

مدیریت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی

(مطالعه موردی: روستاهای استان سمنان) ۱

*سیدخلیل سیدعلی پور** دکترناصرآقبالی*** دکترعباس بخشنده نصرت

تاریخ دریافت مقاله : ۱۳۸۸/۰۷/۱۹

تاریخ پذیرش مقاله : ۱۳۸۹/۰۲/۲۲

چکیده:

مدیریت امور گردشگری در سطح ملی از وظایف و مسئولیت های دولت است که خط مشی و سیاست های کلی ، وضع مقررات ، ترتیبات اداری ، منابع مالی و سهم هر یک از بخش های عمومی یا خصوصی توسط دولت مشخص می شود .

در کشورهای توسعه یافته

و خصوصاً انجام می گیرد. بدین ترتیب برنامه ریزی و مدیریت گردشگری روستایی وظیفه تعداد زیادی از سازمان های بخش دولتی و خصوصی و شوراهای اسلامی روستاهاست که به طور مستقیم یا غیر مستقیم در گردشگری دخالت دارند .

استان سمنان از سکونتگاههای روستایی متنوع و جاذبه های گردشگری زیادی برخوردار است ، که در این تحقیق روستاهایی که از پتانسیل های گردشگری بیشتری برخوردارند و همچنین سازمانهای متولی گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. ابزار جمع آوری اطلاعات کتابخانه ای و میدانی است. واز روش توصیفی و پیمایشی استفاده شده است . برای جمع آوری داده ها از دو نوع پرسشنامه استفاد گردید که در آن از یکسوساکنان روستایی و گردشگران وازسوی دیگر سازمانهای متولی گردشگری به این پرسشنامه ها پاسخ داده واطلاعات جمع آوری شده از طریق نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است ودر اثبات یارد فرضیات از آزمون ویل کاکسون استفاده شده است.

کلیدواژه ها:

گردشگری روستایی، توسعه، مدیریت ، استان سمنان، سازمانهای متولی گردشگری، توسعه روستایی.

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید . بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی در آمد، اشتغال ، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیر بنایی می دانند. مردم به دلایل متعدد و پیچیده به مسافرت می روند فزاینده گردشگری در دوره ای نسبتاً کوتاه باعث شده است و عواملی که در این زمینه نقش اصلی ایفا می کنند، بسیار مورد توجه قرار می گیرند.

بسیاری از ساکنان کشورها، یعنی همان کسانی که زمانی مسافرت و جابجایی را بعید می دانستند، اینک می توانند، از نظر مالی از عهده این رفت و آمدها برآیند و چنین مسافرت هایی داشته باشند. ایجاد میهمانخانه ها ، استراحتگاهها و مکان های تفریحی در نقاط مختلف به صورت یکی از اقدام عمده بودجه شهرهای بزرگ درآمده است و همگی در صدد ایجاد استراحتگاهها و میهمان پذیرها در کنار فرودگاهها و مناطق روستایی بر آمده اند. و نیز کارهایی را که دفاتر گردشگری در بخش دولتی ارائه می کنند.

و سرانجام تکنولوژی پیشرفته همه باعث شده اند که مسافران بالقوه کنونی بتوانند به مسافرت هایی سالم ، بی

۱ سیدخلیل سیدعلی پور، دانش آموخته دکتری تخصصی جغرافیا دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

عهده دار مکاتبات ، آدرس الکترونیکی : s.kh.sap@iaufb.ac.ir

دکتر ناصر آقبالی، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

دکتر عباس بخشنده نصرت، استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

این مقاله از رساله دکتری که در تاریخ ۱۳۸۸/۱۱/۱۷ در واحد علوم و تحقیقات دفاع شده است، استخراج گردیده است. ۱

بیان مسأله:

انسانها به دلایل مختلف گردشگری را انتخاب می کنند به علت تغییر موقت محیط، استراحت، تفریح، آشنایی با آداب و رسوم و اوقات فراغت از بزرگترین انگیزه های آنان محسوب می شود. امروزه گردشگری روستایی به یکی از فعالیتهای پیشتاز اقتصادی تبدیل شده است و مطالعات نشان می دهد بین توسعه گردشگری روستایی و جذب گردشگر و افزایش درآمد اقتصادی رابطه مثبتی وجود دارد، گردشگری روستایی می تواند راهکاری مناسب برای توسعه و کسب درآمد و افزایش اشتغال و ... باشد. استان سمنان نیز با توجه به پتانسیل های موجود در خصوص گردشگری روستایی می تواند تاثیرات مهمی در اقتصاد استان و در نهایت اقتصاد روستایی داشته باشد.

امروزه اهمیت گردشگری و جهانگردی و لزوم بررسی و تحقیق در مورد آن با توجه به نقش های مهم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر هیچ کسی پوشیده نیست. این فعالیت در دنیای کنونی به صورت یکی از مهمترین عوامل تولید ثروت، کار، ایجاد پویایی، جابجایی انسانها و ثروت ملتها درآمده است. (مشبکی و ملک اخلاق، ۱۳۸۲) ورود گردشگران به هر کشور موجب درآمدزایی و ایجاد فرصتهای اقتصادی جدیدی می شود که از این طریق سطح فعالیتهای اقتصادی در بخشهای مختلف فعال می شود. (مداح، ۱۳۸۶)

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق:

از آنجایی که گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان، یکی از بزرگترین و سودآورترین صنعت محسوب می شود کشور ایران و استان سمنان با پیشینه تمدنی کهن و جاذبه های متنوع و موقعیت بر جسته اقلیمی، خواهان منافع

فراوان است و خوشه های صنعتی گردشگری

دارد. بر اساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی (WTO) و برنامه چشم انداز توریسم در سال ۲۰۲۰ میلادی، تعداد گردشگران در سراسر جهان به یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. سازمان مذکور پیش بینی می کند که ~~مطابق با پیش بینی این سازمان~~ ~~تعداد گردشگران در سراسر جهان~~ ~~به یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر خواهد رسید.~~ سازمان مذکور پیش بینی می کند که

جهانگردی، (۱۳۸۲)

توسعه روستایی، توسعه ای است برای مناطق روستایی و به منظور بهبود کیفیت زندگی مردم روستایی است. در روستاها گردشگری می تواند نقش مؤثری در رونق بخشیدن به اقتصاد روستایی داشته و گام مؤثری در جهت توسعه روستایی دارد استان سمنان با دارا بودن روستاهای متنوع از نظر موقعیت جغرافیایی و جاذبه های گردشگری می تواند در رونق فعالیتهای اقتصادی و بهره مندی جوامع روستایی از خدمات زیر بنایی و داشتن فرهنگ و سابقه قدیمی نقش مؤثری داشته باشد. از این رو مطالعه از وضعیت گردشگری روستایی استان سمنان می تواند مؤثر واقع شود.

اهداف تحقیق:

گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین صنعت دنیا علاوه بر اشتغال زایی باعث کسب ارز، تأمین آرامش، استفاده از اوقات فراغت، توزیع عادلانه ثروت، تبادل فرهنگی و نزدیکی ملل به یکدیگر می شود. گردشگری یکی از مطمئن ترین و پاک ترین و ارزان ترین منابع کسب درآمد ارزی است. (رضوانی، ۱۳۸۲)

از مهمترین اهداف گردشگری روستایی، افزایش درآمد روستائیان و اشتغال خانوارهای روستایی است که جهت نیل به اهداف برنامه ریزی لازم و ضروری است.

اهداف تحقیق که دارای اهمیت بیشتری است به شرح ذیل می باشد:

- دستیابی به راههای افزایش جذب گردشگران روستایی استان سمنان.

- شناسایی قابلیت ها و پتانسیل های گردشگری روستایی در استان سمنان.
- آشنایی گردشگران با جاذبه های گردشگری استان سمنان .
- آموزش افراد برای خدمات رسانی به گردشگران روستایی.
- آماده کردن افراد برای تأسیس و مدیریت صنایع کوچک روستایی.
- مهیا نمودن افراد برای مشارکت در تصمیم گیری در زمینه توسعه صنعت گردشگری روستایی.
- آموزش افراد در توسعه فرصتها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی.

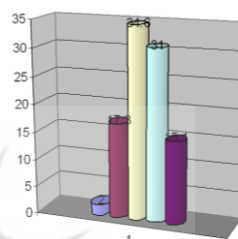
فرضیات تحقیق:

فرضیات مربوط به روستاهای دارای توانهای گردشگری:

فرضیه اول: اطلاع رسانی باعث افزایش توسعه گردشگری روستایی می گردد.

