فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، ویژه‌نامه گردشگری روستایی، زمستان ۱۳۹۶
صفحات ۱۷۲-۱۵۵

تحلیل قابلیت‌های جذب گردشگر در روستاهای هدف منطقه الموت

محمد طاهرخانی*؛ دانش آموخته دکترای ژئومورفولوژی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰ پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۷/۲۸

چکیده

گردشگری در عصر حاضر از بزرگ‌ترین فعالیت‌های اقتصادی دنیا به شمار می‌رود و گردشگری روستایی نیز رونق فراوانی یافته است. این مهم بر اثر صنعتی‌شدن و شهرنشینی سریع جوامع غربی طی قرن نوزدهم، در کنار عواملی همچون توسعه حمل‌ونقل، افزایش درآمد و اوقات فراغت پدید آمده است. نتیجه بهره‌برداری از ظرفیت‌های محیط در قالب گردشگری روستایی، مواردی همچون رونق کسب‌وکار، بهبود فضای اقتصادی، بهبود وضعیت درآمد، رضایت‌مندی از محل زیست و تمایل به ماندگاری بیشتر در فضا شناخته شده است. بدین‌سان، در مقاله حاضر تلاش گردیده در راستای کمک به امر برنامه‌ریزی مطلوب گردشگری در منطقه الموت، ضمن ارزیابی سطح توان روستاهای هدف گردشگری برای جذب گردشگر، به تحلیل راهبردی وضع موجود منطقه الموت با تأکید بر توان‌های ژئوتوریسمی پرداخته شده است. در انجام این تحقیق از دو مدل SWOT و فاسیلاس استفاده شده است. نتایج نشان داد روستاهای منطقه الموت هریک دارای توان متفاوتی در جذب گردشگر است؛ شرایط یاد شده، ماحصل مداخله‌ی توأمان عوامل داخلی و خارجی متعدد بر پدیده‌ی جذب گردشگر در کل منطقه الموت بوده است؛ به گونه‌ای که بیشترین تأثیر را نیز عوامل خارجی بر روند جذب گردشگر در این منطقه داشته است. در کل نیز، هنوز بستر مساعد برای حضور گردشگران فراهم نشده و موانع جدی بر سر راه استفاده از اقتصاد پربازده گردشگری در الموت وجود دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، ژئوتوریسم، جذب توریست، روستای هدف گردشگری، منطقه الموت.

*mohammad.tah2016@gmail.com

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

۱) مقدمه

طی دهه‌های اخیر بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی روستاها دچار افول شدید گردیده و سطح درآمد و اشتغال در فعالیت‌های کشاورزی سنتی، به‌ویژه درآمد سرانه روستاییان تا کمتر از میزان متوسط درآمد کشور کاهش یافته است. ازسوی دیگر، افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و افراد دارای تحصیلات بالاتر از روستاها، بافت و ساختار نواحی روستایی را به مخاطره انداخته است (مطیعی لنگرودی، ۳۵۷:۱۳۹۰). امروزه بخش کشاورزی به تنهایی قادر به ایجاد تعادل در شاخص‌های اقتصادی روستاها و جمعیت این مناطق نبوده و لزوم پرداختن به فعالیت‌های غیرکشاورزی و جستجوی شیوه‌های جدید معیشت با اتکا به منابع درونی روستاها بیش از پیش احساس می‌شود. گردشگری یکی از اموری است که به عنوان یک فعالیت راهبردی، اغلب کشورهای مستعد جذب گردشگر، در تلاش هستند تا با بهره‌گیری از این صنعت، فرآیند متنوع‌سازی اقتصاد را شتاب دهند. از این رو، گردشگری به مثابه گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، جایگاهی ویژه به خود اختصاص داده است (میرزایی، ۱۳۸۸: ۵۰).

گردشگری به عنوان بزرگترین فعالیت جهان، بانی شغل برای هزاران نفر است که به تنهایی ۱۱/۷ درصد تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهد (Narasaiah, 2007:4). به عقیده بسیاری از محققان، گردشگری در مقایسه با بخش‌های اقتصادی مزایای بسیاری دارد که آن را به ابزاری مؤثر برای از بین بردن فقر تبدیل می‌کند (Ashley and Godwin, 2001:11). در حقیقت، گردشگری، صنعتی پاک و سومین پدیده، اقتصادی پویا، پررونق و رو به توسعه محسوب می‌شود که پس از صنایع نفت و خودروسازی، گوی سبقت از دیگر صنایع جهانی را ربوده است. این در حالی است 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 (غفاری و ترکی‌هرچگانی، ۱۱۴:۱۳۸۸). توسعه گردشگری روستایی راهبردی برای رسیدن به توسعه روستایی است (مطیعی‌لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱: ۲۰). از گردشگری روستایی به‌عنوان عاملی کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یاد شده است.

گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی اقتصادی، متنوع‌سازی اقتصادی، ایجاد اشتغال، درآمد، کاهش مهاجرت، امکان جمعیت‌پذیری و بهبود زیرساخت‌ها داشته باشد که می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژی جوامع روستایی تعریف کرد (افتخاری وقادری، ۱۳۸۸). به طوری که امروزه گردشگری روستایی ۱۰ تا ۲۵ درصد همه انواع فعالیت گردشگری را به خود اختصاص می‌دهد (رضوانی، ۸۶:۱۳۸۷). گردشگری روستایی به طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ به بعد

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

گسترش یافت. در ابتدا در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ گردشگری از جنبه اقتصادی برای جوامع محلی مورد توجه بود و پس از آن به صورت ابزاری برای توسعه روستایی مطرح شد (رضوانی و صفایی، ۱۲۱:۱۳۸۴).

در مقوله توسعه گردشگری در عرصه‌های روستایی دو تأثیرگذاری متفاوت وجود دارد: اولی توسعه صنعت گردشگری، فرصت‌های جدید درآمدی و اشتغال، کاهش فقر و تبادلات فرهنگی را فراهم می‌آورد و ضامن آینده‌ای روشن و پایدار برای نواحی روستایی است (Brown ،1:2006؛ Dritsakis,2010: 12؛ آفرینش، ۱۳۸۹: ۱۶۰؛ عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۶)؛ دوم اینکه، گسترش روزافزون فعالیت‌های گردشگری می‌تواند انسجام و محافظت از میراث‌های فرهنگی، منابع طبیعی و ساختارهای اجتماعی را در معرض خطر قرار دهد (Kostas,2010:2، Anderson,2010:2، Teh, 2007:10، عینالی و رومیانی، ۲:۱۳۹۰). این دو تضاد پویا باید با یکدیگر وفق داده شود. به عبارتی دیگر، باید گردشگری شکل گیرد که به صورت مداوم و پایدار در توسعه اقتصادی، کاهش فقر، افزایش فرصت‌های شغلی، بدون تخریب و نابودی میراث‌های فرهنگی و حفظ منابع محیط زیستی فعالیت نماید.

بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران کشورهای مختلف، ضرورت و اهمیت توجه به پایداری گردشگری را متذکر شده‌اند (رکن الدین افتخاری،۲:۱۳۹۰). در نتیجه زمینه برای پذیرش رویکرد گردشگری پایدار، به گونه ای که تأثیرات منفی در مقصد به حداقل و تأثیرات مثبت به حداکثر رسد، فراهم گردیده است (Neto,2003:218؛ قدمی و همکاران، ۷۸:۱۳۹۵).

گردشگری روستایی در کنار فعالیت‌هایی مثل کشاورزی تأثیر مطلوبی در توسعه روستایی داشته و روستاها از اتکای محض به فعالیت‌های بخش کشاورزی و دریافت بخش ناچیزی از منافع اقتصادی را رها کرده و موجب افزایش راه‌های درآمدی به واسطه ورود گردشگران از طریق گسترش فعالیت‌های خدماتی و ارائه خدمات به گردشگران می‌شود (Fletcher, 2003 :6). از این رو، گردشگری مهم‌ترین فرصت در جهت تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی است که موجب بالا رفتن سطح زندگی و ایجاد اشتغال برای مردم محلی و حتی زنان می‌شود (Roe et al, 2004 :6). از دیگر دستاوردهای گردشگری روستایی حفاظت از میراث فرهنگی منطقه است. همچنین زمینه حفظ و ارتقای الگوهای فرهنگی در زمینه‌های موسیقی، رقص، تئاتر، لباس، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک معماری که از جمله جاذبه-های مهم گردشگری است، به وسیله گسترش گردشگری، زمینه حفظ و ارتقاء آنها را فراهم می‌سازد (رنجبریان و زاهدی، ۷۹:۱۳۷۹).

روستاهای هدف گردشگری، روستاهایی هستند که به واسطه جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی حامی آنها توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی وگردشگری استان‌ها شناسایی شده است تا با فراهم آوردن زیرساخت‌های مورد نیاز، زمینه توسعه گردشگری روستایی در آنها فراهم آید. این روستاها

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

در سطح کشور به روستاهای هدف گردشگری شناخته می‌شود. منطقه الموت یادآور قلعه الموت یا آشیانه عقاب، شرح دلاوری، جنگ آوری حسن صباح و قلاع سر به فلک کشیده در سرزمین الموت است. این سرزمین نقش تاریخ آفرینی خود را مدیون جغرافیا و چشم‌اندازهای بی‌نظیر رودها، مناطق کوهستانی، صخره‌های زیبا، دریاچه‌ها، آبشارها و غارهای طبیعی است. در الموت به عینه می‌توان نقش تاریخ، جغرافیا، فرهنگ و تأثیرپذیری آنها را بر یکدیگر مشاهده کرد. در واقع این سرزمین از مثلثی شکل گرفته که تاریخ، جغرافیا و فرهنگ اضلاع آن را تشکیل می‌دهد. دره الموت در دامنه البرز مرکزی، سرزمین بن بست کوهستانی، پیاله‌ای شکلی است که دامنه آن به دشت حاصلخیز قزوین گشوده می‌شود با شبکه راه-های هزار پیچ کوهستانی به شمال و همسایگان دسترسی دارد. سرنوشت آن در سراسر تاریخ از یک سو با دشت قزوین و از سوی شمال با مازندران و گیلان پیوند داشته است.

رودهای بی شماری در دره الموت جریان دارند رود الموت و اندج رود در منطقه ای در شیرکوه به نام دو آب در شاهرود که رود اصلی دره الموت است. با شاخه دیگر، یعنی نینه‌رود به هم می‌پیوندند و به سفیدرود می‌ریزند و دریاچه زیبای اوان که چون نگینی فیروزه‌ای در حلقه چهار آبادی اوان، ورین، زواردشت و زرآباد با ارتفاع ۱۸۰۰ متر از سطح دریا و بیش از ۷۰۰۰۰ متر مربع وسعت قرار دارد. با توجه به ویژگی‌های مزبور در منطقه الموت، این منطقه از توان بالقوه‌ای جهت رشد و گسترش توریسم به ویژه ژئوتوریسم برخوردار است که خود می‌تواند عامل مهمی در دسترسی و شناسایی هر چه بیشتر منطقه بکر الموت و استفاده از توان‌های بالقوه ژئوتوریسمی آن باشد. بدین‌سان، در پژوهش حاضر تلاش گردیده تا ضمن ارزیابی سطح توان روستاهای هدف گردشگری برای جذب گردشگر، به تحلیل راهبردی وضع موجود منطقه الموت با تأکید بر توان‌های ژئوتوریسمی پرداخته شود.

۲) مبانی نظری

امروزه درباره توریسم تعاریف متعددی وجود دارد. ویور گردشگری را شامل مجموعه‌ای از پدیده‌ها و روابطی می‌داند که از طریق تعامل بین گردشگران و دولت‌های میزبان، دولت‌های مبدأ، جوامع میزبان، دانشگاه‌ها، کالج‌های محلی و سازمان غیردولتی در فرآیند جذب، حمل و نقل، مهمانداری و مدیریت این گردشگران ایجاد می‌شود (Weaver, 2000: 2). از دیدگاه پروسر اجزاء اصلی و کلیدی هر تعریفی در مورد گردشگری باید دربرگیرنده موارد زیر باشد:

- *جابجایی*
- *اقامت موقتی*
- *مجموعه فعالیت‌ها و تجربیات دوره مسافرت و اقامت*
- *تسهیلات و امکانات مورد نیاز گردشگران و*

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- *تأثیراتی که برآیند این سفر و اقامت است (Mason, 2003: 5).*

به اعتقاد شولرن گردشگری مجموعه فعالیت‌های اقتصادی است که مستقیماً به ورود، اقامت و جابجایی افراد غیربومی در خارج یک کشور، شهر یا منطقه وابسته است (Tribe, 2009, 45). ماتیسون و وال در اوایل دهه ۱۹۸۰ گردشگری را چنین تعریف کردند: «گردشگری علم مطالعه گردشگران (مردمی که از مکان معمولی خود خارج می‌شود)، تشکیلات پاسخگوی نیازهای آنها و نیز تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی آنها بر روی جامعه میزبان است» (Holden, 2008: 4). از دیدگاه این دو محقق گردشگری یک فعالیت چندوجهی است که از ترکیب سه عنصر اساسی زیر تشکیل شده است:

- *پویایی: شامل تصمیماتی است که برای رفتن به سفر اتخاذ می‌شوند. این تصمیمات تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل داخلی یا خارجی قرار دارند؛*
- *اقامت در مقصد: این عنصر شامل تعامل و روابط اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است؛*
- *برآیند: نتیجه دو عنصر قبلی است و شامل تأثیرات گردشگران بر روی سیستم اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی جامعه میزبان است (Wall & Mathieson, 2006: 19).*

گردشگری از عمده‌ترین نیروهای شکل دهنده به جهان امروز و دارای مزایای اقتصادی حیرت‌آوری برای جوامع است و در تعاملات بین سطوح محلی و جهانی نقش حائز اهمیتی دارد(Tucker, 2003: 1). همچنین به عنوان نیروی پویایی در همگن ساختن جوامع و کالایی کردن فرهنگ های سراسر جهان به شمار می رود (Reid, 2003: 7).

