

امکان‌سنجی گردشگری روستایی

در خراسان شمالی

(مطالعه موردی: منطقه اسفیدان)

مهدی سقایی^۱زهرا جوانبخت قهفرخی^۲

تاریخ دریافت: ۹۱/۷/۳۰ - تاریخ پذیرش: ۹۱/۱۱/۳۰

چکیده

امکان‌سنجی گردشگری روستایی در مناطق مختلف نیازمند بررسی محصول در ۵ بخش مشترک است. این بخش‌ها شامل ۱- جاذبه‌ها، ۲- دسترسی، ۳- تأسیسات و تسهیلات زیربنایی، ۴- خدمات مهمان‌نوازی، ۵- عناصر سازمانی و نهادی و همچنین عرضه محصول گردشگری روستایی به بازار تقاضا است. محصول در چارچوب شاخص‌ها و مدل‌های مختلفی بررسی می‌شود که در زمره امکان‌سنجی گردشگری روستایی قرار می‌گیرد.

بر این اساس این مقاله گردشگری روستایی منطقه اسفیدان در خراسان شمالی را برای امکان عرضه به بازار تقاضای گردشگری روستایی سنجیده است. بر اساس این تحقیق محصول گردشگری روستایی اسفیدان در سطح متوسط و در مرحله کشف است و برای کامل شدن محصول، برخی کاستی‌ها به‌ویژه در خدمات مهمان‌نوازی باید رفع شود. همچنین لازم است راهبرد بازاریابی گردشگری منطقه بر بنیان جاذبه‌های طبیعی و طبیعت‌گردی قرار گیرد که بازار هدف آن در وهله اول در مقیاس منطقه‌ای و در وهله دوم در مقیاس ملی است تا از این طریق در مقیاس بین‌المللی، امکان جذب گردشگر فراهم آید.

کلیدواژه‌ها: امکان‌سنجی، گردشگری روستایی، طبیعت‌گردی، منابع گردشگری، منطقه اسفیدان

۱- مقدمه

گردشگری روستایی در فضای جغرافیایی پسامدرنیته محصول ساختار شکنی گردشگری انبوه^۲ در الگوهای فضایی سه‌گانه است و موجب شکل‌گیری نگرش پسااختاری توسعه در قالب جریان گردشگری در نواحی روستایی می‌شود (سقایی، ۱۳۸۵). کنشگری و تعامل‌ها و تا حدی تقابل‌های دودویی در تولید فضای جغرافیایی نقش دارند؛ از این رو گردشگری نیز به عنوان پدیده جغرافیایی در نواحی روستایی، متن فضایی مختص به خود را تولید می‌کند. در واقع «تعاملات و تقابل‌های میزبان و گردشگر در نواحی روستایی، متن فضایی گردشگری در این نواحی را تولید نموده و در کنشگری درون‌متنی، محصول گردشگری روستایی را به بازار تقاضای گردشگری عرضه می‌کند» (سقایی، ۱۳۸۸: ۸۶).

گردشگری برای احیای اقتصادی و تحرک نیروی انسانی و کار در مناطق رو به افول روستایی فرصت مناسبی فراهم می‌کند، زیرا تنها فعالیت است که می‌تواند در کنار فعالیت‌های کشاورزی سنتی و صنایع

روستایی که به سرعت در حال از بین رفتن هستند، قرار گیرد و باعث شود که روستاییان علاوه بر فعالیت‌های روزمره خود، از منبع درآمد دیگری نیز بهره‌مند شوند. از این رو امروزه «گردشگری در مناطق روستایی و دورافتاده، اهمیت ویژه‌ای یافته و وسیله‌ای برای رفاه جوامع محلی تلقی می‌شود» (قادری؛ ۱۳۸۳: ۱۶). علاوه بر این گردشگری در سطح محلی برای صاحبان تجارت با سرمایه نسبتاً اندک، رشد اقتصادی نظام‌مندی فراهم می‌کند و جایگزین بالقوه‌ای برای فعالیت‌های سنتی در روستا و کارگران محلی ارائه می‌دهد (هال، ۲۰۰۵).

اشتغال در گردشگری روستایی، اغلب به مهارت زیادی نیاز ندارد و ساکنان محلی به آسانی و با مهارت‌های عادی مانند پخت غذاهای محلی، خدمتکاری، خرده‌فروشی، کارگری در رستوران‌ها و نظایر آن می‌توانند در این زمینه فعالیت کنند (دنيس، ۲۰۰۳). همچنین گردشگری روستایی برای حل مشکل مهاجرت جوانان و عدم توسعه اقتصادی، به ویژه تخریب منابع طبیعی و میراث فرهنگی آن در نواحی روستایی امکان مناسبی فراهم می‌کند. به گونه‌ای که در برخی نواحی به دلیل سودآور نبودن تولید و مهاجرت روستاییان، به گردشگری به مثابه یک منبع ثانویه برای افزایش درآمد روستاییان توجه می‌شود (جان، ۱۹۹۵) و فرصتی را برای حمایت از اقتصادهای روستایی با سرمایه‌گذاری جدید، اشتغال و سرمایه‌گذاری در روستا ارائه می‌دهد (روبرتا، ۲۰۰۳). بنابراین برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری روستایی، به بررسی دقیق و تسلط بر شرایط و اوضاع منطقه مورد مطالعه وابسته است (غازی، ۱۳۷۴). همچنین مستلزم بررسی توان رقابتی مناطق مختلف در بازار گردشگری از یک سو و قابلیت‌های گردشگری مناطق مختلف از سوی دیگر است.

