

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۰، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، صفحات ۱-۲۳

## بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی

علی اصغر کدیور\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۸/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۹/۲۲

### چکیده

گردشگری روستایی پیامدهایی در محیط روستا دارد که هر کدام از آنها تأثیراتی مستقیم و غیرمستقیم را بر جوامع روستایی و ساکنان محلی برجای می‌نهد. عمده پیامدهای گردشگری روستایی مرتبط با اقتصاد روستایی است که در کنار کارکرد اصلی روستا برآمده از اقتصاد وابسته به زمین نمایان می‌شود. در این بین، استان خراسان رضوی با برخورداری از گونه‌های مختلف روستاهای دارای سکنه با توجه به عوامل محیطی، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی، قابلیت بالایی را در زمینه گردشگری داراست که در بررسی‌های میدانی، ۵۹ روستای دارای قابلیت‌های گوناگون شناسایی شدند. در مطالعه حاضر، این روستاها در قالب محصول گردشگری و بازار تقاضای گردشگری روستایی مورد بررسی قرار گرفتند و گونه‌شناسی جاذبه‌های گردشگری روستایی مشخص شدند همچنین، با توجه به شاخص‌ها، قابلیت‌های گردشگری روستایی در این منطقه در چارچوب مدل MS-SWOT بررسی شد. بر پایه نتایج پژوهش حاضر، محدوده مطالعاتی دارای حداکثر قوت (جذابیت منطقه) و حداکثر ضعف (وضعیت ساختاری منطقه) بود؛ و با این همه، در چارچوب تهدیدها، عوامل خارجی چندان تأثیرگذار نبودند. از این رو، باید در قالب راهبرد

\* استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، مشهد (aliasghar\_kadivar@yahoo.com).

تهاجمی، با استفاده از نقاط قوت گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه، در راستای گسترش بازار تقاضای گردشگری اقدام شود.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری روستایی، محصول گردشگری، گونه‌شناسی، راهبرد تهاجمی، مدل MS-SWOT، خراسان رضوی (استان).

\*\*\*

#### مقدمه

گردشگری در جهان، به مثابه یک فعالیت اقتصادی، تبلور عینی جریان سرمایه و جابه‌جایی انسان در حجمی بسیار بزرگ محسوب می‌شود که در دهه‌های اخیر، پیوسته روندی رو به رشد داشته است، به گونه‌ای که تعداد گردشگران برون‌مرزی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۱۱۳۳ میلیون نفر با گردش مالی ۱۲۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است (WTO, 2015). در این میان، سرمایه‌داری و اقتصاد مبتنی بر بازار و رقابت در رشد و توسعه گردشگری نقش غیرقابل انکار دارند و هم‌تینده با این فعالیت اقتصادی، تار و پود هستی‌شناختی گردشگری را دربرمی‌گیرند (Britton, 1991: 141). این پدیده، در دهه‌های آینده، گذار جریان گردشگری را به تغییراتی گسترده سوق خواهد داد که در آن، گردشگری شکل عمده گذران اوقات فراغت را به خود اختصاص می‌دهد و بازتابی از تغییر ارزش‌های مورد نظر مصرف‌کنندگان و عواملی همچون نیروهای سیاسی، تغییرات زیست‌محیطی و رشد انفجاری فناوری اطلاعات و ارتباطات است که تأثیرها و تغییرهای بسیاری را بر گردشگری اعمال می‌کنند (Gibson, 2009: 528).

در یک کلیت اقتصادی، گردشگری جریانی از حرکت به سمت اقتصاد خدماتی-اطلاعاتی در عصر حاضر است که در رویکردی نوین به فضاهای جغرافیایی در چارچوب سرمایه‌داری سازمان‌نیافته، تمامی عرصه‌های موجود از جمله نواحی روستایی را برای ادغام در چرخه مصرف، در رهیافتی از شیوه تولید پسافوردیسم و اقتصاد نامتمرکز چندپارادایمی، پیرامون گردشگری پردازش می‌کند (مافی و سقایی، ۱۳۸۳: ۲۹). در این میان، باید توجه

داشت که جریان گردشگری در انزوا رخ نمی‌دهد و در واقع، رقابتی است که مقاصد گردشگری بر بنیان منابع در اختیار خود در جذب گردشگر تلاش می‌کنند تا از طریق جذب سرمایه و سودآوری، از بازار تقاضای گردشگری در جهان بهره‌مند شوند. با این همه، عوامل گوناگون اعم از سیاست بین‌المللی، اقتصاد کلان، روابط دیپلماتیک، ارزش‌های فرهنگی و سیاست‌های ملی بر تقاضای گردشگری تأثیرگذار بوده و ایجاد مزیت رقابتی برای مقاصد گردشگری نیازمند شناسایی و درک عوامل کلیدی مؤثر بر تقاضای گردشگری است. علاوه بر آن، درک تقاضای گردشگری برای برنامه‌ریزی راهبردی و جلوگیری از اتلاف منابع و از دست دادن سرمایه‌گذاری، به دلیل برنامه‌ریزی نامناسب و هزینه‌های سرمایه‌ای، دوچندان اهمیت دارد. در این راستا، باید شناخت تقاضای بازار گردشگری در تطبیق با عرضه محصول گردشگری مد نظر قرار گیرد تا از این رهگذر، شناختی سریع و روشن از توزیع ساختار گردشگری و روابط مرتبط در یک شکل کلی و اجرای جنبه‌های کاربردی عرضه محصول گردشگری محقق شود (Pearce, 2008: 149)؛ این بدان معنی است که با شناخت تقاضای گردشگری، روند عرضه محصول با قابلیت‌سنجی فضای سرزمینی و تطبیق‌پذیری آن با بازار، شکل‌گیری جریان گردشگری در مبادله آزاد عرضه و تقاضا امکان‌پذیر است.

یکی از تقاضاهای بازار گردشگری به گردشگرانی اختصاص دارد که با انگیزه بازدید از نواحی روستایی سفر می‌کنند و بدین ترتیب، جریان "گردشگری روستایی" را شکل می‌دهند که به عنوان یکی از الگوهای سه‌گانه فضایی گردشگری در عصر حاضر مطرح است. گردشگری روستایی دارای ماهیت و مفاهیم مختص به خود است و وجه تمایز آن با دیگر الگوهای فضایی گردشگری در مقاصد گردشگران (نواحی روستایی) است. از این‌رو، مطالعه حاضر، برای شناخت از تقاضای گردشگری روستایی، نخست به بررسی ماهیت و مفاهیم این الگو می‌پردازد.

