

ارزیابی شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در نواحی روستایی استان گلستان

مهدی سقایی^۱، زهره جوانبخت قهفرخی^۲ و محدثه عیدی^۳

تاریخ وصول: ۱۳۹۵/۱/۱۵، تاریخ تایید: ۱۳۹۵/۲/۱۵

چکیده

گردشگری اجتماع محور به‌عنوان یکی از گونه‌های گردشگری پساوردی ناشی از ضرورت توجه به پایداری و توسعه اجتماع‌های محلی در فرایند گردشگری پذیرد در مقاصد روستایی شکل گرفته است. این گونه از گردشگری پایداری فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را مد نظر داشته و به وسیلهی اجتماع محلی، مدیریت و مالکیت شده و هدف از آن ضمن سودمندی گردشگری برای اجتماع محلی، قادر ساختن بازدیدکنندگان به افزایش دانش و آگاهی شان درباره اجتماع و روش‌های زندگی در آن است. از این رو، گردشگری اجتماع محور در توسعه جوامع محلی دارای قابلیت گردشگری به‌خصوص در نواحی روستایی می‌تواند کارکردی مناسب داشته باشد. با توجه به این ویژگی‌ها، گردشگری اجتماع محور می‌تواند در توسعه گردشگری در استان گلستان مفید واقع شود چرا که وجه غالب گردشگری در استان گلستان مبتنی بر الگوی فضایی گردشگری روستایی می‌باشد. بدین منظور در این مقاله با استفاده از ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در استان گلستان مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق حدود ۸۰ کارشناس و متخصص گردشگری بوده که در قالب یک پرسشنامه محقق ساخت و تکنیک دلفی مورد پرسش قرار گرفتند. نتایج این تحقیق نشان‌دهنده یک استراتژی کلان محافظه کارانه (ثباتی) در رابطه با شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور بوده که تحلیل عاملی نتایج بررسی شاخص‌ها، اولویت شاخص‌های اقتصادی و بعد از آن مشارکت مردمی را در شکل‌گیری و توسعه گردشگری اجتماع محور در استان گلستان نشان می‌دهد.

کلیدواژگان: گردشگری پساوردی، گردشگری اجتماع محور، ارزیابی استراتژیک، جوامع محلی، استان گلستان.

۱. استادیار دانشکده علوم گردشگری، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان (نویسنده مسئول)، Mehdi.saghahi@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری جغرافیا - دانشگاه شهید بهشتی تهران

۳. کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی - موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی گرگان

مقدمه

پدیده گردشگری در طی گذار از مدرنیته متأخر و در میانه تحولات و دگرگونی‌های شیوه تولید از فوردیسم به پسافوردیسم، به شدت تاثیرپذیرفته و در پیوند با سرمایه‌داری سازمان نیافته اشکال مختلفی را در بازار تقاضا، عرضه نموده است. از این منظر گردشگری از حصار تنگ گردشگری کلاسیک و مقاصد ساحلی گذار نموده و فرایندی را در گردشگری پذیرد مقاصد دیگرگونه شکل داده است. این تحولات در گردشگری که بر بستر تحولات سرمایه‌داری سازمان نیافته و برآمدن شیوه تولید پسافوردیسم شکل گرفته، جریانی از گردشگری را در مقیاس جهانی به دنبال داشت که من از آن به تاسی از شیوه تولید پسافوردیسم با اصطلاح «گردشگری پسافوردی»^۱ یاد می‌کنم. گردشگری پسافوردی نیز به نوبه خود بستر شکل‌گیری الگوهای فضایی و گونه‌های مختلف گردشگری را مهیا نموده است. از جمله گونه‌های گردشگری که در الگو فضایی گردشگری روستایی شکل گرفته، گردشگری اجتماع محور^۲ است.

گردشگری اجتماع محور، توسعه‌ی گردشگری محلی در جوامع محلی است که با روش‌های نوآورانه و از طریق افراد و گروه‌ها، مالکان کسب و کارهای کوچک، کارآفرینان، انجمن‌های محلی و دولت انجام می‌گیرد. همگام با ساختار شکنی گردشگری انبوه^۳ و اهمیت یافتن مقاصد روستایی به‌عنوان الگوهای فضایی (سقایی و جوانبخت قهفرخی، ۱۳۹۱) گردشگری اجتماع محور نوعی گردشگری، که پایداری فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را مدنظر داشته است و به وسیله‌ی جامعه، مدیریت و مالکیت می‌شود و هدف از آن قادر ساختن بازدیدکنندگان به افزایش دانش و آگاهی‌شان درباره جامعه و روش‌های زندگی در آن است (سوانسری^۴، ۲۰۰۳: ۱۴). در گردشگری انبوه، جوامع محلی در کارهای سطح پایین و با درآمد ناچیزی به کار گماشته می‌شدند، اما در گردشگری جامعه محور توسعه گردشگری محلی به‌طور خلاقانه‌ای توسط افراد و گروه‌های مختلف جامعه‌ی میزبان، مالکان کسب و کارهای کوچک، مشوقان، انجمن‌های محلی و دولت‌ها انجام می‌پذیرد (هاتون^۵، ۱۹۹۹: ۵۱).

از دیدگاه آکادمیک، گردشگری اجتماع محور ابزاری جهت حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، توسعه‌ی جامعه از طریق توانمندسازی و در ارتباط نزدیک با اکوتوریسم بوده و بنابراین آگاهی، اکوتوریسم

1. Post- Fordism Tourism
2. Community based tourism
3. Mass Tourism
4. Suansri
5. Hotton

اجتماع محور نیز نام می‌گیرد (هریس و ووگل^۱، ۲۰۰۲: ۵). از آنجا که در گردشگری اجتماع محور مشارکت جایگاه اصلی داشته، توسعه کوچک مقیاس بوده و جوامع محلی نقطه‌ی کانونی در توسعه گردشگری محسوب می‌شوند و جامعه از دیدگاه جغرافیایی مورد توجه قرار می‌گیرد (المنصوری^۲، ۲۰۰۶: ۴۲). با این اوصاف مقیاس کارکردی این‌گونه از گردشگری در مقیاس محلی و به تبع آن نواحی روستایی از عملکرد بسیار بالایی برخوردار است. در واقع این نوع گردشگری نه تنها به ساکنین بومی نواحی روستایی فایده می‌رساند، بلکه باعث پایداری زیست‌محیطی با استفاده از محصولات بومی و تشویق فعالیت‌هایی مانند پیاده‌روی در یک ناحیه کوچک (خودباعث کاهش مصرف انرژی است) نیز هست می‌شود (پریس^۳، ۱۹۹۶: ۱۷۲-۱۷۳). هدف از این گردشگری، اکتشاف روابط مختلف بین گردشگری و جامعه‌های محلی بوده با تأکید بر چگونگی واکنش جامعه‌ها به گردشگری و برخی مفاهیم، برنامه‌ها و کارگزارانی که می‌توانند با به‌کارگیری گردشگری مشوق توسعه باشند (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱: ۲۳۵). این خود گردشگری اجتماع محور را به‌عنوان گونه‌ای مناسب از توسعه گردشگری در چارچوب الگوی فضایی گردشگری روستایی بدل می‌نماید.

