

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری بر اساس رویکرد استراتژیک با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان مازندران)

سمیه افشار^۱

کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی؛ برنامه‌ریزی و توسعه

مریم افشار

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی (بازاریابی)، موسسه آموزش عالی قشم، قشم، ایران

چکیده

امروزه به دلیل اثرات چشمگیری که فعالیت‌های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگری بر جای می‌گذارد توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت معطوف گردیده است. پیچیدگی و تراکم موجود در زندگی‌های شهری، عده زیادی از مردم را متوجه طبیعت روستاها نموده و در این میان روستاهایی که دارای توان‌های با ارزش تری باشند، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. در این راستا هدف اصلی این مقاله بررسی نقاط مثبت و منفی گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران با استفاده از مدل SWOT می‌باشد. روستاهای هدف گردشگری استان مازندران که بر اساس الویت‌های خاص انتخاب شده‌اند، دارای جاذبه‌ها و توانمندی‌های قابل توجهی می‌باشند که می‌توانند در جذب گردشگران نقش بسیار داشته باشند. این روستاها بخاطر موقعیت جغرافیایی ویژه دارای جاذبه‌های منحصر بفرد دریا، جنگل و کوه در کنار یکدیگر از قابلیت‌ها، توان‌ها و پتانسیل‌های گردشگری بالایی در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی برخوردارند. روش تحقیق در این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی با تاکید بر پیمایش میدانی و تهیه و تکمیل پرسشنامه توسط مدیران و متخصصین محلی واقع در پانزده روستای هدف می‌باشد. پس از بررسی داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده، مجموعه یافته‌ها با استفاده از ابزار SWOT طبقه بندی شد. و با استفاده از ماتریس‌های (بی اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص داده شده، سپس جمع امتیازات محاسبه گردید. و در پایان جهت توسعه گردشگری روستاهای مورد مطالعه استراتژی مورد نظر تدوین شد. یافته‌ها بیانگر آن است که استراتژی مورد نیاز برای توسعه گردشگری با تاکید بر مباحث آینده‌نگری استراتژی تهاجمی می‌باشند. مقاله حاضر از پایان‌نامه کارشناسی ارشد تحت عنوان «سطح بندی روستاهای هدف گردشگری استان مازندران» استخراج شده است.

کلمات کلیدی: گردشگری روستایی، توسعه گردشگری، روستاهای هدف، مدل SWOT

مقدمه

امروزه بسیاری از کشورهای جهان، ابعاد گسترده صنعت گردشگری را از نظر تولید، اشتغال و ایجاد در آمد درک کرده‌اند و از چند دهه پیش به شدت به توسعه این صنعت پرداخته‌اند. در این میان نواحی روستایی به خاطر ناشناخته بودن و مشخصات منحصر به فرد (اکولوژیکی، فرهنگی، تاریخی، قومی و جغرافیایی) مورد توجه خاص گردشگران قرار می‌گیرند و می‌توانند به عنوان مقصدهای نمونه گردشگری معرفی شوند که از لحاظ توان و قابلیت جذب گردشگر با هم متفاوتند برخی از این مقصدها از قابلیت‌های لازم برای جذب گردشگر در سطح ملی و بین‌المللی برخوردارند و می‌توانند عامل محرک توسعه گردشگری در منطقه به شمار آیند برخی هم از قابلیت و برد محلی برخوردارند.

از قبیل داشتن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی در روستا، وجود دهیاری، شورای اسلامی و زیرساخت‌های لازم از قبیل آب، برق، گاز و تلفن و نیز داشتن مطالعات راهبردی گردشگری یا مطالعات طرح هادی منطقه، روستاهای هدف انتخاب شده‌اند دارای جاذبه‌های طبیعی منحصر بفردی مانند کوه‌های سرسبز، جنگل‌های بکر با درختان سر به فلک کشیده، رودخانه‌های خروشان، چشمه‌های معدنی سرد و گرم، مزارع سرسبز، ایشارهای زیبا مانند ایشار گزو، جنگل‌های انجیر سیاب سر، قله دماوند، رودخانه هراز، آبگرم لاریج و غیره هستند همچنین دارای جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی قابل توجهی مانند خانه تاریخی نیما یوشیج، موزه مردم شناسی و گیاه شناسی کندلوس، پل تاریخی ورسک و اداب و رسوم فرهنگی نظیر نوروزخوانی، مراسم لاله شو، مراسم ۲۶ عید ماه، مراسم زن شاهی، مراسم برف چال و جاذبه‌های بسیار دیگری که می‌توانند در جذب گردشگران نقش بسیاری داشته باشند. البته ناگفته نماند در این راه از نقاط ضعف و تهدیدی هم برخوردارند. در این راستا در این تحقیق سعی شده است که ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها و نقاط مثبت و منفی گردشگری این روستاها شناخته شود و مورد بررسی قرار گیرد تا استراتژی مورد نیاز برای توسعه گردشگری آنها تعیین گردد.

مبانی نظری

یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و حتی در برخی از این کشورها به اجرا در آمده است و نتایج مثبتی به همراه داشته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی است که دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است، می‌باشد (شارپلی، ۲۰۱۳:۵). گردشگری روستایی موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال، پویایی تجارت و صنایع، گسترش فرصت‌هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت‌های چندگانه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد منطقه‌ای می‌شود (Sharply, 2002:332). بنابراین گردشگری روستایی به عنوان موتور محرکه توسعه روستایی معرفی شده است (Greffé, 1993:23) که می‌تواند از رشد مهاجرت روستایی بکاهد و به جوامع روستایی اجازه دهد که در محل‌های مناسب و قابل رشد روستایی باقی بمانند (gartner, 1996:198). همچنین این نوع گردشگری به عنوان سیاست و ابزاری برای توسعه روستایی پایدار (Lanea, 1994) و به عنوان فعالیتی پیچیده (Reinholde, 2000:8) قلمداد می‌شود. در واقع توسعه پایدار روستایی عبارت است از وحدت میان ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و