با توجه به رویکرد اقتصاد جهانی در قبول توسعه چندپارادایمی، توسعه روستایی نیز رویکردی همه‌جانبه یافته و از آنجا که کشاورزی فعالیت اقتصادی اصلی در روستا محسوب می‌شود، زمینه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی با توجه به بستری از فعالیت‌های کشاورزی فراهم آمده که یکی از این تنوع‌بخشی‌ها شکل دادن به گردشگری روستایی است (سقایی و رستمی، ۱۳۸۴: ۲). از این‌رو، گردشگری روستایی را می‌توان از دو جهت مورد توجه قرار داد؛ از یک سو، برای محیط‌های روستایی و پیرامون آنها این فرصت را مهیا می‌کند تا گردشگران فارغ از هیاهوی شهری و فناوری در بطن سنتی روستا زمانی را به فراغت بگذرانند و از دیگر سو، در کنار آن، اقتصاد روستایی وابسته به زمین می‌تواند راه‌های تنفس دیگری را تجربه کند (سقایی و جوان، ۱۳۸۲: ۱۳۶). از آنجا که ماهیت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد است، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری روستایی می‌تواند بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی و افزایش درک آنها از مکان را سبب شود (Besculides et al., 2002)، زیرا تجربه نشان داده است که هر کجا گردشگری روستایی به طور اتفاقی و بدون وجود برنامه‌ریزی و راهبردی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی متعدد پدیدار می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۳). با تمام این مباحث، تعریف گردشگری روستایی به عنوان یک الگوی فضایی گردشگری چالش‌های بسیاری را شکل داده است. برخی گردشگری روستایی را تنها محدود به کشاورزی و مزرعه دانسته و به محیط روستا محصور کرده‌اند (شارپلی، ۱۳۸۰: ۸)؛ و برخی دیگر، با قائل شدن به گستره‌ای وسیع، فعالیت‌های گردشگری را در محیط‌های غیرشهری نیز جزو گردشگری روستایی محسوب کرده‌اند (Oppermann, 1996: 88). با این همه، اگر گردشگری روستایی را تنها به تمامی فعالیت‌های گردشگری فقط در محیط روستا فروکاهیم، از درک تمامی ابعاد آن ناتوان خواهیم بود؛ هر چند، در ابعاد وسیع‌تر نیز همچون محیط غیرشهری، گونه‌های متعدد و متمایز گردشگری را بدون رابطه‌ای منطقی در کنار هم

قرار داده‌ایم؛ بر این مبنای، با در نظر گرفتن محیط روستا و پیرامون آن، گردشگری روستایی را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: گردشگری روستایی شامل فعالیت‌هایی متنوع است که گردشگران در نواحی روستایی انجام می‌دهند. با این حال، انواع مختلف آن با عناوین گردشگری طبیعی، فرهنگی، بومی، دهکده‌ای، و کشاورزی تفکیک و طبقه‌بندی شده‌اند (Mitchell, 2009: 1305). در واقع، گردشگری روستایی شامل فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و پیرامون آنهاست (جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۱۲). در این راستا، می‌توان ویژگی‌هایی را برای گردشگری روستایی برشمرد، که از آن جمله‌اند:

- ۱- واقع در مناطق روستایی و پیرامون آن است؛
- ۲- دارای عملکرد روستایی است، برآمده از ویژگی‌های روستایی همچون عمل در مقیاس کوچک، فعالیت در فضای باز، تماس با طبیعت و محیط طبیعی، جوامع سنتی و تجربه میراث فرهنگی سنتی؛
- ۳- از لحاظ کالبدی و فضایی، به عنوان روستا مد نظر بوده و در مقیاس کوچک نمود بارز دارد؛
- ۴- ماهیت سنتی دارد؛ به آرامی و به صورت سازمان‌یافته در حال رشد است و توسعه پایدار را مد نظر داشته و دارای نگرش منطقه‌ای است؛ و
- ۵- گونه‌های مختلف فعالیت گردشگری را با توجه به اقتصاد، محیط زیست، منابع و مکان روستا دربرمی‌گیرد (Lane, 1994: 14).

گردشگری روستایی در محیط روستا نیز پیامدهایی را به دنبال دارد که هر کدام از این پیامدها تأثیراتی مستقیم و غیرمستقیم را در جوامع روستایی و ساکنان محلی برجای می‌نهد. عمده پیامدهای گردشگری روستایی مرتبط با اقتصاد روستایی است و در کنار کارکرد اصلی روستا که ناشی از اقتصاد وابسته به زمین است، نمایان می‌شود. اهم این پیامدها عبارت‌اند از:

- ۱- رشد اقتصادی، تنوع اقتصادی و ثبات؛
- ۲- ایجاد اشتغال به عنوان منبع درآمد و مهم‌تر از آن، منبع درآمد ثانویه؛

- ۳- کاهش مهاجرت و احتمال جذب دوباره جمعیت؛
- ۴- نگهداری و بهبود خدمات عمومی؛
- ۵- بهبود زیربناها؛
- ۶- احیای صنایع دستی، آداب و رسوم و هویت فرهنگی؛
- ۷- افزایش فرصت‌های اجتماعی برای تماس و تبادل؛
- ۸- حفظ و بهبود در هر دو محیط زیست و محیط ساخته‌شده؛ و
- ۹- افزایش شناخت از اولویت‌های روستایی و بالقوه توسط سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان (Holland, 2003: 8).

باید توجه داشت که تحقق پیامدهای یادشده معطوف به شناسایی عوامل بازدارنده تسهیل جریان گردشگری به‌منظور نشت اقتصادی در محیط‌های روستایی است که آگاهی از دستاوردها و نتایج مطالعات سایر محققان، ضمن کمک به شناسایی این عوامل، عناصر تسهیل‌کننده گردشگری روستایی را نیز بازمی‌شناسد. در همین راستا، پژوهش‌های متعدد با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی و کاربرد سوات (SWOT) در برنامه‌ریزی روستایی انجام شده است، که به نمونه‌هایی از این مطالعات اشاره می‌شود.

رکن‌الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵) اظهار می‌دارند که روستاهای دهستان لواسان با چشم‌انداز زیبا و مفرح، سطح بالایی از جاذبه را برای گردشگران داراست؛ در مقابل، ارائه خدمات رفاهی - اقامتی بسیار ضعیف است، به‌گونه‌ای که این ناحیه هم‌زمان از حداکثر قوت و حداکثر ضعف برخوردار است. این پژوهشگران، برای کاهش اثرات نقاط ضعف، تدوین راهبردی تهاجمی را راهکاری مناسب می‌دانند. سیدعلی‌پور و همکاران (۱۳۸۹) معتقدند که تقویت زیرساختارهای خدماتی و جلب مشارکت مردم در طرح‌های اکوتوریستی نقش اساسی در رونق گردشگری و توسعه روستاهای گردشگری پذیر استان سمنان ایفا خواهد کرد. همچنین، هاشمی و حسین‌پور (۱۳۸۹) بهبود و رونق گردشگری روستایی را معطوف به بهبود زیرساخت‌های گردشگری در نواحی روستایی، انسجام و هماهنگی نهادهای مسئول و تشکیل

و تقویت شرکت‌های سرمایه‌گذاری با مشارکت مردم دانسته‌اند. شمس‌الدینی (۱۳۸۹) ساخت و تجهیز واحدهای اقامتی - سیاحتی به کمک دولت، ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در نواحی روستایی را در رونق گردشگری با اهمیت دانسته است. همچنین، به باور میرکتولی و مصدق (۱۳۸۹)، انگیزه اصلی بیش از هشتاد درصد گردشگرانی که به روستاهای دهستان استرآباد جنوبی گرگان سفر می‌کنند، استفاده از جاذبه‌های طبیعی و لذت بردن از آب و هوای مفرح محیط‌های روستایی است؛ اما بر اساس دیگر نتایج تحقیق آنها، عوامل بازدارنده رونق گردشگری در این ناحیه ضعف زیرساخت‌های خدماتی و مسائل مدیریتی در سطوح و بخش‌های مختلف مرتبط با جریان گردشگری است.

