

## تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای نمونه گردشگری میمند در شهرستان شهربابک)

رخساره اسدی کرم\*

تاریخ پذیرش: ۱۸ دی ۱۳۹۸

تاریخ دریافت: ۲۰ فروردین ۱۳۹۸

### چکیده

گردشگری روستایی می‌تواند به مانند یکی از گزینه‌های مناسب برای درآمدزایی و ایجاد شغل و تحولات و دگرگونی‌های مثبت روستاها در نظر گرفته شود. با توجه به این مهم پژوهش حاضر در پی شناخت توانمندی‌های روستای نمونه گردشگری میمند و تدوین برنامه استراتژیک گردشگری با استفاده از مجموعه عوامل درونی (قوت، ضعف) و مجموعه عوامل بیرونی (فرصت، تهدید) می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز به روش بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی صورت گرفته و برای تحلیل اطلاعات با بهره‌گیری از تکنیک سوات نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری تجزیه و تحلیل شده و استراتژی‌های ممکن جهت توسعه گردشگری منطقه تدوین شده است. وجود ۱۷ نقطه قوت و فرصت شناسایی شده در مقابل ۱۲ نقطه ضعف و تهدید در این روستا بیانگر پتانسیل‌های تأثیر گذار بر کارکردهای گردشگری در میمند است. نتایج ارزیابی‌های حاصل از مدل راهبردی سوات نشان می‌دهد که در بین عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری میمند، T4, O8, W4, S4 به ترتیب دارای امتیاز وزنی ۰/۳۹، ۰/۵۱، ۰/۶، ۰/۷۲ بوده و امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل درونی (۳/۲۱) و بیرونی (۳/۲۶) نشان می‌دهد که در مجموع شرایط منطقه مورد مطالعه از نظر امتیازهای گردشگری در شرایط مطلوب قرار دارد. استراتژی‌های منتج از راهبرد سوات نشان داد که راهبرد تهاجمی (SO) با امتیاز ۳/۴۱ به عنوان اولین الویت و راهبردهای (ST) با امتیاز ۳/۲۹، (WO) با امتیاز ۳/۱۷، (WT) با امتیاز ۳/۰۵ به ترتیب در اولویت‌های بعدی برنامه‌ریزی گردشگری میمند در سال ۱۳۹۵ می‌باشند.

**کلمات کلیدی:** برنامه راهبردی، روستای میمند، گردشگری روستایی، مدل سوات.

## مقدمه

یکی از اهداف مهم توسعه روستایی، کاهش بیکاری، ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی است. کاهش اشتغال در بخش کشاورزی این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده افزایش اشتغال در نواحی روستایی بیشتر در گرو توسعه بخش‌های صنعت و خدمات خواهد بود (رضوانی، ۱۳۸۷). به همین دلیل است که اکثر صاحب نظران در استراتژی‌های توسعه روستایی، به متنوع‌سازی اقتصاد روستایی و کارا نمودن آن از طریق ایجاد انواع فعالیت‌های اقتصادی تأکید می‌کنند. توسعه گردشگری در نواحی روستایی و استفاده از جاذبه‌های متعدد طبیعی و فرهنگی روستا به عنوان منبع درآمد و معیشت مردم روستا و در عین حال کمک به حفظ سرمایه‌ها و جاذبه‌های منحصر به فرد طبیعی و فرهنگی روستا یکی از راهبردهایی است که در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است و به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و یکی از مهم‌ترین مشاغل مدرن در مناطق روستایی ارتقاء یافته است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹). گردشگری روستایی جزئی از صنعت عظیم گردشگری است که می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی ایفاء کند (شریف‌زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱). توسعه گردشگری روستایی به عنوان یک بخش ارزشمند و رشد یابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح است و در زمینه سرمایه‌گذاری با توجه به دسترس بودن منابع و پایین بودن قیمت‌ها و کوچک بودن طرح‌ها در مقایسه با دیگر طرح‌های گردشگری خطرناک و هزینه‌های کمتری دارد (پاپلی‌یزدی، ۱۳۹۲). این نوع گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی فاقد زمین‌های زراعی بوده و عمدتاً در نواحی کوهستانی نیز قرار گرفته‌اند با بهره‌برداری از منابع فرهنگی و طبیعی می‌تواند به توسعه روستایی کمک کند

(رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۸۱). با توجه به اینکه توسعه گردشگری نیاز به زیر ساخت‌های مناسب از جمله توسعه شبکه‌های ارتباطی، آب، برق و غیره دارد بنابراین برنامه‌ریزی برای گردشگری موجب رشد و توسعه سکونتگاه‌های روستایی و منتفع شدن روستاییان از این زیر ساخت گردیده و علاوه بر اینکه زمینه‌های اشتغال پاره‌وقت و فصلی را فراهم می‌کند می‌تواند موجب رونق تولید و فعالیت‌های اقتصادی در روستا و نهایتاً توسعه روستا گردد. به عبارت دیگر با برنامه‌ریزی مناسب و منطبق با شرایط می‌توان از این راهبرد جهت ثبات اقتصادی و جمعیتی روستاها استفاده نمود (کوساک، ۱۹۹۸). گردشگری روستایی هم در مقیاس کلان به عنوان یک مقصد جهانی و فراملی در جذب گردشگر و هم در مقیاس خرد به عنوان راهبرد توسعه منطقه‌ای و محلی، دارای اهمیت است (مافی و سقایی، ۱۳۸۴). علی‌رغم اهمیت گردشگری روستایی و مزایای ناشی از آن و با در نظر گرفتن پتانسیل‌های فراوان روستاهای مختلف کشور به لحاظ تاریخی و فرهنگی و نیز جاذبه‌های اکوتوریستی و تنوع اقلیمی، وجود مسایل ومشکلات متعدد در ابعاد زیرساختی، فرهنگی، آموزشی، اطلاع رسانی و غیره سبب شده است تا مردم روستایی در نقاط مختلف کشور قادر نباشند به طور بهینه از این استعدادها و قابلیت‌های کم نظیر بهره ببرند (قبادی و همکاران، ۱۳۹۱). در این زمینه یکی از روستاهای کشور که از پتانسیل مناسبی در حوزه گردشگری برخوردار است روستای صخره‌ای میمند در ۳۸ کیلومتری شمال شرق شهرستان شهراباک در استان کرمان می‌باشد. این روستا که از باستانی‌ترین سکونتگاه‌های انسانی است که خانه‌های کنده شده در صخره‌های آن تعامل شگفت بین مردمان این روستا و طبیعت را نشان می‌دهد، و به عنوان نوزدهمین اثر جهانی ایران و سومین

می‌کنند (رضوانی، ۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی راهبردی برای رسیدن به توسعه روستایی است (مطیعی‌لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱). توسعه مناطق روستایی یک ضرورت بنیادی برای توسعه محلی، منطقه‌ای و ملی است که در هر سرزمینی به برنامه‌ریزی منسجم و هماهنگ نیازمند است و می‌تواند مهم‌ترین هدف‌های توسعه را تحقق بخشد (جاجرمی و سلیمانی، ۱۳۹۳). گردشگری روستایی به مانند یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری، از یک سو می‌تواند به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های روستایی منجر شود 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 همه جانبه قلمداد می‌شود (صفایی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳). گردشگری روستایی می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی، متنوع‌سازی اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت و بهبود زیرساخت‌ها داشته باشد (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۶). گردشگری روستایی می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر در مناطق روستایی فراهم آورد و عاملی برای جلوگیری از مهاجرت‌ها از روستا به شهر باشد و امکان جمعیت‌پذیری روستاها را افزایش دهد (فرجی‌سبکیار و همکاران، ۱۳۹۱). با توجه به مطالب اشاره شده، در یک تعریف نسبتاً جامع، گردشگری روستایی شامل هر نوع فعالیت تفریحی و گذران اوقات فراغت محسوب می‌شود که با دریافت خدماتی از قبیل غذا، محل اقامت و محصولات محلی از ساکنان بومی، در مکانی که از نظر قوانین و مقررات جاری کشور یا از نظر ماهیت اقتصادی و فرهنگی، روستا به شمار می‌آید صورت می‌پذیرد (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰). در زمینه توسعه گردشگری روستایی دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد، دیدگاهی که گردشگری را راهبردی برای توسعه روستایی برخی نواحی دارای قابلیت می‌داند. این دیدگاه تلاش دارد تا از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل در زمینه ارزشمندسازی جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگر، جهت ایجاد درآمد و افزایش رفاه زندگی

اثر تاریخی استان کرمان در فهرست میراث جهانی به ثبت رسید که با ثبت چشم‌انداز فرهنگی میمند پس از ثبت ارگ بم و باغ شاهزاده ماهان در فهرست آثار جهانی یونسکو، کرمان دارای سه اثر تاریخی جهانی است.

