

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۸، صفحات ۱۱۳-۱۲۶

نقش گردشگری در توسعه اجتماعی - اقتصادی مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری: مطالعه موردی بخش سامان

سید رامین غفاری، معصومه ترکی هرچگانی*

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۸/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۳/۳۰

چکیده

امروزه، گردشگری و به‌ویژه گردشگری روستایی گستره‌ای جهانی یافته است و پدیده‌ای برآمده از توسعه همه‌جانبه نوآوری‌های فناوری در دوران نوین به‌شمار می‌رود. آنچه گردشگری را به عاملی در روند توسعه مبدل کرده است، جریان‌های سرمایه، فرهنگ و اطلاعات، در یک همپوشی با عواملی چون افزایش درآمد، سطح رفاه، اوقات فراغت بیشتر و بهبود ارتباطات است. بر این باور، تحقیق فرارو در پی پاسخ بدین پرسش است که گردشگری چه نقشی در توسعه اجتماعی - اقتصادی نقاط روستایی در بخش سامان از توابع استان چهارمحال و بختیاری دارد. مطالعات میدانی و پرسشنامه‌های تکمیل‌شده از سوی ۳۷۶ نفر در قالب نمونه آماری منتخب به‌روش کوکران در پانزده روستای گردشگری پذیر نشان می‌دهد که میان افزایش شمار گردشگران، رونق گردشگری و بهبود شاخص‌های اجتماعی - اقتصادی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری / توسعه اجتماعی / توسعه اقتصادی / مناطق روستایی / توسعه روستایی / مطالعه موردی / سامان (بخش) / چهارمحال و بختیاری (استان).

* به‌ترتیب، استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور مرکز شهرکرد؛ و کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد دهاقان.

مقدمه

گردشگری در جهان کنونی، صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پر رونق و رو به توسعه است که پس از صنایع نفت و خودروسازی گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده‌اند (غفاری، ۱۳۸۶)، به گونه‌ای که بر اساس برآورد سازمان جهانی جهانگردی، ارزش وجوه حاصل از جهانگردی و مسافرت در دهه آتی با سرعتی افزون‌تر از تجارت جهانی به سطحی بالاتر از اقلام صادراتی در دیگر بخش‌های اقتصادی خواهد رسید (World Tourism Organization, 1995: 21). همچنین، پیش‌بینی می‌شود که در ۲۰۱۰، شمار مسافران و جهانگردان از مرز ۹۳۷ میلیون نفر خواهد گذشت (World Tourism Organization, 1994: 36).

تاکنون صنعت جهانگردی بیش از صد میلیون فرصت شغلی مستقیم ایجاد کرده و مبنای تحولات شگرف اقتصادی- اجتماعی در سراسر جهان قرار گرفته است (World Tourism Organization, 1993:18). از این رو،

با توجه به ویژگی بارز گردشگری روستایی به‌مثابه یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری، می‌توان انتظار داشت که این صنعت، از یک سو، به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های روستایی و از سوی دیگر، با جذب مازاد نیروی انسانی، به ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان روستاها کمک کند؛ و بدین ترتیب، فرصتی برای توسعه همه‌جانبه قلمداد شود (سقای، ۱۳۸۲: ۲).

با این همه، اگرچه ایران از نظر منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری در زمره ده کشور نخست جهان است، متأسفانه همه آمارهای سازمان جهانی جهانگردی در سال‌های گذشته از روند بسیار کند ورود گردشگران به ایران و در نتیجه، سهم ناچیز این صنعت در درآمد ناخالص ملی کشورمان حکایت دارد (کارگر، ۱۳۸۶: ۱۶۸).

استان چهارمحال و بختیاری، با وسعتی معادل یک درصد از قلمرو جغرافیایی- سیاسی کشور و بهره‌مندی از جاذبه‌های گوناگون طبیعی، فرهنگی و تاریخی، و نیز با موقعیتی ممتاز در میان سلسله‌جبال زاگرس، دارای استعدادهای فراوان در توسعه

صنعت جهانگردی است؛ از این رو، می‌توان با شناخت، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در زمینه جاذبه‌های واقع در پس‌کرانه‌های شهری و به‌ویژه روستایی این استان، گامی مهم و مؤثر در توسعه و محرومیت‌زدایی منطقه برداشت و نیز قلمرو این تحقیق را به قطبی جاذب و شکوفاتر از گذشته تبدیل کرد.