آنچه در تفصیل گردشگری اجتماع محور به اختصار شرح داده شده ترسیمی از رویکردی است که می‌تواند در توسعه گردشگری در استان گلستان به‌کار آید. چرا که در این استان با توجه به تعداد بسیار زیاد نواحی روستایی دارای قابلیت در زمینه گردشگری که به‌عنوان روستاهای هدف گردشگری انتخاب شده‌اند^۴ (سقایی، ۱۳۹۲) و همچنین روستاهای دارای قابلیت اکوتوریستی (سقایی، ۱۳۹۳)، الگوی غالب فضایی، گردشگری روستایی می‌باشد و گردشگری اجتماع محور با توجه به مقیاس کارکردی محلی، فعالیت در غالب بنگاه‌های کوچک اقتصادی، مشارکت جوامع محلی و همچنین بسترسازی گردشگری بومی، می‌تواند در استان گلستان و بخصوص نواحی روستایی آن در زمینه توسعه گردشگری و سودمندی دوسویه میزبان/گردشگر بسیار مفید واقع شود. بدین‌منظور این مقاله حول شناخت معیارها و شاخص‌های شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور و ارزیابی آنها در استان گلستان به بررسی می‌پردازد تا با توجه به مقتضیات محلی با رویکرد مناسب اولویت‌های شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در این

1. Harris & Vogel
2. Al-masonry
3. Price

۴. بنابر آمار موجود در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گلستان تعداد روستاهای هدف گردشگری در این استان ۳۶ روستا می‌باشد.

استان مشخص گردد. چرا که استان گلستان با دارا بودن منابع طبیعی سرشار و پتانسیل‌های بالقوه گردشگری هنوز جایگاه واقعی خود را در این حیطه کسب ننموده است.

مبانی نظری

گرچه جامعه محلی در بسیاری از انواع گردشگری با اسامی گوناگون مانند گردشگری در مزرعه^۱، اکوتوریسم^۲، اقامت در منزل^۳، دیدار کوتاه‌مدت و گردشگری ماجراجویانه به نوعی مشارکت دارد، متأسفانه در اکثر مواقع این اسامی تنها به‌عنوان ابزاری برای بازاریابی استفاده شده (سوانسری، ۲۰۰۳: ۱۳) و تأکید چندانی بر نحوه مشارکت و توانمندسازی تمامی اقشار جوامع در توسعه گردشگری ندارند. به همین دلیل در کشورهای در حال توسعه مفهوم گردشگری اجتماع محور در ارتباط نزدیک با گردشگری با تأکید بر منافع فقرا^۴؛ به‌عنوان حداکثر کننده منافع، جهت کاهش فقر از طریق توسعه راهکارهای مناسب و با افزایش همکاری بین تمامی گروه‌های اصلی و جامعه محلی معرفی شده است (هریس و ووگل، ۲۰۰۲: ۶)؛ همانگونه که بیشتر بیان شد گردشگری اجتماع محور با اکوتوریسم رابطه تنگاتنگی دارد به گونه‌ای که در سال ۲۰۰۲ (سال بین‌المللی اکوتوریسم) رسماً برای اولین بار برای گردشگری اجتماع محور از اصطلاح CBET^۵ استفاده شد و با افزودن بعد مشارکت جوامع محلی برآمده از ادبیات گردشگری انگلستان، اصطلاح CBST^۶ نیز جهت اطلاق به گردشگری اجتماع محور به‌کار رفت. به گونه‌ای که گردشگری اجتماع محور، تعامل بین بازدیدکننده و میزبان از طریق یک مشارکت معنی‌دار برای هر دو که منافع اقتصادی و حفاظتی برای جامعه محلی و محیط دارد، تعریف گردید (انستیتو کوهستان^۷، ۲۰۰۰: ۱). گردشگری اجتماع محور در مشارکت واقعی ساکنان محلی می‌کوشد و آنها را تنها به‌عنوان یک نیروی کار ارزان قیمت و یا به‌عنوان بخشی از جاذبه‌های گردشگری (معمولاً در قالب نمایش‌های فرهنگی) مدنظر قرار نمی‌دهد (وود^۸، ۲۰۰۲: ۴۴). بلکه به دنبال مشارکت واقعی ساکنان محلی و سودمندی آنها از جریان گردشگری می‌باشد و به‌عنوان راه‌حل ممکن برای اثرات منفی

1. Farm Tourism

2. Eco Tourism

3. Home stay

نوعی گردشگری که با اقامت در خانواده بومیان به نوعی تشویق‌کننده تعامل میان گردشگر و میزبان است

4. Pro-Poor Tourism. نوعی از گردشگری است که در نتیجه فعالیت‌های مرتبط با آن سود خالص برای افراد فقیر افزایش می‌یابد.

5. (CBET): Community – based Eco- Tourism

6. (CBST): Community – based Sustainable Tourism

7. Mountain Institute

8. Wood

گردشگری انبوه در کشورهای در حال توسعه و در عین حال به‌عنوان یک استراتژی برای سازمان‌های محلی برای بهبود شرایط زندگی قد برافراشت. ایده‌ی مرکزی این نوع گردشگری یکپارچگی مدیریت از قبیل غذا و نوشیدنی و دیگر خدمات مکمل و مدیریت گردشگری است و همچنین به‌عنوان یک ویژگی اصلی دیگر (توسعه زیرساخت‌ها، بهداشت و سلامت، آموزش و پرورش، محیط) را شامل می‌شود. در نتیجه گردشگری اجتماع محور به شکل‌گیری یک فرایند پایداری در مقیاس محلی اقدام می‌نماید که توسط جامعه محلی شکل گرفته و روابط متقابل میان گردشگران و جامعه محلی را به‌عنوان یک عامل کلیدی در توسعه یک محصول گردشگری ارائه و تشویق می‌کند.