به گفته پولو و فریاس (Polo and Frias, 2010)، جریان گردشگری روستایی باعث تحولات اقتصادی و بهبود ارائه خدمات مختلف به‌ویژه بهداشتی در روستاهای اسپانیا شده است. گئو و سان (Guo and Sun, 2016) نیز بر این باورند که جریان گردشگری در روستاهای باستانی چین باعث بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی ساکنان شده، اما مشکلات زیست‌محیطی افزایش یافته است؛ و از این‌رو، دولت باید برای کاهش مسائل زیست‌محیطی دخالت کند. آکا (Akca, 2006)، در مطالعه روستاهای جنوب شرق ترکیه، مانع اصلی رشد و توسعه گردشگری به‌ویژه برای گردشگران خارجی را زیرساخت‌های ضعیف خدماتی و ناامنی در روستاهای این ناحیه دانسته است. کایات (Kayat, 2014) نیز معتقد است که توسعه و پایداری گردشگری در روستاهای مالزی نیازمند شبکه‌ای از اقدامات منسجم در زمینه خدمات‌رسانی، حفاظت از محیط زیست و توجه به مسائل فرهنگی و اجتماعی در روستاهاست.

نتایج مطالعات نشان می‌دهد که جریان گردشگری روستایی ظرفیتی کم‌نظیر را برای توسعه نواحی کم‌برخوردار روستایی به‌ویژه بهبود وضعیت اقتصادی ساکنان فراهم کرده، که البته به دلیل ضعف مدیریت و نبود برنامه‌ریزی‌های جامع، استفاده از این ظرفیت‌ها در بیشتر

روستاهای ایران با مشکلات جدی مواجه است. در نتیجه، بر اساس نتایج مطالعات پیشین، رونق گردشگری روستایی مستلزم آگاهی از مشکلات مقاصد گردشگری و برنامه‌ریزی برای رفع آنهاست.

نواحی روستایی استان خراسان رضوی، به لحاظ ویژگی‌های بوم‌شناختی و فضایی، شرایطی مساعد را برای گذران اوقات فراغت ساکنان نواحی شهری استان به‌ویژه کلان‌شهر مشهد و همچنین، انبوه گردشگران مذهبی و دیگر گردشگرانی که بدین استان سفر می‌کنند، فراهم کرده است. از این رو، به‌منظور بهبود عملکرد توسعه در مناطق روستایی، لزوم بهره‌گیری از راهبردها و راهکارهای مناسب توسعه گردشگری روستایی با توجه به شرایط و ویژگی‌های زیست‌محیطی و جاذبه‌های طبیعی و انسانی روستاها احساس می‌شود. در مطالعه حاضر، با در نظر گرفتن نکات یادشده و درک این مطلب که شناخت قابلیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستاهای استان می‌تواند تأثیری سازنده بر برنامه‌ریزی مناسب گردشگری در بسیاری از روستاها و رفع مشکلات آنها داشته باشد، سعی شده است ضمن پاسخ‌گویی بدین پرسش‌ها که «قابلیت‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری روستایی کدامند؟» و «چه راهبردها و راهکارهایی برای توسعه گردشگری منجر به توسعه روستایی و ملی وجود دارد؟»، به بررسی و تحلیل نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه مشارکت‌کنندگان در راستای توسعه گردشگری روستایی پرداخته و در نهایت، با توجه بدین نظرات و دیدگاه‌ها، راهبردها و راهکارهای مناسب ارائه شود.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر به شیوه توصیفی-تحلیلی و به کمک مطالعات میدانی و اسنادی انجام شده است. در مطالعات اسنادی، علاوه بر کتب و نشریات علمی-پژوهشی، سعی شده از منابع آماری معتبر بهره‌گیری شود. همچنین، به‌منظور تطبیق تقاضای گردشگری روستایی، قابلیت‌های این‌گونه گردشگری طی مطالعات میدانی در استان خراسان رضوی بررسی و



به تفکیک شهرستان‌های استان، نقاط روستایی دارای قابلیت گردشگری بازشناخته شد (کدیور و سقایی، ۱۳۹۲)<sup>(۱)</sup>. استان خراسان رضوی در شمال شرق ایران با وسعتی بیش از ۱۱۸ هزار کیلومتر مربع بین مدار جغرافیایی ۳۳ درجه و ۵۲ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۴۲ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۵۶ درجه و ۱۹ دقیقه تا ۶۱ درجه و ۱۶ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار واقع شده و بر اساس آخرین سرشماری سراسری (۱۳۹۰)، دارای ۵۹۹۴۴۰۲ نفر جمعیت، ۲۸ شهرستان، بیش از سه هزار روستای دارای سکنه و ۱۶۸۲۴۰۵ نفر جمعیت روستایی بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰).

بعد از شناسایی روستاهای دارای قابلیت گردشگری، برای وزن‌دهی و بررسی شاخص‌های انتخاب‌شده، از پرسشنامه مخصوص کارشناسان و متخصصان گردشگری شامل اساتید دانشگاهی با تخصص مرتبط و همچنین، مدیران اجرایی بخش گردشگری استان استفاده شد. بدین منظور، بررسی‌ها نشان داد که در سطح استان خراسان رضوی حدود پنجاه نفر از اساتید دانشگاه و مدیران گردشگری در حوزه پژوهش حاضر از اطلاعات لازم برخوردارند بر این اساس، پس از گفت‌وگو و مصاحبه اولیه و همچنین، طرح سؤالات پرسشنامه، سی نفر از آنها برای پاسخ به پرسشنامه اعلام آمادگی کردند و در نهایت، ۲۸ نفر به تکمیل پرسشنامه‌ها پرداختند، که تحلیل داده‌ها بر اساس نظرات آنها صورت گرفته است. روایی صوری پرسشنامه توسط پانل متخصصان شامل اساتید دانشگاه مرتبط با جریان گردشگری و کارشناسان حوزه گردشگری مورد تأیید قرار گرفت. پایایی بخش‌های مختلف پرسشنامه با استفاده از رابطه ویژه آلفای کرونباخ در نرم‌افزار SPSS بالای ۰/۸۵ به دست آمده، که نشانگر پایداری درونی قابل قبول گویه‌ها و پیوستگی بین آنهاست. لازم به توضیح است که ارزش و وزن هر کدام از شاخص‌های مورد بررسی با توجه به پاسخ‌های داده‌شده استخراج شد و سپس، شاخص‌ها و وزن آنها در چارچوب مدل MS-SWOT مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت؛ و آنگاه، بر مبنای خروجی‌های مدل، پیشنهادها و راهکارهای مورد نظر ارائه شده است.

