

برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری روستایی با استفاده از ماتریس ارزیابی IFE و EFE (مطالعه موردی: بخش سامان - شهرستان شهرکرد)^۱

ناهید اکبری سامانی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران
سیدعلی بدری* - دانشیار دانشکده جغرافیا و عضو قطب برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران
محمد سلمانی - استادیار دانشکده جغرافیا و عضو قطب برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

پذیرش نهایی: ۱۳۹۱/۱۰/۶

دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۹/۲۲

چکیده

رشد و توسعه نواحی روستایی نیازمند برنامه‌ریزی و اجرای راهبردهای کارآمد در زمینه‌های مختلف از جمله گردشگری است. پژوهش حاضر با تدوین راهبرد توسعه گردشگری روستایی و به روش تحقیق توصیفی-تحلیلی، و از نوع پیمایشی انجام شده است. سه گروه (خانوارهای روستایی، گردشگران، مسئولان) در انجام این پژوهش مشارکت داشته‌اند. بخش سامان دارای ۲۳ روستاست که از ۸ روستا با مجموع ۲۸۴۸ خانوار بر اساس پتانسیل‌ها و جاذبه‌ها و موقعیت جغرافیایی‌شان، ۱۵۰ خانوار به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری جامعه محلی انتخاب شدند. و از جامعه آماری گردشگران نیز بر مبنای برآورد تعداد گردشگران در طول یک هفته (۶۰۰ نفر)، ۶۰ نفر و از مسئولان به تعداد ۲۰ نفر (تقریباً همه آنها) انتخاب شدند. این پژوهش در چند مرحله و با تحلیل SWOT انجام گرفته و در آن به ارائه راهبرد برای توسعه گردشگری پرداخته شده است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که در ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی IE، راهبردهای تدافعی به عنوان راهبردهای اجرایشده در بخش سامان مطرح‌اند، که از بین آنها بهترین راهبرد WT2 با امتیاز ۷/۳۶ با نام «زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه و تجهیز روستاها از نظر زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات توریستی با حمایت‌های دولتی» انتخاب و معرفی شد.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌ریزی راهبردی، گردشگری روستایی، SWOT، مدل، شهرستان شهرکرد.

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ناهید اکبری سامانی با عنوان «ارزیابی شاخص‌های پایداری گردشگری روستایی - مورد مطالعاتی: بخش سامان، شهرستان شهرکرد» است که به راهنمایی محمد سلمانی و مشاوره سیدعلی بدری در دانشگاه تهران به انجام رسیده است.

sabadri@ut.ac.ir

* نویسنده مسئول:

مقدمه

امروزه گردشگری از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع‌های دنیا به شمار می‌آید. در چهارپنجم کشورهای جهان، یعنی در بیش از ۱۵۰ کشور، گردشگری یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور رتبه اول را به خود اختصاص می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۳، غ). بنابراین، گردشگری و به‌ویژه گردشگری و داخلی دارای جایگاه خاصی در اقتصاد کشورهاست و نقش فعال و مؤثری در ارتقای ساختار اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آنها - به خصوص در کشورهای رو به توسعه - بازی می‌کند (راجی، ۱۳۷۹، ۱). آنها از همین داده توانسته‌اند دستاوردهای مهمی را نظیر درآمد ارزی، رونق اشتغال، تبادل و تعامل فرهنگی، ایجاد بازار مصرف تولیدات و خدمات، پر کردن اوقات فراغت و حضور آگاهانه و فعالانه در عرصه ارتباطات و اطلاعات جهانی، با هدف پیشرفت و توسعه برای مردم‌شان به ارمغان آورند. در این میان گردشگری روستایی نیز جزئی از صنعت عظیم گردشگری است که می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع‌بخشی به رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت‌های شغلی جدید، همراه با دیگر بخش‌های اقتصادی ایفا کند (شریف‌زاده، مرادنژاد، ۱۳۸۱، ۵۲) و تأثیر مهمی بر تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان، حفاظت از میراث طبیعی و تاریخی و فرهنگی، و در نهایت توسعه یکپارچه و پایدار روستایی نهاد (رضوانی، ۱۳۸۳، غ). در واقع توسعه گردشگری در نواحی روستایی از یک سو می‌تواند ضمن متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی، زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد و از سوی دیگر وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی (از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی) به شمار آید (شریف‌زاده، مرادنژاد، ۱۳۸۱، ۵۳).

با توجه به اینکه حدود ۳۰ درصد جمعیت ایران طبق سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ در مناطق روستایی زندگی می‌کند، کشاورزی به تنهایی نمی‌تواند اشتغال و درآمد کافی را برای جمعیت روستایی فراهم سازد؛ و گسترش گردشگری می‌تواند راهبردی جدید در زمینه توسعه روستایی در ایران باشد.

تاکنون در پژوهش‌های متعددی با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی و کاربرد SWOT در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی، با توجه به پتانسیل‌ها و محدودیت‌های منطقه مورد مطالعه، به ارائه راهکارها و راهبردهای لازم پرداخته شده است (جدول ۱).

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های پیشینه تحقیق

محقق	سال	عنوان	خلاصه پژوهش
افتخاری و مهدوی	(۱۳۸۵)	راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT دهستان لواسان کوچک	با توجه به آسیب‌پذیری منطقه، راهبردی برای برطرف کردن آسیب‌ها ارائه کرده است.
محمدی ده چشمه و زنگی‌آبادی	(۱۳۸۶)	امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم در استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT	ارائه راهکارهایی برای بهینه‌سازی و ساماندهی اکوتوریسم
فاضل‌نیا و هدایتی	(۱۳۸۷)	راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار	به‌خاطر آسیب‌پذیر بودن دریاچه نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب و همچنین مدیریت واحد برای رفع محدودیت‌ها و استفاده از قابلیت‌هاست.
زه‌ره جوانبخت	(۱۳۸۹)	نگرشی بر راهبردهای توسعه گردشگری قشم با استفاده از مدل SWOT	به‌رغم دارا بودن قوت‌ها و فرصت‌ها، راهبردهایی برای کم کردن ضعف‌ها و تهدیدها و افزایش نقاط قوت و فرصت ارائه شده است.
جعفر کریمی	(۱۳۸۹)	برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT؛ مطالعه موردی روستای ابیانه	گردشگری در این روستا به هدف توسعه‌ای خود دست نیافته است و با آسیب‌پذیری زیاد، نیازمند بازنگری در برنامه‌ها و ارائه راهکارهای مناسب به منظور استفاده بهینه از مزیت‌هاست و راهکارهای ارائه‌شده می‌توانند مشکلات را تا حدودی کاهش دهند.
یاری، فردوسی و سبزی	(۱۳۸۹)	تحلیل توسعه اکوتوریسم در استان لرستان با بهره‌گیری از تکنیک SWOT	با این تکنیک به بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری استان لرستان پرداخته شده و ۲۲ راهبرد متناسب ارائه گردیده است.
محمد سعید نجفی	(۱۳۸۹)	راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه آبریز کن و سولقان با استفاده از مدل SWOT	با بررسی عوامل داخلی و خارجی به تدوین راهبرد گسترش زیرساخت‌ها و گسترش فعالیت‌های تبلیغاتی برای شناسایی جاذبه‌های منطقه اشاره شده است.