در شانزدهم شهریور سال ۱۳۸۴ به عنوان هفتمین منظر فرهنگی-طبیعی و تاریخی جهان به خاطر هرآنچه از زیبایی و تقابل انسان و طبیعت در خود جای داده است جایزه ملینا مرکوری را با حضور وزیر فرهنگ یونان، مدیرکل یونسکو و نماینده ایران در یونسکو از آن خود کرد و ده سال بعد یعنی تیرماه سال ۱۳۹۴ به عنوان یک اثر جهانی به ثبت رسید. وجود این امتیازات موجب گردیده است به عنوان یکی از مقاصد گردشگران خارجی و همچنین گردشگران داخلی مورد توجه قرار گیرد. این روستا از معدود موارد معماری صخره‌ای است که به شکلی گسترده، در تمامی ساختار روستا استفاده شده است، همچنین وجود آثار تاریخی مانند آتشکده، مسجد، حسینیه، دژسنگی، حمام، گورستان و دیگر جاذبه‌های گردشگری مانند لهجه و گویش محلی، آداب و رسوم خاص مردمان روستا در زمینه‌های مختلف فرهنگی-اجتماعی از مشخصه‌های منحصر به فرد و متمایز این روستا می‌باشد که شرایط جذب گردشگر را بوجود آورده است. نظر به درک ارزیابی توانمندی‌ها و محدودیت‌های توریستی روستای میمند که تأثیری سازنده بر برنامه‌ریزی مناسب گردشگری در این منطقه روستایی و رفع مشکلات و مسائل آن دارد و با توجه به ضعف موجود در زمینه توسعه این سؤال را مطرح می‌کند که راهبردهای بهینه توسعه گردشگری روستای میمند کدام است؟ بنابراین هدف این پژوهش شناسایی و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در روستای صخره‌ای میمند می‌باشد.

گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی اطلاق می‌شود که کشاورزان و مردم و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و همچنین جذب آن‌ها در نواحی روستایی ارائه

(۲۰۱۱)، با شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری روستایی منطقه آراگون اسپانیا، از تحلیل SWOT به عنوان ابزاری برای سنجش وضعیت پایدار گردشگری روستایی استفاده کرده و نتیجه گرفتند علی‌رغم مشکلات موجود، گردشگری روستایی این منطقه دارای دوام و پایداری در آینده خواهد بود. ملگرن<sup>۵</sup> (۲۰۰۷)، به این نتیجه رسید که گردشگری منجر به تولید و فروش صنایع دستی و ایجاد فرصت‌های اشتغال برای ساکنان روستایی می‌گردد. ریشی و گریدهار<sup>۶</sup> (۲۰۰۷)، در پژوهش خود با استفاده از تحلیل SWOT امکانات منطقه کوهستانی هیمالیا را در شمال هند را مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیدند که این منطقه توانمندی بالایی برای جذب گردشگر دارد ولی با کمبود امکانات رفاهی و اقامتی مواجه است و با بهبود وضعیت گردشگری آن این منطقه می‌تواند به یکی از قطب‌های اصلی گردشگری هند تبدیل شود. مک‌دونالد<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) گردشگری را به عنوان یک ابزار توسعه برای تعدادی از روستاها و نواحی منزوی می‌داند. و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به مقایسه آثار اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم با گردشگری روزانه بر نواحی روستایی با رویکرد توسعه روستایی پایدار پرداختند. جمعه‌پور و احمدی (۱۳۹۰)، به تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی در روستای بزغان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تأثیر اقتصادی گردشگری در روستا محدود بوده و تنها برخی از خانوارها را در برمی‌گیرد. خاتون‌آبادی و راست‌قلم (۱۳۹۰)، به سنجش ارکان چهارگانه گردشگری روستایی در استان چهارمحال بختیاری با استفاده از مدل SWOT پرداخته‌اند. کرمی‌دهکردی و کلانتری (۱۳۹۰)، به شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی پرداختند.

ساکنان نواحی روستایی، استراتژی‌های عملی ارائه دهد (کلر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷) دیدگاه دیگر، گردشگری را به مانند ابزار و سیاستی برای بازساخت اقتصادی روستا مطرح می‌کند. این دیدگاه شامل فرایندهای مختلف اجتماعی و اقتصادی می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱). از دیدگاه دیگر گردشگری روستایی به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی مطرح است. در این دیدگاه گردشگری روستایی تلاش دارد تا به حداقل رساندن آسیب‌های محیطی و فرهنگی و همچنین افزایش رضایت گردشگران، موجبات استمرار رشد اقتصادی روستا را فراهم آورد. با این دیدگاه‌ها برنامه‌ریزان تلاش دارند تا با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌ها، هم موجبات توفیق گردشگری روستایی را در پاسخگویی به نیازهای گردشگران فراهم آورده و هم موجبات اصلاح مناطق روستایی را موجب شوند (خاتون‌آبادی و راست‌قلم، ۱۳۹۰). بطور کلی گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت است: یکی به عنوان فعالیت گسترده جهانی و دیگری به خاطر نقش آن در توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی (رحیمی، ۱۳۸۱). بنابراین گردشگری روستایی علاوه بر توسعه فعالیت‌های مکمل اقتصادی روستا می‌تواند موجب تحول نواحی روستایی به لحاظ فرهنگی، اجتماعی نیز گردد.

با توجه به ابعاد توسعه گردشگری روستایی در دنیا و ایران مطالعات زیادی در این زمینه صورت گرفته است. ماتتیوهو<sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، وودساید و دریو<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، در پژوهش خود، ضمن تأکید بر لزوم استفاده از مدیریت استراتژیک در مسایل مربوط به گردشگری، به تحلیل مشکلات این صنعت پرداخته و راهبردهایی برای افزایش جذب گردشگر به مناطق گردشگری و ماندگاری بیشتر گردشگران در آن مناطق ارائه دادند. فونز<sup>۴</sup> و همکاران

5- Mellgern

6- Rishi and Giridhar

7-Macdonald

1-clare

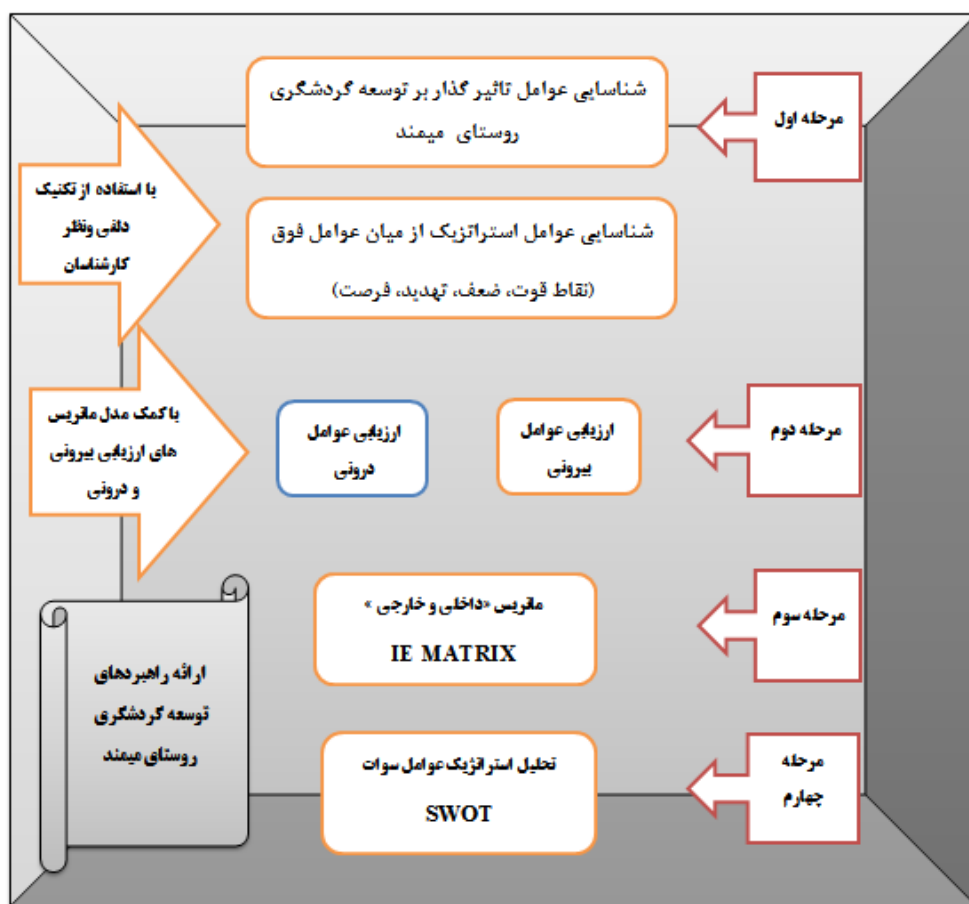
2- Moutinho

3- Woodside and drew

4- fons

و آتشگاه، به ترتیب از شرایط بهتری به منظور سرمایه‌گذاری برخوردار هستند. شربتی (۱۳۸۹)، در مقاله خود ضمن برشمردن جاذبه‌های متعدد تاریخی و فرهنگی استان گلستان، اشاره می‌کند، این استان با وجود توان بالای گردشگری، در صورت سرمایه‌گذاری مناسب و به کارگیری شیوه‌های نوین تبلیغات، می‌تواند نقش چشم‌گیری در جذب گردشگر داخلی و خارجی داشته باشد.

