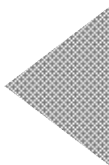


برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان سیستان و بلوچستان در راستای توانمندسازی اجتماعات محلی



مرتضی اسمعیل نژاد^۱

فهیمة شهرکی^۲

ابراهیم رضائی^۳

(تاریخ دریافت ۹۵/۷/۸ - تاریخ تصویب ۹۵/۱۱/۲۰)

چکیده

یکی از عناصر اصلی توسعه، گردشگری است و تشویق مشارکت جوامع محلی به عنوان کانون توسعه پایدار صنعت گردشگری تلقی می‌شود. شرایط به وجود آمده در ایران پس از تحریم و توجه ویژه گردشگران خارجی و ورود آنان به ایران، می‌تواند فرصت مناسبی برای استفاده و جذب آنها در مکان‌های گردشگرپذیر را فراهم کند. در این میان نقاطی که دارای انزوای جغرافیایی بوده و بافت اقتصادی ضعیفی دارند، ولی از مزیت‌های نسبی بالایی برای جذب گردشگر برخوردارند، می‌توانند در اولویت قرار گیرند. توسعه اجتماع محله‌ای می‌تواند ظرف مناسبی برای حرکت جدید تزریق توسعه یا به عبارت صحیح همراه کردن و شکوفا کردن توسعه

۱ - استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه بیرجند، Esmailnejad.m@birjand.ac.ir

۲ - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی گردشگری، مربی هتلداری و گردشگری، اداره کل فنی حرفه‌ای زاهدان،

Sh.oshida@yahoo.com

۳ - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، Rezaei@pgs.usb.ac.ir

را فراهم کند و مشارکت آگاهانه روستاییان را در فرایندهایی که زندگی شان را شکل می‌دهد، از جمله گردشگری برانگیزاند. استان سیستان و بلوچستان با داشتن خرده جاذبه‌های ناب و متنوع و روستاهای بکر که دارای فرهنگ بومی ویژه‌ای می‌باشند می‌تواند یکی از قطب‌های جذب گردشگر باشد، اما توسعه گردشگری و رشد اقتصادی روستاهای استان نیاز به ایجاد زیرساخت‌های مناسب دارد. این پژوهش با روش تحلیلی- کاربردی و مشاهده مستقیم و با استفاده از ماتریس ارزیابی به بررسی گردشگری و تأثیر آن بر توسعه گردشگری روستایی استان سیستان و بلوچستان پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داد که بین تنوع جاذبه‌های گردشگری در مناطق روستایی و تقاضا و انگیزه سفر، رابطه مستقیمی وجود دارد و توسعه جوامع محلی استان سیستان و بلوچستان با توجه به ویژگی‌های محیطی وابستگی شدیدی به صنعت گردشگری دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، توانمندسازی، اجتماعات محلی، سیستان و بلوچستان.

مقدمه

تحولات جهانی بعد از جنگ جهانی دوم، از جمله در زمینه ایجاد شهرهای بزرگ و گسترش شهرنشینی، آلودگی محیط‌های شهری و نیز افزایش اوقات فراغت موجب گسترش گردشگری روستایی شده است. این امر در دهه‌های بعد، گردشگری را به مثابه ابزاری برای توسعه روستایی مطرح کرد. در این راستا، صاحب‌نظران سعی کرده‌اند با بیان دیدگاه‌ها و الگوهای مختلف، نقش گردشگری را در توسعه روستایی ارتقا دهند (یعقوبی، ۱۳۹۱: ۱۴۰). در شرایطی که قرن بیستم به پایان رسیده، هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است؛ چراکه راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی، موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کند (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۲). طرح‌های توسعه‌ای اغلب به نفع تعداد معدودی از گروه‌های خاصی در جامعه بوده و برنامه‌ریزی از بالا به پایین در مدیریت منابع طبیعی در سطوح محلی غالباً با شکست روبرو شده است (بوذرجمهری، ۱۳۸۲: ۱۳). رویکرد توسعه محلی بیش از هر چیزی ناظر بر پرورش توانایی‌های افراد است تا بتوانند مسائل مهم اجتماع خود را به شکلی مستقل و کارا حل و فصل کنند (فیلیس، پیتمن، ۲۰۰۹: ۶۱). بدیهی است که در یک جامعه محلی توسعه‌نیافته بویژه از

لحاظ اجتماعی، توانمند کردن خود این ذی نفعان و مردم محلی برای مشارکت در این امر و نهایتاً مدیریت و رهبری این فرایند امری حیاتی به شمار می‌رود و البته نباید این نکته را از نظر دور داشت که مهم‌ترین انگیزه مردم محلی برای شروع حرکت، رفع دغدغه‌های آنها که همان مشکلات و نیازهای مبتلابه آنها در محله است، می‌باشد (یوسفی‌سادات، ۱۳۹۰: ۱۰). توانمندسازی یک فرآیند اجتماعی چند بعدی است که به مردم کمک می‌کند تا به سطح بالاتری از ظرفیت و توان انجام امور مختلف دست یابند و از طرف دیگر توانایی اثرگذاری آنان بر موضوعاتی است که در زندگی شخصی و اجتماعی‌شان، برای آنها مهم تلقی می‌شود. بسیاری از کشورهای در حال توسعه بر این باورند که گردشگری می‌تواند به توسعه اقتصادی آنها کمک نماید و این صنعت نیاز به سرمایه زیادی ندارد. سرمایه‌گذاری و محصولات گردشگری را می‌توان به صورت محلی ایجاد نمود. امروزه گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا و گردشگری روستایی نیز به مثابه یکی از شاخه‌های آن، در تجدید حیات روستا و احیای فرهنگی آن، اشتغال و درآمدزایی، حفاظت از فضاها، طبیعی و محیط زیست و ... در نتیجه توسعه همه جانبه و جامع روستاها نقش بسزایی دارد. حال گردشگری بعنوان فعالیتی گسترده، عظیم و توانمند بایستی به نحوی سازمان یابد که در عین دستیابی به اهداف مورد نظر بتواند از محیط زیست، منابع فرهنگی و میراث‌های ارزنده بشری نیز حفاظت نماید. شاید با ذکر این مطلب که انسان نمی‌تواند تمام نیازهای خود را در محل زندگی دائمی خود برآورده سازد و برای این کار اقدام به سیاحت و گردشگری می‌کند، بهتر بتوان به لزوم سیاحت و گردشگری پی برد (Ustunel, 1969). رشد شتابان گردشگری در جهان و منافع حاصل از آن، توجه ویژه دولت‌ها و برنامه‌ریزان را موجب گردیده و شکل‌گیری شیوه‌های جدید سیاست‌گذاری در این زمینه را به دنبال داشته است (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۴۳). بخش توریسم امروزه به طور مستقیم و غیرمستقیم بیش از ۲۰۰ میلیون شغل در گستره جهان ایجاد کرده است (Wearar & Opper Man, 2002: 4). در کشورهای جهان سوم که منابع اقتصادی چندانی در توسعه کشورشان ندارند، گردشگری می‌تواند عامل مؤثری در رشد اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی، ایجاد اشتغال و مبارزه با فقر باشد. بر این اساس می‌توان گفت که توسعه گردشگری، می‌تواند امیدبخش‌ترین صنعتی باشد که کشورهای توسعه نیافته با آن روبرو هستند (Lee, 2000). کشور ایران از نظر جاذبه‌های جهانگردی در ردیف دهم و از نظر برخورداری از بیشترین تنوع زیستی کره زمین، در ردیف