محقق	سال	عنوان	خلاصه پژوهش
ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده	(۱۳۸۸)	تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT	با توجه به ۲۲۸ جاذبه تعدد تصمیم‌گیران، مسائل مدیریتی، کمبود زیرساخت‌ها و ضعف تبلیغات به عنوان موانع ذکر شده‌اند؛ و اشتغال‌زایی، درآمد ارزی، سرمایه‌گذاری زیربنایی مهم‌ترین فرصت‌ها و آثار تاریخی، جاذبه‌های طبیعی و ورزشی و تفریحی و به عنوان نقاط قوت و اصلاح نهادهای مدیریتی همفکری مسئولان با مردم از جمله مهم‌ترین رهیافت‌ها است.
خانی و نیک‌سیرت	(۱۳۸۹)	برنامه‌ریزی راهبردی طبیعت‌گردی در روستاهای نواحی بیابانی	با بررسی دیدگاه‌های سه گروه مشارکت‌کننده، نوعی همگرایی در نقاط ضعف و فرصت داخلی و واگرایی در قوت و تهدید خارجی مشاهده گردید. در ابعاد پایداری گردشگری به شیوه SWOT به ارائه راهبردهای گردشگری در نواحی بیابانی پرداخته شد و در ماتریس کمی (QSPM)، با در نظر گرفتن امتیاز نهایی راهبرد "هم‌راستا کردن برنامه‌های گردشگری تاریخی روستا با برنامه‌های طبیعت‌گردی" انتخاب شده است.
گلشیری و سرایی	(۱۳۸۹)	برنامه‌ریزی راهبردی نظام زیست‌محیطی روستا با تجزیه و تحلیل SWOT	با در نظر گرفتن معنای امروزین توسعه پایدار، برنامه‌ریزی راهبردی بهترین شیوه برای دستیابی به آن برشمرده شد و با در نظرگیری افق ۱۰ ساله و با استفاده از مدل SWOT و ماتریس عوامل داخلی و خارجی، الگوی تهاجمی انتخاب گردید و اهداف کمی اولویت‌دار این الگو بررسی شدند.
رضوانی و همکاران	(۱۳۹۰)	تحلیل مقایسه‌ای آثار اقتصادی گردشگری خانه-های دوم با گردشگری روزانه بر نواحی روستایی؛ مورد: شهرستان شمیرانات استان تهران	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد دو الگوی گردشگری خانه‌های دوم و گردشگری روزانه دربردارنده پیامدها و تأثیراتی مختلف در نواحی روستایی مورد مطالعه بوده‌اند. تأثیرات مثبت: ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، افزایش قدرت خرید ساکنان محلی؛ و تأثیرات منفی: افزایش قیمت زمین، کاهش فعالیت‌های کشاورزی. گردشگری در نواحی روستایی نتوانسته است آن‌گونه که باید، نقشی مؤثر در اشتغال زنان، ایجاد مؤسسات اقتصادی، سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولیدی مربوط به گردشگری، سرمایه‌گذاری در خدمات آموزشی ترویجی و اطلاع‌رسانی گردشگری داشته باشد. از دیگر یافته‌های تحقیق، گرایش پاسخ‌گویان به مؤثر بودن و نیز توسعه الگوی گردشگری خانه‌های دوم است.
کوبایاشی و عبدائو	(۲۰۱۱)	گردشگری روستایی و توسعه پایدار با استفاده از مدل SWOT در هوکایدو ژاپن	با استفاده از ابعاد توسعه پایدار و بررسی قوت‌های درون سازمانی و حمایت سیاست‌گذاران برون‌سازمانی به‌عنوان فرصت‌های منطقه به رفع مشکلات اقتصادی روستاهای هوکایدو پرداخته شده است.

منبع: نگارندگان با استفاده از منابع مختلف

از جمله نواحی‌ای که قابلیت‌های زیادی برای گسترش گردشگری دارد، بخش سامان شهرستان شهرکرد از توابع استان چهارمحال و بختیاری است که در دامنه سلسله کوه‌های زاگرس واقع شده است. این بخش بنا بر سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ دارای ۲۳ روستا با مجموع جمعیت ۱۹۶۸۶ نفر است. نیز با وجود پتانسیل‌های فراوان محیطی و طبیعی، دارای جاذبه‌هایی مانند پل زمانخان، دهکده سیاحتی زاگرس، کوهستانی منحصر به فرد، هوای سالم، رودخانه زیبای زاینده‌رود و چشم‌اندازهای اطراف، و همچنین آثار تاریخی و مذهبی است. برنامه‌ریزی برای توسعه روستاهای مذکور می‌بایست باید با در نظر گرفتن این امکانات و توانایی‌ها صورت گیرد.

در اینجا کوشش شده است تا با مطالعه بخش سامان و در نهایت با توجه به امکانات و توانایی‌ها و محدودیت‌های منطقه، بستری مناسب به منظور بهبود بهره‌برداری از پتانسیل‌های منطقه، با استفاده از روش‌ها و مدل‌های تصمیم‌گیری - همچون ماتریس ارزیابی اولویت‌دار داخلی و خارجی (IFE و EFE) - به شناسایی جایگاه فعلی گردشگری و سپس ارائه الگوی بهینه به عنوان راهبرد جدید گردشگری پایدار روستایی پرداخته شود.

مبانی نظری

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 می‌کنند؛ و مشتمل است بر گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی (رضوانی، ۱۳۸۷، ۳۲).

گردشگری روستایی به‌طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت. در ابتدا (دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰) گردشگری روستایی از جنبه اقتصادی برای جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت و سپس به عنوان ابزاری برای توسعه جوامع روستایی مطرح شد. امروزه ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری روستایی مورد توجه است. در زمینه ارتباط بین گردشگری و توسعه روستایی سه دیدگاه مطرح است: در دیدگاه اول، گردشگری

به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی به کار می‌رود، زیرا با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی، ایجاد فعالیتهای مکمل و یا متحول‌ساختن این نواحی تنها راه احیای مجدد روستاها برشمرده می‌شود، همراه با ارائه برنامه‌هایی که بتوان هم از منابع طبیعی و انسانی آنها بهره برد و هم درآمد و رفاه ساکنان نواحی روستایی را افزایش داد. در دیدگاه دوم، گردشگری به عنوان سیاستی برای بازساخت سکونتگاههای روستایی مورد توجه قرار می‌گیرد. طرفداران این دیدگاه معتقدند که می‌توان از اتکای بیش از حد تولیدکنندگان روستایی به کشاورزی کاست و آنها را در فرصتهای اقتصادی جدیدی مشارکت داد. در دیدگاه سوم، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی مطرح است. این دیدگاه خواهان رشد بلندمدت گردشگری، بدون تأثیرات مخرب بر زیست‌بومهای طبیعی است (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱، ۵۳-۲۳).

با توجه به دیدگاههای مختلف مطرح‌شده، گردشگری روستایی می‌تواند با فراهم آوردن بستری مناسب، موجب توسعه نواحی روستایی شود و به همین خاطر برنامه‌ریزی و ارائه راهبرد بهینه بدین منظور، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. در برنامه‌ریزی، می‌بایست سکونتگاهها و جوامع در دوره‌ای طولانی هدایت شوند؛ در عین حال که می‌بایست برپایه ارزیابی واقع‌گرا از منابع محیط باشد؛ و نیز مبتنی بر مشارکت گروه‌ها و شرکا و ذی‌نفعان در سکونتگاهها (McClaren, 1996, 1).

از نظر برایسون، برنامه‌ریزی راهبردی فرایندی هشت مرحله‌ای و بسیار منظم‌تر و مدبرانه‌تر و مشارکتی‌تر از دیگر فرایندهاست (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷، ۹۰). طیبی و همکاران فرایند برنامه‌ریزی راهبردی را دربرگیرنده سه مرحله می‌دانند: تدوین راهبردها، اجرای راهبردها و ارزیابی راهبردها (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶، ۲۹۲). این نوع برنامه‌ریزی دارای جامعیت و دید بلندمدت است (طیبی و ملکی، ۱۳۸۲، ۳۵). ارائه برنامه‌ریزی راهبردی با مدل‌های مختلفی از جمله مدل راهبردی که ابزاری است برای برنامه‌ریزی راهبردی، برای انجام تحلیل وضعیت و بررسی نقاط قوت و ضعف و نیز فرصتها و تهدیدات به منظور شناسایی مسائل راهبردی و ارائه راهبردهای مناسب در بلندمدت برای نواحی صورت می‌پذیرد (McClaren, 1996, 2). رهیافت

برنامه‌ریزی راهبردی پایدار ابتدا مستلزم ایجاد واحدی از فضا یا چشم‌انداز طبیعی است تا فرایند برنامه‌ریزی بر مبنای آن هدایت گردد. این رهیافت، تلفیقی مبتنی بر وابستگی و ارتباط متقابل بین همه عناصر و دست‌اندرکاران گردشگری و همچنین نیازهای زیرساختی و فیزیکی برای هر کدام از این عناصر است (Court & Lupton, 1997, 351).

