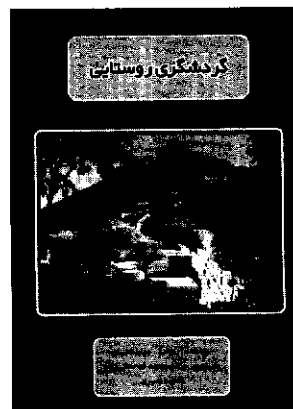
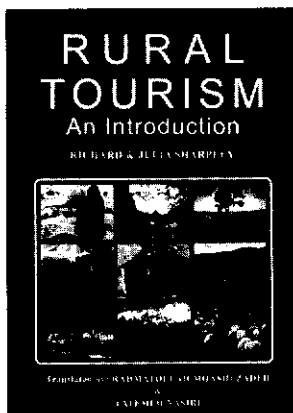


گردشگری روستایی

○ تریفه اسماعیلی



○ گردشگری روستایی
○ تألیف: ریچارد جولیا شارپلی
○ ترجمه: دکتر رحمت‌الله منشی‌زاده و فاطمه نصیری
○ ناشر: منشی، تهران، چاپ اول، آبان ۱۳۸۰، ۲۰۶ ص

اهمیت اساسی برخوردار است این که گردشگری با تمامی انواع و اشکالش، می‌رود تا به عنوان اولین فعالیت پیشیناز اقتصاد جهانی بدل گردد.

گردشگری روستایی نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین شکل‌های گردشگری، سهم برجسته‌ای را در این خصوص به خود اختصاص می‌دهد. در عصر کنونی گردشگری روستایی یکی از مردمی‌ترین انواع گردشگری محسوب می‌گردد. با توجه به این که روستاهای ایران از جاذبه‌های فرهنگی و هنری متنوع و جذابی برخوردار است. این وضعیت می‌تواند گردشگران را جذب مناطق بکر و طبیعی روستاها بکند. به عبارت دیگر، روستا به جای خالی شدن از جمعیت و مهاجرت، می‌تواند کانون جذب گردشگری و توسعه اقتصاد منطقه‌ای باشد.

کتاب گردشگری روستایی نوشته ریچارد جولیا شارپلی، از برجسته‌ترین محققان در زمینه گردشگری و توریسم، ترجمه دکتر رحمت‌الله منشی‌زاده و خانم فاطمه نصیری تلاشی است برای معرفی قابلیت‌های روستا برای جذب گردشگران.

این نگرش می‌تواند راه‌حلی برای جلوگیری مهاجرت‌های زیاده از حد روستاییان و گسترش درآمد در روستا باشد.

بر این اساس شرایط فرهنگی و اجتماعی محیط طبیعی و جغرافیایی ایران می‌تواند در کانون توجه این نگرش باشد.

کتاب با مقدمه مترجمان و پیشگفتار مؤلف شروع می‌شود و در هفت بخش پی‌گیری می‌شود.

تقاضا و تمایل برای گردشگری با انگیزه‌های مختلف به منظور تفریح، زیارت و تجارت در تمامی جهان در حال افزایش است. در مورد اهمیت گردشگری روستایی هیچ شکی وجود ندارد. نزدیک دو بیست سال از زمانی که اولین گردشگران، شجاعت و جسارت رفتن به کوه‌های آلپ در اروپا، بیابان‌های غرب آمریکا و یا سرزمین‌های بلند و کوهستانی انگلستان را پیدا کردند، سپری شده است.

به طور کلی مقصد بسیاری از مردم اروپا در تعطیلات، مناطق روستایی است و در زمان تعطیلات کوتاه مدت این رقم به یک سوم افزایش می‌یابد و اگر مقصد مناطق کوهستانی باشد، این ارقام به دو برابر افزایش می‌یابد.

گردشگری اکنون به عنوان صنعتی پویا با ویژگی‌های توسعه مدارانه خود سهم عمده‌ای از فعالیت‌های تولیدی را در بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به خود اختصاص داده است. این صنعت با توجه به منابع مالی صرف شده و افراد درگیر با آن، یکی از بزرگترین صنایع جهانی را تشکیل می‌دهد. رشد این صنعت در هر منطقه‌ای نیاز به استراتژی مناسب، برنامه‌ریزی مشارکتی و مدیریت فعالانه دارد.