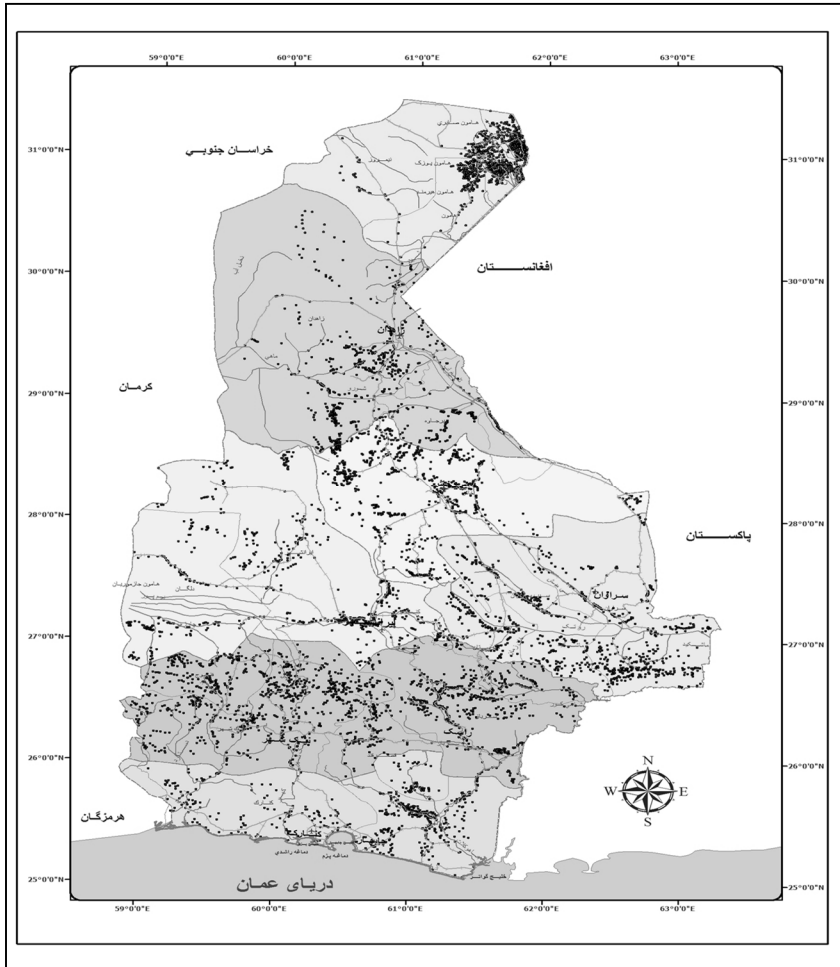
پنجم جهان قرار دارد، اما از لحاظ جذب توریسم جایگاه بسیار مناسبی به خود اختصاص نداده است (شیرمحمدی، فر، ۱۳۷۷). بنا بر مطالعات سازمان جهانی جهانگردی هر ساله ۶۰۰ میلیون نفر با انگیزه‌های مذهبی معنوی در سرتاسر جهان سفر می‌کنند (UNWTO, 2011). این فرصت در دنیا برای کشورها باعث شده است که امروزه کشورهای جهان بیش از پیش به دنبال توسعه گردشگری به عنوان منبعی برای اشتغال و درآمدزایی باشند (Egresi, Bayram, 2012).

ایران، کشوری اسلامی است و تمام جنبه‌های مربوط به گردشگری در آن بر طبق موازین اسلامی بنا شده است و به این دلیل همه تسهیلات گردشگری مانند غذای حلال، اقامتگاه‌های مطابق با موازین اسلامی (دارای قبله‌نما، فضاها، جداگانه برای فعالیت خانم‌ها و آقایان و ...)، وجود مکان‌های مناسب جهت ادای فریضه نماز در اماکن عمومی، رعایت شئونات ماه مبارک رمضان و بسیاری موارد دیگر که امروزه تحت عنوان گردشگری حلال در کشورهای ترکیه و مالزی به آنها پرداخته می‌شود را داراست (ضرغامی و ترکمان، ۱۳۹۲). توسعه گردشگری به تقویت شناخت و روابط بین‌المللی و توسعه مهارت‌های برنامه‌ریزان در جوامع میزبان منجر می‌شود. همچنین گردشگری مذهبی منجر به تلاش برای ایجاد ثبات سیاسی، اعتلای سطح امنیت در جامعه، کاهش کشمکش‌های سیاسی به علت کاهش نرخ بیکاری، تلاش برای تقلیل آشوب‌ها و تشنج‌های سیاسی در جامعه، برقراری تماس بین قومیت‌ها و ملیت‌های گوناگون و ارتقای درک متقابل بین آن‌ها، افزایش احترام متقابل بین جوامع و قومیت‌های مختلف می‌گردد (حامدی، ۲۰۱۰). برای توسعه توریسم به مسئله فرهنگ توجه خاصی مبذول می‌شود. آثار باستانی و کهن هر کشوری معرف فرهنگ خاص همان کشور و دارای ارزش‌های درخور توجه همان سرزمین و ویژگی‌های مردم همان مرز و بوم است. این آثار دارای ارزش‌های معنوی بسیار زیاد برای آن قوم به طور اخص و جاذبه‌هایی برای دیگران به طور اعم می‌باشد که در نتیجه باعث جلب و جذب دیگران جهت بازدید و شناخت آن جاذبه‌ها و آثار می‌گردد. انسان‌ها نمایندگان فرهنگ‌های گوناگون‌اند و تماس رودرروی این نمایندگان، تماس رودرروی فرهنگ‌هاست و از این تماس رودررو است که غنای فرهنگی و به دنبال آن برکت پدید می‌آید. تماس‌های رودررو باید همه گروه‌ها را در برگیرد؛ از دانشمندان بزرگ، دانشجویان تا کارگران بی‌مهارت، و از اینجاست که توریسم همگانی به صورت یک دستاورد و یک ضرورت جلوه می‌کند. باید از راه گسترش بخشیدن به توریسم فرهنگی در داخل کشور گروه‌های گوناگون را