با توجه به بررسی‌های انجام گرفته در ارتباط با گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی، ابعاد مختلف گردشگری مدل MS-SWOT (مافی و سقایی، ۱۳۸۸) در زمینه گردشگری روستایی مورد استفاده قرار گرفته، که به واسطه یک مدل ترکیبی و کمیت‌سازی سوات (SWOT) انجام شده است، بدین گونه که مفهوم تصمیم‌گیری چندخصوصیتی MADM<sup>(۲)</sup> با تحلیل SWOT ترکیب شد تا یک روش تحلیلی SWOT کمیت‌سازی شده ایجاد شود. بدین منظور، وزن شاخص‌های مورد بررسی در چارچوب مدل MS-SWOT استخراج شده، که در جدول ۱ آمده است<sup>(۳)</sup>. این شاخص‌ها به تفکیک قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها تقسیم‌بندی و وزن‌دهی شده است. نحوه نمره‌دهی به شاخص‌ها طبق رابطه زیر و محاسبه وزن‌های عوامل کلیدی- با بزرگ‌ترین ارزش ویژه  $\lambda_{\max}$  - بدین شرح است:

$$\sum_{i=1}^n w_i = 1 \quad (1)$$

$$w_i = \frac{1}{\lambda_{\max}} \sum_{j=1}^n a_{ij} w_j \quad (2)$$

اگر  $A$  یک ماتریس سازگاری باشد، ارزش ویژه  $w$  را می‌توان از رابطه ۳ محاسبه کرد:

$$(A - \lambda_{\max} I)w = 0 \quad (3)$$

که در آن:

$\lambda_{\max}$  = بالاترین ارزش ویژه ماتریس  $A$ ،  $w$  = بردار وزن‌ها، و  $I$  = ماتریس هویت است.

عملکرد کلیه عوامل کلیدی شامل عملکرد کمیت‌سازی می‌شود؛ یعنی، یک آمار واقعی عملکرد کیفی که در واقع، نمره حاصل از روال نمره‌بندی سلیقه‌ای در یک پرسشنامه است (مثل ۱ تا ۹ امتیاز). هدف عادی‌سازی این است که مقیاس‌های عوامل کلیدی را با هم یکی کند، که از طریق رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$p_0 = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n p_{ij} \quad (4)$$

برای تعیین ارزش نهایی شاخص‌ها، در هنگامی که نمره‌های هر شاخص استخراج شد، امتیازهای شاخص‌های مقایسه‌شده باید به هم اضافه شوند و سپس، ارزش پنج‌مارک از آنها کاسته شود. در اینجا، میانگین را به عنوان ارزش پنج‌مارک در نظر می‌گیریم. ارزش نهایی همان ارزش مختصاتی شاخص‌های مقایسه‌شده در ماتریس است. ارزش مختصاتی باید بین +۱ و -۱ باشد. شاخص‌ها وقتی دارای قوت‌ها و فرصت‌هاست که ارزش مختصاتی بالاتر از ارزش پنج‌مارک باشد؛ ولی اگر ارزش مختصاتی کمتر از ارزش پنج‌مارک باشد، آنگاه شاخص ضعیف است و با تهدیدهایی روبه‌روست. ارزش نهایی به صورت زیر محاسبه می‌شود (مافی و سقایی، ۱۳۸۸):

$$IC_j = I_j - IB \quad j = 1, 2, \dots, n$$

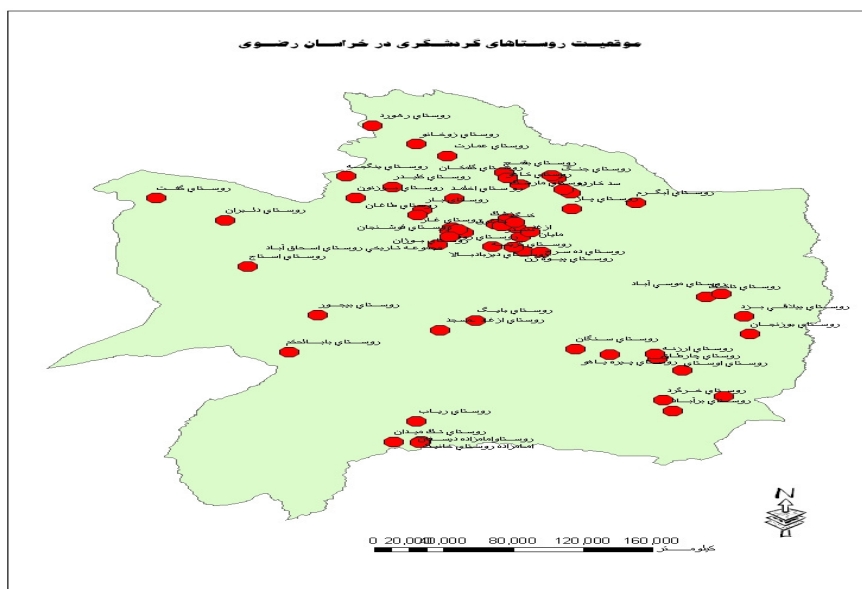
که در آن،  $IC_j =$  ارزش نهایی شاخص‌های  $j$  ام است (شاخص‌ها در واقع همان گویه‌هایی است که در غالب مدل سوات طرح شده است)،  $I_j =$  امتیاز ارزیابی شاخص‌های  $j$  ام، و  $IB =$  ارزش پنج‌مارک است، که به عبارتی:

$$-1 \leq IC_j \leq +1$$

## نتایج و بحث

در سال ۱۳۹۲، به منظور توسعه گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی، با بررسی‌های انجام‌شده به‌ویژه به کمک کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان‌های استان، ۵۹ روستای دارای قابلیت و جاذبه گردشگری به لحاظ طبیعی، تاریخی و فرهنگی شناسایی شد، که پراکندگی آنها در نقشه ۱ قابل مشاهده است. بر این مبنای، با توجه به مطالعات میدانی صورت‌گرفته، این ۵۹ روستا در سطح استان خراسان رضوی جذابیت لازم را

برای شکل‌گیری جریان گردشگری به‌ویژه اکوتوریسم دارند، به‌گونه‌ای که در بسیاری از آنها، هم‌اکنون جریان گردشگر شکل گرفته و در طول ماه‌هایی از سال، تعدادی از گردشگران را در مقیاس محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی پذیرا هستند.



