

گردشگری روستایی و لزوم تعیین روستاهای هدف گردشگری با استفاده از شاخص‌ها و معیارهای علمی

محمدعلی شادی

دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مسعود مهدوی حاجیلویی^۱

استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

عزت الله عزتی

دانشیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۶/۲۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۵/۰۳

چکیده

امروزه توسعه جهانگردی بعنوان پر درآمدترین صنعت روز دنیا، یکی از اهداف اصلی برنامه‌ریزان، دست‌اندرکاران و مسئولین دولت‌های حاکم در اکثر کشورهای جهان می‌باشد. افزایش جمعیت، پیشرفت علوم و فنون، افزایش زمان آزاد و فراغت و بسیاری عوامل دیگر، باعث جلب توجه عموم مردم به مقوله جهانگردی شده است، بنابر عقیده کاسترز (۱۹۸۴) جهانگردی دانشی چند رشته‌ای است که اگر بدون انجام تجزیه و تحلیل‌های سیاسی دقیق، برنامه‌های مدون و دقیق توسعه و تکامل یابد، قطعاً کامل نخواهد بود. ادوارد اینسکیپ صاحب نظر برنامه‌ریزی گردشگری در کتاب برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی جهانگردی را همواره پویا و پایدار می‌داند و حکومت‌ها را در جهت شناسایی آثار و آینده گردشگری می‌بیند تا بدین وسیله نقش خود را در این فرآیندها افزایش دهند (Inskoop, Edward, 1991, p50). اصولاً بازار گردش‌ها و مسافرت‌ها در مناطق شهری و پیشرفته توسعه می‌یابد. بسیاری از ساکنان این مناطق پیشرفته می‌خواهند از این محیط بسیار تصنعی و متجدد فرار کنند و به مناطق کمتر توسعه یافته و بی آلاینش پناه ببرند. (وای گی، چاک؛ ۱۳۷۷: ۱۸۱). از دهه ۷۰ قرن بیستم، فعالیت‌های توریستی در مناطق روستایی به طور چشمگیری در همه نقاط کشورهای توسعه یافته در سرتاسر دنیا افزایش یافته‌اند که این امر نقشی اساسی در توسعه مناطق روستایی که از لحاظ اجتماعی و اقتصادی عقب مانده بودند ایفا نمود (پرالز، ۲۰۰۲). لذا متخصصین این صنعت با توجه به شناخت و آگاهی ویژه خود، اذعان دارند که توسعه گردشگری روستایی، بدون سازماندهی مجدد و گسترده مناطق روستایی براساس برنامه‌ریزی‌های علمی و مدون میسر نخواهد بود. در این راستا تعیین و معرفی مقاصد سفر مرتبط با موضوع یعنی روستاهای هدف گردشگری گام اول در مسیر تحقق اهداف والای توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. در این مقاله که مستخرج از رساله دکتری با عنوان «تدوین شاخص‌های موثر در تعیین روستاهای هدف گردشگری کشور، (مطالعه موردی روستاهای نمونه گردشگری استان سمنان)» می‌باشد سعی بر این است تا با بررسی وضعیت گردشگری روستایی به بیان ضرورت تعیین روستاهای هدف گردشگری به عنوان مقاصد اصلی گردشگری روستایی پرداخته و این موضوع را به عنوان مهمترین عامل توسعه گردشگری روستایی و توسعه همه جانبه مشخص نماید.

واژگان کلیدی: روستا، گردشگری، گردشگری روستایی، توسعه پایدار، روستای هدف گردشگری، مقصد سفر

مقدمه

«قل سیروا فی الارض فانظروا کیف بدأ الخلق ثم الله ینشی النشأه الاخره ان الله علی کل شیء قدیر»

«سوره مبارکه عنکبوت آیه ۲۰»

ای رسول بگو به مردم که در روی زمین سیر کنید و ببینید که خدا چگونه نخست خلق را ایجاد کرده سپس نشأت آخرت را ایجاد خواهد کرد، که خدا بر هر چیز تواناست.

امروزه صنعت جهانگردی در دنیا یکی از منابع مهم درآمدزایی کشورها محسوب می‌شود و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است، کشورهایی که بیشتر به توسعه اقتصادی خود می‌اندیشند به صنعت جهانگردی بعنوان یک ضرورت مهم می‌نگرند، بدین لحاظ گردشگری در اغلب کشورها بویژه ممالک غربی گسترش و پیشرفت فوق العاده‌ای یافته است. درحال حاضر گردشگری به مهمترین فعالیت اقتصادی جهان تبدیل شده است، به گزارش سازمان جهانی جهانگردی (unwto). مخارج سالانه گردشگری در سطح جهانی بالغ بر ۲۰۰۰ میلیارد دلار می‌باشد. در بسیاری از کشورها، صنعت جهانگردی بصورت منبع اصلی ایجاد کار درآمده و جمعیتی بالغ بر ۱۰۰ میلیون نفر را در سطح جهان به اشتغال واداشته است (گوهریان و کتابچی، ۱۳۸۴، مقدمه).

باتوجه به دیدگاههای مختلف مربوطه در خصوص گردشگری روستایی، برنامه‌ریزان، کارشناسان و متولیان گردشگری هر کشوری با استفاده از شیوه‌های مختلف در زمینه برنامه‌ریزی گردشگری روستایی کشور خود اقدام می‌نمایند. کشورهایی که تنوع روستاهای موجود در آن‌ها از نظر اقلیم، فرهنگ، ساختار فیزیکی و کالبدی، کاربری و.... زیاد است با در نظر گرفتن شاخص‌هایی که در تعیین روستاهای گردشگری مؤثرند، روستاهای هدف گردشگری را از دیگر روستاها متمایز نموده و بر این اساس زمینه را برای برنامه‌ریزان و سرمایه‌گذاران این حوزه آماده می‌نمایند.

این موضوع دراکثر کشورها توسط متولیان صنعت گردشگری آن کشورها و با بهره‌گیری از کارشناسان و متخصصین آن‌ها صورت می‌پذیرد در این مقاله سعی براین است تا با بررسی وضعیت گردشگری روستایی، به بیان ضرورت تعیین روستاهای هدف گردشگری که گامی مؤثر و مفید در توسعه گردشگری روستایی و توسعه پایدار می‌باشد، اقدام نمائیم.

توسعه پایدار

هدف اکثر برنامه‌ریزان در کشورهای گوناگون نیل به توسعه و هدف نهایی از توسعه نیز نیل به توسعه پایدار است (موسی پور میاندهی و استعلاجی، ۱۳۸۹: ۱۱۹). توسعه پایدار از جمله مفاهیمی است که در اواخر دهه ۸۰ میلادی و بویژه پس از برگزاری کنفرانس جهانی زمین در ۱۹۹۲ در ریودوژانیروی برزیل مطرح و بکار گرفته شد. توسعه پایدار عبارت است: فعالیت‌های بشری تمامیت زندگی موجودات روی زمین را جاودانه سازد و پرورش دهد. پایداری به توازن دائمی و در طول زمان اشاره دارد و این عامل زمان اندازه‌گیری و سنجش آنرا دچار پیچیدگی

می‌کند. نماگرهای که در حال حاضر مورد استفاده قرار می‌گیرد ناپایداری، کامل نبودن و یا وسعت آسیمی که سیستم و توازن آن وارد می‌کند را می‌سنجد. بنابراین با این خصوصیات انتخاب و توسعه نماگرها باید با توجه و دقت زیادی صورت گیرد تا بتواند دقیقاً توسعه پایدار را مورد بررسی قرار دهد که توسعه پایدار فرایندی پویاست و شرایط ثابتی نیست که به روشنی قابل توضیح باشد. همچنین مفهوم توسعه پایدار تا حد زیادی به هنجارها و ارزش‌هایی وابسته است که از سنت‌های فرهنگی نشأت می‌گیرند و همین طور به محیط‌های مختلف وابسته است به عبارتی اساساً مفهومی مرتبط با محل است. سیاست‌هایی که برای نیل به توسعه پایدار اتخاذ می‌شوند هنوز نسبتاً جدید هستند و توافق لازم بر روی نماگرهایی مثل تولید ناخالص ملی و منابع انسانی، آلودگی آب و آلودگی هوا استفاده می‌شود که برای سنجش پایداری کافی نیستند. نماگرهای توسعه پایدار باید مبنای قابل اعتمادی برای تصمیم‌سازی در همه سطوح حکومت فراهم آورد، آگاهی عمومی ایجاد کند و کنترل پیشرفت در جهت هدف نهایی که پایداری متکی به خود است را پی‌گیرد (Mohd Nordin, 2001) مفهوم توسعه پایدار نسبت به «توسعه» پیچیدگی بیشتری دارد: از یک سو پایداری در این ترکیب، به مسأله ظرفیت قابل تحمل کره زمین بر می‌گردد بدون آنکه به مفاهیمی مانند نابرابری و عدالت اجتماعی توجه کند و از سوی دیگر توسعه خود مستلزم رشد اقتصادی مستمر است بدون آنکه به توان و گنجایش کره زمین یا توان اکولوژیک و محدودیت‌های محیط توجه کند بنابراین ترکیب توسعه پایدار چیزی فراتر و بیشتر از توسعه است (علوی‌زاده، ۱۳۸۶).

توسعه روستایی

در فرایند برنامه‌ریزی برای توسعه روستایی، شناخت ویژگی‌های ساختاری سطوح توسعه‌یافتگی و آگاهی از پتانسیل‌ها و توان‌های محیطی هر منطقه اهمیت زیادی دارد (موسی پور میاندهی و استعلاجی، ۱۳۸۹: ۱۱۹). توسعه روستایی از دیدگاه‌های گوناگون مورد ارزیابی و بازبینی قرار گرفته است، ولی هنوز اجماع نظر جامعی درباره معنا و حوزه قلمروی خاص آن، دیده نمی‌شود. در هر حال، می‌توان توسعه روستایی را فرایند توانمندسازی و تقویت قابلیت زندگی در بستر کیفیت زندگی و محیط زیست، کارایی و خودبسندهی اقتصادی و نگهداشت و بهبود کیفیت زیست بوم در نواحی روستایی قلمداد کرد. در عین حال، توسعه تغییرات مثبتی فرض می‌شود که بهبود وضع زندگی مردم را در بر دارد (زمانی‌پور، ۱۳۷۳، ۴۰).

سیرز، توسعه را جریانی چند بعدی می‌داند که تجدید سازمان و سمت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارد و در بسیاری از موارد آداب و رسوم و عقاید مردم را نیز در بر می‌گیرد (عابدی سروستانی، ۱۳۸۵: ۱۳۸).

نکته قابل تأمل در مفهوم توسعه روستایی این است که توسعه روستایی صرفاً به معنای توسعه کشاورزی نیست، چنانچه به زعم میسرا موردی از رفاه اجتماعی هم نمی‌باشد تا با تزریق پول به مناطق روستایی جهت رفع نیازمندی‌های اساسی مرتفع شود، بلکه طیف وسیعی از فعالیت‌های انسانی را شامل می‌شود که توانمندسازی روستاییان را در دستیابی به معیشتی پایدار در بر می‌گیرد (Ashley, 2000).

بر این اساس، هدف توسعه روستایی تنها بهبود فرصت‌های اقتصادی نیست و ارتقاء سازماندهی اجتماعی، حفاظت میراث بومی، آداب و رسوم فرهنگی و بهبود دهی خدمات و تسهیلات رفاهی، همراه با نگهداشت و حفاظت محیط زیست روستایی را نیز در نظر دارد. این امر نشانگر نوعی هماهنگی و یکپارچگی در روند توسعه همزمان اقتصادی، اجتماعی و محیطی در روستا می‌باشد که با فراهم سازی معیشت پایدار در خانوارهای روستایی، امکان برخورداری متعادل و متوازن از خدمات و تسهیلات عمومی را در عرصه مناطق روستایی کشور فراهم می‌آورد. در کشورهای جهان سوم نیز دو دیدگاه بطور رایج در حوزه توسعه روستایی مورد توجه بوده است:

۱. نخست: دیدگاه بهبود و اصلاح

۲. دوم: دیدگاه دگرگون سازی.