این صنعت سومین رده را در تراز مالی جهانی داراست و بیش از هفت درصد کل صادرات دنیا را دربر می‌گیرد. این صنعت تولید ناخالص ملی (Gross National Product) تمام کشورها را نیز تحت‌تأثیر قرار داده است. دلیل اهمیت یافتن صنعت گردشگری در جهان امروز به ریشه‌های فناورانه اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و حتی سیاسی برمی‌گردد.

در جهان امروز که فناوری مدرن دگرگونی‌های همه جانبه را پدید آورده و ارتباطات و حمل و نقل نیز بسیار پیشرفت کرده است، جدا از عوامل سازنده، پیامدهای منفی این روند زندگی، انسان را به ویژه در جوامع شهری با مشکلات زیادی هم‌چون خستگی شدید و طاقت‌فرسای روانی و جسمی، ماشینی شدن زندگی، گرفتار در آیدنولوژی نابسامان شهرسازی و معماری با غلبه تکنیک آهن و آسفالت، و نظایر اینها مواجه ساخته است. به عبارتی دیگر تحولات بعد از انقلاب صنعتی، گرایش به شهرنشینی را در جوامع انسانی بیش از حد افزایش داد. اکنون که جدا از اثرات مثبت شهرنشینی، اثرات منفی آن انسان را به خطرناک‌های روستاها و باغات، مراکز کشاورزی و گردشگاه‌های روستایی می‌کشاند به نظر می‌رسد علاوه بر گسترش گردشگری در همه ابعادش، توسعه گردشگری روستایی در جوامع سنتی مثل ایران که دارای مراکز روستایی فراوان و متنوع است می‌تواند پشتوانه اقتصاد منطقه‌ای و حسابرسی‌های ناحیه‌ای باشد.

به عبارت دیگر در دوران ما گردشگری به یک واقعیت مهم اجتماعی تبدیل شده و در سایه ابعاد اجتماعی‌اش سوددهی‌های اقتصادی آن بسیار قابل توجه است. به طوری که کشورهای مختلف جهان در سال ۱۹۹۹ میلادی ۴۵۵ میلیارد دلار از قبل فعالیت گردشگری درآمد داشته‌اند. آنچه در این مقوله از

اندیشه پایه گذاری گردشگری روستایی، به منظور بازدید از مناطق روستایی که شامل اهداف تفریحی می‌شود، در ابتدا در اثر صنعتی شدن و شهرنشینی سریع جوامع غرب طی قرن نوزدهم در کنار عواملی چون حمل و نقل، افزایش درآمد و اوقات فراغت پدید آمد و این امکان را ایجاد کرد که تعداد بیشتری از حومه شهرها دیدن کنند.

اساساً تحول تدریجی جامعه از شکل روستایی به سبکی که عمدتاً شهری بود، عامل اصلی توسعه گردشگری روستایی است.

در این کتاب تلاش شده با تحلیل پیچیدگی صنعت گردشگری روستایی و چالش‌های فراروی آن، راه‌های پایداری و توسعه این صنعت نشان داده شود. این نوشته با تحلیل مشکلات صنعت گردشگری و سیاست‌های گردشگری می‌خواهد نیاز به گردشگری روستایی را به عنوان بخش مهمی از گردشگری بررسی کند. نویسنده نقش و لزوم گردشگری در توسعه اجتماعی - اقتصادی و یازسازی مناطق روستایی را مورد بررسی قرار می‌دهد. هدف کلی این کتاب شرح و تحلیل جریان‌هایی است که گردشگری روستایی به طور اجتناب‌ناپذیری با آن مواجه و در ارتباط است.

بخش اول «مفهوم گردشگری روستایی» به بررسی مفهوم گردشگری روستایی و مفهوم روستا می‌پردازد. بیشترین توجه این بخش به ارتباط میان گردشگری و سیاست‌های کشاورزی و راه‌هایی که موجب می‌شود گردشگری در بسیاری از مناطق روستایی به بخشی درآمدزا تبدیل شود، معطوف شده است. به طور کلی از بخش اول چنین استنباط می‌شود که گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که مبتنی بر اصول و مباحث علمی است و مفهومی فراتر از تصور و بیان دارد و بخش زیادی از فعالیت‌ها و کارهای تفریحی عمده را شامل می‌شود که ممکن است برخی از آنها نسبت به بقیه، حالت سنتی بیشتری داشته باشد و در محیط‌های گوناگون انجام شوند. بنابراین بدیهی است که ساده‌ترین تعریف گردشگری روستایی این است که گفته شود نوعی از گردشگری است که در روستا و مناطق روستایی اتفاق می‌افتد.