جدول ۱: تعاریف ارائه شده از گردشگری اجتماع محور

اندیشمندان	تعاریف
سوانسری، ۲۰۰۳	نوعی گردشگری که پایداری فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را مد نظر داشته، به وسیله جامعه مدیریت و مالکیت می‌شود و هدف از آن قادر ساختن بازدیدکنندگان به افزایش دلش و آگاهی‌شان درباره جامعه و روش‌های زندگی در آن است (سوانسری، ۲۰۰۳: ۱۴).
آنوچا ^۱ ۲۰۰۴	گردشگری اجتماع محور به گونه‌ای از گردشگری اشاره دارد که در آن مردم محلی کنترل اساسی روی توسعه دارند و بخش اصلی از منافع در جامعه باقی می‌ماند. این نوع گردشگری طیف گسترده‌ای از منابع را شامل می‌شود که مردم محلی قادرند آن را مدیریت کنند و مشخصاً شامل احترام و ارزش برای فرهنگ محلی، میراث فرهنگی و سنت‌ها می‌شود (آنوچا، ۲۰۰۴: ۱۶۳).
آرمسترانگ ^۲ و همکاران، ۲۰۰۵	گردشگری اجتماع محور در ارتباط نزدیکی با اکوتوریسم قرار داشته با این وجود، مفاهیم واقعی‌تری را نسبت به نوع و سطح مشارکت مردم محلی و همچنین هزینه‌های مربوطه ارائه می‌دهد و نسبت به اکوتوریسم، بیشتر؛ مردم محور، منبع محور و با مرکزیت بالاتر اجتماع می‌باشد.
رست ^۳	گردشگری اجتماع محور بر مالکیت، مدیریت و کنترل پروژه‌های گردشگری به وسیله مردم محلی تأکید می‌کند. مشارکت فعال جامعه محلی، مرکزیت گردشگری اجتماع محور است و همچنین به عنوان یک استراتژی توسعه که مبتنی بر منابع، نیازها و تصمیمات جامعه است به کار گرفته می‌شود.

تاریخچه گردشگری اجتماع محور بسیار اندک است طی چند دهه اخیر به‌خصوص از دهه ۱۹۹۰ میلادی می‌توان فرایند شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور را بازشناخت. با این وجود بنیان‌های اصلی شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور ریشه در خود گردشگری در کلیت خود دارد (تاسون^۴ و همکاران،

1. Anucha

2. Armstrong

3. (REST): Responsible Ecological Social Tours(REST)

4. Tosun

۲۰۰۳؛ ۴) که وجه تمایز آن با دیگر گونه‌های گردشگری آن است که تأمین خواسته‌ها و فرصت‌های مردم بومی در رسیدن به توسعه‌ای همه‌جانبه نقش به‌سزایی دارد (رابینسون^۱، ۱۹۹۸؛ ۳۷). در جدول شماره ۲ تاریخچه‌ای از اقدامات صورت گرفته در زمینه شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در نقاط مختلف جهان به اختصار مورد اشاره قرار گرفته است.

پیشینه تحقیق

در رابطه با پیشینه مطالعات گردشگری اجتماع محور، آن سری از مطالعات و تحقیق‌های با اهمیت و تأثیرگذار در زمینه این موضوع به صورت اجمالی در جدول شماره ۳ بیان شده است.

جدول ۲: خلاصه‌ای از تاریخچه گردشگری اجتماع محور

نام پروژه	سال اجرا	مکان اجرا	نتایج
جامعه محلی کوچک بوشمن	۱۹۹۴	بستونا	ایجاد درآمد بر اساس مهارت‌های موجود؛ اشتغال برای زنان و مردان حفظ فرهنگ
جزیره چیرا	دهه ۱۹۹۰	کاستاریکا	جایگاه‌های شغلی موجود را تقویت کرد؛ بسط و توسعه یافت توسعه کسب و کارها
شن‌های شرقی امید	۱۹۹۰-۲۰۰۲	عمان	افزایش کسب و کار برای صنعتگران محلی؛ بهبود زیرساخت و بسط گردشگری، کمک به محافظت از فرهنگ
گردشگری جامعه محور در آلبرتا	۱۹۸۷	کانادا	توسعه و اجرای برنامه توسعه گردشگری که جوامع محلی خودشان براساس نیازها و امکاناتشان طراحی کرده بودند
گردشگری اجتماع محور	۲۰۰۱	نپال	حفظ محیط و ارزش‌های فرهنگی
دریاچه لانگ	۲۰۰۵	چین	بروز اثرات منفی توسعه گردشگری

1. Robinson

جدول ۳: پیشینه تحقیق

نویسندگان	موضوع پژوهش	نتیجه‌گیری
مورفی (۱۹۸۵)	«گردشگری: رویکردی اجتماع محور»	یکی از اجزای اصلی رویکرد اجتماع محور را رفع نیازهای محلی از طریق رفع نیازهای گردشگران در نظر می‌گیرد و این رویکرد را در برنامه‌ریزی گردشگری، به مثابه برنامه‌ریزی از "پایین به بالا" می‌داند، که به توسعه در درون اجتماع تاکید دارد تا توسعه اجتماع از بیرون به درون.
جعفری (۲۰۰۰)	دانشنامه گردشگری ^۱	گردشگری اجتماع محور با بعضی از اشکال گردشگری بومی ارتباط دارد. گردشگری بومی به فعالیت گردشگری که مردم بومی بطور مستقیم در زمینه توسعه و کنترل آن مشارکت دارند، اشاره دارد و در این نوع گردشگری فرهنگ بومی به‌عنوان جاذبه اصلی به گردشگران عرضه می‌شود.
تفلر (۲۰۰۸)	گردشگری و توسعه در کشورهای در حال توسعه	عناصری مانند: ۱. مکان جغرافیایی (میراث طبیعی) ۲. آداب و رسوم جامعه بومی (میراث فرهنگی) ۳. آثار تاریخی ۴. صنایع دستی قابل عرضه به گردشگران، بستر توسعه گردشگری اجتماع محور را تشکیل می‌دهند.
سوانسری (۲۰۰۳)	کتابنامه گردشگری اجتماع محور ^۱ کانادا	گردشگری اجتماع محور توسعه پایدار ماهیتا به هم مرتبط هستند. زیرا از منابع طبیعی و فرهنگی مشترکی استفاده می‌کنند.
منصوری (۱۳۸۷)	رابطه عوامل فرهنگی با سطح مشارکت در گردشگری اجتماع محور (مطالعه موردی: روستای زاغمرز)	تحقق توسعه پایدار گردشگری تنها با مشارکت جامعه در فرآیند توسعه امکان‌پذیر است. همچنین تحقق توسعه پایدار گردشگری با استفاده از الگوی توسعه گردشگری اجتماع محور، بر مشارکت جامعه استوار است. بررسی عوامل فرهنگی موثر بر مشارکت و رابطه آنها با نوع مشارکت جامعه جهت توسعه گردشگری اجتماع محور امری ضروری است.
نیک‌بین (۱۳۹۰)	مقاله گردشگری اجتماع محور	مشارکت جوامع محلی یکی از محوریت‌های بسیار مهم برنامه‌های گردشگری می‌باشد. جوامع تنها تأثیرپذیر گردشگری نیستند بلکه آنها در مقابل آن واکنش نشان می‌دهند و از فرصتهایی که بوجود می‌آورد بهره می‌برند. نهایتاً اینکه الگوهای توسعه مناطق محلی، مکمل و تقویت‌کننده یکدیگر باشند و در عین حال احتیاجات و خواسته‌های جوامع محلی را نیز منعکس نمایند.