در واقع گردشگری مانند یک محصول اقتصادی به نظام عرضه و تقاضا وابسته است که امکان‌سنجی محصول گردشگری را به مثابه راهبرد بنیادی در رابطه با ارزیابی قابلیت‌های گردشگری در فضای سیرزمینی یعنی عرضه محصول گردشگری برای پاسخگویی به بازار گردشگری در مقیاس‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی را ضروری می‌سازد.^۵ امکان‌سنجی محصول گردشگری روستایی در این منطقه دربرگیرنده ارزیابی کلی قابلیت‌های گردشگری روستایی برای پاسخ به تقاضای گردشگری در بازارهای گردشگری در مقیاس منطقه‌ای و ملی است. بر این اساس، این مقاله با نگرش ساختاری به گردشگری، محصول گردشگری روستایی در استان خراسان شمالی را به عنوان مطالعه موردی امکان‌سنجی می‌کند.

۲- مبانی نظری

«گردشگری در چالش‌های پسامدرن در ساختار شکنی جنبه‌های کلاسیک خود گرفتار آمد و زمینه‌های شکل‌گیری جریان گردشگری کیفیتی^۶ در اقتصاد پسا صنعتی^۷ و پیرامون آن مهیا شد. این روند زمینه‌های تعامل فرهنگی را همراه با کاهش اثرات سوء زیست محیطی بین میزبان و گردشگر و محیط گردشگری فراهم نمود» (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۱۴). گردشگری در این چارچوب، الگوهای فضایی سه گانه‌ای دارد که عبارتند از: گردشگری شهری، گردشگری در طبیعت و گردشگری روستایی.^۸ الگوهای فضایی گردشگری، رویکرد مداخله‌ای فضای گردشگری است که پهنه‌بندی جریان گردشگری و امکان‌سنجی محصول گردشگری را آسان می‌کند.

در چارچوب الگویابی فضایی گردشگری، قابلیت‌های گردشگری در مناطق مختلف بررسی می‌شود و با شناسایی قابلیت‌ها و بازار گردشگری متناسب با آن، زمینه اقدام مسئولان محلی برای سیاست‌گذاری مناسب فراهم می‌شود. به این منظور در اولین گام تبیین، گردشگری محصولی اقتصادی است. در واقع برای «سنجش قابلیت‌ها و امکان‌سنجی گردشگری در هر منطقه باید هریک از عناصر پنج گانه محصول گردشگری که شامل جاذبه‌ها،

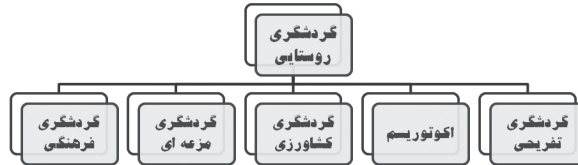
۵ واقعت‌های درون‌متنی وضعیت گردشگری در ایران نشان‌دهنده این امر است که فقدان راهبردهای لازم برای جذب گردشگری از بازارهای گردشگری، در سه مقیاس منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی ناشی از رویکرد جاذبه‌محور در گردشگری ایران است. رویکرد جاذبه‌محور، تسری وجود جاذبه‌ها به عنوان قابلیت‌های گردشگری است که نه تنها ارزش جذب جاذبه‌ها را مدنظر قرار نمی‌دهد؛ بلکه از نگرش ساختاری به گردشگری به عنوان یک محصول عاجز است.

۶ البته یک الگو فضایی را می‌توان به این الگوها اضافه کرد که گردشگری عشایری است و بیشتر در مناطقی متمرکز دارد که کوچ‌نشینان آن وجود دارد. برای اطلاع بیشتر درباره گردشگری عشایری به منبع زیر رجوع کنید:

۹ سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری عشایری (تبیین یک الگو فضایی). مجله فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی، شماره ۱۷.

1. Hall
2. Dennis
3. John
4. Roberta
5. Quality Tourism
6. Postindustrial

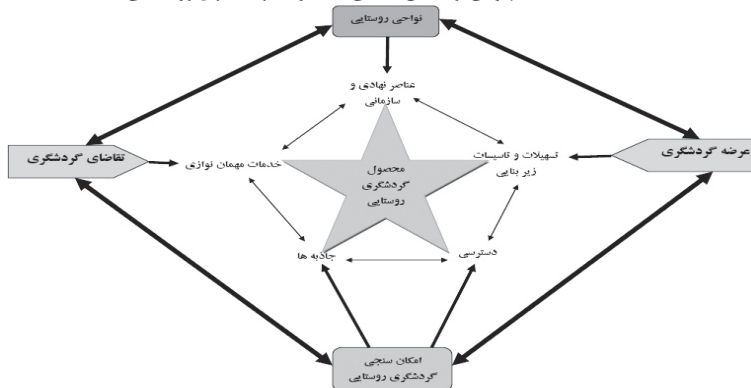
دسترسی، تأسیسات و تسهیلات زیربنایی، خدمات مهمان‌نوازی^۱ و عناصر سازمانی و نهادی است، بررسی شده و در ترسیم سیمای کلی محصول گردشگری آن منطقه مورد استفاده قرار گیرند» (کدیور و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۱۳). به این ترتیب گردشگری روستایی، به مثابه الگو فضایی، گونه‌های مختلف گردشگری دارد. «گونه‌شناسی ذکر شده دربرگیرنده گونه‌های عمده گردشگری است که به عنوان تقاضای بازار گردشگری روستایی مطرح می‌باشند» (سقایی و رستمی، ۱۳۸۴: ۱). شکل ۱ نشان‌دهنده گونه‌شناسی گردشگری روستایی است.



