

آسیب‌شناسی باغ‌های ایرانی جهت ارائه راهبردهای توسعه‌ای با تأکید بر مدل سوات SWOT (مطالعه موردی: باغ بیگلربیگی کرمان)

فاطمه ایزدی یزدان آبادی^{۱*}، علی شریفی نصر^۲، سید مجتبی محمودزاده^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی گرایش بازاریابی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

۳- عضو هیئت علمی گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

kazemmanai1986@gmail.com

ارسال: اردیبهشت ماه ۹۹ پذیرش: خرداد ماه ۹۹

چکیده

امروزه توسعه گردشگری و ورود گردشگران، تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی فراوانی بر مناطق پذیرنده گردشگر به وجود می‌آورد. آثار اجتماعی- فرهنگی گردشگری از جمله مهم‌ترین ملاحظات توسعه گردشگری در هر منطقه به شمار می‌روند و از صناعی است که توسعه ای پایدار بدون آلودگی ایجاد می‌کند. یکی از جاذبه‌های گردشگری باغ‌ها می‌باشند. بنابراین هدف این پژوهش شناسایی ابعاد توسعه باغ‌های ایرانی می‌باشد که باغ بیگلربیگی به عنوان مورد مطالعه انتخاب شده است. این پژوهش، با بررسی عناصر و مطالعه اسناد، به دنبال آن است تا با شناخت نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای باغ بیگلربیگی کرمان و ارائه راهبردها و راهکارهایی مشخص، در جهت توسعه این مکان تاریخی و باستانی در ابعاد (اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، زیست‌محیطی) گام بردارد. از همین رو، با استفاده از روش توصیفی- تحلیلی و از طریق مصاحبه با خبرگان و ادبیات پژوهش، نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت‌ها شناسایی شد و با توزیع پرسشنامه‌ای میان گردشگران و کارکنان گردشگری میزان اهمیت این عوامل مشخص شد. در آخر نتایج نشان داد که توسعه منطقه تاریخی و گردشگری باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان در توسعه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی تأثیر بسزایی خواهد داشت. همچنین این مجموعه، قابلیت‌ها و توانمندی‌های زیادی به عنوان یک پدیده‌ی گردشگری تاریخی و باستانی که کمتر مورد توجه قرار دارد، را داراست که با سرمایه‌گذاری دولت و یا ارائه تسهیلات جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه ایجاد تأسیسات و تجهیزات و جاذبه‌های مکمل در این مجموعه، می‌تواند گردشگران زیادی را به سوی خود جذب کند و گامی مؤثر در توسعه گردشگری کشور بردارد.

کلیدواژه: گردشگری فرهنگی، باغ‌های ایرانی، باغ فتح‌آباد (بیگلربیگی)، توسعه، مدل سوات.

در قرن حاضر یکی از بزرگ‌ترین محرکه‌ها برای اقتصاد گردشگری می‌باشد. امروزه گردشگری یک ابزار اقتصادی محسوب می‌شود. این صنعت همزمان هر دو منابع خارجی و داخلی را با هم ترکیب می‌کند و منافع آن به طور گسترده شامل منافع اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی می‌باشد (لیو^۱، ۲۰۰۶، ص ۱۶۰). گردشگری باعث افزایش رفاه و کیفیت زندگی مردم و انتقال ارزش‌های فرهنگی جامعه می‌باشد. یکی از لازمه‌های بهره‌مندی از توسعه گردشگری محافظت از میراث فرهنگی و تاریخی می‌باشد. توسعه گردشگری باعث بهبود زیرساخت‌ها و افزایش امکانات رفاهی می‌شود (زاهدی ۱۳۸۵). از مهمترین منافع توسعه گردشگری منافع اقتصادی می‌باشد که موجب کاهش بیکاری و درآمد ارزی می‌گردد (رضایی ۱۳۹۶). از مزایای توسعه گردشگری این است که کمترین آلودگی را دارد و منافع اقتصادی آن بدون دود و آلاینده‌گی می‌باشد (جعفری ۱۳۹۷). رشد و گسترش گردشگری از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است که با سرعت در قرن جدید ادامه دارد. امروزه توسعه گردشگری چه در سطح بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای مورد توجه قرار گرفته است (سروری و ممقانی نسب ۱۳۹۱). فضاهای باز عمومی امروزه جزء عناصر زیستی هستند که در ایجاد هویت مدنی، فرهنگ اقتصاد و احیای جامعه نقش اساسی دارد (رستمی و خوش‌نوا ۱۳۹۴). یکی از ارکان اصلی شهری پیوند آن با بستر طبیعی است. بی‌توجهی به بسترهای طبیعی به سلامت جامعه ضرر می‌رساند و کانون‌های زیستی را تهدید می‌کند (سروری و ممقانی نسب ۱۳۹۱). باغ‌های ایرانی جزء فضاهای عمومی و یکی از بسترهای طبیعی و نشان‌دهنده تعامل انسان با محیط زیست می‌باشند. کشور ایران دارای باغ‌های متنوعی می‌باشد که چشم هر بیننده‌ای را به خود معطوف می‌کند (مهدی نژاد و صادقی ۱۳۹۴). یکی از محدودیت‌های اصلی این باغ‌ها عدم محافظت از آنهاست کافی^۲ (۲۰۱۸). این تحقیق در پی بازشناسی امکانات و موانع توسعه گردشگری در باغ‌های ایرانی می‌باشد. برای رسیدن اهداف تحقیق آسیب‌شناسی باغ‌های ایرانی با استفاده از تحلیل توصیفی-تحلیلی و مدل سوات انجام می‌شود. با توجه به اینکه استان کرمان دارای باغ‌های فراوانی می‌باشد، باغ بیگلربیگی که در ۱۵ کیلومتری کرمان است به عنوان مورد مطالعاتی استفاده شده است. این پژوهش تلاش می‌کند که آسیب‌های موجود در باغ بیگلربیگی را شناسایی کند و راهکاری برای توسعه آن پیشنهاد دهد. بنابراین پژوهش حاضر سعی می‌کند سوالات زیر را پاسخ دهد.

۱. نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات توسعه باغ بیگلربیگی کرمان کدامند؟
۲. استراتژی‌ها و راهبردهای اصلی توسعه باغ فتح‌آباد کرمان کدامند؟
۳. برنامه عملیاتی مناسب و مؤثر جهت توسعه و اجرایی شدن طرح‌های توسعه باغ فتح‌آباد کرمان چیست؟

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- گردشگری

برای رسیدن به اهداف گردشگری باید فعالیت‌های آن را با ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هماهنگ ساخت (ریحانیان^۳، محمود و کهرم^۴، ۱۳۹۰). به کارگیری قابلیت‌ها و امکانات موجود در زمینه توسعه توریسم می‌تواند نتایج ارزنده‌ای مانند جذب درآمد ارزی، ایجاد اشتغال و سرعت بخشیدن به روند حفاظت از محیط‌زیست را در پی داشته باشد. برای رسیدن به این هدف باید پدیده‌های گردشگری از لحاظ امکانات، فرصت‌ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گیرند (کاسه گر، محمدی و حقجو^۳ ۱۳۹۳). بر اساس نظر سازمان جهانی گردشگری، گردشگری پایدار باعث برآورده شدن نیازهای جوامع گسترش شهرها حفظ ارزش‌های فرهنگی، فرآیندهای اکولوژیکی،

¹ Liu

² Caffi

³ Reihanian

⁴ Mahmood & Kahrom

تنوع زیستی و به نیازهای اقتصادی رفاه اجتماعی پاسخ داده می‌شود (فازندا، سیلوا^۱ ۲۰۱۰). پیش بینی شده است که گردشگری سودآورترین صنعت در جهان خواهد شد (حیدری، رشیدی و حصاری ۱۳۹۲). به همین دلیل از آن به عنوان ارکان اصلی توسعه یاد می‌کنند (ضرابی، علی‌زاده و بهاری ۱۳۹۲). ولی دستیابی به توسعه پایدار در صنعت گردشگری باید به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای مقاصد گردشگری توجه کرد.

