Rural tourism as sustainable business: key themes and issues. In D. Hall, I. Kirkpatrick, & M. Mitchell (Eds.), *rural tourism and sustainable business* Cleve don, UK: Channel View Publications: 3-14.
 - 25- Movahhed A., and Kahzadi S. 2010. Analysis of factors affecting of tourism development in Kurdistan Province using SWOT, *Urban Research and Planning*, 1(2): 85- 102. (in Persian)
 - 26- Movahhed A., Amanatpour S., and Naderi K. 2011. Urban tourism marketing based on brand model with Analytical Hierarchy Process (AHP) case study of Kermanshah, *Specialized Journal of Spatial Planning*, 1(3): 17- 36. (in Persian)
 - 27- Muresan I. C., Oroian C.F., Harun R., Arion F.H., Porutiu A., Chiciudean G.O., Todea A., and Lile R. 2016. Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development. *Sustainability*: 1-14.
 - 28- Najarzadeh M., and Nematollahi M. 2016. Investigate the factors affecting development of rural tourism in line with the stability and development of local communities in the sample areas of tourist. *Journal of geography*. Fourteenth year. Number 49: 225-248. (In Persian)
 - 29- Nemat Gorgani Kh., Saeb K., Arjmandi R., Khorasani N.A., and Mirkarimi S.A. 2011. Ecotourism management strategy in the tourism region of Ramsar with AHP, *Tourism and Sustainable Development Conference*, Islamic

- Azad University of Hamedan. (In Persian)
- 30- Nemati N. 2005. Strategies for the development of tourism in Iran, Articles Collection of Iran economic potentials with emphasis on tourist situation of Iran in the context of globalization, Azad University of Firoozkooh Branch, 107-150. (In Persian)
 - 31- Nobakht F. 2008. The role of contributing to the development of sport tourism in Ardabil Province, The first Conference of Sport Management, North University of Amol. (In Persian)
 - 32- Rajab zadeh A., Khorshidi Gh., and Gholi pour A. 2006, study and analyzes the role of money and capital market in cost of capital of the company (comparative analysis and industry sector in Iran), Journal of Economic Research, 1(6): 13- 32. (In Persian)
 - 33- Rezaei R.A., Hosseini S.M., Ranjbaran P., and Safa L. 2011. Negative effects of tourism in the village of Abyaneh, Isfahan Province Using factor analysis, Journal of tourism space, 1 (1): 4- 27. (In Persian)
 - 34- Saaty T.L. 1980. The analytic hierarchy process. McGraw-Hill, New York.
 - 35- Saaty T.L. 1996. Decision making with dependence and feedback: the analytic network process, RWS Publications, Pittsburg.
 - 36- Saaty T.L. 2005. Theory and applications of the analytic network process: decision making with benefits, opportunities, costs, and risks. RWS Publications, USA
 - 37- Sekliuckiene J., and Langviniene N. 2009. Service perspectives in healtiness and sport tourism in Lithuania: case study spa, Journal Economics & Management, 14: 505- 512.
 - 38- Shahnoushi Frooshani N. 2007. Potential capacity of provincial revenues and solutions to improve its estimates, Management and Planning Organization of North Khorasan Province. (In Persian)
 - 39- Sharpley R. 2002. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus, Tourism Management, 23(3): 233-244.
 - 40- Shiravani Z. 2009. Comparative evaluation of recreational forests of Neka Zalemrood with AHP and Gulz- Demirl and Makhdoum, M.Sc thesis of Mazandaran University. (In Persian)
 - 41- Snieška V., Barkauskiene K., and Barkauskas V. 2014. The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case. Procedia - Social and Behavioral Sciences 156: 280 – 285.
 - 42- Streimikiene D., and Bilan Y. 2015. Review of rural tourism development theories. Transformations in Business & Economics. 14(2): 21-34.
 - 43- Su B. 2011. Rural tourism in China, Tourism Management, In Press, Corrected Proof.
 - 44- Sugiarti R., Ernawati D., and Birtles A. 2000. The potential for developing ecologically sustainable rural tourism in Surakarta, Indonesia: a case study. ASEAN Journal on Hospitality and Tourism, 2:78-90.
 - 45- Taghdisi A., Varesi H.R., Ahmadian M., and Asgari H. 2015, Identify and analyze the factors affecting the development of tourism in rural areas (Case Study: Rural areas in Jiroft), Journal of Research and Rural Planning, 4 (1): 1-14. (In Persian)
 - 46- UNWTO Annual Report. 2014.
 - 47- World Tourism Organization. 2011. National and regional tourism planning: case studies (Asia and Iran). London.
 - 48- Yazdanbakhsh S. 2011. Identify factors affecting the food and beverage production capacity and provide appropriate strategies to improve the situation of the industry, Master's Thesis, Ferdowsi University of Mashhad, School of Agriculture. Department of Agricultural Economics. (In Persian).
 - 49- Zangi Abadi A., Mohammadi J., and Zirak Bash D. 2006. Domestic tourism Analysis of Esfahan city. Journal of Geography and Development. Forth year. Successive Number, 8: 131-156. (In Persian)