فرجی‌سبکبار و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی به رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از فن تاپسیس خاکستری پرداختند و در پایان به این نتیجه رسیدند که جاذبه‌های جنگل‌های ارسباران به عنوان بهترین گزینه بین سایر جاذبه‌ها برای سرمایه‌گذاری انتخاب شده است. رحیمی و رنجبردستانی (۱۳۹۱)، به ارزیابی جاذبه‌های اکوتوریسمی روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال بختیاری پرداخته‌اند که نتایج تحقیق نشان داد روستاهای ده چشمه، هوره



شکل ۱. مدل مفهومی برنامه ریزی راهبردی پژوهش

منبع: نگارنده

شفاف با سایر کشورها به منظور معرفی قابلیت‌ها و جایگاه فرهنگ و آداب مردم جزیره و با هدف جذب هر چه بیشتر گردشگر داخلی و خارجی، پیشنهاد کردند. شهیدی و همکاران (۱۳۸۸)، ضمن ارزیابی و بازنگری رویکرد راهبردی در

نوحه‌گر و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی قابلیت‌های طبیعت‌گردی جزیره قشم پرداخته و استراتژی‌هایی همچون حداکثر استفاده اقتصادی از ورود طبیعت‌گردها در فصول مناسب سال با حفظ ارزش‌های جزیره و تأکید بر تبادلات فرهنگی

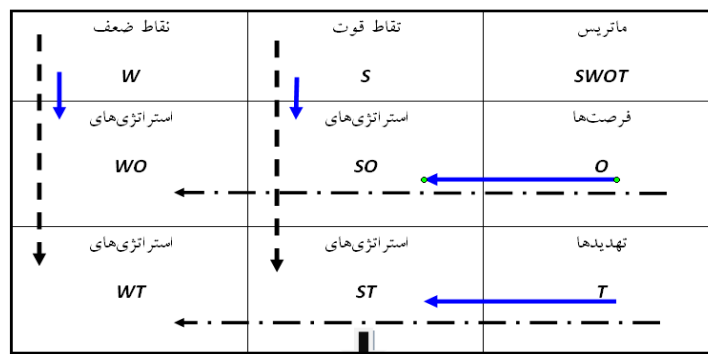
ومطالعات میدانی به کارگرفته شد. آنگاه با توجه به اطلاعات به دست آمده، به بررسی توسعه گردشگری در منطقه پرداخته شد، در مرحله بعد، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه‌ی راهبردهای توسعه‌ی گردشگری میمند از ماتریس تحلیلی SWOT بهره گرفته شد. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته بر روی محیط داخلی و خارجی منطقه، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گرفت، سپس برای مشارکتی کردن برنامه‌ریزی آتی به وسیله نظرخواهی از جامعه آماری موجود در ناحیه مورد مطالعه متشکل از سه گروه مردم، مسئولان و گردشگران (با استفاده از روش دلفی) با هدف جمع‌آوری اطلاعات و نظرات از گردشگران و کارشناسان به منظور تسهیل فرآیند حل معضل تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی و بکارگیری روش نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۱۲۰ نفر از مردم، ۶۰ نفر از گردشگران و ۳۰ نفر از مسئولان و متولیان امر گردشگری در منطقه به عنوان نمونه انتخاب شدند. سپس با توجه به دیدگاه‌های کارشناسی و نظرات مصاحبه‌شوندگان وزن‌دهی به تک تک عوامل تأثیرگذار بر مبنای روش دلفی و با استفاده از ماتریس‌های قطری (به منظور مقایسات زوجی) توسط نرم افزار Expert choice صورت گرفت. در نهایت با تنظیم عوامل داخلی و خارجی که مبنای پایه در تدوین راهبردها می‌باشند، ماتریس SWOT از آن استخراج و بر اساس آن، ماتریس‌های برنامه‌ریزی راهبردی کمی، راهبردها و اولویت‌های مناسب توسعه گردشگری مشخص و رهیافت‌های حاصل از این تجزیه و تحلیل‌ها به عنوان راهبردهای راهگشا ارائه گردید.

مبنای مقایسات زوجی در این تحقیق براساس جدول میزان اهمیت توماس ال ساعتی (ترجیح یکسان تا کاملاً مرجع) است (شکل ۱).

گردشگری، در چارچوب مدل SWOT، به تبیین جایگاه گردشگری در توسعه روستایی پرداخته، میزان و نوع مداخله احتمالی برای ارزیابی و مکان‌گزینی گردشگری در فرایند توسعه گردشگری روستایی در روستای لواسان را مورد بررسی و بازبینی قرار دادند. نوابخش و رفیعی‌فر (۱۳۸۹)، در پژوهش خود آثار اقتصادی-اجتماعی گردشگری در منطقه روستایی زیارت (از توابع شهرستان گرگان) بر زندگی مردم روستا را با استفاده از تکنیک SWOT، بررسی کرده و نتیجه گرفتند وضعیت اقتصادی و اجتماعی زیارت، به شدت متأثر از حضور گردشگران است. اسمعیل‌پور روشن و هاشمی‌اصل (۱۳۹۱)، در پژوهشی در مورد تحلیل جاذبه‌های گردشگری روستای میمند با استفاده از تکنیک SWOT به این نتیجه رسیدند که فرصت‌ها و نقاط قوت توسعه گردشگری روستای میمند از امتیازات بیشتری برخوردار می‌باشند. قنبری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی در مورد توان‌ها و محدودیت‌های گردشگری در روستای میمند به این نتیجه رسیدند که رشد گردشگری به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی تفکر نسبتاً جدید است که می‌تواند با ایجاد فعالیت‌های مکمل کشاورزی زمینه افزایش درآمد خانوارهای روستایی و اشتغال را فراهم کند. در زمینه گردشگری می‌توان با تدوین و اجرای برنامه‌های منسجم و اتخاذ راهکارهایی سازگار و متناسب با شرایط و وضعیت محلی منطقه مورد تأثیر گردشگری، تا حدود زیادی گردشگری را در منطقه افزایش داد. پس باید موانع و مشکلات را شناسایی کرد و آن‌ها را از بین برد و عوامل جذب گردشگر را نیز شناسایی و بهبود بخشید.

## مواد و روش‌ها

این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی-توسعه‌ای است و روش تحقیق آن از نوع توصیفی-تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای



شکل ۲. ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها

منبع، افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵

در قضاوت‌های انجام شده برای تعیین ضریب اهمیت شاخص‌ها می‌باشد. به عبارت دیگر در تشکیل ماتریس مقایسه دو دوئی شاخص‌ها چقدر سازگاری در قضاوت‌ها رعایت شده است. وقتی اهمیت شاخص‌ها نسبت به یکدیگر برآورد می‌شود، احتمال ناهماهنگی در قضاوت‌ها وجود دارد، زیرا علیرغم همه کوشش‌ها، رجان‌ها و احساس‌های مردم غالباً ناهماهنگ هستند. پس باید سنج‌های را یافت که میزان ناهماهنگی داوری‌ها را نمایان سازد (توفیق، ۱۳۷۲). مکانیزمی که ساعتی برای بررسی ناسازگاری در قضاوت‌ها در نظر گرفته است، محاسبه ضریبی به نام ضریب ناسازگاری (I.R.) است که از تقسیم شاخص ناسازگاری (i.i.) به شاخص تصادفی بودن (I.R.) حاصل می‌شود. چنانچه این ضریب کوچکتر یا مساوی ۰/۱ باشد، سازگاری در قضاوت‌ها مورد قبول است وگرنه باید در قضاوت‌ها تجدید نظر شود (جدول ۲).

این جدول در روش AHP که توسط وی در سال ۱۹۸۰ ابداع گردیده مورد استفاده قرار می‌گیرد این تکنیک به ما امکان می‌دهد تا شاخص‌ها را بصورت زوجی با یکدیگر مقایسه و امتیاز آن‌ها را نسبت به تنها یک شاخص سنجید تا نهایتاً یک امتیاز مجموع برای هر شاخص دست یافت. بدیهی است که وزن دادن به شاخص‌ها در مقایسات زوجی راحت‌تر و مطمئن‌تر از حالات دیگر می‌باشد. همچنین استفاده از این مدل در جریان وزن‌دهی باعث می‌شود تا در ضمن ارزیابی، تعصبات دخیل نباشد. برای تعیین وزن معیارها و رتبه‌بندی گزینه‌ها از مقایسه زوجی استفاده می‌شود. پرسشنامه مورد استفاده برای تحلیل‌های سلسله‌مراتبی و تصمیم‌گیری چند معیاره از مقایسه زوجی استفاده می‌شود. برای هر سطح از سلسله مراتب یک ماتریس مقایسه زوجی تهیه می‌شود. برای امتیازدهی از مقیاس نه درجه ساعتی به صورت زیر استفاده می‌شود.