روش تحقیق

این پژوهش در چارچوب روش ارزیابی استراتژیک بوده که مؤلفه‌های چهارگانه (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) مورد نظر بر اساس شاخص‌های موجود در منطقه مورد مطالعه به سه دسته تقسیم

1. Encyclopedia of tourism
2. community tourism hand book

شده شده است از قبیل؛ اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی. مبتنی بر این شاخص‌ها پرسشنامه محقق ساخت تهیه و سؤالات مرتبط با شاخص‌ها با استفاده از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم تنظیم شده است. اطلاعات جمع‌آوری شده جامعه آماری این پژوهش، تعداد ۸۰ نفر از متخصصان و کارشناسان امر گردشگری استان گلستان^۱ می‌باشند. در فرایند پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS پردازش شده است که بر اساس خروجی آزمون آلفای کرونباخ، سطح پایایی گویه‌های پرسش‌نامه ۰/۸۷۹ محاسبه گردید.

شاخص‌های پژوهش: شاخص اقتصادی با مولفه‌های اشتغال، درآمد ابعاد زیرساختی و خدماتی می‌باشد. شاخص زیست‌محیطی با مولفه‌های حفاظت از محیط زیست و آلودگی‌های زیست‌محیطی می‌باشد. شاخص اجتماعی - فرهنگی با مولفه‌های مشارکت جوامع و ساکنین محلی، ابعاد فرهنگی، ارتقای کیفیت زندگی ساکنین بومی و محلی، ابعاد آموزشی و ایجاد امنیت می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

در بررسی اولیه نتایج حاصل از چهار مقوله اصلی (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها)، نشان می‌دهد که میزان شناخت از قابلیت‌های گردشگری اجتماع محور استان گلستان، مجموعه آداب رسوم، موسیقی بومی و محلی، طرز پوشش محلی اقوام و... دارای سطح متوسط رو به بالایی می‌باشد. همچنین میزان شناخت از گردشگری اجتماع محور در جهت توسعه گردشگری محلی در جوامع روستایی و محلی در استان گلستان نیز از همین سطح برخوردار بوده، با این وجود در خصوص ارزیابی تأثیر برگزاری هر ساله جشنواره اقوام در استان گلستان جهت توسعه گردشگری اجتماع محور، نتایج نشان می‌دهد، برگزاری این جشنواره به‌همین شکل سال‌های قبل، رویکرد بسیار موثری در توسعه گردشگری اجتماع محور در استان گلستان نخواهد داشت، بنابراین ارزیابی قابلیت‌های گردشگری اجتماع محور در استان گلستان گویای این مطلب است که استان گلستان با توجه به اینکه دارای اقوام مختلف با مجموعه‌ای از آداب و رسوم، فرهنگها و سنن بومی و محلی، موسیقی فولکوریک و محلی

۱. بر خلاف روش تحقیق پایشی، اعتبار روش ارزیابی استراتژیک در تحقیق به تعداد شرکت‌کنندگان بستگی ندارد، بلکه وابسته به اعتبار علمی و تخصصی پرسش‌شوندگان است (dunham,2001:7).

مختلف بوده، دارای زمینه مساعد برای توسعه گردشگری اجتماع محور بوده و می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد اشتغال، درآمد برای جامعه محلی و بومی در مناطق مختلف استان گردد.

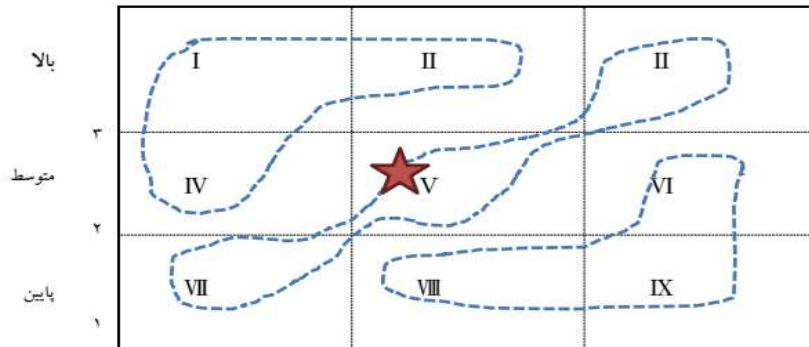
نتایج به‌دست آمده حاصل از ارزیابی عوامل داخلی اعم از قوت و ضعف و عوامل خارجی اعم از فرصت و تهدید در چارچوب مقوله‌های چهارگانه برآمده از نتایج حاصل از پرسشنامه و همچنین تحلیل منطقه مبتنی بر مطالعات میدانی به روش SOWT به تدوین استراتژی‌های مناسب جهت ارزیابی شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور در استان گلستان اقدام گردید به‌گونه‌ای که از مقایسه عوامل داخلی و خارجی در ماتریس SOWT استراتژی‌های مطلوب و مورد قبول از میان این گویه‌های مولفه‌های چهارگانه و ضریب تاثیر هر یک از گویه‌ها که توسط کارشناسان تعیین گردید، استراتژی کلان در رابطه با گردشگری اجتماع محور در استان گلستان مشخص گردید (شکل ۱).

همانطور که در شکل شماره ۱ قابل مشاهده است، بر اساس امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، جایگاه استراتژی در ماتریس استراتژیک و اولویت‌ها تعیین می‌گردد. بر این اساس با توجه به امتیاز نهایی عوامل داخلی ۲/۸۴ و نیز امتیاز نهایی عوامل خارجی که ۲/۸۱ است، موقعیت استراتژی و راهبردی قابل قبول برای قابلیت‌های شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور استان گلستان در خانه پنج قرار می‌گیرد که به معنای انتخاب راهبرد محافظه‌کارانه یا راهبر حداکثر - حداقل (ثباتی) می‌باشد که در این مورد باید با استفاده از فرصت‌ها از نقاط ضعف دوری با آنان را برطرف کنیم.