**نقشه ۱- موقعیت روستاهای دارای قابلیت گردشگری در استان خراسان رضوی**  
 از آنجا که شناخت و بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای گردشگری روستایی به‌منظور برنامه‌ریزی راهبردی ضروری است، این قابلیت‌ها و تنگناها در استان خراسان رضوی در چهار مقوله قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها در چارچوب مدل سوات (SWOT) صورت پذیرفته است که در ادامه، بدان می‌پردازیم.

قابلیت‌های گردشگری روستایی در چارچوب محصول گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد همان‌گونه که بیان شد، محصول گردشگری روستایی دارای پنج جزء است که در چارچوب چهار مقوله قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها در ارتباط با قابلیت‌های گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی بررسی شده و نتایج آن در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱- تجزیه و تحلیل سوات قابلیت‌های گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی

ضعف‌ها	قوت‌ها	محصول گردشگری روستایی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تغییر کاربری بعضی از باغ‌ها به علت مهاجرت‌های سال‌های اخیر در منطقه</li> <li>- عدم کنترل صحیح مراتع از نظر میزان دام مجاز و غیرمجاز برای چرا</li> <li>- تهدیدهای زیست‌محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی</li> <li>- فقدان مدیریت مستمر جاذبه‌های گردشگری در منطقه</li> <li>- مشخص نبودن متولی اصلی جاذبه‌های گردشگری روستایی در منطقه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود شرایط مناسب اقلیمی</li> <li>- وجود جاذبه‌های متنوع گردشگری</li> <li>- چشم‌اندازهای متنوع جغرافیایی و بکر بودن آنها</li> <li>- درهم‌تنیدگی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و چشم‌انداز زندگی سنتی</li> <li>- وجود چشم‌اندازهای بدیع به‌منظور ایجاد قطب‌های گردشگری در استان</li> </ul>	جاذبه‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- کمبود وسایل نقلیه مناسب از مراکز شهری به مقاصد گردشگری</li> <li>- تراکم رفت و آمد و نبود پایانه‌های محلی در منطقه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود راه‌های دسترسی مناسب</li> <li>- واقع شدن برخی روستاها در کنار جاده اصلی و امکان احداث بازارچه محلی</li> <li>- مناسب بودن مناطق روستایی از لحاظ تراکم دسترسی</li> <li>- سطح پوشش متوسط به بالا با توجه به شاخص فشردگی ۶۳ درصدی در منطقه</li> </ul>	دسترسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- محدودیت تأسیسات زیرساختی مناسب مثل آب و گاز در منطقه</li> <li>- عدم رسیدگی به طبیعت روستا در ایجاد درآمد و همچنین، ایجاد اشتغال</li> <li>- کمبود و ناکارآمدی برخی خطوط ارتباطی در نواحی روستایی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود زیرساخت‌های لازم همچون برق و تلفن در اکثر روستاهای مورد مطالعه</li> <li>- وجود حداقل امکانات پزشکی به‌ویژه خانه بهداشت در روستاها</li> <li>- مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری از سوی بخش دولتی</li> </ul>	امکانات و تسهیلات زیربنایی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود خدمات بین‌راهی</li> <li>- نبود خدمات فرهنگی و تفریحی مناسب در روستاها</li> <li>- کمبود خدمات تجاری در نواحی روستایی</li> <li>- نبود بازارچه‌های محلی چه از لحاظ وسعت و معماری و چه از لحاظ کمیت و کیفیت کالاهای مورد عرضه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وجود قابلیت ایجاد خدمات اقامتی و پذیرایی در شعاع کارکردی مناسب</li> <li>- وجود قابلیت‌های طبیعی لازم برای ارائه خدمات تفریحی</li> <li>- وجود صنایع دستی برای عرضه در بازارهای گردشگری محلی</li> </ul>	خدمات مهمان‌نوازی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- نبود یکپارچگی بین سازمان‌ها و شرکت‌هایی که در گردشگری استان فعالیت می‌کنند</li> <li>- فقدان تبلیغات و بازاریابی مناسب برای گردشگری روستایی در منطقه</li> <li>- نبود آمار در زمینه تعداد گردشگران و طبقه‌بندی آنها بر مبنای بازار</li> <li>- کمبود نیروی متخصص در زمینه گردشگری</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش درآمد و بالا رفتن سطح زندگی در سایه مبالغی که گردشگران در منطقه هزینه می‌کنند</li> <li>- افزایش مالیات و منابعی که در اختیار دولت قرار می‌گیرد</li> <li>- تداوم فعالیت‌های اقتصادی در فصول مختلف سال</li> </ul>	عناصر نهادی و سازمانی

## ادامه جدول ۱

محصول گردشگری روستایی	فرصت‌ها	تهدیدها
جاذبه‌ها	- امکان تلفیق جاذبه‌های گردشگری با قابلیت‌های کشاورزی	- گردشگری ناپایدار (مدیریت بدون برنامه‌ریزی) می‌تواند منجر به تخریب و در نهایت، نابودی زیست‌بوم (خسارت به حیوانات و زیستگاه‌ها و تخریب پوشش گیاهی شود
	- بسترهای مناسب برای افزودن جاذبه‌های انسان‌ساخت به جاذبه‌های موجود	- عدم مدیریت صحیح منابع طبیعی
	- اشاعه و حفظ فرهنگ بومی در مناطق روستایی منطقه	- وجود مسیرهای رقیب در مجاورت منطقه
	- وجود مناظر طبیعی به دلیل توپوگرافی‌های متنوع و چشم‌نواز دارای توان طبیعی با قابلیت جذب گردشگر زیاد	- نبود بازاریابی مناسب و مهیا نبودن عرضه جاذبه
دسترسی	- وجود مراکز شهری متعدد در ابعاد منطقه‌ای به‌عنوان بازار منطقه‌ای گردشگری نواحی روستایی	- نبود تبلیغات جاده‌ای در مسیر تردد گردشگران
	- امکان شکل‌گیری تعاونی کوچک برای حمل‌ونقل گردشگران به مقاصد روستایی	- شلوغی و ترافیک ناشی از حجم بالای ورود گردشگران
	- ایجاد اشتغال از طریق سامان‌دهی و توسعه حمل‌ونقل گردشگری روستایی	- عدم سازمان‌دهی وسایل نقلیه برای حمل‌ونقل مسافر و جابه‌جایی آنها
	- وجود نقاط دارای پتانسیل در سطح راه برای احداث پایانه، رستوران، راهداری و ...	
امکانات و تسهیلات زیربنایی	- وجود سرمایه‌گذاران خصوصی در صورت ایجاد تسهیلات بانکی و ثبات سیاست اقتصادی	- فقدان قوانین و مقررات حمایتی. تشویقی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌ها
	- بهره‌مندی ساکنان محلی روستاها از توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات	- ورود به حریم محدوده‌های بومی و محلی و ایجاد ازدحام و شلوغی بیش از حد در مکان‌های سستی
	- افزایش کیفیت زندگی ساکنان روستایی	
خدمات مهمان‌نوازی	- قابلیت مهمان‌پذیری بالا در فرهنگ و آداب و رسوم به‌ویژه در زمینه جای و صبحانه	- شکل‌گیری مالکیت غیربومی
	- تشکیل تعاونی چندمنظوره گردشگری روستایی برای ارائه خدمات مهمان‌نوازی	- عدم تخصیص صحیح منابع و بودجه‌های دولتی در بخش گردشگری
		- وابستگی بیش از حد منطقه به گردشگری و یک‌بعدی شدن فعالیت‌های اقتصادی
عناصر نهادی و سازمانی	- امکان شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی کوچک محلی و تأثیرگذار	- افزایش بازاری‌گری یا منفعت‌طلبی و افزایش رقابت‌های منفی اقتصادی
	- فرصت‌های جدید اجتماعی - اقتصادی که باعث کاهش نابرابری‌های اجتماعی می‌شوند	- نشت درآمد به خارج از منطقه و افزایش وابستگی به کالاها و خدمات وارداتی
	- تأثیرات توسعه گردشگری در توسعه منطقه‌ای	
	- فراهم آوردن بستر مناسب برای توسعه روستایی از طریق توسعه گردشگری	- برگشت کند سرمایه در بخش‌هایی از فعالیت گردشگری

