

Explaining Tourism Capacity for the Development of Rural Areas of Chaharmahal and Bakhtiari Province

Mahmoud Bakhshinejad^{1*}

1- Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Human Science, Islamic Azad University, Shahrekord Branch, Shahrekord, Iran

Abstract

Statement of the Problem: Rural development is an all-embracing, constant, stable, endogenous, inclusive, transformational, creative, growth-promoting process that leans on the participation and self-confidence of the villagers. Within its framework, the cultural, social, and economic capacities and abilities of the communities will grow and excel based on meeting the basic material and spiritual needs and effective control over the forces forming the local housing system and human capital development by taking advantage of internal opportunities in the village.

Purpose of the Study: This research aims to explain the tourism capacities for the development of rural areas in Chaharmahal and Bakhtiari province.

Methodology: The statistical population of the research is the cultural heritage and tourism experts and other similar specialists as well as the trustees of tourism units in Chaharmahal and Bakhtiari province. The sampling method is a complete enumeration and the data were collected using a researcher-made questionnaire in the recent year. Delphi and SWOT methods were used to analyze the data and TOPSIS technique was used to rank the villages.

Results: The final results indicated that the most important tourism capacities in the studied villages include intact natural resorts, enjoyable climate, and especially immaculate nomadic-life attractions, and the most crucial drawbacks of the tourism industry involve the absence of planning, accommodation dearth, and health facility deficiency, combined with the feebleness in tourism culture. In the meantime, the villages of Sar Aghaseyed, Sheikh Alikhan, Dimeh, Avargan, and Atashgah have more capabilities, respectively, and it may be essential to enter them into tourism programing priorities.

Innovation: Scientific methods and techniques for explaining the tourism capacities of Chaharmahal and Bakhtiari province is the innovation of this research. Also, the tourism capacities of the statistical population studied have not been investigated at this level so far.

Keywords: Tourism Capacity, Rural Development, Topsis, Delphi

تبیین ظرفیت‌های گردشگری برای توسعه مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری

محمود بخشی نژاد^{*۱}

۱- استادیار، گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد، شهرکرد، ایران

چکیده

طرح مسئله: توسعه روستایی، فرایندی همه‌جانبه، پیوسته، موزون، درون‌زا، فراگیر، تحول‌آفرین، باورآفرین، رشددهنده و متکی بر مشارکت و خودباوری روستاییان است. در چهارچوب این پدیده، ظرفیت‌ها و توانایی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع بر پایه رفع نیازهای اساسی مادی و معنوی و کنترل مؤثر نیروهای شکل‌دهنده نظام سکونت محلی و توسعه سرمایه انسانی با بهره‌گیری از فرصت‌های درونی در روستا رشد و تعالی می‌یابد.

هدف پژوهش: هدف پژوهش حاضر، تبیین ظرفیت‌های گردشگری برای توسعه مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری است.

روش پژوهش: جامعه آماری پژوهش، کارشناسان خبره میراث فرهنگی و گردشگری و سایر کارشناسان خبره گردشگری و متولیان واحدهای گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری است. روش نمونه‌گیری، تمام‌شماری است و داده‌ها با بهره‌گیری از پرسش‌نامه پژوهشگرساخته در سال جاری گردآوری و در تحلیل داده‌ها از روش دلفی^۱ و سوات^۲ برای رتبه‌بندی روستاها از تکنیک تاپسیس^۳ استفاده شده است.

نتایج: نتایج پژوهش نشان می‌دهد مهم‌ترین ظرفیت‌های گردشگری در روستاهای مطالعه‌شده، مناطق بکر طبیعی، آب‌وهوای مطبوع و به‌ویژه جذابیت‌های زندگی بکر عشایری و مهم‌ترین ضعف صنعت گردشگری در این مناطق، نبود برنامه‌ریزی، کمبود امکانات اقامتی و بهداشتی و ضعف فرهنگ گردشگری است. در این میان، روستاهای سراقاسید، شیخ علی‌خان، دیمه، اورگان و آتشگاه به ترتیب قابلیت بیشتری دارند و لازم است در اولویت برنامه‌های گردشگری قرار گیرند.

نوآوری: استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های علمی تبیین ظرفیت‌های گردشگری استان چهارمحال و بختیاری، نوآوری این پژوهش است؛ همچنین ظرفیت‌های گردشگری جامعه آماری مدنظر تاکنون در این سطح بررسی نشده است.

واژه‌های کلیدی: ظرفیت گردشگری، توسعه روستایی، تاپسیس، دلفی.

¹ Delphi
² SWOT
³ TOPSIS

مقدمه

توسعه، رویکردی جامع به بهبودبخشی کیفیت زندگی انسان‌ها به منظور تحقق رفاه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است (Nurul, 2017: 62)؛ توسعه روستایی نیز که به طور عمده معطوف به اهداف توسعه اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی است (Straka & Tuzová, 2018: 1241)، فرایندی همه‌جانبه، پیوسته، موزون، درون‌زا، فراگیر، تحول‌آفرین، باورآفرین، رشددهنده و متکی بر مشارکت و خودباوری روستاییان است. در چهارچوب این پدیده، ظرفیت‌ها و توانایی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع بر پایه رفع نیازهای اساسی مادی و معنوی و کنترل مؤثر نیروهای شکل‌دهنده نظام سکونت محلی و توسعه سرمایه انسانی با بهره‌گیری از فرصت‌های درونی در روستا رشد و تعالی می‌یابد (Gugushvili et al., 2017: 49).

توسعه روستایی، راهبردی برای بهبود زندگی اجتماعی و اقتصادی روستاییان فقیر و تلاشی همه‌جانبه برای کاهش فقر است که به‌ویژه با افزایش تولید و ارتقای بهره‌وری در محیط روستایی میسر می‌شود (Bogdan et al., 2018: 19). این مفهوم، راهبردی مهم برای تأمین نیازهای اساسی و توزیع بهینه منافع ناشی از توسعه ملی محسوب می‌شود؛ بدین منظور الگوهای متنوعی برای آن تجربه شده که عمدتاً دستاوردهای مطلوبی نداشته و هنوز نیز سهم جوامع روستایی از توسعه بسیار اندک است؛ بیشتر فقرا یا در روستاها به سر می‌برند (به گونه‌ای که ۱/۲ میلیون نفر از افرادی که روزانه با ۱/۲۵ دلار یا کمتر زندگی می‌کنند، زندگی‌شان به مناطق روستایی منتهی می‌شود) یا شهرنشینانی عمدتاً حاشیه‌نشین با منشأ روستایی هستند (Straka & Tuzová, 2018: 1241).

فطرس و شهبازی (۱۳۹۵) وضعیت فقر و نابرابری را در مناطق شهری و روستایی ایران در سال‌های (۱۳۸۱-۱۳۹۱) بررسی کردند و نتیجه گرفتند فقر و نابرابری درآمدی همواره در مناطق روستایی بیش از مناطق شهری است.

مولایی و رحیمی راد (۱۳۹۵) وضعیت فقر را در خانوارهای روستایی ایران در پنج برنامه توسعه اقتصادی (۱۳۶۸-۱۳۹۲) بررسی کردند و دریافتند خط فقر در خانوارهای روستایی ایران میانگین رشدی معادل ۲۱/۳ درصد داشته است.

کاهش فقر، یکی از مباحث مهم در متون توسعه است. یکی از عوامل مؤثر بر کاهش فقر و پیشرفت بعضی مناطق روستایی، بخش‌گردشگری روستایی است که اگر به‌درستی مدیریت شود، به افزایش اشتغال محلی، توسعه اقتصاد بومی و منطقه‌ای و حفظ محیط‌زیست می‌انجامد (روشن‌علی و ریاحی، ۱۳۹۶: ۱۵۷).

گردشگری در دهه‌های اخیر، یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی در سطح جهان بوده و در بین بخش‌های مختلف اقتصادی بیشترین رشد را داشته است. پیش‌بینی می‌شود این صنعت با وجود موج‌های منفی تا سال ۲۰۲۹ با رشد ۵ درصدی همراه باشد. سهم این بخش در اشتغال‌زایی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در سال ۲۰۱۸ بیش از ۳۱۹ میلیون شغل و معادل ۱۰ درصد اشتغال جهان بوده است؛ به‌علاوه پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۹، بخش سفر و گردشگری ۴۲۰ میلیون و ۶۲۹ هزار شغل برابر با ۱۱/۷ درصد از مشاغل جهانی را به خود اختصاص دهد؛ از سوی دیگر این بخش توانسته است در سال ۲۰۱۸، ۹۴۰/۹ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری ثابت را به خود اختصاص دهد.

پیش‌بینی می‌شود این رقم تا سال ۲۰۲۹ نیز به هزار و ۴۸۹ میلیارد دلار برسد. این بخش سهمی معادل ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را در سال ۲۰۱۸ داشته است (WTTC, 2018).

با توجه به گزارش سازمان جهانی گردشگری^۱، گردشگری به یکی از سه عامل مؤثر بر توسعه اقتصادی در بیش از ۵۰ درصد از فقیرترین کشورهای جهان تبدیل شده و ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را در کشورهای غربی و ۴۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را در کشورهای فقیر به خود اختصاص داده است (Wang & Xu, 2015: 517). گردشگری، فعالیتی است که برای نواحی و فضاهای شهری در نظر گرفته شده است (Equipe et al., 2008: 265)؛ ولی حفظ رشد و پویایی این بخش مستلزم توجه به ظرفیت‌های آن در مناطق روستایی است (Lin & Chen, 2017: 436)؛ به همین دلیل در سال‌های اخیر، علاقه به گردشگری روستایی افزایش یافته است؛ عاملی که به توسعه اجتماعی و اقتصادی و بازسازی مناطق روستایی منجر می‌شود (Lee, 2013: 37) و به‌ویژه در مناطقی که کشاورزی و صنعت ضعیفی دارند، نقش موتور رشد و توسعه پایدار را ایفا می‌کند (Jucan, 2013: 81).