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

۱ ضعیف ۲ میانگین ۳ قوی ۴

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)



شکل ۱. ماتریس انتخاب استراتژی SOWT

در ادامه در جهت اولویت‌بندی قوت‌ها و تاثیرگذاری آنها در رابطه با گردشگری اجتماع محور در استان گلستان از آزمون فریدمن استفاده شده است. آزمون فریدمن یک آزمون ناپارامتری، معادل آنالیز واریانس با اندازه‌های تکراری (درون گروهی است) که از آن برای مقایسه میانگین رتبه‌ها در بین k متغیر (گروه) استفاده می‌کنیم. در این زمینه نتایج به‌دست آمده در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون فریدمن در اولویت‌بندی قوت‌ها

رتبه‌ها	
میانگین رتبه‌ای	نقاط قوت
5.92	برخورد مهمان نوازانه مردم محلی با گردشگران
4.45	تقویت اعتماد به نفس ساکنان جوامع محلی
3.37	کیفیت زندگی افراد و جوامع محلی
4.15	مسئولیت‌پذیری اجتماعی ساکنان محلی
3.90	تقاضای افراد و جوامع محلی
4.77	فراهم آوردن بستر مشارکت و تعامل هرچه بیشتر ساکنان محلی
5.05	توانمندسازی افراد و جوامع محلی
4.40	فرصت‌های شغلی به ویژه برای زنان، جوانان و مردم بومی

منبع: یافته‌های تحقیق

براساس نظر کارشناسان، برخورد مهمان‌نوازانه مردم محلی با میانگین رتبه‌ای ۵/۹۲ به عنوان یکی از نقاط قوت و مثبت موجود می‌تواند در توسعه گردشگری اجتماع محور موثر واقع شود. با توجه به اینکه رویکرد گردشگری اجتماع محور بر اساس رفتارها، آداب و رسوم جوامع محلی و بومی در برخورد با گردشگران شکل می‌گیرد، از این‌رو این نقطه قوت موجود در استان گلستان، می‌تواند تأثیر به‌سزایی در توسعه این نوع گردشگری داشته باشد. همچنین توانمندسازی افراد و جوامع محلی با ۵/۰۵ در رتبه‌ی بعدی قرار دارد. متصور است با برنامه‌ریزی در زمینه ایجاد شرایط و فرصت‌ها در جهت توانمندسازی ساکنین محلی، آموزش‌های لازم در زمینه برخورد با گردشگران و نشان دادن سودمندی حضور گردشگران برای جوامع محلی، می‌توان افزایش بیشتر گردشگران را در مناطق انتظار داشت. در نتیجه توسعه گردشگری اجتماع محور را شاهد خواهیم بود. در رتبه‌های بعدی فراهم آوردن بستر مشارکت و تعامل هرچه بیشتر ساکنان محلی و تقویت اعتماد به نفس ساکنان جوامع محلی به‌عنوان نقاط قوت در توسعه گردشگری اجتماع محور قرار دارند. این خود نیازمند بررسی نتایج فقدان هر یک از مولفه‌هایی گردشگری اجتماع محور می‌باشد که در جدول شماره ۵ آمده است.

جدول ۵: نتایج آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی فقدان هر یک از مولفه‌ها

رتبه‌ها	
میانگین رتبه‌ای	مولفه‌ها
4.95	وجود زیرساخت‌های مناسب
4.32	امکانات اقامتی و خدمات پشتیبان استان
5.18	ظرفیت مردم محلی استان در جهت مشارکت و پذیرفتن مسئولیت‌های ذی‌ربط
4.88	استفاده بهینه از ظرفیت‌های طبیعی توسط ساکنین بومی استان در جهت توسعه این نوع از گردشگری
4.27	امکانات اقامتی در جوامع محلی استان گلستان
4.60	آگاهی ساکنین مناطق بومی در رابطه با مزایا و سودمندی گردشگری جامعه محور در توسعه اقتصادی آن
3.63	سبک زندگی و به فراموشی سپردن آداب و رسوم گذشته
4.17	مشارکت جامعه بومی در احیای تاریخ، فرهنگ و آداب و رسوم سنتی استان گلستان.

منبع: یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی بر اساس آزمون فریدمن در جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که براساس نظر کارشناسان، مهمترین و اصلی‌ترین گزینه‌ای که فقدان آن می‌تواند بر توسعه گردشگری اجتماع محور موثر واقع شود، ظرفیت مردم محلی استان در جهت مشارکت و پذیرفتن مسئولیت‌های مربوط به گردشگری با میانگین رتبه‌ای ۵/۱۸ می‌باشد. متصور است، در صورت عدم پذیرش جوامع محلی در خصوص سودآوری گردشگری و پذیرش گردشگران و همچنین عدم مشارکت جوامع محلی، روند توسعه‌ای گردشگری اجتماع محور دچار رکود خواهد شد و یا می‌توان انتظار داشت که این نوع گردشگری، اصلاً شکل نگیرد. همچنین عدم وجود زیرساخت‌های مناسب، عدم استفاده بهینه از ظرفیت‌های طبیعی توسط جوامع محلی و عدم اطلاع و آگاهی ساکنین در رابطه با مزایا و سودمندی گردشگری در رتبه‌های بعدی قرار دارند. فقدان هر یک از مولفه‌های فوق می‌تواند در رشد و توسعه گردشگری جامعه محور تاثیر منفی بگذارد.

با توجه به نتایج آزمون فریدمن در اولویت‌بندی شاخص‌ها و فقدان مولفه‌ها شاخص اقتصادی با میانگین کلی ۳/۸۳ با مولفه‌های اشتغال، درآمد، ابعاد زیرساختی و خدماتی می‌باشد. شاخص زیست‌محیطی با میانگین ۴/۰۸ با مولفه‌های حفاظت از محیط زیست و آلودگی‌های زیست‌محیطی می‌باشد. شاخص اجتماعی - فرهنگی با میانگین کلی ۴/۲۳ با مولفه‌های مشارکت جوامع و ساکنین محلی، ابعاد فرهنگی، ارتقای کیفیت زندگی ساکنین بومی و محلی، ابعاد آموزشی و ایجاد امنیت می‌باشد. در ادامه استفاده از آزمون فریدمن برای بررسی اولویت‌های شاخص‌های توسعه‌ای گردشگری اجتماع محور در جدول شماره ۶ نشان داده است.