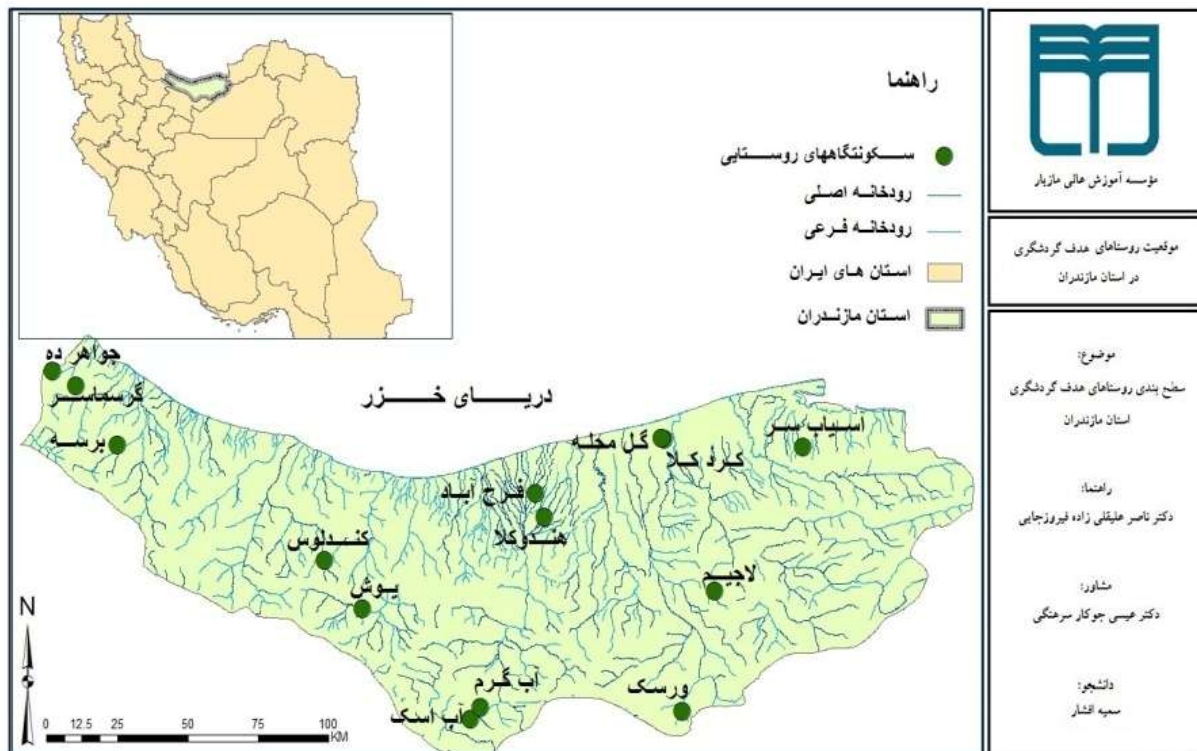
زیست محیطی به منظور بالا بردن سطح معیشت و رفاه مردم روستایی، در توسعه پایدار روستایی توجه به عوامل زیست محیطی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (محمدی و حیاتی، ۱۳۹۱: ۶).

چنانکه از مهمترین شرایط بنیادی برای توسعه جهانگردی وجود یک محیط سالم و تخریب نشده طبیعی، فرهنگی و انسانی است علاوه بر این، مدیریت منطقی گردشگری مضاف بر زندگی مردم به نحو قابل توجهی به محافظت و توسعه محیطی، کالبدی و میراث فرهنگی یاری می‌رساند (ضرغام، ۱۳۸۹: ۲۸). از این رو پتانسیل رشد گردشگری و اهمیت بین‌المللی این صنعت به عنوان موتور جهت رشد اقتصادی سبب ایجاد روابط متقابل ویژه‌ای بین صنعت گردشگری و توسعه پایدار گردیده است (دیوید ای، ۱۳۸۸: ۳۶).

در برنامه ریزی منطقه‌ای، در برآورد کالاهای قابل عرضه، توان‌های محیطی منطقه به عنوان محصول گردشگری مطرح است. منابع فرهنگی، طبیعی و تاریخی نواحی روستایی به عنوان کالایی فرهنگی گردشگری قابل عرضه‌اند همچنین برآورد مترکم و ظرفیت پذیری در نواحی روستایی در زمینه‌ی کشاورزی و دیگر بخش‌های اقتصادی قابلیت عرضه دیگر محصولات مورد نیاز گردشگران و بررسی امکانات اقامتی در نواحی روستایی و مراکز جمعیتی منطقه از جمله مواردی هستند که در برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای با راهبرد اقتصادی باید مورد توجه قرار گیرد (پاپلی یزدی، سقایی، ۱۳۸۵: ۲۰۷).

در این راستا روستاهای هدف گردشگری استان مازندران که در واقع تعیین و معرفی روستاهایی است که از ظرفیت گردشگری بالاتری برخوردار هستند و بخش قابل توجهی از عناصر مهم جذب گردشگری مانند: مناظر طبیعی، تنوع اقلیمی با آثار باستانی، آداب و سنن اجتماعی را در خود دارند زمینه‌های مناسب‌تری برای توسعه فعالیت‌های گردشگری برای آن‌ها فراهم می‌باشد.

ناحیه مورد مطالعه این تحقیق شامل پانزده روستا، در استان مازندران می‌باشد که در واقع توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان روستاهای هدف گردشگری مصوب شده‌اند. که شامل روستاهای: لاریج، فرح آباد، جواهرده، ورسک، آسیاب سر، کندلوس، لاجیم، آبگرم، برسه، یوش، کردکلا، آب اسک، گرماسر، هندوکلا و گل محله می‌باشد. این روستاها در غالب ۴۵۱۶ خانوار با ۱۴۷۰۳ نفر جمعیت هستند که در موقعیتهای جغرافیایی ساحلی، جلگه‌ای، کوهستانی و کوهستانی_ جنگلی در ارتفاع ۲۶- تا ۲۲۵۰ متر قرار گرفته‌اند. این روستاها بخاطر موقعیت جغرافیایی ویژه جاذبه‌های منحصر بفرد دریا، کوه و جنگل و در کنار یکدیگر از قابلیت‌ها، توان‌ها، پتانسیل‌ها و جاذبه‌های منحصر به فرد به خصوص در زمینه جاذبه‌های طبیعی در در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی قابل توجه است، هر ساله تعداد بسیار زیادی از گردشگران را با اهداف مختلف به خود جذب می‌کند.