پژوهش‌های متعدد نشان داده است فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی آثار مثبتی بر تنوع فعالیت‌های اقتصادی و رشد اقتصادی (Bogdan, 2018: 19)، جلوگیری از مهاجرت روستاییان (Müller & Jansson, 2007: 67)، افزایش ارزش اقتصادی محصولات غذایی تولیدی (Roberts et al., 2017: 132)، بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستاییان (Muresan et al., 2016: 8)، رشد کارآفرینان محلی (Kim & Woo, 2015: 84)، افزایش کیفیت زندگی روستایی (Lin & Chen, 2017: 436) و حمایت از توسعه پایدار (Androshchuk & Chernenko, 2016: 35) داشته و درحقیقت گردشگری برانگیزنده روستاییان، به‌ویژه جوانان در ایجاد مشاغل جدید بوده است (Jucan & Jucan, 2013: 81). ارتقای گردشگری در روستاهای دارای اقتصاد قوی تأثیر مثبت و در روستاهای دارای اقتصاد ضعیف، درآمد و اشتغال نامتعادل را افزایش می‌دهد؛ اگرچه نتایج مثبت گردشگری در مناطق کمتر برخوردار بیشتر است (Butler & Clark, 1992: 166).

فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی آثار منفی نیز دارد؛ تخریب محیط‌زیست، پوشش گیاهی و از دست دادن فرهنگ سنتی، درگیری‌های اجتماعی بین میزبان و گردشگران، توزیع نابرابر منافع حاصل از گردشگری و افزایش قیمت کالا و خدمات در روستا، از جمله این آثار است (Bahrami & Noori, 2013: 1074)؛ بنابراین گاهی خسارت ورود گردشگر به مناطق روستایی از منافع آن بیشتر است (Hajimirrahimi et al., 2017: 531)؛ از این رو پرسشی که باید پاسخ داده شود این است که چه عواملی تعیین‌کننده تأثیر مثبت یا منفی گردشگری بر مقاصد روستایی است. به نظر می‌رسد عوامل مختلفی از جمله ظرفیت‌های گردشگری در این زمینه دخالت دارند (Baume, 2011: 107) و در این صورت تأثیر منفی گردشگری ناشی از بازاریابی نامناسب و نبود ارتباط و دسترسی به مراکز جمعیتی است؛ اگرچه براساس دیدگاه برخی صاحب‌نظران، فعالیت‌های گردشگری در ایران می‌تواند رکن اساسی توسعه باشد (قادری و حاجی‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۲).

¹ World Tourism Organization

گردشگری روستایی نیز، بخشی از بازار گردشگری است و ابزاری برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی روستاها قلمداد می‌شود (Bogdan et al., 2018: 10). در این زمینه روستاهای یاسه‌چای، هوره، سوادجان و چلوان در حاشیه زاینده‌رود واقع در شهرستان سامان، روستاهای سراقاسید و شیخ علی‌خان و دیمه در شهرستان کوه‌رنگ، روستاهای دستگرد و دزک در شهرستان کیار، ده چشمه در شهرستان فارسان، آورگان در شهرستان بروجن و روستای آتشگاه در شهرستان لردگان استان چهارمحال و بختیاری با وجود برخورداری از طیف وسیعی از جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی، در حیطه کسب فرصت‌های شغلی مناسب و درآمد مطلوب و ارتقای شاخص کیفیت زندگی با چالش‌های فراوانی مواجه هستند؛ از این رو ترویج صنعت گردشگری در این روستاها، یکی از رویکردهای محوری به شمار می‌آید و بهره‌مندی از این صنعت به‌منظور توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق روستایی اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد؛ بنابراین شناخت دقیق ظرفیت‌های روستایی و اولویت‌بندی آنها براساس روش‌های علمی برای جلوگیری از هدررفت هزینه‌ها، جلب مشارکت محلی و دستیابی به توسعه نسبی، اهمیت ویژه‌ای دارد؛ بر این اساس در این پژوهش قوت‌ها و ضعف‌ها، محدودیت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای بخش گردشگری در روستاهای مدنظر شناسایی شده و به بیانی اهداف این پژوهش، شناسایی قابلیت‌ها و محدودیت‌های بخش گردشگری در روستاهای مدنظر و ارائه راهکارهای لازم برای توسعه گردشگری در این روستاها و اولویت‌بندی روستاهاست.

پیشینه پژوهش

در زمینه نقش گردشگری در توسعه روستایی پژوهش‌های متعددی انجام شده که به بعضی از آنها به‌مثابه نمونه در زیر اشاره می‌شود.

ایبانسکو^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر گردشگری بر توسعه پایدار مناطق روستایی»، نقش گردشگری را در توسعه روستایی در کشور رومانی بررسی کرد. وی دریافت طی دهه‌های گذشته، گردشگری روستایی به‌مثابه روش و ابزاری برای توسعه اقتصادی در این مناطق اهمیت یافته و در کشور رومانی نیز در روستاهای بررسی شده، نقش انکارناپذیری در توسعه روستاها داشته است؛ همچنین سه شاخص بررسی شده در این پژوهش یعنی ثبات جمعیتی، افزایش رفاه عمومی و پایداری اقتصادی و اجتماعی در نتیجه گردشگری روستایی بهبود یافته است.

محمدی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «تبیین آثار گسترش گردشگری بر تغییر سطح معیشت روستاهای کوهستانی؛ مطالعه موردی: دهستان اورامان - غرب استان کردستان» انجام دادند. برای این کار داده‌های لازم را با استفاده از پرسش‌نامه از ۲۵۰ خانوار دهستان اورامان گردآوری و به روش توصیفی و استنباطی تجزیه و تحلیل کردند. نتایج پژوهش از تأثیر مثبت گردشگری بر بهبود سطح معیشت و تأمین پایداری معیشت روستاهای هدف گردشگری دهستان اورامان حکایت داشته است. در این روستاها توسعه گردشگری باعث افزایش میزان دارایی‌ها و در نتیجه کاهش سطح آسیب‌پذیری شده است.

^۱ Ibanescu

روشن‌علی و ریاحی (۱۳۹۶) نقش گردشگری را در توسعه اقتصادی مناطق روستایی در شهرستان بهشهر بررسی کردند و نتیجه گرفتند اگر گردشگری روستایی به‌درستی مدیریت شود، به افزایش اشتغال محلی، توسعه اقتصاد بومی و منطقه‌ای و حفظ محیط‌زیست می‌انجامد.

ایزدی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «گردشگری غذا، فرصتی برای توسعه پایدار روستایی در ایران» انجام داده است. وی نتیجه گرفته گردشگری غذا در بیشتر کشورهای که در برنامه‌ریزی‌های خود به آن توجه مناسب کرده‌اند، توانسته است آثار مثبتی بر توسعه پایدار روستایی و منطقه‌ای ایجاد کند و به رونق اقتصادی و شکل‌گیری هویت منحصربه‌فرد برای این جوامع منجر شود. بررسی‌های اولیه نشان می‌دهد کشور ایران قابلیت‌های زیادی در زمینه گردشگری غذا دارد و با رفع چالش‌ها و مشکلات موجود در این زمینه می‌توان از کارکردهای این نوع گردشگری برای توسعه پایدار روستایی کشور بهره برد.

شکوری و بهرامی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تأثیر گردشگری بر کاهش فقر روستایی از منظر معیشت پایدار؛ مورد مطالعه: روستاهای قلعه‌نو و کلین شهرستان ری»، تأثیر گردشگری را بر کاهش فقر و ارتقای سطح معیشت روستاییان تأیید و دیدگاه‌های بدبینانه‌ای را رد کردند که بر پیامدهای منفی گسترش گردشگری بر جامعه میزبان تأکید دارند.

جلالیان و همکاران (۱۳۹۶) آثار گردشگری را بر توسعه روستای هجیج کرمانشاه بررسی کردند. آنها داده‌های لازم را با استفاده از یک پرسش‌نامه پژوهشگرساخته از نمونه‌ای ۱۸۰ نفری گرد آوردند که به روش تصادفی انتخاب شده بودند. در ادامه نتایج را به روش تحلیل عاملی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل کردند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد آثار مثبت گردشگری بر توسعه روستای یادشده، بیش از ۶۵/۸ درصد و آثار منفی گردشگری بیش از ۳۴/۲ درصد بوده است؛ همچنین تقویت زیرساخت‌های گردشگری، همیشگی کردن گردشگری در این روستا و تدوین ضوابط حفظ میراث فرهنگی موجب توسعه روستا خواهد شد.

عزیزی و لطفی (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «نقش گردشگری پایدار روستایی در توسعه مناطق روستایی استان سمنان؛ مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان شاهرود» به روش کتابخانه‌ای دریافتند موفقیت گردشگری پایدار روستایی مرهون محیط‌زیست سالم روستاست؛ بنابراین لازم است بین نیازهای مختلف روستا تعادل ایجاد شود و باید مطمئن بود گردشگری از کیفیت و جاذبه‌های طبیعی منابعی نمی‌کاهد که به آنها وابسته است.

رکن‌الدین افتخاری و قادری (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان «نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ها)» نتیجه گرفته‌اند سه نوع نگرش به توسعه گردشگری روستایی وجود دارد؛ این سه نوع نگرش عبارت‌اند از: گردشگری روستایی به‌مثابه راهبردی برای توسعه روستایی؛ گردشگری روستایی به‌مثابه سیاست بازساخت؛ گردشگری روستایی ابزاری برای توسعه پایدار. هدف هر سه نگرش، حل معضلات و مشکلات سکونتگاه‌های روستایی و توسعه گردشگری روستایی است. هریک از این دیدگاه‌ها با وجود کاستی‌ها و مزایای خاص خود، محدودیت‌ها و کاستی‌های مشترکی نیز دارند. با توجه به ویژگی‌ها و امکانات کشور و هر منطقه

روستایی می‌توان از یکی از این نگرش‌ها یا ترکیبی از آنها استفاده کرد، اما امکان ارائه راه‌حل واحدی برای همه مناطق روستایی وجود ندارد.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری روستایی، بخشی از گردشگری است که به نواحی روستایی اختصاص دارد و روند رو به رشدی در کشورهای مختلف داشته است (Roberts et al., 2017: 256)؛ به گونه‌ای که در نیمه دوم قرن بیستم در بسیاری از کشورهای اروپایی، گردشگری روستایی، راهکاری مطمئن برای توسعه متعادل جوامع روستایی قلمداد شد (ازکیا، ۱۳۸۳: ۱۸). گردشگری روستایی در کنار اقتصاد کشاورزی در جوامع روستایی موجب افزایش تولید و درآمد روستاییان می‌شود. بسیاری از پژوهشگران معتقدند گردشگری، توسعه روستایی را همراه می‌آورد و بین دو مفهوم «توسعه گردشگری» و «توسعه روستایی» نوعی تعامل و همکاری دوجانبه وجود دارد (Sharpley, 2002: 36)؛ بدین ترتیب رونق گردشگری در نواحی روستایی، یکی از راهبردهای توسعه روستایی است (اردستانی، ۱۳۸۸: ۴۱)؛ زیرا توسعه گردشگری در روستا با تنوع اشتغال در بخش کشاورزی و سایر بخش‌های فعال در روستا همراه می‌شود و به تدریج بخشی از روستاییان از فواید خدمات گردشگری به‌مثابه مکملی برای فعالیت‌های سایر بخش‌های فعال در روستا بهره‌مند می‌شوند (فراهانی، ۱۳۸۵: ۶۵).