شکل ۱- گونه‌شناسی گردشگری روستایی

گردشگری روستایی گونه‌های متفاوتی دارد که نشان‌دهنده الگوی پیچیده محیط زیست، اقتصاد، تاریخ و موقعیت روستا است (لین^۲، ۱۹۹۴). طبیعت و محیط روستا و میراث تاریخی و فرهنگی آن شرط اصلی برای توسعه گردشگری روستایی است؛ زیرا این خصایص در سال‌های اخیر گردشگران زیادی را جذب زندگی روستایی^۳ کرده است (استتیک^۴، ۲۰۱۱). بر این اساس می‌توان گردشگری روستایی را دربرگیرنده زمینه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری مانند سکونتگاه‌ها، جشنواره‌ها، ورزش‌های بومی و محلی دانست که در محیط روستا شکل می‌گیرند. در واقع گردشگری روستایی بر مبنای جاذبه اصلی موجود و انگیزه‌های سفر به نواحی روستایی، گونه‌شناسی می‌شود. هنگامی که جاذبه‌های موجود در روستا و انگیزه‌های سفر، طبیعت و تفریح در هوای آزاد است با گونه‌ای گردشگری تفریحی مواجه هستیم و هنگامی که هدف اصلی گردشگری کشاورزی و انگیزه بازدید یا کار در مزرعه است، گردشگری کشاورزی نام می‌گیرد که گونه‌ای از گردشگری روستایی به مثابه یک الگو فضایی به شمار می‌آید. با وجود این جاذبه، شرط اصلی برای شکل‌گیری گردشگری روستایی است اما شرط کافی نیست. تلفیق جاذبه‌ها با دیگر اجزا می‌تواند محصول گردشگری را شکل دهد و که در یک «جای» جغرافیایی تبلور می‌یابد و دربرگیرنده روستاهایی است که جاذبه گردشگری دارد و با دیگر خدمات، محصول گردشگری را به تقاضای گردشگران عرضه می‌کند (مافی و سقایی، ۱۳۸۷). در این راستا برای شناخت قابلیت‌ها با نگرش محصول محور به امکان‌سنجی گردشگری روستایی نیازمندیم که مدل مفهومی زیر (شکل ۲) به این امر اشاره دارد.

شکل ۲- مدل مفهومی از امکان‌سنجی محصول گردشگری روستایی



۱. خدمات مهمان‌نوازی به تمام خدماتی گفته می‌شود که لازم است برای آرامش و راحتی و کسب تجربه گردشگری بهتر به گردشگر ارائه شود و در برگیرنده خدمات اقامتی، پذیرایی، تفریحی، تجاری (خرید، مالی)، فرهنگی و نظیر آن است. از آنجا که این خدمات در رابطه مستقیم با گردشگر به عنوان مهمان سرو کار دارد، تبلور گونه‌ای از خدمات مهمان‌نوازی است. البته ذکر این نکته نیز ضروری است که خدمات مهمان‌نوازی گلوگاه کسب درآمد مستقیم از گردشگری نیز به شمار می‌آید و در زمینه اقتصاد گردشگری اهمیت اساسی دارد.

با توجه به مدل می توان گفت که امکان سنجی قابلیت های گردشگری روستایی هر منطقه با بررسی این عناصر پنج گانه می تواند از وضعیت کنونی هر منطقه در رابطه با محصول گردشگری روستایی، سنجش درستی ارائه دهد تا از این طریق بازارهای هدف گردشگری شناسایی شود و مسئولان محلی بتوانند سیاست های لازم را برای جذب سرمایه و گردشگر طراحی کنند. بنابراین از نظر گام های مطالعاتی، امکان سنجی محصول گردشگری روستایی را می توان در ۵ گام خلاصه کرد که در جدول ۱ به اختصار بیان شده است.

جدول ۱- امکان سنجی محصول گردشگری روستایی

گام اول	بررسی جاذبه های گردشگری در سه گونه طبیعی، تاریخی و فرهنگی (ترایر، ۲۰۰۶: ۵۸۴) (Trauer)	استفاده از مدل سنجش جاذبه های گردشگری.
گام دوم	بررسی عنصر دسترسی در دو سطح اول، پیوند بین مکان های مبدأ و مقصد گردشگران که بحثی فراتر از شکل گیری جریان گردشگری روستایی است و دوم، بررسی شبکه حمل و نقل در منطقه مقصد.	استفاده از ضریب فشردگی
گام سوم	بررسی عنصر تأسیسات شامل تهیه و تدارک تمام جنبه های زیربنای فیزیکی شامل حمل و نقل، آب، برق، ارتباطات و خدمات تجاری که اجزای ساختاری گردشگری روستایی به شمار می آید.	استفاده از شاخص برخورداری.
گام چهارم	بررسی خدمات مهمان نوازی که پیرامون خدمات اقامتی و پذیرایی شکل می گیرد.	استفاده از شاخص TFS.
گام پنجم	بررسی عناصر نهادی و سازمانی بیشتر به قوانین و مدیریت به همراه چارچوب های حقوقی اشاره دارد (جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۱۹).	استفاده از شاخص برخورداری.

۳- معرفی محدودۀ مورد مطالعه

روستای اسفیدان که از توابع بخش گرمخان شهرستان بجنورد است و در طول جغرافیایی ۵۷ درجه و ۳۴ دقیقه و در عرض جغرافیایی ۳۷ درجه و ۱۹ و در ارتفاع تقریبی ۱۶۰۰ متر از سطح دریا قرار گرفته است.

نقشه ۱- موقعیت منطقه مورد مطالعه در استان خراسان شمالی



۴- یافته های تحقیق

در انجام تحقیق از روش ترکیبی کمی و کیفی استفاده شد. برای امکان سنجی محصول گردشگری روستایی در روستای اسفیدان، شاخص هایی طراحی شد تا تمام اجزای محصول گردشگری را دربرگیرد. داده های لازم برای محاسبه شاخص ها، در دو بعد مطالعات میدانی از طریق پرسشنامه و آمار و اطلاعات اخذ شده از سازمان های مرتبط جمع آوری شد. شاخص های استفاده شده برای امکان سنجی محصول گردشگری که تمام اجزای محصول گردشگری را شامل می شود، در جدول ۲ آمده است.

شاخص های پرسشنامه ای: برای سنجش برخی از عناصر محصول گردشگری همچون جاذبه ها و عناصر نهادی و سازمانی در روستای هدف گردشگری، پرسشنامه ای طراحی شد که در این پرسشنامه ها، شاخص هایی همچون تعداد و نوع جاذبه ها، تعداد گردشگران و شاخص های حقوقی و نهادی در نظر گرفته شد و در چارچوب پرسشنامه در روستای هدف گردشگری بررسی شد.