از نظر اقتصادی گردشگری برای بسیاری از ملت‌ها به عنوان سودآورترین کالای صنعتی محسوب می-شود. در واقع در بسیاری از کشورها نه تنها مشاغل گردشگری به عنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه محسوب می‌شود، بلکه از درجات مختلف حمایت‌های دولتی بهره‌مند می‌گردد (Sharpleya,2006: 1040).

از دهه ۱۹۷۰ در همه‌ی کشورهای توسعه یافته، گردشگری نقش کلیدی در توسعه‌ی برخی نواحی روستایی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی با رکود مواجه بوده، داشته است. گردشگری در نواحی روستایی یک پدیده‌ی نو نیست، بلکه موضوعی است که از انقلاب صنعتی با مفاهیم بازگشت به زادگاه (به عنوان نوعی گردشگری که به وسیله ساکنان شهری که اصالتاً از نواحی روستایی بوده‌اند و تعطیلات‌شان را در شهرک‌های خود می‌گذراندند) وجود داشته است (Perales,2002: 1101). در کل اروپا گردشگری به صورت گسترده‌ای به عنوان وسیله‌ای برای مقابله با چالش‌های اقتصادی–اجتماعی که نواحی روستایی با آن روبرو هستند افزایش یافته است. گردشگری روستایی حاصل کنش متقابل اقتصاد امروز جهان بر بنیان‌هایی از تجارت آزاد و رویکردی به تعدیل اقتصادی فضاهای سرزمینی در روندی از پذیرش مزیت نسبی محسوب می‌شود (Weaver,2000: 275).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی- اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد. در کشورهای بسیاری این امر با خط مشی‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً به عنوان راهبردی برای حفظ محیط زیست و فرهنگ سنتی روستائی ایفای نقش می‌کند.

در مجاورت گردشگری روستایی، امکان حضور و بهره‌گیری از پدیده‌ای همجوار مانند ژئوتوریسم نیز وجود دارد که همان آثار مفروض گردشگری روستایی را برای فضا به دنبال دارد. ژئوتوریسم[1]، گردشگری در چشم اندازهای جغرافیایی است. اولین تعریف ژئوتوریسم از طرف هوس در سال ۱۹۹۵ارائه اشده است (مختاری، ۴۷:۱۳۹۴). درتعریف هوس[2]، ژئوتوریسم دارای شخصیتی زمین شناسی و ژئومورفولوژیکی است. به عبارتی شاخه‌ای از جغرافیا یعنی ژئومورفولوژی[3] است که از ارکان و شالوده ژئوتوریسم بنا شده است. رینارد، پا را از این هم فراتر نهاده و آن را مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، زیرساخت‌ها و خدماتی می‌داند که از طریق گردشگری به شکوفایی علوم زمین کمک می‌کند. ژئوتوریسم از دو واژه ژئو و توریسم تشکیل شده است. بخش ژئو جاذبه-های زمین‌شناسی، ژئومورفولوژی و میراث معدن کاری را شامل می‌شود و بخش توریسم آن به عنوان موضوعی است که تمامی زیرساخت‌های صنعت گردشگری از جمله تفسیر، مدیریت و اقامت تورها را شامل می‌شود. این صنعت به طور کلی با جاذبه‌های صنعت بی‌جان سروکار دارد (مختاری،۱۵۱:۱۳۹۲). از آنجایی که گردشگری فعالیت اقتصادی و اجتماعی است که دائماً در قلمرو فضایی اتفاق می‌افتد؛ بنابراین، مطالعه این پدیده باید با روش‌های جغرافیایی صورت گیرد تا امکان تحلیل مسائل و آثار آن به منظور کاهش عواقب محیطی فراهم گردد (Mihai, 2009: 134-147).

شخصیت جغرافیایی ژئوتوریسم به صورت گردشگری که ضامن برقراری و بهبود ویژگی‌های جغرافیایی از قبیل محیط، فرهنگ، دیدنی‌ها، مواریث و رفاه ساکنین است، تعریف می‌شود (Tourtellot,2002: 11). مکان‌های هدف ژئوتوریسم، بیشتر ژئوتوپ‌ها یا پدیده‌های جغرافیایی است (غازی و قدیری،۷۸:۱۳۹۰). در این مفهوم، ژئوتوریسم در برگیرنده تنوع زیستی، تنوع فرهنگی، زیباسازی، گردشگری جامعه محور و حتی بر محور غذاهای محلی است. بر این اساس ژئوتوریسم، آمیزه‌ای از جغرافیا و توریسم است (Maher,2007: 350) و رسالت آن حفاظت از هویت جغرافیایی مقاصد گردشگری است. این هویت شامل کلیه مسائل انسانی و طبیعی است که یک مکان را از مکانی دیگر متمایز می‌کند (Stueve, 2002: 2).

شخصیت زمین شناسی ژئوتوریسم عمدتاً بر نگرش اشکال زمین، معادن، غارها، سازندهای سنگی و آتشفشان‌ها و امثال آن استوار است. از این دیدگاه، ژئوتوریسم آمیزه‌ای از زمین‌شناسی، منابع طبیعی چشم

[1] Geotorism
[2] Hose
[3] Geomorphology

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

انداز، اشکال زمین، پهنه‌های فسیلی، سنگ‌ها، کانی‌ها، با تأکید بر فرآیندهای ایجادکننده آنها، معرفی شده است (Maher, 2007: 351). مخاطبان ژئوتوریسم نه تنها متخصصان و کارشناسان زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی، بلکه گردشگران عادی و علاق مندان طبیعت هستند. در جریان فعالیت‌های ژئوتوریسمی، بازدیدکنندگان ضمن بازدید از پدیده‌های زیبا ،به ویژه زمین‌شناسی و ژئومورفولوژی، با مبانی پیدایش آنها آشنا شده، اهمیت وجودی آنها را در می‌یابند. ژئوتوریسم برگرفته از ترکیب دو واژه جغرافیا و توریسم است. به نوعی از گردشگری اطلاق می‌شود که حافظ و حامی ویژگی‌های جغرافیایی یک ناحیه از قبیل محیط، میراث، ظرایف و بهبود زندگی ساکنین آن است (Tourtellot, 2000: 2).