صنعت گردشگری در کشورهای با درآمد کم و متوسط با رشد و توسعه اقتصادی پیوند خورده است (Tayebi et al., 2007: 83). کیم و چن معتقدند رابطه بلندمدت و پایداری بین رشد اقتصادی و گردشگری وجود دارد (Kim & Chen, 2006: 925)؛ به‌طور کلی فعالیت‌های گردشگری موجب افزایش درآمد، ایجاد شغل، نوسازی امکانات، اشتغال زنان روستایی، افزایش استاندارد و کیفیت زندگی برای روستاییان می‌شود (Bogdan, 2018: 19) و از تولید صنایع دستی حمایت و فرهنگ ملی و محلی را معرفی می‌کند (Bahrami & Noori, 2013: 1074)؛ به همین دلیل مسئولان در سراسر جهان سیاست‌ها و راهبردهای گردشگری را به‌منظور احیای روستاها تبلیغ می‌کنند (Briedenhann & Wickens, 2004: 71).

گردشگری روستایی همچنین به‌مثابه یک راه‌حل درمانی برای توسعه اقتصادی بسیاری از روستاها پیشنهاد شده است و بیشتر برنامه‌ریزان گردشگری، گردشگری را محرک توسعه پایدار می‌دانند. البته نظرات متفاوتی نیز در زمینه تأثیر گردشگری بر نواحی روستایی وجود دارد (Hajimirrahimi et al., 2017: 531). دستیابی به همه آثار مثبت در یک زمان بسیار دشوار است (Choi & Sirakaya, 2005: 380)؛ زیرا مزایای گردشگری در مناطق روستایی همیشه آشکار نیست (Cerić, 2016: 73). لزوماً وجود زیرساخت‌های گردشگری باعث توسعه گردشگری روستایی نمی‌شود و بیشتر مناطق روستایی خاص از تأثیر مثبت گردشگری بهره‌مند می‌شوند (Cavaco, 1999: 281).

گردشگری روستایی، راه‌حلی برای همه دردها و مسائل و مشکلات نواحی روستایی نیست؛ اما یکی از شیوه‌هایی است که ممکن است آثار اقتصادی مهمی داشته باشد و به‌نوعی به کندشدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی و کاهش مهاجرت جمعیت روستایی کمک کند. رشد گردشگری به‌مثابه راهبردی برای توسعه روستایی،

تفکر نسبتاً جدیدی است که سیاست‌گذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت آن پی برده‌اند (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۲۳).

داس و چاترجی (۲۰۱۵) گردشگری را راه‌حل قطعی برای توسعه نواحی روستایی می‌دانند (Das & Chatterjee, 2015: 3).

وان هردن (۲۰۱۰) دیدگاه محتاطانه‌تری دارد و گردشگری را فرایند برنامه‌ریزی یکپارچه‌ای معرفی می‌کند که فرصت‌هایی را برای به حداقل رساندن مضرات و به حداکثر رساندن منافع توسعه فراهم می‌آورد (Van Heerden, 2010: 7).

بریبی (۲۰۱۴) در نگرشی متفاوت به دلایل زیر، گردشگری روستایی را موتور محرک توسعه روستایی معرفی می‌کند (Breiby, 2014: 10):

۱. گردشگری مانند هر فعالیت صادراتی دیگر، منبع شغل و درآمد ارزی است.
۲. گردشگری صرفاً مرحله ساده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی نیست و زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی است.
۳. گردشگری روستایی با بهره‌برداری از منابع بکر طبیعی، درآمدی هم‌سطح سایر بخش‌های مهم اقتصادی ایجاد می‌کند.

۴. گردشگری روستایی تقاضا را برای صنایع دستی، هنرهای سنتی و فعالیت‌هایی افزایش می‌دهد که نیاز به نیروی کار بیشتری دارند. این فعالیت‌ها، همان فعالیت‌هایی است که در محیط روستا مدنظر است. بنابراین به همان اندازه‌ای که گردشگری روستایی گردشگرانی را از خارج از فضای اقتصاد روستا جذب می‌کند، جریان‌های برون‌زا هزینه‌هایی را به منطقه تزریق می‌کند و آثار ضریب تکاثری سنتی را افزایش می‌دهد؛ همچنین با توجه به اینکه برنامه‌های توسعه روستایی اولویت‌هایی را نظیر امنیت غذایی، افزایش میزان اشتغال و کاهش اشتغال ناقص، بهبود کیفیت زندگی عمومی مردم، جلوگیری از روند تخریب محیط‌زیست و منابع طبیعی روستایی و افزایش میزان مشارکت جمعیت روستایی در تعیین سرنوشت خود دنبال می‌کند، توسعه گردشگری بیش از پیش در کانون توجه قرار گرفته است؛ زیرا توسعه گردشگری روستایی همه زمینه‌های یادشده را پوشش می‌دهد و این مسائل از مهم‌ترین اهداف توسعه گردشگری روستایی به شمار می‌آید. در گردشگری روستایی از منابع روستایی مانند فرهنگ و سنن اجتماعی، ساختمان‌های تاریخی، غارها، شرایط آب‌وهوایی، سکونتگاه‌های سنتی روستایی و سکونتگاه‌های واقع در کوهستان بهره گرفته شده است و همین عوامل با ایجاد اشتغال و افزایش درآمد، توسعه روستایی را در پی دارد (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۲۳).

با توجه به مبانی نظری پژوهش، توسعه بی‌رویه شهرنشینی در کشورمان، افزایش مشکلات ناشی از شهرنشینی جدید و خالی‌شدن روستاها و سرازیرشدن جمعیت آنها به شهرها، جا دارد با شناسایی حساب‌شده توان و پتانسیل گردشگری در نواحی مختلف کشور از جمله نواحی روستایی، اقدامات و سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های مفیدی برای استفاده از این توانمندی‌ها صورت گیرد تا با رونق و گسترش نواحی گردشگرپذیر روستایی به پویایی جمعیت و اقتصاد این نواحی کمک و تا اندازه‌ای از بار مشکلات و مسائل در روستاها کاسته شود.

روش‌شناسی پژوهش

روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش، کتابخانه‌ای، اسنادکاوی و میدانی است. برای مبانی نظری و ادبیات موضوع از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های لازم و شبکه جهانی اطلاعات استفاده شده است. در مرحله دوم به منظور گردآوری اطلاعات، در حوزه اندازه‌گیری متغیرهای مدل از یک پرسش‌نامه پژوهشگرساخته بهره گرفته شد که با الهام از پژوهش‌های خارجی طراحی شده است. پرسش‌ها در قالب پنج ارزشی به شکل زیر (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تنظیم و داده‌های لازم در مردادماه سال ۹۷ با ابزار پژوهش گردآوری شده است.

شکل کلی: کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم، کاملاً موافقم.

امتیازبندی: ۱، ۲، ۳، ۴، ۵.

جامعه آماری پژوهش، مدیران و معاونان میراث فرهنگی و گردشگری و دهیاران روستاهای مقصد گردشگری و کارشناسان خبره میراث فرهنگی و گردشگری به شرح مندرج در جدول ۱ هستند. روش نمونه‌گیری پژوهش، تمام‌شماری است و داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه پژوهشگرساخته گردآوری شده است.

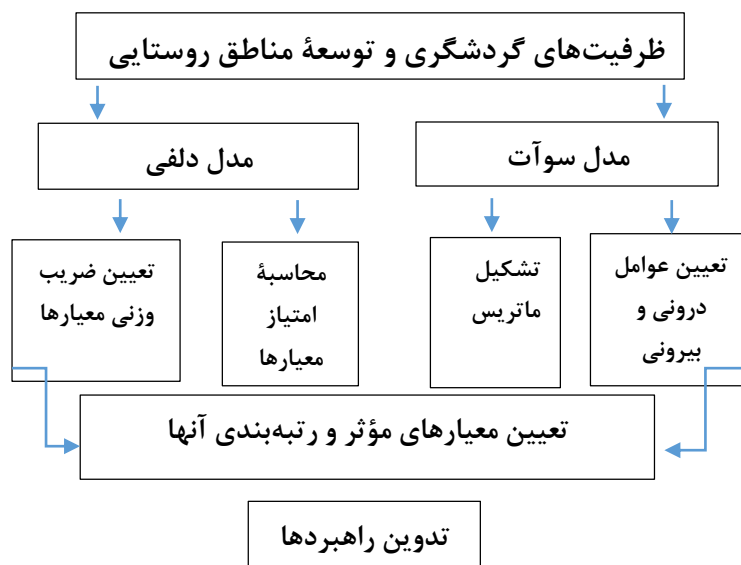
جدول- ۱: جامعه آماری پژوهش

ردیف	نام دستگاه	تعداد نمونه
۱	مدیر کل معاونان و رؤسای ادارات و کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری استان	۱۶
۲	مدیران و کارشناسان واحدهای گردشگری استان	۲۲
۳	دهیاران روستاهای مقصد گردشگری	۱۱
	جمع کل	۴۹

منبع: محاسبات پژوهشگر

در این پژوهش جاذبه‌ها، محدودیت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای بخش گردشگری در روستاهای هدف با روش دلفی و سوات تبیین و تحلیل و در نهایت برای بهره‌برداری بهینه از صنعت گردشگری و توسعه آن راهبردهایی تدوین شده است (شکل ۱)؛ سپس روستاهای مدنظر به لحاظ قابلیت بهره‌برداری از صنعت گردشگری و توسعه آن با تکنیک تاپسیس رتبه‌بندی شده‌اند.