یکی دیگر از مزیت‌های این روش امکان بررسی سازگاری

جدول ۱. مقادیر ترجیح‌ها برای مقایسه‌های زوجی

وضعیت مقایسه i نسبت به j	ارزش
ترجیح یکسان Equally Preferred	۱
کمی مرجح Moderately Preferred	۳
خیلی مرجح Strongly Preferred	۵
خیلی زیاد مرجح Very strongly Preferred	۷
کاملاً مرجح Extremely Preferred	۹
بینابین	۸-۴-۶



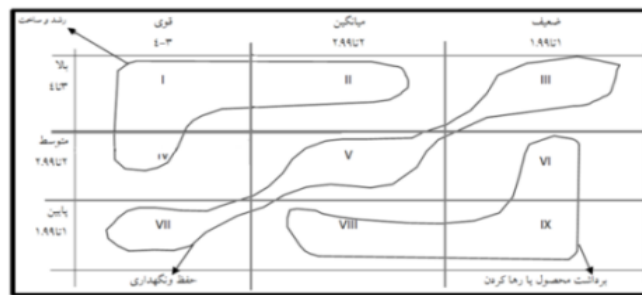
جدول ۲. شاخص تصادفی بودن (R.I.)

N	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
RI	۰	۰	۰/۵۲	۰/۸۸	۱/۱۰	۱/۳۴	۱/۳۴	۱/۴	۱/۴۴	۱/۴۸	۱/۵۱	۱/۵۳	۱/۵۵	۱/۵۷	۱/۵۸

منبع: ۰ و دیگران، ۱۳۹۳

بر محور افقی آن امتیاز عوامل داخلی و بر محور عمودی امتیاز عوامل خارجی پیاده می‌شود قرار می‌گیرد (۰، ۱۳۷۷). امتیاز نهایی از ۱ تا ۱/۹۹ نشان دهنده ضعف، از ۲ تا ۲/۹۹ نشان دهنده وضعیت متوسط و امتیاز ۳ تا ۴ بیانگر وضعیت عالی می‌باشد.

در ادامه پس از استانداردسازی و اعمال رتبه به هر یک از شاخص‌ها برای دست‌یابی به وزن نهایی عوامل درونی و بیرونی ضریب اهمیت استاندارد در رتبه آن ضرب گردیده و نتایج بدست آمده در جداول جداگانه ذکر شده است. مجموع امتیازهای نهایی عوامل درونی و بیرونی در ابعاد افقی و عمودی یک ماتریس که



شکل ۳. تحلیل ماتریس داخلی و خارجی در مدل SWOT

منبع: نگارنده

نشانه استواری، توان و پایداری و اراده شناخته می‌شود. به هر تقدیر چند هزار سال پیش از این، انسان‌هایی دل سنگ‌ها را شکافتند و یادگاری را به جا گذاشتند که امروزه پس از گذشت سال‌ها همچنان نماد عزم، اراده و اقتدار اجداد ایرانی به‌شمار می‌رود.

### نتایج و بحث

#### تبیین عوامل درونی و بیرونی نظام گردشگری روستای میمند

در راستای روش‌شناسی رویکرد تحلیل عوامل استراتژیک (SWOT) و شناخت فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف ناشی از عوامل بیرونی و درونی تأثیرگذار بر اهداف گردشگری، راهبردهای موجود، عملکردها و منابع و ظرفیت‌های این منطقه نمونه مورد توجه و بررسی قرار گرفت که در جدول ۳

بنابراین قرار گرفتن امتیاز نهایی در خانه‌های ۱ و ۲ و ۴ این ماتریس نشان‌دهنده داشتن موقعیتی در حال رشد و توسعه می‌باشد، خانه‌های شماره ۳ و ۷ و ۹ ثبات را نشان می‌دهد که در این شرایط باید راهبردها در جهت تداوم روند بهبود وضعیت موجود گام بردارند. در نهایت خانه‌های شماره ۶ و ۸ و ۹ موقعیت رهاسازی و بی‌توجهی به محیط را توصیه می‌نماید.

میمند در ۳۸ کیلومتری شمال شرقی شهرستان شهرابک در عرض ۳۰ درجه و ۱۶ دقیقه و طول ۵۵ درجه و ۲۵ دقیقه قرار دارد. روستای صخره‌ای و دستکند میمند بزرگترین و تنها روستای تاریخی در جهان است که هنوز روابط سنتی زندگی در آن جریان دارد و می‌توان تعامل انسان و طبیعت در هزاره دوم میلادی را به خوبی در آن دید.

این روستا با چند هزار سال قدمت یادآور ایامی است که انسان‌ها خدایان خود را در بلندای کوه‌ها جستجو می‌کردند و کوه



روش دلفی و طبق نظر متخصصان، از ماتریس‌های قطری به منظور مقایسات زوجی استفاده شد و ضریب اهمیت هریک از نقاط مطرح شده به وسیله نرم افزار Expert choice تعیین گردید. سپس بعد از استانداردسازی و اعمال رتبه به هریک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید برای دست یابی به وزن نهایی عوامل درونی و بیرونی نظام گردشگری منطقه مورد مطالعه، ضریب اهمیت استاندارد در رتبه آن ضرب گردید. نتایج بدست آمده، در جدول‌های ۴ تا ۹ ذکر می‌گردند.

آمده است. لازم به ذکر است که عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) منطقه از بررسی وضع موجود گردشگری منطقه و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) نیز با بررسی اسناد موجود در این زمینه در سطح شهرستان و استان استخراج گردیده است.

### بررسی ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی نظام گردشگری روستای میمند

به منظور تعیین ضریب اهمیت هریک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید نظام گردشگری منطقه مورد مطالعه، بر مبنای



شکل ۴. موقعیت جغرافیایی روستای گردشگری میمند در استان کرمان

جدول ۳. تبیین قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌های نظام گردشگری روستای میمند

ضعف‌ها	قوت‌ها	درون نظام
W1- نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی ورزشی بهداشتی درمانی W2- ضعف تبلیغات W3- توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال W4- کمبود خدمات اقامتگاهی و پذیرایی W5- شیب زیاد دره‌ها و اراضی موجود و هزینه بالای اجرایی جهت اقدامات عمرانی و کشاورزی W6- پایین بودن درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری برای روستا W7- تأکید و توجه به گردشگری تاریخی	S1- آب و هوای مناسب منطقه S2- سبک معماری خانه‌ها S3- آداب و رسوم محلی و سنتی S4- وجود زمینه مناسب برای ماندگاری روستا بر مبنای گردشگری تاریخی S5- قرارگیری در مرز بین دشت و کوهستان S6- وجود محصولات و فرآورده‌های محلی برای عرضه به گردشگران (گیاهان دارویی، لبنیات) S7- وجود سایت میراث فرهنگی در روستای میمند S8- حضور تورهای گردشگری در روستا S9- بافت و قدمت روستا و آثار تاریخی مربوط به دوره باستانی در آن	درون نظام
تهدیدها	فرصت‌ها	
T1- کم انگیزه بودن برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری از جانب بخش خصوصی T2- عدم رغبت به زندگی در روستا T3- از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی T4- اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست T5- تخریب آثار باستانی بر اثر تردد گردشگران	01- امکان بهره‌برداری از گیاهان دارویی 02- حضور گردشگران خارجی 03- جذب گردشگران تاریخی به دلیل وجود آثار تاریخی 04- امکان قابلیت کوهنوردی در منطقه و چشم انداز مناسب آن 05- جذب گردشگران طبیعی 06- سرمایه‌گذاری در تاسیسات زیربنایی و روبنایی جهت ارائه سرویس بهتر برای گردشگران 07- وجود گرایش نسبت به توسعه گردشگری توسط بخش دولتی 08- قابلیت تبدیل شدن به یک قطب گردشگری در سطح ملی و جهانی	بیرون نظام

منبع: (شناسایی و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

جدول ۴. ماتریس درجه اهمیت نقاط قوت روستای میمند

ضعف	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	ضریب اهمیت
S1	۱	۳	۳	۲	۲	۳	۲	۳	۲	۰/۱۹۷
S2	۱/۳	۱	۶	۱	۴	۵	۲	۲	۱	۰/۱۵۶
S3	۱/۳	۱/۶	۱	۱/۲	۱	۳	۱/۲	۲	۱/۵	۰/۰۴۹
S4	۱/۲	۱	۷	۱	۶	۶	۴	۳	۱	۰/۲
S5	۱/۲	۱/۴	۱	۱/۶	۱	۴	۳	۳	۱/۴	۰/۰۸۱
S6	۱/۳	۱/۵	۱/۳	۱/۶	۱/۴	۱	۱/۲	۱/۲	۱/۴	۰/۰۲۹
S7	۱/۲	۱/۲	۲	۱/۴	۱/۳	۳	۱	۱	۱/۴	۰/۰۶۱
S8	۱/۳	۱/۲	۱/۲	۱/۳	۱/۳	۲	۱	۱	۱/۴	۰/۰۴۹
S9	۱/۲	۱	۵	۱	۴	۴	۴	۴	۱	۰/۱۸۲

\*- ضریب ناسازگاری = ۰/۰۸ ، ضریب ناسازگاری درونی ماتریس بین ۰ تا ۱ در نوسان است که سطح قابل پذیرش ۰/۱-۰ است.