بیان مسئله و ضرورت پژوهش

هرچند، همواره اجتماعات و سکونتگاه‌های روستایی مستقر در امتداد محور گردشگری رودخانه زاینده‌رود در بخش سامان از توابع شهرستان شهرکرد در استان چهارمحال و بختیاری، به‌لحاظ موقعیت ممتاز جغرافیایی و بهره‌مندی از توان‌های بسیار در حوزه طبیعت‌گردی، گردشگری روستایی و کشاورزی، از پدیده گردشگری تأثیر پذیرفته و بر آن تأثیرگذار بوده‌اند اما به‌دلیل عدم شناخت دقیق و علمی از توان‌ها، تنگناها و قابلیت‌های آنها و نیز فقدان یک برنامه‌ریزی جامع و نظام‌مند در بهره‌برداری معقول از قابلیت‌های موجود، تاکنون از این توان‌ها در راستای هدایت روندها و فرآیندهای طبیعی، اجتماعی و اقتصادی برای دستیابی به توسعه پایدار بهره‌گیری نشده است. بر این اساس، مقاله حاضر به تبیین و شفاف‌سازی ارتباط بین گردشگری و توسعه ساختارها و کارکردهای اجتماعی-اقتصادی می‌پردازد و به‌منظور تسهیل و تسریع در تحقق توسعه نقاط روستایی منطقه از منظر صنعت گردشگری، رهنمودهایی را ارائه خواهد کرد.

اهداف

اهداف پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

- شناخت نقش گردشگری در توسعه اجتماعی-اقتصادی نقاط روستایی مورد مطالعه در قلمرو تحقیق؛
- شناخت و ارزیابی ارتباط بین نقش گردشگری و میزان درآمد ساکنان نقاط روستایی مورد مطالعه؛

- شناخت و ارزیابی ارتباط بین نقش گردشگری و ایجاد فرصت‌های شغلی برای ساکنان نقاط روستایی مورد مطالعه؛
- شناخت و ارزیابی ارتباط بین نقش گردشگری و شاخص‌های فرهنگی ساکنان نقاط روستایی مورد مطالعه؛
- شناخت و ارزیابی ارتباط بین نقش گردشگری و رفاه اجتماعی ساکنان نقاط روستایی مورد مطالعه؛ و
- ارائه پیشنهادهایی برای تقویت نقش گردشگری در توسعه اجتماعی-اقتصادی نقاط روستایی مورد مطالعه.

فرضیه‌ها

فرضیه‌های پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

- بین میزان گردشگری و امکانات گردشگری در روستا رابطه معنی‌دار وجود دارد؛
- بین گردشگری و ایجاد فرصت‌های شغلی رابطه معنی‌دار وجود دارد؛
- بین گردشگری و میزان درآمد خانوار رابطه معنی‌دار وجود دارد؛
- بین گردشگری و شاخص‌های فرهنگی رابطه معنی‌دار وجود دارد؛ و
- بین گردشگری و رفاه اجتماعی رابطه معنی‌دار وجود دارد.

متغیرها

متغیر مستقل

متغیر مستقل پژوهش حاضر عبارت است از صنعت گردشگری.

متغیرهای وابسته

در پژوهش حاضر، متغیرهای وابسته عبارت‌اند از: ایجاد اشتغال، میزان درآمد خانوار، شاخص‌های فرهنگی و رفاه اجتماعی.