تبلیغات، توجه مسئولین به روستاها و برگزاری همایشها و نمایشگاههای تولیدات روستایی، نقش مهمی در اطلاع رسانی مردم از روستاهای دارای جاذبه گردشگری دارد و می تواند در جذب گردشگران روستایی نقش مهمی داشته باشد. در این فرضیه ۱۵/۱ درصد به گزینه خیلی زیاد ۳۱/۰، زیاد ۳۴/۶ متوسط ۱۷/۳ کم ۲/۰ خیلی کم پاسخ دادند.

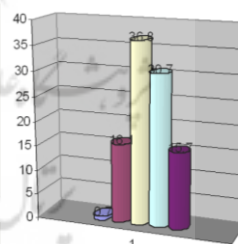
providing information				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	1.8	2.0
	2.00	71	15.6	17.3
	3.00	142	31.2	34.6
	4.00	127	27.9	31.0
	5.00	62	13.6	15.1
Total	455	100.0		



فرضیه دوم: فراهم نمودن امکانات رفاهی باعث توسعه گردشگری روستایی می گردد.

امکانات رفاهی فعلی روستا شامل (آب، برق، مدرسه، مغازه، مسجد، خانه بهداشت، مخابرات، اینترنت، بانکها و امکانات مورد نیاز گردشگران، اقامتگاهها و مراکز مهمان پذیری، خانه های ییلاقی، داشتن محیط آرام، مکانهای تفریحی و اقامتی سازمانها و نهادها، سرمایه گذاری دولتی و خصوصی، در گردشگری تأثیر گذار است. در این فرضیه ۱۵/۷ درصد به گزینه خیلی زیاد ۳۰/۷، زیاد ۳۶/۸، متوسط ۱۶/۱ کم ۰/۷ خیلی کم پاسخ دادند.

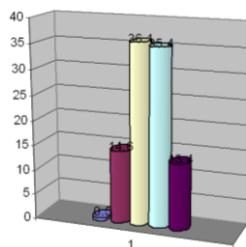
Facilities				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.7	.7
	2.00	66	14.5	16.1
	3.00	151	33.2	36.8
	4.00	126	27.7	30.7
	5.00	64	14.1	15.7
Total	455	100.0		



فرضیه سوم: وجود عوامل طبیعی باعث توسعه گردشگری روستایی می گردد.

عوامل طبیعی شامل موقعیت مکانی روستاها، چشمه ها و آبگرم معدنی، رودخانه ها و آبشارها، مناطق کوهستانی، آب و هوا و غیره می باشد. در این فرضیه ۱۳/۴ درصد به گزینه خیلی زیاد ۳۵/۴، زیاد ۳۶/۱، متوسط ۱۴/۶ کم ۰/۵ خیلی کم پاسخ دادند.

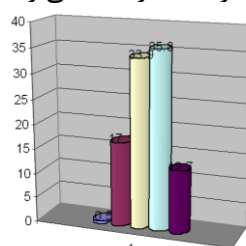
Natural factors				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.4	.5
	2.00	60	13.2	14.6
	3.00	148	32.5	36.1
	4.00	145	31.9	35.4
	5.00	55	12.1	13.4
Total	455	100.0		



فرضیه چهارم: زیرساختهای روستایی در توسعه گردشگری روستایی تأثیرگذار است.

زیرساختهای روستایی شامل راههای ارتباطی و حمل و نقل مناسب، برنامه ریزی سازمانها و نهادها و توجه دولت و سرمایه گذاران، دسترسی آسان و مناسب روستا و توسعه صنایع کوچک روستایی، نقش زیادی در گردشگری روستایی داشته است. در این فرضیه ۱۲/۷ درصد به گزینه خیلی زیاد ۳۵/۹ زیاد ۳۳/۸ متوسط ۱۷/۱ کم ۰/۵ خیلی کم پاسخ دادند.

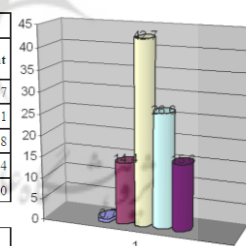
Rural infrastructures				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.4	.5
	2.00	70	15.4	17.1
	3.00	139	30.5	33.9
	4.00	147	32.3	35.8
	5.00	52	11.4	12.7
Total	455	100.0		



فرضیه پنجم: عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری روستایی تأثیرگذار است.

عوامل فرهنگی شامل مکانهای مذهبی و امامزاده ها، آثار تاریخی و باستانی روستاها، آداب و رسوم روستایی، شوراهای اسلامی روستاها، نحوه برخورد روستاییان و وجود مناسبتهای خاص مانند عزاداریها و مراسم عروسی و شادی و اعتقادات مردم نقش زیادی در توسعه فرهنگی روستاها داشته است. البته لازم به یادآوری است باتوجه به مهاجرت روستاییان به شهرها این موضوع کم رنگ و کم اهمیت شده است. چراکه خیلی روستاها خالی از سکنه یا کم جمعیت شده است که نتوانسته روستاها توسعه فرهنگی چندانی داشته باشند. در این فرضیه ۱۵/۶ درصد به گزینه خیلی زیاد ۲۶/۶ زیاد ۴۲/۷ متوسط ۱۴/۴ کم ۰/۷ خیلی کم پاسخ دادند.

Cultural factors				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.7	.7
	2.00	59	13.0	14.4
	3.00	175	38.5	42.7
	4.00	109	24.0	26.6
	5.00	64	14.1	15.6
Total	455	100.0		



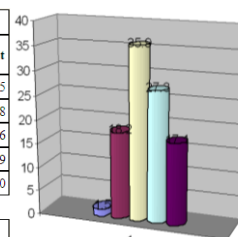
فرضیات مربوط به سازمانهای متولی گردشگری:

فرضیه اول: توسعه گردشگری روستایی در افزایش درآمد روستاییان تأثیرگذار است.

در مورد نقش دولت در توسعه گردشگری روستایی

خرید مردم، افزایش قیمت اراضی روستایی مورد بررسی قرار گرفته است. در این فرضیه ۱۷/۱ درصد به گزینه خیلی زیاد ۲۷/۳ زیاد ۳۵/۹ متوسط ۱۸/۲ کم ۱/۵ خیلی کم پاسخ دادند.

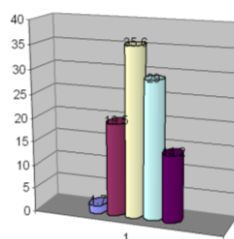
income				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.3	1.5
	2.00	75	16.5	18.2
	3.00	147	32.3	35.9
	4.00	112	24.6	27.3
	5.00	70	15.4	17.1
Total	455	100.0		



فرضیه دوم: توسعه گردشگری روستایی در کاهش مهاجرت روستایی تأثیرگذار است.

کاهش مهاجرت روستاییان به دلیل کاهش مهاجرت به شهرها، بالارفتن انگیزه ماندگاری مردم در روستاها، بالارفتن انگیزه جوانان جهت سکونت در روستاها و کمک والدین نقش زیادی داشته است. در این فرضیه ۱۴/۲ درصد به گزینه خیلی زیاد ۲۹/۰، زیاد ۳۵/۶، متوسط ۱۹/۵ کم ۱/۷ خیلی کم پاسخ دادند.

decreasing emigrations				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	1.5	1.7
	2.00	80	17.6	19.5
	3.00	146	32.1	35.6
	4.00	119	26.2	29.0
	5.00	58	12.7	14.2
Total	455	100.0		

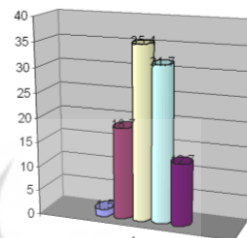


فرضیه سوم: توسعه گردشگری روستایی در افزایش اشتغال روستاییان تأثیر گذار است.

فرضیه سوم: توسعه گردشگری روستایی در افزایش اشتغال روستاییان تأثیر گذار است.

است. در این فرضیه ۱۲/۷ درصد به گزینه خیلی زیاد ۳۱/۷، زیاد ۳۵/۴، متوسط ۱۸/۸ کم ۱/۵ خیلی کم پاسخ دادند.

employment				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.3	1.5
	2.00	77	16.9	18.7
	3.00	145	31.9	35.4
	4.00	130	28.6	31.7
	5.00	52	11.4	12.7
Total	455	100.0		

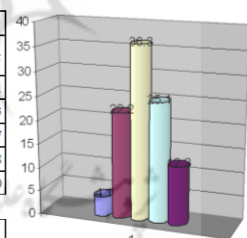


فرضیه چهارم: توسعه گردشگری روستایی در توسعه فرهنگی روستاها تأثیر گذار است.