جدول ۶: آزمون فریدمن شاخص‌های توسعه‌ای گردشگری اجتماع محور

رتبه‌ها	
میانگین رتبه	
1.48	شاخص اقتصادی
2.23	شاخص زیست محیطی
2.28	شاخص اجتماعی - فرهنگی

رتبه بندی بر اساس آزمون فریدمن در جدول ۶ نشان می‌دهد که بر اساس نظر کارشناسان و متخصصان گردشگری، بیشترین تأثیر در روند توسعه‌ای گردشگری اجتماع محور، شاخص اجتماعی - فرهنگی می‌باشد. همانگونه که نتیجه آزمون نشان می‌دهد، در صورت رشد و توسعه گردشگری اجتماع محور، می‌توان تصور نمود که جوامع محلی و ساکنین ضمن پی‌جویی کسب منافع حاصل از گردشگری، زمینه‌ساز ایجاد مشارکت بیشتر ساکنین در توسعه منطقه، حفظ منطقه، مشارکت افراد محلی در فعالیتهای مرتبط با گردشگری آن هم به صورت داوطلبانه، حفظ و احیای آداب و رسوم محلی، آگاهی از فرهنگ گردشگران، ارتقای کیفی زندگی با توانمندسازی جوامع محلی، گسترش مشاغل خدماتی به همراه مسئولیت‌پذیری اجتماعی ساکنین، ارتقای سطح زندگی مردم، آموزش مشارکتی بین میزبان و گردشگر، روش‌های زندگی گردشگر و میزبان و همچنین ایجاد امنیت برای گردشگران و همچنین ساکنین از جمله مواردیست که با توسعه گردشگری اجتماع محور، تأثیر دارد.

با توجه به نتایج حاصل فوق، به نظر می‌رسد، کسب درآمد معقول به اندازه‌ای که فعالیت اقتصادی را با توجه به هزینه‌هایش در مناطق محلی توجیه‌پذیر کند، در ادامه می‌تواند برای حفظ جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی، ارزش‌ها، باورها، آداب و سنن فرهنگ بومی و محیط طبیعی مورد استفاده قرار گیرد و در ادامه ظرفیت پذیرش این اماکن را برای ورود گردشگران افزایش دهد و سبب توانمندی جوامع محلی و رشد اقتصاد شود؛ که البته اینها همه در صورتی ممکن خواهد بود که یک سیستم مدیریتی قائل به مدیریت اصولی با نگاهی به توسعه پایدار در بحث گردشگری وجود داشته باشد.

پردازش ساختار داده‌ها جهت تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از آزمون بارتلت

با توجه به اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه گردشگری اجتماع محور برای تحلیل مولفه‌های تأثیرگذار در توسعه اینگونه از گردشگری از تحلیل عاملی استفاده شده است. قبل از انجام تحلیل عاملی، جهت حصول اطمینان از اینکه آیا تعداد داده‌های موجود، عامل‌هایی را استخراج نمود و یا اینکه تعداد داده‌ها

برای تحلیل عاملی اکتشافی مناسب هستند از آزمون بارتلت و شاخص KMO^۱ استفاده شده است. مقادیر این شاخص در جدول ۷ ارائه شده است.

در جدول شماره ۷ میزان KMO برابر ۰/۷۲۹ می‌باشد که بیش از ۰/۶ است که نشان می‌دهد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی اکتشافی کفایت می‌کنند. همچنین مقدار معناداری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ نشان می‌دهد تحلیل عاملی اکتشافی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌گردد. لذا می‌توان اطمینان داشت که ایجاد یک ساختار عاملی از داده‌ها جمع‌آوری شده امکان‌پذیر است

جدول ۷: نتایج آزمون بارتلت

میزان کیاسر میر اوکلین (اندازه‌گیری و نمونه‌گیری)	۰/۷۲۹
حدود سطح معنی‌داری	76,546
درجه آزادی	6
سطح معنی‌داری	.000

منبع: یافته‌های تحقیق

در مرحله بعد جهت تشخیص اینکه هر یک از متغیرهای مشاهده شده با کدام عامل اکتشافی در ارتباط است و اینکه چه مولفه‌های توسعه‌ای استخراج می‌گردد، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. به این منظور با استفاده از روش تحلیل مولفه‌های اصلی و انتخاب روش چرخش اکویماکس، عوامل و شاخص‌های توسعه‌ای گردشگری اجتماع محور در نمونه تحت مطالعه کشف و نام‌گذاری گردید.

جدول ۸: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی برای عامل اقتصادی

چرخش ماتریکس اجزاء				شاخص اقتصادی
اجزاء			بار عاملی	مولفه‌ها
واریانس تبیین شده	واریانس	سطح معنی‌داری	بار عاملی	اشتغال
77.478	77.478	.000	.894	درآمد
	11.686	.000	.885	زیرساختی
	7.532	.001	.821	خدماتی
	3.305	.000	.918	جمع
77.478				

منبع: یافته‌های تحقیق

۱. کفایت حجم نمونه کیاسر میر اولیکن

برای تفسیر عامل‌ها باید مشخص شود که کدامیک از بارهای عاملی باید به‌عنوان مقادیر معنی‌دار لحاظ گردند. برای اتخاذ این تصمیم به این صورت عمل می‌کنیم که هرچه میزان بار عاملی بیشتر باشد سطح معنی‌داری آنها در تفسیر ماتریس عاملی افزایش می‌یابد. بارهای عاملی که بزرگتر از $0/3 \pm$ باشند معنی‌دار، بارهای عاملی که بزرگتر از $0/4 \pm$ باشند دارای سطح معنی‌داری بالا و بارهای عاملی که بزرگتر از $0/5 \pm$ باشند بسیار معنی‌دار تلقی می‌شوند (ولانی، ۱۳۹۱).

نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی در جدول شماره ۸ نشان می‌دهد توسعه خدمات در بخش گردشگری نظیر خدمات حمل و نقلی و یا امکانات بهداشتی، اقامتی و ... با $0/918+$ ، ایجاد اشتغال توسط گردشگری با $0/894+$ و همچنین بدنبال آن ایجاد درآمد برای ساکنین محلی با $0/885+$ و توسعه زیرساختهای لازم در بخش گردشگری با $0/821+$ ، (همگی بالاتر از $0/5+$) با بیشترین تاثیر در شاخص اقتصادی در رتبه‌های ۱ تا ۴ و بسیار معنی‌دار تلقی می‌شوند. همچنین نشان می‌دهد که کلیه گویه‌های عوامل اقتصادی با سطح معنی‌داری کمتر از $0/05+$ دارای رابطه معنی‌داری بین عوامل اقتصادی در توسعه گردشگری اجتماع محور دارند. می‌توان تصور نمود که توسعه گردشگری اجتماع محور در روند توسعه هر یک از مولفه‌ها می‌تواند بسیار موثر واقع شود. همچنین $77/47$ درصد واریانس تبیین شده عامل اقتصادی توسط گویه‌های فوق می‌باشد.