نقشه ۱-موقعیت روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران

روش شناسی

این پژوهش سعی می‌کند که برای استفاده از فرصت‌ها برای توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران، روش‌ها و تکنیک‌های ارزشیابی مشارکتی را به عنوان محور اصلی روش پژوهشی خود قرار داده است. روش مورد استفاده در این پژوهش ارزیابی توسط کارشناسان خبره است. یکی از فنون مورد استفاده در مطالعات ارزیابی و ارزشیابی مشارکتی تحلیل SWOT^۱ می‌باشد. این تکنیک تحلیل بسیار مفیدی برای تحلیل موقعیت جاری یک سازمان یا گروه در زمینه کاربرد و توسعه نوآوری، اتخاذ تصمیمات، ارزیابی پیامدها و گزینه‌ها برای انتخاب می‌باشد و نه تنها چشم‌انداز کنونی بلکه فرصتها و تهدیدات آتی را نیز ملحوظ می‌دارد.

روش تحقیق در این پژوهش توصیفی تحلیلی با تاکید بر پیمایش میدانی و مصاحبه و تکمیل پرسشنامه باز می‌باشد. در واقع این پژوهش در پی پاسخ گویی به سؤالات زیر می‌باشد:

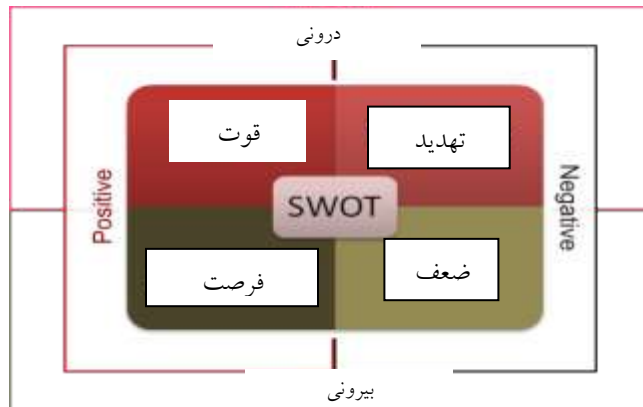
- ۱- مهم‌ترین نقاط قوت در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران در راستای توسعه گردشگری چه می‌باشد؟
- ۲- مهم‌ترین نقاط ضعف در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران در راستای توسعه گردشگری چه می‌باشد؟
- ۳- مهم‌ترین نقاط فرصت در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران در راستای توسعه گردشگری چه می‌باشد؟
- ۴- تهدیدهای موجود در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران چه می‌باشد؟

^۱) Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Analysis

برای پاسخ گویی به سؤالات بالا از مدل سوات که یکی از راهبردی‌ترین مدل‌های موجود در حوزه مدیریت استراتژیک می‌باشد، استفاده شده است. چنانچه در چهارچوب تدوین استراتژی‌ها و در مرحله شناسایی استراتژی‌های ممکن به مقایسه عوامل داخلی و خارجی می‌پردازند که یکی از رایج‌ترین روش‌ها برای انجام این مقایسه در واقع ماتریس سوات است (رضوانی، ۱۳۸۹: ۲۵۵). مهم‌ترین اجرای مدل سوات عبارتند از:

- نقاط قوت
- نقاط ضعف
- فرصت‌ها
- تهدیدات.

این عناصر در دو محیط داخلی و خارجی قابل بررسی هستند. استفاده از مدل سوات ابتدا در روش تحقیق توصیفی می‌باشد. مطالعه توصیفی شامل مجموعه روشهایی است که هدف آنها توصیف کردن شرایط پدیدیده‌های مورد بررسی است. اجرای مطالعه توصیفی می‌تواند برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرآیند تصمیم‌گیری باشد (باقرزاده، ۱۳۸۷: ۱۰). همچنین از مدل راهبردی SWOT برای نظم بخشیدن به بررسی موضوع و ارائه دیدگاهی منسجم و کاربردی، استفاده شده و در قسمت نتیجه‌گیری از ماتریس‌های استاندارد شده سه گانه (عوامل خارجی EFE عوامل داخلی IFE و ترکیبی IE جهت اندازه‌گیری ابعاد مختلف مدل سوات و نتیجه‌گیری استفاده شده است.



شکل ۱: ابعاد اصلی در مدل سوات

برای اجرایی کردن مدل ابتدا باید اطلاعات مورد نیاز بر اساس ۴ عنوان اصلی با استفاده از پرسشنامه باز یا مصاحبه جمع‌آوری شود اطلاعات جمع‌آوری شده توسط محقق طبقه بندی شده یعنی مشترکات در یکدیگر ترکیب شده و با تنظیم پرسشنامه نهایی برای وزن دهی در اختیار کارشناسان قرار می‌گیرد. میانگین وزنهای کارشناسان برای هر یک از موارد محاسبه در قالب مدل بروی نمودار قرار می‌گیرد تا استراتژی مورد نیاز بدست آید. استراتژی‌های این مدل می‌تواند استراتژی‌های تهاجمی، تنوع، بازنگری و یا تدافعی باشد (شکل ۶).



شکل ۲- استراتژی‌های مستخرج از مدل سوآت

یافته‌های تحقیق

بر اساس روش‌شناسی مطرح شده ابتدا ماتریس عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) تنظیم می‌شود. بر اساس یافته‌های میدانی و جمع‌آوری نظرات متخصصان در روستاهای مورد مطالعه تعیین روستاهای هدف گردشگری به عنوان مقاصدی با قابلیت بالاتر جهت برنامه‌ریزی و اجرای طرحهای توسعه به عنوان مهمترین فرصت برای توسعه گردشگری به شمار می‌آید (۰.۱). بر اساس نظرات کارشناسان وجود مشکلات زیست محیطی در مناطق دیگر در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری با ضریب ۰.۱۲ در رتبه دوم قرار دارد و گرایشی که بخش دولتی و خصوصی به توسعه گردشگری روستایی دارد با ضریب ۰.۱۱ در رتبه سوم قرار دارد. همچنین افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در روستاهای هدف با ضریب ۰.۰۹، نزدیکی و امکان برقراری ارتباط این روستاها با بزرگترین کانون گردشگری کشور که منظور همان استانهای تهران و کرج هستند و همچنین وجود راه‌های دسترسی متعدد از طریق محورهای شرقی، غربی و شمالی با امکان جذب مسافرانی که از این استان عبور می‌کنند با ضریب ۰.۰۸ در رتبه‌های بعدی فرصت قرار می‌گیرند (جدول ۱).

بر اساس اطلاعات جدول (۱) مجموعه امتیازهایی که کل فرصت‌های موجود در ارتباط با توسعه گردشگری از دید کارشناسان به خود اختصاص داده است برابر با ۰.۵۸ که در مجموع نمره محاسبه شده آن برابر با ۱.۵۹ می‌باشد.