فرضیه چهارم: توسعه گردشگری روستایی در توسعه فرهنگی روستاها تأثیر گذار است.

فرهنگی روستاها، سطح آگاهی مردم روستایی و معرفی آداب و رسوم روستایی نقش زیادی داشته است. در این فرضیه ۱۲/۳ درصد به گزینه خیلی زیاد ۲۵/۱، زیاد ۳۶/۳، متوسط ۲۲/۲ کم ۴/۱ خیلی کم پاسخ دادند.

the cultural aspect				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	17	3.7	4.1
	2.00	91	20.0	22.2
	3.00	149	32.7	36.3
	4.00	103	22.6	25.1
	5.00	50	11.0	12.3
Total	455	100.0		



مطالعات نظری:

ساکنان محلی و روستاییان در سود و زیان حاصل از برنامۀ ریزی و توسعه در محل زندگی‌شان بهره مند می گردند . این امر در گردشگری روستایی مشهود است که مردم محلی یک رابطۀ همزیستی با محیط زیست شان دارند . بنابراین مشارکت جامعه در گردشگری ، جزء ضروری توسعه گردشگری پایدار به ویژه در زمینۀ گردشگری روستایی است . (تاج، ۱۳۸۲)

راهکارهای اقتصادی در زمینۀ توسعه منطقه ای وابسته به آن است که به مقاصد گردشگری روستایی به عنوان مکانی برای یک تجارت کوچک نگر بسته شود که در الگوی فضایی گردشگری در محیط روستا موزائیک وار در کنار سایر فعالیت ها قرار می گیرد. این نگرش کمک می کند تا در یک نظام منطقه ای هر مقصد [مکان] گردشگری

نقش این مطالعات در توسعه گردشگری

فعالیت‌های افقی تبدیل نماید. (زیاری، ۱۳۸۰)

عرضه محصول گردشگری روستایی در یک منطقه با تقاضای گردشگری رابطه مستقیم دارد و تقاضا نیز به ارزش کالا، خدمات و تسهیلات گردشگری وابسته است. جهت گیری تقاضای گردشگری روستایی متغیر است و به هر یک از سطوح گردشگران داخلی و خارجی وابسته است (قره نژاد، ۱۳۸۶)

گردشگری روستایی یکی از زمینه های نسبتاً مهم در توسعه روستایی است که می تواند فرصتها و امکاناتی را به ویژه برای اشتغال و درآمد روستایی فراهم سازد و نقش مؤثری در احیا و نوسازی نواحی روستایی ایفا کند. نقش و اهمیت گردشگری در فرایند توسعه روستایی در بسیاری از کشورها به اثبات رسیده است. (شکری، ۱۳۸۴).

در برنامه چهارم توسعه و نیز در افق چشم انداز توسعه ۲۰ ساله کشور نیز گردشگری روستایی به طور مشخص مورد توجه قرار نگرفته است. علاوه بر این در « برنامه ملی توسعه و مدیریت گردشگری ایران » نیز به طور مشخص گردشگری روستایی نام برده نشده است.

یزدی، ۱۳۸۵)

با توجه به اهمیت گردشگری در فرایند برنامه ریزی توسعه روستایی، توجه به این مهم در برنامه ها و طرحهای توسعه روستایی بویژه طرحهای محلی اهمیت بسیار دارد. به منظور ایفای نقش مثبت گردشگری در فرایند توسعه روستایی، توجه به مدیریت محیط زیست، مشارکت محلی، قوانین صریح و محکم، بازاریابی و برنامه ریزی واقع بینانه در زمینه گردشگری ضروری است. (رضوانی، ۱۳۸۳)

گردشگری روستایی منبع بالارزش اشتغال زایی و ایجاد درآمد است و می تواند وسیله مهمی برای توسعه اجتماعی، اقتصادی جوامع روستایی باشد. (۲۰۰۱ شارپلی،)

امروزه توسعه گردشگری در نواحی روستایی و جوامع محلی به دلیل جهانی شدن و پیش به سوی دهکده جهانی رفتن، اهمیت روزافزونی یافته است. چراکه جهانی شدن، فرهنگهای سنتی، آداب و رسوم قدیمی و فولکلورهای جوامع سنتی را از بین می برد و بدین دلیل این ویژگیها در شهرها کم رنگ شده و قابل رویت نیستند. (قادری، ۱۳۸۳)

ابعاد جغرافیایی توسعه، استفاده منطقی انسان را از محیط طبیعی بررسی می کند. در حقیقت مردم باید عقولانه از منابع طبیعی و هوادر زمان اوقات فراغت بهره برداری کنند. (شکویی، ۱۳۸۵)

دستاوردهای گردشگری روستایی در ایران

انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه وابسته است. برای ایجاد توسعه پایدار و مناسب صنعت گردشگری وجود مدیریت توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش دولتی و بخش خصوصی بسیار حایز اهمیت است. (مدهوشی، ۱۳۸۲)

تحقیقات نشان می دهد که انگیزه دیدن از روستا توسط گردشگران بیشتر به دلیل ویژگیهای حقیقی روستا از قبیل آرایش، آسایش، احساس آزادی، آداب و رسوم و سنتهای روستایی و سایر عواملی هستند که بازنگری جدید شهری در تناقض هستند. (عظیمی آملی، ۱۳۸۲)

رشد و توسعه صنعت توریسم ارتباط بسیار نزدیک و ناگسستنی با شمار زیادی از سازمانها و تشکیلات دولتی و غیردولتی کشور دارد. بنابراین هرگونه هدف گذاری، تعیین استراتژیها، خط مشی ها و سایر برنامه های مرتبط بایستی با همکاری و هماهنگی دیگر سازمانها و تشکیلات انجام شود. (آقاجانی و علیزاده، ۱۳۸۴)

تاثیرات گردشگری روستایی بر اقتصاد روستا

گردشگر

قرار نمی گیرد. نهاده ها و ستاده های بخش گردشگری در ارتباط متقابل با یکدیگر و نهایتاً تاثیرات آنها بر جامعه مقصد نشان داده خواهد شد. (لطفی، ۱۳۸۴)

در قاره اروپا سه موضوع مهم و اساسی در توسعه توریسم روستایی مورد توجه قرار می گیرد. اول: هر چند بازدیدکنندگان از مناطق روستایی از لحاظ میراثهای فرهنگی و اجتماعی و ویژگیهای طبیعی، چشم اندازها و خصوصیات متفاوت محیطی

تاثیرات گردشگری روستایی بر محیط روستا

مورد تهدید قرار گیرد. دوم: آموزش برای توریسم روستایی کمکی به بهبود تولیدات توریسم روستایی نمی کند. سوم: تولیدات توریسم روستایی می تواند محدود شود و در بسیاری از موارد از همکاری و مشارکت در ارتقا و بازاریابی

سودببرد. (درک هال، 2004). توریسم روستایی در ابعاد گسترده ای یک پدیده داخلی بایک ماهیت مختلف و متمایز در سراسر کشورها و قاره های باشد. (سانلی گائو، 2009). یک نیاز ضروری برای ایجاد تداوم در ساختار سازی و توسعه برنامه ها وجود دارد و صنعت توریسم بیش از هر صنعت دیگری می تواند پایه های مداوم و موثری را برای برنامه های توسعه تحقیقاتی مهیا سازد. (بریدهان، 2004). بهبود سطح توریسم بوسیله انواع متفاوتی از تغییرات رخ می

دهکده‌های روستایی در جنوب غربی چین

بهبتر و سودبری از افزایش کلی توریسم در منطقه می باشد، شده اند. (گوردن کلارک، 2007). مصرف انرژی روستایی در کشورهای توسعه یافته بخش وسیعی از مصرف کل انرژی آن کشورها را در سطح ملی تشکیل می دهد و بسیاری

طراحی و توسعه روستایی در هند

گردشگری و توسعه روستایی در هند

است. (سنجی نیال، 2008). رشد فزاینده توریسم در اوایل دهه ۱۹۶۰ موجب افزایش نیاز به برنامه ریزی گردید. (سارین، 2008). مسافرت های سخت و مخاطره آمیز اکوتوریسم (طبیعت گردی) باید تلاشی در جهت تقویت جوامع محلی باشد و این تقویت می تواند در راه های مختلف و گوناگونی نظیر ایجاد مکانیزم های متفاوت و یا حضوری فعال