در پیوند روانی و عاطفی با یکدیگر قرار داد(دیپایی، ۱۳۷۱). امروزه گردشگری با همه اجزا و گونه‌های مختلف، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی بارز آن، توانسته است در متن اقتصاد جهانی جای گیرد، به طوری که حوزه نفوذ آن سراسر جهان را فرا گرفته است (Santos, 2004). گردشگری بالقوه تمام سیمای جامعه را در بر می‌گیرد. ما گردشگری فرهنگی و موروثی داریم، که اکثراً نظرات مردم‌شناسی را مطمح نظر قرار می‌دهد (Franklin, 2003). توزیع فضایی منابع و جاذبه‌های گردشگری در استان سیستان و بلوچستان از سویی از الگوی تحولات تاریخ اجتماعی - سیاسی اثرگذار و از سوی دیگر از پراکنش منابع اقتصادی، زیرساختی و اداری - سیاسی و نیز ساختارهای ژئومورفیک و کلیماتولوژیک طبیعت استان تبعیت می‌کند. حضور جاذبه‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص است. جاذبه‌های گردشگری به عنوان عامل کشش (Pull Factor) با توجه به ویژگی‌های خاص و جذابیت‌هایی که دارند، می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کنند. هر چقدر جاذبه‌های گردشگری متنوع‌تر، منحصر به فردتر و جذاب‌تر باشند، از قدرت کشش بالاتری برخوردار خواهند بود و در نتیجه حوزه نفوذ بسیار وسیع‌تری خواهند داشت. سیستان این سرزمین کهن باستانی در بستر جغرافیایی خویش از چنان غنای تاریخی‌ای برخوردار است که هر محقق پوینده و حقیقت‌بین را به اعجاب و احوال داشت، و اگر چنانچه آن طوری که باید مورد تحقیق و تفحص، کنکاش و کاوش دیرینه‌شناسی واقع گردد، به حق معلوم خواهد شد که این سرزمین در ادوار مختلف تاریخی یکی از مسلم‌ترین محوطه‌های تمدن بشری بوده است و جای جای این منطقه وسیع از کناره‌های هامون در غرب تا اسفراز و بامیان در شمال و کابل و دره سند در شرق و کوئته و قندایل و قصدار در جنوب همه و همه در دل خاک آثار مدنیت و تمدن ادواری خویش را حفظ نموده‌اند. بهترین دلیل بر این مدعا اکتشافاتی است که در دهه‌های اخیر توسط باستانشناسان فرانسوی و ایتالیایی در افغانستان و سیستان در ایران بعمل آمده است که در این بین قدمت تمدن شهر سوخته در ناحیه جنوب غرب سیستان به هزاره پنجم قبل از میلاد برمی‌گردد (ابراهیم‌زاده، ۱۳۶۹). حال این استان پهناور، به سبب وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های مختلف طبیعی - انسانی برای گذران اوقات فراغت، روز به روز شاهد رشد و توسعه گردشگری است. این فعالیت در سال‌های اخیر با زندگی بومیان این منطقه عجین گشته و بر همین اساس این پژوهش در راستای پاسخ به این سؤال مهم تدوین یافته است که گردشگری

روستایی چه نقشی در توانمندسازی اجتماعات محلی داشته است؟ برای توسعه گردشگری چه راهبردهایی را می‌توان مدنظر قرار داد؟

شکل (۱) - مناطق گردشگری و پراکندگی روستاهای استان سیستان و بلوچستان



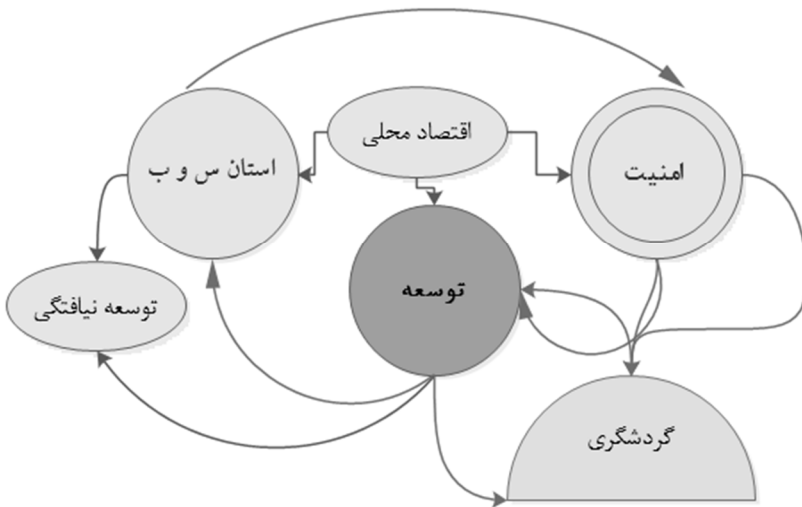
منبع: نگارندگان

توسعه اجتماع محله‌ای می‌تواند ظرف مناسبی برای حرکت جدید تریق توسعه یا به عبارت صحیح همراه کردن و شکوفا کردن توسعه را فراهم کند و مشارکت آگاهانه روستائیان را در فرایندهایی که زندگی شان را شکل می‌دهد، برانگیزاند. برنامه‌ریزی گردشگری با رویکرد توسعه اجتماع محله‌ای، فرصتی برای ارائه نظام نوینی بر پایه بسیج منافع نهفته یا همان مردم است. در این رویکرد ساختن روستا هدف نمی‌باشد بلکه راه انداختن صنعت گردشگری هدف است به گونه‌ای که فضای روستا هم بستر ساز این مفاهیم گردد. در این راستا توانمندسازی، مهمترین رویکرد این مطالعه است که وقتی معطوف به عرصه عمل می‌گردد، وارد بحث قدرتمندسازی می‌گردد. به نوعی با توجه به رویکرد دارائی محور مبتنی بر ذخایر اجتماع محله‌ای و توجه به طراحی به کمک مردم و خلق ظرف مناسب برای مشارکت آگاهانه روستائیان استان در فرایندهای زندگی محله‌ای در جهت ارتقاء احساس تعلق و اصلاح نظام حافظه تاریخی در جهت خلق فضاها، عملکردها و فعالیت‌های پرورش‌دهنده زندگی و خودانگیخته برای برگرداندن و تقویت روابط همزیستی برای توسعه گردشگری گام برداشته شده است. در ادبیات اخیر توسعه گردشگری به نظر می‌رسد که جوامع محلی تشکیل یک بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌های توسعه گردشگری را داده‌اند (Aref et al. 2010; Bushell and McCool, 2007; Jamal and Stronza 2009; Tosun, 2006).