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به تجزیه و تحلیل انجام‌شده، متغیرهایی که وزن بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند، در چهار مقوله قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها انتخاب شده، که متغیرها و وزن اصلی آنها در این چهار مقوله در جدول ۲ آمده است.

**جدول ۲- وزن اصلی شاخص‌های مورد مطالعه در منطقه در مقوله‌های چهارگانه**

وزن نهایی	قوت‌ها	ضعف‌ها	فرصت‌ها	تهدیدها
۰/۹۹۶	وجود چشم‌اندازهای بدیع به منظور ایجاد قطب گردشگری مهم در منطقه	۱	امکان تلفیق جاذبه‌های گردشگری با قابلیت کشاورزی	۱
۰/۹۳۶	وجود راه‌های دسترسی مهم	۲	بالا بودن تمایل به سرمایه‌گذاری در زمینه کسب درآمد از گردشگری	۲
۰/۷۴۵	مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری	۳	تشکیل تعاونی چندمنظوره گردشگری روستایی برای ارائه خدمات مهمان‌نوازی	۳
۰/۶۲۳	امکان دسترسی به بازار تقاضای گردشگری با توجه به جمعیت شهری	۴	سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیسات زیربنایی و رونمایی و افزایش رفاه ساکنان محلی	۴
۰/۶۹۰	وجود زیرساخت‌های مهم چون برق و تلفن در اکثر روستاهای مورد مطالعه	۵	فراهم آوردن بستر اشتغال در منطقه	۵
۰/۶۷۵	وجود قابلیت ایجاد خدمات اقامتی و پذیرایی در اکثر روستاهای مورد مطالعه	۶	وجود نقاط دارای پتانسیل در سطح راه برای احداث پایانه، رستوران و راهداری	۶
۰/۵۶۷	تهدیدهای زیست‌محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی	۱	شلوغی، ترافیک و آلودگی ناشی از حجم بالای ورود گردشگر	۱
۰/۳۴۵	کمبود وسایل نقلیه مناسب از مراکز شهری به مقاصد گردشگری	۲	فقدان قوانین و مقررات تشویقی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت	۲
۰/۷۸۳	نبود مکان‌های اقامتی و پذیرایی مناسب	۳	نشست اقتصادی گردشگری به علت عدم مالکیت بومی سرمایه	۳
۰/۴۵۶	نبودن یکپارچگی بین سازمان‌ها و شرکت‌هایی که در گردشگری منطقه فعالیت می‌کنند.	۴	افزایش بازاری‌گری با منفعت‌طلبی و افزایش رقابت‌های منفی گردشگری	۴
۰/۴۳۴	کمبود نیروی متخصص در زمینه گردشگری	۵	برگشت کند سرمایه در بخش‌هایی از گردشگری	۵
۰/۹۵۰	فقدان و کمبود تبلیغات و بازاریابی مناسب گردشگری روستایی	۶	عدم تخصیص صحیح منابع و بودجه‌های دولتی در بخش گردشگری	۶
۰/۲۸۶	عدم وجود تأسیسات زیرساختی مناسب مانند آب؛ برق و گاز	۷	گردشگری ناپایدار (مدیریت بدون برنامه‌ریزی) می‌تواند منجر به تخریب و در نهایت، نابودی زیست‌بوم‌ها (خسارت به زیستگاه‌ها و تخریب پوشش گیاهی) شود	۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بعد از استخراج وزن اصلی در چارچوب یادشده، میانگین وزنی هر کدام از موارد قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها و نیز با کسر از ارزش پنج‌مارک، ارزش مختصاتی هر کدام از این مقوله‌ها محاسبه شده، که نتایج آنها در جدول ۳ آمده است.

## جدول ۳- میانگین وزنی و ارزش مختصاتی مقوله‌های چهارگانه

شرح	قوت‌ها	ضعف‌ها	فرصت‌ها	تهدیدها	ارزش پنج‌مارک
میانگین وزنی	۰/۹۵۰	۰/۶۷۹	۰/۷۸۴	۰/۵۶۷	۰/۷۴۵
ارزش مختصاتی شاخص‌ها	۰/۲۰۵	- ۰/۰۶۶	۰/۰۳۹	-۰/۱۷۸	-----

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نمودار ۱ نشان‌دهنده نتایج به‌دست آمده در ارتباط با مقوله‌های چهارگانه گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی است. همان‌گونه که در نمودار مشخص است، کشیدگی نمودار به‌سوی قوت‌های موجود بیشتر بوده و نشان‌دهنده همپوشی بالاست. از منظر قوت‌ها، استان خراسان رضوی در زمینه گردشگری روستایی از قابلیت بالا برخوردار است.



## نمودار ۱: نتایج ارزیابی مدل MS-SWOT در منطقه مورد مطالعه

در این بین، همپوشی ضعف‌ها و قوت‌ها به سمت ضعف‌ها میل می‌کند. در واقع، ضعف‌های موجود در جریان گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی بر قابلیت‌های موجود تأثیر منفی گذاشته و عدم توسعه گردشگری روستایی را سبب شده است. در ارتباط



با تهدیدها، می‌توان گفت که این رابطه در حد تأثیرگذاری کم در زمینه گردشگری روستایی در این استان است. همپوشی قوت‌ها و تهدیدها به سمت قوت‌ها میل می‌کند و این خود نشان‌دهنده تأثیرپذیری کمتر قوت‌ها از تهدیدهای موجود است. در زمینه همپوشی فرصت‌ها و تهدیدها نیز به همین صورت است، در حالی که در زمینه همپوشی فرصت‌ها و ضعف‌ها باز شاهد تأثیرگذاری ضعف‌های موجود در فرصت‌های موجود در زمینه گردشگری روستایی در استان هستیم. با توجه به نتایج به‌دست آمده، پرداختن به ضعف‌های موجود در این منطقه در درجه اول اهمیت برای توسعه گردشگری روستایی در استان قرار دارد.