۳) روش تحقیق

این مطالعه توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی، کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. برای تحلیل یافته‌ها از دو مدل فاسیلاس و SWOT استفاده شده است. مدل فاسیلاس جهت تعیین سطح توان گردشگرپذیری روستاهای هدف گردشگری در منطقه الموت استفاده شده است. در مدل یاد شده، یک مکان از شش جنبه علمی، اکولوژیکی و حفاظتی، فرهنگی، زیبایی شناختی، اقتصادی و پتانسیل‌های موجود برای استفاده، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به منظور ارزیابی اهمیت گردشگری و تعیین سطح روستاهای هدف با استفاده از مدل فاسیلاس، پرسشنامه-هایی طرح و توسط متخصصین و آشنایان به منطقه تکمیل گردید. ویژگی‌های زیبایی‌شناختی، علمی، فرهنگی، اقتصادی، اکولوژیکی و زیرمعیارهای این عوامل، در پرسشنامه‌هایی برای هر یک از روستاهای هدف مورد مطالعه، ارزش‌گذاری و میانگین ارزش‌ها محاسبه شد. از توانمندی‌های روش فاسیلاس نسبت به سایر مدل‌های مربوط به ارزیابی روستاها برای گردشگری، علاوه بر جدید بودن مدل، این است که تعداد بیشتری زیرمعیارهای دخیل برای هر کدام از معیارهای مؤثر؛ قابل استفاده است. روش فاسیلاس بر شش ارزش (علمی، زیبایی شناختی، فرهنگی، اقتصادی اکولوژیکی و پتانسیل) استوار است. امتیاز هر یک از ارزش‌ها بر اساس چند زیرمعیار و به صورت میانگین‌گیری به دست می‌آید که در جدول ۱، امتیاز و ارزش در هر یک از شش جنبه، نشان داده شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره(۱): معیارهای مدل فاسیلاس

ارزش‌های علمی					
شاخص	۰	۰/۲۵	۰/۵	۰/۷۵	۱
تاریخ زمین شناسی	گویای تاریخ فقط یک نوع	گویای تاریخ بیش از دو نوع	گویای تاریخ انواع زیاد	اشکوب محلی	گویای کل اشکوب زمین شناسی منطقه
نمایانگر بودن	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
تنوع ژئومرفولوژیکی	بیش تر از ۵ درصد	۲۵ درصد	۵۰ درصد	۷۵ درصد	بیشتر از ۷۵ درصد
کم یابی	بیشتر از ۵ ۷ نمونه	بیشتر از ۵ و کتر از ۷ نمونه	بیشتر از ۳ و کمتر از ۵	بین ۱ تا ۳ نمونه	منحصر به فرد
دست نخوردگی و یکپارچگی	نزدیک به تخریب کامل	شدیداً تخریب شده	تخریب متوسط	تخریب کم و جزئی	دست نخورده و سالم
ارزش اکولوژیکی					
تأثیر اکولوژیکی	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
وضعیت محافظت	حفاظتی وجود ندارد	محدودیت ایجاد شده	در نقاط خاصی وجود دارد	در بیشتر بخش ها	کاملاً
ارزش فرهنگی					
آداب و رسوم و رفتار	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
تاریخی	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
مذهبی	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
فرهنگ و هنر	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
ارزش زیبایی					
تعداد نقاط دیدنی	نیست	۱ نقطه دید	۲ نقطه دید	۳ نقطه دید	بیشتر از ۴ نقطه دید
اختلاف چشم انداز	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
ارزش اقتصادی					
تعداد گردشگران	کمتر از ۵۰۰۰ نفر	بیش از ۵۰۰۰ نفر	بیش از ۲۰۰۰۰ نفر	بیش از ۵۰۰۰۰ نفر	بیش از ۷۵۰۰۰ نفر
سطح جذابیت	نیست	محلی	منطقه ای	ناحیه ای	بین المللی
محافظت اداری	نیست	محلی	منطقه ای	ناحیه ای	بین المللی
ارزش پتانسیل استفاده					
شدت استفاده	بسیار شدید	شدید	متوسط	ضعیف	نیست
آسیب ها	بسیار بالا	بالا	متوسط	کم	نیست
درجه مقاومت	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا
دسترسی	نزدیک به مسیر پیاده رو	نزدیک به جاده	نزدیک به آستانه محلی	نزدیک به جاده منطقه ای	نزدیک به بزرگراه شهر
تغییرات قابل قبول	نیست	کم	متوسط	بالا	بسیار بالا

در مرحله بعد، پرسشنامه‌ها در بین دو گروه افراد متخصص و مرتبط با پدیده‌های گردشگری و ساکنین بومی منطقه توزیع گردید. تعداد ده پرسشنامه توسط دانشجویان دکتری و ارشد مرتبط با حوزه گردشگری و ده پرسشنامه نیز توسط مردم محلی تکمیل شده است. بعد از تکمیل پرسشنامه‌ها، میانگین هر یک از ارزش‌ها برای روستاهای هدف اندازه‌گیری شد و در نهایت نتایج به دست آمده از این کارت‌ها جهت تفسیر مورد استفاده قرار گرفته است.

در بررسی زیبایی‌شناختی، تأکید بیشتر بر روی ویژگی‌های بصری، از جمله چشم‌انداز و تضاد رنگ‌ها است. از بعد علمی، عواملی همچون کمیابی، ویژگی‌های جغرافیای دیرینه، زمین شناختی و بوم‌شناختی و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

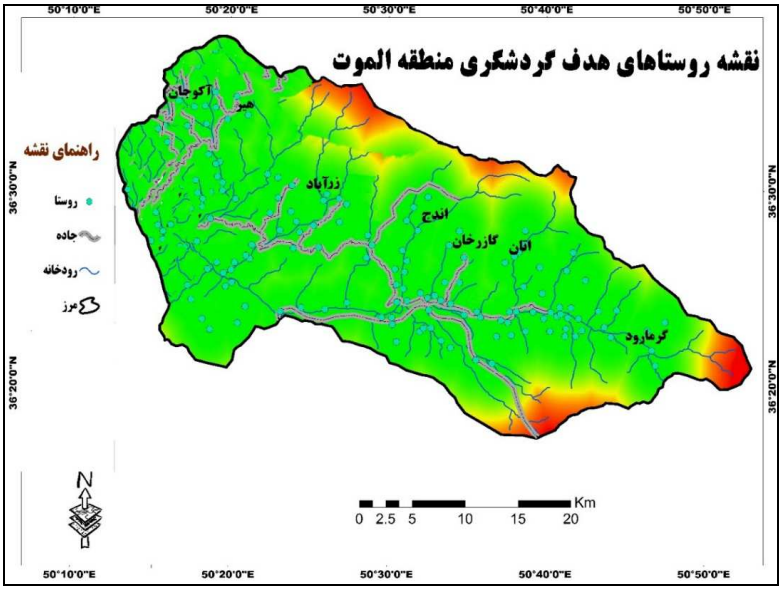
از منظر فرهنگی، ویژگی‌های تاریخی، مذهبی و برگزاری همایش‌ها و دیگر آثار وابسته به فرهنگ بومیان مناطق، مورد توجه است. همچنین قابلیت‌های دسترسی، وجود زیرساخت‌ها، پتانسیل‌های اقتصادی و میزان محافظت، استفاده و کاربری از ارزش‌های یاد شده، از جمله عوامل مورد توجه در بررسی روستاهای هدف مورد مطالعه از دیدگاه اقتصادی و مدیریتی در این روش بوده است. بدیهی است که میانگین امتیاز بیشتر برای هر یک از روستاها به منزله‌ی بالاتر بودن توان آن حوزه‌ی روستایی در جذب گردشگر و فعالیت‌های توریستی است.