از آنجا که توریسم را فرایندی در توسعه روستایی بشمار می‌آورند، می‌بایستی در چارچوب توسعه روستایی به عنوان جایگاه مدیریتی نسبت به مولفه‌های ارزیابی توریسم پذیری نگاهی ویژه شود و تلاش گردد تا با شناخت دقیق اهداف و تدقیق در میزان اثرات محیطی توریسم بر روستا، امکان ارزیابی فرایند گردشگری روستایی و در صورت لزوم استمرار یا توقف آن فراهم شود. در شکل (۱-۲) به این جایگاه توسعه روستایی اشاره شده است. در گذشته برخی توسعه روستایی را بیشتر در توسعه فضاهای کالبدی یا توسعه فعالیت‌های کشاورزی خلاصه می‌نمودند، هر چند تجربه نشان داد توسعه روستایی صرفاً از این طریق حاصل نمی‌شود. روستا محیطی است با ابعاد مختلف طبیعی، کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و نیازمند توسعه روستایی همه جانبه است (استعلاجی، ۱۳۸۱: ۲۵).

برنامه‌ریزی توریسم

هر شکل از اشکال توسعه اقتصادی به منظور دستیابی به اهداف خود نیاز به برنامه‌ریزی دقیق دارد که گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد. این امر از آن جهت بیشتر ضروری می‌نماید که گردشگری فعالیت چند بخشی بوده و از ابعاد متنوع زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی برخوردار است. برنامه‌ریزی کارا و مؤثر گردشگری می‌تواند موجب پیشینه کردن منافع اقتصادی، کمینه ساختن آثار منفی و تخفیف و آلام بخشی آثار نابهنجار اجتماعی و فرهنگی شود. به دیگر سخن، پایداری بلندمدت مکان‌های گردشگری در گرو برنامه‌ریزی در ابعاد اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی است. به طور کلی برنامه‌ریزی گردشگری مکانیزمی در راستای ادغام نمودن فعالیت‌های بخش گردشگری با دیگر بخش‌های اقتصاد، شکل دهی و کنترل الگوی فیزیکی توسعه، حفاظت از منابع طبیعی کمیاب و بازاریابی تلقی می‌شود (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۷۱-۱۷۲).

به اعتقاد گتس برنامه‌ریزی گردشگری فرایندی مبتنی بر ارزیابی و پیشبرد و بهینه کردن نقش گردشگری در رفاه و کیفیت جامعه میزبان تلقی می‌شود. برادون برنامه‌ریزی توریسم را به طور تنگاتنگی با برنامه‌ریزی توسعه مرتبط می‌داند و آن را مستلزم لحاظ کردن عواملی نظیر اقتصاد، نیاز گردشگران و ملاحظات مربوط به سکنه بومی می‌داند (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۷۳). حبیب علیپور معتقد است که برنامه‌ریزی توریسم یک فعالیت چندبعدی و تلفیقی است و در

برگیرنده عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روانشناسی، مردم شناسانه و فناورانه بوده و در عین حال با گذشته، حال و آینده در پیوند است (Alipor, 1996). برنامه ریزی برای توسعه گردشگری در شهرها و شهرکها، به طور برجسته‌ای مشکلات ویژه‌ای را داراست زیرا سامانه فضایی هر شهر بی نظیر و یگانه است. همچون رقابت تقاضاها برای توسعه جایگاه‌های اصلی مطمئن برای مهمانسراها، ادارات، خرده فروشی یا استفاده‌های ساکنان، تراکم ترافیک در نواحی مرکزی که ممکن است برای توسعه گردشگری بدتر شود و استفاده بیش از حد از جاذبه‌های اصلی و عمده گردشگری شاید برای استفاده وسیع آن‌ها تنزل یابد؛ برای مثال گردشگران داخلی بریتانیا که از لندن بازدید کرده‌اند، درباره تراکم بالای منیستر غربی و برج لندن در مدت فصل بازدید گردشگران خارجی با وضع ترکیب آن در مکان‌ها شکایت دارند (Inskeep, 1991: 236-237)

روستا

تعریف روستا ممکن است نیاز به یک تجربه اولیه داشته باشد. کشورهایی که تعداد دقیق مردم در حال زندگی و استفاده از یک محدوده را در حالت استاندارد حفظ می‌کنند، تعداد مردم ساکن در یک منطقه را معیار رایج برای تفکیک شهر از روستا به شمار می‌آورند. در آمریکا، سرویس تحقیقاتی اقتصادی، تمامی سکونتگاه‌های کمتر دارای کمتر از ۲۵۰۰ نفر ساکن دائم را روستا می‌نامند. جوامع دارای ۲۵۰۰ تا ۹۹۹/۱۹ نفر را زیر شهری و بالای ۲۰/۰۰۰ نفر را شهری می‌نامند. دفتر سر شماری ایالات متحده تمامی نقاط غیرشهری را روستا و نقاط با بیش از ۵۰/۰۰۰ نفر ساکن دائمی را شهر می‌نامند. دیگر آژانس‌های فدرال هم تعاریف دیگری را برای روستا بکار می‌گیرند. کانادا، کشوری که تقریباً ۱۰ درصد آمریکا جمعیت دارد، روستا را تعریف نمود، باز تعریف کرد و دوباره تعریف کرد. آخرین تعریف از نواحی روستایی در کانادا چنین است: «افرادی که در نواحی دارای جمعیت متفرق خارج از نواحی شهری زندگی می‌کنند» (مثلاً افرادی که در نقاط دارای جمعیت زیر ۱۰۰ نفر یا خارج از مکان‌هایی که تراکم کمتر از ۴۰۰ نفر در کیلو متر مربع دارند، زندگی می‌کنند) آشکارا، تفاوت زیادی بین تعاریف مورد استفاده هر کشور از روستا وجود دارد.

از دیدگاه یک توریست، سفر به مناطقی که شدیداً توسعه یافته نیستند می‌تواند روستا محسوب شود. برخلاف آن، مناطقی هم که برای پذیرش توریست‌ها شدیداً متحول شده‌اند ولی ساکنان دائمی سالانه ندارند، روستا محسوب می‌شوند. مشابه آن، منطقه‌های جاذب در ایالت نیمه سوتا نظیر منطقه ی دریاچه‌های بریزد با استراحتگاه‌های سطح بالا و زمین‌های گلف در سطح جهانی، روستا محسوب می‌شود اگرچه در طول ماه‌های پر کار تابستان تراکم جمعیت در آن به حد تراکم جوامع حومه ی شهری می‌رسد.

لانگ (۱۹۹۸) اعتقاد دارد که تعریف روستایی، ویژگی‌هایی از زندگی است که فرد در موقع بازدید از روستا با آن مواجه می‌شود. روستا می‌تواند به عنوان مکان امن درک شود، با ارزش‌های ثابت و احاطه شده به وسیله ی فضای باز و طبیعت زیبا، جایی که فرد محترمانه و دوستانه رفتار می‌کند. دریک تعریف کار کردی روستا می‌تواند این چنین تعریف شود: «مکانی که فعالیت اقتصادی کوچک مقیاس در صحنه اقتصاد تسلط دارد، فضای باز فراوان است، تماس

با طبیعت یا جوامع سنتی وجود دارد توسعه به آرامی سرمایه محلی را به کار می‌گیرد و انواع فعالیت‌های توریستی در حال متنوع شدن هستند اما قابلیت‌های منابع محلی را نشان می‌دهند (لین ۱۹۹۴). کتر ویچ (۱۹۹۷) اعتقاد دارند که حتی مشاغل محلی قابلیت رشد سریع‌تر را دارند و توریسم روستایی هم امکانی برای تحول سریع‌تر سطوح فیزیکی را در روستا فراهم می‌کند. سطح تحول فیزیکی، اشاعه ی اصالت و بقای شیوه زندگی سنتی وابسته به آن‌هایی هستند که توریست روستایی نامیده می‌شوند.

واژه روستا در ادبیات مرتبط با آن به گونه‌های مختلفی تعریف شده است. روستا در فرهنگ معین، معادل «رستاک» در زبان پهلوی و معرب آن رستاق، روستاق، رسداق و یا رزداق می‌باشد و هم ارز «ده و قریه» تعبیر شده است؛ همچنین، «ده» آبادی کوچک در خارج شهر و در مقابل آن، شهر، آبادی بزرگ که دارای خیابان‌ها و کوچه‌ها و خانه‌ها و دکان‌ها و سکنه بسیار باشد، تعریف شده است (معین، ۱۳۷۵). معجم البلدان به نقل از حمزه بن حسن آرد می‌گوید: در زمان ما بنابر آنچه مشاهده می‌شود، ایرانیان رستاق را بر جایی که دارای مزارع و قراء باشند اطلاق می‌کنند و هرگز شهرهایی از قبیل بصره و بغداد را رستاق نمی‌خوانند (به نقل از: دهخدا، ۱۳۳۷). در فرهنگ صبا «ده»، «روستا» و «قریه» هم ارز یکدیگر بوده و برابر با «آبادی کوچک در خارج شهر که دارای چندین خانه روستایی باشد»، تعریف شده است (بهشتی، ۱۳۷۱). همچنین، روستا نقطه سکونتی کوچک با اقتصاد مبتنی بر کشاورزی و منابع طبیعی نیز تعریف شده است. ده، بنا به تعریف از واژه «دهیو» به معنای سرزمین و کشور گرفته شده است (رضوانی، ۱۳۸۲). بر این اساس، ده و قریه سکونتگاه و جامعه‌ای شناخته می‌شود کوچک، که نسبت به روستا مفهوم محدودتری دارد و یک واحد معیشتی است که در یک فضای جغرافیایی مستقر شده، شکل گرفته باشد، در حالی که روستا شامل ده یا قریه‌ای است، همراه با مزارع و باغات و پوشش طبیعی اطراف آن. بنابراین تعریف، ده و قریه ممکن است بر مبنای کشاورزی نباشد، یعنی ساکنان آن، زارع، برزگر، کشاورز و دامدار روستایی نباشند، بلکه معیشت آنان بر بنیان سایر فعالیت‌ها استوار باشد، مثل خدمات، صنایع دستی، استخراج معدن، بهره‌وری از آب معدنی، صیادی و نظایر آن که در این صورت به ساکنان آن دهاتی گفته می‌شود، ولی اگر این واحد معیشت با بهره‌وری از فضاها یا فعالیت‌های کشاورزی همراه باشد، روستا نامیده می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۲). ابن خلدون در این خصوص می‌گوید: بادیه نشینان گروهی از بشرند که برای به دست آوردن معاش طبیعی به کشاورزی و پرورش چارپایان می‌پردازند و آن‌ها در وسایل زندگی از خوراکی گرفته تا پوشیدنی به همان مقدار ضروری و لازم اکتفا می‌کنند و از رسیدن به مراحل برتر از این حد که به شهرنشینی و تمدن کامل زندگی منتهی می‌شود، عاجزند. این گروه خانه‌هایی از موی و پشم حیوانات یا از شاخه‌های درخت یا از گل و سنگ‌های طبیعی می‌سازند و از آن‌ها جز بهره‌بردن از سایه و تهیه پناهگاه منظوری ندارند و گاهی هم به غارها و شکاف‌های کوه‌ها پناه می‌برند (ابن خلدون، ۱۳۵۹). در دایره المعارف بریتانیکا جامعه روستایی چنین تعریف شده است: جامعه‌ای که در آن، به نسبت، ساکن کمتری وجود دارد، دارای زمین‌های گسترده است و در آن مهمترین فعالیت اقتصادی، تولید مواد غذایی، ایاف و مواد خام است. ارائه تعریف برای چنین مناطقی به صراحت ممکن نیست. تفاوت زیاد میان شهر و روستا در جوامع

غیر صنعتی - که البته در جوامع صنعتی این تفاوت کمتر است - تعیین مرز دقیق سکونتگاه‌های روستایی را با مشکل مواجه می‌نماید (Britannica, 1970).