در اجتماع محلی و یا اجتماع علائق، وجود برخی از اشکال ارتباط اشتراکی و جمعی در میان افراد آن مهم است، خواه چنین پیوندی مکان‌محور باشد یا نه، و همین امر است که امکان هویت گروهی و عمل جمعی را فراهم می‌آورد (Jabbarly, ۱۹۹۸). تحقق شعار سال ۲۰۱۴ سازمان جهانی گردشگری مبنی بر «گردشگری و توسعه جوامع محلی» مستلزم هماهنگی و همکاری همه دستگاه‌ها و نهادهای ذیربط است. دستیابی به اهداف تعیین شده در قالب سیاست‌گذاری و توسعه اقتصادی، آمار و استانداردهای کیفیت، توسعه بازاریابی و ارتقای محصول و توسعه پایدار تعریف شده می‌تواند بر قدرت گردشگری و توانمندسازی مردم و ایجاد مهارت برای نیل به تغییرات در جوامع بومی بیفزاید. اولویت بندی گردشگری و استفاده از منابع برای حصول دیدگاه مشترک، هماهنگی فعالیت‌ها بین تمامی ذی‌نفعان و مشارکت مؤسسات گردشگری و بخش‌های خصوصی و عمومی از الزامات سیاست‌گذاری و توسعه اقتصادی است. گسترش منافع اقتصادی گردشگری برای اقشار جامعه به خصوص زنان و جوانان نیز از برنامه‌های مورد نظر سازمان جهانی

گردشگری است. جوامع محلی می‌توانند در شناسایی و ترویج منابع گردشگری و جاذبه‌های منطقه بومی به صورت اساسی به توسعه گردشگری جامعه کمک نمایند. با توجه به بافت سنتی و روحیه مشارکتی مردم سیستان و بلوچستان جوامع محلی استان می‌توانند در توسعه صنعت گردشگری این استان به ویژه در مناطق روستایی کمک نمایند. هدف کلی پژوهش حاضر بررسی نقش گردشگری در ارتقای توانمندسازی و رونق اقتصاد محلی جوامع محروم روستایی در استان سیستان و بلوچستان است.

شکل (۱) - راهبرد توسعه و توانمندسازی جوامع محلی با تأکید بر گردشگری



منبع: (نگارندگان)

پیشینه تحقیق

در سال‌های اخیر و به موازات توسعه گردشگری در نواحی روستایی، مطالعه اثر و عملکرد گردشگری روستایی، حوزه‌ای پربرابر برای تحقیقات بین رشته‌ای بوده است. در همین راستا، تاکنون درباره موضوعی که صرفاً به بررسی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی پرداخته باشد، پژوهشی صورت نگرفته است ولی در زمینه نقش گردشگری

در توسعه روستایی و توسعه پایدار روستایی مطالعات مختلفی انجام گرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهد شد.

خواجه شاهکویی و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان نقش گردشگری در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی، به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی بوده‌اند که گردشگری روستایی تا چه اندازه توانسته است زنان روستایی را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توانمند سازد؟ نتایج این پژوهش بیانگر آن است که نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اقتصادی و فرهنگی زنان، به ترتیب در رتبه اول و دوم اهمیت قرار دارد. از طرف دیگر، بعد اجتماعی توانمندسازی زنان در رتبه آخر اهمیت قرار دارد.

حیدری و ملکی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی (مطالعه موردی: روستای ده زیارت)، به مقایسه دو روستای ده زیارت که اغلب اهالی آن به فعالیت‌های مربوط به گردشگری مشغولند و روستای چنارویه (فاقد فعالیت گردشگری)، می‌پردازد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد گردشگری در توانمندسازی اجتماعی ساکنان روستای ده زیارت نقش بسزایی دارد، به طوری که نتایج آزمون تی مستقل بین دو گروهی بیانگر آن است که به لحاظ انسجام و همبستگی اجتماعی، دانش و مهارت اجتماعی، برون‌گرایی اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی، اعتماد به نفس، مشارکت و تعامل اجتماعی بین دو روستای ده زیارت و چنارویه تفاوت معناداری وجود دارد و تنها در مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تعلق مکانی، تفاوت دو روستا معنادار نیست.

سو (۲۰۱۱)، نیز در پژوهشی تحت عنوان گردشگری روستایی در چین، به معرفی نسخه‌ای چینی از گردشگری روستایی پرداخته است. وی در این تحقیق با اشاره به این که در دو دهه اخیر گردشگری روستایی به سرعت توسعه یافته و به یک مفهوم مهم گردشگری در چین تبدیل شده، با شش مدل مختلف به تجزیه و تحلیل گردشگری روستایی در چین پرداخته است. تأکید بر نقش مهم گردشگری روستایی در توسعه منطقه مورد مطالعه و شناسایی برخی از مشکلات و چالش‌های پیشروی توسعه پایدار و سالم در آینده از دیگر نتایج تحقیق مذکور است.

کوریا (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای به بررسی تأثیر تجربه اقتصادی در دل‌بستگی محل کار و نیت رفتاری

از طریق احساسات و حافظه می‌پردازد و برای این کار گردشگری روستایی را انتخاب می‌کند. وی در این بررسی ۲۲۲ نفر از کسانی که تجربه سفر به مناطق روستایی در جنوب پرتغال را داشته‌اند به عنوان نمونه انتخاب می‌کند و از طریق توزیع پرسش‌نامه اطلاعات مورد نیاز برای سنجش مدل خود را جمع‌آوری می‌نماید. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده از روش حداقل مربعات استفاده می‌شود. نتایج این تحقیق نشان از رابطه گردشگری روستایی به عنوان یک محرک لذت‌بخش و حافظه به عنوان واسطه بین تجربه و نیت رفتاری دارد.

روش پژوهش

با توجه به مؤلفه‌های مورد بررسی و ماهیت موضوع، رویکرد حاکم بر این پژوهش «توصیفی-تحلیل» است. اطلاعات موجود از طریق بررسی متون و منابع و اسناد و مدارک موجود و همچنین از طریق تحقیقات میدانی و آمارها و مشاهدات جمع‌آوری شده، سپس با تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده و با شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و با بهره‌گیری از مدل ماتریسی SWOT به برنامه‌ریزی‌ها و استراتژی‌ها در این شهر مبادرت شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است و بررسی جاذبه‌های گردشگری در مناطق روستایی، امکانات و محدودیت‌ها و وضعیت کلی توریسم روستایی پرداخته شده است. فرآیند تحلیل تطبیقی بازار - محصول نوعی فرآیند تحقیقات بازار و آماده‌سازی و برنامه‌ریزی فضایی عرضه در فعالیت‌های گردشگری بر اساس اطلاعات بازار و در ارتباط با کمیّت و کیفیت تقاضا است. این فرآیند در پی آن است که پس از روشن شدن چگونگی پراکنش فضایی منابع و تعامل ابعاد اساسی عرضه و تقاضا با تأکید بر بروندهای مطالعات بازار، به این سؤال پاسخ دهد که در وضعیت موجود چه عواملی منجر به تراکم فعالیت‌های مبادلاتی گردشگری در هسته‌های فضایی ویژه تحت عنوان قطب‌های گردشگری استان سیستان و بلوچستان شده است و بنابراین بایستی راهبردهای بنیادین طرح توسعه گردشگری در استان را بمنظور دستیابی به توزیع زمانی - مکانی فعالیت‌ها بر اساس رویکردهای عدالت فضایی و اقتصادی جوامع محلی و محروم ارائه کرد.