پس از انجام ارزیابی سطح توان جذب گردشگر در روستاهای هدف گردشگری منطقه الموت، به تحلیل راهبردی وضع موجود منطقه با کمک مدل سوات مبادرت شده است؛ به‌گونه‌ای که ابتدا عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) اثرگذار بر جذب گردشگر در منطقه الموت با نظرات کارشناسان و مطلعین حوزه‌ی گردشگری منطقه شناخته شده، سپس در چارچوب روش شناسی مدل، راهبردها عرضه شده است.

منطقه الموت در شمال شهر قزوین قرار گرفته است. منطقه‌ای کوهستانی در میان کوه‌های البرز مرکزی در بین کوه‌های الموت طالقان ودره الموت بین'۱۸°۳۶ تا '۳۵°۳۵ دقیقه عرض شمالی و '۱۸°۵۰ تا '۵۱°۵۰ دقیقه طول شرقی واقع شده است. ازشمال به غرب مازندران و رامسر (منطقه دو هزار و سه هزار تنکابن)، از جنوب به کوه‌های طالقان و آبیک و از جنوب غرب به قزوین و از غرب به ابهر و طارم سفلی محدود است؛ دره الموت در تقسیمات جغرافیایی به دو منطقه رودبار الموت و رودبار شهرستان تقسیم شده است. رودبار الموت شامل سه دهستان الموت پایین به مرکزیت روستای زوارک، الموت بالا به مرکزیت روستای مینو دشت (شترخان) و معلم کلایه با مرکزیت معلم کلایه در مجموع با ۹۴ دهستان و وسعت ۸۸۵ کیلومتر مربع است.

رودبار شهرستان که دهستان رودبار شهرستان، رودبار محمد زمان خان و دستجرد را شامل می‌شود، ۹۸ روستا و ۱۱۲۰ کیلومتر مربع وسعت دارد. از نظر تقسیمات زمین‌شناسی، بخش‌های شمالی و غربی استان قزوین به زون ساختمانی البرز تعلق دارد و دارای خصوصیات چینه‌شناسی و تکتونیکی است. بخش‌های جنوبی و جنوب غربی استان با زون ایران مرکزی هماهنگی دارد. از نظر زمین‌شناسی، سرزمین الموت عمدتاً مربوط به دوران سوم زمین شناسی است. دره الموت سرزمین بن بست کوهستانی پیاله شکل بسته‌ای است که دهانه آن به دشت حاصل‌خیز قزوین گشوده و در دامنه البرز مرکزی جای می-گیرد. محدوده مورد مطالعه، تقریباً منطبق با رودبار الموت با سه دهستان است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]



شکل شماره (۱): نقشه موقعیت روستاهای هدف گردشگری در منطقه الموت

۴) یافته‌های تحقیق

۴-۱) سطح‌بندی توان جذب گردشگر در روستاهای هدف گردشگری منطقه الموت

در جدول (۲) نتایج نهایی ارزیابی روستاهای هدف گردشگری بر اساس روش فاسیلاس ارائه شده است. بر این اساس در بخش ارزش‌های علمی، روستاهای گازرخان، هیر، گرمارود و از نظر ارزش‌های اکولوژیکی و فرهنگی روستاهای گازرخان، اندج و هیر شرایط مطلوب‌تری دارد و در بخش ارزش گردشگری، روستاهای گازرخان، اندج و هیر دارای شرایط بهینه برای توسعه است.

جدول شماره (۲): نتایج ارزش‌های کلی روستاهای هدف گردشگری در منطقه الموت با روش فاسیلاس.

روستای هدف گردشگری	ارزش علمی	اکولوژیکی	فرهنگی	زیبایی	اقتصادی	پتانسیل
آکوجان	۵	۵	۶	۶/۲۵	۵	۶/۵۰
زرآباد	۶	۶/۲۵	۴/۵	۶/۲۵	۴	۶
کرمارود	۷	۶	۴	۶/۷۵	۶	۷
آتان	۶.	۶	۵	۸/۷۵	۵	۸
هیر	۶/۵	۷/۵	۶	۷	۶/۵۰	۵
اندج	۷/۵	۸	۶	۸/۷۵	۶	۵/۵۰
گازرخان	۷/۵	۷/۵۰	۸/۷۵	۱۰	۷/۵۰	۵/۵۰

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۵

ارزش‌های علمی بیانگر ویژگی‌های زمین شناختی دره‌ها و محل استقرار روستاها و همچنین فرآیندهای مرتبط با رسوب‌گذاری و نوسان آب، چشمه‌های واقع در روستاها است. در ارتباط با

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

محافظت، عمدتاً اشاره به ویژگی‌های اکولوژیکی منطقه و محدودیت‌های گردشگری در این زمینه و نحوه دسترسی و بازدید گردشگران است. از جنبه گردشگری هم اشاره به زیرساخت‌های لازم گردشگری و سطح خدماتی است که برای گردشگران در روستاها در نظر گرفته می‌شود. این خدمات می‌تواند، اقامتی، اقتصادی و یا خدمات امنیتی باشد که توسط مؤسسات گردشگری یا بومیان عرضه می‌شود. بر مبنای نتایج به دست آمده (جدول ۳)، روستای گازرخان به لحاظ ارزش علمی در بالاترین سطح و روستای آکوجان و آتان در پایین‌ترین مرتبه قرار دارد. از حیث ارزش حفاظتی نیز روستای اندج در بالاترین مرتبه ارزشیابی شده است. همچنین به لحاظ ارزش گردشگری می‌توان گفت به ترتیب روستاهای گازرخان، گرمارود، هیر، اندج، آتان، زرآباد و آکوجان قرار دارد.

جدول شماره (۳): نتایج ارزش‌های علمی، حفاظتی و گردشگری روستاهای هدف گردشگری منطقه الموت با روش فاسیلاس

روستاهای هدف گردشگری	ارزش علمی	ارزش حفاظتی	ارزش گردشگری
آکوجان	۵/۴۵	۴/۱۷	۵/۶۰
زرآباد	۶/۷۵	۳/۶۷	۶/۲۱
گرمارود	۶/۱۵	۴/۵۰	۷/۰۳
آتان	۵/۴۵	۳/۶۷	۶/۳۵
هیر	۶/۷	۳/۱۷	۶/۵۸
اندج	۶/۱۵	۵/۳۳	۶/۵۷
گازرخان	۷/۸۵	۳/۶۷	۸/۵۳

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۵

در جدول نهایی، ارزیابی روستاهای هدف گردشگری (جدول ۴) روستای گازرخان به دلیل داشتن ارزش‌های گردشگری و علمی و حفاظتی مطلوب، به‌عنوان مستعدترین روستا به‌شمار می‌رود. اندج و هیر و آتان در اولویت‌های بعدی قرار دارد.