روش‌شناسی تحقیق

فرآیند کار

در این پژوهش، پس از تعیین اهداف و فرضیه‌های مورد نظر و نیز انجام مطالعات مقدماتی درباره موضوع تحقیق، مرحله تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای آغاز شد. در این مرحله، با مراجعه به منابع کتابخانه‌ای و بانک‌های اطلاعاتی، فیش‌برداری و جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر صورت گرفت. به منظور انجام مطالعات میدانی، پس از طرح پرسش‌ها و تنظیم پرسشنامه، تکمیل پرسشنامه‌ها از سوی ساکنان محلی در نقاط روستایی مورد نظر انجام شد؛ و پس از جمع‌آوری داده‌ها، پردازش و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS صورت گرفت.

جامعه آماری و حجم نمونه

از میان ۲۳ روستای واقع در بخش سامان از توابع شهرستان شهرکرد در استان چهارمحال و بختیاری، جامعه آماری پژوهش جمعیت ساکن در پانزده روستای دارای بیش از ۱۵۰ خانوار را در بر می‌گیرد. همچنین، از مجموع ۱۷۴۳۱ نفر جمعیت ساکن در نقاط روستایی منتخب، حجم نمونه به روش کوکران ۳۷۶ نفر برابر با ۲/۲ درصد از کل جامعه آماری تعیین شده که توزیع آن به نسبت شمار جمعیت ساکن در هر کدام از نقاط روستایی منتخب صورت گرفته است؛ و سرانجام، پس از انتخاب تصادفی نمونه‌ها، به توزیع و تکمیل پرسشنامه‌ها اقدام شده است.

یافته‌ها

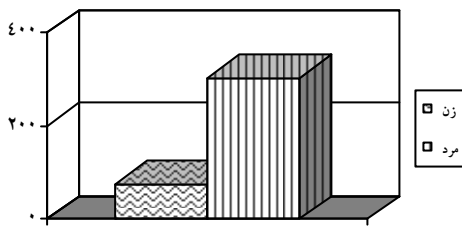
نتایج توصیفی

ترکیب جنسیتی

بررسی ترکیب جنسیتی جامعه آماری نشان می‌دهد که ۷۹/۹ درصد از پاسخ‌گویان مرد و ۲۰/۱ درصد زن بوده‌اند.

جدول ۱- فراوانی جنسیتی پاسخ‌گویان

متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
زن	۷۶	۲۰/۱	۲۰/۱
مرد	۳۰۲	۷۹/۹	۱۰۰
جمع کل	۳۷۸	۱۰۰	



نمودار ۱- فراوانی جنسیتی پاسخ‌گویان

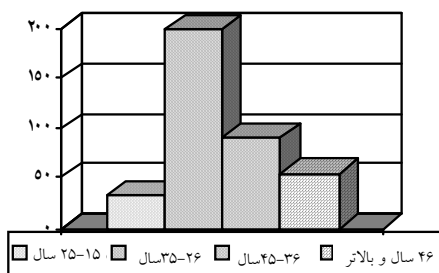
منبع: یافته‌های تحقیق

توزیع سنی پاسخ‌گویان

بر اساس نتایج حاصل در گروه‌های ده‌گانه سنی، بیشترین پاسخ‌ها با ۵۲/۶ درصد مربوط به گروه سنی ۲۶-۳۵ ساله می‌باشد. در رده‌های دیگر، گروه سنی ۱۵-۲۵ ساله ۸/۵ درصد، ۳۶-۴۵ ساله ۲۴/۱ درصد و ۴۶ ساله و بیشتر ۱۴/۶ درصد از پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده است.

جدول ۲- فراوانی سنی پاسخ‌گویان

متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱۵ تا ۲۵ ساله	۳۲	۸/۵	۸/۵
۲۶ تا ۳۵ ساله	۱۹۹	۵۲/۶	۶۱/۳
۳۶ تا ۴۵ ساله	۹۱	۲۴/۱	۸۵/۴
۴۶ ساله و بالاتر	۵۵	۱۴/۶	۱۰۰/۰
جمع	۳۷۷	۹۹/۷	
داده‌های گمشده	۱	۳	
جمع	۳۷۸	۱۰۰/۰	