توسعه گردشگری و توسعه روستایی در هند

بیفتد. (زانوتی، 2008). در اسپانیا خانه های روستایی توسعه داده شده اند به عنوان یک استراتژی برای نجات خانواده های کوچک کشاورز و امروزه آنها نقش مهمی را در توسعه اقتصادی و اجتماعی، اهداف و مقاصد روستایی بازی می کند. ایسابل پیلر، (2009). بهتر است توجه ویژه ای به تسهیل هماهنگی و روابط سازمانی در مقیاس های محلی، ناحیه ای و زیر ناحیه ای داده شود تا تولیدات و زیر بنا های اقتصادی جدیدی ایجاد نموده و بجای رقابت فرسایشی، رقابت سازنده و مثبتی را سازماندهی کند. (مری کاولی، 2007). در صنعت رقابتی و دارای شتاب روز افزون توریسم تصویر مقصد بعنوان یک عامل حیاتی در پروسه تصمیم سازی توریسم به حساب می آید. ارتقا و بهبود مقصد توریستی با استفاده هدفمند از تبلیغات و بازاریابی به منظور ایجاد چشم اندازها و تصاویر ویژه و منتخب برای تاثیر گذاری روی نظرات بیننده در انتخاب مکان تفریحی می باشد. (ولوت نلسون، 2005).

توسعه گردشگری و توسعه روستایی در هند

حساس، تعداد بازدید کنندگان و برنامه های توسعه منطقه ای و محلی و همچنین کیفیت محیطی می باشد. سازمانها باید از تاثیرات محیطی مستقیم و غیر مستقیم فعالیت هایشان در کنار نقش آنها در تعدیل کردن این تاثیرات آگاه باشند. (ریچارد ولفورد، 1999). خلق داه های جدید به منظور آگاهی درست از برنامه ها و سیاست های توریسم در یک روستا، (جی. جی. سارکس، 2009). رایجترین مقیاس از تاثیر فرهنگی توریسم نسبت تعداد بازدید کنندگان به جمعیت بومی آن منطقه می باشد یک مقیاس سخت تر نسبت نفوذ پذیری توریسم که همان تعداد دفعات و میانگین اقامت شخص در آن مکان باشد. (جروم، آ. مک لوری، 2003). تعابیر و اصطلاحات زیادی برای توصیف توریسم روستایی استفاده می شود به عنوان

توسعه گردشگری و توسعه روستایی در هند

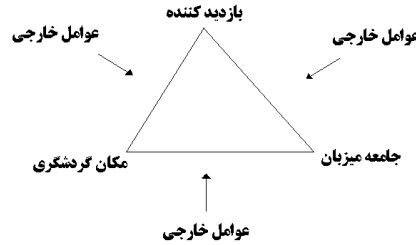
مثال یک تعدادی از دانشمندان عقیدت و یاد روستا شهر اتفاق می افتد. (جانتی، ای، دیکسون، 2008). مناطقی که بیشترین جذابیت ها را برای توریسم های دریایی دارند شامل مکان هایی برای ماهیگیری، مکان هایی برای دیدن مناظر دریایی و مکان های دور افتاده و خلوت برای آرامش و نشاط روحی می باشد. (جان، ها، کولینز، 2008)

توسعه گردشگری پایدار روستایی

گردشگری پایدار در بکارگیری ظرفیتهای مناطق طبیعی برای احیای بهره وری منابع آن در آینده، کمک به شناخت آداب و رسوم و شیوه های زندگی مردم محلی برای کسب تجربه گردشگری، پذیرفتن سهم عادلانه مردم محلی از سودهای گردشگری و بالابردن اشتیاق و انگیزه مردم محلی کاربرد دارد این امور می تواند به درک و آگاهی از نقش گردشگری در رشد و توسعه بستر محیط و اقتصاد کمک کند، و ضمن ایجاد عدالت توزیعی و عدالت جغرافیایی توسعه، کیفیت زندگی جوامع میزبان را بهبود بخشد. (فینل، 1999)

اساس توسعه پایدار گردشگری در نظر داشتن رابطه ای است که میان سه جزء سازنده محیط زیست گردشگری برقرار است. این سه جزء عبارتند از: گردشگران، مقصد و جامعه میزبان.

محیط زیست گردشگری



این رابطه می تواند پیچیده و پویا و سازنده یا مخرب باشد. از یک طرف، گردشگری می تواند با مشارکت در اشتغال زایی و ایجاد درآمد، اقتصاد جوامع محلی را احیا کند و نیز می تواند در تقویت فرهنگ محلی سهیم باشد و در حفظ محیط زیست یا بازسازی محیط زیست طبیعی و ساخته دست بشر تغییر ایجاد کند. از طرف دیگر، گردشگری قادر است اقتصاد محلی را از جلوه بیاندازد و کیفیت زندگی و محیط زیست جوامع محلی را پایین بیاورد. بنابراین هدف گردشگری پایدار، این است که با حفظ منابع طبیعی در دراز مدت، بین این سه جزء تشکیل دهنده گردشگری اعتدالی موزون برقرار کند. به نظر می رسد این امر از طریق دنبال کردن اصولی از گردشگری پایدار که در زیر آورده شده، مانند آنچه که سازمان گردشگری و محیط زیست ارائه کرده یعنی برقراری توازن در انگلستان، تحقق خواهد یافت. (etb/doe, 1991)

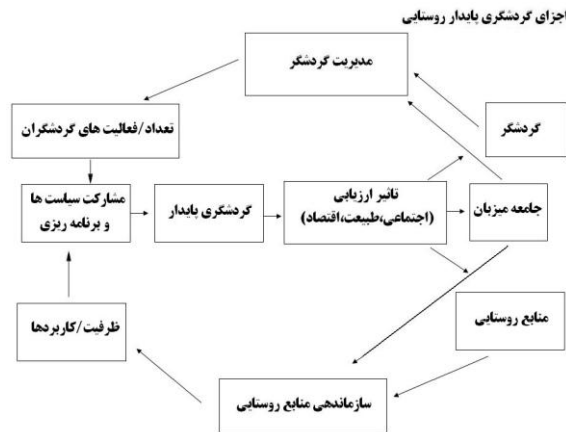
ارزش حقیقی و ذاتی محیط زیست بسیار بیشتر از ارزش توریستی آن است. پس نباید با بهره کشی کوتاه مدت، بهره مندی نسلهای آینده از محیط زیست و عمر طولانی مدت آن لطمه زد. گردشگری باید به عنوان یک فعالیت مثبت و سازنده مورد توجه قرار بگیرد و همچنانکه برای گردشگران مفید است، باید برای جوامع محلی و مکانهای گردشگری نیز سودمند باشد. باید رابطه میان گردشگری و محیط زیست سازماندهی شود تا اینکه محیط زیست در دراز مدت، تداوم دار شود. نباید به گردشگری این امکان را داد که منابع طبیعی را نابود کند و به اشتغال زایی آن در آینده صدمه وارد کند یا لطمات جبران ناپذیری وارد نماید. فعالیت ها و توسعه گردشگری باید به مقیاس، طبیعت و ویژگی هایی که گردشگری در آنجا واقع شده، احترام بگذارد و آنها را مورد توجه قرار دهد. تحت هر شرایط باید توازن میان نیاز گردشگران، مکان گردشگری و جامعه، میزبان برقرار باشد در یک جامعه پویا، برخی تحولات غیر قابل اجتناب هستند، زیرا معمولاً تغییرات سودمند هستند. البته تطبیق یافتن با تغییرات نباید به بهای زیروا گذاشتن هیچ یک از این اصول باشد. صنعت گردشگری، مسئولان محلی و سازمانهای زیست محیطی، همه موظف هستند به اصولی که ذکر شد، احترام بگذارند و برای تحقق اهداف عملی شان با یکدیگر همکاری کنند. کاجر، ۱۹۹۳ در زمینه توسعه گردشگری روستایی، قواعد گردشگری پایدار، منطقی هستند بویژه اینکه در بسیاری از کشورها نه

تولید و فرهنگ ملی است. فرهنگ و جوامع محلی

باید در نظر گرفته شود.

گردشگران را جذب مناطق روستایی می کند.