۲-۲- گردشگری فرهنگی

فرهنگ یک کشور پیشرفت یک منطقه را مشخص نمی‌کند ولی هویت اجتماعی و اقتصادی را نشان می‌دهد (زمیل زکریا، حافظ صالح و عابد رشید^۲ ۲۰۱۴). بناهای میراث فرهنگی ارزش‌های معماری، آداب و سنن تاریخی و فرهنگی را نشان می‌دهند. حفاظت از آن‌ها نیاز به مسئولیت، بررسی، دانش و نیروی انسانی با تجربه دارد (مارکونیت، پودوزکو و زاواداسکاس^۳ ۲۰۱۹). هدف گردشگران فرهنگی سفر به منظور کسب تجارب فرهنگی می‌باشد و اصطلاح گردشگر فرهنگی نیز به افرادی اشاره دارد که بازدید از سایت تاریخی، شرکت در جشنواره‌های هنری و قومی و مشاهده هنرهای تجسمی در نمایشگاه‌ها هدف اولیه از سفر آنان است (کلاب ۱۳۹۰).

گردشگری یکی از شاخص‌هایی است که روابط بین افراد را تنظیم می‌کند، در این میان، گردشگری فرهنگی که به فرآیند بازدید از مکان‌ها و آثار فرهنگی و شناخت جوامع مختلف مربوط می‌شود، بیش از انواع دیگر گردشگری در این موضوع مؤثر است. گردشگری تاریخی فرهنگی، یک الگوی مطلوب برای گردشگر ایران است. با توجه به نادر و منحصر بودن جاذبه‌های میراث فرهنگی از یک سو و آسیب‌پذیری آن‌ها در گذر زمان از سوی دیگر، لزوم حفظ این آثار ضروری است (قدمی ۱۳۹۰). فرهنگ در جذب گردشگر مؤثر است و جاذبه اصلی آن به شمار می‌رود (بیات و رضوانی ۱۳۹۳) گردشگران فرهنگی با انگیزه‌هایی چون علاقه به تاریخ، شناخت روایات ملت‌ها، افزایش دانش فرهنگی و پژوهش درباره یک موضوع تاریخی به مسافرت می‌پردازند (قدمی ۱۳۹۰).

۲-۳- گردشگری و توسعه پایدار

توسعه یک فرآیند رشد اقتصادی- اجتماعی است. روابط بین موقعیت‌ها، مکان‌ها و گروه‌ها را تغییر می‌دهد و نحوه تولید و مصرف را دگرگون می‌کند (رستمی و همکاران ۱۳۹۴). توسعه گردشگری پایدار فرآیندی است که نیاز گردشگران فعلی و جامعه را تأمین نموده، نیازها را حمایت و تقویت می‌کند (رنجریان و زاهدی ۱۳۸۸).

سازمان گردشگری جهانی اظهار داشته است که توسعه گردشگری نقشی مهم در سه بخش توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) ایفا می‌کند (ریحانیان و همکاران ۱۳۹۰). گردشگری باید بخشی از محیط‌های طبیعی و فرهنگی و اقتصادی باشد تا تعادل بین آنها حفظ شود و همیشه فعالیتی طلایی و بدون آلودگی می‌باشد (چویی، سیراکایا^۴ ۲۰۰۶). اما همواره خلأ وجود استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های کارآمد در سیاست‌های توسعه برای فراهم‌آوری و یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری با توسعه اماکن تاریخی احساس شده است (منشی‌زاده و نصیری ۱۳۸۰). در صورت ایجاد منطقه گردشگری بدون برنامه ریزی و استراتژی، باعث ایجاد ضررهای محیط زیستی می‌شود (رنجریان و زاهدی ۱۳۷۹). از سال ۱۹۷۰ تا کنون، گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه در جوامع توسعه‌یافته و در حال توسعه ظهور کرده است و اکنون برای خود در بستر وسیع‌تر توسعه جایگاهی ارزشمند پیدا کرده است (قدمی ۱۳۹۴).

¹ Fazenda & Silva

² Zamil Zakaria, Hafiz Salleh & Abd Rashid

³ Morkunaite, Podvezko, Zavadskas

⁴ Choi & Sirakaya

۳- باغ‌های تاریخی

دلایل ایجاد باغ‌های ایرانی چند عامل اساسی و مهم بوده که برخی عوامل از جمله علل اقتصادی و علاقه به کشت و زرع و زیباسازی محیط عوامل مشترک در شکل‌گیری باغ‌ها و برخی دیگر از موارد ویژه و اصلی شمرده می‌شوند که اهم آن‌ها علت‌های مذهبی، سیاسی، حکومتی و تفریحی می‌باشند. این مجموعه عوامل با توجه به شرایط اقلیمی، کالبدی و موقعیت شهرها، باغ‌هایی را در درون و بیرون شهرهای کویر مرکزی ایران به وجود آورده است (خالد و رضوانی ۱۳۹۱).

۳-۱- بعد فرهنگی باغ‌های تاریخی

از جمله مهم‌ترین زمینه‌های شکل‌گیری گردشگری فرهنگی می‌توان به اماکن تاریخی، معماری‌های خاص و فرهنگ و آداب و رسوم خاص هر منطقه اشاره کرد (بیات و همکاران ۱۳۹۳). باغ‌های ایرانی از قدیمی‌ترین و مهم‌ترین باغ‌های جهان به شمار می‌روند که هم جنبه فرهنگی دارند و هم تاریخی. اساس باغ‌ها کشاورزی است. فرانسوی‌ها و کشورهای شرقی از شیوه‌ی باغ‌سازی ایران الهام گرفته‌اند. در دوران اسلام، حاکمان اطراف کاخ‌ها را با باغ‌ها احاطه کردند (فلامکی ۱۳۸۹).

۳-۲- نقش باغ‌های تاریخی در گردشگری

باغ‌ها دارای پتانسیل بسیار قوی در جذب گردشگر می‌باشند. باغ‌ها علاوه بر ارزش تفریحی دارای ارزش اجتماعی می‌باشند و محیطی آرام‌بخش در عصر ماشینی ایجاد می‌کنند. باغ‌ها با داشتن فضایی دلنشین و گاهی معماری منحصر به فرد با جذب گردشگران باعث توسعه اقتصادی شهرها می‌گردد (علایی ۱۳۹۴). ویژگی‌هایی همچون محبوبیت، تنوع، تمایز، جذابیت و آسایش باغ‌ها شاخص‌هایی مهم در موفقیت این جاذبه محسوب می‌شوند (رستمی و همکاران ۱۳۹۴).

۴- خصوصیات باغ‌های تاریخی در ایران

در باغ‌های ایرانی توجه خاصی به اشکال هندسی وجود دارد (پیرنیا ۱۳۷۳)، ولی چشم انداز اصلی به صورت مستطیل می‌باشد (شاه چراغی ۱۳۸۸) و بیشتر از درختان میوه استفاده می‌شد تا گیاهان تزینی (بهرام ۱۳۸۴). «باغ به سبک ایرانی مورد تقلید سایر ملل نیز قرار گرفته و هم در بین مسلمین و اعراب و هم در هندوستان رواج یافته است و در قرون وسطی موجب الهام اروپاییان گردیده است» (عامری و گنجی صفار ۱۳۹۵). عناصر باغ‌های ایرانی شامل الف) پوشش‌های گیاهی و نظام کاشت: اشاره به شیوه کاشت، نوع، فاصله و شکل هندسی کاشت درختان می‌باشد. ب) آب و نظام آبیاری: با توجه به این که باغ‌های ایرانی در مناطق گرم و خشک هستند شیوه آبیاری باغ‌های ایرانی به صورتی است که با کمترین اتلاف همه درختان و گیاهان آبیاری می‌شوند. ج) عناصر مصنوعی باغ‌های ایرانی: عناصر مصنوعی موجود در باغ‌های ایرانی شامل دیوار، کوشک، سردار و دیگر فضاهای فرعی و خدماتی می‌باشد. ولی دیوار و کوشک از عناصر اصلی باغ‌های ایرانی می‌باشد (فدایی تمیجانی ۱۳۹۰).

۵- باغ‌های تاریخی و توسعه روستاها

در کشورهای توسعه یافته، نابرابری در توزیع منابع بین مناطق روستایی و شهری باعث مشکلات فراوانی شده است (ژانگ^۱، ۲۰۱۲). در سه دهه گذشته اقتصاد روستایی متکی بر صنعت کشاورزی بوده است. ولی با توجه به وجود مشکلات، صنعت کشاورزی به تنهایی پاسخگو نیست به همین دلیل صنعت توریسم در بیرون از شهرها توسعه پیدا کرد (ولی پور و اکبرزاده ۱۳۹۸). یکی از ابعاد توسعه روستایی باغ‌های تاریخی می‌باشند. باید به این توجه کرد که یکی از راهکارهای اصلی توسعه روستا می‌تواند باغ‌های تاریخی باشد (کاظمیه، صادقی و چیدری ۱۳۹۴). باغ‌ها با داشتن غلات، مزارع زیبا و معماری هماهنگ با طبیعت باعث جذب گردشگران و توسعه گردشگری

¹ Zhang

می شوند (خالد و همکاران ۱۳۹۱). بسیاری از باغ ها در ابتدا خارج از شهرها ساخته شدند اما باعث ایجاد توسعه آن مکان شدند. به طوری که الان توسط شهرها احاطه شده اند (علایی ۱۳۹۴). باغ‌های ایرانی توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را به همراه دارند (فدایی تمیجانی ۱۳۹۰).