جدول شماره (۴): نتایج ارزش‌های مجموع روستاهای هدف گردشگری منطقه الموت با روش فاسیلاس

روستاهای هدف گردشگری	ارزش مجموع
گازرخان	۱۹/۸۷
اندج	۱۸/۵۰
هیر	۱۷/۶۸
آتان	۱۶/۴۵
گرمارود	۱۵/۹۵
زرآباد	۱۵/۸۳
آکوجان	۱۵/۶۳

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۵

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

۲-۴) تحلیل راهبردی قابلیت‌های جذب گردشگر منطقه الموت

بررسی نقاط قوت و ضعف حاکم بر منطقه الموت به منظور جذب بیشتر گردشگر نشان داد (جدول ۵) در مجموع ۱۳ نقطه قوت و ۶ ضعف اساسی در قالب عوامل داخلی اثرگذار بر جذب گردشگر وجود دارد که امتیاز وزن‌دار آن برابر با ۲/۱۸ محاسبه شده است. در بین نقاط قوت، برجسته‌ترین آن شامل وجود قلعه‌های تاریخی، وجود چشم‌انداز طبیعی بکر در منطقه و وجود اماکن مقدس مذهبی بوده است. همچنین اساسی‌ترین ضعف حاکم، "عدم تناسب امکانات رفاهی به نسبت تعداد گردشگران مراجعه کننده به منطقه" را می‌توان نام برد.

جدول شماره (۵): ماتریس عوامل داخلی اثرگذار بر جذب گردشگر در منطقه الموت

	عوامل	وزن	امتیاز	امتیاز وزن‌دار
قوت (S)	چشم‌انداز طبیعی بکر در منطقه	۰/۱۱۵	۳	۰/۳۴۶
	وجود قلعه‌های تاریخی	۰/۰۸۹	۴	۰/۳۵۶
	وجود اماکن مقدس مذهبی	۰/۰۶۶	۳	۰/۱۹۸
	وجود فرهنگ غنی منطقه خصوصا در زمینه‌هایی همچون مهمان‌نوازی	۰/۰۴۵	۴	۰/۱۸۱
	کشاورزی پر رونق منطقه و تعدد باغات میوه در روستاهای هدف گردشگری	۰/۰۴۱	۳	۰/۱۲۴
	برخورداری از پدیده‌های زمین‌شناسی نظیر فعالیت گسل، فعالیت‌های دینامیکی و دره‌های ایجاد شده با فرسایش رسوبی و آبی	۰/۰۳۷	۳	۰/۱۱۰
	وجود فعالیت‌های آتشفشانی در برخی روستاها منطقه نظیر آتان	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۸
	کثرت چشمه‌های هیدروترمال در منطقه با خواص درمانی	۰/۰۱۹	۴	۰/۰۷۶
	پوشش گیاهی و درختان کهنسال با قدمت بسیار زیاد	۰/۰۱۷	۳	۰/۰۵۰
	وجود چشم‌انداز دریاچه و پیرامون آن مانند نمای زیبای دریاچه اوان	۰/۰۱۴	۳	۰/۰۴۱
	غنای فرهنگی و معماری بافت مسکونی برخی روستاهای منطقه	۰/۰۱۱	۳	۰/۰۳۳
	تنوع جانوری و حیات وحش آن	۰/۰۰۸	۳	۰/۰۲۴
	وجود غارهای طبیعی دارای ارزش تاریخی با سنگ نبشته‌های ارزمند	۰/۰۰۳	۳	۰/۰۰۸
ضعف (W)	عدم تناسب امکانات رفاهی به نسبت تعداد گردشگران مراجعه کننده به منطقه	۰/۱۷	۱	۰/۱۷۰
	توان اقتصادی ضعیف بومیان منطقه	۰/۱۰۹	۱	۰/۱۰۹
	پدیده‌ی جوان‌گریزی از منطقه و رشد پیربودگی ساکنین دائم سکونتگاه‌های منطقه الموت	۰/۰۹۱	۱	۰/۰۹۱
	عدم توجه به حفظ و احیا آثار باستانی موجود در منطقه	۰/۰۷۲	۱	۰/۰۷۲
	نبود ارتباط مناسب با نهادهای بین المللی دست‌اندرکار در زمینه حفظ و پروراندن آثار تاریخی و گردشگری	۰/۰۳۶	۲	۰/۰۷۲
	ناکافی بودن اعتبارات مستقیم بخش گردشگری	۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵
	جمع کل	۱	-	۲/۱۸

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۵

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

پایش وضع موجود در خصوص عوامل خارجی اثرگذار بر جذب گردشگر در منطقه الموت نشان داد (جدول ۶) پنج فرصت اساسی به همراه هشت تهدید و مانع قابل توجه، پیش‌روی هدف ذکر شده وجود دارد. مجموع وزن عوامل خارجی تأثیرگذار بر جذب گردشگر در منطقه الموت، ۲/۴۳ به دست آمده است. همچنین از فرصت‌های برجسته که می‌توان بهره کافی جهت رونق بخشیدن به حضور گردشگران در منطقه از آن برد، مواردی نظیر "وجود تمایل به حضور مکرر از سوی گردشگران داخلی و خارجی" و "نزدیکی به ناحیه جلگه خزری و راه مواصلاتی مستقیم الموت – تنکابن" است. در مقابل، تهدیدهایی همچون "وجود روند رو به رشد مهاجرت‌های روستا-شهری و فرامنطقه‌ای"، "بن‌بست بودگی برخی روستاهای هدف گردشگری" و "نبود اهتمام و سیاست جدی به پروراندن بخش گردشگری کشور در سطوح کلان و دستآویزی آن به تحولات سیاسی دوره‌ای در ایران" قابل توجه است.

جدول شماره (۶): ماتریس عوامل خارجی اثرگذار بر جذب گردشگر در منطقه الموت

عوامل		وزن	امتیاز	امتیاز وزن‌دار
فرصت (O)	وجود تمایل به حضور مکرر از سوی گردشگران داخلی و خارجی	۰/۱۸۸	۳	۰/۵۶۴
	نزدیکی به ناحیه جلگه خزری و راه مواصلاتی مستقیم الموت – تنکابن	۰/۱۳۸	۴	۰/۵۵۱
	نقش اقتصادی منطقه به عنوان منطقه گردشگری	۰/۰۹۶	۳	۰/۲۸۸
	دسترسی نسبتا آسان به منطقه برای ایجاد فرصت‌های گردشگری	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۷
	نزدیکی به کانون پرجمعیت کشور (قطب جمعیتی تهران و کرج)	۰/۰۴۴	۳	۰/۱۳۳
تهدید (T)	رفتار تهدید کننده‌ی محیط از جانب گردشگران خصوصاً گردشگران داخلی	۰/۱۲۵	۱	۰/۱۲۵
	نبود اهتمام و سیاست جدی به پروراندن بخش گردشگری کشور در سطوح کلان و دستآویزی آن به تحولات سیاسی دوره‌ای در ایران	۰/۰۹۶	۱	۰/۰۹۶
	وجود روند رو به رشد مهاجرت‌های روستا-شهری و فرامنطقه‌ای	۰/۰۸۶	۲	۰/۱۷۱
	برخی روستاهای هدف گردشگری در بن‌بست قرار دارد و از سه طرف با کوه محصور است	۰/۰۶۳	۲	۰/۱۲۶
	هدایت فاضلاب‌ها به آب رودخانه‌ها در منطقه	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۴۴
	چرای بی‌رویه دام در مراتع	۰/۰۲۹	۲	۰/۰۵۸
	زیرساخت‌های عمرانی و رفاهی ضعیف	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱
	کاهش تراکم پوشش گیاهی در منطقه	۰/۰۱۵	۲	۰/۰۲۹
جمع کل		۱	-	۲/۴۳