در توسعه صنعت گردشگری در مناطق روستایی، این نحوه برنامه‌ریزی شامل همکاری و هماهنگی بین برنامه‌ریزان و کارشناسان با توجه به میزان منابع و نیازهای مردم بومی و گردشگران داخلی و خارجی است (Baud & Lawson, 1998, 201). همچنین در تبیین رهیافت مفهومی جامع برای برنامه‌ریزی راهبردی پایدار گردشگری در مناطق روستایی، چهار قلمرو و حوزه پایداری باید در نظر گرفته شوند: اکولوژیکی، فرهنگی، اقتصادی و محلی (Lanza & Pigliaru, 2005, 125). در این زمینه طراحی و تدوین برنامه راهبردی گردشگری پایدار که دربرگیرنده مراحل عمده‌ای چون زمینه‌سازی و تسهیل‌گری، درگیری و مشارکت مؤثر، تحول و توسعه، انسجام و ثبات، و همچنین نوسازی کارکردی است، ضرورت می‌یابد (Dann, 1996, 2).

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش با هدف شناسایی زمینه‌های گسترش گردشگری و فراهم آوردن بستری مناسب برای استفاده بهینه از پتانسیل‌های گردشگری روستایی بخش سامان و ارائه راهبردی مناسب با روش‌شناسی توصیفی-تحلیلی و شیوه پیمایشی انجام شده است. در مرحله اول با بررسی ابعاد مختلف و مؤثر در امر گردشگری روستایی (اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی-محیطی و نهادی) به بررسی نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها پرداخته شده و با تهیه پرسشنامه در قالب طیف لیکرت، نظرسنجی صورت گرفته است. در مرحله دوم با استفاده از مدل تحلیل SWOT تجزیه و تحلیل و راهبرد توسعه گردشگری بخش سامان تدوین شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این مقاله، از سه گروه تشکیل شده‌اند: خانوارهای ساکن در نواحی روستایی بخش سامان شهرستان شهرکرد متشکل از ۲۳ روستا با ۱۹۶۸۶ نفر در قالب ۲۸۴۸ خانوار روستایی؛ مسئولان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با روستا؛ و گردشگرانی که به این

ناحیه مسافرت می‌کنند. بر این اساس ۱۵۰ خانوار روستایی در ۸ روستای محدوده مطالعه شده با در نظر گرفتن پتانسیل‌ها و جاذبه‌ها و موقعیت جغرافیایی آنها به همراه ۲۰ تن از مسئولان نهادهای مختلف سیاسی - اجتماعی، اقتصادی و محیط زیستی و نیز ۶۰ نمونه از گردشگران با استفاده از روش نمونه‌گیری ساده به عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند.

برای توسعه گردشگری و راهبرد مناسب با تحلیل SWOT، با روش دلفی و تهیه پرسشنامه در چند مرحله از ۱۹ قوت و ۲۳ ضعف داخلی و ۲۱ فرصت و ۱۲ تهدید خارجی، فهرستی از نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها تهیه شد. سرانجام ۹ قوت و ۱۱ ضعف داخلی و ۷ فرصت و ۹ تهدید خارجی در قالب ۳۶ سوال در پرسشنامه به عنوان شاخص‌ها و معیارهای مورد نظر در منطقه انتخاب گردید. و سپس با نظرخواهی و پرسش از سه گروه مشارکت‌کننده، ماتریس تحلیل عوامل داخلی و خارجی اولویت‌بندی و امتیازدهی شد. در عین حال به منظور برطرف کردن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و بهبود نقاط قوت و فرصت‌های موجود، با استفاده از مدل برنامه‌ریزی راهبردی دیوید - فرد آر به برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری در بخش سامان پرداخته شد. سرانجام نیز ماتریس برنامه‌ریزی کمی راهبردی (QSPM) ترسیم گردید و با محاسبه امتیاز TAS، راهبرد مناسب انتخاب شد.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق در قالب دو دسته یافته‌های توصیفی و یافته‌های تحلیلی، بدین شرح‌اند:

الف) یافته‌های توصیفی

مشخصات کلی سه گروه مشارکت‌کننده از نظر جنسیت بدین صورت است که از کل نمونه تحقیق برای سرپرست خانوارها ۶۳ درصد را مردان و ۳۷ درصد را زنان با فراوانی ۹۴ نفر مرد و ۵۶ نفر زن تشکیل داده‌اند. ۴۳ درصد گردشگران مرد و ۴۷ درصد آنان زن بودند.

از کل حجم نمونه برای سرپرست خانوارها برحسب میزان سن، ۲۰ درصد بین ۲۵-۱۶ سال، ۳۲ درصد بین ۳۵-۲۶ سال، ۲۸ درصد بین ۴۵-۳۶ سال، ۱۷ درصد بین ۵۵-۴۶ سال و ۳ درصد بیشتر از ۵۵ سال داشته‌اند. از مجموع نمونه‌ها در گروه گردشگران، ۱۷ درصد بین

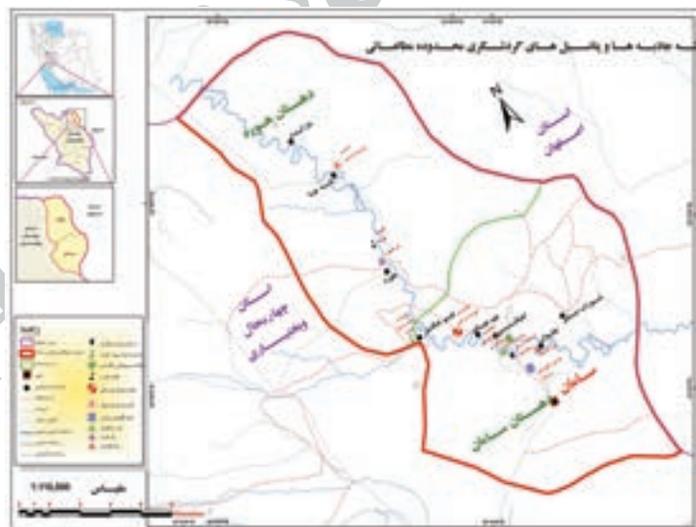
۲۵ - ۱۶ سال، ۴۷ درصد بین ۳۵-۲۶ سال، ۱۷ درصد بین ۴۵-۳۶ سال، ۲۰ درصد بین ۵۵-۴۶ سال بوده‌اند. ناگفته نماند که گروه مسئولان به لحاظ وضعیت سن عمدتاً در گروه سنی ۳۵-۲۶ سال (۷۰ درصد) و ۴۵-۳۶ ساله (۳۰ درصد) جای می‌گیرد.

به لحاظ وضعیت تحصیلات، از کل تعداد پاسخ‌گویان در بین سرپرست خانوارها، ۵ درصد بی‌سواد، ۱۷ درصد دارای سواد ابتدایی بوده‌اند، ۲۵ درصد راهنمایی، ۲۵ درصد دیپلم و ۲۳ درصد فوق دیپلم/لیسانس و ۴ درصد فوق لیسانس و بالاتر. در بین گردشگران، مقطع دیپلم با ۳۱/۵ درصد در بالاترین رده است و راهنمایی با ۷ درصد در پایین‌ترین. همچنین ۵۰ درصد مسئولان دارای مدرک فوق دیپلم و لیسانس، و ۳۰ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس هستند. بررسی وضعیت شغلی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که از کل حجم نمونه برحسب وضعیت شغلی در بین سرپرستان خانوارهای ساکن در روستا، ۷۲ درصد دارای شغل دولتی‌اند و ۲۸ درصد آنها مشاغل غیردولتی یا آزاد دارند. ۳۷ درصد گردشگران در بخش دولتی و ۶۳ درصد در بخش خصوصی اشتغال داشته‌اند. ۲۰ درصد از مسئولان و متولیان امر در مشاغل غیردولتی مشغول فعالیت بوده‌اند.