جدول ۱- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (فرصت‌ها) (EFE)

ردیف	فرصت‌ها	ضریب	رتبه	نمره
۱	نزدیکی و امکان برقراری ارتباط با بزرگترین کانون گردشگری کشور (تهران و کرج)	۰.۰۸	۴	۰.۳۲
۲	تعدد راه‌های دسترسی از طریق محورهای شرقی، غربی و شمالی و امکان جذب مسافران عبوری	۰.۰۸	۳	۰.۲۴
۳	تعیین روستاهای هدف گردشگری به عنوان مقاصدی با قابلیت بالاتر جهت برنامه‌ریزی و اجرای طرحهای توسعه	۰.۱	۴	۰.۴
۴	وجود نگرش نسبت به توسعه گردشگری روستایی توسط بخش دولتی و خصوصی	۰.۱۱	۳	۰.۳۳
۵	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این روستاها	۰.۰۹	۲	۰.۱۸
۶	وجود مشکلات زیست محیطی در مناطق دیگر در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری	۰.۱۲	۱	۰.۱۲
	جمع	۰.۵۸		۱.۵۹

منبع: یافته‌های تحقیق

یکی از مراحل مورد نیاز برای مدل SWOT تنظیم ماتریس عوامل خارجی تهدید کننده بر فرآیند توسعه گردشگری می‌باشد. در واقع در فرآیند توسعه گردشگری در فضاهای روستایی چالش‌هایی وجود دارند که در برابر توسعه قرار می‌گیرند و حرکتان را کند می‌کنند. بر اساس اطلاعات مسولین و متخصصان در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران ۱۰ عامل تهدید کننده بر سر راه فرآیند توسعه قرار دارد که بر اساس اهمیت می‌توان به کم‌رنگ شدن فرهنگ سنتی و محلی (همچون زبان، رسوم محلی، معماری و...) با افزایش گردشگران اشاره کرد که به همراه عوامل زیر یعنی: افزایش امکانات و خدمات در شهرهای ساحلی به عنوان مناطق تفریحی رقیب که سبب جذب بیشتر گردشگران می‌شوند، عدم توجه و پایبندی برخی از گردشگران به اصول اخلاقی و برهم زدن نظم و انضباط اجتماعی، بی‌توجهی به مرمت و بازسازی بناهای تاریخی توسط مسئولین که موجب نابودی و تخریب این بناهای با ارزش به عنوان جاذبه‌های گردشگری در روستاهای مورد نظر شده است و در نهایت ضعف پژوهش در راستای انتخاب الگوی مناسب برای توسعه گردشگری روستاهای هدف با ضریب ۰.۰۵ در رتبه اول قرار دارند. وجود شاخص‌ها و معیارهای صحیح جهت انتخاب روستاهایی که از پتانسیل بالاتری جهت توسعه گردشگری برخوردارند و معرفی آنها به عنوان مقاصد برتر دارای اهمیت بالایی است. در این راستا عدم وجود شاخص‌ها و معیارهای دقیق و مناسب جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری به همراه عامل زیاد گردشگران ورودی به استان مازندران و عدم توجه به ظرفیت تحمل فیزیکی، اجتماعی و... که بسیار قابل توجه می‌باشد به عنوان یک تهدید به شمار می‌آید بطوری که از دید پاسخ‌گویان این عامل با امتیاز (۰.۰۴) در رتبه سوم قرار دارند. از مهمترین عوامل تأثیر گذاری که برای توسعه گردشگری در روستاهای هدف تهدید به شمار می‌آید عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری روستاها، نبود آموزش کافی توسط دولت جهت آگاهی رساندن به ساکنین محلی و هدایت آنها برای اقدام به جهت رشد و توسعه گردشگری توسط دولت جهت آگاهی رساندن به ساکنین محلی و هدایت آنها برای اقدام به جهت رشد و توسعه گردشگری و عدم تخصیص بودجه‌ی لازم جهت ساماندهی بناهای تاریخی و محیط اطراف آنها، که از دید جامعه مورد نظر با امتیاز ۰.۰۳ در رتبه سوم قرار دارند (جدول ۲).

بر اساس اطلاعات جدول (۲) مجموعه امتیازهایی که کل تهدیدهای موجود در ارتباط با توسعه گردشگری از دید کارشناسان به خود اختصاص داده است برابر با ۰.۴۲ که در مجموع نمره محاسبه شده آن برابر با ۱.۰۶ می‌باشد.

جدول ۲- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (تهدیدها) (EFE)

ردیف	تهدیدها	ضریب	رتبه	نمره
۱	کم‌رنگ شدن فرهنگ سنتی و محلی (همچون زبان، رسوم محلی، معماری و...) با افزایش گردشگران	۰.۰۵	۲	۰.۱
۲	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری روستاها	۰.۰۳	۲	۰.۰۶
۳	نبود آموزش کافی توسط دولت جهت آگاهی رساندن به ساکنین محلی و هدایت آنها برای اقدام به جهت رشد و توسعه گردشگری	۰.۰۳	۲	۰.۰۶
۴	افزایش امکانات و خدمات در شهرهای ساحلی (مناطق تفریحی رقیب)	۰.۰۵	۴	۰.۲
۵	حجم زیاد گردشگران ورودی به منطقه و عدم توجه به ظرفیت تحمل فیزیکی، اجتماعی و...	۰.۰۴	۳	۰.۱۲
۶	عدم توجه و پایبندی برخی از گردشگران به اصول اخلاقی و برهم زدن نظم و انضباط اجتماعی	۰.۰۵	۲	۰.۱
۷	عدم تخصیص بودجه‌ی لازم جهت ساماندهی بناهای تاریخی و محیط اطراف آنها	۰.۰۳	۲	۰.۰۶
۸	بی‌توجهی به مرمت و بازسازی بناهای تاریخی توسط مسئولین	۰.۰۵	۲	۰.۱
۹	ضعف پژوهش در راستای انتخاب الگوی مناسب برای توسعه گردشگری روستاهای هدف	۰.۰۵	۲	۰.۱
۱۰	عدم وجود شاخص‌ها و معیارهای دقیق و مناسب جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری	۰.۰۴	۴	۰.۱۶
	جمع	۰.۴۲		۱.۰۶
	جمع فرصتها و تهدیدها			۲.۶۵