نکته دیگر اینکه ظرفیت‌های گردشگری و رتبه‌بندی روستاها براساس شاخصه‌های امکانات و خدمات رفاهی و اقامتی، جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های تاریخی فرهنگی، امکان دسترسی، اقلیم، جاده و شبکه حمل و نقل، امکانات و خدمات بهداشتی درمانی و نیروی انسانی ماهر با نظر جامعه آماری وزن‌دهی شده است.



شکل- ۱: مدل مفهومی روش ترکیبی سوآت- دلفی

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های سوآت، دلفی و تاپسیس استفاده شده است. این روش‌ها در زیر شرح داده می‌شوند:

۱. سوآت از فنون برنامه‌ریزی راهبردی است. این روش بر پایه بعضی پیش‌فرض‌ها از جمله انتخاب براساس رویکرد عقلانی، اصل سودمندی، قائل شدن محیط رقابتی و نظم درونی برای هر پدیده استوار است که با نظام و محیط پیرامونی خود در تقابل قرار دارد و برای توسعه خود علاوه بر رقابت با هم‌تایان درونی، از فرصت‌های بیرونی نیز بهره می‌برد. این فن سه مرحله دارد (انوری و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۸):

الف. قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها در ماتریسی خلاصه می‌شوند؛
 ب. چکیده‌ای از قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای اصلی در ماتریس دیگری خلاصه می‌شود؛
 ج. راهبرد براساس تقابل شرایط درونی و بیرونی تعیین می‌شود.

۲. دلفی، روشی سامانمند در پژوهش برای استخراج نظرات گروهی از متخصصان درباره یک موضوع یا یک پرسش یا رسیدن به اجماع گروهی با مجموعه‌ای از چینه‌پرسش‌نامه‌ای با حفظ گمنامی پاسخ‌دهندگان و بازخورد نظرات به اعضای گروه است. دلفی به سه دسته کلاسیک، تصمیم و سیاسی تقسیم می‌شود (احمدی، ۱۳۹۲: ۸۷).

الف. دلفی کلاسیک با مشخصات گمنامی متخصصان، تکرار یا بازگویی، بازخورد کنترل‌شده، گزارش آماری پاسخ‌های گروه و تمرکز بر اجماع است.

ب. دلفی تصمیم: پانلی متشکل از افراد در موقعیت تصمیم‌گیری است.
 ج. دلفی سیاسی: ابزار تسهیل‌سازی و داده‌ها، کلامی است و رسیدن به اجماع و متخصص بودن شرکت‌کنندگان لازم نیست.

روش دلفی برای موضوعاتی نظیر به وجود آوردن اجماع، جلوگیری از غلبه تفکر گروه‌گرایانه و سکوت‌گرایی اقلیت استفاده می‌شود. این روش براساس پرسشگری در دو مرحله یا بیشتر انجام و در هر مرحله از نتایج به دست آمده از مراحل پیشین استفاده می‌شود؛ بنابراین در مرحله دوم، متخصصان و کارشناسان براساس نتایج مرحله پیشین به پرسش‌ها پاسخ می‌دهند (Kristin, 2011: 2544). در این پژوهش طی دو مرحله از سه گروه مندرج در جدول ۱ پرسشگری شده است. این گروه‌ها، همان گروه دلفی هستند که در زمینه موضوع پژوهش آگاهی و دانش دارند. نمونه‌گیری این گروه‌ها به روش غیراحتمالی یا هدف‌دار بوده است (مشایخی، ۱۳۸۴: ۲۰۱).

۳. تاپسیس^۱ یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه است که m گزینه را با توجه به n معیار، رتبه‌بندی می‌کند (خبیری و کاظمی، ۱۳۹۷: ۱۹۹). مبنای این روش، انتخاب گزینه‌ای است که کمترین فاصله را از پاسخ ایدئال مطلوب و بیشترین فاصله را از پاسخ نامطلوب دارد. این تکنیک شش مرحله دارد (زیاری، ۱۳۸۹: ۲۴):
مرحله اول: ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری بی‌مقیاس یا تشکیل ماتریس موزون:

$$n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_1^m x_{ij}^2}} \quad (1)$$

x_{ij} در رابطه ۱، گزینه مدنظر و عبارت زیر رادیکال، مجموع شاخص‌ها در گزینه‌های مدنظر است.

مرحله دوم: استاندارد کردن داده‌ها؛

مرحله سوم: استانداردسازی دوباره با لحاظ کردن وزن شاخص‌ها؛

مرحله چهارم: تعیین بیشترین و کمترین عملکرد هر شاخص؛

مرحله پنجم: تعیین معیار فاصله‌های کمترین و بیشترین با استفاده از روابط زیر؛ در این گام میزان نزدیکی نسبی هر گزینه به راه‌حل ایدئال حساب می‌شود.

$$d_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad (2)$$

$$d_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad (3)$$

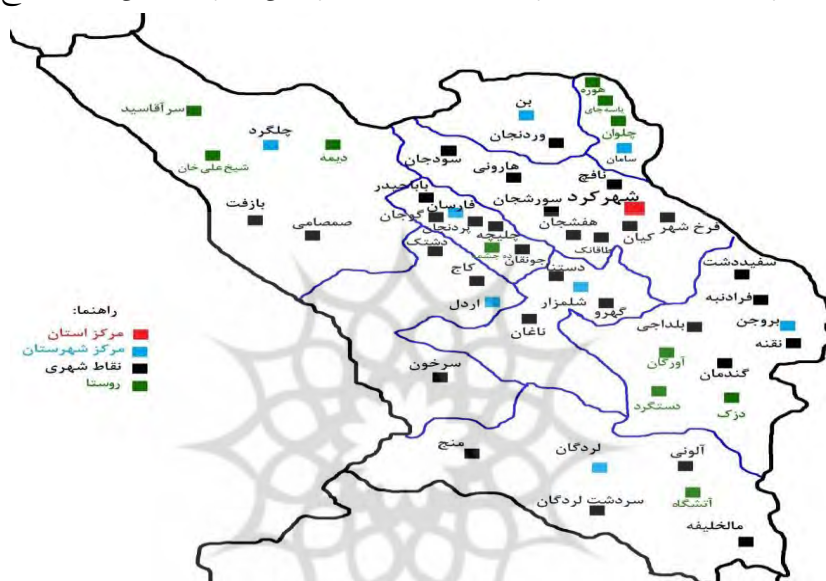
$$cl_i^+ = \frac{d_i^-}{d_i^- + d_i^+} \quad (4)$$

CL، مقدار بین صفر و یک است. هرچه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، راهکار به پاسخ ایدئال نزدیک‌تر و بهتر است.

¹ Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS)

محدوده پژوهش

محدوده پژوهش، مهم‌ترین روستاهای دارای جاذبه گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری یعنی روستاهای سرآقاسید، دیمه، دستگرد، ده چشمه، یاسه‌چای، هوره و چلوان است. استان چهارمحال و بختیاری با وسعت ۱۶۴۲۱ کیلومترمربع در جنوب غربی و در نوار کوهستانی غرب ایران قرار دارد. این استان یک درصد از مساحت کشور را دربرمی‌گیرد و با میانگین ارتفاع ۲۱۵۳ متر سرزمینی مرتفع محسوب می‌شود. همان‌گونه که در شکل ۲ دیده می‌شود، روستاهای مدنظر در شهرستان‌های سامان، کوهرنگ، کیار، فارسان، بروجن و لردگان این استان واقع شده‌اند.



شکل ۲- محدوده پژوهش

تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

نتایج آمار توصیفی حاکی است ۷۳ درصد پاسخگویان مرد و ۲۷ درصد زن بوده‌اند. از نظر سطح تحصیلات ۱۲ درصد پاسخگویان فوق لیسانس و بالاتر و ۷۹ درصد لیسانس و ۹ درصد فوق دیپلم داشته‌اند. از نظر سنی ۴۵ درصد پاسخگویان در گروه سنی ۳۰-۴۰ سال، ۳۳ درصد در گروه سنی ۴۰-۵۰ سال و ۲۲ درصد در گروه سنی ۵۰ سال به بالا بوده‌اند.

با توجه به مبانی نظری پژوهش، در چهارچوب نظریه‌های توسعه روستایی برای رفع محرومیت به‌مثابه یکی از موانع اصلی تحقق پایداری نظام روستایی بر تنوع فعالیت‌های اقتصادی در روستا تأکید شده است. در این زمینه گسترش گردشگری با توجه به استقبال گسترده و ظرفیت‌های نواحی روستایی به‌مثابه راهکاری مطمئن و مکمل برای توسعه پایدار مطرح شده است. فعالیت‌های گردشگری به دلیل تأکید بر مشارکت جامعه محلی، توجه به مسائل اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی، پیوند عمیقی با توسعه پایدار دارد و توسعه منطقه‌ای از جمله نقش‌های اثربخش این نوع فعالیت است؛ بنابراین در این پژوهش به‌منظور تحقق این اهداف ماتریس قوت‌ها، ضعف‌ها،

فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری در روستاهای مطالعه‌شده بر پایه دیدگاههای کارشناسان گردشگری و اقتصادی تجزیه و تحلیل شد. برای این منظور نخست براساس نظر کارشناسان و نخبگان، وزن مؤثر هر متغیر تعیین شد؛ سپس میانگین وزن‌ها مشخص، متغیرهای کمتر از میانگین حذف و متغیرهای دارای ضریب برابر و بیش از میانگین به‌مثابه عوامل مؤثرتر اولویت‌بندی شد.

در جدول ۲، ماتریس سوات-دلفی مزایای گردشگری از دید جامعه آماری ارائه شده است. از آنجا که میانگین وزنی ضریب‌های متغیرهای مؤثر بر مزایا در این پژوهش معادل ۰/۰۶۷ است، متغیرهای با ضریب کمتر از میانگین به‌مثابه عوامل کم‌تأثیر و کم‌اهمیت حذف و متغیرهای دیگر به‌مثابه متغیرهای مؤثرتر شناخته شدند. مهم‌ترین متغیرها براساس ضریب و به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: امکانات رفاهی با وزن ۰/۰۹۸، مناظر طبیعی با وزن ۰/۰۹۴ و آب‌وهوای مساعد با وزن ۰/۰۹۲ که به ترتیب جایگاه اول تا سوم را دارند؛ ضمن اینکه امتیاز کل مزایای گردشگری، معادل ۱۱۴۷۰ بوده است.