در برخورد دیگری که در تبیین مفهوم روستا شده است، به روستا به عنوان یک مجتمع زیستی و به عبارتی سکونتگاهی انسانی نگریسته می‌شود و غریزه اجتماعی زیستن، با توجه به سطح فرهنگ و برخورداری از دانش فنی در نقاط مختلف جهان به صورت‌های گوناگون، تجلی می‌یابد (سعیدی، ۱۳۷۹)، که روستا نوعی از آن محسوب می‌شود. جوامع روستایی در تعاریف سنتی براساس عرصه‌های مالکیت زمین تعریف شده‌اند (M. Frutos, 1999). در تعریف دیگری از روستا برپدیرش آن به عنوان یک «کل» مستقل تأکید شده و روستا واحدی اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و مرکز جمعی از مردم یکجانشین تعریف شده است که قسمت اعظم درآمد آن‌ها از کشاورزی تأمین می‌شود و شرایط بالقوه خودکفایی را نیز در خود دارد (رضوانی، ۱۳۸۲). همچنین در برخی تعاریف دیگر هیچ یک از معیارهای شناخته شده فوق‌الذکر ملاک تفکیک شهر از روستا قرار نمی‌گیرد و آنچه شهر را از روستا تفکیک می‌نماید، عرف می‌باشد، طبق این تعریف، شهر جایی است که شهر نامیده می‌شود (پیتیه، ۱۳۶۹). طبق قانون اصلاحات ارضی، ده یا قریه عبارت است از یک مرکز جمعیت و محل سکونت و کار تعدادی خانوار که در اراضی آن به عملیات کشاورزی اشتغال داشته و درآمد اکثریت آن‌ها از طریق کشاورزی حاصل می‌شود و عرفاً در محل ده یا قریه شناخته می‌شود (وثوقی، ۱۳۶۶). همچنین، بنا به تعریف مرکز آمار ایران، روستا عبارت است از سکونتگاهی که تولید غالب آن کشاورزی و دامپروری بوده و جمعیت آن حداکثر ۵۰۰۰ نفر باشد (شناسنامه آبادی‌های کشور، ۱۳۷۵). در نهایت اینکه تعاریفی که از روستا در ادبیات مرتبط به آن ارائه شده‌اند، به دلیل آنکه در حوزه‌های علوم مختلفی صورت گرفته، متعدد است. همچنان که ذکر آن رفت، تعاریف روستا عمدتاً براساس محورهایی همچون نوع معیشت و اقتصاد حاکم، ویژگی‌های اجتماعی و یا جمعیتی، ساختار کالبدی و نحوه اداره جامعه صورت گرفته است.

واژه آبادی، از منظر واژه‌شناسی نیز خود مؤید این نحوه نگرش به آن است. آبادی برگرفته از آب است و آب نشانی است از رونق یافتن زندگی، پرباری محصول و تداوم حیات. ضرب‌المثل‌هایی همچون «آب آبادانی است» و «آب به آبادانی می‌رود»، مؤید این نحوه نگرش است. آبادی در لغتنامه دهخدا هم ارز قریه، ده و شهر فرض شده است. «زاغ روی به آبادی نهاد» (به نقل از کیلیله و دمنه).

نگاه کاربردی - تعریف روستا

در سطح کاربردی، مفهوم روستا در حوزه تحقیقاتی علوم مختلفی قابل طرح است. تعریف حقیقی روستا به دلیل ماهیت کل نگر و غیرکاربردی خود در حوزه علوم جوامع نمی‌باشد و نیاز به ارائه تعاریفی مبتنی بر عینیات - که هر یک نیز در جایگاه خود تعریفی صحیح محسوب می‌شود - محسوس است. علوم جغرافیا، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، معماری و علوم کشاورزی جهت برنامه‌ریزی‌های تحقیقاتی و کاربردی خود مواجه با تعاریف متفاوتی از روستا و تفکیک عرصه‌های مختلف سکونتگاه (آبادی) در قالب شهر و روستا بوده‌اند. به تبع آن، علوم مختلف

نیازمند معیارهای لازم در این خصوص هستند تا بتوانند آن دسته از مجتمع‌های زیستی را که روستا شناخته می‌شوند، از شهرها تفکیک نمایند؛ گرچه معیارهای این تفکیک می‌تواند در درون هر حوزه، به طور جداگانه و براساس شاخص‌های همان حوزه مشخص گردد؛ به عنوان مثال در برنامه‌ریزی‌های کشاورزی، معیار می‌تواند در رابطه با نوع اقتصاد مبتنی بر کشاورزی و یا غیره تعریف گردد و در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای، میزان جمعیت و یا نوع خدمات ملاک قرار گیرد؛ اما در همکاری میان حوزه‌های علوم مختلف، تفکیک شهر و روستا براساس معیارهای متفاوت موجب آشفتگی در دسته بندی‌ها خواهد گردید. لذا بهتر است، تعریف یکسانی که بتواند در موارد خاصی، حوزه‌های مختلف را دربرگیرد و یک جنبه مشترک را طرح نماید، به عنوان تعریف روستا و معیار تفکیک روستا از شهر پذیرفته شود. تاکنون تعریف ثابتی از روستا نشده است و تعاریف ارائه شده غالباً وابسته به حوزه فعالیت مورد نظر و یا در سطح کلانتر، از دولتی تا دولت دیگر متفاوت است، چرا که تعریف جوامع مختلف انسانی از مفاهیم روستا و روستایی تا حد زیادی متفاوت است و این تعاریف بسته به عوامل مختلفی همچون میزان توسعه‌یافتگی، میزان جمعیت، سطح رفاه عمومی و... شکل می‌گیرند؛ به عنوان مثال زمانی در دانمارک هر جایی که دست کم ۴۰۰ نفر ساکن داشت، منطقه شهری نامیده می‌شد، در ژاپن ۳۰۰۰۰ ساکن لازم بود و در فرانسه ۲۰۰۰ ساکن در مرکز منطقه (پیتیه، ۱۳۶۹). این رقم در ایران مطابق تعریف مرکز آمار ۵۰۰۰ نفر تعریف شده است.

گردشگری (جهانگردی)

در فرهنگ معین جهانگردی «در اقطار عالم سفر کردن و شناخت» معنی شده است. در (Longman dic) توریسم تحت عنوان «مسافرت برای تفریح و سرگرمی» "بکار گرفته شده است. در (webesters dic) توریسم چنین تعریف شده است: «سفری که در آن مسافر به مقصدی رفته و سپس به محل سکونت خود باز گردد». سازمان جهانی جهانگردی (Unwto) در سال ۱۹۹۳ جهانگردی را بصورت ذیل تعریف نموده است: «جهانگردی به تمامی فعالیت‌هایی که یک فرد یا افراد در طول مسافرت در مکانی خارج از محیط معمول کار و زندگی خود انجام می‌دهند، اطلاق می‌شود. این مسافرت بیش از یکسال طول نمی‌کشد و هدف فرد یا افراد تفریح و سیاحت، تجارت و یا اهداف دیگر می‌باشد» (خاکساری، ۱۳۷۷: ۶).

جهانگردی فعالیتی است اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی که از حرکت و جابجایی انسان‌ها از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر در داخل و یا خارج از کشور و با اقامتی بیش از یک شب در خارج از محل مسکونی دائمی خود، حاصل می‌گردد (عزیزی، ۱۳۷۷: ۱).

جهانگردی فعالیتی است چندرشته‌ای و از رشته‌های اقتصاد، حقوق، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، جغرافیا، مدیریت هتلداری، مدیریت بازرگانی، آمار، ریاضیات، مدیریت سیستم اطلاعات، معماری، راه و ساختمان، حمل و نقل و... استفاده می‌نماید و هر کدام از این رشته‌ها بنحوی درصنعت جهانگردی مورد استفاده قرار می‌گیرند (عزیزی، ۱۳۷۷: ۲).

جاذبه‌های گردشگری

جاذبه‌های گردشگری رکن اصلی وجود توسعه گردشگری محسوب می‌شود. بدون وجود این گونه منابع، گردشگری فاقد مفهوم است و اینگونه منابع نیز به صرف وجود در یک محدوده نمی‌تواند علت توسعه گردشگری باشد. این بدان معنا است که وجود هر منبع و یا جاذبه برحسب درجه جاذبیت و کششی که ایجاد می‌نماید و ارزش‌های بصری که ارائه می‌کند در گردشگری مورد توجه و حائز اهمیت است. مکان استقرار، ارزش‌های هنری و بصری، سابقه تاریخی و اعتبار و سندیت یک اثر از ویژگی‌های مهم آن در عرصه گردشگری محسوب می‌شود.

الف- جاذبه‌های طبیعی

اینگونه جاذبه‌ها به کلیه عناصر طبیعی در عرصه مرفولوژی، آب‌شناسی، گیاهان، جانوران، اقلیم و غیره اطلاق می‌شود که باعث جلب و جذب افراد برای استفاده از ارزش‌های بصری، اقلیمی و تفریحی و ورزشی شوند.

ب- جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی

جاذبه‌های فرهنگی شامل نهادهای مادی فرهنگ و تمدن نظیر کاخ‌ها، پل‌ها، مساجد، بازارها، حمام‌ها و... و نهادهای معنوی (غیرمادی) فرهنگ نظیر مراسم اجتماعی، رخدادهای بازی‌های محلی و... می‌شوند.

ج - جاذبه‌های انسان ساخت

اینگونه منابع به کلیه عناصری اطلاق می‌شود که توسط انسان امروزی برای اهداف و کاربردهای مختلف احداث شده و باعث جلب افراد و گردشگران هم برای رفع نیازهای ذیربط و هم بازدید و تفریح می‌شود. از آن جمله می‌توان به موزه‌ها، پارک‌ها، پیست اسکی، محدوده‌های حفاظت شده، نگارخانه‌ها و نمایشگاه‌ها اشاره نمود.

تسهیلات جهانگردی

مجموعه فعالیت‌ها و اقداماتی است که از هنگام ورود یک گردشگر تا هنگام خروج از کشور یا مقصد محلی به وسیله کلیه موسسات عمومی و خصوصی و طبقات مختلف مردم به منظور ایجاد سهولت در مسافرت انجام می‌گیرد و نیز آن قسمت از فعالیت‌ها و اقداماتی که جهت حمایت از گردشگران داخلی در شهرها، مسیرها و مراکز جهانگردی انجام می‌شود (سازمان نقشه برداری کشور، ۱۳۸۱: ۲).

تأسیسات جهانگردی

به مجموعه تجهیزات جهانگردی که مورد استفاده گردشگران داخلی و خارجی قرار می‌گیرد، اطلاق می‌شود و شامل مجموعه امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی، همچون هتل‌ها، مهمانسراها، مسافرخانه‌ها، مجتمع‌های جهانگردی، اردوگاه‌های جهانگردی، رستوران‌ها، قهوه‌خانه‌ها، و انواع تجهیزات تفرجگاهی تابستانی و زمستانی، ساحلی، کوهستانی و امثال آن است (سازمان نقشه برداری کشور، ۱۳۸۱: ۲).

گردشگر، جهانگرد

در قرن نوزدهم اشراف‌زادگان فرانسه می‌بایست برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه‌های لازم زندگی، اقدام به مسافرت نمایند. این جوانان در آن زمان توریست نامیده می‌شدند، بعدها در فرانسه این اصطلاح در مورد کسانی به

کار می‌رفت که برای سرگرمی و وقت گذرانی و گردش به فرانسه سفر می‌کردند. کم کلمه توریست به بعضی زبان‌های دیگر وارد شد (رضوانی، ۱۳۸۲: ۱۵).