گردشگری روستایی را می‌توان از دو نظر بررسی کرد. از نظر مفهومی حالت مطلوبی از روح است و از نظر فنی، اصطلاحی مطابق با فعالیت‌ها، مقاصد و سایر ویژگی‌های قابل لمس است. با این همه گردشگری روستایی نوعی فعالیت اقتصادی است که به روستا بستگی دارد و از آن بهره می‌برد.

این بخش شامل این مباحث است: تعریف گردشگری روستایی، محدوده گردشگری روستایی، کار برد زمین‌های کشاورزی در اقتصاد، اهمیت فرهنگی روستا، فلسفه توسعه گردشگری روستایی.

بخش دوم «روستا، منبع درآمدی برای گردشگران» نام گرفته است. در بسیاری از مناطق کشورهای پیشرفته و یا در حال توسعه، گردشگری روش ارزشمند و مهمی برای پشتیبانی و تنوع اقتصاد جوامع روستایی است و به دلیل کم‌رنگ شدن نقش کشاورزی و افزایش زمین‌های بایر در مناطق روستایی، گردشگری تبدیل به فرآورده‌های نقدینه‌ساز در مناطق روستایی شده است. بنابراین رابطه‌ای دو طرفه بین گردشگری روستایی و منابع آن وجود دارد.

هدف این بخش معرفی روستا به عنوان منبعی برای گردشگری است و امور مختلفی را که به روستا وابسته‌اند معرفی می‌کند. بخصوص ارتباط میان سیاست‌های توسعه کشاورزی و رشد گردشگری را شرح می‌دهد و سپس فواید و اثراتی که مرتبط با گردشگری هستند مورد بررسی قرار می‌دهد. در بخش دوم سه موضوع تحلیل و ارزیابی می‌شود:

- ۱- روستا منبعی چند منظوره است که بسیاری از نیازها، مثل گردشگری را برطرف می‌کند و فواید بسیاری دارد.
 - ۲- روستا منبعی محدود و نابودشدنی است.
 - ۳- برنامه‌ریزی و مدیریت جدی لازم است تا بتوان اختلاف سلیقه‌ها را به حداقل رساند و از کاربرد و تداوم منابع روستایی اطمینان حاصل کرد.
- به طور کلی برخی از کاربردها مثل کشاورزی و جنگل‌داری جزء لاینفک

طبیعی و اجتماعی روستا هستند، در حالی که سایر نیازها مثل خانه‌سازی و جاده‌سازی، ذخایر روستا را کاهش می‌دهند یا به کلی از بین می‌برند، زیرا روستا منبعی است که نیازهای گوناگون دارد و نباید با برطرف کردن یک نیاز مانع کاربردهای دیگر آن شد به عبارت دیگر هر چه نفوذ یک بخش بیشتر شود، سایر بخش‌ها کمتر قادرند از منابع روستا بهره‌برداری کنند. به اختصار باید گفت رابطه‌ای متقابل میان همه نیازهای روستا وجود دارد. البته ماهیت این رابطه در حال تغییر است، مخصوصاً هر چه سهم کشاورزی در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد کاهش یابد، گردشگری تبدیل به فعالیت اقتصادی عملی و مناسب در مناطق روستایی می‌شود.

امروزه گردشگری به عنوان فرآورده جدید نقدینه‌ساز درآمد و راه علاج همه جوامع روستایی است که با مشکلات اقتصادی روبرو هستند. هنوز هم گردشگری به وسیله بخش‌ها و فعالیت‌هایی چون جنگل‌داری، ذخیره آب و حفظ محیط‌زیست در حال پیشرفت است که نه تنها یک رابطه متقابل میان کاربری‌های متفاوت منابع روستایی را نشان می‌دهد، بلکه یک نوع پیوستگی متقابل را هم بین آنها نشان می‌دهد. موفقیت گردشگری روستایی مرهون محیط‌زیست سالم و جالب توجه روستا است. بنابراین لازم است که تمام نیازهای مختلف روستا به طور صحیح اداره شوند و بین آنها تعادل برقرار گردد و در عین حال باید مطمئن بود که خودگردشگری از کیفیت و جاذبه‌های منابعی که به آنها وابسته است، نمی‌کاهد. به همین جهت درک ویژگی‌های نیازهای گردشگری روستایی و راه‌هایی که می‌توان این نیازها را برطرف کرد، حائز اهمیت است. این موضوعات در بخش‌های بعدی کتاب تحلیل و مورد توجه قرار می‌گیرند.