دالس (۱۹۹۹)، به شدت از گردشگری کوچک مقیاس دفاع می کند و می گوید: اشکال مختلف گردشگری کوچک مقیاس بر الگوهای مالکیتی وابسته است که به نفع کسب و کارهای محلی، خانوادگی و نسبتاً کوچک هستند و تقریباً خبری از سرمایه‌های خارجی نیست. این مقیاس کوچک و مالکیت محلی بیانگر ضریب فزاینده بالاتر و گسترش اثرات آن در اجتماع میزبان و اجتناب از نشت شدید اقتصادی است (قدمی ۱۳۹۴). یکی از مظاهر گردشگری، گردشگری اجتماع محور است که در جریان آن ساکنان محلی کنترل برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری را بر عهده می‌گیرند و از منافع برابر برخوردار می‌شوند و به محیط نیز نفع می‌رسانند (قدمی ۱۳۹۴).

۶- باغ فتح آباد

شهر کرمان به دلیل شرایط خاص جغرافیایی دارای استعدادهای فراوانی در زمینه گردشگری می‌باشد، که می‌توان به جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی آن اشاره نمود. به نظر می‌رسد این شهر از توانمندی‌های لازم جهت ارتقای گردشگری تاریخی برخوردار است. ولی از تعدد تصمیم‌گیران و مسائل مدیریتی وضع موجود و ضعف در زیرساخت‌ها رنج می‌برد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شهر کرمان ظرفیت لازم برای تبدیل شدن به قطب گردشگری را دارد و بین عوامل جاذب گردشگری، عوامل راهبردی و زمینه‌های قدرت، ضعف، فرصت و تهدیدها در شهر کرمان رابطه معناداری دارد (مهدی نژاد و صادقی ۱۳۹۴).

در این مقاله، با در نظر گرفتن موارد تحقیقات نشان می‌دهد که باغ‌های ایرانی ظرفیت‌های زیادی برای جذب گردشگر دارند (رستمی و همکاران ۱۳۹۴). نام دیگر فتح آباد باغ بیگلربیگی می‌باشد که در ۱۵ کیلومتری شهر کرمان می‌باشد. این باغ در دوره قاجار در سال ۱۲۵۵ به دستور فضلعلی خان بیگلربیگی ساخته شده است. زمان احداث آن مقارن با حکومت محمد شاه قاجار است (مهدی نژاد و همکاران ۱۳۹۴). این باغ در تاریخ ۱۲ بهمن ۱۳۸۱ به ثبت ملی رسید (عامری و گنجی صفار ۱۳۹۵).

فوق و درک این مطلب که شناخت پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توریستی منطقه تاریخی باغ بیگلربیگی کرمان می‌تواند تأثیر سازنده‌ای بر برنامه‌ریزی مناسب گردشگری در این منطقه تاریخی و رفع مشکلات و مسائل آن داشته باشد، سعی شده ضمن پاسخگویی به این سؤال که پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری مناطق و بناهای تاریخی و باستانی کدام است؟ و چه راهبردها و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری که منجر به توسعه آن منطقه تاریخی و در نهایت توسعه ملی بشود، وجود دارد؟، به بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه کارشناسان و بازدیدکنندگان پرداخته و در نهایت با توجه به این نظرات و دیدگاه‌ها، راهبردها و راهکارهای مناسب با روش SWOT به منظور بهره‌گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصت‌ها و تقویت یا از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها در جهت دستیابی به توسعه این منطقه ارائه شود.

۷- پیشینه پژوهش

کوزگر و دارابی (۱۳۹۷)، در مقاله خود تحت عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری استان ایلام با استفاده از تکنیک Meta swot» به این نتایج دست یافتند که مهم‌ترین عامل در سطح کلان برای توسعه گردشگری استان ثبات سیاسی می‌باشد و مهم‌ترین راهبرد برای توسعه صنعت گردشگری در استان ایلام در رقابت با رقبای منطقه‌ای خود تردد زوار عتبات عالیات و همچنین اکو توریسم می‌باشد و همچنین توسعه و تقویت زیرساخت‌ها از جمله عوامل تأثیرگذار است. علایی در سال ۱۳۹۴ پژوهشی با عنوان آشنایی و تحلیل باغ‌های تاریخی روستایی ایران انجام داد. در این پژوهش باغ‌های ایرانی از لحاظ موقعیت جغرافیایی، دوری یا نزدیکی به شهرها، مساحت و شکل ظاهری و معماری بررسی شدند. خالد و همکاران در سال ۱۳۹۱ پژوهشی با عنوان نقش باغ شهرها از منظر محیطی، در جذب گردشگر و

توسعه گردشگری انجام دادند. در این پژوهش به پیوند باغ و شهر و نقش آن در توسعه گردشگری پرداختند. با استفاده از تحقیق کمی میدانی و تحلیل داده‌ها مشخص شد که باغ شهر مورد ابهر در جذب گردشگر و توسعه گردشگری مؤثر می‌باشد. قاسمی و همکاران در سال ۱۳۹۵، پژوهشی با هدف بررسی باغ شهرها در توسعه گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار انجام دادند. در این پژوهش با استفاده از تحقیق توصیفی-تحلیلی و آزمون رگرسیون نشان داد که توسعه گردشگری بیشتر بر ابعاد اقتصادی تأثیر گذار است.

در طی پژوهشی با عنوان «بررسی گردشگری روستایی در آذربایجان غربی با استفاده از مدل SWOT»، کاظمیه (۱۳۹۴) دریافت که استخدام نیروی انسانی، قوانین و مقررات دولتی و کمبود خدمات مسافربری نقش اساسی در آن منطقه دارند. ورز ساک و گات^۱ (۲۰۱۹)، مقاله ای را تحت عنوان «جایگاه گردشگری مذهبی در صنعت گردشگری رومانی» به انجام رسانیده اند و نتیجه گرفتند که راهبردهای تهاجمی در کل صنعت گردشگری رومانی و راهبردهای محافظه کارانه در گردشگری مذهبی بیشترین کارایی را خواهد داشت. «بررسی موانع و استراتژی‌های گردشگری روستایی با استفاده از ماتریس SWOT»، موضوع مقاله‌ای است که محمودی (۲۰۱۱) بررسی کرده است. تحقیقات نشان داد که در طی توسعه گردشگری از ظرفیت نیروی انسانی منطقه استفاده می‌شود و مهاجرت‌ها به شهرها کنترل می‌گردد. آکا^۲ (۲۰۰۶)، در بررسی‌های خود در تحقیقی با موضوع «بررسی گردشگری روستایی در ترکیه با استفاده از SWOT» دریافت که کشور ترکیه پتانسیل بالایی در گردشگری روستایی دارد ولی با مشکلات کمبود سرمایه گذاری و نبود ترفیعات کافی مواجه است. در طی مقاله‌ای تحت عنوان «توسعه گردشگری پایدار در استرالیا با استفاده از مدل SWOT» که توسط میلان^۳ (۲۰۱۸) صورت گرفته است، این نتایج برداشت شد که سیاست‌های دولتی مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری می‌باشند. «نقش نمادهای گردشگری در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: باغ تاریخی نشاط روستای تقی آباد)» پژوهشی است که توسط گیاهی و شایان یگانه (۱۳۹۵)، انجام شده است. این بررسی‌ها نشان داد که مرمت و احیای باغ نشاط می‌تواند به عنوان نماد و برند گردشگری منطقه نقش مهمی در توسعه روستای تقی آباد در زمینه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و کالبدی داشته باشد. پژوهشی تحت عنوان «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی» توسط افتخاری و مهدوی (۱۳۸۴)، صورت پذیرفته است که به شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و استراتژی‌های مناسب جهت توسعه گردشگری روستایی در لواسان پرداخته است. بهرامی (۱۳۸۹) در مقاله خود با موضوع «بازنگری و ارزیابی رویکرد راهبردی در گردشگری، در چارچوب مدل SWOT» دریافت که آستانه آسیب‌پذیری نقاط روستایی به علت گردشگری بودن مناطق غربی استان بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب برای رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود است. در مقاله «راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار»، فاضل نیا و هدایت (۱۳۸۹) نتیجه یافتند که آستانه آسیب‌پذیری دریاچه بالاست. از این رو گردشگری در این دریاچه، نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب و همچنین مدیریت واحد برای رفع محدودیت‌ها و استفاده از توانمندی‌های آن می‌باشد. در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر اقتصادی-اجتماعی گردشگری در منطقه روستایی زیارت (از توابع شهرستان گرگان)» به این نتیجه رسیدند که وضعیت اقتصادی و اجتماعی زیارت، به شدت متأثر از حضور گردشگران است (توانبخش و رفیعی فر ۱۳۸۹).