بحث

توسعه محلی این ایده را مطرح می‌کند که همه مردم مهم هستند و باید در تصمیمات اجتماع نقش داشته باشند. باید این حق را برای همه در نظر گرفت که در مورد آنچه بر زندگی آنها اثرگذار است خودشان تصمیم‌گیری کنند. اهداف این توسعه در نهایت بهبود کیفیت زندگی انسان‌ها است، پس درک بنیان‌های توسعه اجتماع محلی و مباحث مربوط به آن اهمیت فراوان دارد. در این روش بهترین نقطه شروع، بهره‌گیری از سرمایه‌های درون‌زا است. توسعه محلی، توسعه ای مردم‌گرا است، در توسعه محلی، مشارکت واقعی مردم قابل تحقق است؛ چرا که مردم محل به عنوان یکی از منابع کلیدی در همه زمینه‌ها از ایده و طراحی گرفته تا اجرا و انجام مراحل کار مطرح می‌شوند. توزیع فضایی منابع و جاذبه‌های گردشگری در استان سیستان و بلوچستان از سویی از الگوی تحولات تاریخ اجتماعی - سیاسی اثرگذار و از سوی دیگر از پراکنش منابع اقتصادی، زیرساختی و اداری - سیاسی و نیز ساختار ویژگی‌های محیطی استان مانند جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی و کلیماتولوژیکی تبعیت می‌کند. برای اینکه تفکیک منابع اصلی و فرعی گردشگری استان به درستی تبیین شود، در این تحلیل‌ها ضروری است که علاوه بر تحلیل و بررسی گونه‌شناسانه جاذبه‌ها و منابع اصلی، به تحلیل و توزیع بازار تقاضا در سطح روستاهای استان در ارتباط با منابع و جاذبه‌ها پرداخته شود. بر اساس مطالعات گردشگران با توجه به سلیقه‌های متفاوت که عوامل غیراقتصادی می‌باشد، در برابر عوامل اقتصادی مانند درآمد و قیمت، رفتارهای متفاوتی از خود نشان می‌دهند. همچنین تأثیر عوامل غیراقتصادی، از جمله انگیزه مختلف گردشگران است که باعث می‌شود تا علیرغم تغییرات در سایر عوامل که بر تقاضای گردشگری تأثیر می‌گذارد، عوامل غیراقتصادی نیز مؤثر باشند. چنانچه از آمارها استنباط می‌شود متوسط اقامت گردشگران ایرانی ۱ شبانه روز و گردشگران خارجی حدود ۵ شبانه روز است. مطابق بررسی‌های انجام شده و مطالعات شناخت وضع موجود، کل جاذبه‌های برتر گردشگری در استان بالغ بر ۴۴۴ جاذبه بوده که حدود ۲۶ درصد این جاذبه‌ها، جاذبه طبیعی (۱۱۷ جاذبه)، حدود ۴۰ درصد جاذبه فرهنگی (۱۷۸ جاذبه) و ۳۳ درصد آنها جاذبه انسان ساخت (۱۴۹ جاذبه) می‌باشد.

جدول (۱)- ترکیب جاذبه‌های برتر گردشگری استان سیستان و بلوچستان

گونه جاذبه	تعداد	درصد
کل	۴۴۴	۱۰۰
طبیعی	۱۱۷	۲۶/۴
فرهنگی - تاریخی	۱۷۸	۴۰
انسان ساخت	۱۴۹	۳۳/۶

منبع: (گزارش شناخت جاذبه‌ها؛ طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، ۱۳۹۴)

جدول (۲)- توزیع گونه‌شناسانه جاذبه‌های برتر گردشگری استان به تفکیک شهرستان

شهرستان	کل		طبیعی		تاریخی - فرهنگی		انسان ساخت	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
کل	۴۴۴	۱۰۰	۱۱۷	۱۰۰	۱۷۸	۱۰۰	۱۴۹	۱۰۰
ایرانشهر	۳۸	۸/۶	۱۳	۱۱/۱	۱۵	۸/۴	۱۰	۶/۷
چابهار	۸۴	۱۹	۳۳	۲۸/۲	۱۳	۸/۲	۳۸	۲۲/۵
خاش	۲۸	۶/۳	۱۱	۱۱	۹	۵	۸	۶/۳
زابل	۴۵	۱۰	۹	۸	۲۳	۱۲/۹	۱۳	۹/۶
زهک	۶۴	۱۴/۴	۱۰	۸/۱	۲۳	۱۲/۹	۳۱	۲۰/۲
زاهدان	۸۱	۱۸/۳	۱۱	۱۱	۴۰	۲۲/۵	۳۰	۲۰
سراوان	۳۱	۷	۸	۷/۴۸	۲۰	۱۲/۳	۳	۲
سرباز	۱۳	۳	۵	۴/۳	۷	۴/۵	۲	۱/۹
کنارک	۲۲	۵	۱۲	۱۱/۲۱	۶	۳/۸	۴	۲/۲
نیکشهر	۳۷	۸/۳	۵	۴/۳	۲۲	۱۲/۸	۱۰	۶/۸

منبع: (اطلاعات میدانی اخذ شده از بخش مطالعات جاذبه‌ها و تحلیل‌های اقتصادی بخش پتانسیل‌های گردشگری،

طرح جامع گردشگری استان، ۱۳۹۰)

اهمیت جاذبه‌ها به حدی است که وجود امکانات اقامتی و پذیرایی، فروشگاه‌های سوغاتی و صنایع دستی، حداقل به وجود چند جاذبه اولیه وابسته است. این جاذبه‌های اولیه ممکن است به صورت منفرد بوده یا اینکه با جاذبه‌های کوچکتر و بزرگتر از خود ترکیب شده باشند. شناخت رابطه بین انواع جاذبه‌های مختلف، درک سلسله‌مراتبی از قدرت جذب و کشش جاذبه‌ها، یکی از مهمترین مراحل توسعه کانون‌ها و مقاصد گردشگری است. بنابراین توسعه محلی در مناطق روستایی نخست وابسته به جاذبه‌های گردشگری است که بیشتر این جاذبه‌ها در مناطق روستایی پراکنده شده‌اند. این یک مزیت نسبی برای توسعه اجتماعات محلی به شمار می‌رود. توزیع جاذبه‌های برتر به تفکیک شهرستان نشان می‌دهد که بیشترین تراکم جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت در شهرستان چابهار و جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی در شهرستان زاهدان بسیار بیشتر از سایر شهرستان‌ها می‌باشد. با توجه به بررسی‌های به عمل آمده شهرستان زاهدان، زابل، خاش و چابهار، تقاضای داخلی و تقاضای گردشگری خارجی را به خود جلب کرده است و به عنوان مهمترین قطب‌های گردشگری استان و مهمترین نقطه ترانزیت و اتصالی گردشگر در شرق به حساب می‌آید و از قوت منابع و کیفیت بالاتر تسهیلات و خدمات گردشگری نسبت به دیگر نقاط برخوردار است. این حجم از بازار موجبات شکل‌دهی به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و مراکز عرضه گردشگری و پذیرایی را فراهم ساخته است. تمرکز نسبی مراکز عرضه گردشگری خود موجبات هویت‌بخشی به کالبد این شهرها و روستاهای هدف گردشگری را فراهم ساخته و رسته‌های تجاری، فضا‌های گردشگری و فراغتی و ... را طوری پدید آورده که نظام گردشگری در محدوده‌های شهری با محوریت آن شکل گرفته است.