جدول- ۲: ماتریس سوات-دلفی مزایای گردشگری از دید جامعه آماری پژوهش

نتیجه	ضریب وزنی	امتیازات گروه دلفی	گروه دلفی	مزایا
۳	۰/۰۹۲	۸۰۴		آب‌وهوای مناسب
۸	۰/۰۶۵	۶۴۵		جاده دسترسی مناسب
حذف	۰/۰۴۱	۴۶۷		نزدیکی به مراکز جمعیتی
۲	۰/۰۹۴	۸۳۴		مناظر بکر و زیبای طبیعی
۷	۰/۰۶۸	۶۳۴		آبشارهای زیبا
۶	۰/۰۸۳	۶۹۸		رودخانه‌های دائمی با محلی برای شنا
حذف	۰/۰۴۲	۶۰۲		چشمه آب گرم درمانی و آب سرد درمانی
۵	۰/۰۸۸	۷۲۴		چشمه‌های دارای آب گوارا
حذف	۰/۰۳۲	۴۵۹		غارهای طبیعی
حذف	۰/۰۲۸	۴۵۴		مراکز زیارتی
حذف	۰/۰۲۲	۲۵۶		درختان کهنسال
حذف	۰/۰۱۱	۲۳۱		آسیاب‌های آبی قدیمی
حذف	۰/۰۱۴	۴۳۲		مراکز تاریخی و سنگ‌نوشته‌ها
۴	۰/۰۸۹	۷۸۷		زندگی عشایری
حذف	۰/۰۲۱	۴۲۰		گیاهان دارویی
۹	۰/۰۵۹	۶۰۴		کوهستان‌های دیدنی
حذف	۰/۰۳۱	۵۷۱		مجتمع‌های تفریحی
حذف	۰/۰۴۱	۵۷۳		امنیت روستا
۱	۰/۰۹۸	۸۹۰		امکانات رفاهی
حذف	۰/۰۴۰	۳۸۵		اردوگاههای تفریحی

منبع: محاسبات پژوهشگر

ضعف‌های گردشگری در جدول ۳، ماتریس سوات-دلفی ارائه شده است. براساس نتایج، متوسط ضریب وزنی ضعف‌ها برابر با ۰/۰۷۱ است؛ از این رو ضریب متغیرهای کمتر از میانگین به مثابه عوامل کم‌تأثیر حذف شده‌اند. از میان متغیرهای مؤثر و تعیین‌کننده، نبود برنامه‌ریزی در بخش گردشگری با ضریب وزنی ۰/۰۹۲ در اولویت ضعف‌ها و کمبود امکانات اقامتی با ضریب وزنی ۰/۰۹۰ در جایگاه دوم و درنهایت کمبود زمین مسکونی در بخش روستاهای مدنظر با ضریب وزنی ۰/۰۳۷۰ در جایگاه آخر قرار گرفته است؛ ضمن اینکه جمع کل امتیازات ۸۳۹۲ بوده است.

جدول- ۳: ماتریس سوات-دلفی ضعف‌های گردشگری از دید جامعه آماری پژوهش

نتیجه	ضریب وزنی	امتیازات گروه دلفی	گروه دلفی / ضعف‌ها
۲	۰/۰۹۰	۷۵۴	کمبود امکانات اقامتی
۸	۰/۰۷۷	۶۴۵	مقررات دست‌وپاگیر برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۱	۰/۰۹۲	۷۵۸	نبود برنامه‌ریزی در بخش گردشگری
حذف	۰/۰۳۷	۳۲۱	کمبود زمین مسکونی در بخش روستاهای بررسی شده
۷	۰/۰۷۸	۶۹۴	کمبود تبلیغات مؤثر و ناشناخته ماندن جاذبه‌های گردشگری
۶	۰/۰۷۹	۶۹۸	اختلاف بین فرهنگ گردشگران و افراد محلی
۹	۰/۰۷۶	۶۰۲	نبود نیروی انسانی ماهر در زمینه گردشگری در منطقه
۵	۰/۰۸۰	۷۴۲	آگاهی کم مردم در زمینه بهره‌گیری از گردشگری
حذف	۰/۰۳۹	۲۸۰	نبود بازار مناسب برای تولیدات باغی
حذف	۰/۰۴۲	۴۳۵	نبود بازار مناسب برای گیاهان دارویی
۱۰	۰/۰۷۲	۵۴۱	نامناسب بودن راه دسترسی
۳	۰/۰۸۷	۷۴۶	کمبود امکانات بهداشتی
حذف	۰/۰۵۷	۴۳۲	کمبود امکانات محرک اقتصادی (صنایع، کارگاه و...)
۴	۰/۰۸۵	۷۴۴	ضعف فرهنگ گردشگری و برخورد نادرست با گردشگران

منبع: محاسبات پژوهشگر

در جدول ۴ ماتریس سوات-دلفی فرصت‌های گردشگری در جامعه هدف ارائه شده است. متوسط ضریب وزنی فرصت‌های گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری برابر با ۰/۰۶۶ است؛ از این رو ضریب متغیرهای کمتر از میانگین به مثابه عوامل کم‌تأثیر حذف و سایر متغیرهای تأثیرگذار به ترتیب در جدول ۴۵ اولویت‌گذاری شده‌اند. در جدول ۵، ماتریس سوات-دلفی، تهدیدهای گردشگری در جامعه هدف خلاصه شده‌اند. متوسط وزنی تهدیدهای گردشگری برابر با ۰/۰۲۰ است و متغیرهای کم‌تأثیر حذف شده‌اند. از میان متغیرهای تعیین‌کننده، تخریب محیط طبیعی و بکر منطقه و تخریب پوشش گیاهی و کاهش تنوع زیستی به ترتیب با ضریب وزنی ۰/۲۵۳ و ۰/۲۳۴ به مثابه مهم‌ترین تهدید در اولویت هستند و افزایش تخلف اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه با ضریب ۰/۱۱۲ در جایگاه آخر قرار دارد.

به استناد اظهارات کارشناسان بومی و نخبگان محلی جاذبه‌های گردشگری زیادی شامل مناظر بکر طبیعی و بسیار زیبا، آب‌وهوای مناسب، زندگی عشایری و به‌ویژه محیط بسیار آرام برای تمدد اعصاب در منطقه وجود دارد و مناطق رقیب گردشگری با این ویژگی‌ها در مناطق پیرامونی وجود ندارد؛ افزون بر این بین مسئولان و سیاست‌گذاران کشوری نگاه مثبتی به توسعه روستایی از راه توسعه گردشگری وجود دارد؛ همچنین افراد حقیقی فعال و ثروتمند زیادی در کشور خواستار سرمایه‌گذاری در گردشگری منطقه‌اند و حس مشارکت و همکاری بین روستاییان منطقه در زمینه توسعه گردشگری و احیای سنن و آداب محلی و حفاظت محیط‌زیست زیاد است. وجود انواع تولیدات محلی (کشاورزی، دامی، صنایع دستی و گیاهان دارویی) و اشتیاق مردم محلی به احیای بیشتر آنها نیز انکارناپذیر است.

جدول- ۴: ماتریس سوات- دلفی فرصت‌های گردشگری از دید جامعه آماری پژوهش

نتیجه	ضریب وزنی	امتیازات گروه دلفی	گروه دلفی
			فرصت‌ها
۱	۰/۰۸۹	۶۴۵	عبور جاده آسفالت از کنار روستاهای مقصد گردشگری
۲	۰/۰۸۵	۷۵۸	نبود مناطق رقیب گردشگری پیرامون روستاها
حذف	۰/۰۴۴	۳۲۱	افزایش توجه دولت به گردشگری
۴	۰/۰۷۹	۶۹۴	انگیزه زیاد مسافرت و تفریح بین شهرنشینان
حذف	۰/۰۴۷	۶۹۸	امکان حفاظت بیشتر میراث فرهنگی و گردشگری
۹	۰/۰۶۶	۶۰۲	افزایش انگیزه بخش خصوصی برای گردشگری
۳	۰/۰۸۳	۷۴۲	امکان افزایش آگاهی و دانش افراد محلی
حذف	۰/۰۴۷	۲۸۰	امکان گسترش خدمات رفاهی اقامتی و زیربنایی در منطقه
۷	۰/۰۶۹	۴۳۵	نهادهای دولتی فعال برای سرمایه‌گذاری گردشگری
حذف	۰/۰۵۳	۵۴۱	وجود افراد حقیقی فعال و متمکن خواستار و... در منطقه
۵	۰/۰۷۶	۷۴۶	امکان ایجاد بازار مناسب برای تولیدات باغی و دامی منطقه
حذف	۰/۰۵۰	۴۳۲	ایجاد و افزایش علل محرک اقتصاد روستایی مانند صنایع
۶	۰/۰۷۳	۷۴۴	اعتقاد مسئولان استانی و ملی به اشتغال‌زایی و... از راه گردشگری
۸	۰/۰۶۷	۷۴۵	حمایت مسئولان کشوری از رویکرد توسعه روستایی از راه گردشگری

منبع: محاسبات پژوهشگر

جدول- ۵: ماتریس سوات- دلفی تهدیدهای گردشگری از دید کارشناسان و نخبگان

نتیجه	ضریب وزنی	امتیازات گروه دلفی	گروه دلفی
			تهدیدها
حذف	۰/۱۱۲	۴۳۹	افزایش تخلف اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه
حذف	۰/۱۸۲	۵۴۶	آلودگی منابع آب و خاک
۳	۰/۲۱۲	۶۲۲	افزایش قیمت زمین
۱	۰/۲۵۳	۶۹۸	تخریب محیط طبیعی و بکر منطقه
۲	۰/۲۳۴	۶۵۷	تخریب پوشش گیاهی و کاهش تنوع زیستی

منبع: محاسبات پژوهشگر

خدمات زیربنایی به‌ویژه خدمات ارتباطی، زیرساخت‌های کالبدی و محیطی (جاده‌ها و فاضلاب)، تأسیسات، تجهیزات و تسهیلات بهداشتی، اقامتی و رفاهی مناسب، آگاهی بومیان از قوانین و روش‌های بهره‌برداری از صنعت گردشگری در روستاهای منطقه ضعیف است و در این زمینه دولت برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری نظام‌مند، مؤثر و رضایت‌بخشی نداشته است. نبود تبلیغات مناسب برای شناساندن جاذبه‌های ناشناخته، نبود بازاریابی مناسب برای تولیدات متنوع کشاورزی (باغی و زراعی)، گیاهان دارویی و صنایع دستی و وجود دلالت‌ها در این رابطه، از دیگر مشکلات مهم روستاهای منطقه است. از سوی دیگر، ناهماهنگی میان سازمان‌های دولتی مرتبط با بخش گردشگری در سطح شهرستان و استان و وجود مقررات دست‌وپاگیر مزید بر علت است؛ بنابراین با توجه به مبانی نظری پژوهش و نظرات نخبگان و کارشناسان، راهبردها و راهکارهای بهره‌برداری از صنعت گردشگری و توسعه آن در محدوده پژوهش به شکل زیر ارائه می‌شود:

الف. راهبردهای تهاجمی (SO): تمرکز این راهبردها بر حداکثرکردن مزایای درونی و فرصت‌های بیرونی است. در این راهبرد، استفاده نظام‌مند و بهینه مزایا و فرصت‌های گردشگری روستاهای مدنظر با اتخاذ راهکارها و تدابیر علمی و منطقی در کانون توجه قرار گرفته است.