منبع: ( محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

جدول ۵. ماتریس درجه اهمیت نقاط ضعف روستای میمند

ضریب اهمیت	W7	W6	W5	W4	W3	W2	W1	ضعف
۰/۱۶۶	۳	۱/۲	۱/۲	۱	۲	۳	۱	W1
۰/۱۴۸	۲	۳	۳	۱/۲	۱	۱	۱/۲	W2
۰/۱۱۵	۱/۲	۲	۲	۱/۲	۱	۱	۱/۲	W3
۰/۲۶۰	۳	۲	۲	۱	۳	۳	۱	W4
۰/۱۰۵	۲	۱/۲	۱	۱/۲	۱/۲	۱/۲	۲	W5
۰/۱۰۵	۱/۲	۱	۲	۱/۲	۱/۲	۱/۲	۲	W6
۰/۰۹۹	۱	۲	۱/۲	۱/۲	۲	۱/۲	۱/۲	W7

\*- ضریب ناسازگاری = ۰/۰۵ منبع : ( محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

جدول ۶. ماتریس درجه اهمیت نقاط فرصت روستای میمند

ضریب اهمیت	O8	O7	O6	O5	O4	O3	O2	O1	ضعف
۰/۰۶۷	۱/۴	۱/۲	۳	۱	۲	۱/۴	۱/۴	۱	O1
۰/۱۳۴	۱/۴	۱/۲	۴	۳	۳	۱	۱	۴	O2
۰/۱۷۴	۱/۲	۲	۳	۳	۴	۱	۱	۴	O3
۰/۰۴۴	۱/۵	۱/۲	۲	۱/۲	۱	۱/۴	۱/۲	۱/۲	O4
۰/۰۵۷	۱/۴	۱/۲	۱/۲	۱	۳	۱/۲	۱/۲	۱	O5
۰/۰۴۷	۱/۵	۱/۲	۱	۳	۱/۲	۱/۲	۱/۴	۱/۲	O6
۰/۱۳۶	۱/۴	۱	۳	۲	۳	۱/۲	۳	۲	O7
۰/۳۳۸	۱	۴	۵	۴	۵	۳	۴	۴	O8

\*- ضریب ناسازگاری = ۰/۰۹ منبع : ( محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

جدول ۷. ماتریس درجه اهمیت نقاط تهدید روستای میمند

ضریب اهمیت	T5	T4	T3	T2	T1	ضعف
۰/۰۷۰	۱/۵	۱/۵	۱/۲	۱	۱	T1
۰/۰۷۶	۱/۴	۱/۴	۱/۲	۱	۱	T2
۰/۱۱۶	۱/۴	۱/۴	۱	۲	۲	T3
۰/۳۶۸	۱	۱	۴	۴	۵	T4
۰/۳۶۸	۱	۱	۴	۴	۵	T5

\*- ضریب ناسازگاری = ۰/۰۱ منبع : ( محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

عنایت به جدول ۹ قابلیت‌های بالفعلی در فرصت‌های پیش روی توسعه گردشگری در روستای میمند دیده می‌شود. مهمترین آنها که داری امتیاز وزنی مناسب هم هستند می‌توان به امکان بهره‌برداری از گیاهان داروئی، حضور گردشگران خارجی، جذب گردشگران تاریخی به دلیل وجود آثار تاریخی، قابلیت تبدیل شدن به یک قطب گردشگری در سطح ملی و جهانی اشاره نمود. تهدیدات را نیز می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب کاهش و یا رفع نمود.

با توجه به امتیازات بدست آمده در جدول ۸ می‌توان به نقاط قوت گردشگری در روستای میمند پی‌برد که در این میان سبک معماری خانه‌ها و وجود پایگاه میراث فرهنگی در روستا همچنین مبنای گردشگری تاریخی در این روستا که میراثی است برای آیندگان نه تنها در بعد ملی بلکه در بعد جهانی نیز داری ارزش و اعتبار است و می‌تواند موجب رشد بازدیدکنندگان خارجی و به دنبال آن ابعاد، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و غرور ملی را ایجاد کند. نقاط ضعفی که در جدول ۸ نقاط ضعفی وجود دارند که قابل رفع می‌باشند و نیاز به برنامه‌ریزی راهبردی دارند. با

جدول ۸. ماتریس ارزیابی عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) گردشگری روستای میمند

وزن نهایی	رتبه	ضریب استاندارد	ضریب اهمیت	عوامل درونی
۰/۲۹۴	۳	۰/۰۹۸	۰/۱۹۷	آب و هوای مناسب منطقه
۰/۳۰۸	۴	۰/۰۷۷	۰/۱۵۶	سبک معماری خانه‌ها
۰/۰۷	۳	۰/۰۲۴	۰/۰۴۹	آداب و رسوم محلی و سنتی
۰/۳۹	۴	۰/۰۹۹	۰/۲	وجود زمینه مناسب برای ماندگاری روستا بر مبنای گردشگری تاریخی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴۰	۰/۰۸۱	قرارگیری در مرز بین دشت و کوهستان
۰/۰۱۴	۱	۰/۰۱۴	۰/۰۲۹	وجود محصولات و فرآورده‌های محلی برای عرضه به گردشگران (گیاهان دارویی، لبنیات)
۰/۱۲	۴	۰/۰۳۰	۰/۰۶۱	وجود سایت میراث فرهنگی در روستای میمند
۰/۰۹	۴	۰/۰۲۴	۰/۰۴۹	حضور تورهای گردشگری در روستا
۰/۳۶	۴	۰/۰۹۰	۰/۱۸۲	یافت و قدمت روستا و آثار تاریخی مربوط به دوره باستانی در آن
۰/۳۲	۴	۰/۰۸۲	۰/۱۶۶	نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی بهداشتی درمانی
۰/۲۹	۴	۰/۰۷۳	۰/۱۴۸	ضعف تبلیغات
۰/۱۷	۳	۰/۰۵۷	۰/۱۱۵	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال
۰/۵۱	۴	۰/۱۲۹	۰/۲۶۰	کمبود خدمات اقامتگاهی و پذیرایی
۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲	۰/۱۰۵	شیب زیاد دره‌ها و اراضی موجود و هزینه بالای اجرایی جهت اقدامات عمرانی و کشاورزی
۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲	۰/۱۰۵	پایین بودن درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری برای روستا
۰/۰۹	۲	۰/۰۴۹	۰/۰۹۹	تاکید و توجه به گردشگری تاریخی
۳/۲۱	-	۱	-	امتیاز عوامل درونی

منبع: (شناسایی و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

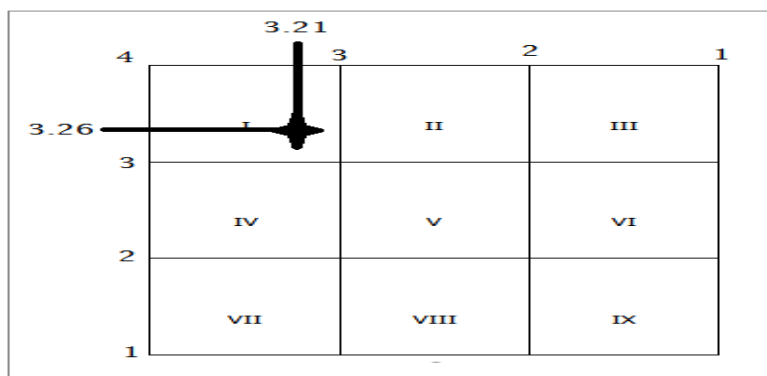
جدول ۹. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (نقاط فرصت و تهدید) گردشگری روستای میمند

وزن نهایی	رتبه	ضریب استاندارد	ضریب اهمیت	عوامل بیرونی
۰/۱۳۲	۴	۰/۰۳۳	۰/۰۶۷	امکان بهره‌برداری از گیاهان دارویی
۰/۲۷	۴	۰/۰۶۷	۰/۱۳۴	حضور گردشگران خارجی
۰/۳۴	۴	۰/۰۸۷	۰/۱۷۴	جذب گردشگران تاریخی به دلیل وجود آثار تاریخی
۰/۰۴۴	۲	۰/۰۲۲	۰/۰۴۴	امکان قابلیت کوهنوردی در منطقه و چشم‌انداز مناسب آن
۰/۰۸۴	۳	۰/۰۲۸	۰/۰۵۷	جذب گردشگران طبیعی
۰/۰۲۳	۱	۰/۰۲۳	۰/۰۴۷	سرمایه‌گذاری در تاسیسات زیربنایی و رونمایی جهت ارائه سرویس بهتر برای گردشگران
۰/۲	۳	۰/۰۶۸	۰/۱۳۶	وجود گرایش نسبت به توسعه گردشگری توسط بخش دولتی
۰/۶	۴	۰/۱۶۹	۰/۳۳۸	قابلیت تبدیل شدن به یک قطب گردشگری در سطح ملی و جهانی
۰/۰۳۵	۱	۰/۰۳۵	۰/۰۷۰	کم‌انگیزه بودن برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری از جانب بخش خصوصی
۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸	۰/۰۷۶	عدم رغبت به زندگی در روستا
۰/۰۵۸	۱	۰/۰۵۸	۰/۱۱۶	از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	۰/۳۶۸	اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست
۰/۷۲	۴	۰/۱۸	۰/۳۶۸	تخریب آثار باستانی بر اثر تردد گردشگران
۳/۲۶	-	۱	-	امتیاز عوامل بیرونی

منبع: (شناسایی و محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

را نیز به دنبال خواهد داشت. در نهایت نتایج محاسبات انجام شده در جداول ۸ و ۹ نشان می‌دهند که امتیاز عوامل درونی (۳/۲۱) و عوامل بیرونی (۳/۲۶) می‌باشند. تطبیق این امتیازها با نمودارهای ۳ و ۵ عوامل درونی و بیرونی و قرارگیری آنها در خانه شماره ۱ این نمودارها نشان‌دهنده یک موقعیت در حال رشد و توسعه و توانمندی‌های بالای منطقه در زمینه توسعه گردشگری می‌باشد و باید از این توانمندی‌های بالا در توسعه هرچه بیشتر گردشگری منطقه استفاده کرد.