در بخش سوم با اشاره‌ای به رشد تاریخی گردشگری روستایی و تجزیه و تحلیل دلایل علاقه به گردشگری روستایی، انگیزه ایجاد این علاقه بررسی شده است. درک نیازهای گردشگری در برنامه‌ریزی و اداره جریان گردشگری اهمیت اساسی دارد.

بدون اطلاعات دقیق و آمار و ارقامی که مربوط به نیازهای حال و آینده گردشگری‌اند، دولت‌ها، آژانس‌های مسافرتی و هریک از متصدیان امر گردشگری قادر نخواهند بود، سیاست‌های گردشگری را اجرا کنند.

هدف این بخش ارائه شرح کوتاهی از توسعه تاریخی گردشگری روستایی و بررسی نیازهای آن است. در این بخش عوامل بیشتری که ممکن است در این نیازها دخالت داشته باشد، بیان شده‌اند و به برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر که منوط به شناسایی و فهم این عوامل هستند، اشاره شده است. در عین حال معیارهایی که گردشگری طبق آنها سنجیده می‌شوند مخصوصاً طول مدت بازدید، مورد توجه قرار گرفته‌اند. به طور کلی از این بخش، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که در خلال قرن نوزدهم و بیستم میلادی گردشگری روستایی به عنوان بخشی مجزا و قابل تشخیص از گردشگری ظاهر شد و توسعه یافت که در نتیجه آن، سفر و حمل و نقل آسان شد و میزان درآمد و اوقات فراغت افزایش یافت. با این وجود به دلیل اینکه روستا در رقابت با مکان‌ها و جاذبه‌های جدید گردشگری قرار گرفته دچار تحولاتی شد. گردشگری، مورد درخواست افراد بسیاری بوده و تقاضا برای آن از طرف متمولان رو به افزایش است. آمار ویژگی‌های مهم این تقاضا را نشان می‌دهد. اگر چه بخش گسترده‌ای از بازدیدها از جانب قشر کوچکی صورت گرفته است، اما تعداد بازدیدکنندگان داخلی که روزانه گردشگری روستایی را مورد توجه قرار می‌دهند، بسیار زیاد است.

بسیاری از گردشگران به وسیله خودرو شخصی به روستا سفر می‌کنند و در فعالیت‌های داوطلبانه غیر رسمی شرکت می‌نمایند، با اینکه مکان‌های سازمان یافته رسمی برای گردشگران محبوب‌ترند اما تعداد کمی از گردشگران روستایی را به خود جذب می‌کنند. انگیزه بسیاری از گردشگران از دیدن روستا، علاقه‌مندی به تجربه محیط

موفقیت گردشگری روستایی مرهون محیط‌زیست سالم و جالب توجه روستا است. بنابراین لازم است که تمام نیازهای مختلف روستا به طور صحیح اداره شوند و بین آنها تعادل برقرار گردد و در عین حال باید مطمئن بود که خودگردشگری از کیفیت و جاذبه‌های منابعی که به آنها وابسته است، نمی‌کاهد

مشارکت در اوضاع اقتصادی و اجتماعی مناسب روستا و جوامع روستایی، اطمینان بخشند.

در عین حال لازم است که خدمات گردشگری روستایی با سایر نیازهای روستا در تناسب باشند، بنابراین ارتباط و همکاری سازنده میان سازمان‌هایی که با این امر مرتبط هستند ضروری است.