برآورد شاخص‌ها

از آنجا که جاذبه‌های گردشگری، قلب محصول گردشگری و به عبارتی بنیادی‌ترین جزء این محصول است، بررسی جاذبه‌های گردشگری اولویت اساسی در امکان‌سنجی محصول گردشگری به‌شمار می‌آید. به‌طور کلی «جاذبه‌های گردشگری در سه دسته ۱- طبیعی، ۲- فرهنگی- تاریخی و ۳- انسان‌ساخت طبقه‌بندی می‌شوند» (گارتنر، ۲۰۰۲: ۳۵۳-۳۵۷). جاذبه‌ها با توجه به ساختار و کارکرد خود، حوزه نفوذ متفاوتی را شکل می‌دهند. علاوه بر آن جاذبه‌ها در هر الگوی فضایی گردشگری، گونه‌های مختلفی را در بر می‌گیرند. در این میان جاذبه‌های موجود در منطقه در جدول ۳ بیان شده‌است.

جدول ۲- شاخص‌های امکان‌سنجی محصول گردشگری

شاخص	فرمول	توضیحات
سنجش جاذبه‌های گردشگری	استفاده از ضریب کندال: $w = \frac{SSR}{\frac{1}{12}m^2(n^2 - n)}$ و $SSR = \sum sj^2 - \frac{(\sum sj)^2}{n}$	n تعداد نواحی مورد مطالعه، M1 تعداد شاخص‌های مورد مطالعه و Sj مجموعه رتبه‌های هر یک از شاخص‌ها
شاخص دسترسی: ضریب فشردگی	$Pr = \frac{L}{3(P - 2)}$	L تعداد راهپای موجود در هر شهرستان P تعداد روستاهای که راه‌های ارتباطی به آن منتهی می‌شود
شاخص برخورداری		برخورداری هر یک از روستاها از تاسیسات زیربنایی مربوطه نسبت به جمعیت مورد سنجش
شاخص TFS	$TFS = \frac{N(100)}{P}$	N تعداد خدمات مورد سنجش P تعداد ساکنان محلی
شاخص تعداد گردشگران		تنظیم پرسشنامه
شاخص فراوانی گردشگری	$S = \frac{N_i}{N} \times 100$	S = فراوانی گردشگری Ni = تعداد گردشگران N = جمعیت منطقه می‌باشد
ضریب نفوذ گردشگری	$TPR = \frac{RT \times T_i}{365 \times P_i} \times 100$	TPR = ضریب نفوذ گردشگری می‌باشد RT = ضریب ماندگاری (برای محاسبه RT میانگین مدت اقامت را بر مدت اقامت هر منطقه تقسیم نموده و در 100 ضرب می‌کنیم) Ti = تعداد گردشگران منطقه Pi = تعداد جمعیت منطقه
ضریب تراکم گردشگری	$TRD = \frac{RT \times T_i}{365 \times R}$	TRD = ضریب تراکم گردشگری RT = ضریب ماندگاری گردشگری R = مساحت منطقه
شاخص فاصله از مرکز استان		
دیگر شاخص‌ها		شامل: جمعیت فعال، تعداد کل جمعیت، تعداد خرده‌فروشی‌های منطقه، مساحت مناطق مورد مطالعه

جدول ۳- جاذبه‌های موجود در منطقه

ردیف	نام جاذبه	نوع جاذبه	فاصله تا مرکز شهرستان
۱	چشمه بارگاه	طبیعی	۴۵ کیلومتر
۲	چشمه دهریز	طبیعی	۴۸ کیلومتر
۳	چشمه بارخان	طبیعی	۴۷ کیلومتر
۴	آبشار هونور	طبیعی	۴۴ کیلومتر
۵	غار خزانه	طبیعی	۵/۴۴ کیلومتر
۶	قلعه سنگی	تاریخی	۴۶ کیلومتر
۷	غار بی جت	طبیعی	۵۰ کیلومتر
۸	امامزاده محمد باقر	فرهنگی	۴۲ کیلومتر

منبع: پژوهش‌های میدانی نگارندگان

براساس جدول (۳) در منطقه در مجموع ۸ جاذبه اصلی وجود دارد که این ۸ جاذبه در فضای منطقه پراکنده شده‌اند. بیشتر جاذبه‌ها مربوط به جاذبه‌های طبیعی است که به صورت چشمه یا آبشار در حوزه آبریز رودخانه اسفیدان مشاهده می‌شود.

در رابطه با وضعیت بهره‌برداری جاذبه‌ها می‌توان گفت بهره‌برداری چارچوب اصولی ندارد و تنها گردشگران جاذبه‌های که در دسترس هستند را برای استراحت و تفریح برمی‌گزینند؛ بنابراین روند گردشگری در منطقه به صورت خودانگیخته شکل گرفته است. با وجود این جدول ۴ وضعیت بهره‌برداری هریک از جاذبه‌ها را به تفکیک بیان کرده است.

جدول ۴- وضعیت بهره‌برداری جاذبه‌های منطقه

ردیف	نام جاذبه	نوع جاذبه	وضعیت بهره برداری
۱	چشمه بارگاه	طبیعی	استفاده به عنوان مکانی برای تفریح در هوای آزاد و مورد بازدید تعداد زیادی گردشگر
۲	چشمه دهریز	طبیعی	فاقد بهره برداری
۳	چشمه بارخان	طبیعی	استفاده به عنوان مکانی برای تفریح در هوای آزاد و مورد بازدید تعداد اندکی گردشگر
۴	آبشار هونور	طبیعی	در برخی از مواقع در سال به عنوان مکانی برای برگزاری مسابقات ورزشی
۵	غار خزانه	طبیعی	فاقد بهره برداری
۶	قلعه سنگی	تاریخی	فاقد بهره برداری
۷	غار بی جت	طبیعی	فاقد بهره برداری
۸	امامزاده محمد باقر	فرهنگی	مورد بازدید زائران محلی و منطقه ای