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۳۹۵

وضع موجود منطقه الموت و ترکیب عوامل مداخله‌گر در روند جذب گردشگر نشان داد که عوامل خارجی با وزن بیشتری نسبت به عوامل داخلی، بر روند یاد شده تأثیر دارد. به منظور گذار از وضع فعلی و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

امکان رشد جذب گردشگر در منطقه، راهبردهای چهارگانه زیر در چارچوب تحلیلی مدل سوات پیشنهاد داده شده است:

راهبردهای SO:

- ایجاد یک محور گردشگری در منطقه که بین قلاع و اماکن تاریخی و مذهبی ارتباط برقرار کند؛
- جذب و هدایت سرمایه‌های بخش خصوصی درون و برون منطقه به امور زیربنایی و توسعه‌زا گردشگری در منطقه الموت؛
- افزایش اعتبارات تخصیصی به امور زیرساختی و روساختی بخش گردشگری منطقه با مدل رشد سالیانه؛
- تأسیس اقامتگاه‌های رفاهی در منطقه؛
- تعریف بازار هدف گردشگری با مرکزیت تهران و ناحیه خزری و همچنین متناسب‌سازی فضا برابر نیاز و سلیقه‌ی بازار هدف؛

راهبردهای WO:

- افزایش بودجه مطالعاتی در منطقه؛
- معرفی منطقه به سازمان یونسکو جهت دریافت تسهیلات مالی
- عقد تفاهم‌نامه‌های میان سازمانی برای پیشبرد اهداف توسعه گردشگری در منطقه الموت؛
- برگزاری نمایشگاه‌ها و تورهای گردشگری در منطقه با بازاریابی و تبلیغات ملی و فراملی از سوی سازمان میراث فرهنگی؛

راهبردهای ST:

- آگاهی بخشی به مردم منطقه در خصوص برخورد با گردشگران؛
- توجیه مردم محلی نسبت به لزوم و اهمیت حفظ بنیان‌های طبیعی منطقه الموت؛
- تهیه طرح درجه‌ی بندی مراتع استفاده شده و تعیین مراتع در معرض خطر جهت اجرای برنامه‌ی استفاده‌ی دوره‌ای از مراتع؛
- افزایش امکانات و خدمات در مناطق روستایی هدف گردشگری با اولویت مناطق کمتر برخوردار؛
- سرمشق‌گیری از برنامه‌ها و عملکرد مناطق موفق (داخلی و خارجی) در جذب گردشگر در سطوح تدوین برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌ها؛

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

راهبردهای WT:

- ثبت آثار تاریخی و فرهنگی منطقه الموت در یونسکو؛
- برپایی گشت‌های محیط‌بانی جهت جلوگیری از آلوده‌کنندگان محیط زیست (رودخانه‌ها) و بهره‌برداران غیرقانونی از اراضی و مراتع؛

۵) نتیجه‌گیری

متنوع‌سازی اقتصاد در مناطق جغرافیایی، لزوم بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌های موجود در فضا را به دنبال دارد. از توان‌های مهم و قابل توجه هر محیط جغرافیایی که بهره‌برداری از آن در بسیاری از کشورهای دنیا رو به رشد بوده، گردشگری را می‌توان نام برد؛ چرا تاکنون تجارب رشد گردشگری نشان داده علی‌رغم نواقص و پیامدهای منفی آن، دارای پیامدها و آثار مثبتی است که به راحتی نمی‌توان نادیده گرفت و بدیلی را بجای آن قرار داد. باتوجه به اینکه سرآغاز فرآیند رشد و گسترش گردشگری برای هر فضای جغرافیای، رونق جذب گردشگر است، در این مقاله تلاش شد تا ضمن ارزیابی سطح توان روستاهای هدف گردشگری برای جذب گردشگر، به تحلیل راهبردی وضع موجود منطقه الموت با تأکید بر توان‌های ژئوتوریسمی پرداخته شود.

بررسی روستاهای هدف گردشگری در منطقه الموت و نتایج حاصل از این مطالعه حاکی است علی‌رغم اینکه منطقه الموت از شهرت قابل ملاحظه در بطن جامعه ایرانی برخوردار بوده و در ردیف‌های بالای مقاصد گردشگری کشور است، در سطح روستاهای این منطقه، توان جذب گردشگر در روستاها دارای وضعیت همسانی نیست. به عبارتی، روستاهای منطقه هریک دارای توان متفاوتی در جذب گردشگر است؛ به طوری که روستای گازرخان به دلیل داشتن ارزش‌های گردشگری و علمی و حفاظتی مطلوب، به‌عنوان مستعدترین روستا به‌شمار می‌رود. شرایط یاد شده، ماحصل مداخله‌ی توأمان عوامل داخلی و خارجی متعدد بر پدیده‌ی جذب گردشگر در کل منطقه الموت بوده است؛ به گونه‌ای که بیشترین تأثیر را نیز عوامل خارجی بر روند جذب گردشگر در این منطقه داشته است. در نهایت می‌توان گفت، منطقه الموت دارای پتانسیل‌های بالقوه گردشگری خصوصاً در حوزه‌ی اکوتوریسم، گردشگری روستایی و ژئوتوریسم است؛ ثمربخش بودن توان‌ها و دارایی‌های قابل عرضه این منطقه در بازار پررونق و سودده گردشگری، وابسته به وجود مصرف‌کنندگان و تقاضاکنندگان این کالاها است (یعنی گردشگران) که هنوز بستر مساعد برای حضور گردشگران فراهم نشده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