بدگمان هستند و در تردید که آیا گردشگری پایدار از صنعت گردشگری (یعنی توسعه پایدار برای سود اقتصادی) یا محیط زیست (یعنی عدم توسعه به منظور حفظ آن) پشتیبانی می کند یا خیر؟ زیرا اینها از اهداف اصلی گردشگری پایدار هستند. باید به این حقیقت توجه داشت که توسعه گردشگری تداوم دار فرایندی جامع است و هدفش پشتیبانی از موارد زیر است: محیط زیست روستایی، اقتصاد روستایی، ساختار و فرهنگ جوامع محلی روستایی و زمینه سازی کسب تجربه برای گردشگران و بهره برداری دراز مدت از صنعت گردشگری در مناطق روستایی.



با این وجود هنوز بحث های زیادی وجود دارد که، آیا در عمل می توان به مفهوم گردشگری روستایی تداوم دار دست یافت و اگر می توان یافت، آیا فقط درباره پروژه های کوچک محلی قابل اجرا هستند یا خیر؟ موفقیت گردشگری روستایی در ایران چگونه است؟

روستایی و مدیریت گردشگران وابسته است. (هونگرد، 1994) توسعه پایدار گردشگری، مبین توسعه و حفظ گردشگری در یک ناحیه (انجمن، محیط)

وفیزیکی) منجر نشود. (باتلر، 1992)

مدیریت گردشگری روستایی

مدیریت امور گردشگری شاید از مهم ترین دلایل رشد صنعت گردشگری در هر کشوری باشد. « بدون تردید برنامه ریزی و مدیریت صحیح و هماهنگ گردشگری روستایی مسئولیتی پیچیده است. گردشگری روستایی در عین متنوع بودن و شمول فعالیت های زیاد غیررسمی و اختیاری است و به همین دلیل مدیریت آن دشوار، ولی لازم و ضروری است. زیرا روستا منبعی چند کاربردی است و گردشگری می تواند تنها بخشی از فعالیت های آن باشد و به نظر هم می رسد، گردشگری اغلب تهدیدی برای روستا به حساب می آید». بنابراین برای ایجاد موازنه و تعادل میان نیاز های جوامع محلی روستایی، گردشگران و اهداف صنعت گردشگری باید مدیریت به طور هماهنگ، مدبرانه و کار آمد به سیاست گذاری، تدوین قوانین، دستورالعمل ها و رهنمود ها اقدام نماید (تاج، 1382).

تجربیات زیادی در جهان نشان می دهند که هر جا گردشگری به طور اتفاقی و بدون برنامه ریزی توسعه یافته، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی ظاهر شده و در درازمدت مشکلات گردشگری بر فواید آن پیشی گرفته اند. زیرا توسعه غیر قابل کنترل و فقدان مدیریت گردشگری، جاذبه مقاصد توریستی را به شدت کاسته و مانع سفر دیگر گردشگران علاقمند به این مکان ها شده است که در پی آن، مشکلات جدی اقتصادی و اجتماعی برای جوامع روستایی پدید آمده است. برخی تجربیات نیز در نواحی روستایی ایران با جاذبه های توریستی و گردشگری از اثرات

مشکلات گردشگری روستایی

گردشگران از تأثیرات مثبت آن بیشتر می باشد و علت آن را نیز باید در خلاء مدیریت جامع و مسئول در قبال گردشگری روستایی ذکر نمود.

هدف از برنامه ریزی و مدیریت گردشگری روستایی، ایجاد توازن میان تقاضا و قابلیت های آن است تا بدون آنکه منابع روستایی کاهش یابند، از روستا نهایت استفاده شود. در ضمن، برنامه ریزی به منظور مدیریت گردشگری روستایی باید با هدف های توسعه روستایی هماهنگ باشد. در این صورت است که پایداری گردشگری روستایی تحقق خواهد یافت.

- گردشگری روستایی با ایجاد تحرک اقتصادی، عاملی در تجدید حیات مناطق روستایی خواهد بود.

- گردشگری روستایی یک توجه

روستایی است.

-به حفظ جمعیت و انگیزه های ماندن به دلیل افزایش جاذبه های اقتصادی و عمرانی کمک می نماید .
-مشارکت جامعه روستایی در فعالیت های تولیدی و عمرانی را به دلیل اثراتی که بر جذب بیشتر گردشگران می گذارد ، افزایش می بخشد .

-به محافظت ارزش های زیستی و چشم انداز های طبیعی و انسانی که عاملی در جذب گردشگران و تداوم جریان گردشگری است ، دست خواهد یافت .

بخش دولتی به ارائه خدمات ، تنظیم و اجرای سیاست های توسعه روستایی از طریق گردشگری و حل اختلافات درباره کاربرد زمین می پردازد . در حالی که بخش خصوصی به دنبال کسب منفعت مالی است . در اینجا است که برای تداوم صنعت گردشگری روستایی نیاز به مشارکت سازنده میان مردم محلی و دولت ضروری است و تنها همین ارتباط است که به تداوم و سرانجام گردشگری پایدار روستایی می انجامد و هدف های توسعه روستایی تحقق می یابند .

برای توسعه امکانات گردشگری و تبلیغات باید در هر یک از نقاط و محل هایی که مجتمع های گردشگری وجود دارند ، سازمان گردشگری محلی تشکیل شود که کوچک ترین شکل سازمان گردشگری است . وجود این سازمان که زیر بنا و پایه تشکیلات سازمان های گردشگری در سطح ملی یا منطقه ای است ، موجب می شود که مسئولان امر بتوانند مشکلات و مسائل گردشگران با ساکنان محل (مقصد گردشگری) را به کمک تصمیم گیری های قاطع حل نمایند . با اینکه سازمان م

لی گشگری محلی در تشکیلاتی قاصد محلی

گردشگری اغلب به حکومت محلی وابسته است . امروزه حتی سازمان های محلی مستقل به سبب بروز مشکلات حاصل از گسترش گردشگری ، گرایشی به سوی تداخل در تشکیلات دولتی دارنقیقین ا سازمان های محلی قادر خواهند بود که مشارکت های مردمی را جلب و انگیزه های لازم برای حمایت از منابع محیط زیست شان را تقویت نمایند . تداوم توسعه گردشگری از طریق روش جامعه محوری (مشارکت مردمی) بسیارمورد توجه است . مطالعات نشان داده اند که نظرات ساکنان مناطق توریستی در خصوص توسعه گردشگری می تواند مثبت یا منفی باشد و گاه نیز از طرف مردم محلی به شدت مورد مخالفت قرار می گیرد . بنابراین جامعه محوری برای برنامه ریزی گردشگری به دو دلیل ضروری است . نخست اینکه ، اگر توسعه گردشگری با اهداف و علایق جامعه روستایی سازگار نباشد و تنها منافع افراد خارج از جامعه محلی را برآورده سازد و یا ورود گردشگر و اثرات منفی آن ، جامعه روستایی ناراحت گرداند ، در نهایت به رکورد گردشگری می انجامد .

دوم این که ، ساکنان محلی حق مسلم دارند که در سود و زیان حاصل از برنامه ریزی و توسعه در محل زندگیشان بهره مند گردند . این امر در گردشگری روستایی مشهود است که مردم محلی یک رابطه همزیستی با محیط زیست شان دارند .

لی مناکت گردشگری جزوی و گردشگری الکترونیه

گردشگری روستایی است . هدف اصلی تحقیقات پایه در این مورد نیز ارائه راههایی بود که از طریق آنها صنعت گردشگری و جامعه مرتبط با آن بتواند از مشارکت دراز مدت سود متقابل ببرد . (تاج، ۱۳۸۲)

مفهوم و محدوده گردشگری الکترونیکی

(لیپر ، ۱۹۹۵) یک نظام گردشگری راشامل ۵ عنصر اساسی می داند .

۱ - ناحیه محل زندگی گردشگر . ۲- ناحیه مقصد . ۳- ناحیه انتقال . ۴- صنعت گردشگری و سفر . ۵- محیط بیرونی . این نظام نه تنها شامل تمامی خدمات ارائه شده در هر بخش از نظام و صنایع عرضه کننده و پشتیبان که در مقصد گردشگران این صنعت را تغذیه می کنند می شود ، بلکه کلیه زیر ساخت های لازم را نیز شامل می گردد . به عبارت دیگر نظام گردشگری شامل پنج فضای اساسی مبدأ ، مسیر سفر ، مقصد ، صنعت گردشگری و محیط بیرونی است و یک نظام جامع اطلاعاتی باید قادر به پوشش و انتقال اطلاعات بین کلیه فضا های این نظام باشد نکته اساسی دیگر مشارکت فعالیت های مختلف در ۵ فضای مربوطه است که باعث گستردگی اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری می شود . فن آوری اطلاعات و ارتباطات در کلیه اجزاء نظام گردشگری برای ایجاد یک فضای اطلاعاتی

لازم برای هر سازمان گردشگری و تأسیس زیر ساخت های اطلاعاتی درون آن ضروری است . در درون این فضای اطلاعاتی ، هر یک از اعضا قادر به تبیین جایگاه بازار خویش و توسعه مشارکت و تولید محصولات گردشگری می باشند .