بعد از این که عوامل مثبت و منفی بیرونی به تفکیک مورد بررسی قرار گرفت برای کامل کردن مدل سوات، تحلیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی یعنی نقاط قوت و ضعف هم مورد بررسی قرار می‌گیرد در این راستا بر اساس یافته‌های میدانی و خروجی پرسشنامه تکمیل شده توسط کارشناسان و متخصصان گردشگری در منطقه با وجود جاذبه‌های گردشگری شاخص (دریا، جنگل، ابشارهای زیبا، آب‌های گرم و سرد معدنی، رودخانه، چشم‌اندازهای کوهستانی با دره‌ها و مراتع سرسبز و باغات و... می‌تواند موجب شود که این روستاها را به عنوان مقاصد خاص گردشگری معرفی کند، اقلیم مناسب این منطقه، تنوع زیاد گونه‌های گیاهی و جانوری، وجود آداب و رسوم و آثار تاریخی و فرهنگی ثبت شده، وجود خانه‌ها و روستاهای قدیمی از جمله یوش، زادگاه شاعر معروف نیما یوشیج، وجود صنایع دستی قابل احیا و بهره برداری اقتصادی از آن، استقبال گردشگران از محصولات روستا، وجود امکانات و خدمات زیربنایی و اولیه، پایین بودن سطح جرم، امنیت و فضای مناسب اجتماعی، موافقت مسئولین روستا با توسعه گردشگری و مشارکت مردم، در نهایت دسترسی به محورهای اصلی گردشگر فرست به استان در روستاها به عنوان مهمترین قوت‌های موجود در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران در راستای توسعه گردشگری به شمار می‌آید (جدول ۳). بر اساس اطلاعات جدول (۳) مجموعه امتیازهایی که کل تهدیدهای موجود در ارتباط با توسعه گردشگری از دید کارشناسان به خود اختصاص داده است برابر با ۰.۶ که در مجموع نمره محاسبه شده آن برابر با ۱.۷۹ می‌باشد.

جدول ۳- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (قوت‌ها)

ردیف	قوت‌ها	ضریب	رتبه	نمره
۱	وجود جاذبه‌های گردشگری شاخص (دریا، جنگل، ابشارهای زیبا، آب‌های گرم و سرد معدنی، رودخانه، چشم‌اندازهای کوهستانی با دره‌ها و مراتع سرسبز و باغات ...)	۰.۰۵	۴	۰.۲
۲	اقلیم مناسب منطقه	۰.۰۶	۲	۰.۱۲
۳	تنوع زیاد گونه‌های گیاهی و جانوری	۰.۰۳	۲	۰.۰۶
۴	وجود آداب و رسوم و آثار تاریخی و فرهنگی ثبت شده	۰.۰۵	۳	۰.۱۵
۵	پایین بودن سطح جرم، امنیت و فضای مناسب اجتماعی	۰.۰۶	۳	۰.۱۸
۶	وجود صنایع دستی قابل احیا و بهره برداری اقتصادی از آن	۰.۰۵	۲	۰.۱
۷	استقبال گردشگران از محصولات روستا	۰.۰۶	۲	۰.۱۲
۸	وجود خانه‌ها و روستاهای قدیمی از جمله یوش زادگاه شاعر معروف نیما یوشیج	۰.۰۵	۳	۰.۱۵
۹	وجود امکانات و خدمات زیربنایی و اولیه	۰.۰۶	۴	۰.۲۴
۱۰	موافقت مسئولین روستا با توسعه گردشگری و مشارکت مردم	۰.۰۷	۳	۰.۲۱
۱۱	دسترسی به محورهای اصلی گردشگر فرست به استان	۰.۰۶	۴	۰.۲۴
	جمع	۰.۶		۱.۷۷

منبع: یافته‌های تحقیق

بررسی‌های بعدی در ارتباط با توسعه گردشگری روستاهای هدف فهرست کردن نقاط ضعف آنها می‌باشد بر اساس دیدگاه کارشناسان، ضعف زیر ساختهای مرتبط با فعالیت‌های گردشگری (کمبود امکانات حمل و نقل عمومی، نامناسب بودن مسیرهای دسترسی، ضعف علایم و تابلوهای راهنما، عدم وجود سیستم جمع‌آوری زباله و فاضلاب، مشکلات اطلاع رسانی و تبلیغات، فاصله زیاد برخی از روستاها با مراکز جمعیتی و در انزوا بودن آنها، با ضریب ۰.۰۵ به عنوان بزرگترین نقطه ضعف به شمار می‌روند همچنین در رتبه‌های بعدی فقدان هتل و اقامتگاههای مناسب، کمبود امکانات و فضاهای تفریحی و گردشگری، فقدان برنامه‌های آموزشی برای گردشگران و جامعه میزبان، عدم

وجود یک سازمان یا مسؤل رسیدگی به مراکز تفریحی - گردشگری جهت برنامه‌ریزی و مدیریت در توسعه گردشگری، سطح پایین سواد و دانش مدیران مجتمع‌های تفریحی و گردشگری اداره آنها با شیوه کاملاً سنتی و بدون برنامه با ضریب ۰.۰۳ قرار دارند. از نقاط ضعف دیگر در ارتباط با توسعه فعالیت‌های گردشگری، عرض کم معابر داخل بافت و مشکل تردد و ایمنی پایین، نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی، تغییر کاربری نادرست اراضی و در نهایت نبود اژانس‌های مسافرتی و راهنمایان تورهای مسافرتی و گردشگری با ضریب ۰.۰۲ است (جدول ۴).

بر اساس اطلاعات جدول (۴) مجموعه امتیازهایی که کل ضعفها موجود در ارتباط با توسعه گردشگری از دید کارشناسان به خود اختصاص داده است برابر با ۰.۴ که در مجموع نمره محاسبه شده آن برابر با ۱.۰۳ می‌باشد

جدول ۴- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (ضعف‌ها) (IFE)