۸- روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش راهبردهای توسعه باغ‌های ایرانی شناسایی می‌شوند. برای تعیین راهبردها از مدل SWOT استفاده می‌شود. برای تعیین عوامل قدرت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از ادبیات پژوهش استخراج شدند و قسمتی دیگر با استفاده از نظر خبرگان با استفاده از مصاحبه صورت پذیرفت. مصاحبه تا جایی ادامه پیدا کرد که دیگر عاملی جدید اضافه نشود. پس از انجام ۱۵ مصاحبه عاملی جدید

¹ Vorzsák, M., & Gut

² Akça

³ Millan

اضافه نشد ولی برای احتیاط مصاحبه ها تا ۱۷ نفر انجام شد. جامعه در این قسمت همه اساتید مطرح دانشگاهی در زمینه گردشگری بودند که به صورت هدفمند (خبرگان بر اساس رتبه علمی، پژوهش های مرتبط و سابقه اجرایی اولویت بندی شدند) نمونه ای از آن ها گرفته شد و از آنها خواسته شد تا عوامل مؤثر بر توسعه باغ های ایرانی را بیان کنند. پس از شناسایی عوامل SWOT، این عوامل به صورت پرسشنامه ای تدوین شدند و از کارکنان ارائه دهنده خدمات گردشگری و گردشگران خواسته شد تا شدت هر یک از این عوامل را عددی از بین ۱ تا ۴ (عدد ۱ کمترین اهمیت و عدد ۴ بیشترین اهمیت) نسبت دهند. جامعه پژوهش همه کارکنان و گردشگران باغ های ایرانی بود که باغ فتح آباد به عنوان نمونه انتخاب شد. نمونه گیری در این قسمت به صورت در دسترس می باشد. تعداد نمونه با استفاده از فرمول مورگان به میزان ۲۱۳ تعیین شد که از این تعداد حدود ۶۵ درصد مرد و ۳۵ درصد خانم بوده است. سپس شدت هر کدام از عوامل وزن دهی و اولویت بندی شدند. در این پژوهش پرسشنامه مورد تایید خبرگان واقع شد بنابراین دارای روایی صوری می باشد. برای نشان دادن پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برابر ۰.۷۵۸ شد که نشان از پایایی مطلوب پژوهش می باشد.

این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی- تحلیلی است. روش گردآوری داده ها و اطلاعات در این پژوهش، روش کتابخانه ای و روش میدانی با استفاده از مصاحبه با خبرگان و توزیع پرسشنامه به گردشگران و کارشناسان گردشگری می باشد. در مراحل بعدی تحقیق، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی و راهبرد توسعه گردشگری منطقه باغ فتح آباد کرمان از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است (جدول ۲).

جدول ۱- ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی

نقاط ضعف W	نقاط قوت S	ماتریس SWOT
استراتژی ها WO	استراتژی ها SO	فرصت ها O
استراتژی ها WT	استراتژی ها ST	تهدیدها T

در مرحله بعد، ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها (SWOT) بررسی می گردد. این ماتریس یکی از ابزارهای مهمی است که مدیران با آن اطلاعات را مقایسه می کنند و می توانند با استفاده از آن، چهار نوع راهبرد ارائه کنند. در هر مرحله، دو عامل با هم مقایسه می شوند و مدیران با استفاده از این ابزار می توانند چهار نوع راهبرد و استراتژی (SO, WO, ST, WT) را انتخاب کنند که در ابتدا با بررسی های صورت گرفته بر روی محیط داخلی و خارجی باغ فتح آباد کرمان، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها مورد شناسایی و تحلیل قرار می گیرد (ویلن^۱ ۱۹۹۵). سپس به وسیله نظرخواهی از کارشناسان و مصاحبه از آنها، اولویت ها مشخص گردید و در نهایت جهت برطرف کردن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت و بهبود نقاط قوت و فرصت های موجود در ارتباط با گسترش گردشگری در منطقه باغ فتح آباد کرمان، استراتژی های مناسبی ارائه شده است.

۹- محدوده مورد مطالعه

شهر کرمان مرکز استان کرمان می باشد که در طول جغرافیایی ۵۷ درجه و ۷ دقیقه شرقی و ۳۰ درجه و ۱۸ دقیقه شمالی و در ارتفاع ۱۷۵۵ متری از سطح دریا قرار دارد. آب و هوای این منطقه خشک می باشد. کرمان به دلیل موقعیت خاص تاریخی و فرهنگی خود مناطق دیدنی بسیاری دارد. کرمان جزء ۵ شهر تاریخی ایران به حساب می آید گلاب زاده (۱۳۸۹). کرمان را بی شک باید یکی از غنی ترین شهرهای تاریخی جهان دانست و بهتر بگوییم با توجه به تعداد بالای سایت های پرارزش باستانی و همچنین ابنیه تاریخی این استان را می توانیم

¹ Villen

دایرة المعارفی از هزاران سال تمدن و معماری ایران بنامیم. باغ مورد مطالعه در ۱۵ کیلومتری استان کرمان و در نزدیکی شهر احتیاری آباد قرار گرفته است و در زیر تصویر هوایی این باغ نشان داده شده است (عامری و گنجی صفار ۱۳۹۵).

شکل ۱- عکس هوایی منطقه مورد مطالعه، باغ بیگلریگی کرمان. عامری و همکاران (۱۳۹۵)



۱۰- یافته‌های تحقیق

۱۰-۱- عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه

هدف این مرحله، سنجش محیط داخلی ناحیه مطالعه شده جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت است. یعنی جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکلیف‌های آن زمینه‌های مساعد یا بازدارنده دارد، مدنظر می‌باشد. از این رو، در این قسمت سه مقوله، راهبردهای موجود، عملکردها و منابع، مورد توجه و بررسی قرار گرفته و تحت عنوان نقاط قوت و نقاط ضعف و در چارچوب ابعاد توسعه (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی)، به شرح جدول زیر می‌باشد. نقاط قوت و ضعف مطابق با ضریب اهمیت و شدت در جدول نوشته و بر اساس بالاترین وزن از بالا به پایین دسته بندی شد.

جدول ۲- عوامل درونی، نقاط قوت

نقاط قوت	وزن	درجه بندی	نمره نهایی
وجود جاذبه‌های تاریخی- باستانی	۰.۱۶	۳.۸	۰.۶۱
بهسازی و بازسازی جاده‌های منتهی به منطقه	۰.۱۴	۳.۴	۰.۴۹
سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه	۰.۱۴	۳.۲	۰.۴۳۰
وجود جاذبه‌های خاص (گل و گیاه) در کنار مجموعه	۰.۱۳	۳.۱	۰.۴۱
نبود جاذبه‌های مشابه رقیب در نزدیکی منطقه	۰.۱۲	۲.۹	۰.۳۵
مرمت و بازسازی آثار تاریخی و باستانی فرسوده	۰.۱۱	۲.۷	۰.۳۱
وجود امنیت اجتماعی لازم در منطقه	۰.۱۱	۲.۵	۰.۲۶
مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و شهری	۰.۰۹	۲.۱	۰.۱۹
جمع کل	۱	۲۳.۷	۳.۰۵