منبع: پژوهش‌های میدانی نگارندگان

وضعیت دسترسی

«دسترسی یکی از اجزای ساختاری بسیار مهم در سیستم گردشگری روستایی به‌شمار می‌آید و در این برآورد، شاخص ضریب فشردگی را دارد» (سقای، ۱۳۸۲: ۱۷۸). در این راستا شاخص دسترسی در روستاهای استان خراسان شمالی مورد مطالعه بررسی شد و نتایج به‌دست آمده در رابطه با ضریب فشردگی، بیانگر آن است که روستای اسفیدان را می‌توان در حوزه نفوذ شهر بجنورد به حساب آورد؛ زیرا این روستا بخشی از شهرستان بجنورد است و اغلب سفرهای گردشگری به این منطقه، از این شهرستان انجام می‌گیرد. ضریب فشردگی این روستا ۰/۸۹ برآورد شده است که نشان دهنده میزان دسترسی بالا در این استان است. طبق فرمول زیر حوزه نفوذ بجنورد محاسبه شد. این مدل یکی از مدل‌های تشخیص حوزه نفوذ گردشگری است که طبق فرمول زیر محاسبه می‌شود (مافی و سقای، ۱۳۸۷):

$$R = \frac{1}{2} \sqrt{P}$$

بر این اساس حوزه نفوذ گردشگری بجنورد ۴۴/۷۲ کیلومتر محاسبه شد که در شعاع عملکرد خود منطقه نمونه گردشگری اسفیدان را نیز به عنوان یک تفرجگاه برون شهری در برمی‌گیرد؛ از این رو می‌توان پایانه مسافربری شهر بجنورد را یکی از میداهای سفر گردشگری به این منطقه دانست و همچنین جزئی از ساختار دسترسی و حمل و نقل گردشگری در این منطقه نمونه به‌شمار آورد. با بررسی این شاخص، رویکرد دسترسی مستقیم به جاذبه‌های گردشگری بررسی می‌شود که در امکان‌سنجی مناطق گردشگری روستایی در سطح استان خراسان شمالی اهمیت فراوان دارد.

تأسیسات گردشگری منطقه

«فرآیند کامل برنامه‌ریزی گردشگری در تهیه و تدارک تمام جنبه‌های زیربنای فیزیکی شامل حمل و نقل، آب، برق، ارتباطات و خدمات تجاری صورت می‌گیرد که اجزای ساختاری محصول گردشگری

در یک مکان هستند» (کلی، ۱۳۸۱: ۴۰) و در شکل‌گیری جریان گردشگری اهمیت بنیادی دارند. از این منظر تأسیسات زیربنایی را می‌توان در چارچوب امتیازدهی به خدمات مربوط به آن بررسی کرد. جدول ۵ نشان دهندهٔ چگونگی استفاده از ضریب برخورداری است.

جدول ۵- ضریب وزنی معیارها برای تأسیسات زیربنایی

معیار	برخورداری از آب و برق	خدماتی مخابراتی	خدماتی و بهداشتی و درمانی	جمعیت	جمع
ضریب وزنی (برتری نسبی)	۲۱/۲	۱۲	۲۴	۴۲/۸	۱۰۰

ماخذ: مرکز مطالعات شهرسازی و معماری ایران، ۹۸: ۱۳۸۲

بر این مبنا شاخص‌های تأسیسات زیربنایی در روستاهای خراسان شمالی بررسی شد. بالاترین برخورداری در ضریب وزنی بالا محاسبه شد و به نسبت بالاترین برخورداری تا فاقد برخورداری، شاخص‌های فوق در رابطه با ضریب وزنی محاسبه شده‌است. ضریب برخورداری به‌دست‌آمده از روستاهای مورد مطالعه نشان دهندهٔ برخورداری متوسط به بالای روستا از خدمات زیربنایی است، به‌گونه‌ای که در بیشتر روستاهای مورد مطالعه، آب و برق وجود دارد و حدود ۷۰ درصد روستاها خط تلفن و ۳۰ درصد روستاها نیز شبکهٔ گازرسانی دارند که بیانگر آمادگی لازم برای سرمایه‌گذاری و توسعهٔ گردشگری در روستاهای منطقهٔ مورد مطالعه است.

اگر به مثابه محصول گردشگری به منطقه نگریسته شود، زیربنای لازم در منطقه برای توسعه و شکل‌گیری سازمان‌های اقتصادی گردشگری مشاهده می‌شود. در رابطه با تأسیسات زیربنایی منطقه همانطور که بیان شد، این روستا آب، برق و تلفن دارد و در آن تأسیسات بهداشتی همچون خانهٔ بهداشت و درمانگاه وجود دارد. با وجود این، این منطقه برای توسعهٔ گردشگری نیازمند تأسیساتی است که در جدول زیر بیان شده‌است.

جدول ۶- امکانات زیربنایی مورد نیاز منطقه

امکانات مورد نیاز	پاسگاه	فاضلاب	سرویس بهداشتی	سطل زباله	نیمکت	مکان نشستن دسته جمعی	پارکینگ
	*	*	*	*	*	*	*

*- نیاز دارد

وجود امکانات زیربنایی ذکر شده برای توسعهٔ جریان گردشگری در منطقه اهمیت و ضرورت دارد. به عنوان مثال وجود پاسگاه نیروی انتظامی برای برقراری امنیت با حجم بالای گردشگر به‌ویژه در روزهای تعطیل اهمیت دارد. هرچند نباید فضای موجود، امنیتی باشد ولی نظارت پشت پردهٔ پلیس در بین گردشگران می‌تواند در امنیت گردشگر در تفرجگاه برون‌شهری، نقش اساسی داشته‌باشد.