از همه مهم‌تر تهدید تخریب و یا تأثیر بلند مدت در سازه‌های قدیمی است. قدرتمندانه عمل کردن پایگاه میراث فرهنگی در روستا نقش اصلی و عمده را در کاهش این تهدیدات خواهد داشت چرا که وقتی ساختاری در فهرست میراث جهانی قرار می‌گیرد بنابراین حفظ آن در دستور کار جهانی و با استانداردهای جهانی تعریف می‌گردد، بنابراین قرار گرفت در این فهرست بزرگترین پارامتر برای جذب گردشگر خارجی و ارائه تاریخچه تمدن باستانی ایران خواهد بود و حساسیت‌های جهانی



شکل ۵. ماتریس عوامل درونی و بیرونی گردشگری میمند

منبع : ( محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

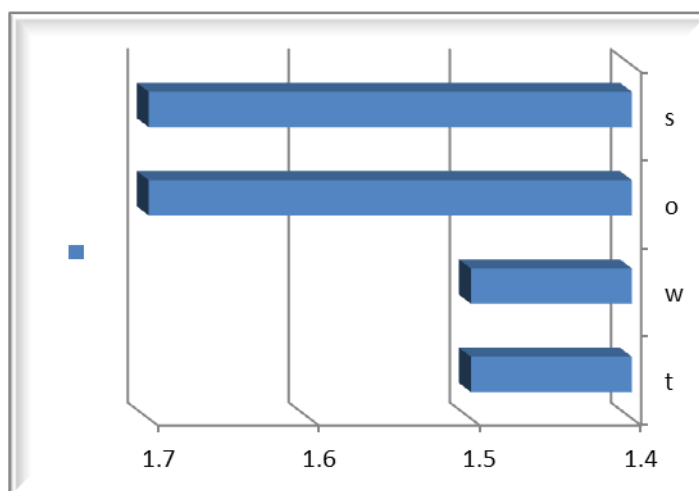
جدول ۱۰. ماتریس اولویت بندی برنامه‌ریزی نقاط (SWOT) در روستای میمند

عوامل داخلی	عوامل خارجی
قوت‌ها (S)	فرصت‌ها (O)
S4	O8
S9	O3
S2	O2
S1	O7
S5	O1
S7	O5
S8	O4
S3	O6
S6	
ضعف‌ها (W)	تهدیدها (T)
W4	T4
W1	T5
W2	T3
W3	T1
W7	
W5	
W6	

منبع : ( محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

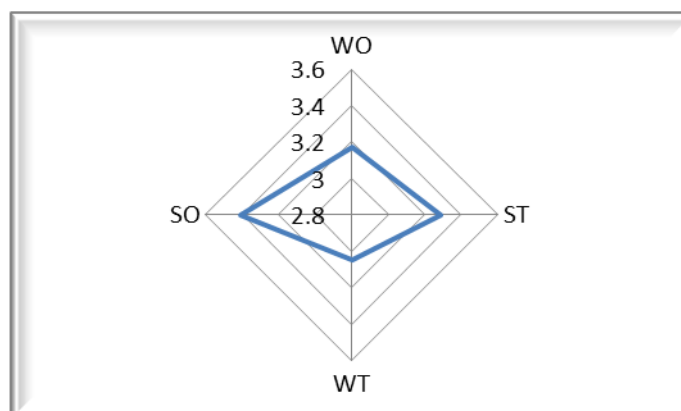
در گام بعدی برای رتبه‌بندی استراتژی‌ها با توجه به راهبردهای رقابتی تهاجمی (SO)، راهبردهای بازنگری (WO)، راهبردهای تدافعی (WT)، راهبردهای تنوع (ST)، عوامل دو به دو باهم جمع زده شده که  $WT=3.05$  ،  $ST=3.29$  ،  $WO=3.17$  ،  $SO=3.41$  می‌باشد. که براین اساس در روستای نمونه گردشگری میمند راهبردهای تهاجمی (SO) به عنوان اولین اولویت وبقیه راهبردها در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند (شکل ۷).

اولویت بندی عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری در روستای نمونه گردشگری میمند اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی در روستای نمونه گردشگری میمند فرآیند انتخاب استراتژی برتر جهت برنامه‌ریزی گردشگری در مرحله اول براساس امتیاز وزنی عوامل چهارگانه SWOT و میزان امتیاز وزنی عوامل، جمع بندی شده که براین اساس در روستای میمند امتیاز وزنی عوامل شامل  $T=1.5$  ،  $O=1.7$  ،  $W=1.5$  ،  $S=1.7$  می‌باشد، بنابراین قوت و فرصت دارای امتیاز بیشتر و سپس ضعفها و تهدیدها قرار می‌گیرند (شکل ۶).



شکل ۶. اولویت بندی عوامل چهار گانه SWOT

منبع : (محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)



شکل ۷. اولویت بندی عوامل استراتژی جهت توسعه گردشگری در روستای میمند

منبع : (محاسبات نگارنده، ۱۳۹۵)

جدول ۱۱. ماتریس راهبردها و راهکارهای لازم برای توسعه گردشگری میمند

ضعف‌ها (W)	قوت‌ها (S)	عوامل اولویت‌دار داخلی
w4- کمبود خدمات اقامتگاهی و پذیرایی w1- نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی بهداشتی درمانی w2- ضعف تبلیغات w3- توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال w7- تأکید و توجه به گردشگری تاریخی	s4- وجود زمینه مناسب برای ماندگاری روستا بر مبنای گردشگری تاریخی s9- بافت و قدمت روستا و آثار تاریخی مربوط به دوره باستانی در آن s2- سبک معماری خانه‌ها s1- آب و هوای مناسب منطقه s7- وجود سایت میراث فرهنگی در روستای میمند	عوامل اولویت‌دار خارجی
راهبردهای بازنگری (wo)	راهبردهای تهاجمی (so)	فرصت (o)
WO1- بازنگری در فعالیتهای اقتصادی روستا و بها دادن به نقش صنایع دستی در ایجاد جذابیت برای گردشگر و درآمد روستائیان WO2- بازنگری در جاذبه‌های گردشگری و اولویتهای گردشگری روستا WO3- بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری روستا	SO1- بهره‌گیری از وجود گرایش نسبت به توسعه گردشگری توسط بخش دولتی با توجه به تاسیس نهاد میراث فرهنگی و گردشگری در خود روستا و انجام امور گردشگری و تحقیقاتی روستا به طور مستقیم زیر نظر رئیس تحقیق میراث فرهنگی کشور SO2- همسو کردن برنامه‌های گردشگری تاریخی روستا با برنامه‌های طبیعت گردی SO3- فراهم نمودن زمینه جهت بازدید بیشتر گردشگران خارجی از این روستای تاریخی برای معرفی تاریخ تمدن ایران	o8- قابلیت تبدیل شدن به یک قطب گردشگری در سطح ملی و جهانی o3- جذب گردشگران تاریخی به دلیل وجود آثار تاریخی o2- حضور گردشگران خارجی o7- وجود گرایش نسبت به توسعه گردشگری توسط بخش دولتی o1- امکان بهره‌برداری از گیاهان داروئی
راهبردهای تدافعی (WT)	راهبردهای تنوع (ST)	تهدیدها (T)
WT1- تدوین و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی جهت معرفی صحیح جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی با تأکید بر حفاظت از فرهنگ سنتی و مناطق تاریخی WT2- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگران و آموزش به گردشگران در مورد فرهنگ، آداب و رسوم و تشریفات و قوانین محلی و سنتی	ST1- توسعه فعالیتهای مربوط به صنایع دستی و عرضه این محصولات از طریق بازاریابی برای آنها و نمایش این محصولات در نمایشگاه‌های مختلف صنایع دستی که در جاه‌های مختلف کشور ایجاد می‌شود و معرفی سبک زندگی روستائیان ST2- توسعه برنامه‌های تبلیغاتی جهت معرفی آثار تاریخی و باستانی روستا به منظور توسعه گردشگری تاریخی و فرهنگی با تأکید بر برنامه‌های حفاظت و آسیب نرسانده به این بناهای مهم که بیانگر تاریخ و گذشته روستا و کشور است ST3- ثبت و ضبط آداب و رسوم و شیوه‌های معیشت سنتی روستا با استفاده از خبرنگاران محلی و سعی در احیاء آنها (اطلاعات دموگرافیک و سبک زندگی)	T4- اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست T5- تخریب آثار باستانی بر اثر تردد گردشگران T3- از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی

منبع: (شناسایی و یافته‌های نگارنده، ۱۳۹۵)

### نتیجه‌گیری

در این تحقیق که در راستای شناخت توانمندی‌های گردشگری و ارائه راهبردهای آن در منطقه نمونه گردشگری میمند انجام گرفته با توجه به ضرایب تخصیص یافته به عوامل (درونی، بیرونی)، هریک از متغیرهای تأثیرگذار در قالب

ماتریس‌های استاندارد شده (درونی، بیرونی) مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته‌اند. امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل درونی (۳/۲۱) و بیرونی (۳/۲۶) می‌باشد که جای گرفتن این امتیازها در خانه شماره ۱ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی (شکل ۵) نشان‌دهنده پتانسیل‌های مساعد منطقه در زمینه توسعه



د) در بین تهدیدهای خارجی (T4) و (T5) با امتیاز وزنی ۰/۷۲ به عنوان اولین تهدیدها، (T3) با امتیاز وزنی ۰/۵۸ به عنوان تهدیدهای مهم روستا می‌باشند، بنابراین تخریب آثار باستانی بر اثر تردد گردشگران و همچنین اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست و از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی جزء مهم‌ترین تهدیدهای خارجی می‌باشد که به منظور کاهش این آثار راهکارهای تدافعی برای آن در جدول راهبردها ارائه شده است.