معرفی محدوده مطالعه‌شده

نواحی روستایی بخش سامان شهرستان شهرکرد را کوه‌ها و تپه‌ها، مزارع و باغ‌ها، منابع آبی فراوان، و بافت باارزش روستایی، اماکن متبرکه و چشم‌اندازهای زیبا تشکیل می‌دهد. پل زمانخان که ساخت اولیه آن به دوره ساسانیان باز می‌گردد، آسیاب مجاور این پل از نقاط دیدنی به شمار می‌آیند. دهکده سیاحتی زاگرس با واحدهای اقامتی مشرف به زاینده‌رود و پل زمانخان به همین منظور در مجاورت این پل ساخته شده است، با جاده آسفالتی، واحدهای اقامتی و پذیرایی همچون هتل گل‌های سامان و مجتمع توریستی، پارکینگ، سکوی نشیمن، پمپ بنزین سامان (۲ کیلومتری)، آب آشامیدنی، تجهیزات بازی کودکان، فضای سبز و جز اینها. پل تاریخی هوره نیز از بناهای باارزش تاریخی عهد صفوی در چهارمحال و بختیاری است. این پل که در مجاورت روستای هوره بر روی رودخانه زاینده‌رود بسته شده است، دو

روستای هوره و سوادجان در بخش سامان را به هم متصل می‌کند. قلعه تاریخی هوره در دوران رضاشاه (حدود ۸۰ سال پیش) ساخته شده و کاربری حفاظتی داشته است. آستانه امامزاده بابا پیر احمد از نوادگان حضرت امام موسی ابن جعفر در روستای چم جنگل ۱۲ کیلومتری شهر سامان و در کنار جاده سامان - هوره قرار دارد. مصالح به کار رفته در این بنا آجر و گچ است و ساخت آن به دوره قاجاریه برمی‌گردد. همه اینها همراه با طرح دریاچه مصنوعی که در مسیر رودخانه زاینده‌رود در نظر گرفته شده است، آینده خوبی را از نظر گردشگری برای این شهر نوید می‌دهند. ناگفته نماند که طرح ساخت مجموعه‌ای از خانه‌های ویلایی نیز در دست تهیه است. نزدیکی به مرکز استان و شهرهایی مانند سامان و بن، دسترسی آسان و مناسب و وجود امکانات رفاهی برای جذب گردشگران، بازار مناسب برای فروش محصولات کشاورزی و بازارهای هفتگی، در کنار افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، همچنین افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این مناطق از جمله پتانسیل‌های این منطقه به شمار می‌آیند (شکل ۱).



شکل ۱. نقشه محدوده مطالعه‌شده

ب) یافته‌های تحلیلی

با بررسی مجموعه عوامل داخلی و خارجی در بخش سامان، ۹ قوت داخلی در مقابل ۱۱ نقطه ضعف داخلی و همچنین ۷ فرصت خارجی در برابر ۹ تهدید خارجی شناسایی شده است (جدول ۲).

جدول ۲. ماتریس عوامل داخلی و عوامل خارجی گردشگری روستایی در بخش سامان

عوامل خارجی		عوامل داخلی	
تهدیدها	فرصت‌ها	نقاط ضعف	نقاط قوت
T1. افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب؛	O1. افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در این نواحی؛	W1. نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی؛	S1. چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز باغ‌های میوه در این نواحی؛
T2. ارائه نشدن مجوز و تسهیلات از سوی دولت؛	O2. وجود شهرهایی با جمعیت مطلوب در نزدیکی؛	W2. نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی؛	S2. وجود ارتفاعات و قله مرتفع برای انجام ورزش‌ها و تفریحاتی چون اسکی، کوهنوردی؛
T3. افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به دیگر مناطق تفریحی نزدیک؛	O3. افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری؛	W3. عدم تمایل مردم برای سرمایه‌گذاری در گردشگری؛	S3. وجود منابع آبی فراوان و جاذبه‌های تفریحی برای انجام ورزش‌ها و تفریحاتی از قبیل ماهی‌گیری و شنا؛
T4. تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این نواحی نسبت به نواحی رقیب؛	O4. افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این مناطق؛	W4. نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی؛	S4. وجود پل زمانخان، دهکده سیاحتی زاگرس و جاذبه‌های گوناگون آن؛
T5. آلودگی نسبی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی؛	O5. وجود نیروهای متخصص و با تجربه در نزدیکی این نواحی (در شهرکرد)؛	W5. فقدان نیروهای متخصص و آموزش دیده برای گردشگری؛	S5. وجود رودخانه زاینده‌رود به عنوان جاذبه طبیعی و محیط آرام و بی‌سروصدا؛
T6. ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران؛	O6. وجود نهادها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی در شهرکرد و شهرهای نزدیک؛	W6. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف؛	S6. وجود مکان‌های تاریخی با مراسم سنتی و مذهبی و فرهنگ محلی؛
T7. از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی؛	O7. ارائه‌نشدن خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب.	W7. نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی؛	S7. نزدیکی به مرکز استان و شهرهایی مانند سامان و بن؛
T8. تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی؛		W8. فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی؛	S8. دسترسی آسان و مناسب به امکانات رفاهی برای جذب گردشگران؛
T9. از بین رفتن فرهنگ سنت و محلی (زبان و آداب و رسوم).		W9. تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا؛	S9. وجود بازار مناسب برای فروش محصولات کشاورزی و بازار هفتگی.
		W10. ناآشنایی روستاییان، به دلیل آموزش ندیدن؛	
		W11. گرایش غالب مردم به استفاده اختصاصی.	

پس از تشکیل ماتریس عوامل درونی و عوامل بیرونی گردشگری بخش سامان به منظور کمی ساختن و عملیاتی کردن نتایج از طریق نظرخواهی از مردم و گردشگران و مسئولان در قالب پرسشنامه‌ای حاوی پرسش‌های طراحی شده به صورت طیفی، به اولویت‌بندی اهمیت هر یک از عوامل برای توسعه گردشگری روستایی بخش سامان پرداخته شده است (جدول ۳، ۴).

ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری پایدار روستایی

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته و ابزارهای مختلف برنامه‌ریزی راهبردی، از مدل دیوید- فرد آر برای ارائه راهبرد مناسب برنامه‌ریزی گردشگری در بخش سامان استفاده شده، که شامل چهار مرحله بدین شرح است:

نخست، مرحله شروع^۱

بیان هدف: ارائه راهبرد به منظور برطرف ساختن یا کاستن از نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت، بهبود نقاط قوت و فرصت‌های موجود و نیز فراهم کردن بستری مناسب برای بهبود نحوه استفاده از پتانسیل‌های گردشگری و در نهایت تعیین جایگاه فعلی گردشگری در نواحی روستایی مورد مطالعه و ارائه الگوی بهینه.

- دوم، مرحله ورودی^۲

با استفاده از ماتریس اولویت عوامل از نظر سه گروه پاسخ‌گو، ماتریس ارزیابی عوامل اولویت‌دار داخلی IFE^۳ و ماتریس ارزیابی عوامل اولویت‌دار خارجی EFE^۴ مجموع میانگین دیدگاه‌های هر سه گروه شرکت‌کننده ضریب اهمیت یا وزن هر یک از مؤلفه‌هاست (ضریب اهمیت نسبی به گونه‌ای بایستی تخصیص داده شود که حاصل جمع ضرایب کلیه عوامل بیش از یک نشود) و رتبه‌ای^۵ نیز به هر کدام از آنها اختصاص یابد (جدول‌های ۵ و ۶).

1- Initiating stage

2- Input stage

3- Internal Factor Evaluation(IFE) Matix

4- External Factor Evaluation(EFE) Matix

۵. نحوه تخصیص رتبه به عوامل، بدین صورت است: ۴: فرصت استثنایی؛ ۳: فرصت معمولی؛ ۲: تهدید معمولی؛

۱: تهدید استثنایی.