جدول ۳- تجزیه و تحلیل عوامل داخلی-نقاط ضعف

نمره نهایی	درجه بندی	وزن	نقاط ضعف
۰.۶۶۴۴۷۳	۳.۶۴	۰.۱۸۲۵۴۸	عدم وجود راهنماهای متخصص و نیروی انسانی آموزش دیده در منطقه جهت ارائه اطلاعات به گردشگران
۰.۶۱۴۳۴۳	۳.۵	۰.۱۷۵۵۲۷	عدم استفاده از تبلیغات مناسب در جهت افزایش تعداد بازدیدکنندگان
۰.۵۴۶۱۳۸	۳.۳	۰.۱۶۵۴۹۶	عدم وجود جاذبه‌های مکمل (اقامتگاه‌ها، استراحت گاه‌ها و فروشگاه) در کنار مجموعه
۰.۳۶۵۵۹۷	۲.۷	۰.۱۳۵۴۰۶	پایین بودن سطح آگاهی مردم محلی از صنعت گردشگری و حس همکاری و مشارکت در منطقه
۰.۲۸۸۸۶۷	۲.۴	۰.۱۲۰۳۶۱	تفاوت فرهنگی زیاد بین مردم محلی و گردشگران
۰.۲۶۵۲۹۶	۲.۳	۰.۱۱۵۳۴۶	عدم وجود تأسیسات و تجهیزات تفریحی و رفاهی در منطقه
۰.۲۲۱۱۶۳	۲.۱	۰.۱۰۵۳۱۶	عدم وجود چشم اندازهای طبیعی مناسب
۲.۹۶۵۸۷۸	۱۹.۹۴	۱	جمع کل

۱۰-۲ عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری ناحیه مورد مطالعه

هدف این مرحله، کندو کاو آثار محیط خارجی در ناحیه مطالعه شده جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. بنابراین بر اساس مطالعات انجام شده، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر بر این ناحیه، از لحاظ گردشگری در غالب ابعاد توسعه (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی) مورد توجه و بررسی قرار گرفت. فرصت‌ها و تهدیدها به صورت جدول مطابق با ضریب شدت و میزان اهمیت نوشته و بر اساس نمره نهایی از باترین نمره به کمترین نمره آورده شد و در جدول شماره ۴ و ۵ ذکر شده‌اند.

جدول ۴- تجزیه و تحلیل عوامل خارجی-فرصت‌ها

نمره نهایی	درجه بندی	وزن	فرصت
۰.۸۳۳۳۳۳	۴	۰.۲۰۸۳۳۳	نبود رقبای فعال در زمینه گردشگری در نزدیکی حوزهی مورد نظر
۰.۵۳۳۳۳۳	۳.۲	۰.۱۶۶۶۶۷	ارائه مجوز از سوی دولت به بخش خصوصی جهت برگزاری جشنواره‌ها و گردهمایی‌ها
۰.۴۳۸۰۲۱	۲.۹	۰.۱۵۱۰۴۲	افزایش انگیزه‌ی گردشگران برای سفر به جاذبه‌های تاریخی
۰.۳۲۵۵۲۱	۲.۵	۰.۱۳۰۲۰۸	اجرای بودن برنامه‌های حمایتی دولت
۰.۲۷۵۵۲۱	۲.۳	۰.۱۱۹۷۹۲	توجه دولت به سرمایه گذاری در منطقه
۰.۲۵۲۰۸۳	۲.۲	۰.۱۱۴۵۸۳	توجه دولت به شناساندن منطقه به مردم کشور از طریق رسانه ملی
۰.۲۲۹۶۸۸	۲.۱	۰.۱۰۹۳۷۵	برون‌سپاری و واگذاری تسهیلات به بخش خصوصی
۲.۸۸۷۵	۱۹.۲	۱	جمع کل

جدول ۵- تجزیه و تحلیل عوامل خارجی-تهدیدها

نمره نهایی	میزان اهمیت	وزن	تهدید
۰.۷۸۲	۳.۸	۰.۲۰۶	نبود تقاضاهای بالقوه مانند مراکز آموزش عالی در مجاورت محدود
۰.۵۲۰	۳.۱	۰.۱۶۸	مقرون به صرفه نبودن سرمایه‌گذاری در ایجاد تأسیسات و تسهیلات گردشگری با توجه به تعداد گردشگران ورودی
۰.۴۲۵	۲.۸	۱.۱۵۲	افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری در منطقه با ورود گردشگران
۰.۳۹۴	۲.۷	۰.۱۴۶	نبود برنامه ای به منظور توسعه توانمندی‌های مدیران گردشگری
۰.۲۶۱	۲.۲	۰.۱۱۹	نبود یک طرح جامع گردشگری
۰.۲۱۶	۲	۰.۱۰۸	نبود نیروی متخصص در دستگاه‌های ستادی استان برای تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی
۰.۱۷۴	۱.۸	۰.۰۹۷	تصویب قوانین و مقررات بازدارنده دولتی
۲.۷۷	۱۸.۴	۱	جمع کل

۱۱- تجزیه و تحلیل سوات

تجزیه و تحلیل SWOT توسط استاد مدیریت « وایریکر^۱ » در دانشگاه سان فرانسیسکو در اوایل دهه ۱۹۸۰ مطرح شد و روشی است که می‌تواند به طور عینی و دقیق وضعیت کنونی یک واحد را تجزیه و تحلیل و مطالعه کند. در این روش ما مشکلات و راه‌حل‌های آن‌ها را می‌بایم و سپس در جهت توسعه آینده گام برمی‌داریم (ژانگ^۲ ۲۰۱۲). تجزیه و تحلیل SWOT، یک ابزار معمول برای برنامه ریزی استراتژیک، به طور سنتی یک نوع طوفان مغزی است (فادرمرو^۳ ۲۰۱۹). استفاده از این مدل می‌تواند پایه‌ای مناسب برای شکل‌گیری استراتژی‌های رقابتی را فراهم کند (ولی پور و همکاران ۱۳۹۸). استراتژی در ترویج محصول گردشگری جدید باید با مشارکت کامل احزاب مختلف از جمله دولت‌ها، آژانس‌های خصوصی و رسانه‌ها هم به صورت محلی و هم بین‌المللی تقویت شود (زمیل زکریا و همکاران ۲۰۱۴). ماتریس SWOT شامل عوامل داخلی و خارجی می‌باشد که با استفاده از آن می‌توان راهبردها را تدوین کرد. این ماتریس عوامل داخلی و خارجی را به هم پیوند می‌دهد تا پایه‌ای برای تدوین راهبردها باشد. در جدول ۴ نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت به ترتیب امتیاز فهرست شده اند و محل تلاقی هر کدام از این عوامل راهبردهای ST, WT, WO, SO را شکل می‌دهند. که به صورت راهبردهای تهاجمی، تدافعی، محافظه‌کارانه و تنوع در جدول شرح داده شده اند.

۱۱-۱- راهبردهای رقابتی و تهاجمی (SO)

در راهبردهای تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است، راهکارهایی برای استفاده از نقاط قوت جهت بهره‌برداری از فرصت‌های خارجی ارائه شود.

¹ Weirichre

² Zhang

³ Fadermrod

۱۱-۲- راهبردهای تنوع (ST)

در راهبردهای تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، می‌کوشد تا با استفاده از نقاط قوت داخلی اثر تهدیدهای خارجی کاهش یابد.

۱۱-۳- راهبردهای محافظه کارانه (WO)

در راهبردهای محافظه کارانه ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی و فرصت‌های خارجی، سعی دارد تا با استفاده از فرصت‌های موجود در محیط خارج، نقاط ضعف داخلی بهبود یابد.

۱۱-۴- راهبردهای تدافعی (WT)

در این راهبرد تمرکز بر نقاط ضعف داخلی و تهدیدهای خارجی است و هدف کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدهای خارجی است.