نتایج بدست آمده از اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در روستا نمونه گردشگری میمند با بهره‌گیری از ماتریس SWOT نشان داد که با توجه به موقعیت گردشگری میمند راهبرد (SO) حداکثر-حداکثر به عنوان اولین اولویت و راهبردهای WT, WO, ST به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار گرفته است (شکل ۶).

بدین منظور جدول ۱۱، برنامه‌ریزی راهبردی به تفکیک برای انواع راهبردها (WO, WT, SO, ST) در جهت توسعه گردشگری روستای میمند تدوین شده است. براساس راهبرد تهاجمی (SO) مهمترین راهبردهای لازم برای توسعه گردشگری روستای میمند عبارتند از: بهره‌گیری از وجود گرایش نسبت به توسعه گردشگری توسط بخش دولتی با توجه به تأسیس نهاد میراث فرهنگی و گردشگری در خود روستا و انجام امور گردشگری و تحقیقاتی روستا به طور مستقیم زیر نظر رئیس تحقیق میراث فرهنگی کشور، همسو کردن برنامه‌های گردشگری تاریخی روستا با برنامه‌های طبیعت گردی، فراهم نمودن زمینه جهت بازدید بیشتر گردشگران خارجی از این روستای تاریخی برای معرفی تاریخ تمدن ایران.

اولویت دوم، راهبرد تنوع (ST) است که مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری براساس این استراتژی عبارتند از: توسعه فعالیت‌های مربوط به صنایع دستی و عرضه این

گردشگری می‌باشد و باید از این پتانسیل‌ها در راستای رشد و توسعه گردشگری منطقه استفاده کرد.

نتیجه بررسی عوامل (داخلی و خارجی) مؤثر بر توسعه گردشگری روستای صخره‌ای میمند نشان می‌دهد که:

الف) در بین نقاط قوت (S4) با امتیاز وزنی ۰/۳۹ به عنوان اولین نقطه قوت، (S9) با امتیاز وزنی ۰/۳۶، به عنوان دومین قوت و (S2) با امتیاز وزنی ۰/۳۰۸، به عنوان قوت‌های برتر در روستا ارزیابی شده است. بنابراین وجود زمینه مناسب برای ماندگاری روستا بر مبنای گردشگری تاریخی، بافت و قدمت روستا و آثار تاریخی مربوط به دوره باستانی در آن و سبک معماری خانه‌ها به عنوان نقاط قوت مهم در روستا جهت توسعه گردشگری می‌باشد که به منظور استفاده بهینه از این قابلیت‌ها بر توسعه گردشگری تاریخی و حفظ این روستا به عنوان اثر تاریخی به جای مانده از گذشته‌های دور تأکید می‌شود.

ب) در بین نقاط ضعف (W4) با امتیاز وزنی ۰/۵۱ به عنوان اولین نقطه ضعف، (W1) با امتیاز وزنی ۰/۳۲ دومین نقطه ضعف و (W2) با امتیاز وزنی ۰/۲۹، به عنوان نقاط ضعف روستا ارزیابی شده است. بنابراین کمبود خدمات اقامتگاهی و پذیرایی، نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات (اقامتی، رفاهی، تفریحی و غیره)، ضعف تبلیغات، مهم‌ترین نقاط ضعف و از موانع توسعه گردشگری میمند می‌باشد.

ج) از بین فرصت‌های بیرونی (O8) با امتیاز وزنی ۰/۶ به عنوان اولین فرصت، (O3) با امتیاز وزنی ۰/۳۴ دومین نقطه فرصت و (O2) با امتیاز وزنی ۰/۲۷، از جمله فرصت‌های مهم روستای گردشگری میمند می‌باشند. بنابراین قابلیت تبدیل شدن روستا به یک قطب گردشگری در سطح ملی و جهانی، جذب گردشگران تاریخی به دلیل وجود آثار تاریخی و حضور گردشگران خارجی، جزء مهم‌ترین فرصت‌ها جهت توسعه گردشگری میمند می‌باشد.

با توجه به یافته‌های طیبی و همکاران (۱۳۸۶) توسعه گردشگری سبب رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی می‌شود و در راستای یافته‌های کرمی‌دهکردی و کلانتری (۱۳۹۰) توسعه گردشگری روستایی باعث افزایش درآمد خانوارهای روستایی، فروش محصولات کشاورزی، تولید و فروش صنایع دستی و افزایش کار برای زنان در نواحی روستایی می‌شود. با توجه به یافته‌های قنبری و همکاران (۱۳۹۵) رشد گردشگری به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی تفکر نسبتاً جدید است که می‌تواند با ایجاد فعالیت‌های مکمل کشاورزی زمینه افزایش درآمد خانوارهای روستایی و اشتغال را فراهم کند. یافته‌های اسمعیل‌پور روشن و هاشمی‌اصل (۱۳۹۱)، در مورد بررسی‌های گردشگری در روستای میمند نشان‌دهنده بالا بودن نقاط قوت و فرصت‌های گردشگری است که می‌تواند زمینه رشد و توسعه گردشگری روستایی را فراهم نماید. بنابراین برنامه‌های راهبردی که براساس پتانسیل‌های خود روستا مانند تشویق مردم بومی به ایجاد مراکزی جهت فروش و عرضه محصولات کشاورزی، دامپروری، گیاهان دارویی، صنایع دستی، ارائه خدمات رفاهی برای گردشگران تدوین شده باشد می‌تواند در راستای رشد و توسعه گردشگری روستا مؤثر واقع گردد.

محصولات از طریق بازاریابی برای آنها و نمایش این محصولات در نمایشگاه‌های مختلف صنایع دستی که در جاه‌های مختلف کشور ایجاد می‌شود و معرفی سبک زندگی روستائیان، توسعه برنامه‌های تبلیغاتی جهت معرفی آثار تاریخی و باستانی روستا به منظور توسعه گردشگری تاریخی و فرهنگی با تأکید برنامه‌های حفاظت و آسیب نرسانده به این بناهای مهم که بیانگر تاریخ و گذشته روستا و کشور است، ثبت و ضبط آداب و رسوم و شیوه‌های معیشت سنتی روستا با استفاده از خبرنگاران محلی و سعی در احیاء آنها (اطلاعات دموگرافیک و سبک زندگی).

بنابراین روستای میمند که از باستانی‌ترین سکونتگاه‌های انسانی است با داشتن معماری صخره‌ای، وجود آثار تاریخی متعدد و نمونه برجسته‌ای از تعامل بین انسان و محیط زیست یا نماینده یک فرهنگ که در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است و در زمره مناظر فرهنگی با ارزش ایران قرار دارد که با توجه به تداوم حیات و حفظ الگوهای زیستی و معیشتی کهن در این روستا، منظر فرهنگی روستای میمند در دسته مناظر فرهنگی ارگانیک پیوسته قرار می‌گیرد. بنابراین در این پژوهش راهبردهایی ارائه شده است که می‌تواند استفاده از فرصت‌های مناسب گردشگری در این روستا را فراهم کند.

## منابع

توانمندی‌های گردشگری از دیدگاه ساکنین روستایی منطقه باغ بهادران، مجله چشم انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی، ۹(۲۶): ۱۷-۲۸.

جمعه‌پور، م. و احمدی، ش. ۱۳۹۰. تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای برغان، شهرستان ساوجبلاغ)، پژوهش‌های روستایی، ۲(۱): ۳۳-۶۳.

حیبی، آ.، ایزدیار، ص. و سرافرازی، ا. ۱۳۹۳. تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی، انتشارات کتیبه گیل. ۱۷۱ ص.

خاتون‌آبادی، ا. و راست‌قلم، م. ۱۳۹۰. سنجش ارکان چهارگانه

اسمعیل‌پور روشن، ع. ا.، و هاشمی‌اصل، س. م. ۱۳۹۱. بررسی و تحلیل جاذبه‌های گردشگری شهرستان شهربابک با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی دهستان میمند)، فصلنامه گردشگری و چشم انداز آینده، ۳(۱): ۱۴۹-۱۷۲.