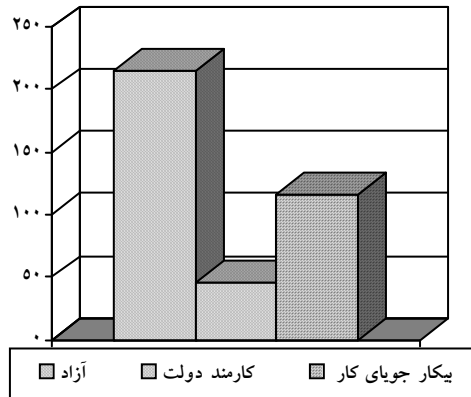


نمودار ۲- فراوانی سنی پاسخ‌گویان

منبع: یافته‌های تحقیق

وضعیت شغلی پاسخ‌گویان

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین تعداد پاسخ‌ها را افراد دارای شغل آزاد با ۵۶/۶ درصد، کارمندان دولت با ۱۲/۲ درصد، و بیکاران جویای کار با ۳۰/۷ درصد به خود اختصاص داده‌اند.



نمودار ۳- فراوانی شغلی پاسخ‌گویان

جدول ۳- فراوانی شغلی پاسخ‌گویان

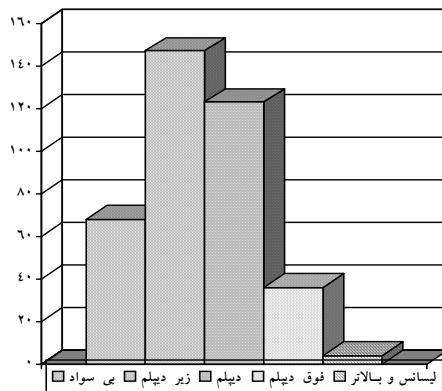
متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
شغل آزاد	۲۱۵	۵۶/۹	۵۷/۰
کارمند دولت	۴۶	۱۲/۲	۶۹/۲
بیکار جویای کار	۱۱۶	۳۰/۷	۱۰۰/۰
جمع	۳۷۷	۹۹/۷	
داده‌های گمشده	۱	۰/۳	
جمع	۳۷۸	۱۰۰/۰	

منبع: یافته‌های تحقیق

وضعیت تحصیلی پاسخ‌گویان

بررسی وضعیت تحصیلی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که بیشترین تعداد پاسخ‌گویان را افراد دارای مدرک زیر دیپلم با ۳۸/۹ درصد به خود اختصاص داده و پس از آن، افراد دارای مدرک دیپلم با ۳۲/۵ درصد، افراد بی‌سواد با ۱۸ درصد و بالاتر با ۱۰/۶ درصد در رتبه‌های بعد جای گرفته‌اند.

جدول ۴- فراوانی میزان تحصیلات پاسخ‌گویان



نمودار ۴- فراوانی میزان تحصیلات پاسخ‌گویان

متغیر	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی‌سواد	۶۸	۱۸/۰	۱۸/۰
زیر دیپلم	۱۴۷	۳۸/۹	۵۶/۹
دیپلم	۱۲۳	۳۲/۵	۸۹/۴
فوق دیپلم	۳۶	۹/۵	۹۸/۹
لیسانس و بالاتر	۴	۱/۱	۱۰۰/۰
جمع	۳۷۸	۱۰۰/۰	

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج آزمون فرضیه‌ها

آزمون فرضیه اول

برای بررسی فرضیه اول مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار میان میزان گردشگری و امکانات گردشگری در روستا در یک دوره هشت ساله، از آزمون خی دو استفاده شده است. با توجه به جدول توافقی، عامل افزایش میزان گردشگری بر افزایش میزان امکانات گردشگری مؤثر بوده است؛ و این ارتباط با آمار خی دو ($\chi^2=30/2$) و درجه آزادی ۴ و حداقل سطح معنی‌داری ۰/۰۰ در سطح ۵ درصد معنی‌دار است. همچنین، با محاسبه ضریب همبستگی کندال، ارتباط میان دو عامل به میزان ۰/۲۳ ثابت شده است.