توریست یا گردشگر کسی است که به صورت موقت به منظور تفریح، استراحت، گذراندن تعطیلات، بازدید از نقاط دیدنی، انجام امور پزشکی، درمانی و معالجه، تجارت، ورزش، زیارت، دیدار از خانواده، ماموریت و شرکت در کنفرانس‌ها به منطقه‌ای غیر از منطقه خود سفر می‌کند مشروط بر اینکه حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از ۳ ماه بیشتر نبوده و کسب شغل و پیشه مد نظر نباشد (رضوانی، ۱۳۸۲: ۱۶ و ۱۷).

سازمان جهانی جهانگردی (Unwto) جهانگرد را به دو دسته تفکیک می‌کند: (خاکساری، ۱۳۷۷: ۶).

۱- دیدارکننده یک روزه ۲- جهانگرد (گردشگر)

دیدارکننده یک روزه فردی است که تنها یک روز را در کشور ویا محل بازدید صرف کند و شب به کشور و یا محل معمول کار و زندگی خود بازگردد.

جهانگرد یا گردشگر فردی است که حداقل یک شب را در کشور ویا محل بازدید صرف کند.

سازمان جهانی جهانگردی (Unwto) سه نوع گشت را از یکدیگر متمایز می‌نماید: (گوهریان و کتابچی، ۱۳۸۴، ص ۳۲).

* گشت‌های برون مرزی، که شامل مسافرت افراد مقیم در کشوری به کشورهای دیگر می‌گردد.

* گشت‌های درون مرزی، که شامل مسافرت افراد غیر مقیم کشوری در داخل آن کشور می‌شود

* گشت‌ای محلی، که شامل مسافرت افراد مقیم کشور در داخل آن کشور می‌شود.

گردشگری بین‌المللی متشکل از گشت‌های درون مرزی و برون مرزی است.

زیرساخت

زیرساخت‌ها در برگیرنده تمامی ساخت و سازهای زیربنایی و روبنایی یک کشور محسوب می‌شوند و بطور عمده شامل سیستم‌های ارتباطی، سیستم‌های بهداشتی، حمل و نقل و اجزاء آن، هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، مراکز تفریح و... می‌باشند (گوهریان و کتابچی، ۱۳۸۴: ۳۲).

مقصد گردشگری

مقصد را می‌توان تمرکز تسهیلات و خدمت که برای رفع نیازهای گردشگر برنامه‌ریزی در نظر گرفت. به هر حال مقصد گردشگری به صورت منطقه جغرافیایی تعریف می‌شود که تمرکز حرکت گردشگران و تاثیرات آن در بر می‌گیرد. در واقع مقصد همه جنبه‌های گردشگری را در بر می‌گیرد. تقاضا، حمل و نقل، عرضه بازاریابی یعنی جایی که جاذبه‌ها و همه تسهیلات عرضه مورد نیاز برای گردشگران در آن یافت می‌شود. (cooper and others, 1993)

102)

تغییر و تحول در مقصد مربوط به عوامل زیر می‌شود:

نرخ توسعه

دسترسی

سیاست دولت

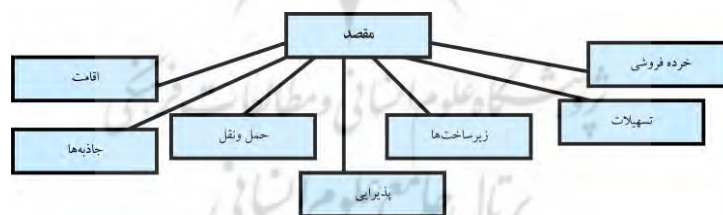
روندهای بازار

مقصد‌های رقیب (cooper and others, 114).

هرچند مقاصد یک بخش از صنعت گردشگری را ارائه نمی‌کنند اما نقطه تمرکز فعالیت بخش‌های مختلف گردشگری در یک منطقه هستند. مقاصد گردشگری جنبه بیرونی صنعت گردشگری بین‌المللی هستند که از تأثیرات اقتصادی و اجتماعی مثبت آن سودمند می‌شوند ولی محلی برای تأثیرات محیطی و اجتماعی - فرهنگی منفی این صنعت هستند. همچنین اغلب مقصد و تصویر ذهنی حاصل از آن است که در وهله اول گردشگر را جذب می‌کند (youell, Ray; 1998: 25).

جایگاهی که یک مکان خاص (مقصد) در بین عموم دارد، وسیله معرفی آن مقصد و معیاری برای ارزیابی آن است. بعضی مکان‌ها یا فعالیت‌های خاص، سیمایی متفاوت و مجزا از کشوری که در آن قرار گرفته‌اند ارائه می‌کنند، البته در سایر موارد، سیمای عمومی خود کشور غالب است. سیمای عمومی، یک تصویر کاملاً ذهنی و کلی است یعنی ویژگی‌های فرعی یک مکان، ماهیت آن مکان و نظر مردم در مورد آن، اگر سیمای عمومی مثبت باشد، مردم از آن مکان دیدن می‌کنند و در غیر این صورت از رفتن به آنجا خودداری خواهند کرد. این سیمای عمومی طی چند سال ایجاد می‌شود. سیمای عمومی، محصول تاریخ، عوامل موثر فرهنگی و همچنین افسانه‌ها و حماسه‌هاست. جایگاه محصول همچنین تحت تأثیر نگرش‌های سیاسی داخلی و خارجی قرار دارد (داس ریل، راجر؛ ۱۳۷۹: ۷۲).

مقصد گردشگری از اجزاء و بخش‌های مختلفی تشکیل شده که هر یک قسمتی از نیازهای گردشگران را تامین می‌کنند و یا اینکه به جریان فعالیت سایر بخش‌ها کمک می‌کنند. این بخش‌ها را می‌توانید در شکل ۱ ملاحظه نمایید.



شکل ۱: وضعیت مقاصد گردشگری منبع: (Ray, Y; 1998: 25)

انواع مقاصد گردشگری

عناصر تشکیل‌دهنده مقاصد گردشگری به شیوه‌های مختلف و در زمینه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی و محیطی با هم ترکیب می‌شوند و مقاصد متفاوتی را ایجاد می‌نمایند، که شامل ریزورت‌های ساحلی، ریزورت‌های کوهستانی، شهرها و شهرک‌های تاریخی، فستیوال‌ها و رویدادها، مقاصد منفردی که با هدف خاصی ساخته شده‌اند (مثل دیزنی لند پاریس)، و مجموعه‌های برگزاری کنفرانس/همایش برای گردشگران تجاری می‌باشد (Ray, Y:103).

گردشگری از نظر مکان مقصد:

۱. گردشگری شهری؛ ۲. گردشگری روستایی؛ ۳. گردشگری عشایری، قومی، قبیله‌ای (قلمرو یا فضاها حفاظت شده مثلاً برای سرخپوستان)؛ ۴. گردشگری در طبیعت؛ ۵. گردشگری ساحلی و دریایی؛ ۶. گردشگری کوهستانی؛ ۷.

گردشگری هوا- فضا؛ ۸. گردشگری زیست محیطی (فضاهایی که شامل گردشگری زیست محیطی می‌شود: جنگل، کوه، دشت، صحرا، اعماق دریا، فضاهای کشاورزی، غارها و غیره) (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵: ۴۸).

سفر به روستاها (Rural Tourism)

اصولاً بازار گردش‌ها و مسافرت‌ها در مناطق شهری و پیشرفته توسعه می‌یابد. بسیاری از ساکنان این مناطق پیشرفته می‌خواهند از این محیط بسیار تصنعی و متجدد فرار کنند و به مناطق کمتر توسعه‌یافته و بی‌آلایش پناه ببرند. اینها به گردش یا سفر به مناطق روستایی می‌روند. به زحمت می‌توان بصورتی دقیق مشخص کرد که چه تعدادی به اینگونه گردش‌ها یا مسافرت‌ها می‌روند (وای گی، چاک؛ ۱۳۷۷: ۱۸۱).

نمونه گردش یا مسافرت به مناطق روستایی سفرهایی است که مردم به مناطق کشاورزی می‌روند و این مسافرت را می‌توان در اروپا مشاهده کرد. برای مثال، در اتریش بیش از ۲۱ هزار مزرعه وجود دارد که در آن‌ها حدود ۱۰۹ هزار اتاق برای کسانی که در سال ۱۹۹۴ به تفریح یا تماشای این مکان‌ها می‌رفتند اختصاص یافته بود. یکی از ویژگی‌های عمده این گونه سفرها یا گردش‌ها تجربه‌ای است که افراد در محیط کاملاً متفاوت به دست می‌آورند و می‌بینند که شیوه زندگی افرادی که در آن مکان‌ها زندگی می‌کنند تا چه اندازه با زندگی در شهرهای امروزی متفاوت است. به سبب همین ویژگی‌های است که مشخصات محیطی مقصد برای مسافر اهمیت زیادی دارد. گردش یا سفر به قصد دیدن از مناطق روستایی یا با هدف فرهنگی یا حادثه جویی به عنوان بخش‌هایی از این صنعت بحساب می‌آیند که دوام و بقا و ثبات این صنعت را در آینده تضمین می‌کند (وای گی، چاک؛ ۱۳۷۷: ۱۸۲).

توریسم روستایی (RT) مدت‌هاست که در برخی قسمت‌های اروپا به عنوان کاتالیست کارآمد احیای اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی در صد سال گذشته به رسمیت شناخته شده است (هی، ۲۰۰۳). برای نمونه، آلمان دارای سنت طولانی مدت توریسم روستایی است و منشا آن به بیش از ۱۵۰ سال قبل باز می‌گردد (اوپرمان، ۱۹۹۶). در کنار توسعه توریسم روستایی در سرتاسر دنیا، مفهوم توریسم روستایی نیز دارای تفاسیر بسیاری است. برای نمونه، در مطالعه برامول و لین توریسم روستایی می‌تواند شامل فعالیت‌ها و علائق در زمینه مزرعه، طبیعت، ماجراجویی، ورزش، سلامت، تحصیل، هنر و حفظ میراث‌ها باشد که بیشتر به عنوان یک فعالیت چند بعدی، و نه صرفاً توریسم مزرعه‌ای، در مناطق روستایی انجام می‌گیرند (برامول و لین، ۱۹۹۴، نقل قول توسط مک دونالد و جولیف، ۲۰۰۳). در سال ۱۹۹۶، پدفورد مفهوم توریسم روستایی را بسط داد تا تاریخ موجود مربوط به مناطق روستایی همچون آداب و رسوم روستایی، و سنت‌ها، ارزش‌ها و میراث محلی و خانوادگی را دربرگیرد (پدفورد، ۱۹۹۶). از دهه ۷۰ قرن بیستم، فعالیت‌های توریستی در مناطق روستایی به طور چشمگیری در همه نقاط کشورهای توسعه‌یافته در سرتاسر دنیا افزایش یافته‌اند که این امر نقشی اساسی در توسعه مناطق روستایی که از لحاظ اجتماعی و اقتصادی عقب‌مانده بودند ایفا نمود (پرالز، ۲۰۰۲). از سوی دیگر، سازماندهی مجدد و گسترده مناطق روستایی یکی از ویژگی‌هایی است که در مناطق روستایی در جهان غرب به وفور مشاهده می‌شود. با ظهور مرحله فراتولیدگرایی، منابع روستایی که به طور سنتی مبنای کسب و کارهای اولیه بودند اکنون در معرض تقاضاهای فزاینده قرار دارند (داگستاد، ۲۰۰۸).