تحلیل سطح و توزیع منابع گردشگری مذهبی و معنوی استان بیانگر این واقعیت است که بخش‌هایی از استان از لحاظ داشته‌های گردشگری غنی و بخش‌هایی از استان بدلیل ساختار محیطی حاکم بر آن از قابلیت‌های کمتری برخوردار می‌باشد. در استان سیستان و بلوچستان مقاصد و خرده مقاصد گردشگری که دارای جذابیت‌های توریسم مذهبی و معنوی می‌باشند، به نسبت‌های متفاوتی در نواحی مختلف آن به وجود آمده و بیشترین تمرکز عرضه کالاها و خدمات گردشگری نیز در روستاهای مرکز و حوزه‌های پیرامونی این مقاصد به وجود آمده‌اند. بطور کلی باید اذعان کرد که با توجه به تنوع، منحصر بفرد بودن و ارزش‌های پژوهشی و بصری که جاذبه‌ها و منابع گردشگری مذهبی در برخی روستاهای استان، این منابع بطور بالقوه قابلیت

عرضه محصولات منحصر بفرد و ترکیبی را در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی دارا می‌باشند. این در حالی است که تاکنون شرایطی فراهم نشده تا این جاذبه‌ها آنطور که شایسته است مورد بهره‌برداری قرار گرفته و موجبات جلب و جذب گردشگران را در سطوح نام برده فراهم سازد. بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که به دلایلی همچون دسترسی و هزینه‌های بالای حمل و نقل، عملکرد بهتر مقاصد و استان‌های رقیب، همگرایی‌ها و واگرایی‌های فرهنگی و مهمتر از همه کوتاه شدن زمان سفرهای داخلی و ضعف عملکردی عوامل و انگیزاننده‌های جذب در استان سیستان و بلوچستان، الزاماً تمامی استان‌های ایران نمی‌توانند بازار بالقوه مناسبی برای سیستان و بلوچستان باشد. استان سیستان و بلوچستان می‌تواند با فراهم ساختن زیرساختارها، تأسیسات، تسهیلات و خدمات گردشگری در مناطق روستایی و یا به طور کلی سمت عرضه گردشگری به جذب گردشگر پردازد. استان‌های همجوار (بازارهای اصلی) با توجه به همگرایی فرهنگی، نزدیکی جغرافیایی و سنت ارتباط و تعامل با استان در اولویت قرار گرفته و رسوخ استان در آن بازارها دست یافتنی‌تر است. استان سیستان و بلوچستان از جمله مناطق خشک کشور محسوب می‌شود که در طول تاریخ همواره دچار کمبود آب بوده است. با این وجود رودخانه هیرمند، چاه نیمه‌ها، دریاچه‌های هامون هیرمند و هامون صابری در شمال استان و رودخانه‌های سرباز، باهوکلان (در جلگه دشت یاری چابهار)، دامن (در ایرانشهر)، کاجو (در قصرقند) و نیک شهر (در نیک شهر) در جنوب استان، از جمله منابع آبی قابل توجهند که در صورت برنامه‌ریزی مناسب باعث حل مشکلات آب استان خواهند بود. معهدا، کلیه شهرهای استان دارای آب لوله‌کشی با کیفیت مناسب‌اند و تقریباً تمامی روستاهای بالای ۵۰۰ نفر آب لوله‌کشی دارند. هم چنین کلیه شهرهای استان دارای برق می‌باشند و این مهم برای اکثر روستاهای پرجمعیت نیز فراهم می‌باشد. راهبرد توسعه شبکه‌های دسترسی در استان باید در کوتاه مدت، میان‌مدت و بلندمدت انجام پذیرد. این راهبرد بر محور توسعه سلسله مراتب راهها استوار بوده و راههای بین‌المللی منتهی به استان، راههای اصلی ملی (که به استان متصل می‌شوند) و راههای داخل استان (که از لحاظ گردشگری حائز اهمیت می‌باشند) را در برمی‌گیرد.

**جدول (۳)- نظام تحلیل ارزیابی جاذبه‌های گردشگری در روستاهای
استان سیستان و بلوچستان بر پایه مدل SWOT**

موضوعات تحلیلی و توسعه	عوامل داخلی	
	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
ساختار نظام فضایی توسعه جاذبه‌های گردشگری	<p>S₁- وجود جاذبه‌های مذهبی، فرهنگی و تاریخی</p> <p>S₂- وجود جاذبه‌های طبیعی منحصر بفرد از جمله نقشان، بزمان، چاه نیمه ها، کویر، گل فشان‌ها و....</p> <p>S₃- وجود شبکه راه آهن در استان</p> <p>S₄- همجواری با آب‌های آزاد</p> <p>S₅- تنوع اقلیم (میکروکلیم) در مناطق ییلاقی) به جهت خارج کردن گردشگران استان از فصلی بون</p> <p>S₆- کم سرمایه‌پر بودن صنعت گردشگری نسبت به بخش‌های دیگر اقتصادی</p> <p>S₇- عدم نیاز به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ، مانند دایر کردن دفاتر خدماتی</p> <p>S₈- ارزان بودن هزینه خدمات در استان س و ب نسبت به سایر شهرهای کشور</p> <p>S₉- هم مرز بودن با دو کشور</p>	<p>W₁- منابع آب ناپایدار و کمبود آب آشامیدنی بهداشتی</p> <p>W₂- عدم اطلاع‌رسانی و آگاهی در مورد جاذبه‌های گردشگری استان</p> <p>W₃- راه‌های ارتباطی نامناسب</p> <p>W₄- فصلی بون گردشگری</p> <p>W₅- کمبود هتل‌ها و اماکن اقامتی با درجه ممتاز در نقاط روستایی و شهری استان</p> <p>W₆- عملکرد و ارائه خدمات نامطلوب از سوی اقامتگاه‌ها و واحدهای پذیرایی بین‌راهی</p> <p>W₇- عدم اطلاع‌رسانی دقیق و نصب تابلوهای راهنمای مسافران و سردرگمی آنها</p> <p>W₈- عدم وجود زیرساخت‌های مناسب باالخص راه‌های دسترسی به جاذبه‌های واقع در روستاهای استان</p> <p>W₉- عدم آشنایی سیستماتیک مدیران هتل‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش‌های نوین بازاریابی جهانی و داخلی</p> <p>W₁₀- پراکندگی نقاط روستایی و جاذبه‌ها</p>
ساختار نظام فضایی توسعه جاذبه‌های گردشگری	عوامل خارجی	
	فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)
	<p>O₁- ارتقا سطح علمی و دانشگاهی استان در سال اخیر</p> <p>O₂- امکان جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی</p> <p>O₃- توجه به هنرهای دستی و آداب و رسوم و حفاظت از میراث فرهنگی</p> <p>O₄- کاهش نابرابری‌های اجتماعی و توسعه عدالت اجتماعی</p> <p>O₅- امکان ایجاد تعادل بین دفاتر و هتل‌ها و دیگر تأسیسات گردشگری در جهت توسعه بکدیگر</p> <p>O₆- ساخت و تجهیز هتل‌ها و اماکن اقامتی با درجه ممتاز در استان</p> <p>O₇- توزیع بهینه درآمدهای اقتصادی در مناطق مختلف مناطق روستایی</p> <p>O₈- ارتقاء سطح فرهنگی استان و تبادلات اجتماعی بین گردشگران و ساکنان منطقه</p>	<p>T₁- مشکل فرهنگ پذیرش توریسم در نقاط روستایی استان سیستان و بلوچستان</p> <p>T₂- عدم وجود نگاه جامع مدیران نسبت به گردشگری روستایی</p> <p>T₃- از بین رفتن و مخروبه شدن آثار باستانی و تاریخی با ارزش</p> <p>T₄- آسیب‌های زیست محیطی و از بین رفتن بنیان‌های اقتصادی مناطق روستایی</p> <p>T₅- شبکه حمل و نقل فرسوده برای خودروهای مسافرن و گردشگران</p> <p>T₆- عدم هماهنگی بین ارگان‌های مرتبط با مقوله گردشگری</p> <p>T₈- نبود امنیت کافی در نقاط روستایی استان</p> <p>T₉- نبود اطلاعات کافی از جاذبه‌های گردشگری مذهبی در نقاط روستایی استان</p>