جدول ۵- رابطه بین میزان گردشگری و امکانات گردشگری در روستا

میزان گردشگری در روستا نسبت به هشت سال گذشته افزایش داشته	امکانات گردشگری در روستا نسبت به هشت سال گذشته افزایش داشته			
	جمع	زیاد	متوسط	کم
میزان گردشگری در روستا نسبت به هشت سال گذشته افزایش داشته	۶۸	۱	۱۷	۵۰
کم	۱۷۹	۸	۶۶	۱۰۵
متوسط	۱۳۰	۲۳	۵۰	۵۷
زیاد	۳۷۷	۳۲	۱۳۳	۲۱۲
جمع				

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۶- آزمون خی دو: بررسی افزایش امکانات گردشگری و میزان گردشگری در روستا

آمار آزمون خی دو	درجه آزادی	حداقل سطح معنی‌داری
۳۰/۲	۴	۰/۰

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه دوم

برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار میان صنعت گردشگری و ایجاد اشتغال، از آزمون خی دو استفاده شده است. از آنجا که سطح معنی‌داری محاسبه شده ($\text{sig.}=00/0$) از سطح معنی‌داری مورد نظر ($\alpha=0/05$) کمتر است، این فرضیه تأیید می‌شود؛ یعنی، افزایش شمار گردشگران و رونق گردشگری با افزایش فرصت‌های

شغلی و اشتغال دارای رابطه معنی داری در سطح $\alpha=0/05$ ($\chi^2=35/4$ ، $df=4$) است؛ همچنین، محاسبه ضریب کندال (۰/۳) نیز وجود ارتباط مستقیم را نشان می دهد. بنابراین، بهبود صنعت گردشگری بر افزایش اشتغال اثر مثبت داشته است.

جدول ۷- آزمون خی دو: بررسی رابطه صنعت گردشگری و اشتغال

آماره آزمون خی دو	df	Sig.
۳۵/۴	۴	۰/۰

منبع: یافته های تحقیق

آزمون فرضیه سوم

برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه سوم مبنی بر وجود رابطه معنی دار میان صنعت گردشگری و درآمد خانوار، از آزمون خی دو استفاده شده است. بدین منظور، دو شاخص فروش محصولات باغی (مانند بادام و گردو) و نیز تولید و فروش صنایع دستی و محلی مورد استفاده قرار گرفت. از دیدگاه پاسخ گویان، عامل گردشگری و رونق آن به افزایش متوسط درآمد خانوارها از طریق محصولات باغی و صنایع دستی انجامیده که با نگاهی به دو جدول توافقی زیر و نتایج آنها، قابل مشاهده است.

جدول ۸- آزمون خی دو: بررسی رابطه ورود گردشگران به روستا با افزایش تولید و

فروش صنایع دستی

آماره آزمون خی دو	درجه آزادی	حداقل سطح معنی داری
۵۲/۴	۴	۰/۰

منبع: یافته های تحقیق

جدول ۹- آزمون خی دو: بررسی رابطه ورود گردشگران به روستا با افزایش فروش

محصولات باغی

آماره آزمون خی دو	درجه آزادی	حداقل سطح معنی داری
۴۰/۱	۴	۰/۰

منبع: یافته های تحقیق

آزمون فرضیه چهارم

همانند آزمون‌های گذشته، برای بررسی وجود رابطه معنی‌دار میان صنعت گردشگری و شاخص‌های فرهنگی، از آزمون خی‌دو و جداول توافقی و نیز در بررسی نهایی، از محاسبه ضریب کندال استفاده شد. بر اساس نتایج نهایی و با توجه به آماره آزمون خی‌دو ($\chi^2=48/03$) و درجه آزادی ۴ با حداقل سطح معنی‌داری ۰/۰ در سطح $\alpha=0/05$ ، وجود ارتباط بین این دو عامل - یعنی، افزایش گردشگری و تغییر شاخص‌های فرهنگی به‌ویژه فرهنگ سنتی و بومی مردم- ثابت شده و مقدار ضریب کندال (۰/۳) نشان‌دهنده ارتباط مستقیم بین دو عامل است.