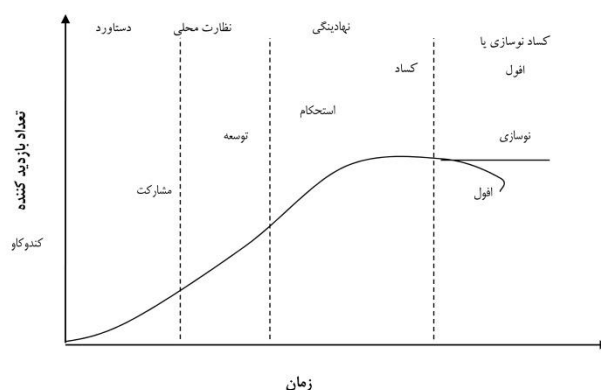
چالش‌های پیش روی کشاورزی - یعنی قیمت نامناسب کالاها، هزینه‌های فزاینده نهاده‌ها، جهانی‌سازی، و دیگر موارد - باعث گردیده‌اند تا درآمد مزارع کوچک در ایالت متحده، اروپا و سرتاسر دنیا به طور چشمگیری کاهش یابد (مک گیهی، ۲۰۰۷). در اروپا، توریسم روستایی ترغیب گردیده، تبلیغ شده و به ابزاری مفید جهت رویارویی با چالش‌های اجتماعی و اقتصادی در آندسته از مناطق روستایی تبدیل شده که در آن‌ها صنایع کشاورزی سنتی افول نموده‌اند (وانگ، ۲۰۰۶). در کشورهای همچون فرانسه، استرالیا و بریتانیا، توریسم روستایی عامل چشمگیری قلمداد گردیده و از تقاضای رو به رشدی برخوردار است (پوتز، ۱۹۹۱).

دگرگون‌سازی مزارع بر اساس توریسم در مناطق روستایی اخیراً به عنوان موتور توسعه و احیای روستایی مد نظر قرار گرفته است (شارپلی و واس، ۲۰۰۶). همانگونه که کینفسی (۲۰۰۱) توضیح داده است، مناطق روستایی به خودی خود هم به عنوان یک کالا و هم به عنوان مجموعه‌ای از علامت‌ها و نمادهای قابل تبدیل به کالا نگریسته می‌شوند که قابل پیوند با مکان‌ها، مردم، محصولات و سبک‌های زندگی مشخصی هستند. کاهش توانایی کشاورزی مزرعه‌ای جهت تولید درآمد کافی باعث گردیده است که بسیاری از کشاورزان بدنبال منابع جدید درآمد و متنوع‌سازی فعالیت‌های پایه‌ای کشاورزی باشند (فلیشر و پیزام، ۱۹۹۷). جهت افزایش درآمدها و ایجاد یک جامعه هماهنگ برای گروه‌های قبلا حاشیه‌ای در مناطق روستایی کمتر توسعه‌یافته، توسعه توریسم به عنوان نیروی انگیزشی مهمی برای از بین بردن فقر، دستیابی به توسعه پایدار، و محافظت از محیط زیست به شمار می‌رود (ریان، گو و ژانگ، ۲۰۰۹). درحالی‌که برای مناطق روستایی یافتن کاربردهای جایگزین برای منابع محلی به امری اجتناب‌ناپذیر تبدیل گردیده است (لیو، ۲۰۰۶)، در بسیاری از کشورهای دیگر دگرگون‌سازی مزارع به جاذبه توریستی نه تنها به عنوان ابزاری موثر برای پرداختن به مشکلات اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی به طور اعم و بخش کشاورزی به طور اخص مدنظر قرار گرفته است، بلکه از درجات متغیر حمایت دولتی برخوردار است (جالاگر، ۱۹۹۶؛ شارپلی و واس، ۲۰۰۶).

چرخه حیات مقصد گردشگری

در طی ۱۵۰ سال اخیر، گردشگری شاهد یک الگوی تکاملی توسعه گردشگاه بوده است. نوآوری در صنایع حمل و نقل، به ویژه در حمل و نقل از طریق راه آهن، و در مقیاس کمتر در حمل و نقل‌های دریایی و در دهه‌های اخیر قرن بیستم ماشین و هواپیما، به این پدیده دامن زد.

چرخه حیات مقصد گردشگری همچون چرخه حیات کالا از الگویی که در شکل ۲ نشان داده شده تبعیت می‌کند. براساس دور نمای نظری، یک مقصد در زمان رشد و ترقی خود توجه بازارهای متفاوتی را به خود جلب می‌کند. گردشگر خونگرم حادثه‌جو در جست و جوی یافتن مقاصد ناآشنا و بکر و دست نخورده است. برعکس گردشگران منفعل و طرفدار محیط آشنا مقصد دوم دست و رسیده را ترجیح می‌دهند. افراد با طبع ملایم (ترکیبی از این دو شکل حاد) به سوی گردشگاه‌های توسعه‌یافته‌تر که در جهت رشد و ترقی در حرکت‌اند گرایش دارند (لومسدن، لس؛ ۱۳۸۰: ۳۴۴).



شکل ۲: چرخه حیات حوزه گردشگری فرضی منبع: لومسدن، لس، ۱۳۸۰: ۳۴۶

مدیریت مقاصد گردشگری

مدیریت مقاصد گردشگری مفهوم پیچیده‌ای می‌باشد که مهمترین دلایل آن به شرح زیر می‌باشد: هر چند مقاصد با هم متفاوت هستند اما در سطوح جغرافیایی با هم ارتباط متقابل دارند. یعنی یک مقصد کوچک گردشگری جزئی از یک ناحیه، یک کشور و یک منطقه بین‌المللی می‌باشد. در عملکردهای مدیریت و بازاریابی مقاصد همپوشی‌هایی وجود دارد و اغلب بین سیاست‌های گردشگری محلی و دولت مرکزی تضادهایی بوجود می‌آید.

مدیریت اغلب مقاصد گردشگری برعهده شرکت‌های بخش عمومی می‌باشد که فقط بخش‌هایی از محصول گردشگری را در مالکیت یا کنترل خود دارند. بیشتر بخش‌های محصول در دست بخش خصوصی می‌باشد که بخش دولتی کنترل کمی بر آن‌ها دارد.

مدیریت و بازاریابی بیشتر مقاصد توسط بخش عمومی با بودجه‌های محدود می‌باشد که نمی‌توانند با قدرت تورگردانان، هتل‌های زنجیره‌ای و خطوط هوایی خارجی برابری کنند.

مقصد گردشگری یک محصول منفرد و یکپارچه نیست بلکه مجموعه‌ای است که از محصول مجزا ترکیب یافته است که هر یک به دنبال تولید محصول ویژه خود هستند.

مدیریت گردشگری مقصد با طیف متفاوتی از گروه‌های دارای منافع در ارتباط می‌باشد که هر یک منافع خود را دنبال می‌کنند، این گروه‌ها شامل ساکنین محلی، تجارت گردشگری محلی، نمایندگان شرکت‌های خارجی، گردشگران و نمایندگان منتخب می‌باشند (Swarbrook, J, 1999: 25)

سازمان مدیریت مقصد^۲ (DMO) به دنبال رویکردی جامع است تا اطمینان حاصل کند که توسعه گردشگری پایدار و ماندگار باشد. تجربه نشان داده است که مقاصد باید:

ساختارهای سازمانی و مدیریتی را ایجاد کنند که توقعات جامعه را برآورده کند.

مجموعه‌ای از طرح‌ها و فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده را به انجام برسانند.

با فعالیت‌های بازاریابی به صورت موثر درگیر شوند.

² Destination Management Organization

توسعه محصول را به عنوان عامل ضروری در فرایند توسعه گردشگری مدنظر قرار دهند. از تطابق عملکرد مقصد و سایت‌ها با اهداف اقتصادی و محیطی اطمینان حاصل کنند. با گسترش علاقمندی بین‌المللی به گردشگری مبتنی بر جامعه، وظیفه حفظ یکپارچگی فرهنگی و محیطی اجتماعات کوچک و حساس هرگز تا این حد مهم نبوده است. با وجود پتانسیل کسب درآمدهای اقتصادی سریع، این یکپارچگی ممکن است با طرح‌های توسعه نزدیک بینانه و زیان بخش از بین برود و نهایتاً جامعه و گردشگران هر دو متضرر شوند. در واقع این مسئله به این بستگی دارد که چگونه می‌توان به توسعه اقتصادی رسید بدون اینکه میراث اجتماعی، فرهنگی و محیطی مقصد در معرض نابودی قرار گیرد.

گردشگری روستایی

گردشگری روستایی عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط روستا و پیرامون آن؛ که در بردارنده اثرات (مثبت/منفی) برای زیست بوم روستا می‌باشد (مافی، عزت‌الله و مهدی سقایی، ۱۳۸۳، ص ۱۶۵-۱۸۸) گردشگری روستایی به عنوان نوعی از گردشگری اطلاق می‌شود که در مناطق روستایی رخ می‌دهد (Dinis A., 2011, Tourism).

گردشگری روستایی می‌تواند به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی که به وسیله کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب توریست و نیز فعالیت‌هایی که به وسیله گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد، گفته شود (شمس‌الدینی، ۱۳۸۸، ص ۹۵-۱۰۷).

گردشگری روستایی به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که از طریق فعالیت‌های گردشگری، مانند تامین اقامتگاه، غذا و یادگیری و آموزش درباره روستا و مزرعه درآمدهایی را برای ساکنان ایجاد کند (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱، ص ۲۳-۴۰).

* گردشگری روستایی به مجموعه فعالیت‌ها و خدماتی گفته می‌شود که در ارتباط با شخص گردشگر به هنگام مسافرت به مناطق روستایی انجام می‌گیرد (جولیا شارپلی، ۱۳۸۰، تهران: ۶).

گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی که به وسیله «کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران و نیز فعالیت‌هایی که به وسیله گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد گفته شود، همچنین می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی بشود». همان گونه که ذکر شد بنا بر تعاریف فوق، گردشگری روستایی تنها شامل گردشگری کشاورزی نمی‌شود، بلکه همه فعالیت‌هایی را که گردشگران در مناطق روستایی انجام می‌دهند، در بر می‌گیرد. از این رو می‌توان گفت که گردشگران روستایی با انگیزه‌های متفاوتی از قبیل بی‌نظیر بودن اکولوژیکی، دستیابی به فرصت‌های ماجراجویی ویژه، دیدن جذابیت‌های فرهنگی یا کیفیت فضا و محیط نواحی روستایی بازدید می‌کنند (Briedenhann & Wickens, 2004:1). در بسیاری از فعالیت‌ها شرکت می‌کنند و به همین جهت انواع خاصی از گردشگری در نواحی روستایی دیده می‌شود که به شخص مسافر، ویژگی‌های مقصد و انگیزه از مسافرت بستگی دارد. روستاها و ساکنین آن از دو جهت با صنعت

گردشگری در رابطه هستند، یکی اینکه محیط‌های روستایی به عنوان فضاها و اماکن بیلاقی و استراحتگاهی برای گذران اوقات فراغت گردشگرها و به ویژه جهانگردان داخلی به شمار می‌آیند و دیگر اینکه تولیدات آن‌ها اعم از مواد خوراکی و صنایع دستی روستایی به گردشگران عرضه می‌گردد و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنان کمک می‌کند. شرایط مورفولوژیکی و عوامل و عناصر اقلیمی به همراه ساختار اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی محیط‌های روستایی اشکال گوناگون و متنوعی از روستاها را به وجود می‌آورد که هر کدام به لحاظ فیزیکی و تیپ معماری و نوع معیشت و آداب و رسوم و سنت‌ها و اعتقادات مذهبی و قومی - قبیله ای با یکدیگر اختلاف داشته و همین عدم یکنواختی و خصوصیات انحصاری است که برای گردشگران جاذبه داشته و علاقه مند به دیدار آن‌ها هستند. می‌توان با توجه به اهداف و انگیزه گردشگران از مسافرت، گردشگری روستایی را به پنج دسته تقسیم کرد:

انواع گردشگری روستایی

- ۱- گردشگری طبیعی: به طور عمده در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد.
- ۲- گردشگری فرهنگی: مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است.
- ۳- گردشگری بومی: نوعی از گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (همانند رودخانه، کوهستان‌ها و...) با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی فوق می‌باشند، در ارتباط می‌باشد.
- ۴- گردشگری دهکده‌ای: در این نوع گردشگری، گردشگران در خانوارهای دهکده زندگی کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند (اشتری مهرجردی، ۱۳۸۳: ۷۴).
- ۵- گردشگری کشاورزی: در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان یا فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل می‌باشند و یا در آن مشارکت می‌کنند همچنین بنا بر نظر جنی هالند و همکاران گردشگری روستایی می‌تواند مفهوم گردشگری مزرعه و یا گردشگری کشاورزی را بگیرد، اما هر دوی آن‌ها اجزای بزرگی از گردشگری در مناطق روستایی به حساب می‌آیند (Holland & Dixey, 2003: 12). با توجه به آنچه عنوان شد، می‌توان گفت که گردشگری روستایی رهیافت (مقوله) جدیدی در متون توسعه روستایی است که همچون توسعه دارای ابعاد و آثار گوناگونی است. بنابراین توسعه و رشد گردشگری روستایی غالباً با سهمی که در اصلاح اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی دارد، متناسب است. از این رو دیدگاه‌ها و نظریه‌های مختلفی در مورد توسعه گردشگری در مناطق روستایی و نحوه ارتباط آن با توسعه روستایی می‌توان بیان کرد. چنان که بسیاری توسعه گردشگری را تنها راه رشد و توسعه مناطق روستایی می‌دانند و تأکید می‌کنند که تغییر جهت فعلی به سوی «رشد به رهبری گردشگری» می‌باشد. از این رو گردشگری عنصر اساسی حرکت به سوی احیا و بازسازی مناطق روستایی است و بعضی آن را به عنوان یک بخش از بازار گردشگری می‌شناسند و معتقدند می‌توان آن را با اشکال دیگر گردشگری مانند: آفتاب، دریا، سواحل ماسه ای مقایسه کرد.

برخی نیز معتقدند که می‌توان گردشگری روستایی را به عنوان فلسفه‌ای برای توسعه روستایی به حساب آورد (قادری، ۱۳۸۲: ۱۲۷) که از این جنبه می‌توان سه دیدگاه مهم مطرح کرد:

۱- گردشگری روستایی به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی: رهیافت‌هایی که گردشگری را به عنوان یک راهبرد برای نواحی روستایی به کار می‌گیرند، در متون مختلف به چشم می‌خورند. این رهیافت‌ها با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی سعی در ارائه راهبردهای جدیدی برای احیای نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل و یا متحول کردن این نواحی با این رهیافت‌ها با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی سعی در ارائه راهبردهای جدیدی برای احیای نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل و یا متحول کردن این نواحی با توجه به منابع طبیعی و انسانی آنها دارند و تنها راه احیا مجدد این روستاها را ارائه برنامه‌ها و استراتژی‌های جزئی می‌دانند که بتوانند هم از منابع انسانی و طبیعی آنها بهره‌برند و هم بتوانند باعث ایجاد درآمد و افزایش رفاه زندگی ساکنان نواحی روستایی بشوند (Holland & Dixey, 2003:7). از این رو آنها معتقدند که از طریق گسترش و بسط گردشگری به عنوان جایگزینی برای فعالیت‌های کشاورزی در این نواحی می‌توان به این مهم دست یافت. به همین منظور این استراتژی‌ها معمولاً دو رویکرد زیر را دنبال می‌کنند:

- گردشگری روستایی به عنوان راهبرد توسعه؛

- متحول سازی نواحی روستایی کمتر توسعه یافته.

۲- گردشگری روستایی به عنوان یک سیاست باز ساخت سکونتگاه‌های روستایی: در این راهبرد گردشگری به عنوان یک بخش اصلی برای بازساخت روستایی حتی در نواحی که از گذشته فعالیت‌های گردشگری در آنها رونق چندانی نیافته، به کارگرفته می‌شود. طرفداران این نظریه معتقدند که قادرند از اتکای بیش از حد تولیدکنندگان روستایی به کشاورزی بکاهند و آنها را در فرصت‌های اقتصادی جدیدی (که با بازاریابی جهانی تر شده رقابت کند) به کار گیرند. به عنوان مثال، در اروپای شرقی بیشتر بر گردشگری به عنوان ابزاری برای بازسازی مجدد روستاها پس از افول کشاورزی تأکید می‌شود؛ در حالی که در آفریقا تأکید بیشتر بر گوناگون سازی نواحی روستایی کم توسعه یافته‌تر است (Holland & Dixey, 2003:8). از این رو در این راهبرد معمولاً سه رویکرد زیر دنبال می‌شود:

- گردشگری روستایی به عنوان یک سیاست بازساخت.

- بازسازی در برابر افول کشاورزی.

- توسعه، بهبود فرآورده‌ها و محصولات گردشگری.

۳- گردشگری روستایی ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی: سیاست گردشگری پایدار در دنیای امروزی، رهیافت جامعی است که خواهان رشد بلند مدت صنعت گردشگری بدون آثار مخرب بر زیست بوم‌های طبیعی است. همچنین بر این نکته تأکید دارد که در قالب توسعه گردشگری، بشر قادر خواهد بود که جوانب خاصی از محیط در جهت مثبت یا منفی تعدیل یا دستکاری شود (شریف زاده و مراد نژاد، ۱۳۸۱: ۵۵). به همین خاطر در طول چند سال گذشته، مفهوم گردشگری پایدار تا حدی پیشرفت کرده و جافتاده است تا بتواند پاسخگوی

تهدیدات گردشگری نابسامان باشد، گردشگری پایدار، گردشگری را در غالب مرزها بررسی کرده و رابطه مثلث وار میان جامعه میزبان و سرزمین آن را از یک جهت و جامعه مهمان، یعنی گردشگران را از یک سوی و با صنعت گردشگری برقرار ساخته است. در گذشته صنعت گردشگری در این رابطه مثلث وار حرف اول را می‌زند. در حال حاضر گردشگری روستایی قصد دارد تا فشار و بحران موجود بین سه ضلع مثلث را تعدیل کرده و در طولانی مدت موازنه ای برقرار سازد. همچنین این بخش از گردشگری قصد دارد آسیب‌های فرهنگی و محیطی را نیز به حداقل رسانده، رضایت بازدیدکنندگان را فراهم ساخته و در دراز مدت مقدمات رشد اقتصادی ناحیه را فراهم آورد و راهی برای بدست آوردن تعادل و موازنه بین رشد نهایی گردشگری و نیازهای حفاظت و نگهداری منابع طبیعی باشد (قادری، ۱۳۸۲: ۱۳). به همین منظور این استراتژی‌ها معمولاً دو رویکرد زیر را دنبال می‌کنند:

- گردشگری روستایی ابزاری برای توسعه پایدار

- پراکنش و توزیع به منظور محافظت از سرمایه‌ها و منابع توریستی

با توجه به دیدگاه‌ها و نظریه‌های مختلف به گردشگری، توسعه روستایی، اهداف و آثار یاد شده برای آن‌ها، می‌توان گفت که گردشگری روستایی از یک طرف با فراهم آوردن فرصت‌های جدید برای بسیاری از روستاها به عنوان وسیله ای است که به جوامع روستایی حیات دوباره می‌دهد، موجب توسعه این نواحی می‌شود و این سکونتگاه‌ها را پابرجا نگه می‌دارد. از طرف دیگر توسعه بدون برنامه‌ریزی شده آن سبب آسیب‌های اجتماعی و زیست محیطی در سکونتگاه‌های روستایی شده است. بنابراین باید با توجه به ویژگی‌های محیطی و شرایط هر مکان، نوع خاص یا ترکیبی از این رویکردها و استراتژی‌ها را برای توسعه گردشگری در مناطق روستایی بهره جست.



شکل ۳: فرآورده‌های توریسم روستایی

ارزیابی توریسم پذیری در توسعه پایدار روستایی

«توسعه پایدار» را نیز مفهومی می‌دانند که در آن تامین مستمر نیازها و رضایتمندی افراد همراه با افزایش کیفیت زندگی انسان را مدنظر قرار می‌دهد (الیوت، ۱۳۷۸: ۳). رویکرد توریسم پایدار نیز در نظر دارد تا تعادلی را میان اقتصاد، اجتماع و محیط زیست در جوامع روستایی فراهم کند تا علاوه بر بهبود و رشد اقتصادی، امکان حفاظت و نگهداشت منابع طبیعی روستایی و محیط زیست برای آیندگان نیز فراهم شود. در رویکرد توسعه پایدار تلاش

می‌شود تا ضمن امکان دهی به فرایند توسعه روستایی از طریق گردشگری با حفاظت محیط زیست و اکوسیستم‌های روستایی، پایداری در برداشت از منابع طبیعی روستا را در صنعت گردشگری ممکن کند، چنانچه انواع توریسم روستایی مانند توریسم سبز و اکوتوریسم بر اساس همین اهداف مورد کاربست قرار می‌گیرند (جداول ۱، ۲ و ۳).

جدول ۱- رویکرد توسعه پایدار، توریسم و توسعه روستایی

رویکرد توسعه پایدار، توریسم و توسعه روستایی	
توسعه روستایی	مزیت‌ها
اقتصادی	<p>بهبودسازی بهره‌برداری از محیط زیست روستایی.</p> <p>حرکت اقتصاد از چرخه محلی به بین‌المللی.</p> <p>حمایت از اقتصاد محلی و ایجاد اقتصاد مکمل.</p> <p>فراهم‌سازی زمینه توسعه روستایی در دراز مدت. توریسم را به عنوان بخشی از اقتصاد متعادل می‌داند نه نوشداروی توسعه روستایی.</p>
اجتماعی	<p>بررسی توریسم در قالب چارچوب مثلث وار میزبان، مکان و میهمان.</p> <p>تاکید بر تعدیل فشار و بحران در سه ضلع مثلث فوق و تلاش برای ایجاد تعادل به حداقل رساندن آسیب‌های فرهنگی جامعه میزبان.</p>
زیست محیطی	<p>حفاظت از محیط زیست به عنوان یک اصل اساسی.</p> <p>استفاده از منابع طبیعی متناسب با ظرفیت‌پذیری.</p> <p>استفاده از منابع طبیعی به عنوان کالای گردشگری.</p> <p>توسعه فعالیت‌های هماهنگ با محیط زیست.</p>

منبع: پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۵

جدول ۲- جایگاه توریسم در توسعه روستایی

جایگاه توریسم در توسعه روستایی	
اقتصادی	<p>بکارگیری بهینه منابع و امکانات در نواحی روستایی فاقد کاربرد کشاورزی و صنعت.</p> <p>رشد خلاقیت‌ها، مهارت‌ها و منابع درآمد زایی در اقتصاد روستایی.</p> <p>گسترش اشتغال مولد در نواحی روستایی.</p> <p>رونق فعالیت‌های اقتصادی در نواحی روستایی / افزایش تقاضاهای جدید اقتصادی.</p> <p>توانمندسازی نیروهای کار روستایی در جهت کسب درآمد.</p> <p>تولید، عرضه و فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی.</p> <p>برخورداری از تسهیلات خدمات و امکانات زیر بنایی و زیر ساختی.</p> <p>ایجاد انگیزه در جهت سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی و خدماتی روستایی.</p> <p>کار آفرینی محلی و تشویق به سرمایه‌گذاری و ورود به عرصه اقتصاد کشاورزی.</p>
فرهنگی/اجتماعی	<p>انتقال دانش و فناوری به نواحی روستایی.</p> <p>افزایش آگاهی‌های اجتماعی و حقوق مدنی و انسانی.</p> <p>افزایش روحیه مشارکت روستایی در امور نهادی سیاسی و اجتماعی.</p> <p>ایجاد روحیه اعتماد به نفس و ادراک ارزش‌های محیط روستایی.</p> <p>افزایش احساس تعلق خاطر به مناطق روستایی.</p> <p>درک مشکلات و معضلات زندگی شهری.</p> <p>جلوگیری از مهاجرت‌های روستا _ شهری بدلیل عدم آگاهی و شناخت نادرست از شهر.</p>
زیست محیطی	<p>حفاظت محیط زیست و چشم‌اندازهای طبیعی روستایی.</p> <p>رویکرد توسعه پایدار در روند توریسم سبز و گردشگری پایدار.</p> <p>تلاش در بهبود و بهسازی مراتع جنگل‌ها و منابع طبیعی.</p> <p>ادراک و اعمال استفاده بهینه از منابع طبیعی موجود.</p> <p>تجدید حیات و بازسازی مجدد فضای سبز روستایی.</p> <p>عدم نابودی و استفاده نامطلوب از محیط زیست بر اثر نهادها و سیاست‌های کنترلی/ نظارتی.</p>