جدول ۳. نتایج ماتریس تحلیل عوامل داخلی (اولویت‌سنجی و امتیازدهی، قوت‌ها و ضعف‌ها)

اولویت	عوامل درونیا				عوامل بیرونیا				توضیحات
	امتیاز	اولویت	میانگین	مجموع	امتیاز	اولویت	میانگین	مجموع	
51	1	1	1	1	1	1	1	1	چشم‌انداز روستا و منظر به دور از صخره‌های سنگین، زیاده‌اند. نبود
52	2	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
53	3	1	1	1	1	1	1	1	عدم ساختن کلبه‌ها و چاه‌ها و تخریب آبشار و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
54	4	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
55	5	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
56	6	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
57	7	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
58	8	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
59	9	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
60	10	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
61	11	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
62	12	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
63	13	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
64	14	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
65	15	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
66	16	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
67	17	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
68	18	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
69	19	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
70	20	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
71	21	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
72	22	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
73	23	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
74	24	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
75	25	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
76	26	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
77	27	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
78	28	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
79	29	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر
80	30	1	1	1	1	1	1	1	عدم آلودگی و آلودگی در کنار رودخانه و تفریحی بودن آبشار کوچکتر

جدول ۴. نتایج ماتریس تحلیل عوامل خارجی (اولویت‌سنجی و امتیازدهی، فرصت‌ها و تهدیدها)

گوشکون		مسئله		فرصت		تهدید	
شماره	امتیاز	شماره	امتیاز	شماره	امتیاز	شماره	امتیاز
1	119	1	119	1	119	1	119
2	122	2	122	2	122	2	122
3	115	3	115	3	115	3	115
4	118	4	118	4	118	4	118
5	110	5	110	5	110	5	110
6	121	6	121	6	121	6	121
7	117	7	117	7	117	7	117
8	114	8	114	8	114	8	114
9	120	9	120	9	120	9	120
10	116	10	116	10	116	10	116
11	113	11	113	11	113	11	113
12	111	12	111	12	111	12	111
13	118	13	118	13	118	13	118
14	123	14	123	14	123	14	123
15	112	15	112	15	112	15	112
16	119	16	119	16	119	16	119
17	117	17	117	17	117	17	117
18	115	18	115	18	115	18	115
19	122	19	122	19	122	19	122
20	114	20	114	20	114	20	114
21	116	21	116	21	116	21	116
22	113	22	113	22	113	22	113
23	111	23	111	23	111	23	111
24	118	24	118	24	118	24	118
25	120	25	120	25	120	25	120
26	117	26	117	26	117	26	117
27	115	27	115	27	115	27	115
28	121	28	121	28	121	28	121
29	119	29	119	29	119	29	119
30	116	30	116	30	116	30	116
31	114	31	114	31	114	31	114
32	112	32	112	32	112	32	112
33	110	33	110	33	110	33	110
34	118	34	118	34	118	34	118
35	120	35	120	35	120	35	120
36	117	36	117	36	117	36	117
37	115	37	115	37	115	37	115
38	121	38	121	38	121	38	121
39	119	39	119	39	119	39	119
40	116	40	116	40	116	40	116
41	114	41	114	41	114	41	114
42	112	42	112	42	112	42	112
43	110	43	110	43	110	43	110
44	118	44	118	44	118	44	118
45	120	45	120	45	120	45	120
46	117	46	117	46	117	46	117
47	115	47	115	47	115	47	115
48	121	48	121	48	121	48	121
49	119	49	119	49	119	49	119
50	116	50	116	50	116	50	116

جدول ۵. نتایج ماتریس ارزیابی عوامل اولویت‌دار داخلی IFE

نمره وزن*رتبه	رتبه ۳و۴	ضریب اهمیت (وزن)	قوت‌ها
۰/۲۳	۴	۰/۰۵۸	S1. چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز، باغ‌های میوه
۰/۲۲	۴	۰/۰۵۶	S2. وجود ارتفاعات و قله مرتفع برای انجام ورزش‌ها و تفریحاتی مانند اسکی، کوهنوردی
۰/۲۲	۴	۰/۰۵۶	S3. وجود منابع آبی فراوان و جاذبه‌های تفریحی و انجام ورزش‌ها و تفریحاتی همچون ماهی‌گیری، شنا
۰/۱۶	۴	۰/۰۵۲	S4. وجود پل زمانخان، دهکده سیاحتی زاگرس و جاذبه‌های گوناگون آن
۰/۱۶	۳	۰/۰۵۳	S5. وجود رودخانه زاینده رود به عنوان جاذبه طبیعی و محیط آرام و بی‌سروصدا
۰/۲۲	۴	۰/۰۵۶	S6. وجود مکان‌های تاریخی با مراسم سنتی و مذهبی و فرهنگ محلی
۰/۱۴	۳	۰/۰۴۳	S7. نزدیکی به مرکز استان و شهرهایی مانند سامان و بن
۰/۲۱	۴	۰/۰۵۳	S8. دسترسی آسان و مناسب و وجود امکانات رفاهی برای جذب گردشگران
۰/۱۳	۳	۰/۰۴۴	S9. وجود بازار مناسب برای فروش محصولات کشاورزی و بازارهای هفتگی
نمره وزن*رتبه	رتبه ۳و۴	ضریب اهمیت (وزن)	ضعف‌ها
۰/۰۵	۱	۰/۰۵۲	W1. نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی
۰/۰۵	۱	۰/۰۵۲	W2. نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی
۰/۰۵	۱	۰/۰۵۱	W3. عدم تمایل مردم به سرمایه‌گذاری در گردشگری
۰/۱۰	۲	۰/۰۵۱	W4. نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی
۰/۱۰	۲	۰/۰۵۱	W5. فقدان نیروهای متخصص و آموزش‌دیده برای گردشگری
۰/۰۹	۲	۰/۰۴۶	W6. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف
۰/۰۵	۱	۰/۰۴۸	W7. نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی
۰/۰۵	۱	۰/۰۵۰	W8. فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی
۰/۰۹	۲	۰/۰۴۴	W9. تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا
۰/۰۴	۲	۰/۰۴۳	W10. ناآشنایی روستاییان و آموزش‌ندیدن آنها
۰/۰۸	۲	۰/۰۴۲	W11. گرایش غالب مردم به استفاده اختصاصی
۲/۳۹		۱	جمع کل

جدول ۶: نتایج ماتریس ارزیابی عوامل اولویت دار خارجی EFE

نمره	رتبه	ضریب	فرصت‌ها
وزن*رتبه	۳۴	اهمیت (وزن)	
۰/۲۸	۴	۰/۰۶۹	.01 افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در این نواحی
۰/۲۰	۳	۰/۰۶۷	.02 وجود شهرهایی با جمعیت نسبتاً زیاد در نزدیکی
۰/۲۸	۴	۰/۰۷۰	.03 افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
۰/۲۸	۴	۰/۰۶۹	.04 افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این مناطق
۰/۱۹	۳	۰/۰۶۳	.05 وجود نیروهای متخصص و با تجربه در نزدیکی این نواحی (در شهرکرد)
۰/۱۹	۳	۰/۰۶۲	.06 وجود نهادها و سازمانهای دولتی و غیردولتی در شهرکرد و شهرهای نزدیک
۰/۱۸	۳	۰/۰۶۰	.07 ارائه‌شدن خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب
نمره	رتبه	ضریب	تهدیدها
وزن*رتبه	۲۱	اهمیت (وزن)	
۰/۱۳	۲	۰/۰۶۶	.T1 افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب
۰/۰۷	۱	۰/۰۷۳	.T2 ارائه نشدن مجوز و تسهیلات از سوی دولت
۰/۱۳	۲	۰/۰۶۴	.T3 افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک
۰/۱۲	۲	۰/۰۶۲	.T4 تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این نواحی نسبت به نواحی رقیب
۰/۰۶	۱	۰/۰۵۵	.T5 آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم
۰/۱۲	۲	۰/۰۵۹	.T6 ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران
۰/۰۵	۱	۰/۰۵۲	.T7 از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی
۰/۰۶	۱	۰/۰۵۵	.T8 تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی
۰/۱۰	۲	۰/۰۵۲	.T9 از بین رفتن فرهنگ سنت و محلی (زبان، آداب و رسوم محلی)
۲/۴۳		۱	جمع کل

سوم، مرحله تطبیق یا مقایسه^۱

با توجه به هدف تحقیق ابزارهایی که در این مرحله به کار می‌روند، اینها هستند:

۱- ماتریس SWOT^۲: با ارزیابی داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و ارزیابی خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) راهبردهای "ST"، و با ترکیب نقاط ضعف (W) و تهدیدها (T) راهبردهای "WT" تدوین و ارائه می‌شوند (جدول ۷).