ب. راهبردهای بازنگری (WO): اساس این راهبردها بر کمینه‌سازی ضعف‌های درونی و حداکثرسازی فرصت‌های بیرونی است که ضمن بهره‌برداری بهینه از جاذبه‌ها و فرصت‌های گردشگری، برای رفع ضعف‌ها و کمبودهای موجود ارائه می‌شود.

ج. راهبردهای تنوع‌بخشی (ST): با توجه به اینکه اساس این راهبردها بر حداکثرسازی قوت‌های درونی و حداقل‌سازی تهدیدهای بیرونی استوار است، به‌منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های نواحی روستایی برای رفع تهدیدها ارائه می‌شود.

د. راهبردهای تدافعی (WT): با توجه به اینکه اساس این راهبردها بر حداقل‌سازی ضعف‌های درونی و حداقل‌سازی تهدیدهای بیرونی است، ضمن تأکید بر رفع تهدیدهای اجتماعی، برای رفع کاستی‌ها ارائه می‌شود. برمبنای یافته‌های پژوهش حاصل از تکنیک تاپسیس، روستاهای سرآقاسید، دیمه و شیخ علی‌خان به ترتیب جایگاه اول تا سوم و روستای دستگرد جایگاه آخر را دارد. ضریب پراکندگی معادل ۰/۵۲۴ است که تفاوت اندک روستاهای مقصد گردشگری را در برخورداری از قابلیت‌ها و خدمات لازم بخش گردشگری نشان می‌دهد.

جدول- ۶: راهبردهای ظرفیت‌های گردشگری و توسعه روستایی روستاهای مقصد گردشگری در استان هدف

موضوع تحلیل	ظرفیت‌های گردشگری و توسعه روستایی	موضوع تحلیل	ظرفیت‌های گردشگری و توسعه روستایی
----------------	-----------------------------------	----------------	-----------------------------------



<ul style="list-style-type: none"> - برنامه‌ریزی اصولی برای تعیین ظرفیت استفاده از محیط و منابع طبیعی و توان بازدهی این منابع درزمینه ممانعت از بهره‌برداری بی‌رویه و جلوگیری از تخریب و آلودگی آنها - آموزش ساکنان محلی و گردشگران درزمینه بهره‌گیری بهینه از جاذبه‌های گردشگری به‌منظور توسعه پایدار - اجرای قوی سیاست قرق توأم با قوانین ویژه و مشارکت‌های وسیع مردمی در نواحی پوشیده از گیاهان دارویی و کمک به حفاظت بیشتر تنوع زیستی به‌منظور کسب درآمد و اشتغال‌زایی - برگزاری همایش‌ها و هم‌اندیشی‌های توسعه روستایی با تأکید بر نقش گردشگری - دعوت از کارآفرینان و سرمایه‌گذاران به‌منظور شناسایی ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری و محدودیت‌های موجود برای سرمایه‌گذاری - ارائه برنامه‌های آموزشی هدفمند با ایجاد فضای آموزشی مجازی به‌منظور آگاهی بومیان و حفظ جاذبه‌های گردشگری - برگزاری دوره‌های آموزشی برای افراد محلی به‌منظور تبیین تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری 	<p>(WT) راهبردهای پایه‌بخشی</p>	<ul style="list-style-type: none"> - با توجه به وجود ظرفیت‌های مناسب گردشگری در منطقه، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری نظام‌مند دولت در بخش گردشگری منطقه انجام گیرد. - افزایش و توسعه امکانات اقامتی، رفاهی و بهداشتی در منطقه - زمینه‌سازی برای جلب حمایت مسئولان کشوری در توسعه روستایی با رویکرد تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در روستا از راه گردشگری - اقدام نظام‌مند دولت درزمینه ایجاد و گسترش زیرساخت‌های کالبدی و محیطی مورد نیاز بخش گردشگری در منطقه - استفاده از روش‌های مختلف تبلیغاتی برای شناسایی جاذبه‌های ناشناخته گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای تأکید بر افزایش همگرایی و هماهنگی بین سازمان‌های مختلف مؤثر و دخیل در بخش گردشگری - در سطح استان رفع موانع و مشکلات دست‌وپاگیر درزمینه سرمایه‌گذاری اشخاص حقیقی و حقوقی در توسعه گردشگری - آموزش افراد محلی در استفاده بهینه از فضاهای مناسب برای گردشگری و کشاورزی به‌منظور افزایش کارایی منابع سرمایه‌ای فراهم کردن شرایط لازم برای ایجاد و گسترش امکانات رفاهی تفریحی و ارتقای کیفیت راههای دسترسی به روستاهای مدنظر 	<p>(WO) راهبردهای بازنگری</p>
--	-------------------------------------	--	-----------------------------------

جدول - ۷: رتبه‌بندی روستاهای مطالعه شده براساس تکنیک TOPSIS

رتبه	شاخص اولویت	فاصله ایدئال از منفی	فاصله ایدئال از مثبت	روستاها
------	-------------	----------------------	----------------------	---------

۱	۰/۷۹۲	۰/۰۶۴۲۱	۰/۰۰۷۶۴	سراقاسید
۴	۰/۴۳۹	۰/۰۴۲۶۸	۰/۰۴۰۳۲	آورگان
۲	۰/۶۵۷	۰/۰۵۷۲۳	۰/۰۱۹۲۴	دیمه
۱۱	۰/۱۱۳	۰/۰۵۶۵۴	۰/۰۵۳۴۳	دستگرد
۵	۰/۳۶۸	۰/۰۲۵۰۴	۰/۰۳۷۹۶	آتشگاه
۳	۰/۴۶۵	۰/۰۴۲۱۳	۰/۰۴۵۶۲	شیخ علی‌خان
۱۰	۰/۱۵۴	۰/۰۲۴۱۳	۰/۰۲۶۸۵	دزک
۶	۰/۲۵۹	۰/۰۱۷۶۵	۰/۰۶۴۳۲	ده چشمه
۸	۰/۱۵۹	۰/۰۲۶۳۴	۰/۰۲۸۳۳	یاسه‌چای
۷	۰/۲۰۴	۰/۰۱۳۵۷	۰/۰۵۱۲۳	هوره
۹	۰/۱۲۲	۰/۰۳۳۲۴	۰/۰۳۴۵۲	چلوان

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

متنوع‌سازی اقتصاد روستایی و تعیین راهبردهای مکمل در کنار سایر فعالیت‌های اقتصادی، فرصت‌های شغلی جدیدی را برای نواحی روستایی ایجاد می‌کند و در این زمینه گردشگری به‌مثابه راهکاری مناسب پیشنهاد می‌شود. گردشگری روستایی، بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد است و راهبردی برای حفظ محیط‌زیست و فرهنگ سنتی روستایی و منبعی مکمل و متنوع‌ساز در اقتصاد روستایی و در نتیجه سیاستی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد می‌شود؛ از این رو شناخت دقیق قابلیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری در امور برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مؤثر است. برای دستیابی به اهداف پژوهش راهبردهایی به‌منظور بهره‌برداری درست و نظام‌مند از قابلیت‌های گردشگری در زمینه توسعه گردشگری و در نتیجه ارتقای کیفیت زندگی ساکنان محلی ارائه شده و نتایج زیر را دربرداشته است:

۱. براساس نتایج مندرج در جدول ۲، مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری روستاها و مناطق روستایی مطالعه‌شده به‌ویژه روستاهای سراقاسید، دیمه، شیخ علی‌خان، آورگان و آتشگاه، مناظر بکر طبیعی و آب‌وهوای مناسب به‌ویژه جذابیت‌های زندگی بکر عشایری است. با توجه به نتایج مندرج در جدول ۳، مهم‌ترین تهدید در منطقه، نبود برنامه‌ریزی مناسب در بخش گردشگری است؛ بنابراین جاذبه‌های یادشده در صورتی باعث رشد و توسعه منطقه خواهد شد که با برنامه‌ریزی مناسب در زمینه جذب منابع سرمایه‌ای، معرفی جذابیت‌های منطقه به گردشگران، ارائه آموزش‌های کالبدی به بومیان و گسترش بیش از پیش امکانات اقامتی همراه باشد. این نتایج با نتایج پژوهش روشن‌علی و ریاحی (۱۳۹۶) درباره نقش مدیریت و برنامه‌ریزی در گردشگری در توسعه اقتصاد بومی و منطقه‌ای و همچنین با نتایج پژوهش وان هردن (۲۰۱۰) در بررسی مهارت مدیران در جذب گردشگر همخوانی دارد.

۲. براساس نتایج مندرج در جدول ۳، بعضی از مهم‌ترین تهدیدهای موجود در جامعه آماری مطالعه‌شده، کمبود امکانات اقامتی، کمبود امکانات بهداشتی، ضعف فرهنگ گردشگری و برخورد نادرست با گردشگران بوده است؛ این عوامل، بدیهی‌ترین نیازها در مناطق گردشگری محسوب می‌شود. لازم است مسئولان با جلب مشارکت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و هدایت آنها برای رفع این تهدیدها اقدامی اساسی و سریع انجام دهند. این نتایج با

نتایج بعضی پژوهش‌های دیگر، از جمله پژوهش اوه و همکاران (۲۰۰۷) درباره نقش شاخص‌های بهداشتی در توسعه گردشگری هماهنگ است.