منبع: پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۵

جدول ۳- اهداف توسعه روستایی توریسم روستایی و توسعه پایدار

اهداف توسعه پایدار	اهداف توسعه توریسم روستایی	اهداف توسعه روستایی
حفاظت و نگهداشت محیط زیست.	توسعه کشاورزی و بهبود صنایع دستی روستایی.	افزایش تولید محصولات کشاورزی.
ترکیب متعادل اقتصاد و محیط در فرایند تصمیم‌گیری.	افزایش مشارکت‌های روستایی.	توسعه فرصت‌های شغلی روستایی.
تامین نیازهای انسانی: (اشغال/ غذا/ آب / بهداشت).	ارتقاء کیفیت زندگی.	تامین نیازهای روستایی.
استفاده بهینه از منابع محیطی.	بهبود رفاه اجتماعی.	بهبود بهره‌وری و درآمد روستایی.
احترام به حقوق نسل‌های آینده در بهره‌گیری از منابع.	برآوری رضایتمندی روستایی.	کاهش فقر، افزایش رفاه روستایی.
گسترش همزمان رشد اقتصادی / اجتماعی و زیست محیطی.	امنیت انسانی / غذایی / فرهنگی.	توسعه مشارکت روستایی.
	کاهش مهاجرت‌های روستایی.	برآوری امنیت شغلی و غذایی.
	حفاظت فرهنگ بومی روستایی.	انتقال منابع عمومی به نواحی روستایی.
	اشتغال زایی روستایی.	بهبود زیرساخت‌های روستایی.
	افزایش درآمد خانوارهای روستایی.	کاهش مهاجرت‌های روستایی.
	استفاده بهینه و کارآمد از منابع محلی.	تقویت جایگاه روستا در اقتصاد ملی و منطقه‌ای.
	استفاده مناسب از منابع بدون استفاده.	توجه به تاریخ و فرهنگ بومی روستایی در فرایند توسعه.

منبع: پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۵

تجزیه و تحلیل و نتیجه

«سفری که در آن مسافر به مقصدی رفته و سپس به محل سکونت خود باز گردد».

سازمان جهانی جهانگردی (Unwto) در سال ۱۹۹۳ جهانگردی را بصورت ذیل تعریف نموده است:

«جهانگردی به تمامی فعالیت‌هایی که یک فرد یا افراد در طول مسافرت در مکانی خارج از محیط معمول کار و زندگی خود انجام می‌دهند، اطلاق می‌شود. این مسافرت بیش از یکسال طول نمی‌کشد و هدف فرد یا افراد تفریح و سیاحت، تجارت و یا اهداف دیگر می‌باشد» (خاکساری، ۱۳۷۷: ۶).

مقصد را می‌توان تمرکز تسهیلات و خدمت که برای رفع نیازهای گردشگر برنامه‌ریزی در نظر گرفت. به هر حال مقصد گردشگری به صورت منطقه جغرافیایی تعریف می‌شود که تمرکز حرکت گردشگران و تاثیرات آن در بر می‌گیرد. در واقع مقصد همه جنبه‌های گردشگری را در بر می‌گیرد. تقاضا، حمل و نقل، عرضه بازاریابی یعنی جایی که جاذبه‌ها و همه تسهیلات عرضه مورد نیاز برای گردشگران در آن یافت می‌شود (cooper and others, 1993, 102).

مقاصد گردشگری جنبه بیرونی صنعت گردشگری بین‌المللی هستند که از تاثیرات اقتصادی و اجتماعی مثبت آن سودمند می‌شوند ولی محلی برای تاثیرات محیطی و اجتماعی - فرهنگی منفی این صنعت هستند. همچنین اغلب مقصد و تصویر ذهنی حاصل از آن است که در وهله اول گردشگر را جذب می‌کند (youell, Ray; 1998: 25).

جایگاهی که یک مکان خاص (مقصد) در بین عموم دارد، وسیله معرفی آن مقصد و معیاری برای ارزیابی آن است. بعضی مکان‌ها یا فعالیت‌های خاص، سیمایی متفاوت و مجزا از کشوری که در آن قرار گرفته‌اند ارائه می‌کنند، البته در سایر موارد، سیمای عمومی خود کشور غالب است. سیمای عمومی، یک تصویر کاملاً ذهنی و کلی است یعنی ویژگی‌های فرعی یک مکان، ماهیت آن مکان و نظر مردم در مورد آن، اگر سیمای عمومی مثبت باشد، مردم از آن مکان دیدن می‌کنند و در غیر این صورت از رفتن به آنجا خودداری خواهند کرد. این سیمای عمومی طی چند سال ایجاد می‌شود. سیمای عمومی، محصول تاریخ، عوامل موثر فرهنگی و همچنین افسانه‌ها و حماسه‌هاست. جایگاه محصول همچنین تحت تاثیر نگرش‌های سیاسی داخلی و خارجی قرار دارد (داس ریل، راجر؛ ۱۳۷۹: ۷۲).

عناصر تشکیل دهنده مقاصد گردشگری به شیوه های مختلف و در زمینه های مختلف فرهنگی، اقتصادی و محیطی با هم ترکیب می شوند و مقاصد متفاوتی را ایجاد می نمایند، که شامل ریزورت های ساحلی، ریزورت های کوهستانی، شهرها و شهرک های تاریخی، فستیوال ها و رویدادها، مقاصد منفردی که با هدف خاصی ساخته شده اند (مثل دیزنی لند پاریس)، و مجموعه های برگزاری کنفرانس/همایش برای گردشگران تجاری می باشد (Ray, Y:103).

گردشگری از نظر مکان مقصد:

۱. گردشگری شهری ۲. گردشگری روستایی

۳. گردشگری عشایری، قومی، قبیله ای (قلمرو یا فضاها حفظ شده مثلا برای سرخپوستان)

۴. گردشگری در طبیعت ۵. گردشگری ساحلی و دریایی ۶. گردشگری کوهستانی ۷. گردشگری هوا-فضا

۸. گردشگری زیست محیطی (فضاهایی که شامل گردشگری زیست محیطی می شود: جنگل، کوه، دشت، صحرا، اعماق دریا، فضاها، کشاورزی، غارها و غیره) (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵: ۴۸).

• هر چند مقاصد با هم متفاوت هستند اما در سطوح جغرافیایی با هم ارتباط متقابل دارند. یعنی یک مقصد کوچک گردشگری جزئی از یک ناحیه، یک کشور و یک منطقه بین المللی می باشد. در عملکردهای مدیریت و بازاریابی مقاصد همپوشی هایی وجود دارد و اغلب بین سیاست های گردشگری محلی و دولت مرکزی تضادهایی بوجود می آید.

• مدیریت اغلب مقاصد گردشگری برعهده شرکت های بخش عمومی می باشد که فقط بخش هایی از محصول گردشگری را در مالکیت یا کنترل خود دارند. بیشتر بخش های محصول در دست بخش خصوصی می باشد که بخش دولتی کنترل کمی بر آنها دارد.

سازمان مدیریت مقصد (DMO) به دنبال رویکردی جامع است تا اطمینان حاصل کند که توسعه گردشگری پایدار و ماندگار باشد. تجربه نشان داده است که مقاصد باید:

• ساختارهای سازمانی و مدیریتی را ایجاد کنند که توقعات جامعه را برآورده کند.

• مجموعه ای از طرح ها و فعالیت های برنامه ریزی شده را به انجام برسانند.

• با فعالیت های بازاریابی به صورت موثر درگیر شوند.

• توسعه محصول را به عنوان عامل ضروری در فرایند توسعه گردشگری مدنظر قرار دهند.

• از تطابق عملکرد مقصد و سایت ها با اهداف اقتصادی و محیطی اطمینان حاصل کنند.

براین اساس مشخص می شود که به منظور توسعه گردشگری روستایی پایدار، تعیین روستاهای هدف گردشگری با استفاده از روش ها و معیارهای علمی مستدل و مطمئن بسیار ضروری می باشد، چرا که براساس موارد فوق روستاهای گردشگری می توانند در قالب مقاصد گردشگری روستایی، جاذب گردشگران داخلی و بین المللی بوده و زمینه توسعه همه جانبه گردشگری در آن روستاها را فراهم نمایند که در این صورت باعث توسعه روستاهای مربوطه و در سطح کلان توسعه روستایی کشور مربوطه خواهند گردید.

منابع

ابن خلدون، عبدالرحمن بن محمد (۱۳۵۹). مقدمه ابن خلدون، انتشارات بنگاه ترجمه و نشر کتاب.

آسایش، حسین (۱۳۸۳). اصول و روش های برنامه ریزی ناحیه ای، انتشارات دانشگاه پیام نور،

- آسایش، حسین (۱۳۸۶). برنامه‌ریزی در ایران، چاپ هفتم، انتشارات پیام نور.
- استعلاجی، علیرضا (۱۳۸۱). بررسی و تحلیل رویکردها و راهبردهای توسعه روستایی-ناحیه ای، نشریه جهاد، سال ۲۲، شماره ۲۵۰-۲۵۱، خرداد و تیر.
- اشتری مهرجردی، اباذر (۱۳۸۳). اکوتوریسم پایدار: تعاریف، جنبه‌ها و ویژگی‌های آن، ماهنامه اجتماعی - اقتصادی جهاد، فروردین و اردیبهشت، شماره ۲۶۲، صفحه ۷۴-۷۸.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۷۲). ساز و کارهای لازم برای توسعه پایداری جهانگردی، خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس جهانگردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،
- الیوت، جنیفر، آ. (۱۳۷۸). مقدمه ای بر توسعه پایدار در کشورهای در حال توسعه، ترجمه عبدالرضا رکن الدین افتخاری، حسین رحیمی، تهران
- بهشتی، محمد (۱۳۷۱). فرهنگ صبا، انتشارات صبا.
- پارسائیان، علی و اعرابی، سید محمد (۱۳۸۲). جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- پور جعفر، محمدرضا و همکاران (۱۳۹۱). فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر عوامل راهبردی (SWOT). مجله علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره چهاردهم، شماره ۲، تابستان.
- پیتیه، ژان (۱۳۶۹). مهاجرت روستائیان. ترجمه مؤمنی کاشی، محمد، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- تسلندر، پیتر (۱۳۷۱). روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی، بیژن کاظم زاده، مشهد، آستان قدس رضوی، ص ۵۴-۵۵
- تولایی، سیمین (۱۳۸۶). مروری بر صنعت گردشگری، انتشارات دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- جاجرمی، کاظم (۱۳۹۰). شهر توسعه پایدار - توسعه ناپایدار، یاد اوران
- جاجرمی، کاظم (۱۳۹۲). شهرسازی و شهرپژوهی، اندیشه گوهر بار چاپ اول
- خاکساری، علی (۱۳۷۸). شناخت صنعت جهانگردی، انتشارات دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی،
- داس ویل، راجر (۱۳۷۸). مدیریت جهانگردی، ترجمه اعرابی و ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- داغستانی، جواهری، سعید، حسن (۱۳۸۶). طرح توسعه گردشگری شهر و شهرستان لاهیجان، گروه مهندسی مشاوره شهر، تهران.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۳۷). لغتنامه دهخدا، سازمان لغتنامه.
- دیبایی، پرویز (۱۳۷۱). شناخت جهانگردی؛ انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، تهران
- ذوالفقارنسب، سلیمان (۱۳۸۳). تاریخچه ارزیابی علم و فناوری و ظهور شاخص‌های علمی با تأکید بر کشور آمریکا. زیرنظر معاونت علم و فن‌آوری. ویراستار محمد حسین دیانی،
- رحیمی، حسن (۱۳۸۱). جهانگردی روستایی و قلمرو آن، ماهنامه سیاسی - اقتصادی، موسسه اطلاعات، شماره ۱۸۵ و ۱۸۶، صفحه ۲۲۴-۲۲۸
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۲). جغرافیا و صنعت توریسم، دانشگاه پیام نور؛
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و اسماعیل قادری، (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای). فصلنامه مدرس علوم انسانی - برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۶، شماره ۲، ص ۲۳-۴۰
- رهنمایی، محمدتقی (۱۳۶۹). جغرافیای اوقات فراغت و جهانگردی، پلی کپی گروه جغرافیای دانشگاه تهران،

زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۲). تحلیلی بر انواع توریسم و ارتباط آن‌ها با یکدیگر، فصل نامه مطالعات جهانگردی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱، صفحه ۱۱-۱.