۲- ماتریس داخلی و خارجی IE^۳: با توجه به ماتریس ارزیابی عوامل اولویت‌دار داخلی و خارجی و نمره‌های به دست آمده از آن در ابعاد افقی و عمودی یک ماتریس چهارخانه-ای و یک طیف دوبخشی قوی (۲/۵ الی ۴) و ضعیف (۱ الی ۲/۵) قرار می‌گیرد. با توجه به نمره نهایی ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی، موقعیت نقطه‌ای راهبردهای اصلی چنین است:

$$EFE = ۲/۴۳$$

$$IFE = ۲/۳۹$$

چهارم، مرحله تصمیم‌گیری (QSPM)

در مرحله چهارم (آخر)، با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)^۴ گزینه‌های مختلف راهبردها شناسایی می‌شوند و مورد قضاوت قرار می‌گیرند و به راهبردهای اجرایی ضریب جذابیت نسبی (AS)^۵ (۱. بی اهمیت؛ ۲. اهمیت کم؛ ۳. اهمیت متوسط؛ و ۴. اهمیت

-
1. Matching stage
 - 1- Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) matrix
 - 2- Internal – External (IE) Matrix
 - 3- Quantitative Strategic Planning Matrix.
 - 4- Attractive Scores

زیاد) تعلق می‌گیرد و سپس مجموع جذابیت یا اهمیت در ماتریس TAS^۱ محاسبه می‌گردد^۲ و از مجموع ضریب اهمیت از وزن نسبی و راهبردهای ممکن پیشنهادی (تدافعی) فهرست و راهبرد نهایی انتخاب می‌شود (جدول ۶).

جدول ۷. ماتریس SWOT

نقاط قوت-S	نقاط ضعف-W	عوامل اولویت‌دار داخلی IFE	عوامل اولویت‌دار خارجی EFE
<p>S1 چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغ‌ها</p> <p>S2 وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ورزشها</p> <p>S3 وجود منابع آبی فراوان و جاذبه های تفریحی و انجام ورزشها</p> <p>S6 وجود یل زمانغان، دهکده سیاحتی زاگرس و جاذبه های متنوع دیگر</p> <p>S8 وجود رودخانه زاینده رود به عنوان جاذبه طبیعی و معطر بکر</p>	<p>W1 نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی</p> <p>W2 نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی</p> <p>W4 نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی</p> <p>W6 توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال</p> <p>W7 نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی</p>	<p>O1 افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و روستایی</p> <p>O2 وجود شهرهایی با جمعیت قابل توجه در نزدیکی بخش</p> <p>O3 افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری</p> <p>O4 افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این مناطق</p>	<p>U1 فرصت‌ها</p>
<p>SU راهبردهای تهاجمی</p> <p>۱. تأکید بر توسعه توریسم طبیعی و اکوتوریسم (S1,S2,S3,S8,O1)</p> <p>۲. بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه در بین شهروندان در جهت استفاده مؤثر از جاذبه‌های طبیعی و انسانی بخش سامان (S1,S2,S3,S8,O2)</p> <p>۳. شناسایی و توسعه جاذبه‌ها و امکانات برای رقابت با سایر مناطق رقیب (S1,S2,S3,S6,S8,O3)</p> <p>۴. استفاده از نیروهای متخصص بمنظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی (S1,S2,S3,S6,S8,O4)</p> <p>۵. ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخشهای مرتبط به منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای توریسم و بهره‌گیری اصولی از جاذبه‌ها (S1,S2,S3,S6,S8,O2,O4)</p> <p>۶. تمرکز عمده فعالیت‌های توریستی بر استفاده از جاذبه‌های طبیعی و بدون کاربری روستایی برای ایجاد اشتغال و کسب درآمد (S1,S2,S3,S6,S8,O1,O3,O4)</p>	<p>WO راهبردهای محافظه‌کارانه</p> <p>۱. بازنگری به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت‌های دولتی از نواحی توریستی روستای بخش سامان (W1,W2,W4,O1,O3)</p> <p>۲. بازنگری به نحوه توزیع تسهیلات و خدمات توریستی و سایر خدمات در سطح بخش (W1,W2,W4,W6,O2,O3)</p> <p>۳. بازنگری به قوانین و مقررات ارضی (زمین کشاورزی و مسکونی) روستایی به منظور بهره‌برداری از آنها برای عموم و جلوگیری از بوس بازی و گران شدن زمین (W7,O4)</p> <p>۴. بازنگری به نوع و نحوه استفاده از مشارکت‌های مردمی در این بخش به منظور توسعه و تجهیز روستاها و واگذاری کارها به مردم محلی (W1,W2,W4,O4)</p>	<p>SO راهبردهای رقابتی</p> <p>۱. تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها، امکانات و خدمات توریستی به منظور بکارگیری طیف گسترده‌ای از مردم و همچنین جلب رضایت گردشگران (S1,S2,S3,S6,S8,T2)</p> <p>۲. توسعه و گسترش توریسم کشاورزی به منظور بهره‌برداری از مناظر، باغات و فضای سبز روستایی در جهت کسب درآمد و ایجاد اشتغال (S1,S2,S3,S6,S8,T7)</p> <p>۳. تنوع‌بخشی به برنامه‌های تبلیغاتی به منظور معرفی جاذبه‌ها و فراورده‌های توریستی این بخش و جذب گردشگر (S1,S2,S3,S4,S8,T2,T5,T8)</p> <p>۴. ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مراکز و مکانهای تفریحی در روستاهای مورد مطالعه روستاها و واگذاری کارها به مردم محلی (S1,S2,S3,S6,S8,T2,T5,T8)</p>	<p>WO راهبردهای تدافعی</p> <p>۱. برگزاری سیمینارها و نشست‌های «جوسه سرمایه‌گذاری صنعت توریسم روستایی» توسط شورای شهر سامان و سایر نهادها و مسئولان مرتبط و دعوت از سرمایه‌گذاران مختلف (W1,W2,W4,T2)</p> <p>۲. زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه و تجهیز روستاها از نظر زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات توریستی یا حمایت‌های دولتی (W1,W2,W4,W6,W7,T2)</p> <p>۳. آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگران و همچنین آموزش به گردشگران درباره فرهنگ، آداب و رسوم و تشریفات و قوانین محلی و سنتی</p> <p>۴. تدوین قوانین ویژه به منظور استفاده بهینه از جاذبه‌ها فراورده‌ها و خدمات توریستی بخش برای گردشگران برای جلوگیری از تفریب و از بین رفتن این جاذبه‌ها (I,W2,W4,W6,W7,I5,I8)</p>
<p>U1 تهدیدها</p> <p>T2 عدم آراجه مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش گردشگری در این نواحی</p> <p>T5 آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی نسبت به نواحی رقیب</p> <p>T7 از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و قار</p> <p>T8 تخریب زمینهای کشاورزی و عمران روستایی</p>	<p>WT راهبردهای تدافعی</p>	<p>ST راهبردهای رقابتی</p>	<p>WT تهدیدها</p>

5-Total Attractive Scores

۶- TAS از ضریب اهمیت یا جذابیت در وزن عوامل به دست می‌آید.