جدول ۱۰- آزمون خی‌دو: بررسی رابطه ورود گردشگران به روستا با وضعیت

شاخص‌های فرهنگی

آماره آزمون خی‌دو	درجه آزادی	حداقل سطح معنی‌داری
۴۸/۰۳	۴	۰/۰

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون فرضیه پنجم

برای بررسی فرضیه پنجم مبنی بر وجود رابطه معنی‌دار میان صنعت گردشگری و رفاه اجتماعی، با به‌کارگیری مجدد آزمون خی‌دو، از دو شاخص افزایش هزینه‌های زندگی و نیز افزایش توقعات مردم در زندگی استفاده شده است. از دیدگاه پاسخ‌گویان، و با توجه به نتایج جداول توافقی و مقادیر آزمون خی‌دو و نیز حداقل سطح معنی‌داری در سطح ۰/۰۵، رابطه میان رفاه اجتماعی و افزایش گردشگری در مناطق مورد مطالعه ثابت شده اما در این مورد که آیا بهبود وضعیت گردشگری بر افزایش رفاه اجتماعی تأثیر مثبت داشته است یا خیر، بدیهی است که باید تحقیقات بیشتری صورت گیرد.

جدول ۱۱- آزمون خی دو: بررسی رابطه تأثیر ورود گردشگران با افزایش توقعات مردم در زندگی

آماره آزمون خی دو	درجه آزادی	حداقل سطح معنی داری
۱۵/۵	۴	۰/۰

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۱۲- آزمون خی دو: بررسی رابطه تأثیر ورود گردشگران با افزایش هزینه‌های زندگی

آماره آزمون خی دو	درجه آزادی	حداقل سطح معنی داری
۱۳/۰۶	۴	۰/۰

منبع: یافته‌های تحقیق

جمع بندی و نتیجه گیری

آنچه از مباحث مطرح شده و نیز از تحلیل نتایج آماری مطالعات میدانی در نقاط روستایی مورد مطالعه می‌توان استنباط کرد، در درجه نخست، ارتباط افزایش میزان گردشگری در نقاط روستایی مورد مطالعه با افزایش امکانات گردشگری در این نقاط نسبت به هشت سال گذشته است.

با این همه، در بیشتر مناطق مورد مطالعه، امکانات زیربنایی همچون راه ارتباطی، پارکینگ، و امکانات بهداشتی چندان مطلوب نیست؛ و به دلیل ازدحام شدید جمعیت در روزهای تعطیل، وضعیت زیست محیطی این مناطق نیازمند توجه جدی است. نقش بازاریابی و تبلیغات نیز در توسعه صنعت گردشگری روستایی در منطقه مؤثر خواهد بود.

در یک بیان کلی، می‌توان موارد زیر را یادآور شد:

- ۱- رونق صنعت گردشگری در افزایش میزان امکانات گردشگری مؤثر بوده است؛
- ۲- بین افزایش شمار گردشگران، رونق گردشگری و افزایش فرصت‌های شغلی ارتباط معنی دار وجود دارد؛

- ۳- بین افزایش شمار گردشگران و ارتقای سطح درآمد رابطه معنی دار وجود دارد؛
- ۴- بین افزایش شمار گردشگران، رونق گردشگری و وضعیت شاخص‌های فرهنگی رابطه معنی دار وجود دارد؛ و
- ۵- رابطه بین افزایش گردشگری و رفاه اجتماعی در منطقه ثابت شده اما پیداست که برای بررسی مثبت بودن تأثیر بهبود وضعیت گردشگری بر افزایش رفاه اجتماعی، باید تحقیقات بیشتری انجام شود.
- بر این اساس، با آگاهی از وضعیت موجود و نیز با توجه به نقاط ضعف و کاستی‌ها و بهره‌مندی مؤثر و مفید از توانمندی‌ها، استعدادها و قابلیت‌های طبیعی در استان و به‌ویژه بخش سامان، می‌توان به پیگیری هدفمند منافع گردشگری پرداخت و از این رهگذر، در ارتقای سطح آگاهی، فرهنگ، درآمد و رفاه اجتماعی منطقه گام برداشت.