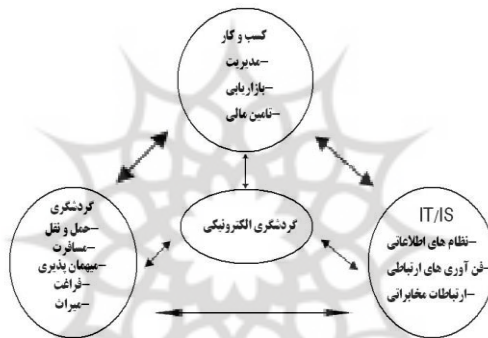
ارزش‌های اطلاعاتی

به طور کلی فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

گردشگری است که با ارائه ابزارهای مؤثر به مصرف کنندگان برای تشخیص و خرید محصول دلخواه و به عرضه کنندگان برای توسعه مدیریت و توزیع آن ها به یک بازار جهانی مقیاس است . با تعریف جامع ارائه شده از نظام گردشگری توسط لیپرمی توان تصویر مناسبی از نظام گردشگری و نظام اطلاعاتی و ارتباطاتی مناسب آن به دست آورد . سازمان جهانی گردشگری ، واژه گردشگری الکترونیکی را این گونه تعریف می کند : « گردشگری الکترونیکی » به معنای کاربرد کسب و کار الکترونیکی در مسافرت و گردشگری است . در این نمودار گردشگری الکترونیکی شامل مشارکت ۳ مجموعه متمایز است :

- ۱ - مدیریت کسب و کار ..
- ۲ - نظام های اطلاعاتی و مدیریت.
- ۳ - گردشگری .

مفهوم و محدوده گردشگری الکترونیکی



گردشگری الکترونیکی یعنی دیجیتالی شدن همه فرایندها و زنجیره های ارزش در گردشگری، مسافرت و میهمان پذیری، فراغت و میراث . از لحاظ عملیاتی گردشگری الکترونیکی شامل تجارت الکترونیکی و کاربرد ICT برای حداکثر ساختن کارایی و اثر بخشی سازمان های گردشگری است .

از لحاظ راهبردی، گردشگری الکترونیکی انقلابی در تمامی فرایندهای تجاری و زنجیره های ارزش و هم چنین رابطه سازمان های گردشگری با ذی نفعان است.

گردشگری الکترونیکی ، رقابت سازمانی را با کسب مزایای شبکه های داخلی برای فرایندهای داخلی، شبکه های خارجی برای توسعه ی معاملات با سایر شرکت های همکار و اینترنت برای تعامل با کلیه ذی نفعان تبیین می کند. گردشگری الکترونیکی به معنای گردش و سفر به صورت الکترونیکی نیست، اگر چه سفرهای مجازی نیز می تواند زیر مجموعه ای از فعالیت های مورد نظر این واژه باشد. بلکه مفهوم گردشگری الکترونیکی شامل کلیه اجزای کسب و کار (تجارت الکترونیکی، بازاریابی الکترونیکی، مالیات الکترونیکی، حسابداری الکترونیکی، مدیریت منابع انسانی الکترونیکی، تحقیق و توسعه الکترونیکی و تولید الکترونیکی) است . هم چنین راهبرد الکترونیکی شامل برنامه ریزی و مدیریت الکترونیکی برای کلیه بخش های صنعت گردشگری شامل گردشگری ، مسافرت، حمل و نقل، فراغت و میهمان پذیری است .

کاربردهای ICT در گردشگری

در مجموع عوامل تأثیرگذار بر کاربرد ICT در صنعت گردشگری برای شرکت های فعال گردشگری را می توان به دو گروه عوامل فشار و عوامل جذاب تقسیم بندی نمود: منظور از عوامل فشار ، کلیه ی تهدیدهایی است که عدم

استفاده از ICT برای صنایع گردشگری ایجاد می نمایند. در حالی که عوامل جذاب نشانگر فرصت هایی است که کاربرد ICT برای شرکت های گردشگری ایجاد می کند. ^{۱۳۸۳} در ارزیابی منافع حاصل از فن آوری های جدید مورد استفاده قرار گرفت.

مهم ترین عوامل فشار که باعث کاربرد بیشتر ICT در شرکت های گردشگری می شود عبارتند از: تقاضای مصرف کنندگان جدید، مصرف کنندگان جدید گردشگری و نسل جوان عموماً با رایانه و اینترنت آشنایی دارند. نظام های آموزشی جدید نیز بر استفاده از ICT در بیشینه ساختن کارایی و اثربخشی سازمان ها است. ICT بسیاری از فرآیندهای درون سازمانی را با پشتیبانی سطح معینی از همگرایی بین کارکردهای متنوع درون سازمان ارتقا می بخشد. به طور خاص ICT بین ادارات پشتیبان و ادارات پشتیبانی نوعی ائتلاف ایجاد می نماید تا خدمات مناسبی را به مشتریان ارائه نماید و امور اداری را به نحوه بهتری انجام دهد. هدف، ارتقای کارایی و بهره وری و همچنین مدیریت استراتژیک و عملیاتی شرکت ها است. مهم ترین کاربردهای آن در این حوزه را می توان بدین گونه دسته بندی نمود:

- نظام های مدیریت دارایی یا نظام های اطلاعاتی هتل.
 - نظام های یکپارچه.
 - نظام های اطلاعات مدیریت و استراتژیک.
 - فن آوری پخت غذا.
 - کنترل موجودی توسط تورگردانان، شرکت های حمل و نقل و دیگر عرضه کنندگان.
 - فن آوری شبکه های داخلی ممکن است شامل اینترنت نیز شود در صورتی که این فن آوری در مدیریت و تقویت نظام های درونی مورد استفاده قرار گیرد. نکته قابل توجه دیگر کاربرد و استفاده از ابزار ICT و نظام های فوق الذکر در بخش های مختلف صنعت گردشگری است. برای نمونه بخش های اساسی گردشگری که از شبکه های داخلی به منظور ارتقا کارایی و بهره وری استفاده می کنند به شرح ذیل می باشد.
 - ادارات پشتیبانی در هتلها، مراکز تفریحی، رستوران ها، موزه ها، شرکت های حمل و نقل شامل حسابداری، نظام حقوق و دستمزد، مدیریت منابع انسانی و بازاریابی.
 - ادارات پشتیبانی در هتلها، مراکز تفریحی، رستوران ها، شرکت های حمل و نقل شامل ذخیره جا، پذیرش، دریافت و پرداخت.
 - نظارت بر شاخص های عملکرد و ایجاد فرآیند بازخورد در بخش های مختلف.
 - کنترل کارکنان و فرایندهای کسب و کار.
- اطلاعات نشان می دهد که در حال حاضر بالغ بر ۹۰ درصد شرکت های صنعت گردشگری به گونه ای از شبکه های داخلی استفاده می نمایند.

ایجاد سایتهای مسافرتی و توریستی در اینترنت دارای ظرفیتهای خاصی است که عدم توجه به آنها میتواند از رسیدن به اهداف مورد نظر جلوگیری کند.