با توجه به ماتریس عوامل داخلی و خارجی IE، راهبردهای اجرایی در بخش سامان از نوع راهبردهای تدافعی‌اند. در ماتریس SWOT (جدول ۷) راهبرد تدافعی با ارائه راهکارهای اجرایی ضمن به حداقل رساندن نقاط ضعف فراروی نواحی گردشگری روستایی از تهدیدهای برون‌سازمانی نیز اجتناب می‌کند. در ماتریس برنامه‌ریزی کمی QSPM (جدول ۸) از بین ۴ راهبرد تدافعی، راهبرد WT2 با بیشترین امتیاز (۷/۳۶) زمینه‌ساز تشویق مردم به مشارکت در توسعه و تجهیز روستاها از نظر زیرساخت‌ها و تسهیلات و تجهیزات توریستی با حمایت‌های دولتی است، که به عنوان بهترین راهبرد برای توسعه گردشگری بخش سامان، انتخاب و معرفی شده است.

نتیجه‌گیری

برنامه‌ریزی راهبردی با تجزیه و تحلیل عوامل درونی و بیرونی میسر است. وجود ۲۰ عامل داخلی در برابر ۱۶ عامل خارجی نشان‌دهنده مزیت‌ها و نارسایی‌هایی در بخش سامان است. جدول اولویت‌سنجی نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه سه گروه مشارکت‌کننده، نشانگر هم‌سویی دیدگاه‌های گردشگران و مردم در شناسایی این عوامل است. در عین حال نشان‌دهنده این است که گردشگران و مردم ارتباط مستقیم با نواحی روستایی مورد نظر دارند و از نزدیک پتانسیل‌ها و تنگناها را درک می‌کنند و بیشتر درصدد افزایش رضایتمندی و از میان برداشتن ضعف‌ها و کمبودها هستند.

جدول ۸. ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)

		WT4		WT3		WT2		WT1		ضریب اهمیت	عوامل داخلی اصلی و اولویت‌دار		
TAS	AS												
۰.۵۳	۳	۰.۷۱	۴	۰.۷۱	۴	۰.۵۳	۳	۰.۱۸	چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز، باغ‌های میوه	۰.۱۸	S1	توسعه	
۰.۳۵	۲	۰.۳۵	۲	۰.۶۹	۴	۰.۱۷	۱	۰.۱۷	وجود ارتفاعات و قله مرتفع برای انجام ورزش‌ها و تفریحاتی مانند اسکی، کوهنوردی، اردو زدن				
۰.۴۹	۳	۰.۴۵	۳	۰.۶۵	۴	۰.۳۲	۲	۰.۱۶	وجود منابع آبی فراوان و جاذبه‌های تفریحی برای انجام ورزش‌ها و تفریحاتی از قبیل ماهی‌گیری، شنا، پیاده‌روی				
۰.۶۸	۴	۰.۶۸	۴	۰.۱۵	۳	۰.۶۸	۴	۰.۱۷	وجود پل زمانخان، دهکده سیاحتی زاگرس و جاذبه‌های گوناگون				
۰.۳۶	۳	۰.۴۸	۴	۰.۴۸	۴	۰.۴۸	۴	۰.۱۲	وجود زاینده‌رود به عنوان جاذبه طبیعی و محیط آرام و بی‌سروصدا	۰.۱۲	S6	توسعه	
۰.۰۸	۲	۰.۱۲	۳	۰.۱۲	۳	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی				
۰.۰۸	۲	۰.۱۲	۳	۰.۱۲	۳	۰.۰۸	۲	۰.۰۴	نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی				
۰.۱۲	۳	۰.۱۶	۴	۰.۱۶	۴	۰.۱۲	۳	۰.۰۴	عدم تمایل مردم به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری				
۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم کم در زمستان)	۰.۰۴	W1	ضعیف‌ها	
۰.۰۸	۲	۰.۰۸	۲	۰.۰۸	۲	۰.۱۲	۳	۰.۰۴	نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده و فاضلاب)				
۲.۸۰		۳.۲۲		۳.۵۶		۲.۵۹		۱	جمع کل عوامل اولویت‌دار داخلی				
		WT4		WT3		WT2		WT1		ضریب اهمیت	عوامل خارجی اصلی و اولویت‌دار		
TAS	AS												
۰.۶۶	۳	۰.۶۶	۳	۰.۸۷	۴	۰.۶۶	۳	۰.۱۳	افزایش انگیزه بیشتر برای تفریح در بین مردم شهری و روستایی	۰.۱۳	O1	توسعه	
۰.۴۷	۳	۰.۴۷	۳	۰.۴۷	۳	۰.۴۷	۳	۰.۱۶	وجود شهرهایی با جمعیت نسبتاً زیاد در نزدیکی بخش				
۰.۸۹	۴	۰.۸۹	۴	۰.۸۹	۴	۰.۸۹	۴	۰.۲۲	افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری				
۰.۸۷	۴	۰.۸۷	۴	۰.۸۷	۴	۰.۸۷	۴	۰.۲۲	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این مناطق				
۰.۱۲	۲	۰.۱۲	۲	۰.۲۳	۴	۰.۱۷	۳	۰.۰۶	ارائه نشدن مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش گردشگری در این نواحی	۰.۰۶	T2	توسعه	
۰.۱۳	۳	۰.۰۹	۲	۰.۱۳	۳	۰.۰۹	۲	۰.۰۴	آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی نسبت به نواحی رقیب				
۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۱	۰.۱۷	۴	۰.۰۸	۲	۰.۰۴	از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی مانند افزایش سیل				
۰.۰۴	۱	۰.۰۹	۲	۰.۱۷	۴	۰.۰۹	۲	۰.۰۴	تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی				
۳.۲۱		۳.۲۱		۳.۸۰		۳.۳۱		۱	جمع کل عوامل اولویت‌دار خارجی	۱	جمع کل عوامل اولویت‌دار داخلی و خارجی $0 < X < 8$		
۶.۰۱		۶.۴۳		۷.۳۶		۵.۹۰		۲					

توجه: راهبردهای اجرایی در بخش سامان از نوع راهبردهای تدافعی WT هستند.

دلیل متفاوت بودن دیدگاه‌های مسئولان و دو گروه دیگر چه بسا دورنما و افق برنامه‌هایی باشد که می‌توانند در رشد و توسعه اقتصادی در سطح محلی و منطقه ای بسیار مؤثر باشند و ضعف‌ها و تهدیدات را کاهش دهند و به رشد مناطق روستایی بخش سامان بینجامند. این در حالی است که از نظر مردم، رضایت‌مندی از گردشگری به رفع نیازهای حال و کنونی زندگی‌شان مربوط می‌شود - همچون افزایش درآمد، تنوع‌بخشی اشتغال و مانند آن - و از نظر گردشگران نیز ضعف‌ها عمدتاً عبارت‌اند از کمبود امکانات رفاهی، و پذیرایی و نظایر اینها. با بررسی دیدگاه‌های سه گروه مشارکت‌کننده، چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغ‌های میوه در این نواحی مهم‌ترین نقطه قوت است و افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری مهم‌ترین فرصت در منطقه به شمار می‌آید. نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی مهم‌ترین نقطه ضعف است؛ و ارائه نشدن مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش گردشگری در این نواحی جزو مهم‌ترین تهدیدهاست، که ضرورت افزایش سرمایه‌گذاری را در منطقه نشان می‌دهد.