جدول ۹: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی برای عوامل زیست محیطی

چرخش ماتریکس اجزاء				
اجزاء				عوامل زیست محیطی
واریانس تبیین شده	واریانس	سطح معنی داری	بار عاملی	مولفه‌ها
79.179	76.179	.001	.762	حفاظت
	23.821	.001	.762	آلودگی
79.179				جمع

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی در جدول شماره ۹ نشان می‌دهد حفاظت از محیط زیست منطقه توسط ساکنین محلی با $0/762+$ ، ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی نظیر فرسایش خاک و آلودگی‌های صوتی توسط گردشگران با $0/762+$ (همگی بالاتر از $0/5+$) بیشترین تاثیر در شاخص زیست محیطی داشته و بسیار معنی‌دار تلقی می‌شوند. کلیه گویه‌های عوامل زیست محیطی با سطح معنی‌داری کمتر از $0/05+$ دارای رابطه معنی‌داری بین عوامل زیست محیطی در توسعه گردشگری اجتماع محور دارند.

جدول ۱۰: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی برای عوامل فرهنگی-اجتماعی

چرخش ماتریکس اجزاء				
اجزاء				شاخص فرهنگی-اجتماعی
گویه های پرسشنامه	بار عاملی	سطح معنی داری	واریانس	واریانس تبیین شده
مشارکت	.808	0.000	72.479	72.479
فرهنگ	.582	0.000	14.851	
ارتقای کیفیت زندگی	.715	0.011	5.284	
آموزش	.721	0.005	4.136	
امنیت	.799	0.000	3.250	
جمع				72.479

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی در جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد مشارکت ساکنین محلی در مسائل مرتبط با گردشگری و همینطور مشارکت در حفاظت از منطقه با $+0/808$ ، ایجاد امنیت برای گردشگران و ساکنین محلی در منطقه با $+0/799$ ، آموزش‌های لازم در برخورد بین میزبان و مهمان، احترام به حقوق و فرهنگ‌ها، باورها و ارزش‌های یکدیگر، با $+0/721$ ، ارتقای کیفی سطح زندگی مردم و توانمندسازی ساکنین با $+0/715$ ، ابعاد فرهنگی ساکنین و گردشگران با $+0/582$ (همگی بالاتر از 0.5 +) به ترتیب در رتبه‌های ۱ تا ۵ بیشترین تاثیر در شاخص اجتماعی- فرهنگی داشته و بسیار معنی‌دار تلقی می‌شوند. کلیه گویه‌های عوامل اجتماعی- فرهنگی با سطح معنی‌داری کمتر از $0/05$ دارای رابطه معنی‌داری بین عوامل اجتماعی- فرهنگی در توسعه گردشگری اجتماع محور دارند. می‌توان تصور نمود که توسعه گردشگری اجتماع محور در روند توسعه هر یک از مولفه‌ها می‌تواند بسیار تأثیرگذار باشد.

نتیجه‌گیری

همانگونه که نتایج پژوهش نشان داد، شاخص اقتصادی با میانگین $3/88$ و با میانگین بالاتر از 3 ، نشان‌دهنده اهمیت تأثیرگذاری توسعه گردشگری اجتماع محور در توسعه اقتصادی استان گلستان دارد. از این رو، می‌توان تصور نمود توسعه گردشگری اجتماع محور رابطه مستقیم و اثرگذاری مثبتی بر روند توسعه و رشد اقتصاد منطقه و به دنبال رشد فرصت‌های شغلی برای جوانان، زنان و ساکنین محلی در استان گلستان خواهد داشت. مولفه‌های شاخص اقتصادی شامل؛ ایجاد مشاغل خدماتی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در جوامع محلی، ایجاد اشتغال فصلی افراد محلی، ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد، افزایش درآمدهای خانگی مردم محلی، ایجاد اشتغال و درآمد زنان خانه‌دار و همچنین تنوع-بخشی در منابع درآمدی ساکنان جوامع محلی خواهد شد.

توسعه شاخص اجتماعی - فرهنگی نیز از دیگر شاخص‌های توسعه‌ای مناطق در اثر شکل‌گیری گردشگری اجتماع محور می‌باشند. میانگین ۴/۲۳ و بالاتر از ۳ نیز گویای این مطلب است که گردشگری اجتماع محور در استان گلستان، زمینه‌ساز افزایش توانمندسازی ساکنین بومی و محلی و همچنین ارتقای سطح زندگی آنان، خواهد بود. ضمن آنکه نتایج آزمون تحلیل اکتشافی هم در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ ارتقای کیفیت زندگی و افزایش توانمندی‌های ساکنین محلی، نشان از رابطه‌مندی بین گردشگری اجتماع محور و توسعه شاخص اجتماعی - فرهنگی دارد.

در خصوص توسعه شاخص اجتماعی با میانگین ۴/۲۳ نشان از پررنگ شدن نقش جوامع محلی و تاکید بیشتر به نگرش پایین به بالادر مدیریت و توسعه مناطق دارد. از این‌رو، می‌توان تصور نمود، گردشگری اجتماع محور می‌تواند در افزایش و بهبود حفاظت از منابع فرهنگی یا طبیعی و توسعه اقتصاد محلی نقش داشته، باعث افزایش درآمد و سایر سودهای گردشگری برای مشارکت‌کنندگان یعنی همان افراد بومی و محلی و افزایش تعداد این مشارکت‌کنندگان گردند (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۴). ایجاد انگیزه حاصله از کسب سود گردشگری، زمینه‌ساز مشارکت ساکنان در فعالیتهای مرتبط با گردشگری خواهد شد. ضمن آنکه مدیریت توسط این افراد صورت خواهد گرفت، در نتیجه مسئولیت‌پذیری بیشتر در حفظ و نگهداری از آثار و جاذبه‌ها، منابع محدود طبیعی و زیست‌محیطی را شاهد خواهیم بود.