منبع: (مطالعات نگارندگان)

در وضعیت کنونی استان سیستان و بلوچستان سه قطب اصلی گردشگری زاهدان، چابهار و زابل که دارای جذابیت‌های سه گانه طبیعی، تاریخی و انسان‌ساخت هستند، وجود داشته و بیشترین تمرکز عرضه کالاها و خدمات گردشگری نیز در مرکز و حوزه‌های پیرامونی این سه مقصد پدیدار گشته است. از این رو مرکزیت اصلی فعالیت‌های گردشگری موجود استان سیستان و بلوچستان در سه قطب اصلی چابهار، شهر زاهدان و منطقه زابل قرار دارد. انگیزه‌های تجاری - تفریحی، کسب و کار، آموزش و پژوهش و MICE در قطب چابهار، فعالیت‌های اداری - سیاسی، کاری، تجاری، آموزشی و پژوهشی، VFR و MICE در قطب گردشگری زاهدان و فعالیت‌های پژوهشی، فرهنگی، آموزشی، تجاری، MICE, VFR و طبیعت‌گردی در قطب زابل، شالوده اصلی نظام گردشگری در حال رشد و چشم‌انداز در حال پیدایش هر کدام از قطب‌های سه گانه استان را شکل داده‌اند (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین نتایج حاصل از تحلیل SWOT بیانگر این است که در زمینه عوامل جغرافیایی استان از امکانات و قابلیت‌های بسیاری نظیر: موقعیت نسبی مناسب از منظر دسترسی به آب‌های آزاد اقیانوسی، اقلیم متنوع، پدیده‌های مورفولوژیک و ژئومورفولوژیک گوناگون، پوشش گیاهی و حیات جانوری متنوع، قابلیت ترانزیتی، تنوع محیط طبیعی و بکر بودن پهنه‌های وسیعی از آن، داشتن آب و هوای مطبوع در فصل سرد سال برخوردار است، در حالی که تنگناهایی نظیر: دورافتادگی از مراکز عمده جمعیتی کشور، وزش بادهای گرم و خشک، در پهنه زلزله قرار گرفتن اکثر شهرهای استان، فقر منابع آب نیز نیازمند توجه و برنامه‌ریزی جهت کاهش اثرات منفی ناشی از آن‌ها در توسعه گردشگری استان است. در زمینه عوامل اقتصادی امکانات و قابلیت‌هایی نظیر منطقه آزاد تجاری چابهار، بازارچه‌های مرزی، برنامه‌های توسعه اقتصادی استان، رشد بالای اعتبارات مصوب بخش جهانگردی استان وجود دارند و عمده تنگناهای استان، شامل: فقر شدید اقتصادی، بالا بودن میزان بیکاری، شیوع گسترده قاچاق کالا و مبادلات غیر رسمی و توسعه سریع مقاصد رقیب استانی، مانند؛ منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید، منطقه آزاد تجاری کیش و مقاصد رقیب خارجی نظیر: بندر گواتر پاکستان است. همچنین در زمینه عوامل اجتماعی - فرهنگی، استان از قابلیت‌هایی نظیر؛ مراکز دانشگاهی گسترده، تنوع قومی و فرهنگی، آداب و رسوم محلی، شیوه‌های معماری سنتی، صنایع دستی خاص، میراث فرهنگی غنی و روحیه میهمان‌نوازی مردمان بومی برخوردار است. در مقابل استان با تنگناهایی مانند: مهاجرت بی‌رویه، محدود بودن

تعداد و توانمندی نیروی انسانی به ویژه در صنعت گردشگری، حاشیه‌نشینی، قاچاق مواد مخدر، فاصله شاخص‌های توسعه استانی با سطح ملی و پایین بودن میزان ضریب امنیتی روبرو است.

نتیجه‌گیری

کارآمدترین نحوه مداخله در ساختار روستایی در رویکرد راهبردی ممکن می‌شود. دلیل این امر را می‌توان در نگاه همه‌جانبه، انعطاف‌پذیر و سیال برنامه‌ریزی راهبردی دانست که با در نظر گرفتن نقاط قوت به عنوان دارایی‌های راهبردی و ملاحظه نقاط منفی به مثابه بدهی‌های راهبردی، تلاش دارد تا از دل تهدیدهای موجود در رویه توسعه گردشگری در مناطق روستایی، به بازسازی فرصت‌هایی امکان دهد که از دل همین تهدیدها بیرون می‌آید. در سال‌های اخیر و همزمان با توسعه گردشگری در نواحی روستایی، مطالعه تأثیر و عملکرد گردشگری روستایی، حوزه‌ای غنی از تحقیقات بین رشته‌ای را فراهم آورده است که غالباً در مقام نوشدارویی برای حل تمام بیماری‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی، آن را تأیید و یا به چالش کشیده‌اند. امروزه موضوع فقرزدایی از جوامع محلی یکی از اهم مواردی است که در دستور کار سازمان ملل متحد و به تبع آن سازمان جهانی جهانگردی قرار گرفته که می‌توان آن را از طریق گسترش گردشگری مرتفع نمود. آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری شیوه‌هایی هستند که در آن، گردشگری تغییراتی را در نظام‌های ارزشی، رفتار فرد، روابط گروهی، سبک و شیوه زندگی جمعی، مراسم سنتی و سازمان‌های اجتماعی ایجاد می‌کند که این امر در نهایت می‌تواند به توانمندی اجتماعات محلی منجر شود. تحقیق حاضر با الهام از این رویکرد، نقش گردشگری مناطق روستایی استان سیستان و بلوچستان را در توانمندسازی اجتماعات محلی مطالعه کرده است. مناطق روستایی استان سیستان و بلوچستان با بهره‌مندی از ویژگی‌های فرهنگی-مذهبی و طبیعی از جمله مناطقی است که در صورت رفع موانع موجود می‌تواند پذیرای تعداد قابل توجهی از گردشگران داخلی و خارجی باشد. در استان سیستان و بلوچستان صنعت گردشگری به مفهوم نوین آن هنوز شکل نگرفته است و استان تا کنون به ندرت پذیرای گروه‌های گردشگری و تورهای سازماندهی شده بوده است. در نتیجه این صنعت در استان در مرحله نوبادگی خود قرار دارد. عواملی همچون کمبود امکانات و تأسیسات گردشگری کافی، نبود تأسیسات زیربنایی، عدم سرمایه‌گذاری مکفی در اماکن اقامتی، فصلی بودن گردشگری، کمبود