تسهیلات و امکانات خدماتی منطقه

در رابطه با سنجش خدمات مهمان‌نوازی در منطقهٔ مورد مطالعه، تأکید بر خدماتی است که امکان ارائهٔ آن در مناطق روستایی وجود داشته‌باشد. بر این مبنا به بررسی برخی خدمات مهمان‌نوازی موجود در روستاهای منطقهٔ مورد مطالعه پرداخته‌شد. خدمات مهمان‌نوازی را می‌توان با شاخص TFS بررسی کرد؛ زیرا برآورد درستی از وضعیت خدمات مهمان‌نوازی ارائه می‌دهد (اسمیت، ۱۹۸۹). بر این اساس شاخص فوق در روستای مورد مطالعه محاسبه شد.

$$TFS = \frac{N(100)}{P}$$

N تعداد خدمات سنجیده‌شده
P تعداد ساکنان محلی

بررسی‌های انجام شده و برآورد شاخص TFS در زمینه خدمات مهمان‌نوازی و حصول نتیجه ۴۸ درصد بیانگر آن است که خدمات گردشگری در قالب خدمات تجاری و ارتباطی در منطقه، توانمندی متوسطی دارد ولی خدمات پذیرایی و اقامتی با نتیجه ۲۸ درصد این منطقه در حد بسیار ضعیفی است. جدول ۶ خدمات موجود در منطقه را به تفکیک بررسی کرده‌است.

جدول ۷- بررسی خدمات گردشگری منطقه

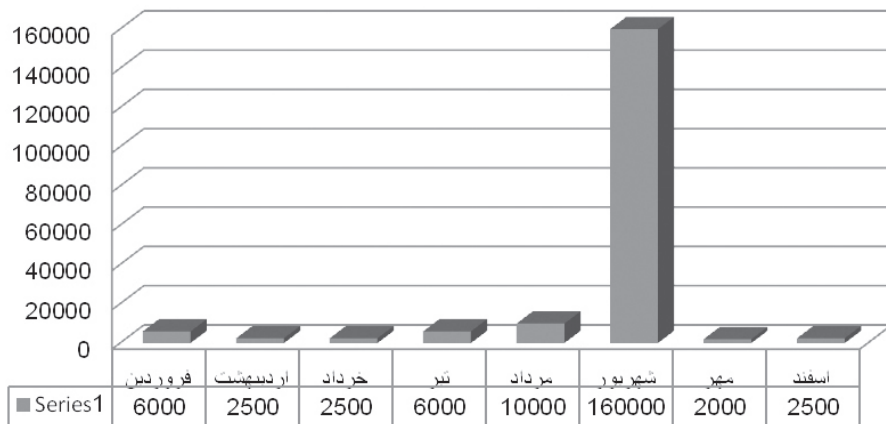
نوع خدمات	تعداد	گونه‌ها	وضعیت
خدمات اقامتی	۰	وجود ندارد	بسیار ضعیف
خدمات پذیرایی	۱	اغذیه فروشی	بسیار ضعیف
خدمات تجاری	۳۳	خرده فروشی نانوائی قصابی	متوسط
خدمات ارتباطی	۳	دفتر مخابرات، دفتر پست	متوسط
خدمات تفریحی	۰	وجود ندارد	بسیار ضعیف

با توجه به جدول فوق، در زمینه خدمات گردشگری، منطقه در سطح بسیار پایینی قرار دارد و برای ایجاد خدمات مورد نیاز به‌ویژه در ایام گردشگری نیازمند توجه بیشتر است.

وضعیت گردشگری منطقه

تعداد گردشگر در هر مکان نشان‌دهنده بنیان‌های گردشگرپذیری آن مکان است. بر این مبنا بنیان‌های تحلیل و تجزیه گردشگری و همچنین برنامه‌ریزی توسعه گردشگری نیز به تعداد گردشگران وابسته است؛ از این رو در رابطه با آمار گردشگری و برآورد میانگین مدت اقامت برای منطقه مورد مطالعه، پرسشنامه‌های تنظیم شد. تعداد گردشگران ورودی به روستا در طول سال و به تفکیک ماه به‌طور تقریبی برآورد شد. این برآورد دربرگیرنده پرسش از ساکنان محلی، مسئولان، تعداد خودروهای ورودی در دوره زمانی خاص و آمارهای دیگر بود که در میانگین آمارهای موجود با عنوان برآورد تقریبی تعداد گردشگران منظور شد.

نمودار ۱ - برآورد تقریبی تعداد گردشگران در منطقه اسفیدان



براساس آمار به‌دست‌آمده جریان گردشگری در این منطقه از فروردین ماه آغاز شده‌است و تا شهریور ماه ادامه می‌یابد. با وجود این در فصول گردشگرپذیری منطقه، تعداد گردشگران بالا و پایین می‌شود.

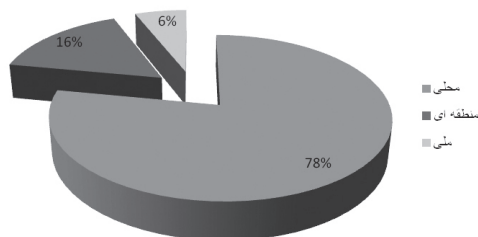
بیشترین تعداد گردشگران مربوط به شهر یور و کمترین تعداد گردشگران مربوط به مهر است و روند جریان گردشگری به منطقه در این ماه به پایان می‌رسد. از این رو بر طبق فرمول، ضریب نفوذ گردشگری در منطقه محاسبه شد که در جدول زیر برای تحلیل بازار گردشگری بیان می‌شود.

جدول ۸- آمار گردشگران منطقه در مقیاس منطقه‌ای و ملی و ضریب نفوذ هریک

تعداد گردشگر		گردشگران منطقه‌ای		گردشگران ملی		ضریب نفوذ
ماهانه	سالانه	ماهانه	سالانه	ماهانه	سالانه	
۴۷۲۰	۲۸۳۲۰	۶۵۰	۳۹۰۰	۰/۶۳	۰/۰۷	

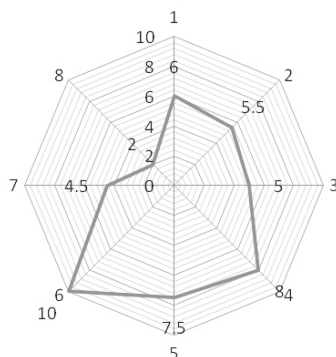
علاوه بر آن در بررسی‌های انجام‌شده از گردشگران و مبدأهای سفر هریک از آن‌ها با حجم نمونه ۱۲۰ گردشگر از طریق پرسشنامه، اطلاعاتی به دست آمد که در نمودار زیر نشان داده می‌شود.