به‌طورکلی مشارکت جامعه محلی یکی از اصول توسعه گردشگری پایدار است. رویکرد گردشگری اجتماع محور با این دیدگاه که مدیران اصلی گردشگری می‌توانند همان ساکنان و مردمان محلی باشند، می‌تواند توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی مناطق را موجب گردد. اما، بنابر آنچه نشان داده شد، رویکرد گردشگری اجتماع محور در صورتی که دارای برنامه‌ریزی نباشد، می‌تواند آسیبهای اکولوژیکی و زیست‌محیطی را در مناطق بوجود آورد. چرا که، در صورت ساده‌انگاری و توجه به کسب منافع اقتصادی ناشی از حضور گردشگران، ممکن است ورود گردشگران بیشتر از ظرفیت برد محیطی یا فرهنگی بوده و آسیبهای جدی را وارد نماید. از این‌رو، ضمن بیان این نکته که گردشگری اجتماع محور رویکردی است با مدیریت جوامع محلی (مدیریت از پایین به بالا)، و اینکه کسب منافع حاصل از گردشگری، نه با ابزارهای سرمایه‌گذاری کلان بلکه، توسط خود مردم محلی و بومی صورت گیرد. ضمن آنکه آگاهی از کسب منافع از مزایای گردشگری موجب بالا رفتن میزان مشارکت مردم و حس تعلق بیشتر به فرهنگها، باورها و ارزش‌های سنتی و بومی - محلی را برای ساکنین به ارمغان آورد. همچنین رویکرد گردشگری اجتماع محور در استان گلستان، می‌تواند در بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی، توانمندسازی آنان، ایجاد اشتغال جوانان، زنان و ساکنین را فراهم آورده و موجب کسب درآمد برای آنان گردد.

پیشنهادها

- در رابطه با شاخص‌های اقتصادی در زمینه گردشگری اجتماع محور اصلی بهترین پیشنهاد شکل‌گیری و توسعه تعاونی‌های چندمنظوره گردشگری روستایی در استان گلستان است.
- در رابطه با شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی بخصوص در زمینه مشارکت جوامع محلی اصلی‌ترین پیشنهاد ایجاد طرح‌های هدفمند با گروه مخاطب مشخص، مانند زنان سرپرست خانوار، جوانان و مردم بومی و همچنین در اختیار نهادن تسهیلات متناسب در حد کسب و کار کوچک در چارچوب نظارت دائمی.
- در رابطه با شاخص‌های زیست‌محیطی، پیشنهاد اصلی ترویج عوامل انگیزشی (بخصوص کسب سود اقتصادی) و ایجاد احساس تعلق به جامعه در میان ساکنین توسط برنامه‌های تبلیغاتی می‌باشد.

Archive of SID

کتابشناسی

۱. اسماعیل‌زاده، حسن و همکاران (۱۳۹۰). تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی، مجله علوم محیطی، سال نهم، شماره دوم، صص ۱۱۹-۱۴۲؛
۲. پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ ششم، تهران: انتشارات سمت؛
- سقایی، مهدی (۱۳۹۲). پهنه‌بندی و برنامه‌ریزی استراتژیک قابلیت‌های شکل‌گیری تعاونی‌های گردشگری روستایی در استان گلستان، طرح پژوهشی، اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گلستان؛
۳. سقایی، مهدی (۱۳۹۳). بررسی قابلیت‌های اکوتوریسم در استان گلستان (با تاکید بر بانک اطلاعات)، طرح پژوهشی، معاونت پژوهشی موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی؛
۴. سقایی، مهدی؛ جوانبخت قهفرخی، زهره (۱۳۹۱). امکان‌سنجی گردشگری روستایی در خراسان شمالی (مطالعه موردی: منطقه اسفیدان)، دوفصلنامه مطالعات گردشگری، دوره اول، سال اول، شماره اول، صص ۶۲-۵۱؛
۵. مافی، عزت‌الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۷). تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلان شهرها (مطالعه موردی: کلان شهر مشهد)، مجله‌ی جغرافیا و توسعه‌ی ناحیه‌ای، شماره دهم، صص ۲۱-۴۰؛
6. Armstrong, Avery Denise; Ying Hoe, Janet; S.Malvar, Alicia; Mclean, Taylor Marie & Pest ion Julian (2008). Department of Natural Resources, Cornell University;
7. Cleverdon, Robert & Kalisch, Angela (2000). Fair Trade in Tourism. INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM RESEARCH. London: Int. J. Tourism Res. 2. 171±187 (2000);
8. Dunham, R. (2001) the strategic Technique. University of Wisconsin School of Business;
9. Gunn, A. (1994). Tourism planning. Washington: Taylor & Francis Press;
10. Hall, C. M. Page, S. J. (1999). the Geography of Tourism and Recreation. London: Rout ledge;
11. Harris, Roger & Vogel, Doug (2002); E- Commerce for Community based tourism in developing countries. city university of Hong Kong, Department of information. Rogharris.org/e – CBT.pdf;
12. Hatton, M. J., (1999). Community-Based Tourism in the Asia pacific. Ontario/ CTC/ APEC: School of Media Studies. Humber College;
13. Henry, Gail. (2009). Good Practice in Community-Based Tourism in the Caribbean. UWI/EBCC Heritage Tourism Workshop. Sustainable Tourism Product Specialists Caribbean Tourism Organization;
14. Jafari, J. (2000). "Encyclopedia of Tourism". Rutledge. USA & Canada;
15. Mountain Institute (2000). Community tourism Hand book. Foundation, Canada.

16. Mountain Institute (2009); Community based tourism for conservation and development a resource kit;
17. Murphy, Peter E (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen;
18. Salim Al-masonry & Rashid (2006). *Destinations Comparativeness: interrelationship between Destination Planning and Development Strategies*;
19. Suansri, Potjana (2003). *Community tourism hand book*. REST foundation, Canada;
20. Timothy, D. J (2002). 'Tourism and Community Development Issues'. In *Tourism and Development: Concepts and Issues*. & Richard Sharply & David J. Tefler & Cleverdon: - Channel View Publications;
21. Tosun, Cevat (2000). *Limits to Community Participation in the tourism development Process in developing Countries*. *Tourism Management* 21(613- 633);
22. Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices & policies for Sustainability*. United Nations Publication;
23. Mountain Institute (2000). *Community based tourism for conservation and development a resource kit*;
24. Price, F.Martin (1996). *People And Tourism in Fragile Environment*. Royal Geography Society Publication. UK;
25. Robinson, M & Boniface, p (1998). *Tourism and Cultural Conflicts*. CABI Publish in;
26. Tosun, Cevat & Timothy, Dalen, j (2003). *Arguments for Community Participation in the Tourism Development process*. *the Journal OF Tourism Studies*. vol.14. NO 2. pp 2-15.

Archive of SID