به‌طور کلی، می‌توان بیان داشت که با توجه به کشیدگی نمودار و قرارگیری آن در ربع اول، باید راهبردهای مد نظر در قالب راهبردهای تهاجمی ارائه شوند. راهبرد تهاجمی به‌دست آمده در ارتباط با قابلیت‌های گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی نشان‌دهنده حالت حداکثر-حداکثر<sup>(۴)</sup> (حداکثر قوت و حداکثر ضعف) در منطقه است. بالا بودن قابلیت‌های گردشگری در ارتباط با جذابیت در زمینه قوت و حداکثر ضعف ناشی از وضعیت ساختاری منطقه است. با این همه، با توجه به نتایج به‌دست آمده، در زمینه تهدیدها نمی‌توان خطر چندانی را متوجه منطقه مورد مطالعه دانست. در این راستا، برخلاف الگوی دفاعی که یک راه حل واکنشی<sup>(۵)</sup> است، الگوی تهاجمی پیشنهاد می‌شود، که خود یک راه حل کنشگر<sup>(۶)</sup> به‌شمار می‌رود. در چنین وضعیتی، باید با استفاده از نقاط قوت گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه، در گسترش بازار تقاضای گردشگری آن اقدام کرد و برای گسترش بازار محصول گردشگری روستایی و خدمات مرتبط با آن گام برداشت.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری روستایی، به‌مثابه یک الگوی فضایی از جریان گردشگری، نیازمند شناخت محصول گردشگری روستایی برای عرضه به بازار تقاضای گردشگری است. در این زمینه،

بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در یک مکان در قالب یک بافت فضایی گام نخست در مطالعات گردشگری به‌شمار می‌رود (کدیور و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۱۲). در این رهگذر، پژوهش حاضر به بررسی قابلیت‌های بافت فضایی گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی پرداخته و نتایج به‌دست آمده نشان داده است که اجزای محصول گردشگری روستایی در منطقه دارای یکپارچگی و یکدستی مطلوب نیستند. هرچند، قابلیت جاذبه‌های گردشگری روستایی با توجه به تنوع و گونه‌های مختلف دارای سطح جذابیت بالاست، ولی دیگر اجزای آن همچون خدمات مهمان‌نوازی در سطح بسیار پایین قرار دارند. این نتایج با مطالعات رکن‌الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵) در منطقه لواسان، میرکتولی و مصدق (۱۳۸۹) در دهستان استرآباد جنوبی گرگان، و آکا (Akca, 2006) در روستاهای جنوب شرق ترکیه همخوانی دارد.

با توجه به بررسی انجام‌شده، بخش دیگری از دستاوردهای تحقیق درباره سطح قابلیت اجزای محصول گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴- ارزیابی محصول گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی

ضعیف	متوسط	خوب	عالی	محصول گردشگری روستایی
			x	جاذبه‌ها
		x		دسترسی
	x			امکانات و تسهیلات
x				خدمات مهمان‌نوازی
x				عناصر نهادی و سازمانی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتایج پژوهش در جدول ۴ نشان می‌دهد که روستاهای خراسان رضوی با ظرفیت جذب گردشگر از نظر جاذبه‌ها و دسترسی از وضعیت مناسب نسبت به عناصر نهادی و خدمات

مهمان‌نوازی برخوردارند؛ این نتایج با یافته‌های مطالعات سیدعلی‌پور و همکاران (۱۳۸۹) در محدوده روستاهای استان سمنان، هاشمی و حسین‌پور (۱۳۸۹) در خصوص روستاهای ایران، شمس‌الدینی (۱۳۸۹) در روستای فهلیان، گئو و سان (Guo and Sun, 2016) در روستاهای باستانی چین، و کایات (Kayat, 2014) در زمینه روستاهای مالزی بسیار همخوانی دارد. علاوه بر آن، شاخص‌های مورد نظر برای محصول گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی، در چارچوب مدل MS-SWOT مورد بررسی قرار گرفت و در این راستا، نتایج به دست آمده نشان از اهمیت دوچندان قوت‌ها در مقابل ضعف‌های موجود دارد. با این همه، تهدیدهای موجود بر فرصت‌ها تأثیرگذار بوده و سبب شده است که عوامل بیرونی تأثیرگذار بیش از همیشه به سوی تهدیدها متمایل باشد؛ این بخش از نتایج پژوهش نیز با دستاوردهای مطالعه رکن‌الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵) در روستاهای لواسان همپوشانی بسیار نزدیک دارد. از این رو، با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، می‌توان در راستای شکل‌گیری و توسعه گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی، پیشنهادهای زیر را ارائه کرد:

- توسعه کمی و کیفی و همه‌جانبه محصول گردشگری روستایی به‌ویژه زیربخش خدمات مهمان‌نوازی؛ بر اساس نتایج پژوهش، کارکرد عناصر نهادی-سازمانی و خدمات مهمان‌نوازی در ارائه خدمات به گردشگرانی که از محیط‌های روستایی بازدید می‌کنند، با ضعف‌ها و کمبودهای جدی مواجه است. از این رو، باید ضمن ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌های خدمات‌رسانی به‌ویژه دولتی‌ها، از ظرفیت‌های موجود استفاده بهینه به عمل آید. زیرساخت‌های ارائه خدمات به گردشگران در خراسان رضوی بسیار ضعیف است و باید تلاش شود که به کمک بخش‌های دولتی، تعاونی و خصوصی، این مشکل کاهش یابد تا گردشگران تمایل بیشتری برای حضور و پرداخت پول در محیط‌های گردشگری از خود نشان دهند.

- تشویق سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی و تعاونی در زمینه گسترش و بهبود خدمات مهمان‌نوازی در راستای توسعه گردشگری روستایی؛ باید توجه داشت که تشویق بخش‌های خصوصی و تعاونی برای سرمایه‌گذاری نیازمند اقدامات عملی از طرف حاکمیت است. دولت به تنهایی نمی‌تواند جاذبه لازم را فراهم سازد. از این‌رو، توسعه گردشگری نیازمند عزم ملی و اهتمام تمام ساختارهای حکومتی است و تا زمانی که حاکمیت در عمل اعتقادی به توسعه گردشگری پیدا نکند، اتفاق مهمی در حوزه گردشگری از جمله گردشگری روستایی رخ نخواهد داد.

- فراهم آوردن زیرساخت‌ها در جوار منطقه یا تدارک زیرساخت‌ها در درون منطقه بدون اینکه هزینه‌ای بابت آنها از سرمایه‌گذار بخش خصوصی اخذ شود؛ اگرچه طی سال‌های اخیر، اقدامات خوبی در خصوص ایجاد زیرساخت‌ها مثل احداث جاده از طرف دولت صورت گرفته، اما کافی نیست؛ و باید با سرمایه‌گذاری بیشتر، این زیرساخت‌ها کامل و ایمن شود.