نمودار ۲- مبدأ سفرهای گردشگری به منطقه اسفیدان



بر اساس نمودار ۷۸ درصد گردشگران منطقه نمونه گردشگری در مقیاس ملی، ۱۶ درصد گردشگران در مقیاس منطقه‌ای و تنها ۶ درصد آن‌ها از مقیاس ملی به منطقه سفر کرده‌اند. در واقع درصد بالایی از گردشگران منطقه کسانی هستند که از شهرستان بجنورد و شهرستان‌های مجاور به این مکان سفر می‌کنند. گردشگران منطقه‌ای نیز گروهی را در برمی‌گیرند که از استان‌های مجاور به منطقه می‌آیند. ضریب ماندگاری گردشگران نیز محاسبه شد که بالاترین میانگین مدت اقامت در روستای اسفیدان در حدود ۱۰ ساعت است که سطح بسیار پایین میانگین اقامت در روستا را نشان می‌دهد. بنابراین برای توسعه گردشگری باید میانگین اقامت در روستا افزایش یابد.

نمودار ۳- ضریب ماندگاری گردشگری در منطقه اسفیدان (ساعت)



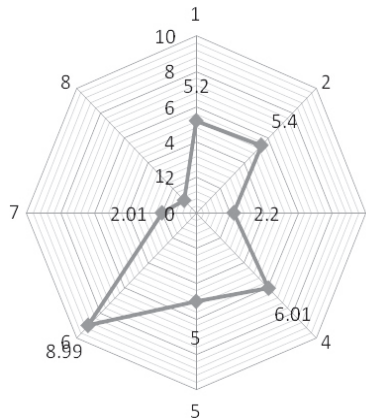
شاخص فراوانی گردشگری به تفکیک ماه نیز در روستای اسفیدان بررسی شد که نتایج به دست آمده در نمودار ۲ نشان داده شده است. همانگونه که در نمودار مشخص است، شهریور ماه بالاترین شاخص فراوانی گردشگری را در روستای مورد مطالعه دارد.

نمودار ۴- شاخص فراوانی گردشگری روستای اسفیدان



شاخص نفوذ گردشگری در منطقه در طول یک سال نیز محاسبه شد (سقایی، ۱۳۸۴). این شاخص برای خوشه‌های تعیین شده در منطقه مورد مطالعه ارزیابی شد. نمودار ۲ نتایج را در رابطه با ضریب ماندگاری (RT) نشان می‌دهد.

نمودار ۵- شاخص ضریب نفوذ گردشگری در روستای اسفیدان



۵- نتیجه گیری

بر اساس بررسی‌های انجام شده، مشخص می‌شود که الگوی فضای منطقه در چارچوب گردشگری روستایی در برگیرنده گونه‌های گردشگری تفریحی و طبیعت گردی است و جاذبه‌های طبیعی یکی از عوامل مؤثر و شاید مهمترین وجه گردشگری در منطقه باشد؛ زیرا تغییر در الگوی فعالیت و معیشت مردم و گذار از جامعه روستایی و مبتنی بر کشاورزی به جامعه‌ای صنعتی و شهری باعث دوری و گسست مردم از طبیعت شده است. همچنین زندگی شهری با مشکلاتی مانند آلودگی، ترافیک، یکنواختی و... نیاز شهروندان و مردم را به فضاهای روستایی و طبیعت دوچندان کرده است. از این رو مردم، روستاها را به مثابه یک مقصد مناسب گردشگری برمی‌گزینند.

منطقه گردشگری اسفیدان با تأکید بر گردشگری تفریحی و طبیعت گردی می‌تواند گردشگر استانی و ملی جذب کند. منطقه نمونه گردشگری اسفیدان به دلیل واقع شدن در میان کوه‌ها و همچنین عبور

رودخانه‌های متعدد از درون آن، آب و هوای سرد و متمایل به خشکی دارد که موجب ایجاد اقلیم متفاوت در منطقه شده‌است. عبور از میان کوه‌ها با آب و هوای کوهستانی و وجود رودخانه‌ها، از مهمترین ویژگی‌های منطقه گردشگری اسفیدان است که می‌تواند سالانه، گردشگران زیادی را جذب کند. همچنین وجود باغ‌های گردو در طول رودخانه زهان، منظره زیبایی به وجود آورده‌است که در کمتر جایی می‌توان یافت. در نتیجه‌گیری از تحلیل بازار گردشگری منطقه می‌توان گفت که سیاست‌گذاری بازاریابی گردشگری منطقه باید بر بنیان گردشگری تفریحی (تفریح در هوای آزاد و طبیعت) و طبیعت‌گردی قرار گیرد که بازار هدف آن در وهله اول در مقیاس منطقه‌ای و در وهله دوم در مقیاس ملی است. تا از این طریق برای جذب گردشگر در مقیاس بین‌المللی موقعیتی مناسب فراهم آید.

در مرحله رشد تا بلوغ منطقه نمونه گردشگری، بر گردشگران در مقیاس منطقه‌ای تأکید می‌شود؛ زیرا روند جریان گردشگری تنها هنگامی می‌تواند پایدار و مستمر باشد که بنیان مقیاس گردشگری از پایین به بالا شکل گیرد. به عبارت دیگر جذب گردشگر از درون استان و استان‌های مجاور در اولویت قرار می‌گیرد تا در مرحله بلوغ منطقه نمونه گردشگری اسفیدان، گردشگر در مقیاس ملی جذب شود و در صورت سیاست‌گذاری و بازاریابی مناسب، زمینه جذب گردشگری بین‌المللی نیز مهیا شود؛ از این رو لازم است در وهله اول برای جذب گردشگران منطقه‌ای، منطقه سامان‌دهی شود و در این زمینه گذران اوقات فراغت شهروندان شهرستان در اولویت توجه قرار گیرد.