خ نتایج رتبه‌بندی روستاها در جدول ۷ نشان می‌دهد روستاهای سرآقاسید، دیمه و شیخ علی‌خان جایگاه اول تا سوم و روستای دستگرد جایگاه آخر را دارد. روستاهای یاسه‌چای، شیخ شبان و چلوان به علت قرارگیری در مسیر جاده اصلی و برخورداری از طبیعتی زیبا و آب‌وهوایی مساعدتر در طول سال، وضعیت بهتری در جذب گردشگر دارند؛ اما روستاهای دزک و دستگرد به دلیل انزوای جغرافیایی و جاذبه‌های طبیعی و امکانات رفاهی کمتر نسبت به سایر روستاها، قابلیت کمتری را در جذب گردشگر نشان می‌دهند؛ از این رو لازم است تمرکز بر روستاهای با قابلیت بیشتر، به‌ویژه روستاهای سرآقاسید، دیمه، شیخ علی‌خان، آورگان، آتشگاه، هوره، یاسه‌چای و چلوان باشد و این روستاها در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری قرار گیرند.

۴. یافته‌های پژوهش حاکی است روستاهای مدنظر با مشکلاتی همچون نبود مهارت‌های مدیریتی و فرهنگی در گردشگری، مسائل شبکه حمل‌ونقل، ضعف زیرساخت‌ها، وجود دلالتان و واسطه‌ها در عرضه تولیدات کشاورزی، دامی و صنایع دستی و ضعف تبلیغات و بازاریابی روبه‌رو هستند؛ مدهوشی و ناصرپور (۱۳۹۴) و ویلیامز (۲۰۰۶) نیز در پژوهش‌های خود تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف بازاریابی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و نبود فرهنگ پذیرش گردشگر را از جمله موانع صنعت گردشگری برشمرده‌اند؛ بنابراین با توجه به مشکلات یادشده و نتایج پژوهش‌های اخیر، لازم است دولت با همکاری نخبگان و مدیران محلی و بسیج روستاییان با تأمین زیرساخت‌ها و خدمات مطلوب برای گردشگران، به‌وسیله رسانه‌های جمعی و مطبوعات ملی و محلی، زمینه تبلیغات و بازاریابی را در زمینه توسعه گردشگری منطقه فراهم کند؛ زیرا تبلیغات مناسب، انگیزه و اطلاعات گردشگران و ساکنان شهری را برای بازدید از جاذبیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی منطقه افزایش می‌دهد. در این زمینه بهره‌گیری از فضای مجازی، تلویزیون، رادیوی ملی و محلی و شبکه تلویزیونی استان (شبکه جهان‌بین) سودمند خواهد بود؛ چون گردشگران بیشتر مایل‌اند به مناطقی سفر کنند که اطلاعات دقیق‌تری درباره آن داشته باشند و از لحاظ شبکه دسترسی و امکانات رفاهی کامل‌تر باشد.

۵. با توجه به نتایج مندرج در جدول ۳، یکی از ضعف‌های مهم گردشگری، آگاهی کم مردم بومی درباره بهره‌گیری از گردشگران است. پژوهش‌های متعددی، از جمله پژوهش مهدوی (۱۳۸۷) حاکی است حضور گردشگران در روستاها موجب انتقال اندیشه‌های نوین اقتصادی و افزایش درآمد روستاییان شده است. بدیهی است این موضوع تعلق خاطر را به روستا افزایش داده و موجب افزایش تعامل روستاییان با گردشگران شده است.

۶. با توجه به نتایج پژوهش، یکی از روش‌های تأثیر گردشگری بر توسعه مناطق روستایی، آثار مثبت گردشگری بر موضوعات اجتماعی و بهبود وضعیت بهداشت فردی و عمومی و در نتیجه کاهش مهاجرت از روستاست. با کاهش مهاجرت ناشی از حضور گردشگران، توسعه روستایی از راه تولید، اشتغال و کسب درآمد میسر

¹ Oh et al.

² Williams

می‌شود. در این زمینه لازم است با تأسیس کارگاه‌های کوچک بسته‌بندی تولیدات محلی (کشاورزی، دامی و صنایع دستی) و دایرکردن نمایشگاه‌ها یا بازار محلی برای افزایش درآمد روستاییان اقدام کرد.

۷. برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، فعالیتی فرابخشی است و به رویکردی جامع‌نگر و هماهنگی بخش‌های مختلف نیاز دارد. حمایت دولت و برنامه‌ریزی واقعی در این زمینه همراه با تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این صنعت و همچنین افزایش توجه ادارات دولتی به روستاها با افزایش امکانات عمومی، از راهبردهای اساسی و اجتناب‌ناپذیر است. در این مسیر تأسیس تعاونی‌های گردشگری به منظور تأمین اشتغال بومیان، جلوگیری از انباشت ثروت در دست عده‌ای خاص و ممانعت از کارفرمایی مطلق دولت در امر گردشگری ضروری است؛ بنابراین اگر قرار باشد صنعت گردشگری در توسعه نواحی روستایی منطقه و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان محلی به مثابه راهکاری سازنده و مکمل دیگر بخش‌های اقتصادی نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند، توجه به راهکارهای اجرایی زیر ضروری است:

۱. همراه‌ساختن مردم و شوراها و دهیاران در امر تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی و اجرای پروژه‌ها و برنامه‌های گردشگری؛
 ۲. اهمیت دادن به تخصص در امور گردشگری و بهره‌مندی از مدیران دارای تحصیلات دانشگاهی و تخصص در امور تصمیم‌گیری و اجرایی در سطح استان و شهرستان؛
 ۳. تبلیغات گسترده و هدفمند از طریق فضای مجازی و رسانه‌های مؤثر برای آشنایی بیشتر گردشگران با امکانات و جاذبه‌های گردشگری منطقه؛
 ۴. جلب مشارکت بخش خصوصی در کنار اقدامات دولت برای ایجاد و گسترش امکانات و خدمات رفاهی مراکز درمانی و بهداشتی، خدمات ارتباطی، مراکز امداد و نجات بین راهی، سرویس جابه‌جایی گردشگران و مراکز اقامتی نظیر کمپ استراحتی، اردوگاه و تسهیل راههای دسترسی روستاها؛
 ۵. بازسازی جاذبه‌های گردشگری طبیعی، فرهنگی و تاریخی در سطح منطقه و حفاظت از آنها برای دستیابی به توسعه پایدار روستایی؛
 ۶. تأسیس شرکت‌های تعاونی گردشگری در روستاهای مدنظر به منظور توسعه گردشگری و اشتغال‌زایی برای ساکنان بومی و همچنین بازاریابی برای تولیدات روستاییان؛
 ۷. ایجاد بازارهای محلی روزانه و هفتگی برای تولیدات روستایی شامل تولیدات کشاورزی، گیاهان دارویی و صنایع دستی در فصول ورود گردشگران در محدوده مطالعه‌شده به منظور کسب درآمد؛
 ۸. آسان‌کردن دریافت تسهیلات از سیستم بانکی و ارائه تسهیلات بانکی ویژه به ساکنان محلی برای ارائه بهتر خدمات رفاهی و اقامتی به گردشگران.
- رفع تهدیدها و استفاده بهینه و هدفمند از قوت‌ها و فرصت‌های موجود در مناطق روستایی مطالعه‌شده به دلیل فراوانی ضعف‌ها، مستلزم امکانات گسترده‌ای نظیر عناصر زیربنایی گردشگری، شبکه حمل‌ونقل، اسکان و اقامتگاه، تسهیلات و خدمات است که در بهره‌برداری از گردشگری نقش بسزایی دارد.

منابع

- ۱- احمدی، نسیم، (۱۳۹۲)، معرفی و نقد روش دلفی، مجله علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۲۲، تهران، ۱۰۰-۱۰۸.
- ۲- اردستانی، محسن، (۱۳۸۸)، توسعه روستایی در ایران با توجه به زمینه‌های گردشگری، رساله دکتری، استاد راهنما: خانی، فضیله، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا.
- ۳- ازکیا، مصطفی، (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، نشر نی، چاپ اول، تهران، ۳۲۸ ص.
- ۴- انوری، محمدرضا، بلوچی، عثمان، هاشم زهی، ابراهیم، (۱۳۹۱)، نقش محوری گردشگری روستایی در توسعه نواحی روستایی؛ مطالعه موردی: روستاهای ناحیه تفتان، شهرستان خاش، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۳، شماره ۹ و ۱۰، سبزوار، ۶۷-۸۶.
- ۵- ایزدی، حسن، (۱۳۹۴)، گردشگری غذا، فرصتی برای توسعه پایدار روستایی در ایران، پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۱، تهران، ۶۵-۹۶.
- ۶- جلالیان، حمید، نامداری، پیروش، پاشازاده، اصغر، (۱۳۹۶)، اثرات گردشگری بر توسعه روستایی هجیج کرمانشاه، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال ۱۵، شماره ۲۶، تهران، ۲۰۵-۲۲۸.
- ۷- حاجی لویی، مسعود، قدیری معصوم، مجتبی، (۱۳۸۷)، نقش و تأثیر خانه‌های دوم بر ساختار اقتصادی اجتماعی ناحیه کلاردشت، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۰، شماره ۶۵، تهران، ۱۹-۳۱.
- ۸- خبیری، سیامک، کاظمی، مصطفی، (۱۳۹۷)، توسعه تاپسیس با در نظر گرفتن پراکندگی بین شاخص‌های هر گزینه، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، سال ۱۶، شماره ۹۴، تهران، ۱۹۹-۲۱۹.
- ۹- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل، (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظری)، نشریه مدرس، دوره ۶، شماره ۲، تهران، ۲۳-۴۱.
- ۱۰- روشن‌علی، محمد، ریاحی، وحید، (۱۳۹۶)، نقش بوم‌گردی در توسعه روستایی، فصلنامه فضای گردشگری، سال ۷، شماره ۲۵، ملایر، ۵۱-۵۶.
- ۱۱- زیاری، کرامت‌الله، (۱۳۸۹)، بررسی و رتبه‌بندی درجه توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان خراسان رضوی با استفاده از تکنیک تاپسیس، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۲، شماره ۷۲، تهران، ۱۷-۳۰.