پیشنهادها

- با توجه به نتایج این تحقیق، پیشنهادهایی در سطوح سیاست‌گذاری، اجرایی و کارکردی به شرح زیر ارائه می‌شود:
- تهیه طرح جامع گردشگری محور زاینده‌رود در قلمرو تحقیق به منظور شناسایی کامل توان‌ها، تنگناها، استعدادها و امکانات طبیعی- فرهنگی و خدماتی و همچنین، اولویت‌بندی نیازها و اقدام سریع و برنامه‌ریزی شده برای رفع سریع موانع توسعه گردشگری در منطقه؛
 - تشکیل و تقویت انجمن‌ها و نهادهای غیردولتی فعال در زمینه گردشگری روستایی و ایجاد دفاتر یا مؤسساتی به نام «مؤسسات گردشگری روستایی» با نظارت مستقیم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و نیز اداره کل شهر و روستای استانداری در نقاط روستایی برخوردار از قابلیت‌های بیشتر و دارای موقعیتی مرکزی‌تر در سطح منطقه، با اهداف زیر:

- ۱- جلب مشارکت‌های مردمی و بخش خصوصی در فرآیند تهیه، اجرا و بهره‌برداری از طرح‌ها و پروژه‌های عمرانی، اجتماعی و اقتصادی در حوزه گردشگری روستایی؛
 - ۲- نظارت مستمر، محلی و غیرمتمرکز (نظارت پایین به بالا) بر تمامی فعالیت‌ها و حرکت‌های گردشگری در محل؛
 - ۳- برنامه‌ریزی و سامان‌دهی اسکان گردشگران روستایی در اماکن و مساکن از پیش تعیین‌شده در روستا؛
 - ۴- نظارت مستمر و محلی بر حسن اجرای طرح‌ها و برنامه‌های جامع گردشگری در ابعاد محلی؛
 - ۵- قابلیت‌سنجی و تعریف توان‌های جدید گردشگری در محل به‌منظور سرمایه‌گذاری و جلب مشارکت بخش خصوصی؛ و
 - ۶- گردآوری، اطلاع‌رسانی، تشریح و تبیین ضوابط، آیین‌نامه‌ها و مقررات گردشگری برای روستائیان مشتاق به فعالیت یا سرمایه‌گذاری در قابلیت‌های موجود در روستا و نیز حوزه فرادست آن
- ایجاد، توسعه و تجهیز زیرساخت‌های گردشگری در نقاط روستایی مستقر در قلمرو تحقیق با استناد به مصوبات طرح جامع گردشگری به‌صورت برنامه‌ای کوتاه‌مدت و ضربتی؛
 - تعریف سازوکارهایی به‌منظور افزایش جلب مشارکت‌ها؛
 - اجرای برنامه‌های آموزشی- ترویجی به‌منظور تربیت راهنمایان محلی و افزایش آگاهی اجتماعات روستایی از پیامدهای توسعه صنعت گردشگری در محل و فراهم‌سازی بستر تعامل با گردشگران ورودی؛ و
 - برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری لازم برای ارتقای شاخص‌های توسعه انسانی در نقاط روستایی منطقه با عنایت به تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم این شاخص‌ها بر توسعه پایدار صنعت گردشگری روستایی و تحول مثبت.

منابع

- سقایی، مهدی (۱۳۸۲)، *بررسی قابلیت‌های گردشگری در ایران*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. مشهد: دانشگاه فردوسی.
- غفاری، رامین (۱۳۸۶)، «گردشگری و توسعه پایدار شهری». *سپهر*. دوره شانزدهم، شماره ۶۳.
- کارگر، بهمن (۱۳۸۶)، *توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران*. تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- World Tourism Organization (1993), *Tourism to the Year 2000: Qualitative Aspects Affecting Global Tourism Growth- A Discussion Paper*. Madrid: Author.
- World Tourism Organization (1994), *National and Regional Tourism Planning: Methodology and Case Studies*. London: Routledge.
- World Tourism Organization (1995), "Global tourism forecasts to the year 2000 and beyond". *The World*. Vol. 1. Madrid: Author.