در مرحله تصمیم‌گیری نیز فقط راهبردهای مورد نظر (راهبردهای تدافعی WT) ضریب اهمیت (۱ تا ۴) می‌گیرند (تجزیه و تحلیل منطقی)، به این صورت که با بررسی اولیه ۴۷ نقطه قوت و ضعف داخلی و ۳۳ فرصت و ضعف خارجی بخش سامان به تشکیل ماتریس نهایی SWOT با ۲۰ قوت و ضعف داخلی و ۱۶ فرصت و تهدید خارجی و در نهایت با تلفیق اولویت‌ها و وزن‌دهی به هر کدام از عوامل داخلی و خارجی آنها ۴ قوت داخلی و ۵ ضعف داخلی (مجموعاً ۹ عامل) اولویت‌دار در مقابل ۴ فرصت خارجی و ۴ تهدید خارجی (مجموعاً ۸ عامل) اولویت‌دار قرار دارد. با توجه به این ۱۷ عامل داخلی و خارجی به تدوین و پیشنهاد راهبردهای مختلف در ماتریس SWOT پرداخته شد.

بررسی و مقایسه در ماتریس ارزیابی داخلی و نمره نهایی آن $IFE = 2.39$ و ماتریس ارزیابی خارجی و نمره نهایی آن $EFE = 2.43$ نشان داد که راهبردهای برنامه‌ریزی گردشگری بخش سامان از نوع تدافعی است (ماتریس داخلی و خارجی IE) و با اولویت‌بندی نهایی در مرحله تصمیم‌گیری درباره عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی بخش سامان، بالاترین امتیاز به

نقاط ضعف (W) و تهدید (T) اختصاص یافت. در نهایت با استفاده از جدول برنامه‌ریزی کمی راهبردی (QSPM) با در نظر گرفتن بالاترین امتیاز ۷/۳۶ راهبرد (WT2) مناسب برای توسعه گردشگری در بخش سامان از بین راهبردهای تدافعی، با عنوان «زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه و تجهیز روستاها از نظر زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات توریستی با حمایت‌های دولتی» انتخاب و معرفی شد.

منابع

ابراهیم‌زاده، عیسی، عبدالله آقاسی‌زاده، ۱۳۸۸، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره اول، صص. ۱۰۷-۱۲۸.

ابراهیمی، عبدالحمید، ۱۳۷۶، تأثیر صنعت جهانگردی بر متغیرهای اقتصادی، محیطی، فرهنگی و اجتماعی ایران، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، سازمان منطقه آزاد کیش، کیش، جلد اول، صص ۴۹۲-۹۶.

افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین، داود مهدوی، ۱۳۸۵، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده مدل SWOT، مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، صص. ۱-۳۰.

اعرابی، سیدمحمد، ۱۳۸۵، دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ چهارم، تهران:

بهزادفر، مصطفی و روزبه زمانیان، ۱۳۸۷، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر بخش محصول نمونه موردی: شهرستان نیشابور، نشریه بین‌المللی علوم مهندسی، جلد ۱۹، شماره ۶، ویژه نامه معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت، تهران، صص. ۴۱-۵۵.

سرای، محمدحسین و زهرا گلشیری اصفهانی، ۱۳۸۹، برنامه‌ریزی راهبردی نظام زیست‌محیطی روستا با تجزیه و تحلیل SWOT، مطالعه موردی: بخش گندمان شهرستان بروجن، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال اول، شماره چهارم، صص. ۷۳-۹۸.

جوایخت، زهره، ۱۳۹۰، نگرشی بر راهبردهای توسعه گردشگری قشقم با استفاده از مدل SWOT، مجموعه خلاصه مقالات سومین همایش سراسری دانشجویی جغرافیا، ص. ۱۱۴.

دادورخانی، فضیله و مسعود نیک‌سیرت، ۱۳۸۹، برنامه‌ریزی راهبردی طبیعت‌گردی در روستاهای نواحی بیابانی، مطالعه موردی: روستای -خرانق- شهرستان اردکان، استان یزد، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال اول، شماره چهارم، صص. ۴۳-۷۲.

راجی، رضا، ۱۳۷۴، راهیابی به توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی، مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی، اسفند.

رحیمی، حسین، ۱۳۸۱، جهانگردی روستایی و قلمرو آن، ماهنامه سیاسی اقتصادی، ش. ۱۸۵-۱۸۶، صص. ۲۲۶-۲۳۱.

رضوانی، محمدرضا، سعیدرضا اکبری‌ان رونی‌زی، عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، سیدعلی بدری، ۱۳۹۰، تحلیل مقایسه‌ای آثار اقتصادی گردشگری خانه‌های دوم با گردشگری روزانه بر نواحی روستایی، با رویکرد توسعه پایدار (مطالعه موردی: شهرستان شمیرانات، استان تهران)، سال دوم، شماره ۴ (پیاپی ۸)، صص. ۳۵-۶۸.

رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

شریف‌زاده، ابوالقاسم و همایون مرادنژاد، ۱۳۸۱، توسعه پایدار و توریسم روستایی، ماهنامه اجتماعی اقتصادی جهاد، خرداد و تیر، ش. ۲۵۱-۲۵۰، صص. ۵۲-۶۳.

ناهد اکبری سامانی و همکاران _____ برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری روستایی با استفاده از ماتریس ...

فاضل‌نیا، غریب، صلاح هدایتی، ۱۳۸۷، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زیریوار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۹، صص. ۱۷۰-۱۴۵.

طییبی، ج. و م. ملکی، ۱۳۸۲، برنامه‌ریزی استراتژیک، چاپ دوم، انتشارات ترمه، تهران.

طییبی، مسعود، محمد فتحیان و شهاب‌الدین موسوی اشکوری، ۱۳۸۶، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه سیستم‌های هوشمند جاده‌ای کشور، پژوهشنامه حمل‌ونقل، شماره ۴، صص. ۳۰۶-۲۹۱.

کریمی، جعفر، ۱۳۹۰، برنامه‌ریزی توسعه توریسم روستایی با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی: روستای ابیانه، مجموعه خلاصه مقالات سومین همایش سراسری دانشجویی جغرافیا، ص. ۱۰۹.

محمدی ده‌چشمه، مصطفی، علی زنگی آبادی، ۱۳۸۶، امکان‌سنجی توانمندی اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT، مجله محیط‌شناسی، سال سی و چهارم، شماره ۴۷، صص. ۱۰-۱.

مرکز آمار ایران، سالنامه آماری، ۱۳۸۵، سالنامه آماری استان چهارمحال و بختیاری.

مرکز آمار ایران، سالنامه آماری، ۱۳۷۵، سالنامه آماری استان چهارمحال و بختیاری.

نجفی، محمدسعید، ۱۳۹۰، راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه آبریز کن و سولقان با استفاده از مدل SWOT، مجموعه خلاصه مقالات سومین همایش سراسری دانشجویی جغرافیا، ص. ۱۲۵.

یاری، منیر، صغری فردوسی، برزو سبزی، ۱۳۹۰، تحلیل توسعه اکوتوریسم در استان لرستان با بهره‌گیری از تکنیک SWOT، مجموعه خلاصه مقالات سومین همایش سراسری دانشجویی جغرافیا، ص. ۱۱۹.

Baud-Bovy, M. & Lawson, F., 1998, **Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design**, Oxford: Reed Educational and Professional Publishing Ltd., (Chapter 2&4).

- Court, B., & Lupton, R.A., 1997, **Customer Portfolio Development: Modeling Destination Adopters, Inactives, and Rejecters**, Journal of Travel Research, 36(1), PP. 35-43.
- Dann, G., 1996, **The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective**, UK: CAB International.
- EC-AEIDL, 1997, **Marketing Quality Rural Tourism, Rural Europe - European Commission**, <http://www.rural-europe.aeidl/rural-en/biblio/touris>.
- Kobayashi, Hidetsugu, Akhmad Abdullaev, 2011, **Rural Tourism and Sustainable Development in Hokkaido**, Division of Urban and Environmental Engineering.
- Lanza, A., Markandya, A. and Pigliaru, P., 2005, **The Economics of Tourism and Sustainable Development**, Cheltenham: Edward Elgar.
- McClaren, M., 1996, **Strategic Planning. The Best Way to Predict the Future is to Create It**, INTERNET. Unit 2.
- Whelan, C.T., Hannan, Damian F. & Creighton, Sean, 1991, **Unemployment, Poverty and Psychological Distress**, Research Series, Economic and Social Research Institute (ESRI), number GRS150.