جدول ۶- تجزیه و تحلیل سوات

<p>تهدیدها (T)</p> <p>T1: نبود تقاضاهای بالقوه مانند مراکز آموزش عالی در مجاورت محدود</p> <p>T2: مقرون به صرفه نبودن سرمایه گذاری در ایجاد تأسیسات و تسهیلات گردشگری با توجه به تعداد گردشگران ورودی</p> <p>T3: افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری در منطقه با ورود گردشگران</p> <p>T4: نبود برنامه ای به منظور توسعه توانمندی‌های مدیران گردشگری</p> <p>T5: نبود یک طرح جامع گردشگری</p> <p>T6: نبود نیروی متخصص در دستگاه‌های ستادی استان برای تشویق سرمایه گذاران بخش خصوصی</p> <p>T7: تصویب قوانین و مقررات بازدارنده دولتی</p>	<p>فرصت‌ها (O)</p> <p>O1: نبود رقبای فعال در زمینه گردشگری در نزدیکی حوزه‌ی مورد نظر</p> <p>O2: ارائه مجوز از سوی دولت به بخش خصوصی جهت برگزاری جشنواره‌ها و گردهمایی‌ها</p> <p>O3: افزایش انگیزه‌ی گردشگران برای سفر به جاذبه‌های تاریخی</p> <p>O4: اجرایی بودن برنامه‌های حمایتی دولت</p> <p>O5: توجه دولت به سرمایه‌گذاری در منطقه</p> <p>O6: توجه دولت به شناساندن منطقه به مردم کشور از طریق رسانه ملی</p> <p>O7: برون‌سپاری و واگذاری تسهیلات به بخش خصوصی</p>	<p>خارجی</p> <p>←</p> <p>تحلیل SWOT</p> <p>↓</p> <p>داخلی</p>
<p>راهبردهای تنوع (ST)</p> <p>ایجاد یک طرح جامع گردشگری با توجه به نبود جاذبه‌های مشابه رقیب در نزدیکی منطقه</p> <p>استفاه از تدابیر امنیت اجتماعی لازم منطقه در از بین بردن تخلفات اجتماعی و بزهکاری با ورود گردشگر</p>	<p>راهبردهای رقابتی و تهاجمی (SO)</p> <p>بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه در بین مردم در جهت استفاده مؤثر از جاذبه‌های تاریخی_ باستانی باغ فتح آباد کرمان</p> <p>توجه دولت به شناساندن منطقه به مردم به عنوان مکانی امن در رسانه ملی</p>	<p>نقاط قوت (S)</p> <p>S1: وجود جاذبه‌های تاریخی_ باستانی</p> <p>S2: ۲: بهسازی و بازسازی جاده‌های منتهی به منطقه</p> <p>S3: سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه</p> <p>S4: وجود جاذبه‌های خاص (گل و گیاه) در کنار مجموعه</p>

<p>بهره‌گیری از مسئولان دستکاه‌های ستادی استان برای تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ایجاد مراکز آموزش عالی در مجاورت محدوده با توجه به نزدیکی مجموعه به مراکز جمعیتی و شهری کاهش قوانین و مقررات دولتی بازدارنده در خصوص سرمایه‌گذاری بخش خصوصی</p>	<p>سرمایه‌گذاری بخش خصوصی با کمک دریافت مجوز از سوی دولت برای برگزاری جشنواره‌ها و گردهمایی‌ها استفاده صحیح از برنامه‌های حمایتی دولت در جهت زیباسازی محدوده از طریق جاذبه‌های خاص (گل و گیاه) ایجاد انگیزه مسافرت در بین مردم کشور به این مکان تاریخی_ باستانی با توجه به مرمت و بازسازی آثار تاریخی و باستانی فرسوده</p>	<p>S5: نبود جاذبه‌های مشابه رقیب در نزدیکی منطقه S6: مرمت و بازسازی آثار تاریخی و باستانی فرسوده S7: وجود امنیت اجتماعی لازم در منطقه S8: مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و شهری</p>
<p>راهبردهای تدافعی (WT) ایجاد مراکز آموزش عالی در مجاورت محدوده جهت بالا بردن سطح آگاهی مردم محلی و ایجاد حس همکاری و مشارکت در منطقه استفاده از تبلیغات مناسب در جهت افزایش تعداد بازدیدکنندگان برای مقرون به صرفه شدن سرمایه‌گذاری در ایجاد تأسیسات و تسهیلات گردشگری در باغ فتح آباد کرمان استفاده از راهنماها و نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده در جهت ایجاد یک طرح جامع گردشگری بالا بردن سطح آگاهی مردم منطقه از صنعت گردشگری و بهره‌گیری از مردم محلی در جهت کاهش تخلفات اجتماعی و بزهکاری در منطقه با ورود گردشگر</p>	<p>راهبردهای محافظه‌کارانه (WO) استفاده از برنامه‌های حمایتی دولت در جهت بالا بردن سطح آگاهی محلی از صنعت گردشگری و ایجاد حس همکاری و مشارکت در منطقه بازنگری بهره‌گیری از نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده، همچنین راهنمایان متخصص در جهت ارائه اطلاعات به گردشگران از طریق توجه دولت به سرمایه‌گذاری در منطقه برون‌سپاری و واگذاری تسهیلات بخش خصوصی جهت انجام تبلیغات مناسب برای افزایش تعداد بازدیدکنندگان استفاده از تفاوت فرهنگی بین گردشگران و جامعه محلی به عنوان عاملی برای افزایش انگیزه در بازدیدکنندگان جهت مسافرت به این مجموعه بهره‌گرفتن از برنامه‌های حمایتی دولت در جهت ایجاد تأسیسات و تجهیزات تفریحی و رفاهی و چشم‌اندازهای طبیعی مناسب در منطقه</p>	<p>نقاط ضعف (W) W1: عدم وجود راهنماهای متخصص و نیروی انسانی آموزش‌دیده در منطقه جهت ارائه اطلاعات به گردشگران W2: عدم استفاده از تبلیغات مناسب در جهت افزایش تعداد بازدیدکنندگان W3: عدم وجود جاذبه‌های مکمل (اقامتگاه‌ها، استراحت‌گاه‌ها و فروشگاه) در کنار مجموعه W4: پایین بودن سطح آگاهی مردم محلی از صنعت گردشگری و حس همکاری و مشارکت در منطقه W5: تفاوت فرهنگی زیاد بین مردم محلی و گردشگران W6: عدم وجود تأسیسات و تجهیزات تفریحی و رفاهی در منطقه W7: عدم وجود چشم‌اندازهای طبیعی مناسب</p>

۱۱-۵- راهبردهای توسعه‌ای کلی برای باغ فتح آباد

برای تعیین وضعیت کلی راهبرد منطقه از امتیاز نهایی هر بخش از مدل SWOT طبق جدول ۷ استفاده شده است. برای مشخص کردن اینکه که کدام راهبرد در اولویت قرار دارد از نمودار SWOT نیز استفاده می‌گردد. در نمودار SWOT محور افقی شامل قوت-ضعف و محور عمودی شامل فرصت-تهدید می‌باشد. امتیاز عوامل داخلی نقاط قوت از نقاط ضعف کم می‌شوند و عددی که بدست آمد بر

روی نمودار قرار می گیرد و سپس برای عوامل خارجی نیز همین کار را می کنیم. با رسم این نقاط بر روی نمودار ناحیه ای که راهبرد فعال در آن است مشخص می شود.

جدول ۷- امتیاز نهایی برای هریک از شاخص های ماتریس SWOT

شاخص	امتیاز
S: نقاط قوت	۳.۰۵
W: نقاط ضعف	۲.۹۶
O: فرصت ها	۲.۸۸
T: تهدیدها	۲.۷۷



شکل ۲- نمودار SWOT

طبق نتیجه بدست آمده از جدول ۸ و نمودار ۱، مشخص شده که راهبرد WO بیشترین امتیاز را دارا می باشد. لذا برای توسعه گردشگری در باغ فتح آباد باید رفع نقاط ضعف و استفاده از فرصت ها در اولویت باشند. راهبردهای WO، راهبردهای محافظه کارانه می باشند که در تحلیل SWOT شناسایی شده و باید مورد توجه قرار گیرند.

۱۲- بحث و نتیجه گیری

اطلاعات حاصل با استفاده از پرسشنامه و مطالعات میدانی جمع آوری شد و سپس با استفاده از تکنیک سوات راهبردها و راهکارهایی برای توسعه گردشگری باغ فتح آباد ارایه شد. نتایج به صورت زیر می باشند.

با استفاده از یافته های بدست آمده از تحلیل داده ها و ادبیات پژوهش مشخص شد که توسعه گردشگری باغ ها بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی تأثیر فراوانی دارد. علاوه بر ایجاد رونق اقتصادی باعث شناساندن فرهنگ غنی آن منطقه می شود. با استفاده از توسعه باغ ها می توان درآمد آن منطقه را بدون آلودگی و ضرر به محیط زیست افزایش داد. ولی در مقابل این باغ های تاریخی برای توسعه با آسیب های زیادی مواجهه هستند. با استفاده از یافته های پژوهش حاضر و ادبیات پژوهش مشخص شد که این باغ های تاریخی دارای زیرساخت های ضعیفی می باشند. باغ های تاریخی باید از لحاظ نحوه دسترسی، حمل و نقل و پارکینگ باید در شرایط مطلوبی قرار بگیرند. برای توسعه گردشگری باغ های تاریخی باید این مقاصد گردشگری به جامعه هدف معرفی شود. با ارایه بوشور، برگزاری همایش و تبلیغ در فضای مجازی باید باغ های ایرانی به طور کامل توضیح داده شوند تا جامعه هدف که گردشگران می باشند بتوانند با این اماکن آشنایی بیشتری پیدا کنند و ترغیب به بازدید داشته باشند. باغ های تاریخی باید بیشتر در مسیرهای گردشگری قرار بگیرد.