ردیف	ضعف‌ها	ضریب	رتبه	نمره
۱	ضعف زیر ساختهای مرتبط با فعالیت‌های گردشگری (کمبود امکانات حمل و نقل عمومی، نامناسب بودن مسیرهای دسترسی، ضعف علایم و تابلوهای راهنما)	۰.۰۵	۴	۰.۲
۲	عرض کم معابر داخل بافت و مشکل تردد و ایمنی پایین.	۰.۰۲	۳	۰.۰۶
۳	فقدان هتل و اقامتگاههای مناسب، کمبود امکانات و فضاهای تفریحی و گردشگری	۰.۰۳	۴	۰.۱۲
۴	عدم وجود سیستم جمع‌آوری زباله و فاضلاب	۰.۰۵	۲	۰.۱
۵	نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	۰.۰۲	۳	۰.۰۶
۶	مشکلات اطلاع رسانی و تبلیغات	۰.۰۵	۲	۰.۱
۷	فقدان برنامه‌های آموزشی برای گردشگران و جامعه میزبان	۰.۰۳	۲	۰.۰۶
۸	فاصله زیاد برخی از روستاها با مراکز جمعیتی و در انزوا بودن آنها	۰.۰۵	۲	۰.۱
۹	عدم وجود یک سازمان یا مسؤل رسیدگی به مراکز تفریحی - گردشگری جهت برنامه‌ریزی و مدیریت در توسعه گردشگری	۰.۰۳	۳	۰.۰۹
۱۰	تغییر کاربری نادرست اراضی	۰.۰۲	۲	۰.۰۴
۱۱	نبود اژانس‌های مسافرتی و راهنمایان تورهای مسافرتی و گردشگری	۰.۰۲	۲	۰.۰۴
۱۲	سطح پایین سواد و دانش مدیران مجتمع‌های تفریحی و گردشگری اداره آنها با شیوه کاملاً سنتی و بدون برنامه	۰.۰۳	۲	۰.۰۶
جمع		۰.۴		۱.۰۳
جمع قوتها و ضعفها		۱		۲.۸

منبع: یافته‌های تحقیق

تدوین و استخراج استراتژی‌های متناسب با هر منطقه مستلزم شناخت جنبه‌های ضعف و قوت هر منطقه جغرافیایی می‌باشد بر این اساس اصول پایه‌ای در تدوین و اتخاذ راهبردها و سیاست‌ها در راستای توسعه گردشگری روستایی با دیدگاه‌های توسعه‌ای باید مبتنی بر نظرات کارشناسی باشد. استخراج استراتژی‌های چهارگانه بر اساس ماتریس مقایسه‌ای SWOT برای آینده گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران در جدول (۵) آمده است.

جدول ۵- تدوین استراتژی‌ها بر اساس نظرات کارشناسان

نقاط ضعف	قوت‌ها	عوامل داخلی و خارجی تأثیر گذار بر توسعه
ضعف زیر ساختهای مرتبط با فعالیت‌های گردشگری (کمبود امکانات حمل و نقل عمومی، نامناسب بودن مسیرهای دسترسی، ضعف علایم و تابلوهای راهنما)	وجود جاذبه‌های گردشگری شاخص (دریا، جنگل، ایشارهای زیبا و انبهای گرم و سرد معدنی، رودخانه، چشم اندازهای کوهستانی با دره‌ها و مراتع سرسبز و باغات...)	گردشگری روستاهای هدف
عرض کم معابر داخل بافت و مشکل تردد و ایمنی پایین.	اقليم مناسب منطقه	
فقدان هتل و اقامتگاههای مناسب، کمبود امکانات و فضاهای تفریحی و گردشگری	تنوع زیاد گونه‌های گیاهی و جانوری	
عدم وجود سیستم جمع‌آوری زباله و فاضلاب	وجود ادب و رسوم و آثار تاریخی و فرهنگی ثبت شده	
نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	پایین بودن سطح جرم، امنیت و فضای مناسب اجتماعی	
	وجود صنایع دستی قابل احیا و بهره برداری اقتصادی از	