توریستی، پاسخگوی تمامی سوالات احتمالی بازدید کنندگان باشد. بسیاری از افراد مایلند قبل از مسافرت به یک محل، بخصوص در یک کشور بیگانه، از کلیه مسائل مرتبط به سفر خود مطلع و مطمئن باشند. روش مسافرت و هزینه آن، اقامت، رزرو هتل، برنامه ها، امکانات و قوانین محلی از جمله مواردی است که یک وب سایت توریستی باید پاسخگوی آنها باشد. نکته جالب توجه دیگر این است که با پیشرفت تکنولوژی وب و امکان ایجاد برنامه های تحت وب، هم اکنون میتوان بسیاری از فرایندهای جذب توریسم از قبیل رزرو هتل و حتی خرید بلیط هواپیما را به صورت مکانیزه انجام داد. همچنین با استفاده از سایتهای چند رسانه ای و پویا، امکان قرار دادن تورهای مجازی و حتی سه بعدی در سایتهای توریستی وجود دارد که این موضوع به جلب بیش از پیش توریست به کشور کمک قابل توجهی می کند. (نجف بیگی و غلامی، ۱۳۸۳)

مواد و روشها:

در این تحقیق از روش توصیفی، پیمایشی استفاده شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات، کتابخانه ای و میدانی است و از کتب داخلی و خارجی، مقالات و مجلات و آمارنامه ها و سایت های اینترنتی در جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. از روش میدانی از طریق مشاهده و مصاحبه و تهیه و تکمیل پرسشنامه از روستاهای مورد نظر و گردشگران و سازمانهای متولی گردشگری استفاده شده است. و پرسشنامه بین جامعه آماری مورد نظر توزیع و اطلاعات جمع آوری شده است. روش تحقیق فرآیندی است هدفمند، برای یافتن پاسخ یک پرسش یا راه حل یک مسئله است. (آسایش و مشیری، ۱۳۸۱) در این تحقیق سعی می شود تا با استفاده از روش تحقیق کتابخانه ای و میدانی، پاسخی برای پرسشهای مورد نظر یافت. برای جمع آوری داده ها از دو نوع پرسشنامه استفاده گردید که در آن از یکسو گردشگران و از دیگر سو ساکنان روستایی مورد پرسش قرار گرفتند. داده های به دست آمده در مطالعات میدانی با واقعیتهای مکانی تطبیق داده شد و سعی گردید از نزدیک امکانات مورد نظر مورد بررسی قرار گیرد. توزیع پرسشنامه بین متولیان امر گردشگری استان و روستائیان و گردشگران

مورد پرسشهای مختلف بود

محدودیتهایی وجود داشته است خیلی از افراد در روستا پرسشنامه را تکمیل نمی کردند و احساس ترس داشتند یا در برخی از ادارات پرسشنامه را عودت ندادند. مطالعه منابع و مأخذ در زمینه گردشگری و اطلاعات کلی و مفید در زمینه گردشگری استان و کسب اطلاعات از سازمانهای ذیربط و تبادل نظر با آنها از راههای گردآوری اطلاعات در این پژوهش می باشد. در چارچوب نظری تحقیق علت انتخاب مئولفه ها به عنوان فرضیه تحقیق، بر اساس مئولفه های موجود در ادبیات تحقیق و مصاحبه اکتشافی حاصل شده است.

جامعه آماری:

جامعه آماری مورد نظر به دودسته تقسیم می شوند ابتدا روستاهای استان سمنان جامعه آماری مورد نظر بوده است که از ۴ شهرستان شاهرود، دامغان، سمنان و گرمسار، از هر ش

پرسشهای مختلف بود

روستاهایی که از نظر گردشگری روستایی دارای جاذبه های گردشگری بیشتری بوده و معمولاً گردشگران بیشتری از آن روستاها بازدید نموده بوده اند انتخاب شدند که در مجموع ۳۲ روستا برای نمونه در نظر گرفته شدند همچنین سازمانهای متولی گردشگری در سطح استان سمنان و گردشگران روستایی نیز جامعه آماری مورد نظر بوده است. سئوالات از روستائیان و گردشگران و کارشناسان سازمانهای متولی گردشگری انجام گرفته است. سازمانهای فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان و شهرستان سمنان، سازمان مدیریت و برنامه ریزی، سازمان تعاون روستایی، سازمان آب و فاضلاب روستایی، سازمان جهاد کشاورزی، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، استانداری، فرمانداری، بخشدار، اداره منابع طبیعی، سازمان حفاظت محیط زیست، سازمان هواشناسی، سازمان صدا و سیما، دفاتر خدمات مسافرتی و توریستی، مهمانسرای جهانگردی، شوراهای اسلامی روستاها.

ابزار تحقیق:

در طرح پرسشنامه جنبه های مهم از اهداف تحقیق در رابطه با فرضیات تحقیق بکار گرفته شده است. ابزار تحقیق عبارتند از پرسشنامه که برای دو گروه از افراد در نظر گرفته شده است. یک نوع برای افراد روستایی و نوع دیگر برای

کتابخانه ای و میدانی بود

استفاده شده است.

تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری:

تعداد ۴۱۰ پرسشنامه در بین روستاهای ۴ شهرستان استان و سازمانهای متولی گردشگری توزیع شده است از هر شهرستان چند روستا انتخاب شد و از هر روستا تعدادی پرسشنامه تکمیل شده است. همچنین تعدادی پرسشنامه برای سازمانهایی مانند سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی استان و شهرستانهای استان سمنان، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، سازمان جهاد کشاورزی، سازمان تعاون

احداث تاسیسات پذیرایی و اقامتی متناسب با نیاز های گردشگری داخلی در مناطق جنگلی و کوهپایه ای و مناطق خوش آب و هوای روستایی و نواحی آب های معدنی و چشمه های استان.

احداث نمایشگاه دائمی تولیدات صنایع دستی در استان سمنان.

شرکت فعال استان در نمایشگاههای داخلی و خارجی و معرفی جاذبه ها و دیدنیهای استان.

حمایت سیستم های بانکی استان سمنان از سرمایه گذاری در بخش گردشگری روستایی.

فراهم نمودن آب آشامیدنی سالم برای مسافران در مناطق گردشگری روستایی استان سمنان.

ایجاد و گسترش شبکه های تلفن ثابت و همراه در مناطق گردشگری استان سمنان.

ایجاد کلاس های توجیهی و آموزش جهت بالا بردن اطلاعات مردم روستا ها پیرامون فواید گردشگری و ارتقای سطح برخورد آنها با مسافران و جذب گردشگران.

تغییر و تعدیل بهای اقامتگاهها و هتل ها به تناسب فصول در مراکز شهری و روستایی استان.

توسعه و تقویت برنامه های تلویزیونی جهت معرفی جاذبه های طبیعی و تاریخی و باستانی روستا های استان.

برگزاری سمینار ها و کنفرانسها در روستا های دارای جاذبه های گردشگری استان و معرفی جاذبه ها به مردم.

استقرار راهنمایان خوش برخورد و ورزیده در مبادی ورودی شهر ها و روستا های دارای جاذبه گردشگری به منظور جذب گردشگر.

ایجاد کمپینگ های مناسب اقامتی در مراکز دیدنی و گردشگری از جمله در پیست های اسکی ، مراکز آب درمانی، مراکز تاریخی و باستانی و مراکز زیارتی و اماکن متبرکه استان سمنان.

گسترش حمل و نقل و ارتباطات در مناطق گردشگری روستایی استان.

توصیه به گردشگری روستایی در تعطیلات کوتاه مدت و استفاده از اوقات فراغت.

ترغیب گردشگران داخلی و میل به رغبت آنان به مناطق روستایی و ییلاقی استان.

برنامه ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری روستایی بر اساس اصول و مبانی توسعه پایدار در سطح استان.

تشویق بخش خصوصی با کاهش یا حذف مالیات جهت سرمایه گذاری در روستا های دارای جاذبه های گردشگری استان.

احداث مجتمع های تفریحی و گردشگری و اقامتی برای سازمان ها جهت بهره برداری کارکنان ادارات ، در نقاط دارای جاذبه های گردشگری روستایی استان.

گسترش حمل و نقل عمومی در ایام تعطیل و فصل بهار و تابستان جهت بازدید گردشگران از روستا ها.

جلب مشارکت بخش خصوصی در مدیریت مناطق و طرح های اکوتوریستی استان.

راه اندازی تورهای گردشگری ارزان قیمت توسط نهاد ها و آژانس های خصوصی با همکاری سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان .

ایجاد و راه اندازی رشته های مدیریت جهانگردی ، خدمات مسافرتی و گردشگری و توریسم در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد در دانشگاه سمنان و دیگر دانشگاههای استان.

احداث دهکده های گردشگری در اطراف مناظر بکر طبیعی و آثار باستانی استان.

استفاده از تجربیات دیگر کشور ها یا دیگر استان ها در زمینه جذب گردشگری .

ایجاد زمینه های اشتغال برای جوانان و بیکاران روستایی از طریق توسعه جاذبه های گردشگری.

برنامه ریزی در جهت گذراندن اوقات فراغت و تعطیلات آخر هفته در مناطق گردشگری روستایی استان.

نتایج:

استان سمنان به دلیل موقعیت ارتباطی که با استانهای تهران، مازندران، گلستان، خراسان و اصفهان دارد از دوران گذشته حائز اهمیت بوده است . از آنجایی که این استان از جاذبه های گردشگری زیادی برخوردار است هر ساله

شهرستانها و روستاهای این استان سپری نمایند.