یکی از راه‌های دست یافتن به آن از طریق بازاریابی گردشگری روستایی است که موضوع بخش پنجم کتاب می‌باشد. به عبارت دیگر بازاریابی گردشگری روستایی و فعالیت‌های ضروری برای به کار بردن انواع فنون بازاریابی در گردشگری و فواید حاصل از انجام آنها در بخش پنجم مورد بررسی قرار گرفته است. به نظر می‌رسد رسیدن به بازاریابی موفق گردشگری روستایی غیرممکن است. در حالی که برخی می‌گویند گردشگری روستایی از هزاران فرآورده روستایی «کالا و خدمات» تشکیل شده که با اتحاد بخش خصوصی و دولتی به تعداد زیادی از مردم ارائه داده می‌شود، تعجب‌آور نیست که بازاریابی گردشگری روستایی کاری غیرممکن به نظر می‌رسد. پراکندگی فرآورده‌های گردشگری روستایی در عین اینکه بازاریابی گردشگری روستایی را دشوار می‌کنند بر ضرورت آن نیز تأکید می‌نمایند. این پدیده به دلیل فقدان سازمانی مشخص در زمینه گردشگری روستایی به وجود می‌آید. زیرا روش‌های بازاریابی و مدیریت به منظور مرتبط کردن اجزاء مختلف گردشگری روستایی با نیاز طرفداران آن، حائز اهمیت است.

بنابراین اصلی‌ترین هدف این فصل بیان موانعی است که بر سر راه بازاریابی گردشگری روستایی قرار گرفته و نیز راه‌های از بین بردن آنهاست. مخصوصاً به مفهوم و کاربرد بازاریابی در ارتباط با سازمان‌های مختلف که دست‌اندرکار گردشگری روستایی‌اند، اشاره می‌کند و بر شیوه‌های گسترده و هماهنگ در امر بازاریابی اشاراتی دارد.

به طور کلی از مباحث این بخش نتیجه‌گیری می‌شود معمولاً بازاریابی فعالیت‌هایی است که در رابطه با صنعت گردشگری روستایی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد و در بخش خصوصی فعالیت‌هایی به شمار می‌رود که تحت نفوذ تعدادی از شرکت‌های کوچک و سازمان‌هایی است که فاقد منابع مالی، تجربه یا

روستایی است تا شرکت در فعالیت‌های مشخص، بنابراین مهم‌ترین تجربه‌ای که گردشگران از گردشگری روستایی کسب می‌کنند، این است که روستا با زندگی مدرن شهری تقابل دارد. در هر صورت شرط لازم برای موفقیت گردشگری روستایی این است که توسعه گردشگری روستایی با محافظت بیشتر منابع روستایی در ارتباط باشد.

بخش چهارم با عنوان «خدمات گردشگری روستایی» شامل مباحثی چون فرآورده کلی گردشگری روستایی، خدمات بخش دولتی گردشگری روستایی، پارک‌های ملی، راه دستیابی به گردشگری روستایی، خدمات بخش خصوصی گردشگری روستایی، جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری روستایی است. اگر چه تقاضا و خدمات گردشگری روستایی دو روی یک سکه‌اند، اما هیچ نقطه مشترکی میان آنها وجود ندارد. هدف این بخش بررسی قسمت‌های متفاوت خدمات گردشگری روستایی است. برای سهولت، نقش‌ها و فعالیت‌های بخش دولتی و خصوصی به طور جداگانه مورد بررسی قرار گرفته‌اند و درباره محدودۀ وسیع جاذبه‌ها، امکانات و فعالیت‌هایی که خدمات گردشگری روستایی را دربر می‌گیرند، مانند نقش پارک‌های ملی، شرحی کوتاه و کلی ارائه شده است. چکیده مباحث این بخش این است که مهیاسازی گردشگری روستایی روند پیچیده‌ای است. گردشگری روستایی تنها شامل جاذبه‌ها، امکانات و فعالیت‌های تفریحی نمی‌شود. از نظر بسیاری از دیدارکنندگان، محیط‌زیست روستایی و درک مفهوم روستا، بخشی از تجارب گردشگری هستند. علاوه قسمتی از گردشگری روستایی که در مالکیت بخش خصوصی است. تبدیل به منبعی چند منظوره و آسیب‌پذیر شده است. بنابراین گردشگری روستایی تنها از طریق تعداد زیادی از مشاغل کوچک‌تر بخش خصوصی که صنعت گردشگری روستایی را تشکیل می‌دهند، اداره نمی‌شود، بلکه بسیاری از سازمان‌های بخش دولتی نیز در این امر دخالت دارند. این بخش شامل سازمان‌هایی با مسئولیت‌های ویژه برای مهیا ساختن امکانات تفریحی، مثل پارک‌های ملی یا انجمن‌های توریستی یا آژانس‌های توسعه روستایی است.