نتایج نشان می‌دهد که (۱) توسعه منطقه تاریخی و گردشگری باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان در توسعه اقتصادی این منطقه تأثیر گذار خواهد بود. (۲) یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه گردشگری این منطقه در توسعه اجتماعی- فرهنگی مناطق اطراف باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان تأثیر می‌گذارد. (۳) نتایج حاکی از آن است که با گسترش گردشگری در این باغ تاریخی، اثرات زیست‌محیطی افزایش خواهد یافت. (۴) قابلیت‌ها و توانمندی باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان به عنوان یک پدیده گردشگری تاریخی و باستانی که تازه مورد توجه قرار گرفته و تقریباً ناشناخته می‌باشد، می‌تواند گردشگران زیادی را به سوی خود بکشاند. (۵) نیازمندی‌ها و کمبود امکانات تأسیساتی و تجهیزاتی و کمبود جاذبه‌های مکمل در این منطقه به لحاظ توریستی بودن باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان فراوان است (۶) دولت می‌تواند با سرمایه‌گذاری و یا ارائه تسهیلات جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای توسعه بخش‌های مختلف (تأسیسات و تجهیزات زیربنایی، مرمت و بازسازی، توسعه زمین‌های اطراف و بهسازی، ایجاد تفرجگاه‌ها و ایجاد جاذبه‌ها مکمل به توسعه گردشگری باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان کمک کند. (۷) بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادات متعددی ارائه گردید که بویژه توجه مدیران و برنامه ریزان گردشگری استان را می‌طلبد. (۸) بهینه‌سازی عملکرد سیستم حمل و نقل زمینی از طریق توسعه و بهبود تأسیسات زیربنایی و ایمن‌سازی شبکه حمل و نقل. (۹) ایجاد امکانات مناسب از جمله استراحتگاه‌ها و وسایل ورزشی، اقدامات لازم را انجام داده و امکانات مناسب را فراهم آورند. (۱۰) برگزاری جلسات و کارگروه‌های مشترک برای بررسی مسائل موجود. (۱۱) اعطای تسهیلات و حمایت‌های لازم دولت از بخش خصوصی در جهت ایجاد فروشگاه‌ها و تفرجگاه‌ها. (۱۲) توزیع کاتالوگ، بروشور و تصاویر جاذبه‌های استان کرمان بخصوص باغ فتح‌آباد در میان خانواده‌های استان و کشور. (۱۳) شناسایی کامل و دقیق قابلیت‌های گردشگری باغ فتح‌آباد کرمان. (۱۴) تشکیل کمیته‌ای متشکل از مردم محلی و مدیران برای برعهده گرفتن مدیریت منطقه باغ فتح‌آباد. (۱۵) شناسایی تسهیلات و امکانات مورد نیاز گردشگران. (۱۶) ایجاد، معرفی و برگزاری تورهایی برای بازدید از باغ فتح‌آباد کرمان با نظارت سازمان میراث فرهنگی. (۱۷) برگزاری همایش و جشنواره‌ها در محل باغ فتح‌آباد برای شناساندن این اثر تاریخی و باستانی به همگان. (۱۸) معرفی و تبلیغ قابلیت‌ها و توانمندی‌های گردشگری باغ فتح‌آباد در رسانه‌های گروهی. (۱۹) جلب همکاری سازمان‌های مرتبط با گردشگری باغ فتح‌آباد در زمینه ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در این مکان. (۲۰) نصب تابلوهای تبلیغاتی و راهنمایی و گویاسازی محورهای اصلی ورود به مکان پیشنهادی. (۲۱) تلاش در جهت توسعه اصلاح زمین‌های اطراف باغ فتح‌آباد و تبدیل آن به فضای سبز مناسب. (۲۲) تحقیقات و توسعه: جمع‌آوری اطلاعات مربوط به نظر گردشگرانی که به باغ فتح‌آباد کرمان مسافرت کرده اند، استخراج نتایج مربوط و ارائه آن به مراکز متولی امر گردشگری. (۲۳) فرهنگ‌سازی عمومی جهت جذب گردشگر. (۲۴) ایجاد پارکینگ برای پارک کردن وسایل نقلیه گردشگران و بازدیدکنندگان. (۲۵) ایجاد فضای سبز مناسب یا جاذبه‌های مکمل دیگر در کنار این مکان تاریخی و باستانی. (۲۶) جستجو و استقبال از ایده‌های خلاقانه در ارائه بهتر خدمت. (۲۷) معرفی این جاذبه تاریخی- باستانی با استفاده از کتب درسی در آموزش و پرورش. (۲۸) ایجاد سایت‌های اینترنتی برای معرفی باغ فتح‌آباد کرمان. (۲۹) معرفی این مکان دیدنی و تاریخی از طریق تیزر و بیلبوردهای تبلیغاتی در سطح شهر.

۱۳- منابع

۱. اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمان: <http://miras.kr.ir>
۲. افتخاری، ع؛ مهدوی، د. (۱۳۸۶)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک)، مدرس علوم انسانی- برنامه‌ریزی و آمایش فضا، (۱).
۳. بهرام، م. (۱۳۸۴)، گیاه شناسی انتشارات رهپویان شریف، تهران.
۴. بهرامی، ر. (۱۳۸۹)، بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در استان کردستان، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام، زاهدان.

۵. بیات، ن؛ رضوانی، م. (۱۳۹۳). تحلیل جایگاه گردشگری روستایی در برنامه‌های کلان توسعه‌ی کشور (با تأکید بر برنامه‌های پنج‌ساله‌ی توسعه‌ی ملی)، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه ریزی توسعه گردشگری، دوره ۳ (۹)، ۱۱ تا ۳۰.
۶. پیرنیا، م. (۱۳۷۳)، باغ‌های ایران، به کوشش فرهاد ابوالضیاء، مجله آبادی، سال ۴ (۱۵)، تهران.
۷. توانبخش، م؛ رفیعی فر، م. (۱۳۸۹)، بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی اجتماعی مردم روستای زیارت، نشریه آمایش محیط، دوره ۳ (۹)، ۱۱۵ تا ۱۳۲.
۸. حیدری، ت؛ رشیدی، الف؛ حصاری، الف؛ تولایی، س. (۱۳۹۲)، ارزیابی قابلیت های گردشگری شهرزنگان و راهبردهای تقویت جذب گردشگر، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال ۸ (۲۱)، ۲۹ تا ۵۷.
۹. خالد، م؛ رضوانی، ع. (۱۳۹۱)، نقش باغ شهرها از منظر محیطی، در جذب گردشگر و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر ابهر)، فصلنامه‌ی جغرافیا، (۲۰)، ۵۷ تا ۹۴.
۱۰. رنجبریان، ب؛ زاهدی، م. (۱۳۷۹)، برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه ای، جهاد دانشگاهی اصفهان، اصفهان.
۱۱. شاریلی، ر؛ شاریلی، ج. (۱۳۸۰)، گردشگری روستایی، (ترجمه فاطمه نصیری، رحمت‌الله منشی‌زاده)، انتشارات منشی، تهران.
۱۲. سروری، الف؛ ممقانی نسب. (۱۳۹۱)، بررسی اثرات معماری آثار تاریخی در توسعه و جذب گردشگری با استفاده از تکنیک راهبردی SWOT (مطالعه موردی: مزارشیر احمد جام)، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین.
۱۳. شاه چراغی، الف. (۱۳۸۸). تحلیل فرآیند ادراک محیط باغ ایرانی بر اساس نظری روانشناسی - بوم‌شناسی، نشریه هویت شهر، سال ۳ (۵). ۷۱ تا ۸۴
۱۴. ضرابی، الف؛ عزیززاده اصل، ج؛ بهاری، ع. (۱۳۹۳)، تحلیلی بر زیرساخت‌های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه با استفاده از روش SWOT، نشریه علمی - پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی، دوره ۱۸ (۴۸)، ۱۷۷ تا ۲۱۰.
۱۵. عامری، ز؛ گنجی صفار، م. (۱۳۹۵)، احیای باغ ایرانی و تأثیر آن بر گردشگری (مطالعه موردی: باغ فتح آباد کرمان)، همایش بین‌المللی افق‌های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی مدیریت فرهنگی شهرها.
۱۶. عامری، ز؛ گنجی صفار، م. (۱۳۹۵)، تأثیر طراحی مجموعه اقامتی باغ فتح آباد بر رونق گردشگری و افزایش تعاملات اجتماعی شهر کرمان، همایش بین‌المللی افق‌های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی مدیریت فرهنگی شهرها.
۱۷. علایی، ع. (۱۳۹۴)، آشنایی و تحلیل باغ‌های تاریخی روستایی ایران، مسکن و محیط روستا، دوره ۳۴ (۱۴۹)، ۱۵ تا ۳۶.
۱۸. فاضل‌نیا، غ؛ هدایتی، ص. (۱۳۸۹)، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار، نشریه جغرافیا و توسعه، دوره ۸ (۱۶)، ۱۴۵ تا ۱۷۰.
۱۹. فدایی تمیجانی، ه. (۱۳۹۰)، بررسی ابعاد پایداری در باغ‌های ایرانی مناطق گرم و خشک، جستارهای شهرسازی، (۳۵)، ۵۲ تا ۵۵.
۲۰. فلامکی، م. (۱۳۸۹)، باغ ایرانی (عکس رخ باغ)، در گستره های معماری، نشر فضا، تهران.
۲۱. قاسمی، م؛ امیرشکاری، ص؛ یزدی نژاد، س؛ سلیمانی دامنه، م. (۱۳۹۵)، توریسم شهری و نقش آن در توسعه گردشگری جامعه میزبان با تأکید بر توسعه پایدار (مطالعه موردی: باغ ماهان)، تحقیقات جدید در علوم انسانی، سال ۳ (۱۱)، ۱۱ تا ۲۵.
۲۲. قدمی، م. (۱۳۹۰)، ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری (نمونه موردی: کلاتشهر مشهد)، فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری، (۹)، ۵۹ تا ۸۲.
۲۳. کاسه گر، م؛ محمدی، ش؛ حقجو، م. (۱۳۹۳)، استراتژی‌های فرهنگی - اجتماعی مدیریت در معماری (طراحی فضای گردشگری بومی - منطقه ای)، کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار.