استان سمنان به دلیل بهره مندی از مناظر طبیعی گوناگون و پیشینه تاریخی درخشان می تواند به یکی از مراکز مهم گردشگری داخلی و بین المللی تبدیل شود. از عوامل اصلی توسعه گردشگری در استان سمنان می توان به: واقع شدن بر سر راه چند استان (خراسان، گلستان، مازندران، تهران، قم، اصفهان)، نزدیک بودن به قطب جمعیتی، پایتخت و مرکز سیاسی کشور (تهران)، مطلوب بودن راههای استان، تعدد وسایل دسترسی به نقاط مختلف استان، تعدد مراکز مورد نظر گردشگران در سطح شهرها و روستاهای استان.

شرایط ویژه جغرافیایی، تنوع اقلیمی به همراه وضعیت خاص توپوگرافی و ژئوگرافی و ژئومورفولوژیکی در سطح استان سمنان بیانگر پتانسیل های بالقوه منحصر بفرد در زمینه اکوتوریسم در کشور است که عمدتاً منطبق با نواحی روستایی

بهره مندی از ظرفیتهای طبیعی گردشگری استان

و گردشگری طبیعی (اکوتوریسم) به طور خاص در کشور، توسعه نیافته است، و این امر بیانگر ظرفیت های گسترده برای توسعه اکوتوریسم در سطح کشور می باشد. بنابراین علاوه بر مزیت های مختلف در سطح منطقه ای و ملی امکان تحول و ارتقاء در استان سمنان نیز وجود دارد.

اکوتوریسم می تواند آثار مثبت و منفی برای طبیعت و محیط زیست به ارمغان آورد، که بیانگر لزوم برنامه ریزی و نظارت در راستای کاهش هر چه بیشتر آثار منفی و تقویت آثار مثبت اکوتوریسم بر محیط زیست می باشد. (خانیا، ۱۳۸۴)

در توسعه گردشگری روستایی، بخش دولتی و بخش خصوصی حتی شوراهای اسلامی روستایی می توانند بر اساس موقعیت روستاها برنامه ها و طرحهای مناسب را طراحی نمایند تا هم روستائیان و هم شهروندان و دیگر گردشگران بتوانند به سیروسیاحت بپردازند و از نظر اشتغال و درآمدزایی در روستاها موثر واقع می شود.

از آنجایی که استان سمنان در مسیر ارتباطی زایران امام هشتم حضرت رضا (ع) قرار گرفته می تواند در جذب گردشگران مذهبی و فرهنگی نقش مهمی داشته باشد. وزارت کشور، استانداری سمنان، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سمنان، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان سمنان و دیگر سازمانهای ذیربط می توانند اقدامات مناسبی جهت جذب

گردشگری و توسعه پایدار در استان سمنان

مساعدت مردم منطقه و نهادهای اجرایی می باشد تا این استان به عنوان یکی از مناطق و قطب های گردشگری کشور مطرح گردد.

منابع و ماخذ:

آسایش، حسین و سید رحیم مشیری، ۱۳۸۱، روش شناسی و تکنیک های تحقیق علمی در علوم انسانی با تاکید بر جغرافیا، نشر قومس.

آقاجانی، حسنعلی و رمضان عزیززاده، ۱۳۸۴، آرایه مدلی به منظور ایجاد همکاری بین سازمانی میان سازمانهای متولی و مرتبط با صنعت توریسم، مجموعه مقالات همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه دانشگاه مازندران.

پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی، ۱۳۸۵، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت.

پارسایان، علی و سید محمد اعرابی، ۱۳۸۲، جهانگردی در چشم اندازی جامع، نشر پژوهشهای فرهنگی.

تاج، شهره، ۱۳۸۲، مدلی برای توسعه اکوتوریسم، مجله دانشنامه، شماره ۴۴، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

حافظ، نیا، محمد رضا، ۱۳۸۳، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت.

خانیا، پروانه، ۱۳۸۴، توسعه گردشگری کشور و دستیابی به صلح و توسعه، مجموعه مقالات علمی توریسم، موانع و پیامدها، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فلاورجان اصفهان.

رضوانی، علی اصغر، ۱۳۸۲، جغرافیا و صنعت توریسم، دانشگاه پیام نور.

رضوانی، محمد رضا، ۱۳۸۳، مقدمه ای بر برنامه ریزی توسعه روستایی در ایران، نشر قومس.

زیاری، کرامت الله، ۱۳۸۰، اصول و روشهای برنامه ریزی منطقه ای، دانشگاه یزد.
 سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۲.
 شاپلی، ریچارد، ۲۰۰۱، گردشگری روستایی، ترجمه منشی زاده، رحمت الله وفاطمه نصیری، انتشارات منشی.
 شگری، ولی الله، ۱۳۸۴
 گردشگری در توسعه، دانشگاه مازندران.
 شکویی، حسین، ۱۳۸۵، جغرافیای کاربردی و مکتبهای کاربردی، آستان قدس رضوی، چاپ پنجم.
 عظیمی آملی، جلال، ۱۳۸۲، بررسی نقش و جایگاه گردشگری روستایی در توسعه پایدار روستا، مجموعه مقالات همایش علمی و پژوهشی علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نوشهر و چالوس.
 قادری، زاهد، ۱۳۸۳، اصول برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی، سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور.
 قره نژاد، حسن، ۱۳۷۴، اقتصاد و سیاستگذاری توریسم، انتشارات تهران.
 قره نژاد، حسن، ۱۳۸۶، توسعه گردشگری و مهمان پذیری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.
 مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵.
 مداح، مجید، ۱۳۸۶، صنعت گردشگری و تولید منطقه ای با تاکید بر محدودیتهای استان سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی توانمندبها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان.
 مدهوشی، مهرداد، ۱۳۸۲، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
 مشبکی، اصغر و اسماعیل ملک اخلاق، ۱۳۸۲، طراحی الگوی سیاست گذاری در بازاریابی صنعت جهانگردی ایران، دومانه علمی و پژوهشی دانشور.
 لطفی، صدیقه، ۱۳۸۴،
 گردشگری در توسعه، دانشگاه مازندران.

گشگری و توسعه پایدار روستایی

- Rosentraub, M & Joo, M. (2009). tourism and economic development: which investments gains for regions, tourism management 30.
- Zanotti, L & chernela, J. (2008). conflicting cultures of nature: ecotourism, education and the kayapo of the brazilian amazon, tourism geographies 10(4).
- clark, G & chabrel, M. (2007). measuring integrated rural tourism, tourism geographies 9(4).
- sanjay, K (2008). tourism-induced rural energy consumption in the annapurna region of Nepal, tourism management 29.
- Saarinen, J & kask, T. (2008). transforming tourism spaces in changiog socio-political contexts: the case of parnu, Estonia, as a tourist destination. tourism geographies. 10(4).
- Briedenhann, J & wickens, E. (2004). rural tourism-meeting the challenges of the new south Africa. international journal of tourism research. 6.
- Gao, S & huang, S & huang, Y. (2009). rural tourism development in china. international journal of tourism research. 11.
- Hall, D. (2004). rural tourism development in southeastern Europe: transition and the search for sustainability. international journal of tourism research. 6
- Collins, J. (2008). marine tourism in the Kimberley region of western Australia. geographical research. 46(1).
- Welford, R & ytterhus, B & eligh, J. (1999). tourism and sustainable development: an analysis of policy and guidelines for managing provision and consumption. sustainable development. 7.
- Nelson, V. (2005). representation and images of people, place and nature in grenades tourism. geografiska annaler. 87.

- Dickinson, J & Robbins, D. (2008). Representations of tourism transport problems in a rural destination. *Tourism Management* 29.
- Anderson, E. (2007). Travel and communication and international differences in GDP per capita. *Journal of International Development* 19.
- Cawley, M & Marsat, J. (2007). Promoting integrated rural tourism: comparative perspectives on institutional networking in France and Ireland. *Tourism Geographies* 9(4).
- Albaladejo Pina, I & Delfa, M. (2009). Tourist preferences for rural house stays: evidence from discrete choice modeling in Spain. *Tourism Management* 31.
- McElroy, J. (2003). Tourism development in small islands across the world. *Geografiska Annaler* 85.
- ETB (1991) *The Green Light: A Guide to Sustainable Tourism*, London: English Tourist Board.
- Hvenegaard, G. (1994) *Ecotourist: A Status Report and Conceptual Framework*, *Journal of Tourism Studies* 5, 2: 24-35.