زمانی پور، اسداله (۱۳۷۳). ترویج کشاورزی در فرآیند توسعه، انتشارات دانشگاه بیرجند
زیاری، کرامت ا... (۱۳۷۸) اصول و روش‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای، انتشارات دانشگاه یزد،
سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۳۸۰). برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران؛
سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، ترجمه رنجبران و زاهدی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان،

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور (۱۳۸۴). قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛

سرور، رحیم و سید محمد موسوی (۱۳۹۰). کاربرد شاخص پایداری عملکرد (SPI) برای خط مشی گذاری و توسعه گردشگری، مجموعه مقالات همایش گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

سعیدی، عباس، مبانی جغرافیای روستایی، (۱۳۷۹). انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)؛
سند برنامه توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، (۱۳۷۸) سازمان برنامه و بودجه،

شرکت مهندسی مشاور ساپ (۱۳۸۴). طرح جامع گردشگری استان هرمزگان؛
شریف زاده، ابوالقاسم و مراد نژادی، همایون، (۱۳۸۱). توسعه پایدار و گردشگری روستایی، ماهنامه اجتماعی - اقتصادی

جهاد، خرداد و تیر، شماره ۲۵۰-۲۵۱، صفحه ۵۳
شمس الدینی، علی (۱۳۸۸). «گردشگری روستایی» راهکاری سازنده برای توسعه روستایی نمونه موردی: روستای فهلیان،

فصلنامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۱، ص ۹۵-۱۰۷
ضرغام، حمید (۱۳۸۱). جزوه درسی برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی،

ضرغام، حمید (۱۳۷۵). مدل برنامه‌ریزی استراتژیک جهانگردی ایران، دفتر هماهنگی و هدایت طرح توسعه و مدیریت جهانگردی،

طبرسا، غلامعلی (۱۳۸۲). تبیین شاخص‌های فرهنگی (شاخص‌های بخش هنر). تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،
ص ۲۲-۲۳

عابدی سروستانی، احمد (۱۳۸۵). جایگاه ترویج در توسعه با تأکید بر مشارکت، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۹، شماره ۱.
علوی‌زاده، سید امیر محمد (۱۳۸۶). الگوهای توسعه اقتصادی - اجتماعی (با تأکید بر توسعه پایدار روستایی در ایران). نشریه

سیاسی - اقتصادی اطلاعات شماره ۲۴۵-۲۴۶.
فیض بخش، هوشنگ (۱۳۵۵). صنعت جهانگردی در ایران و جهان، ترجمه و تنظیم انتشارات مدرسه عالی خدمات

جهانگردی و اطلاعات،
قادری، اسماعیل (۱۳۸۰). جهانگردی و توسعه پایدار (جزوه درسی). دانشگاه جامع علمی و کاربردی،

قادری، اسماعیل (۱۳۸۲). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، پایان نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی، استاد راهنما
دکتر عبدالرضا رکن الدین افتخاری، دانشگاه تربیت مدرس

- کردوانی، پرویز و ونوس مورد غفاری (۱۳۹۰). توریسم و رویکرد نوسازی در طراحی بافت‌های تاریخی شهری مطالعه موردی: شهر اصفهان، فصلنامه جغرافیای سرزمین، سال هشتم، شماره ۳۰.
- گزارش سالانه سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۷۸-۱۳۷۷). سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، لاندنبرگ، دانلد (۱۳۸۳). اقتصادگردشگری، ترجمه محمدرضا فرزین، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، لومسدن، لس (۱۳۸۰). بازاریابی گردشگری، ترجمه محمدابراهیم گوهریان، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، مافی، عزت الله و مهدی سقایی (۱۳۸۳). مدل ترکیبی برای توسعه فضایی گردشگری روستایی، دو فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره ۳، ص ۱۶۵-۱۸۸
- محللاتی، صلاح الدین (۱۳۸۲). جهانگردی شهری، دانشگاه شهید بهشتی؛
- موسی پور میاندهی، پری و علیرضا استعلاجی (۱۳۸۹). تحلیلی بر سطوح توسعه یافتگی نواحی روستایی شهرستان بندر انزلی با تاکید بر مدل متغیرهای استاندارد شده، فصلنامه جغرافیای سرزمین، سال هفتم، شماره ۲۶.
- وای گی، چاک (۱۳۷۸). جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه پارسائیان و اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- هال و جنکینز (۱۳۷۸). سیاستگذاری جهانگردی، ترجمه اعرابی و ایزدی، انتشارات پژوهش‌های فرهنگی
- Alipour, Habib (1996), *Tourism Development Within Planning Paradigm, The Case Of Turkey*, *Tourism Management* , Vol17, No 5
- Allmendinger, Ph. & Champan, M. 1999. *Planning*
- Ashley, C. (2000), *The Impact of Tourism on Rural Livelihood: Namibia, s Experience*, Overseas development institute
- Allock, J. B. (1994), "Seasonality", in Witt, S. F. and Moutinho, L. (Eds), *Tourism Marketing and Management Handbook*, Prentice-Hall, New York, NY, pp. 86-92 .
- Bramwell, B. , & Lane, B. (1994). *Rural tourism and sustainable rural development*
- Briedenhann, J. , & Wickens, E. (2004). *Tourism routes as a tool for the economic Development of rural areas e vibrant hope or impossible dream? Tourism Management*, 25, 71e79
- Dinis A. , 2011, *Tourism, niche strategy and networks as factors for both entrepreneurship and rural sustainability*, IX Rural Entrepreneurship Conference: A sustainable rural? Nottingham Business School, United Kingdom
- Gunn, Clare A. 1994 ; *Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases*; Third edition, Tolyor & Francis
- Canoves, G. , Villarino, M. , Priestley, G. K. , & Blanco, A. (2004). *Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution*. *Geoforum*, 35, 755e769 .
- Chen, W. (1997). *Peasant challenge in post-communist China*. *Journal of Contemporary China*, 6(14), 101e115 .
- Daugstad, K. (2008). *Negotiating landscape in rural tourism*. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 402e426 .
- Deller, S. (2010). *Rural poverty, tourism and spatial heterogeneity*. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 180e205 .
- Ding, H. (2009). *Exploration and discussion on developing model of rural tourism in Jiangsu Province*. *Jiangsu's Agriculture Science*, 5, 14e16 .
- Dong, H. N. , Zhang, M. D. , & Liu, Y. W. (2007). *A study on the present state of land use for leisure tourism in the suburbs of Beijing and its future trend*. *Tourism Tribune*, 22(4), 48e52 .
- Fleischer, A. , & Pizam, A. (1997). *Rural tourism in Israel*. *Tourism Management*, 186,(367e372) .
- Gu, H. , & Ryan, C. (2009). *Hongcun and Xidi: rural townships' experiences of tourism*. In C. Ryan, & H. Gu (Eds.), *Tourism in China: Destination, cultures and communities* (pp. 259e267). New York London: Routledge .

- Han, J. (2009). The classification and comparison of China's rural tourism organization. *Commerce Culture*, 10, 147 .
- He, J. M. (2003). A study on rural tourism overseas. *Tourism Tribune*,
- He, J. M. (2005). On the development of rural tourism in China's urban suburbs: a case study on the evolution of Nongjiale in Chengdu. *Tourism Tribune*,
- He, J. M. (2006). Government's "position losing" and "position surpassing" in development of Nongjiale. *Tourism Tribune*, 21(3), 11 .
- He, J. M. , Ma, Z. Z. , & Li, H. X. (2004). An investigation and consideration of existing issues in development of rural tourism. *Countryside Economy*, 7, 36e38 .
- Hjalager, A. (1996). Agricultural diversification into tourism: evidence of European community development programme. *Tourism Management*, 17(2), 103e111 .
- Hu, Y. H. (2008). A study on the participation of community in rural tourism . *Business Times*, 30, 89e90 .
- Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy e tourism and social relations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 762e783 .
- Liu, A. (2006). Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia. *Tourism Management*,
- Luo, M. Y. (2006). The characteristic and model of developing rural tourism in Yunnan Province. *Tourism Tribune*, 21(5), 9e11 .
- MacDonald, R. , & Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism e evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 307e322 .
- McGehee, N. G. (2007). An agritourism systems model: a Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111e124 .
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86e102 .
- Pedford, J. (1996). Seeing is believing: the role of living history in marketing local heritage. In T. Brewer (Ed.), *The marketing of tradition* (pp. 13e20) .

Codifying and assessing effective indexes for determining targeted rural tourism in Iran (Case study: special of rural tourism in Semnan)

Mohammad Ali Shadi

Ph.D. student in Geography & Rural Planning, Islamic Azad University,
Science & Research Branch, Tehran, Iran

Masoud Mahdavi Hajiloei*

Professor of Geography & Rural Planning, Islamic Azad University,
Science & Research Branch, Tehran, Iran

Ezatolah Ezzati

Associate Prof. of Political Geography, Islamic Azad University,
Science & Research Branch, Tehran, Iran

Abstract

In today's world, developing tourism as an earning industry is one of main objective of planners, organizers and governments in most countries. Among reasons that public have given lots of attention to tourism industry is due to increasing population, science and art development, people more free and leisure time. According to CASTERZ (1984) tourism is a multidisciplinary knowledge which is not completed without précised political analysis, proper planning and development. Inskeep Edward (1991) in the book of tourism development and planning argues that tourism planning is a constant and dynamic issue and also believes that it helps governments to identify and predict tourism industry future. This would help them to increase their role and responsibilities in this process. Basically, traveling and tourism market is mostly developing in cities. Many of the developed cities' residents wants to escape from this modernized and artificial aroma to less developed and pure nature based places (way gi chak, 1377). From 70's, tourists activities in rural areas has increased drastically in most developed countries around the globe which this has played fundamental role on rural areas social, economic development (Peralez,2002). Hence tourism industry experts according to their knowledge and understanding believe on rural tourism development based on scientific planning for reorganizing of rural areas. Based on this matter, identifying and introducing traveling destinations in rural areas, is the first step on reaching rural tourism development. This paper tried to analyze rural tourism situation in order to identify targeted rural areas for tourism purposes. This identification would shed lights on determinant development factors on rural tourism.

Keywords: rural areas, tourism, rural tourism, sustainable development, targeted rural areas, traveling destinations

Received Date: 25 July 2015

Accepted Date: 12 September 2015

* (Corresponding author) mahdavihaj@yahoo.com