- ۱۲- شکوری، علی، بهرامی، محمد، (۱۳۹۴)، مطالعه تأثیر گردشگری روستایی بر کاهش فقر از منظر معیشت پایدار؛ مطالعه روستاهای قلعه‌نو و کلین شهرستان ری، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۱، تهران، ۲۰-۲۱.
- ۱۳- عزیزی، پروانه، لطفی، حیدری، (۱۳۸۸)، نقش گردشگری پایدار روستایی در توسعه مناطق روستایی استان سمنان؛ مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان شاهرود، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال ۶، شماره ۲۳، تهران، ۸۹-۱۰۶.
- ۱۴- فراهانی، حسین، (۱۳۸۵)، ارزیابی پایداری در نواحی روستایی با تأکید بر عوامل اجتماعی اقتصادی؛ مطالعه موردی: شهرستان تفرش، پایان‌نامه دکتری، استاد راهنما: فرهودی، رحمت‌الله، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا.
- ۱۵- فطرس، محمدحسن، شهبازی، فاطمه، (۱۳۹۵)، بررسی روند فقر و نابرابری در مناطق روستایی ایران دوره ۱۳۶۳-۱۳۹۳، پژوهش‌های اقتصاد کشاورزی، دوره ۸، شماره ۳۰، مردشت، ۱۵۵-۱۳۳.
- ۱۶- قادری، رضا، حاجی‌زاده، ایوب، (۱۳۹۴)، ضرورت توسعه روستایی و نقش آن در توسعه ملی، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پاک.
- ۱۷- محمدی، سعدی، طلعتی، مرضیه، اسدی، سیوان، منوچهری، سوران، (۱۳۹۷)، تبیین اثرات گسترش گردشگری بر تغییر سطح معیشت روستاهای کوهستانی؛ مطالعه موردی: دهستان اورامان- غرب استان کردستان، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۳۳، شماره ۱، مشهد، ۱۹۱-۲۰۸.
- ۱۸- مدهوشی، مهرداد، ناصرپور، نادر، (۱۳۹۴)، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری استان لرستان، پژوهشنامه بازرگانی، دوره ۷، شماره ۲۸، تهران، ۲۵-۵۸.
- ۱۹- مشایخی، علی‌نقی، فرهنگی، علی‌اکبر، مؤمنی، منصور، علیدوستی، سیروس، (۱۳۸۴)، بررسی عوامل کلیدی مؤثر بر کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان‌های دولتی ایران، کاربرد روش دلفی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، دوره ۹، شماره ۲۰، ۱۹۱-۲۳۲.
- ۲۰- مولایی، محمد، رحیمی راد، زهره، (۱۳۹۵)، بررسی وضعیت فقر در خانوارهای روستایی ایران طی پنج برنامه توسعه اقتصادی ایران، راهبردهای توسعه روستایی، دوره ۲، شماره ۳، مردشت، ۲۱۵-۲۳۵.
- ۲۱- مهدوی، مسعود، (۱۳۸۷)، اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره کن و سولقان، فصلنامه روستا و توسعه، دوره ۱۱، شماره ۲، تهران، ۴۰-۴۵.

- 23- Bahrami, R., Noori, K., (2013). **Analysis of the role of tourism and its impact on rural development (case study of the central part of Marivan)**, Tech. J. Eng. Appl. Sci. 2013, Vol 3, No 12, Pp 1074–1080.
- 24- Baum, S., (2011). **The tourist potential of rural areas in Poland**, East. Eur. Countrys., Vol 17, Pp 107–135.
- 25- Bogdan-Constantin, I., Oana Mihaela, S., Alina, M., Corneliu, I., (2018). **The Impact of Tourism on Sustainable Development of Rural Areas: Evidence from Romania Sustainability**, Vol 10, No 10, Romania, Pp 2-19.
- 26- Breiby, M.A., (2014). **Exploring aesthetic dimensions in a nature-based tourism context**, Journal of Vacation Marketing, Vol 2, No 20, Pp 163-173.
- 27- Briedenhann, J., Wickens, E., (2004). **Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—Vibrant hope or impossible dream?** Tour. Manag. Vol 25, Pp 71–79.
- 28- Butler, R., Clark, G., (1992). **Tourism in rural areas: Canada and the United Kingdom. In Tourism in Rural Areas: Canada and the United Kingdom**, CAB International: Wallingford, UK, 166 p.
- 29- Cavaco, C.O., (1999). **Turismo rural nas políticas de desenvolvimento do turismo em Portugal**, In Desenvolvimento Rural–Desafio e Utopia; CEG: Lisboa, Portugal: Pp 281–292.
- 30- Ceri'c, D., (2016). **Overestimating the role of tourism in rural areas on the example of selected regions in Poland and Croatia**, Stud. Obsz. Wiej. Vol 43, No 1, Poland, Pp 73–84.
- 31- Choi, H.S.C., Sirakaya, E., (2005). **Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale**, J. Travel Res, Vol 43, Issue 4, Norway, Pp 380–394.
- 32- Das, M., Chatterjee, B., (2015). **Ecotourism: A Panacea or a Prediament?** Tourism Management Perspectives, Vol 32, No 1, Netherlands, Pp 73-83.
- 33- Equipe, M.I.T., Paris, F., Duhamel, P., (2008). **Tourismes, 1: Lieux Communs**; Belin: Paris, France, 319 p.
- 34- Garst, B., Williams, D., Roggenbuck, J., (2010). **Exploring early twenty-first century developed forest camping experiences and meanings**, Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal, Vol 32, No 1, Pp 90-107.
- 35- Gugushvili, T., Salukvadze, G., Salukvadze, J., (2017). **Fragmented development: Tourism-driven economic changes in Kazbegi, Georgia**, Annals of Agrarian Science, Vol 15, No 1, Pp 49-54.
- 36- Hajimirrahimi, S.D., Esfahani, E., Van Acker, V., Witlox, F., (2017). **Rural second homes and their impacts on rural development: A case study in East Iran**, Sustainability, Vol 9, No 4, Romania, Pp 531-547.
- 37- Ibanescu, B., (2018). **Consequences of peripheral features on tourists' motivation**, The case of rural destinations in Moldavia, Romania. J. Settl. Spat. Plan. Vol 4, No 1, Romania, Pp 191-205.
- 38- Jucan, C.N., Jucan, M.S., (2013). **Travel and tourism as a driver of economic recovery**, Procedia Econ. Financ, Vol 6, No 4, Netherlands, Pp 81–88.
- 39- Kim, H.J., Chen, M.H., (2006). **Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan**, Tour, Vol 27, Issue 2, Netherlands, Pp 925–933.
- 40- Kim, H.J., Woo, E., (2015). **Tourism expansion and economic development: The case of China**, Tour. Manag, Vol 27, Issue 4, Netherlands, Pp 84–193.

- 41- Kristin, J., (2011). **Extension of the Delphi Method for Decision Making Problems Under Interval-Valued Intuitionistic Fuzzy Environment**, Applied Mathematical Modelling, Vol 35, No 5, Netherlands, Pp 2544-2556.
- 42- Lee, T.H., (2013). **Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development**, Tour. Manag, Vol 34, Issue 3, Netherlands, Pp 37–46.
- 43- Lin, Z., Chen, Y., (2017). **Filieri, R. Resident-tourist value co-creation: The role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction**, Tour. Manag, Vol 61, Issue 7, Netherlands, Pp 436–442.
- 44- Muresan, I., Oroian, C., Harun, R., Arion, F., Porutiu, A., Chiciudean, G., Todea, A., Lile, R., (2016). **Local residents' attitude toward sustainable rural tourism development**, Sustainability, Vol 8, No 1, Romania, Pp 100-112.
- 45- Müller, D.K., Jansson, B., (Eds.) (2007). **Tourism in Peripheries: Perspectives from the Far North and South**, Wallingford: CAB International, 230 P.
- 46- Nurul, A., (2017). **Tourism and Development in the Developing World**, Published November 24, Routledge, United Kingdom, 438 P.
- 47- Oh, C., Park, M., Hammill, W.E., (2007). **Predicting site choice behavior among types of campers**, Journal of Park and Recreation Administration, Vol 25, No 3, USA, Pp 23-40.
- 48- O'Neill, M.A., Riscinto-Kozub, K.A., Van Hyfte, M., (2010). **Defining visitor satisfaction in the context of camping oriented nature-based tourism e the Driving force of quality!**, Journal of Vacation Marketing, Vol 16, No 2, Norway, Pp 141-156.
- 49- Roberts, L., Hall, D., Morag, M., (2017). **New Directions in Rural Tourism**, Routledge: Abingdon, UK., 256 p.
- 50- Sharpley, R., (2002). **Tourism: A vehicle for development? In Tourism and Development: Concepts and Issues**, Sharpley, R., Telfer, D.J., Eds.; Channel View Publications: Bristol, UK., 568 p.
- 51- Straka, J., Tuzová, M., (2018). **Factors Affecting Development of Rural Areas in the Czech Republic: a Literature Review**, Acta Universitatis Agriculturae ET Silviculturae Mendelianae Brunensis, Vol 64, No 6, Czech, Pp 2141-2150.
- 52- Tayebi, S., Babaki, R., Jabari, A., (2007). **An Investigation of the Relationship between Tourism Development and Economic Growth (1959–2004)**, J. Fac. Humanit. Soc. Sci. Vol 7, No 1, Romania, Pp 83–110.
- 53- Van Heerden, C.H., (2010). **An exploratory analysis of leisure caravanning in the Kruger national park in South Africa**, Innovative Marketing, Vol 6, No 1, Pp 66-72.
- 54- Wang, S., Xu, H., (2015). **Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism**, Tourism Management, Vol 47, No 1, Netherlands, Pp 241-250.
- 55- Williams, A., (2006). **Tourism Hospitality Marketing: Fantasy, Feeling and Fun**, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol 18, No 6, Pp 482-491.
- 56- WTTC. 2018a. "Human Capital." [Http://www.wttc.org/](http://www.wttc.org/). WTTC. <http://www.wttc.org/research/policy-research/human-capital/>.