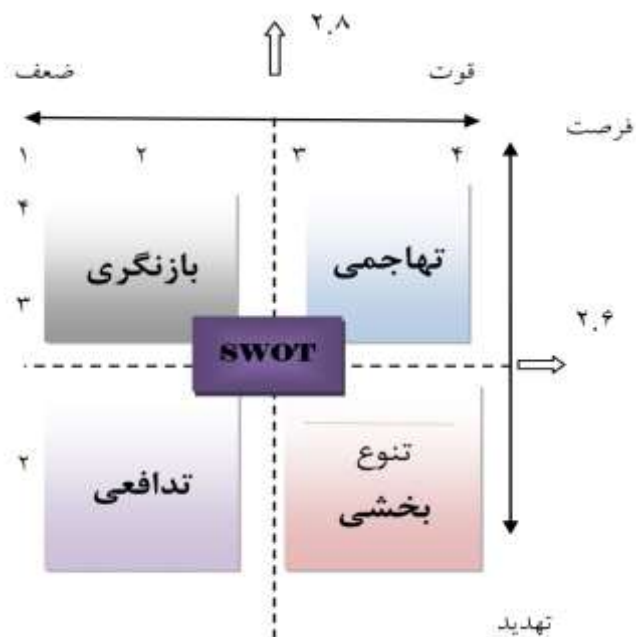
<p>مشکلات اطلاع رسانی و تبلیغات</p> <p>فقدان برنامه‌های آموزشی برای گردشگران و جامعه میزبان</p> <p>فاصله زیاد برخی از روستاها با مراکز جمعیتی و در انزوا بودن آنها</p> <p>عدم وجود یک سازمان یا مسئول رسیدگی به مراکز تفریحی - گردشگری جهت برنامه‌ریزی و مدیریت در توسعه گردشگری</p> <p>تغییر کاربری نادرست اراضی</p> <p>نبودن آژانس‌های مسافرتی و راهنمایان تورهای مسافرتی و گردشگری</p> <p>سطح پایین سواد و دانش مدیران مجتمع‌های تفریحی و گردشگری</p> <p>اداره آنها با شیوه کاملاً سنتی و بدون برنامه</p>	<p>آن</p> <p>استقبال گردشگران از محصولات روستا</p> <p>وجود خانه‌ها و روستاهای قدیمی از جمله یوش زادگاه شاعر معروف نیما یوشیج</p> <p>وجود امکانات و خدمات زیربنایی و اولیه</p> <p>موافقت مسئولین روستا با توسعه گردشگری و مشارکت مردم</p> <p>دسترسی به محورهای اصلی گردشگر فرست به استان</p>	<p>استراتژی‌های بازنگری (WO)</p> <p>بازنگری در نحوه برنامه‌ریزی‌های دولت و بخش خصوصی.</p> <p>- بازنگری در نحوه برنامه‌ریزی‌های دولت جهت توسعه و تجهیز زیرساختها و تسهیلات مختلف گردشگری در سطح روستاهای هدف.</p> <p>- طرح‌ریزی برنامه‌های جامع و راهبردی توسعه گردشگری روستاهای هدف در سطح ملی و منطقه‌ای.</p> <p>- مدیریت کارآمد و متخصص جهت ارائه برنامه‌های سازگار با محیط روستایی و پیگیری مستمر جهت رفع موانع و مشکلات در توسعه گردشگری روستایی در سطح ملی و منطقه‌ای.</p> <p>- تدوین برنامه‌های مدون و جامع با نظارت نهادهای زیربند در جلوگیری از ساخت و سازهای غیر اصولی و مغایر با بافت روستایی، جلوگیری از تغییر کاربری اراضی، تجاوز به مراتع و جنگلها و حریم رودخانه‌ها و دریا.</p> <p>- انجام پروژه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی در جهت استراتژی و چارچوب مناسب جهت برنامه‌های توسعه گردشگری روستاهای هدف.</p> <p>- اجرای پروژه‌های گردشگری روستایی، کوهستانی، زیست محیطی، بوم گردی و ماجراجویی با توجه به موقعیت جغرافیایی خاص روستاهای هدف با وجود دریا، جنگل، کوه و... و جذب سرمایه گذاران خصوصی و دولتی و در نهایت جذب گردشگر و توسعه گردشگری روستاهای مورد نظر.</p> <p>- بازنگری در نحوه توزیع خدمات و امکانات در منطقه برای جذب گردشگران.</p> <p>- بازنگری در نحوه اطلاع رسانی.</p>
<p>فرصت‌ها</p> <p>نزدیکی و امکان برقراری ارتباط با بزرگترین کانون گردشگر فرست کشور (تهران و کرج)</p> <p>تعدد راه‌های دسترسی از طریق محورهای شرقی، غربی و شمالی و امکان جذب مسافران عبوری</p> <p>تعیین روستاهای هدف گردشگری به عنوان مقاصد با قابلیت بالاتر جهت برنامه‌ریزی و اجرای طرحهای توسعه</p> <p>وجود گرایش نسبت به توسعه گردشگری روستایی توسط بخش دولتی و خصوصی</p> <p>افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این روستاها</p>	<p>استراتژی‌های تهاجمی (SO)</p> <p>- افزایش انگیزه مسافرت مخصوصاً در طبقه شهرنشین، همچنین افزایش جاذبه‌ها و محصولات گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنین روستاهای هدف.</p> <p>- شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری روستاهای هدف از جمله (وجود چشم اندازهای بدیع و مناطق بکر، باغات و مزارع، غارها، چشمه‌ها و آبشارها و دیگر جاذبه‌های کمیاب و منحصر بفرد) جهت رقابت با سایر مناطق گردشگری استان.</p> <p>- ایجاد هماهنگی در بین ادارات و نهادهای خصوصی و دولتی جهت یکپارچه سازی گردشگری پایدار در سطح روستاهای هدف استان و کل منطقه.</p> <p>- حمایت و تشویق بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری روستایی</p>	<p>استراتژی‌های تدافعی (WT)</p> <p>- برگزاری نشست‌ها، مجالس و سمینارها برای توسعه سرمایه گذاری در گردشگری روستاهای هدف توسط سازمان میراث فرهنگی با همکاری سایر دستگاه‌ها و مسولان مرتبط.</p> <p>- ایجاد آژانس‌های گردشگری ارزان قیمت در سطح استان و حتی کشور.</p> <p>- ایجاد فضاهای استراحت گاهی و امکانات تفریحی در کنار سایر جاذبه‌ها با هدف رونق گردشگری.</p> <p>- دادن امتیاز خاص به سرمایه گذاران در زمینه گردشگری.</p> <p>- تجهیز مسیرهای گردشگری منتهی به روستاهای هدف جهت رفاه گردشگران.</p> <p>- نصب علائم و تابلوهای راهنما در مسیرهای گردشگری.</p> <p>- توزیع نقشه، دفترچه و کتابچه راهنما در بین گردشگران.</p> <p>- آموزش و اطلاع رسانی به روستاییان.</p> <p>- آموزش و اطلاع رسانی به گردشگران در زمینه اداب و رسوم</p>
<p>نقاط تهدید</p> <p>وجود مشکلات زیست محیطی در مناطق دیگر</p> <p>در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری</p> <p>کمرنگ شدن فرهنگ سنتی و محلی (همچون زبان، رسوم محلی، معماری و...) با افزایش گردشگران</p> <p>عدم ارائه‌ی مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه‌ی خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری روستاها</p> <p>نبود آموزش کافی توسط دولت جهت آگاهی رسانی به ساکنین محلی و هدایت آنها برای اقدام به جهت رشد و توسعه‌ی گردشگری</p> <p>افزایش امکانات و خدمات در شهرهای ساحلی (مناطق تفریحی رقیب)</p>	<p>استراتژی‌های تنوع بخشی (ST)</p> <p>- ارائه محصولات متنوع گردشگری جهت کسب رضایت گردشگران.</p> <p>- تنوع بخشی در اماکن تفریحی از طریق ایجاد نمایشگاه‌های مختلف و برپایی اردوهای دانش آموزی و دانشجویی در روستاهای هدف.</p> <p>- تنوع بخشی در برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی روستاهای هدف و جاذبه‌های گردشگری آنها با ایجاد سایت گردشگری مشخص و به روز جهت ارائه اطلاعات لازم در زمینه گردشگری.</p>	<p>نقاط تهدید</p> <p>وجود مشکلات زیست محیطی در مناطق دیگر</p> <p>در راستای توسعه فعالیت‌های گردشگری</p> <p>کمرنگ شدن فرهنگ سنتی و محلی (همچون زبان، رسوم محلی، معماری و...) با افزایش گردشگران</p> <p>عدم ارائه‌ی مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه‌ی خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری روستاها</p> <p>نبود آموزش کافی توسط دولت جهت آگاهی رسانی به ساکنین محلی و هدایت آنها برای اقدام به جهت رشد و توسعه‌ی گردشگری</p> <p>افزایش امکانات و خدمات در شهرهای ساحلی (مناطق تفریحی رقیب)</p>

حجم زیاد گردشگران ورودی به منطقه و عدم توجه به ظرفیت تحمل فیزیکی، اجتماعی و...
 عدم توجه و پابندی برخی از گردشگران به اصول اخلاقی و برهم زدن نظم و انضباط اجتماعی
 عدم تخصیص بودجه‌ی لازم جهت ساماندهی بناهای تاریخی و محیط اطراف آنها
 بی توجهی به مرمت و بازسازی بناهای تاریخی توسط مسئولین
 ضعف پژوهش در راستای انتخاب الگوی مناسب برای توسعه گردشگری روستاهای هدف
 عدم وجود شاخص‌ها و معیارهای دقیق و مناسب جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری

مردم منطقه.
 - تشویق مردم به مشارکت در امر توسعه صنعت گردشگری و سرمایه گذاری در گردشگری برای کسب درآمد.
 - راهکارهایی عملیاتی در راستای جلوگیری از ابتلای این روستاها به مشکلاتی که سایر مناطق با آن مواجه گردیده‌اند از جمله مسائل زیست محیطی و اجتماعی در شهرهای ساحلی دریای خزر.
 - مشارکت دادن جامعه میزبان در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌ها و دادن وام‌های کم بهره به آنها جهت مشارکت و سرمایه گذاری در بخش گردشگری.
 - بهینه سازی و توسعه جاده‌های روستاهای هدف و نصب علائم راهنمایی و رانندگی، چراغ‌های روشنایی در مسیرهای جاده‌ها.
 - حمایت از تولید کنندگان صنایع دستی و سایر محصولات روستایی، تشویق و ترغیب آنها جهت

در نهایت بر اساس جمع‌بندی نظرات کارشناسان و وارد شدن آن‌ها در مدل سوات، استراتژی منتخب از دید کارشناسان، استراتژی تهاجمی می‌باشد که بر موارد زیر استوار است:

- افزایش انگیزه مسافرت مخصوصاً در طبقه شهرنشین، همچنین افزایش بهره وری از جاذبه‌ها و محصولات گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و در آمد برای ساکنین روستاهای هدف.
- شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری روستاهای هدف از جمله (وجود چشم اندازهای بدیع و مناطق بکر، باغات و مزارع، غارها، چشمه‌ها و ابشارها و دیگر جاذبه‌های کمیاب و منحصر بفرد) جهت رقابت با سایر مناطق گردشگری استان.
- ایجاد هماهنگی در بین ادارات و نهادهای خصوصی و دولتی جهت یکپارچه سازی گردشگری پایدار در سطح روستاهای هدف استان و کل منطقه.
- حمایت و تشویق بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری روستایی.



شکل ۷: نتیجه نهایی مدل سوات و ارائه استراتژی مناسب

نتیجه‌گیری

با توجه به منابع نظری تحقیق و مطالعات میدانی به عمل آمده، به منظور ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری روستاهای هدف، به وسیله تکنیک SWOT، ظرفیت‌ها و محدودیتهای توریستی در روستاهای مطالعه شده مشخص و پاسخهای عملی و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری آنها ارائه شد. با این توصیف بررسی نتایج جنبه‌های کمی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها نشان می‌دهد که:

الف: در بین نقاط قوت در روستاهای مطالعه شده عوامل محیطی، مانند وجود جاذبه‌های طبیعی شاخص مانند دریا، جنگل، ابشارهای زیبا، آب‌های گرم و سرد معدنی، رودخانه، چشم اندازهای کوهستانی با دره‌ها و مراتع سرسبز و باغات و وجود امکانات و خدمات زیربنایی به عنوان مهمترین مزیت این روستاها جهت توسعه گردشگری به حساب می‌آید که به منظور استفاده بهینه از این عوامل بر افزایش جاذبه‌ها و محصولات گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و در آمد برای ساکنین روستاهای هدف تاکید می‌شود.

ب: همچنین با توجه به نتایج به دست آمده، در بین نقاط ضعف نامناسب بودن امکانات و تجهیزات اقامتی، پذیرایی، رفاهی و خدماتی و حمل و نقل در الویت بوده که در این زمینه با مشارکت مردم محلی و بخشهای دولتی و خصوصی با تخصیص اعتبارات و جذب سرمایه می‌توان زیرساختهای مورد نیاز را ایجاد کرده و ارتقا داد.

ج: علاوه بر این از بین فرصتهای بیرونی، مؤلفه نزدیکی و امکان برقراری ارتباط با بزرگترین کانون گردشگر فرست کشور (تهران و کرج) تعدد راه‌های دسترسی از طریق محورهای شرقی، غربی و شمالی و امکان جذب مسافران عبوری است که با توجه به راهکارهای ارائه شده می‌توان حداکثر استفاده از این موارد را در جهت توسعه گردشگری روستاهای هدف به عمل آورد.

د: از بین تهدیدهای خارجی نیز افزایش امکانات و خدمات در شهرهای ساحلی به عنوان مناطق تفریحی رقیب و عدم وجود شاخص‌ها و معیارهای دقیق و مناسب جهت انتخاب روستاهای هدف گردشگری به عنوان مهمترین تهدید خارجی قلمداد می‌شود که به منظور کاهش این آثار راهکارهای تدافعی ارائه شده است.

با توجه به مطالب گفته شده در مجموع نقاط قوت و فرصتهای زیادی برای توسعه فعالیت‌های گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان مازندران وجود دارد که برای توسعه فعالیت‌های گردشگری در این روستاها نیازمند: تعیین و توسعه راهکارهای عملیاتی، توسعه مشارکت محلی، آموزش و اطلاع رسانی، تدوین قوانین صریح و محکم، ارائه برنامه‌های تبلیغاتی و بازاریابی و برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح است.

منابع

- پاپلی یزدی، محمد حسین، مهدی سقایی، (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
دیوید ای، فنل، (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر طبیعت گردی، مترجم دکتر جعفر اولادی قادی‌کلایی، دانشگاه مازندران، بابل‌سر.
رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۹)، برنامه‌ریزی استراتژیک کاربردی، تهران، مهربان نشر، چاپ اول.
شاربلی، ریچارد (۱۳۸۰)، گردشگری روستایی، ترجمه رحمت الله منشی زاده و فاطمه نصیری، انتشارات منشی، تهران.
ضرغام، بروجنی، حمید، (۱۳۸۹)، برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی (رویکردی همپیوند و پایدار)، تهران، مهکامه، چاپ اول.

محمدی، حسین، مریم و داریوش حیاتی، (۱۳۹۱) «توسعه توریسم روستایی رویکردی نوین در جهت توسعه پایدار روستایی» همایش ملی توسعه روستایی.

Gartner William C (1996) Tourism Development Van Norstrand Reinhold.

Grefe, X, Rural tourism a lever for economic and social development, clevedon, channel view publication, P.23.

Lanea, B, "what is rural tourism?" InB. Bram well and B, lane [Eds], rural tourism and sustaninabale rural development clevedon. Channerl view publication.

Reinholde TK,Diara A:The role of the teurism in development planning:Department of business Management,2000.

Sharply Richard(2002) Rural tourism and the challenge of tourism diversification Tourism management.Vol 23.