۶) منابع

- آفرینش، بهروز، (۱۳۹۵)، **بررسی گرایش و نگرش ساکنین نسبت به توسعه گردشگری نمونه (مطالعه موردی: شهرستان ابهر نواحی روستایی بخش سلطانیه)**، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان.
- رضوانی، محمد رضا و جواد صفایی، (۱۳۸۴)، **گردشگری خانه های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی فرصت یا تهدید (مطالعه موردی: نواحی روستایی شمال تهران)**، فصلنامه پژوهش های جغرافیایی، شماره ۵۴ ، صص ۱۲۱.
- رضوانی،محمد رضا، (۱۳۸۷)، **توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار**، انتشارات دانشگاه تهران چاپ اول.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و اسماعیل قادری، (۱۳۸۱)، **نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و چهارچوبی نظریه ای)**، مدرس، دوره۶، شماره۲، صص۴۱-۲۳.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، (۱۳۸۹) ، **فرآیند بومی سازی شاخصه های توسعه پایداری گردشگری روستایی در ایران** فصل نامه پژوهش های روستایی،شماره ۴ ،صص ۴۱-۱.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، (۱۳۹۰)، **ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی فرهنگی ایران با تأکید بر پارادایم توسعه پایدار گردشگری**، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۴، ص ۳۴-۲.
- رنجبران، بهرام و محمد، زاهدی، (۱۳۷۹)، **برنامه ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه ای**، نویسنده: انسکیپ، ادوارد، انتشارات جهاد دانشگاهی، اصفهان.
- عنابستانی، علی اکبر، جمشید عینالی و احمد رومیانی، (۱۳۹۵)، **عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان شهرستان بوئین زهرا**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره۲، ۱۷۲-۱۵۵.
- عینالی، جمشید و احمد رومیانی، (۱۳۹۰)، **بررسی اثرات زیست محیطی گردشگری خانه های دوم از دیدگاه جامعه محلی (موردی: شهرستان آوج)**، مجله اندیشه جغرافیایی، شماره۴، ص ۱۴۲-۱۲۶.
- غازی، ایران و نیلوفر قدیری، (۱۳۹۰)، **ارزیابی توان های ژئوتوریسمی پارک ملی کویر با استفاده از مدل برنامه ریزی راهبردی فریمن .محیط شناسی**، شماره ۳۷ صص ۶۵-۷۸.
- غفاری، سید رامین و معصومه ترکی هرچکانی، (۱۳۸۸)، **نقش گردشگری در توسعه اجتماعی و اقتصادی مناطق و روستایی استان چهارمحال بختیاری** (مطالعه موردی: ۱۱۳- بخش سامان)، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲ ، شماره ۲، تابستان صص ۱۲۶.
- قدمی، مصطفی، محمود شارع پور و مریم نقوی، (۱۳۹۵)، **تدوین اهداف توسعه گردشگری در چارچوب رویکرد تفکر ارزشی(مورد: روستای فرخ آباد در شهرستان ساری)**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره۱، ص ۹۴-۷۷.
- مختاری، داود، (۱۳۹۲)، **نگرشی نو در مدیریت مناطق گردشگری**، نشریه جغرافیا و برنامه ریزی، شماره۴۳، ص.۱۵۱

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- مختاری، داود، (۱۳۹۴)، **ژئوتوریسم**، انتشارات دانشگاه تبریز.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن و زهرا حیدری، (۱۳۹۱)، **متنوع سازی اقتصاد روستاهای ساحلی با تأکید بر گردشگری صیادی (مورد مطالعه: روستاهای ساحلی شهرستان تنکابن)**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال یکم، پیاپی۱، صص ۳۷-۱۹.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن، (۱۳۹۰)، **جغرافیا اقتصادی ایران**، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.
- میرزایی،رحمت، (۱۳۸۸)، **تأثیر توسعه گردشگری بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه**، فصل نامه روستا و توسعه، سال۱۲، صص۷۶-۴۹.
- Anderson, wineaster, (2012), **linkages at Tourism Destinations**. Retrieved from https://www.cett.es/fixers/campushtml/miniwebs/118/Anderson-zanzibar. Pdf.
- Ashley croe,D &Goodwin,H(2001)pro-poor tourisms strategies ; Making tourism work Fletcher, E, (2003), **Tourism and the land rural Management committee meeting minutes NR Development of career scieces rural tourism the Impact on rural communities kasetsart university**.
- Brown, Dennis,(2006), **Rural tourism: An Annotated Bibliography**. Regional Economist Economic Research Service U.S. Dept of Agriculture Challenges in Zanzibar, Ministry of Agriculture and Natural Resources.
- Dritsakis, N, (2010), **tourism as A a long- Rune Economic growth factor**: an Empirical investigation for Greece using causality analysis. Department of Applied Informatics, University of Macedonia Economics and Social Sciences.
- Fassoulas, C, Mouriki, D, Dimitriou, P, and Ilipoulos G, 2011**, Quantitative assessment of geotopes as an effective tool for geoheritage management Geoheritage**, 3, PP 177-193.
- -Fletcher, E, (2003), **Tourism and the land rural Management, committee meeting minutes NR Development of career scieces rural tourism the Impact on rural Comionities, casetcart university.**
- Holden, A. (2008), **Environment and Tourism**. New York: Routledge.
- Hose, T,A, (1995)**, Geotourism, or can tourists becom csual rock hounds? Geology on your doorstep : the role of urban geology in earth heritage conservation, (eds.),** London,Geological Society, pp 207-228.
- Kostas, E, (2010), Rural **Rural Tourism: An opportunity for sustainable development of rural areas,** Retrieved from: https://www1.Agric.gov.ab.ca/$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/$FILE/Rural-Tourism.pdf.
- Maher, PT, (2007), **Book review Geotourism Tourism Management**, 28, (2),PP 350-351.
- Mason, P. (2003), **Tourism Impacts, Planning and Management**. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Mihai, B, Reynard, E, Werren, G, savulescu, I ,sandric, I, chitu, Z , (2009), **Impact of tourism on geomorphologisal processes in the Bucegi Mountains in Romania Geographica Helvetica Swiss Journal of Geography** Nr 3 Zurich, PP 134-147.
- Narasaiah, M.L; (2007), **Tourism and development**, Darya Canli, New dehli.
- Neto, Fredrico, (2003), **A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection natural resources**, Retrieved from: https://www.un.org/esa/esa03dp29.pdf.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- Perales, Rosa Maria yague (2002).**rural tourism in Spain**. Annals of tourism research, vol.29, no.4, pp.1101-1110.
- Reid, Donald G, (2003), **Tourism, Globalization and Development Responsible Tourism Planning**, Pluto Press: LONDON, STERLING, VIRGINIA.
- Roe, D, Ashley, C, pag, SH, meyer, D, (2004), **tourism and the poor analyzing and interpreting tourism ststistics foram a poverety perspective,** partnership London pp1-29.
- Sharpleya، Richard and vassb، Adrian (2006). **Tourism, farming and diversification: an attitudinal study**، tourism management،27،1040–1052.
- Stueve, AM, cook, SD, and Drew, D, (2002), **the Geotourism study phase 1 executve summary National Geographic traveller travel industry Association of America,** p 2.
- Teh, Lydia, (2007), **lanning for to sustainable tourism in southern Pulau Banggi: U.S.,** Environmental Protection Agency.
- Tourtellot, JB, (2000), **Geotourism for your community National Geographic** Drafts washigton, DC, USA, p 2.
- Tribe, J. (2009), **Philosophical Issues in Tourism**, Channel View Publications, Great Britain.
- Tucker, Hazel,(2003), **Living with Tourism Negotiating identities in a Turkish village**, Routledge, Taylor & Francis group: London and Newyork.
- Weaver, D. (2000), **Tourism Management**. Brisbane: John Wiley & Sons Australia Ltd.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]