پاپلی‌یزدی، م. ح. و سقایی، م. ۱۳۹۲. گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، چاپ هشتم، تهران.

توفیق، ف. ۱۳۷۲. ارزشیابی چند معیاری در طرح‌ریزی کالبدی، مجله آبادی، ۳(۱۱): ۴۰-۴۳.

جاجرمی، ک. و سلیمانی، ح. ۱۳۹۳. تحلیل پتانسیل‌ها و

رکن‌الدین افتخاری، ع، مهدوی، د و پورطاهری، م، ۱۳۸۹. فرآیند بومی سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۴(۴): ۱-۴۱.

شربت، ا، ۱۳۸۹. جایگاه جاذبه‌های یادمانی و تاریخی استان گلستان در جذب توریست، فصلنامه جغرافیایی آمایش محیط، ۳(۸): ۵۵-۶۹.

شریف‌زاده، ا و مرادنژاد، ه. ۱۳۸۱. توسعه پایدار و توریسم روستایی، ماهنامه جهاد، ۲۵۰ و ۲۵۱: ۶۳-۵۲.

شهیدی، م. ش، اردستانی، ز. و سروش، م. م. ۱۳۸۸. بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۴۲(۶۷): ۹۹-۱۱۳.

صفایی‌پور، م.، دامن‌باغ، ص.، طاهری، ح. و رزمگیر، ف. ۱۳۹۳. تحلیل نقش گردشگری در اقتصاد روستایی مطالعه موردی: دهستان بان زرده- شهرستان دالاهو، مجله پژوهش‌های روستایی، ۵(۲): ۴۴۴-۴۲۳.

طیعی، م.، فتحیان، م. و موسوی‌اشکوری، ش. ۱۳۸۶. برنامه‌ریزی راهبردی توسعه سیستم‌های هوشمند جاده‌ای کشور، پژوهشنامه حمل و نقل، ۴: ۲۹۱-۳۰۶.

عناستانی، ع. ا، عینالی، ج. و رومیانی، ا. ۱۳۹۶. عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان بوئین زهرا، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶(۲): ۱۷۲-۱۵۵.

فرجی‌سبکبار، ح، مطیعی‌لنگرودی، س. ح، بدالهی‌فارسی، ج و کریم‌زاده، ح، ۱۳۹۱. رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه روستایی شهرستان ورزقان، پژوهش‌های روستایی، ۳(۱): ۱-۲۶.

قبادی، پ.، پاپ زن، ع.، زرافشانی، ک. و گراوندی، ش. ۱۳۹۱. مطالعه وضعیت گردشگری روستایی در روستای خانقاه از دیدگاه اهالی روستا با استفاده از تئوری بنیانی، فصلنامه

گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک SWOT مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، ۲۵(۳): ۳۳۰-۳۳۸.

خلیلی‌شورینی، س، ۱۳۷۷. برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک، چاپ اول، تهران، انتشارات یادواره کتاب.

دادورخانی، ف.، رضوانی، م. ر.، ایمنی قشلاق، س. و بوذرجمهری، خ. ۱۳۹۰. تحلیل نقش گردشگری روستایی در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی، مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۴۳(۴): ۱۶۹-۱۹۶.

رحیمی، د و رنجبردستانی، م، ۱۳۹۱. ارزیابی اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم (روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری)، مطالعات پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۴(۱۴): ۱۳۱-۱۵۰.

رحیمی، ح. ۱۳۸۱. جهانگردی روستایی و قلمرو آن، ماهنامه سیاسی-اقتصادی، ۱۸۵-۱۸۶: (۲۲۶-۲۳۱)

رضوانی، م. ر. ۱۳۸۷. توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، تهران.

رضوانی، م. ر. اکبریان رونیزی، س، ر. رکن‌الدین افتخاری، ع و بدری، س. ع، ۱۳۹۰. تحلیل مقایسه‌ای آثار اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم با گردشگری روزانه بر نواحی روستایی با رویکرد توسعه پایدار (مطالعه موردی: شهرستان شمیرانات، استان تهران)، پژوهش‌های روستایی، ۲(۴): ۳۵-۶۲.

رکن‌الدین افتخاری، ع و قادری، ا، ۱۳۸۱. نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، فصلنامه مدرس، ۶(۳): ۲۳-۴۰.

- مسکن و محیط روستا، ۱۳۷: ۷۱-۸۲.
- قنبری، ی.، کاظمی، ز.، برقی، ح. و کاظمی-اسکری، ف. ۱۳۹۵. بررسی و شناسایی توان‌ها و محدودیت‌های توسعه صنعت گردشگری در نواحی روستایی مورد شناسی: روستای میمند کرمان، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای، ۲۰: ۹۴-۷۵.
- کرمی‌دهکردی، م. و کلانتری، خ. ۱۳۹۰. شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی، پژوهش‌های روستایی، ۲(۳): ۳۰-۱.
- مافی، ع. و سقایی، م. ۱۳۸۴. مدل ترکیبی برای توسعه فضایی گردشگری روستایی، مطالعه موردی: منطقه ترکمن صحرا، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۳: ۱۶۵-۱۸۸.
- مطیعی‌لنگرودی، س. ح. و حیدری، ز. ۱۳۹۱. متنوع‌سازی اقتصاد روستاهای ساحلی با تأکید بر گردشگری صیادی (مورد مطالعه: روستاهای ساحلی شهرستان تنکابن، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱(۱): ۳۷-۱۹.
- نوابخش، م. و رفیعی‌فر، م. ۱۳۸۹. بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی-اجتماعی مردم روستای زیارت، فصلنامه جغرافیایی آمایش محیط، ۹: ۸۸-۹۷.
- نوحه‌گر، ا. حسین‌زاده، م. م. و پیراسته، ا. ۱۳۸۸. ارزیابی قابلیت‌های طبیعت گردی جزیره قشم با بهره‌گیری از مدل استراتژی SWOT، مجله جغرافیا و توسعه، ۱۵: ۱۷۲-۱۵۱.
- Clare, G. 2007. Tourism planning, Basics, Concepts, Cases. First published by Routledge, New York & London.
- kossack, M. 1998. Case study: Integral development of rural areas, tourism and village renovation, Trebnje, Slovenia. Tourism management 19(1): 81-86.
- Macdonald. R, Jolliffe .2003. Cultural Rural Tourism Evidence from Canada, Annals of Tourism Research, 30(2): 307-322.
- Mellgern, D. 2007. Travel Experts See Worrisome to Ecotourism, Associated Press, <http://www.enn.com/today.html?id=12778>.
- Moutinho, I. 2000. strategic management in tourism, CABI, UK.
- fons, M. Victoria, V., jose, A., Fierro, M., and Gomezy Patino, M. 2011. rural tourism: A sustainable alternative, Applied Energy, Volume 88, Issue 2.
- saurabh, R., and B. Giridhar, S. 2007. Himachal tourism: A SWOT Analysis.
- Woodside, A. G., and drew, M. 2008. Tourism mamagement: ananalysis, behavior and strategy, CABI, UK.

## Development of a Strategic Tourism Development Plan in Sample Rural Tourist Attraction Villages (Case Study: The Meymand tourist attraction village in the Shahrbabak town)

Rokhsareh Asadi Korom<sup>1\*</sup>

Submitted: 9 April 2019

Accepted: 8 January 2020

### Abstract

Rural tourism serve as one of the appropriate options for making money, creating jobs, positive developments and positive developments in villages that are considered. Therefore, the main objective of this research study is to identify the capabilities Meymand village for tourist attraction and development of a tourism development strategic plan by using a set of internal factors (strengths, weaknesses) and a set of external factors (opportunities, threats). The research is of the descriptive type and analytical methods are used for data processing. Collecting information and data required by a library study and field studies were conducted by the researchers , the information collected was analyzed by using the SWOT technique (to find strengths, weaknesses, opportunities and threats) and proper regional tourism development strategic plan was adopted. As a result, seventeen strengths and opportunities were identified in the village versus twelve weaknesses and threats. It affects tourism functions in Meymand. The results from strategic SWOT study imply that among the internal and external factors affecting the development of tourism in Meymand, the T4, O8, W4, S4 parameters have weights of 0.39, 0.51, 0.6, and 0.72 respectively. Moreover, the internal factors (3.21) and external (3.26) for assessment matrices indicate that the conditions of the region for tourism are at their optimal points. The result of the strategies adopted from SWOT indicated that (SO) with a score of 3.41 is the top priority, and (ST) with a score of 3.29, (WO) with a score of 3.17, (WT) with a score of 3.05 are successively the next priorities in the Merman tourism plan for the year 2016.

**Keywords:** Strategic Plan, Meymand Village, Rural Tourism, Swat Model.

1 - Assistant Professor , shahrbabak branch Islamic azad university, shahrbabak, Iran

(\*- Corresponding Author Email: r.asadi78@yahoo.com)

DOI: 10.22048/rdsj.2020.178156.1791