لازم است بخش‌های دولتی و خصوصی، نیازها و انتظارات گسترده گردشگران را برآورده کنند و بدین ترتیب به آنها از جهت منابع روستایی و

علاقه‌مندی به مشارکت در بازاریابی هستند و در بخش دولتی، بازاریابی باید در اولویت اژانس‌هایی که در توسعه سهم‌اند، از قبیل سازمان‌های جنگلداری یا سرویس‌های مشاوره‌ای قرار بگیرد، در حالی که این سازمان‌ها با بی‌تفاوتی از آن صرف‌نظر می‌کنند.

با این حال بازاریابی بر نقش گردشگری به عنوان وسیله‌ای برای احیای مناطق روستایی، تأکید می‌کند و هر

قدر که بازار گردشگری در عرصه‌های محلی، ملی و بین‌المللی رقابتی‌تر شود، همان‌گونه که اشاره شد، نیاز بیشتری برای شیوه‌ای که شامل بازاریابی در تمام سطوح صنعت گردشگری باشد احساس می‌شود.

به طور مثال همانطور که اسلی و لیز بیان می‌کنند، اگر بخش گردشگری کشاورزی به قابلیت‌های اقتصادی خود پی ببرد، آگاهی بیشتری برای پذیرش اصول بازاریابی لازم خواهد بود. به منظور دست یافتن به چنین امری باید موانع زیادی برداشته شوند، تجارب اخیر نشان داده‌اند که مشارکت سازمان یافته و مؤثر، زمینه مساعد را برای توسعه سیاست‌های هماهنگ بازاریابی که مورد نظر شرکت‌ها هستند فراهم می‌کند. با این وجود، برای پی بردن به ساختارها و شیوه‌هایی که مناسب مناطق مختلف گردشگری روستایی هستند، باید تحقیقات بیشتری انجام شود.

بخش ششم بر لزوم برنامه‌ریزی و مدیریت قابل اجرا در گردشگری روستایی تأکید دارد. مباحث این بخش شامل ضرورت برنامه‌ریزی و مدیریت طرح‌ها و پیشنهادات، مدیریت اجرایی، توسعه گردشگری پایدار روستایی، مدیریت گردشگر، سازماندهی منابع روستایی، مشارکت جوامع محلی در گردشگری روستایی، مشارکت در توسعه گردشگری روستایی و مدیریت گردشگری می‌شود.

از اوایل دهه ۱۹۸۰ مناطق روستایی در بسیاری از کشورهای پیشرفته که از تحولات زیربنایی که در اقتصاد ملی و ناحیه‌ای رخ می‌دهند، تأثیر پذیرفته‌اند. مناطق کمی توانسته‌اند از مشکلات کاهش جمعیت، پایین آمدن سطح اشتغال‌زایی و درآمد، خدمات دولتی کم و از یاد بردن هویت روستایی و فرهنگی، بگریزند. بنابراین، باید پذیرفت که سیاست‌های جدید برای کمک به اصلاح اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی نیاز است.

اگر چه بیشتر از یک قرن گردشگری در بسیاری از مناطق روستایی وجود داشته است و در بسیاری از مناطق منبع اصلی درآمد و اشتغال‌زایی بوده است، اما همواره خلأ برنامه‌ریزی کارآمد در سیاست‌های توسعه روستا برای فراهم‌آوری و یکپارچه کردن گردشگری احساس شده است.

لذا هدف اصلی این بخش، بررسی ضرورت مدیریت و برنامه‌ریزی مؤثر در زمینه گردشگری روستایی است که طی آن بسیاری از جریان‌ها و مسائل مربوط به آن را مورد بحث قرار می‌دهد. به ویژه بر لزوم شیوه‌های جامع و یکپارچه برای توسعه گردشگری روستایی تأکید می‌کند.

به هر حال نتیجه‌گیری می‌شود که گردشگری نقش مهمی در احیای و تنوع اقتصاد جوامع روستایی ایفاء می‌کند. در عین حال گردشگری می‌تواند در حفظ و تجدید حیات محیط‌زیست‌های روستایی تغییر ایجاد کند. بنابراین تعجب‌آور نیست که بسیاری از کشورها گردشگری را موجب آسیب‌رسانی به مناطق روستایی خود می‌دانند.