۲۴. کوزگر کالجی، ل؛ دارابی، س. (۱۳۹۷)، برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری استان ایلام با استفاده از تکنیک Meta swot، جغرافیا (فصلنامه علمی- پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)، دوره جدید، سال ۱۶ (۵۹).
۲۵. گلاب زاده، م. (۱۳۸۹)، کرمان در آینه گردشگری، انتشارات ولی.
۲۶. گیاهی، ح؛ شایان یگانه، ع. (۱۳۹۵)، نقش نمادهای گردشگری در توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: باغ تاریخی نشاط روستای تقی آباد)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۶ (۱۷). ۶۹ تا ۸۰.
۲۷. مهدی نژاد، ص. (۱۳۹۴)، باغ شاهزاده ماهان فرزند خلف باغ بیگلربیگی (فتح‌آباد) کرمان، اولین کنفرانس علمی پژوهشی افق‌های نوین در علم جغرافیا و برنامه‌ریزی، معماری و شهرسازی ایران، تهران.
۲۸. وظیفه دان، الف؛ رهبری، س؛ زرین، ب. (۱۳۸۹)، بررسی امکانات و محدودیت‌های توسعه‌ی گردشگری در کشورهای اسلامی در قالب مدل و تکنیک‌های برنامه‌ریزی و راهکارها، مجموعه مقالات چهارمین کنگره‌ی بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام، زاهدان، ۲ تا ۱۲.
29. Akça, H. (2006). Assessment of rural tourism in Turkey using SWOT analysis. *Journal of Applied sciences*, 6(13), 2837-2839.
30. Caffi, M., Alicandri, E., Vettraino, A., Paolacci, A., Tamantini, M., Tomao, A., Agrimi, M., & Kuzminsky, E. (2018). *Urban Forestry & Urban Greening*, Volume 34, 336_347.
31. Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism management*, 27(6), 1274-1289.
32. Fadermrod, B., Crowder, R., & Wills, G. (2019). *International Journal of Information Management*, Volume 44, 194_203.
33. Fazenda, N., Nunes da Silva, F., & Costa, C. (2010). Douro Valley Tourism Plan: The plan as part of a sustainable tourist destination development process. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(4), 428-440.
34. Jafari, M. (2017). Investigating the Role of Tourism in the Conservation and Sustainable Development of the Environment (with an emphasis on the geographic approach). *J. Tour. Hosp. Sports*, 32, 51-63.
35. Kazemiyeh, F., Sadighi, H., & Chizari, M. (2016). Investigation of Rural Tourism in East Azarbaijan Province of Iran Utilizing SWOT Model and Delphi Technique. *Journal of Agricultural Science & Technology*, 18(4). ۱۳-۱
36. Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, 27(1), 159-170.
37. Mahmoudi, B., Haghsetan, A., & Maleki, R. (2011). Investigation of obstacles and strategies of rural tourism development using SWOT Matrix. *Journal of Sustainable Development*, 4(2), 136.
38. Millan, G., Amador, L., & Arjona, J. (2018). Sustainable rural tourism in Andalusia: A SWOT analysis. *IJAME*.
39. Morkunaite, Z., Podvezko, V., Zavadskas, E., & Bausys, R. (2019). *Archives of Civil and Mechanical Engineering*, Volume 19, Issue 4, 1056_1071.
40. Pao, J. W. (2004). Recent developments and prospects of Macao's tourism industry. *Monetary Authority of Macao*, 79-95.
41. Reihanian, A., Mahmood, N. Z. B., Kahrom, E., & Hin, T. W. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran: tourism management Perspectives, 4, 223-228.
42. Rezaei, N. (2017). Resident perceptions toward tourism impacts in historic center of Yazd, Iran. *Tourism Geographies*, 19(5), 734-755.
43. Rostami, R., Lamit, H., Khoshnava, M., & Rostami, R. (2016). *Urban Forestry & Urban Greening*. Volume 15, 211_226.
44. Valipour Khatir, M., & Akbar Zadeh, Z. (2019). *Technology in Society*, Volume 56, 44_56.
45. Vorzsák, M., & Gut, C. M. (2009). The place of religious tourism in Romania's tourist industry. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 6(8), 425-434.
46. Zahedi, Sh. S., (2016), *Eko tourism principles (whit emphasis on the environment)*, Tehran.

Archiving of SID

47. Zaini Zakaria, A., Hafiz Salleh, I., & Abd Rashid, M. (2014). Identity of Malay Garden Design to be promoted as the Cultural Tourism Product in Malaysia. *Quality of Life in the Built & Natural Environment, Social and Behavioral Sciences* 153, 298_307.
48. Zhang, X. (2012). Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis. 2012 International Conference on Future Energy, Environment, and Materials, Department of Education and Human Sciences, China, *Energy Procedia* 16 (2012) 1295 – 1299.

Pathology of Iranian Gardens and Providing Development Strategies Emphasizing SWOT Model (Case Study: Kerman's Biglar Beygi Garden)

Abstract

Today, the development of tourism and the arrival of tourists creates countless economic, socio-cultural and environmental impacts on tourism destinations. Socio-cultural effects of tourism are among the most important considerations of tourism development in each region. Tourism is one of the industries that, in addition to social and cultural interests, it contributes to the development of the country's economy pollution. In fact, tourism creates sustainable development.

Gardens are one of the tourism attractions. Therefore, the purpose of this research is to identify the proportions of the development in Iranian gardens, and as a case study, Biglar Beygi has been selected.

This research, by studying the elements and documents, seeks to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the Biglar Beygi Garden in Kerman besides providing specific development strategies for such historical and ancient place by considering four extents: Economical, cultural, social, and environmental.

Therefore, using descriptive-analytical method, through interviewing experts, tourists and tourism staff as well as research on the literature has been completed and identified the importance of each factors.

Finally, the results showed that the development of the historical and tourism area of Kerman's Biglar Beygi (Fath Abad) Garden will have a significant impact on the economic, social, cultural and environmental development. This place also has many capabilities and potentials as a historical phenomenon and ancient tourism attraction that can attract numerous tourists and take an effective step in the development of tourism in the country. By investing through state or providing facilities and share for private investments, we can provide an exclusive and complementary attraction in this complex.

Keywords: Iranian gardens, Fath Abad garden (Biglar Beygi), development, SWOT model.