- آگاهی و جلب مشارکت مردم محلی در زمینه سرمایه‌گذاری در گردشگری؛ از آنجا که مردم محلی نقش مهمی در جذب گردشگر دارند، باید با آموزش و فرهنگ‌سازی و همچنین، با ایجاد زمینه‌های درآمدزایی، انگیزه لازم را در مردم بومی برای مشارکت در توسعه جریان گردشگری فراهم ساخت.

## یادداشت‌ها

۱- روستاهای دارای قابلیت گردشگری در قالب طرح پژوهشی با عنوان «بررسی نقش گردشگری روستایی در ایجاد اشتغال» در سال ۱۳۹۲ توسط نویسنده مسئول مقاله حاضر در دانشگاه پیام نور شناسایی شده‌اند. مقاله حاضر بر اساس داده‌های همان طرح پژوهشی شکل گرفته است.

## 2. Multiple Attribute Decision Making

۳- برای اطلاع از چگونگی و فرایند وزن‌دهی به شاخص‌ها و استخراج وزن اصلی، رجوع کنید به: مافی و سقایی (۱۳۸۸). لازم به ذکر است به علت گسترده بودن مباحث مربوط به کارکرد مدل MS-SWOT، از آوردن شرح جزئیات در مقاله حاضر خودداری و تنها به اشاره‌ای بدان مباحث اکتفا شده است.

4. Maxi-Maxi Strategy
5. Reactive
6. Proactive

### منابع

- جوان، ج. و سقایی، م. (۱۳۸۲)، «توان‌های محیط طبیعی ایران و بهره‌وری گردشگری». *علوم جغرافیایی*، سال ۱، شماره ۱، صص ۱۲۹-۱۴۸.
- جوان، ج. و سقایی، م. (۱۳۸۳)، «نقش گردشگری روستایی در توسعه منطقه‌ای با تأکید بر مدیریت روستایی». *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، سال ۱، شماره ۲، صص ۱۰۹-۱۲۴.
- رکن‌الدین افتخاری، ع. و مهدوی، د. (۱۳۸۵)، «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT، دهستان لواسان کوچک». *مدرس علوم انسانی*، سال ۱۰، شماره ۱۲، ویژه‌نامه جغرافیا، صص ۱-۳۰.
- سقایی، م. و رستمی، م. (۱۳۸۴)، «امکان‌سنجی گردشگری کشاورزی در ایران». *پنجمین همایش اقتصاد کشاورزی*، صص ۱-۱۴.
- سیدعلی‌پور، س. خ؛ اقبالی، ن.؛ و بخشنده‌نصرت، ع. (۱۳۸۹)، «مدیریت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی، مطالعه موردی روستاهای استان سمنان». *پژوهشگر (مدیریت)*، سال ۷، شماره ۱۹، صص ۵۲-۶۹.
- شارپلی، ج. و ریچارد، ف. (۱۳۸۰)، *گردشگری روستایی*. ترجمه رحمت‌الله منشی‌زاده. تهران: منشی.
- شمس‌الدینی، ع. (۱۳۸۹)، «گردشگری روستایی، راهکاری سازنده برای توسعه روستایی روستای فلهیان». *مسکن و محیط روستا*، شماره ۱۳۱، صص ۹۵-۱۳۷.
- کدیور، ع. و سقایی، م. (۱۳۸۵)، «سامان‌دهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری». *تحقیقات جغرافیایی*، سال ۲۱، شماره ۸۳، صص ۱۱۱-۱۳۲.
- کدیور، ع. و سقایی، م. (۱۳۹۲)، *بررسی نقش گردشگری روستایی در ایجاد اشتغال*. طرح پژوهشی، دانشگاه پیام نور خراسان رضوی.
- مافی، ع. و سقایی، م. (۱۳۸۸)، «کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری، مطالعه موردی کلان‌شهر مشهد». *جغرافیا و توسعه*، سال ۷، شماره ۱۴، صص ۲۷-۵۰.
- مافی، ع. و سقایی، م. (۱۳۸۳)، «مدلی ترکیبی برای توسعه فضایی گردشگری روستایی». *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، سال ۱، شماره ۳، صص ۱۶۵-۱۸۷.

- میرکتولی، ج. و مصدق، ر. (۱۳۸۹)، «بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی، مورد: دهستان استرآباد جنوبی گرگان». *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، شماره ۷، صص ۱۳۷-۱۵۴.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۱)، *گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰*. قابل دسترسی در: [www.amar.ir/portals/of/files/abstract/1390](http://www.amar.ir/portals/of/files/abstract/1390)
- هاشمی، م. و حسین پور، ع. (۱۳۸۹)، «بازبینی و بررسی اثرات گردشگری پذیرنده مناطق روستایی در رویکرد فراتحلیل با تأکید بر زمینه‌های گسترش صنعت گردشگری». *مدیریت شهری*، شماره ۲۶، صص ۲۰۷-۲۲۴.
- Akca, H. (2006), "Assessment of rural tourism in Turkey using SWOT analysis". *Applied Sciences*, Vol. 13: 2837-2839.
- Britton, S. (1991), "Tourism capital and place: towards a critical geography of tourism". *Environment and Planning*, 9(4): 51-78.
- Besculides, A.; Lee, M. E.; and McCormick, P. J. (2002), "Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism". *Annals of Tourism Research*, Vol. 29(2): 303-319.
- Gibson, C. (2009), "Geographies of tourism: critical research on capitalism and local livelihoods". *Progress in Human Geography*, 33(4): 527-534.
- Guo, Z. and Sun, L. (2016), "The planning development and management of tourism: the case of Dangjian ancient village in China". *Tourism Management*, Vol. 56: 52-62.
- Holland, J. (2003), "Tourism in poor rural areas: diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic". *PPT Working Paper*, No. 12.
- Kayat, K. (2014), "Community based rural tourism: a proposed sustainability framework". Available on: <http://www.shs-conferences.org>.
- Lane, B. (1994), "What is rural tourism". *Sustainable Tourism*, 2(7): 123-139.
- Mitchell, J. T. (2009), "Conflicting threat perception at a rural agricultural fair". *Tourism Management*, 27: 1298-1307.

- Oppermann, M. (1996), "Rural tourism in southern Germany". *Annals of Tourism Research*, 13(1): 141-150.
- Pearce, D. G. (2008), "A needs-function model of tourism distribution". *Tourism Research*, 35(1): 148-168.
- Polo, A.; Isabel, M.; and Frias, D. (2010), "Collective strategies for rural tourism: the experience of networks in Spain". *Tourism Consumption and Practice*, 2(1): 25-45.
- WTO (2015), "World tourism barometer". 13: 1-15. Available on: <http://www.e.unwto.org>.