از این رو اولویت اول، جذب گردشگران منطقه‌ای در چارچوب ساماندهی در مرحله اول تا مرحله توسعه است. در این مرحله باید برای جلوگیری از رکود و احیای محصول گردشگری در منطقه، بر جذب گردشگران ملی و به‌خصوص زائران بسیاری که از استان خراسان شمالی برای زیارت مشهد مقدس عبور می‌کنند، تأکید کرد.

پیشنهادهای زیر در رابطه با توسعه گردشگری در منطقه اسفیدان ارائه می‌شود:

- ارائه سند راهبردی و برنامه‌ریزی عملیاتی توسعه الگوی فضای گردشگری مبتنی بر طبیعت استان خراسان شمالی و تبیین جایگاه منطقه نمونه گردشگری اسفیدان.
- تبیین سناریوهای چندگانه توسعه گردشگری منطقه اسفیدان به عنوان تفرجگاه پیراشهری با قابلیت‌های منطقه‌ای و ملی.
- واسازی متن فضایی گردشگری روستایی در منطقه اسفیدان و تعادل بخشی به تقابل‌های دودویی گردشگری منطقه.
- خوشه‌بندی طبیعت‌گردی در استان خراسان شمالی با تبیین جایگاه منطقه اسفیدان.
- تغییر نگرش جاذبه‌محوری برای تکمیل و عرضه محصول گردشگری منطقه نمونه گردشگری اسفیدان.
- برآورد سهم متناسب و درخور تبلیغات و بازاریابی برای عرضه محصول گردشگری اسفیدان در مقیاس منطقه‌ای و ملی.
- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری برای جلب رضایت گردشگران و افزایش تعداد گردشگر.
- انجام مطالعات جامع درباره «گلوگاه‌های گردشگری» در استان خراسان شمالی که منطقه اسفیدان یکی از آن‌ها به‌شمار می‌آید.

فهرست منابع

- اندی درام، آلن مور (۱۳۸۸). *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت اکوتوریسم*. ترجمه: دکتر محسن رنجبر. چاپ اول، انتشارات آبیژ. پایلی یزدی. محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۰). *گردشگری: ماهیت و مفاهیم*. انتشارات سمت. تهران: چاپ ششم.
- جوان، جعفر و سقایی، مهدی (۱۳۸۳). «نقش گردشگری روستایی در توسعه منطقه‌ای: با تأکید بر مدیریت روستایی». *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، دانشگاه فردوسی مشهد. شماره ۴.
- سقایی، مهدی (۱۳۸۲). «بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه فردوسی مشهد.
- سقایی، مهدی (۱۳۸۸). «واسازی متن فضایی گردشگری در روستاهای پیرامون کلانشهرها»: (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). پایان‌نامه دکتری (Ph.D). دانشگاه فردوسی مشهد.
- سقایی، مهدی (۱۳۸۴). *طرح پژوهشی «شهر زائر شهر مجاور»*. شهرداری مشهد.
- سقایی، مهدی (۱۳۸۵). *تفکیک فضایی گردشگری در کلانشهرها*: (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). *کنگره جغرافیایان جهان اسلام*. اصفهان.
- سقایی، مهدی (۱۳۸۵). *گردشگری پسمردن: ضرورت یک شناخت*. «*اولین همایش جغرافیا و قرن ۲۱*». دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد. دی‌ماه ۱۳۸۵.
- سقایی، مهدی و رستمی، مجید (۱۳۸۴). «امکان‌سنجی گردشگری کشاورزی در ایران». *پنجمین همایش اقتصاد کشاورزی*. دانشگاه زاهدان.
- شریف‌زاده، ابوالقاسم و مراد نژاد، همایون (۱۳۸۱). *توسعه پایدار و گردشگری روستایی*. *ماهنامه اقتصادی* شماره ۲۵۱-۲۵۰.
- غازی، ایران (۱۳۷۴). «تحلیلی پیرامون چند مدل در برنامه‌ریزی توسعه صنعت توریسم». *مجموعه مقالات سمینار اصفهان و جاذبه‌های ایرانگردی و جهانگردی*. اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی اصفهان.
- قادر، زاهد (۱۳۸۳). *اصول برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی*. سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور. چاپ اول.
- کدیور، علی اصغر و سقایی، مهدی (۱۳۸۶). «ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری». *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*. شماره ۸۳.
- کلی، مایکل (۱۳۸۱). «برنامه‌ریزی توریسم». ترجمه بهزاد انتظاری. *مجله رشد آموزش جغرافیا*. شماره ۶۲.
- مافی، عزت‌الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۷). «تحلیلی بر گردشگری در روستاهای پیرامون کلانشهرها»: (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*. شماره ۱۰.
- مافی، عزت‌الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۳). «مدلی ترکیبی برای توسعه فضایی گردشگری روستایی». *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*. دانشگاه فردوسی مشهد. شماره ۴.

Dennis M. Brown (2003): *Rural Tourism: An Annotated Bibliography*, U.S. Dept. of Agriculture, Washington, DC;

Hall, D., Kirkpatrick, I., Morag, M. (2005), *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon

Lane, B. 1994. "What is rural tourism?" *Journal of sustainable tourism* 2 (1-2): 7-21.

Roberta Sonnino (2003): For a "Piece of Bread?" "Interpreting Sustainable Development through Agritourism in Southern Tuscany, Italy"; Department of Anthropology; University of Kansas, <http://proquest.umi.com>.

Smith, Stephen: *Tourism Analysis*, Longman Scientific, 1989

Soteriades, M. (2002): "Tourism and environment in rural", Available on the website: www.fund.ac.be/prelude, p617

Štetić, S., Šimičević, D., Stanić, S. (2011), *The role of sustainable development in the management of rural tourism destinations*, VI Međunarodni naučni skup Žagubica 2011

Trauer, B. (2006), *Conceptualizing special interest tourism – frameworks for analysis*, *Tourism Management* 27.