موضوعات دقیق و برنامه‌ریزی روستایی که مربوط به بازارهای حال و آینده گردشگری است، دولت‌ها، اژانس‌های بین‌المللی و شرکتی از متصدیان امور گردشگری قادر نخواهند بود، سیاست‌های گردشگری را اجرا کنند

بنابراین همانطور که در این قسمت بیان شد، برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر لازم است تا فواید حاصل از توسعه گردشگری افزایش یافته و زیان‌ها یا تأثیرات منفی در جوامع پذیرای گردشگری، تقلیل یابند. این امر نیازمند یک برنامه‌ریزی هماهنگ و حساب شده است تا اطمینان دهد که گردشگری، بیشتر راهی برای دستیابی به توازن و توسعه پایدار مناطق روستایی است و

به هیچ وجه راه حل آخر نیست. بنابراین مشارکت جوامع و همه افراد و سازمان‌های ذی‌ربط و طرح‌های مفید مدیریت گردشگران، همه از ارکان ضروری روند برنامه‌ریزی و مدیریت هستند. به علاوه این روندی است که باید ادامه یابد.

بخش هفتم در پی یافتن «عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی» است. این بخش به بحث درباره جریان‌های دست‌یابی به روستا، میزان ارزش روستا، دریافت وجه برای اداره امور گردشگران، دریافت وجه برای حفظ محیط‌زیست، حمل و نقل پایدار در روستا، راه حل مشکل ترافیک، روند خانه‌سازی در روستاها، مالکیت خانه‌های بیلاقی، گریز از شهرنشینی و ضرورت تحقیقات گسترده‌تر به منظور دسترسی به راهکارهای مناسب می‌پردازد.

هدف این کتاب تحلیل گردشگری روستایی بوده است، ولی به نظر می‌رسد به بسیاری از موضوعات و جریان‌ها، آن‌گونه که شایسته است توجه نشده است. به طور مثال نقش پارک‌های ملی به عنوان ابزاری برای ایجاد تعادل میان نیازهای گردشگری و حفظ محیط‌زیست، برنامه‌ریزی در مورد توسعه گردشگری روستایی پایدار، روش‌های ویژه بازاریابی یا راه‌های مدیریت گردشگران در روستا، همه در بررسی گردشگری روستایی از اهمیت ویژه برخوردارند ولی در این کتاب به تجزیه و تحلیل عمیق آنها پرداخته نشده است. علاوه بر این بهتر بود، مترجمان محترم شرح حال کوتاهی از مؤلف ارائه می‌کردند تا خوانندگان با سوابق و تجربیات نویسنده و کشور او آشنا شوند.

در یک جمع‌بندی نهایی می‌توان چکیده کتاب را چنین بیان کرد:

- گردشگری برای احیای و تنوع اجتماعی - فرهنگی مناطق روستایی راه مناسبی است و توجه به ارتقاء آن روزافزون است.
- علاقه‌مندی به گردشگری روستایی در تعطیلات مختلف به طور چشمگیر افزایش می‌یابد.

- بیشتر گردشگران روستایی خواستار آزادی، آسایش، فضای روستایی و امکان انجام فعالیت‌های تفریحی اختیاری و غیر رسمی هستند.
- توسعه گردشگری روستایی باید با دقت برنامه‌ریزی و اداره شود تا مبدا منابعی که گردشگری به آنها وابسته است نابود شوند.

به هر صورت با توجه به اینکه ایران دارای ویژگی‌های توسعه گردشگری روستایی است این کتاب می‌تواند منبع ارزشمندی برای توجه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری روستایی قلمداد شود.

و می‌تواند در مدیریت و برنامه‌ریزی برای گسترش گردشگری روستایی بسیار مؤثر واقع شود. از ویژگی‌های بسیار خوب این کتاب خلاصه مطالب در انتهای هر بخش است که خواننده را در درک مطلب به صورت عمیق یاری می‌کند. علاوه بر این کتاب دارای یازده پی‌نوشت است که هر کدام آنها به تحلیل و بررسی بخشی از توسعه گردشگری روستایی پرداخته است.