نیروی انسانی آموزش دیده و غیره از مهمترین عوامل عدم جذب گردشگری، متناسب با پتانسیل‌ها و توانمندی‌های گردشگری روستاهای استان است. عمده‌ترین قابلیت‌ها و توان‌های بالقوه گردشگری استان مبتنی بر قابلیت‌های فرهنگی، تاریخی، میراثی (همچون آثار و یادمان‌های ملموس فرهنگی - تاریخی، صنایع دستی و المان‌های فرهنگی غیر ملموس، همچون مراسمات سنتی)، طبیعت (همچون دریا، کوه‌های میناتور و زیبایی‌های ناشی از پیوند کویر و دریا، کوه‌های تفتان و مجموعه داشته‌های طبیعی هامون و هیرمند و چشمه‌های آب گرم و ...)، پدیده‌های مصنوع یا انسان‌ساخت همچون منطقه آزاد چابهار و ارتباطات و تعاملات بین جمعیتی است که با توجه به این که بخش زیادی از آن‌ها در روستاها و جوامع محلی قرار دارند، به عنوان بستر توسعه این نواحی می‌توانند عمل کنند. همچنین با جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی و نیمه خصوصی برای ارتقاء کمی و کیفی تأسیسات گردشگری می‌توان به ساماندهی گردشگری و توسعه اقتصادی - اجتماعی دست یافت. با عنایت به نتایج به دست آمده در این پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر بیان می‌شود:

- ✓ واگذاری هرچه بیشتر اختیارات و مدیریت مربوط به فعالیت‌های گردشگری به ساکنان بومی مناطق روستایی و کمرنگ‌تر کردن نقش دولت در این زمینه؛
- ✓ دخالت دادن مستقیم اجتماعات محلی در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های مربوط به اجرای پروژه‌های گردشگری؛
- ✓ آگاهی بخشی به مردم روستا نسبت به اهمیت ورود گردشگران به روستا و نحوه برخورد و تعامل مردم با آنان؛
- ✓ تشویق اجتماعات محلی نسبت به اقدام خودجوش در زمینه تبلیغ گردشگری روستای خود و معرفی جاذبه‌های گردشگری روستا به دیگران.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی (۱۳۶۹)، *مقدمه‌ای بر جغرافیای تاریخی سیستان (از عهد باستان تا اوایل دوره اسلامی)*، رساله کارشناسی جغرافیا، دانشگاه تربیت معلم زاهدان.
- بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۸۲)، دانش بومی در توسعه روستایی پایدار، *مجله جغرافیا و توسعه*، شماره

- حاجی‌نژاد، علی؛ ابوذر پایدار؛ فاطمه باقری؛ ناصر عبدی (۱۳۹۳)، تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری ایران، **فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان**، سال دوم، شماره هشتم، ص ۱۳۵-۱۱۱.
 - حیدری ساریان، وکیل؛ ابوذر ملکی (۱۳۹۴)، ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توانمندسازی اجتماعی روستایی (مورد مطالعه: روستای ده زیارت، شهرستان بوانات، استان فارس)، **فصلنامه توسعه روستایی**، دوره ششم، شماره ۲، پاییز و زمستان، ص ۲۷۹-۲۹۸.
 - خواجه شاهکویی، علیرضا؛ خوشفر، غلامرضا و کریمی لیلا (۱۳۹۱)، نقش گردشگری در توانمندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی: روستای زیارت)، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، شماره ۹۵، ۳: ۱۱۴.
 - فیلیس، روندا، پیتمن (۲۰۰۹)، **توسعه اجتماع محلی**، ترجمه مهدی ابراهیمی، انتشارات راتلج، چاپ اول.
 - یوسفی سادات، محرم (۱۳۹۰)، الگوی توانمندسازی اجتماع محور در مسیر توسعه محلی و کاهش فقر قابلیت، نشریه نوسازی، سال دوم، شماره ۱۳.
 - دیبایی، پرویز (۱۳۷۱)، شناخت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
 - یعقوبی، جعفر (۱۳۹۱)، نظرسنجی درباره برخی پیامدهای گردشگری روستایی در مناطق روستایی بخش سلطانیه استان زنجان، **فصلنامه روستا و توسعه**، شماره ۲، ص ۱۵۳-۱۳۹.
- Correia, L. and Sandra, M. (2014). The Role of the Rural Tourism Experience Economi in Place Attachment and Behavioral Intentions, *International Journal of Hospitality Management*, 40: 1-9.
 - Santos, Maria Da Graca Mougá Pocas, (2004), *Fatima: Religious Tourism in a Sanctuary-City*.
 - Su, B. (2011). Rural Tourism in China, *Tourism Management*, 32: 1438-1441.
 - UNWTO, (2007), *Tourism Highlights* 2007 Edition, Available in "www.unwto.com".
 - Ustunel, Besim (1969). *Economini Temeleri*, Ankara.
 - UNWTO,(2011). *Religious Tourism in Asia and the Pacific*, Published and printed by the World Tourism Organization, Madrid, Spain.
 - Egresi, I., Bayram, B., Kara, F. and Kesik, O.(2012). Unlocking the Potential of Religious Tourism in Turkey, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Year V no.1, vol. 9, May.
 - Wearer, Divid & Opper Man (2002), *Tourism Management*, John Wiley & Sons, Australia LTD.
 - Sharpley, R. and Sundaram, P. (2005). Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India, *Int. J. Tourism Res.* 7, 161-171.
 - Shinde, k.A. (2010). *Entrepreneurship and Indigenous Entrepreneurs*.

- Hamed, M. (2010). Sustainable Tourism Development in Iran: Concept, Opportunities and Challenges, *International Journal of Sustainable Development*, 2(2): 35-42.
- Lee, J. (2000). *Tourism and Development in Third World*. Translated by Abdorreza Roknoddin Eftekhary and Ma'soomah Sadat Salehi Amin. Tehran: Commercial company press.
- Aref F, Gill SS, Farshid A. (2010). Tourism Development in Local Communities: As a Community Development Approach. *Journal of American Science*, 6: 155 - 161.
- Bushell R., McCool S.F.(2007). *Tourism as a Tool for Conservation and Support of Protected Areas: Setting the Agenda*. In: R Bushell, PFJ Eagles (Eds.): *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries*. Wallingford: CABI International.
- Jamal T, Stronza A.(2009), Collaboration Theory and Tourism Practice in Protected Areas: Stakeholders, Structuring and Sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 17: 169-189.
- McCool S.F. (2009). Constructing Partnerships for Protected Area Tourism Planning in an Era of Change and Messiness. *Journal of Sustainable Tourism*, 17: 133-148.